



مرکز ملی مطالعات راهبردی کشاورزی و آب



تأسیس وزارت جهاد کشاورزی و سازمان گسترش و تقویت کسب و کار

بررسی و تحلیل روند قیمت^۱ های صادراتی محصولات منتخب کشاورزی ایران و بررسی علل نوسان آن در بازارهای جهانی

آذر ۱۴۰۰

مرکز ملی مطالعات راهبردی کشاورزی و آب

شناسنامه گزارش



مرکز ملی مطالعات راهبردی کشاورزی و آب

عنوان:

بررسی و تحلیل روند قیمت‌های صادراتی محصولات منتخب کشاورزی ایران و بررسی علل نوسان آن در بازارهای جهانی

گروه اقتصاد کشاورزی

تهیه کننده: حامد رفیعی

ناظر علمی: عباس کشاورز و بهزاد فکاری سردهایی

تاریخ انتشار: آذر ماه ۱۴۰۰

طبقه بندی موضوعی: تجارت-کشاورزی

واژه‌های کلیدی: صادرات، قیمت، کشورهای هدف صادراتی، کشورهای رقیب صادراتی، آسیب‌شناسی و ...

تهران، خیابان طالقانی، نبش خیابان موسوی (فرصت)، پلاک ۱۷۵، کد پستی: ۱۵۸۳۶۴۸۴۹۹

تلفن: ۸۵۷۳۲۸۵۵ و ۸۵۷۳۲۸۴۳

وبسایت: <http://awnrc.com> ایمیل: info@awnrc.com

فهرست مطالب

صفحه	عنوان
۲	۱- شیر و خامه تغلیظ نشده.....
۲	۱-۱- بررسی سهم شیر و خامه تغلیظ نشده و بدون شکر و افزودنیهای شیرین کننده در سبد صادراتی ایران
۲	۱-۲- بررسی روند مقدار تولید شیر و صادرات شیر و خامه تغلیظ نشده
۴	۱-۳- بررسی روند قیمت و ارزش صادرات شیر و خامه تغلیظ نشده
۴	۱-۴- ارتباط بین مقدار صادرات و مقدار تولید
۵	۱-۵- مقایسه سهم تولید شیر و سهم صادرات شیر و خامه تغلیظ نشده ایران از جهان
۶	۱-۶- بررسی وضعیت صادرکنندگان بزرگ شیر و خامه تغلیظ نشده و جایگاه ایران
۱۱	۱-۷- معرفی واردکنندگان بزرگ شیر و خامه تغلیظ نشده در جهان
۱۲	۱-۸- بررسی جایگاه ایران از نظر مقداری و ارزشی در بازار جهانی شیر و خامه تغلیظ نشده و تغییر جایگاه ایران در کشورهای هدف
۱۵	۱-۹-۱- تحلیل روند شاخص قیمت تولیدکننده شیر در ایران و کشورهای صادرکننده شیر و خامه تغلیظ نشده
۱۶	۱-۹-۲- بررسی و مقایسه میانگین تورم سالانه تولید و نوسان شاخص قیمت تولیدکننده
۱۶	۱-۱۰-۱- بررسی ارتباط بین مقادیر صادراتی ایران و قیمتهای صادراتی در بازارهای جهانی شیر و خامه تغلیظ نشده
۱۸	۱-۱۱-۱- بررسی جایگاه ایران در بازارهای اصلی واردکننده شیر و خامه تغلیظ نشده و تحلیل مقایسه‌ای قیمت صادراتی ایران
۱۹	۱-۱۲-۱- بررسی جایگاه ایران در بازارهای هدف خود و تحلیل مقایسه‌ای قیمت صادراتی شیر و خامه تغلیظ نشده ایران
۲۲	۱-۱۳-۱- بررسی روند تغییر کشورهای هدف شیر و خامه تغلیظ نشده ایران و مقایسه با رقیبا
۲۶	۱-۱۴-۱- بررسی روند کلی تغییر سهم کشورهای هدف صادراتی شیر و خامه تغلیظ نشده ایران
۲۷	۱-۱۵-۱- نقشه تعرفه وارداتی در کشورهای هدف ایران
۲۸	۱-۱۶-۱- بررسی زیرکدهای تعرفه شیر و خامه تغلیظ نشده و بدون شکر و شیرین کننده
۲۸	۱-۱۶-۱-۱- شیر و خامه با درصد چربی کمتر و مساوی یک درصد، تغلیظ نشده و بدون شکر و شیرین کننده
۲۹	۱-۱۶-۱-۱-۱- کشور هدف؛ عراق
۳۰	۱-۱۶-۱-۲-۱- کشور هدف؛ افغانستان
۳۱	۱-۱۶-۱-۲- شیر و خامه با درصد چربی بین یک تا شش درصد، تغلیظ نشده و بدون شکر و شیرین کننده
۳۳	۱-۱۶-۱-۲-۱- کشور هدف؛ عراق
۳۳	۱-۱۶-۱-۲-۲- کشور هدف؛ افغانستان
۳۵	۱-۱۶-۱-۳-۲- کشور هدف؛ قطر
۳۵	۱-۱۶-۱-۴-۲- کشور هدف؛ ترکمنستان
۳۷	۲- شیر و خامه تغلیظ شده.....
۳۷	۲-۱- بررسی سهم شیر و خامه تغلیظ شده و شیرین شده با شکر یا سایر افزودنیها
۳۷	۲-۲- بررسی روند مقدار، ارزش و قیمت صادراتی شیر و خامه تغلیظ شده
۳۹	۲-۳- ارتباط بین مقدار صادرات شیر و خامه تغلیظ شده و مقدار تولید شیر
۴۰	۲-۴- مقایسه سهم تولید و صادرات شیر و خامه تغلیظ شده ایران
۴۰	۲-۵- بررسی وضعیت صادرکنندگان بزرگ شیر و خامه تغلیظ شده و جایگاه ایران
۴۵	۲-۶- معرفی واردکنندگان بزرگ شیر و خامه تغلیظ شده در جهان
۴۶	۲-۷- بررسی جایگاه ایران از نظر مقداری و ارزشی در بازار جهانی شیر و خامه تغلیظ شده و تغییر جایگاه ایران در کشورهای هدف

۴۹	۸-۲- بررسی روند تغییر شاخص قیمت تولیدکننده در ایران و کشورهای رقیب به عنوان نماینده هزینه تولید
۵۰	۹-۲- بررسی ارتباط بین مقادیر صادراتی و قیمت‌های صادراتی ایران در بازارهای جهانی شیر و خامه تغلیظ شده
۵۰	۱۰-۲- بررسی جایگاه ایران در بازارهای اصلی واردکننده شیر و خامه تغلیظ شده و تحلیل مقایسه‌ای قیمت صادراتی ایران
۵۱	۱۱-۲- بررسی جایگاه ایران در بازارهای هدف خود و تحلیل مقایسه‌ای قیمت صادراتی شیر و خامه تغلیظ شده ایران
۵۵	۱۲-۲- بررسی روند تغییر کشورهای هدف شیر و خامه تغلیظ شده ایران
۶۰	۱۳-۲- بررسی تأثیر تغییر کشورهای هدف در تغییر قیمت‌های صادراتی شیر و خامه تغلیظ شده ایران
۶۰	۱۴-۲- نقشه تعرفه وارداتی در کشورهای هدف ایران
۶۱	۱۵-۲- بررسی زیرکدهای تعرفه شیر و خامه تغلیظ شده و با شکر و هر شیرین کننده
۶۱	۱-۱۵-۲- شیر و خامه بصورت جامد با درصد چربی کمتر مساوی ۱/۵ درصد (کد تعرفه ۰۴۰۲۱۰)
۶۲	۱-۱-۱۵-۲- کشور هدف؛ پاکستان
۶۳	۲-۱-۱۵-۲- کشور هدف؛ عراق
۶۴	۳-۱-۱۵-۲- کشور هدف؛ افغانستان
۶۵	۴-۱-۱۵-۲- کشور هدف؛ سوریه
۶۶	۵-۱-۱۵-۲- کشور هدف؛ روسیه
۶۷	۲-۱۵-۲- شیر و خامه بصورت جامد با درصد چربی بیشتر از ۱/۵ درصد (کد تعرفه ۰۴۰۲۲۱)
۶۸	۱-۲-۱۵-۲- کشور هدف؛ عراق
۶۹	۲-۲-۱۵-۲- کشور هدف؛ افغانستان
۷۰	۳-۲-۱۵-۲- کشور هدف؛ پاکستان
۷۲	۳-۱۵-۲- شیر و خامه غلیظ به شکل غیرجامد
۷۲	۱-۳-۱۵-۲- کشور هدف؛ عراق
۷۳	۲-۳-۱۵-۲- کشور هدف؛ افغانستان
۷۵	۳- ماست
۷۵	۱-۳- بررسی سهم ماست در سبد صادراتی ایران
۷۵	۲-۳- بررسی روند مقدار تولید و صادرات ماست
۷۶	۳-۳- بررسی روند قیمت و ارزش صادرات ماست
۷۷	۴-۳- ارتباط بین مقدار صادرات و مقدار تولید
۷۷	۵-۳- مقایسه سهم تولید شیر و سهم صادرات ماست ایران از جهان
۷۸	۶-۳- بررسی وضعیت صادرکنندگان بزرگ ماست و جایگاه ایران
۸۳	۷-۳- معرفی واردکنندگان بزرگ ماست در جهان
۸۴	۸-۳- بررسی جایگاه ایران از نظر مقداری و ارزشی در بازار جهانی ماست و تغییر جایگاه ایران در کشورهای هدف
۸۷	۹-۳- بررسی روند تغییر شاخص قیمت تولیدکننده شیر در ایران و کشورهای رقیب به عنوان نماینده هزینه تولید ماست
۸۷	۱-۹-۳- تحلیل روند شاخص قیمت تولیدکننده در ایران و کشورهای صادرکننده ماست
۸۸	۱۰-۳- بررسی ارتباط بین مقادیر صادراتی و قیمت‌های صادراتی ایران در بازارهای جهانی ماست
۸۸	۱۱-۳- بررسی جایگاه ایران در بازارهای اصلی واردکننده ماست و تحلیل مقایسه‌ای قیمت صادراتی ایران در مقابل رقبا در این بازارها
۹۰	۱۲-۳- بررسی جایگاه ایران در بازارهای هدف خود و تحلیل مقایسه‌ای قیمت صادراتی ماست ایران در مقابل رقبا در این بازارها
۹۱	۱۳-۳- بررسی روند تغییر کشورهای هدف ماست ایران
۹۶	۱۴-۳- بررسی روند کلی تغییر سهم کشورهای هدف صادراتی ماست ایران
۹۶	۱۵-۳- نقشه تعرفه وارداتی در کشورهای هدف ایران

۹۸ ر ب گوجه فرنگی
۹۸	۱-۴- بررسی سهم ر ب گوجه فرنگی در سبد صادراتی ایران
۹۸	۲-۴- بررسی روند مقدار تولید و صادرات ر ب گوجه
۱۰۰	۳-۴- بررسی سهم صادرات از میزان تولید ر ب گوجه فرنگی
۱۰۱	۴-۴- ارتباط بین مقدار صادرات و مقدار تولید
۱۰۲	۵-۴- مقایسه سهم تولید شیر و سهم صادرات ر ب گوجه ایران از جهان
۱۰۳	۶-۴- بررسی وضعیت صادرکنندگان بزرگ شیر و خامه تغلیظ شده و جایگاه ایران
۱۰۸	۷-۴- معرفی واردکنندگان بزرگ ر ب گوجهفرنگی در جهان
۱۱۰	۸-۴- بررسی جایگاه ایران از نظر مقداری و ارزشی در بازار جهانی ر ب گوجهفرنگی و تغییر جایگاه ایران در کشورهای هدف
۱۱۳	۹-۴- بررسی روند تغییر شاخص قیمت تولیدکننده گوجه در ایران و کشورهای رقیب به عنوان نماینده هزینه ر ب گوجه
۱۱۵	۱۰-۴- بررسی ارتباط بین سهم صادراتی ایران و قیمت‌های صادراتی در بازارهای جهانی ر ب گوجه
۱۱۶	۱۱-۴- بررسی جایگاه ایران در بازارهای اصلی واردکننده ر ب گوجه و تحلیل مقایسه‌ای قیمت صادراتی ایران در مقابل رقبا در این بازارها
۱۱۷	۱۲-۴- بررسی جایگاه ایران در بازارهای هدف خود و تحلیل مقایسه‌ای قیمت صادراتی ر ب گوجهفرنگی ایران در مقابل رقبا در این بازارها
۱۲۰	۱۳-۴- بررسی روند تغییر کشورهای هدف ر ب گوجهفرنگی ایران و مقایسه با رقبا
۱۲۴	۱۴-۴- بررسی روند کلی تغییر سهم کشورهای هدف صادراتی ر ب گوجهفرنگی ایران
۱۲۵	۱۵-۴- نقشه تعرفه وارداتی در کشورهای هدف ایران
۱۲۷ محصول سیب
۱۲۷	۱-۵- بررسی سهم محصول سیب در سبد صادراتی ایران
۱۲۷	۲-۵- بررسی روند مقدار تولید و صادرات سیب
۱۲۸	۳-۵- بررسی روند قیمت و ارزش صادرات سیب
۱۳۰	۴-۵- ارتباط بین مقدار صادرات و مقدار تولید
۱۳۱	۵-۵- مقایسه سهم تولید و سهم صادرات سیب ایران از جهان
۱۳۱	۶-۵- بررسی وضعیت صادرکنندگان بزرگ سیب و جایگاه ایران
۱۳۶	۷-۵- معرفی واردکنندگان بزرگ سیب در جهان
۱۳۷	۸-۵- بررسی جایگاه ایران از نظر مقداری و ارزشی در بازار سیب و تغییر جایگاه ایران در کشورهای هدف
۱۴۰	۹-۵- بررسی روند تغییر شاخص قیمت تولیدکننده سیب در ایران و کشورهای رقیب به عنوان نماینده هزینه تولید سیب
۱۴۱	۱-۹-۵- تحلیل روند شاخص قیمت تولیدکننده در ایران و کشورهای صادرکننده سیب
۱۴۱	۲-۹-۵- بررسی و مقایسه میانگین تورم سالانه تولید و نوسان شاخص قیمت تولیدکننده
۱۴۲	۱۰-۵- بررسی ارتباط بین مقادیر صادراتی ایران و قیمت‌های صادراتی در بازارهای جهانی سیب
۱۴۳	۱۱-۵- بررسی جایگاه ایران در بازارهای اصلی واردکننده سیب و تحلیل مقایسه‌ای قیمت صادراتی ایران در مقابل رقبا در این بازارها
۱۴۴	۱۲-۵- بررسی جایگاه ایران در بازارهای هدف خود و تحلیل مقایسه‌ای قیمت صادراتی سیب ایران در مقابل رقبا در این بازارها
۱۴۸	۱۳-۵- بررسی روند تغییر کشورهای هدف سیب ایران و مقایسه با رقبا
۱۵۴	۱۴-۵- بررسی روند کلی تغییر سهم کشورهای هدف صادراتی سیب ایران
۱۵۳	۱۵-۵- نقشه تعرفه وارداتی در کشورهای هدف ایران
۱۵۵ زعفران
۱۵۵	۱-۶- بررسی سهم زعفران در سبد صادراتی ایران
۱۵۵	۲-۶- بررسی روند مقدار تولید و صادرات زعفران ایران
۱۵۶	۳-۶- بررسی روند ارزش و قیمت صادرات زعفران

۱۵۸	۴-۶- ارتباط بین مقدار صادرات و مقدار تولید زعفران
۱۵۹	۵-۶- بررسی وضعیت صادرکنندگان بزرگ زعفران و جایگاه ایران
۱۶۳	۶-۶- معرفی واردکنندگان بزرگ زعفران در جهان
۱۶۴	۷-۶- بررسی جایگاه ایران از نظر مقداری و ارزشی در بازار جهانی زعفران و تغییر جایگاه ایران در کشورهای هدف
۱۶۹	۸-۶- بررسی جایگاه ایران در بازارهای اصلی واردکننده زعفران و تحلیل مقایسه‌ای قیمت صادراتی ایران در مقابل رقبا در این بازارها
۱۷۰	۹-۶- بررسی جایگاه ایران در بازارهای هدف خود و تحلیل مقایسه‌ای قیمت زعفران ایران در مقابل رقبا در این بازارها
۱۷۴	۱۰-۶- بررسی روند تغییر کشورهای هدف زعفران ایران و مقایسه با رقبا
۱۷۸	۱۱-۶- بررسی روند کلی تغییر سهم کشورهای هدف صادراتی زعفران ایران
۱۷۹	۱۲-۶- نقشه تعرفه وارداتی در کشورهای هدف ایران
۱۸۰	۷- پیاز.....
۱۸۰	۱-۷- بررسی سهم پیاز در سبد صادراتی ایران
۱۸۱	۲-۷- بررسی روند مقدار تولید و صادرات پیاز
۱۸۲	۳-۷- بررسی روند قیمت و ارزش صادرات پیاز
۱۸۳	۴-۷- ارتباط بین مقدار صادرات و مقدار تولید
۱۸۳	۵-۷- مقایسه سهم تولید شیر و سهم صادرات پیاز ایران از جهان
۱۸۴	۶-۷- بررسی وضعیت صادرکنندگان بزرگ پیاز و جایگاه ایران
۱۹۰	۷-۷- معرفی واردکنندگان بزرگ پیاز در جهان
۱۹۱	۸-۷- بررسی جایگاه ایران از نظر مقداری و ارزشی در بازار جهانی پیاز و تغییر جایگاه ایران در کشورهای هدف
۱۹۴	۹-۷- بررسی روند تغییر شاخص قیمت تولیدکننده پیاز در ایران و کشورهای رقیب به عنوان نماینده هزینه تولید پیاز
۱۹۴	۱-۹-۷- تحلیل روند شاخص قیمت تولیدکننده در ایران و کشورهای صادرکننده پیاز
۱۹۵	۲-۹-۷- بررسی و مقایسه میانگین تورم سالانه تولید و نوسان شاخص قیمت تولیدکننده
۱۹۵	۱۰-۷- بررسی ارتباط بین مقادیر صادراتی ایران و قیمت‌های صادراتی در بازارهای جهانی پیاز
۱۹۶	۱۱-۷- بررسی جایگاه ایران در بازارهای اصلی واردکننده پیاز و تحلیل مقایسه‌ای قیمت صادراتی ایران در مقابل رقبا در این بازارها
۱۹۷	۱۲-۷- بررسی جایگاه ایران در بازارهای هدف خود و تحلیل مقایسه‌ای قیمت صادراتی پیاز ایران در مقابل رقبا در این بازارها
۱۹۹	۱۳-۷- بررسی روند تغییر کشورهای هدف پیاز ایران و مقایسه با رقبا
۲۰۴	۱۴-۷- بررسی روند کلی تغییر سهم کشورهای هدف صادراتی پیاز ایران
۲۰۵	۱۵-۷- نقشه تعرفه وارداتی در کشورهای هدف ایران
۲۰۶	۸- گوجه فرنگی.....
۲۰۶	۱-۸- بررسی سهم گوجه فرنگی در سبد صادراتی ایران
۲۰۷	۲-۸- بررسی روند مقدار تولید گوجه فضای باز و گلخانه‌ای و صادرات گوجه فرنگی ایران
۲۰۸	۳-۸- بررسی روند قیمت و ارزش صادرات گوجه فرنگی
۲۰۹	۴-۸- ارتباط بین مقدار صادرات و مقدار تولید گوجه فرنگی
۲۱۰	۵-۸- مقایسه سهم تولید و سهم صادرات گوجه فرنگی ایران از جهان
۲۱۲	۶-۸- بررسی وضعیت صادرکنندگان بزرگ گوجه فرنگی و جایگاه ایران
۲۱۶	۷-۸- معرفی واردکنندگان بزرگ گوجه فرنگی در جهان
۲۱۷	۸-۸- بررسی جایگاه ایران از نظر مقداری و ارزشی در بازار جهانی گوجه فرنگی و تغییر جایگاه ایران در کشورهای هدف
۲۲۱	۹-۸- بررسی روند تغییر شاخص قیمت تولیدکننده گوجه فرنگی در ایران و کشورهای رقیب به عنوان نماینده هزینه تولید گوجه فرنگی
۲۲۱	۱-۹-۸- تحلیل روند شاخص قیمت تولیدکننده در ایران و کشورهای صادرکننده گوجه فرنگی.....

۲۲۲	۲-۹-۸- بررسی و مقایسه میانگین تورم سالانه تولید و نوسان شاخص قیمت تولیدکننده
۲۲۲	۱۰-۸- بررسی ارتباط بین مقادیر صادراتی ایران و قیمت‌های صادراتی در بازارهای جهانی گوجه فرنگی
۲۲۳	۱۱-۸- بررسی جایگاه ایران در بازارهای اصلی واردکننده گوجه فرنگی و تحلیل مقایسه‌ای قیمت صادراتی ایران
۲۲۵	۱۲-۸- بررسی جایگاه ایران در بازارهای هدف خود و تحلیل مقایسه‌ای قیمت صادراتی گوجه‌فرنگی ایران در مقابل رقبا در این بازارها
۲۲۹	۱۳-۸- بررسی روند تغییر کشورهای هدف گوجه فرنگی ایران و مقایسه با رقبا
۲۳۴	۱۴-۸- بررسی روند کلی تغییر سهم کشورهای هدف صادراتی گوجه فرنگی ایران
۲۳۵	۱۵-۸- نقشه تعرفه وارداتی در کشورهای هدف ایران
۲۳۶	۹- سیب‌زمینی
۲۳۶	۱-۹- بررسی سهم سیب‌زمینی در سبد صادراتی ایران
۲۳۶	۲-۹- بررسی روند مقدار تولید سیب‌زمینی
۲۳۸	۳-۹- بررسی روند قیمت و ارزش صادرات سیب‌زمینی
۲۳۸	۴-۹- ارتباط بین مقدار صادرات و مقدار تولید
۲۳۹	۵-۹- مقایسه سهم تولید و سهم صادرات سیب زمینی ایران از جهان
۲۴۰	۶-۹- بررسی وضعیت صادرکنندگان بزرگ سیب‌زمینی و جایگاه ایران
۲۴۵	۷-۹- معرفی واردکنندگان بزرگ سیب‌زمینی در جهان
۲۴۶	۸-۹- بررسی جایگاه ایران از نظر مقداری و ارزشی در بازار جهانی سیب‌زمینی و تغییر جایگاه ایران در کشورهای هدف
۲۵۰	۹-۹- بررسی روند تغییر شاخص قیمت تولیدکننده سیب‌زمینی در ایران و کشورهای رقیب به عنوان نماینده هزینه تولید سیب‌زمینی
۲۵۰	۱-۹-۹- تحلیل روند شاخص قیمت تولیدکننده در ایران و کشورهای صادرکننده سیب‌زمینی
۲۵۱	۲-۹-۹- بررسی و مقایسه میانگین تورم سالانه تولید و نوسان شاخص قیمت تولیدکننده
۲۵۲	۱۰-۹- بررسی ارتباط بین مقادیر صادراتی ایران و قیمت‌های صادراتی در بازارهای جهانی سیب‌زمینی
۲۵۳	۱۱-۹- بررسی جایگاه ایران در بازارهای اصلی واردکننده سیب‌زمینی و تحلیل مقایسه‌ای قیمت صادراتی ایران
۲۵۳	۱۲-۹- بررسی جایگاه ایران در بازارهای هدف خود و تحلیل مقایسه‌ای قیمت صادراتی سیب‌زمینی ایران در مقابل رقبا در این بازارها
۲۵۶	۱۳-۹- بررسی روند تغییر کشورهای هدف سیب‌زمینی ایران و مقایسه با رقبا
۲۶۱	۱۴-۹- بررسی روند کلی تغییر سهم کشورهای هدف صادراتی سیب‌زمینی ایران
۲۶۱	۱۵-۹- نقشه تعرفه وارداتی در کشورهای هدف ایران
۲۶۳	۱۰- هندوانه
۲۶۳	۱-۱۰- بررسی سهم هندوانه در سبد ارزشی صادراتی ایران
۲۶۳	۲-۱۰- بررسی روند مقدار تولید هندوانه ایران
۲۶۴	۳-۱۰- بررسی روند قیمت و ارزش صادرات هندوانه
۲۶۷	۶-۱۰- بررسی وضعیت صادرکنندگان بزرگ هندوانه و جایگاه ایران
۲۸۹	۱۱- کشمش
۲۸۹	۱-۱۱- بررسی سهم کشمش در سبد صادراتی ایران
۲۹۰	۳-۱۱- بررسی روند ارزش و قیمت صادرات کشمش
۲۹۱	۴-۱۱- ارتباط بین مقدار صادرات و مقدار تولید
۲۹۳	۵-۱۱- مقایسه سهم تولید انگور و سهم صادرات کشمش ایران از جهان
۲۹۴	۶-۱۱- بررسی وضعیت صادرکنندگان کشمش و جایگاه ایران
۲۹۹	۷-۱۱- معرفی واردکنندگان بزرگ کشمش در جهان

۳۰۰	۸-۱۱-بررسی جایگاه ایران از نظر مقداری و ارزشی در بازار جهانی کشمش و تغییر جایگاه ایران در کشورهای هدف
۳۰۴	۹-۱۱- بررسی روند تغییر شاخص قیمت تولیدکننده انگور در ایران و کشورهای رقیب
۳۰۴	۱۱-۹-۱- تحلیل روند شاخص قیمت تولیدکننده در ایران و کشورهای صادرکننده انگور
۳۰۵	۱۱-۹-۲- بررسی و مقایسه میانگین تورم سالانه تولید و نوسان شاخص قیمت تولیدکننده
۳۰۵	10-11-بررسی ارتباط بین مقادیر صادراتی ایران و قیمت‌های صادراتی در بازارهای جهانی کشمش
۳۰۷	۱۱-۱۱-بررسی جایگاه ایران در بازارهای اصلی واردکننده کشمش و تحلیل مقایسه‌ای قیمت صادراتی ایران
۳۰۷	۱۱-۱۲-بررسی جایگاه ایران در بازارهای هدف خود و تحلیل مقایسه‌ای قیمت صادراتی کشمش ایران در مقابل رقبا در این بازارها
۳۱۲	13-11-بررسی روند تغییر کشورهای هدف کشمش ایران و مقایسه با رقبا
۳۱۷	14-11-بررسی روند کلی تغییر سهم کشورهای هدف صادراتی کشمش ایران
۳۱۷	۱۱-۱۵-نقشه تعرفه وارداتی در کشورهای هدف ایران
۳۱۸	۱۱-۱۶-تحلیل وضعیت ارقام کشمش صادراتی ایران
۳۲۷	۱۲- خرما
۳۲۷	۱۲-۱-بررسی سهم خرما در سبد صادراتی ایران
۳۲۸	۱۲-۲-بررسی روند مقدار تولید و صادرات خرما
۳۲۹	۱۲-۳-بررسی روند قیمت و ارزش صادرات خرما
۳۳۰	۱۲-۴-ارتباط بین مقدار صادرات و مقدار تولید
۳۳۰	۱۲-۵-مقایسه سهم تولید و سهم صادرات خرما از جهان
۳۳۱	۱۲-۶-بررسی وضعیت صادرکنندگان بزرگ خرما و جایگاه ایران
۳۳۶	۱۲-۷-معرفی واردکنندگان بزرگ شیر و خامه تغلیظ نشده در جهان
۳۳۷	۱۲-۸-بررسی جایگاه ایران از نظر مقداری و ارزشی در بازار جهانی خرما و تغییر جایگاه ایران در کشورهای هدف
۳۴۰	9-12-بررسی روند تغییر شاخص قیمت تولیدکننده شیر در ایران و کشورهای رقیب به عنوان نماینده هزینه تولید خرما
۳۴۰	۱۲-۹-۱- تحلیل روند شاخص قیمت تولیدکننده در ایران و کشورهای صادرکننده خرما
۳۴۱	۱۲-۹-۲- بررسی و مقایسه میانگین تورم سالانه تولید و نوسان شاخص قیمت تولیدکننده
۳۴۲	10-12-بررسی ارتباط بین مقادیر صادراتی ایران و قیمت‌های صادراتی در بازارهای جهانی خرما
۳۵۱	۱۲-۱۱-بررسی جایگاه ایران در بازارهای اصلی واردکننده خرما و تحلیل مقایسه‌ای قیمت صادراتی ایران در مقابل رقبا در این بازارها
۳۴۳	۱۲-۱۲-بررسی جایگاه ایران در بازارهای هدف خود و تحلیل مقایسه‌ای قیمت صادراتی خرما ایران در مقابل رقبا در این بازارها
۳۴۷	13-12-بررسی روند تغییر کشورهای هدف خرما ایران و مقایسه با رقبا
۳۵۲	۱۲-۱۴- بررسی روند کلی تغییر سهم کشورهای هدف صادراتی خرما ایران
۳۵۲	۱۲-۱۵-نقشه تعرفه وارداتی در کشورهای هدف ایران
۳۵۳	۱۲-۱۶-تحلیل وضعیت ارقام خرما صادراتی ایران
۳۵۹	۱۳- نتایج نشست‌های تخصصی
۳۵۹	۱۳-۱-مقدمه
۳۵۹	۱۳-۲-چالش‌های صادرات از دیدگاه صادرکنندگان و فعالین مرتبط
۳۵۹	۱۳-۲-۱- تصمیم‌گیری‌های خلق‌الساعه از سوی سیاستگذار
۳۵۹	۱۳-۲-۲-تحریمها و چالش انتقال ارز به ایران
۳۵۹	۱۳-۲-۳- استفاده سیاستگذار از صادرات برای کنترل بازارهای داخلی
۳۶۰	۱۳-۲-۴- عدم تکمیل زنجیره تأمین و ارزش محصولات صادراتی در ایران
۳۶۰	۱۳-۲-۵- تشدید حضور اتباع خارجی در ایران با ارائه کارتهای بازرگانی یکبار مصرف

- ۳۶۰.....نوسان نرخ ارز -۶-۲-۱۳
- ۳۶۱.....عدم تلاش برای برندسازی، لزوم حمایت از آن و لزوم اجتناب از رقابت کاذب تولیدکنندگان و صادرکنندگان داخلی -۷-۲-۱۳
- ۳۶۱.....عدم ارائه برنامه مشخص جهت حمایت از صادرات -۸-۲-۱۳
- ۳۶۲.....محدود بودن مقاصد صادراتی و عدم تنوع بازارهای صادراتی -۹-۲-۱۳
- ۳۶۲.....عدم سیاستگذاری برای توسعه مذاکرات تجاری -۱۰-۲-۱۳
- ۳۶۳.....هزینههای لجستیکی -۱۱-۲-۱۳
- ۳۶۳.....عدم امنیت صادرات در کشورهای مانند عراق و وابستگی شدید تجارت به سیاست در ایران -۱۲-۲-۱۳
- ۳۶۳.....عدم انطباق تولیدات با ذائقه جهانی (عدم صادرات محوری تولید) -۱۳-۲-۱۳
- ۳۶۳.....ناکارآمدی سیستم تسهیلات به تولید -۱۴-۲-۱۳
- ۳۶۴.....نشر اطلاعات و امتناع صادرکنندگان ایرانی از اعلان قیمت‌های واقعی -۱۵-۲-۱۳
- ۳۶۴.....کاهش دسترسی به بسته‌بندیهای مطمئن با تشدید تحریمها -۱۶-۲-۱۳
- ۳۶۵.....لزوم تهیه بانکهای اطلاعاتی دقیقتر تولید و تجارت، برای محصولات اصلی صادراتی -۱۷-۲-۱۳
- ۳۶۵.....محدودیت مقدار حمل برای صادرکننده ایرانی -۱۸-۲-۱۳
- ۳۶۵.....عدم انطباق ساختار صادراتی ایران با شرایط خاص -۱۹-۲-۱۳
- ۳۶۵.....عدم استفاده مناسب از ظرفیت شورای گفتگوی دولت و بخش خصوصی -۲۰-۲-۱۳
- ۳۶۶.....۳-۱۳-جمع‌بندی چالش‌ها در بازار هر یک از محصولات صادراتی

فهرست جداول

عنوان.....	صفحه.....
جدول ۱-۱- مقدار صادراتی ۱۰ کشور اصلی صادرکننده و ایران- هزار تن	۶
جدول ۲-۱- سهم مقدار صادراتی ۱۰ کشور اصلی صادرکننده و ایران- درصد	۸
جدول ۳-۱- ارزش صادراتی ۱۰ کشور اصلی صادرکننده و ایران- میلیون دلار	۹
جدول ۴-۱- سهم ارزشی صادراتی ۱۰ کشور اصلی صادرکننده و ایران- درصد	۱۰
جدول ۵-۱- رتبه ایران در بازارهای جهانی کد ۰۴۰۱	۱۱
جدول ۶-۱- سهم مقداری ۱۰ کشور واردکننده اصلی در بازارهای جهانی (درصد)	۱۲
جدول ۷-۱- رتبه ایران در مقدار صادرات شیر و خامه تغلیظ نشده به جهان و بزرگترین بازارهای هدف (۲۰۱۸-۲۰۰۱)	۱۲
جدول ۸-۱- رتبه ایران در ارزش صادرات شیر و خامه تغلیظ نشده به جهان و بزرگترین بازارهای هدف (۲۰۱۸-۲۰۰۱)	۱۳
جدول ۹-۱- جایگاه مقداری ۱۰ صادرکننده اصلی شیر و خامه تغلیظ نشده در بازار جهانی	۱۴
جدول ۱۰-۱- جایگاه ارزشی ۱۰ صادرکننده اصلی شیر و خامه تغلیظ نشده در بازار جهانی	۱۵
جدول ۱۱-۱- جایگاه ایران در کشورهای واردکننده اصلی شیر و خامه تغلیظ شده	۱۹
جدول ۱۲-۱- جایگاه ایران در مقایسه با رقبا در مهم‌ترین بازارهای هدف خود در سال ۲۰۱۶	۲۰
جدول ۱۳-۱- جایگاه ایران در مقایسه با رقبا در مهم‌ترین بازارهای هدف خود در سال ۲۰۱۷	۲۱
جدول ۱۴-۱- جایگاه ایران در مقایسه با رقبا در مهم‌ترین بازارهای هدف خود در سال ۲۰۱۸	۲۱
جدول ۱-۲- مقدار صادراتی ۱۰ کشور اصلی صادرکننده و ایران- هزار تن	۴۱
جدول ۲-۲- سهم مقدار صادراتی ۱۰ کشور اصلی صادرکننده و ایران- درصد	۴۲
جدول ۳-۲- ارزش صادراتی ۱۰ کشور اصلی صادرکننده و ایران- میلیون دلار	۴۳
جدول ۴-۲- سهم ارزشی صادراتی ۱۰ کشور اصلی صادرکننده و ایران- درصد	۴۴
جدول ۵-۲- رتبه ایران در بازارهای جهانی شیر و خامه تغلیظ شده	۴۵
جدول ۶-۲- سهم ۱۰ کشور واردکننده اصلی و ایران (درصد)	۴۶
جدول ۷-۲- رتبه ایران در مقدار صادرات شیر و خامه تغلیظ شده به جهان و بزرگترین بازارهای هدف (۲۰۱۸-۲۰۰۱)	۴۷
جدول ۸-۲- رتبه ایران در ارزش صادرات شیر و خامه تغلیظ شده به جهان و بزرگترین بازارهای هدف (۲۰۱۸-۲۰۰۱)	۴۷
جدول ۹-۲- رتبه رقبا در بازارهای جهانی به لحاظ مقدار صادراتی	۴۸
جدول ۱۰-۲- رتبه رقبا در بازارهای جهانی به لحاظ ارزش صادراتی	۴۹
جدول ۱۱-۲- جایگاه ایران در کشورهای واردکننده اصلی	۵۱
جدول ۱۲-۲- جایگاه ایران در مقایسه با رقبا در مهم‌ترین بازارهای هدف خود در سال ۲۰۱۶	۵۳
جدول ۱۳-۲- جایگاه ایران در مقایسه با رقبا در مهم‌ترین بازارهای هدف خود در سال ۲۰۱۷	۵۴
جدول ۱۴-۲- جایگاه ایران در مقایسه با رقبا در مهم‌ترین بازارهای هدف خود در سال ۲۰۱۸	۵۵
جدول ۱-۳- مقدار صادراتی ۱۰ کشور اصلی صادرکننده و ایران- هزار تن	۷۹
جدول ۲-۳- سهم مقدار صادراتی ۱۰ کشور اصلی صادرکننده و ایران- درصد	۸۰
جدول ۳-۳- ارزش صادراتی ۱۰ کشور اصلی صادرکننده و ایران- میلیون دلار	۸۱
جدول ۴-۳- سهم ارزشی صادراتی ۱۰ کشور اصلی صادرکننده و ایران- درصد	۸۲

۸۳	جدول ۳-۵- رتبه ایران در بازارهای جهانی ماست
۸۴	جدول ۳-۶- سهم مقداری ۱۰ کشور واردکننده اصلی در بازارهای جهانی (درصد)
۸۴	جدول ۳-۷- رتبه ایران در مقدار صادرات ماست به جهان و بزرگترین بازارهای هدف (۲۰۱۸-۲۰۰۱)
۸۵	جدول ۳-۸- رتبه ایران در ارزش صادرات ماست به جهان و بزرگترین بازارهای هدف (۲۰۱۸-۲۰۰۱)
۸۶	جدول ۳-۹- جایگاه مقداری ۱۰ صادرکننده اصلی ماست در بازار جهانی
۸۷	جدول ۳-۱۰- جایگاه ارزشی ۱۰ صادرکننده اصلی ماست در بازار جهانی
۸۹	جدول ۳-۱۱- جایگاه ایران در کشورهای واردکننده اصلی
۹۰	جدول ۳-۱۲- جایگاه ایران در مقایسه با رقبا در مهم‌ترین بازارهای هدف خود در سال ۲۰۱۶
۹۰	جدول ۳-۱۳- جایگاه ایران در مقایسه با رقبا در مهم‌ترین بازارهای هدف خود در سال ۲۰۱۷
۹۱	جدول ۳-۱۴- جایگاه ایران در مقایسه با رقبا در مهم‌ترین بازارهای هدف خود در سال ۲۰۱۸
۱۰۴	جدول ۴-۱- مقدار صادراتی ۱۰ کشور اصلی صادرکننده و ایران- هزار تن
۱۰۴	جدول ۴-۲- سهم مقدار صادراتی ۱۰ کشور اصلی صادرکننده و ایران- درصد
۱۰۶	جدول ۴-۳- ارزش صادراتی ۱۰ کشور اصلی صادرکننده و ایران- میلیون دلار
۱۰۷	جدول ۴-۴- سهم ارزشی صادراتی ۱۰ کشور اصلی صادرکننده و ایران- درصد
۱۰۸	جدول ۴-۵- رتبه ایران در بازارهای جهانی رب گوجه فرنگی
۱۰۹	جدول ۴-۶- سهم مقداری ۱۰ کشور واردکننده اصلی در بازارهای جهانی (درصد)
۱۱۱	جدول ۴-۷- رتبه ایران در مقدار صادرات رب گوجه به جهان و بزرگترین بازارهای هدف (۲۰۱۸-۲۰۰۱)
۱۱۱	جدول ۴-۸- رتبه ایران در ارزش صادرات رب گوجه به جهان و بزرگترین بازارهای هدف (۲۰۱۸-۲۰۰۱)
۱۱۲	جدول ۴-۹- جایگاه مقداری ۱۰ صادرکننده اصلی رب گوجه‌فرنگی در بازار جهانی
۱۱۲	جدول ۴-۱۰- جایگاه ارزشی ۱۰ صادرکننده اصلی رب گوجه در بازار جهانی
۱۱۷	جدول ۴-۱۱- جایگاه ایران در کشورهای واردکننده اصلی رب گوجه‌فرنگی
۱۱۸	جدول ۴-۱۲- جایگاه ایران در مقایسه با رقبا در مهم‌ترین بازارهای هدف خود در سال ۲۰۱۶
۱۱۸	جدول ۴-۱۳- جایگاه ایران در مقایسه با رقبا در مهم‌ترین بازارهای هدف خود در سال ۲۰۱۷
۱۲۰	جدول ۴-۱۴- جایگاه ایران در مقایسه با رقبا در مهم‌ترین بازارهای هدف خود در سال ۲۰۱۸
۱۳۲	جدول ۶-۱- مقدار صادراتی ۱۰ کشور اصلی صادرکننده سیب- هزار تن
۱۳۲	جدول ۵-۲- سهم مقدار صادراتی ۱۰ کشور اصلی صادرکننده سیب- درصد
۱۳۴	جدول ۵-۳- ارزش صادراتی ۱۰ کشور اصلی صادرکننده سیب- میلیون دلار
۱۳۵	جدول ۵-۴- سهم ارزشی صادراتی ۱۰ کشور اصلی صادرکننده سیب- درصد
۱۳۶	جدول ۵-۵- رتبه ایران در بازارهای جهانی سیب
۱۳۷	جدول ۵-۶- سهم مقداری ۱۰ کشور واردکننده اصلی در بازارهای جهانی (درصد)
۱۳۸	جدول ۵-۷- رتبه ایران در مقدار صادرات سیب به جهان و بزرگترین بازارهای هدف (۲۰۱۸-۲۰۰۱)
۱۳۹	جدول ۵-۸- رتبه ایران در ارزش صادرات سیب به جهان و بزرگترین بازارهای هدف (۲۰۱۸-۲۰۰۱)
۱۴۰	جدول ۵-۹- جایگاه مقداری ۱۰ صادرکننده اصلی سیب در بازار جهانی
۱۴۰	جدول ۵-۱۰- جایگاه ارزشی ۱۰ صادرکننده اصلی سیب در بازار جهانی
۱۴۴	جدول ۴-۱۱- جایگاه ایران در کشورهای واردکننده اصلی سیب

- جدول ۵-۱۲- جایگاه ایران در مقایسه با رقبا در مهم‌ترین بازارهای هدف خود در سال ۲۰۱۶ ۱۴۶
- جدول ۵-۱۳- جایگاه ایران در مقایسه با رقبا در مهم‌ترین بازارهای هدف خود در سال ۲۰۱۷ ۱۴۶
- جدول ۵-۱۴- جایگاه ایران در مقایسه با رقبا در مهم‌ترین بازارهای هدف خود در سال ۲۰۱۸ ۱۴۸
- جدول ۶-۱- مقدار صادراتی ۱۰ کشور اصلی صادرکننده زعفران- تن ۱۵۹
- جدول ۶-۲- سهم مقدار صادراتی ۱۰ کشور اصلی صادرکننده زعفران-درصد ۱۵۹
- جدول ۶-۳- ارزش صادراتی ۱۰ کشور اصلی صادرکننده زعفران-هزار دلار ۱۶۱
- جدول ۶-۴- سهم ارزشی صادراتی ۱۰ کشور اصلی صادرکننده زعفران-درصد ۱۶۲
- جدول ۶-۵- رتبه ایران در بازارهای جهانی زعفران ۱۶۳
- جدول ۶-۶- سهم مقداری ۱۰ کشور واردکننده اصلی در بازارهای جهانی (درصد) ۱۶۴
- جدول ۶-۷- رتبه ایران در مقدار صادرات زعفران به جهان و بزرگترین بازارهای هدف (۲۰۱۸-۲۰۱۰) ۱۶۵
- جدول ۶-۸- رتبه ایران در ارزش صادرات زعفران به جهان و بزرگترین بازارهای هدف (۲۰۱۸-۲۰۱۰) ۱۶۶
- جدول ۶-۹- جایگاه مقداری ۱۰ صادرکننده اصلی زعفران در بازار جهانی ۱۶۷
- جدول ۶-۱۰- جایگاه ارزشی ۱۰ صادرکننده اصلی زعفران در بازار جهانی ۱۶۸
- جدول ۶-۱۱- جایگاه ایران در کشورهای واردکننده اصلی زعفران ۱۷۰
- جدول ۶-۱۲- جایگاه ایران در مقایسه با رقبا در مهم‌ترین بازارهای هدف خود در سال ۲۰۱۶ ۱۷۳
- جدول ۶-۱۳- جایگاه ایران در مقایسه با رقبا در مهم‌ترین بازارهای هدف خود در سال ۲۰۱۷ ۱۷۳
- جدول ۶-۱۴- جایگاه ایران در مقایسه با رقبا در مهم‌ترین بازارهای هدف خود در سال ۲۰۱۸ ۱۷۳
- جدول ۷-۱- مقدار صادراتی ۱۰ کشور اصلی صادرکننده و ایران- هزار تن ۱۸۶
- جدول ۷-۲- سهم مقدار صادراتی ۱۰ کشور اصلی صادرکننده و ایران-درصد ۱۸۷
- جدول ۷-۳- ارزش صادراتی ۱۰ کشور اصلی صادرکننده و ایران- میلیون دلار ۱۸۸
- جدول ۷-۴- سهم ارزشی صادراتی ۱۰ کشور اصلی صادرکننده و ایران-درصد ۱۸۹
- جدول ۷-۵- رتبه ایران در بازارهای جهانی پیاز ۱۹۰
- جدول ۷-۶- سهم مقداری ۱۰ کشور واردکننده اصلی در بازارهای جهانی (درصد) ۱۹۱
- جدول ۷-۷- رتبه ایران در مقدار صادرات پیاز به جهان و بزرگترین بازارهای هدف (۲۰۱۸-۲۰۱۰) ۱۹۲
- جدول ۷-۸- رتبه ایران در ارزش صادرات پیاز به جهان و بزرگترین بازارهای هدف (۲۰۱۷-۲۰۱۰) ۱۹۳
- جدول ۷-۹- جایگاه ارزشی ۱۰ صادرکننده اصلی پیاز در بازار جهانی ۱۹۴
- جدول ۷-۱۰- جایگاه ایران در کشورهای واردکننده اصلی ۱۹۷
- جدول ۷-۱۱- جایگاه ایران در مقایسه با رقبا در مهم‌ترین بازارهای هدف خود در سال ۲۰۱۶ ۱۹۸
- جدول ۷-۱۲- جایگاه ایران در مقایسه با رقبا در مهم‌ترین بازارهای هدف خود در سال ۲۰۱۷ ۱۹۹
- جدول ۷-۱۳- جایگاه ایران در مقایسه با رقبا در مهم‌ترین بازارهای هدف خود در سال ۲۰۱۸ ۱۹۹
- جدول ۸-۱- مقدار صادراتی ۱۰ کشور اصلی صادرکننده گوجه فرنگی- هزار تن ۲۱۲
- جدول ۸-۲- سهم مقدار صادراتی ۱۰ کشور اصلی صادرکننده گوجه فرنگی-درصد ۲۱۲
- جدول ۸-۳- ارزش صادراتی ۱۰ کشور اصلی صادرکننده گوجه فرنگی- میلیون دلار ۲۱۴
- جدول ۸-۴- سهم ارزشی صادراتی ۱۰ کشور اصلی صادرکننده گوجه فرنگی-درصد ۲۱۵
- جدول ۸-۵- رتبه ایران در بازارهای جهانی گوجه فرنگی ۲۱۶

- جدول ۸-۶- سهم مقداری ۱۰ کشور واردکننده اصلی در بازارهای جهانی (درصد)..... ۲۱۶
- جدول ۸-۷- رتبه ایران در مقدار صادرات گوجه فرنگی به جهان و بزرگترین بازارهای هدف (۲۰۱۸-۲۰۰۱)..... ۲۱۷
- جدول ۸-۸- رتبه ایران در ارزش صادرات گوجه فرنگی به جهان و بزرگترین بازارهای هدف (۲۰۱۸-۲۰۰۱)..... ۲۱۹
- جدول ۸-۹- جایگاه مقداری ۱۰ صادرکننده اصلی گوجه فرنگی در بازار جهانی..... ۲۲۰
- جدول ۸-۱۰- جایگاه ارزشی ۱۰ صادرکننده اصلی گوجه فرنگی در بازار جهانی..... ۲۲۱
- جدول ۸-۱۱- جایگاه ایران در کشورهای واردکننده اصلی گوجه فرنگی..... ۲۲۵
- جدول ۸-۱۲- جایگاه ایران در مقایسه با رقبا در مهم‌ترین بازارهای هدف خود در سال ۲۰۱۶..... ۲۲۶
- جدول ۸-۱۳- جایگاه ایران در مقایسه با رقبا در مهم‌ترین بازارهای هدف خود در سال ۲۰۱۷..... ۲۲۸
- جدول ۸-۱۴- جایگاه ایران در مقایسه با رقبا در مهم‌ترین بازارهای هدف خود در سال ۲۰۱۸..... ۲۲۸
- جدول ۹-۱- مقدار صادراتی ۱۰ کشور اصلی صادرکننده سیب زمینی- هزار تن..... ۲۴۱
- جدول ۹-۲- سهم مقدار صادراتی ۱۰ کشور اصلی صادرکننده سیب زمینی- درصد..... ۲۴۲
- جدول ۹-۳- ارزش صادراتی ۱۰ کشور اصلی صادرکننده سیب زمینی- میلیون دلار..... ۲۴۳
- جدول ۹-۴- سهم ارزشی صادراتی ۱۰ کشور اصلی صادرکننده سیب زمینی- درصد..... ۲۴۴
- جدول ۹-۵- رتبه ایران در بازارهای جهانی سیب زمینی..... ۲۴۴
- جدول ۹-۶- سهم مقداری ۱۰ کشور واردکننده اصلی در بازارهای جهانی (درصد)..... ۲۴۶
- جدول ۹-۷- رتبه ایران در مقدار صادرات سیب زمینی به جهان و بزرگترین بازارهای هدف (۲۰۱۸-۲۰۰۱)..... ۲۴۷
- جدول ۹-۸- رتبه ایران در ارزش صادرات سیب زمینی به جهان و بزرگترین بازارهای هدف (۲۰۱۸-۲۰۰۱)..... ۲۴۸
- جدول ۹-۹- جایگاه مقداری ۱۰ صادرکننده اصلی سیب زمینی در بازار جهانی..... ۲۴۹
- جدول ۹-۱۰- جایگاه ارزشی ۱۰ صادرکننده اصلی سیب زمینی در بازار جهانی..... ۲۵۰
- جدول ۹-۱۱- جایگاه ایران در کشورهای واردکننده اصلی..... ۲۵۳
- جدول ۹-۱۲- جایگاه ایران در مقایسه با رقبا در مهم‌ترین بازارهای هدف خود در سال ۲۰۱۶..... ۲۵۴
- جدول ۹-۱۳- جایگاه ایران در مقایسه با رقبا در مهم‌ترین بازارهای هدف خود در سال ۲۰۱۷..... ۲۵۵
- جدول ۹-۱۴- جایگاه ایران در مقایسه با رقبا در مهم‌ترین بازارهای هدف خود در سال ۲۰۱۸..... ۲۵۶
- جدول ۱۰-۱- مقدار صادراتی ۱۰ کشور اصلی صادرکننده هندوانه - هزار تن..... ۲۶۷
- جدول ۱۰-۲- سهم مقدار صادراتی ۱۰ کشور اصلی صادرکننده و ایران- درصد..... ۲۶۸
- جدول ۱۰-۳- ارزش صادراتی ۱۰ کشور اصلی صادرکننده هندوانه- میلیون دلار..... ۲۷۰
- جدول ۱۰-۴- سهم ارزشی صادراتی ۱۰ کشور اصلی صادرکننده هندوانه- درصد..... ۲۷۱
- جدول ۱۰-۵- رتبه ایران در بازارهای جهانی هندوانه..... ۲۷۲
- جدول ۱۰-۶- سهم مقداری ۱۰ کشور واردکننده اصلی در بازارهای جهانی (درصد)..... ۲۷۳
- جدول ۱۰-۷- رتبه ایران در مقدار صادرات هندوانه به جهان و بزرگترین بازارهای هدف (۲۰۱۸-۲۰۰۱)..... ۲۷۳
- جدول ۱۰-۸- رتبه ایران در ارزش صادرات هندوانه به جهان و بزرگترین بازارهای هدف (۲۰۱۸-۲۰۰۱)..... ۲۷۵
- جدول ۱۰-۹- جایگاه مقداری ۱۰ صادرکننده اصلی هندوانه در بازار جهانی..... ۲۷۶
- جدول ۱۰-۱۰- جایگاه ارزشی ۱۰ صادرکننده اصلی هندوانه در بازار جهانی..... ۲۷۷
- جدول ۱۰-۱۱- جایگاه ایران در کشورهای واردکننده اصلی هندوانه..... ۲۷۹
- جدول ۱۰-۱۲- جایگاه ایران در مقایسه با رقبا در مهم‌ترین بازارهای هدف خود در سال ۲۰۱۶..... ۲۸۰

