



معاونت کمکهای تجاری
دفتر توسعه صادرات کالا
اردیبهشت سال ۱۳۹۴

✓ صادرات کالا و خدمات کشور طی سال ۱۳۹۳: ۹۸۴۱۶ هزار تن و ۶۱۷۶۰ میلیون دلار

✓ تغییرات نسبت به مدت مشابه سال قبل: ۵ درصد از لحاظ وزن و ۲۰ درصد از نظر ارزشی افزایش

✓ پنج قلم عمده صادراتی: پروپان با ارزش ۲۲۷۹ میلیون دلار، متانول ۱۴۷۷ میلیون دلار، بوتان ۱۴۶۹ میلیون دلار، پلی اتیلن گرید فیلم به ارزش ۱۴۱۸ میلیون دلار و قیر نفت به ارزش ۱۳۲۴ میلیون دلار

✓ پسته و مغز پسته ۱۶۲۲ میلیون دلار

✓ پنج بازار نخست صادراتی کشور: چین با ۹۱۵۹ میلیون دلار، عراق ۶۱۸۳ میلیون دلار، امارات متحده عربی ۳۹۳۲ میلیون دلار، هند ۲۴۴۱ میلیون دلار و افغانستان با ۲۳۸۸ میلیون دلار.

✓ سهم این بازارها از کل صادرات: ۶۷ درصد

✓ متوسط قیمت هر تن کالای صادراتی: ۴۵۱ دلار؛ تغییرات نسبت به مدت مشابه سال قبل ۱۶٪
درصد افزایش

✓ واردات کشور طی سال ۱۳۹۳: ۴۱۲۳۴ هزار تن به ارزش ۵۲۴۷۷ میلیون دلار

✓ تغییرات نسبت به مدت مشابه سال قبل: ۲۲ درصد از نظر وزن و ۵.۶ درصد از نظر ارزشی افزایش

✓ پنج قلم عمده وارداتی به کشور: دانه گندم به ارزش ۲۲۸۹ میلیون دلار، وسایل نقلیه ۲۰۰۱ میلیون دلار، ذرت دامی ۱۷۵۱ میلیون دلار، برنج ۱۴۰۹ میلیون دلار، کنجاله سویا ۱۲۳۹ میلیون دلار

✓ پنج مبدا بزرگ وارداتی کشور: چین با ارزش ۱۲۵۶۱ میلیون دلار، امارات متحده عربی ۱۲۱۶۴ میلیون دلار، جمهوری کره ۴۳۱۰ میلیون دلار، ترکیه ۳۸۲۲ میلیون دلار و هند ۳۷۳۰ میلیون دلار

✓ سهم ۵ کشور مذکور از کل واردات: ۷۰ درصد

✓ متوسط قیمت هر تن کالای وارداتی: ۱۲۷۳ دلار؛ تغییرات نسبت به مدت مشابه سال قبل ۱۴٪
درصد کاهش

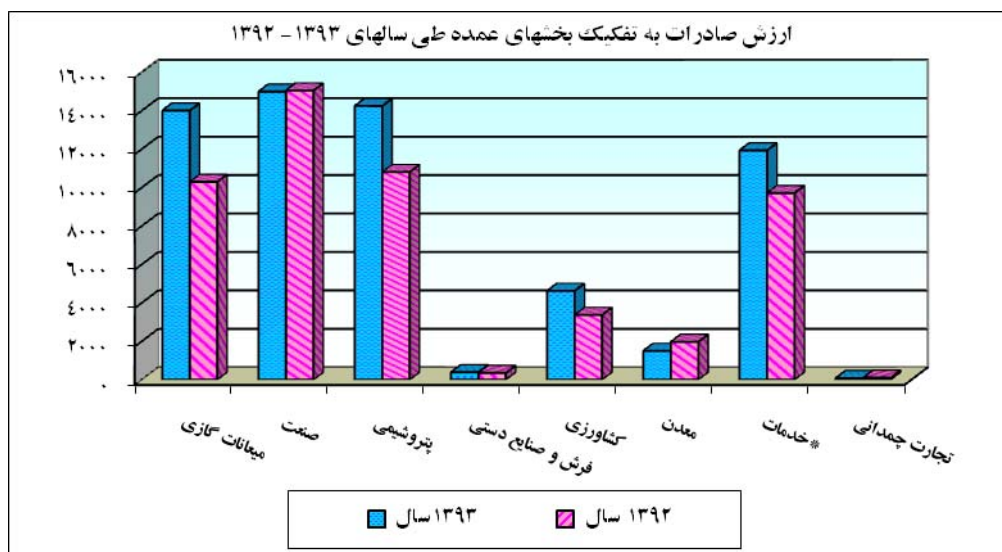
| درصد تغییرات | ارزش سال ۱۳۹۲ (میلیون دلار) | ارزش سال ۱۳۹۳ (میلیون دلار) | |
|--------------|--------------------------------|--------------------------------|--|
| ۲۰ | ۵۱۶۶۱ | ۶۱۷۶۰ | صادرات غیر نفتی (کالا، خدمات و میعانات گازی) |
| ۱۳ | ۳۱۶۵۴ | ۳۵۸۲۲ | صادرات غیر نفتی (بدون خدمات و میعانات گازی) |
| ۵.۶ | ۴۹۷۰۹ | ۵۲۴۷۷ | واردات کالا |
| ۱۳ | ۱۰۱۳۷۰ | ۱۱۴۲۳۷ | تجارت کل |
| ۳۷۵ | ۱۹۵۲ | ۹۲۸۳ | تراز تجاری (با احتساب خدمات و میعانات گازی) |

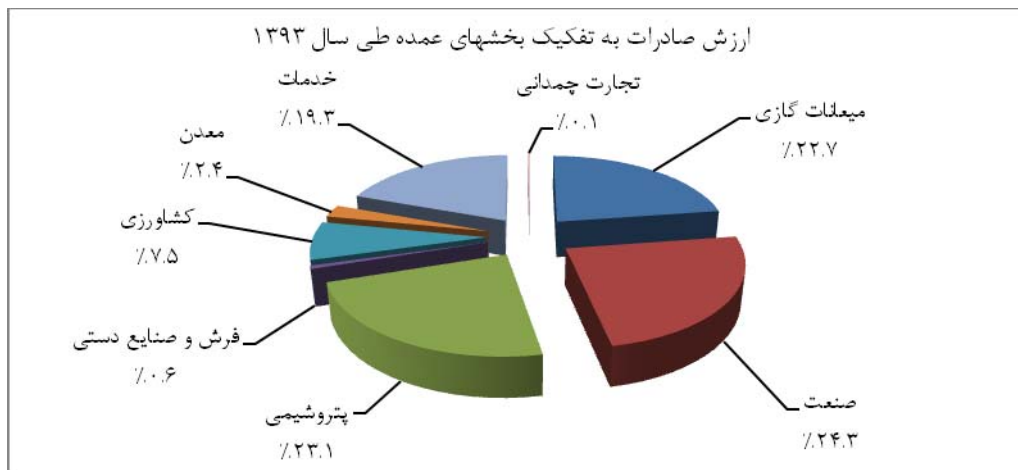
صادرات غیر نفتی طی سال ۱۳۹۳ به تفکیک بخش های عمده با احتساب بخش خدمات

ارزش: میلیون دلار وزن: هزار تن

| درصد تغییرات | سال ۱۳۹۲ | سال ۱۳۹۳ | وزن | ارزش | وزن | ارزش | | |
|--------------|----------|----------|-----|-------|-------|-------|-------|-------------------|
| | | | ۵ | ۵۱۶۶۱ | ۹۳۸۸۶ | ۶۱۷۶۰ | ۹۸۴۱۶ | صادرات غیر نفتی : |
| | | | ۵۰ | ۱۰۲۹۵ | ۱۲۷۸۳ | ۱۴۰۰۵ | ۱۹۱۲۴ | میعانات گازی |
| -۰.۴ | ۲ | ۱۵۰۴۹ | ۲ | ۳۱۸۲۰ | ۱۴۹۸۹ | ۳۲۵۷۶ | صنعت | |
| | | | ۲۸ | ۱۰۸۰۶ | ۱۴۶۴۷ | ۱۴۲۴۱ | ۱۸۸۰۰ | پتروشیمی |
| | | | ۳۴ | ۳۵۵ | ۱۳ | ۳۸۶ | ۱۸ | فروش و صنایع دستی |
| | | | ۴۲ | ۳۳۷۳ | ۲۹۰۰ | ۴۶۲۳ | ۴۱۱۲ | کشاورزی |
| -۲۴ | -۲۵ | ۱۹۷۰ | -۲۵ | ۳۱۷۲۳ | ۱۵۰۰ | ۲۳۷۸۶ | معادن | |
| | | | - | ۹۷۱۲ | - | ۱۱۹۳۳ | - | خدمات * |
| -۱۸ | - | ۱۰۱ | - | - | - | ۸۳ | - | تجارت چمدانی |

توجه: آمار صادرات به تفکیک بخشها بر اساس گروه بندی سازمان توسعه تجارت
* آمار صادرات خدمات با مأخذ دفتر توسعه صادرات خدمات سازمان توسعه تجارت ایران





صادرات غیر نفتی بدون احتساب میعانات گازی و خدمات در سال ۱۳۹۳

ارزش: میلیون دلار

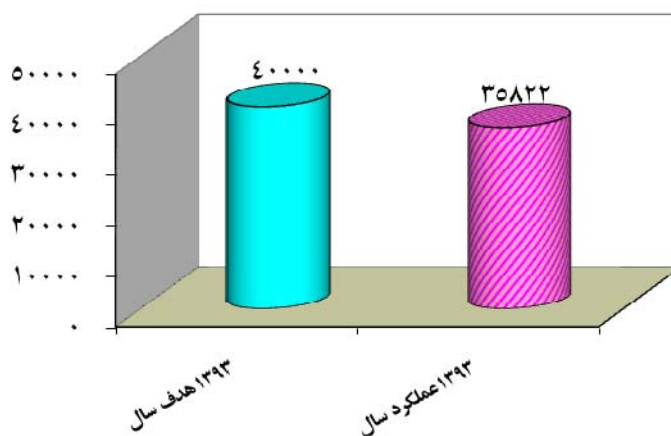
| هدف کل سال* | عملکرد | درصد تحقق نسبت به اهداف سال ۱۳۹۳ |
|-------------|--------|----------------------------------|
| ۱۴۰۰۰ | ۳۵۸۲۲ | ۹۰ |

ماخذ: آمار مقدماتی گمرک ج.ا.ایران

۱ هدف مصوب سند راهبردی بدون احتساب بخش خدمات

نمودار مقایسه اهداف با عملکرد صادرات در سال ۱۳۹۳

ارزش: میلیون دلار



آمار صادرات کالا و خدمات در سال ۱۳۹۳

ارزش: میلیون دلار وزن: هزار تن

| سال ۱۳۹۳ | |
|----------|-------|
| وزن | ارزش |
| ۷۹۲۹۲ | ۳۵۸۲۲ |
| - | ۱۱۹۳۳ |
| ۷۹۲۹۲ | ۴۷۷۵۵ |
| | جمع |

ماخذ: آمار مقدماتی گمرک ج.ا.ایران

* دفتر توسعه صادرات خدمات سازمان توسعه تجارت ایران

ده قلم عمده صادراتی در سال ۱۳۹۳

| رتبه در سال ۹۳ | درصد تغییرات ارزش نسبت به سال ۹۲ | درصد تغییرات قیمت پایه نسبت به سال ۹۲ | قیمت پایه (هر تن به دلار) | درصد سهم ارزشی از کل صادرات * | ارزش صادرات در سال ۹۳ (میلیون دلار) | عنوان کالاها | رتبه در سال ۹۳ |
|----------------|----------------------------------|---------------------------------------|---------------------------|-------------------------------|-------------------------------------|--|----------------|
| ۲ | ۸۴ | -۴ | ۸۴۲ | ۶.۴ | ۲۲۷۹ | پروپان مایع شده | ۱ |
| ۴ | ۳۸ | ۴ | ۳۷۳ | ۴.۱ | ۱۴۷۷ | متانول (الکل متیلیک) | ۲ |
| ۵ | ۴۳ | ۳ | ۹۰۳ | ۴.۱ | ۱۴۶۹ | پوتان مایع شده | ۳ |
| ۶ | ۴۹ | ۱۲ | ۱۵۷۵ | ۴.۰ | ۱۴۱۸ | پلی اتیلن گرید فیلم باجگالی کمتر از ۹۴٪ به جز نوع پودری | ۴ |
| ۳ | ۱۵ | ۱ | ۵۰۶ | ۳.۷ | ۱۳۲۴ | قیر نفت | ۵ |
| ۱۱ | ۶۲ | ۰.۴ | ۷۲۶ | ۲.۵ | ۹۰۳ | محصولات از آهن یا فولاد غیر ممزوج تخت فقط گرم نورد شده، بصورت طومار | ۶ |
| ۹ | ۷ | -۰.۳ | ۸۱۸۱ | ۲.۲ | ۷۷۸ | پسته ها با پوست تازه یا خشک | ۷ |
| ۷ | -۲۱ | -۲۳ | ۳۱۸ | ۲.۱ | ۷۳۳ | اوره حتی به صورت محلول در آب | ۸ |
| ۵۸ | ۵۲۰ | ۳۳ | ۱۰۳۸ | ۱.۹ | ۶۷۷ | سایر فرآورده هایی غیر مذکور که دارای ۷۰٪ وزنی یا بیشتر نفت یاروغن های معدنی قیری * | ۹ |
| ۱۰ | ۱۳ | ۱۰ | ۱۵۳۲ | ۱.۹ | ۶۶۲ | پلی اتیلن گرید فیلم به صورت غیر پودری با وزن مخصوص ۹۴٪ یا بیشتر | ۱۰ |
| - | ۴۰ | ۳ | ۷۰۸ | ۳۳ | ۱۱۷۱۹ | جمع ده قلم | |

* با توجه به تغییرات به وجود آمده در کتاب مقررات صادرات و واردات سال ۱۳۹۳ تعرفه های ۲۷۱۰۱۹۴۰ و ۲۷۱۰۱۹۵۰ در سال ۱۳۹۳ با ۲۷۱۰۱۹۹۰ ادغام شده است.

در بین اقلام عمده صادراتی به استثنای اوره ، پروپان و پسته که کاهش در قیمت داشتند سایر اقلام شاهد افزایش قیمت پایه نسبت به مدت مشابه سال قبل بوده اند.

* برای محاسبه درصد سهم ارزشی ، صادرات غیر نفتی بدون احتساب میعانات گازی در نظر گرفته شده است.

صادرات به تفکیک فصول عمده کتاب مقررات طی سال ۱۳۹۲

| رتبه در سال ۹۳ | عنوان فصل | ارزش در سال ۹۳ (میلیون دلار) | درصد سهم ارزشی از کل صادرات * | درصد تغییرات ارزش نسبت به سال ۹۲ |
|-------------------|--|------------------------------|-------------------------------|----------------------------------|
| ۱ | فصل ۲۷ - سوخت‌های معدنی، روغن‌های معدنی و محصولات حاصل از تقطیر آنها؛ مواد قبری؛ موم‌های معدنی | ۶۹۰۲ | ۱۹.۳ | ۲۸ |
| ۲ | فصل ۳۹ - مواد پلاستیکی و اشیاء ساخته شده از این مواد | ۴۹۲۴ | ۱۳.۷ | ۱۴ |
| ۳ | فصل ۲۹ - محصولات شیمیایی آلی | ۴۲۲۴ | ۱۱.۸ | ۲۳ |
| ۴ | فصل ۰۸ - میوه‌های خوراکی؛ پوست مرکبات یا پوست خربزه و همانند | ۲۷۱۹ | ۷.۶ | ۳۷ |
| ۵ | فصل ۷۲ - چدن، آهن و فولاد | ۲۰۴۳ | ۵.۷ | ۵۴ |
| ۶ | فصل ۲۶ - سنگ فلز، جوش و خاکستر | ۱۲۷۶ | ۳.۶ | -۲۷ |
| ۷ | فصل ۲۵ - نمک؛ گوگرد؛ خاک و سنگ؛ گچ، آهک و سیمان | ۱۱۲۳ | ۳.۱ | -۱۷ |
| ۸ | فصل ۰۷ - سبزیجات، نباتات، ریشه و غده‌های زیرخاکی خوراکی | ۷۶۲ | ۲.۱ | ۵۷ |
| ۹ | فصل ۳۱ - کودها | ۷۶۰ | ۲.۱ | -۱۸ |
| ۱۰ | فصل ۷۳ - مصنوعات از چدن، آهن یا فولاد | ۷۳۳ | ۲.۰ | -۱۱ |
| جمع ده قلم | | ۲۵۴۶۷ | ۷۱ | ۱۷ |

ماخذ: سیستم TIS بر اساس آمار مقدماتی گمرگ ج.ا.ایران

* برای محاسبه درصد سهم ارزشی، صادرات غیر نفتی بدون احتساب میعانات گازی در نظر گرفته شده است.

اقدام عمده صادراتی بدون احتساب بخش پتروشیمی و با تغییرات مثبت در سال ۱۳۹۲

| رتبه در سال ۹۳ | عنوان کالاها | ارزش صادرات در سال ۹۳ (میلیون دلار) | درصد سهم ارزشی از کل صادرات * | درصد تغییرات ارزش نسبت به سال ۱۳۹۲ |
|-------------------|---|-------------------------------------|-------------------------------|------------------------------------|
| ۱ | محصولات از آهن یا فولاد غیر ممزوج تخت فقط گرم نوردشده | ۹۰۲ | ۲.۵ | ۶۱ |
| ۲ | پیسته‌ها با پوست تازه یا خشک | ۷۷۸ | ۲.۲ | ۱۰۰ |
| ۳ | پیسته‌ها بدون پوست، تازه یا خشک | ۵۰۹ | ۱.۴ | ۱۰۰ |
| ۴ | کاتود و قطعات کاتودا زمس تصفیه شده. | ۳۲۸ | ۰.۹ | ۱۲۳ |
| ۵ | سایر کف پوش‌ها بجز گبه از پشم یا از موی نرم (کرک) حیوان | ۳۱۳ | ۰.۹ | ۱۰۰ |
| ۶ | مغز پیسته تازه یا خشک | ۲۳۱ | ۰.۶ | ۵۳ |
| ۷ | کاشنی یا سرامیک با جذب آب بین ۱ تا ۶ درصد (کاشنی کف) ورنی یا لعاب زده | ۲۲۹ | ۰.۶ | ۲ |
| ۸ | رب گوجه فرنگی | ۱۹۷ | ۰.۵ | ۱۶ |
| ۹ | هندوانه، تازه | ۱۹۳ | ۰.۵ | ۴۹ |
| ۱۰ | سیمان‌های یویدر نشده موسوم به کلینکر | ۱۷۲ | ۰.۵ | ۶۳ |
| جمع ده قلم | | ۳۸۵۳ | ۱۱ | ۱۵۹ |

ماخذ: سیستم TIS بر اساس آمار مقدماتی گمرگ ج.ا.ایران

* برای محاسبه درصد سهم ارزشی، صادرات غیر نفتی بدون احتساب میعانات گازی در نظر گرفته شده است.

مهمترین بازارهای هدف کالا در سال ۱۳۹۳

| رتبه در سال ۱۳۹۲ | درصد تغییرات ارزش نسبت به سال ۱۳۹۲ | درصد سهم ارزشی از کل صادرات * | ارزش صادرات در سال ۹۳ (میلیون دلار) | نام کشور | رتبه در سال ۹۳ |
|------------------|------------------------------------|-------------------------------|-------------------------------------|-------------------|----------------|
| ۱ | ۲۳ | ۲۵.۶ | ۹۱۵۹ | چین | ۱ |
| ۲ | ۳ | ۱۷.۳ | ۶۱۸۳ | عراق | ۲ |
| ۳ | ۸ | ۱۱ | ۳۹۳۲ | امارات متحده عربی | ۳ |
| ۴ | -۰.۱ | ۶.۸ | ۲۴۴۱ | هند | ۴ |
| ۵ | -۲ | ۶.۷ | ۲۳۸۸ | افغانستان | ۵ |
| ۶ | ۳۱ | ۶ | ۲۱۵۹ | ترکیه | ۶ |
| ۷ | ۱۶ | ۲.۷ | ۹۷۴ | ترکمنستان | ۷ |
| ۸ | ۴۵ | ۲.۷ | ۹۴۶ | پاکستان | ۸ |
| ۱۸ | ۲۰.۸ | ۱.۷ | ۶۱۸ | ایتالیا | ۹ |
| ۹ | -۵ | ۱.۶ | ۵۷۸ | مصر | ۱۰ |
| - | ۱۳ | ۸۲ | ۲۹۳۷۸ | جمع ده کشور | |

ماخذ: آمار مقدماتی گمرگ ج.ا.ایران

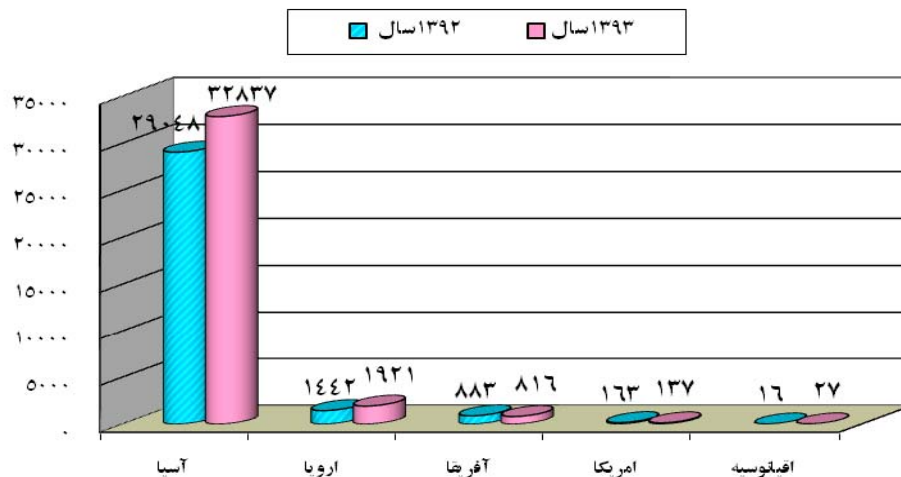
* برای محاسبه درصد سهم ارزشی، از رقم صادرات غیر نفتی بدون احتساب میعانات گازی استفاده شده است.

