




سیمای صادرات ایران و استان فارس در سال ۱۳۹۹

مرکز آموزش و پژوهش‌های اقتصادی و اجتماعی اتاق بازرگانی شیراز

گزارش شماره ۰۹ / ۰۱

سال ۱۴۰۰

کد مدرک: SCCIM-FR-۰۰۹-۰۰۰	گزارش	اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی شیراز
تاریخ:		


موضوع گزارش:	
سپیمای صادرات ایران و استان فارس در سال ۱۳۹۹	
تنظیم کننده: نجمه ایزدی	تاریخ ارائه: ۱۴۰۰/۰۳/۲۴

مقدمه

یکی از حوزه‌های مهم و تأثیرگذار بر تولید ناخالص داخلی کشور، صادرات غیرنفتی است که می‌تواند از مجاری مختلفی، بر تولید ناخالص داخلی اثرگذار باشد. اقتصاد ایران که به‌واسطه درآمدهای نفتی و نوسانات عمده آن نتوانسته است آن‌گونه که باید بخش غیرنفتی خود را بهبود دهد. می‌توانست در شرایط تنگنای درآمدهای نفتی از جایگزینی صادرات غیرنفتی برای جبران صادرات نفتی بهره‌برد و این اقدام از ضروریات اقتصاد کشور برای گذار به یک اقتصاد سالم و با درآمدهای پایدار است. برای شتاب بخشیدن به صادرات غیرنفتی باید به ماهیت ساختار موجود و سپس ایجاد تحول ساختاری در حوزه صادرات توجه کرد. در شرایط کنونی و با توجه به وجود انواع مشکلات در صادرات کالا به‌واسطه تشدید تحریم‌ها و شیوع بیماری کووید ۱۹ صادرات نفتی در سال ۱۳۹۹ رشد چندانی نداشته است.

در یک نگاه می‌توان گفت صادرات غیرنفتی دارای مشکلات متعددی است که برخی از آنها شامل موانع پیمان‌سپاری ارزی، نوسانات بالای نرخ ارز، نبود نظام ارزی مشخص، افزایش هزینه تولید، عدم بازاریابی مناسب و مستمر، ضعف دستگاه دیپلماسی اقتصادی و ... است. تعیین راهبرد مناسب تجاری برای کشور و نحوه تعامل با اقتصاد جهانی از گام‌های مهم سیاست‌گذاری تجاری کشور بوده و وجود چنین راهبرد مناسبی، باعث می‌شود صادرکنندگان امکان برنامه‌ریزی برای بازاریابی محصولات خود و افزایش تولید و اشتغال را داشته باشند. بنابراین یکی دیگر از مهم‌ترین مشکل صادرات غیرنفتی کشور این است که سیاست‌های تجاری کشور از یک روند باثبات در بلندمدت و در جهت تعامل بیشتر با کشورهای هدف تجاری برخوردار نیست. به‌عبارت دیگر اگرچه طی سال‌های اخیر اقدامات متعددی انجام شده است، اما آمار صادرات غیرنفتی کشور متناسب با ظرفیت‌های بالقوه اقتصادی کشور نبوده و نیست. برای این‌که بتوان به‌طور بنیادی و بلندمدت تأثیرگذاری صادرات غیرنفتی را در حوزه تولید مشاهده کرد، باید بعد از اصلاحات ساختاری (اصلاح و تقویت قوانین و مقررات، فرایندها و سامانه‌های تجارت خارجی)، بخش‌هایی از اقتصاد کشور که مزیت دارد را شناسایی و تولیدات با فناوری بالا را در آن بخش‌ها ساماندهی کرد. در این راستا وزارت صنعت، معدن و تجارت مسئولیت مهمی دارد.

گام بعدی در راستای انتقال فناوری استفاده از روش‌های مختلف از جمله فعال شدن دستگاه دیپلماسی کشور است تا بتواند با کاهش مشکلات تحریمی، واردات فناوری مورد نیاز برای جهش تولید را تسهیل نموده و سطح رقابت‌پذیری کالاهای داخلی را در حد قابل قبولی در سطح استانداردهای رقابت‌پذیر بین‌المللی ارتقا دهد.

کد مدرک: SCCIM-FR-۰۰۹-۰۰۰	گزارش	اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی شیراز
تاریخ:		

بازاریابی فعال گام دیگری است که نیازمند فعال شدن حداکثری سازمان توسعه تجارت و معاونت اقتصادی وزارت امور خارجه کشور است. به طوری که این دو سازمان باید با اتکا به رایزنان بازرگانی کارآمد و متخصص، بازاریابی فعال صادراتی را در خصوص محصولات داخلی انجام دهند.

علاوه بر این تلاش‌های دیپلماتیک از جمله نشست‌های مستمر، ادواری و مشترک مسئولان و فعالان اقتصادی ایران و کشورهای عمده طرف تجاری جهت تبادل نظر و امکان‌سنجی نحوه و زمینه‌های همکاری‌های تجاری، برای بی‌اثر کردن تحریم‌ها دارای اهمیت کلیدی است. وجود بازارهای جایگزین که امکان مبادله با آنها در شرایط تحریم وجود داشته باشد و همکاری و عضویت در اتحادیه‌های منطقه‌ای دارای سود متقابل تجاری برای طرفین و شناسایی بازارهای جایگزین برای بازارهای فعلی و گسترش روابط تجاری برای محصولات داخلی نیز می‌تواند بسیار مؤثر باشد. البته باید توجه داشت صرفاً توافق تجاری مشکل صادرات را حل نمی‌کند و مشکلات مربوط به حوزه نقل و انتقال ارز، زیرساخت‌های مورد نیاز حمل و نقل، تبادلات بانکی و ... بر حجم تجارت مؤثر هستند و توافق تجاری این مسائل را شامل نمی‌شود که نیازمند توجه به این حوزه‌هاست.

