

آشنایی با بازار فدراسیون روسیه

۱۸

آشنایی
با
بازارهای
جهانی

ملاحظات در باره توسعه روابط بازرگانی بین ایران و فدراسیون روسیه (۲)

که صادرکنندگان ایرانی از این تحولات نیز بی‌خبرند. ۲-۴- عدم آشنایی مصرف‌کنندگان روسی با محصولات ایرانی، نیز علت مهم دیگری برای جلوگیری از توسعه صادرات ایرانی به این کشور محسوب می‌گردد. زیرا در حال حاضر عمده‌ترین محصولات سنتی صادراتی ایران از جمله فرش، پسته و سایر خشکبار از کانال‌های دیگر و با نام کشورهای دیگر در بازار روسیه عرضه می‌گردد.

۳-۴- روشن نبودن قوانین و ضوابط تجاری به ویژه در مورد نحوه دریافت و خروج ارزهای حاصل از صادرات برای صادرکنندگان به این کشور.

۴-۴- روشن نبودن سیستم بانکی و حقوقی روسیه برای صادرکنندگان خارجی (از جمله ایرانیان).

۵-۴- پراکنده‌کاری صادرکنندگان ایرانی که گاه موجب رقابت مخرب، تخریب بازار و کاهش قیمت‌های صادراتی و نهایتاً عدم تداوم حضور صادرکنندگان می‌گردد.

۶-۴- فقدان حمایت مالی دستگاه‌های دولتی از صادرکنندگان ایران در روسیه.

۷-۴- نبود مراکز پشتیبانی‌کننده اطلاعاتی - خدماتی که از طرف دولت خط‌دهنده و حمایت‌کننده باشند، بی‌آنکه خود به مرکز تجارت دولتی تبدیل شوند.

در مقابل به عنوان یک بازار وارداتی، روسیه روند روبه‌رشدی داشته است، به طوری که میزان واردات ایران از این کشور از ۱۹۷ میلیون دلار در سال ۱۳۷۲ به ۷۰۴ میلیون دلار در سال ۱۳۷۶ افزایش یافته و رتبه این کشور در میان تأمین‌کنندگان واردات ایران از ۲۰ به ۵ صعود کرده است. در بین جمهوری‌های شوروی سابق (CIS) روسیه رتبه اول در صادرات کالا به ایران را طی سال ۱۳۷۶ داشته است.

موانع گسترش روابط بازرگانی دو کشور

اگرچه لازم است موانع گسترش روابط بازرگانی بین ایران و فدراسیون روسیه به صورت تفصیلی و جامع مورد تحقیق و بررسی قرار گیرد، لیکن در این نوشته، فهرست‌وار عمده‌ترین علل این وضعیت ذکر می‌گردد:

۱-۴- عدم آشنایی تجار ایرانی با بازار بزرگ مصرف فدراسیون روسیه را شاید بتوان عمده‌ترین عامل گسترش روابط بازرگانی دو کشور دانست. زیرا اولاً تا قبل از فروپاشی اتحاد جماهیر شوروی، صادرکنندگان ایرانی عمدتاً با شرکت‌های دولتی طرف معامله بوده و آشنایی کافی از بازار مصرف این کشور پنهان نداشتند. ثانیاً با تغییر نظام اجتماعی و اقتصادی روسیه، تحول عظیمی در الگوی مصرف مردم این کشور پدید آمده است

۴-۸- پایین بودن نسبی قدرت خرید افراد (به استثناء اقلیت بسیار ثروتمند منتفع شده از شرایط نابسامان اقتصادی، وضعیت طبقات تحصیل کرده با درآمد متوسط نیز رو به بهبود است).

۴-۹- توقع بالای مصرف‌کنندگان از نظر سطح کیفیت کالا در حد استانداردهای اروپایی و عدم رعایت کیفیت‌های استاندارد توسط کلیه صادرکنندگان ایرانی، فعالیت صادرکنندگان غیرحرفه‌ای که کالاهای ارزان و غیراستاندارد را به بازار عرضه می‌کنند، اعتماد بازار را نسبت به کل محصولات ایرانی از میان برده است.

۴-۱۰- تجربه ناموفق تجارت تهاتری چه در رابطه با روسیه و چه سایر کشورهای بلوک شرق.

بررسی‌ها نشان می‌دهد که عملاً فهرست کالاهای مورد توافق کشورها در معاملات تهاتری، اغلب از طرف هر دو کشور نادیده گرفته شده است و اغلب کالاهایی که امکان عرضه و فروش آسان در بازارهای جهانی به ارزهای معتبر را ندارند، جایگزین کالاهای قابل فهرست‌های مورد توافق شده‌اند. این کالاها اغلب نه از کیفیت خوبی و نه از قیمت پایینی برخوردار بوده‌اند و گاه حتی موردت نیاز کشور طرف معامله نیز نبوده است که این خود، هزینه مبادله ثالثی را به کشورها تحمیل می‌کند.