صادرات کالا به تفکیک قاره در سال ۱۳۹۲-۱۳۹۳

| درصد تغییرات | سال ۱۳۹۲ | | | | | | سال ۱۳۹۳ | | | | نام قاره |
|--------------|-------------|------|--------------------|---------------|-------------|------|--------------------|---------------|-------|-----------|----------|
| | سهم هر قاره | | ارزش (میلیون دلار) | وزن (هزار تن) | سهم هر قاره | | ارزش (میلیون دلار) | وزن (هزار تن) | | | |
| | ارزش | وزن | | | ارزش | وزن | | | | | |
| ۱۳ | -۵.۶ | ۹۲.۱ | ۹۶.۵ | ۲۹۰۴۸ | ۷۸۳۰۱ | ۹۱.۹ | ۹۳.۳ | ۳۲۸۳۷ | ۷۳۹۴۹ | آسیا | |
| ۳۳ | ۴۹ | ۴.۶ | ۱.۹ | ۱۴۴۲ | ۱۵۳۰ | ۵.۴ | ۲.۹ | ۱۹۲۱ | ۲۲۸۰ | اروپا | |
| -۷.۶ | ۱۳۳ | ۲.۸ | ۱.۵ | ۸۸۳ | ۱۱۸۷ | ۲.۳ | ۳.۵ | ۸۱۶ | ۲۷۶۹ | آفریقا | |
| -۱۶ | ۲۶۶ | ۰.۵ | ۰.۰۹ | ۱۶۳ | ۷۷ | ۰.۳۸ | ۰.۳۵ | ۱۳۷ | ۲۸۱ | امریکا | |
| ۶۸ | ۷۴ | ۰.۰۵ | ۰.۰۱ | ۱۶ | ۷ | ۰.۰۸ | ۰.۰۲ | ۲۷ | ۱۳ | اقیانوسیه | |

ماخذ: آمار مقدماتی گمرگ ج.ا.ایران

نمودار ارزش صادرات کالا به تفکیک قاره طی سالهای ۱۳۹۲-۱۳۹۳



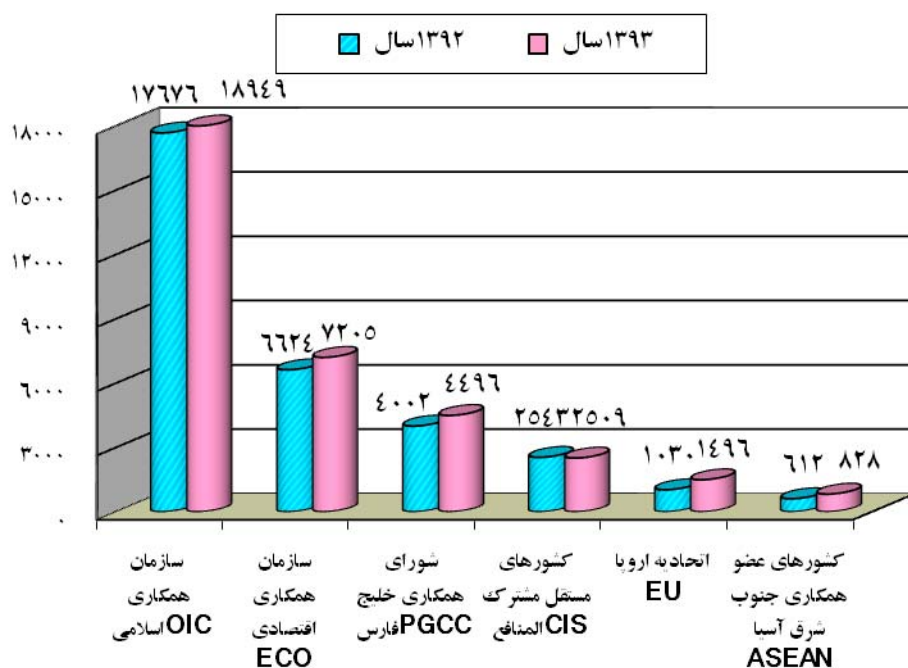
صادرات کالا به تفکیک گروه های اقتصادی طی سالهای ۱۳۹۲-۱۳۹۳

| درصد تغییرات | | سال ۱۳۹۲ | | سال ۱۳۹۳ | | صادرات |
|--------------|-----|--------------------|--------------|--------------------|--------------|--|
| ارزش | وزن | ارزش (میلیون دلار) | وزن (هزارتن) | ارزش (میلیون دلار) | وزن (هزارتن) | |
| ۷ | ۷ | ۱۷۶۷۶ | ۳۷۰۳۶ | ۱۸۹۴۹ | ۳۹۶۴۵ | سازمان همکاری اسلامی OIC |
| ۹ | ۱۰ | ۶۶۲۴ | ۱۰۴۹۷ | ۷۲۰۵ | ۱۱۴۹۸ | سازمان همکاری اقتصادی ECO |
| ۱۲ | ۴ | ۴۰۰۲ | ۸۲۲۳ | ۴۴۹۶ | ۸۵۹۱ | شورای همکاری خلیج فارس PGCC |
| -۱ | -۴ | ۲۵۴۳ | ۶۲۹۴ | ۲۵۰۹ | ۶۰۴۹ | کشورهای مستقل مشترک المنافع CIS |
| ۴۵ | ۱۷۱ | ۱۰۳۰ | ۵۳۳ | ۱۴۹۶ | ۱۴۴۶ | اتحادیه اروپا EU |
| ۳۵ | ۱۸ | ۶۱۲ | ۸۱۳ | ۸۲۸ | ۹۵۶ | کشورهای عضو همکاری جنوب شرق آسیا ASEAN |

ماخذ: سیستم TIS بر اساس آمار مقدماتی گمرک ج.ا.ایران

نمودار صادرات کالا به تفکیک گروه های اقتصادی طی سالهای ۱۳۹۲-۱۳۹۳

ارزش: میلیون دلار



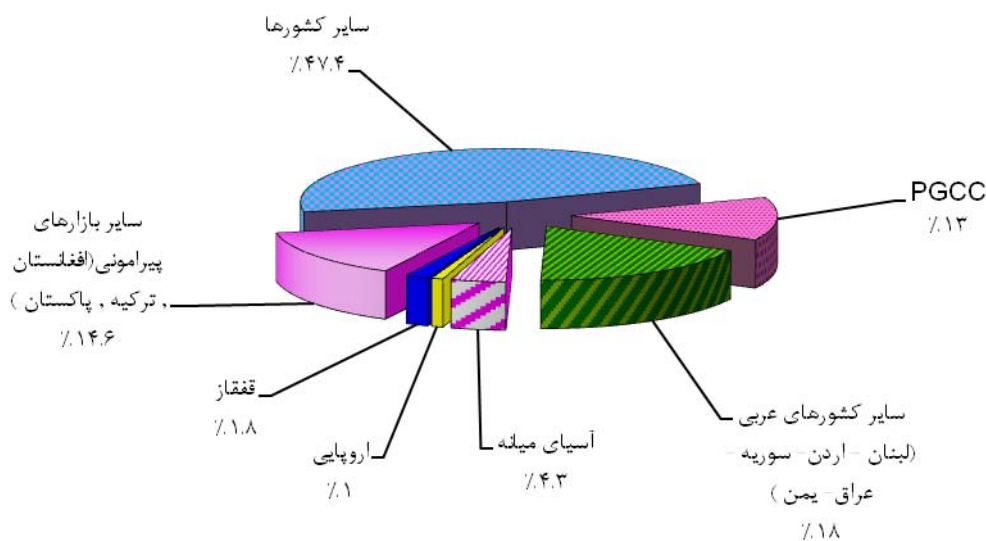
صادرات کالا به تفکیک بازارهای پیرامونی در سال ۱۳۹۳

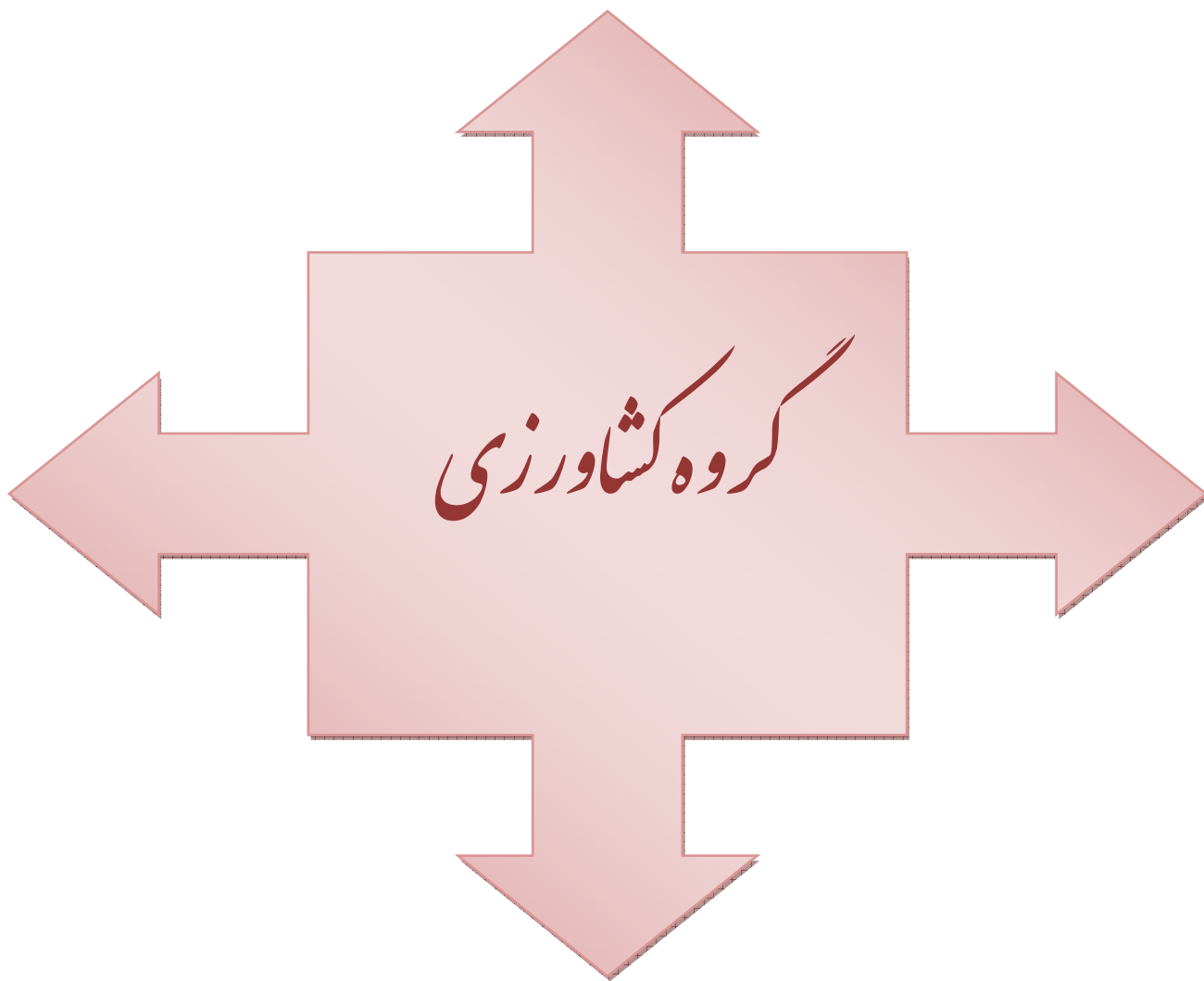
| بازارهای پیرامونی | ارزشی در سال ۹۳ (میلیون دلار) | درصد سهم از کل صادرات * | درصد سهم از کل صادرات به بازارهای پیرامونی | درصد تغییرات ارزشی نسبت به سال ۱۳۹۲ |
|---|-------------------------------|-------------------------|--|-------------------------------------|
| کشورهای عربی | | | | |
| شورای همکاری خلیج فارس PGCC | ۴۴۹۶ | ۱۲.۶ | ۲۴.۱ | ۱۲ |
| سایر کشورهای عربی (لبنان - اردن - سوریه - عراق - یمن) | ۶۳۶۷ | ۱۷.۸ | ۳۴.۲ | ۳ |
| جمع کشورهای عربی | ۱۰۸۶۳ | ۳۰.۳ | ۵۸.۳ | ۷ |
| کشورهای مشترک المنافع | | | | |
| آسیای میانه | ۱۵۴۰ | ۴.۳ | ۸.۳ | ۵ |
| اروپایی | ۳۳۲ | ۰.۹ | ۱.۸ | -۱۰ |
| قفقاز | ۶۳۶ | ۱.۸ | ۳.۴ | -۱۱ |
| جمع کشورهای مشترک المنافع | ۲۵۰۸ | ۷ | ۱۳.۵ | -۱ |
| سایر بازارهای پیرامونی (افغانستان، ترکیه، پاکستان) | ۵۲۴۶ | ۱۴.۶ | ۲۸.۲ | ۱۲ |
| جمع کل بازارهای پیرامونی | ۱۸۶۱۷ | ۵۲ | ۱۰۰ | ۷ |
| جمع کل صادرات | ۳۵۸۲۲ | ۱۰۰ | - | ۱۳ |

ماخذ: سیستم TIS بر اساس آمار مقدماتی گمرگ ج.ا.ایران

* برای محاسبه درصد سهم ارزشی، از رقم صادرات غیر نفتی بدون احتساب مبيعات گازی استفاده شده است.

نمودار درصد سهم ارزش صادرات کالا به تفکیک بازارهای پیرامونی در سال ۱۳۹۳





خلاصه تحلیل آماری وضعیت صادرات اقلام عمده گروه کشاورزی

طی سال ۱۳۹۳



مرغزی کا کاوند
رئیس گروه محصولات کشاورزی

صادرات اقلام عمده کشاورزی طی سال ۱۳۹۳ به وزن ۳۹۲۹ هزار تن و به ارزش ۴۲۵۶ میلیون دلار صورت پذیرفته است که در مقایسه با مدت مشابه سال قبل ۳۵ درصد از نظر ارزشی و به لحاظ وزنی ۴۲ درصد افزایش داشته است. محصولات کشاورزی با بیش از ۱۰۰ میلیون تن تولید سالانه، مرکب از بخشهای زراعی، باغی، جنگل و مرتع، محصولات دامی و شیلات و آبزیان نقش اساسی و پررنگی در تحقق اهداف صادرات غیرنفتی کشور ایفا نموده و همه ساله سهمی معادل ۱۰-۸ درصد از کل صادرات کشور را به خود اختصاص می دهد.

در حال حاضر مهمترین محصولات عمده بخش صادراتی بخش کشاورزی شامل پسته و مغز پسته میوه های تازه، زعفران، کشمش، سیب زمینی، خرما و محصولات آبزیان میباشد. علیهذا یکی از مهمترین موانع و چالشهای فراروی استمرار صادرات این بخش ضریب وابستگی شدید اجرای برنامه های صادرات این بخش به نوسانات میزان تولید و قیمت های موجود در بازار داخل میباشد که این امر قدرت برنامه ریزی تجاری را از صادرکنندگان محصولات این بخش سلب می نماید. براساس عملکردهای صادراتی سال ۹۳ حدود ۷۱ درصد از اهداف کمی صادرات بخش کشاورزی در این سال محقق شده است.

عملکرد صادرات اقلام عمده محصولات کشاورزی طی سال ۱۳۹۳

و مقایسه آن با سال قبل

ارزش: میلیون دلار
وزن: هزارتن

| سهم از کل صادرات گروه | درصد تغییرات | | سال ۱۳۹۲ | | سال ۱۳۹۳ | | گروه کالایی |
|-----------------------|--------------|------|----------|------|----------|------|-----------------|
| | وزن | ارزش | وزن | ارزش | وزن | ارزش | |
| ۳۴/۵ | ۵۸ | ۵۸ | ۱۱۴ | ۱۰۲۳ | ۱۸۰ | ۱۶۲۲ | پسته و مغز پسته |
| ۲۴ | ۴۰ | ۳۰ | ۲۰۵۰ | ۸۹۶ | ۲۸۶۴ | ۱۱۳۲ | میوه و تره بار |
| ۸/۵ | ۷۴ | ۹۱ | ۶۹ | ۲۰۴ | ۱۲۰ | ۳۹۰ | محصولات حیوانی |
| ۵ | -۱۴ | -۱۶ | ۱۳۲ | ۲۹۶ | ۱۱۳ | ۲۴۹ | کشمش |
| ۵ | ۲۳ | ۱۳ | ۰/۱۲۹ | ۲۰۰ | ۰/۱۵۹ | ۲۲۷ | زعفران |
| ۵ | ۱۲ | ۱۵ | ۱۴۳ | ۱۸۹ | ۱۶۰ | ۲۱۷ | خرما |
| ۴ | -۱۳ | -۱۵ | ۶۸ | ۲۳۶ | ۵۹ | ۲۰۱ | آبزیان |
| ۳ | ۱۶۰ | ۲۸۹ | ۱۵۰ | ۳۸ | ۳۹۱ | ۱۴۸ | سیب زمینی |
| ۰/۸ | ۱۷ | ۴۳ | ۲۹ | ۲۸ | ۳۴ | ۳۶ | چای |
| ۰/۷ | -۲۰ | -۲۶ | ۱۰ | ۴۶ | ۸ | ۳۴ | گل و گیاه |
| ۱۰۰ | ۴۲ | ۳۵ | ۲۷۶۵ | ۳۱۵۶ | ۳۹۲۹ | ۴۲۵۶ | جمع اقلام عمده |

آبزیان:

میزان صادرات انواع آبزیان طی سال ۱۳۹۳ از نظر ارزشی بمیزان ۲۰۱ میلیون دلار و از نظر وزنی ۵۹ هزار تن بوده است که در مقایسه با مدت مشابه سال قبل از نظر وزنی ۱۳ درصد و از نظر ارزشی ۱۵ درصد کاهش داشته است. عمده بازارهای آبزیان در سال ۹۳ کشورهای ویتنام، تایلند، چین، امارات و کویت می باشند. از دلایل عمده کاهش صادرات آبزیان می توان به تعرفه بالای کشورهای اروپایی طی شش ماهه ابتدای سال ۹۳ گذشته و همچنین صدور میگوهای برگشتی کشور هند به کشورهای جنوب شرق آسیا با قیمت پایین اشاره نمود.



محصولات حیوانی:

میزان صادرات محصولات حیوانی طی سال ۱۳۹۳ از نظر ارزشی بمیزان ۳۹۰ میلیون دلار و از نظر وزنی ۱۲۰ هزار تن بوده است که در مقایسه با مدت مشابه سال قبل از نظر وزنی ۷۴ و نظر ارزشی ۹۱ درصد افزایش داشته است. محصولات حیوانی شامل انواع حیوانات زنده، گوشت، احشاء خوراکی، روده، تخم مرغ و... می باشد.



گل و گیاه:

میزان صادرات نباتات زنده و محصولات گلکاری طی سال ۱۳۹۳ به ارزش ۳۴ میلیون دلار و به وزن بیش از ۸ هزار تن بوده است که از نظر ارزشی ۲۶ درصد و به لحاظ وزنی ۲۰ درصد کاهش داشته است. افزایش هزینه های حمل و نقل و فراهم نبودن زیرساختهای صادراتی باعث کاهش صادرات گل و گیاه شده است ضمناً روند صدور سایر اقلام گل و گیاه کاهش یافته است. همچنین بازارهای عمده گل شاخه بریده عبارتند از: ویتنام، چین و کشورهای اروپایی. قابل ذکر است عمده بازارهای صادراتی درخت و بوته کشورهای ترکمنستان، عراق و ازبکستان می باشند. کشور روسیه نیز بعنوان یکی از مقاصد مهم و پرمصرف گل شاخه بریده مطرح بوده که لازم است با توجه به نزدیکی استانهای شمالی کشورمان به این بازار، برنامه ریزی لازم برای تولید گل شاخه بریده با کیفیت در اولویت باشد.



سیب زمینی:

صادرات این محصول طی سال ۹۳ به میزان ۳۹۱ هزار تن و به ارزش ۱۴۸ میلیون دلار بوده است که در مقایسه با مدت مشابه سال گذشته ۱۶۰ درصد از نظر وزنی و ۲۸۹ درصد از نظر ارزشی افزایش داشته است. برای تقویت و پایداری طرح استمرار تولید محصول سیب زمینی و ماندگاری محصول ایران در بازارهای هدف از جمله عراق، افغانستان، حوزه عربی خلیج فارس و آسیای میانه ضرورت دارد وزارت جهاد کشاورزی برنامه راهبردی و عملیاتی تولید سیب زمینی را برای تأمین مستمر بازارهای خارجی با کنترل فرآیند کمی و کیفی تولید و حفظ سهم بازار مصرف تدوین و اجرایی نماید. بخشی از اراضی سیب زمینی کشور با مدیریت وزارت جهاد کشاورزی و مشارکت صادرکنندگان بایستی به کشت اقلام و وارپته های صادراتی اختصاص یابد.



بازارهای اصلی صادرات سیب زمینی عبارتند از: عراق، امارات، آذربایجان، ترکمنستان و قزاقستان

پسته و مغز پسته:

میزان عملکرد صادرات این محصول طی سال ۱۳۹۳، ۱۸۰ هزار تن و به ارزش ۱۶۲۲ میلیون دلار گزارش شده است که در مقایسه با مدت مشابه سال قبل از نظر وزنی و ارزشی ۵۸ درصد افزایش داشته است. افزایش تولید پسته در سال ۱۳۹۳ از دلایل اصلی افزایش صادرات این محصول می باشد. پیش بینی می شود بازارهای سنتی پسته ایران از جمله اتحادیه اروپا، کانادا، ژاپن و آمریکا رویکردهای جدیدی برای خرید محصول ایرانی داشته باشند.



عمده بازارهای هدف صادرات این محصول عبارتند از: هنگ کنگ، امارات، ویتنام، آلمان و ترکیه

خرما:

براساس آمار موجود، میزان صادرات خرماي تازه و خشک طی سال ۱۳۹۳ از لحاظ وزنی ۱۶۰ هزار تن و از لحاظ ارزشی ۲۱۷ میلیون دلار بوده است که نسبت به مدت مشابه سال گذشته ۱۵ درصد از نظر ارزشی و حدود ۱۲ درصد از لحاظ وزنی افزایش داشته است. **بازارهای عمده اقلام خرما عبارتند از: امارات، ترکیه، پاکستان، هند، افغانستان.**



کشمش:

طی سال ۱۳۹۳ میزان صادرات کشمش ۲۴۹ میلیون دلار و به میزان ۱۱۳ هزار تن بوده است که نسبت به مدت مشابه سال گذشته از نظر وزنی ۱۴ درصد و از لحاظ ارزشی ۱۶ درصد کاهش داشته است یکی از دلایل عمده آن متأثر از عرضه کشمش ترکیه با قیمت پایین تر و چند ماه زودتر از عرضه کشمش ایران در بازارهای جهانی طی سال گذشته بوده است. علیرغم مزیت کیفی کشمش ایرانی نسبت به ترکیه، بالابودن قیمت تمام شده تولید این محصول مهمترین چالش توسعه صادرات است ضمن اینکه فقدان شکل قدرتمند ملی در بخش خصوصی، برنامه ریزی منسجم و هدفمند در این محصول را تحت الشعاع قرار داده است. **مهمترین اقلام کشمش صادراتی طی سال ۱۳۹۳ عبارتند از: کشمش تیزابی بی دانه و کشمش آفتابی. عمده بازارهای آن نیز شامل: عراق، ترکیه، قزاقستان، روسیه و اکراین می باشد.**



میوه و تره بار:

صادرات انواع میوه تازه طی سال ۱۳۹۳ به میزان ۲۸۶۴ هزار تن و به ارزش ۱۱۳۲ میلیون دلار صورت پذیرفته است که در مقایسه با مدت مشابه سال گذشته از نظر وزنی ۴۰ درصد و از نظر ارزشی ۳۰ درصد افزایش یافته است. عمده صادرات اقلام میوه عبارتند از کیوی، سیب، هندوانه و خربزه، انار.



قابل توجه است که مشکلات مربوط به ورود موقت کارتن به منظور بسته بندی میوه، افزایش هزینه های حمل و نقل (داخلی و خارجی) و نیز افزایش هزینه های بسته بندی عمده ترین مشکلات صادرات انواع میوه از قبیل سیب درختی، گیلاس، زردآلو، انگور و ... میباشد.

سیب :

عمده محصولاتی که بیشترین ارزش را در پی داشته کیوی، هندوانه، خربزه و سیب بوده که عمده کشورهای صادراتی به شرح جدول ذیل می باشد :



مقایسه ارزش صادرات سال ۱۳۹۳ در چهار بازار عمده هدف صادراتی محصول سیب

| چهار بازار عمده هدف صادراتی محصول سیب (ارزش: میلیون دلار) | | | |
|--|------------|------------|-----------|
| کشور | سال ۹۳ | سال ۹۲ | % تغییر |
| عراق | ۸۹ | ۴۹ | ۸۲ |
| پاکستان | ۲۴ | | |
| ترکمنستان | ۲۲ | ۲۴ | -۸ |
| امارات متحده عربی | ۱۷/۷ | ۱۲ | ۴۷ |
| افغانستان | ۱۱/۵ | ۱۰ | ۱۵ |
| سایر (۲۱ کشور) | ۳۲ | ۱۳ | ۱۴۶ |
| جمع کل | ۱۷۲ | ۱۰۸ | ۵۹ |

کشور پاکستان طی سال ۱۳۹۳ با ۲۴ میلیون دلار افزایش چشمگیری نسبت به سال قبل آن در واردات سیب از کشورمان داشته است.

مقایسه ارزش صادرات سال ۱۳۹۳ در پنج بازار عمده هدف صادراتی محصول هندوانه

| پنج بازار عمده هدف صادراتی محصول هندوانه (ارزش: میلیون دلار) | | | |
|---|------------|------------|-----------|
| کشور | سال ۹۳ | سال ۹۲ | % تغییر |
| عراق | ۱۳۹ | ۹۰ | ۵۴ |
| امارات متحده عربی | ۳۶ | ۲۹ | ۲۲ |
| ترکیه | ۱۰ | ۶ | ۵۹ |
| روسیه | ۱/۴ | ۰/۵۷۴ | ۱۴۴ |
| ترکمنستان | ۱ | ۰/۲۹۰ | ۲۴۴ |
| سایر (۲۴ کشور) | ۵ | ۳ | ۶۶ |
| جمع کل | ۱۹۳ | ۱۳۰ | ۴۸ |

سیب بعنوان یکی از محصولات استراتژیک استان آذربایجان غربی چند سالی است همواره دچار مشکل فروش شده است به طوریکه سال گذشته نیز ۵۰۰ هزار تن سیب ذخیره شده در سردخانه های استان با مشکل عدم خریدار مواجه گردید. یکی از راهکارها، صادرات سیب تولیدی استان به کشور روسیه بود که در این زمینه طی سال گذشته نیز این سازمان مکاتباتی با ریزنان مستقر در کشورهای هدف جهت بازاریابی انجام داد ولیکن دستیابی به بازارهای مناسب مازاد تولید کشور، مستلزم برنامه ریزی منسجم، مدون بلند مدت می باشد.

همچنین پیشنهاد می شود استانهای اصلی تولیدکننده این محصول از جمله آذربایجان غربی، تهران و اصفهان با برنامه ریزی مناسب، الزامات مورد نیاز صادرات محصول استان را با ارائه اطلاعات و آمار کامل به سازمان توسعه تجارت ایران پیگیری نمایند.





شایان ذکر است با توجه به اینکه طی سال گذشته سیب آذربایجان غربی به روسیه صادر گردید ولی افت ارزش روبل در بازارهای جهانی موجب کاهش و توقف این صادرات گردید. از مشکلات عدیده میتوان به نبود خریدار، نبود بسته بندی مناسب، عدم سورتینگ محصول، کمبود کامیونهای یخچال دار اشاره نمود. استان آذربایجان غربی طی سالهای اخیر، رتبه اول کشور در تولید سیب را کسب نمود و سطح زیر کشت بارور این محصول در استان حدوداً ۴۱ هزارهکتار برآورد شده است و میانگین تولید این محصول ۱۶ تن در هکتار. شهر ارومیه با اختصاص ۴۵٪ از این باغ ها در رتبه نخست سپس سلماس، مهاباد، اشنویه، نقده و میاندوآب در رتبه های بعدی تولید سیب استان قرار دارند. میزان صادرات سیب طی سال گذشته حدود ۱۷۲ میلیون دلار از نظر ارزش و ۳۹۴ هزارتن که در مقایسه با سال قبل آن ۵۹ درصد از لحاظ ارزشی ۹۷ درصد از لحاظ وزنی رشد نشان میدهد.

زعفران:

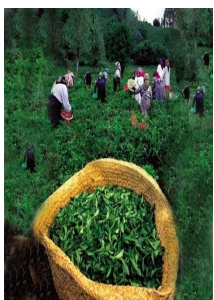
صادرات زعفران طی سال ۱۳۹۳ از نظر ارزش ۲۲۷ میلیون دلار و به لحاظ وزنی ۱۵۹ تن بوده است. در مجموع صادرات زعفران طی سال ۹۳ از نظر وزنی بالغ بر ۲۳ درصد افزایش و به لحاظ ارزشی ۱۳ درصد رشد داشته است. یکی از مهمترین اقدامات آینده درخصوص این محصول، پیگیری در راستای کاهش و یا حذف تعرفه ورود زعفران ایران به کشورهای هدف از جمله هند و چین می باشد. حمایت از سرمایه گذاری در راستای ایجاد و توسعه خطوط سورت و بسته بندی صادراتی در مبادی تولید این محصول از دیگر اولویت های توسعه صادرات زعفران است.