در نهایت می‌توان بیان کرد برای افزایش صادرات غیرنفتی ایران علاوه بر اقدامات جاری و کوتاه‌مدت که به آنها اشاره شد، اقدامات ساختاری و نهادی در حوزه تجارت نظیر تعیین مزیت‌های صادراتی کشور و سرمایه‌گذاری در تولید این کالاها باید در اولویت قرار گیرد.


صادرات کشور در سال ۱۳۹۹

- منطقه اوراسیا

در سال ۱۳۹۹ بیشترین صادرات ایران در منطقه اوراسیا به فدراسیون روسیه و به ارزش ۵۰۱ میلیون دلار صورت گرفته است. کم‌ترین میزان آن به کشور بلاروس و به ارزش ۲۰ میلیون ریال بوده است. میزان و ارزش کل صادرات کشور به این منطقه به ترتیب ۲۶۶۴ هزار تن و ۱۰۳۹ میلیون دلار می‌باشد.

جدول ۱: مهم‌ترین شرکای تجاری ایران در منطقه اوراسیا در سال ۱۳۹۹

کشور	ارزش (هزار دلار)	وزن (تن)
فدراسیون روسیه	۵۰۱۴۷۳	۱۰۴۶۰۱۰
ارمنستان	۳۰۴۳۳۳	۱۲۴۵۶۱۰
قزاقستان	۱۶۶۷۷۹	۳۳۶۵۶۷۸
قرقیزستان	۴۵۹۱۶	۲۹۲۶۹
بلاروس	۲۰۶۴۴	۶۶۷۰
جمع	۱۰۳۹۱۴۵	۲۶۶۴۱۲۷

کد مدرک: SCCIM-FR-۰۰۹-۰۰۰	گزارش	اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی شیراز
تاریخ:		

- کشورهای همسایه

مجموع صادرات ایران به کشورهای همسایه به لحاظ ارزش و وزن به ترتیب ۲۰۱۷۷ و ۶۷۷۱۶ هزار تن می‌باشد. بیشترین میزان صادرات به کشور عراق و ارزش و وزن آن به ترتیب ۷۴۳۷ میلیون دلار و ۲۵۶۴۸ هزار تن بوده است. در میان همسایگان ایران کمترین صادرات به ارزش ۸ میلیون دلار و وزن ۱۱ هزار تن به کشور بحرین تعلق گرفته است.

جدول ۲: مهم‌ترین شرکای تجاری ایران در میان کشورهای همسایه در سال ۱۳۹۹

کشور	ارزش (هزار دلار)	وزن (تن)
عراق	۷۴۳۷۳۱۸	۲۵۶۴۷۶۴۸
امارات	۴۶۵۵۷۴۴	۱۵۴۱۳۶۲۱
ترکیه	۲۵۱۸۲۴۵	۶۳۷۷۲۲۰
افغانستان	۲۳۰۵۵۵۷	۷۰۲۱۹۰۷
پاکستان	۱۰۰۰۹۳۹	۲۵۴۴۰۸۰
فدراسیون روسیه	۵۰۱۴۷۳	۱۰۴۶۰۱۰
عمان	۴۳۷۴۴۰	۱۹۶۷۹۴۴
آذربایجان	۳۸۱۷۲۴	۹۹۴۵۰۹
ارمنستان	۳۰۴۳۳۳	۱۳۴۵۶۱۰
قطر	۱۶۷۰۳۴	۱۳۴۷۲۴۳
قزاقستان	۱۶۶۷۷۹	۳۳۶۵۶۸
کویت	۱۵۵۰۳۲	۳۰۳۴۰۲۷
ترکمنستان	۱۳۶۶۰۳	۷۲۸۶۲۷
بحرین	۸۴۶۷	۱۰۵۸۳
جمع	۲۰۱۷۶۶۸۹	۶۷۷۱۵۵۹۵


منبع: سازمان توسعه تجارت

- صادرات غیرنفتی کشور در بخش‌های عمده

صادرات کشور در سال ۱۳۹۹ به ارزش ۳۴۸۱۴ میلیون دلار و به وزن ۱۱۳۶۱۸ هزار تن بوده است. در میان بخش‌های عمده بیشترین میزان صادرات مربوط به بخش پتروشیمی و پایه نفتی و به ارزش ۱۷۱۹۴ میلیون دلار و با وزن ۵۷۳۳۴ هزار تن بوده است. فرش و صنایع دستی کمترین میزان صادرات در سال ۱۳۹۹ با ارزش ۱۳۱ میلیون دلار و وزن ۲۵ هزار تن به خود اختصاص داده است.

جدول ۳: صادرات غیرنفتی کشور در بخش‌های عمده در سال ۱۳۹۹

بخش	ارزش (هزار دلار)	وزن (تن)
پتروشیمی و پایه نفتی	۱۷۱۹۴۰۷۲	۵۷۳۳۳۹۸۷
معدن و صنایع معدنی	۷۵۰۱۲۶۳	۴۳۳۱۲۳۴۸
کشاورزی و صنایع غذایی	۶۱۶۲۵۲۳	۸۸۲۸۷۳۲
صنعت	۳۵۲۷۶۹۱	۳۵۴۲۰۷۹

کد مدرک: SCCIM-FR-۰۰۹-۰۰۰	گزارش	اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی شیراز
تاریخ:		

۵۷۶۰۷۳	۲۹۷۶۲۵	میعانات گازی
۲۴۵۲۱	۱۳۱۰۸۱	فرش و صنایع دستی
۱۱۳۶۱۷۷۴۰	۳۴۸۱۴۲۵۵	جمع

منبع: سازمان صنعت، معدن و تجارت استان فارس

- واردات در سال ۱۳۹۹ به تفکیک کالاهای مصرفی، واسطه‌ای و سرمایه‌ای

کالاهای واسطه‌ای بیشترین میزان واردات را در سال ۱۳۹۹ به ارزش ۲۷۱۹۱ میلیون دلار و به وزن ۳۰۷۷۰ هزار تن به خود اختصاص داده‌اند. کالاهای سرمایه‌ای، مصرفی و نامشخص به ترتیب به ارزش ۵۶۱۴، ۵۱۴۴ و ۳۲۴ میلیون دلار واردات داشته‌اند.