با توجه به مباحث قبلی درباره ظرفیت‌های بالقوه بالای فدراسیون روسیه برای محصولات ایرانی و موانع موجود، در این قسمت اقداماتی برای رفع موانع موجود و حضور مقتدرانه و پایدار در بازار مصرف روسیه، فهرست‌وار پیشنهاد می‌گردد.

۵-۱- با توجه به اهمیت بازار بزرگ روسیه و نقش کلیدی این کشور در کشورهای CIS، داشتن مرکزی تجاری که ضمن دربرگرفتن نمایندگی‌های مختلف وزارتخانه‌ها، بخش خصوصی و سازمان‌های مختلف مرتبط با تجارت (نظیر بانک، بیمه، صندوق ضمانت و...) هماهنگ‌کننده و خط‌دهنده سیاست‌های تجاری باشد و در ضمن، امکان عرضه کالاهای ایرانی را به صورت یک نمایشگاه‌دایمی فراهم آورد، درحدی معقول توصیه مؤکد می‌شود. کارآمدی چنین مرکزی در درجه اول به حمایت دولت، نیروهای متخصص سازمان‌دهنده آن و هماهنگی سیاست‌های بخشی مربوط می‌شود. در صورت وجود هماهنگی و ارتباطات بین بخشی از معاملات تهاتری به‌طور مثبت می‌توان استفاده کرد.

۵-۲- عدم حضور بانک‌های ایرانی تاکنون در روسیه و دیگر کشورهای CIS موجب ضررهای زیادی بوده که لازم است هر چه زودتر جلوی این ضرر گرفته شود. وجود بانک‌های ایرانی به دلیل کمبودهای موجود و خدماتی که این بانک‌ها می‌توانند ارائه دهند،

حتی می‌تواند به عنوان یک عامل درآمدی در نظر گرفته شود. در این مورد حتی تعیین کارمزدهای پایین رقابتی برای جلب مشتریان خارجی، به گسترش فعالیت‌های بانک ملی و دیگر بانک‌های ایرانی کمک خواهد کرد.

۵-۳- ایجاد خطوط منظم کشتیرانی تجاری بین بندر شمالی جمهوری اسلامی ایران با بندر جنوبی روسیه در دریای خزر.

۵-۴- تعیین رایزن‌های بازرگانی متخصص در سفارت ایران در مسکو، به‌ویژه با توجه به وسعت بازار روسیه از یک طرف و توانمندی‌های مختلف کالایی خدماتی دو کشور از طرف دیگر، لازم است برحسب مناطق و برحسب نیازهای مختلف بخشی، رایزن‌های مختلفی به‌کار شناخت بازار روسیه پردازند.

۵-۵- بررسی عملکرد سایر کشورهای رقیب نظیر ترکیه در بازار روسیه به‌طور مثال در مقابل ۳۷ درصد تعرفه وارداتی بر کالای ایرانی فقط ۳ درصد تعرفه بر کالای ترک در آن کشور اعمال می‌گردد.

۵-۶- ممانعت از عرضه و فروش کالاهای بدون استاندارد ایرانی (به‌ویژه در نمایشگاه‌ها، در مورد کالاهایی که استاندارد اجباری ندارند، نظر اتحادیه‌های صنفی مربوطه در مورد حداقل کیفیت موردنیاز ملاک قرار گیرد).

۵-۷- ایجاد مرکز اطلاع‌رسانی تجاری ایران در روسیه و ارتباط این مرکز با دیگر مراکز اطلاع‌رسانی کشور برای آگاهی واردکنندگان روسی نسبت به توانایی صادراتی ایران.

۵-۸- تعیین و گشایش حداقل اعتبار مبادلاتی بین دو کشور (مثلاً ۱۰۰ میلیون دلار) جهت تسهیل و تسریع در انجام معاملات.

۵-۹- نظر به اینکه فدراسیون روسیه به لحاظ گستردگی جغرافیایی خارق‌العاده و دارا بودن اقوام مختلف، فاقد جمعیت یکپارچه است و بخش اروپایی آن با بخش آسیایی مسلمان و بخش خاور دور آن اختلاف فاحشی از جنبه‌های مختلف داراست، بهتر است گروه‌های خاصی از مصرف‌کنندگان روسی انتخاب و الگوی مصرف آنها و «وضعیت بازار مصرف برای محصولات ایرانی» مورد بررسی قرار گیرد.

۵-۱۰- نظر به اینکه فدراسیون روسیه از ۲۱ جمهوری بعضاً دارای خودمختاری کامل اقتصادی تشکیل گردیده «جمهوری‌های خودمختار مسلمان» از جمله تاتارستان مستقلاً مورد بررسی قرار گیرد.