جدول ۱۰-۱۳- جایگاه ایران در مقایسه با رقبا در مهم‌ترین بازارهای هدف خود در سال ۲۰۱۷	۲۸۱
جدول ۱۰-۱۴- جایگاه ایران در مقایسه با رقبا در مهم‌ترین بازارهای هدف خود در سال ۲۰۱۸	۲۸۲
جدول ۱۱-۱- مقدار صادراتی ۱۰ کشور اصلی صادرکننده انگور خشک- تن	۲۹۵
جدول ۱۱-۲- سهم مقدار صادراتی ۱۰ کشور اصلی صادرکننده انگور خشک- درصد	۲۹۶
جدول ۱۱-۳- ارزش صادراتی ۱۰ کشور اصلی صادرکننده انگور خشک- میلیون دلار	۲۹۷
جدول ۱۱-۴- سهم ارزشی صادراتی ۱۰ کشور اصلی صادرکننده انگور خشک- درصد	۲۹۸
جدول ۱۱-۵- رتبه ایران در بازارهای جهانی کشمش	۲۹۹
جدول ۱۱-۶- سهم مقداری ۱۰ کشور واردکننده اصلی در بازارهای جهانی (درصد)	۳۰۰
جدول ۱۱-۷- رتبه ایران در مقدار صادرات کشمش به جهان و بزرگترین بازارهای هدف (۲۰۱۸-۲۰۰۱)	۳۰۱
جدول ۱۱-۸- رتبه ایران در ارزش صادرات کشمش به جهان و بزرگترین بازارهای هدف (۲۰۱۸-۲۰۰۱)	۳۰۲
جدول ۱۱-۹- جایگاه مقداری ۱۰ صادرکننده اصلی انگور خشک در بازار جهانی	۳۰۳
جدول ۱۱-۱۰- جایگاه ارزشی ۱۰ صادرکننده اصلی انگور خشک در بازار جهانی	۳۰۴
جدول ۱۱-۱۱- جایگاه ایران در کشورهای واردکننده اصلی انگور خشک	۳۰۷
جدول ۱۱-۱۲- جایگاه ایران در مقایسه با رقبا در مهم‌ترین بازارهای هدف خود در سال ۲۰۱۶	۳۱۰
جدول ۱۱-۱۳- جایگاه ایران در مقایسه با رقبا در مهم‌ترین بازارهای هدف خود در سال ۲۰۱۷	۳۱۱
جدول ۱۱-۱۴- جایگاه ایران در مقایسه با رقبا در مهم‌ترین بازارهای هدف خود در سال ۲۰۱۸	۳۱۲
جدول ۱۱-۱۵- میانگین وضعیت صادرات و ریسک صادراتی انواع ارقام کشمش	۳۲۴
جدول ۱۲-۱- مقدار صادراتی ۱۰ کشور اصلی صادرکننده خرما - هزار تن	۳۳۲
جدول ۱۲-۲- سهم مقدار صادراتی ۱۰ کشور اصلی صادرکننده خرما- درصد	۳۳۳
جدول ۱۲-۳- ارزش صادراتی ۱۰ کشور اصلی صادرکننده خرما- میلیون دلار	۳۳۴
جدول ۱۲-۴- سهم ارزشی صادراتی ۱۰ کشور اصلی صادرکننده خرما- درصد	۳۳۵
جدول ۱۲-۵- رتبه ایران در بازارهای جهانی خرما	۳۳۶
جدول ۱۲-۶- سهم مقداری ۱۰ کشور واردکننده اصلی در بازارهای جهانی (درصد)	۳۳۷
جدول ۱۲-۷- رتبه ایران در مقدار صادرات خرما به جهان و بزرگترین بازارهای هدف (۲۰۱۸-۲۰۰۱)	۳۳۸
جدول ۱۲-۸- رتبه ایران در ارزش صادرات خرما به جهان و بزرگترین بازارهای هدف (۲۰۱۸-۲۰۰۱)	۳۳۹
جدول ۱۲-۹- جایگاه ارزشی ۱۰ صادرکننده اصلی خرما به لحاظ مقادیر صادرات در بازار جهانی	۳۴۰
جدول ۱۲-۱۰- جایگاه ایران در کشورهای واردکننده اصلی شیر و خامه تغلیظ شده	۳۴۲
جدول ۱۲-۱۱- جایگاه ایران در مقایسه با رقبا در مهم‌ترین بازارهای هدف خود در سال ۲۰۱۶	۳۴۴
جدول ۱۲-۱۲- جایگاه ایران در مقایسه با رقبا در مهم‌ترین بازارهای هدف خود در سال ۲۰۱۷	۳۴۶
جدول ۱۲-۱۳- جایگاه ایران در مقایسه با رقبا در مهم‌ترین بازارهای هدف خود در سال ۲۰۱۸	۳۴۷
جدول ۱۲-۱۴- میانگین وضعیت صادرات و ریسک صادراتی انواع ارقام خرما	۳۵۷

فهرست نمودارها

عنوان.....	صفحه.....
نمودار ۱-۱- روند سهم صادرات شیر و خامه تغلیظ نشده از سبد صادرات کشاورزی ایران (منبع: ITC, 2020 و نتایج پژوهش)	۲
نمودار ۲-۱- روند مقدار تولید شیر ایران (منبع: وزارت جهاد کشاورزی، ۱۳۹۸)	۳
نمودار ۳-۱- روند مقدار صادرات شیر و خامه تغلیظ نشده و بدون شکر ایران (منبع: ITC, 2020)	۳
نمودار ۴-۱- روند ارزش صادرات شیر و خامه تغلیظ نشده و بدون شکر ایران (منبع: ITC, 2020)	۴
نمودار ۵-۱- روند قیمت صادرات شیر و خامه تغلیظ نشده و بدون شکر ایران (منبع: ITC, 2020)	۴
نمودار ۶-۱- ارتباط مقادیر تولید و صادرات شیر و خامه تغلیظ نشده ایران	۵
نمودار ۷-۱- روند سهم تولید شیر در جهان (وزارت جهاد کشاورزی، ۱۳۹۸ و FAO, 2020)	۵
نمودار ۸-۱- روند سهم مقداری و ارزشی صادرات شیر و خامه تغلیظ نشده ایران در جهان (منبع: ITC, 2020)	۶
نمودار ۹-۱- روند شاخص قیمت تولید کننده در ایران و بزرگترین صادرکنندگان جهانی	۱۶
نمودار ۱۰-۱- مقایسه میانگین تورم تولید و نوسان شاخص قیمت در کشورهای اصلی صادرکننده و ایران	۱۶
نمودار ۱۱-۱- ارتباط بین قیمت صادراتی و مقدار صادرات شیر و خامه تغلیظ نشده ایران	۱۷
نمودار ۱۲-۱- تداوم بازار شیر و خامه تغلیظ نشده صادراتی در کشورهای هدف ایران (منبع: ITC, 2020)	۲۷
نمودار ۱۳-۱- وضعیت قیمت و مقدار صادرات ایران در عراق نسبت به رقبای در سال ۲۰۱۷ (منبع: ITC, 2020)	۳۰
نمودار ۱۴-۱- وضعیت قیمت و مقدار صادرات ایران در عراق نسبت به رقبای در سال ۲۰۱۸ (منبع: ITC, 2020)	۳۰
نمودار ۱۵-۱- وضعیت قیمت و مقدار صادرات ایران در افغانستان نسبت به رقبای در سال ۲۰۱۷ (منبع: ITC, 2020)	۳۱
نمودار ۱۶-۱- وضعیت قیمت و مقدار صادرات ایران در افغانستان نسبت به رقبای در سال ۲۰۱۸ (منبع: ITC, 2020)	۳۱
نمودار ۱۷-۱- وضعیت قیمت و مقدار صادرات ایران در عراق نسبت به رقبای در سال ۲۰۱۷ (منبع: ITC, 2020)	۳۳
نمودار ۱۸-۱- وضعیت قیمت و مقدار صادرات ایران در عراق نسبت به رقبای در سال ۲۰۱۸ (منبع: ITC, 2020)	۳۳
نمودار ۱۹-۱- وضعیت قیمت و مقدار صادرات ایران در افغانستان نسبت به رقبای در سال ۲۰۱۷ (منبع: ITC, 2020)	۳۴
نمودار ۲۰-۱- وضعیت قیمت و مقدار صادرات ایران در افغانستان نسبت به رقبای در سال ۲۰۱۸ (منبع: ITC, 2020)	۳۴
نمودار ۲۱-۱- وضعیت قیمت و مقدار صادرات ایران در قطر نسبت به رقبای در سال ۲۰۱۷ (منبع: ITC, 2020)	۳۵
نمودار ۲۲-۱- وضعیت قیمت و مقدار صادرات ایران در قطر نسبت به رقبای در سال ۲۰۱۸ (منبع: ITC, 2020)	۳۵
نمودار ۲۳-۱- وضعیت قیمت و مقدار صادرات ایران در ترکمنستان نسبت به رقبای در سال ۲۰۱۷ (منبع: ITC, 2020)	۳۶
نمودار ۲۴-۱- وضعیت قیمت و مقدار صادرات ایران در ترکمنستان نسبت به رقبای در سال ۲۰۱۸ (منبع: ITC, 2020)	۳۶
نمودار ۱-۲- روند سهم صادرات شیر و خامه تغلیظ شده از سبد صادرات کشاورزی ایران (منبع: ITC, 2020 و یافته‌های پژوهش)	۳۷
نمودار ۲-۲- روند مقدار صادرات شیر و خامه تغلیظ شده ایران (منبع: ITC, 2020)	۳۸
نمودار ۳-۲- روند ارزش صادرات شیر و خامه تغلیظ شده ایران (منبع: ITC, 2020)	۳۸
نمودار ۴-۲- روند قیمت صادرات خامه تغلیظ شده ایران (منبع: ITC, 2020)	۳۹
نمودار ۵-۲- ارتباط مقادیر تولید شیر و صادرات شیر و خامه تغلیظ شده ایران	۳۹
نمودار ۶-۲- روند سهم مقدار و ارزش صادرات شیر و خامه تغلیظ شده ایران در جهان (منبع: ITC, 2020)	۴۰
نمودار ۷-۲- روند شاخص قیمت تولید کننده شیر ایران و بزرگترین رقبای جهانی (منبع: FAO, 2020)	۵۰
نمودار ۸-۲- ارتباط بین قیمت صادراتی و مقدار صادرات شیر و خامه تغلیظ شده ایران	۵۰

- نمودار ۲-۹- تداوم بازار شیر و خامه تغلیظ شده صادراتی در کشورهای هدف ایران (منبع: ITC, 2020) ۶۰
- نمودار ۲-۱۰- وضعیت قیمت و مقدار صادرات ایران در پاکستان نسبت به رقبا در سال ۲۰۱۷ (منبع: ITC, 2020) ۶۳
- نمودار ۴۸- وضعیت قیمت و مقدار صادرات ایران در پاکستان نسبت به رقبا در سال ۲۰۱۸ (منبع: ITC, 2020) ۶۳
- نمودار ۲-۱۱- وضعیت قیمت و مقدار صادرات ایران در عراق نسبت به رقبا در سال ۲۰۱۷ (منبع: ITC, 2020) ۶۴
- نمودار ۲-۱۲- وضعیت قیمت و مقدار صادرات ایران در عراق نسبت به رقبا در سال ۲۰۱۸ (منبع: ITC, 2020) ۶۴
- نمودار ۲-۱۳- وضعیت قیمت و مقدار صادرات ایران در افغانستان نسبت به رقبا در سال ۲۰۱۷ (منبع: ITC, 2020) ۶۵
- نمودار ۲-۱۴- وضعیت قیمت و مقدار صادرات ایران در افغانستان نسبت به رقبا در سال ۲۰۱۸ (منبع: ITC, 2020) ۶۵
- نمودار ۲-۱۵- وضعیت قیمت و مقدار صادرات ایران در سوریه نسبت به رقبا در سال ۲۰۱۷ (منبع: ITC, 2020) ۶۶
- نمودار ۲-۱۶- وضعیت قیمت و مقدار صادرات ایران در سوریه نسبت به رقبا در سال ۲۰۱۸ (منبع: ITC, 2020) ۶۶
- نمودار ۲-۱۷- وضعیت قیمت و مقدار صادرات ایران در روسیه نسبت به رقبا در سال ۲۰۱۷ (منبع: ITC, 2020) ۶۷
- نمودار ۲-۱۸- وضعیت قیمت و مقدار صادرات ایران در روسیه نسبت به رقبا در سال ۲۰۱۸ (منبع: ITC, 2020) ۶۷
- نمودار ۲-۱۹- وضعیت قیمت و مقدار صادرات ایران در عراق نسبت به رقبا در سال ۲۰۱۷ (منبع: ITC, 2020) ۶۹
- نمودار ۲-۲۰- وضعیت قیمت و مقدار صادرات ایران در عراق نسبت به رقبا در سال ۲۰۱۸ (منبع: ITC, 2020) ۶۹
- نمودار ۲-۲۱- وضعیت قیمت و مقدار صادرات ایران در افغانستان نسبت به رقبا در سال ۲۰۱۷ (منبع: ITC, 2020) ۷۰
- نمودار ۲-۲۲- وضعیت قیمت و مقدار صادرات ایران در افغانستان نسبت به رقبا در سال ۲۰۱۸ (منبع: ITC, 2020) ۷۰
- نمودار ۲-۲۳- وضعیت قیمت و مقدار صادرات ایران در پاکستان نسبت به رقبا در سال ۲۰۱۷ (منبع: ITC, 2020) ۷۱
- نمودار ۲-۲۴- وضعیت قیمت و مقدار صادرات ایران در پاکستان نسبت به رقبا در سال ۲۰۱۸ (منبع: ITC, 2020) ۷۱
- نمودار ۲-۲۵- وضعیت قیمت و مقدار صادرات ایران در عراق نسبت به رقبا در سال ۲۰۱۷ (منبع: ITC, 2020) ۷۳
- نمودار ۲-۲۶- وضعیت قیمت و مقدار صادرات ایران در عراق نسبت به رقبا در سال ۲۰۱۸ (منبع: ITC, 2020) ۷۳
- نمودار ۲-۲۷- وضعیت قیمت و مقدار صادرات ایران در افغانستان نسبت به رقبا در سال ۲۰۱۷ (منبع: ITC, 2020) ۷۴
- نمودار ۲-۲۸- وضعیت قیمت و مقدار صادرات ایران در افغانستان نسبت به رقبا در سال ۲۰۱۸ (منبع: ITC, 2020) ۷۴
- نمودار ۳-۱- روند سهم ارزش صادرات ماست از ارزش کل صادرات کشاورزی ایران (منبع: ITC, 2020 و یافته‌های پژوهش) ۷۵
- نمودار ۳-۲- روند مقدار صادرات ماست ایران (منبع: ITC, 2020) ۷۶
- نمودار ۳-۳- روند ارزش صادرات ماست ایران (منبع: ITC, 2020) ۷۶
- نمودار ۳-۴- روند قیمت صادرات ماست ایران (منبع: ITC, 2020) ۷۷
- نمودار ۳-۵- ارتباط مقادیر تولید شیر و صادرات ماست ایران ۷۷
- نمودار ۳-۶- روند سهم مقداری و ارزشی صادرات ماست در جهان (منبع: ITC, 2020 و یافته‌های پژوهش) ۷۸
- نمودار ۳-۷- روند شاخص قیمت تولیدکننده ماست و بزرگترین صادرکنندگان جهانی (منبع: FAO, 2020) ۸۸
- نمودار ۳-۸- ارتباط بین قیمت صادراتی و مقدار صادرات ماست ایران ۸۸
- نمودار ۳-۹- تداوم بازار ماست صادراتی در کشورهای هدف ایران (منبع: ITC, 2020) ۹۶
- نمودار ۴-۱- روند سهم ارزشی صادرات رب گوجه‌فرنگی از کل صادرات بخش کشاورزی ۹۸
- نمودار ۴-۲- روند مقدار تولید رب گوجهی ایران (منبع: WPTC, 2020) ۹۹
- نمودار ۴-۳- روند مقدار صادرات رب گوجه فرنگی ایران (منبع: ITC, 2020) ۹۹
- نمودار ۴-۴- سهم صادرات از میزان تولید رب گوجه فرنگی در ایران (منبع: ITC, 2020 و یافته‌ها) ۱۰۰
- نمودار ۴-۵- روند ارزش رب گوجه فرنگی ایران (منبع: ITC, 2020) ۱۰۰

- نمودار ۴-۶- روند قیمت صادرات رب گوجهرنگی ایران (منبع: ITC, 2020) ۱۰۱
- نمودار ۴-۷- ارتباط مقادیر تولید و صادرات رب گوجهرنگی ایران ۱۰۱
- نمودار ۴-۸- روند سهم تولید رب گوجه در جهان (منبع: ITC, 2020 و یافته‌های پژوهش) ۱۰۲
- نمودار ۴-۹- روند سهم مقداری و ارزشی رب گوجهرنگی ایران در جهان (منبع: ITC, 2020 و یافته‌های پژوهش) ۱۰۳
- نمودار ۴-۱۰- روند شاخص قیمت تولیدکننده در ایران و بزرگترین صادرکنندگان جهانی (منبع: FAO, 2020) ۱۱۴
- نمودار ۴-۱۱- مقایسه میانگین تورم تولید و نوسان شاخص قیمت در کشورهای اصلی صادرکننده و ایران ۱۱۴
- نمودار ۴-۱۲- ارتباط بین قیمت صادراتی و مقدار صادرات رب گوجه فرنگی ایران ۱۱۵
- نمودار ۴-۱۳- تداوم بازار رب گوجهرنگی صادراتی در کشورهای هدف ایران (منبع: ITC, 2020) ۱۲۵
- نمودار ۵-۱- روند سهم ارزشی صادرات سیب از کل ارزش صادرات کشاورزی ایران (منبع: ITC, 2020 و یافته‌های پژوهش) ۱۲۷
- نمودار ۵-۲- روند مقدار تولید سیب ایران (منبع: ITC, 2020) ۱۲۸
- نمودار ۵-۳- روند مقدار صادرات سیب ایران (منبع: ITC, 2020) ۱۲۸
- نمودار ۵-۴- روند ارزش صادرات سیب ایران (منبع: ITC, 2020) ۱۲۹
- نمودار ۵-۵- روند قیمت صادرات سیب ایران (منبع: ITC, 2020) ۱۳۰
- نمودار ۵-۶- ارتباط مقادیر تولید و صادرات سیب ایران ۱۳۰
- نمودار ۵-۷- روند سهم تولید سیب ایران از جهان (منبع: وزارت جهاد کشاورزی، ۱۳۹۸ و FAO, 2020) ۱۳۱
- نمودار ۵-۸- روند سهم مقداری و ارزشی صادرات سیب ایران در جهان (منبع: ITC, 2020 و یافته‌های پژوهش) ۱۳۱
- نمودار ۵-۹- روند شاخص قیمت تولیدکننده در ایران و بزرگترین صادرکنندگان جهانی (منبع: FAO, 2020) ۱۴۱
- نمودار ۵-۱۰- میانگین تورم سالانه و شاخص نوسان قیمت تولیدکننده (منبع: FAO, 2020 و یافته‌های پژوهش) ۱۴۲
- نمودار ۵-۱۱- ارتباط بین قیمت صادراتی و مقدار صادرات سیب ایران ۱۴۳
- نمودار ۵-۱۲- تداوم بازار سیب صادراتی در کشورهای هدف ایران (منبع: ITC, 2020) ۱۵۳
- نمودار ۶-۱- روند سهم ارزشی صادرات زعفران از ارزش کل صادرات محصولات کشاورزی ایران (منبع: ITC, 2020 و یافته‌های پژوهش) ۱۵۵
- نمودار ۶-۲- روند مقدار تولید زعفران ایران (وزارت جهاد کشاورزی، ۱۳۹۸) ۱۵۶
- نمودار ۶-۳- روند مقدار صادرات زعفران ایران (منبع: ITC, 2020) ۱۵۶
- نمودار ۶-۴- روند ارزش صادرات زعفران ایران (منبع: ITC, 2020) ۱۵۷
- نمودار ۶-۵- روند قیمت صادرات زعفران ایران (منبع: ITC, 2020) ۱۵۷
- نمودار ۶-۶- ارتباط مقادیر تولید و صادرات زعفران ایران ۱۵۸
- نمودار ۶-۷- روند سهم مقداری و ارزشی صادرات زعفران ایران در جهان (منبع: ITC, 2020 و یافته‌های پژوهش) ۱۵۸
- نمودار ۶-۸- ارتباط بین قیمت صادراتی و مقدار صادرات زعفران ایران ۱۶۹
- نمودار ۶-۹- تداوم بازار زعفران صادراتی در کشورهای هدف ایران (منبع: ITC, 2020) ۱۷۹
- نمودار ۷-۱- روند سهم صادرات پیاز از سبد صادرات کشاورزی ایران (منبع: ITC, 2020 و یافته‌های پژوهش) ۱۸۰
- نمودار ۷-۲- روند مقدار تولید پیاز ایران (وزارت جهاد کشاورزی، ۱۳۹۸) ۱۸۱
- نمودار ۷-۳- روند مقدار صادرات پیاز ایران (منبع: ITC, 2020) ۱۸۱
- نمودار ۷-۴- روند ارزش صادرات پیاز ایران (منبع: ITC, 2020) ۱۸۲
- نمودار ۷-۵- روند قیمت صادرات پیاز ایران (منبع: ITC, 2020) ۱۸۳

- نمودار ۶-۷- ارتباط مقادیر تولید و صادرات پیاز ایران ۱۸۳
- نمودار ۷-۷- روند سهم تولید پیاز در جهان (منبع: ITC, 2020 و یافته‌های پژوهش) ۱۸۴
- نمودار ۸-۷- روند سهم مقداری و ارزشی صادرات پیاز در جهان (منبع: ITC, 2020 و یافته‌های پژوهش) ۱۸۴
- نمودار ۹-۷- روند شاخص قیمت تولیدکننده پیاز ایران و بزرگترین صادرکنندگان جهانی ۱۹۵
- نمودار ۱۰-۷- میانگین تورم سالانه و نوسان شاخص قیمت تولیدکننده پیاز ایران (منبع: ITC, 2020 و یافته پژوهش) ۱۹۵
- نمودار ۱۱-۷- ارتباط بین قیمت صادراتی و مقدار صادرات پیاز ایران ۱۹۶
- نمودار ۱۲-۷- تداوم بازار پیاز صادراتی در کشورهای هدف ایران (منبع: ITC, 2020) ۲۰۵
- نمودار ۱-۸- روند سهم ارزشی صادرات گوجه فرنگی از سبد محصولات کشاورزی ایران (منبع: ITC, 2020 و یافته‌های پژوهش) ۲۰۶
- نمودار ۲-۸- روند مقدار تولید گوجه گلخانه‌ای ایران (وزارت جهاد کشاورزی، ۱۳۹۸) ۲۰۷
- نمودار ۳-۸- روند مقدار تولید گوجه فضای باز ایران (وزارت جهاد کشاورزی، ۱۳۹۸) ۲۰۷
- نمودار ۴-۸- روند مقدار صادرات گوجه فرنگی ایران (منبع: ITC, 2020) ۲۰۸
- نمودار ۵-۸- روند ارزش صادرات گوجه فرنگی ایران (منبع: ITC, 2020) ۲۰۸
- نمودار ۶-۸- روند قیمت صادرات گوجه فرنگی ایران (منبع: ITC, 2020) ۲۰۹
- نمودار ۷-۸- ارتباط مقادیر تولید و صادرات گوجه فرنگی ایران ۲۱۰
- نمودار ۸-۸- روند سهم تولید گوجه فرنگی در جهان (وزارت جهاد کشاورزی، ۱۳۹۸ و FAO, 2020) ۲۱۰
- نمودار ۹-۸- روند سهم مقداری و ارزشی صادرات گوجه فرنگی ایران در جهان (منبع: ITC, 2020 و یافته‌های پژوهش) ۲۱۱
- نمودار ۱۰-۸- روند شاخص قیمت تولیدکننده در ایران و بزرگترین صادرکنندگان جهانی (منبع: FAO, 2020) ۲۲۲
- نمودار ۱۱-۸- مقایسه میانگین تورم تولید و نوسان شاخص قیمت در کشورهای اصلی صادرکننده و ایران ۲۲۲
- نمودار ۱۲-۸- ارتباط بین قیمت صادراتی و مقدار صادرات گوجه فرنگی ایران ۲۲۳
- نمودار ۱۳-۸- تداوم بازار گوجه فرنگی صادراتی در کشورهای هدف ایران (منبع: ITC, 2020) ۲۳۴
- نمودار ۱-۹- روند سهم ارزش صادرات سیب زمینی از سبد محصولات کشاورزی ایران (منبع: ITC, 2020 و یافته‌های پژوهش) ۲۳۶
- نمودار ۲-۹- روند مقدار تولید سیب زمینی ایران (وزارت جهاد کشاورزی، ۱۳۹۸) ۲۳۷
- نمودار ۳-۹- روند مقدار صادرات سیب زمینی ایران (منبع: ITC, 2020) ۲۳۷
- نمودار ۴-۹- روند ارزش صادرات سیب زمینی ایران (منبع: ITC, 2020) ۲۳۸
- نمودار ۵-۹- روند قیمت صادرات سیب زمینی ایران (منبع: ITC, 2020) ۲۳۸
- نمودار ۶-۹- ارتباط مقادیر تولید و صادرات سیب زمینی ایران ۲۳۹
- نمودار ۷-۹- روند سهم تولید سیب زمینی ایران در جهان (وزارت جهاد کشاورزی، ۱۳۹۸ و FAO, 2020) ۲۳۹
- نمودار ۸-۹- روند سهم مقداری و ارزشی صادرات سیب زمینی ایران در جهان (منبع: ITC, 2020 و یافته‌های پژوهش) ۲۴۰
- نمودار ۹-۹- روند شاخص قیمت تولیدکننده سیب زمینی ایران و بزرگترین صادرکنندگان جهانی (منبع: FAO, 2020) ۲۵۱
- نمودار ۱۰-۹- میانگین تورم سالانه و نوسان شاخص قیمت تولیدکننده سیب زمینی ایران ۲۵۱
- نمودار ۱۱-۹- ارتباط بین قیمت صادراتی و مقدار صادرات سیب زمینی ایران ۲۵۲
- نمودار ۱۲-۹- تداوم بازار سیب زمینی صادراتی در کشورهای هدف ایران (منبع: ITC, 2020) ۲۶۱
- نمودار ۱-۱۰- روند سهم صادرات هندوانه در سبد صادراتی محصولات کشاورزی ایران (منبع: ITC, 2020 و یافته‌های پژوهش) ۲۶۳
- نمودار ۲-۱۰- روند مقدار تولید هندوانه ایران (وزارت جهاد کشاورزی، ۱۳۹۸) ۲۶۴
- نمودار ۳-۱۰- روند مقدار صادرات هندوانه ایران (منبع: ITC, 2020) ۲۶۴

- نمودار ۱۰-۴- روند ارزش صادرات هندوانه ایران (منبع: ITC, 2020)..... ۲۶۵
- نمودار ۱۰-۵- روند قیمت صادرات هندوانه ایران (منبع: ITC, 2020)..... ۲۶۵
- نمودار ۱۰-۶- ارتباط مقادیر تولید و صادرات هندوانه ایران ۲۶۶
- نمودار ۱۰-۷- روند سهم تولید هندوانه در جهان (وزارت جهاد کشاورزی، ۱۳۹۸ و FAO, 2020)..... ۲۶۶
- نمودار ۱۰-۸- روند سهم مقداری و ارزشی صادرات هندوانه ایران در جهان (منبع: ITC, 2020 و یافته‌های پژوهش)..... ۲۶۷
- نمودار ۱۰-۹- روند شاخص قیمت تولیدکننده در ایران و بزرگترین صادرکنندگان جهانی (منبع: FAO, 2020)..... ۲۷۸
- نمودار ۱۰-۱۰- مقایسه میانگین تورم تولید و نوسان شاخص قیمت در کشورهای اصلی صادرکننده و ایران ۲۷۸
- نمودار ۱۰-۱۱- ارتباط بین قیمت صادراتی و مقدار صادرات هندوانه ایران ۲۷۹
- نمودار ۱۰-۱۲- تداوم بازار هندوانه صادراتی در کشورهای هدف ایران (منبع: ITC, 2020)..... ۲۸۷
- نمودار ۱۱-۱- روند سهم ارزشی صادرات کشمش از سبب محصولات کشاورزی ایران (منبع: ITC, 2020 و یافته‌های پژوهش)..... ۲۸۹
- نمودار ۱۱-۲- روند مقدار تولید انگور ایران (وزارت جهاد کشاورزی، ۱۳۹۸) ۲۹۰
- نمودار ۱۱-۳- روند مقدار صادرات کشمش ایران (منبع: ITC, 2020)..... ۲۹۰
- نمودار ۱۱-۴- روند ارزش صادرات کشمش ایران (منبع: ITC, 2020)..... ۲۹۱
- نمودار ۱۱-۵- روند قیمت صادرات کشمش ایران (منبع: ITC, 2020)..... ۲۹۱
- نمودار ۱۱-۶- ارتباط مقادیر تولید انگور و صادرات کشمش ایران ۲۹۲
- نمودار ۱۱-۷- روند سهم تولید انگور در جهان (وزارت جهاد کشاورزی، ۱۳۹۸ و FAO, 2020)..... ۲۹۳
- نمودار ۱۱-۸- روند سهم مقداری و ارزشی صادرات کشمش ایران در جهان (منبع: ITC, 2020 و یافته‌های پژوهش)..... ۲۹۳
- نمودار ۱۱-۱۳- روند سهم و مقداری و ارزشی کشمش تیزابی دانه دار از سبب صادراتی کشمش ایران ۳۱۸ (منبع: ITC, 2020 و یافته‌های پژوهش)..... ۳۱۸
- نمودار ۱۱-۱۴- روند سهم و مقداری و ارزشی کشمش مویز از سبب صادراتی کشمش ایران (منبع: ITC, 2020 و یافته‌های پژوهش)..... ۳۱۹
- نمودار ۱۱-۱۵- روند سهم و مقداری و ارزشی کشمش تیزابی بی دانه از سبب صادراتی کشمش ایران (منبع: ITC, 2020 و یافته‌های پژوهش)..... ۳۲۰
- نمودار ۱۱-۱۶- روند سهم و مقداری و ارزشی کشمش آفتابی دانه دار از سبب صادراتی کشمش ایران (منبع: ITC, 2020 و یافته‌های پژوهش)..... ۳۲۰
- نمودار ۱۱-۱۷- روند سهم و مقداری و ارزشی کشمش آفتابی بی دانه از سبب صادراتی کشمش ایران (منبع: ITC, 2020 و یافته‌های پژوهش)..... ۳۲۱
- نمودار ۱۱-۱۸- روند سهم و مقداری و ارزشی کشمش انگوری بی دانه از سبب صادراتی کشمش ایران (منبع: ITC, 2020 و یافته‌های پژوهش)..... ۳۲۱
- نمودار ۱۱-۱۹- روند سهم و مقداری و ارزشی کاشمری سبز بی دانه دار از سبب صادراتی کشمش ایران (منبع: ITC, 2020 و یافته‌های پژوهش)..... ۳۲۲
- نمودار ۱۱-۲۰- روند سهم و مقداری و ارزشی کشمش کاشمری سبز دانه دار از سبب صادراتی کشمش ایران (منبع: ITC, 2020 و یافته‌های پژوهش)..... ۳۲۲
- ۳۲۳
- نمودار ۱۱-۲۱- روند قیمت و سهم صادراتی ارقام کشمش ایران (منبع: ITC, 2020 و یافته‌های پژوهش)..... ۳۲۶
- نمودار ۱۲-۱- روند سهم ارزشی صادرات خرما از سبب صادرات کشاورزی ایران (منبع: ITC, 2020 و یافته‌های پژوهش)..... ۳۲۷
- نمودار ۱۲-۲- روند مقدار تولید خرما ایران (وزارت جهاد کشاورزی، ۱۳۹۸) ۳۲۸
- نمودار ۱۲-۳- روند مقدار صادرات خرما ایران (منبع: ITC, 2020)..... ۳۲۸
- نمودار ۱۲-۴- روند ارزش صادرات خرما ایران (منبع: ITC, 2020)..... ۳۲۹
- نمودار ۱۲-۵- روند قیمت صادراتی خرما ایران (منبع: ITC, 2020)..... ۳۲۹
- نمودار ۱۲-۶- ارتباط مقادیر تولید و صادرات خرما ایران ۳۳۰
- نمودار ۱۲-۷- روند سهم تولید خرما ایران در جهان (وزارت جهاد کشاورزی، ۱۳۹۸ و FAO, 2020)..... ۳۳۰
- نمودار ۱۲-۸- روند سهم مقداری و ارزشی صادراتی خرما ایران در جهان (منبع: ITC, 2020 و یافته‌های پژوهش)..... ۳۳۱

- نمودار ۹-۱۲- روند شاخص قیمت تولیدکننده خرما ایران و بزرگترین صادرکنندگان جهانی (منبع: FAO, 2020) ۳۴۱
- نمودار ۱۰-۱۲- میانگین تورم سالانه و نوسان شاخص قیمت تولیدکننده خرما ایران ۳۴۱
- نمودار ۱۱-۱۲- ارتباط بین قیمت صادراتی و مقدار صادرات خرما ایران ۳۴۲
- نمودار ۱۲-۱۲- تداوم بازار خرما صادراتی در کشورهای هدف ایران (منبع: ITC, 2020) ۳۵۲
- نمودار ۱۳-۱۲- روند سهم و مقداری و ارزشی خرماي استعمران از سبد صادراتی خرماي ایران (منبع: ITC, 2020 و یافته‌های پژوهش) ۳۵۴
- نمودار ۱۴-۱۲- روند سهم و مقداری و ارزشی خرماي کبکاب از سبد صادراتی خرماي ایران (منبع: ITC, 2020 و یافته‌های پژوهش) ۳۵۴
- نمودار ۱۵-۱۲- روند سهم و مقداری و ارزشی خرماي مضافتی از سبد صادراتی خرماي ایران (منبع: ITC, 2020 و یافته‌های پژوهش) ۳۵۵
- نمودار ۱۶-۱۲- روند سهم و مقداری و ارزشی خرماي شاهانی از سبد صادراتی خرماي ایران (منبع: ITC, 2020 و یافته‌های پژوهش) ۳۵۵
- نمودار ۱۷-۱۲- روند سهم و مقداری و ارزشی خرماي زاهدی از سبد صادراتی خرماي ایران (منبع: ITC, 2020 و یافته‌های پژوهش) ۳۵۶
- نمودار ۱۸-۱۲- روند سهم و مقداری و ارزشی خرماي پیارم از سبد صادراتی خرماي ایران (منبع: ITC, 2020 و یافته‌های پژوهش) ۳۵۶
- نمودار ۱۹-۱۲- روند قیمت و سهم صادراتی ارقام خرماي ایران (منبع: ITC, 2020 و یافته‌های پژوهش) ۳۵۸

فهرست شکل‌ها

عنوان.....	صفحه.....
شکل ۱-۱- نقشه کشورهای هدف ایران در سال ۲۰۰۱ (منبع: ITC, 2020)	۲۲
شکل ۲-۱- نقشه کشورهای هدف ایران در سال ۲۰۰۵ (منبع: ITC, 2020)	۲۳
شکل ۳-۱- نقشه کشورهای هدف ایران در سال ۲۰۱۰ (منبع: ITC, 2020)	۲۳
شکل ۴-۱- نقشه کشورهای هدف ایران در سال ۲۰۱۲ (منبع: ITC, 2020)	۲۴
شکل ۵-۱- نقشه کشورهای هدف ایران در سال ۲۰۱۴ (منبع: ITC, 2020)	۲۴
شکل ۶-۱- نقشه کشورهای هدف ایران در سال ۲۰۱۶ (منبع: ITC, 2020)	۲۵
شکل ۷-۱- نقشه کشورهای هدف ایران در سال ۲۰۱۷ (منبع: ITC, 2020)	۲۵
شکل ۸-۱- نقشه کشورهای هدف ایران در سال ۲۰۱۸ (منبع: ITC, 2020)	۲۶
شکل ۹-۱- تعرفه کشورهای هدف در صادرات شیر و خامه تغلیظ نشده و بدون شکر ایران (منبع: ITC, 2020)	۲۸
شکل ۱۰-۱- ترکیب کشورهای هدف اصلی ایران در سال ۲۰۱۷ (منبع: ITC, 2020 و یافته‌های پژوهش)	۲۹
شکل ۱۱-۱- ترکیب کشورهای هدف اصلی ایران در سال ۲۰۱۸ (منبع: ITC, 2020 و یافته‌های پژوهش)	۲۹
شکل ۱۲-۱- ترکیب کشورهای هدف اصلی ایران در سال ۲۰۱۷ (منبع: ITC, 2020 و یافته‌های پژوهش)	۳۲
شکل ۱۳-۱- ترکیب کشورهای هدف اصلی ایران در سال ۲۰۱۸ (منبع: ITC, 2020 و یافته‌های پژوهش)	۳۲
شکل ۱-۲- نقشه کشورهای هدف ایران در سال ۲۰۰۱ (منبع: ITC, 2020)	۵۶
شکل ۲-۲- نقشه کشورهای هدف ایران در سال ۲۰۰۵ (منبع: ITC, 2020)	۵۶
شکل ۳-۲- نقشه کشورهای هدف ایران در سال ۲۰۱۰ (منبع: ITC, 2020)	۵۷
شکل ۴-۲- نقشه کشورهای هدف ایران در سال ۲۰۱۲ (منبع: ITC, 2020)	۵۷
شکل ۵-۲- نقشه کشورهای هدف ایران در سال ۲۰۱۴ (منبع: ITC, 2020)	۵۸
شکل ۶-۲- نقشه کشورهای هدف ایران در سال ۲۰۱۶ (منبع: ITC, 2020)	۵۸
شکل ۷-۲- نقشه کشورهای هدف ایران در سال ۲۰۱۷ (منبع: ITC, 2020)	۵۹
شکل ۸-۲- نقشه کشورهای هدف ایران در سال ۲۰۱۸ (منبع: ITC, 2020)	۵۹
شکل ۹-۲- تعرفه کشورهای هدف در صادرات شیر و خامه تغلیظ شده (منبع: ITC, 2020)	۶۱
شکل ۱۰-۲- ترکیب کشورهای هدف اصلی ایران در سال ۲۰۱۷ (منبع: ITC, 2020 و یافته‌های پژوهش)	۶۲
شکل ۱۱-۲- ترکیب کشورهای هدف اصلی ایران در سال ۲۰۱۸ (منبع: ITC, 2020 و یافته‌های پژوهش)	۶۲
شکل ۱۲-۲- ترکیب کشورهای هدف اصلی ایران در سال ۲۰۱۷ (منبع: ITC, 2020 و یافته‌های پژوهش)	۶۸
شکل ۱۳-۲- ترکیب کشورهای هدف اصلی ایران در سال ۲۰۱۸ (منبع: ITC, 2020 و یافته‌های پژوهش)	۶۸
شکل ۱۴-۲- ترکیب کشورهای هدف اصلی ایران در سال ۲۰۱۷ (منبع: ITC, 2020 و یافته‌های پژوهش)	۷۲
شکل ۱۵-۲- ترکیب کشورهای هدف اصلی ایران در سال ۲۰۱۸ (منبع: ITC, 2020 و یافته‌های پژوهش)	۷۲
شکل ۳-۱- نقشه کشورهای هدف ایران در سال ۲۰۰۱ (منبع: ITC, 2020)	۹۲
شکل ۳-۲- نقشه کشورهای هدف ایران در سال ۲۰۰۵ (منبع: ITC, 2020)	۹۲
شکل ۳-۳- نقشه کشورهای هدف ایران در سال ۲۰۱۰ (منبع: ITC, 2020)	۹۳
شکل ۴-۳- نقشه کشورهای هدف ایران در سال ۲۰۱۲ (منبع: ITC, 2020)	۹۳

۹۴	شکل ۳-۵- نقشه کشورهای هدف ایران در سال ۲۰۱۴ (منبع: ITC, 2020)
۹۴	شکل ۳-۶- نقشه کشورهای هدف ایران در سال ۲۰۱۶ (منبع: ITC, 2020)
۹۵	شکل ۳-۷- نقشه کشورهای هدف ایران در سال ۲۰۱۷ (منبع: ITC, 2020)
۹۵	شکل ۳-۸- نقشه کشورهای هدف ایران در سال ۲۰۱۸ (منبع: ITC, 2020)
۹۷	شکل ۳-۹- تعرفه کشورهای هدف در صادرات ماست ایران (منبع: ITC, 2020)
۱۲۱	شکل ۴-۱- نقشه کشورهای هدف ایران در سال ۲۰۰۱ (منبع: ITC, 2020)
۱۲۱	شکل ۴-۲- نقشه کشورهای هدف ایران در سال ۲۰۰۵ (منبع: ITC, 2020)
۱۲۲	شکل ۴-۳- نقشه کشورهای هدف ایران در سال ۲۰۱۰ (منبع: ITC, 2020)
۱۲۲	شکل ۴-۴- نقشه کشورهای هدف ایران در سال ۲۰۱۲ (منبع: ITC, 2020)
۱۲۳	شکل ۴-۵- نقشه کشورهای هدف ایران در سال ۲۰۱۴ (منبع: ITC, 2020)
۱۲۳	شکل ۴-۶- نقشه کشورهای هدف ایران در سال ۲۰۱۶ (منبع: ITC, 2020)
۱۲۴	شکل ۴-۷- نقشه کشورهای هدف ایران در سال ۲۰۱۷ (منبع: ITC, 2020)
۱۲۴	شکل ۴-۸- نقشه کشورهای هدف ایران در سال ۲۰۱۸ (منبع: ITC, 2020)
۱۲۶	شکل ۴-۹- تعرفه کشورهای هدف در صادرات رب گوجهفرنگی ایران (منبع: ITC, 2020)
۱۴۹	شکل ۵-۱- نقشه کشورهای هدف ایران در سال ۲۰۰۱ (منبع: ITC, 2020)
۱۴۹	شکل ۵-۲- نقشه کشورهای هدف ایران در سال ۲۰۰۵ (منبع: ITC, 2020)
۱۵۰	شکل ۵-۴- نقشه کشورهای هدف ایران در سال ۲۰۱۲ (منبع: ITC, 2020)
۱۵۱	شکل ۵-۵- نقشه کشورهای هدف ایران در سال ۲۰۱۴ (منبع: ITC, 2020)
۱۵۱	شکل ۵-۶- نقشه کشورهای هدف ایران در سال ۲۰۱۶ (منبع: ITC, 2020)
۱۵۲	شکل ۵-۷- نقشه کشورهای هدف ایران در سال ۲۰۱۷ (منبع: ITC, 2020)
۱۵۲	شکل ۵-۸- نقشه کشورهای هدف ایران در سال ۲۰۱۸ (منبع: ITC, 2020)
۱۵۴	شکل ۵-۹- تعرفه کشورهای هدف در صادرات سیب ایران (منبع: ITC, 2020)
۱۷۵	شکل ۶-۱- نقشه کشورهای هدف ایران در سال ۲۰۰۱ (منبع: ITC, 2020)
۱۷۵	شکل ۶-۲- نقشه کشورهای هدف ایران در سال ۲۰۰۵ (منبع: ITC, 2020)
۱۷۵	شکل ۶-۳- نقشه کشورهای هدف ایران در سال ۲۰۱۰ (منبع: ITC, 2020)
۱۷۶	شکل ۶-۴- نقشه کشورهای هدف ایران در سال ۲۰۱۲ (منبع: ITC, 2020)
۱۷۶	شکل ۶-۵- نقشه کشورهای هدف ایران در سال ۲۰۱۴ (منبع: ITC, 2020)
۱۷۷	شکل ۶-۶- نقشه کشورهای هدف ایران در سال ۲۰۱۶ (منبع: ITC, 2020)
۱۷۷	شکل ۶-۷- نقشه کشورهای هدف ایران در سال ۲۰۱۷ (منبع: ITC, 2020)
۱۷۸	شکل ۶-۸- نقشه کشورهای هدف ایران در سال ۲۰۱۸ (منبع: ITC, 2020)
۱۷۹	شکل ۶-۹- تعرفه کشورهای هدف در صادرات زعفران ایران (منبع: ITC, 2020)
۲۰۰	شکل ۷-۱- نقشه کشورهای هدف ایران در سال ۲۰۰۱ (منبع: ITC, 2020)
۲۰۱	شکل ۷-۲- نقشه کشورهای هدف ایران در سال ۲۰۰۵ (منبع: ITC, 2020)
۲۰۱	شکل ۷-۳- نقشه کشورهای هدف ایران در سال ۲۰۱۰ (منبع: ITC, 2020)
۲۰۲	شکل ۷-۴- نقشه کشورهای هدف ایران در سال ۲۰۱۲ (منبع: ITC, 2020)

۲۰۲.....	شکل ۷-۵- نقشه کشورهای هدف ایران در سال ۲۰۱۴ (منبع: ITC, 2020)
۲۰۳.....	شکل ۷-۶- نقشه کشورهای هدف ایران در سال ۲۰۱۶ (منبع: ITC, 2020)
۲۰۳.....	شکل ۷-۷- نقشه کشورهای هدف ایران در سال ۲۰۱۷ (منبع: ITC, 2020)
۲۰۴.....	شکل ۷-۸- نقشه کشورهای هدف ایران در سال ۲۰۱۸ (منبع: ITC, 2020)
۲۰۵.....	شکل ۷-۹- تعرفه کشورهای هدف در صادرات پیاز ایران (منبع: ITC, 2020)
۲۳۰.....	شکل ۸-۱- نقشه کشورهای هدف ایران در سال ۲۰۰۱ (منبع: ITC, 2020)
۲۳۰.....	شکل ۸-۲- نقشه کشورهای هدف ایران در سال ۲۰۰۵ (منبع: ITC, 2020)
۲۳۱.....	شکل ۸-۳- نقشه کشورهای هدف ایران در سال ۲۰۱۰ (منبع: ITC, 2020)
۲۳۱.....	شکل ۸-۴- نقشه کشورهای هدف ایران در سال ۲۰۱۲ (منبع: ITC, 2020)
۲۳۲.....	شکل ۸-۵- نقشه کشورهای هدف ایران در سال ۲۰۱۴ (منبع: ITC, 2020)
۲۳۲.....	شکل ۸-۶- نقشه کشورهای هدف ایران در سال ۲۰۱۶
۲۳۳.....	شکل ۸-۷- نقشه کشورهای هدف ایران در سال ۲۰۱۷ (منبع: ITC, 2020)
۲۳۳.....	شکل ۸-۸- نقشه کشورهای هدف ایران در سال ۲۰۱۸
۲۵۷.....	شکل ۹-۱- نقشه کشورهای هدف ایران در سال ۲۰۰۱ (منبع: ITC, 2020)
۲۵۷.....	شکل ۹-۲- نقشه کشورهای هدف ایران در سال ۲۰۰۵ (منبع: ITC, 2020)
۲۵۸.....	شکل ۹-۳- نقشه کشورهای هدف ایران در سال ۲۰۱۰ (منبع: ITC, 2020)
۲۵۸.....	شکل ۹-۴- نقشه کشورهای هدف ایران در سال ۲۰۱۲ (منبع: ITC, 2020)
۲۵۹.....	شکل ۹-۵- نقشه کشورهای هدف ایران در سال ۲۰۱۴ (منبع: ITC, 2020)
۲۵۹.....	شکل ۹-۶- نقشه کشورهای هدف ایران در سال ۲۰۱۶ (منبع: ITC, 2020)
۲۶۰.....	شکل ۹-۷- نقشه کشورهای هدف ایران در سال ۲۰۱۷ (منبع: ITC, 2020)
۲۶۰.....	شکل ۹-۸- نقشه کشورهای هدف ایران در سال ۲۰۱۸ (منبع: ITC, 2020)
۲۶۲.....	شکل ۹-۹- تعرفه کشورهای هدف در صادرات سیب زمینی ایران (منبع: ITC, 2020)
۲۸۳.....	شکل ۱۰-۱- نقشه کشورهای هدف ایران در سال ۲۰۰۱ (منبع: ITC, 2020)
۲۸۳.....	شکل ۱۰-۲- نقشه کشورهای هدف ایران در سال ۲۰۰۵ (منبع: ITC, 2020)
۲۸۴.....	شکل ۱۰-۳- نقشه کشورهای هدف ایران در سال ۲۰۱۰ (منبع: ITC, 2020)
۲۸۴.....	شکل ۱۰-۴- نقشه کشورهای هدف ایران در سال ۲۰۱۲ (منبع: ITC, 2020)
۲۸۵.....	شکل ۱۰-۵- نقشه کشورهای هدف ایران در سال ۲۰۱۴ (منبع: ITC, 2020)
۲۸۵.....	شکل ۱۰-۶- نقشه کشورهای هدف ایران در سال ۲۰۱۶ (منبع: ITC, 2020)
۲۸۶.....	شکل ۱۰-۷- نقشه کشورهای هدف ایران در سال ۲۰۱۷ (منبع: ITC, 2020)
۲۸۶.....	شکل ۱۰-۸- نقشه کشورهای هدف ایران در سال ۲۰۱۸ (منبع: ITC, 2020)
۲۸۸.....	شکل ۱۰-۹- تعرفه کشورهای هدف در صادرات هندوانه ایران (منبع: ITC, 2020)
۳۱۳.....	شکل ۱۱-۱- نقشه کشورهای هدف ایران در سال ۲۰۰۱ (منبع: ITC, 2020)
۳۱۳.....	شکل ۱۱-۲- نقشه کشورهای هدف ایران در سال ۲۰۰۵ (منبع: ITC, 2020)
۳۱۴.....	شکل ۱۱-۳- نقشه کشورهای هدف ایران در سال ۲۰۱۰ (منبع: ITC, 2020)
۳۱۴.....	شکل ۱۱-۴- نقشه کشورهای هدف ایران در سال ۲۰۱۲ (منبع: ITC, 2020)

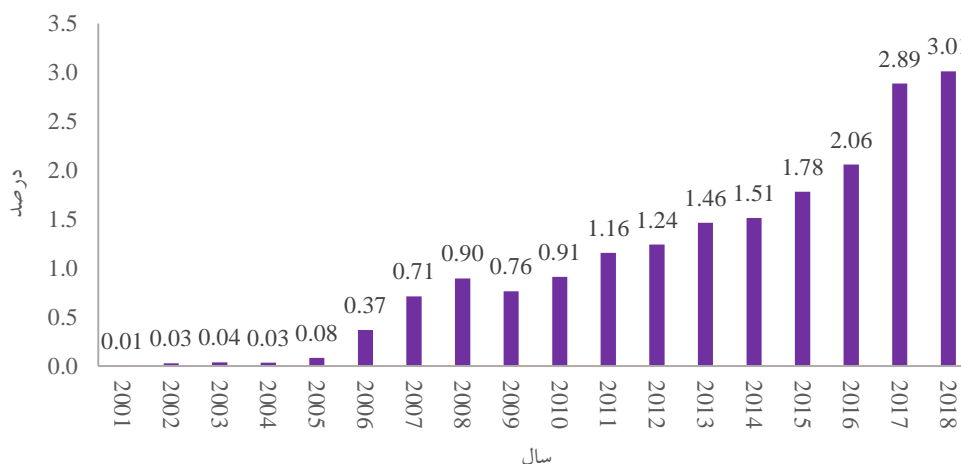
۳۱۵.....	شکل ۱۱-۵- نقشه کشورهای هدف ایران در سال ۲۰۱۴ (منبع: ITC, 2020)
۳۱۵.....	شکل ۱۱-۶- نقشه کشورهای هدف ایران در سال ۲۰۱۶ (منبع: ITC, 2020)
۳۱۶.....	شکل ۱۱-۷- نقشه کشورهای هدف ایران در سال ۲۰۱۷ (منبع: ITC, 2020)
۳۱۶.....	شکل ۱۱-۸- نقشه کشورهای هدف ایران در سال ۲۰۱۸ (منبع: ITC, 2020)
۳۱۸.....	شکل ۱۱-۹- تعرفه کشورهای هدف در صادرات انگور خشک ایران (منبع: ITC, 2020)
۳۴۸.....	شکل ۱۲-۱- نقشه کشورهای هدف ایران در سال ۲۰۰۱ (منبع: ITC, 2020)
۳۴۸.....	شکل ۱۲-۲- نقشه کشورهای هدف ایران در سال ۲۰۰۵ (منبع: ITC, 2020)
۳۴۹.....	شکل ۱۲-۳- نقشه کشورهای هدف ایران در سال ۲۰۱۰ (منبع: ITC, 2020)
۳۴۹.....	شکل ۱۲-۴- نقشه کشورهای هدف ایران در سال ۲۰۱۲ (منبع: ITC, 2020)
۳۵۰.....	شکل ۱۲-۵- نقشه کشورهای هدف ایران در سال ۲۰۱۴ (منبع: ITC, 2020)
۳۵۰.....	شکل ۱۲-۶- نقشه کشورهای هدف ایران در سال ۲۰۱۶ (منبع: ITC, 2020)
۳۵۱.....	شکل ۱۲-۷- نقشه کشورهای هدف ایران در سال ۲۰۱۷ (منبع: ITC, 2020)
۳۵۱.....	شکل ۱۲-۸- نقشه کشورهای هدف ایران در سال ۲۰۱۸ (منبع: ITC, 2020)
۳۵۳.....	شکل ۱۲-۹- تعرفه کشورهای هدف در صادرات خرما ایران (منبع: ITC, 2020)

باتوجه کاهش صادرات نفت بویژه در سال‌های اخیر واهمیت ارزآوری از طریق صادرات محصولات غیرنفتی بویژه در سال‌های تشدید تحریم، لازم است تا مسائل و مشکلات پیش روی ارزآوری محصولات صادراتی کشاورزی شناسایی شده و در راستای حل چالش‌های موجود، علل و عوامل ایجاد مشکلات شناسایی شده و استراتژی حل این چالش‌ها نیز در نهایت ارائه شود.

براین اساس مطالعه حاضر در ۱۳ فصل اما در واقع در دو بخش اصلی طراحی شده است. بطوریکه در بخش اول از مطالعه (فصل اول تا دوازدهم) تصویری از اقتصاد بازار محصولات و چالش‌های قیمتی و مقداری صادرات ایران در بازار جهانی ارائه می‌شود. برای این منظور بازار ۱۲ محصول شیر و خامه تغلیظ نشده، شیر و خامه تغلیظ شده، ماست، سیب، خرما، کشمش، زعفران، هندوانه، پیاز، سیب زمینی، گوجه‌فرنگی و رب گوجه‌فرنگی مورد بررسی و واکاوی قرار گرفته است. در گام دوم (فصل سیزدهم)، جلساتی با حضور صادرکنندگان و فعالین بخش با هماهنگی و همکاری دفتر مطالعات راهبردی کشاورزی و آب، برقرار شد و در خصوص چالش‌های صادراتی و قیمت‌های صادراتی بحث و تبادل نظر انجام گرفت که در نهایت در بخش شناسایی چالش‌ها این موارد جمع‌بندی شده است.

۱- شیر و خامه تغلیظ نشده

۱-۱- بررسی سهم شیر و خامه تغلیظ نشده و بدون شکر و افزودنی‌های شیرین کننده در سبد صادراتی ایران در ابتدای بحث لازم است سهم سبد صادراتی شیر و خامه تغلیظ نشده و بدون شکر و افزودنی‌های شیرین کننده با کد تعرفه (۰۴۰۱) از سبد صادراتی بخش کشاورزی ایران مشخص شود. هرچند سهم این کد تعرفه از سبد صادراتی بخش کشاورزی، قابل توجه نیست اما نکته مهم آن است که این سهم به لحاظ ارزشی از میزان تقریبی صفر درصد در سال ۲۰۰۱ به ۳/۰۱ درصد در سال ۲۰۱۸ رسیده است. همانگونه که ملاحظه می‌شود، روند کلی سهم صادرات شیر و خامه تغلیظ نشده و بدون شکر و افزودنی‌های شیرین کننده، صعودی بوده که بیانگر رشد صادرات این محصول در سبد صادراتی محصولات بخش کشاورزی ایران است.