جدول ۴: واردات به تفکیک نوع کالا در سال ۱۳۹۹

نوع کالای وارداتی	ارزش (هزار دلار)	وزن (تن)
واسطه‌ای	۲۷۱۹۱۳۵۴	۳۰۷۷۰۴۹۱
سرمایه‌ای	۵۶۱۳۷۳۵	۵۹۳۴۸۰
مصرفی	۵۱۴۴۳۸۹	۸۴۸۵۸۲
نامشخص	۳۲۳۵۵۳	۳۷۱۸۶

منبع: سازمان توسعه تجارت


سیمای صادرات استان فارس

- رتبه استان در صادرات سال ۱۳۹۹

صادرات کشور در سال ۱۳۹۹ بسیار کاهش داشته است و همان‌گونه که گفته شد علاوه بر مشکلات ساختاری، مهم‌ترین دلیل آن تحریم‌های بین‌المللی و شیوع بیماری کووید ۱۹ بوده است. استان فارس با ۱۹۸ میلیون دلار صادرات در جایگاه نوزدهم قرار گرفته است. با مقایسه میزان صادرات استان در سال ۱۳۹۹ و مدت مشابه سال قبل (۴۰۷ میلیون دلار) مشاهده می‌گردد که صادرات استان فارس با افت بیش از ۵۱ درصدی مواجه بوده است.

جدول ۵: صادرات استان‌ها به ترتیب ارزش در سال ۱۳۹۹

ردیف	استان	ارزش (هزار دلار)	وزن (تن)
۱	هرمزگان	۱۰۲۳۳۵۵۲	۳۵۳۱۸۴۱۹
۲	بوشهر	۶۰۰۴۴۰۶	۲۴۶۰۴۰۱۹
۳	خوزستان	۴۵۱۳۶۵۵	۱۷۸۳۸۱۷۱
۴	کرمانشاه	۲۱۹۲۱۴۵	۸۱۵۸۲۵۵
۵	آذربایجان شرقی	۱۴۲۱۳۲۸	۳۰۹۵۸۰۸
۶	خراسان رضوی	۱۳۲۵۸۰۵	۲۷۳۸۸۵۳
۷	آذربایجان غربی	۱۳۱۴۴۰۳	۴۴۱۵۰۵۳
۸	کرمان	۱۰۴۴۶۲۷	۴۳۵۷۵۸

کد مدرک: SCCIM-FR-۰۰۹-۰۰۰	گزارش	اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی شیراز
تاریخ:		


۱۷۰۵۳۰۷	۸۹۶۳۲۲	مرکزی	۹
۱۸۷۴۱۰۹	۸۵۸۸۷۷	اصفهان	۱۰
۶۴۳۴۷۶	۸۴۶۶۷۴	تهران	۱۱
۱۵۶۸۷۹۷	۶۷۰۱۰۵	کردستان	۱۲
۱۱۶۳۱۷۱	۶۰۸۴۳۳	گیلان	۱۳
۵۷۷۷۹۷	۴۰۶۷۴۰	ایلام	۱۴
۱۲۶۳۹۷۱	۳۶۹۴۰۱	سیستان و بلوچستان	۱۵
۲۹۵۳۵۵۳	۳۶۹۲۸۴	یزد	۱۶
۵۹۸۴۳۲	۲۹۹۴۴۵	قزوین	۱۷
۱۵۷۱۳۹	۲۶۲۹۸۷	زنجان	۱۸
۴۶۶۹۰۴	۱۹۸۳۶۰	فارس	۱۹
۶۳۷۰۰۶	۱۷۸۱۷۹	مازندران	۲۰
۱۲۳۸۳۶	۱۳۹۶۴۰	قم	۲۱
۱۶۲۰۴۹۰	۱۲۷۷۹۱	خراسان جنوبی	۲۲
۴۰۰۲۵۵	۱۱۴۷۶۰	همدان	۲۳
۲۶۵۲۲۲	۱۱۳۴۸۰	گلستان	۲۴
۲۵۷۰۵۱	۶۳۲۶۸	سمنان	۲۵
۹۳۷۰۶	۶۱۹۳۵	البرز	۲۶
۲۳۷۵۸۰	۵۳۷۸۸	اردبیل	۲۷
۱۵۹۷۳۷	۴۴۳۸۷	خراسان شمالی	۲۸
۳۷۲۷۲	۳۳۶۸۷	چهارمحال و بختیاری	۲۹
۴۹۹۳۳	۱۶۹۹۹	لرستان	۳۰
۱۴۱۶	۲۵۱۴	کهگیلویه و بویر احمد	۳۱

منبع: سازمان توسعه تجارت

- مهم ترین محصولات صادراتی استان فارس

در جدول ۶، ۵ محصول عمده صادراتی استان فارس در سال ۲۰۲۰ و مقایسه آن با ارقام کشوری و جهانی آمده است. در این سال آلومینیوم و مشتقات آن بیشترین سهم را در صادرات استان فارس داشته است. ارزش صادرات این محصول ۵۱ میلیون دلار برآورد شده است. ارزش صادراتی آلومینیوم برای ایران ۱۲۴ و برای جهان ۱۶۴۲۴۹ میلیون دلار بوده است. ارزش صادرات محصولات آلومینیومی استان فارس در سال ۲۰۲۰ تقریباً نیمی از ارزش صادرات کشور (۴۱ درصد) را به خود اختصاص داده است.

پس از آن اوره (۳۷ میلیون دلار)، خشکبار شامل کشمش، خرما، انجیر و پسته (۱۶ میلیون دلار)، میوه و تره بار به استثناء خرما (۱۴ میلیون دلار) و رب گوجه فرنگی (۹ میلیون دلار) در جایگاه دوم تا چهارم صادرات استان قرار گرفته است. رب گوجه فرنگی نیز ۸۲ درصد صادرات کشور را به خود اختصاص داده است.