۵-۱۱- با توجه به «نقش فدراسیون روسیه در اقتصاد کشورهای جدیدالاستقلال (CIS)»، این رابطه حداقل در مورد

کشورهای آسیای مرکزی و قفقاز که برای جمهوری اسلامی ایران جایز اهمیت است، مورد تحقیق قرار گیرد.

۱۲-۵- با توجه به اهمیت توسعه روابط جمهوری اسلامی ایران با کلیه جمهوری‌های شوروی سابق، بررسی و ارزیابی موافقتنامه‌های منعقد شده بین ایران و این جمهوری‌ها، توسط مراکز تحقیقاتی صورت گیرد.

۱۳-۵- برای تحقق حضور اقتصادی ایران در بازارهای روسیه، قوانین و مقررات اقتصادی آن کشور که فعالیت اقتصادی خارجیان را متأثر می‌سازد، خصوصاً مقررات واردات، صادرات و امور گمرکی به‌طور دقیق و مستمر مورد بررسی قرار گرفته و در اختیار صادرکنندگان ایرانی قرار داده شود.

جدول شماره (۵): آخرین وضعیت تجاری ایران با جامعه کشورهای مستقل مشترک‌المنافع در سال ۱۳۷۵

واردات			صادرات			کشور
رتبه	درصد از کل	ارزش (میلیون دلار)	رتبه	درصد از کل	ارزش (میلیون دلار)	
۱۹	۱/۶۶	۲۵۱/۸۴	۴	۶/۱۰	۱۸۹/۵	آذربایجان
۶۳	۰/۰۶	۸/۸۷	۶	۴/۰۳	۱۲۵/۱۱	ترکمنستان
۵۶	۰/۱۴	۲۴/۱۸	۷	۴/۰۱	۱۲۴/۵۵	ازبکستان
۲۷	۰/۶۱	۹۲	۱۰	۳/۱۱	۹۶/۷۰	اوکراین
۵۱	۰/۲۱	۳۱/۶۵	۱۶	۱/۷۰	۵۲/۸۲	ارمنستان
۹	۴/۲۶	۶۴۴/۲۳	۱۸	۱/۵۷	۴۸/۹۰	فدراسیون روسیه
۲۷	۰/۷۴	۱۱۲/۰۱	۱۹	۱/۴۵	۴۵/۰۷	قزاقستان
۵۵	۰/۱۶	۲۷/۲۵	۲۷	۱/۰۴	۳۲/۲۰	قرقیزستان
۷۶	۰/۰۱	۱/۷۴	۲۱	۰/۷۰	۲۱/۷۱	تاجیکستان
۷۲	۰/۰۲	۳/۳۶	۵۱	۰/۱۴	۴/۳۶	گرجستان
۶۴	۰/۰۵	۸/۰۸	۶۱	۰/۰۸	۲/۶۴	روسیه سفید
۸۷	۰/۰۰۲	۰/۳	۱۰۲	۰/۰۰	۰/۱۲	لیتوانی
۸۲	۰/۰۰۸	۱/۲۷				استونی
-	۷/۶۸	۱۷۰۶/۶۸	-	۲۳/۹۵	۷۴۳/۷۸	جمع کل

جدول شماره (۶): ارزش تجارت خارجی ایران با کشورهای مستقل مشترک‌المنافع در سال ۱۳۷۶

واردات			صادرات			کشور
رتبه	درصد از کل	ارزش (میلیون دلار)	رتبه	درصد از کل	ارزش (میلیون دلار)	
۲۵	۰/۸	۱۱۹	۴	۶/۷	۱۹۳/۷	آذربایجان
۷۳	۰/۰۴	۵/۵	۵	۵/۱	۱۴۶/۱	ترکمنستان
۵۶	۰/۱	۱۷/۶	۷	۳/۶	۱۰۴/۲	ازبکستان
۲۳	۰/۹	۱۳۲/۷	۱۱	۲/۹	۸۳/۷	اوکراین
۴۲	۰/۳	۴۲/۶	۲۰	۱/۴	۳۹/۹	ارمنستان
۵	۵	۷۰۴	۱۷	۱/۶	۴۵/۵	فدراسیون روسیه
۲۷	۰/۷	۹۹/۸	۲۲	۱/۱	۳۲/۸	قزاقستان
۶۴	۰/۱	۱۳	۲۸	۰/۷	۲۱/۱	قرقیزستان
۷۹	۰/۰۲	۳	۲۵	۱/۰	۲۸/۹	تاجیکستان
۸۶	۰/۰۰۸	۱	۴۶	۰/۲	۶/۹	گرجستان
۶۷	۰/۰۷	۹/۵	۱۳۵	۰/۰۰۰	۰/۰۱	استونی
۶۹	۰/۰۶	۷/۶	۹۱	۰/۰۱۱	۰/۳	روسیه سفید
۱۰۶	۰/۰۰	۰/۰۲	۱۳۳	۰/۰۰۱	۰/۰۱۷	لیتوانی