عمده کشورهای واردکننده زعفران ایران: امارات، اسپانیا، چین، عربستان و هنگ کنگ

چای:

صادرات چای طی سال ۱۳۹۳ از نظر ارزشی ۳۶ میلیون دلار و به لحاظ وزنی ۳۴ هزار تن بوده است و در مقایسه با مدت مشابه سال قبل از نظر ارزشی ۴۳ درصد و به لحاظ وزنی ۱۷ درصد افزایش داشته است. طی سال های اخیر با همت قاطبه صادرکنندگان چای کشور شاهد رشد صادرات این کالا بودیم لزوم برنامه ریزی حمایتی در زمینه صادرات چای و نیز تضمین کیفیت این کالا به عنوان رقیب کالای مرغوب هندی از الزامات استمرار حضور این کالا در عرصه صادرات محصولات کشاورزی میباشد.



بنظر می رسد یکی از نیازهای اساسی صنعت چای ایران برند سازی و ارتقای کیفیت این محصول در جهات مختلف برای شناساندن و معرفی ویژگیهای منحصر بفرد چای ایرانی است. پیش بینی میگردد در صورت تدوین سند راهبرد کلان ملی برای صنعت چای کشور و توجه خاص به این صنعت بعنوان یک صنعت ارزآور و استراتژیک در بخش کشاورزی و هدایت برنامه های تولید، فرآوری و بسته بندی این محصول در چارچوب استانداردهای صادراتی با جلب مشارکت فعالان تخصصی و متخصصین با تجربه، چشم انداز روشنی برای این صنعت متصور خواهد بود.

آنچه مسلم است محصول چای ایرانی بعنوان کالایی که قابلیت عرضه و فروش در بازارهای CIS را دارد، نیازمند حمایت و تشویق در بحث تولید و فرآوری است. کمک به جلب سرمایه گذاری و مشارکت بیشتر بخش خصوصی و تولیدکنندگان به ایجاد ارزش افزوده چای ایرانی برای ارتقای عایدات اقتصادی آن بسیار مهم و اساسی است. دولت می‌بایست در بحث سیاستگذاری برای حمایت از تولید چای در کل فرآیند به سمتی حرکت نماید تا موجودی سالیانه چای سنواتی در انبارها به حداقل رسیده و بجای پرداخت ارقام هنگفت خرید تضمینی، با تقویت بنگاههای صادراتی و تشویق آنها به خرید توافقی چای از یک سو و کمک به باغداران چای برای افزایش کیفی فرآیند داشت و برداشت محصول با قابلیت صادرات، زنجیره ارزش این محصول را حمایت نماید.

عمده بازارهای هدف صادرات چای عبارتند از : تاجیکستان، ترکمنستان، امارات و اندونزی

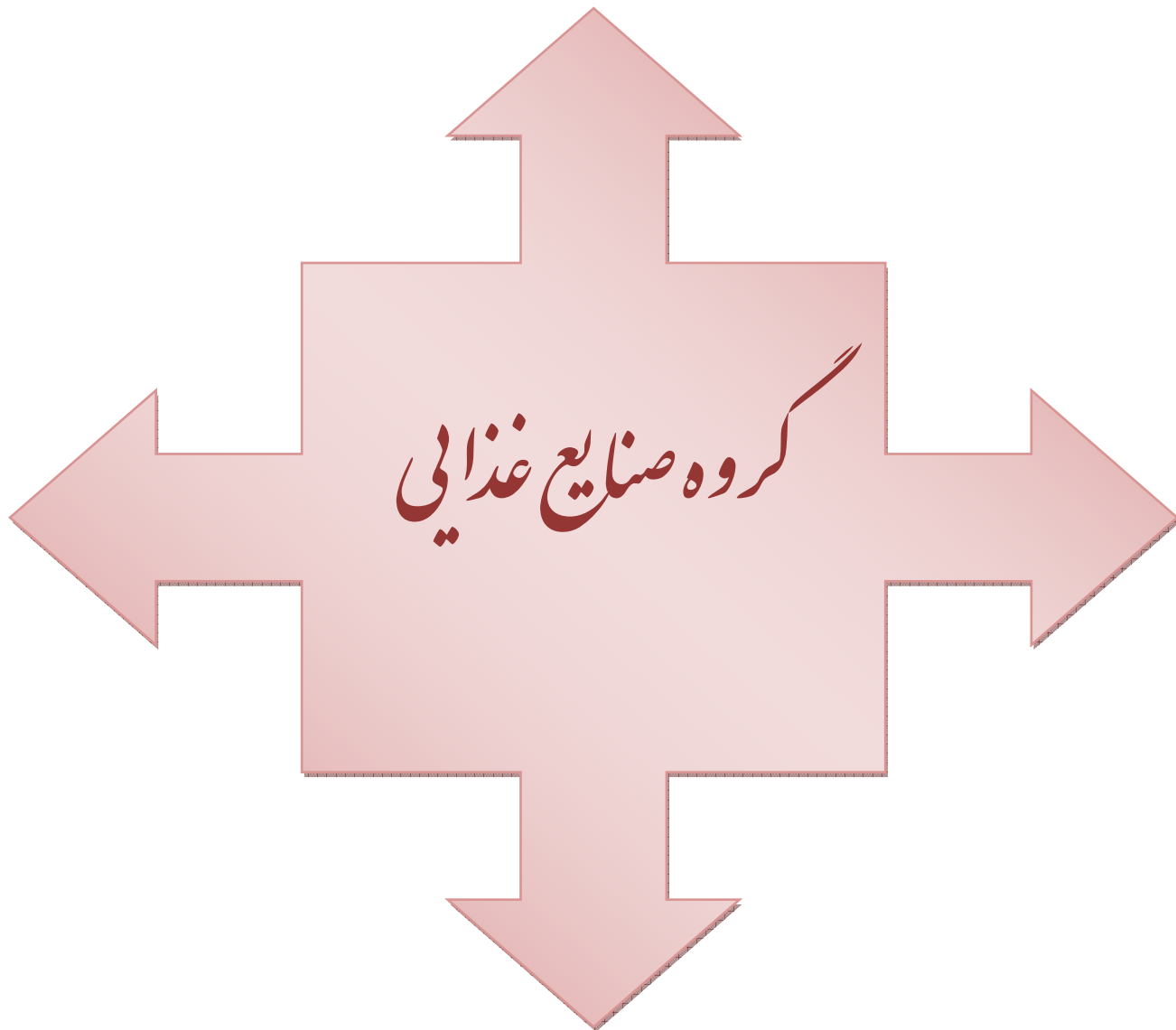
نکته کلیدی:

Swot محصولات کشاورزی

| نقاط قوت | نقاط ضعف |
|--|---|
| <p>۱. داران بودن آب و هوای چهارفصل و استعداد فراوان بمنظور پرورش انواع محصولات زراعی و باغی</p> <p>۲. دارا بودن تنوع محصولات در وارپته های مختلف</p> <p>۳. دسترسی به بازارها از طریق مرز آبی و خشکی</p> <p>۴. بالا بودن کیفیت محصولات تولید شده در این بخش</p> | <p>۱. عدم بهره مندی از روشهای پیشرفته جهت مراحل مختلف تولید</p> <p>۲. عدم وجود صنایع بسته بندی و تبدیلی</p> <p>۳. عدم توجه به مسایل بازاریابی بمنظور حضور گسترده در بازارها</p> |
| فرصت ها | تهدیدها |
| <p>بهره مندی از محصولات با مزیت رقابتی بالا</p> | <p>۱. فسادپذیری محصول و کمبود پروازهای هوایی بمنظور صادرات این قبیل محصولات</p> <p>۲. از دست دادن برخی از بازارها بدلیل نوسانات تولید</p> |

محصولات کشاورزی ایران جزء ۲۰ کشور اول جهان بلحاظ کمی و کیفی در تولید می باشد. محصولاتی نظیر پسته، زعفران، گل و گیاه، میوه جات و سبزیجات و آبزیان بخشی از مزیت های صادراتی کشورمان هستند که می توانیم ارقام صادرات را بلحاظ وزنی و ارزشی به اهداف بالاتری برسانیم. مشروط به اینکه بخش تولید کشور همراه با نیاز خریداران خارجی و داخلی به موضوع کیفیت، بهره وری، استانداردسازی، راندمان عملکرد، کاهش مصرف سم و کود شیمیایی و برندسازی در تولید و صادرات توجه نموده و محصول ارزانتری را بدست مصرف کننده برساند.

ایجاد و راه اندازی صندوق حمایت از سرمایه گذاری صادرات بخش کشاورزی، تسهیل فرآیند واردات کانتینرهای سردخانه دار برای تقویت ناوگان حمل و نقل داخلی و بین المللی، بازپرداخت وجوه دریافتی عوارض صادراتی از سوی دولت به سازمان توسعه تجارت ایران در بودجه های سنواتی، تسهیل شرایط سرمایه گذاری خارجی و هم راستایی اهداف و برنامه های بخش تولید محصولات کشاورزی در مسیر اهداف کلان صادراتی کشور بویژه در محصولات استراتژیک، میتواند صادرات این بخش را بسیار فراتر از اهداف تعیین شده محقق نماید. یکی از مهمترین عوامل تاثیرگذار در برنامه ریزی صادرات محصولات کشاورزی، داشتن اطلاعات و آمار صحیح و بموقع در قالب طرحهای پیش آگاهی از میزان کمی و کیفی تولیدات این بخش است که بدلیل سریع الفساد بودن محصولات لازم است این شبکه اطلاع رسانی در بخش تولید ساماندهی و اجرا شود.



خلاصه تحلیل آماری وضعیت صادرات اقلام عمده گروه صنایع غذایی

طی سال ۱۳۹۳



عمده... ناظر فصحی
رئیس گروه صنایع غذایی



محصولات متنوع صنایع غذایی به جهت ایجاد ارزش افزوده بیشتر نسبت به محصولات کشاورزی دارای مزیت بیشتری در صادرات می باشند. صادرات محصولات صنایع غذایی کشور طی سال ۱۳۹۰ با افزایش ۲۱ درصدی در ارزش، به ۱۵۵۲ میلیون دلار رسید و همچنین صادرات این صنعت در سال ۱۳۹۱ از نظر ارزشی ۱۵۷۵ میلیون دلار و از نظر وزنی ۹۴۹/۷ هزار تن بوده است که بیانگر روند صعودی صادرات می باشد. لیکن طی سال ۱۳۹۲ صادرات به ارزش ۱۷۶۰ میلیون دلار و به وزن تقریبی ۱۰۲۷ هزار تن رسیده است. متعاقب اعلام عوارض و ممنوعیت ها در این بخش از آبانماه سال ۱۳۹۱ (که در تاریخ ۱۳۹۲/۶/۲۷ این محدودیتها به میزان قابل توجهی کاهش یافت) با رکود مواجه شد. در نتیجه در سال ۹۲ به لحاظ ارزشی ۳ درصد و از نظر وزنی ۹ درصد کاهش نشان داده است. در سال ۱۳۹۳ محصولات عمده صنایع غذایی از نظر ارزشی ۱۷۳۲/۵ میلیون دلار صادرات داشته که به رشد ۴۰۷ درصد رسیده است و از نظر وزنی ۱۰۶۹ هزار تن بوده است که در مقایسه با مدت مشابه ۹ درصد رشد صادرات را نشان می دهد.

عملکرد صادرات اقلام عمده محصولات صنایع غذایی طی سال ۱۳۹۳

و مقایسه آن با سال قبل

ارزش: میلیون دلار
وزن: هزارتن

| سهم ارزشی از کل صادرات صنایع غذایی (%) | درصد تغییرات | | سال ۱۳۹۲ | | سال ۱۳۹۳ | | گروه کالایی |
|--|--------------|------|----------|--------|----------|--------|-------------------------------------|
| | وزن | ارزش | وزن | ارزش | وزن | ارزش | |
| ۳۴.۳ | ۱۵ | ۵.۷ | ۳۵۲ | ۶۰۷.۷ | ۴۰۶.۵ | ۶۴۲.۵ | فرآورده های لبنی |
| ۲۵ | ۰.۹ | ۳.۷ | ۲۰۰ | ۴۴۵ | ۲۰۱.۷ | ۴۶۱.۶ | بیسکویت، نان، شیرینی و انواع شکلات |
| ۹ | -۰.۱ | ۰.۱ | ۶۷.۵ | ۱۷۰.۶ | ۶۷.۵ | ۱۷۰.۸ | انواع کمپوت و کنسرو |
| ۱۰.۵ | ۲۲ | ۱۵.۷ | ۱۰۱.۶ | ۱۶۹.۸ | ۱۲۴ | ۱۹۶.۶ | رب گوجه فرنگی |
| ۵ | -۱۸.۵ | -۱۲ | ۹۷ | ۱۰۹.۸ | ۷۹ | ۹۶.۵ | خمیرهای غذایی، ماکارونی و خمیر مایه |
| ۴.۵ | -۲ | -۹ | ۵۷ | ۹۸ | ۵۵.۷ | ۸۹ | انواع کنساتره و آبمیوه |
| ۱.۶ | ۱۵ | ۹ | ۳۴ | ۳۱ | ۳۹ | ۳۳.۸ | آب معدنی و آشامیدنی |
| ۰.۲ | -۴۶ | -۴۵ | ۴۴.۷ | ۱۳ | ۲۴ | ۷.۵ | محصولات صنعت آرد |
| ۰.۷ | ۴۶ | ۴۱ | ۵ | ۱۰ | ۷.۸ | ۱۴ | روغنهای نباتی |
| ۲.۲ | ۱۱۱ | ۳۶۶ | ۲۵ | ۹ | ۵۲.۶ | ۴۱.۵ | قند و شکر و فرآورده های آن |
| ۱۰۰ | ۹ | ۴/۷ | ۹۸۱ | ۱۶۵۴/۵ | ۱۰۶۹ | ۱۷۳۲/۵ | جمع اقلام عمده |

فرآورده های لبنی:

صادرات محصولات لبنی طی سال ۱۳۹۳ از نظر ارزشی جمعاً به میزان ۶۴۲.۵ میلیون دلار به وزن ۴۰۶.۵ هزار تن می باشد که نسبت به مدت مشابه سال ۹۲ بترتیب از نظر ارزشی معادل ۵.۷ درصد رشد و از لحاظ وزنی با ۱۵ درصد رشد روبرو بوده اند. عمده بازارهای صادراتی انواع فرآورده های لبنی عبارتند از: عراق، افغانستان، پاکستان، امارات و سوریه.

مقایسه ارزش صادرات سال ۱۳۹۳ در پنج بازار عمده هدف صادراتی محصولات لبنی

| پنج بازار عمده هدف محصولات لبنی (ارزش: میلیون دلار) | | | |
|--|--------------|--------------|------------|
| کشور | سال ۹۳ | سال ۹۲ | % تغییر |
| عراق | ۵۱۳.۷ | ۴۹۶.۷ | ۳.۴ |
| افغانستان | ۵۲.۶ | ۴۵ | ۱۶.۸ |
| پاکستان | ۲۷.۸ | ۲۵ | ۱۱.۲ |
| امارات متحده عربی | ۹.۶ | ۱۰ | -۴ |
| سوریه | ۸.۷ | ۶.۷ | ۲۹.۸ |
| سایر | ۲۹.۹ | ۲۴.۳ | ۲۳ |
| جمع کل | ۶۴۲.۵ | ۶۰۷.۷ | ۵.۷ |

انواع بیسکوئیت، نان شیرینی و انواع شکلات:

طی دوازده ماهه سال ۱۳۹۳، ۲۰۱.۷ هزار تن انواع شیرینی، شکلات و بیسکوئیت به ارزش ۴۶۱.۶ میلیون دلار به خارج از کشور صادر شده است که در مقایسه با مدت مشابه سال قبل ۳.۷ درصد رشد ارزشی و ۰.۹ درصد رشد وزنی داشته است. این بخش از صنعت، سهم ۷٪ در تولیدات صنایع غیرفلزی، سهم ۶٪ از اشتغال صنایع غیرفلزی و سهم ۵٪ از کل سرمایه گذاری صنایع غیرفلزی را دارا می باشد. ۱۰۰۰ واحد فعال در کشور سالانه ۱.۵ میلیون تن محصول تولید می نمایند. در سال گذشته به دلیل وضع عوارض صادراتی، این بخش با کاهش صادرات مواجه بود که با رفع عوارض، صادرات این گروه در حال بازگشت به روند عادی می باشد. مشکلات موجود در واردات مواد اولیه مورد نیاز صنعت و نیز افزایش قیمت تمام شده که منجر به غیرقابلی شدن قیمت عرضه محصول در بازارهای جهانی گردیده، از دلایل کاهش صادرات می باشد.

عمده بازارهای صادراتی این محصولات کشورهای عراق و افغانستان می باشند.

مقایسه ارزش صادرات طی سال ۱۳۹۳ در پنج بازار عمده هدف صادراتی انواع بیسکوئیت، شیرینی و شکلات

| پنج بازار عمده هدف انواع بیسکوئیت، شیرینی و شکلات (ارزش: میلیون دلار) | | | |
|--|--------------|------------|------------|
| کشور | سال ۹۳ | سال ۹۲ | درصد تغییر |
| عراق | ۲۰۷.۸ | ۲۰۵ | ۱.۳ |
| افغانستان | ۱۵۸ | ۱۴۷ | ۷.۵ |
| تاجیکستان | ۱۸.۶ | ۲۱ | -۱۱ |
| پاکستان | ۱۸ | ۲.۲ | ۷۱۸ |
| آذربایجان | ۱۴ | ۱۱ | ۲۷ |
| سایر | ۴۵ | ۵۸.۸ | -۲۳ |
| جمع کل | ۴۶۱.۶ | ۴۴۵ | ۳.۷ |

انواع کمپوت و کنسرو:

طی سال ۱۳۹۳، صادرات انواع کمپوت و کنسرو، براساس ارزشی معادل ۱۷۰.۸ میلیون دلار و از نظر وزنی ۶۷.۵ هزار تن بوده است که در مقایسه با مدت مشابه سال قبل تنها ۰.۱ درصد رشد ارزشی و همچنین ۰.۱ درصد کاهش وزنی نشان می دهد. از آنجائی که عمده صادرات انواع کمپوت و کنسرو به کشورهای عراق و افغانستان انجام شده است و این کشورها اخیراً سطح استانداردهای خود را در حد کشورهای اروپایی افزایش داده اند، در نتیجه فضا برای صادرات به کشورهای مذکور چندان مساعد بنظر نمی رسد.

مقایسه ارزش صادرات سال ۱۳۹۳ در پنج بازار عمده صادراتی انواع کمپوت و کنسرو

| (ارزش: میلیون دلار) پنج بازار عمده هدف انواع کمپوت و کنسرو | | | |
|--|--------------|--------------|------------|
| کشور | سال ۹۳ | سال ۹۲ | درصد تغییر |
| عراق | ۸۳.۶ | ۸۷.۵ | -۴.۴ |
| افغانستان | ۴۷ | ۴۹.۷ | -۵.۴ |
| ترکیه | ۹.۴ | ۰.۹ | ۹۴۴ |
| پاکستان | ۶ | ۲.۶ | ۱۳۰ |
| روسیه | ۵ | ۱۲ | -۵۸ |
| سایر | ۲۴.۸ | ۱۸ | ۳۷ |
| جمع کل | ۱۷۰.۸ | ۱۷۰.۶ | ۰.۱ |

رب گوجه فرنگی:

صادرات رب گوجه فرنگی طی سال ۱۳۹۳، با ۱۹۶.۶ میلیون دلار ارزش به وزن ۱۲۴ هزار تن در مقایسه با مدت مشابه سال ۹۲ از لحاظ ارزشی ۱۵.۷ درصد و از لحاظ وزنی ۲۲ درصد رشد صادرات را نشان میدهد. تولید رب گوجه فرنگی متأثر از تغییرات میزان تولید گوجه فرنگی کشور و نیز قیمت گوجه فرنگی در کشور می باشد. با توجه به نوسانات تولید صیفی جات در سالهای اخیر و افزایش قیمت داخلی محصول رب گوجه فرنگی و همچنین مشکلات تبادل ارز و حمل و نقل در حوزه صادرات تمایل به توزیع داخلی این محصول نسبت به صادرات آن افزایش یافته است. به نظر میرسد بسته بندی رب گوجه فرنگی در قوطی های کوچک مناسب مصرف کننده نهایی بازار داغ تری داشته باشد و لذا حرکت تولیدکنندگان و صادرکنندگان داخلی نیز در آینده احتمالاً بیشتر به این سمت و سو خواهد بود. عمده بازارهای صادراتی رب گوجه فرنگی عبارتند از: عراق، افغانستان و روسیه.

مقایسه ارزش صادرات سال ۱۳۹۳ در پنج بازار عمده صادراتی رب گوجه فرنگی

| (ارزش: میلیون دلار) پنج بازار عمده هدف رب گوجه فرنگی | | | |
|--|--------------|--------------|-------------|
| کشور | سال ۹۳ | سال ۹۲ | درصد تغییر |
| عراق | ۱۰۳ | ۱۰۸ | -۴.۶ |
| افغانستان | ۵۶.۷ | ۵۰ | ۱۳.۴ |
| روسیه | ۱۴ | ۶.۸ | ۱۰.۵ |
| امارات متحده عربی | ۱۱ | ۰.۷ | ۱۴۷۱ |
| سوریه | ۲.۶ | ۰.۲ | ۱۲۰۰ |
| سایر | ۹.۳ | ۴ | ۱۳۲.۵ |
| جمع کل | ۱۹۶.۶ | ۱۶۹.۸ | ۱۵.۷ |

خمیرهای غذایی، ماکارونی و خمیر مایه :

طی سال ۱۳۹۳، ۷۹ هزار تن انواع ماکارونی و محصولات مشابه به ارزش ۹۶.۵ میلیون دلار به خارج از کشور صادر گردیده است که نسبت به مدت مشابه سال ۹۲ به لحاظ ارزشی ۱۲ درصد و به لحاظ وزنی ۱۸.۵ درصد کاهش صادرات داشته است. صنعت ماکارونی یکی از صنایع نوین در حوزه صنعت غذا می باشد که در حال حاضر محصولات متنوعی با ارزش افزوده بالا تولید و صادر میکند و با بازاریابی وسیع، سهم مناسبی از بازارهای منطقه ای را از آن کشور نموده است. لذا بایستی تمهیداتی اندیشیده شود تا تأمین مواد اولیه اساسی این صنعت در بخش صادرات با شرایط مطلوب تری انجام گیرد. از سال ۱۳۹۱ طبق اعلام ستاد تنظیم بازار عوارض صادراتی ماکارونی ابتدا ۵۰٪ وضع گردید و بعداً به ۱۵٪ کاهش یافت که در نهایت اخذ عوارض از صادرات این بخش در شهریورماه ۱۳۹۲ لغو گردید.

مقایسه ارزش صادرات سال ۱۳۹۳ در پنج بازار عمده هدف صادراتی خمیرهای غذایی، ماکارونی و خمیر مایه

| پنج بازار عمده هدف خمیرهای غذایی، ماکارونی و خمیر مایه (ارزش: میلیون دلار) | | | |
|---|-------------|--------------|------------|
| کشور | سال ۹۳ | سال ۹۲ | درصد تغییر |
| افغانستان | ۳۳ | ۲۷ | ۲۲ |
| عراق | ۱۲ | ۱۴ | -۱۴ |
| سومالی | ۸ | ۴ | ۱۰۰ |
| سوریه | ۵ | ۴.۸ | ۴ |
| امارات | ۵ | ۸ | -۳۷.۵ |
| سایر | ۳۳.۵ | ۵۲ | -۳۵.۵ |
| جمع کل | ۹۶.۵ | ۱۰۹.۸ | -۱۲ |

انواع کنسانتره و آرمیوه ها :

طی سال ۱۳۹۳، ۵۵.۷ هزار تن انواع آرمیوه و کنسانتره میوه جات به ارزش ۸۹ میلیون دلار به خارج از کشور صادر شده است که در مقایسه با مدت مشابه سال ۹۲ از لحاظ ارزشی ۹ درصد و همچنین از لحاظ وزنی ۲ درصد کاهش صادراتی داشته است. نوسانات تولید محصولات کشاورزی در سال های مختلف به دلایل گوناگون و افزایش هزینه های تولید بصورت سالانه، از جمله مهمترین نگرانیهای تولید و صادرات محصولات این گروه می باشد که با تاثیرپذیری از این عوامل، وضعیت صادرات این محصولات در سالهای مختلف افت و خیزهایی داشته است. عمده بازارهای صادراتی انواع کنسانتره و آرمیوه شامل کشورهای ترکیه، عراق، افغانستان، روسیه و آلمان می باشند.

مقایسه ارزش صادرات سال ۱۳۹۳ در پنج بازار عمده هدف صادراتی انواع کنسانتره و آرمیوه ها

| پنج بازار عمده هدف انواع کنسانتره و آرمیوه ها (ارزش: میلیون دلار) | | | |
|--|-----------|-----------|------------|
| کشور | سال ۹۳ | سال ۹۲ | درصد تغییر |
| ترکیه | ۳۳.۷ | ۳۴.۶ | -۲.۶ |
| عراق | ۱۴.۸ | ۱۰ | ۴۸ |
| افغانستان | ۹.۵ | ۱۱.۶ | -۱۸ |
| روسیه | ۷.۴ | ۱۲.۵ | -۴۰.۸ |
| آلمان | ۶ | ۸.۶ | -۳۰ |
| سایر | ۱۷.۶ | ۲۰.۷ | -۱۵ |
| جمع کل | ۸۹ | ۹۸ | -۹ |

آب معدنی و آشامیدنی:

صادرات آب معدنی و آشامیدنی طی دوازده ماهه سال ۱۳۹۳، ۳۹ هزارتن به ارزش ۳۳.۸ میلیون دلار بوده است که در مقایسه با مدت مشابه سال ۹۲، به لحاظ ارزشی با ۹ درصد رشد و همچنین از لحاظ وزنی با ۱۵ درصد رشد روبرو بوده است. لازم به ذکر است با توجه به افزایش ظرفیت تولید در برخی واحدهای تولیدی کشور و نیز حضور شرکای بین المللی با خرید سهام شرکت های مهم داخلی کشور در آینده نزدیک، تغییر روند فعلی صادرات این محصولات دور از انتظار نخواهد بود. همچنین با توجه به نوسانات نرخ ارز نسبت به مدت مشابه و نیز افزایش شدید قیمت مواد اولیه صنعت (۲ برابر شدن قیمت PET) این محصول با افزایش قیمت ۷۰٪ مواجه شد.