کد مدرک: SCCIM-FR-۰۰۹-۰۰۰	گزارش	اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی شیراز
تاریخ:		

جدول ۶: عمده ترین محصولات صادراتی استان فارس در سال ۲۰۲۰ و مقایسه با ارقام کشور و جهان (هزار دلار)


محصول یا گروه کالا	استان فارس	ایران	جهان
آلومینیوم (و مشتقات آن)	۵۱۴۹۶	۱۲۳۷۷۰	۱۶۴۲۴۸۷۷۶
اوره (و مشتقات آن)	۳۷۱۲۹	۲۴۴۱۶۹	۲۱۲۸۰۵۰۲
خشکبار (کشمش، خرما، انجیر، پسته)	۱۵۷۵۶	۱۰۸۷۹۲۸	۴۳۷۹۰۷۲۷
میوه و تره بار (به استثناء خرما)	۱۳۸۵۵	۱۰۹۸۰۹	۷۷۳۴۱۰۷۲
رب گوجه فرنگی	۹۳۵۰	۱۰۸۳۶	۴۸۸۹۷۴۷

منبع: سازمان صنعت، معدن و تجارت استان فارس و مرکز تجارت جهانی

- جداول نقاط قوت و ضعف و فرصت‌ها و تهدیدهای برخی محصولات منتخب صادراتی استان فارس (SWOT)

جدول ۷: نقاط قوت و ضعف و فرصت‌ها و تهدیدهای خرما


خرما	
نقاط قوت	<ul style="list-style-type: none"> داشتن رتبه دوم میزان تولید خرما در جهان. وجود بیشترین تنوع خرماهای جهان در ایران. دارا بودن قابلیت ایجاد امنیت غذایی، اشتغال زایی، حفظ محیط زیست و توسعه پایدار کشاورزی به عنوان یک محصول استراتژیک. در اختیار داشتن شرایط اقلیمی مناسب برای تولید خرماهای تجاری و ایجاد زنجیره ارزش در صنعت خرما. دسترسی به آب‌های آزاد از طریق خلیج فارس و دریای عمان برای صادرات به کشورهای هدف. ارگانیک بودن محصول خرما.
نقاط ضعف	<ul style="list-style-type: none"> عدم آشنایی کافی بهره‌برداران با روش‌های اصولی جمع‌آوری، بسته‌بندی، حمل و نقل و نگهداری محصول. فرسوده بودن و یا غیراقتصادی بودن برخی از نخلستان‌ها به دلیل افزایش سن درختان. کمبود کارگاه‌ها و کارخانه‌های بسته‌بندی مدرن. افزایش هزینه‌های حمل و نقل داخلی و خارجی خصوصاً کانتینرهای سردخانه‌دار. کمبود کانتینرهای سردخانه دار در کشور. کمبود امکانات لجستیکی، حمل و نقل، نگهداری و خدمات متناسب با انواع خرماهای صادراتی. عدم شناخت صحیح از بازارهای هدف و سلائق و الگوهای مصرفی در کشورها. عدم اطلاع‌رسانی در معرفی خرماهای ایرانی، ارزش تغذیه‌ای و خواص آن. بالا بودن هزینه شرکت در نمایشگاه‌های بین‌المللی معتبر. بالا بودن نرخ تسهیلات اعتباری بانک‌ها.
فرصت‌ها	<ul style="list-style-type: none"> ایران یکی از بزرگترین کشورهای تولیدکننده خرما با دارا بودن وسیع‌ترین باغات خرما در جهان بازار هند بیشترین ظرفیت تقاضا را برای خرماهای ایران دارد. ارزآوری خوب خرما برای کشور به‌عنوان یک ظرفیت صادراتی و فرصت خوب برای اشتغال‌زایی در کشور
تهدیدها	<ul style="list-style-type: none"> ورود افراد غیرمتخصص و غیرحرفه‌ای به حوزه تجارت در بازارهای صادراتی افزایش هزینه‌های حمل‌ونقل داخلی و خارجی شیوع ویروس کرونا در اواخر سال ۱۳۹۸ و لغو برخی از صادرات و رویدادهای تجاری.
پیشنهادها و راهکارهای توسعه صادرات	<ul style="list-style-type: none"> حمایت از تشکیل شبکه‌های پیش‌آگاهی برداشت از طریق جلب مشارکت تشکلهای تولیدی صنعتی و صادراتی خرما. بررسی و شناسایی انواع خرماهای صادراتی مورد علاقه و نیاز بازارهای خارجی. هدایت کاشت و تولید به سمت انواع واریته‌های بازارپسند و صادراتی. اعطای تسهیلات از محل کمک‌های فنی و اعتباری جهت سرمایه‌گردش واحدهای بسته‌بندی و فرآوری خرما. تجهیز و ایجاد سردخانه و انبارهای مکانیزه جهت افزایش مدت زمان ماندگاری محصول. توسعه و نوسازی صنایع بسته‌بندی و فرآوری خرما.