مأخذ: سالنامه آمار بازرگانی خارجی جمهوری اسلامی ایران، ۱۳۷۶، گمرک ایران

جدول شماره (۸): آمار واردات ایران
از فدراسیون روسیه طی سال ۱۳۷۶

جدول شماره (۷): آمار صادرات ایران
به فدراسیون روسیه طی سال ۱۳۷۶

ردیف	نوع کالا	ارزش دلاری
۱	محصولات تخت نورد شده	۱۴۱,۲۴۶,۶۶۹
۲	پروفیل با مقطع L	۳۷,۲۳۲,۰۱۵
۳	میله‌های آهنی یا فولادی	۳۳,۹۹۰,۱۱۵
۴	میله‌های گرم نورد شده	۳۲,۹۵۷,۵۲۶
۵	کاغذ نیمه‌شیمیایی فلوتینگ	۱۸,۹۲۴,۶۱۳
۶	کودهای معدنی و شیمیایی	۱۷,۷۳۶,۷۲۸
۷	پنبه کوهی	۱۷,۵۴۹,۰۵۹
۸	محصولات تخت نورد شده فولادی	۱۶,۸۳۵,۹۸۳
۹	چوب اره شده	۱۵,۱۵۷,۲۴۴
۱۰	کاغذ روزنامه	۱۴,۹۰۲,۶۱۲
۱۱	پروفیل با مقطع U	۱۳,۳۷۴,۳۹۷
۱۲	کاغذ و مقوا	۱۲,۹۴۹,۴۱۹
۱۳	مفتول آهنی و فولادی	۱۲,۱۵۴,۶۷۹
۱۴	کتاب، جزوه و مطبوعات	۱۱,۸۶۴,۸۲۵
۱۵	الکتروود	۱۱,۵۰۳,۴۸۲
۱۶	الیاف مصنوعی	۱۱,۴۰۴,۱۲۴
۱۷	پروفیل با مقطع L یا T	۸,۷۹۱,۴۱۸
۱۸	اجزاء و قطعات توربین‌های بخار	۸,۴۶۸,۸۹۴
۱۹	آهن یا فولاد تخت نورد شده	۲,۶۹۳,۵۵۲
	جمع کل	۷۰۴,۳۲۷,۱۷۱

ردیف	نوع کالا	ارزش دلاری
۱	کنسرو گوجه‌فرنگی	۹,۵۷۲,۶۶۹
۲	خمیر غذایی و حاوی تخم‌مرغ	۸,۲۳۲,۹۹۶
۳	خمیر غذایی بدون تخم‌مرغ	۳,۸۶۰,۷۳۴
۴	سنگ روی و کنساتره آن	۳,۰۰۶,۹۴۵
۵	انگور	۲,۴۷۳,۲۵۲
۶	پسته	۲,۳۳۱,۸۵۸
۷	زعفران	۱,۱۰۲,۱۷۵
۸	کفش ورزشی غیرچرمی	۱,۰۵۲,۶۰۵
۹	کفش تمرینی	۸۵۱,۵۸۰
۱۰	زردآلو	۷۴۹,۸۵۸
۱۱	انجیر	۷۴۲,۹۴۸
۱۲	الکل اتیلیک	۶۵۵,۸۳۲
۱۳	چهارگوش سرامیکی	۵۹۲,۳۸۵
۱۴	رادیاتور خودرو	۵۵۳,۳۵۱
۱۵	خرما	۵۱۱,۶۴۶
۱۶	مبل‌های چوبی	۴۶۱,۳۱۱
۱۷	واگن‌های مخزنی	۴۳۵,۰۰۰
۱۸	ماهی‌های یهن	۳۸۲,۹۵۴
۱۹	کفش ورزشی چرمی	۳۷۳,۱۷۰
۲۰	آب سیب	۳۴۶,۷۹۱
۲۱	مواد نباتی خام برای رنگریزی	۳۴۳,۸۳۳
۲۲	بادام	۲۹۳,۰۹۰
۲۳	سیب تازه	۲۸۸,۸۱۶
۲۴	روده، بادکنک و شکمبه حیوانات	۲۵۸,۹۷۴
۲۵	کاشی و چهارگوش	۲۵۵,۴۶۵
۲۶	انواعی از ماهی	۲۴۵,۹۸۰
	جمع کل	۲۵,۵۲۵,۸۲۱

استخراج از سالنامه آمار بازرگانی خارجی جمهوری اسلامی ایران،
۱۳۷۶، گمرک جمهوری اسلامی ایران

استخراج از سالنامه آمار بازرگانی خارجی جمهوری اسلامی ایران،
۱۳۷۶، گمرک جمهوری اسلامی ایران