مقایسه ارزش صادرات سال ۱۳۹۳ در پنج بازار عمده هدف صادراتی آب معدنی و آشامیدنی

| پنج بازار عمده هدف آب معدنی و آشامیدنی (ارزش: میلیون دلار) | | | |
|---|-------------|-----------|------------|
| کشور | سال ۹۳ | سال ۹۲ | درصد تغییر |
| عراق | ۲۰.۸ | ۱۸.۶ | ۱۱.۸ |
| افغانستان | ۶ | ۵.۴ | ۱۱ |
| ترکمنستان | ۲ | ۲۰.۷ | -۹۰ |
| امارات | ۱.۵ | ۲.۵ | -۴۰ |
| آذربایجان | ۱ | ۰.۷ | ۴۲ |
| سایر | ۲.۵ | ۳.۱ | -۱۹ |
| جمع کل | ۳۳.۸ | ۳۱ | ۹ |

محصولات صنعت آرد:

طی دوازده ماهه سال ۱۳۹۳، صادرات محصولات صنعت آرد، براساس ارزشی معادل ۷.۵ میلیون دلار و از نظر وزنی ۲۴ هزار تن بوده است که در مقایسه با مدت مشابه سال قبل (۴۴ هزارتن به ارزش ۱۳ میلیون دلار) ۴۵ درصد کاهش ارزشی و ۴۶ درصد کاهش وزنی برخوردار بوده است. در حال حاضر نزدیک به ۴۵۰ کارخانه تولیدکننده آرد در کشور فعال هستند که مجموع ظرفیت آنها در بهترین حالت بیش از ۲۳ میلیون تن است که این ظرفیت بیش از مصارف داخلی آرد می باشد. میزان تولید آرد در کشور به طور متوسط در سالیان گذشته ۱۰ میلیون تن بوده، به عبارت دیگر کمتر از نیمی از ظرفیت های موجود در این بخش استفاده شده است. کشورهای اصلی تولیدکننده آرد در جهان عبارتند از: چین با بیش از ۷۹ میلیون تن و هند با بیش از ۲۳ میلیون تن تولید سالانه در سطح منطقه نیز کشور ترکیه یکی از بزرگترین تولیدکنندگان و صادرکنندگان آرد در جهان می باشد. از سال ۱۳۹۱ صادرات آرد گندم با تعرفه ۱۱۰۱۰۰۰ ممنوع شد و همچنان این ممنوعیت ادامه دارد. در سال ۱۳۹۲ صادرات آرد با مجوز صورت گرفته است و میزان ۱۲.۴ میلیون دلار محصولات آرد به کشور سوریه صادر گردیده است.

مقایسه ارزش صادرات سال ۱۳۹۳ در بازارهای عمده هدف صادراتی محصولات صنعت آرد

| پنج بازار عمده هدف محصولات صنعت آرد (ارزش: میلیون دلار) | | | |
|--|------------|-----------|------------|
| کشور | سال ۹۳ | سال ۹۲ | درصد تغییر |
| افغانستان | ۴.۸ | ۰ | - |
| عراق | ۲.۷ | ۰ | - |
| سایر | - | ۱۳ | - |
| جمع کل | ۷.۵ | ۱۳ | -۴۵ |

روغن نباتی:

صادرات روغن نباتی طی سال ۱۳۹۳ به لحاظ ارزش معادل ۱۴ میلیون دلار و از نظر وزنی ۷.۸ هزار تن بوده است که در مقایسه بامدت مشابه سال قبل ۴۱ درصد رشد ارزشی داشته و از لحاظ وزنی ۴۶ درصد رشد صادراتی داشته است. عمده بازارهای صادراتی روغن نباتی کشور عبارتند از: افغانستان، عراق و تاجیکستان.

مقایسه ارزش صادرات سال ۱۳۹۳ در بازارهای عمده هدف صادراتی انواع روغن

| (ارزش: میلیون دلار) | | | |
|-------------------------------|-----------|-----------|------------|
| پنج بازار عمده هدف انواع روغن | | | |
| کشور | سال ۹۳ | سال ۹۲ | درصد تغییر |
| افغانستان | ۶ | ۲ | ۲۰۰ |
| عراق | ۳ | ۰ | - |
| تاجیکستان | ۲ | ۵.۷ | -۶۵ |
| پاکستان | ۱ | ۱ | - |
| قرقیزستان | ۰.۶ | ۰ | - |
| سایر | ۱.۴ | ۰ | ۰ |
| جمع کل | ۱۴ | ۱۰ | ۴۱ |

قند و شکر و فرآورده های آن :

طی دوازده ماهه سال ۱۳۹۳، صادرات قند و شکر و فرآورده های آن، به ارزش ۴۱.۵ میلیون دلار و به میزان ۵۲.۶ هزار تن بوده است که در مقایسه با مدت مشابه سال ۹۲، از ۳۶۶ درصد رشد ارزشی و ۱۱۱ درصد رشد وزنی برخوردار بوده است. لازم به ذکر است کاهش صادرات این بخش از صنعت در برخی مقاطع زمانی سالهای اخیر به دلیل اعمال ممنوعیت صادرات شکر از سوی ستاد تنظیم بازار کشور از سال ۱۳۹۱ می باشد. موارد صادر شده نیز مشمول اخذ مجوز موردی و یا موارد تجارت آزاد بوده است.

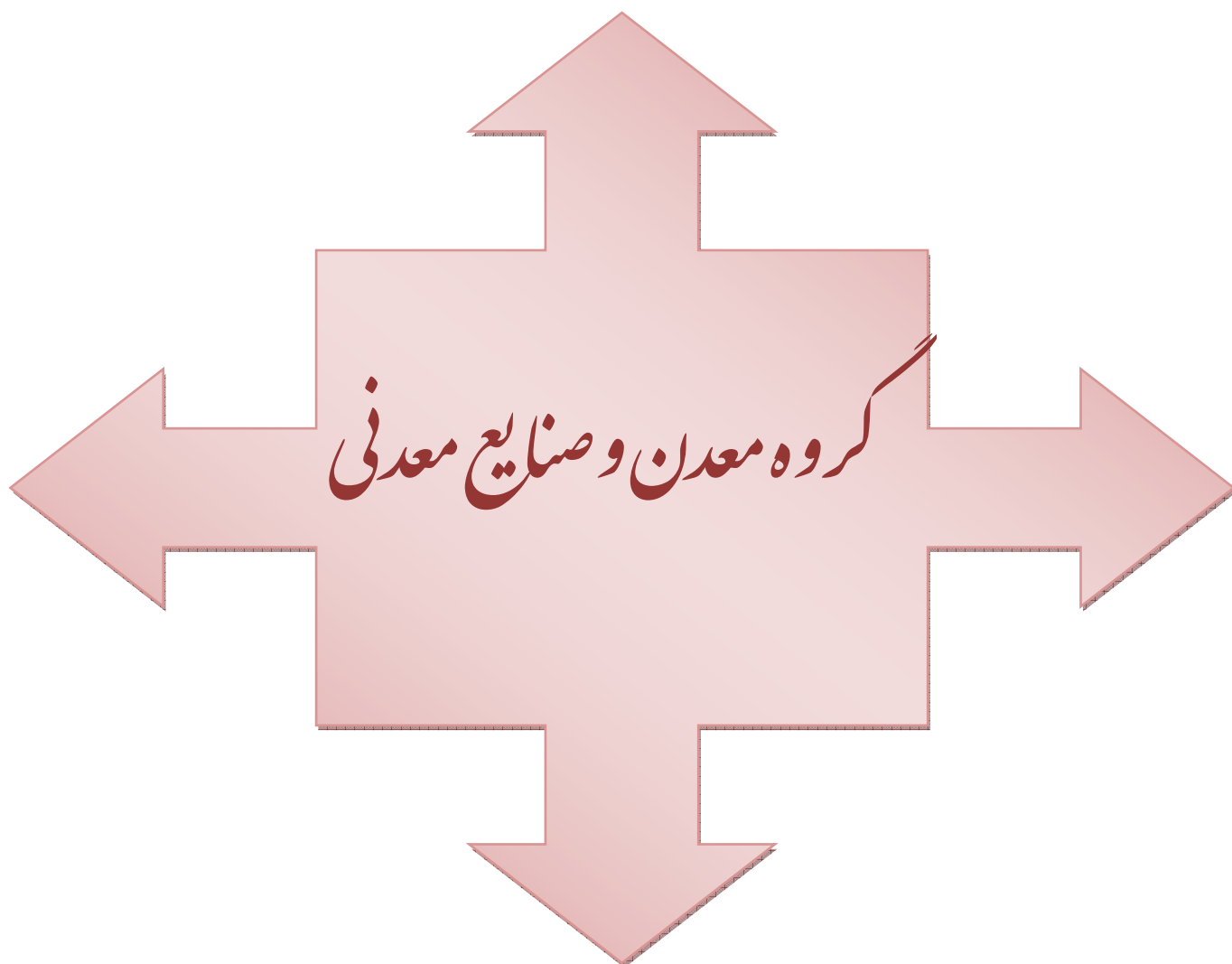
عمده ترین بازارهای هدف صادراتی قند و شکر عبارتند از: ترکیه، ترکمنستان، عراق، افغانستان و آذربایجان.

مقایسه ارزش صادرات سال ۱۳۹۳ در پنج بازار عمده هدف صادراتی قند و شکر و فرآورده های آن

| (ارزش: میلیون دلار) | | | |
|---|-------------|----------|------------|
| پنج بازار عمده هدف قند و شکر و فرآورده ها | | | |
| کشور | سال ۹۳ | سال ۹۲ | درصد تغییر |
| ترکیه | ۱۷ | ۰ | - |
| ترکمنستان | ۱۲ | ۴ | ۲۰۰ |
| عراق | ۱۰ | ۲ | ۴۰۰ |
| افغانستان | ۱ | ۱ | ۰ |
| آذربایجان | ۰ | ۰.۵ | - |
| سایر | ۱.۵ | ۱.۵ | ۰ |
| جمع کل | ۴۱.۵ | ۹ | ۳۶۶ |

نکته کلیدی:

بخش صنایع غذایی یکی از پرطرفیت ترین حوزه های صادراتی است که مزیت های فراوانی برای اقتصاد کشور در بخشهای ارزش افزوده و اشتغال دارد. تنوع محصولات، تقاضای مستمر کشورهای خریدار، کیفیت و قیمت مناسب محصولات، برندسازی نسبی و دسترسی آسان به بازارهای همجوار از مهمترین عوامل و مزیت های صادراتی صنایع غذایی کشورمان است که در صورت تمهید شرایط و تسهیل فرآیند تامین مواد اولیه و کاهش بوروکراسی در فرآیند تولید و صادرات ، قادر خواهیم بود در پایان برنامه پنجم توسعه به رقم ۵ میلیارد دلار صادرات نائل شویم.

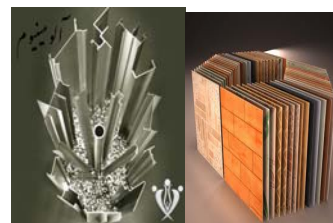


خلاصه تحلیل آماری وضعیت صادرات اقلام عمده گروه معدن و صنایع معدنی

طی ۱۲ ماهه سال ۱۳۹۳



البره مکرری
رئیس گروه معدن و صنایع معدنی



صادراتی کشور بخش قابل توجهی از صادرات کالاهای غیر نفتی کشور را پوشش می دهد (حدود ۲۱/۱۰٪) طیف وسیعی از انواع اقلام مواد اولیه، محصولات نیمه ساخته، محصولات نهایی در این گروه جای دارند. صادرات کشور طی دوره مذکور در مقایسه با مدت مشابه سال قبل در گروه کالایی مربوطه از لحاظ ارزشی ۳/۵٪ و از لحاظ وزنی ۱۳٪ کاهش داشته است که در بخش مواد معدنی کاهش شدید قیمت های جهانی برخی اقلام مشهود است.

پشتوانه غنی ذخایر معدنی کشور به حجم ۵۸ میلیارد تن و به ارزش ۷۷۰ میلیارد دلار بخش اعظم صنایع و خصوصاً صنایع مادر در کشور را پوشش داده تا با تکیه بر این منابع علاوه بر تأمین نیاز داخلی سهم عمده ای از رقم صادرات کشور به معدن و صنایع معدنی اختصاص یابد. معدن و صنایع معدنی در برگیرنده کلیه اقلام خام و فرآوری شده فلزی، غیر فلزی، مصالح ساختمانی و... با ماهیت معدنی می باشد که در میان مجموعه گروه های کالایی تولیدی و

عملکرد صادرات اقلام عمده گروه معدن و صنایع معدنی طی سال ۱۳۹۳ و مقایسه آن با سال قبل ارزش: میلیون دلار وزن: هزار تن

| سهم از کل صادرات گروه (درصد) | درصد تغییرات | | سال ۱۳۹۲ | | سال ۱۳۹۳ | | گروه کالایی |
|------------------------------|--------------|------|----------|------|----------|------|--------------------------------------|
| | وزن | ارزش | وزن | ارزش | وزن | ارزش | |
| ۱۷ | -۲۹ | -۲۸ | ۲۶۴۹۷ | ۱۵۴۶ | ۱۸۷۴۷ | ۱۱۱۵ | سنگ آهن |
| ۱ | -۲۴ | -۱۹ | ۶۰۱ | ۱۱۰ | ۴۵۴ | ۹۰ | سنگ تزئینی خام |
| ۱۸ | -۲۹ | -۲۷ | ۲۷۰۹۸ | ۱۶۵۶ | ۱۹۲۰۱ | ۱۲۰۵ | جمع کل اقلام عمده معدنی |
| ۳۱ | ۶۶ | ۵۴ | ۱۹۷۷ | ۱۳۲۵ | ۳۲۹۴ | ۲۰۴۳ | چدن، آهن و فولاد |
| ۱۱ | -۸ | -۱۱ | ۵۴۹ | ۸۲۸ | ۵۰۵ | ۷۳۳ | مصنوعات از چدن، آهن و فولاد |
| ۷ | -۲۲ | -۷ | ۷۹ | ۴۷۰ | ۶۲ | ۴۳۷ | مس |
| ۴/۵ | ۳۶ | -۳۴ | ۲۳۳ | ۴۵۲ | ۱۴۹ | ۲۹۸ | آلومینیوم |
| ۲/۲ | -۳ | -۷ | ۸۵ | ۱۶۱ | ۸۲ | ۱۴۸ | روی |
| ۲ | ۱۸ | ۱۹ | ۵۳ | ۱۰۴ | ۶۲ | ۱۲۴ | سرب |
| ۱۳ | ۰/۷۶ | -۲۰ | ۱۶۵۷۸ | ۱۰۷۷ | ۱۶۷۰۳ | ۸۵۵ | سیمان و کلینکر |
| ۸/۵ | ۰/۲ | -۵ | ۲۴۱۷ | ۵۸۹ | ۲۴۲۳ | ۵۵۹ | کاشی و سرامیک و چینی بهداشتی |
| ۱/۵ | ۱۲ | ۹ | ۴۰۹ | ۹۱ | ۴۵۸ | ۱۰۰ | شیشه |
| ۱/۳ | ۱۵ | ۱۱ | ۲۲۰ | ۷۹ | ۲۵۴ | ۸۸ | سنگ تزئینی کارشده |
| ۸۲ | ۶ | ۴ | ۲۲۶۰۰ | ۵۱۷۶ | ۲۳۹۹۲ | ۵۳۸۵ | جمع کل اقلام عمده صنایع معدنی |
| ۱۰۰ | -۱۳ | -۳/۵ | ۴۹۶۹۸ | ۶۸۳۲ | ۴۳۱۹۳ | ۶۵۹۰ | جمع کل اقلام عمده معدن و صنایع معدنی |

از جمله مهمترین بازارهای صادراتی مواد خام معدنی طی سال ۱۳۹۳ میتوان به چین، هند، ترکیه، ایتالیا، عراق، افغانستان، مالزی، امارات و برخی کشورهای حوزه CIS اشاره کرد.

در این میان کشور چین بعنوان مهمترین بازار صادراتی مواد خام معدنی بشمار میآید. بازارهای عراق، افغانستان، ترکیه، امارات و CIS نیز به جهت مزیت مسافت و هزینه حمل پس از کشور چین از مهمترین بازارهای این بخش بشمار می آیند. درخصوص محصولات معدنی نیز کشورهای همجوار نظیر افغانستان، عراق، امارات متحده عربی و همچنین کشورهای حوزه CIS مهمترین بازارهای صادراتی کشور محسوب می گردند. در عین حال به لحاظ کیفیت مناسب و قیمت رقابتی، برخی محصولات نهایی نظیر چینی بهداشتی، کاشی و سرامیک کشور نیز به بازارهای اروپا صادر گردیده است.

از سوی دیگر سیمان نیز بعنوان یکی از مهمترین محصولات معدنی صادراتی با اتکا به مزبتهای همجواری با بازارهای هدف، کیفیت مطلوب و نیز تولید رو به رشد در صورت رفع موانع و مشکلات موجود و پتانسیل بازارهای هدف چشم انداز صادراتی مناسبی را پیش رو خواهد داشت.

سنگ آهن:

طی سال ۱۳۹۳ صادرات سنگ آهن به رقم ۱۱۱۵ میلیون دلار و به میزان ۱۸۷۴۷ هزار تن بالغ گردیده است طی دوره مشابه سال ماقبل نیز صادرات سنگ آهن رقم ۱۵۴۶ میلیون دلار به وزن ۲۶۴۹۷ هزار تن گزارش شده و به این ترتیب صادرات طی سال ۱۳۹۳ نسبت به سال ۱۳۹۲، ۲۸ درصد از لحاظ ارزشی و ۲۹ درصد از لحاظ وزنی کاهش یافته است.



طی سال ۱۳۹۳ قیمت جهانی از فروردین ماه حدود ۱۱۲ دلار هر تن به ۸۰ دلار کاهش یافت. علاوه بر این، با توجه به تقویت رویکرد جلوگیری از خام فروشی تاثیر عوارض بر صادرات سنگ آهن بر قیمت تمام شده صادراتی و همچنین از ابتدای سال عدم اطمینان صادرکنندگان از تصمیمات ناظر بر وضع عوارض یا لغو آن در داخل کشور طی ماههای اخیر تأثیر قابل توجهی بر فعالیت صادراتی ایشان داشته و این امر در آمار منتشر شده نیز منعکس گردیده است. قابل ذکر است براساس آمار بخش عمده صادرات سنگ آهن، حدود ۷۸٪ مربوط به سنگ آهن دانه بندی هماتیت است.

عمده بازارهای صادراتی سنگ آهن را کشورهای چین (۹۵٪) - پاکستان (۶٪) - امارات (۳٪) - عراق (۲٪) و ترکمنستان (۱٪) تشکیل می دهند. این در حالیست که عملاً قیمت صادراتی سنگ آهن کشور کمتر از قیمت جهانی بوده است.

چدن، آهن و فولاد:



صنعت فولاد بعنوان صنعت مادر در بخش فلزات با تکیه بر منابع موجود در کشور از اهمیت ویژه برخوردار است که این جایگاه صادرات غیرنفتی کشور را نیز جهت بخشیده است بطوریکه فولاد یکی از اقلام عمده صادرات غیرنفتی کشور بشمار می‌آید.

محصولات نیمه تمام از آهن یا فولاد که در سال گذشته رقم صادرات آن صفر بوده به ۲۶۰ میلیون دلار رسید ورق گرم غیرممزوج با رشد ۴۳ ارزشی و ۴۵ وزنی ارزش بالایی در بین اقلام فولادی داشته (به ۷۲۰ میلیون دلار رسید).

صادرات آهن اسفنجی نیز طی دوره مذکور با ۱۸٪ رشد ارزشی و ۲۹٪ رشد وزنی به ۸۰ میلیون دلار و ۲۸۸ هزارتن رسید.

قراضه و ضایعات خصوصاً از فولاد ممزوج زنگ نزن کاهش ۴۰٪ داشته. شمش فولاد آلیاژی (کاهش قیمت کوئل (طومار) سرد نورد شده با نرخ رشد چشمگیر به ۶۵ میلیون دلار و ۸۰ هزارتن رسید درحالیکه کوئل گرم نورد شده با کاهش همراه بوده است.

صادرات گروه کالایی فولاد خام و نیمه ساخته طی سال ۱۳۹۳ به ۲۰۴۳ میلیون دلار و وزن ۳۲۹۴ هزارتن بالغ گردیده است که بر این اساس در مقایسه با عملکرد سال ۱۳۹۲ از لحاظ ارزشی ۵۴ درصد و از لحاظ وزنی ۶۶ درصد رشد را نشان می‌دهد. لغو ممنوعیت در سال جاری از خردادماه و رشد قیمت جهانی صادرات را بدنبال داشته و این در حالی است که همچنان صادرکنندگان در شرایطی به فعالیت صادراتی می‌پردازند که از ایفای تعهدات خود بر مبنای قرارداد فروش در ماههای آتی اطمینان خاطر ندارند. براساس بورس لندن قیمت جهانی شمش فولاد طی سالجاری از ۳۰۰ دلار تا ۴۸۰ دلار در نوسان بوده درحالیکه طی دوره مشابه سال ۹۲ نوسان قیمت بین ارقام ۱۱۰ دلار تا ۴۰۰ دلار متغیر بوده است.

رشد چشمگیر قیمت جهانی عامل موثر بر رشد صادرات در شرایطی است که ممنوعیت و محدودیت صادرات سال گذشته نیز لغو گردیده است. عمده بازارهای صادراتی چین، آهن و فولاد را کشورهای امارات (۱۳٪) - اسپانیا (۸/۷٪) - ایتالیا (۸/۵٪) - عمان (۵/۶٪) و عراق (۴/۵٪) تشکیل می‌دهند.

مصنوعات از چدن، آهن و فولاد:



مصنوعات این بخش که طیف وسیعی از محصولات را در بردارد شامل اقلامی نظیر لوازم خطوط آهن، لوله و پروفیل، اسکلت فولادی، مفتول، سیم، قطعات فولادی، لوازم فولادی و مصنوعات ریخته گری و ... میباشد.

مجموع صادرات این بخش طی سال ۱۳۹۳ به ۷۳۳ میلیون دلار به وزن ۴۵۹ هزارتن بالغ شد که در مقایسه با دوره مشابه سال قبل از آن از لحاظ ارزشی ۸ درصد و از لحاظ وزنی ۸ درصد کاهش را نشان میدهد.

از جمله عوامل موثر بر کاهش صادرات طی دوره مذکور می‌توان به شرایط نامطلوب بازار عراق اشاره داشت.

عمده بازارهای صادراتی مصنوعات از چدن، آهن و فولاد را کشورهای عراق (۸۳٪) - ترکمنستان (۵/۲٪) - تاجیکستان (۲/۲٪) - افغانستان (۱/۵٪) و پاکستان (۱/۱٪) تشکیل می‌دهند.

اسکلت و قطعات اسکلت فولادی با رشد ۲۵٪ ارزشی و ۲۳٪ وزنی به ۷۷ میلیون دلار و ۴۴ هزار تن بالغ شد. در حالیکه لوله و پروفیل توخالی با قطر ۸ اینچ کاهش ۳۶٪ ارزشی و ۲۵٪ وزنی داشته و به ۵۰ میلیون دلار و ۷۲ هزار تن رسید.

صادرات لوله و پروفیل از چدن نیز با کاهش ۲۱٪ ارزشی و ۱۹٪ وزنی به ۳۴ میلیون دلار و ۲۷ هزار تن رسید. صادرات سایر لوله های خطی جوش داده شده از استینلس استیل به ۹۶ میلیون دلار و ۶۳ هزار تن رسید. (با رشد ۱۰۰٪)

وضعیت بازار عراق با توجه به درصد بالای صادرات مصنوعات فولادی به آن کشور، تأثیر قابل توجهی را در روند صادرات صنعت فولاد به آن کشور داشته. بطوریکه طی سال جاری با ۲۵٪ کاهش نسبت به دوره مشابه سال قبل همراه بوده است.

عمدتاً مصنوعات همچون اسکلت و قطعات اسکلت، لوله و برخی انواع پروفیل، مصنوعات از مفتول فولادی با کاهش صادرات مواجه بوده و این اقلام عمده محصولات صادراتی فولادی به کشور عراق را شامل میگردد.

مس و محصولات مسی :



پس از فولاد و آلومینیوم، مس بیشترین ارزش صادرات اقلام فلزی کشور را به خود اختصاص می دهد صادرات طی سال ۱۳۹۳ در این گروه بالغ بر ۴۳۷ میلیون دلار به میزان ۶۲ هزار تن است که در مقایسه با دوره مشابه سال قبل از آن ۷ درصد از لحاظ ارزشی و ۲۲ درصد از لحاظ وزنی کاهش را نشان میدهد.

از مهمترین دلایل کاهش صادرات علاوه بر کاهش قیمت جهانی مس میتوان به عدم اطمینان صادرکنندگان از سیاستهای حاکم بر آزادسازی یا ممنوعیت صادرات طی نیمه نخست سال جاری و کاهش نسبی قیمت جهانی اشاره نمود و این امر نه تنها مانع صادرات بوده بلکه موجب از دست دادن بازارهای هدف گردیده است. چرا که اعمال هرگونه مانع یا محدودیت بر صادرات در کشور تحرک رقبا را در بازار بدنبال داشته است. این در حالی است که طی دوره یاد شده قیمت جهانی مس از ۵۴۰۰ دلار تا ۷۲۵۰ دلار و در دوره مذکور در سال ۹۲ از ۶۵۲۰ تا ۷۵۳۰ در نوسان بوده است. همچنین روند فعالیت شرکت ملی صنایع مس ایران در زمینه تولید و صادرات بعنوان مهمترین واحد تولیدی و صادراتی مس کشور تأثیر قابل توجهی بر کاهش نسبی صادرات داشته است.