کد مدرک: SCCIM-FR-۰۰۹-۰۰۰	گزارش	اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی شیراز
تاریخ:		

<ul style="list-style-type: none"> • برندسازی با دیدگاه برند محصولی - منطقه‌ای و برند بنگاهی. تدوین استانداردهای فنی و بهداشتی برای خرما توسط سازمان‌های ذی‌ربط. 	
---	--

جدول ۸: نقاط قوت و ضعف و فرصت‌ها و تهدیدهای کشمش

کشمش	
	نقاط قوت
---	نقاط ضعف
<ul style="list-style-type: none"> • بالا بودن قیمت تمام شده کشمش برای باغداران با توجه به عملکرد پایین در تولید نسبت به سایر کشورهای رقیب. • بالا بودن سموم باقیمانده در کشمش و مرجوع شدن کشمش صادراتی در برخی موارد • بالا بودن ضایعات کارخانجات کشمش و در نتیجه بالا رفتن بهای تمام شده محصول • اتخاذ تصمیمات غیرکارشناسی در حوزه خرید محصولات کشاورزی به ویژه کشمش در سال‌های اخیر • نبود تشکلهای صادراتی قدرتمند در زمینه صادرات کشمش در راستای یکپارچه‌سازی فرایندهای صادرات، جلوگیری از رقابت‌های ناسالم میان صادرکنندگان و افزایش توان تأثیرگذاری و فعالیت آنها در بازارهای بین‌المللی • رقابت ناسالم شرکتهای ایرانی در بازارهای هدف • ضعف در انبار داری و حمل و نقل کشمش • مشکل در نقل و انتقال ارز حاصل از صادرات به داخل کشور (به ویژه کشورهای اروپایی) • نبود تعرفه ترجیحی برای صادرکنندگان ایرانی در مقایسه با صادرکنندگان سایر کشورها • عدم سرمایه‌گذاری در زمینه بسته‌بندی‌های مدرن در این صنعت و صادرات کشمش به صورت فله‌ای در کارتن‌های ۱۰ کیلویی و بالاتر • فقدان انجام تحقیقات کاربردی مرتبط با کشمش در بخش‌های مختلف کشاورزی، بسته‌بندی، بهداشت و استاندارد و ... • فقدان صنایع وابسته، بازاریابی و توسعه محصولات جدید بر پایه کشمش • عدم آشنایی کافی در استفاده از روش‌های نوین توسط باغداران برای تولید کشمش و بالا بودن بار میکروبی و همچنین ضایعات بالای این محصول • بسته‌بندی نامناسب و نگهداری کشمش در گونی‌های غیربهداشتی توسط باغداران و انبار کردن و روی هم قرار دادن تعداد زیادی گونی که موجب از بین رفتن کشمش و افزایش ضایعات آن می‌گردد. 	
---	فرصت‌ها
<ul style="list-style-type: none"> • کاهش قیمت فروش کشمش توسط صادرکنندگان ترکیه به دلیل اختصاص یارانه صادراتی توسط دولت ترکیه به صادرات این محصول و در نتیجه از بین رفتن توان رقابت صادرکنندگان ایرانی در بازارهای جهانی نسبت به این کشور. • کاهش استقبال اروپاییان از کشمش ایران به دلیل باقی ماندن سموم در محصول صادراتی ایران. • رقابت ناسالم شرکتهای ایرانی در بازار هدف • شیوع ویروس کرونا در اواخر سال ۱۳۹۸ و لغو برخی از صادرات و رویدادهای تجاری. 	تهدیدها
<ul style="list-style-type: none"> • نگهداری و ذخیره‌سازی کشمش در سبدهای مخصوص که از ضایعات آن جلوگیری خواهد کرد (در حال حاضر ضایعات کشمش در کشور ما به دلیل نگهداری و ذخیره‌سازی کشمش در گونی‌های غیربهداشتی حدود ۲۰ درصد است این در حالی است که این رقم در کشورهایی مانند ترکیه ۳ تا ۴ درصد می‌باشد). • داربستی کردن باغات انگور. • تخصیص یارانه‌های وزارت جهاد کشاورزی برای داربستی کردن باغات در کشور. • تخصیص جوایز صادراتی به صادرکنندگان کشمش. • ایجاد تشکلهای صادراتی توانمند در سطح ملی و استانی و حمایت مالی از این تشکلهای. • سرمایه‌گذاری بخش خصوصی و حمایت دولت در جهت برندسازی کشمش. • برگزاری دوره‌های آموزشی ویژه تولیدکنندگان، تجار و فعالین حوزه کشمش در جهت آشنایی با شیوه‌های نوین بازاریابی، بسته‌بندی، برند سازی، نحوه تولید و فرآوری محصول کشمش در کشورهای پیشرو. 	پیشنهادها و راهکارهای توسعه صادرات


کد مدرک: SCCIM-FR-۰۰۹-۰۰۰	گزارش	اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی شیراز 
تاریخ:		

جدول ۹: نقاط قوت و ضعف و فرصت‌ها و تهدیدهای انجیر

انجیر	
نقاط قوت	---
نقاط ضعف	<ul style="list-style-type: none"> • استفاده از روش‌های سنتی در تولید و تجارت. • نبود خرید توافقی: فقدان سیستم‌های خرید توافقی در محصولات کشاورزان توسط واحدهای ضبط، نگهداری، فرآوری و بسته‌بندی انجیر. • نگهداری غیرمناسب در کارگاه‌های غیرمجاز توسط افراد و صنوف غیرمرتبط. • استفاده نامناسب از سموم دفع آفات و کودهای شیمیایی. • عدم آشنایی کافی در استفاده از روش‌های نوین توسط باغداران برای تولید انجیر و بالا بودن بار میکروبی و همچنین ضایعات این محصول. • عدم توانایی مالی صادرکنندگان و عدم دسترسی به امکانات مالی با بهره پایین. • استفاده از روش‌های سنتی در تجارت بین‌الملل. • عدم فراوری و توسعه صنایع پایین دستی محصول انجیر. • عدم برند سازی و بسته‌بندی نامناسب محصول انجیر. • رقابت ناسالم شرکت‌های ایرانی در بازارهای هدف.
فرصت‌ها	---
تهدیدها	<ul style="list-style-type: none"> • شیوع ویروس کرونا در اواخر سال ۱۳۹۸ و لغو برخی از صادرات و رویدادهای تجاری.
پیشنهادها و راهکارهای توسعه صادرات	<ul style="list-style-type: none"> • اطلاع‌رسانی مؤثر به صادرکنندگان در رابطه با منابع موجود بانکی و ضوابط و مقررات. • ایجاد تنوع بیشتر در تسهیلات اعطایی بانک‌ها. • اطلاع‌رسانی فهرست سموم دفع آفات نباتی مورد تأیید و مجاز مناسب باغات انجیر جهت معرفی به باغداران و تولیدکنندگان.