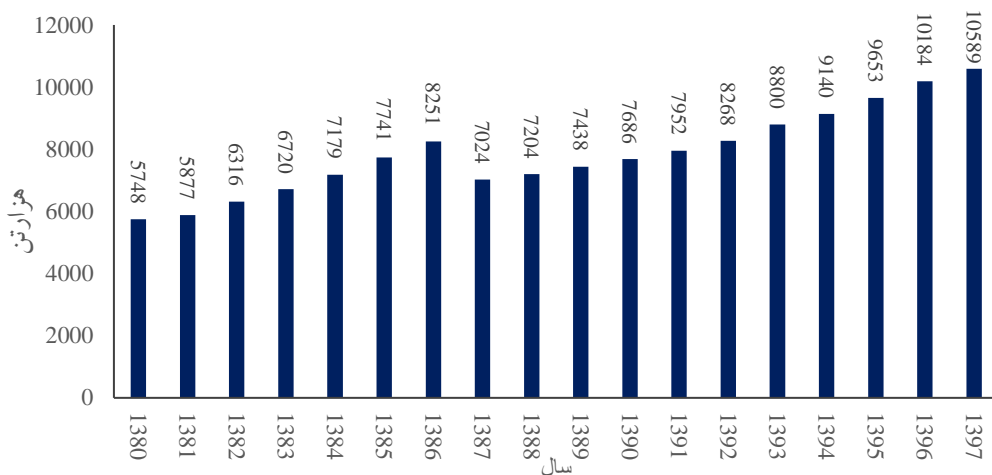


نمودار ۱-۱- روند سهم صادرات شیر و خامه تغلیظ نشده از سبد صادرات کشاورزی ایران
(منبع: ITC, 2020 و نتایج پژوهش)

۲-۱- بررسی روند مقدار تولید شیر و صادرات شیر و خامه تغلیظ نشده

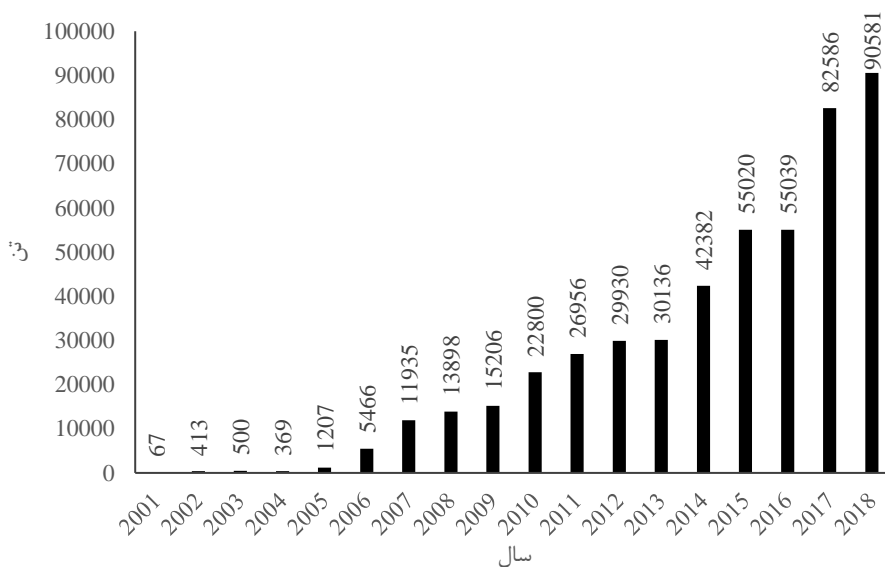
بررسی روند میزان تولید شیر به عنوان ماده اولیه تولید شیر و خامه تغلیظ نشده در ایران در طی سال‌های ۱۳۸۰ تا ۱۳۹۷ نشان می‌دهد که روند کلی تولید این محصول صعودی بوده و در سال ۱۳۸۷ با یک افت ۱۴/۹ درصدی روبرو شده که پس از آن مجدداً روند صعودی در مورد آن تحقق یافته است. همانگونه که مشخص است، روند کلی تولید شیر نیز در ایران صعودی بوده است.

بررسی وضعیت صادرات محصولات منتخب کشاورزی ایران.....شیر و خامه تغلیظ نشده



نمودار ۱-۲- روند مقدار تولید شیر ایران (منبع: وزارت جهاد کشاورزی، ۱۳۹۸)

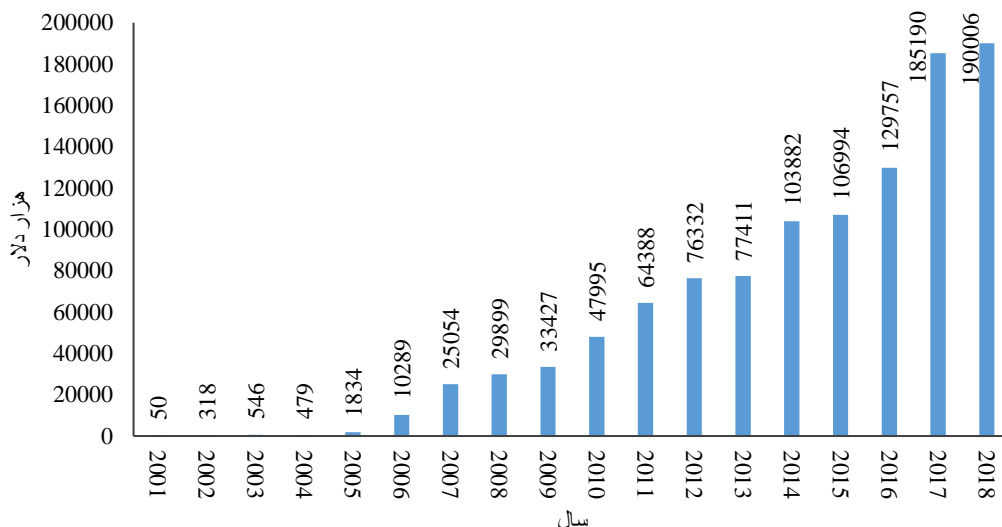
بررسی روند میزان صادرات طی سال‌های ۲۰۰۱ تا ۲۰۱۸ نیز نشان می‌دهد، صادرات شیر و خامه تغلیظ نشده ایران صعودی بوده و در سال ۲۰۱۷ صادرات رشد فزاینده‌ی ۵۰ درصدی داشته و در سال ۲۰۱۸ نیز همچنان روند رو به رشد خود را حفظ کرده است.



نمودار ۱-۳- روند مقدار صادرات شیر و خامه تغلیظ نشده و بدون شکر ایران (منبع: ITC, 2020)

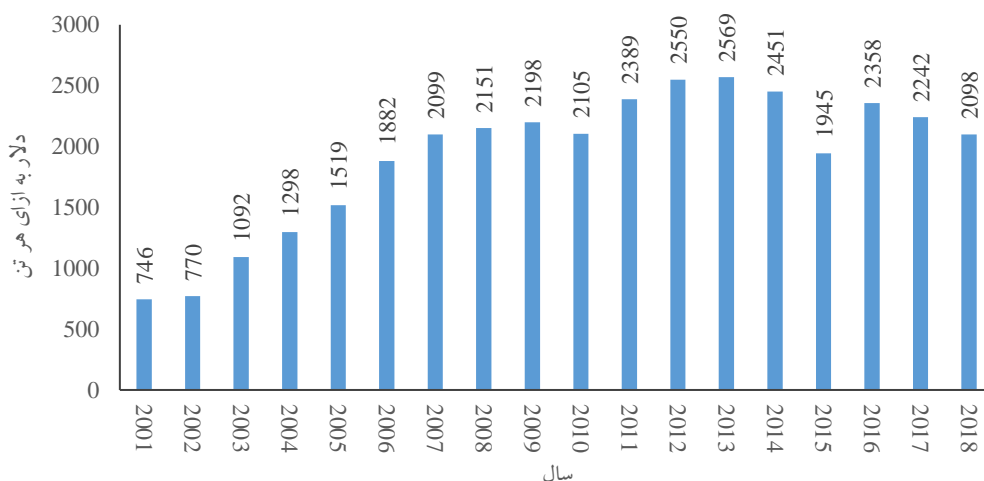
۳-۱- بررسی روند قیمت و ارزش صادرات شیر و خامه تغلیظ نشده

بررسی روند ارزش صادرات نیز طی سال‌های ۲۰۰۱ تا ۲۰۱۸ نشان می‌دهد، صادرات شیر و خامه تغلیظ نشده ایران صعودی بوده و در سال ۲۰۱۷ صادرات رشد فزاینده‌ی ۵۰ درصدی داشته و در سال ۲۰۱۸ نیز همچنان روند رو به رشد خود را حفظ کرده است.



نمودار ۴-۱- روند ارزش صادرات شیر و خامه تغلیظ نشده و بدون شکر ایران (منبع: ITC, 2020)

بررسی روند قیمت صادرات شیر و خامه تغلیظ نشده نشان می‌دهد که تا سال ۲۰۱۲ روند کلی قیمت صادراتی ایران، صعودی بوده اما از این سال به بعد، قیمت‌های صادراتی ایران روند کلی کاهشی را دنبال کرده است. این افت قیمت‌های صادراتی در بخش‌های بعدی در مقایسه با رقبای ایران مقایسه خواهد شد.

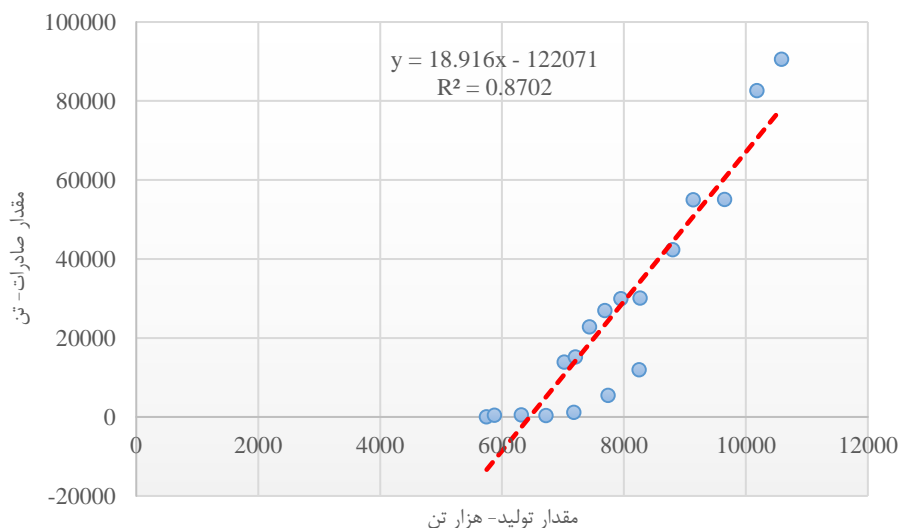


نمودار ۵-۱- روند قیمت صادرات شیر و خامه تغلیظ نشده و بدون شکر ایران (منبع: ITC, 2020)

۴-۱- ارتباط بین مقدار صادرات و مقدار تولید

بررسی وضعیت صادرات محصولات منتخب کشاورزی ایران.....شیر و خامه تغلیظ نشده

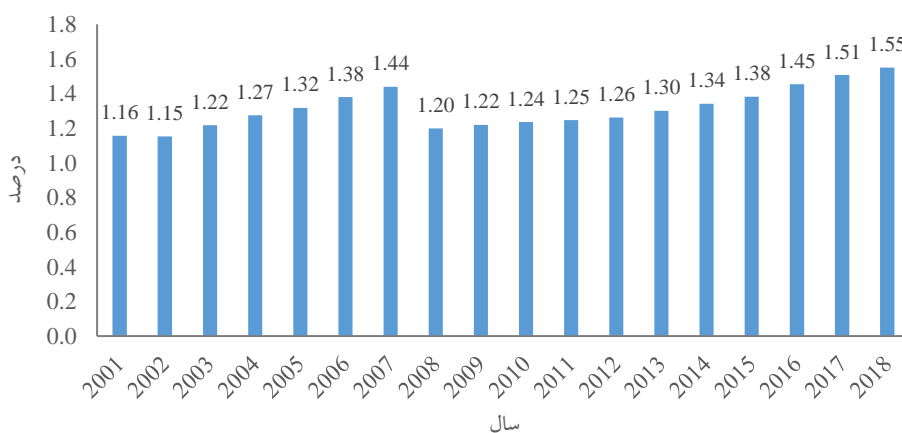
در نمودار ۱-۶ مشخص است که ارتباط مقدار صادرات شیر و خامه تغلیظ نشده و مقدار تولید شیر ایران مثبت بوده و به عبارت دیگر می توان چنین برداشت نمود که افزایش تولید شیر، با توسعه بازار صادرات شیر و خامه تغلیظ نشده همراه بوده است.



نمودار ۱-۶- ارتباط مقادیر تولید و صادرات شیر و خامه تغلیظ نشده ایران

۱-۵- مقایسه سهم تولید شیر و سهم صادرات شیر و خامه تغلیظ نشده ایران از جهان

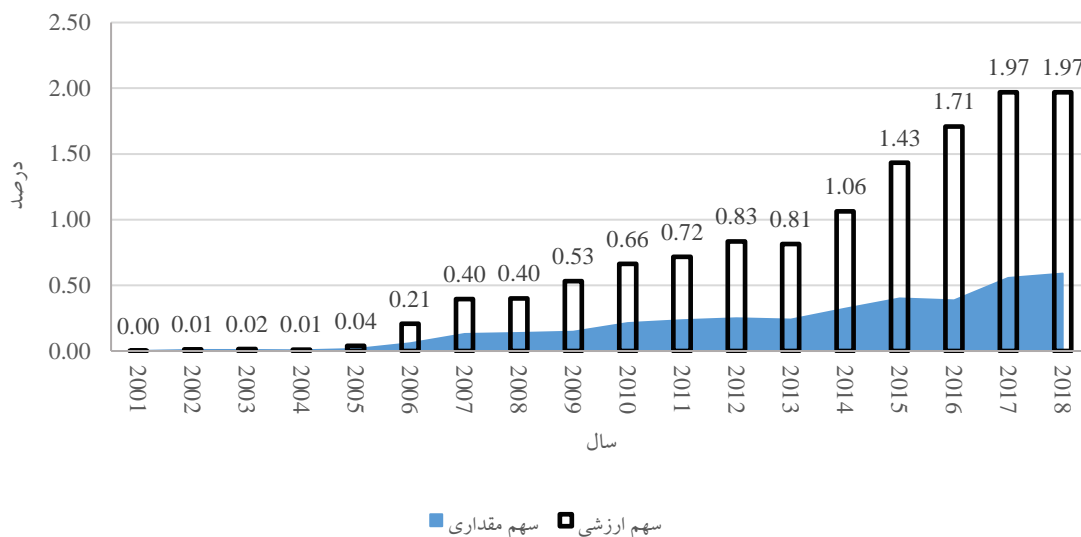
مطابق نمودار ۱-۷ مشخص است که سهم ایران از تولید شیر در جهان با وجود افزایش تولید در دوره ۲۰۰۱ تا ۲۰۱۸ بین ۱/۵۵- ۱/۱۶ درصد در نوسان بوده است. سهم ایران از سال ۲۰۰۱ تا ۲۰۰۷ دارای روند صعودی بوده است و پس از افت در سال ۲۰۰۸ دوباره روندی صعودی یافته است.



نمودار ۱-۷- روند سهم تولید شیر در جهان (وزارت جهاد کشاورزی، ۱۳۹۸ و FAO، 2020)

بررسی وضعیت صادرات محصولات منتخب کشاورزی ایران..... شیر و خامه تغلیظ نشده

بررسی روند سهم مقداری و ارزشی صادرات شیر و خامه تغلیظ نشده ایران در بازارهای جهانی در نمودار ۱-۸ نشان می‌دهد که هر دو سهم روند کل صعودی داشته و سهم مقدار صادرات ایران از حدود صفر به ۰/۵۹ درصد در سال ۲۰۱۸ و سهم ارزش صادراتی نیز از مقدار حدود صفر، به ۱/۹۷ درصد در سال ۲۰۱۸ رسیده است.



نمودار ۱-۸- روند سهم مقداری و ارزشی صادرات شیر و خامه تغلیظ نشده ایران در جهان (منبع: ITC, 2020)

۱-۶- بررسی وضعیت صادرکنندگان بزرگ شیر و خامه تغلیظ نشده و جایگاه ایران

بررسی مقدار صادراتی ۱۰ کشور اول در کنار ایران نشان می‌دهد که بزرگترین صادرکننده به لحاظ مقداری، آلمان و پس از آن فرانسه و هلند بوده‌اند. روند صادرات تقریباً برای تمام این کشورها نوسانی بوده اما برآورد ضریب نوسان نشان می‌دهد که بیشترین نوسان مقادیر صادراتی مربوط به ایران و پس از آن مربوط به لهستان و لتونی بوده و کمترین نوسان نیز مربوط به آلمان است.

جدول ۱-۱- مقدار صادراتی ۱۰ کشور اصلی صادرکننده و ایران- هزار تن

سال	جهان	آلمان	فرانسه	هلند	چک	بلژیک	انگلستان	لهستان	اتریش	لتونی	نیوزلند	ایران
۲۰۰۱	۶۴۸۲,۳	۲۲۳۳,۲	۱۰۰۳,۳	۲۸۷,۰	۱۹,۲	۸۲۸,۰	۱۵۰,۱	۰,۴	۶۷۳,۰	۱,۱	۵۹,۶	۰,۱
۲۰۰۲	۶۱۸۸,۴	۲۱۴۱,۲	۸۲۶,۸	۳۳۲,۰	۱۳,۴	۸۰۵,۶	۱۵۵,۸	۰,۱	۶۱۸,۴	۰,۳	۶۶,۵	۰,۴
۲۰۰۳	۶۷۲۴,۲	۲۱۱۷,۶	۸۵۷,۵	۶۲۸,۰	۱۳,۷	۸۲۶,۰	۳۱۵,۶	۰,۱	۵۵۵,۲	۲,۶	۵۷,۳	۰,۵
۲۰۰۴	۷۵۱۹,۳	۲۵۹۲,۴	۹۱۹,۷	۵۴۸,۸	۸۹,۹	۷۵۳,۳	۳۳۶,۰	۵۲,۹	۶۰۴,۸	۱۱,۲	۷۸,۲	۰,۴
۲۰۰۵	۸۴۴۴,۳	۲۶۲۸,۷	۹۹۹,۰	۵۴۸,۱	۳۵۱,۱	۶۶۹,۷	۵۹۵,۶	۲۰۵,۴	۵۷۷,۴	۳۷,۰	۷۱,۷	۱,۲
۲۰۰۶	۹۲۲۶,۹	۲۵۸۵,۶	۹۷۲,۷	۵۳۹,۷	۵۴۷,۹	۶۸۹,۴	۷۵۳,۹	۲۴۴,۴	۶۱۶,۱	۱۱۷,۶	۶۸,۹	۵,۵
۲۰۰۷	۹۱۹۹,۶	۲۲۴۹,۳	۱۱۱۱,۴	۵۳۹,۱	۵۸۱,۶	۷۲۹,۲	۵۱۳,۲	۱۷۱,۵	۶۳۰,۸	۱۳۱,۳	۸۶,۶	۱۱,۹
۲۰۰۸	۱۰۰۸۷,۹	۲۵۲۲,۹	۱۰۵۸,۹	۵۹۵,۲	۶۴۳,۹	۷۲۴,۶	۵۶۰,۶	۲۵۲,۵	۷۰۰,۸	۱۸۱,۶	۱۰۴,۴	۱۳,۹
۲۰۰۹	۱۰۳۷۹,۲	۲۶۸۸,۶	۱۰۹۲,۳	۳۹۰,۱	۶۴۶,۲	۷۹۷,۶	۵۳۸,۱	۲۹۰,۷	۷۱۹,۷	۱۷۲,۰	۱۰۳,۰	۱۵,۲
۲۰۱۰	۱۰۷۸۲,۴	۲۶۳۶,۸	۱۰۸۲,۵	۶۲۹,۰	۵۸۱,۱	۸۹۱,۷	۵۶۲,۰	۲۵۵,۰	۷۱۵,۷	۱۷۱,۴	۱۱۹,۶	۲۲,۸
۲۰۱۱	۱۱۷۲۱,۳	۲۶۴۴,۴	۱۲۹۷,۶	۷۸۸,۱	۶۴۳,۲	۹۴۲,۷	۶۴۷,۹	۲۵۶,۰	۷۵۴,۱	۲۱۶,۹	۱۱۹,۵	۲۷,۰

بررسی وضعیت صادرات محصولات منتخب کشاورزی ایران.....شیر و خامه تغلیظ نشده

۲۹,۹	۱۲۲,۷	۲۷۴,۲	۸۳۲,۷	۲۸۷,۹	۶۱۴,۳	۱۰۰۵,۲	۷۲۴,۵	۶۳۶,۵	۱۲۱۹,۸	۲۴۵۷,۲	۱۲۱۲۷,۸	۲۰۱۲
۳۰,۱	۱۲۶,۸	۲۸۰,۸	۸۱۲,۶	۳۰۰,۳	۵۷۴,۲	۱۰۸۶,۵	۷۰۹,۶	۵۸۲,۰	۱۱۸۰,۵	۲۳۷۳,۷	۱۲۱۲۷,۵	۲۰۱۳
۴۲,۴	۱۳۱,۳	۲۹۷,۱	۷۷۲,۹	۳۷۷,۵	۶۵۴,۳	۱۰۱۴,۲	۷۷۶,۴	۶۳۲,۷	۱۱۹۸,۶	۲۵۸۸,۹	۱۲۵۲۸,۲	۲۰۱۴
۵۵,۰	۱۶۵,۶	۳۰۰,۲	۷۴۸,۹	۵۰۸,۲	۶۶۴,۸	۱۰۲۸,۴	۸۶۰,۳	۵۵۰,۸	۱۲۱۹,۷	۲۶۰۵,۲	۱۲۷۰۲,۰	۲۰۱۵
۵۵,۰	۲۳۵,۴	۲۸۵,۴	۶۵۷,۶	۵۹۵,۰	۶۴۶,۴	۸۴۳,۵	۸۳۱,۶	۶۵۸,۸	۱۱۶۳,۷	۲۷۵۹,۸	۱۲۶۵۴,۳	۲۰۱۶
۸۲,۶	۳۰۴,۴	۳۱۷,۵	۶۷۸,۶	۵۹۰,۶	۶۷۰,۲	۸۰۸,۰	۸۴۹,۵	۹۹۳,۶	۹۹۶,۷	۲۳۵۹,۱	۱۲۱۲۶,۵	۲۰۱۷
۹۰,۶	۳۳۵,۳	۳۴۶,۶	۶۵۶,۵	۶۷۷,۷	۶۸۱,۸	۸۷۴,۱	۹۰۵,۸	۹۱۶,۱	۱۰۰۱,۰	۲۱۸۴,۰	۱۲۰۰۵,۲	۲۰۱۸
۲۶,۹	۱۳۰,۹	۱۷۴,۷	۶۸۴,۸	۲۸۱,۵	۵۳۵,۳	۸۵۱,۰	۵۴۳,۸	۵۹۹,۸	۱۰۶۶,۸	۲۴۶۴,۹	۱۰۱۶۸,۲	میانگین
۱,۰۵	۰,۶۲	۰,۷۰	۰,۱۲	۰,۷۳	۰,۳۳	۰,۱۴	۰,۵۷	۰,۲۹	۰,۱۲	۰,۰۸	۰,۲۳	ضرب نوسان

منبع: ITC, 2020 و نتایج پژوهش

همچنین بررسی روند سهم مقادیر صادراتی نیز نشان می‌دهد که این سهم نیز در کشورهای اصلی صادرکننده و ایران نوسانی بوده بطوریکه آلمان در سال ۲۰۱۸ با سهم حدود ۱۸ درصدی بزرگترین صادرکننده در جهان می‌باشد. برآورد شاخص ضریب نوسان نیز بیانگر آن است که بیشترین نوسان سهم صادراتی نیز به ایران تعلق داشته و از بین صادرکنندگان اصلی محصول نیز، لهستان و لتونی بیشترین نوسان را تجربه کرده‌اند و کمترین ضریب نوسان نیز به فرانسه، اتریش و آلمان تعلق دارد.

بررسی وضعیت صادرات محصولات منتخب کشاورزی ایران.....شیر و خامه تغلیظ نشده

جدول ۱-۲- سهم مقدار صادراتی ۱۰ کشور اصلی صادرکننده و ایران-درصد

سال	آلمان	فرانسه	هلند	چک	بلژیک	انگلستان	لهستان	اتریش	لتونی	نیوزلند	ایران
۲۰۰۱	۳۴,۴۵	۱۵,۴۸	۴,۴۳	۰,۳۰	۱۲,۷۷	۲,۳۲	۰,۰۱	۱۰,۳۸	۰,۰۲	۰,۹۲	۰,۰۰
۲۰۰۲	۳۴,۶۰	۱۳,۳۶	۵,۳۷	۰,۲۲	۱۳,۰۲	۲,۵۲	۰,۰۰	۹,۹۹	۰,۰۰	۱,۰۷	۰,۰۱
۲۰۰۳	۳۱,۴۹	۱۲,۷۵	۹,۳۴	۰,۲۰	۱۲,۲۸	۴,۶۹	۰,۰۰	۸,۲۶	۰,۰۴	۰,۸۵	۰,۰۱
۲۰۰۴	۳۴,۴۸	۱۲,۲۳	۷,۳۰	۱,۲۰	۱۰,۰۲	۴,۶۷	۰,۷۰	۸,۰۴	۰,۱۵	۱,۰۴	۰,۰۰
۲۰۰۵	۳۱,۱۳	۱۱,۸۳	۶,۴۹	۴,۱۶	۷,۹۳	۷,۰۵	۲,۴۳	۶,۸۴	۰,۴۴	۰,۸۵	۰,۰۱
۲۰۰۶	۲۸,۰۲	۱۰,۵۴	۵,۸۵	۵,۹۴	۷,۴۷	۸,۱۷	۲,۶۵	۶,۶۸	۱,۲۷	۰,۷۵	۰,۰۶
۲۰۰۷	۲۴,۴۵	۱۲,۰۸	۵,۸۶	۶,۳۲	۷,۹۳	۵,۵۸	۱,۸۶	۶,۸۶	۱,۴۳	۰,۹۴	۰,۱۳
۲۰۰۸	۲۵,۰۱	۱۰,۵۰	۵,۹۰	۶,۳۸	۷,۱۸	۵,۵۶	۲,۵۰	۶,۹۵	۱,۸۰	۱,۰۳	۰,۱۴
۲۰۰۹	۲۵,۹۰	۱۰,۵۲	۳,۷۶	۶,۲۳	۷,۶۸	۵,۱۸	۲,۸۰	۶,۹۳	۱,۶۶	۰,۹۹	۰,۱۵
۲۰۱۰	۲۴,۴۵	۱۰,۰۴	۵,۸۳	۵,۳۹	۸,۲۷	۵,۲۱	۲,۳۶	۶,۶۴	۱,۵۹	۱,۱۱	۰,۲۱
۲۰۱۱	۲۲,۵۶	۱۱,۰۷	۶,۷۲	۵,۴۹	۸,۰۴	۵,۵۳	۲,۱۸	۶,۴۳	۱,۸۵	۱,۰۲	۰,۲۳
۲۰۱۲	۲۰,۲۶	۱۰,۰۶	۵,۲۵	۵,۹۷	۸,۲۹	۵,۰۷	۲,۳۷	۶,۸۷	۲,۲۶	۱,۰۱	۰,۲۵
۲۰۱۳	۱۹,۵۷	۹,۷۳	۴,۸۰	۵,۸۵	۸,۹۶	۴,۷۳	۲,۴۸	۶,۷۰	۲,۳۲	۱,۰۵	۰,۲۵
۲۰۱۴	۲۰,۶۶	۹,۵۷	۵,۰۵	۶,۲۰	۸,۱۰	۵,۲۲	۳,۰۱	۶,۱۷	۲,۳۷	۱,۰۵	۰,۳۴
۲۰۱۵	۲۰,۵۱	۹,۶۰	۴,۳۴	۶,۷۷	۸,۱۰	۵,۲۳	۴,۰۰	۵,۹۰	۲,۳۶	۱,۳۰	۰,۴۳
۲۰۱۶	۲۱,۸۱	۹,۲۰	۵,۲۱	۶,۵۷	۶,۶۷	۵,۱۱	۴,۷۰	۵,۲۰	۲,۲۶	۱,۸۶	۰,۴۳
۲۰۱۷	۱۹,۴۵	۸,۲۲	۸,۱۹	۷,۰۱	۶,۶۶	۵,۵۳	۴,۸۷	۵,۶۰	۲,۶۲	۲,۵۱	۰,۶۸
۲۰۱۸	۱۸,۱۹	۸,۳۴	۷,۶۳	۷,۵۴	۷,۲۸	۵,۶۸	۵,۶۴	۵,۴۷	۲,۸۹	۲,۷۹	۰,۷۵
میانگین	۲۵,۴	۱۰,۸	۶,۰	۴,۹	۸,۷	۵,۲	۲,۵	۷,۰	۱,۵	۱,۲	۰,۲
ضرب نوسان	۰,۲۲	۰,۱۷	۰,۲۴	۰,۵۲	۰,۲۳	۰,۲۶	۰,۶۶	۰,۲۰	۰,۶۵	۰,۴۶	۱,۰۰

منبع: ITC,2020 و نتایج پژوهش

بررسی ارزش صادراتی ۱۰ کشور اول در کنار ایران نشان می‌دهد که بزرگترین صادرکننده به لحاظ ارزشی، آلمان و پس از آن فرانسه و بلژیک بوده‌اند. روند ارزش صادرات تقریباً برای تمام این کشورها نوسانی بوده اما برآورد ضریب نوسان نشان می‌دهد که بیشترین نوسان مقادیر صادراتی مربوط به ایران و از بین کشورهای اصلی صادرکننده، مربوط به نیوزلند و لهستان بوده و کمترین نوسان نیز مربوط به آلمان است.

بررسی وضعیت صادرات محصولات منتخب کشاورزی ایران..... شیر و خامه تغلیظ نشده

جدول ۱-۳- ارزش صادراتی ۱۰ کشور اصلی صادرکننده و ایران-میلیون دلار

سال	جهان	آلمان	هلند	بلژیک	فرانسه	نیوزلند	لهستان	انگلستان	چک	اتریش	اسپانیا	ایران
۲۰۰۱	۲۸۴۰	۸۹۷	۱۴۹	۳۶۰	۴۲۸	۳۳	۰	۱۴۴	۸	۲۰۸	۱۴۵	۰,۱
۲۰۰۲	۲۷۶۰	۸۲۳	۱۵۲	۳۷۰	۴۰۰	۴۰	۰	۱۷۱	۶	۱۸۸	۱۲۴	۰,۳
۲۰۰۳	۳۵۰۰	۹۸۰	۳۳۳	۴۱۲	۴۸۴	۳۹	۰	۲۷۹	۵	۲۰۸	۱۴۷	۰,۵
۲۰۰۴	۴۲۸۸	۱۳۱۷	۳۴۴	۴۳۹	۵۵۳	۵۵	۳۶	۲۵۵	۵۶	۲۴۵	۱۴۳	۰,۵
۲۰۰۵	۴۶۵۶	۱۳۰۹	۳۷۶	۳۹۴	۵۶۲	۵۵	۱۳۵	۳۱۵	۱۵۳	۲۴۰	۱۱۴	۱,۸
۲۰۰۶	۴۹۳۰	۱۳۰۵	۳۶۷	۳۸۲	۵۵۹	۵۳	۱۶۹	۳۲۹	۲۱۷	۲۷۳	۱۱۳	۱۰,۳
۲۰۰۷	۶۳۴۱	۱۵۱۹	۴۴۲	۵۲۵	۷۵۵	۷۲	۱۹۷	۳۶۶	۲۹۸	۳۴۶	۱۹۳	۲۵,۱
۲۰۰۸	۷۴۵۶	۱۷۵۴	۵۰۴	۵۵۲	۸۵۵	۱۰۴	۲۲۴	۳۸۳	۳۷۳	۴۴۱	۲۴۱	۲۹,۹
۲۰۰۹	۶۲۹۲	۱۴۶۷	۴۸۹	۵۱۰	۶۸۸	۸۹	۱۸۱	۳۰۶	۲۶۳	۳۳۸	۲۱۱	۳۳,۴
۲۰۱۰	۷۲۴۸	۱۵۸۶	۵۷۸	۵۹۳	۷۱۷	۱۲۹	۲۱۲	۳۸۲	۲۸۳	۳۵۶	۲۱۹	۴۸
۲۰۱۱	۸۹۷۲	۱۷۸۱	۸۰۸	۷۴۰	۹۶۶	۲۱۲	۲۶۴	۴۷۵	۳۶۷	۴۳۰	۲۳۴	۶۴,۴
۲۰۱۲	۹۱۵۱	۱۴۳۹	۵۶۰	۶۸۶	۸۳۷	۱۶۶	۲۳۹	۳۹۹	۳۴۳	۴۱۴	۲۵۸	۷۶,۳
۲۰۱۳	۹۵۱۲	۱۷۲۳	۶۶۸	۸۷۲	۹۱۴	۱۸۱	۳۰۴	۴۰۵	۳۸۸	۴۹۵	۲۶۴	۷۷,۴
۲۰۱۴	۹۷۷۳	۱۷۸۳	۷۱۷	۸۳۱	۹۲۷	۲۰۸	۳۵۳	۴۳۲	۴۲۰	۴۸۴	۳۳۸	۱۰۳,۹
۲۰۱۵	۷۴۷۱	۱۲۷۰	۵۴۸	۶۱۹	۷۱۲	۲۱۷	۲۸۳	۲۹۵	۳۲۰	۳۴۷	۲۳۰	۱۰,۷
۲۰۱۶	۷۵۹۴	۱۲۸۰	۶۶۰	۵۶۳	۷۰۰	۲۹۲	۲۹۹	۲۶۷	۲۸۱	۲۹۴	۲۱۷	۱۲۹,۸
۲۰۱۷	۹۴۰۱	۱۴۷۸	۹۵۰	۷۴۸	۷۵۵	۴۹۲	۴۲۴	۴۱۶	۳۶۸	۳۴۴	۲۵۷	۱۸۵,۲
۲۰۱۸	۹۶۵۵	۱۴۶۱	۹۷۸	۸۵۳	۷۶۶	۵۱۴	۴۷۰	۴۶۰	۴۰۹	۳۴۱	۲۷۰	۱۹۰
میانگین	۶۷۶۸,۹	۱۳۹۸,۴	۵۳۴,۶	۵۸۰,۵	۶۹۸,۸	۱۶۳,۹	۲۱۰,۶	۳۳۷,۷	۲۵۳,۲	۳۳۲,۹	۲۰۶,۶	۶۰,۲
ضرب نوسان	۰,۳۶	۰,۲۱	۰,۴۴	۰,۳۰	۰,۲۴	۰,۸۸	۰,۶۶	۰,۲۷	۰,۵۷	۰,۲۸	۰,۳۱	۱,۰۳

منبع: ITC, 2020 و نتایج پژوهش

بررسی روند سهم ارزش صادراتی در جدول ۱-۴ نشان می‌دهد که آلمان بطور میانگین با سهم ۲۲/۴ درصد، بیشترین سهم ارزشی را نیز نصیب خود کرده و این در حالی است که کمترین نوسان ارزش صادراتی مربوط به هلند و پس از آن فرانسه و اتریش بوده است. همانگونه که مشخص است برای ایران، نوسان ارزش صادراتی بیش از صادرکنندگان اصلی این محصول در بازارهای جهانی است.

بررسی وضعیت صادرات محصولات منتخب کشاورزی ایران.....شیر و خامه تغلیظ نشده

جدول ۱-۴- سهم ارزشی صادراتی ۱۰ کشور اصلی صادرکننده و ایران-درصد

صادرکننده	آلمان	هلند	بلژیک	فرانسه	نیوزلند	لهستان	انگلستان	چک	اتریش	اسپانیا	ایران
۲۰۰۱	۳۱,۶	۵,۳	۱۲,۷	۱۵,۱	۱,۲	۰,۰	۵,۱	۰,۳	۷,۳	۵,۱	۰,۰
۲۰۰۲	۲۹,۸	۵,۵	۱۳,۴	۱۴,۵	۱,۴	۰,۰	۶,۲	۰,۲	۶,۸	۴,۵	۰,۰
۲۰۰۳	۲۸,۰	۹,۵	۱۱,۸	۱۳,۸	۱,۱	۰,۰	۸,۰	۰,۲	۶,۰	۴,۲	۰,۰
۲۰۰۴	۳۰,۷	۸,۰	۱۰,۲	۱۲,۹	۱,۳	۰,۸	۵,۹	۱,۳	۵,۷	۳,۳	۰,۰
۲۰۰۵	۲۸,۱	۸,۱	۸,۵	۱۲,۱	۱,۲	۲,۹	۶,۸	۳,۳	۵,۲	۲,۴	۰,۰
۲۰۰۶	۲۶,۵	۷,۴	۷,۷	۱۱,۳	۱,۱	۳,۴	۶,۷	۴,۴	۵,۵	۲,۳	۰,۲
۲۰۰۷	۲۴,۰	۷,۰	۸,۳	۱۱,۹	۱,۱	۳,۱	۵,۸	۴,۷	۵,۵	۳,۰	۰,۴
۲۰۰۸	۲۳,۵	۶,۸	۷,۴	۱۱,۵	۱,۴	۳,۰	۵,۱	۵,۰	۵,۹	۳,۲	۰,۴
۲۰۰۹	۲۳,۳	۷,۸	۸,۱	۱۰,۹	۱,۴	۲,۹	۴,۹	۴,۲	۵,۴	۳,۴	۰,۵
۲۰۱۰	۲۱,۹	۸,۰	۸,۲	۹,۹	۱,۸	۲,۹	۵,۳	۳,۹	۴,۹	۳,۰	۰,۷
۲۰۱۱	۱۹,۹	۹,۰	۸,۳	۱۰,۸	۲,۴	۲,۹	۵,۳	۴,۱	۴,۸	۲,۶	۰,۷
۲۰۱۲	۱۵,۷	۶,۱	۷,۵	۹,۱	۱,۸	۲,۶	۴,۴	۳,۸	۴,۵	۲,۸	۰,۸
۲۰۱۳	۱۸,۱	۷,۰	۹,۲	۹,۶	۱,۹	۳,۲	۴,۳	۴,۱	۵,۲	۲,۸	۰,۸
۲۰۱۴	۱۸,۲	۷,۳	۸,۵	۹,۵	۲,۱	۳,۶	۴,۴	۴,۳	۵,۰	۳,۵	۱,۱
۲۰۱۵	۱۷,۰	۷,۳	۸,۳	۹,۵	۲,۹	۳,۸	۴,۰	۴,۳	۴,۷	۳,۱	۱,۴
۲۰۱۶	۱۶,۹	۸,۷	۷,۴	۹,۲	۳,۸	۳,۹	۳,۵	۳,۷	۳,۹	۲,۹	۱,۷
۲۰۱۷	۱۵,۷	۱۰,۱	۸,۰	۸,۰	۵,۲	۴,۵	۴,۴	۳,۹	۳,۷	۲,۷	۲,۰
۲۰۱۸	۱۵,۱	۱۰,۱	۸,۸	۷,۹	۵,۳	۴,۹	۴,۸	۴,۲	۳,۵	۲,۸	۲,۰
میانگین	۲۲,۴	۷,۷	۹,۰	۱۱,۰	۲,۱	۲,۷	۵,۳	۳,۳	۵,۲	۳,۲	۰,۷
ضرب نوسان	۰,۲۵	۰,۱۸	۰,۲۰	۰,۱۹	۰,۶۳	۰,۵۶	۰,۲۱	۰,۴۹	۰,۱۹	۰,۲۳	۰,۹۷

منبع: ITC, 2020 و نتایج پژوهش

در جدول ۱-۵، رتبه ایران در بازارهای جهان بررسی شده است. همانگونه که مشخص است در سال ۲۰۰۱ ایران به لحاظ مقادیر صادراتی جایگاه ۵۷ را داشته در حالی که این جایگاه در سال ۲۰۱۸ به ۱۱ رسیده است. مشاهده می‌شود که روند بهبود جایگاه ایران در بازارهای جهانی مشهود بوده است. در مورد ارزش‌های صادراتی نیز ایران از جایگاه نازل ۷۴ در سال ۲۰۰۱ به جایگاه ۱۴ در سال ۲۰۱۸ ارتقا یافته است.

جدول ۱-۵- رتبه ایران در بازارهای جهانی کد ۰۴۰۱

سال	مقدار صادرات	ارزش صادراتی
۲۰۰۱	۵۷	۷۴
۲۰۰۲	۴۴	۵۷
۲۰۰۳	۴۵	۵۸
۲۰۰۴	۵۵	۶۵
۲۰۰۵	۵۵	۵۹
۲۰۰۶	۳۶	۳۵
۲۰۰۷	۲۴	۲۸
۲۰۰۸	۲۸	۲۸
۲۰۰۹	۲۸	۲۵
۲۰۱۰	۲۳	۲۷
۲۰۱۱	۲۱	۲۴
۲۰۱۲	۲۳	۲۵
۲۰۱۳	۲۳	۲۵
۲۰۱۴	۱۹	۲۳
۲۰۱۵	۱۶	۱۹
۲۰۱۶	۱۶	۱۶
۲۰۱۷	۱۲	۱۵
۲۰۱۸	۱۱	۱۴

منبع: ITC, 2020 و نتایج پژوهش

۱-۷- معرفی واردکنندگان بزرگ شیر و خامه تغلیظ نشده در جهان

بزرگترین واردکنندگان جهانی شیر و خامه تغلیظ نشده از سال ۲۰۰۱ تا ۲۰۱۸ در جدول ۱-۶ مشخص شده است که نشان می‌دهد بزرگترین کشورهای واردکننده شیر و خامه تغلیظ نشده، آلمان، ایتالیا، بلژیک و هلند می‌باشند. نکته قابل توجه آن است که از این بین، کشورهای آلمان، هلند، بلژیک فرانسه و لهستان جزو ۱۰ صادرکننده برتر نیز بوده‌اند. این نتیجه احتمال صادرات مجدد در این کشورها را تقویت کرده و همچنین می‌تواند بیانگر این نکته باشد که برای رسیدن به صادرات، لزومی ندارد ابتدا نیازهای داخلی رفع شود و صادرات از مازاد مصارف داخلی نتیجه شود. بلکه برای حضوری موفق در بازارهای جهانی نمی‌توان به دلیل رفع نیاز بازارهای داخلی، بازارهای هدف صادراتی را از دست داد و بخش خصوصی را مجبور به توقف صادرات نمود. حتی اگر لازم باشد در برخی سال‌ها واردات همزمان با صادرات جهت رفع نیازهای داخلی انجام گیرد. چرا که از دست دادن بازارهای صادراتی به دلیل رفع نیازهای داخلی، بازگشت به این بازارها را با وجود رقاباتی قدرتمند در منطقه بسیار دشوار خواهد نمود. شایان ذکر است، به جز روسیه، هیچ یک از بازارهای بزرگ واردکننده این کد تعرفه، در بین بازارهای هدف اصلی ایران در سال‌های اخیر نبوده‌اند و روسیه نیز در دو سال اخیر به مشتریان اصلی ایران پیوسته است.

بررسی وضعیت صادرات محصولات منتخب کشاورزی ایران..... شیر و خامه تغلیظ نشده

جدول ۱-۶- سهم مقداری ۱۰ کشور واردکننده اصلی در بازارهای جهانی (درصد)

سال	آلمان	بلژیک	ایتالیا	هلند	ایرلند	چین	لیتوانی	فرانسه	روسیه	لهستان
۲۰۰۱	۱۱,۶۶	۱۳,۲۰	۱۳,۲۰	۳,۸۶	۳,۲۸	۰,۱۵	۰,۰۱	۱۲,۱۹	۰,۰۶	۰,۲۱
۲۰۰۲	۱۵,۰۷	۱۳,۹۱	۱۳,۹۱	۴,۳۲	۳,۲۵	۰,۰۷	۰,۰۱	۸,۹۹	۰,۱۰	۰,۱۷
۲۰۰۳	۱۸,۹۵	۱۳,۰۵	۱۳,۰۵	۴,۶۶	۳,۳۴	۰,۰۴	۰,۰۱	۷,۶۹	۰,۱۴	۰,۰۹
۲۰۰۴	۱۷,۳۴	۱۲,۴۰	۱۲,۴۰	۵,۲۸	۲,۷۸	۰,۰۴	۰,۰۱	۷,۰۸	۰,۱۴	۰,۰۵
۲۰۰۵	۱۷,۷۴	۱۱,۲۰	۱۱,۲۰	۵,۷۳	۳,۷۰	۰,۰۵	۰,۵۲	۵,۵۶	۰,۱۳	۰,۰۸
۲۰۰۶	۱۸,۹۲	۹,۵۲	۹,۵۲	۵,۲۹	۳,۶۱	۰,۰۴	۱,۴۳	۵,۷۱	۰,۱۳	۰,۳۸
۲۰۰۷	۹,۳۲	۴,۷۷	۴,۷۷	۳,۰۱	۱,۸۶	۰,۰۳	۰,۹۲	۳,۲۵	۰,۰۸	۰,۳۸
۲۰۰۸	۱۹,۵۰	۷,۸۵	۷,۸۵	۵,۷۸	۳,۰۹	۰,۰۸	۲,۱۷	۵,۳۵	۰,۱۴	۰,۴۷
۲۰۰۹	۱۹,۳۵	۸,۲۴	۸,۲۴	۳,۳۸	۲,۴۹	۰,۱۳	۱,۸۱	۶,۱۴	۰,۱۴	۰,۵۶
۲۰۱۰	۱۷,۷۲	۷,۸۵	۷,۸۵	۵,۷۲	۲,۵۸	۰,۱۶	۲,۱۳	۵,۷۳	۰,۲۸	۰,۶۴
۲۰۱۱	۱۷,۴۴	۷,۷۹	۷,۷۹	۷,۸۸	۲,۷۸	۰,۳۷	۲,۷۲	۵,۱۹	۰,۲۳	۰,۷۰
۲۰۱۲	۱۶,۸۹	۸,۴۹	۸,۴۹	۷,۵۲	۲,۷۰	۰,۸۳	۳,۴۹	۵,۰۶	۲,۰۵	۱,۱۹
۲۰۱۳	۱۶,۰۲	۹,۲۷	۹,۲۷	۶,۷۸	۲,۹۳	۱,۶۴	۳,۷۷	۴,۷۹	۲,۳۷	۱,۴۷
۲۰۱۴	۱۷,۱۳	۹,۶۷	۹,۶۷	۵,۸۵	۴,۴۴	۲,۶۵	۳,۶۵	۴,۳۵	۲,۵۰	۱,۵۷
۲۰۱۵	۱۸,۶۴	۱۰,۲۴	۱۰,۲۴	۵,۶۸	۴,۲۹	۳,۶۷	۲,۸۴	۴,۳۱	۱,۹۹	۱,۶۵
۲۰۱۶	۱۹,۶۳	۱۰,۹۷	۱۰,۹۷	۶,۷۸	۴,۳۳	۴,۹۵	۲,۹۳	۳,۵۱	۰,۲۶	۱,۹۰
۲۰۱۷	۱۱,۶۱	۵,۹۳	۵,۹۳	۳,۳۸	۲,۶۶	۲,۵۰	۱,۶۷	۱,۴۹	۲,۳۲	۰,۷۳
۲۰۱۸	۲۰,۱۷	۱۱,۰۲	۱۲,۰۲	۷,۰۹	۵,۰۹	۵,۱۷	۳,۷۵	۲,۵۷	۱,۸۷	۱,۷۱

منبع: ITC, 2020 و نتایج پژوهش

۱-۸- بررسی جایگاه ایران از نظر مقداری و ارزشی در بازار جهانی شیر و خامه تغلیظ نشده و تغییر جایگاه ایران در کشورهای هدف

نتایج بررسی جایگاه ایران در کشورهای هدف اصلی خود طی سال‌های ۲۰۰۱-۲۰۱۸ نشان می‌دهد که جایگاه مقدار و ارزشی صادراتی ایران در عراق، افغانستان و تا حدودی پاکستان از ثبات بیشتری برخوردار بوده و توانسته در اکثر سال‌ها رتبه اول تا چهارم را کسب کند. مشخص است که ایران کمتر در کشورهای هدف اصلی خود به عنوان بزرگترین صادرکننده مطرح می‌شود. جایگاه ارزشی ایران در بسیاری از این کشورها، وضعیت مناسب‌تری نسبت به جایگاه مقداری، هم به لحاظ رتبه و هم به لحاظ ثبات داشته است که به نوعی بیانگر قیمت‌های بالاتر ایران در این کشورها بویژه کشورهای عراق، افغانستان، ترکمنستان و آذربایجان نسبت به رقبا می‌باشد.

جدول ۱-۷- رتبه ایران در مقدار صادرات شیر و خامه تغلیظ نشده به جهان و بزرگترین بازارهای هدف (۲۰۰۱-۲۰۱۸)

سال	جهان	عراق	افغانستان	قطر	ترکمنستان	امارات	پاکستان	آذربایجان	عمان	روسیه	مالزی
۲۰۰۱	۵۷	۱	***	***	۱	۱۳	***	***	***	***	***
۲۰۰۲	۴۴	۱	۳	***	***	۱۴	***	۶	***	***	***
۲۰۰۳	۴۵	۳	۵	***	***	۱۴	***	۶	***	***	***
۲۰۰۴	۵۵	۵	۴	***	***	۱۶	***	***	***	***	***
۲۰۰۵	۵۵	۲	۴	***	***	۱۵	***	۵	***	***	***
۲۰۰۶	۳۶	۱	۳	***	***	۱۵	۱	۵	***	***	***
۲۰۰۷	۲۴	۱	۴	***	***	۱۶	۲	۶	***	***	***
۲۰۰۸	۲۸	۱	۴	***	۴	۱۳	***	۴	***	***	***
۲۰۰۹	۲۸	۱	۳	***	۳	۱۷	۲	۵	***	***	۱۶
۲۰۱۰	۲۳	۳	۲	***	۳	۱۵	۳	۶	***	***	***

بررسی وضعیت صادرات محصولات منتخب کشاورزی ایران.....شیر و خامه تغلیظ نشده

جدول ۷-۱- رتبه ایران در مقدار صادرات شیر و خامه تغلیظ نشده به جهان و بزرگترین بازارهای هدف (۲۰۰۱-۲۰۱۸)

سال	جهان	عراق	افغانستان	قطر	ترکمنستان	امارات	پاکستان	آذربایجان	عمان	روسیه	مالزی
۲۰۱۱	۲۱	۱	۲	***	۳	۱۰	۲	۶	***	***	۱۳
۲۰۱۲	۲۳	۱	۲	۱۰	۶	۱۲	۴	۵	***	***	۱۰
۲۰۱۳	۲۳	۲	۲	۱۵	۵	۱۳	***	۵	۷	***	۱۴
۲۰۱۴	۱۹	۲	۲	۱۵	۳	۸	۱	۴	۹	***	۱۲
۲۰۱۵	۱۶	۲	۲	۱۱	۱	۱۱	۲	۴	۵	***	۱۱
۲۰۱۶	۱۶	۲	۲	۱۸	۴	۱۸	۳	۴	۹	۸	۱۰
۲۰۱۷	۱۲	۲	۲	۲	۲	۱۰	۱	۳	۷	۷	۱۶
۲۰۱۸	۱۱	۱	۱	۵	۱	۷	۶	۴	۷	۷	۱۸

منبع: ITC, 2020 و نتایج پژوهش *** داده‌ای ثبت نشده است.

جدول ۸-۱- رتبه ایران در ارزش صادرات شیر و خامه تغلیظ نشده به جهان و بزرگترین بازارهای هدف (۲۰۰۱-۲۰۱۸)

سال	جهان	عراق	افغانستان	قطر	ترکمنستان	امارات	پاکستان	آذربایجان	عمان	روسیه	مالزی
۲۰۰۱	۷۴	۲	***	***	۱	۱۳	***	***	***	***	***
۲۰۰۲	۵۷	۲	۳	***	***	۱۴	***	۶	***	***	***
۲۰۰۳	۵۸	۳	۵	***	***	۱۳	***	۵	***	***	***
۲۰۰۴	۶۵	۴	۴	***	***	۱۵	***	***	***	***	***
۲۰۰۵	۵۹	۲	۴	***	***	۱۴	***	۶	***	***	***
۲۰۰۶	۳۵	۱	۳	***	***	۱۵	۱	۵	***	***	***
۲۰۰۷	۲۸	۱	۴	***	***	۱۶	۳	۵	***	***	***
۲۰۰۸	۲۸	۱	۳	***	۴	۱۶	***	۴	۱۱	***	***
۲۰۰۹	۲۵	۱	۲	***	۳	۱۶	۴	۵	***	***	۱۵
۲۰۱۰	۲۷	۱	۲	۱۵	۳	۱۶	۲	۴	***	***	***
۲۰۱۱	۲۴	۱	۲	***	۳	۱۳	۲	۵	***	***	۱۲
۲۰۱۲	۲۵	۱	۲	۱۳	۴	۱۳	۴	۴	***	***	۱۲
۲۰۱۳	۲۵	۲	۲	۱۵	۳	۱۳	۹	۲	۷	***	۱۶
۲۰۱۴	۲۳	۱	۲	۱۶	۳	۹	۱	۳	۷	***	۱۵
۲۰۱۵	۱۹	۱	۲	۱۴	۱	۱۲	۱	۳	۶	***	۱۳
۲۰۱۶	۱۶	۱	۲	***	۲	۱۷	۲	۱	۹	۸	۱۲
۲۰۱۷	۱۵	۱	۱	۳	۱	۱۶	۱	۱	۸	۵	۲۰
۲۰۱۸	۱۴	۱	۱	۶	۱	۱۶	۶	۶	۶	۶	۲۲

منبع: ITC, 2020 و نتایج پژوهش *** داده‌ای ثبت نشده است.

در جدول ۹-۱، رتبه مقداری و ارزشی صادرکننده‌های اصلی شیر و خامه تغلیظ نشده در جهان مشاهده می‌شود. مشخص است که آلمان، فرانسه و بلژیک که از بزرگترین واردکنندگان شیر و خامه تغلیظ نشده نیز هستند، در اکثر سال‌های ۲۰۰۱ تا ۲۰۱۸ هم از نظر مقدار و هم ارزش صادراتی توانسته‌اند جایگاه اول تا سوم را در بازار جهانی داشته باشند. شایان ذکر است، بزرگترین صادرکنندگان این کد تعرفه در جهان، کشورهای اروپایی هستند که اروپا را به عنوان رهبر در بازار این محصول مطرح می‌کند و ورود به بازار را برای رقبایی مانند ایران که سهم اندکی از تولید و صادرات جهانی دارند، دشوار می‌سازد. نکته بسیار مهم در بررسی جایگاه این کشورها، ثبات بسیار مناسب کشورهای صادرکننده هم به لحاظ مقداری و هم به لحاظ ارزشی است. در واقع بیش از

بررسی وضعیت صادرات محصولات منتخب کشاورزی ایران.....شیر و خامه تغلیظ نشده

جایگاه فعلی کشورها در بازارهای جهانی، ثبات موقعیت در این بازارها مهم بوده و ریسک صادرکننده به این ترتیب در بازارهای صادراتی کاهش می‌یابد.