عمده بازارهای صادراتی مس را کشورهای ترکیه (۳۱٪) امارات (۱۸/۸٪) - چین (۱۳٪) - عراق (۱/۳٪) و هند (۰/۴۲٪) تشکیل می دهند. صادرات کاتد طی دو ماهه نخست سال براساس مجوزهای صادر شده سال ۱۳۹۲ تداوم داشته و با رشد چشمگیر (۸۳۶٪ ارزشی و ۹۰۰٪ وزنی) همراه بوده است. لیکن در مجموع طی سال ۹۳ رشد ۱۱۷٪ ارزشی و ۱۴۱٪ وزنی حاصل صادرات کاتد مس بوده است. (۳۱۶ میلیون دلار - ۴۶ هزار تن)

در حالیکه مس تصفیه شده کارنشد با کاهش ۸۵٪ ارزشی و ۹۲٪ وزنی به ۲۵ میلیون دلار و وزن ۴ هزار تن کاهش یافت.

همچنین صادرات مفتول از مس با سطح مقطع ۶ میلیمتر نیز با ۶۵٪ کاهش ارزشی و ۱۰۰٪ وزنی به ۲۴ میلیون دلار و وزن ۳ هزار تن رسید.

گروه آلومینیوم و مصنوعات آلومینیومی :

پس از فولاد فلز آلومینیوم بیشترین حجم صادرات فلزی کشور را تشکیل می دهد. صادرات طی سال ۱۳۹۳ در زیر گروه کالایی بالغ بر ۲۹۸ میلیون دلار به وزن ۱۴۹ هزار تن است که در مقایسه با سال ماقبل ۳۴ درصد از لحاظ ارزشی و ۳۶ درصد از لحاظ وزنی کاهش را نشان میدهد. (۷۹٪ از ارزش صادرات سال ۹۳ مربوط به شمش غیرآلیاژی آلومینیوم بوده که طی این دوره با ۳۵٪ کاهش ارزشی و ۳۸٪ وزنی همراه بوده است.



از دلایل کاهش صادرات در این گروه باید به کشش در داخل کشور در برخی صنایع اشاره داشت. لذا تقاضا در سطح بازار داخلی از یک سو و از سوی دیگر شرایط رقابتی در بازارهای خارجی تولیدکنندگان را ناچار به تمرکز بر بازار داخلی ساخته است.

لازم به ذکر است قیمت هر تن آلومینیوم در بازار بورس فلزات لندن طی سال ۱۳۹۳، ۲۱۰۰-۱۷۸۰ دلار در نوسان بوده و در سال ۹۲ این تغییرات از ۱۶۵۰ تا ۱۹۵۰ دلار گزارش شده است.

عمده بازارهای صادراتی آلومینیوم را کشورهای هند (۳۷٪) - ترکیه (۲۳٪) - تایوان (۱۵٪) - چین (۱۰٪) و عراق (۳٪) تشکیل می دهند. در بین کشورهای مذکور تنها صادرات کشور ترکیه طی دوره مورد اشاره با رشد ۲۰٪ همراه بوده و صادرات به سایر بازارها روند کاهشی داشته است.

قیمت جهانی آلومینیوم آلیاژی نیز در شش ماهه سال ۹۳ با روند صعودی با نوسانات شدید همراه بوده است. در این دوره پایین ترین قیمت ۱۷۱۰ دلار و بالاترین قیمت ۲۱۵۰ دلار گزارش شده است در حالیکه قیمت آلومینیوم آلیاژی همین دوره در سال ۹۲ بین ارقام ۱۷۲۰ دلار تا ۱۸۶۰ دلار متغیر بوده است.

روی و مصنوعات از روی :

صادرات طی سال ۱۳۹۳ در این بخش ۱۴۸ میلیون دلار به وزن ۸۲ هزار تن (عمدتاً شمش) رسیده که در مقایسه با صادرات دوره مشابه سال قبل از آن با ۷ درصد از لحاظ وزنی و ۳ درصد از نظر ارزشی با کاهش همراه بوده است.



بطوریکه نوسانات قیمت جهانی طی دوره مذکور از ۲۰۰۰ دلار بر تن تا ۲۴۵۰ دلار بوده که در مقایسه با قیمت های سال ۹۲ از حداقل ۱۷۹۰ تا حداکثر ۲۱۸۰ دلار، افزایش ارزش صادرات را به دنبال داشته است. عمده بازارهای صادراتی روی را کشورهای هند (۴۶٪) - امارات (۲۴٪) - ترکیه (۱۲/۷٪) - کره (۴/۵٪) و اندونزی (۲/۵٪) تشکیل می دهند.

سرب و مصنوعات از سرب :

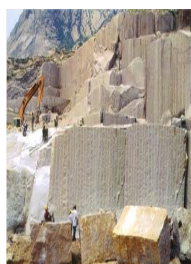
صادرات سرب و مصنوعات سربی طی سال ۱۳۹۳ بالغ بر ۱۲۴ میلیون دلار به وزن ۶۲ هزار تن گزارش شده که عمدتاً بصورت شمش میباشد و در مقایسه با مدت مشابه سال ۹۳ با افزایش ۱۹ درصدی ارزشی و ۱۸ درصد افزایش وزنی همراه بوده است.



روند تغییر قیمت جهانی طی این دوره از قرار هر تن حداقل ۱۷۲۰ تا حداکثر ۲۳۰۰ دلار در نوسان بوده و در دوره مشابه سال ۱۳۹۲ نوسانات قیمت از ۱۷۴۰ تا ۱۸۸۰ دلار گزارش شده است. لذا می توان روند رشد نسبی قیمت جهانی را از دلایل عمده رشد ارزشی صادرات این فلز دانست.

عمده بازارهای صادراتی سرب طی سال ۹۳ به ترتیب عبارتند از امارات با ۳۳٪، هند با ۲۹٪، ترکیه ۱۹/۴٪ و کره با ۹/۸٪ سهم از کل صادرات سرب کشور.

سنگ تزئینی :



با توجه به جایگاه ویژه ایران از لحاظ برخورداری از منابع و ذخایر ارزشمند و کیفیت منحصر بفرد انواع سنگ تزئینی، بازارهای عمده جهانی سنگ کشورهای چین، ایتالیا و ... همواره از شرکای تجاری ایران در این زمینه بوده اند. طی سال ۱۳۹۳ صادرات سنگ تزئینی کار نشده (خام) به رقم ۹۰ میلیون دلار به وزن ۴۵۴ هزار تن بالغ گردید که در مقایسه با مدت مشابه سال قبل از آن از لحاظ ارزشی ۱۹ درصد و از لحاظ وزنی ۲۴ درصد کاهش یافته است. عوارض بر صادرات سنگ خام قیمت تمام شده صادراتی را افزایش داده است و این عامل بر کاهش روند صادرات سنگ خام به میزان قابل ملاحظه ای موثر واقع شده است.

عمده بازارهای صادراتی سنگ کار نشده را کشورهای چین (۷۸/۳٪) - ایتالیا (۴/۷٪) - هند (۵/۲٪) - مالزی (۲/۹٪) و ترکیه (۱/۷٪) تشکیل می دهند.

از سوی دیگر صادرات سنگ کار شده در دوره مذکور به رقم ۸۸ میلیون دلار و ۲۵۴ هزار تن رسید، که در مقایسه با دوره مشابه سال ۱۳۹۲ از لحاظ ارزشی ۱۱ درصد افزایش و از لحاظ وزنی ۱۵ درصد رشد را نشان می دهد. عدم تناسب رشد ارزشی و وزنی حاکی از رشد چشمگیر قیمت صادراتی سنگ کار شده طی دوره مذکور است.

مهمترین بازارهای صادراتی سنگ کار شده طی سال ۱۳۹۳ عبارتند از (عراق ۲۸/۱٪)، (آذربایجان ۱۴/۷٪)، ترکیه (۱۲/۲٪)، ترکمنستان (۱۲/۲٪) و (امارات با ۷/۳٪) سهم از کل صادرات سنگ کار شده کشور. کاهش شدید صادرات سنگ خام از هر دو جنبه ارزشی و وزنی از یکسو و از سوی دیگر رشد مثبت صادرات سنگ کار شده طی دوره مذکور در مقایسه با دوره مشابه سال گذشته مبین تغییر رویکرد صادرات با محصولات با ارزش افزوده کمتر به ارزش افزوده بالاتر می باشد.

به دلیل غالب بودن تفکر سنتی بر بهره گیری از تکنولوژی مدرن و به روز، بهره وری در صنعت سنگ پایین بوده به گونه ای که هم اکنون در کشور بطور متوسط از یک تن سنگ خام حدود ۷ مترمربع سنگ تولید می شود.

مصرف برق واحدهای سنگبری نیز حدود ۶ کیلووات به ازای تولید هر مترمربع سنگ است که این ارقام مؤید بهره وری در سطح بسیار نازل است. این در حالی است که در صورت ارتقای بهره وری، نوسازی ماشین آلات و به روزآوری تکنولوژی تولید، راندمان تولید نیز بهبود چشمگیر خواهد یافت

مهمترین عوامل موثر بر سهم اندک صادرات سنگ کشور عبارتند از:

۲- عدم بهره گیری از تکنولوژی مدرن و به روز جهان که تأثیر به سزایی در تأمین سطح کیفیت مورد انتظار مشتریان خواهد داشت.

۱- حضور رقاباتی پر قدرت همچون چین و هند (که با تمرکز بر عرضه سنگ با قیمت رقابتی تر بخش عمده ای از بازار این کالا را به خود اختصاص داده اند).

۳- ضعف نقدینگی بنگاههای تولیدی و صادراتی و به تبع آن ناتوانی بنگاه ها در سرمایه گذاری تکنولوژیکی

۴- مدیریت سنتی حاکم بر اغلب واحدهای فرآوری سنگ

سیمان:

طی سال ۱۳۹۳ صادرات سیمان و کلینکر به ۸۵۵ میلیون دلار معادل ۱۵ میلیون تن بالغ گردیده که بر این اساس در مقایسه با مدت مشابه سال قبل از نظر وزنی ۲ درصد و از نظر ارزشی ۴ درصد با کاهش مواجه شده است.



از این میزان صادرات ۱۷۲ میلیون دلار به وزن ۴۵۴۶ هزار تن مربوط به کلینکر می باشد. رشد صادرات کلینکر طی این دوره از لحاظ ارزش ۶۲ درصد و از لحاظ وزنی ۶۰ درصد با رشد همراه بوده است. لیکن صادرات سیمان در تمامی بازارهای عمده با کاهش همراه بوده است. این در حالی است که صادرات کلینکر به بازارهای عمده از جمله عراق، مصر و کویت به چند برابر افزایش یافته است.

از دلایل عمده کاهش صادرات در این بخش می توان به مشکل هزینه های مترتب بر صادرات از جمله حمل و نقل، عوارض مختلف از جمله راهداری و گمرک، شرایط ویژه بازار عراق بعنوان بازار هدف بیش از

نیمی از سیمان صادراتی کشور و نیز بعضاً قیمت شکنی صادرکنندگان سیمان اشاره نمود. کاهش صادرات سیمان کشور عمدتاً متأثر از تحولات داخلی کشور عراق بوده است.

مهمترین بازارهای صادراتی سیمان را کشورهای عراق (۶۴/۴٪) - کویت (۱۱/۶٪) - آذربایجان (۴/۴٪) - ترکمنستان (۴/۵٪) و افغانستان (۶/۲٪) تشکیل می دهند .

کاشی و سرامیک و چینی بهداشتی :



طی سال ۱۳۹۳ میزان ۵۵۹ میلیون دلار به وزن ۲۴۲۳ هزار تن انواع کاشی و سرامیک از کشور صادر شده که در مقایسه با مدت مشابه در سال ۹۲ از لحاظ ارزشی ۵ درصد و از لحاظ وزنی ۲/۰ درصد با کاهش مواجه شده است.

قابل ذکر است که از این میزان ۲۸/۳ میلیون دلار به وزن ۳۶ هزار تن مربوط به صادرات چینی بهداشتی است که در مقایسه با مدت مشابه سال قبل از لحاظ ارزشی ۲۹ درصد و از لحاظ وزنی ۸ درصد کاهش را نشان می دهد. با توجه به اینکه قریب به ۷۰٪ صادرات کاشی و سرامیک و چینی بهداشتی کشور به مقصد کشور عراق صورت میگیرد لذا مسائل داخلی آن بازار شرایط خاص حاکم طی ماههای اخیر موجبات کاهش صادرات را فراهم ساخته است.

عمده بازارهای صادراتی کاشی و سرامیک را کشورهای عراق (۷۲/۳٪) - پاکستان (۸٪) - افغانستان (۷/۲٪) - ترکمنستان (۳/۵٪) و گرجستان (۲/۶٪) تشکیل می دهند.

عمده بازارهای صادراتی چینی بهداشتی عراق (۶۷/۵٪) - آذربایجان (۱۰٪) - افغانستان (۱۲٪) - ازبکستان (۴/۵٪) و ترکمنستان (۱/۵٪) تشکیل می دهند.

ملاحظه مهم :

خصوصاً اینکه در صورت تداوم رکود ساخت و ساز در داخل کشور و کاهش سرعت اجرای طرحهای عمرانی، مازاد تولید در این بخش مشکلات جدی به همراه خواهد داشت.

برنامه های توسعه ظرفیت تولید در واحدهای فعال در صنایع معدنی مخصوصاً لوازم و مصالح ساختمانی تدوین طرحهای جامع توسعه صادرات ضرورت جدی خواهد ساخت

شیشه ساختمانی :

شیشه ساختمانی شامل انواع مختلف تخت، چند جداره، فلوت و بصورت بلوک و نیز شیشه جهت تزئینات داخلی است که طی سال ۱۳۹۳ به ارزش ۱۰۰ میلیون دلار و به

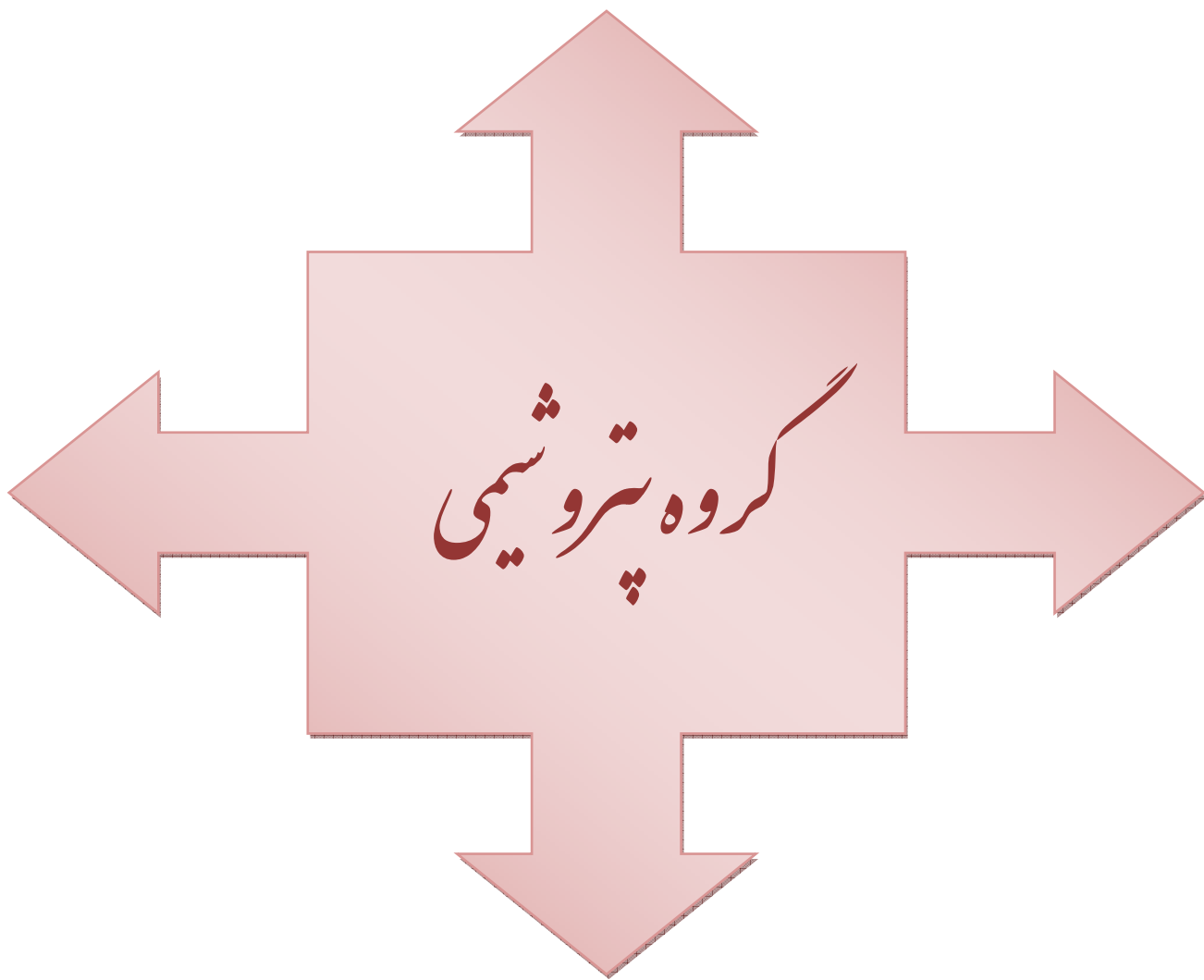


وزن ۴۵۸ هزارتن گزارش شده است. این رقم در مقایسه با سال ۱۳۹۲ از لحاظ ارزشی ۹۱ درصد و از لحاظ وزنی ۱۲ درصد افزایش را نشان می دهد. قابل ذکر است صادرات شیشه در صورت برطرف شدن محدودیت مقرر شده از سوی دولت ترکیه پتانسیل رشد بیشتر را خواهد داشت.

عمده بازارهای صادراتی شیشه ساختمانی را کشورهای عراق (۲/۲۴٪)، امارات (۴/۶٪)، قزاقستان (۸/۴٪) ترکمنستان ۱۰/۵٪، آذربایجان (۶/۱۲٪) را تشکیل می دهند.

نکته کلیدی:

- کاهش خام فروشی و افزایش صادرات محصولات با ارزش افزوده در بخش معدن و صنایع معدنی یکی از اهداف اصلی دولت و سازمان توسعه تجارت ایران است. رسیدن به هدف مذکور دارای الزاماتی است که با توجه به گستره این حوزه نیازمند تامین منابع مالی و سرمایه هنگفت می باشد. تأمین این منابع از محل وجوه دولتی یا فروش مازاد مواد خام نظیر سنگ آهن و یا جذب سرمایه های خارجی امکانپذیر خواهد بود. بنظر میرسد جذب سرمایه گذار خارجی در صنایع معدنی راهکار مناسبی برای کاهش خام فروشی باشد که خود نیازمند تسهیل این فرآیند در بخش های مختلف اجرایی است البته درخصوص سنگ آهن تا زمانیکه شرایط برای جذب این منابع خام در صنایع پایین دست کشور فراهم نشده است محروم ساختن صنعت از عایدات ارزی فروش سنگ آهن با نرخ های فعلی جهانی نکته ای قابل تأمل است. که دقت نظر کارشناسانه و عمیق مسئولین تصمیم گیرنده را می طلبد.
- در ارتباط با محصولات معدنی بالاخص مصالح ساختمانی نکته حائز اهمیت تمرکز و اتکا به بازارهای محدود است که این امر تأثیرپذیری صادرکنندگان را از بروز هرگونه چالش در تدام صادرات بالا خواهد برد. همانگونه که طی ۴ ماهه نخست سالجاری در خصوص صادرات مصالح ساختمانی به کشور عراق شاهد کاهش صادرات بوده ایم. لذا با عنایت هر چه بیشتر به نفوذ به بازارهای جدید و گسترش بازارهای هدف امری اجتناب ناپذیر خواهد بود.



خلاصه تحلیل آماری وضعیت صادرات شاخص محصولات پتروشیمی، پایه نفتی و صنایع تبدیلی

طی سال ۱۳۹۳



بهناز کاموسی
رئیس گروه محصولات پتروشیمی، پایه نفتی و صنایع تبدیلی



صنعت پتروشیمی که با هدف استفاده از ذخایر عظیم هیدروکربوری کشور شکل گرفته متولی صناعی است که با استفاده از این ذخایر ارزش افزوده بالایی ایجاد می‌گردد که به آن صنایع تبدیلی می‌گویند. بدون تردید صنایع تبدیلی امروزه نقش حائز اهمیتی در اقتصاد کشور دارند که متأسفانه در حال حاضر بخش عمده‌ای از ظرفیت موجود در این صنایع بلااستفاده می‌باشد. برنامه ریزی در جهت حداکثر استفاده از توانمندیهای داخلی، استقرار طرحهای جدید بطور عمده در مناطق ویژه اقتصادی، تامین مواد اولیه مورد نیاز توسعه صنایع تبدیلی، حمایت در جهت گسترش صنایع تبدیلی، ایجاد پروژه‌های مناسب در جهت افزایش حجم و تنوع محصولات میتواند در توسعه و پیشرفت این صنعت و در نتیجه سهم بیشتر در دستیابی به بازارهای جهانی نقش بسزایی داشته باشد.

عملکرد صادرات اقلام عمده گروه پتروشیمی، پایه نفتی و صنایع تبدیلی

ارزش: میلیون دلار

طی سال ۱۳۹۳ و مقایسه آن با سال قبل

وزن: هزارتن

| سهم از کل صادرات گروه | درصد تغییرات | | سال ۱۳۹۲ | | سال ۱۳۹۳ | | گروه کالایی |
|-----------------------|--------------|-------|----------|--------|----------|--------|--------------------------|
| | وزن | ارزشی | وزن | ارزشی | وزن | ارزشی | |
| ۲۷ | ۸/۹ | ۱۸/۲ | ۲۳۴۳ | ۳۲۳۰ | ۲۵۵۳ | ۳۸۱۸ | مواد اولیه پلیمری |
| ۲۵ | ۶۱/۹ | ۵۹ | ۲۵۴۴ | ۲۲۲۶ | ۴۱۲۰ | ۳۵۴۳ | پروپان بوتان |
| ۱۰ | ۳۷ | ۴۱/۹ | ۲۸۸۹ | ۱۰۴۱ | ۳۹۶۱ | ۱۴۷۷ | متانول |
| ۳/۷ | ۹۱/۷ | ۶۷/۵ | ۲۲۹ | ۳۱۷ | ۴۳۹ | ۵۳۱ | پارازایلین |
| ۵/۴ | ۷/۷ | -۱۸/۵ | ۲۲۶۶ | ۹۳۲ | ۲۴۴۰ | ۷۶۰ | کودها |
| ۷۱/۶ | ۳۱/۶ | ۳۰/۸ | ۱۰۲۷۱ | ۷۷۴۶ | ۱۳۵۱۳ | ۱۰۱۲۹ | جمع اقلام عمده پتروشیمی |
| ۹/۳ | ۱۶/۶ | ۱۴/۸ | ۲۳۰۶ | ۱۱۵۳ | ۲۶۹۰ | ۱۳۲۴ | قیبر |
| ۶ | -۸۰ | -۸۱ | ۱۰۳۸ | ۱۰۲۶ | ۸۲۸ | ۸۵۷ | انواع روغن |
| ۰/۴ | -۳/۳ | -۳/۷ | ۹۰/۳ | ۶۱/۹ | ۸۷/۳ | ۵۹/۶ | اسلک وکس |
| ۵ | ۵ | -۰/۰۱ | ۳۴۳۴.۳ | ۲۲۴۰.۹ | ۳۶۰۵.۳ | ۲۲۴۰.۶ | جمع اقلام عمده پایه نفتی |
| ۰/۷ | -۱۰/۶ | -۱۱/۳ | ۴۷ | ۱۱۵ | ۴۲ | ۱۰۲ | رنگ |
| ۰/۵ | ۱/۲ | ۱۱/۵ | ۳۳/۶ | ۶۱ | ۳۴ | ۶۸ | رزین |
| ۱/۳ | -۴ | -۵ | ۲۸۰ | ۲۰۳ | ۲۶۹ | ۱۹۳ | شوینده |
| ۲ | ۲/۹ | -۱۰/۲ | ۱۳/۶ | ۳۹ | ۱۴ | ۳۵ | آرایشی، بهداشتی |
| ۸/۱ | ۲/۴ | ۰/۶ | ۴۶۰ | ۱۱۵۰ | ۴۷۱ | ۱۱۵۷ | محصولات پلیمری |
| ۱/۱ | -۱۱/۸ | ۲۶/۴ | ۸/۵ | ۱۲۱ | ۷/۵ | ۱۵۳ | دارو |
| ۰/۰۷ | -۲۲ | -۲۷ | ۰/۳۷ | ۱۳/۷ | ۰/۲۹ | ۱۰ | تجهیزات پزشکی |
| ۰/۴ | ۴۴/۹ | ۴۷ | ۴۹ | ۴۳ | ۷۱ | ۶۳ | فراورده های سلولزی |
| ۱۲/۵ | ۱/۹ | ۶/۸ | ۸۹۲/۰۷ | ۱۶۶۸ | ۹۰۹ | ۱۷۸۱ | جمع اقلام عمده شیمیایی |

محصولات پتروشیمی :

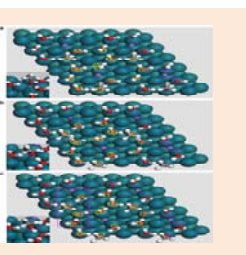
صادرات محصولات پتروشیمی در سال ۱۳۹۳ با ارزش ۱۴۲۴۱ میلیون دلار و وزن ۱۸۸۰۰ هزارتن نسبت به مدت مشابه در سال قبل از ۳۲ درصد رشد ارزش و ۲۸/۴ درصد رشد وزنی برخوردار بوده است. از مهمترین دلایل افزایش ارزش محصولات پتروشیمی بهبود روابط بین المللی ایران با دنیا می باشد که منجر به افزایش صادرات به کشورهای هدف صادراتی بوده است. از عوامل دیگر مطلوبیت فروش ارزی نسبت به تقاضای داخلی، کاهش تقاضای بازار داخل ناشی از نامشخص بودن روند بازار، افزایش نرخ ارز، کاهش قیمت نفت و عدم تبعیت فرآورده های پتروشیمی در برخی سیاستگذاریهای عرضه و تعیین قیمت فروش داخلی محصولات پتروشیمی می باشد. از نظر بازارهای هدف این محصولات از گستردگی و تنوع زیادی برخوردار می باشد که عمده ترین بازارهای محصولات فوق الذکر کشورهای هند، چین، امارات، آذربایجان، ترکیه، عراق و بعضاً کشورهایی نظیر مصر، نیجریه و سنگال می باشد.