جدول ۱۰: نقاط قوت و ضعف و فرصت‌ها و تهدیدهای گوجه فرنگی

گوجه فرنگی	
نقاط قوت	•
نقاط ضعف	<ul style="list-style-type: none"> • در سال ۲۰۱۹، فروش جهانی گوجه‌فرنگی‌های صادراتی بالغ بر ۹ میلیارد دلار تخمین زده شد. در مجموع، از سال ۲۰۱۵ ارزش صادرات گوجه‌فرنگی و حمل و نقل آن ۵۸٫۸ درصد افزایش پیدا کرد و از سال ۲۰۱۸ تا ۲۰۱۹ این میزان تا ۶۲ درصد کاهش یافت. • در سال ۲۰۲۰، کشور مکزیک با صادرات گوجه‌فرنگی به ارزش ۲٫۲ میلیارد دلار، معادل ۲۴٫۱ درصد از مجموع صادرات جهانی این محصول را به خود اختصاص داد. کشورهای هلند، اسپانیا، مراکش، فرانسه، کانادا، بلژیک، ترکیه، آمریکا و چین نیز در رتبه‌های بعدی قرار دارند. همین آمار به تنهایی نشان می‌دهد که تا چه اندازه صادرات گوجه فرنگی در بازار جهانی اهمیت دارد.
فرصت‌ها	<ul style="list-style-type: none"> • وجود شرایط اقلیمی مناسب در ایران وجود تنوع زیاد محصولات میوه و تره بار در اختیار داشتن نیروی انسانی مناسب دسترسی و سهم صادرات بالا در بازار کشورهای همسایه به ویژه عراق و امارات
تهدیدها	•
پیشنهادها و راهکارهای توسعه صادرات	<ul style="list-style-type: none"> • رفع تعهد ارزی برای محصولات کشاورزی فساد پذیر (میوه و تره بار و گل و گیاه زینتی) • رفع تعلیق کارت‌های بازرگانی صادرکنندگان خوش نام و شناسنامه دار • تجهیز کانتینرهای یخچالی و کاهش هزینه‌های ناوگان حمل و نقل جاده‌ای، ریلی و دریایی برای صادرات محصولات کشاورزی فساد پذیر • کاهش قیمت‌های پایه صادراتی برای محصولات میوه و تره بار مازاد تولید در کشور • شناسایی شرکت‌ها و تجار خوش نام بازارهای هدف توسط رایزنان بازرگانی

کد مدرک: SCCIM-FR-۰۰۹-۰۰۰	گزارش	اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی شیراز 
تاریخ:		


<ul style="list-style-type: none"> • پرداخت تسهیلات به شرکت های مدیریت صادراتی برای بازار سازی محصولات کشاورزی در کشورهای هدف صادراتی • تامین و تجهیز خطوط واحد های سورت و بسته بندی و رفع موانع تولید محصولات کشاورزی • تامین و تجهیز سردخانه ها جهت قابلیت انبارداری برای نگهداری محصولات کشاورزی در استان های مرزی 	
--	--

جدول ۱۱: نقاط قوت و ضعف و فرصت ها و تهدیدهای سیب تازه

سیب تازه	
<ul style="list-style-type: none"> • ارزش بالای مصرف محصول در بازارهای هدف صادراتی و میزان اشتغال و درآمد زایی مستقیم و غیرمستقیم این محصول با وجود اینکه آمار دقیقی از این میزان در دسترس نیست ولی می توان تخمین زد که دهها هزار نفر در استان به درآمد این محصول وابستگی مستقیم و غیرمستقیم دارند. 	نقاط قوت
	نقاط ضعف
<ul style="list-style-type: none"> • وجود شرایط اقلیمی مناسب در ایران وجود تنوع زیاد محصولات میوه و تره بار در اختیار داشتن نیروی انسانی مناسب دسترسی و سهم صادرات بالا در بازار کشورهای همسایه به ویژه عراق و امارات 	فرصت ها
	تهدیدها
<ul style="list-style-type: none"> • رفع تعهد ارزی برای محصولات کشاورزی فساد پذیر (میوه و تره بار و گل و گیاه زینتی) • رفع تعلیق کارت های بازرگانی صادرکنندگان خوش نام و شناسنامه دار • تجهیز کانتینرهای یخچالی و کاهش هزینه های ناوگان حمل و نقل جاده ای، ریلی و دریایی برای صادرات محصولات کشاورزی فساد پذیر • کاهش قیمت های پایه صادراتی برای محصولات میوه و تره بار مازاد تولید در کشور • شناسایی شرکت ها و تجار خوش نام بازارهای هدف توسط رایزنان بازرگانی • پرداخت تسهیلات به شرکت های مدیریت صادراتی برای بازار سازی محصولات کشاورزی در کشورهای هدف صادراتی • تامین و تجهیز خطوط واحد های سورت و بسته بندی و رفع موانع تولید محصولات کشاورزی • تامین و تجهیز سردخانه ها جهت قابلیت انبارداری برای نگهداری محصولات کشاورزی در استان های مرزی 	پیشنهادها و راهکارهای توسعه صادرات