جدول ۱-۹- جایگاه مقداری ۱۰ صادرکننده اصلی شیر و خامه تغلیظ نشده در بازار جهانی

سال	آلمان	فرانسه	هلند	بلژیک	انگلستان	چک	اتریش	لهستان	نیوزلند	لتونی
۲۰۰۱	۱	۲	۵	۳	۶	۲۳	۴	۴۵	۸	۳۵
۲۰۰۲	۱	۲	۵	۳	۶	۲۴	۴	۵۵	۷	۴۸
۲۰۰۳	۱	۲	۴	۳	۶	۲۵	۵	۵۶	۹	۳۳
۲۰۰۴	۱	۲	۵	۳	۶	۱۴	۴	۱۱	۱۰	۱۸
۲۰۰۵	۱	۲	۶	۳	۴	۷	۵	۸	۱۱	۱۳
۲۰۰۶	۱	۲	۷	۴	۳	۶	۵	۸	۱۲	۱۱
۲۰۰۷	۱	۲	۶	۳	۷	۵	۴	۹	۱۲	۱۰
۲۰۰۸	۱	۲	۶	۳	۷	۵	۴	۹	۱۱	۱۰
۲۰۰۹	۱	۲	۷	۳	۶	۵	۴	۹	۱۲	۱۰
۲۰۱۰	۱	۲	۵	۳	۷	۶	۴	۹	۱۲	۱۰
۲۰۱۱	۱	۲	۴	۳	۶	۷	۵	۹	۱۲	۱۰
۲۰۱۲	۱	۲	۶	۳	۷	۵	۴	۱۰	۱۳	۱۱
۲۰۱۳	۱	۲	۶	۳	۷	۵	۴	۹	۱۲	۱۱
۲۰۱۴	۱	۲	۷	۳	۶	۵	۵	۹	۱۲	۱۱
۲۰۱۵	۱	۲	۷	۳	۶	۴	۵	۸	۱۲	۱۱
۲۰۱۶	۱	۲	۵	۳	۷	۳	۶	۸	۱۲	۱۱
۲۰۱۷	۱	۲	۳	۵	۷	۶	۶	۸	۱۰	۹
۲۰۱۸	۱	۲	۳	۵	۶	۴	۸	۷	۱۰	۹

منبع: ITC, 2020 و نتایج پژوهش

جدول ۱-۱-۱- جایگاه ارزشی ۱۰ صادرکننده اصلی شیر و خامه تغلیظ نشده در بازار جهانی

سال	آلمان	فرانسه	هلند	بلژیک	انگلستان	چک	اتریش	لهستان	نیوزلند	لتونی
۲۰۰۱	۱	۲	۵	۳	۷	۲۴	۴	۵۷	۱۳	۶۰
۲۰۰۲	۱	۲	۶	۳	۵	۲۵	۴	۶۶	۱۱	۶۱
۲۰۰۳	۱	۲	۴	۳	۵	۳۲	۶	۷۰	۱۳	۵۴
۲۰۰۴	۱	۲	۴	۳	۵	۱۲	۶	۱۸	۱۳	۳۹
۲۰۰۵	۱	۲	۴	۳	۵	۷	۶	۸	۱۶	۳۱
۲۰۰۶	۱	۲	۴	۳	۵	۷	۶	۸	۱۹	۲۱
۲۰۰۷	۱	۲	۴	۳	۵	۷	۶	۸	۲۰	۲۱
۲۰۰۸	۱	۲	۴	۳	۶	۷	۵	۹	۱۵	۱۹
۲۰۰۹	۱	۲	۴	۳	۶	۷	۵	۹	۱۶	۲۱
۲۰۱۰	۱	۲	۴	۳	۵	۷	۶	۹	۱۲	۲۲
۲۰۱۱	۱	۲	۳	۴	۵	۷	۶	۸	۱۱	۲۰
۲۰۱۲	۱	۳	۵	۴	۷	۸	۶	۱۰	۱۵	۲۱
۲۰۱۳	۱	۲	۴	۳	۶	۷	۵	۸	۱۵	۱۹
۲۰۱۴	۱	۲	۴	۳	۶	۷	۵	۸	۱۳	۲۰
۲۰۱۵	۱	۲	۴	۳	۷	۶	۵	۸	۱۰	۲۴
۲۰۱۶	۱	۲	۳	۴	۱۰	۹	۷	۶	۸	۲۳
۲۰۱۷	۱	۳	۲	۴	۷	۸	۹	۶	۵	۱۸
۲۰۱۸	۱	۴	۲	۳	۷	۸	۹	۶	۵	۲۰

منبع: ITC, 2020 و نتایج پژوهش

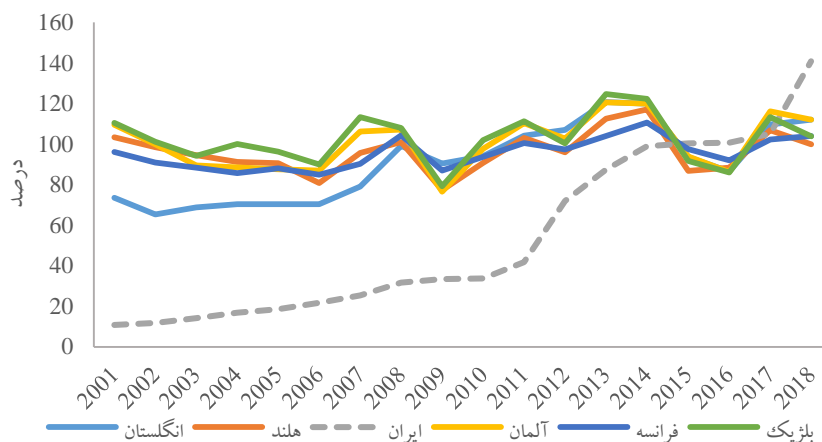
۹-۱- بررسی روند تغییر شاخص قیمت تولیدکننده شیر در ایران و کشورهای رقیب به عنوان نماینده هزینه تولید شیر و خامه تغلیظ نشده

۹-۱-۱- تحلیل روند شاخص قیمت تولیدکننده در ایران و کشورهای صادرکننده شیر و خامه تغلیظ نشده

شاخص قیمت تولیدکننده (به قیمت ثابت ۲۰۱۶-۲۰۱۴) طی سال‌های ۲۰۰۱ تا ۲۰۱۸ روند کاملاً صعودی داشته است که این مقدار از سال ۲۰۱۱ به بعد افزایش قابل توجهی داشته است. توجه به این نکته لازم است که مقدار مطلق شاخص قیمت تولیدکننده وقتی در ایران بیشتر از کشوری دیگر است به این معنی است که در آن سال نسبت به سال پایه، تورم در سطح تولیدکننده شیر در ایران بیشتر از تورم در کشور دیگر در همان سال (نسبت به سال پایه) بوده است. اما نکته مهمتر، مطلق شاخص نیست بلکه توجه به این نکته است که روند شاخص قیمت در ایران همواره صعودی بوده بویژه بعد از سال ۲۰۱۰ نسبت به تمام کشورهای صادرکننده اصلی حاضر در بازار جهانی محصول شیر و خامه تغلیظ نشده، ایران روندی فزاینده در شاخص قیمت را تجربه کرده است. این در حالی است که سایر کشورهای اصلی صادرکننده شیر و خامه تغلیظ نشده، با روندی مشابه یکدیگر، حول میانگینی ثابت در حال نوسان هستند. همین روند تورمی در تولید، موجب کاهش قدرت رقابت‌پذیری تولیدکنندگان ایران در مقایسه با رقبای خواهد شد. از سال ۲۰۱۰ علاوه بر اجرای قانون هدفمندی یارانه‌ها، بویژه از سال ۲۰۱۲ به بعد تشدید تحریم‌های بین‌المللی نیز علیه ایران وجود داشته

بررسی وضعیت صادرات محصولات منتخب کشاورزی ایران.....شیر و خامه تغلیظ نشده

که می‌تواند بر قیمت تمام شده محصول با کاهش یارانه‌های حمایتی و گران شدن واردات نهاده‌های تولیدی اثرگذار بوده باشد. هرچند از نمودار ۹-۱ نمی‌توان به علت یک روند رسید و تنها توضیح روند مد نظر است.



نمودار ۹-۱- روند شاخص قیمت تولیدکننده در ایران و بزرگترین صادرکنندگان جهانی

۱-۹-۲- بررسی و مقایسه میانگین تورم سالانه تولید و نوسان شاخص قیمت تولیدکننده

همانگونه که نمودار ۱۰-۱ نشان می‌دهد و همانگونه که قبلاً هم بیان شد، ایران بیشترین تورم در سطح تولید را بطور میانگین شاهد بوده و نسبت به کشورهای اصلی صادرکننده شیر و خامه تغلیظ نشده، تورم در سطح تولید کننده برای ایران بسیار قابل توجه می‌باشد. از طرف نوسان شاخص قیمت تولیدکننده نیز برای ایران بسیار قابل توجه‌تر از وضعیت مشابه در کشورهای صادرکننده اصلی بوده است. همین تورم در سطح تولید و نوسان شاخص قیمت تولیدکننده می‌تواند تهدیدی برای تولید داخلی و در نهایت صادرات محصولات مشتق شده از شیر باشد.

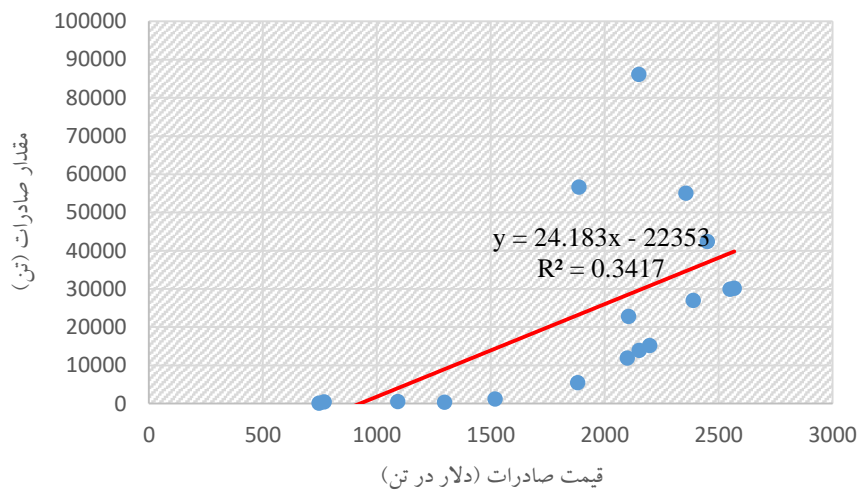


نمودار ۱۰-۱- مقایسه میانگین تورم تولید و نوسان شاخص قیمت در کشورهای اصلی صادرکننده و ایران

۱۰-۱- بررسی ارتباط بین مقادیر صادراتی ایران و قیمت‌های صادراتی در بازارهای جهانی شیر و خامه تغلیظ نشده

بررسی وضعیت صادرات محصولات منتخب کشاورزی ایران.....شیر و خامه تغلیظ نشده

همانگونه که نمودار ۱-۱۱ نشان می‌دهد، ارتباط بین قیمت و مقدار صادراتی ایران در بازارهای جهانی به طور کلی هرچند روندی صعودی داشته اما این رابطه ضعیف بوده و در واقع نمی‌توان ارتباط قابل توجهی بین مقادیر و قیمت صادرات در مورد شیر و خامه تغلیظ نشده مشاهده نمود. لذا قیمت‌های صادراتی و مقادیر صادرات برای صادرکنندگان ایرانی در این بازار در ارتباط باهم تعیین نمی‌شوند.



نمودار ۱-۱۱- ارتباط بین قیمت صادراتی و مقدار صادرات شیر و خامه تغلیظ نشده ایران

۱-۱- بررسی جایگاه ایران در بازارهای اصلی واردکننده شیر و خامه تغلیظ نشده و تحلیل مقایسه‌ای قیمت صادراتی ایران در مقابل رقبا در این بازارها

در ادامه بزرگترین کشورهای واردکننده شیر و خامه تغلیظ نشده در جهان طی دو سال ۲۰۱۷ و ۲۰۱۸ مورد بررسی قرار گرفت. نتایج نشان داد که ایران در سال ۲۰۱۷ تنها در دو کشور از مجموع ۱۰ کشور واردکننده اصلی حضور داشته است. جایگاه ایران در آلمان از لحاظ ارزشی ۲۳، قیمتی پنجم و مقداری ۲۶ می‌باشد و همچنین جایگاه ایران در روسیه از لحاظ ارزشی پنجم، قیمتی اول و مقداری ششم است.

در سال ۲۰۱۸ نیز مشخص است که ایران در آلمان حضور نداشته و در روسیه نیز در ارزش و مقادیر صادراتی به رتبه هفت رسیده که نسبت به سال ۲۰۱۷ تنزل رتبه داشته است. این در حالی است که ایران از لحاظ قیمتی همچنان جایگاه اول را داشته که توجه به تنزل در جایگاه مقداری و ارزشی صادرات نشان می‌دهد که همین قیمت بالا چنانچه با استراتژی رقابتی مناسبی همراه نباشد، می‌تواند جایگاه ایران را در روسیه در سال‌های آتی با چالش بیشتری مواجه سازد.

اما به عنوان یک جمع‌بندی در این قسمت، همانگونه که بیان شد، ایران در سایر کشورهای واردکننده اصلی و بزرگترین بازارهای جهانی شیر و خامه تغلیظ نشده حضور نداشته است. البته این نتیجه به این معنی نیست که ایران باید در تمام این بازارها حضور داشته باشد. بلکه به این معنی است که بخشی از نوسان در قیمت‌ها و مقادیر صادراتی ایران به دلیل آن است که ایران در بازارهای وارداتی اصلی (به هر دلیلی) حضور ندارد.

بررسی وضعیت صادرات محصولات منتخب کشاورزی ایران.....شیر و خامه تغلیظ نشده

جدول ۱-۱۱- جایگاه ایران در کشورهای واردکننده اصلی شیر و خامه تغلیظ شده

جایگاه قیمت صادراتی ایران		جایگاه مقدار صادرات ایران		جایگاه ارزش صادرات ایران		بزرگترین واردکنندگان
۲۰۱۸	۲۰۱۷	۲۰۱۸	۲۰۱۷	۲۰۱۸	۲۰۱۷	
*	۵	*	۲۶	*	۲۳	آلمان
*	*	*	*	*	*	بلژیک
*	*	*	*	*	*	ایتالیا
*	*	*	*	*	*	هلند
*	*	*	*	*	*	ایرلند
*	*	*	*	*	*	چین
*	*	*	*	*	*	لیتوانی
*	*	*	*	*	*	فرانسه
۱	۱	۷	۶	۷	۵	فدراسیون روسیه
*	*	*	*	*	*	لهستان

منبع: ITC, 2020 و نتایج پژوهش * جزو کشورهای هدف ایران نبوده است

۱-۱۲- بررسی جایگاه ایران در بازارهای هدف خود و تحلیل مقایسه‌ای قیمت صادراتی شیر و خامه تغلیظ نشده ایران در مقابل رقبا در این بازارها

مطابق جدول ۱-۱۲، بررسی جایگاه ایران و رقبا در سال‌های ۲۰۱۶، ۲۰۱۷ و ۲۰۱۸ در بازارها هدف اصلی ایران انجام گرفت. نتایج در سال ۲۰۱۶ نشان می‌دهد که ایران در عراق و افغانستان رتبه دوم مقادیر صادراتی را داشته و مهمترین رقبای ایران در عراق، کشورهای کویت، عربستان، ترکیه، امارات و فرانسه بوده‌اند. ایران به لحاظ قیمت صادراتی نیز حائز رتبه دوم بوده هرچند که نسبت به رقبای اصلی خود قیمت بیشتری داشته است. ایران در بازار عراق از مجموع واردات عراق در این کد تعرفه، ۳۲/۴ درصد سهم داشته و عراق نیز سهم ۷۳ درصدی در سبد صادراتی ایران در این کد تعرفه داشته است. یا به عبارت دیگر ۷۳ درصد محصول صادراتی ایران به بازار عراق تخصیص یافته است.

افغانستان دومین کشور هدف اصلی ایران بوده که همانگونه که بیان شد، ایران در افغانستان نیز حائز رتبه دوم بوده و به لحاظ قیمت صادرات نیز رتبه دوم را داشته هرچند که همچنان نسبت به رقبای اصلی خود قیمت بیشتری را در بازار افغانستان کسب کرده است. ایران ۳۸/۵ درصد بازار افغانستان را نصیب خود کرده و افغانستان در سبد صادراتی ایران در این کد تعرفه سهم حدود ۲۵ درصدی داشته است.

بررسی وضعیت صادرات محصولات منتخب کشاورزی ایران.....شیر و خامه تغلیظ نشده

جدول ۱-۱۲- جایگاه ایران در مقایسه با رقبای مهم ترین بازارهای هدف خود در سال ۲۰۱۶

بازار هدف	مقدار صادرات ایران	رتبه مقدار صادرات ایران	قیمت صادراتی ایران	رتبه قیمت صادراتی ایران	قیمت رقبا در ۵ کشور هدف ایران در سال ۲۰۱۶ (دلار/تن)	سهم ایران (درصد)	سهم از صادرات ایران (درصد)
عراق	۴۰۱۴۳	۲	۲۴۴۵	۲	کویت ۱۲۲۴ عربستان ۱۹۷۴ ترکیه ۱۲۲۱ امارات ۱۷۴۲ فرانسه ۱۸۰۷	۷۳	۳۲,۴
افغانستان	۱۳۷۰۳	۲	۲۱۴۸	۲	پاکستان ۱۴۳۳ آذربایجان ۷۵۲ هلند ۱۰۸۸ امارات ۱۹۶۴ لتونی ۵۵۶	۲۴,۹	۳۸,۵

منبع: ITC, 2020 و نتایج پژوهش

اما بررسی بازارهای هدف ایران در سال ۲۰۱۷ بیانگر آن است که ایران در عراق رتبه اول و در افغانستان و ترکمنستان رتبه دوم مقدار صادراتی را داشته است. از مهمترین رقبای ایران در بازار عراق، کشورهای امارات متحده عربی، ترکیه، آلمان و فرانسه می باشند که قیمت صادراتی ایران بعد از امارات متحده عربی از سایر رقبای بیشتر می باشد. ایران از بازار عراق سهم ۳۷ درصدی کسب کرده و این کشور سهم ۶۳ درصدی از سبد صادراتی ایران داشته است. جایگاه قیمتی ایران در دومین بازار هدف خود یعنی افغانستان از سایر رقبای بیشتر بوده و ایران در بازار افغانستان سهم ۴۴/۶ درصدی کسب کرده و این کشور از سبد صادراتی ایران سهم ۲۵ درصدی داشته است. در بازار قطر هم ایران توانسته جایگاه سوم مقدار صادراتی شیر و خامه تغلیظ نشده را کسب کند که قیمت صادراتی ایران در بازار قطر از ترکیه و اکراین بیشتر و از عربستان سعودی، بلژیک و فرانسه کمتر بوده است. مشخص است که ایران در قطر مزیت رقابتی قابل توجهی نداشته چرا که ایران تنها ۷ درصد بازار قطر را نصیب خود کرده و قطر نیز تنها ۹/۴ درصد از سبد صادرات ایران را تشکیل داده است.

بررسی وضعیت صادرات محصولات منتخب کشاورزی ایران.....شیر و خامه تغلیظ نشده

جدول ۱-۱۳- جایگاه ایران در مقایسه با رقبای مهم ترین بازارهای هدف خود در سال ۲۰۱۷

بازار هدف	مقدار صادرات ایران	رتبه مقدار صادرات ایران	قیمت صادراتی ایران	رتبه قیمت صادراتی ایران	قیمت رقبا در ۵ کشور هدف ایران در سال ۲۰۱۷ (دلار/تن)	سهم ایران (درصد)	سهم از صادرات ایران (درصد)
عراق	۵۲۰۳۷	۱	۲۳۶۴	۲	امارات ۲۳۹۲، ترکیه ۱۱۰۲، عربستان ۸۲۹، آلمان ۸۲۲، فرانسه ۲۳۴۱	۳۷	۶۳
افغانستان	۲۳۸۰۷	۲	۲۵۰۸	۲	پاکستان ۱۲۱۶، ترکیه ۵۹۰، امارات ۸۵۵، آلمان ۷۲۲، هلند ۱۹۹۴	۴۴٫۶	۲۵
قطر	۷۷۳۵	۳	۸۹۸	۱۵	ترکیه ۶۶۹، عربستان ۲۶۶۷، اوکراین ۶۷۸، بلژیک ۱۰۴۶، فرانسه ۱۹۱۰	۷	۹٫۴

منبع: ITC, 2020 و نتایج پژوهش

در نهایت در سال ۲۰۱۸ نتایج نشان می‌دهد که عراق و افغانستان بازارهای هدف اصلی ایران بوده‌اند و ایران در هر دوی این کشورها به لحاظ مقادیر صادراتی رتبه اول را داشته اما به لحاظ قیمت‌های صادراتی ایران در عراق رتبه ۵ را داشته و از بین کشورهای رقیب، ایران قیمت کمتری نسبت به کشورهای امارات و فرانسه داشته و از کویت و عربستان قیمت بیشتری در عراق داشته است. ایران در افغانستان نیز به لحاظ قیمت صادراتی رتبه دوم را داشته هرچند که نسبت به رقبای اصلی خود در بازار افغانستان قیمت بالاتری را کسب کرده است. لذا مشخص است که افغانستان در سال ۲۰۱۸ به یکی از مناسب‌ترین کشورهای هدف ایران تبدیل شده است چرا که هم به لحاظ مقداری ایران رتبه اول صادرات را در این کشور داشته و هم نسبت به رقبای اصلی خود قیمت مناسب‌تری را تجربه کرده است. ایران از بازار عراق و افغانستان به ترتیب سهم ۳۹/۳ و ۵۱/۳ درصدی کسب کرده و این کشورها به ترتیب سهم ۵۸/۳ و ۳۱ درصدی از سبد صادراتی ایران داشته‌اند.

جدول ۱-۱۴- جایگاه ایران در مقایسه با رقبای مهم ترین بازارهای هدف خود در سال ۲۰۱۸

بازار هدف	مقدار صادرات ایران-تن	رتبه مقدار صادرات ایران	قیمت صادراتی ایران	رتبه قیمت صادراتی ایران	قیمت رقبا در ۵ کشور هدف ایران در سال ۲۰۱۷ (دلار/تن)	سهم ایران (درصد)	سهم از صادرات ایران (درصد)
عراق	۵۲۵۸۰	۱	۲۱۷۵	۵	کویت ۱۲۵۹، عربستان ۵۶۰، امارات ۲۶۹۸، فرانسه ۳۵۱۹	۳۹٫۳	۵۸٫۳
افغانستان	۲۸۰۰۱	۱	۲۲۳۴	۲	پاکستان ۸۳۰، امارات ۱۵۴۲، ترکیه ۵۶۴، ازبکستان ۷۳۰، هلند ۱۶۴۱	۵۱٫۳	۳۱

منبع: ITC, 2020 و نتایج پژوهش

۱۳-۱- بررسی روند تغییر کشورهای هدف شیر و خامه تغلیظ نشده ایران و مقایسه با رقبا

همانگونه که در شکل های ۱-۱ تا ۸-۱ مشخص است، بازار صادراتی ایران در سال ۲۰۰۱ عمدتاً شامل عراق، امارات و ترکمنستان بوده است و از سال ۲۰۰۵ افغانستان نیز به یکی از کشورهای هدف اصلی تبدیل شده است. همچنین در دو دهه گذشته تعداد کشورهای هدف ایران روند افزایشی داشته است و در سال های اخیر استرالیا و کشورهای غرب آفریقا نیز به مشتریان شیر و خامه تغلیظ نشده ایران تبدیل شده اند. اما آنچه مشخص است کشورهای هدف اصلی ایران همچنان دو کشور عراق و افغانستان بوده که همانگونه که قبلاً بیان شد در سال ۲۰۱۶، ۲۰۱۷ و ۲۰۱۸ در مجموع به ترتیب ۹۷/۹، ۸۸ و ۸۹/۳ درصد صادرات ایران به این دو کشور انجام گرفته است. لذا هرچند در سال های اخیر کشورهای دیگری نیز به بازارهای هدف ایران اضافه شده اند اما سهم قابل توجهی از سبد صادراتی ایران نداشته اند. بنابراین می توان چنین بیان نمود که بازار صادراتی ایران در این کد تعرفه بویژه در سال های اخیر فاقد تنوع بوده و هرچند مبادلات مالی با این عراق و افغانستان بویژه در شرایط تشدید تحریم ها همچنان ساده تر است اما عدم تنوع در بازارهای صادراتی و وجود شرایط بی ثبات در این دو کشور، ریسک صادراتی قابل توجهی را به صادرکنندگان ایرانی می تواند تحمیل نماید.



شکل ۱-۱- نقشه کشورهای هدف ایران در سال ۲۰۰۱ (منبع: ITC, 2020)

بررسی وضعیت صادرات محصولات منتخب کشاورزی ایران.....شیر و خامه تغلیظ نشده

List of importing markets for a product exported by Iran, Islamic Republic of in 2005

Product : 0401 Milk and cream, not concentrated nor containing added sugar or other sweetening matter



شکل ۱-۲- نقشه کشورهای هدف ایران در سال ۲۰۰۵ (منبع: ITC, 2020)

List of importing markets for a product exported by Iran, Islamic Republic of in 2010

Product : 0401 Milk and cream, not concentrated nor containing added sugar or other sweetening matter



شکل ۱-۳- نقشه کشورهای هدف ایران در سال ۲۰۱۰ (منبع: ITC, 2020)

بررسی وضعیت صادرات محصولات منتخب کشاورزی ایران.....شیر و خامه تغلیظ نشده

List of importing markets for a product exported by Iran, Islamic Republic of in 2012
Product : 0401 Milk and cream, not concentrated nor containing added sugar or other sweetening matter



شکل ۱-۴- نقشه کشورهای هدف ایران در سال ۲۰۱۲ (منبع: ITC, 2020)

List of importing markets for a product exported by Iran, Islamic Republic of in 2014
Product : 0401 Milk and cream, not concentrated nor containing added sugar or other sweetening matter



شکل ۱-۵- نقشه کشورهای هدف ایران در سال ۲۰۱۴ (منبع: ITC, 2020)

بررسی وضعیت صادرات محصولات منتخب کشاورزی ایران.....شیر و خامه تغلیظ نشده

List of importing markets for a product exported by Iran, Islamic Republic of in 2016

Product : 0401 Milk and cream, not concentrated nor containing added sugar or other sweetening matter



شکل ۱-۶- نقشه کشورهای هدف ایران در سال ۲۰۱۶ (منبع: ITC, 2020)

List of importing markets for a product exported by Iran, Islamic Republic of in 2017

Product : 0401 Milk and cream, not concentrated nor containing added sugar or other sweetening matter



شکل ۱-۷- نقشه کشورهای هدف ایران در سال ۲۰۱۷ (منبع: ITC, 2020)

بررسی وضعیت صادرات محصولات منتخب کشاورزی ایران..... شیر و خامه تغلیظ نشده

List of importing markets for a product exported by Iran, Islamic Republic of in 2018
Product : 0401 Milk and cream, not concentrated nor containing added sugar or other sweetening matter



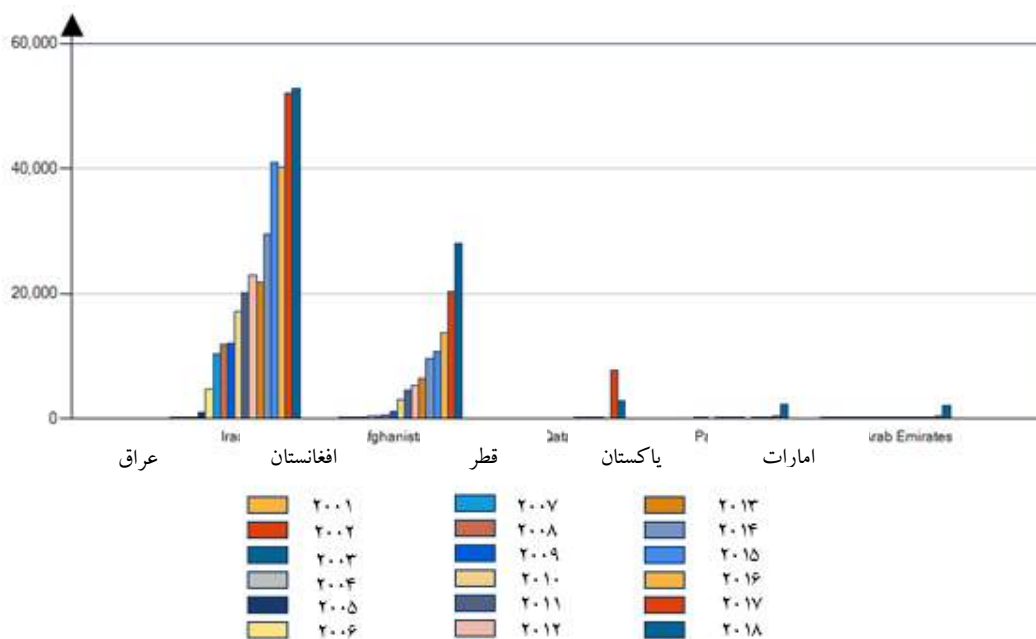
شکل ۱-۸- نقشه کشورهای هدف صادراتی ایران در سال ۲۰۱۸ (منبع: ITC, 2020)

۱۴-۱- بررسی روند کلی تغییر سهم کشورهای هدف صادراتی شیر و خامه تغلیظ نشده ایران

باتوجه به نمودار ۱-۱۲، مشخص است که عراق به عنوان بزرگترین بازار هدف شیر و خامه تغلیظ نشده ایران همواره مطرح بوده است و صادرات به این کشور با روندی صعودی همراه بوده است. بطوریکه در سال ۲۰۱۸ نزدیک به ۶۰ درصد شیر و خامه تغلیظ نشده ایران به عراق صادر شده است. سهم بسیار بالای صادرات در یک هدف، می تواند ریسک قابل توجهی برای صادرات کشور به همراه داشته باشد و در صورت گرایش عراق به تأمین محصول از کشوری دیگر، مشکلات زیادی برای یافتن بازار جدید برای ایران به دنبال خواهد داشت. همچنین روند صادرات ایران به افغانستان نیز صعودی بوده و در سال ۲۰۱۸ حدود ۳۱ درصد از صادرات این محصول در افغانستان تحقق یافته است. لذا مشخص است که بیش از ۹۰ درصد سبد صادراتی ایران در همین دو کشور عرضه شده و سایر کشورها از سبد صادراتی ایران سهم قابل توجهی نداشته اند.

بررسی وضعیت صادرات محصولات منتخب کشاورزی ایران..... شیر و خامه تغلیظ نشده

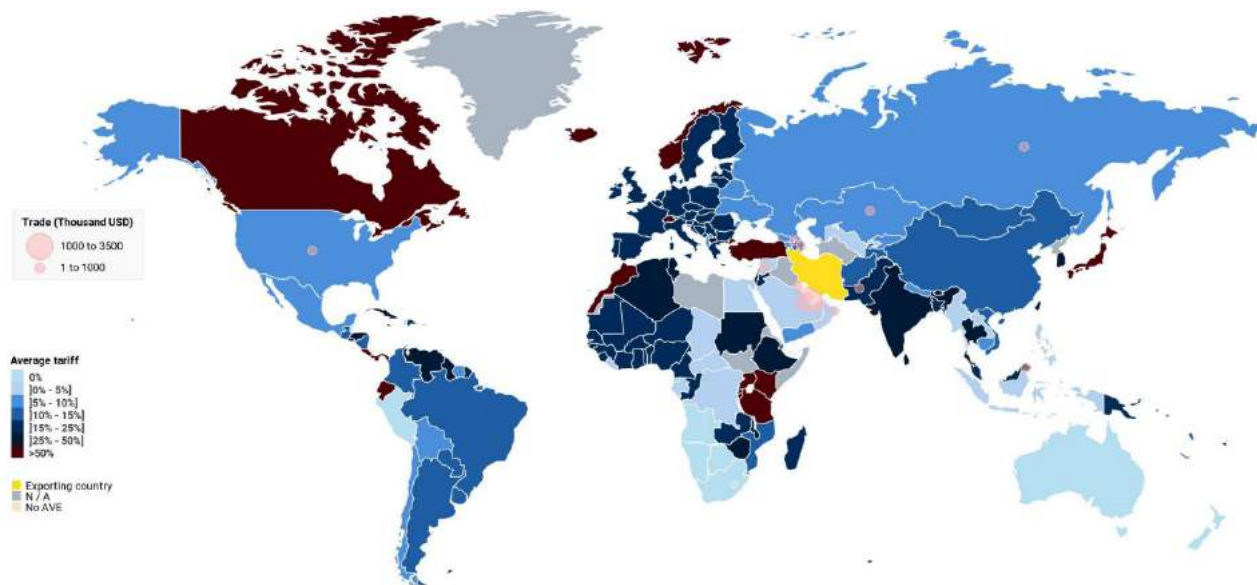
۳



نمودار ۱-۱۲- تداوم بازار شیر و خامه تغلیظ نشده صادراتی در کشورهای هدف ایران (منبع: ITC, 2020)

۱-۱۵- نقشه تعرفه وارداتی در کشورهای هدف ایران

بررسی نقشه‌های تعرفه وارداتی در شکل ۱-۹ نشان می‌دهد که افغانستان تعرفه مؤثر ۱۲ درصدی به صادرات ایران وضع نموده و پاکستان تا ۲۰ درصد تعرفه بر واردات از ایران وضع کرده است. قزاقستان و روسیه ۹/۷ درصد، قطر و عمان نیز تعرفه ۵ درصدی برای واردات از ایران تعیین نمودند. در روسیه تعرفه برای واردات از ایران کمتر از صادرکنندگان بزرگ بوده، بطوریکه آلمان و فرانسه به روسیه با تعرفه مؤثر ۱۲/۹۳ درصد مجاز به صادرات می‌باشند. اما نباید نادیده گرفت که بزرگترین صادرکننده به روسیه بلاروس بوده که از تعرفه وارداتی صفر در روسیه برخوردار است.



شکل ۱-۹- تعرفه کشورهای هدف در صادرات شیر و خامه تغلیظ نشده و بدون شکر ایران (منبع: ITC, 2020)

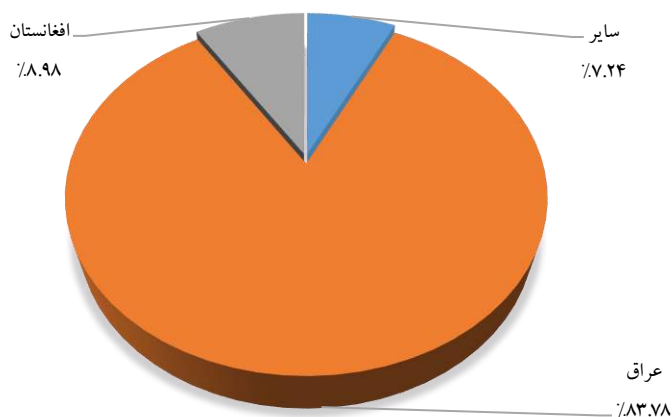
۱-۱۶- بررسی زیرکدهای تعرفه شیر و خامه تغلیظ نشده و بدون شکر و شیرین کننده

در این بخش از مطالعه به دلیل اینکه قیمت‌های صادراتی کشورهای مختلف تفاوت قابل توجهی باهم داشتند، تلاش شد تا در زیرکدهای تعرفه بطور جداگانه قیمت و مقدار صادرات ایران در مقایسه با رقبا در هر کشور هدف بررسی شود. به این ترتیب کالاهای همگن‌تری باهم مقایسه خواهند شد که انتظار می‌رود بویژه مقایسه قیمتی بین کشورهای صادرکننده را بطور مناسب‌تری ممکن سازد.

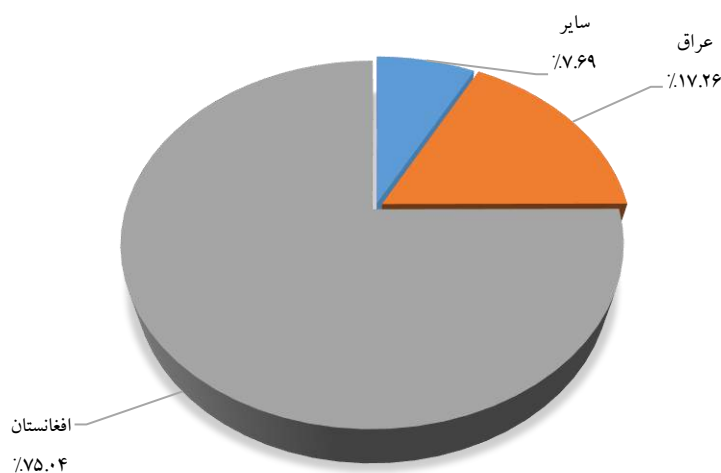
۱-۱۶-۱- شیر و خامه با در صد چربی کمتر و مساوی یک در صد، تغلیظ نشده و بدون شکر و شیرین کننده (کد تعرفه ۰۴۰۱۱۰)

در مورد کد تعرفه ۰۴۰۱۱۰ همانگونه که در شکل‌های ۱-۱۰ و ۱-۱۱ ملاحظه می‌شود در سال ۲۰۱۷، حدود ۹۳ درصد ارزش صادراتی این محصول به دو کشور افغانستان و عراق صادر می‌شود. در سال ۲۰۱۸ نیز با یک تغییر در سهم کشورهای عراق و افغانستان، مجدداً بیش از ۹۲ درصد ارزش صادراتی ایران به مقصد این دو کشور بوده است. لذا در ادامه وضعیت قیمت و مقدار صادراتی ایران در مقایسه با رقبا در این دو کشور هدف بررسی خواهد شد.

بررسی وضعیت صادرات محصولات منتخب کشاورزی ایران.....شیر و خامه تغلیظ نشده



شکل ۱-۱-۱۰- ترکیب کشورهای هدف اصلی ایران در سال ۲۰۱۷ (منبع: ITC, 2020 و یافته‌های پژوهش)

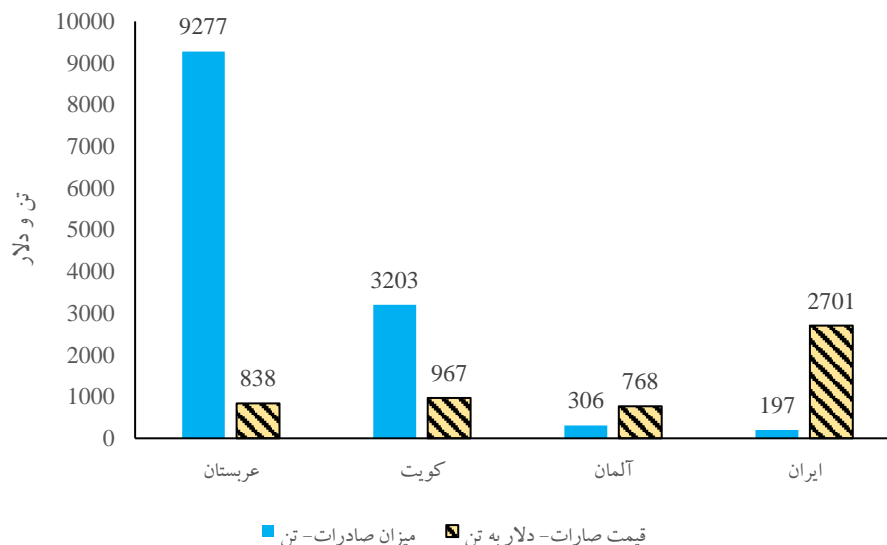


شکل ۱-۱-۱۱- ترکیب کشورهای هدف اصلی ایران در سال ۲۰۱۸ (منبع: ITC, 2020 و یافته‌های پژوهش)

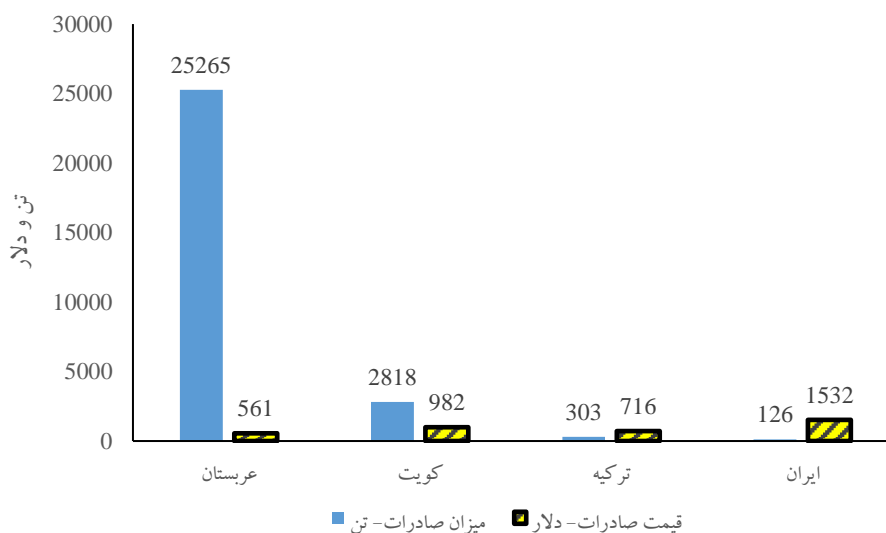
۱-۱-۱۶-۱- کشور هدف؛ عراق

در عراق در سال ۲۰۱۷ مشخص است که ایران در کد تعرفه ۰۴۰۱۱۰ به لحاظ میزان صادرات حائز رتبه چهارم بوده و عربستان بیشترین صادرات را به عراق داشته است. این در حالی است که قیمت صادراتی ایران در عراق نسبت به رقبای خود بیشتر بوده اما با توجه به سهم صادراتی پایین ایران در عراق در این کد تعرفه، نمی‌توان این قیمت بالا برای ایران را مزیت قیمتی در عراق تلقی نمود و شاید برعکس به عنوان مانعی در بهبود سهم ایران در عراق به شمار رود. در واقع این قیمت بالا با حضور کشورهای رقیبی چون عربستان که قیمت‌های پایین‌تری نسبت به ایران در بازار عراق دارد، می‌تواند ضعف تلقی شده و بازار را بیش از پیش از دسترس ایران خارج نماید. چراکه در سال ۲۰۱۸ مشخص است، ایران همین مقدار صادراتی را در عراق نتوانسته حفظ کند و هم مقدار صادراتی و هم قیمت صادراتی ایران در عراق در سال ۲۰۱۸ کاهش یافته است و عربستان با کاهش قیمت صادراتی خود در سال ۲۰۱۸، سهم مطلوب‌تری کسب کرده و نسبت به سال ۲۰۱۷، حدود سه برابر صادرات به عراق داشته است. بیشترین کاهش قیمت در بین رقبای عراق و در سال ۲۰۱۸ مربوط به ایران بوده است.

بررسی وضعیت صادرات محصولات منتخب کشاورزی ایران.....شیر و خامه تغلیظ نشده



نمودار ۱-۱۳- وضعیت قیمت و مقدار صادرات ایران در عراق نسبت به رقبا در سال ۲۰۱۷ (منبع: ITC, 2020)



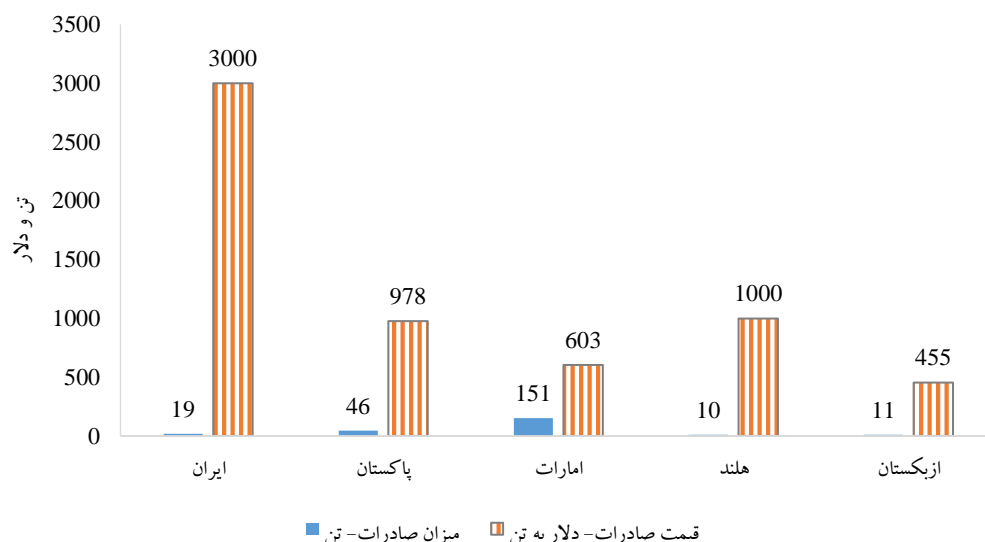
نمودار ۱-۱۴- وضعیت قیمت و مقدار صادرات ایران در عراق نسبت به رقبا در سال ۲۰۱۸ (منبع: ITC, 2020)

۱-۱۶-۲- کشور هدف؛ افغانستان

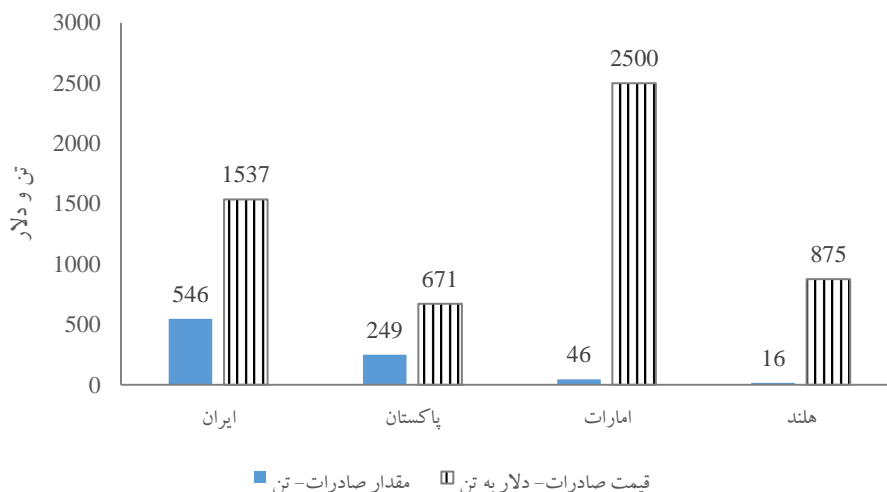
در افغانستان نیز در مورد کد تعرفه ۰۴۰۱۱۰ بطور کلی واردات در سال ۲۰۱۷ قابل توجه نبوده اما در همین سال ایران تنها ۱۹ تن صادرات به افغانستان داشته و از این حیث در جایگاه سوم قرار دارد. قیمت صادراتی ایران در این سال بیشتر از رقبا بوده است. در این سال همانگونه که پیش تر بیان شد، تنها حدود ۹ درصد سبد ارزش صادراتی ایران مربوط به کشور هدف افغانستان در سال ۲۰۱۷ بوده است. این در حالی است که ایران در سال ۲۰۱۸ قیمت‌های پایین تری در افغانستان داشته بطوریکه این قیمت حدود نصف شده اما میزان صادرات ایران در همین سال به افغانستان رتبه اول بین رقبا کسب کرده و حدود ۲۹ برابر سال قبل رسیده است. همانگونه

بررسی وضعیت صادرات محصولات منتخب کشاورزی ایران.....شیر و خامه تغلیظ نشده

که پیش تر هم بیان شد، افغانستان در این سال بیش از ۷۵ درصد سبد صادراتی ایران را در این کد تعرفه به خود اختصاص داده و به مهمترین کشور هدف ایران تبدیل شد. لذا در این قسمت کاهش قیمت های صادراتی ایران از آنجا که با افزایش سهم صادراتی در افغانستان همراه بوده نمی تواند نامناسب ارزیابی شود. همانگونه که ملاحظه می شود، مقدار صادراتی امارات با افزایش قیمت های صادراتی خود در سال ۲۰۱۸، به یک سوم سال قبل تنزل یافته است.



نمودار ۱-۱۵- وضعیت قیمت و مقدار صادرات ایران در افغانستان نسبت به رقبای سال ۲۰۱۷ (منبع: ITC, 2020)

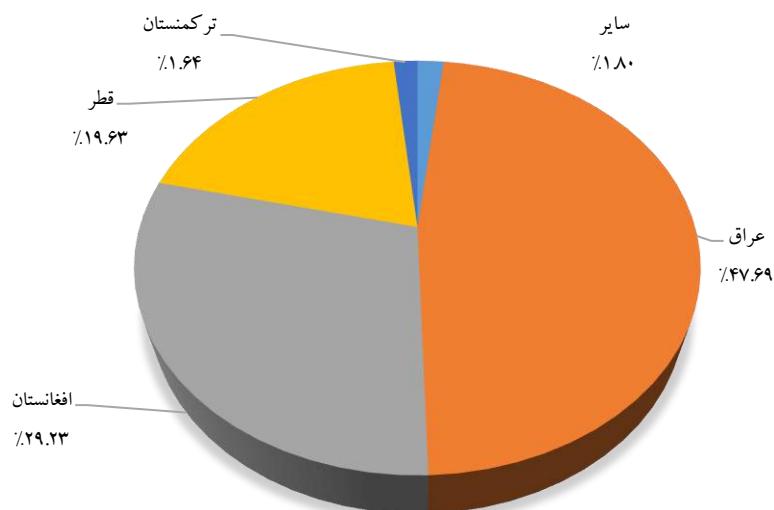


نمودار ۱-۱۶- وضعیت قیمت و مقدار صادرات ایران در افغانستان نسبت به رقبای سال ۲۰۱۸ (منبع: ITC, 2020)

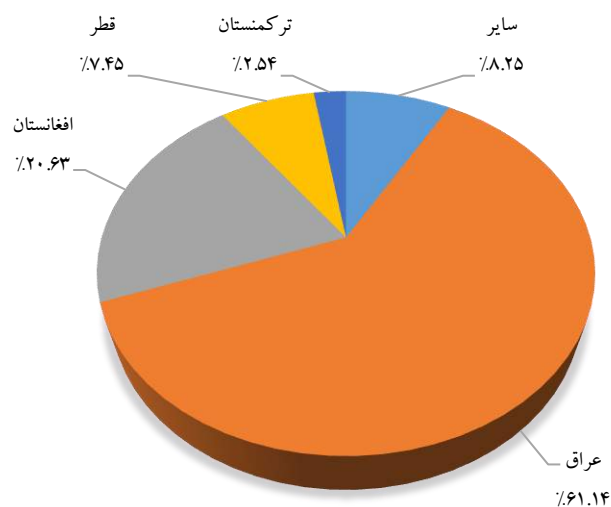
۱-۱۶-۲- شیر و خامه با درصد چربی بین یک تا شش درصد، تغلیظ نشده و بدون شکر و شیرین کننده (کد تعرفه ۰۴۰۱۲۰)

در مورد کد تعرفه ۰۴۰۱۲۰ نیز همانطور که ملاحظه می شود در سال ۲۰۱۷، بیش از ۹۸ درصد ارزش صادراتی این محصول به کشورهای عراق، افغانستان، قطر و ترکمنستان صادر می شود. در سال ۲۰۱۸ مجموعاً این کشورها حدود ۹۲ درصد سبد صادرات

بررسی وضعیت صادرات محصولات منتخب کشاورزی ایران.....شیر و خامه تغلیظ نشده
 ایران را در این کد تعرفه به خود اختصاص داده‌اند. لذا در ادامه وضعیت قیمت و مقدار صادراتی ایران در مقایسه با رقبای در این
 کشورها هدف بررسی خواهد شد.



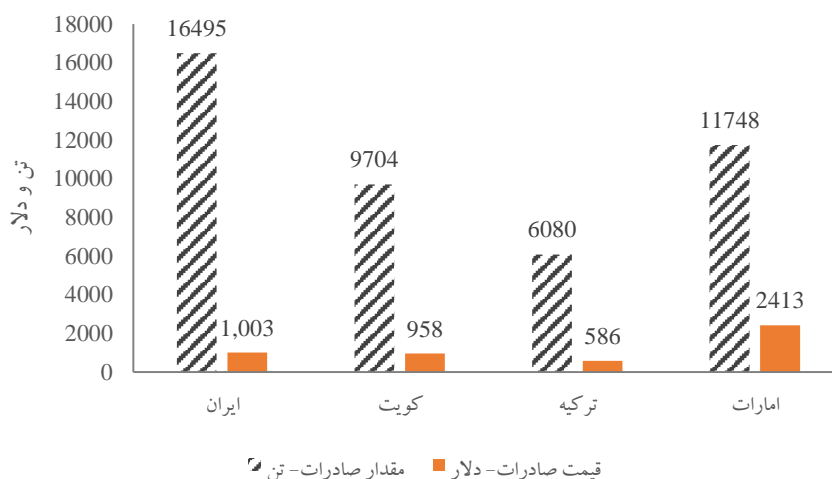
شکل ۱-۱۲- ترکیب کشورهای هدف اصلی ایران در سال ۲۰۱۷ (منبع: ITC, 2020 و یافته‌های پژوهش)



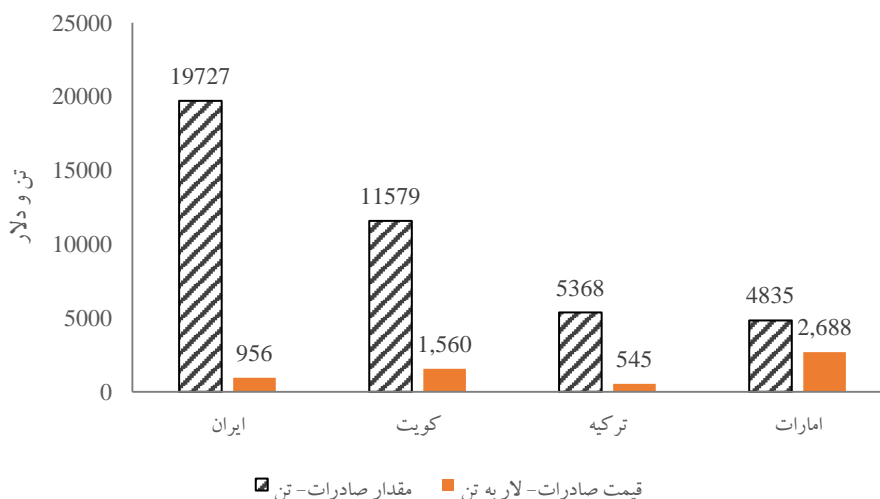
شکل ۱-۱۳- ترکیب کشورهای هدف اصلی ایران در سال ۲۰۱۸ (منبع: ITC, 2020 و یافته‌های پژوهش)

۱-۱۶-۲-۱- کشور هدف؛ عراق

همانگونه که ملاحظه می‌شود، در عراق، بیشترین صادرات در مقایسه با رقبا مربوط به ایران بوده و از طرفی قیمت صادراتی ایران نیز نزدیک کویت و کمتر از امارات است. این در حالی است که ایران با کاهش قیمت‌های صادراتی خود در سال ۲۰۱۸، به سهم صادرات بیشتری در عراق رسیده است. بطوریکه در سال ۲۰۱۸ قیمت صادراتی ایران تنها از ترکیه بیشتر بوده و از سایر کشورها کمتر است. هرچند صادرات ترکیه در سال ۲۰۱۸ حتی نسبت به سال ۲۰۱۷ کمتر شده اما در هر صورت باتوجه به قیمت ارزان‌تر ترکیه و حضور همیشگی تجار ترک در عراق، لازم است صادرکننده ایرانی به شرایط بازار، نوع و کیفیت محصول صادراتی در مقایسه با ترکیه توجه نماید. از طرفی کویت علیرغم افزایش قیمت‌های صادراتی، همزمان به مقادیر صادراتی بیشتری نیز رسیده که لازم است صادرکننده ایرانی به رفتار صادراتی این رقیب خود در عراق نیز توجه داشته باشد.