همچنین در سال جاری بازارهای ایتالیا و اسپانیا نیز به فهرست بازارهای محصولات پتروشیمی اضافه شده است.

متانول :

متانول یکی از محصولات بسیار مهم صنایع شیمیایی در دنیا می باشد که مواد بسیاری نظیر حلال ها، رنگها، پلاستیک و ضد یخ ها از آن مشتق می شوند همچنین با توجه به کمبود قابل پیش بینی منابع انرژی در آینده مصرف مستقیم متانول به عنوان سوخت پاک و یا در تولید هیدروژن مصرفی پیل های سوختی بسیار مورد توجه است.

میزان صادرات متانول طی سال ۱۳۹۳ از نظر ارزشی معادل ۱۴۷۷ میلیون دلار و از نظر وزنی معادل ۳۹۶۱ هزارتن می باشد که نسبت به مدت مشابه در سال قبل ۴۲ درصد رشد ارزشی و ۳۷ درصد رشد وزنی داشته است.



افزایش تقاضا در استفاده از متانول در کاربردهای سوختی و استفاده از متانول در تولید پلاستیک، تقاضا برای این محصول را افزایش و در نتیجه رشد قیمتی را به همراه داشته است. همچنین افزایش ظرفیت تولید شرکت های پتروشیمی زاگرس و فناوران و به دنبال آن رشد سود از دلایل افزایش رشد ارزشی می باشد.

همچنین موقعیت خاص متانول ایران در سبد محصولات صادراتی رشد این محصول را به همراه دارد. مهمترین بازارهای صادراتی این محصول کشورهای چین، هند، کره، هلند و عراق می باشد و عمده تولیدکنندگان متانول در ایران، عبارتست از پتروشیمی زاگرس، فن آوران، خارک و شیراز می باشد.

مواد اولیه پلیمری و مصنوعات پلاستیکی:



میزان صادرات مواد اولیه پلیمری و مصنوعات پلاستیکی طی سال ۱۳۹۳ از نظر ارزشی معادل ۴۹۷۵ میلیون دلار و از نظر وزنی معادل ۳۰۲۴ هزار تن میباشد که نسبت به مدت مشابه سال قبل ۱۳/۶ درصد افزایش ارزشی و ۷/۹ درصد رشد وزنی داشته است.

بدنبال افزایش تعرفه دو برابری ترکیه در قبال واردات مواد اولیه پلیمری ایران نظیر پلی پروپیلن، پلی اتیلن، پی وی سی و پلی اتیلن ترفتالات به این کشور و کاهش صدور این محصولات به ترکیه منجر به روی آوردن ایران به بازارهای اروپایی بخصوص آلمان و ایتالیا و همچنین جایگزینی بازارهای آسیای شرقی به جای ترکیه شده که موجبات رشد مواد پلیمری را فراهم نموده است.

مواد پلیمری کاربردهای وسیعی در ساخت وسایل خانگی، اسباب بازی ها، بسته بندی ها، لوله های انتقال آب، لاستیک های اتومبیل و ... دارند. کشورهای چین، امارات، بلژیک، ترکیه، عراق، بزرگترین بازارهای هدف صادراتی این محصولات می باشند و عمده تولیدکنندگان مواد اولیه پلیمری عبارتند از پتروشیمی آریاساسول، اراک، بندر جم، تندگویان، اروند می باشد.

گروه محصولات پایه نفتی:



میزان صادرات محصولات پایه نفتی طی سال ۱۳۹۳ از نظر ارزش معادل ۳۳۵۹ میلیون دلار و از نظر وزنی معادل ۴۹۳۹ هزار تن می باشد که نسبت به مدت مشابه در سال قبل ۶/۵ درصد رشد ارزشی و ۳/۵ درصد رشد وزنی داشته است.

بهبود قیمت خوراک، بهبود فضای کسب و کار و رفع تنش های بازار ناشی از شرایط تحریم در بهبود رشد صادراتی این کالاها تاثیر داشته است.

صدور محصولات پایه نفتی بازارهای متنوع و گسترده ای به خود اختصاص داده که مهمترین آنها هند، امارات، چین، فیلیپین و عراق و بعضاً کشورهایی نظیر مصر، نیجریه و سنگال می باشد.

قیر:

میزان صادرات قیر طی سال ۱۳۹۳ از نظر ارزشی معادل ۱۳۲۴ میلیون دلار و از نظر وزنی معادل ۲۶/۹ هزار تن میباشد که نسبت به مدت مشابه ۱۴/۸ درصد رشد ارزشی و ۱۳/۶ درصد رشد وزنی داشته است.



صدور این محصول در بازارهای آسیایی و آفریقایی نظیر کامرون، هند، سیرالئون، جیبوتی، مالزی و امارات می باشد. افزایش قیمت خوراک VB و به تبع آن گران شدن قیر موجب رکود فعالیتهای داخلی اعم از راهسازی و ساختمان گشته لذا افزایش جذابیت صادراتی قیر، با توجه به تفاوت نرخ ارز مبادله ای و مرجع در واقع رشدی کاذب برای صادرات قیر را ایجاد نموده است. همچنین اتخاذ تدابیر در بسته بندیهای جدید قیر و حذف بشکه عامل مهمی در رشد صادراتی قیر می باشد. مهمترین صادرکنندگان این کالا شرکت های نفت پاسارگاد و نفت جی می باشند.

دارو:

میزان صادرات دارو طی سال ۱۳۹۳ از نظر ارزشی معادل ۱۵۳ میلیون دلار و از نظر وزنی معادل ۷/۵ هزار تن می باشد که نسبت به مدت مشابه سال قبل، ۲۶/۴ درصد رشد ارزشی و ۱۱/۸ درصد کاهش وزنی داشته است.



فروش ارزی مطلوب منجر به افزایش حاشیه سود شرکتهای دارویی شده است. همچنین رویکرد صادرات داروهای نظیر آنتی بیوتیک ها با حاشیه سود بالاتر منجر به افزایش ارزش صادرات گشته است.

عمده بازارهای دارو افغانستان، عراق و کشورهای CIS می باشد، بعضاً برخی از شرکتهای بزرگ تولیدی صادراتی نیز در بازارهای آفریقایی و آمریکای لاتین نیز فعالیت می نماید.

تجهیزات پزشکی:



صادرات تجهیزات پزشکی در سال ۱۳۹۳ با ۱۰ میلیون دلار ارزش و وزن ۲۹/۰ هزارتن از کاهش ۲۷ درصدی برخوردار بوده است. با توجه به سهم ناچیز ایران در جهان، ارتقای سطح فناوری و ارتباط دو حوزه مهندسی و پزشکی در بهبود صادرات این کالا می تواند موثر باشد.

شوینده ها:



میزان صادرات محصولات شوینده طی سال ۱۳۹۳ از نظر ارزشی معادل ۱۹۳ میلیون دلار و از نظر وزنی معادل ۲۶۹ هزارتن میباشد که نسبت به مدت مشابه سال قبل ۵ درصد کاهش ارزشی و ۴ درصد کاهش وزنی داشته است. رویکرد استفاده از مواد شوینده کشورهای رقیب به دلیل بهبود شرایط اقتصادی کشورهای آسیای میانه که مهمترین بازارهای ما را تشکیل می دهند از مهمترین دلایل کاهش می باشد. کاهش صادرات به عراق که یکی از مهمترین بازارها می باشد بدلیل مشکلات داخلی این کشور و وجود تنوع محصولات شوینده کشورهای رقیب در بازارهای هدف در کاهش صادرات نقش داشته است.

بازارهای صادراتی این صنعت کشورهای همسایه و نزدیک نظیر CIS، عراق، ترکیه و پاکستان می باشد که بعضاً برخی شرکتها در صادرات آن به کشورهای دورتر نظیر رومانی نیز تلاشهایی نموده اند.

عصاره های رنگریزی، پیگمانها و سایر مواد رنگ کننده :

میزان صادرات انواع رنگ طی سال ۱۳۹۳ از نظر ارزشی ۱۰۲ میلیون دلار و از نظر وزنی معادل ۴۲ هزار تن می باشد که نسبت به مدت مشابه در سال قبل ۱۱/۳ درصد کاهش ارزشی و از نظر وزنی ۱۰/۶ درصد کاهش وزنی داشته است. صادرات رنگهای ساختمانی به دلیل افت کیفیت و وجود نداشتن استاندارد لازم منجر به از دست رفتن بازارها و اعطای بازارها به کشورهای نظیر ترکیه و امارات گردیده است.



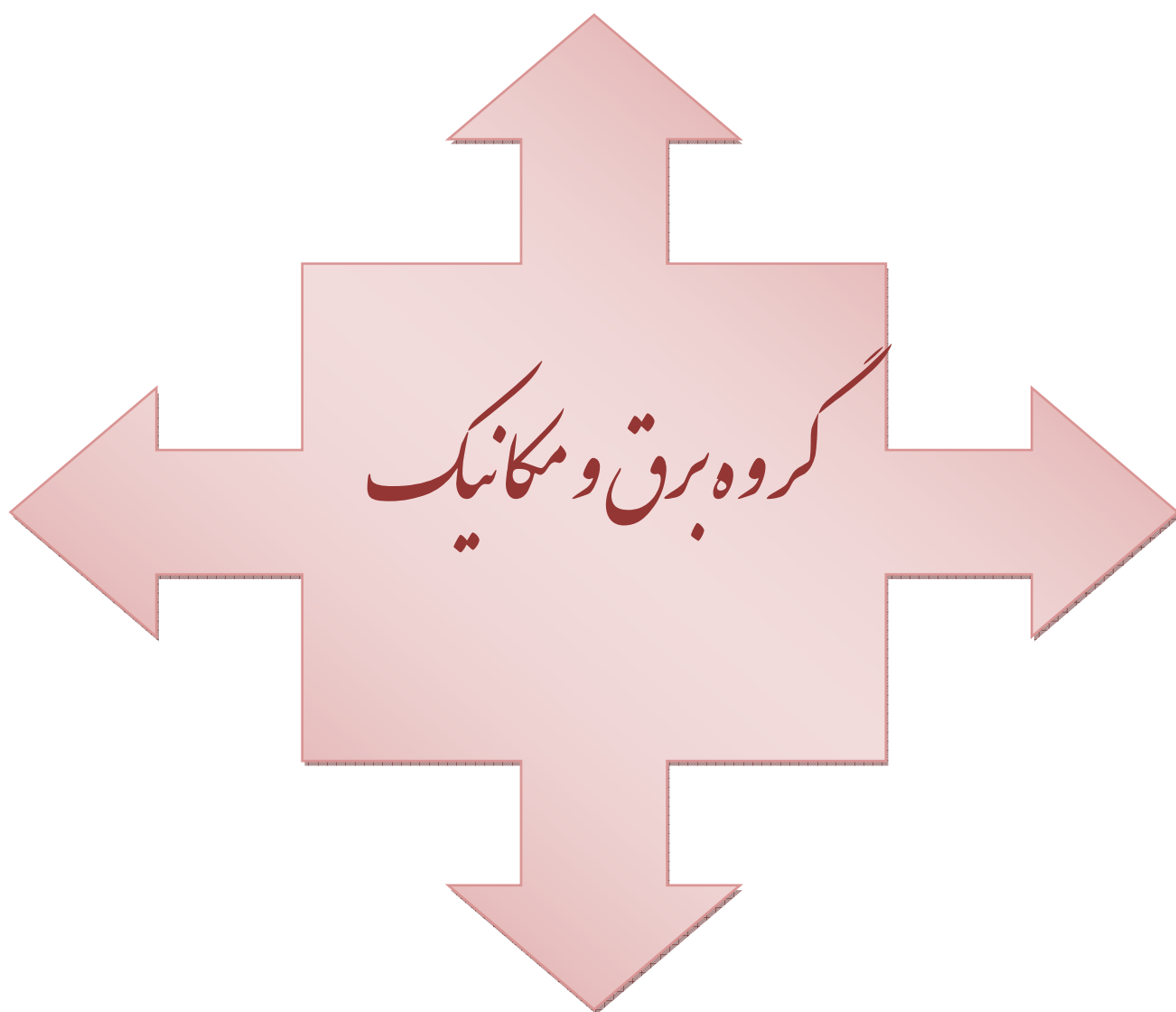
مهمترین بازارهای این صنعت کشورهای CIS و امارات می باشد که بعضاً برخی شرکت ها در خصوص کشورهایی نظیر کنیا، ساحل عاج، ویتنام و شیلی نیز تلاشهایی نموده اند.

نکته کلیدی:

غنی بودن کشور از نظر خوراک (منابع گازی و هیدروکربنی) شرکت های پتروشیمی با تسهیل شرایط نقل و انتقال پول و تکنولوژی طی سال ۱۳۹۳ نسبت به سال گذشته از عمده دلایل رشد صادراتی می باشد.

علت عدم رشد صنایع تبدیلی پلیمری عمدتاً کمبود خوراک بخصوص پروپیلن، SBR، ... می باشد که با توجه به ارزش افزوده آن جا دارد سرمایه گذاری بیشتری در این زمینه انجام گردد.

پیش بینی های سال ۱۳۹۴ حاکی از آن است که بدنبال انجام توافق نهایی پس از بیانیه لوزان، عامل مهمی برای جذب سرمایه گذاران داخلی و خارجی در اتمام ۷۰ میلیارد دلار پروژه نیمه تمام صنایع پتروشیمی و پایه نفتی بوجود آمده است.



خلاصه تحلیل آماری وضعیت صادرات اقلام مهم گروه برق و مکانیک

طی سال ۱۳۹۳



میزاسیرانی
رئیس گروه برق و مکانیک



جدول (۱) عملکرد صادرات اقلام عمده گروه برق و مکانیک طی سال ۱۳۹۳

و مقایسه آن با مدت مشابه سال قبل

ارزش: میلیون دلار
وزن: هزارتن

| گروه کالایی | | سال ۱۳۹۳ | | سال ۱۳۹۲ | | درصد تغییرات | |
|--|--|---------------|--------------|---------------|--------------|--------------|-----------|
| | | وزن | ارزش | وزن | ارزش | وزن | ارزش |
| وسایط نقلیه زمینی و دریایی | | | | | | | |
| - خودرو سواری | | ۱۰۰.۳ | ۱۶.۱ | ۷۰.۴ | ۱۰.۵ | ۴۲.۵ | ۵۳ |
| - تریلر و نیمه تریلر | | ۴۴.۳ | ۱۳ | ۵۰.۳ | ۱۶ | -۱۲ | -۱۹ |
| - تراکتور | | ۳۱.۵ | ۷ | ۹۳.۲ | ۱۹ | -۶۶ | -۶۳ |
| - قطعات منفصله سواری | | ۴۴.۲ | ۶ | ۷.۱ | ۱ | ۶۳۶.۶ | ۵۰۰ |
| - قطعات و لوازم یدکی انواع خودرو | | ۷۶.۲ | ۱۸.۴ | ۷۲.۴ | ۱۹.۵ | ۵.۱ | -۵.۶ |
| - لاستیک، تایر و تیوپ برای انواع وسایط نقلیه | | ۳۱.۵ | ۸ | ۳۴.۶ | ۸.۷ | -۹ | -۸ |
| - انواع کشتی، قایق و سایر شناورها و قطعات | | ۷۶.۶ | ۴۶.۳ | ۲۱۶.۱ | ۳۷.۷ | -۶۴.۵ | ۲۲.۸ |
| لوازم خانگی و اداری | | | | | | | |
| - لوازم خانگی غیرانرژی بر | | ۲۹۳.۷ | ۱۳۷.۶ | ۳۳۴.۵ | ۱۵۲.۵ | -۱۲ | -۱۰ |
| - لوازم خانگی انرژی بر | | ۲۰۸.۵ | ۶۷.۵ | ۲۲۵.۲ | ۶۹.۷ | -۷ | -۳ |
| - مبلمان، دکوراسیون اداری و منزل و یراق آلات | | ۱۲.۷ | ۶ | ۳۷.۷ | ۱۶.۸ | -۶۶ | -۶۴ |
| ماشین آلات و تجهیزات صنعتی | | | | | | | |
| - سایر ماشین آلات و تجهیزات صنعتی | | ۱۸۹.۴ | ۴۴.۶ | ۲۷۹.۴ | ۶۰ | -۳۲ | -۲۶ |
| - ماشین آلات صنایع غذایی | | ۳۲.۸ | ۵.۵ | ۳۸.۶ | ۶.۲ | -۱۵ | -۱۱ |
| برق و الکترونیک | | | | | | | |
| - انواع سیم و کابل | | ۱۴۷.۷ | ۲۲.۳ | ۱۵۵.۲ | ۲۶ | -۵ | -۱۴ |
| - انواع تابلو و تجهیزات برق صنعتی | | ۱۳۶.۴ | ۲۰.۴ | ۱۰۲.۲ | ۱۶ | ۳۳.۵ | ۲۷.۵ |
| جمع کل | | ۱۴۲۵.۸ | ۴۱۸.۷ | ۱۷۱۶.۹ | ۴۵۹.۶ | -۱۷ | -۹ |

صنعت برق و مکانیک یکی از مهمترین بخش های اقتصادی ایران محسوب شده و نقش قابل توجهی در رشد و توسعه کشور ایفاء می کند. گروه برق و مکانیک در برگیرنده انواع وسائط نقلیه (زمینی، دریایی) قطعات و لوازم یدکی، لوازم خانگی و اداری، ماشین آلات و تجهیزات صنعتی، و برق و الکترونیک و... میباشد.

در جدول شماره (۱) مجموع ارزش صادرات اقلام عمده در هر یک از بخش های مربوط به گروه برق و مکانیک بشرح فوق اشاره شده است.

همانطوریکه مشاهده میگردد مجموع ارزش صادرات اقلام شاخص در بخش برق و مکانیک طی سال ۱۳۹۳، بالغ بر ۱.۴ میلیارد دلار به وزن تقریبی ۴۱۹ هزارتن می باشد که در مقایسه با مدت مشابه سال قبل، به لحاظ ارزشی ۱۷ درصد و از نظر وزنی ۹ درصد کاهش داشته است.

جدول (۲) عملکرد صادرات اقلام عمده انواع وسائط نقلیه (زمینی و دریایی) طی سال ۱۳۹۳ و مقایسه آن با مدت مشابه سال قبل

ارزش: میلیون دلار
وزن: هزارتن

| گروه کالایی | | سال ۱۳۹۲ | | سال ۱۳۹۳ | | درصد تغییرات |
|--|-------|----------|-------|----------|-------|--------------|
| | ارزش | وزن | ارزش | وزن | ارزش | |
| خودرو سبک: | | | | | | |
| - خودرو سواری | ۱۰۰.۳ | ۱۶.۱ | ۷۰.۴ | ۱۰.۵ | ۴۲.۵ | ۵۳ |
| - خودروهای سنگین: | | | | | | |
| - تریلر و نیمه تریلر | ۴۴.۳ | ۱۳ | ۵۰.۳ | ۱۶ | -۱۲ | -۱۹ |
| - تراکتور | ۳۱.۵ | ۷ | ۹۳.۲ | ۱۹ | -۶۶ | -۶۳ |
| - قطعات منفصله سواری | ۴۴.۲ | ۶ | ۷.۱ | ۱ | ۶۳۶.۶ | ۵۰۰ |
| - قطعات و لوازم یدکی انواع خودرو | ۷۶.۲ | ۱۸.۴ | ۷۲.۴ | ۱۹.۵ | ۵.۱ | -۵.۶ |
| - لاستیک، تایر و تیوپ برای انواع وسائط نقلیه | ۳۱.۵ | ۸ | ۳۴.۶ | ۸.۷ | -۹ | -۸ |
| - انواع کشتی، قایق و سایر شناورها و قطعات | ۷۶.۶ | ۴۶.۳ | ۲۱۶.۱ | ۳۷.۷ | -۶۴.۵ | ۲۲.۸ |

خودروی سواری:

طی سال ۱۳۹۳ بالغ بر ۱۰۰.۳ میلیون دلار خودرو سواری به بازارهای عمده هدف صادراتی شامل عراق، آذربایجان، ونزوئلا، سوریه و اوکراین صادر شده است که ارزش صادرات هر یک به تفکیک در جدول شماره (۲) اشاره گردیده است.

جدول (۲) آمار صادرات خودرو سواری به پنج بازار عمده صادراتی در سال ۱۳۹۳ و مقایسه آن با مدت مشابه سال قبل

ارزش: میلیون دلار

| کشور | سال ۱۳۹۳ | سال ۱۳۹۲ | درصد تغییر |
|-----------|----------|----------|------------|
| عراق | ۸۴.۲ | ۳۹.۸ | ۱۱۲ |
| آذربایجان | ۵.۷ | ۱۵ | -۶۲ |
| ونزوئلا | ۴.۵ | ۰.۵ | ۸۰۰ |
| سوریه | ۲ | - | ۱۰۰ |
| اوکراین | ۰.۵ | ۱.۳ | -۶۱ |

شایان ذکر است علیرغم وجود مشکلات فرا روی صادرات خودرو به کشورهای یاد شده بویژه کشور عراق از جمله حمل مستقیم کالا، قوانین حاکم بر استاندارد ارقام صادراتی و....، بازار مذکور، همچنان رتبه اول را در میان بازارهای هدف صادراتی بخود اختصاص داده است و انتظار می رود با توجه به استقبال مردم عراق به استفاده از خودروهای ایرانی بویژه محصولات سایپا، با اتخاذ تدابیر ویژه در این خصوص، پیش بینی میشود صادرات به عراق از روند صعودی قابل ملاحظه ای در آینده برخوردار گردد.

مشکلات و دلایل کاهش صادرات انواع خودرو سواری:

افزایش هزینه های مترتب بر صادرات خودرو ناشی از تحریم های اخیر بین المللی علیه کشور که تاثیر زیادی بر روی حمل و نقل، تامین مواد اولیه، برگشت نقدینگی و... داشته و باعث عدم رقابت پذیری خودروهای ایرانی با خودروهای خارجی، حتی دست دوم گردیده است. از سوی دیگر اغتشاشات اخیر کشور عراق بدلیل وجود گروه داعش در کاهش صادرات خودرو به آن کشور نیز بدون تاثیر نبوده است.

خودروهای سنگین:

طی سال ۱۳۹۳ بالغ بر ۷۵.۸ میلیون دلار خودرو سنگین شامل انواع تریلر، نیمه تریلر و تراکتور به خارج از کشور صادر شده است که نسبت به مدت مشابه سال قبل ۴۷ درصد کاهش داشته است. بازارهای عمده صادراتی خودروهای مذکور در این مدت شامل عراق، امارات متحده عربی، افغانستان، آذربایجان و سودان بوده است که ارزش صادرات هریک به تفکیک در جدول شماره (۳) اشاره گردیده است.

جدول (۲) آمار صادرات خودروهای سنگین منتخب به پنج بازار عمده صادراتی در سال ۱۳۹۳ و مقایسه آن با مدت مشابه سال قبل

ارزش: میلیون دلار

| کشور | سال ۹۳ | سال ۹۲ | درصد تغییر |
|-----------|--------|--------|------------|
| عراق | ۳۵.۶ | ۹۰.۵ | -۶۰ |
| امارات | ۲۲.۱ | ۱۱.۳ | ۹۵ |
| افغانستان | ۴.۸ | ۴.۵ | ۷ |
| آذربایجان | ۳.۹ | ۰.۰۹ | ۴۲۳۳ |
| سودان | ۳.۷ | ۶.۲ | -۴۰ |

مشکلات و دلایل کاهش صادرات انواع خودروهای تجاری :

– وجود مشکلات ناشی از نقل و انتقالات ارزی و به تبع آن کاهش نقدینگی لازم برای تامین مواد اولیه مورد نیاز بخش تولید که در نتیجه منجر به کاهش تولید و صادرات ماشین آلات مورد نظر گردیده است.

– بدهی خودروسازان به سازندگان و تامین کنندگان قطعات و لوازم یدکی داخلی که همچنین منجر به بروز مشکلات عدیده در تامین قطعات مورد نیاز از داخل شده است.

قطعات و لوازم یدکی انواع خودروهای سبک و سنگین:

همچنین براساس آمار مندرج در جدول شماره (۱)، طی این مدت بالغ ۷۶.۲ میلیون دلار قطعات و لوازم یدکی انواع خودروهای سبک و سنگین به خارج از کشور صادر شده است که نسبت به مدت مشابه سال قبل ۵ درصد رشد را نشان می‌دهد.

پنج کشور عمده صادراتی قطعات و لوازم یدکی مورد نظر شامل عراق (۳۳)، امارات متحده عربی (۹.۴)، ایتالیا (۷)، ونزوئلا (۶.۸)، فدراسیون روسیه (۵.۷) و سایر کشورها (۴۷.۳) میلیون دلار بوده است .