جدول ۱۲: نقاط قوت و ضعف و فرصت ها و تهدیدهای پسته

پسته	
<ul style="list-style-type: none"> • طعم و مزه بهتر (کیفیت مطلوب پسته ایران) • تنوع ارقام پسته تولیدی • قابلیت برشته کردن در دمای بالاتر (بدون تغییر رنگ و طعم) • امکان درصد مغز بیشتر نسبت به پوست (عیار مغز) 	نقاط قوت
<ul style="list-style-type: none"> • کاهش تولید این محصول مهم صادراتی در سال ۱۳۹۷ تا حدود یک چهارم سال قبل به دلیل شرایط جوی و همچنین ناآور بودن سال محصولی پسته. • کمبود آب، خشکسالی، شوری آب و سرمازدگی فصلی، علاوه بر محدودیت منابع تولید و کمبود منابع مالی. • ضعف در سیستم های انبارداری عدم انسجام در مدیریت مشکلات پسته در دستگاه های ذیربط. • استفاده از روش های سنتی در تولید و تجارت. • نبود خرید توافقی: فقدان سیستم های خرید توافقی در محصولات کشاورزان توسط واحدهای ضبط، نگهداری، فرآوری و بسته بندی پسته. • کم توجهی به کیفیت تولید (کم توجهی به کیفیت و بهداشت محصول از باغ تا صادرات و ضعف سیستم های نظارت و کنترل های بهداشتی از جمله در خصوص آفات توکسین). • فقدان مکانیسم ذخیره سازی استراتژیک و تنظیم محصول بین سال های آور و ناآور. • بهره وری پایین تولید: بهره وری تولید (با شاخص تولید در واحد سطح) ایران نسبت به حداکثر عملکرد دنیا، (امریکا) کمتر از ۴۰ درصد است. 	نقاط ضعف
	فرصت ها

کد مدرک: SCCIM-FR-۰۰۹-۰۰۰	گزارش	اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی شیراز 
تاریخ:		


<ul style="list-style-type: none"> • کاهش قیمت جهانی پسته • شیوع ویروس کرونا در اواخر سال ۱۳۹۸ و لغو برخی از صادرات و رویدادهای تجاری. 	تهدیدها
<ul style="list-style-type: none"> • تعیین استراتژی و تاکید بر استانداردسازی محصول پسته جهت رقابت با محصول آمریکایی. • زمان اعطای تسهیلات صادراتی متناسب با نیاز صادرکننده و تسهیل بازپرداخت. • ثبات قیمت نرخ ارز. • برنامه‌ریزی جهت کاهش هزینه حمل و نقل و افزایش عمر ناوگان حمل و نقل. • کاهش قیمت تمام شده. 	پیشنهادها و راهکارهای توسعه صادرات

جدول ۱۳: نقاط قوت و ضعف و فرصت‌ها و تهدیدهای فرآورده غلات

فرآورده غلات	
<ul style="list-style-type: none"> • تکنولوژی مدرن تولید • استانداردهای تولید 	نقاط قوت
<ul style="list-style-type: none"> • مشکلات فرآیند ورود موقت گندم • ضعف سیستم حمل و نقل و بالا بودن هزینه های مربوط به آن • عدم امکان در گشایش LC 	نقاط ضعف
<ul style="list-style-type: none"> • بازار پرجمعیت منطقه • دسترسی و سهم صادرات بالا در بازار کشورهای همسایه بویژه عراق، افغانستان و پاکستان 	فرصت‌ها
<ul style="list-style-type: none"> • خودکفایی کشور عراق در واردات آرد گندم و ساخت سیلو • رقابتی فعال در بازارها • مراقبت سیاسی از بازارهای کشورهای همسایه 	تهدیدها
<ul style="list-style-type: none"> • برنامه ریزی بخش های دولتی و خصوصی و ارائه راهکارهای عملیاتی جهت به حداقل رسانیدن مشکلات شرکتهای تولیدی-صادراتی با عنایت به اثربخشی بحران کرونا بر ظرفیت تولید و صادرات شرکتهای • افزایش خطوط مستقیم کشتیرانی و اعطای یارانه برای مقاصد صادراتی اولویت دار • تأمین بخشی از ریسک بیمه توسط دولت و ساماندهی مرزها • مذاکره با کشورهای هدف همسایه جهت بسترسازی برای حمل مستقیم کالا به آن کشورها • استفاده موثر از حضور رایزنان بازرگانی در جهت بررسی، مطالعه و تحقیق بر بازارهای جدید صادراتی • حضور در نمایشگاههای تخصصی بین المللی، نمایشگاههای بسته بندی مواد غذایی جهت ارتقای کیفی بسته بندی فعلی 	پیشنهادها و راهکارهای توسعه صادرات

جدول ۱۴: نقاط قوت و ضعف و فرصت‌ها و تهدیدهای شیرینی و شکلات

شیرینی و شکلات	
<ul style="list-style-type: none"> • تکنولوژی مدرن تولید • ظرفیت بالای تولید • استانداردهای تولید 	نقاط قوت
<ul style="list-style-type: none"> • نابسامانی در قیمت مواد اولیه • مشکلات فرآیند ورود موقت مواد اولیه • ضعف سیستم حمل و نقل و بالا بودن هزینه های مربوط به آن • عدم تأمین تسهیلات بانک با نرخ سود رقابتی • عدم امکان در گشایش LC 	نقاط ضعف
<ul style="list-style-type: none"> • کیفیت و تنوع مطلوب شیرینی و شکلات ایران • بازار پرجمعیت منطقه خریداران محصولات حلال • دسترسی و سهم صادرات بالا در بازار کشورهای همسایه بویژه عراق، افغانستان و پاکستان • گرایش ذائقه کشورهای همسایه به محصولات تولیدی ایران 	فرصت‌ها

کد مدرک: SCCIM-FR-۰۰۹-۰۰۰	گزارش	اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی شیراز 
تاریخ:		