نمودار ۱-۱۷- وضعیت قیمت و مقدار صادرات ایران در عراق نسبت به رقبا در سال ۲۰۱۷ (منبع: ITC, 2020)

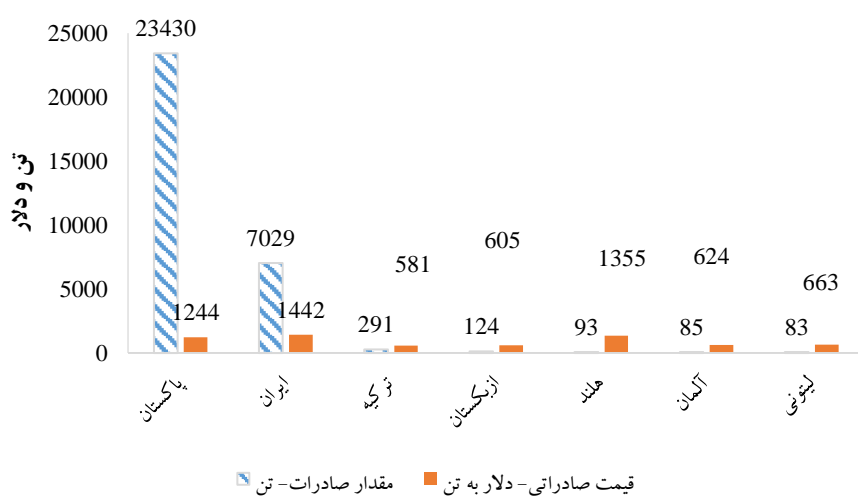


نمودار ۱-۱۸- وضعیت قیمت و مقدار صادرات ایران در عراق نسبت به رقبا در سال ۲۰۱۸ (منبع: ITC, 2020)

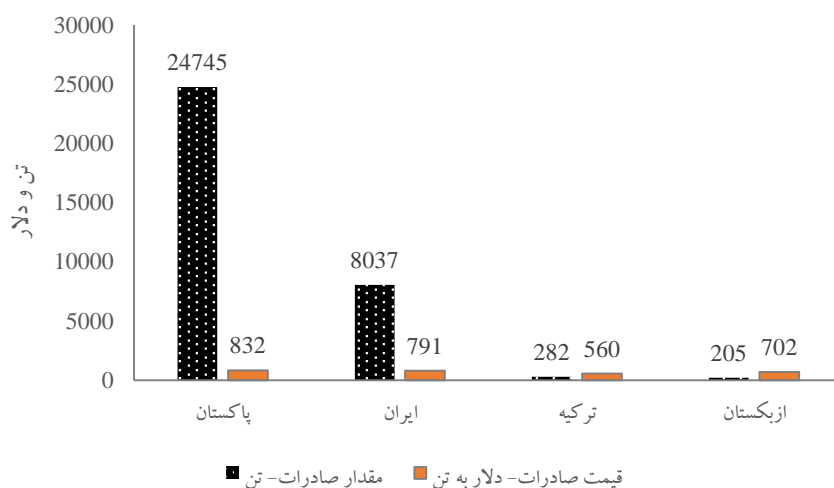
۱-۱۶-۲-۲- کشور هدف؛ افغانستان

بررسی وضعیت صادرات محصولات منتخب کشاورزی ایران.....شیر و خامه تغلیظ نشده

اما در افغانستان ملاحظه می‌شود که در سال ۲۰۱۷ ایران به لحاظ مقادیر صادراتی در جایگاه دوم بعد از پاکستان بوده هر چند به لحاظ قیمتی بیشترین قیمت را در بین رقبای داشته است. در حالی که مشخص است، ایران و پاکستان در سال ۲۰۱۸ وارد رقابت قیمتی شده و قیمت‌های صادراتی این دو کشور در سال ۲۰۱۸ کاهش یافته و مقادیر صادراتی هر دو کشور افزایش یافته است. مشخص است که ایران با کاهش ۴۵ درصدی قیمت صادراتی خود با رشد ۱۴ درصدی مقادیر صادراتی رسیده و پاکستان با کاهش ۳۳ درصدی قیمت‌های صادراتی، به رشد کمتر از ۶ درصد در مقادیر صادراتی رسیده است. لذا مشخص است که کاهش قیمت‌های صادراتی ایران در بازار افغانستان نیز نمی‌تواند نامطلوب باشد و به نوعی قدرت رقابتی ایران را در مقابل رقبای خود بهبود بخشیده است.



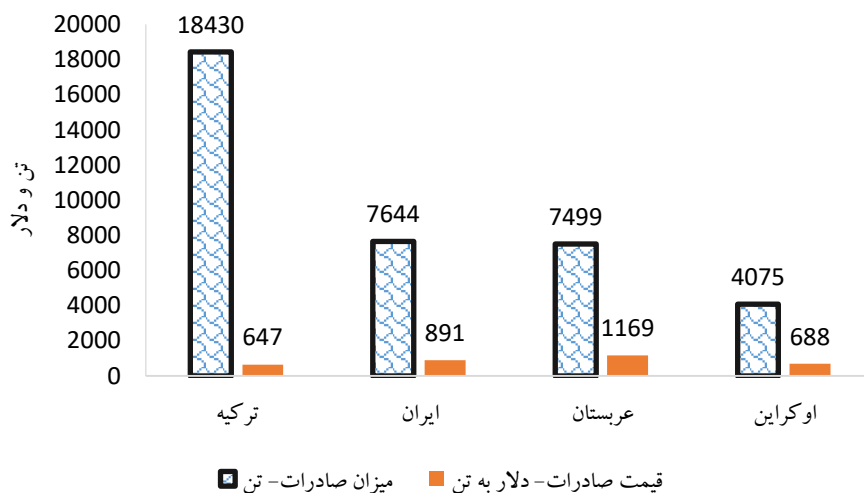
نمودار ۱-۱۹- وضعیت قیمت و مقدار صادرات ایران در افغانستان نسبت به رقبای در سال ۲۰۱۷ (منبع: ITC, 2020)



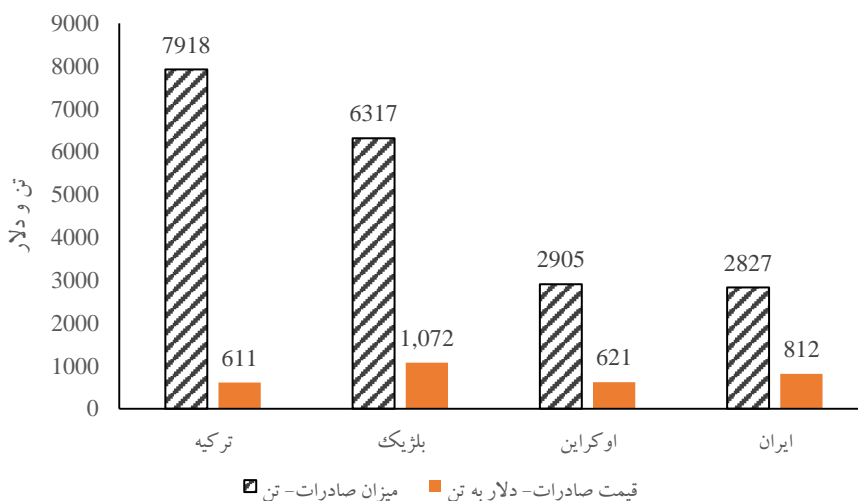
نمودار ۱-۲۰- وضعیت قیمت و مقدار صادرات ایران در افغانستان نسبت به رقبای در سال ۲۰۱۸ (منبع: ITC, 2020)

۱-۱۶-۲-۳- کشور هدف؛ قطر

در مورد بازار قطر نیز همانگونه که از نمودارهای ۱-۲۱ و ۱-۲۲ مشخص است، در سال ۲۰۱۷ ایران در جایگاه دوم به لحاظ میزان صادرات در این کشور بوده و ترکیه با قیمت‌های کمتر از ایران رتبه اول صادرات به قطر را نصیب خود نموده است. در سال ۲۰۱۸ هرچند قیمت‌های صادراتی ایران کاهش یافته اما مقادیر صادراتی ایران نیز با روند نزولی همراه بوده، بطوریکه ایران در جایگاه چهارم صادراتی در قطر قرار گرفته است. البته در کشورهای عربی نظیر قطر و عربستان با توجه به تنش‌های سیاسی ایجاد شده در ادوار مختلف، نمی‌توان استراتژی تغییر قیمتی را برای نفوذ به بازار آنچنان مورد توجه قرار داد. بطور کلی در سال ۲۰۱۸ واردات قطر از این کد تعرفه نیز ۳۱ درصد نسبت به سال ۲۰۱۷ کاهش یافته و لذا مقادیر صادراتی تمام کشورهای رقیب نیز کاهش یافت. اما ملاحظه می‌شود که بیشترین درصد افت مقادیر صادراتی مربوط به ایران بوده است.



نمودار ۱-۲۱- وضعیت قیمت و مقدار صادرات ایران در قطر نسبت به رقبای سال ۲۰۱۷ (منبع: ITC, 2020)

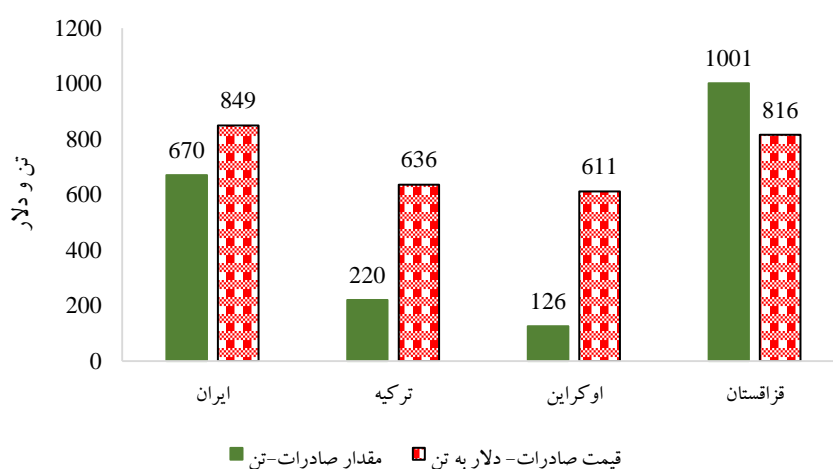


نمودار ۱-۲۲- وضعیت قیمت و مقدار صادرات ایران در قطر نسبت به رقبای سال ۲۰۱۸ (منبع: ITC, 2020)

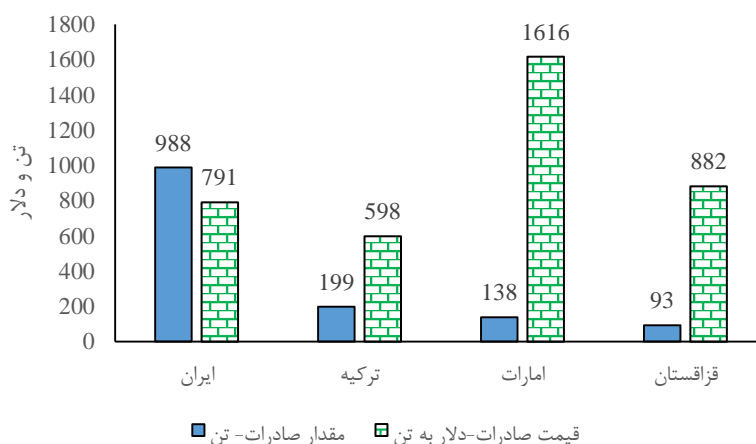
۱-۱۶-۲-۴- کشور هدف؛ ترکمنستان

بررسی وضعیت صادرات محصولات منتخب کشاورزی ایران.....شیر و خامه تغلیظ نشده

در ترکمنستان نیز در این کد تعرفه ایران بعد از قزاقستان در جایگاه دوم به لحاظ مقادیر صادراتی قرار داشته و این در حالی است که قیمت صادراتی قزاقستان نیز بیشتر از ایران بوده است. اما همین قیمت‌های صادراتی بالای قزاقستان در سال ۲۰۱۸ در نهایت با کاهش قیمت‌های ایران همراه شده و ایران سهم اصلی در بازار ترکمنستان را نصیب خود کرده است. لذا در این کد تعرفه نیز کاهش قیمت‌های صادراتی ایران را نمی‌توان ضعف صادرکننده ایرانی دانست چرا که در نهایت به رشد صادرات ایران در بازار هدف منجر شده است. ضمن اینکه همچنان در این سال قیمت‌های صادراتی ایران از کشور ترکیه بیشتر می‌باشد. هرچند وقتی در بازار ترکمنستان، کشور قزاقستان با قیمت‌های بالای خود از کشور اول صادرکننده به کشور چهارم مبدل می‌شود، لازم است مراقب افزایش قیمت صادرات خود و کاهش قیمت صادرات رقبای مانند ترکیه در این بازار بیش از پیش بود.



نمودار ۱-۲۳- وضعیت قیمت و مقدار صادرات ایران در ترکمنستان نسبت به رقبا در سال ۲۰۱۷
(منبع: ITC, 2020)

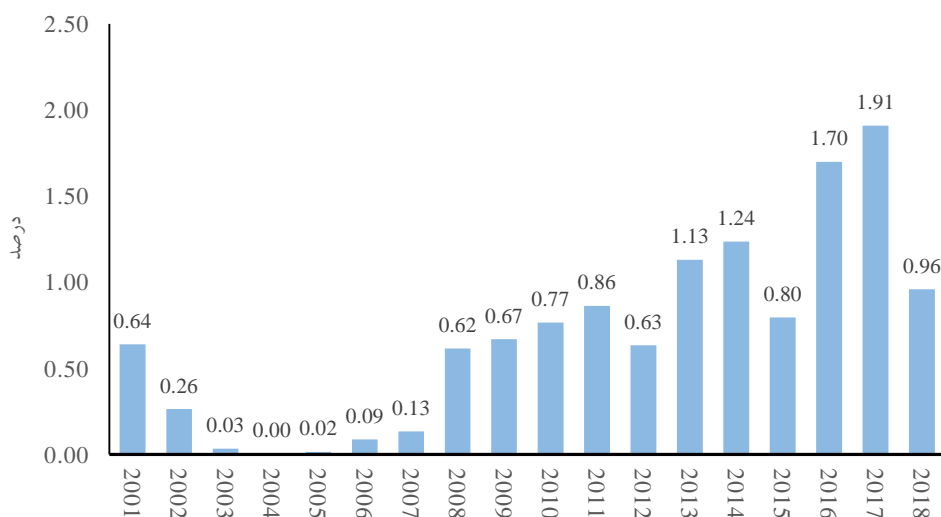


نمودار ۱-۲۴- وضعیت قیمت و مقدار صادرات ایران در ترکمنستان نسبت به رقبا در سال ۲۰۱۸
(منبع: ITC, 2020)

۲- شیر و خامه تغلیظ شده

۲-۱- بررسی سهم شیر و خامه تغلیظ شده و شیرین شده با شکر یا سایر افزودنی‌ها

در مورد کد تعرفه ۰۴۰۲ مربوط به شیر و خامه تغلیظ شده، با توجه به نمودار ۲-۱، مشخص است که سهم آن از سبد صادراتی بخش کشاورزی هرچند بطور کلی روندی صعودی را طی کرده اما این سهم با نوسان متعددی همراه بوده است و برخلاف کد تعرفه ۰۴۰۱، روند صعودی مشخصی را طی نکرده است. سهم از صادرات بخش کشاورزی در مورد این کد در سال ۲۰۱۷ به بالاترین مقدار خود یعنی ۱/۹۱ درصد رسیده و پس از آن مجدداً در سال ۲۰۱۸ افت قابل توجهی داشته و به ۰/۹۶ درصد تنزل یافته است.



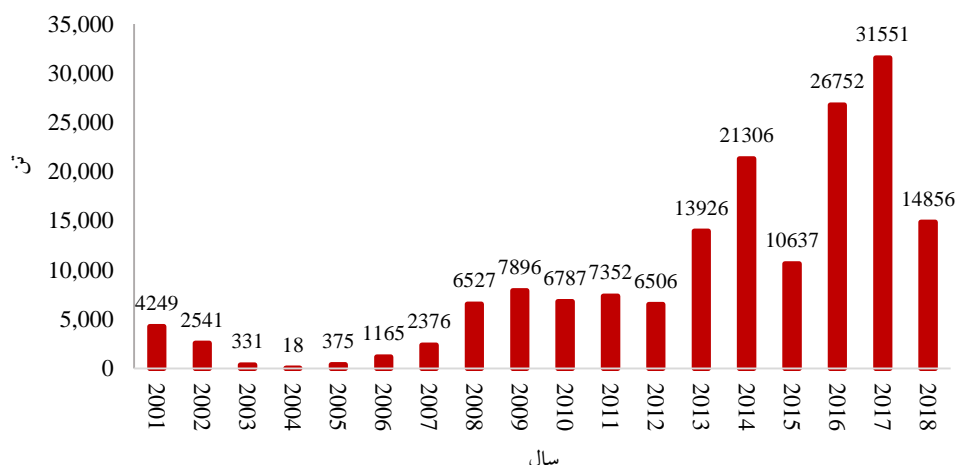
نمودار ۲-۱- روند سهم صادرات شیر و خامه تغلیظ شده از سبد صادرات کشاورزی ایران

(منبع: ITC, 2020 و یافته‌های پژوهش)

۲-۲- بررسی روند مقدار، ارزش و قیمت صادراتی شیر و خامه تغلیظ شده

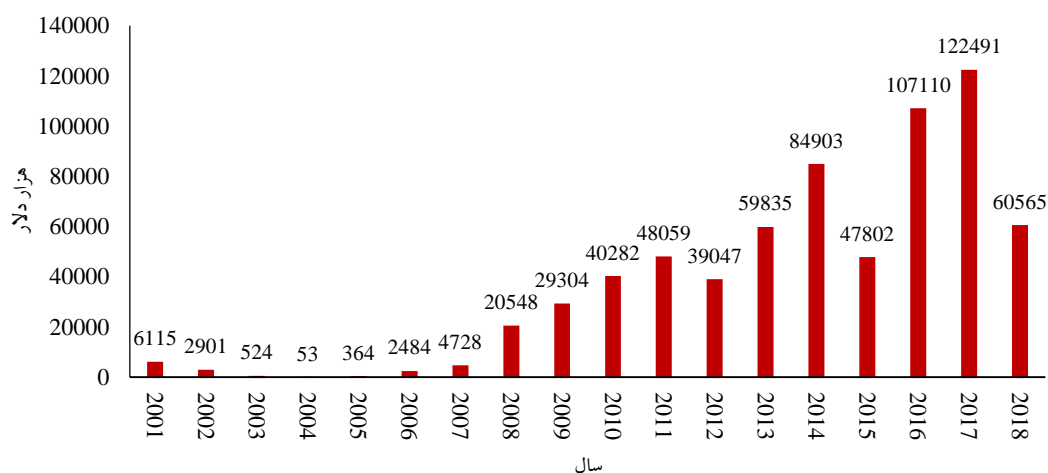
بررسی روند میزان تولید شیر به عنوان ماده اولیه تولید شیر و خامه تغلیظ شده در ایران پیش از این در بخش کد تعرفه ۰۴۰۱ پرداخته شده است. اما بررسی روند مقدار صادرات ایران در مورد کد تعرفه ۰۴۰۲ طی سال‌های ۲۰۰۱ تا ۲۰۱۸ نیز نشان می‌دهد که روند کلی صادرات ایران در مورد شیر و خامه تغلیظ شده صعودی بوده و همانگونه که در مورد سهم آن از صادرات بخش کشاورزی نیز مشخص بود، در سال ۲۰۱۷ به بیشترین مقدار خود یعنی ۳۱/۵ هزار تن افزایش یافت و مجدداً در سال ۲۰۱۸ با ۵۲ درصد کاهش با ۱۴/۸ هزار تن تنزل یافت.

بررسی وضعیت صادرات محصولات منتخب کشاورزی ایران.....شیر و خامه تغلیظ شده



نمودار ۲-۲- روند مقدار صادرات شیر و خامه تغلیظ شده ایران (منبع: ITC, 2020)

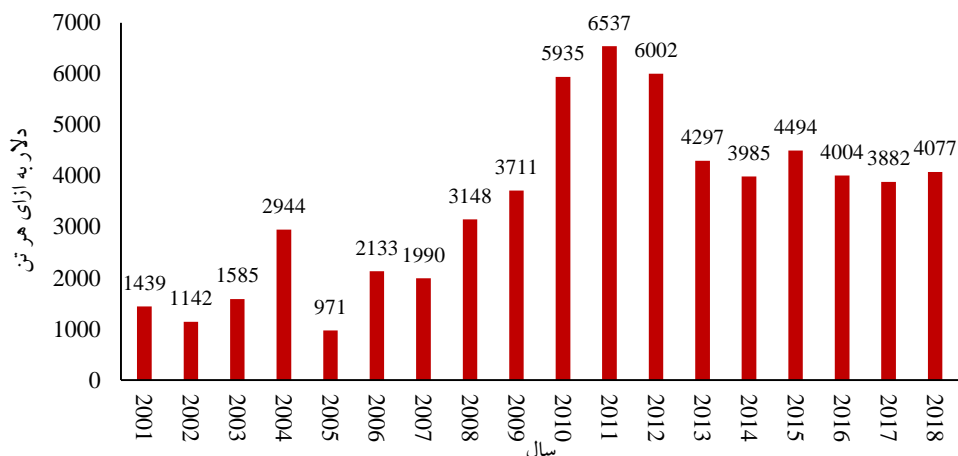
در مورد ارزش صادرات شیر و خامه تغلیظ شده نیز مطابق نمودار ۲-۳ مشخص است که روند کلی مقدار صادراتی در مورد ارزش صادراتی نیز برقرار بوده و لذا قیمت‌های صادراتی نتوانسته‌اند روند ارزش صادراتی را متفاوت با مقادیر صادراتی نموده و همچنان روند ارزش صادراتی نیز نوسانی بوده و پس از یک رشد همراه با نوسان تا سال ۲۰۱۷ به ۱۲۲/۵ هزار دلار رسیده و پس از آن با افت حدود ۵۱ درصدی به ۶۰/۶ هزار دلار کاهش یافته و لذا قیمت‌های صادراتی نتوانسته‌اند بخشی از افت صادرات را در سال ۲۰۱۸ جبران نمایند.



نمودار ۳-۲- روند ارزش صادرات شیر و خامه تغلیظ شده ایران (منبع: ITC, 2020)

روند قیمت‌های صادراتی نیز چنانچه مورد توجه قرار گیرد، مشخص خواهد شد که این قیمت‌ها با یک روند نوسانی تا سال ۲۰۱۱ رشد داشته و پس از این سال بازهم با یک روند نوسانی کاهش یافته است. بطوریکه در سال ۲۰۱۱ قیمت هر تن از این کد تعرفه ۶/۵ هزار دلار بوده که در سال ۲۰۱۸ این قیمت با افت حدود ۳۸ درصدی به ۴/۰۸ هزار دلار کاهش یافته است.

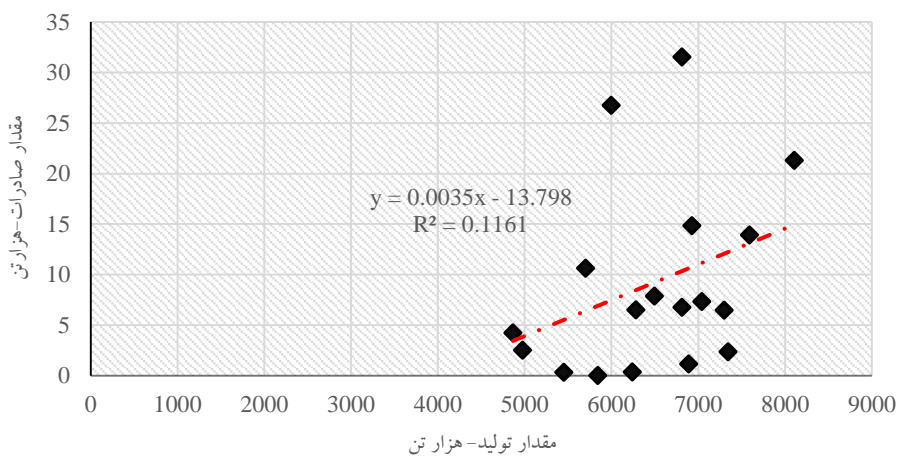
بررسی وضعیت صادرات محصولات منتخب کشاورزی ایران.....شیر و خامه تغلیظ شده



نمودار ۲-۴- روند قیمت صادرات خامه تغلیظ شده ایران (منبع: ITC, 2020)

۲-۳- ارتباط بین مقدار صادرات شیر و خامه تغلیظ شده و مقدار تولید شیر

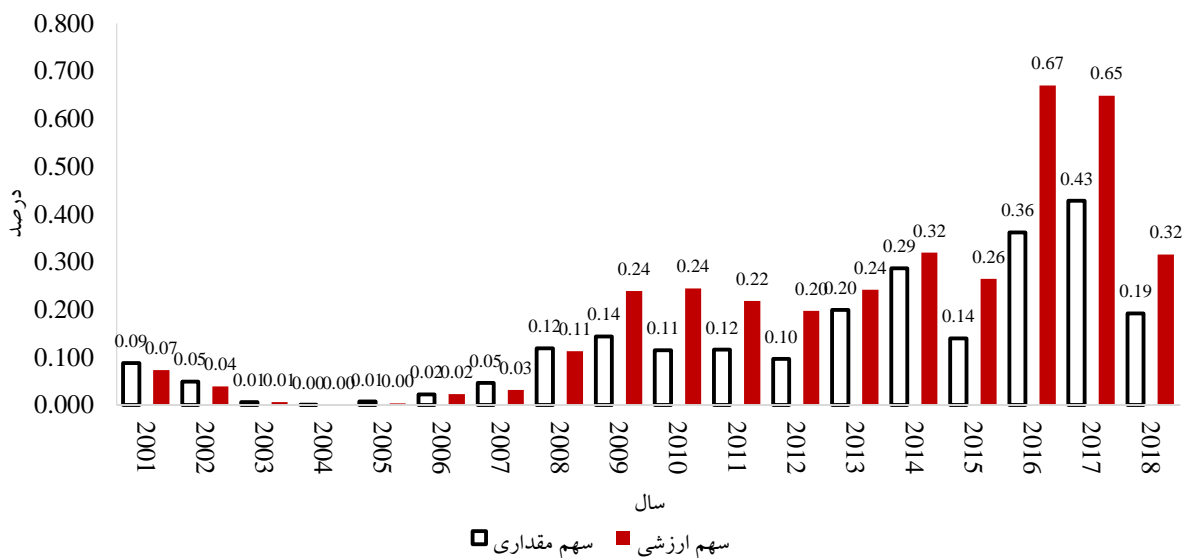
در نمودار ۲-۵ مشخص است که بین مقدار صادرات و مقدار تولید شیر یک ارتباط مثبت ضعیفی برقرار بوده و در واقع نمی توان گفت که ارتباط قابل توجهی بین این دو شاخص وجود داشته است.



نمودار ۲-۵- ارتباط مقادیر تولید شیر و صادرات شیر و خامه تغلیظ شده ایران

۲-۴- مقایسه سهم تولید و صادرات شیر و خامه تغلیظ شده ایران

بررسی روند سهم مقداری و ارزشی صادرات شیر و خامه تغلیظ شده ایران در بازارهای جهانی نشان می‌دهد که هر دو سهم هرچند روند کلی صعودی داشته‌اند اما این روند با نوسانات قابل توجهی همراه بوده و سهم مقدار صادرات ایران از حدود ۰/۰۹ درصد به ۰/۱۹ درصد در سال ۲۰۱۸ و سهم ارزش صادراتی نیز از مقدار حدود ۰/۰۷ درصد، به ۰/۳۲ درصد در سال ۲۰۱۸ رسیده است.



نمودار ۲-۶- روند سهم مقدار و ارزش صادرات شیر و خامه تغلیظ شده ایران در جهان
(منبع: ITC, 2020)

۲-۵- بررسی وضعیت صادرکنندگان بزرگ شیر و خامه تغلیظ شده و جایگاه ایران

در جدول ۲-۱ مقدار صادراتی ۱۰ کشور اول در کنار ایران مورد بررسی قرار گرفت. نتایج بیانگر آن است که که بزرگترین صادرکننده به لحاظ مقداری، نیوزلند و پس از آن آمریکا و آلمان بوده‌اند. مشخص است که آمریکا با روند رو به رشدی بیش از سایر کشورها، در حالیکه در سال ۲۰۰۱ هفتمین کشور صادرکننده بوده در سال ۲۰۱۸ به دومین صادرکننده تبدیل شده است. برآورد ضریب نوسان نشان می‌دهد که ایران در مقایسه با کشورهای بزرگ صادرکننده، نوسان مقدار صادراتی بیشتری در بازارهای جهانی داشته و در بین کشورهای بزرگ صادرکننده هم امارات و عربستان بیشترین نوسان را داشته‌اند و این در حالی است که هلند و آلمان کمترین نوسان مقادیر صادراتی را در بازارهای جهانی تجربه کرده و در صادرات شیر و خامه تغلیظ شده ثبات بیشتری داشته‌اند.

بررسی وضعیت صادرات محصولات منتخب کشاورزی ایران.....شیر و خامه تغلیظ شده

جدول ۲-۱- مقدار صادراتی ۱۰ کشور اصلی صادرکننده و ایران- هزار تن

سال	جهان	نیوزلند	آمریکا	آلمان	هلند	بلژیک	فرانسه	عربستان	استرالیا	امارات	بلاروس	ایران
۲۰۰۱	۴۱۲۷,۵	۷۵۰,۴	۱۷۸,۳	۶۷۱,۶	۵۰۰,۸	۲۱۷,۸	۲۷۸,۸	۱۲,۶	۴۲۶,۰	***	۵۵,۶	۴,۲
۲۰۰۲	۴۳۱۳,۱	۸۷۴,۵	۲۰۲,۸	۵۲۸,۸	۴۸۶,۴	۲۱۳,۰	۳۵۳,۹	۴۳,۴	۵۳۶,۴	***	۵۵,۰	۲,۵
۲۰۰۳	۴۴۹۸,۷	۹۵۵,۰	۲۲۷,۲	۶۰۷,۷	۵۱۸,۱	۲۰۴,۰	۲۹۷,۵	۳۷,۹	۳۳۴,۷	***	۷۵,۷	۰,۳
۲۰۰۴	۴۶۸۴,۴	۹۰۲,۹	۲۴۴,۷	۵۵۰,۶	۴۷۸,۷	۲۵۵,۶	۲۶۹,۰	۵۸,۵	۳۵۸,۸	***	۹۴,۳	۰,۰
۲۰۰۵	۴۸۷۰,۰	۸۲۴,۶	۲۷۶,۲	۵۴۵,۲	۴۵۰,۰	۲۲۹,۹	۲۶۵,۶	۸۶,۸	۳۵۴,۲	۲۰,۵	۱۱۷,۶	۰,۴
۲۰۰۶	۵۱۷۹,۶	۹۸۰,۱	۳۲۱,۵	۴۶۳,۶	۴۵۳,۱	۲۱۹,۵	۲۴۳,۴	۷۹,۵	۳۸۱,۸	***	۱۵۳,۰	۱,۲
۲۰۰۷	۵۰۷۹,۸	۹۷۹,۰	۳۱۱,۱	۵۱۲,۴	۴۷۲,۴	۲۳۷,۸	۲۷۱,۱	۹۲,۱	۲۷۸,۷	۲۶,۴	۱۵۴,۰	۲,۴
۲۰۰۸	۵۴۸۶,۹	۸۶۵,۷	۴۵۱,۵	۵۵۵,۹	۴۸۰,۴	۲۷۲,۴	۳۱۴,۶	۱۴۶,۵	۲۹۲,۳	۲۵,۰	۱۶۱,۹	۶,۵
۲۰۰۹	۵۴۸۱,۷	۱۲۴۸,۶	۲۸۶,۱	۵۴۱,۰	۴۷۱,۹	۲۶۵,۳	۳۱۲,۳	۱۳۸,۲	۳۲۵,۸	***	۱۸۰,۴	۷,۹
۲۰۱۰	۵۹۰۶,۸	۱۲۹۲,۱	۴۶۷,۰	۵۶۹,۶	۵۳۰,۲	۳۲۲,۴	۳۷۸,۲	۱۰۰,۵	۲۶۹,۹	***	۱۹۵,۳	۶,۸
۲۰۱۱	۶۳۳۴,۲	۱۴۷۱,۳	۴۸۱,۶	۶۴۲,۷	۵۵۱,۲	۳۲۱,۹	۴۲۰,۵	۸۳,۴	۲۷۳,۹	***	۱۸۳,۱	۷,۴
۲۰۱۲	۶۷۱۷,۹	۱۶۵۱,۳	۴۹۰,۲	۶۵۲,۰	۵۵۷,۸	۳۳۴,۵	۴۲۳,۶	۱۲۷,۱	۲۹۱,۶	۸۴,۰	۲۰۵,۲	۶,۵
۲۰۱۳	۶۹۷۳,۶	۱۶۸۳,۶	۶۳۸,۶	۶۳۰,۴	۵۹۱,۰	۳۴۰,۶	۳۴۳,۹	۱۴۹,۷	۲۳۱,۴	۸۵,۹	۲۳۴,۸	۱۳,۹
۲۰۱۴	۷۴۲۵,۷	۱۸۰۶,۵	۶۳۳,۸	۷۶۰,۷	۵۹۹,۸	۳۶۴,۷	۴۱۱,۳	۱۷۰,۵	۲۶۴,۳	۱۰۹,۹	۱۹۷,۲	۲۱,۳
۲۰۱۵	۷۶۰۱,۲	۱۸۲۱,۴	۶۱۳,۸	۷۳۲,۱	۶۴۸,۶	۳۲۵,۳	۴۴۸,۲	۲۰۴,۴	۲۸۹,۶	۱۳۹,۰	۲۳۴,۳	۱۰,۶
۲۰۱۶	۷۳۹۱,۵	۱۸۱۶,۵	۶۴۳,۰	۷۱۴,۵	۶۱۶,۹	۳۲۴,۵	۳۹۱,۱	۲۱۱,۴	۲۷۱,۵	۱۲۷,۹	۲۱۲,۹	۲۶,۸
۲۰۱۷	۷۴۳۸,۷	۱۷۷۳,۶	۶۵۲,۵	۷۹۱,۰	۶۴۲,۰	۳۷۸,۸	۳۷۷,۳	۲۹۹,۴	۲۵۷,۱	۱۵۱,۲	۲۱۲,۶	۳۱,۶
۲۰۱۸	۷۴۲۱,۶	۱۷۷۲,۰	۷۸۰,۴	۷۷۷,۴	۵۲۹,۶	۴۲۳,۹	۳۸۷,۵	۳۲۹,۶	۲۵۱,۲	۲۳۹,۱	۲۰۹,۸	۱۴,۹
میانگین	۶۰۴۷,۳۸	۱۳۰۳,۸۴	۴۳۸,۹۱	۶۲۴,۸۴	۵۳۲,۱۶	۲۹۱,۷۷	۳۴۳,۷۷	۱۳۱,۷۵	۳۱۶,۰۷	۱۰۰,۸۹	۱۶۲,۹۳	۹,۱۸
ضریب نوسان	۰,۲۰	۰,۳۲	۰,۴۳	۰,۱۶	۰,۱۲	۰,۲۲	۰,۱۹	۰,۶۶	۰,۲۴	۰,۶۸	۰,۳۶	۱,۰۱

منبع: ITC, 2020 و نتایج پژوهش *** داده‌ای ثبت نشده است.

در ادامه، بررسی سهم مقادیر صادرات برای این کشورها در جدول ۲-۲ نیز بیانگر آن است که بیشترین رشد سهم را آمریکا داشته که از مقدار ۴/۳ درصد در سال ۲۰۰۱ به ۱۰/۵ درصد در سال ۲۰۱۸ رسیده در حالیکه آلمان، بلژیک و استرالیا با کاهش سهم در بازارهای جهان روبرو بوده‌اند. نیوزلند در سال ۲۰۱۸ با سهم حدود ۲۳/۹ درصدی بزرگترین صادرکننده در جهان بوده و برآورد شاخص ضریب نوسان نیز بیانگر آن است که در مورد سهم صادراتی نیز ایران از کشورهای بزرگ صادرکننده نوسان بیشتری را تجربه کرده و امارات و عربستان همچنان کشورهای کم‌ثبات‌تری در بین بزرگترین صادرکنندگان این محصول به شمار می‌روند و هلند و فرانسه از این حیث کشورهای باثباتی بوده و سهم این دو کشور در بازارهای جهانی کمترین نوسان را داشته است.

بررسی وضعیت صادرات محصولات منتخب کشاورزی ایران.....شیر و خامه تغلیظ شده

جدول ۲-۲- سهم مقدار صادراتی ۱۰ کشور اصلی صادرکننده و ایران-درصد

سال	نیوزلند	آمریکا	آلمان	هلند	بلژیک	فرانسه	عربستان	استرالیا	امارات	بلاروس	ایران
۲۰۰۱	۱۸,۲	۴,۳	۱۶,۳	۱۲,۱	۵,۳	۶,۸	۰,۳	۱۰,۳	***	۱,۳	۰,۱
۲۰۰۲	۲۰,۳	۴,۷	۱۲,۳	۱۱,۳	۴,۹	۸,۲	۱,۰	۱۲,۴	***	۱,۳	۰,۱
۲۰۰۳	۲۱,۲	۵,۱	۱۳,۵	۱۱,۵	۴,۵	۶,۶	۰,۸	۷,۴	***	۱,۷	۰,۰
۲۰۰۴	۱۹,۳	۵,۲	۱۱,۸	۱۰,۲	۵,۵	۵,۷	۱,۲	۷,۷	***	۲,۰	۰,۰
۲۰۰۵	۱۶,۹	۵,۷	۱۱,۲	۹,۲	۴,۷	۵,۵	۱,۸	۷,۳	۰,۴	۲,۴	۰,۰
۲۰۰۶	۱۸,۹	۶,۲	۹,۰	۸,۷	۴,۲	۴,۷	۱,۵	۷,۴	***	۳,۰	۰,۰
۲۰۰۷	۱۹,۳	۶,۱	۱۰,۱	۹,۳	۴,۷	۵,۳	۱,۸	۵,۵	۰,۵	۳,۰	۰,۰
۲۰۰۸	۱۵,۸	۸,۲	۱۰,۱	۸,۸	۵,۰	۵,۷	۲,۷	۵,۳	۰,۵	۳,۰	۰,۱
۲۰۰۹	۲۲,۸	۵,۲	۹,۹	۸,۶	۴,۸	۵,۷	۲,۵	۵,۹	***	۳,۳	۰,۱
۲۰۱۰	۲۱,۹	۷,۹	۹,۶	۹,۰	۵,۵	۶,۴	۱,۷	۴,۶	***	۳,۳	۰,۱
۲۰۱۱	۲۳,۲	۷,۶	۱۰,۱	۸,۷	۵,۱	۶,۶	۱,۳	۴,۳	***	۲,۹	۰,۱
۲۰۱۲	۲۴,۶	۷,۳	۹,۷	۸,۳	۵,۰	۶,۳	۱,۹	۴,۳	۱,۳	۳,۱	۰,۱
۲۰۱۳	۲۴,۱	۹,۲	۹,۰	۸,۵	۴,۹	۴,۹	۲,۱	۳,۳	۱,۲	۳,۴	۰,۲
۲۰۱۴	۲۴,۳	۸,۵	۱۰,۲	۸,۱	۴,۹	۵,۵	۲,۳	۳,۶	۱,۵	۲,۷	۰,۳
۲۰۱۵	۲۴,۰	۸,۱	۹,۶	۸,۵	۴,۳	۵,۹	۲,۷	۳,۸	۱,۸	۳,۱	۰,۱
۲۰۱۶	۲۴,۶	۸,۷	۹,۷	۸,۳	۴,۴	۵,۳	۲,۹	۳,۷	۱,۷	۲,۹	۰,۴
۲۰۱۷	۲۳,۸	۸,۸	۱۰,۶	۸,۶	۵,۱	۵,۱	۴,۰	۳,۵	۲,۰	۲,۹	۰,۴
۲۰۱۸	۲۳,۹	۱۰,۵	۱۰,۵	۷,۱	۵,۷	۵,۲	۴,۴	۳,۴	۳,۲	۲,۸	۰,۲
میانگین	۲۱,۵۱	۷,۰۷	۱۰,۷۳	۹,۱۶	۴,۹۲	۵,۸۶	۲,۰۵	۵,۷۶	۱,۴۱	۲,۶۷	۰,۱۳
ضریب نوسان	۰,۱۳	۰,۲۵	۰,۱۷	۰,۱۴	۰,۰۸	۰,۱۴	۰,۵۱	۰,۴۴	۰,۶۰	۰,۲۵	۱,۰۰

منبع: ITC,2020 و نتایج پژوهش *** داده‌ای ثبت نشده است.

بررسی ارزش صادراتی ۱۰ کشور اول در کنار ایران در جدول ۲-۳ نشان می‌دهد که بزرگترین صادرکننده به لحاظ ارزشی، در سال ۲۰۱۸ نیوزلند و پس از آن آمریکا و هلند بوده‌اند. رشد امریکا در ارزش صادراتی نیز مشخص بوده و نسبت به مقادیر صادراتی برخی کشورها که جزو ۱۰ کشور صادرکننده به لحاظ مقدار صادرات نبوده‌اند (اما جزو ۱۵ کشور بوده‌اند)، به دلیل قیمت بالاتر صادرات وارد ۱۰ کشور اصلی صادرکننده به لحاظ ارزش صادراتی شده‌اند. برآورد ضریب نوسان نشان می‌دهد که ایران در ارزش صادرات نیز بیشتر از صادرکنندگان اصلی دچار نوسان بوده و در بین بزرگترین صادرکنندگان نیز هنگ کنگ، امارات و اروگوئه بیشترین نوسان را داشته‌اند. بیشترین ثبات ارزش صادرات نیز در مورد استرالیا تحقق یافته است.

بررسی وضعیت صادرات محصولات منتخب کشاورزی ایران.....شیر و خامه تغلیظ شده

جدول ۲-۳- ارزش صادراتی ۱۰ کشور اصلی صادرکننده و ایران-میلیون دلار

سال	جهان	نیوزلند	آمریکا	هلند	آلمان	هنگ کنگ	بلژیک	فرانسه	امارات	استرالیا	اروگونه	ایران
۲۰۰۱	۸۳۶۳,۹	۱۴۹۳,۸	۲۵۹,۱	۸۸۳,۳	۹۹۵,۹	۱۱۱,۹	۴۲۱,۱	۵۹۱,۴	***	۷۸۰,۹	۴۹,۶	۶,۱
۲۰۰۲	۷۳۶۵,۸	۱۲۶۲,۸	۱۷۵,۱	۸۵۱,۷	۶۸۲,۰	۸۷,۹	۳۳۶,۵	۵۹۸,۸	***	۷۸۶,۹	۶۲,۱	۲,۹
۲۰۰۳	۸۴۸۴,۰	۱۵۳۲,۴	۲۳۵,۹	۱۰۳۶,۶	۱۰۱۹,۸	۵۱,۹	۴۰۹,۴	۶۱۴,۳	***	۵۷۶,۵	۵۹,۹	۰,۵
۲۰۰۴	۱۰۱۴۳,۵	۱۷۲۶,۳	۵۵۸,۷	۱۰۵۱,۹	۱۰۷۰,۰	۵۷,۲	۵۵۸,۷	۶۱۵,۵	***	۷۴۴,۷	۶۷,۸	۰,۱
۲۰۰۵	۱۰۵۸۶,۳	۱۷۸۳,۰	۶۰۷,۷	۹۶۷,۳	۱۰۶۶,۹	۶۰,۹	۵۱۴,۶	۶۱۸,۶	۳۶,۰	۸۱۹,۴	۱۰۳,۳	۰,۴
۲۰۰۶	۱۰۸۵۹,۸	۲۰۶۲,۸	۶۳۹,۵	۱۰۰۷,۷	۸۹۳,۱	۶۴,۰	۴۹۰,۲	۵۸۶,۳	***	۸۰۸,۴	۱۱۹,۷	۲,۵
۲۰۰۷	۱۴۹۶۳,۷	۲۹۹۸,۲	۹۳۳,۱	۱۲۸۸,۶	۱۳۸۵,۸	۳۹,۹	۷۹۹,۸	۷۹۱,۱	۵۰,۲	۸۹۲,۲	۱۲۵,۲	۴,۷
۲۰۰۸	۱۸۱۸۳,۹	۳۴۶۵,۵	۱۵۲۸,۲	۱۵۳۵,۳	۱۴۴۱,۳	۴۷,۱	۹۹۱,۸	۱۰۱۰,۰	۶۳,۴	۱۰۶۰,۸	۱۷۸,۶	۲۰,۵
۲۰۰۹	۱۲۲۴۶,۰	۲۷۰۴,۴	۵۹۱,۱	۱۲۵۴,۳	۱۰۳۱,۴	۵۰,۹	۶۵۴,۵	۶۹۵,۳	***	۷۳۸,۴	۱۵۶,۰	۲۹,۳
۲۰۱۰	۱۶۴۵۱,۸	۴۱۵۴,۹	۱۲۲۸,۸	۱۴۳۷,۷	۱۲۲۲,۸	۶۸,۱	۹۳۰,۶	۹۶۹,۶	***	۸۵۰,۲	۲۳۲,۶	۴۰,۳
۲۰۱۱	۲۲۰۱۹,۳	۶۹۶۴,۰	۱۵۵۱,۵	۱۷۴۳,۵	۱۶۵۰,۱	۹۴,۶	۱۰۵۲,۵	۱۱۹۶,۹	***	۹۹۱,۶	۳۰۷,۴	۴۸,۱
۲۰۱۲	۱۹۷۳۳,۶	۵۵۵۴,۸	۱۴۴۳,۰	۱۵۶۰,۵	۱۵۴۵,۰	۱۱۱,۴	۹۱۴,۶	۱۱۰۷,۶	۲۸۶,۸	۹۸۷,۱	۳۳۳,۹	۳۹,۰
۲۰۱۳	۲۴۷۳۵,۶	۷۱۴۲,۵	۲۲۹۲,۲	۱۸۷۳,۴	۱۸۵۸,۳	۲۰۳,۳	۱۱۱۷,۲	۱۱۴۷,۶	۲۹۴,۸	۹۹۱,۱	۴۵۸,۸	۵۹,۸
۲۰۱۴	۲۶۵۶۸,۳	۷۶۴۴,۴	۲۳۷۳,۰	۱۹۵۹,۷	۲۱۴۱,۰	۲۸۵,۱	۱۲۳۸,۸	۱۴۷۵,۰	۳۳۲,۸	۱۱۰۲,۹	۳۸۱,۸	۸۴,۹
۲۰۱۵	۱۸۰۵۴,۵	۴۴۵۶,۱	۱۵۱۱,۰	۱۳۹۶,۶	۱۴۵۵,۶	۴۰۴,۳	۷۲۰,۰	۹۷۱,۵	۵۱۷,۸	۷۵۲,۲	۳۶۶,۱	۴۷,۸
۲۰۱۶	۱۵۹۸۰,۴	۴۰۵۸,۸	۱۲۹۵,۹	۱۲۹۸,۱	۱۲۷۵,۴	۴۷۹,۶	۶۵۵,۰	۸۰۱,۴	۳۷۹,۳	۶۸۱,۸	۳۶۷,۲	۱۰۷,۱
۲۰۱۷	۱۸۸۷۹,۹	۵۱۴۳,۹	۱۳۷۶,۰	۱۶۴۳,۹	۱۵۰۴,۸	۷۵۱,۷	۸۶۰,۳	۸۷۵,۰	۳۹۹,۵	۷۲۰,۷	۳۸۰,۵	۱۲۲,۵
۲۰۱۸	۱۹۱۸۱,۳	۴۹۹۴,۲	۱۵۰۴,۵	۱۴۸۰,۴	۱۳۳۵,۰	۱۰۰۹,۷	۸۷۶,۰	۷۷۰,۲	۷۳۷,۵	۶۹۳,۹	۴۶۴,۳	۶۰,۶
میانگین	۱۵۷۱۱,۲	۳۸۴۱,۳	۱۱۱۶,۹	۱۳۴۸,۴	۱۳۰۹,۷	۲۲۱,۱	۷۵۲,۳	۸۵۷,۶	۳۰۹,۸	۸۳۲,۲	۲۳۴,۲	۳۷,۶
ضریب نوسان	۰,۳۶	۰,۵۴	۰,۵۹	۰,۲۵	۰,۲۷	۱,۲۴	۰,۳۵	۰,۳۰	۰,۷۲	۰,۱۷	۰,۶۳	۱,۰۱

منبع: ITC, 2020 و نتایج پژوهش *** داده‌ای ثبت نشده است.

بررسی روند سهم ارزش صادراتی نیز بیانگر آن است که نیوزلند به تنهایی ۲۶ درصد بازار را به لحاظ ارزشی نصیب خود کرده و این در حالی است که بیشترین ثبات در سهم صادرات مربوط به بلژیک بوده و همانگونه که مشخص است، همچنان ایران نوسان قابل توجهی سهم ارزشی بازار داشته، هرچند که از بین کشورهای صادرکننده اصلی به لحاظ ارزش صادراتی، هنگ کنگ نوسان بیشتری را حتی نسبت به ایران تجربه کرده است.

بررسی وضعیت صادرات محصولات منتخب کشاورزی ایران.....شیر و خامه تغلیظ شده

جدول ۲-۴- سهم ارزشی صادراتی ۱۰ کشور اصلی صادرکننده و ایران-درصد

صادرکننده	نیوزلند	آمریکا	هلند	آلمان	هنگ کنگ	بلژیک	فرانسه	امارات	استرالیا	اروگونه	ایران
۲۰۰۱	۱۷,۹	۳,۱	۱۰,۶	۱۱,۹	۱,۳	۵,۰	۷,۱	***	۹,۳	۰,۶	۰,۰۷
۲۰۰۲	۱۷,۱	۲,۴	۱۱,۶	۹,۳	۱,۲	۴,۶	۸,۱	***	۱۰,۷	۰,۸	۰,۰۴
۲۰۰۳	۱۸,۱	۲,۸	۱۲,۲	۱۲,۰	۰,۶	۴,۸	۷,۲	***	۶,۸	۰,۷	۰,۰۱
۲۰۰۴	۱۷,۰	۵,۵	۱۰,۴	۱۰,۵	۰,۶	۵,۵	۶,۱	***	۷,۳	۰,۷	۰,۰۰
۲۰۰۵	۱۶,۸	۵,۷	۹,۱	۱۰,۱	۰,۶	۴,۹	۵,۸	۰,۳	۷,۷	۱,۰	۰,۰۰
۲۰۰۶	۱۹,۰	۵,۹	۹,۳	۸,۲	۰,۶	۴,۵	۵,۴	***	۷,۴	۱,۱	۰,۰۲
۲۰۰۷	۲۰,۰	۶,۲	۸,۶	۹,۳	۰,۳	۵,۳	۵,۳	۰,۳	۶,۰	۰,۸	۰,۰۳
۲۰۰۸	۱۹,۱	۸,۴	۸,۴	۷,۹	۰,۳	۵,۵	۵,۶	۰,۳	۵,۸	۱,۰	۰,۱
۲۰۰۹	۲۲,۱	۴,۸	۱۰,۲	۸,۴	۰,۴	۵,۳	۵,۷	***	۶,۰	۱,۳	۰,۲
۲۰۱۰	۲۵,۳	۷,۵	۸,۷	۷,۴	۰,۴	۵,۷	۵,۹	***	۵,۲	۱,۴	۰,۲
۲۰۱۱	۳۱,۶	۷,۰	۷,۹	۷,۵	۰,۴	۴,۸	۵,۴	***	۴,۵	۱,۴	۰,۲
۲۰۱۲	۲۸,۱	۷,۳	۷,۹	۷,۸	۰,۶	۴,۶	۵,۶	۱,۵	۵,۰	۱,۷	۰,۲
۲۰۱۳	۲۸,۹	۹,۳	۷,۶	۷,۵	۰,۸	۴,۵	۴,۶	۱,۲	۴,۰	۱,۹	۰,۲
۲۰۱۴	۲۸,۸	۸,۹	۷,۴	۸,۱	۱,۱	۴,۷	۵,۶	۱,۳	۴,۲	۱,۴	۰,۳
۲۰۱۵	۲۴,۷	۸,۴	۷,۷	۸,۱	۲,۲	۴,۰	۵,۴	۲,۹	۴,۲	۲,۰	۰,۳
۲۰۱۶	۲۵,۴	۸,۱	۸,۱	۸,۰	۳,۰	۴,۱	۵,۰	۲,۴	۴,۳	۲,۳	۰,۷
۲۰۱۷	۲۷,۲	۷,۳	۸,۷	۸,۰	۴,۰	۴,۶	۴,۶	۲,۱	۳,۸	۲,۰	۰,۶
۲۰۱۸	۲۶,۰	۷,۸	۷,۷	۷,۰	۵,۳	۴,۶	۴,۰	۳,۸	۳,۶	۲,۴	۰,۳
میانگین	۲۳,۰	۶,۵	۹,۰	۸,۷	۱,۳	۴,۸	۵,۷	۱,۶	۵,۹	۱,۴	۰,۲
ضریب نوسان	۰,۲۱	۰,۳۲	۰,۱۶	۰,۱۷	۱,۰۸	۰,۱۰	۰,۱۷	۰,۷۴	۰,۳۴	۰,۴۲	۱,۰۳

منبع: ITC, 2020 و نتایج پژوهش *** داده‌ای ثبت نشده است.