قطعات منفصله خودروهای سواری:

عملکرد صادرات قطعات منفصله خودروهای سواری نیز در مدت مورد نظر به میزان ۴۴.۲ میلیون دلار بوده است که در مقایسه با مدت مشابه سال قبل (به ارزش ۷.۱ میلیون دلار) توانسته است بیش از ۵۰۰ درصد رشد را در این بخش از صنعت خودرو کشور، محقق نماید. بیشترین صادرات قطعات منفصله مورد نظر طی مدت مذکور به کشورهای عراق به ارزش ۳۸ و ونزوئلا ۶.۳ میلیون دلار بوده است .

لاستیک ، تایر و تیوپ :

طی سال ۱۳۹۳ بالغ ۳۱.۴ میلیون دلار انواع لاستیک ، تایر و تیوپ به خارج از کشور صادر شده است که نسبت به مدت مشابه سال قبل ۹ درصد کاهش داشته است.

پنج کشور عمده صادراتی اقلام یادشده شامل افغانستان (۱۸.۴)، عراق (۴.۷) ، پاکستان (۴) ، نیجریه (۰.۹) و ترکمنستان (۰.۸) میلیون دلار بوده است .

در ادامه شایان ذکر است برای تبیین فرصتهای جدید و هدفگذاری بلندمدت در چشم انداز ۱۴۰۴ در صنعت خودرو سازی لازم است الزاماتی مد نظر سیاستگذاران حوزه صنعت خودرو و شرکتهای خودروساز قرار گیرد که از آن جمله می توان به لزوم ارتقای کیفیت محصولات و قطعات متناسب با نیاز مصرف کننده خارجی و متوازن با سطح استانداردهای جهانی، تنوع بخشی به محصولات ، تنوع خدمات پس از فروش و تأمین قطعات و رعایت خواست مشتری بویژه تلاش در جهت واقعی شدن قیمت تمام شده محصولات و رقابت پذیر نمودن آنها اشاره نمود همچنین توجه دقیق به اجرای توافقات و قراردادهای و تمهید شرایط حمایتیهای سیاسی دولت در تفاهات منطقه‌ای و بین‌المللی از دیگر الزاماتی است که میبایست از سوی دولت مورد توجه قرار گیرد.

شایان ذکر است تبعات ناشی از اثرات تحریم های اخیر علیه کشور در تأمین مواد اولیه و قطعات مورد نیاز، نوسانات نرخ ارز و ... منجر به کاهش چشمگیر تولید خودرو در کشور شده است. براساس گزارش منتشره از سوی سازمان بین المللی سازندگان وسایل نقلیه موتوری طی سه ماهه دوم سال ۲۰۱۴؛ ۴۸۸ هزار و ۶۹۰ دستگاه خودرو شامل ۴۱۵/۳۰۶ دستگاه خودرو سواری و ۷۲/۷۶۳ دستگاه خودرو تجاری در ایران تولید شده است. بدین ترتیب ایران طی این مدت با ۳۹ درصد رشد نسبت به مدت مشابه سال قبل در مرتبه نوزدهم تولیدکنندگان خودرو جهان قرار گرفته است. تولید خودرو ایران در سال ۲۰۱۳ نیز به دلیل وضع تحریم ها و محدودیتهای مالی با کاهش ۳۸ درصدی نسبت به سال قبل از آن مواجه شده و تنها به ۷۴۳ هزار دستگاه رسید. این در حالی است که در سال ۲۰۱۲ تولید خودرو یک میلیون و ۱۳ هزار دستگاه بوده است که در مقایسه با سال ۲۰۱۱ و پیش از اجرای تحریم ها که تولید خودرو به بیش از ۱/۶۴ میلیون دستگاه رسیده بود بدلیل فوق با ۳۸/۵ درصد کاهش روبرو گردید. شایان ذکر است ایران در میان خودروسازان برتر دنیا به ترتیب طی سال های ۲۰۱۱ لغایت ۲۰۱۳ در مقام سیزدهم، هجدهم و بیستم قرار داشته است. علی ایحال با عنایت به مراتب فوق دلیل اصلی کاهش صادرات خودرو در کشور را می توان بروز مشکل در صدور قطعات CKD از سوی شرکتهای فرانسوی پژو و رنو بدلیل محدودیت های مالی و تحریمها و بروز افت شدید تولید خودرو در ایران از سال ۲۰۱۲ به بعد دانست.

عوامل عمده تأثیر گذار بر کاهش صادرات قطعات انواع خودرو:

- ۱- فقدان استراتژی کلان صنعتی مشخص برای صادرات خودرو و قطعات
- ۲- ظرفیت پایین صنعت خودرو و قطعه سازان برای صادرات با توجه به رشد سریع نیاز اشباع نشده بازار داخلی
- ۳- کیفیت نامناسب عمده قطعات تولید داخل نسبت به استانداردهای جهانی رایج در صنعت قطعه سازی بدلیل:
 - فرسودگی ماشین آلات
 - عدم آشنایی و بهره گیری از شیوه های کنترل کیفیت و هزینه های کیفیت
 - کمبود مهارت های فنی پرسنل به دلیل پایین بودن سطوح آموزشی کارگران
 - عدم وجود پوشش های حمایتی تضمین ریسک ناشی از مخاطرات عدم ایفای تعهدات مالی از سوی خریدار
 - عدم توانایی مالی خودروسازان به اعطای تسهیلات اعتباری فروش محصول
 - ۴- رقابتی نبودن قیمت به دلیل:
 - سربار بالا و بهره وری پایین عوامل تولید
 - بالابودن ضایعات به علت وجود تکنولوژی قدیمی و بهره گیری نادرست از ماشین آلات
 - بالابودن قیمت برخی از مواد اولیه مورد نیاز به علت وارداتی بودن
 - بالابودن قیمت ابزار تولید
 - ۵- ارائه نشدن مشوقهای صادراتی
 - ۶- بی ثباتی نرخ ارز و ...
 - ۷- مشکلات مربوط به حمل و نقل و افزایش هزینه های مترتب بر اساس عدم تخصیص نرخ ارز مبادله ای

در ادامه همچنین سایر مشکلاتی که در شرایط کنونی از دیدگاه قطعه سازان خودرو در کشور مطرح می‌باشد بشرح ذیل طبقه بندی شده است :

۱- تحریم و مشکلات ناشی از آن شامل:

* انتقال ارز (توقف خدمات سوئیفت به بانکهای ایرانی که انتقال پول به خارج را بسیار دشوار کرده است).
* خرید قطعات (عدم فروش قطعات منفصله ای که تولید آن در ایران به صرفه نیست یا تکنولوژی تولید آن را هنوز کسب نکرده است).

۲- ضعف شدید نقدینگی ناشی از:

* عدم دریافت طلب قطعه سازان از خودروسازان (مطالبات قطعه سازان با وقفه‌ای بیش از ۸ تا ۹ ماه پرداخت می‌شود که این موضوع تبدیل به یک معضل جدی برای قطعه سازان شده است).
* عدم امکان تامین سرمایه از بانک ها بدلیل :

- سود بانکی بسیار بالا
- عدم اعطای تسهیلات جدید بانکی
- اخذ وثیقه های نامناسب برای تسهیلات جدید
- عدم افزایش قیمت خرید قطعات متناسب با کاهش ارزش ریال و افزایش هزینه های حقوق و دستمزد، حمل و نقل ، انرژی و ... (توسط خودروسازان)

- نرخ بالای تورم و افزایش مستمر هزینه های مواد اولیه و دستمزدها
۳- کاهش شدید تیراژ تولید خودرو و به تبع آن تیراژ قطعه سازان (به دلیل عدم هماهنگی مراکز تصمیم - گیری در تعیین قیمت خودرو)

۴- روش اخذ مالیات بر ارزش افزوده (که فلسفه اصلی آن دریافت مالیات از مصرف کننده بوده است ولی در حال حاضر قطعه سازان قبل از وصول آن از خودروساز، ملزم به پرداخت آن هستند).

۵- عدم تخصیص ارز مبادلاتی به قطعه سازان (بدین منظور ضروری است نرخ ارز یکسان و آزاد شود و از چند نرخ بودن خارج شود).

۶- اجازه ورود قطعات بی کیفیت یدکی و تسخیر بازار یدکی توسط قطعه سازان چینی

۷- ناپایداری شرایط اقتصادی

۸- عدم پرداخت سهم صنعت در طرح هدفمندی یارانه ها

۹- وجود برخی مقررات دست و پا گیر در واردات و صادرات

۱۰- شرایط سخت گیرانه نظام مالیاتی کشور

راهکارهای مناسب برای دستیابی به اهداف توسعه صادرات خودرو و قطعات:

۱- وضع قوانین برای تضمین سرمایه گذاری خارجی در صنعت قطعه سازی

۲- ایجاد و تقویت تشکل های صادراتی تخصصی

۳- برطرف کردن مشکلات ناشی از کمبود ظرفیت صادرات از طریق:

- توسعه سرمایه گذاری مبتنی بر نیاز بازارهای هدف

- توسعه سرمایه گذاری مشارکتی از طریق جذب سرمایه های بخش خصوصی

- انتخاب زمینه‌های مناسب برای سرمایه‌گذاری براساس مطالعات دقیق امکان‌سنجی (Feasibility Study)
- ۱- ایجاد و تقویت زیرساخت‌های مورد نیاز در مناطق آزاد تجاری به منظور صادرات مجدد
 - ۲- برطرف کردن مشکلات ناشی از پایین بودن کیفیت از طریق:
 - توسعه R&D
 - گسترش مراکز تست و کنترل کیفی
 - بهبود سیستم بسته‌بندی قطعات
 - تهیه و تدوین استانداردهای اجباری و نظارت بر حسن اجرای آن
 - ۳- رفع مشکلات مربوط به ناوگان حمل و نقل (ریلی، زمینی، دریایی)
 - ۴- اعطای پوشش‌های حمایتی لازم از سوی صندوق ضمانت صادرات ایران در مقابل ریسک‌های ناشی از عدم ایفای تعهدات طرفهای تجاری ذیربط
 - ۵- امکان ایجاد مبادلات تهاتری کالای بمنظور مقابله با مشکلات ناشی از نقل و انتقالات ارزی در شرایط موجود

انواع کشتی، قایق و سایر شناورها:

ارزش صادرات انواع کشتی، قایق و سایر شناورها طی سال ۱۳۹۳ بالغ بر ۷۶/۶ میلیون دلار به وزن ۴۶/۳ هزارتن بوده است که در مقایسه با مدت مشابه سال قبل ۶۴.۵ درصد از نظر ارزشی کاهش و ۲۳ درصد از نظر وزنی افزایش داشته است. شایان ذکر است براساس آمار گمرک ج.ا.ایران ۳۴/۴ میلیون دلار انواع کشتی، قایق و.. به منطقه ویژه اقتصادی انرژی پارس (عسلویه) صادر شده و بازارهای عمده هدف اقلام مذکور بترتیب ارزش صادراتی شامل امارات متحده عربی (۳۸۹.۴)، ترکمنستان (۱۳۶.۶)، عراق (۷۳) و افغانستان (۶۳) هزار دلار و سایر کشورهای خارجی بالغ بر ۴۱.۵ میلیون دلار بوده است.

لوازم خانگی و اداری:



طی سال ۱۳۹۳، بالغ بر ۲۹۳.۷ میلیون دلار لوازم خانگی غیر انرژی بر به وزن ۱۳۷.۶ هزارتن به خارج از کشور صادر شده است که نسبت به مدت مشابه سال قبل ۱۲ کاهش ارزشی و ۱۰ کاهش وزنی داشته .

در این مدت همچنین ۲۰۸.۵ میلیون دلار لوازم خانگی انرژی بر به وزن ۶۷.۵ هزارتن صادر شده است که به ترتیب از نظر ارزشی و وزنی با ۷ و ۳ درصد کاهش روبرو بوده است .

صادرات مبلمان، دکوراسیون اداری و منزل به‌مراه یراق آلات با ارزش ۱۲.۷ میلیون دلار به وزن ۶ هزارتن، طی این مدت در مقایسه با مدت مشابه سال قبل ۶۶ درصد از نظر ارزشی و ۶۴ درصد از نظر وزنی کاهش داشته است.

در جدول ۵ عملکرد صادرات انواع لوازم خانگی و اداری به تفکیک در سال ۱۳۹۳ و مقایسه آن با مدت مشابه سال قبل نشان داده شده است :

جدول (۵) عملکرد صادرات گروه لوازم خانگی و اداری طی سال ۱۳۹۳ و مقایسه آن با مدت مشابه سال قبل

ارزش: میلیون دلار
وزن: هزارتن

| درصد تغییرات | | سال ۱۳۹۲ | | سال ۱۳۹۳ | | گروه کالایی |
|--------------|------|----------|-------|----------|-------|---|
| وزن | ارزش | وزن | ارزش | وزن | ارزش | |
| -۱۰ | -۱۲ | ۱۵۲.۵ | ۳۳۴.۵ | ۱۳۷.۶ | ۲۹۳.۷ | - لوازم خانگی غیرانرژی بر |
| -۳ | -۷ | ۶۹.۷ | ۲۲۵.۲ | ۶۷.۵ | ۲۰۸.۵ | - لوازم خانگی انرژی بر |
| -۶۴ | -۶۶ | ۱۶.۸ | ۳۷.۷ | ۶ | ۱۲.۷ | - مبلمان ، دکوراسیون اداری و منزل و یراق آلات |

مشکلات صنعت لوازم خانگی کشور :

صادرات لوازم خانگی بویژه لوازم خانگی انرژی بر همواره با شرایط اقتصادی منطقه و کشورهای هدف و سایر شاخص های تأثیرگذار در تجارت جهانی متغیر بوده و می باشد، بنابراین اعمال سیاست های جدید اقتصادی در کشور وجود محدودیتهای بین المللی طبیعتاً بر صادرات این محصول تأثیرات بسزایی خواهد داشت و هرگونه فراز و نشیب و ایجاد سیاستگذاری های کارشناسی نشده در هریک از عوامل تأثیر گذار یاد شده میتواند مشکلات عدیده ای را برای تولیدکنندگان و صادرکنندگان این گروه از لوازم خانگی ایجاد نماید، از این رو به برخی از مشکلات صنعت لوازم خانگی که از دیدگاه انجمن ذیربط، با ملحوظ نمودن شرایط کنونی کشور بسیار چشمگیر میباشد بشرح ذیل اشاره شده است :

- عدم وجود استراتژی مشخص صادراتی
- عدم ثبات در قیمت گذاری کالا
- عدم امکان گشایش اعتبارات اسنادی
- عدم وجود تشکل های صادراتی منسجم مربوط به کشورهای هدف
- عدم وجود مشوق های مالی لازم از سوی دولت
- ناهماهنگی بازاریابی ناشی از تجارت پپله وری توسط دلانان
- عدم استفاده هم افزار از اطلاعات بازرگانی واحدهای صادراتی شرکتهای ایرانی
- عدم بهره برداری مناسب از فرصتهای تجاری و سرمایه گذاری هیاتهای خارجی ورودی به کشور
- با عنایت به مراتب فوق علیرغم تمایل مصرف اکثر اقشار جامعه از صنعت لوازم خانگی، صنعت مذکور به کالاهای ضروری تبدیل گشته است، لذا نگاه ما به تولید با توجه به ورود کالاهای خارجی باید به گونه ای باشد که بخشی از تولید حتماً به صادرات اختصاص یابد و برای حضوری موفق در صادرات لوازم خانگی باید مهمترین شاخص های آن یعنی:

- ۱) کاهش مصرف انرژی در وسایل خانگی (به جهت حذف یارانه ها)
 - ۲) افزایش راندمان (بهره گیری از تکنولوژی روز)
 - ۳) خدماتی که باید در جهت تامین استانداردهای بین المللی به مشتریان ارائه گردد.
- مورد توجه قرار گیرد. با توجه به افزایش صادرات لوازم خانگی طی سالهای اخیر، انتظار می رود چشم انداز امیدوارکننده ای را نسبت به توسعه بازار داخل و خارج از کشور در پیش رو داشته باشیم.

مشکلات فراروی صنعت مبلمان ، دکوراسیون اداری و منزل و یراق آلات :

در بخش مبلمان و دکوراسیون اداری و منزل نیز به رغم وجود پتانسیل های زیادی که در زمینه صادرات مبلمان و مصنوعات چوبی در کشور وجود دارد، متأسفانه صادرات آن تاکنون چندان چشمگیر نبوده است. بطور کلی میتوان گفت اصلی ترین مانع موجود در توسعه صادرات مبلمان تامین مواد اولیه است که اگر برطرف شود بسترهای مناسب رقابت با محصولات چینی و ترکیه ای فراهم خواهد شد. در ذیل به مهمترین مشکلات فراروی تولید و صادرات مبلمان و مصنوعات چوبی به طور اختصار اشاره گردیده است:

- ۱) عدم تامین مواد اولیه با کیفیت و وجود تعرفه بالا
- ۲) فرسودگی و استهلاک ماشین آلات
- ۳) عدم رعایت کیفیت مناسب مصنوعات چوبی
- ۴) عدم آموزش کافی کارگران صنایع مصنوعات چوبی
- ۵) ناآگاهی از بازارهای هدف
- ۶) حضور قدرتمند رقبایی مانند چین ، ترکیه و ...
- ۷) حاکم بودن ساختار سنتی در صنایع تولیدی چوب و مبلمان کشور

از آنجاکه صنعت مبلمان کشور از مزیت های نسبی مطلوبی برخوردار است لذا با برنامه ریزی نظام مند و استراتژی تشکیلاتی از سوی تولیدکنندگان و صادرکنندگان این صنف، صنعت مبلمان کشور می تواند نه تنها بازارهای مبلمان منطقه، همچنین بازارهای اتحادیه اروپا را هم در دست گیرد. در این جهت اعمال سیاست های حمایتی در شناخت و مطالعه بازارهای صادراتی نه تنها کمک شایانی به تولید کنندگان و صادرکنندگان خواهد نمود بعلاوه باعث رشد صادرات غیرنفتی کشور ، رونق تولیدات داخلی و رشد این صنعت و افزایش میزان اشتغالزایی در کشور نیز خواهد شد و انتظار می رود با توجه به انعقاد و مبادله اخیر تفاهم نامه فیما بین سازمان توسعه تجارت و شورای ملی مبلمان با فراهم آوردن زیرساخت های لازم مانند آموزش، طراحی، بسته بندی، برندسازی، بازاریابی و حضور در نمایشگاه ها حجم تجارت مبلمان ایران بین سه تا پنج سال آینده به ۱.۳ میلیارد دلار افزایش یابد.

در جدول ۶ صادرات به پنج بازار هدف عمده صادراتی در گروه لوازم خانگی و اداری طی سال ۱۳۹۳ و مقایسه آن با مدت مشابه سال قبل نشان داده شده است:

جدول (۶) پنج بازار عمده هدف صادراتی لوازم خانگی و اداری طی سال ۱۳۹۳ و مقایسه آن با مدت مشابه سال قبل

ارزش: میلیون دلار

وزن: هزارتن

| پنج بازار عمده هدف لوازم خانگی انرژی بر | | | پنج بازار عمده هدف لوازم خانگی غیر انرژی بر | | | پنج بازار عمده هدف مبلمان ، دکوراسیون اداری و منزل و براق آلات | | | | | |
|---|----------|----------|---|-----------|----------|--|----------|-----------|-----|------|-----|
| کشور | ارزش | | کشور | ارزش | | کشور | ارزش | | | | |
| | سال ۱۳۹۲ | سال ۱۳۹۳ | | سال ۱۳۹۲ | سال ۱۳۹۳ | | سال ۱۳۹۲ | سال ۱۳۹۳ | | | |
| عراق | ۱۶۹.۵ | ۱۷۵.۴ | -۳ | عراق | ۲۰۲.۴ | ۲۱۷.۲ | -۷ | عراق | ۵.۷ | ۱۴.۶ | -۶۱ |
| افغانستان | ۱۸.۶ | ۱۷.۸ | ۴.۵ | افغانستان | ۳۵.۵ | ۳۹.۲ | -۹ | افغانستان | ۲.۶ | ۱۷.۸ | -۸۵ |
| امارات | ۲.۲ | ۲.۶ | -۱۵ | ترکمنستان | ۷.۴ | ۹ | -۱۸ | ترکمنستان | ۰.۸ | ۱.۳ | -۳۸ |
| سودان | ۱.۹ | ۲ | -۵ | قزاقستان | ۵.۱ | ۶.۹ | -۲۶ | تاجیکستان | ۰.۶ | ۱.۱ | -۴۵ |
| روسیه | ۱.۹ | ۲.۸ | -۳۲ | ترکیه | ۴.۵ | ۷.۷ | -۴۱.۵ | کویت | ۰.۴ | ۰.۲ | ۱۰۰ |

راهکارهای توسعه صادرات صنعت لوازم خانگی :

- اعطای تسهیلات با نرخ بهره منطقی به تولیدکنندگان جهت تامین نقدینگی مورد نیاز و افزایش سرمایه در گردش با هدف افزایش تولید صادرات مجور و تولید محصول با ارزش افزوده بالا
- سازماندهی و اعزام هیاتهای بازرگانی و سرمایه گذاری بمنظور معرفی توانمندیهای تولیدی - صادراتی کشور درصنعت لوازم خانگی و اداری در کشورهای هدف
- جذب سرمایه گذاری خارجی بمنظور انتقال تکنولوژی و دانش فنی با هدف افزایش تولید محصولات کیفی و دارای برند کشور و توسعه صادرات به کشورهای ثالث
- ارتقای کیفی محصولات و ترغیب و تشویق واحدهای تولیدی- صادراتی به برند سازی از طریق کارگاههای آموزشی ذیربط
- حضور مستمر در نمایشگاه های تخصصی بین المللی در کشورهای هدف توسط واحدهای ذیربط تحت عنوان پابویون تخصصی ج.ا.ایران

ماشین آلات و تجهیزات صنعتی :

طی سال ۱۳۹۳ صرف نظر از ماشین آلات صنایع غذایی که با ارزشی معادل ۳۲.۸ میلیون دلار به وزن ۵.۵ هزارتن به خارج از کشور صادر شده است، سایر ماشین آلات و تجهیزات صنعتی نیز بالغ بر ۱۸۹.۴ میلیون دلار به وزن ۴۴.۶ هزارتن ، طی مدت مورد نظر صادرات داشته است که در مقایسه با مدت مشابه سال قبل ۳۲ درصد از نظر ارزشی و ۲۶ درصد از نظر وزنی کاهش نشان داده است.

در جداول شماره ۷ و ۸ به ترتیب عملکرد صادرات هریک به همراه پنج بازار عمده هدف صادراتی آنها طی سال ۱۳۹۳ و مقایسه آن با مدت مشابه سال قبل نشان داده شده است :

جدول (۷) عملکرد صادرات گروه ماشین آلات و تجهیزات صنعتی طی سال ۱۳۹۳ و مقایسه آن با مدت مشابه سال قبل

ارزش: میلیون دلار
وزن: هزارتن

| درصد تغییرات | | سال ۱۳۹۲ | | سال ۱۳۹۳ | | گروه کالایی |
|--------------|------|----------|-------|----------|-------|-----------------------------------|
| وزن | ارزش | وزن | ارزش | وزن | ارزش | |
| -۲۶ | -۳۲ | ۶۰ | ۲۷۹.۴ | ۴۴.۶ | ۱۸۹.۴ | - سایر ماشین آلات و تجهیزات صنعتی |
| -۱۱ | -۱۵ | ۶.۲ | ۳۸.۶ | ۵.۵ | ۳۲.۸ | - ماشین آلات صنایع غذایی |

جدول (۸) پنج بازار عمده صادراتی ماشین آلات و تجهیزات صنعتی طی سال ۱۳۹۳ و مقایسه آن مدت مشابه با سال قبل

ارزش: میلیون دلار
وزن: هزارتن

| پنج بازار عمده هدف ماشین آلات صنایع غذایی | | | | پنج بازار عمده هدف سایر ماشین آلات و تجهیزات صنعتی | | | |
|---|----------|----------|-----------|--|----------|----------|-----------|
| درصد تغییر | سال ۱۳۹۲ | سال ۱۳۹۳ | کشور | درصد تغییر | سال ۱۳۹۲ | سال ۱۳۹۳ | کشور |
| -۲۵ | ۱۸.۳ | ۱۳.۷ | عراق | -۴۲ | ۱۰.۸ | ۶۲.۸ | عراق |
| -۳۰ | ۶.۶ | ۴.۶ | افغانستان | ۷۷ | ۱۰.۵ | ۱۸.۶ | ازبکستان |
| ۷۰ | ۲ | ۳.۴ | ترکمنستان | -۱۴ | ۱۸ | ۱۵.۵ | ترکمنستان |
| ۶۹ | ۱.۳ | ۲.۲ | آذربایجان | -۲.۵ | ۱۱.۶ | ۱۱.۳ | ترکیه |
| ۷۸ | ۰.۹ | ۱.۶ | ترکیه | -۲۷.۵ | ۱۴.۹ | ۱۰.۸ | افغانستان |

طی سال ۱۳۹۳، ۶۴ درصد از کل سایر ماشین آلات و تجهیزات صنعتی و ۷۸ درصد از کل اقلام ماشین آلات صنایع غذایی به ۵ بازار عمده هدف صادراتی بشرح مندرج در جدول فوق صادر شده اند. ضمناً بجز بازارهای هدف در گروه سایر ماشین آلات و تجهیزات صنعتی طی سال ۱۳۹۳، معادل ۵.۱ میلیون دلار انواع ماشین آلات و تجهیزات مذکور به منطقه ویژه اقتصادی پارس (عسلویه) در خارج از قلمرو گمرکی سرزمین اصلی ارسال شده است که نسبت به مدت مشابه سال قبل (۴۵ میلیون دلار) ۸۹ درصد کاهش داشته است.