تهديد‌ها	<ul style="list-style-type: none"> • موانع تعرفه و غير تعرفه ای در کشورهای هدف • رقباي فعال در بازارها • مراقبت سياسي از بازارهای کشورهای همسایه
پیشنهادها و راهکارهای توسعه صادرات	<ul style="list-style-type: none"> • برنامه ریزی بخش های دولتی و خصوصی و ارائه راهکارهای عملیاتی جهت به حداقل رسانیدن مشکلات شرکتهای تولیدی-صادراتی با عنایت به اثربخشی بحران کرونا بر ظرفیت تولید و صادرات شرکتهای • ایجاد سهولت در امر ورود موقت جهت ایجاد مزیت رقابتی بیشتر • نظارت و کنترل محصولات صادراتی و حقوق مالکیت معنوی و برند • افزایش خطوط مستقیم کشتیرانی و اعطای یارانه برای مقاصد صادراتی اولویت دار • تأمین بخشی از ریسک بیمه توسط دولت و ساماندهی مرزها • مذاکره با کشورهای هدف در جهت حذف موانع تعرفه ای و غیر تعرفه ای • استفاده موثر از حضور رایزنان بازرگانی در جهت بررسی، مطالعه و تحقیق بر بازارهای جدید صادراتی • حضور در نمایشگاههای تخصصی بین المللی، نمایشگاههای بسته بندی مواد غذایی جهت ارتقای کیفی بسته بندی فعلی

جدول ۱۵: نقاط قوت و ضعف و فرصت‌ها و تهدیدهای فرش دستباف (به جز گلیم)

فرش دستباف (به جز گلیم)	
نقاط قوت	<ul style="list-style-type: none"> • برند معتبر پرشین کارپت در جهان • قدمت فرش دستباف در ایران • دسترسی به مواد اولیه مرغوب
نقاط ضعف	<ul style="list-style-type: none"> • کمبود اطلاعات تولیدکنندگان از نیازهای بازار و عدم تطابق تولید با سلیقه مصرف کننده • عدم ایجاد صندوق حمایت از بافندگان فرش دستباف • کمبود واحدهای تأمین مواد اولیه مرغوب قالببافی و رنگرزی سنتی (گیاهی) • نبود حمایت اصولی در قالب سیاست تدوین شده از تعاونیهای فرش روستایی و شهری و قالببافان خانگی • مشکلات تأمین مواد اولیه مرغوب برای تولید فرش های با کیفیت
فرصت‌ها	<ul style="list-style-type: none"> • شناخت جهان از فرش دستباف ایرانی استمرار حضور صادرکنندگان فرش دستباف در بازارهای هدف
تهديد‌ها	<ul style="list-style-type: none"> • شد چشمگیر تولیدات پاکستان و چین کاهش تقاضای بازار برای کالاهای لوکس
پیشنهادها و راهکارهای توسعه صادرات	<ul style="list-style-type: none"> • تحقیقات بازار تدوین برنامه جامع فرش دستباف ایران آسان نمودن مسائل ویزا جهت خریداران خارجی و برنامه ریزی جهت زیرساخت های تولید صادراتی انجام تبلیغات عام از طریق رسانه ها، نشریات ، مجلات مد و دکوراسیون های خارجی برگزارى نمایشگاه و همایش در خارج از کشور و در داخل

جدول ۱۶: نقاط قوت و ضعف و فرصت‌ها و تهدیدهای پتروشیمی

پتروشیمی	
نقاط قوت	<ul style="list-style-type: none"> • دسترسی به منابع غنی گاز و میعانات نفتی با قیمت رقابتی مناسب • دارا بودن سواحل مناسب برای ساخت بندرهای صادراتی • موقعیت جغرافیایی مناسب به لحاظ نزدیکی به بازارهای آسیا از جمله چین، هند و اروپا • رژیم مالیاتی مناسب و سازگار جهت صادرات (معافیت های صادراتی) • تشویق دولت به سرمایه گذاری بیشتر در صنایع پتروشیمی
نقاط ضعف	<ul style="list-style-type: none"> • وجود محدودیت در تعاملات اثربخش با خارج از کشور • تأثیر رکود اقتصادی چین بر درآمدهای صادراتی • رقابت با ظرفیتهای جدید تولید محصولات پتروشیمیایی توسط تولیدکنندگان آسیایی • وضعیت امنیتی خطرناک در کشور همسایه • تغییر مسیر سرمایه گذاری به سمت کشورهای نوظهور در تولید محصولات پتروشیمی • وابستگی رشد صنعت پتروشیمی به بازارهای آسیا

کد مدرک: SCCIM-FR-۰۰۹-۰۰۰	گزارش	اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی شیراز 
تاریخ:		

<ul style="list-style-type: none"> • رقابت با ایران در استفاده از ذخایر گازی مشترک و توسعه صنایع پایین دستی پتروشیمی 	
<ul style="list-style-type: none"> • متنوع سازی جغرافیایی بازارهای هدف برای صدور محصولات پتروشیمی • یکپارچگی صنایع بالادستی و پایین دستی • کاربردهای جدید محصولات • وجود بازارهای بالقوه در حال رشد 	فرصت‌ها
<ul style="list-style-type: none"> • نوسانات نرخ ارز باعث بی ثباتی در قیمت مواد اولیه، بالا رفتن هزینه های تولید، افزایش قیمت تمام شده محصولات و همچنین کاهش رقابت پذیری تولیدکنندگان داخلی در برابر رقبای منطقه ای و خارجی شده است 	تهدیدها
<ul style="list-style-type: none"> • اصلاح کامل ارزشهای پایه محصولات مطابق با ارزش تجاری محصولات در گمرک • توسعه خوشه های صنعتی • صادرات محصولات نیمه ساخته به کشورهای همسایه و تکمیل مرحله ساخت در کشور مقصد • نفوذ در بازارهای همسایه و استفاده از ابزارهای مناسب مانند تعرفه های ترجیحی به نفع محصولات صنعتی کشور 	پیشنهادها و راهکارهای توسعه صادرات

منبع

- چالش‌ها و راهکارهای توسعه صادرات غیرنفتی، مرکز پژوهش‌های مجلس، معاونت پژوهش‌های اقتصادی، دفتر مطالعات اقتصادی، شهریور ۱۳۹۹
- سازمان توسعه تجارت
- سازمان صنعت، معدن، تجارت استان فارس
- گمرک جمهوری اسلامی ایران
- مرکز تجارت بین‌الملل