در ادامه در جدول ۲-۵ رتبه ایران در بازارهای جهان بررسی شده است. همانگونه که مشخص است در سال ۲۰۰۱ ایران به لحاظ مقادیر صادراتی جایگاه ۵۱ را داشته و این جایگاه در سال ۲۰۱۸ به ۴۲ رسیده است. مشاهده می‌شود که روند بهبود جایگاه ایران به لحاظ مقداری هرچند به اندازه کد تعرفه ۰۴۰۱ (شیر و خامه تغلیظ نشده) نبوده اما بازهم روندی رو به رشد برای ایران تحقق یافته و در مورد ارزش‌های صادراتی نیز وضعیت بهبود جایگاه مشهودتر از مقادیر صادراتی بوده است. بطوریکه ایران به لحاظ ارزش صادراتی از جایگاه ۵۱ در سال ۲۰۰۱ به جایگاه ۳۴ در سال ۲۰۱۸ رسیده است. هرچند همچنان روند بهبود جایگاه بازار برای کد تعرفه ۰۴۰۲ به اندازه کد تعرفه ۰۴۰۱ نبوده است.

بررسی وضعیت صادرات محصولات منتخب کشاورزی ایران.....شیر و خامه تغلیظ شده

جدول ۲-۵- رتبه ایران در بازارهای جهانی شیر و خامه تغلیظ شده

سال	مقدار صادرات	ارزش صادراتی
۲۰۰۱	۵۱	۵۱
۲۰۰۲	۵۳	۵۹
۲۰۰۳	۷۶	۸۲
۲۰۰۴	۱۱۶	۱۱۵
۲۰۰۵	۸۴	۹۶
۲۰۰۶	۶۷	۶۷
۲۰۰۷	۶۰	۶۴
۲۰۰۸	۵۲	۴۹
۲۰۰۹	۵۰	۴۴
۲۰۱۰	۵۰	۴۱
۲۰۱۱	۵۱	۳۶
۲۰۱۲	۵۳	۴۴
۲۰۱۳	۴۰	۳۷
۲۰۱۴	۳۸	۳۲
۲۰۱۵	۴۷	۳۶
۲۰۱۶	۳۴	۲۳
۲۰۱۷	۳۲	۲۵
۲۰۱۸	۴۲	۳۴

منبع: ITC, 2020 و نتایج پژوهش

۲-۶- معرفی واردکنندگان بزرگ شیر و خامه تغلیظ شده در جهان

بزرگترین واردکنندگان جهانی شیر و خامه تغلیظ شده از سال ۲۰۰۱ تا ۲۰۱۸ در جدول ۲-۶ مشخص شده است که نشان می‌دهد بزرگترین کشورهای واردکننده چین، امارات و الجزایر می‌باشند. نکته قابل توجه آن است که از این بین، هلند و عربستان جزو صادرکنندگان برتر نیز بوده‌اند. این نتیجه نیز مشابه کد تعرفه قبل، احتمال صادرات مجدد در این کشورها را تقویت کرده و بیانگر این واقعیت است که کشورها برای صادرات تنها به مازاد فروشی از تولید نمی‌اندیشند و بازارهای صادرات تقاضای خاص خود را داشته که یا از محل تولید و یا از محل صادرات مجدد به آن پاسخ داده خواهد شد.

شایان ذکر است، ایران از بین بازارهای اصلی وارداتی، تنها در امارات و فیلیپین حضور داشته، هرچند که این حضور همانطور که در ادامه بیان خواهد شد، حضور چشمگیری نبوده است.

بررسی وضعیت صادرات محصولات منتخب کشاورزی ایران.....شیر و خامه تغلیظ شده

جدول ۲-۶- سهم ۱۰ کشور واردکننده اصلی و ایران (درصد)

سال	چین	امارات	الجزایر	مکزیک	بلژیک	هلند	فیلیپین	عربستان	اندونزی	مالزی
۲۰۰۱	۵۹,۹	***	۲۱۹,۱	۲۰۴,۷	۱۲۷,۵	۴۳۷,۲	۱۶۱,۹	۱۲۳,۸	۱۱۱,۳	۱۲۷,۷
۲۰۰۲	۱۱۱,۷	***	۲۳۵,۱	۱۸۷,۵	۱۲۵,۲	۵۱۳,۲	۱۶۱,۹	۱۲۶,۵	۹۹,۴	۱۵۶,۸
۲۰۰۳	۱۳۴,۷	***	۲۱۱,۱	۱۹۳,۲	۱۱۳,۲	۵۰۷,۶	۱۸۴,۶	۱۶۵,۹	۱۰۶,۵	۱۸۵,۸
۲۰۰۴	۱۴۶,۰	***	۲۵۱,۵	۵۰۵,۵	۱۳۶,۰	۵۰۸,۷	۱۹۳,۹	۱۸۳,۸	۱۵۲,۸	۱۹۸,۳
۲۰۰۵	۱۰۸,۱	۱۳۹,۱	۲۵۰,۹	۲۳۴,۹	۱۱۴,۰	۴۵۹,۸	۱۳۶,۵	۱۹۵,۵	۱۵۹,۶	۱۹۴,۷
۲۰۰۶	۱۳۶,۰	***	۲۵۰,۰	۱۸۷,۷	۱۳۴,۵	۴۴۹,۲	۱۶۱,۰	۱۹۴,۶	۱۷۵,۱	۱۸۴,۶
۲۰۰۷	۹۹,۱	۱۸۲,۳	۲۵۲,۴	۲۱۵,۰	۱۷۴,۶	۳۸۵,۳	۱۵۷,۹	۲۱۷,۰	۱۸۱,۵	۱۵۷,۰
۲۰۰۸	۱۰۱,۹	۲۲۸,۵	۲۵۷,۷	۲۰۵,۲	۱۶۶,۰	۳۵۷,۸	۱۳۶,۷	۱۹۸,۳	۱۶۴,۷	۱۳۷,۵
۲۰۰۹	۲۴۸,۵	***	۲۹۳,۰	۲۱۱,۳	۱۸۵,۵	۱۷۲,۰	۱۷۰,۳	۱۹۹,۰	۱۵۶,۷	۱۱۹,۵
۲۰۱۰	۴۱۷,۳	***	۲۶۵,۵	۱۹۱,۰	۱۸۰,۶	۳۰۳,۲	۱۵۹,۵	۱۹۸,۱	۱۸۲,۱	۱۱۸,۸
۲۰۱۱	۴۵۴,۴	***	۳۳۴,۸	۲۵۰,۵	۱۹۳,۷	۳۲۴,۵	۱۴۹,۲	۲۵۳,۷	۲۰۱,۹	۱۲۷,۷
۲۰۱۲	۵۷۸,۶	۳۲۵,۲	۳۰۰,۴	۲۷۱,۴	۲۱۹,۴	۳۶۸,۱	۱۵۲,۰	۲۶۸,۵	۲۰۵,۹	۱۳۵,۶
۲۰۱۳	۸۶۳,۷	۳۰۹,۰	۲۶۲,۷	۲۲۸,۷	۲۳۷,۶	۴۲۰,۴	۱۴۹,۱	۲۴۰,۰	۲۰۹,۹	۱۲۲,۵
۲۰۱۴	۹۳۲,۶	۳۴۹,۱	۳۷۳,۴	۳۹۷,۶	۱۸۴,۱	۳۱۹,۸	۱۳۷,۸	۲۸۲,۴	۲۰۳,۹	۱۷۱,۱
۲۰۱۵	۵۵۸,۲	۳۸۱,۰	۳۶۰,۸	۲۷۲,۳	۱۹۷,۱	۳۸۲,۰	۱۴۵,۶	۲۹۳,۸	۱۹۶,۷	۱۹۴,۹
۲۰۱۶	۶۲۴,۲	۳۷۱,۲	۳۴۵,۸	۳۰۰,۷	۲۰۶,۶	۳۶۰,۹	۲۴۵,۱	۲۹۰,۴	۲۲۳,۶	۱۷۱,۸
۲۰۱۷	۷۴۳,۵	۴۵۶,۸	۴۲۵,۷	۳۳۷,۵	۲۵۲,۰	۳۰۱,۲	۲۱۲,۲	۲۸۰,۰	۲۰۲,۷	۱۷۰,۱

منبع: ITC, 2020 و نتایج پژوهش

۲-۷- بررسی جایگاه ایران از نظر مقداری و ارزشی در بازار جهانی شیر و خامه تغلیظ شده و تغییر جایگاه ایران در کشورهای هدف

نتایج بررسی جایگاه ایران در کشورهای هدف اصلی خود طی سال‌های ۲۰۱۸-۲۰۰۱ نشان می‌دهد که جایگاه مقدار صادراتی ایران در افغانستان، تاجیکستان، ترکمنستان و عراق از ثبات بیشتری برخوردار بوده است. هرچند که این جایگاه با نوسانات متعددی طی سال‌های بیان شده همراه است. به لحاظ ارزش صادرات نیز ایران در کشورهای افغانستان، تاجیکستان، سوریه، عراق و ترکمنستان حضور موفق‌تری داشته است. به هر حال مشخص است که در کشورهای هدف فعلی، ایران روندی رو به رشد داشته و با گذشت زمان به جایگاه مناسب‌تری دست یافته است.

بررسی وضعیت صادرات محصولات منتخب کشاورزی ایران.....شیر و خامه تغلیظ شده

جدول ۲-۷- رتبه ایران در مقدار صادرات شیر و خامه تغلیظ شده به جهان و بزرگترین بازارهای هدف (۲۰۰۱-۲۰۱۸)

سال	جهان	عراق	پاکستان	افغانستان	روسیه	سوریه	گرجستان	تاجیکستان	ترکمنستان	قزاقستان	آذربایجان
۲۰۰۱	۵۱	***	***	۳	***	۴	***	***	۵	***	۶
۲۰۰۲	۵۳	۱۳	۱۳	۴	۱۳	۶	***	***	۴	***	۴
۲۰۰۳	۷۶	۱۹	۱۵	۱۰	***	*	***	***	۶	***	***
۲۰۰۴	۱۱۶	۱۶	۱۷	۱۴	***	*	***	***	***	***	***
۲۰۰۵	۸۴	۱۷	***	۶	***	*	***	۴	***	***	۱۰
۲۰۰۶	۶۷	۹	***	۷	***	*	***	۳	***	***	۱۱
۲۰۰۷	۶۰	۱۱	***	۱۰	***	۱۴	***	۴	۷	***	***
۲۰۰۸	۵۲	۱۰	***	۸	***	۴	***	۲	***	***	۸
۲۰۰۹	۵۰	۵	***	۸	***	۵	۱۲	۴	۶	***	۱۰
۲۰۱۰	۵۰	۵	۲۲	۳	***	۲	***	۳	۴	۱۶	۱۰
۲۰۱۱	۵۱	۶	۱۶	۲	***	۲	***	۲	۴	***	۹
۲۰۱۲	۵۳	۵	۱۹	۳	***	۳	***	۳	۴	***	***
۲۰۱۳	۴۰	۳	۴	۲	۳۱	۶	۴	۳	۶	***	***
۲۰۱۴	۳۸	۴	۴	۲	***	۵	۶	۳	۳	۱۶	۱۴
۲۰۱۵	۴۷	۳	۱۷	۳	***	۸	***	۴	۴	***	***
۲۰۱۶	۳۴	۳	۴	۱	۸	۷	۳	۴	۶	۱۲	۶
۲۰۱۷	۳۲	۲	۳	۱	۶	۹	۶	۳	۳	۱۱	۵
۲۰۱۸	۴۲	۵	۳	۲	۸	۸	۱۸	۵	۵	۱۲	۷

منبع: ITC, 2020 و نتایج پژوهش *** داده‌ای ثبت نشده است.

جدول ۲-۸- رتبه ایران در ارزش صادرات شیر و خامه تغلیظ شده و بزرگترین بازارهای هدف (۲۰۰۱-۲۰۱۸)

سال	جهان	عراق	پاکستان	افغانستان	روسیه	سوریه	گرجستان	تاجیکستان	ترکمنستان	قزاقستان	آذربایجان
۲۰۰۱	۵۱	***	***	۳	***	۵	***	***	۵	***	۵
۲۰۰۲	۵۹	۱۳	۱۳	۴	۱۳	۷	***	***	۴	***	۴
۲۰۰۳	۸۲	۱۹	۱۶	۵	***	***	***	***	۶	***	***
۲۰۰۴	۱۱۵	۱۶	۱۹	۱۴	***	***	***	***	***	***	***
۲۰۰۵	۹۶	۱۸	***	۶	***	***	***	۴	***	***	۱۲
۲۰۰۶	۶۷	۹	***	۶	***	***	***	۳	***	***	۱۱
۲۰۰۷	۶۴	۱۲	***	۸	***	۱۱	***	۵	۷	***	***
۲۰۰۸	۴۹	۱۲	***	۸	***	۳	***	۱	***	***	۱۰
۲۰۰۹	۴۴	۷	***	۱۱	***	۲	۱۶	۳	۶	***	۱۰
۲۰۱۰	۴۱	۲	۲۵	۲	***	۲	***	۱	۴	۱۷	۱۰
۲۰۱۱	۳۶	۵	۱۶	۲	***	۲	***	۱	۵	***	۱۰
۲۰۱۲	۴۴	۵	۱۶	۲	***	۲	***	۳	۳	***	۱۸
۲۰۱۳	۳۷	۳	۴	۲	۳۱	۳	۴	۲	۵	***	۲۰
۲۰۱۴	۳۲	۴	۴	۲	***	۳	۳	۲	۲	۱۵	۱۴
۲۰۱۵	۳۶	۳	۱۶	۲	***	۴	***	۴	۳	***	۱۵
۲۰۱۶	۲۳	۳	۲	۱	۷	۲	۳	۳	۵	۹	۶
۲۰۱۷	۲۵	۲	۳	۱	۷	۴	۶	۱	۳	۱۲	۴
۲۰۱۸	۳۴	۴	۳	۳	۹	۲	۲۰	۲	۲	۱۳	۷

منبع: ITC, 2020 و نتایج پژوهش *** داده‌ای ثبت نشده است.

با توجه به جدول ۲-۹، رتبه مقداری و ارزشی صادرکننده‌های اصلی خامه تغلیظ شده در جهان بررسی شده و مشخص است که عربستان و تا حدودی ایرلند، سایر کشورها در بازارهای صادراتی ثبات مناسبی در جایگاه صادراتی داشته‌اند. با ثبات موقعیت در

بررسی وضعیت صادرات محصولات منتخب کشاورزی ایران.....شیر و خامه تغلیظ شده

این بازارها، صادرکنندگان با ریسک کمتری در بازارهای صادراتی مواجه هستند. بزرگترین صادرکنندگان این کد تعرفه نیز مشابه کد تعرفه ۰۴۰۱ در جهان، کشورهای اروپایی هستند که همچنان اروپا را به عنوان رهبر در بازار این محصول مطرح می‌کند و ورود به بازار را برای رقبایی مانند ایران که سهم اندکی از تولید و صادرات جهانی دارند، دشوار می‌سازد. هرچند که امریکا نیز به عنوان یکی از سه صادرکننده بزرگ این محصول بویژه در سال‌های اخیر مطرح بوده است.

عربستان به عنوان مهمترین کشور آسیایی در بازار صادراتی شیر و خامه تغلیظ شده مطرح است که رتبه آن در طی دو دهه اخیر در حال بهبود بوده است و در بازارهای آسیایی و بویژه خاورمیانه می‌تواند رقیب جدی برای صادرکننده ایرانی باشد.

جدول ۲-۹- رتبه رقبای در بازارهای جهانی به لحاظ مقدار صادراتی

سال	نیوزلند	آلمان	آمریکا	هلند	بلژیک	فرانسه	عربستان	استرالیا	ایرلند	بلاروس
۲۰۰۱	۱	۲	۷	۳	۶	۵	۳۶	۴	۱۴	۱۸
۲۰۰۲	۱	۳	۱۰	۴	۶	۵	۲۰	۲	۱۴	۱۷
۲۰۰۳	۱	۲	۸	۳	۶	۵	۱۹	۴	۱۲	۱۴
۲۰۰۴	۱	۲	۶	۳	۶	۵	۱۸	۴	۱۵	۱۲
۲۰۰۵	۱	۲	۶	۳	۶	۵	۱۵	۴	۱۲	۹
۲۰۰۶	۱	۲	۵	۳	۸	۶	۱۶	۴	۱۰	۹
۲۰۰۷	۱	۲	۴	۳	۷	۶	۱۵	۵	۸	۸
۲۰۰۸	۱	۲	۴	۳	۷	۵	۹	۶	۱۵	۸
۲۰۰۹	۱	۲	۶	۳	۷	۵	۱۰	۴	۱۳	۸
۲۰۱۰	۱	۲	۴	۳	۶	۵	۱۳	۷	۱۴	۸
۲۰۱۱	۱	۲	۴	۳	۶	۵	۱۴	۷	۱۰	۹
۲۰۱۲	۱	۲	۴	۳	۶	۵	۱۰	۷	۱۱	۹
۲۰۱۳	۱	۳	۲	۴	۶	۵	۱۱	۸	۱۵	۷
۲۰۱۴	۱	۲	۴	۳	۶	۵	۹	۷	۲۰	۸
۲۰۱۵	۱	۲	۴	۳	۶	۵	۹	۷	۱۷	۸
۲۰۱۶	۱	۲	۳	۴	۶	۵	۹	۷	۵	۸
۲۰۱۷	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	۸	۹	۹
۲۰۱۸	۱	۳	۲	۴	۵	۶	۷	۸	۱۱	۱۰

منبع: ITC, 2020 و نتایج پژوهش

جدول ۲-۱۰- رتبه رقبا در بازارهای جهانی به لحاظ ارزش صادراتی

سال	نیوزلند	آلمان	آمریکا	هلند	بلژیک	فرانسه	عربستان	استرالیا	ایرلند	بلاروس
۲۰۰۱	۱	۲	۷	۳	۶	۵	۴۱	۴	۱۳	۲۰
۲۰۰۲	۱	۴	۱۰	۲	۶	۵	۲۸	۳	۱۲	۲۷
۲۰۰۳	۱	۳	۸	۲	۶	۴	۲۸	۵	۱۱	۱۸
۲۰۰۴	۱	۲	۶	۳	۷	۵	۲۵	۴	۱۲	۱۴
۲۰۰۵	۱	۲	۶	۳	۷	۵	۲۰	۵	۱۱	۱۳
۲۰۰۶	۱	۳	۵	۲	۸	۶	۱۹	۴	۹	۱۲
۲۰۰۷	۱	۲	۴	۳	۶	۷	۲۱	۵	۸	۱۰
۲۰۰۸	۱	۴	۳	۲	۷	۶	۲۵	۵	۱۲	۱۳
۲۰۰۹	۱	۳	۷	۲	۶	۵	۱۵	۴	۱۲	۱۰
۲۰۱۰	۱	۴	۳	۲	۶	۵	۱۸	۷	۱۱	۹
۲۰۱۱	۱	۳	۴	۲	۶	۵	۲۰	۷	۱۱	۱۰
۲۰۱۲	۱	۳	۴	۲	۷	۵	۲۰	۶	۱۴	۹
۲۰۱۳	۱	۴	۲	۳	۶	۵	۲۳	۷	۱۷	۹
۲۰۱۴	۱	۳	۲	۴	۶	۵	۲۳	۷	۱۶	۹
۲۰۱۵	۱	۳	۲	۴	۷	۵	۱۹	۶	۲۰	۱۰
۲۰۱۶	۱	۴	۳	۲	۷	۵	۱۷	۶	۱۴	۹
۲۰۱۷	۱	۳	۴	۲	۶	۵	۱۴	۸	۱۰	۹
۲۰۱۸	۱	۴	۲	۳	۶	۷	۱۵	۹	۱۲	۱۳

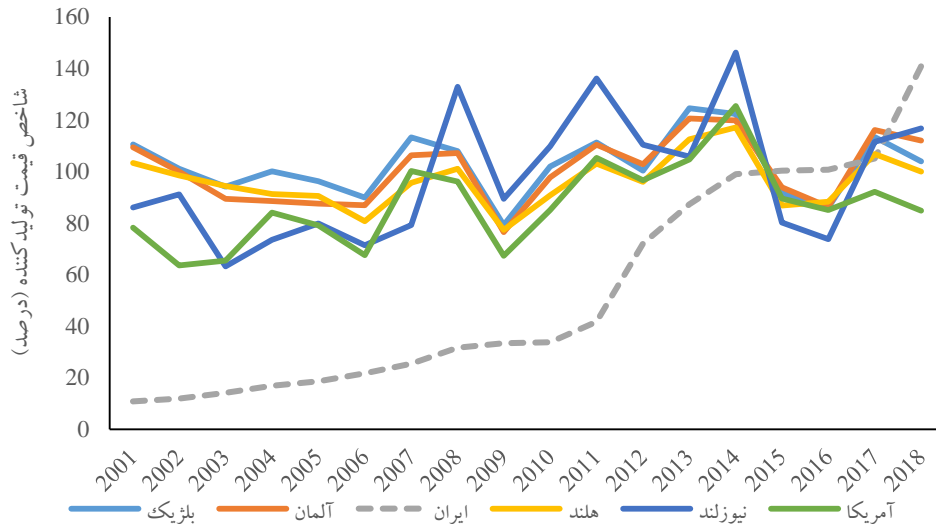
منبع: ITC, 2020 و نتایج پژوهش

۲-۸- بررسی روند تغییر شاخص قیمت تولیدکننده در ایران و کشورهای رقیب به عنوان نماینده هزینه تولید

در مورد ایران وضعیت شاخص قیمت تولیدکننده برای تولید شیر قبلاً بحث شده است اما لازم است تا این روند در مورد صادرکنندگان اصلی شیر و خامه تغلیظ شده نیز بررسی و با وضعیت ایران مقایسه شود.

در مقایسه با صادرکنندگان عمده کد تعرفه ۰۴۰۲، همچنان روند شاخص قیمت تولیدکننده ایران بیانگر تورم قابل توجهی به ویژه بعد از سال ۲۰۱۰ برای تولیدکننده ایرانی بوده است (همانگونه که قبلاً در کد تعرفه ۰۴۰۱ بیان شد، شیب شاخص بعد از سال ۲۰۱۰ بطور قابل ملاحظه‌ای افزایش یافته است). این امر، می‌تواند منجر به کاهش قدرت رقابت‌پذیری تولیدکنندگان ایران در مقایسه با رقبای جهانی خود شده و علاوه بر اینکه توان نفوذ در بازارهای بزرگتر و بازارهای جدید را برای ایران دشوار می‌سازد، حتی می‌تواند موقعیت ایران را در بازارهای هدف خود نیز با چالش جدی روبرو سازد.

بررسی وضعیت صادرات محصولات منتخب کشاورزی ایران.....شیر و خامه تغلیظ شده

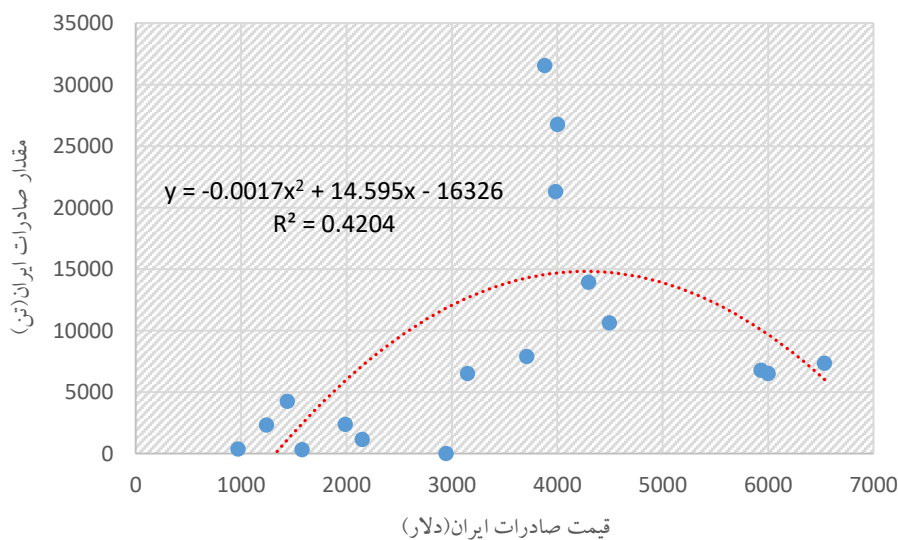


نمودار ۲-۷- روند شاخص قیمت تولیدکننده شیر ایران و بزرگترین رقبای جهانی (منبع: FAO, 2020)

باتوجه به اینکه قبلاً رشد شاخص قیمت تولیدکننده شیر (نماینده تورم در سطح تولید) برای ایران بصورت سالانه و نوسان انجام شده، لذا از تکرار آن در این بخش خود داری می شود.

۲-۹- بررسی ارتباط بین مقادیر صادراتی و قیمت‌های صادراتی ایران در بازارهای جهانی شیر و خامه تغلیظ شده

همانگونه که نمودار ۲-۸ هم نشان می دهد، قیمت صادراتی بطور کلی همبستگی قابل توجهی با مقدار صادراتی نداشته و نمی توان ارتباط مشخصی بین این دو متغیر متصور بود. لذا در بازار این محصول نیز قیمت و مقادیر صادراتی برای صادرکنندگان ایرانی در ارتباط باهم تعیین نمی شوند.



نمودار ۲-۸- ارتباط بین قیمت صادراتی و مقدار صادرات شیر و خامه تغلیظ شده ایران

۲-۱۰- بررسی جایگاه ایران در بازارهای اصلی واردکننده شیر و خامه تغلیظ شده و تحلیل مقایسه‌ای قیمت

صادراتی ایران در مقابل رقبا در این بازارها

در ادامه وضعیت حضور ایران در بزرگترین کشورهای واردکننده طی دو سال ۲۰۱۷ و ۲۰۱۸ مورد بررسی قرار گرفت. نتایج نشان داد که ایران در سال ۲۰۱۷ تنها در دو کشور از مجموع ۱۰ کشور واردکننده اصلی حضور داشته است. جایگاه ایران در امارات از لحاظ ارزشی ۲۴، مقداری ۲۲ و قیمتی ۴۴ بوده است و همچنین جایگاه ایران در فیلیپین از لحاظ ارزشی ۲۶، مقداری ۲۴ و قیمتی ۲۱ است. در سال ۲۰۱۸ نیز مشخص است که ایران در فیلیپین هم حضور نداشته و در امارات نیز وضعیت رو به افولی را داشته بطوریکه در ارزش صادراتی به رتبه ۵۷، در مقدار صادراتی به رتبه ۵۲ و در قیمت صادراتی به رتبه ۵۶ تنزل یافته است. به عنوان یک جمع‌بندی، همانگونه که بیان شد، ایران در بزرگترین بازارهای جهانی خامه تغلیظ شده نیز حضور نداشته است. البته همانگونه که در کد تعرفه قبل (شیر و خامه تغلیظ نشده) نیز توضیح داده شد، انتظار بر این نیست که ایران در تمام این کشورها بتواند حاضر باشد و حتماً محدودیت‌هایی نظیر ماندگاری محصول و بسیاری محدودیت‌های دیگر، مانع از ورود به بسیاری از این بازارها خواهند بود اما در هر صورت عدم ورد خواسته یا ناخواسته به بازارهای اصلی صادراتی، ریسک صادرات چه از نوع قیمتی و چه از نوع مقداری را می‌تواند افزایش دهد.

جدول ۲-۱۱- جایگاه ایران در کشورهای واردکننده اصلی

جایگاه قیمت صادراتی ایران		جایگاه مقدار صادرات ایران		جایگاه ارزش صادرات ایران		بزرگترین واردکنندگان
۲۰۱۸	۲۰۱۷	۲۰۱۸	۲۰۱۷	۲۰۱۸	۲۰۱۷	
*	*	*	*	*	*	چین
۵۶	۴۴	۵۲	۲۲	۵۷	۲۴	امارات متحده عربی
*	*	*	*	*	*	الجزایر
*	*	*	*	*	*	مکزیک
*	*	*	*	*	*	بلژیک
*	*	*	*	*	*	هلند
*	۲۱	*	۲۴	*	۲۶	فیلیپین
*	*	*	*	*	*	عربستان
*	*	*	*	*	*	اندونزی
*	*	*	*	*	*	مالزی

منبع: ITC, 2020 و نتایج پژوهش * جزو کشورهای هدف ایران نبوده است.

۲-۱۱- بررسی جایگاه ایران در بازارهای هدف خود و تحلیل مقایسه‌ای قیمت صادراتی شیر و خامه تغلیظ شده ایران در مقابل رقبا در این بازارها

در جداول ۲-۱۲ تا ۲-۱۴ جایگاه ایران و رقبا در کشورهای هدف ایران برای سال‌های ۲۰۱۶، ۲۰۱۷ و ۲۰۱۸ بررسی شده است. نتایج برای سال ۲۰۱۶ نشان می‌دهد که ایران در عراق به لحاظ مقدار صادراتی رتبه سه را داشته و قیمت صادراتی ایران هرچند رتبه شش را داشته اما از بین کشورهای رقیب اصلی ایران در بازار عراق، تنها امارات قیمت بالاتری نسبت به ایران داشته است. ایران در

بررسی وضعیت صادرات محصولات منتخب کشاورزی ایران.....شیر و خامه تغلیظ شده

سال ۲۰۱۶، ۱۶/۲۲ درصد بازار عراق را در اختیار خود داشته و عراق نیز ۳۶/۴۱ درصد سبد صادراتی خامه تغلیظ شده ایران را تشکیل داده است.

ایران در پاکستان در سال ۲۰۱۶، رتبه چهارم مقدار صادراتی را به خود اختصاص داد و به لحاظ قیمتی نیز در جایگاه پنجم قرار داشت، اما از تمام کشورهای رقیب اصلی خود قیمت بالاتری در پاکستان داشته است. ایران در این سال ۹/۲۱ درصد بازار پاکستان را به خود اختصاص داد و از مجموع سبد صادراتی خامه تغلیظ شده ایران، ۲۶/۳۴ درصد به کشور پاکستان ارسال شده است. ایران در افغانستان نیز از لحاظ مقدار صادرات در رتبه دوم قرار داشته اما به لحاظ قیمتی در جایگاه نازل ۱۸ قرار دارد و از تمام پنج کشور رقیب اصلی خود قیمت کمتری در بازار افغانستان داشته است. این در حالی است که ۳۴/۸۶ درصد بازار افغانستان در اختیار ایران بوده و ۱۳/۰۷ درصد شیر و خامه تغلیظ شده ایران به افغانستان صادر شده است.

بازار روسیه به این علت بررسی شده که این کشور جزو کشورهای نوظهور در بازارهای هدف ایران از سال ۲۰۱۶ بوده است. ایران در روسیه به لحاظ مقدار صادراتی جایگاه هشتم داشته و به لحاظ قیمت صادرات در رتبه نازل ۱۰ قرار داشته است. در مجموع ۰/۷۸ درصد بازار روسیه در اختیار ایران بوده و ۷/۲۱ درصد شیر و خامه تغلیظ شده ایران به افغانستان صادر شده است. قیمت‌های پایین ایران در بازار افغانستان و روسیه وضعیت متفاوتی داشته‌اند. در بازار افغانستان قیمت‌های پایین ایران منجر به در اختیار گرفتن سهم حدود ۳۵ درصدی بازار افغانستان شد اما قیمت پایین در روسیه با در اختیار گرفتن تنها ۰/۷۸ درصد بازار روسیه همراه بوده است.

بررسی وضعیت صادرات محصولات منتخب کشاورزی ایران.....شیر و خامه تغلیظ شده

جدول ۲-۱۲ - جایگاه ایران در مقایسه با رقبای مهم ترین بازارهای هدف خود در سال ۲۰۱۶

بازار هدف	مقدار صادرات ایران	رتبه مقدار صادراتی ایران	قیمت صادراتی ایران	رتبه قیمت صادراتی ایران	قیمت رقبا در ۵ کشور هدف ایران در سال ۲۰۱۶ (دلار/تن)	سهم ایران (درصد)	سهم از صادرات ایران (درصد)
عراق	۹۷۴۰	۳	۳۰۱۲	۶	عمان ۲۶۰۲، امارات ۴۱۰۹، ترکیه ۱۶۴۲، عربستان ۱۵۹۶، اردن ۲۳۷۶	۱۶/۲۲	۳۶/۴۱
پاکستان	۷۰۴۶	۴	۳۷۵۹	۵	امریکا ۱۹۳۳، نیوزلند ۲۱۱۴، ترکیه ۱۴۱۹، فرانسه ۲۰۵۶، هند ۲۸۰۳	۹/۲۱	۲۶/۳۴
افغانستان	۲۵۳۸	۲	۶۹۹	۱۸	پاکستان ۷۶۹، ازبکستان ۸۸۲، فرانسه ۸۶۶، هلند ۷۱۹، هند ۱۱۱۱	۳۴/۸۶	۱۳/۰۷
روسیه	۱۹۳۰	۸	۲۰۶۲	۱۰	بلاروس ۲۱۸۵، آرژانتین ۲۱۴۴، ترکیه ۱۶۹۲، نیوزلند ۲۱۸۲، اروگوئه ۲۳۲۰	۰/۷۸	۷/۲۱

منبع: ITC, 2020 و نتایج پژوهش

در سال ۲۰۱۷ ایران در عراق از لحاظ مقدار صادرات در رتبه سوم قرار داشته اما به لحاظ قیمتی در جایگاه ششم قرار دارد و از تمام پنج کشور رقیب اصلی خود قیمتی بیشتری در بازار عراق داشته است. این در حالی است که ۲۰/۴۰ درصد بازار عراق در اختیار ایران بوده و ۴۵/۸۴ درصد شیر و خامه تغلیظ شده ایران به عراق صادر شده است. ایران در پاکستان در جایگاه سوم مقدار صادرات قرار داشته اما به لحاظ قیمت صادراتی در جایگاه بسیار نازل ۲۷ قرار دارد. قیمت صادراتی ایران از تمام پنج کشور رقیب کمتر بوده و این در حالی است که ایران سهم ۱۲/۸۲ درصدی در بازار پاکستان داشته و ۲۸/۹۲ درصد شیر و خامه تغلیظ شده ایران به این کشور صادر می‌شود.

در افغانستان نیز ایران دارای رتبه اول به لحاظ مقدار صادراتی بوده اما به لحاظ قیمت صادراتی در جایگاه چهارم قرار دارد. هرچند که قیمت صادراتی ایران به غیر از پاکستان از سایر کشورهای اصلی رقیب بیشتر بوده است. همچنین در بازار افغانستان ایران سهم ۲۹/۴۴ درصدی داشته و ۹/۷۵ درصد شیر و خامه تغلیظ شده ایران به این کشور صادر می‌شود. مشخص است که وضعیت صادرات، قیمت صادرات و سهم از بازار افغانستان در سال ۲۰۱۷ مناسب بوده است. اما در بازار روسیه، ایران در جایگاه ششم قرار داشته و به لحاظ قیمتی در جایگاه ۱۵ قرار دارد. قیمت صادراتی ایران از تمام کشورهای رقیب اصلی در روسیه کمتر است. همچنین ایران تنها ۰/۹ درصد بازار روسیه را در سال ۲۰۱۷ در اختیار داشته و ۷/۶۸ درصد شیر و خامه تغلیظ شده ایران به روسیه صادر شده است. مشخص است که قیمت‌های پایین در روسیه و جایگاه نه چندان مناسب ایران در این بازار و کسب سهم پایین از بازار روسیه توسط صادرکنندگان ایرانی، موقعیت بازار هدف روسیه را برای صادرکننده ایرانی مطلوب نشان نمی‌دهد. هرچند ورود و توسعه بازار روسیه می‌تواند در آینده شرایط مساعدتری را برای صادرکننده ایرانی فراهم سازد اما لازم است از هم اکنون به استراتژی‌های

بررسی وضعیت صادرات محصولات منتخب کشاورزی ایران.....شیر و خامه تغلیظ شده

بازاریابی در روسیه توجه بیشتری شود تا در بلندمدت با بهبود سهم صادراتی ایران در روسیه، کارامدی صادراتی در بلندمدت در این کشور هدف تحقق یابد.

جدول ۲-۱۳- جایگاه ایران در مقایسه با رقبای مهم ترین بازارهای هدف خود در سال ۲۰۱۷

بازار هدف	مقدار صادرات ایران	رتبه مقدار صادراتی ایران	قیمت صادراتی ایران	رتبه قیمت صادراتی ایران	قیمت رقبا در ۵ کشور هدف ایران در سال ۲۰۱۷ (دلار/تن)	سهم ایران (درصد)	سهم از صادرات ایران (درصد)
عراق	۱۴۴۶۲	۳	۴۲۵۴	۶	امارات ۳۸۴۰، عمان ۳۱۷۰، ترکیه ۱۷۷۰، عربستان ۱۳۱۰، المان ۲۱۳۰	۲۰/۴۰	۴۵/۸۴
پاکستان	۹۱۲۵	۳	۱۵۰۰	۲۷	نیوزلند ۲۸۰۰، امریکا ۲۷۹۰، فرانسه ۳۰۲۰، ایرلند ۲۳۸۰، المان ۲۶۶۰	۱۲/۸۲	۲۸/۹۲
افغانستان	۳۰۲۱	۱	۳۷۴۰	۴	هند ۳۳۹۰، امریکا ۲۰۶۰، هلند ۴۳۰۰، پاکستان ۶۲۵۰، امارات ۱۸۵۰	۲۹/۴۴	۹/۵۷
روسیه	۲۴۲۳	۶	۲۰۲۸	۱۵	بلاروس ۲۰۳۰، اروگوئه ۳۱۴۰، نیوزلند ۲۸۲۰، ترکیه ۲۱۸۰، ارژانتین ۲۹۱۰	۰/۹۰	۷/۶۸

منبع: ITC, 2020 و نتایج پژوهش

سرانجام در سال ۲۰۱۸، ایران در عراق به لحاظ مقادیر صادراتی، تنزل رتبه داشته و به جایگاه پنجم رسیده است. قیمت صادراتی ایران در عراق نیز در جایگاه پنجم قرار داشته، هرچند که در مقایسه با پنج کشور رقیب اصلی، قیمت ایران بیشتر بوده است. ایران در سال ۲۰۱۸ نتوانسته سهم مناسبی از بازار عراق را نصیب خود سازد و تنها ۶/۰۵ درصد این بازار را در اختیار داشته و این در حالی است که ۴۰/۷۹ درصد شیر و خامه تغلیظ شده ایران به این کشور صادر شده است.

ایران در پاکستان در سال ۲۰۱۸، رتبه سوم مقدار صادراتی را به خود اختصاص داد و به لحاظ قیمتی نیز مشابه جایگاه آن در عراق، در جایگاه پنجم قرار داشت اما از تمام کشورهای رقیب اصلی خود قیمت بالاتری داشته است. ایران در این سال ۷/۶۹ درصد بازار پاکستان را به خود اختصاص داد و از مجموع سبد صادراتی خامه تغلیظ شده ایران، ۳۷/۸۶ درصد به کشور پاکستان ارسال شده است.

در افغانستان نیز مشابه پاکستان ایران جایگاه سوم داشته و به لحاظ قیمتی در جایگاه سوم قرار دارد و قیمت صادراتی ایران از کشورهای رقیب اصلی هلند و پاکستان کمتر بوده و از هند، آمریکا و امارات قیمت بیشتری به ازای هر واحد صادرات کسب کرده است. ایران در افغانستان ۸/۶۷ درصد بازار این کشور را در اختیار دارد که مشخص است بازم این سهم کاهش یافته و بازار افغانستان به تدریج در اختیار رقبای ایران قرار گرفته است. افغانستان در سال ۲۰۱۸ ۸/۶۱ درصد از کل صادرات ایران را تقاضا کرده است. اما ایران در روسیه در سال ۲۰۱۸ جایگاه نازل نهم را داشته و قیمت صادراتی ایران نیز در جایگاه هشتم قرار داشته است. اما از بین رقبای اصلی قیمت ایران تنها از نیوزلند و اروگوئه کمتر بوده و در این سال نیز ایران تنها ۰/۶۸ درصد بازار روسیه را در اختیار داشته که معادل ۲/۶۹ درصد کل صادرات شیر و خامه تغلیظ شده ایران بوده است.

بررسی وضعیت صادرات محصولات منتخب کشاورزی ایران.....شیر و خامه تغلیظ شده

جدول ۲-۱۴- جایگاه ایران در مقایسه با رقبا در مهم ترین بازارهای هدف خود در سال ۲۰۱۸

بازار هدف	مقدار صادرات ایران	رتبه مقدار صادراتی ایران	قیمت صادراتی ایران	رتبه قیمت صادراتی ایران	قیمت رقبا در ۵ کشور هدف ایران در سال ۲۰۱۸ (دلار/تن)	سهم ایران (درصد)	سهم از صادرات ایران (درصد)
عراق	۶۰۶۰	۵	۴۱۰۱	۵	امارات ویتنام عمان ترکیه عربستان ۴۰۶۵ ۳۴۰۳ ۳۴۳۸ ۱۵۲۰ ۲۶۱۹	۶/۰۵	۴۰/۷۹
پاکستان	۵۶۲۴	۳	۳۴۰۸	۵	نیوزلند امریکا فرانسه ایرلند المان ۳۰۵۴ ۳۱۵۵ ۲۵۷۹ ۲۴۶۷ ۲۵۴۰	۷/۶۹	۳۷/۸۶
افغانستان	۱۲۷۹	۳	۳۵۹۷	۳	هند امریکا هلند پاکستان امارات ۲۳۵۵ ۱۸۶۳ ۴۷۷۶ ۵۰۱۰ ۲۱۶۴	۸/۶۷	۸/۶۱
روسیه	۴۰۰	۹	۲۶۵۵	۸	بلاروس اروگوئه نیوزلند آرژانتین قرقیزستان ۱۷۲۲ ۲۹۴۹ ۳۲۳۸ ۲۳۷۲ ۱۸۷۳	۰/۶۸	۲/۶۹

منبع: ITC, 2020 و نتایج پژوهش

۲-۱۲- بررسی روند تغییر کشورهای هدف شیر و خامه تغلیظ شده ایران

نقشه های صادراتی شیر و خامه تغلیظ شده ایران در سال های ۲۰۱۸-۲۰۰۱ نشان می دهد، بازارهای هدف ایران در طول این دوره تغییر چندانی نداشته و فقط سهم بازارها تغییر کرده است. در سال های نخست، یمن حدود ۵۰ درصد صادرات این محصول ایران را به خود اختصاص داده بود. اما در سال ۲۰۰۵ سهم کشورهای امارات متحده عربی، افغانستان و عراق افزایش پیدا کرد و بازار یمن از دست رفت. سهم این کشورها نیز در طول سال ها با نوسان زیادی روبه رو بوده است. در سال ۲۰۱۰ سهم سوریه به ۵۳ درصد از ارزش صادرات شیر و خامه تغلیظ شده ایران رسید. سهم روسیه نیز در سال های ۲۰۱۶ و ۲۰۱۷ رو به افزایش گذاشت. در نهایت مهمترین بازارهای ایران از سال ۲۰۱۴ تا ۲۰۱۸ عراق و پاکستان بوده است. سهم کشورهای اروپا، آمریکا و کشورهای توسعه یافته جنوب شرقی آسیا در این سال ها نزدیک به صفر بوده است.

بررسی وضعیت صادرات محصولات منتخب کشاورزی ایران.....شیر و خامه تغلیظ شده

List of importing markets for a product exported by Iran, Islamic Republic of in 2001
Product : 0402 Milk and cream, concentrated or containing added sugar or other sweetening matter



شکل ۲-۱- نقشه کشورهای هدف ایران در سال ۲۰۰۱ (منبع: ITC, 2020)

List of importing markets for a product exported by Iran, Islamic Republic of in 2005
Product : 0402 Milk and cream, concentrated or containing added sugar or other sweetening matter



شکل ۲-۲- نقشه کشورهای هدف ایران در سال ۲۰۰۵ (منبع: ITC, 2020)

بررسی وضعیت صادرات محصولات منتخب کشاورزی ایران.....شیر و خامه تغلیظ شده

List of importing markets for a product exported by Iran, Islamic Republic of in 2010

Product : 0402 Milk and cream, concentrated or containing added sugar or other sweetening matter



شکل ۲-۳- نقشه کشورهای هدف ایران در سال ۲۰۱۰ (منبع: ITC, 2020)

List of importing markets for a product exported by Iran, Islamic Republic of in 2012

Product : 0402 Milk and cream, concentrated or containing added sugar or other sweetening matter



شکل ۲-۴- نقشه کشورهای هدف ایران در سال ۲۰۱۲ (منبع: ITC, 2020)

بررسی وضعیت صادرات محصولات منتخب کشاورزی ایران.....شیر و خامه تغلیظ شده

List of importing markets for a product exported by Iran, Islamic Republic of in 2014

Product : 0402 Milk and cream, concentrated or containing added sugar or other sweetening matter



شکل ۲-۵- نقشه کشورهای هدف ایران در سال ۲۰۱۴ (منبع: ITC, 2020)

List of importing markets for a product exported by Iran, Islamic Republic of in 2016

Product : 0402 Milk and cream, concentrated or containing added sugar or other sweetening matter



شکل ۲-۶- نقشه کشورهای هدف ایران در سال ۲۰۱۶ (منبع: ITC, 2020)

بررسی وضعیت صادرات محصولات منتخب کشاورزی ایران.....شیر و خامه تغلیظ شده

List of importing markets for a product exported by Iran, Islamic Republic of in 2017

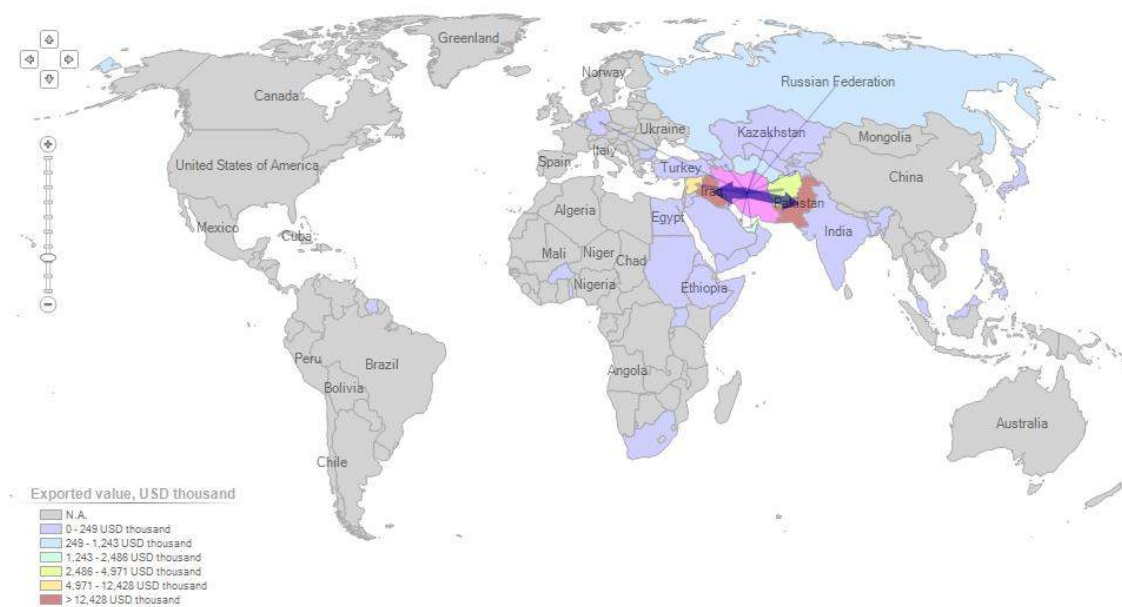
Product : 0402 Milk and cream, concentrated or containing added sugar or other sweetening matter



شکل ۲-۷- نقشه کشورهای هدف ایران در سال ۲۰۱۷ (منبع: ITC, 2020)

List of importing markets for a product exported by Iran, Islamic Republic of in 2018

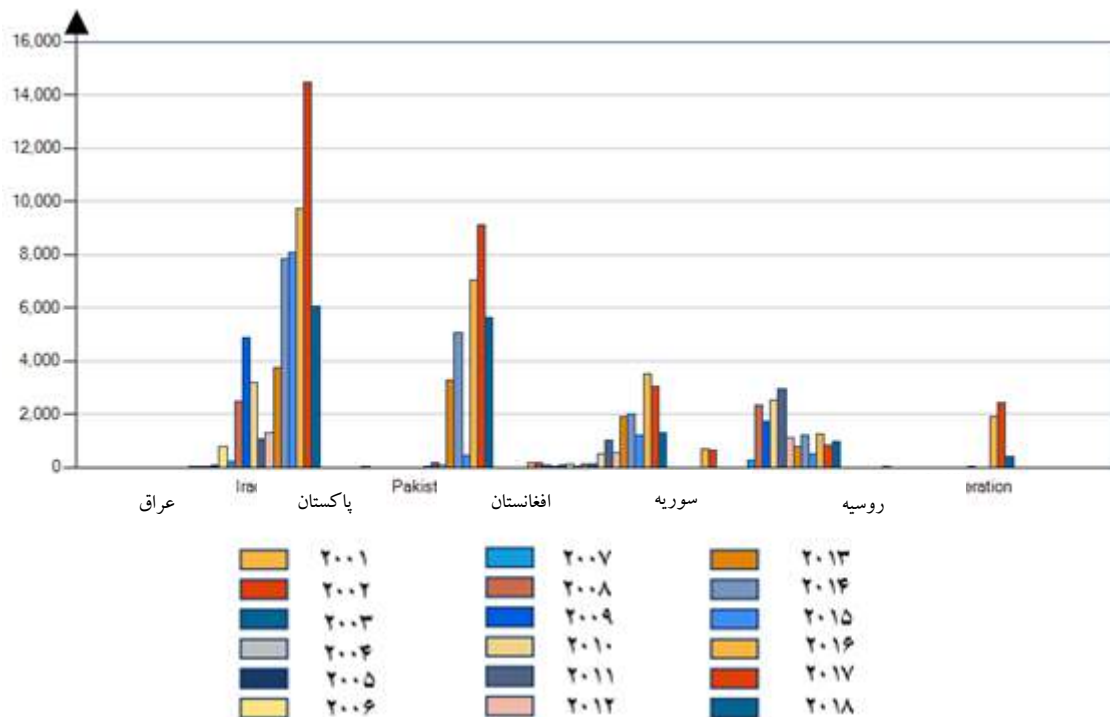
Product : 0402 Milk and cream, concentrated or containing added sugar or other sweetening matter



شکل ۲-۸- نقشه کشورهای هدف ایران در سال ۲۰۱۸ (منبع: ITC, 2020)

۲-۱۳- بررسی تأثیر تغییر کشورهای هدف در تغییر قیمت‌های صادراتی شیر و خامه تغلیظ شده ایران

باتوجه به نمودار ۲-۹، نوسان در سهم ایران در هر کشور هدف مشخص است. ملاحظه می‌شود که صادرات ایران به عراق از سال ۲۰۱۲ روندی صعودی داشته و در سال ۲۰۱۸ صادرات به این کشور ناشی از کاهش حدود ۵۳ درصدی صادرات کل ایران، کاهش یافته است. مشخص است که بیشترین میزان صادرات ایران از سال ۲۰۱۶ به بعد به سه کشور عراق، پاکستان و افغانستان بوده و با کاهش میزان کل صادرات ایران در سال ۲۰۱۸، در هر سه کشور مورد نظر صادرات ایران کاهش یافته است.

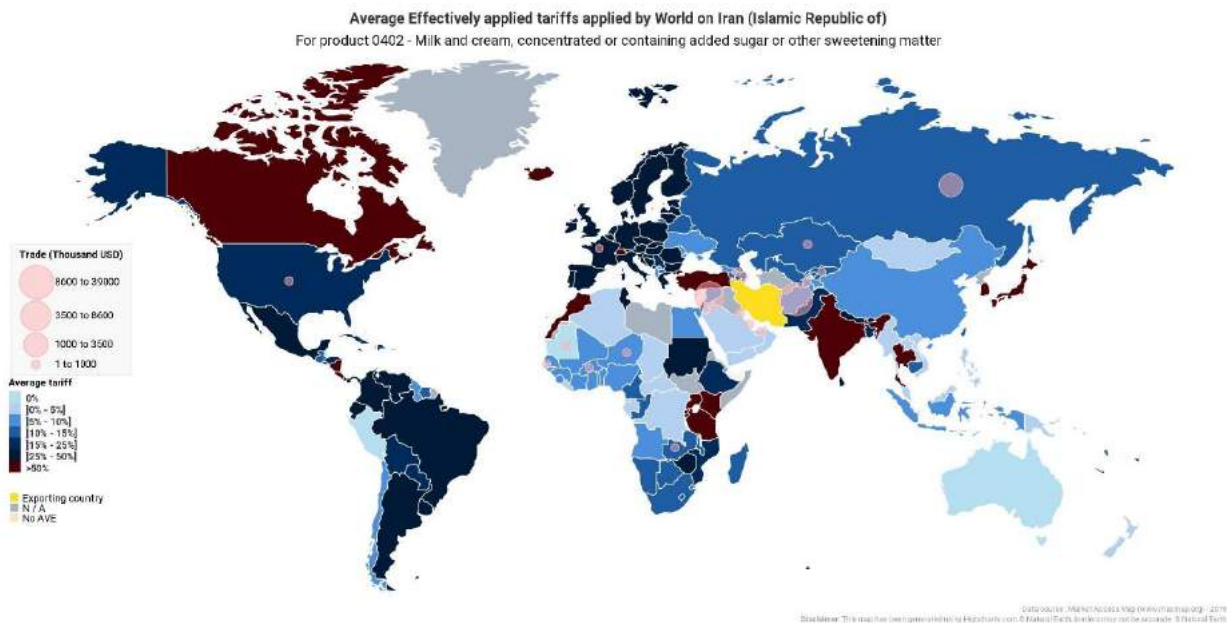


نمودار ۲-۹- تداوم بازار شیر و خامه تغلیظ شده صادراتی در کشورهای هدف ایران (منبع: ITC, 2020)

۲-۱۴- نقشه تعرفه وارداتی در کشورهای هدف ایران

بررسی نقشه تعرفه وارداتی در شکل ۲-۹ نشان می‌دهد که پاکستان تعرفه مؤثر ۱۹/۴۵ درصدی روی صادرات شیر و خامه تغلیظ شده ایران وضع کرده است. مطابق این نقشه، افغانستان برخلاف کد تعرفه ۰۴۰۱، برای کد ۰۴۰۲ تعرفه کمتری وضع کرده که معادل ۵/۷۷ درصد بوده است. سوریه و روسیه نیز به ترتیب تعرفه مؤثر ۵/۰۸ و ۱۱/۲۲ درصدی برای واردات از ایران تعیین نمودند. مشخص است که روسیه هم نسبت به کد تعرفه ۰۴۰۱ تعرفه کمتری برای واردات از ایران برای کد تعرفه ۰۴۰۲ وضع کرده است. هرچند در روسیه مانند کد تعرفه ۰۴۰۱، بزرگترین صادرکننده به روسیه بلاروس بوده که از تعرفه وارداتی صفر در روسیه برخوردار است.