برق و الکترونیک:

گروه برق و الکترونیک از زیرگروه هایی مشتمل بر انواع سیم و کابل، تابلو و تجهیزات برق صنعتی، انواع سوئیچ، تجهیزات مخابراتی و الکترونیکی و انواع لوستر، چراغ و لوازم روشنایی تشکیل شده است. صادرات این گروه طی سال ۱۳۹۳ با وزن ۴۵ هزارتن به ارزش ۳۱۴.۴ میلیون دلار میباشد که در مقایسه با مدت مشابه سال قبل، بدون هیچگونه تغییر وزنی، ۵ درصد از نظر ارزشی رشد داشته است.



در جدول ۹ عملکرد صادرات گروه برق و الکترونیک طی سال ۱۳۹۳ و مقایسه آن با مدت مشابه سال قبل نشان داده شده است:

جدول (۹) عملکرد صادرات گروه برق و الکترونیک طی سال ۱۳۹۳ و مقایسه آن با مدت مشابه سال قبل

ارزش: میلیون دلار
وزن: هزارتن

| درصد تغییرات | | سال ۱۳۹۲ | | سال ۱۳۹۳ | | گروه کالایی |
|--------------|------|----------|-------|----------|-------|--|
| وزن | ارزش | وزن | ارزش | وزن | ارزش | |
| - | ۵ | ۴۴.۹ | ۲۹۸.۶ | ۴۴.۹ | ۳۱۴.۴ | گروه برق و الکترونیک: |
| -۱۴ | -۵ | ۲۶ | ۱۵۵.۲ | ۲۲.۳ | ۱۴۷.۷ | - انواع سیم و کابل |
| ۲۷.۵ | ۳۳.۵ | ۱۶ | ۱۰۲.۲ | ۲۰.۴ | ۱۳۶.۴ | - انواع تابلو و تجهیزات برق صنعتی |
| ۹ | -۲۵ | ۱.۱ | ۲۹.۸ | ۱.۲ | ۲۲.۳ | - انواع سوئیچ، تجهیزات مخابراتی و الکترونیکی |
| -۴۴ | -۲۹ | ۱.۸ | ۱۱.۳ | ۱ | ۸ | - لوستر، چراغ و لوازم روشنایی |

لازم به ذکر است طبق آمار جدول فوق ۸ میلیون دلار به وزن یکهزارتن انواع لوستر چراغ و لوازم روشنایی طی سال ۱۳۹۳ به خارج از کشور صادر شده که نسبت به مدت مشابه سال قبل با ۲۹ درصد کاهش ارزشی و ۴۴ درصد کاهش وزنی روبرو بوده است و پنج بازار هدف صادراتی شامل عراق، امارت متحده عربی، عربستان سعودی، ترکمنستان و افغانستان صادر شده است. بیشترین ارزش صادرات در میان کشورهای یادشده مربوط به عراق به ارزش ۳ میلیون دلار و کمترین آن به افغانستان به ارزش ۴۱۷ هزار دلار میباید. ارزش اقلام صادراتی به سایر بازارهای هدف این گروه عبارتست از: امارات (۲۸۲۴)، عربستان (۵۰۷) و ترکمنستان (۴۹۱) هزار دلار. همچنین طی این مدت ۲۲.۳ میلیون دلار به وزن بیش از ۱ هزار تن انواع سوئیچ، تجهیزات مخابراتی و الکترونیکی به کشورهای کره جنوبی به ارزش (۶.۵)، عراق (۶.۳)، سودان (۴)، ترکیه (۱.۹)، چین (۱.۲) و سایر کشورها (۲.۴) میلیون دلار صادر شده است. در جدول ۱۰ صادرات به پنج بازار هدف صادراتی هریک از اقلام سیم و کابل و انواع تابلو و تجهیزات برق صنعتی طی سال ۱۳۹۳ و مقایسه آن با مدت مشابه سال قبل نشان داده شده است:

جدول (۱۰) پنج بازار عمده هدف صادراتی سیم و کابل و انواع تابلو و تجهیزات برق صنعتی طی سال ۱۳۹۳ و مقایسه آن با مدت مشابه سال قبل

ارزش: میلیون دلار
وزن: هزارتن

| پنج بازار هدف انواع تابلو و تجهیزات برق صنعتی | | | | پنج بازار هدف انواع سیم و کابل | | | |
|---|--------|--------|---------------|--------------------------------|--------|--------|-----------|
| ارزش | | | کشور | ارزش | | | کشور |
| درصد تغییر | سال ۹۲ | سال ۹۳ | | درصد تغییر | سال ۹۲ | سال ۹۳ | |
| ۳۰ | ۳۹.۳ | ۵۱ | عراق | ۱۷ | ۵۲.۳ | ۶۱.۳ | عراق |
| ۴۴۲ | ۷.۲ | ۳۹ | پاکستان | -۲.۵ | ۵۸.۳ | ۵۶.۸ | افغانستان |
| ۳۷.۵ | ۶.۴ | ۸.۸ | افغانستان | ۱۰۰ | - | ۱۲.۹ | سوریه |
| ۱۶۲ | ۱.۶ | ۴.۲ | ترکمنستان | ۲۵.۵ | ۹ | ۱۱.۳ | ترکمنستان |
| -۷۱ | ۱۱.۵ | ۳.۳ | آفریقای جنوبی | -۶۴ | ۱۰.۲ | ۳.۷ | ترکیه |

طی سال ۱۳۹۳، ۹۹ درصد از کل انواع سیم و کابل و ۷۸ درصد از کل انواع تابلو و تجهیزات برق صنعتی به ۵ بازار عمده هدف صادراتی بشرح مندرج در جدول فوق صادر شده اند. همچنین بجز صادرات به بازارهای هدف انواع تابلو و تجهیزات برق صنعتی طی سال ۱۳۹۳، رقمی معادل ۱۷.۲ میلیون دلار انواع اقلام مذکور به منطقه ویژه اقتصادی پارس (عسلویه) در خارج از قلمرو گمرکی سرزمین اصلی ارسال شده است که نسبت به مدت مشابه سال قبل (۲۷ میلیون دلار) ۳۶ درصد کاهش داشته است.

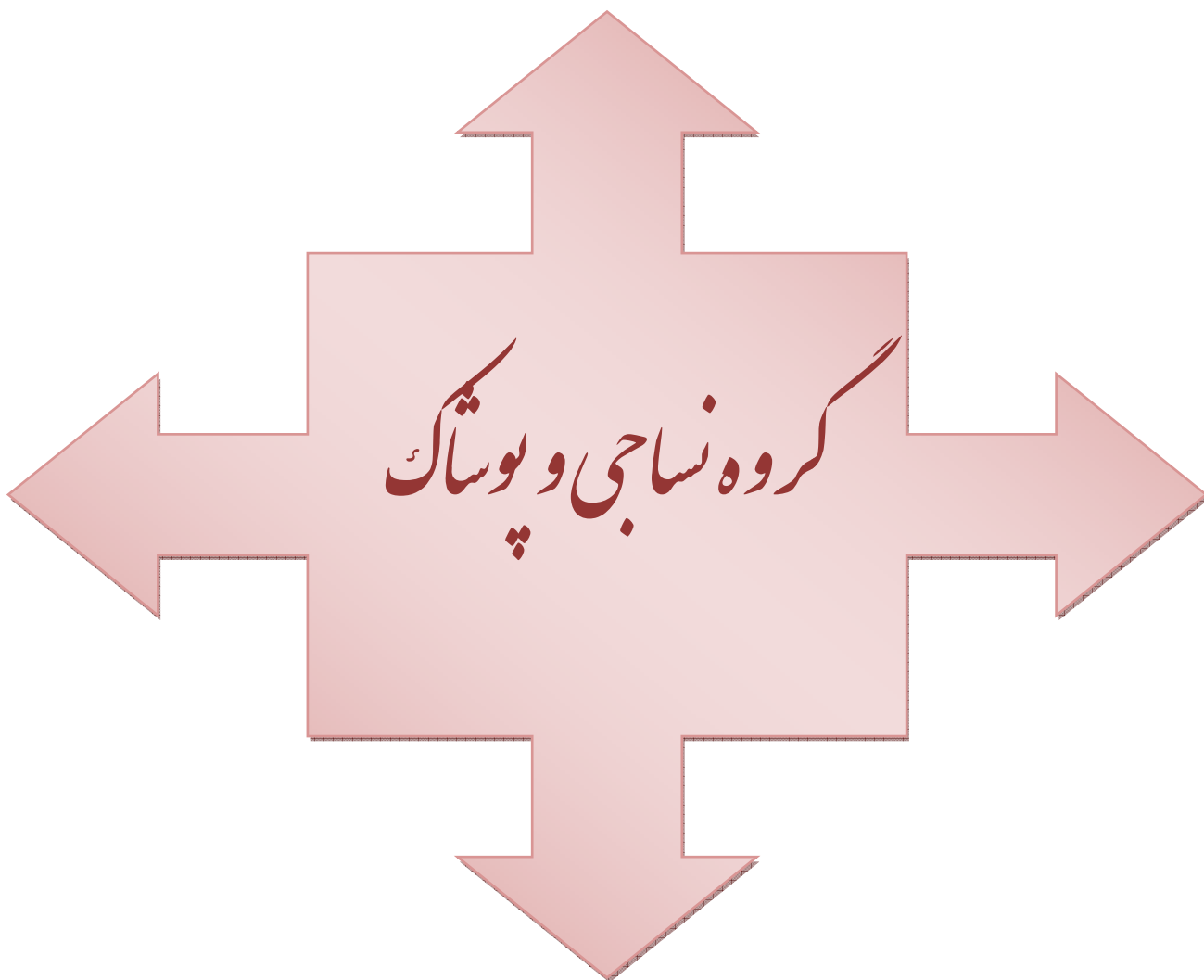
در ادامه به برخی از مشکلات فراروی تولیدکنندگان و صادرکنندگان اقلام مربوط به گروه برق و الکترونیک اشاره شده است:

مشکلات فرا روی تولید و صادرات گروه برق و الکترونیک:

- ۱) مشکلات ناشی از تحریم های اخیر علیه کشور در خصوص تأمین مواد اولیه، نقل و انتقالات ارزی و...
- ۲) سختی رقابت با تولیدکنندگان چینی و ترکی به لحاظ قیمت و تنوع تولیدات برای ماندگاری در بازارهای موجود و نفوذ به بازارهای جدید صادراتی
- ۳) عدم برخورداری شرکت های تولیدی و صادراتی ذیربط از برندهای معتبر شناخته شده و عدم تعامل با صاحبان برندهای جهانی
- ۴) مشکلات ناشی از بالا رفتن قیمت مواد اولیه بدلیل افزایش قیمت ارز
- ۵) تبعات ناشی از اثرات تحریم های اخیر بین المللی در اجرای پروژه های مخابراتی و الکترونیکی در خارج از کشور که در صدور محصولات و اقلام گروه مربوط بسیار تاثیر گذار بوده است.
- ۶) عدم دریافت مطالبات شرکتهای از وزارت نیرو
- ۷) رکود کلی جهانی
- ۸) عدم تخصیص کمکهای فاینانس از سوی بانک توسعه صادرات
- ۹) حذف مشوق های صادراتی
- ۱۰) عدم دریافت تسهیلات ریالی از بانکها
- ۱۱) هدفمندی یارانه ها که تاثیر مستقیم بر روی قیمت تمام شده محصول نهایی و غیر رقابتی شدن آنها با محصولات مشابه خارجی در سایر بازارهای هدف داشته است.
- ۱۲) فقدان زیرساختها و تجهیزات مناسب با تجارت خارجی ایران و ترافیک شدید در بنادر که مانعی بر سر راه سرعت گرفتن فرآیند صادرات به شمار میرود.

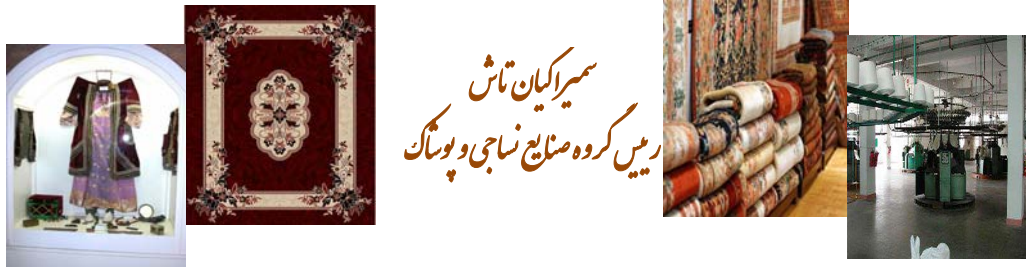
پیشنهادات و راهکارهای اجرایی:

- انجام اقدامات لازم در خصوص ارتقای کیفیت محصولات و کاهش قیمت تمام شده و تقویت زیرساختهای لازم برای توسعه صادرات نظیر شرکت در نمایشگاههای تخصصی و سایر رویدادهای بین المللی در داخل و خارج از کشور در مواجهه با سایر رقبای بزرگ در کشورهای هدف و سایر کشورها
- کنترل مبادی ورودی و جلوگیری از ورود مواد اولیه نامرغوب و فاقد استانداردهای بین المللی
- تسریع در پرداخت مطالبات تولید کنندگان از شرکت توزیع و توانیر
- تجدید نظر و بازنگری در جهت تعدیل ضرایب مالیاتی و بخشودگی مالیاتی برای واحدهای واجد شرایط
- اعطای تسهیلات بانکی به بخش صنعت با نرخ بهره پایین
- توسعه و تجهیز زیرساختهای بندری جهت سهولت در بارگیری، تخلیه،... و ترخیص کالا از گمرک
- اختصاص جوایز و مشوق های صادراتی
- سازماندهی بخش های بازرگانی فعال در سفارتخانه ها و دفاتر نمایندگی بازرگانی ج.ا. ایران در کشورهای هدف



خلاصه تحلیل آماری وضعیت صادرات فرش دستباف و صنایع نساجی

طی سال ۱۳۹۳



سمیراکیان تاش
رئیس گروه صنایع نساجی و پوشاک

عملکرد صادرات کالاهای زیرمجموعه این گروه در دوره مورد بررسی ۱۲۱۳ میلیون دلار و حدود ۲۰۰/۵ هزار تن بوده که نسبت به مدت مشابه سال قبل ۳/۲ درصد از نظر ارزشی حدود ۳/۱ درصد از نظر وزنی افزایش نشان می دهد البته این افزایش، نشان از ثبات شرایط بوده و تفاوت چشمگیری دیده نمی شود.

عملکرد صادرات فرش دستباف و صنایع نساجی طی سال ۱۳۹۳ و مقایسه آن با مدت مشابه سال قبل

ارزش: میلیون دلار
وزن: هزار تن

| سهم از کل صادرات گروه (درصد) | درصد تغییرات | | سال ۱۳۹۲ | | سال ۱۳۹۳ | | گروه کالایی |
|---------------------------------|--------------|------|----------|-------|----------|-------|---------------------|
| | وزن | ارزش | وزن | ارزش | وزن | ارزش | |
| ۲۷/۳ | -۳/۱ | ۳/۵ | ۵۸/۹ | ۳۲۰ | ۵۷/۱ | ۳۳۱/۳ | فرش ماشینی و موکت |
| ۲۴/۹ | ۹/۷ | ۶/۷ | ۹۶/۲ | ۲۸۳ | ۱۰۵/۵ | ۳۰۲ | نساجی |
| ۲۷ | ۳/۶ | ۲/۸ | ۵/۵ | ۳۱۸/۸ | ۵/۷ | ۳۲۷/۶ | فرش دستباف |
| ۹/۲ | -۸/۷ | -۳/۹ | ۱۹/۶ | ۱۱۵/۱ | ۱۷/۹ | ۱۱۰/۶ | کفش |
| ۶/۴ | ۱/۱ | ۵/۴ | ۹/۳ | ۷۴ | ۹/۴ | ۷۸ | وت بلو، کراست و چرم |
| ۵/۲ | ۰ | -۰/۹ | ۴/۹ | ۶۴/۱ | ۴/۹ | ۶۳/۵ | پوشاک |
| ۱۰۰ | ۳/۱ | ۳/۲ | ۱۹۴/۴ | ۱۱۷۵ | ۲۰۰/۵ | ۱۲۱۳ | جمع اقلام عمده |

فرش دستباف :



با توجه به میزان صادرات فرش دستباف طی سال ۱۳۹۳ ملاحظه می‌گردد ارزش صادرات فرش دستباف ۳۲۷/۶ میلیون دلار و عملکرد وزنی صادرات محصول مذکور ۵/۷ هزار تن بوده است که نسبت به مدت مشابه سال گذشته ۲/۸ درصد از نظر ارزشی و از نظر وزنی ۳/۶ درصد افزایش داشته است.

این افزایش، رقم چشمگیری نبوده و نشان از ثبات شرایط بازار در صادرات این کالا است.

پیشنهاداتی پیرامون رفع موانع صادرات فرش دستباف

- ۱- کمک به تبلیغات فرش ایرانی
- ۲- جلوگیری از خروج طرح‌ها و مواد اولیه مرغوب ایرانی به کشورهای رقیب
- ۳- ایجاد پایانه‌های صادراتی فرش دستباف
- ۴- تحلیل بازارهای هدف
- ۵- ثبت جهانی نقشه‌های ایرانی

بازارهای عمده صادراتی فرش دستباف: آلمان - امارات متحده عربی - ژاپن - پاکستان - قطر

فرش ماشینی و موکت :



با توجه به میزان صادرات فرش ماشینی انجام شده طی سال ۱۳۹۳ ملاحظه می‌گردد عملکرد ارزش صادرات فرش ماشینی ۳۳۱/۳ میلیون دلار و عملکرد وزنی صادرات محصول مذکور ۵۷/۱ هزار تن بوده است که نسبت به مدت مشابه سال گذشته ۳/۵ درصد از نظر ارزشی افزایش و ۳/۱ درصد از نظر وزنی کاهش داشته است، که تفاوت چشمگیری با سال گذشته نداشته است.

بازارهای عمده صادراتی فرش ماشینی و موکت: افغانستان - عراق - ترکمنستان - پاکستان - امارات متحده عربی

پیشنهاد پیرامون رفع موانع صادرات فرش ماشینی و موکت

- نظارت بر قیمت فروش محصولات پتروشیمی

نساجی:



با توجه به میزان صادرات نساجی انجام شده طی سال ۱۳۹۳ ملاحظه میگردد عملکرد ارزش صادرات نساجی ۳۰۲ میلیون دلار و عملکرد وزنی صادرات محصول مذکور بالغ بر ۱۰۵/۵ هزار تن بوده است که نسبت به مدت مشابه سال گذشته ۶/۷ درصد از نظر ارزشی و ۹/۷ درصد از نظر وزنی افزایش داشته است.

در خصوص الیاف پلی استر که ۳۰٪ صادرات این بخش را به خود اختصاص می دهد، بیشترین صادرات را به کشور ترکیه داشته است که از مردادماه سال ۱۳۹۲ با ایجاد تعرفه بالای دولت ترکیه برای این کالا میزان صادرات به این کشور از زمستان سال گذشته یکدفعه با افت شدیدی همراه گردید ولی در حال حاضر صادرات این اقلام دارای ثبات گردیده است و رشد طبیعی صادرات اتفاق افتاده است.

پیشنهاداتی پیرامون رفع موانع صادرات نساجی

۱- نظارت بر قیمت فروش محصولات پتروشیمی و تعیین سهمیه مواد اولیه مورد نیاز واحدهای

نساجی

۲- حل مسائل بین المللی نظیر Saye guard الیاف پلی استر در ترکیه

بازارهای عمده صادراتی نساجی:

عراق - ترکیه - افغانستان - آذربایجان - ترکمنستان



پوشاک:

با توجه به میزان صادرات پوشاک انجام شده طی سال ۱۳۹۳ ملاحظه می‌گردد عملکرد ارزش صادرات پوشاک بالغ بر ۶۳/۵ میلیون دلار و عملکرد وزنی صادرات محصول مذکور، ۴/۹ هزارتن بوده است که نسبت به مدت مشابه سال گذشته از نظر ارزشی ۰/۹ درصد کاهش و از نظر وزنی بدون تغییر باقی مانده است.

پیشنهاداتی پیرامون رفع موانع صادرات پوشاک

۱- جلوگیری از قاچاق پوشاک به خصوص پوشاک نامرغوب ارزان قیمت

۲- برند سازی

۳- تبلیغات پوشاک اسلامی

۴- آموزش و توجه در زمینه صنعت مد

بازارهای عمده صادراتی پوشاک: عراق - افغانستان - قرقیزستان - آذربایجان - امارات متحده عربی

چرم:

با توجه به میزان صادرات چرم انجام شده طی سال ۱۳۹۳ ملاحظه می‌گردد عملکرد ارزش صادرات این کالا ۷۸ میلیون دلار و عملکرد وزنی صادرات محصول مذکور ۹/۴ هزار تن بوده است که نسبت به مدت مشابه سال گذشته ۵/۴ درصد از نظر ارزشی ۱/۱ درصد از نظر وزنی افزایش داشته است.



یکی از دلایل افزایش صادرات چرم را می توان مصوب اخیر شورای اقتصاد در خصوص وضع عوارض صادراتی برای سالامبور و وت بلو و نتیجتاً افزایش تولید کراست چرم و صادرات آن دانست.

پیشنهاداتی پیرامون رفع موانع صادرات چرم

- ۱- به روز نمودن ماشین آلات
- ۲- آموزش در جهت تولید چرم مرغوب
- ۳- ورود مواد اولیه صنعت با نرخ دلار ارزان
- ۴- طرح اصلاح پوست دام

بازارهای عمده صادراتی چرم: ترکیه - هند - هنگ کنگ - ایتالیا - چین

کفش:



با توجه به میزان صادرات کفش انجام شده طی سال ۱۳۹۳ ملاحظه میگردد عملکرد ارزش صادرات کفش ۱۱۰/۶ میلیون دلار و عملکرد وزنی صادرات محصول مذکور ۱۷/۹ هزار تن بوده است که نسبت به مدت مشابه سال گذشته ۳/۹ درصد از نظر ارزشی افزایش و از نظر وزنی ۸/۷ درصد کاهش داشته است.

دلایل عدم رشد چشمگیر صادرات کالای مذکور را می توان به شرح ذیل خلاصه نمود:

- ۱- بزرگترین بازار صادرات ایران، کشور عراق است که با جو متشنج سیاسی داخلی روبرو گردیده که بر میزان صادرات تاثیر مستقیم گذاشته است.
- ۲- بازار دوم صادراتی کشور افغانستان است که در سال گذشته دو واحد بزرگ تولیدات دمپایی در آن کشور احداث گردیده است که نتیجتاً بر بازار ایران تاثیر داشته است.
- ۳- افزایش قیمت مواد اولیه ناشی از افزایش قیمت محصولات پتروشیمی
- ۴- فعالیت گسترده تر رقابیی همانند پاکستان و ترکیه در بازارهای هدف

پیشنهاداتی پیرامون رفع موانع صادرات کفش

- ۱- افزایش بازارهای کفش به جز عراق
 - ۲- رفع مشکل ایجاد شده در کشور عراق از طریق انجام اقدامات بایسته در این خصوص از سوی رایزن محترم بازرگانی ایران در عراق
 - ۳- به روز نمودن ماشین آلات
 - ۴- ورود مواد اولیه با نرخ دلار ارزان
 - ۵- آموزش لازم در جهت تولید با کیفیت برای صادرات
 - ۶- ایجاد تدابیری در جهت مرتفع نمودن مشکلات ایجاد شده برای صادرکنندگانی که با ریال مبادرت به صادرات می نمایند
 - ۷- برندسازی در صنعت کفش صادراتی
 - ۸- کفش حلال
- بازارهای عمده صادراتی کفش: عراق - افغانستان - آذربایجان - ترکمنستان - گرجستان**

نکته کلیدی:

- صنایع دستی ایران از جمله فرش دستباف نفیس کشورمان یکی از مزیت های بالقوه صادراتی برای کسب عایدات ارزی قابل توجه است که نیازمند تامین الزامات زیر میباشد:
- ۱- واگذاری مدیریت و بهره برداری خانه های فرهنگ ایران در خارج کشور به بخش خصوصی ذیربط با نظارت سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری و وزارت امور خارجه
 - ۲- حمایت جدی دولت از راه اندازی و توسعه فروشگاه ها و نمایشگاه های موقت و دائمی عرضه و فروش صنایع دستی ایران در بازارهای خارجی از جمله اروپا، چین، هند، روسیه، ژاپن و اندونزی
 - ۳- اعزام هیات های تجاری تخصصی صنایع دستی به بازارهای هدف
 - ۴- تدوین آیین نامه اجرایی حمایت از صادرات صنایع دستی کشور که در دفتر توسعه صادرات کالا در دست تدوین است.

منابع و مأخذ:

- اطلاعات آماری طبقه بندی شده دفتر برنامه ریزی تجاری سازمان (TIS)
- بورس فلزات لندن (London Metal Exchange) به آدرس الکترونیکی www.lme.com
- www.trademap.org
- اطلاعات آماری انجمن ها و تشکلهای ذیصلاح و معتبر ذربط
- اطلاعات آماری سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری
- اطلاعات آماری معاونت علمی و فناوری ریاست محترم جمهوری

واحد تهیه کننده:

- دفتر توسعه صادرات کالا حوزه معاونت کمک های تجاری سازمان توسعه تجارت ایران

گروه کارشناسی که در تحلیل گزارش همکاری نموده اند:

- سرکار خانم نذاعطایی؛ کارشناس گروه کشاورزی
- سرکار خانم زحرابراتی؛ کارشناس گروه صنایع غذایی
- سرکار خانم میرابیدل؛ کارشناس محصولات پتروشیمی، پدیه نفتی و صنایع تبدیلی
- سرکار خانم ایندخواه؛ کارشناس گروه برق و مکانیک
- سرکار خانم خالدیان؛ کارشناس گروه معدن
- سرکار خانم طحان؛ کارشناس گروه برق و مکانیک

تنظیم، طراحی و صفحه آرایی:

تماس با ما:

- تلفن: ۰۲۲۶۶۴۰۶۵-۲۱۹۱۲۳۸۴ فاکس: ۰۲۲۶۶۲۵۵۳ وبسایت: www.tpo.ir