بررسی وضعیت صادرات محصولات منتخب کشاورزی ایران.....شیر و خامه تغلیظ شده



شکل ۲-۹- تعرفه کشورهای هدف در صادرات شیر و خامه تغلیظ شده (منبع: ITC, 2020)

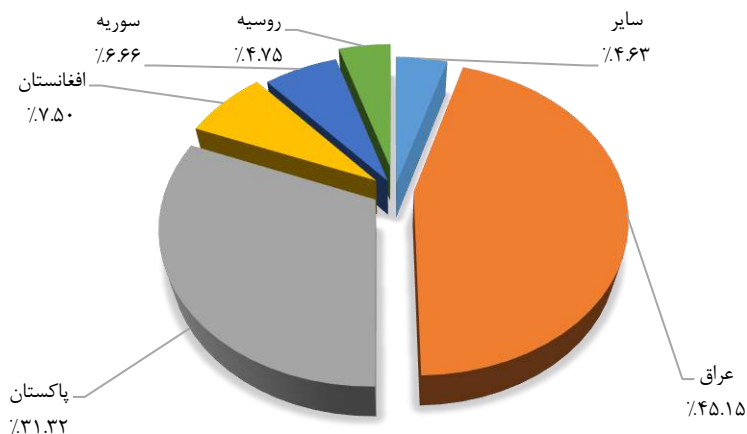
۲-۱۵- بررسی زیرکدهای تعرفه شیر و خامه تغلیظ شده و با شکر و هر شیرین کننده

مشابه کد ۰۴۰۱، در کد ۰۴۰۲ نیز تلاش شد تا در زیرکدهای تعرفه بطور جداگانه قیمت و مقدار صادرات ایران در مقایسه با رقبا در هر کشور هدف بررسی شود. به این ترتیب کالاهای همگن تری باهم مقایسه خواهند شد که انتظار می‌رود بویژه مقایسه قیمتی بین کشورهای صادرکننده را به شکل مناسب تری ممکن سازد.

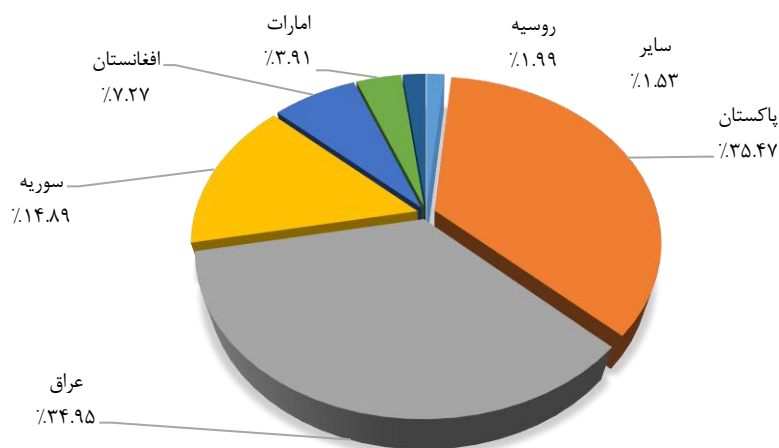
۲-۱۵-۱- شیر و خامه بصورت جامد با درصد چربی کمتر مساوی ۱/۵ درصد (کد تعرفه ۰۴۰۲۱۰)

در مورد کد تعرفه ۰۴۰۲۱۰ مربوط به شیر و خامه بصورت جامد با درصد چربی کمتر مساوی ۱/۵ درصد، مشاهده می‌شود که در سال ۲۰۱۷ و ۲۰۱۸ به ترتیب مجموعاً حدود ۹۸/۵ و ۹۵/۴ درصد به کشورهای عراق، پاکستان، افغانستان، سوریه و روسیه صادر می‌شود. بر همین اساس در ادامه وضعیت قیمت و مقدار صادراتی در این کشورها در مقایسه با رقبا بررسی خواهد شد.

بررسی وضعیت صادرات محصولات منتخب کشاورزی ایران..... شیر و خامه تغلیظ شده



شکل ۲-۱۰- ترکیب کشورهای هدف اصلی ایران در سال ۲۰۱۷ (منبع: ITC, 2020 و یافته‌های پژوهش)

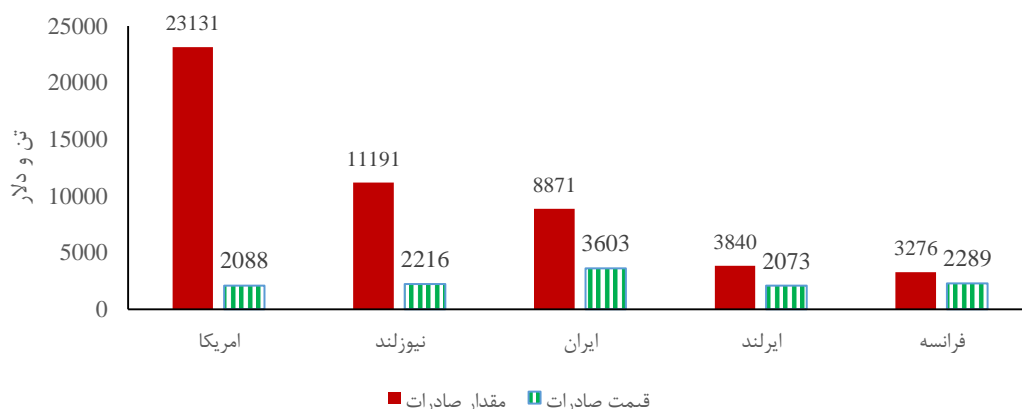


شکل ۲-۱۱- ترکیب کشورهای هدف اصلی ایران در سال ۲۰۱۸ (منبع: ITC, 2020 و یافته‌های پژوهش)

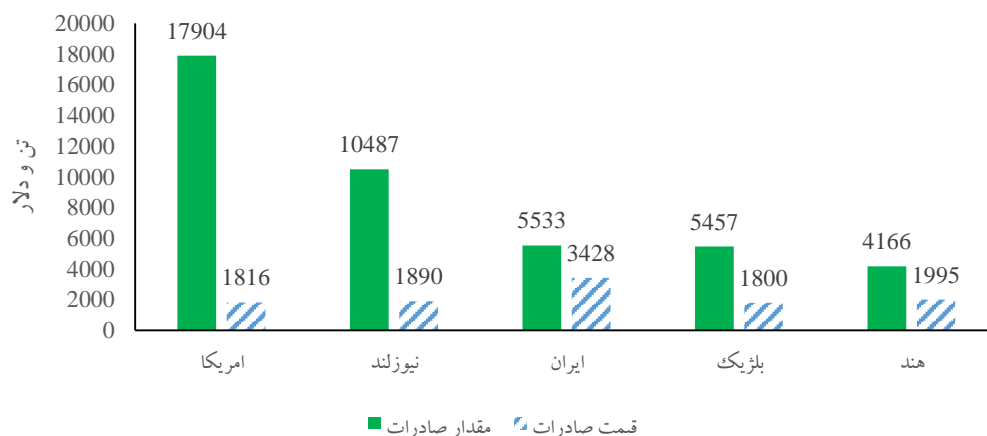
۲-۱۰-۱-۱۵- کشور هدف؛ پاکستان

در پاکستان در مورد این کد تعرفه مشخص است که ایران به لحاظ مقدار صادرات در جایگاه سوم قرار گرفته و قیمت صادراتی ایران از رقبای اصلی خود یعنی امریکا و نیوزلند بیشتر بوده است. این در حالی است که در سال ۲۰۱۸ با رقابت بیشتر بین کشورها برای صادرات به پاکستان، قیمت صادراتی کشورهای صادرکننده اصلی کاهش یافت. بطوریکه امریکا با کاهش ۱۳ درصدی قیمت‌های صادراتی همچنان ۲۲/۶ درصد کاهش مقدار صادراتی را داشته و نیوزلند با ۱۴/۷ درصد کاهش قیمت با تنها ۶ درصد افت صادرات مواجه بوده اما ایران با حدود ۵ درصد کاهش قیمت صادراتی، افت میزان صادرات را به اندازه ۳۷/۶ درصد شاهد بوده است و لذا قیمت‌های بالای صادراتی ایران نه تنها مزیتی برای کشور در پاکستان تلقی نشده، بلکه منجر به از دست رفتن بیشتر بازارهای صادراتی ایران شده است. بنابراین با توجه به مواردی که بیان شد، نمی‌توان قیمت صادراتی بالا در پاکستان را مزیتی برای ایران تلقی نمود.

بررسی وضعیت صادرات محصولات منتخب کشاورزی ایران.....شیر و خامه تغلیظ شده



نمودار ۲-۱۰- وضعیت قیمت و مقدار صادرات ایران در پاکستان نسبت به رقبا در سال ۲۰۱۷ (منبع: ITC, 2020)

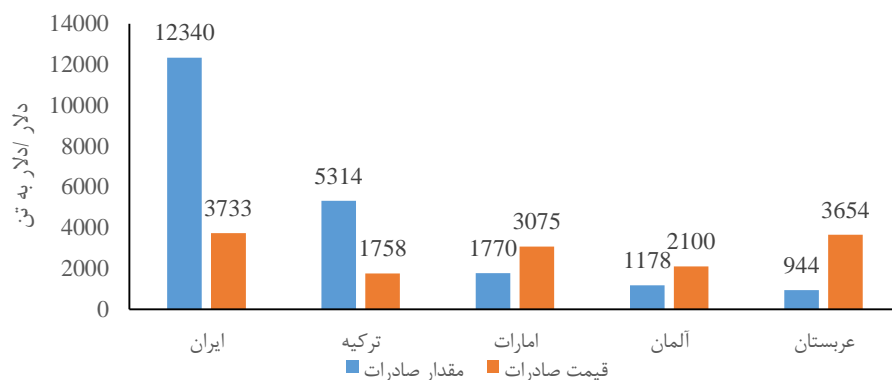


نمودار ۲-۱۱- وضعیت قیمت و مقدار صادرات ایران در پاکستان نسبت به رقبا در سال ۲۰۱۸ (منبع: ITC, 2020)

۲-۱۰-۱۵-۲- کشور هدف؛ عراق

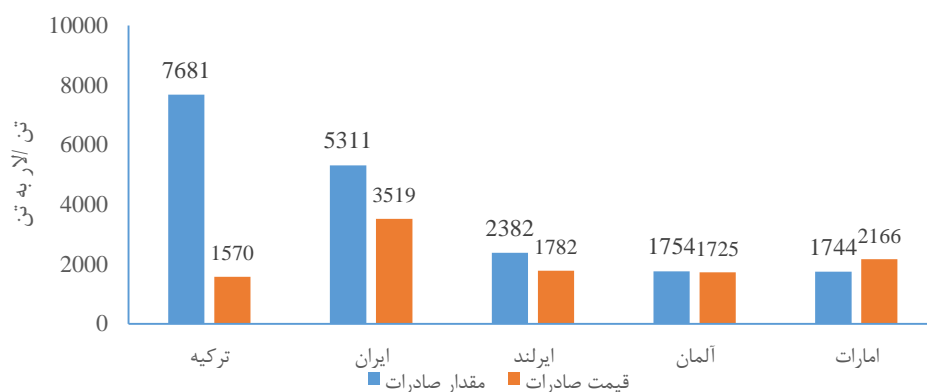
همانگونه که در نمودار ۲-۱۲ مشخص است در سال ۲۰۱۷ ایران بزرگترین صادرکننده این کد تعرفه به عراق بوده و بیش از دو برابر ترکیه (دومین صادرکننده به عراق) به این کشور از این نوع شیر و خامه صادر نموده است. این در حالی است که به لحاظ قیمتی نیز ایران وضعیتی مناسب نسبت به سایر رقبا در بازار عراق تجربه کرده و علیرغم قیمت بالاتر، صادرات ایران به عراق بیش از سایر کشورها بوده است. اما ترکیه به عنوان دومین صادرکننده به عراق، قیمتی پایین تر از ایران داشته است. در واقع قیمت صادراتی ترکیه به عراق از تمام کشورهای اصلی رقیب پایین تر است. هرچند باید به این نکته در این قسمت توجه کرد که چنانچه مزیت‌های کیفی یا سایر دلایل ایجاد مزیت در عراق (نظیر امکان سهولت مبادله که در بخش نتایج نشست تخصصی توضیح داده خواهد شد)، افت نماید، احتمال جایگزینی صادرات ایران با صادرات ترکیه در عراق بسیار محتمل خواهد بود.

بررسی وضعیت صادرات محصولات منتخب کشاورزی ایران..... شیر و خامه تغلیظ شده



نمودار ۲-۱۲- وضعیت قیمت و مقدار صادرات ایران در عراق نسبت به رقبا در سال ۲۰۱۷ (منبع: ITC, 2020)

به نظر می رسد در سال ۲۰۱۸ همین احتمال بالا قوت گرفته و ترکیه با قیمتی پایین تر نسبت به رقبا، سهم اصلی بازار عراق را در اختیار گرفت و ایران از جایگاه اول به جایگاه دوم در عراق تنزل یافت، هرچند همچنان بیشترین قیمت را در بین رقبا داشته است.

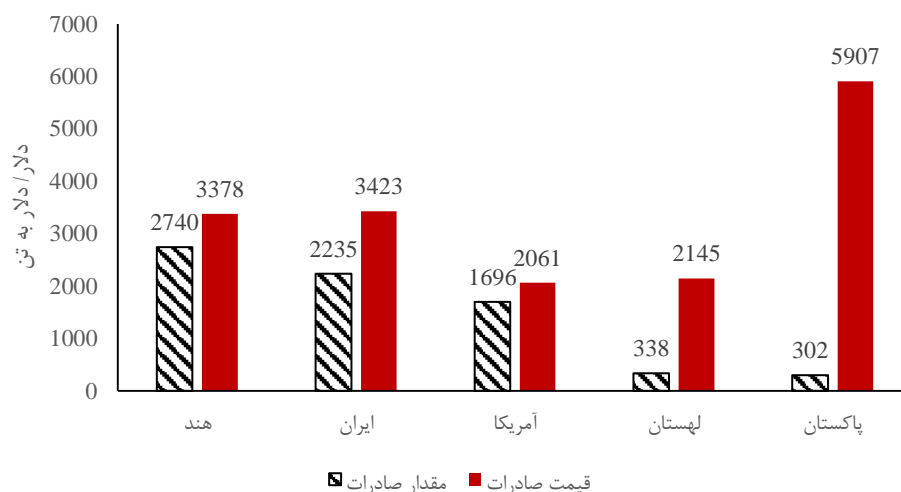


نمودار ۲-۱۳- وضعیت قیمت و مقدار صادرات ایران در عراق نسبت به رقبا در سال ۲۰۱۸ (منبع: ITC, 2020)

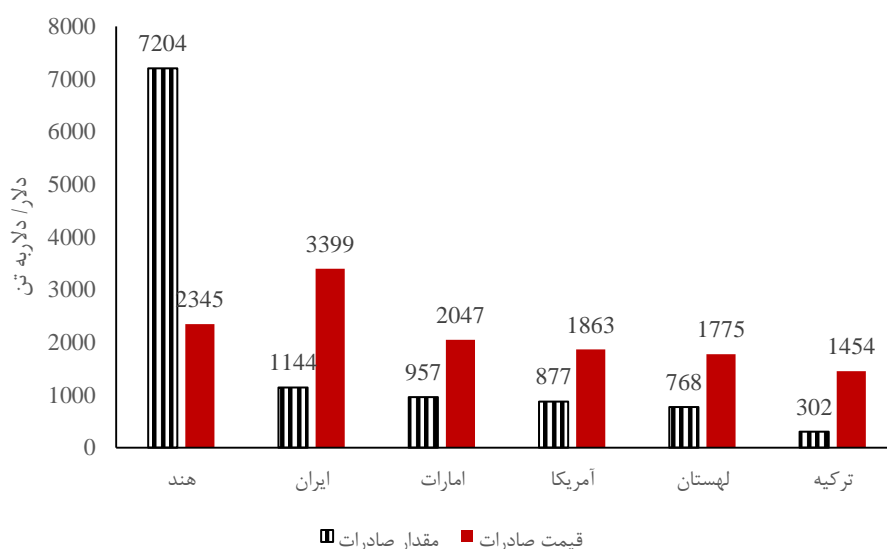
۲-۱۵-۱-۳- کشور هدف؛ افغانستان

در مورد افغانستان نیز مشخص است که ایران در سال ۲۰۱۷ بعد از هند و البته با قیمتی بیشتر، دومین کشور صادرکننده به افغانستان است. همانگونه که بیان شد، اختلاف صادرات ایران و هند به افغانستان در سال ۲۰۱۷ قابل توجه نبوده اما هند با اتکا به قیمت های پایین تر و کاهش قابل توجه همین قیمت در سال ۲۰۱۸ اختلاف خود با ایران را بطور چشمگیری در میزان صادرات افزایش داده است. در حالیکه صادرات ایران با افزایش در قیمت ها، تقریباً نصف شده و مشخصاً بازار افغانستان را به رقیب اصلی خود واگذار نموده است. لذا افزایش قیمت های صادراتی ایران در افغانستان نیز مزیت رقابتی تلقی نشده و منجر به از دست رفتن بازارهای صادراتی ایران شده است.

بررسی وضعیت صادرات محصولات منتخب کشاورزی ایران.....شیر و خامه تغلیظ شده



نمودار ۲-۱۴- وضعیت قیمت و مقدار صادرات ایران در افغانستان نسبت به رقبا در سال ۲۰۱۷ (منبع: ITC, 2020)

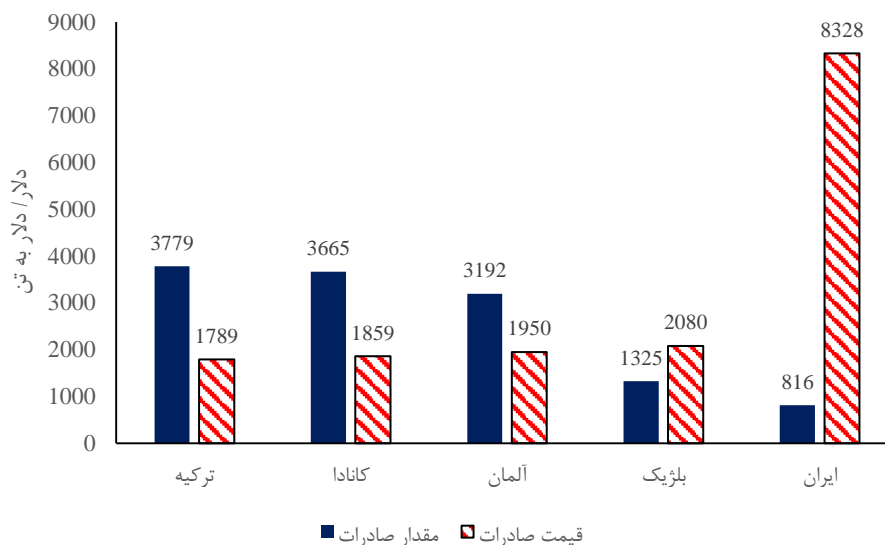


نمودار ۲-۱۵- وضعیت قیمت و مقدار صادرات ایران در افغانستان نسبت به رقبا در سال ۲۰۱۸ (منبع: ITC, 2020)

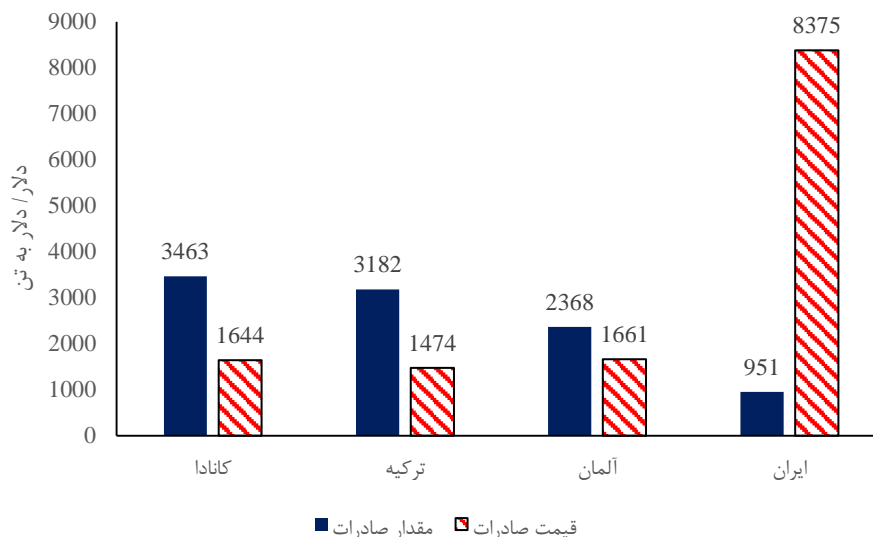
۲-۱۵-۱-۴- کشور هدف؛ سوریه

در کشور هدف سوریه نیز ایران در سال ۲۰۱۷ و در کد مورد نظر، به لحاظ میزان صادرات در جایگاه چهارم با صادرات تنها ۸۱۶ تن قرار دارد. در حالیکه بیشترین قیمت را در بین رقبا به دلیل حجم اندک صادراتی تجربه کرده است. در سال ۲۰۱۸ نیز اسران همچنان با قیمتی قابل توجه، تنها صادراتی معادل ۹۵۱ تن داشته است. لذا حضور ایران در کنار رقبا در این کشور، مستلزم دستیابی به قیمت‌های قابل رقابت با رقبا خواهد بود. البته این مورد یکی از چالش‌های ورود بیشتر به بازار سوریه است و مسائل دیگری نیز حتماً دخیل هستند که در مصاحبه با صادرکنندگان به برخی از مهمترین آنها اشاره خواهد شد.

بررسی وضعیت صادرات محصولات منتخب کشاورزی ایران.....شیر و خامه تغلیظ شده



نمودار ۲-۱۶- وضعیت قیمت و مقدار صادرات ایران در سوریه نسبت به رقبا در سال ۲۰۱۷ (منبع: ITC, 2020)

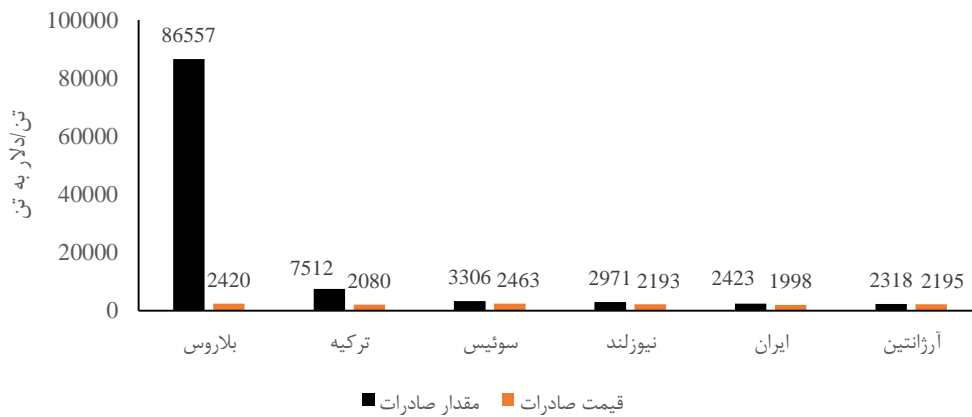


نمودار ۲-۱۷- وضعیت قیمت و مقدار صادرات ایران در سوریه نسبت به رقبا در سال ۲۰۱۸ (منبع: ITC, 2020)

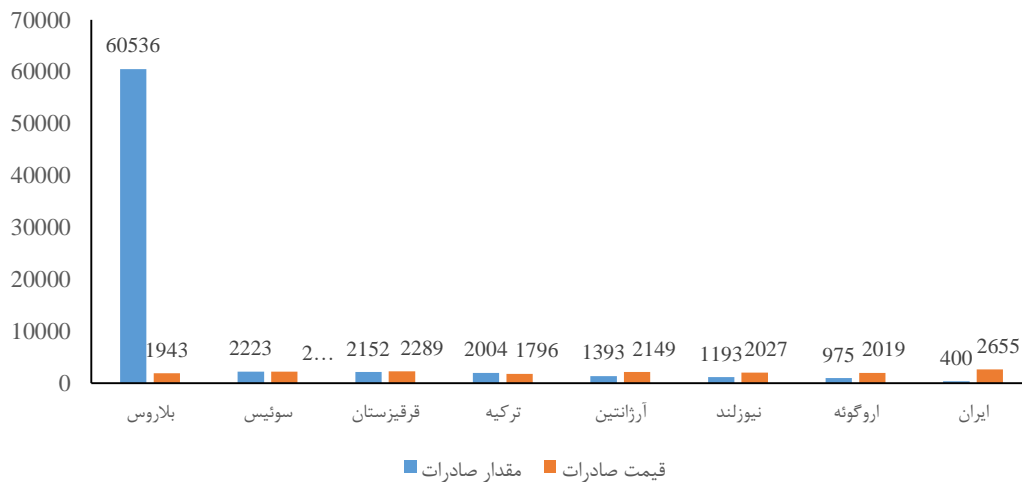
۲-۱۵-۱-۵- کشور هدف؛ روسیه

اما در روسیه به عنوان بازاری مناسب برای ایران، در سال ۲۰۱۷، ۲۴۲۳ تن توسط ایران به این کشور صادر شده که همانگونه که ملاحظه می‌شود، قدرت بلامنازع در بازار هدف روسیه مختص بلاروس بوده اما هرچند در سال ۲۰۱۸ بطور ملی واردات روسیه از این کد معادل ۳۳ درصد کاهش یافته اما با این حال افت مقادیر صادراتی ایران بیش از رقبای اصلی یعنی بلاروس، ترکیه، سوئیس و نیوزلند بوده است. این در حالی است که قیمت‌های صادراتی ایران برخلاف رقبا افزایش یافته است. لذا در این کشور نیز قیمت بالای صادراتی برای ایران مزیت رقابتی به شمار نرفته و لازم است جهت رقابت با رقبای مهمی که در روسیه وجود دارد علاوه بر کسب تمام استانداردهای لازم، به قیمی رقابتی با سایر رقبا دست یابد.

بررسی وضعیت صادرات محصولات منتخب کشاورزی ایران.....شیر و خامه تغلیظ شده



نمودار ۲-۱۸- وضعیت قیمت و مقدار صادرات ایران در روسیه نسبت به رقبا در سال ۲۰۱۷ (منبع: ITC, 2020)

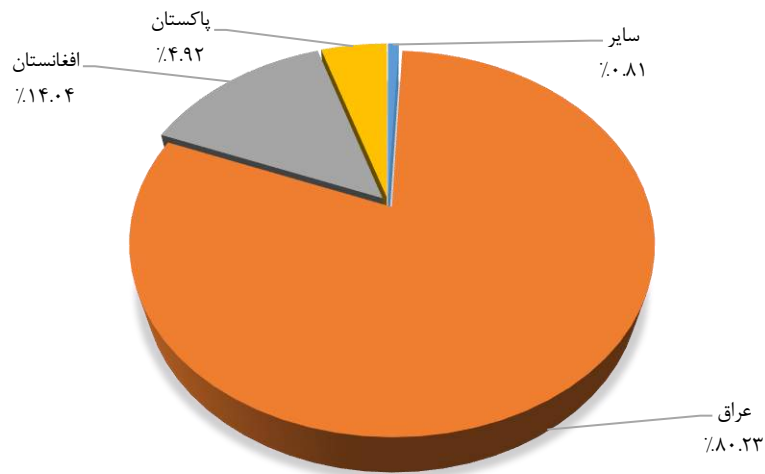


نمودار ۲-۱۹- وضعیت قیمت و مقدار صادرات ایران در روسیه نسبت به رقبا در سال ۲۰۱۸ (منبع: ITC, 2020)

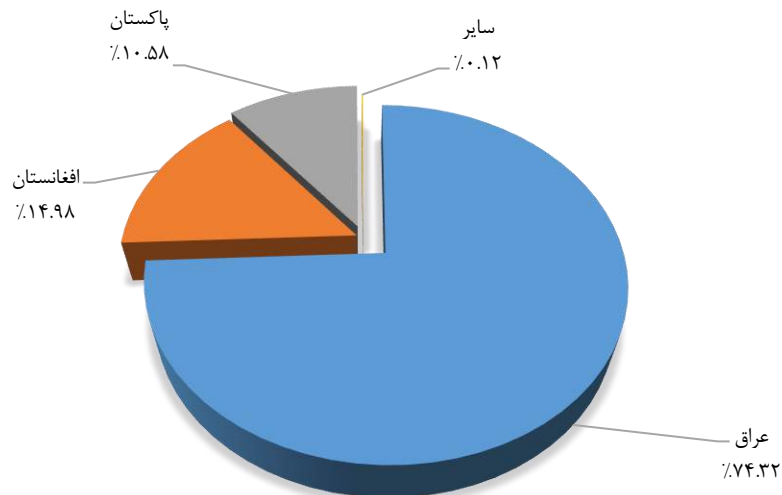
۲-۱۵-۲- شیر و خامه بصورت جامد با درصد چربی بیشتر از ۱/۵ درصد (کد تعرفه ۰۴۰۲۲۱)

همچنین در مورد کد تعرفه ۰۴۰۲۲۱ مربوط به شیر و خامه بصورت جامد با درصد چربی بیشتر از ۱/۵ درصد، مشاهده می شود که در سال های ۲۰۱۷ و ۲۰۱۸ بیش از ۹۹ درصد این کد تعرفه از ایران به کشورهای عراق، افغانستان و پاکستان صادر می شود. بر همین اساس در ادامه وضعیت قیمت و مقدار صادراتی در این کشورها در مقایسه با رقبا بررسی خواهد شد.

بررسی وضعیت صادرات محصولات منتخب کشاورزی ایران.....شیر و خامه تغلیظ شده



شکل ۲-۱۲- ترکیب کشورهای هدف اصلی ایران در سال ۲۰۱۷ (منبع: ITC, 2020 و یافته‌های پژوهش)

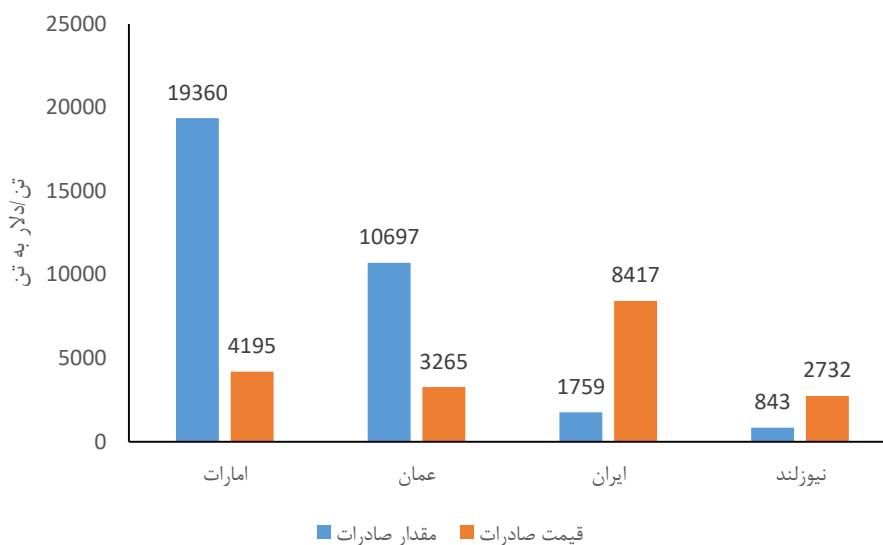


شکل ۲-۱۳- ترکیب کشورهای هدف اصلی ایران در سال ۲۰۱۸ (منبع: ITC, 2020 و یافته‌های پژوهش)

۲-۱۵-۲-۱- کشور هدف؛ عراق

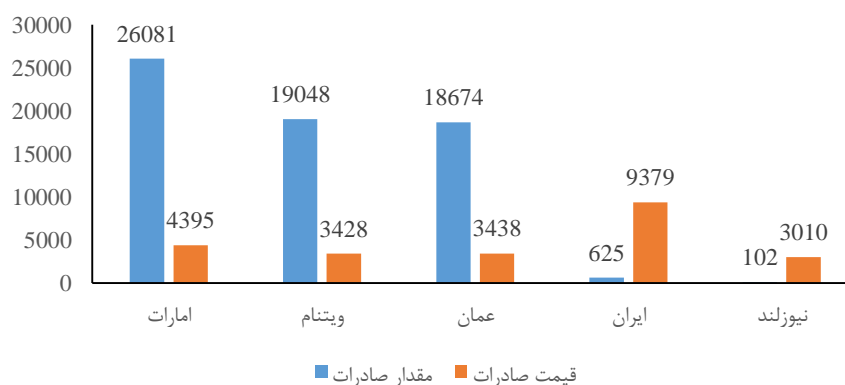
در سال ۲۰۱۷ امارات و عمان بزرگترین صادرکننده شیر و خامه با کد تعرفه ۰۴۰۲۲۱ به عراق بوده‌اند و ایران رتبه سوم صادرات به عراق را داشته هرچند که صادرات امارات به عراق ۱۱ برابر صادرات ایران به این کشور و صادرات عمان نیز بیش از ۶ برابر صادرات ایران بوده است. این در حالی است که قیمت صادراتی ایران بسیار بیشتر از قیمت‌های صادراتی عمان و امارات بوده و می‌تواند یکی از دلایل عدم نفوذ در بازارهای عراق در مورد این نوع شیر و خامه، همین قیمت‌های بالاتر ایران باشد. در واقع قیمت‌ها بالاتر تا زمانی که با صادرات مناسب همراه باشد، مناسب است اما زمانی که صادرات کشور را محدود نماید، مزیت قیمتی به شمار نخواهد رفت. لازم به ذکر است که در سال ۲۰۱۷، آماری از صادرات ویتنام به عراق ثبت نشده است.

بررسی وضعیت صادرات محصولات منتخب کشاورزی ایران..... شیر و خامه تغلیظ شده



نمودار ۲-۲۰- وضعیت قیمت و مقدار صادرات ایران در عراق نسبت به رقبا در سال ۲۰۱۷ (منبع: ITC, 2020)

در سال ۲۰۱۸ نیز مشاهده می‌شود که صادرات ایران حتی نسبت به سال ۲۰۱۷ نیز کاهش یافته و ایران به جایگاه چهارم رفته و صادرات امارات حدود ۴۲ برابر صادرات ایران و صادرات ویتنام و عمان نیز حدود ۳۰ برابر صادرات ایران به عراق بوده است. بازهم مشاهده می‌شود که قیمت صادراتی ایران بسیار بیشتر از رقبا بوده و نمی‌تواند این قیمت بالا در شرایطی که میزان صادرات کاهش داشته، مزیت قیمتی برای ایران تلقی شود.



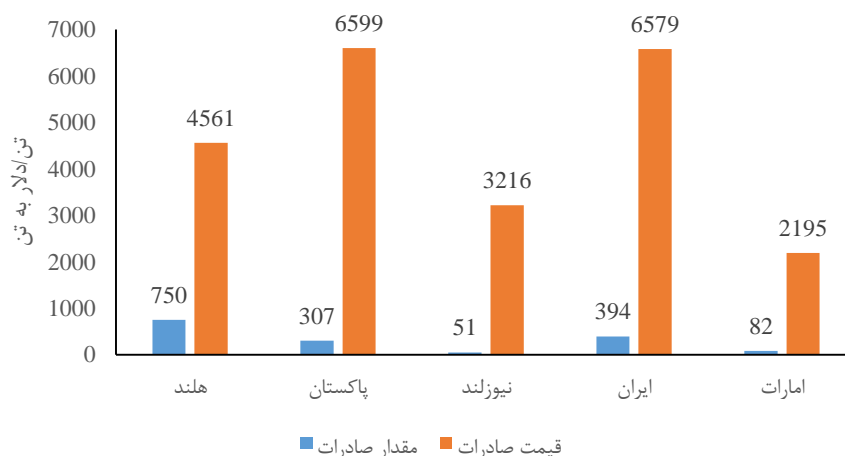
نمودار ۲-۲۱- وضعیت قیمت و مقدار صادرات ایران در عراق نسبت به رقبا در سال ۲۰۱۸ (منبع: ITC, 2020)

۲-۲-۱۵-۲- کشور هدف؛ افغانستان

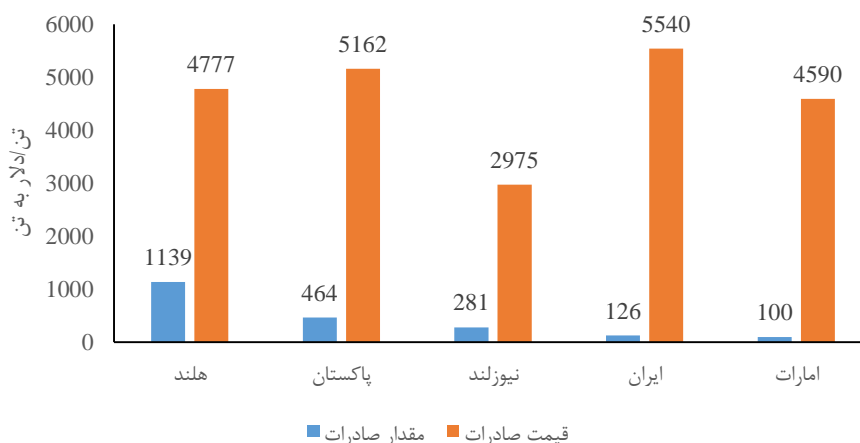
همچنین مطابق نمودار ۲-۲۱، در سال ۲۰۱۷، ایران دومین صادرکننده بعد از هلند به افغانستان بوده است. این در حالی است که قیمت صادراتی هلند نسبت به ایران کمتر بوده و ایران و پاکستان بیشترین میزان قیمت صادراتی را به افغانستان داشته‌اند. از طرفی با توجه به نمودار ۲-۲۲، در سال ۲۰۱۸، هلند با بهبود قیمت و مقدار صادراتی مواجه بوده اما ایران در این سال با افت قیمتی و مقدار صادراتی مواجه شده است. بطوریکه در سال ۲۰۱۸ ایران چهارمین صادرکننده به افغانستان در مورد این نوع محصول به شمار می‌آید.

بررسی وضعیت صادرات محصولات منتخب کشاورزی ایران.....شیر و خامه تغلیظ شده

رود. لذا بازم قیمت‌های بالای ایران در افغانستان، نه تنها مزیت قیمتی برای ایران تلقی نشده، بلکه در سال بعدی مشاهده می‌شود که جایگاه مقدار صادراتی ایران تنزل یافته است. هرچند همچنان قیمت صادراتی ایران در سال ۲۰۱۸ بیش از رقباست اما همانگونه که بیان شد، این افزایش قیمت منجر به ایجاد مزیت در بازار افغانستان نشده و جایگاه ایران را متزلزل نموده است.



نمودار ۲-۲۲- وضعیت قیمت و مقدار صادرات ایران در افغانستان نسبت به رقبا در سال ۲۰۱۷ (منبع: ITC, 2020)

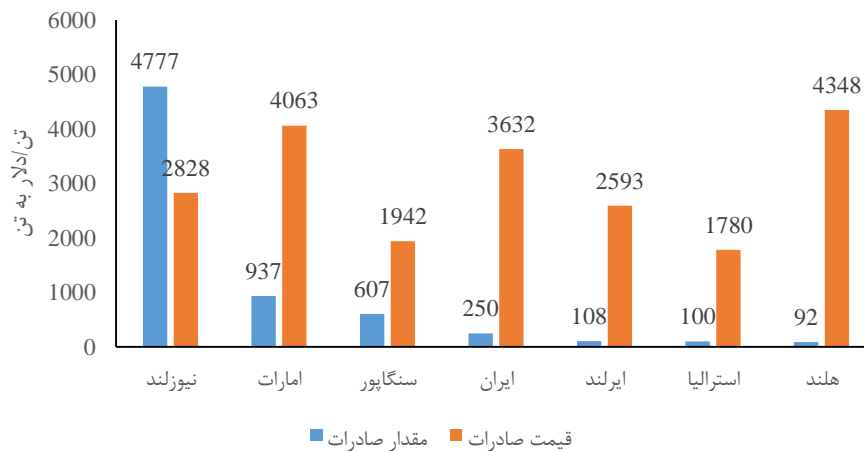


نمودار ۲-۲۳- وضعیت قیمت و مقدار صادرات ایران در افغانستان نسبت به رقبا در سال ۲۰۱۸ (منبع: ITC, 2020)

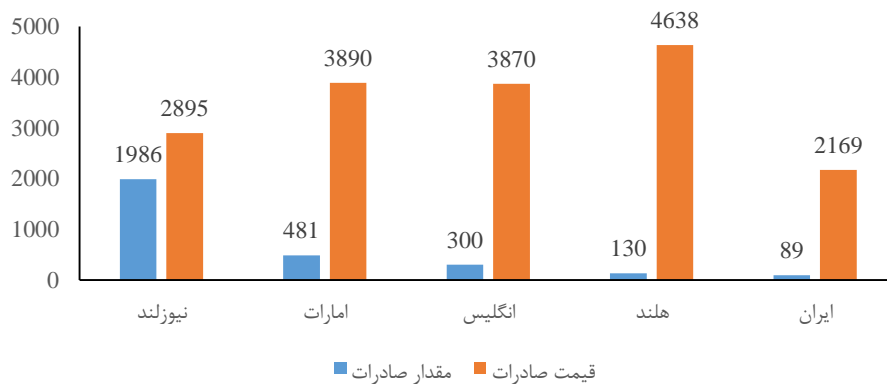
۲-۱۵-۲-۳- کشور هدف؛ پاکستان

در سال ۲۰۱۷، ایران صادرات محدود ۲۵۰ تنی در مورد کد تعرفه ۰۴۰۲۲۱ به پاکستان داشته که از این حیث در جایگاه چهارم قرار داشته است. نیوزلند بزرگترین صادرکننده به پاکستان بوده اما به لحاظ قیمتی حتی از ایران نیز کمتر بوده است. در سال ۲۰۱۸ مجدد ملاحظه می‌شود که علاوه بر اینکه قیمت صادراتی ایران افت کرده و به کمترین قیمت در بین رقبا رسیده، مقدار صادراتی ایران نیز نزدیک به یک سوم شده است. در واقع قیمت‌های بالا در سال ۲۰۱۷ نه تنها مزیت قیمتی به شمار نمی‌رود، منجر به عدم استقبال در سال آتی و افت قیمت و مقدار صادراتی ایران شده است. هرچند بطور کلی مقدار صادراتی تمام کشورها به دلیل کاهش واردات پاکستان کاهش یافته است اما نسبت مقادیر صادراتی و نسبت قیمت صادراتی نیوزلند به ایران افزایش یافته است.

بررسی وضعیت صادرات محصولات منتخب کشاورزی ایران.....شیر و خامه تغلیظ شده



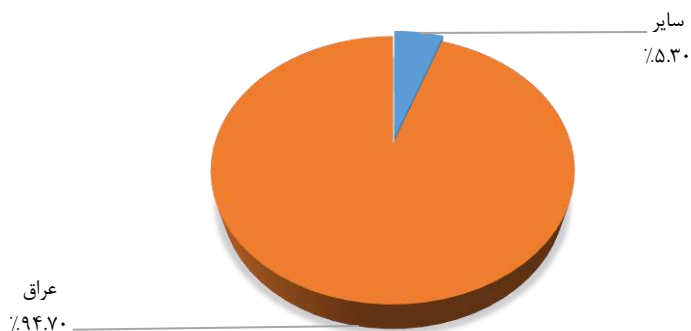
نمودار ۲-۲۴- وضعیت قیمت و مقدار صادرات ایران در پاکستان نسبت به رقبای سال ۲۰۱۷ (منبع: ITC, 2020)



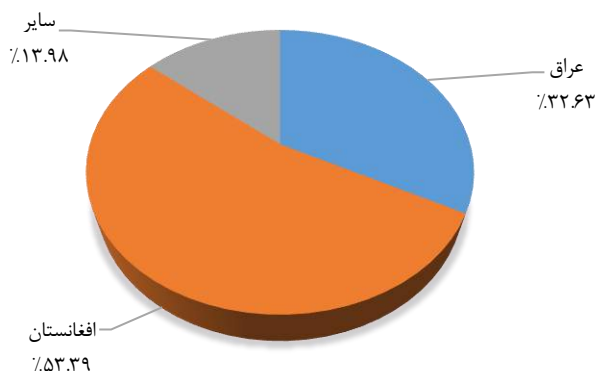
نمودار ۲-۲۵- وضعیت قیمت و مقدار صادرات ایران در پاکستان نسبت به رقبای سال ۲۰۱۸ (منبع: ITC, 2020)

۲-۱۵-۳- شیر و خامه غلیظ به شکل غیر جامد

همچنین در مورد کد تعرفه ۰۴۰۲۹۹ مربوط به شیر و خامه غلیظ به شکل غیر جامد مشخص است که هرچند در سال ۲۰۱۸ مجموعاً حدود ۹۵ درصد به کشور عراق صادر شده اما در سال ۲۰۱۷ و پیش از آن بازارهای هدف ایران در مورد این محصول عراق و افغانستان بوده و در سال ۲۰۱۷ حدود ۸۶ درصد به این دو کشور صادر شده و لذا در ادامه وضعیت قیمت و مقدار صادراتی در این دو کشور در مقایسه با رقبا بررسی خواهد شد.



شکل ۲-۱۴- ترکیب کشورهای هدف اصلی ایران در سال ۲۰۱۷ (منبع: ITC, 2020 و یافته‌های پژوهش)

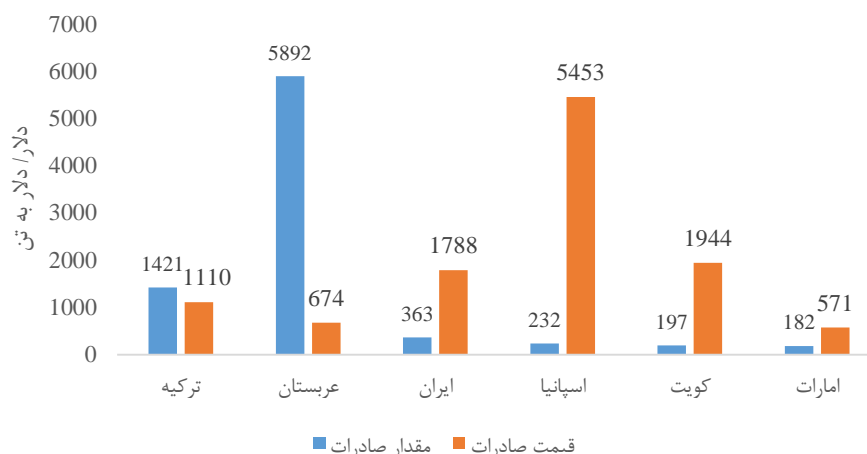


شکل ۲-۱۵- ترکیب کشورهای هدف اصلی ایران در سال ۲۰۱۸ (منبع: ITC, 2020 و یافته‌های پژوهش)

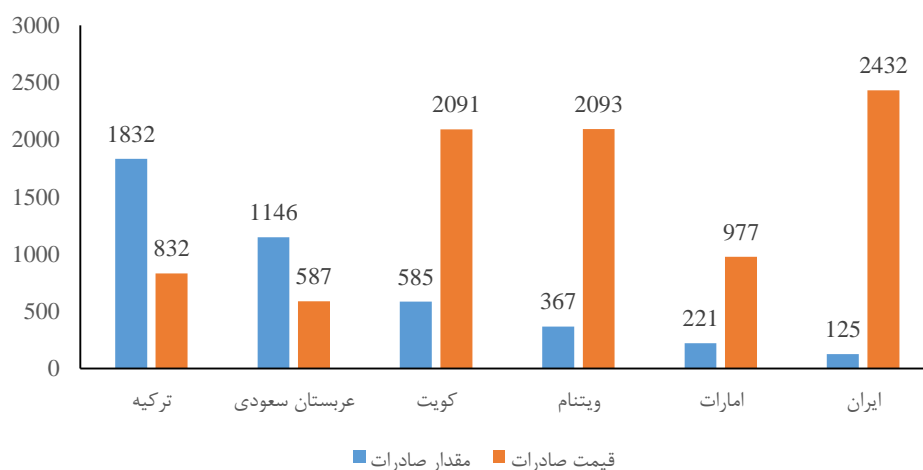
۲-۱۵-۳-۱- کشور هدف؛ عراق

نتایج در کشور عراق نشان می‌دهد که در سال ۲۰۱۷ عربستان و ترکیه بزرگترین صادرکننده به عراق بوده‌اند که قیمت صادراتی در مورد هر دو کمتر از قیمت‌های صادراتی ایران است. ایران نیز با قیمتی بالاتر در میزان صادرات رتبه سوم را داشته است. این قیمت‌های بالا در سال ۲۰۱۸ نیز همچنان افزایش یافت اما مشاهده می‌شود که بازار عراق بیش از پیش از دسترس ایران خارج شد. هرچند سهم صادراتی عربستان کاهش یافته اما ایران نتوانسته این کاهش را به سمت و سوی خود منتقل نماید و ترکیه بخوبی توانست با کاهش قیمت‌های صادراتی، بازار را در اختیار گرفته و بزرگترین صادرکننده به عراق تلقی شود. لذا قیمت‌های بالای ایران در این بازار نیز نمی‌تواند مزیتی رقابتی برای صادرکننده ایرانی به شمار رود.

بررسی وضعیت صادرات محصولات منتخب کشاورزی ایران.....شیر و خامه تغلیظ شده



نمودار ۲-۲۶- وضعیت قیمت و مقدار صادرات ایران در عراق نسبت به رقبا در سال ۲۰۱۷ (منبع: ITC, 2020)

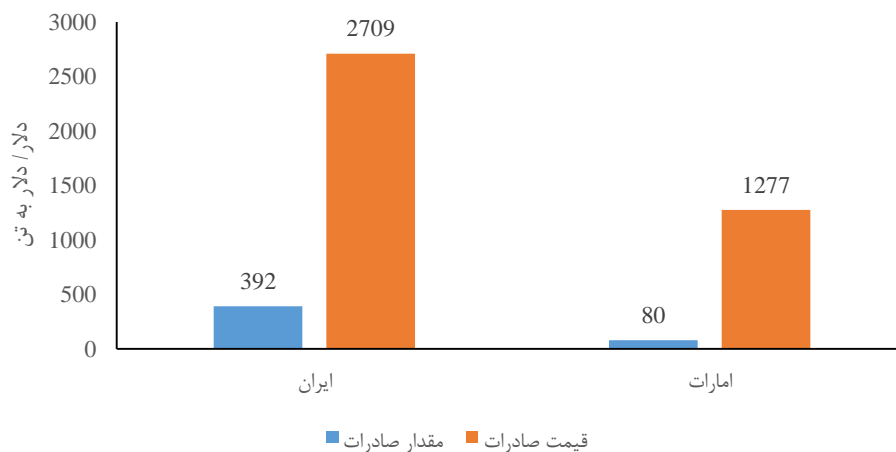


نمودار ۲-۲۷- وضعیت قیمت و مقدار صادرات ایران در عراق نسبت به رقبا در سال ۲۰۱۸ (منبع: ITC, 2020)

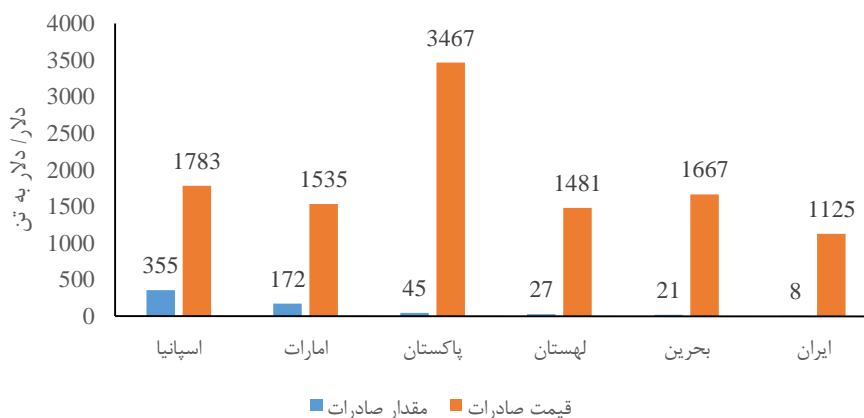
۲-۱۵-۳-۲- کشور هدف؛ افغانستان

در مورد افغانستان نیز هرچند در سال ۲۰۱۷ ایران صادرات بیشتری نسبت رقیب اصلی خود یعنی امارات داشته و قیمت بیش از دو برابری نسبت به امارات را تجربه کرده اما همین قیمت بالا در کنار عوامل دیگر به نظر جایگاه ایران را در سال ۲۰۱۸ متزلزل کرده و در این سال ایران تنها ۸ تن به افغانستان صادرات داشته است. این در حالی است که قیمت صادراتی ایران نیز نزول قابل توجهی داشته و در مقابل آن امارات هم در قیمت و بویژه در مقادیر صادراتی رشد نموده است. لذا قیمت‌های بالای صادراتی ایران در سال ۲۰۱۷ نیز نتوانسته مزیت قیمتی پایداری برای ایران به ارمغان آورد و در کنار عوامل دیگر به از دست رفتن بازار صادراتی، شتاب بیشتری بخشید.

بررسی وضعیت صادرات محصولات منتخب کشاورزی ایران.....شیر و خامه تغلیظ شده



نمودار ۲-۲۸- وضعیت قیمت و مقدار صادرات ایران در افغانستان نسبت به رقبای سال ۲۰۱۷ (منبع: ITC, 2020)

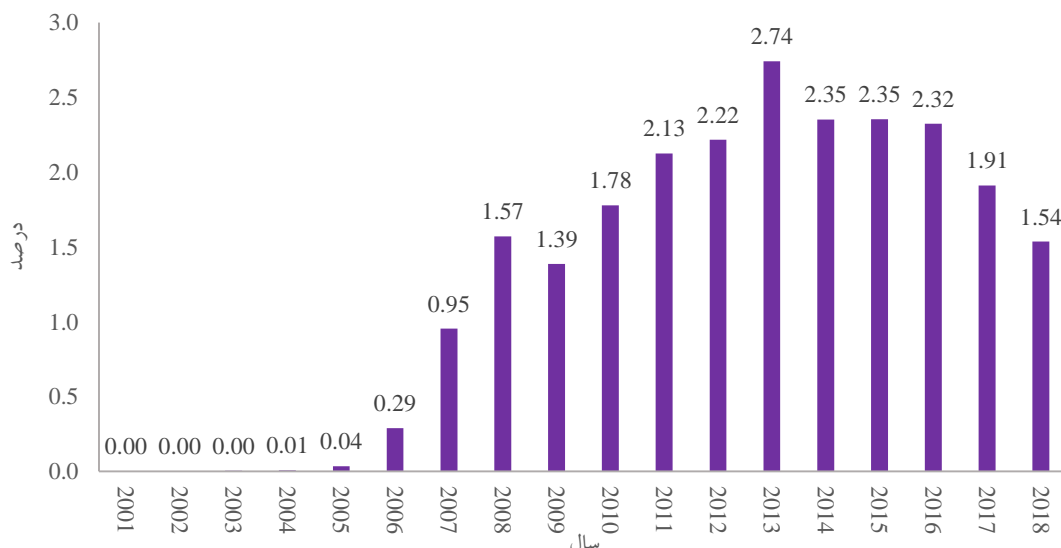


نمودار ۲-۲۹- وضعیت قیمت و مقدار صادرات ایران در افغانستان نسبت به رقبای سال ۲۰۱۸ (منبع: ITC, 2020)

۳- ماست

۱-۳- بررسی سهم ماست در سبد صادراتی ایران

در ابتدا در خصوص صادرات ماست، سهم ارزشی آن از کل سبد صادراتی محصولات کشاورزی ایران برآورد شد و نتایج نشان می‌دهد که این سهم تا سال ۲۰۱۳ روندی کاملاً صعودی داشته بطوریکه بین سال‌های ۲۰۰۱ تا ۲۰۱۸، ایران از سهم تقریباً صفر به سهمی معادل ۲/۷۴ درصد در سال ۲۰۱۳ رسید و پس از آن این سهم روند کلی نزولی داشته و از سال ۲۰۱۶ به بعد این روند تنزل بیشتری یافته است. بطوریکه در سال ۲۰۱۸، سهم ماست از سبد صادراتی محصولات کشاورزی معادل ۱/۵۴ درصد بوده است.



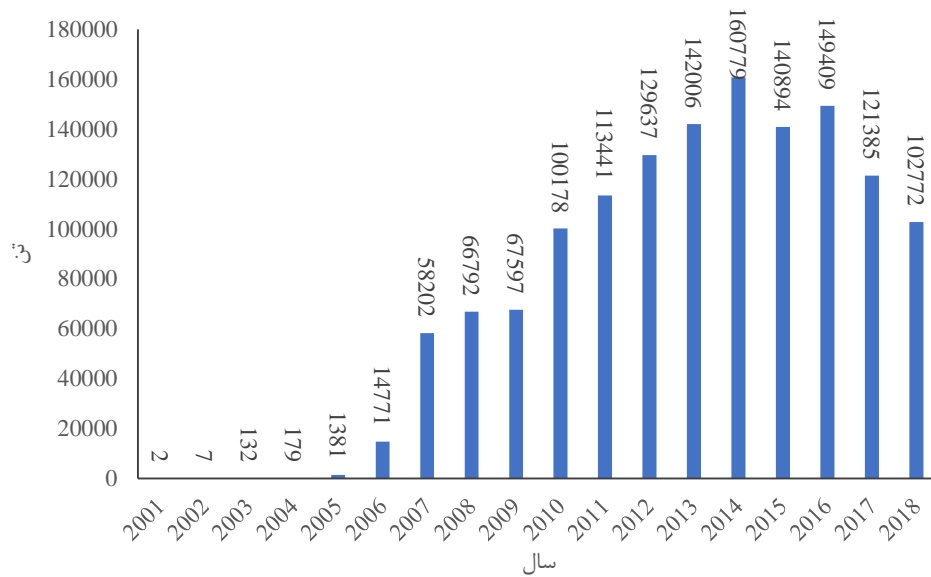
نمودار ۱-۳- روند سهم ارزش صادرات ماست از ارزش کل صادرات کشاورزی ایران

(منبع: ITC, 2020 و یافته‌های پژوهش)

۲-۳- بررسی روند مقدار تولید و صادرات ماست

مطابق نمودار ۲-۳، چنانچه روند مقادیر صادرات ماست ایران به بازارهای جهانی مورد بررسی قرار گیرد، مشخص خواهد شد که این سهم تا سال ۲۰۱۴ روندی صعودی داشته و پس از این سال و بویژه پس از سال ۲۰۱۶، مقادیر صادراتی در مورد این محصول روند نزولی را دنبال کرده است.

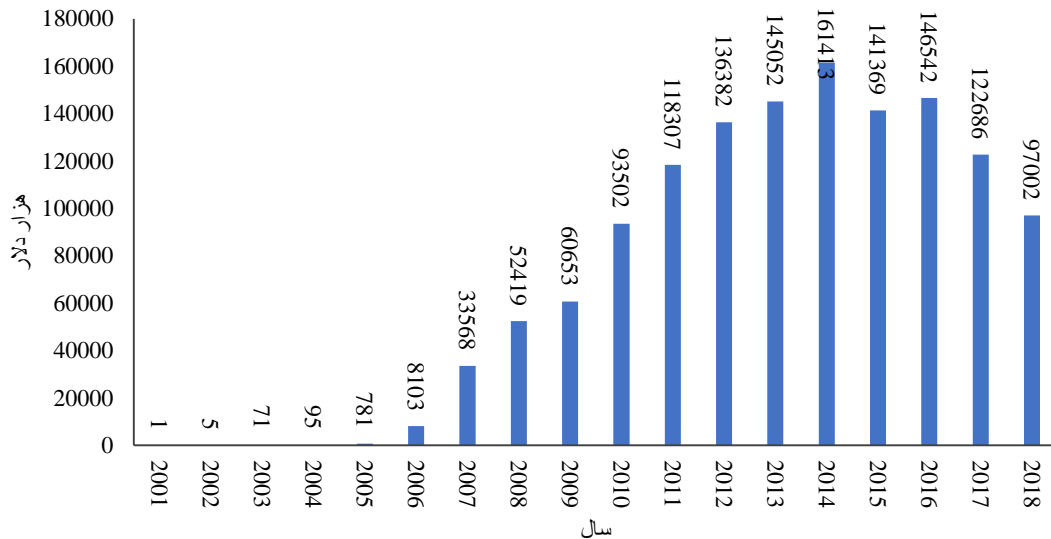
بررسی وضعیت صادرات محصولات منتخب کشاورزی ایران.....ماست



نمودار ۳-۲- روند مقدار صادرات ماست ایران (منبع: ITC, 2020)

۳-۳- بررسی روند قیمت و ارزش صادرات ماست

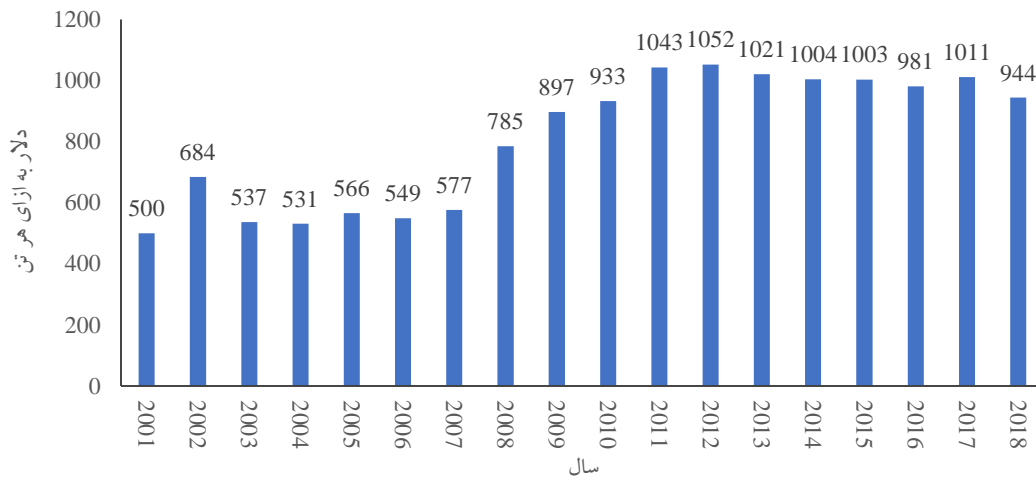
مطابق روند مقادیر صادراتی، روند ارزش صادراتی ماست نیز تا سال ۲۰۱۴ روند چشمگیر افزایشی را دنبال کرده و پس از این سال و بویژه پس از سال ۲۰۱۶، روند ارزش‌های صادراتی، با توجه به کاهش مقادیر صادرات، کاهش یافته است.



نمودار ۳-۳- روند ارزش صادرات ماست ایران (منبع: ITC, 2020)

کاهش مقادیر و ارزش صادراتی در حالی است که روند قیمت‌های صادراتی ماست ایران، پس از سیر صعودی تا سال ۲۰۱۱، به ثبات پس از این سال رسیده و طی سال‌های ۲۰۱۱ تا ۲۰۱۸، تقریباً معادل ۱۰۰۰ دلار به ازای هر تن یا یک دلار به ازای هر کیلوگرم بوده است.

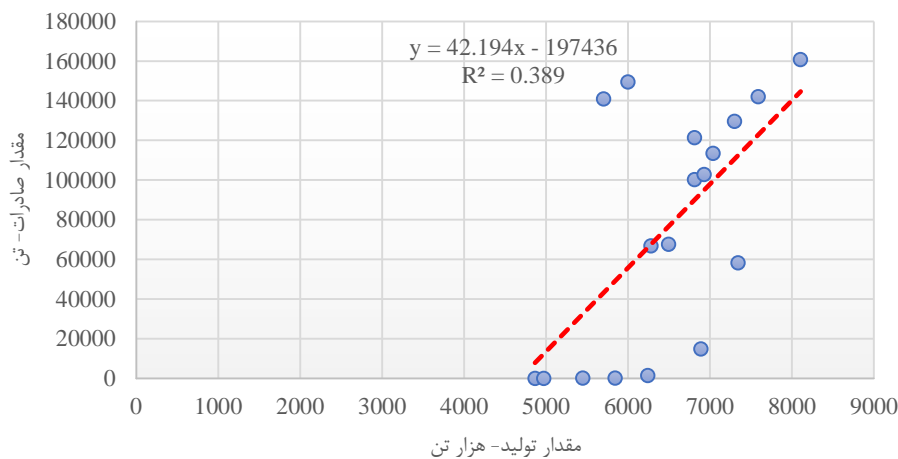
بررسی وضعیت صادرات محصولات منتخب کشاورزی ایران.....ماست



نمودار ۳-۴- روند قیمت صادرات ماست ایران (منبع: ITC, 2020)

۳-۴- ارتباط بین مقدار صادرات و مقدار تولید

نتایج بررسی ارتباط به مقادیر تولید شیر و مقادیر صادرات ماست، نشان می‌دهد که در مقادیر پایین تر تولید شیر، ارتباط قبل ملاحظه- ای نمی‌توان بین تولید شیر و صادرات ماست متصور بود اما در مقادیر تولید بالاتر شیر، این ارتباط مثبت بیشتر شده است. هرچند که بطور کلی نمی‌توان ارتباط قابل توجهی بین تولید شیر و صادرات ماست ایران قائل بود.

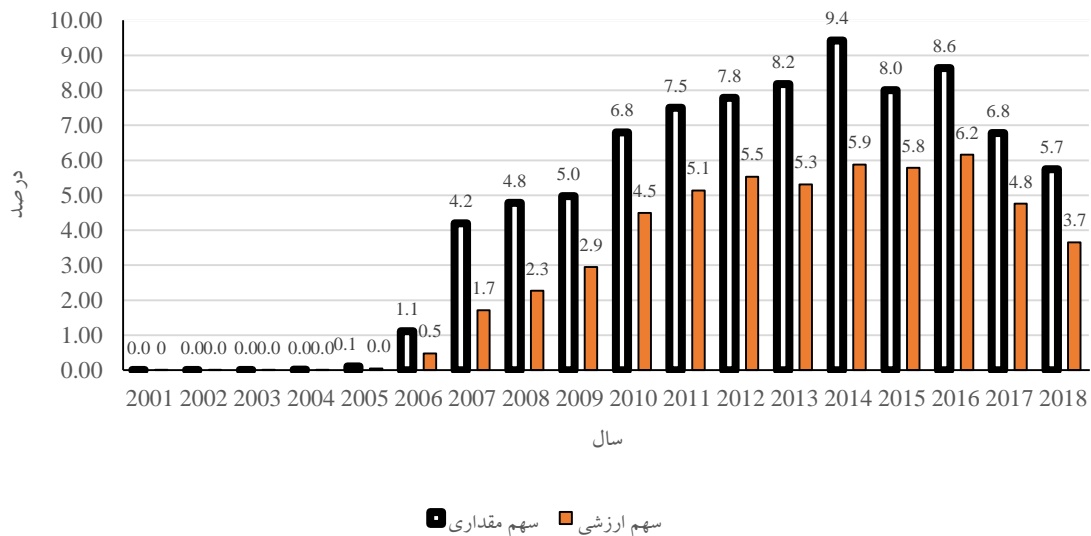


نمودار ۳-۵- ارتباط مقادیر تولید شیر و صادرات ماست ایران

۳-۵- مقایسه سهم تولید شیر و سهم صادرات ماست ایران از جهان

بررسی روند سهم مقداری و ارزشی صادرات ماست ایران در بازارهای جهانی در نمودار ۳-۶ نشان می‌دهد که هر دو سهم تا سال ۲۰۱۴ روندی صعودی داشته و پس از آن این روند نزولی بوده است. سهم مقدار صادرات ایران از حدود صفر به ۹/۴ درصد در سال ۲۰۱۴ رسی و پس از آن با روندی نزولی به ۵/۷ درصد در سال ۲۰۱۸ رسید. سهم ارزشی نیز پس از اینکه از سهم صفر درصد

به ۵/۹ درصد در سال ۲۰۱۴ رسید، در سال ۲۰۱۸ به ۳/۷ درصد تنزل یافت. بطور کلی مشخص است که در سال‌های اخیر روند نزوی در سهم مقدار و ارزشی ایران اتفاق افتاده که تهدیدی برای جایگاه ایران در بازارهای جهانی ماست خواهد بود.



نمودار ۳-۶- روند سهم مقداری و ارزشی صادرات ماست در جهان (منبع: ITC, 2020 و یافته‌های پژوهش)

۳-۶- بررسی وضعیت صادرکنندگان بزرگ ماست و جایگاه ایران

بررسی مقدار صادراتی ۱۰ کشور اول نشان می‌دهد که بزرگترین صادرکننده به لحاظ مقداری، آلمان و پس از آن فرانسه بوده است. ایران نیز در بازارهای جهانی در سال‌های اخیر حائز جایگاه پنجم بوده است. روند صادرات تقریباً برای تمام این کشورها نوسانی بوده اما برآورد ضریب نوسان نشان می‌دهد که بیشترین نوسان مقادیر صادراتی مربوط به تایند، عربستان و ایران بوده است و کمترین نوسان نیز مربوط به آلمان و فرانسه است. مشخص است که نوسان مقادیر صادرات ایران بیشتر از میانگین جهانی بوده و این نکته ریسک مقادیر صادراتی ایران را در بازارهای جهانی نشان خواهد داد.

بررسی وضعیت صادرات محصولات منتخب کشاورزی ایران.....ماست

جدول ۳-۱- مقدار صادراتی ۱۰ کشور اصلی صادرکننده و ایران- هزار تن

سال	جهان	آلمان	فرانسه	عربستان	ایران	استرالیا	اسپانیا	یونان	تایلند	لهستان	بلژیک
۲۰۰۱	۹۴۶,۲	۳۲۶,۶	۲۲۰,۳	۶,۵	۰,۰	۳۲,۴	۹۰,۵	۱۷,۳	۲,۵	۶,۱	۱۱۸,۸
۲۰۰۲	۱۰۲۵,۷	۳۲۳,۲	۲۳۷,۰	۱۴,۶	۰,۰	۶۵,۳	۷۳,۹	۹,۰	۴,۴	۶,۷	۱۰۳,۹
۲۰۰۳	۱۰۴۸,۱	۲۸۴,۶	۲۵۳,۸	۲۰,۳	۰,۱	۸۲,۵	۸۹,۲	۲۴,۳	۴,۱	۹,۷	۱۱۴,۷
۲۰۰۴	۱۱۰۹,۴	۳۱۳,۵	۲۶۳,۹	۲۸,۱	۰,۲	۹۵,۰	۸۴,۵	۱۸,۵	۵,۱	۲۰,۱	۱۰۳,۵
۲۰۰۵	۱۲۶۶,۹	۴۰۸,۵	۲۷۳,۶	۳۳,۲	۱,۴	۱۰۶,۹	۱۰۸,۰	۱۵,۴	۴,۱	۲۲,۰	۹۸,۳
۲۰۰۶	۱۳۲۰,۶	۳۸۳,۰	۲۶۸,۵	۵۰,۵	۱۴,۸	۱۲۵,۷	۹۰,۲	۲۱,۳	۱۰,۳	۲۲,۸	۹۴,۸
۲۰۰۷	۱۳۸۵,۱	۳۶۷,۹	۲۳۸,۱	۵۲,۹	۵۸,۲	۱۴۱,۰	۹۵,۰	۲۵,۲	۱۲,۱	۲۲,۷	۸۵,۷
۲۰۰۸	۱۳۹۵,۶	۳۶۴,۰	۲۶۲,۸	۳۳,۶	۶۶,۸	۱۴۶,۱	۸۱,۶	۲۶,۰	۷,۸	۲۲,۱	۷۶,۶
۲۰۰۹	۱۳۵۸,۷	۳۶۹,۶	۲۴۰,۰	۳۵,۰	۶۷,۶	۱۴۳,۰	۵۶,۰	۲۳,۲	۸,۱	۲۹,۱	۶۸,۵
۲۰۱۰	۱۴۷۳,۸	۳۷۵,۷	۲۳۵,۷	۳۷,۹	۱۰۰,۲	۱۴۳,۴	۵۹,۰	۲۳,۸	۱۲,۱	۵۱,۳	۵۴,۸
۲۰۱۱	۱۵۱۲,۲	۳۵۲,۹	۲۶۳,۰	۳۷,۱	۱۱۳,۴	۱۳۱,۹	۶۶,۶	۲۵,۲	۱۶,۴	۵۰,۰	۴۹,۶
۲۰۱۲	۱۶۶۶,۰	۳۶۶,۵	۳۰۴,۲	۶۸,۸	۱۲۹,۶	۱۳۱,۴	۸۲,۹	۲۷,۹	۳۸,۴	۴۴,۵	۵۴,۹
۲۰۱۳	۱۷۳۶,۷	۳۸۵,۵	۲۸۰,۴	۱۱۸,۱	۱۴۲,۰	۱۳۲,۲	۸۶,۵	۳۴,۳	۳۲,۳	۴۶,۵	۵۷,۱
۲۰۱۴	۱۷۰۶,۰	۳۷۷,۵	۲۵۹,۲	۱۳۹,۳	۱۶۰,۸	۱۳۵,۶	۷۸,۸	۴۴,۷	۳۳,۶	۴۸,۱	۴۱,۰
۲۰۱۵	۱۷۶۰,۰	۴۲۳,۶	۲۲۵,۱	۱۸۵,۰	۱۴۰,۹	۱۲۶,۲	۹۱,۴	۵۶,۰	۴۴,۶	۴۴,۸	۳۶,۲
۲۰۱۶	۱۷۳۰,۴	۴۲۹,۹	۲۲۸,۸	۹۳,۳	۱۴۹,۴	۱۲۰,۳	۸۵,۶	۶۲,۷	۵۳,۳	۳۹,۲	۴۴,۳
۲۰۱۷	۱۷۹۰,۹	۴۱۱,۰	۲۰۸,۰	۱۷۴,۷	۱۲۱,۴	۱۰۸,۰	۸۳,۸	۶۵,۹	۵۳,۶	۴۴,۳	۴۱,۵
۲۰۱۸	۱۷۸۸,۹	۴۲۲,۱	۱۹۱,۱	۱۶۳,۵	۱۰۲,۸	۹۹,۰	۸۳,۲	۷۵,۳	۶۰,۸	۴۵,۸	۴۲,۳
میانگین	۱۴۴۵,۶	۳۷۱,۴	۲۴۷,۴	۷۱,۸	۷۶,۱	۱۱۴,۸	۸۲,۶	۳۳,۱	۲۲,۴	۳۲,۰	۷۱,۵
ضرب نوسان	۰,۲۰	۰,۱۱	۰,۱۱	۰,۸۲	۰,۷۹	۰,۲۷	۰,۱۵	۰,۵۸	۰,۹۰	۰,۴۹	۰,۴۰

منبع: ITC, 2020 و نتایج پژوهش

همچنین بررسی روند سهم مقادیر صادراتی نیز نشان می‌دهد که این سهم نیز در کشورهای اصلی صادرکننده نوسانی بوده بطوریکه آلمان در سال ۲۰۱۸ با سهم حدود ۲۴ درصدی بزرگترین صادرکننده در جهان می‌باشد. برآورد شاخص ضریب نوسان بیانگر آن است که بیشترین نوسان سهم صادراتی نیز به تایلند و ایران تعلق داشته و کمترین ضریب نوسان نیز به آلمان، استرالیا و فرانسه تعلق دارد.

بررسی وضعیت صادرات محصولات منتخب کشاورزی ایران.....ماست

جدول ۳-۲- سهم مقدار صادراتی ۱۰ کشور اصلی صادرکننده و ایران-درصد

سال	آلمان	فرانسه	عربستان	ایران	استرالیا	اسپانیا	یونان	تایلند	لهستان	بلژیک
۲۰۰۱	۳۴,۵۲	۲۳,۲۹	۰,۶۸	۰,۰۰	۳,۴۲	۹,۵۷	۱,۸۳	۰,۲۶	۰,۶۴	۱۲,۵۵
۲۰۰۲	۳۱,۵۱	۲۳,۱۱	۱,۴۳	۰,۰۰	۶,۳۷	۷,۲۱	۰,۸۸	۰,۴۳	۰,۶۵	۱۰,۱۳
۲۰۰۳	۲۷,۱۵	۲۴,۲۱	۱,۹۳	۰,۰۱	۷,۸۷	۸,۵۱	۲,۳۲	۰,۳۹	۰,۹۲	۱۰,۹۴
۲۰۰۴	۲۸,۲۶	۲۳,۷۸	۲,۵۴	۰,۰۲	۸,۵۶	۷,۶۲	۱,۶۷	۰,۴۶	۱,۸۱	۹,۳۳
۲۰۰۵	۳۲,۲۵	۲۱,۵۹	۲,۶۲	۰,۱۱	۸,۴۴	۸,۵۲	۱,۲۱	۰,۳۳	۱,۷۴	۷,۷۶
۲۰۰۶	۲۹,۰۰	۲۰,۳۳	۳,۸۳	۱,۱۲	۹,۵۲	۶,۸۳	۱,۶۱	۰,۷۸	۱,۷۳	۷,۱۸
۲۰۰۷	۲۶,۵۷	۱۷,۱۹	۳,۸۲	۴,۲۰	۱۰,۱۸	۶,۸۶	۱,۸۲	۰,۸۷	۱,۶۴	۶,۱۹
۲۰۰۸	۲۶,۰۸	۱۸,۸۳	۲,۴۰	۴,۷۹	۱۰,۴۷	۵,۸۵	۱,۸۶	۰,۵۶	۱,۵۸	۵,۴۹
۲۰۰۹	۲۷,۲۰	۱۷,۶۷	۲,۵۸	۴,۹۷	۱۰,۵۲	۴,۱۲	۱,۷۱	۰,۶۰	۲,۱۴	۵,۰۴
۲۰۱۰	۲۵,۴۹	۱۵,۹۹	۲,۵۷	۶,۸۰	۹,۷۳	۴,۰۰	۱,۶۲	۰,۸۲	۳,۴۸	۳,۷۲
۲۰۱۱	۲۳,۳۴	۱۷,۳۹	۲,۴۶	۷,۵۰	۸,۷۲	۴,۴۰	۱,۶۷	۱,۰۸	۳,۳۱	۳,۲۸
۲۰۱۲	۲۲,۰۰	۱۸,۲۶	۴,۱۳	۷,۷۸	۷,۸۹	۴,۹۷	۱,۶۸	۲,۳۱	۲,۶۷	۳,۲۹
۲۰۱۳	۲۲,۲۰	۱۶,۱۴	۶,۸۰	۸,۱۸	۷,۶۱	۴,۹۸	۱,۹۸	۱,۸۶	۲,۶۸	۳,۲۹
۲۰۱۴	۲۲,۱۳	۱۵,۲۰	۸,۱۷	۹,۴۲	۷,۹۵	۴,۶۲	۲,۶۲	۱,۹۷	۲,۸۲	۲,۴۱
۲۰۱۵	۲۴,۰۷	۱۲,۷۹	۱۰,۵۱	۸,۰۱	۷,۱۷	۵,۱۹	۳,۱۸	۲,۵۳	۲,۵۵	۲,۰۶
۲۰۱۶	۲۴,۸۴	۱۳,۲۲	۵,۳۹	۸,۶۳	۶,۹۵	۴,۹۵	۳,۶۳	۳,۰۸	۲,۲۶	۲,۵۶
۲۰۱۷	۲۲,۹۵	۱۱,۶۱	۹,۷۵	۶,۷۸	۶,۰۳	۴,۶۸	۳,۶۸	۲,۹۹	۲,۴۷	۲,۳۲
۲۰۱۸	۲۳,۵۹	۱۰,۶۸	۹,۱۴	۵,۷۴	۵,۵۴	۴,۶۵	۴,۲۱	۳,۴۰	۲,۵۶	۲,۳۷
میانگین	۲۶,۲۹	۱۷,۸۵	۴,۴۹	۴,۶۷	۷,۹۴	۵,۹۷	۲,۱۸	۱,۳۷	۲,۰۹	۵,۵۵
ضرب نوسان	۰,۱۴	۰,۲۴	۰,۶۸	۰,۷۵	۰,۲۳	۰,۲۹	۰,۴۲	۰,۷۸	۰,۳۹	۰,۶۱

منبع: ITC, 2020 و نتایج پژوهش

بررسی ارزش صادراتی ۱۰ کشور اول نشان می‌دهد که بزرگترین صادرکننده به لحاظ ارزشی، آلمان و پس از آن فرانسه بوده‌اند. روند ارزش صادرات نیز تقریباً برای تمام این کشورها نوسانی بوده اما برآورد ضریب نوسان نشان می‌دهد که بیشترین نوسان مقادیر صادراتی مربوط به تایلند، عربستان و ایران بوده و کمترین نوسان نیز مربوط به اسپانیا، فرانسه و آلمان است.

بررسی وضعیت صادرات محصولات منتخب کشاورزی ایران.....ماست

جدول ۳-۳- ارزش صادراتی ۱۰ کشور اصلی صادرکننده و ایران - میلیون دلار

سال	جهان	آلمان	فرانسه	عربستان	یونان	استرالیا	اسپانیا	ایران	لهستان	انگلستان	تایلند
۲۰۰۱	۸۰۶,۵	۲۶۶,۲	۱۸۵,۸	۶,۱	۱۸,۲	۴۰,۲	۶۹,۸	۰,۰	۶,۲	۱۴,۲	۱,۶
۲۰۰۲	۹۱۴,۶	۲۸۱,۵	۲۱۹,۷	۱۴,۲	۲۱,۳	۷۳,۱	۶۲,۳	۰,۰	۶,۵	۲۶,۴	۳,۱
۲۰۰۳	۱۱۵۹,۹	۳۰۹,۱	۲۹۲,۱	۱۹,۲	۲۹,۷	۱۱۱,۳	۹۴,۴	۰,۱	۱۰,۱	۲۴,۲	۳,۲
۲۰۰۴	۱۳۹۹,۵	۳۶۲,۸	۳۳۹,۶	۳۶,۲	۴۹,۱	۱۳۸,۳	۹۵,۳	۰,۱	۲۰,۶	۳۸,۰	۴,۲
۲۰۰۵	۱۶۰۱,۰	۴۹۵,۴	۳۶۵,۵	۳۳,۹	۴۵,۵	۱۵۱,۶	۱۳۵,۳	۰,۸	۲۸,۱	۴۵,۷	۵,۷
۲۰۰۶	۱۶۷۴,۸	۴۴۶,۶	۳۸۲,۰	۳۶,۹	۵۹,۱	۱۹۰,۴	۱۱۰,۷	۸,۱	۳۰,۱	۴۶,۳	۸,۴
۲۰۰۷	۱۹۵۴,۱	۵۱۱,۹	۳۶۴,۳	۳۹,۹	۸۱,۴	۲۳۰,۲	۱۳۹,۵	۳۳,۶	۳۷,۰	۵۸,۱	۱۰,۵
۲۰۰۸	۲۳۰۴,۲	۵۹۹,۵	۴۶۶,۵	۳۱,۱	۸۱,۹	۲۵۶,۸	۱۳۴,۲	۵۲,۴	۴۶,۴	۶۵,۳	۸,۳
۲۰۰۹	۲۰۵۹,۴	۵۴۰,۲	۳۹۹,۴	۳۷,۶	۶۲,۹	۲۲۲,۵	۸۹,۵	۶۰,۷	۴۷,۸	۶۱,۱	۸,۷
۲۰۱۰	۲۰۸۱,۴	۵۱۶,۷	۳۶۳,۵	۴۳,۱	۶۷,۱	۲۰۹,۳	۸۷,۲	۹۳,۵	۷۸,۱	۶۲,۴	۱۳,۷
۲۰۱۱	۲۳۰۱,۵	۵۳۵,۶	۴۲۰,۵	۴۸,۶	۷۵,۳	۱۹۹,۳	۹۸,۲	۱۱۸,۳	۸۱,۳	۵۸,۱	۱۹,۵
۲۰۱۲	۲۴۶۴,۷	۵۳۵,۸	۴۶۶,۲	۸۵,۲	۸۲,۳	۱۸۶,۴	۱۲۰,۶	۱۳۶,۴	۶۸,۵	۶۴,۳	۴۵,۰
۲۰۱۳	۲۷۳۰,۲	۶۱۳,۷	۴۴۹,۷	۱۶۵,۵	۱۰۹,۲	۱۹۳,۱	۱۳۷,۷	۱۴۵,۱	۷۹,۱	۷۲,۹	۳۹,۲
۲۰۱۴	۲۷۴۴,۹	۶۱۰,۸	۴۲۸,۲	۱۷۶,۴	۱۴۸,۶	۲۰۵,۸	۱۲۰,۹	۱۶۱,۴	۸۷,۸	۷۱,۰	۳۸,۶
۲۰۱۵	۲۴۴۴,۶	۵۵۸,۵	۳۱۲,۷	۲۳۶,۰	۱۵۵,۰	۱۵۴,۹	۱۱۰,۳	۱۴۱,۴	۶۴,۲	۶۲,۰	۴۸,۸
۲۰۱۶	۲۳۷۹,۵	۵۵۹,۹	۳۳۰,۴	۱۲۴,۴	۱۴۸,۸	۱۴۱,۹	۱۰۹,۵	۱۴۶,۵	۵۴,۳	۶۴,۹	۵۴,۳
۲۰۱۷	۲۵۷۷,۲	۵۷۴,۷	۳۰۹,۰	۲۰۸,۱	۱۵۵,۴	۱۳۳,۵	۱۱۰,۸	۱۲۲,۷	۶۸,۰	۷۰,۱	۵۴,۶
۲۰۱۸	۲۶۵۴,۹	۶۳۴,۴	۳۱۴,۹	۱۹۰,۳	۱۶۹,۰	۱۳۱,۴	۱۱۷,۴	۹۷,۰	۷۴,۴	۶۵,۹	۶۲,۶
میانگین	۲۰۱۴,۰	۴۹۷,۴	۳۵۶,۱	۸۵,۲	۸۶,۷	۱۶۵,۰	۱۰۸,۰	۷۳,۲	۴۹,۴	۵۳,۹	۲۳,۹
ضریب نوسان	۰,۳۱	۰,۲۳	۰,۲۲	۰,۸۹	۰,۵۷	۰,۳۴	۰,۲۱	۰,۸۵	۰,۵۶	۰,۳۳	۰,۹۱

منبع: ITC, 2020 و نتایج پژوهش

بررسی روند سهم ارزش صادراتی در جدول ۳-۴ نشان می‌دهد که آلمان بطور میانگین با سهم ۲۵/۵۳ درصد، بیشترین سهم ارزشی را نیز نصیب خود کرده و این در حالی است که کمترین نوسان ارزش صادراتی مربوط به انگلستان و آلمان بوده است. همانگونه که مشخص است بیشترین نوسان سهم ارزشی را ایران در بین صادرکنندگان اصلی داشته است که ریسک بیشتر صادرکننده ایرانی را در بازارهای جهانی نسبت به رقبا نشان می‌دهد.

بررسی وضعیت صادرات محصولات منتخب کشاورزی ایران.....ماست

جدول ۳-۴- سهم ارزشی صادراتی ۱۰ کشور اصلی صادرکننده و ایران-درصد

صادرکننده	آلمان	فرانسه	عربستان	یونان	استرالیا	اسپانیا	ایران	لهستان	انگلستان	تایلند
۲۰۰۱	۳۳,۰۱	۲۳,۰۳	۰,۷۶	۲,۲۶	۴,۹۸	۸,۶۵	۰,۰۰	۰,۷۷	۱,۷۶	۰,۲۰
۲۰۰۲	۳۰,۷۸	۲۴,۰۲	۱,۵۶	۲,۳۳	۸,۰۰	۶,۸۱	۰,۰۰	۰,۷۲	۲,۸۹	۰,۳۴
۲۰۰۳	۲۶,۶۵	۲۵,۱۸	۱,۶۵	۲,۵۶	۹,۵۹	۸,۱۴	۰,۰۱	۰,۸۷	۲,۰۹	۰,۲۸
۲۰۰۴	۲۵,۹۲	۲۴,۲۷	۲,۵۸	۳,۵۱	۹,۸۸	۶,۸۱	۰,۰۱	۱,۴۷	۲,۷۲	۰,۳۰
۲۰۰۵	۳۰,۹۴	۲۲,۸۳	۲,۱۲	۲,۸۴	۹,۴۷	۸,۴۵	۰,۰۵	۱,۷۶	۲,۸۶	۰,۳۵
۲۰۰۶	۲۶,۶۶	۲۲,۸۱	۲,۲۰	۳,۵۳	۱۱,۳۷	۶,۶۱	۰,۴۸	۱,۸۰	۲,۷۶	۰,۵۰
۲۰۰۷	۲۶,۲۰	۱۸,۶۴	۲,۰۴	۴,۱۷	۱۱,۷۸	۷,۱۴	۱,۷۲	۱,۸۹	۲,۹۷	۰,۵۴
۲۰۰۸	۲۶,۰۲	۲۰,۲۴	۱,۳۵	۳,۵۶	۱۱,۱۴	۵,۸۲	۲,۲۷	۲,۰۱	۲,۸۳	۰,۳۶
۲۰۰۹	۲۶,۲۳	۱۹,۳۹	۱,۸۳	۳,۰۶	۱۰,۸۰	۴,۳۵	۲,۹۵	۲,۳۲	۲,۹۷	۰,۴۲
۲۰۱۰	۲۴,۸۲	۱۷,۴۶	۲,۰۷	۳,۲۳	۱۰,۰۵	۴,۱۹	۴,۴۹	۳,۷۵	۳,۰۰	۰,۶۶
۲۰۱۱	۲۳,۲۷	۱۸,۲۷	۲,۱۱	۳,۲۷	۸,۶۶	۴,۲۷	۵,۱۴	۳,۵۳	۲,۵۲	۰,۸۵
۲۰۱۲	۲۱,۷۴	۱۸,۹۱	۳,۴۶	۳,۳۴	۷,۵۶	۴,۸۹	۵,۵۳	۲,۷۸	۲,۶۱	۱,۸۳
۲۰۱۳	۲۲,۴۸	۱۶,۴۷	۶,۰۶	۴,۰۰	۷,۰۷	۵,۰۴	۵,۳۱	۲,۹۰	۲,۶۷	۱,۴۳
۲۰۱۴	۲۲,۲۵	۱۵,۶۰	۶,۴۳	۵,۴۲	۷,۵۰	۴,۴۰	۵,۸۸	۳,۲۰	۲,۵۹	۱,۴۱
۲۰۱۵	۲۲,۸۵	۱۲,۷۹	۹,۶۶	۶,۳۴	۶,۳۴	۴,۵۱	۵,۷۸	۲,۶۳	۲,۵۴	۲,۰۰
۲۰۱۶	۲۳,۵۳	۱۳,۸۹	۵,۲۳	۶,۲۵	۵,۹۶	۴,۶۰	۶,۱۶	۲,۲۸	۲,۷۳	۲,۲۸
۲۰۱۷	۲۲,۳۰	۱۱,۹۹	۸,۰۸	۶,۰۳	۵,۱۸	۴,۳۰	۴,۷۶	۲,۶۴	۲,۷۲	۲,۱۲
۲۰۱۸	۲۳,۹۰	۱۱,۸۶	۷,۱۷	۶,۳۷	۴,۹۵	۴,۴۲	۳,۶۵	۲,۸۰	۲,۴۸	۲,۳۶
میانگین	۲۵,۵۳	۱۸,۷۶	۳,۶۹	۴,۰۰	۸,۳۵	۵,۷۵	۳,۰۱	۲,۲۳	۲,۶۵	۱,۰۱
ضریب نوسان	۰,۱۳	۰,۲۳	۰,۷۳	۰,۳۶	۰,۲۷	۰,۲۸	۰,۸۱	۰,۴۰	۰,۱۲	۰,۷۸

منبع: ITC, 2020 و نتایج پژوهش

در جدول ۳-۵، رتبه ایران در بازارهای جهان بررسی شده است. همانگونه که مشخص است در سال ۲۰۰۱ ایران به لحاظ مقادیر صادراتی جایگاه ۷۸ را داشته در حالی که این جایگاه در سال ۲۰۱۸ به رتبه قابل توجه ۴ رسیده است. مشاهده می شود که روند بهبود جایگاه ایران در بازارهای جهانی مشهود بوده است. در مورد ارزش های صادراتی نیز ایران از جایگاه نازل ۸۸ در سال ۲۰۰۱ به جایگاه ۷ در سال ۲۰۱۸ ارتقا یافته است.

جدول ۳-۵- رتبه ایران در بازارهای جهانی ماست

سال	مقدار صادرات	ارزش صادراتی
۲۰۰۱	۷۸	۸۸
۲۰۰۲	۷۲	۸۱
۲۰۰۳	۴۹	۶۱
۲۰۰۴	۵۵	۶۳
۲۰۰۵	۳۴	۴۳
۲۰۰۶	۱۳	۲۱
۲۰۰۷	۶	۱۱
۲۰۰۸	۶	۹
۲۰۰۹	۵	۹
۲۰۱۰	۴	۴
۲۰۱۱	۴	۴
۲۰۱۲	۴	۴
۲۰۱۳	۳	۵
۲۰۱۴	۳	۵
۲۰۱۵	۴	۶
۲۰۱۶	۳	۴
۲۰۱۷	۴	۶
۲۰۱۸	۴	۷

منبع: ITC, 2020 و نتایج پژوهش

۳-۷- معرفی واردکنندگان بزرگ ماست در جهان

بزرگترین واردکنندگان جهانی ماست از سال ۲۰۰۱ تا ۲۰۱۸ در جدول ۳-۶ مشخص شده است که نشان می‌دهد بزرگترین کشورهای واردکننده ماست، ایتالیا، اسپانیا و انگلستان می‌باشند. نکته قابل توجه آن است که از این بین، کشورهای اسپانیا و انگلستان جزو ۱۰ صادرکننده برتر نیز بوده‌اند. این نتیجه احتمال صادرات مجدد در این کشورها را تقویت کرده و همچنین می‌تواند بیانگر این نکته باشد که برای حضوری موفق در بازارهای جهانی نمی‌توان به بهانه رفع نیاز بازارهای داخلی، بازارهای هدف صادراتی را از دست داد و بخش خصوصی را مجبور به توقف صادرات نمود. حتی اگر لازم باشد در برخی سال‌ها واردات همزمان با صادرات جهت رفع نیازهای داخلی انجام گیرد.

جدول ۳-۶- سهم مقداری ۱۰ کشور واردکننده اصلی در بازارهای جهانی (درصد)

سال	ایتالیا	اسپانیا	انگلستان	پرتغال	هلند	آلمان	عراق	بلژیک	سوئد	عمان
۲۰۰۱	۸,۰۶	۱۴,۵۱	۸,۷۷	۱۰,۵۲	۱۱,۱۸	۵,۱۲	۰,۰۰	۹,۵۳	۲,۷۸	۰,۶۰
۲۰۰۲	۷,۶۶	۱۵,۳۱	۱۳,۵۰	۸,۴۹	۸,۵۲	۶,۴۴	۰,۰۰	۸,۹۴	۲,۳۶	۱,۸۶
۲۰۰۳	۷,۹۱	۱۳,۱۱	۱۴,۴۱	۸,۲۷	۹,۷۵	۹,۶۱	۰,۰۰	۸,۶۶	۲,۴۸	۰,۰۰
۲۰۰۴	۸,۱۲	۱۲,۷۶	۱۴,۸۱	۸,۲۲	۹,۵۹	۱۰,۰۲	۰,۰۰	۸,۴۷	۲,۷۲	۰,۱۴
۲۰۰۵	۱۱,۹۸	۱۸,۹۲	۱۶,۵۷	۱۱,۹۳	۱۲,۳۲	۱۲,۹۲	۰,۰۰	۱۰,۶۹	۴,۰۹	۰,۵۸
۲۰۰۶	۹,۳۴	۱۳,۳۲	۱۰,۲۶	۸,۰۵	۹,۱۴	۸,۳۶	۰,۰۰	۶,۶۴	۳,۳۵	۰,۱۹
۲۰۰۷	۸,۷۶	۱۲,۴۸	۹,۰۹	۶,۶۹	۶,۸۶	۹,۱۱	۰,۰۰	۵,۷۳	۳,۴۵	۰,۱۳
۲۰۰۸	۸,۶۰	۱۱,۹۸	۱۰,۱۹	۶,۹۰	۶,۸۵	۸,۳۸	۰,۰۰	۵,۵۲	۳,۹۶	۰,۱۰
۲۰۰۹	۸,۹۳	۱۱,۹۵	۹,۱۶	۹,۰۵	۳,۳۳	۹,۷۴	۰,۰۰	۵,۹۲	۴,۲۰	۰,۱۶
۲۰۱۰	۸,۵۰	۱۱,۰۲	۸,۶۴	۶,۷۰	۵,۷۵	۸,۸۹	۰,۰۰	۵,۶۴	۴,۲۱	۰,۳۶
۲۰۱۱	۸,۰۲	۱۳,۲۱	۸,۵۰	۶,۷۶	۵,۶۰	۷,۵۲	۰,۰۰	۵,۱۵	۴,۱۲	۰,۶۳
۲۰۱۲	۷,۹۱	۱۲,۹۹	۷,۷۳	۶,۵۳	۵,۳۵	۶,۴۷	۰,۰۰	۴,۹۲	۴,۵۸	۰,۹۶
۲۰۱۳	۸,۲۳	۱۱,۵۳	۷,۱۷	۶,۱۳	۴,۵۱	۵,۵۳	۰,۰۰	۵,۳۷	۴,۹۷	۱,۶۷
۲۰۱۴	۸,۸۶	۱۰,۸۱	۶,۸۸	۶,۲۱	۴,۶۱	۵,۵۹	۳,۶۹	۵,۱۲	۵,۴۹	۲,۲۱
۲۰۱۵	۹,۰۱	۸,۵۶	۶,۹۴	۶,۱۷	۴,۵۰	۵,۶۳	۷,۴۰	۵,۴۰	۵,۰۱	۱,۷۶
۲۰۱۶	۸,۹۲	۸,۱۲	۷,۸۸	۵,۶۰	۴,۶۶	۵,۴۳	۷,۵۸	۵,۲۶	۴,۴۵	۲,۴۳
۲۰۱۷	۸,۸۴	۷,۸۵	۷,۳۳	۵,۵۳	۴,۶۹	۵,۸۰	۶,۲۰	۵,۰۲	۴,۳۵	۳,۴۸
۲۰۱۸	۸,۹۸	۸,۴۰	۷,۹۲	۶,۲۴	۵,۵۹	۵,۴۰	۵,۱۶	۴,۷۱	۳,۹۲	۳,۶۴

منبع: ITC, 2020 و نتایج پژوهش

۳-۸- بررسی جایگاه ایران از نظر مقداری و ارزشی در بازار جهانی ماست و تغییر جایگاه ایران در کشورهای هدف

نتایج بررسی جایگاه ایران در کشورهای هدف اصلی خود طی سال‌های ۲۰۱۸-۲۰۰۱ نشان می‌دهد که مشابه محصول شیر و خامه تغلیظ نشده، جایگاه مقدار و ارزشی صادراتی ایران در عراق، افغانستان و تا حدودی پاکستان از ثبات بیشتری برخوردار بوده و توانسته در اکثر سال‌ها در عراق و افغانستان رتبه اول و در پاکستان رتبه اول تا سوم به لحاظ مقداری و رتبه اول تا چهارم به لحاظ ارزشی را کسب کند. مشخص است که ایران غیر از سه کشور عراق، افغانستان و تا حدودی پاکستان، در سایر کشورهای هدف، کمتر به عنوان بزرگترین صادرکننده مطرح می‌شود. به عکس محصول خامه، در مورد محصول ماست، جایگاه مقداری ایران در بسیاری از این کشورها، وضعیت مناسب‌تری نسبت به جایگاه ارزشی، هم به لحاظ رتبه و هم به لحاظ ثبات داشته است که به نوعی بیانگر قیمت‌های پایین‌تر ایران در این کشورها بویژه کشورهای عراق، افغانستان، ترکمنستان و آذربایجان نسبت به رقیب می‌باشد.

جدول ۳-۷- رتبه ایران در مقدار صادرات ماست به جهان و بزرگترین بازارهای هدف (۲۰۱۸-۲۰۰۱)

سال	جهان	عراق	افغانستان	پاکستان	امارات	قطر	ترکمنستان	بحرین	کویت	مالزی	آمریکا
۲۰۰۱	۷۸	***	۱	***	۸	***	***	۳	***	***	۱۵
۲۰۰۲	۷۲	***	۱	***	۷	***	***	***	***	۵	۱۸

بررسی وضعیت صادرات محصولات منتخب کشاورزی ایران..... ماست

۲۱	۷	***	***	۲	۳	۱۱	۱	۱	۲	۴۹	۲۰۰۳
۲۳	۵	***	۴	***	۴	***	۲	۱	۱	۵۵	۲۰۰۴
۱۷	۷	۵	***	***	۳	۵	۲	۱	۱	۳۴	۲۰۰۵
۲۱	***	۵	۶	***	۵	۷	***	۱	۱	۱۳	۲۰۰۶
۲۴	۸	۱۰	۴	***	۶	۱۰	***	۱	۱	۶	۲۰۰۷
۲۵	۷	***	***	۱	***	۱۰	۱	۱	۱	۶	۲۰۰۸
۱۸	۱۴	۱۰	۶	***	۷	۴	۱	۱	۱	۵	۲۰۰۹
۲۳	۵	***	۵	۳	***	۷	۱	۱	۱	۴	۲۰۱۰
۱۹	۱۳	***	۷	۵	۶	۷	۱	۱	۱	۴	۲۰۱۱
۱۷	۱۴	۵	۷	۲	۹	۵	۲	۱	۱	۴	۲۰۱۲
۲۱	۸	۹	۴	۲	۸	۴	***	۱	۱	۳	۲۰۱۳
۱۳	۱۰	۸	۹	۱	۹	۲	۳	۱	۱	۳	۲۰۱۴
۲۳	۹	۱۰	۷	۱	۸	۲	۲	۱	۱	۴	۲۰۱۵
۲۴	۹	۴	۵	۲	۱۱	۲	۱	۱	۱	۳	۲۰۱۶
۱۰	۸	۴	۳	۴	۵	۲	۱	۱	۱	۴	۲۰۱۷
۲۰	۱۴	۷	۵	۲	۴	۲	۱	۱	۱	۴	۲۰۱۸

منبع: ITC, 2020 و نتایج پژوهش *** داده‌ای ثبت نشده است.

جدول ۳-۸- رتبه ایران در ارزش صادرات ماست به جهان و بزرگترین بازارهای هدف (۲۰۰۱-۲۰۱۸)

سال	جهان	عراق	افغانستان	پاکستان	امارات	قطر	ترکمنستان	بحرین	کویت	مالزی	آمریکا
۲۰۰۱	۸۸	***	۳	***	۱۱	***	***	۵	***	***	۱۶
۲۰۰۲	۸۱	***	۱	***	۱۰	***	***	***	***	۶	۲۰
۲۰۰۳	۶۱	۴	۱	۱	۱۳	۵	۳	***	***	۹	۲۳
۲۰۰۴	۶۳	۱	۱	۳	***	۵	***	۵	***	۸	۲۴
۲۰۰۵	۴۳	۲	۱	۴	۸	۳	***	***	۵	۹	۲۰
۲۰۰۶	۲۱	۱	۱	***	۸	۶	***	۸	۸	***	۲۳
۲۰۰۷	۱۱	۱	۱	***	۱۲	۸	***	۵	۱۱	۱۱	۲۷
۲۰۰۸	۹	۱	۱	۱	۱۱	***	۱	***	***	۱۰	۲۷
۲۰۰۹	۹	۱	۱	۱	۷	۸	***	۷	۱۱	۱۵	۱۹
۲۰۱۰	۴	۱	۱	۱	۹	***	۴	۶	***	۸	۲۶
۲۰۱۱	۴	۱	۱	۱	۹	۸	۵	۸	***	۱۵	۲۲
۲۰۱۲	۴	۱	۱	۲	۱۱	۱۱	۳	۱۰	۵	۱۴	۲۳
۲۰۱۳	۵	۱	۱	***	۷	۱۰	۳	۷	۱۰	۱۲	۲۴
۲۰۱۴	۵	۱	۱	۴	۵	۱۱	۱	۱۱	۹	۱۳	۱۹
۲۰۱۵	۶	۱	۱	۴	۶	۹	۱	۱۰	۱۱	۱۱	۲۷
۲۰۱۶	۴	۱	۱	۱	۵	۱۲	۲	۵	۵	۱۱	۲۷
۲۰۱۷	۶	۱	۱	۱	۵	۶	۴	۵	۵	۹	۱۷
۲۰۱۸	۷	۱	۱	۱	۴	۹	۳	۶	۸	۱۵	۲۳

منبع: ITC, 2020 و نتایج پژوهش *** داده‌ای ثبت نشده است.

در جدول ۳-۹، رتبه مقداری و ارزشی صادرکننده‌های اصلی ماست در جهان مشاهده می‌شود. مشخص است که بزرگترین صادرکنندگان ماست در جهان، از سه قاره اروپا، آسیا و اقیانوسیه هستند. نکته بسیار مهم حضور ایران در بازارهای جهانی به عنوان

بررسی وضعیت صادرات محصولات منتخب کشاورزی ایران.....ماست

صادرکننده مهم در سال‌های اخیر بوده است. مشخص است که آلمان و فرانسه در تمام سال‌های مورد بررسی حائز رتبه اول و دوم در بازارهای جهانی بوده اند و این جایگاه برای این دو کشور هیچگاه تغییر نداشته است.

جدول ۳-۹- جایگاه مقداری ۱۰ صادرکننده اصلی ماست در بازار جهانی

سال	آلمان	فرانسه	عربستان	ایران	استرالیا	اسپانیا	یونان	تایلند	لهستان	بلژیک
۲۰۰۱	۱	۲	۱۳	۷۸	۵	۴	۷	۲۶	۱۴	۳
۲۰۰۲	۱	۲	۸	۷۲	۵	۴	۱۲	۲۲	۱۵	۳
۲۰۰۳	۱	۲	۸	۴۹	۵	۴	۷	۲۵	۱۲	۳
۲۰۰۴	۱	۲	۶	۵۵	۴	۵	۹	۲۲	۸	۳
۲۰۰۵	۱	۲	۶	۳۴	۴	۳	۱۱	۲۴	۸	۵
۲۰۰۶	۱	۲	۶	۱۳	۳	۵	۹	۱۶	۸	۴
۲۰۰۷	۱	۲	۸	۶	۳	۴	۹	۱۷	۱۰	۵
۲۰۰۸	۱	۲	۸	۶	۳	۴	۹	۲۳	۱۱	۵
۲۰۰۹	۱	۲	۸	۵	۳	۷	۱۱	۲۱	۹	۴
۲۰۱۰	۱	۲	۹	۴	۳	۵	۱۳	۱۵	۸	۶
۲۰۱۱	۱	۲	۹	۴	۳	۵	۱۳	۱۶	۷	۸
۲۰۱۲	۱	۲	۶	۴	۳	۵	۱۳	۱۰	۹	۷
۲۰۱۳	۱	۲	۵	۳	۴	۶	۱۲	۱۳	۸	۷
۲۰۱۴	۱	۲	۴	۳	۵	۶	۸	۱۳	۷	۱۰
۲۰۱۵	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	۹	۸	۱۱
۲۰۱۶	۱	۲	۵	۳	۴	۶	۷	۸	۱۱	۱۰
۲۰۱۷	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	۸	۹	۱۰
۲۰۱۸	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	۸	۹	۱۰

منبع: ITC, 2020 و نتایج پژوهش

جدول ۳-۱۰- جایگاه ارزشی ۱۰ صادرکننده اصلی ماست در بازار جهانی

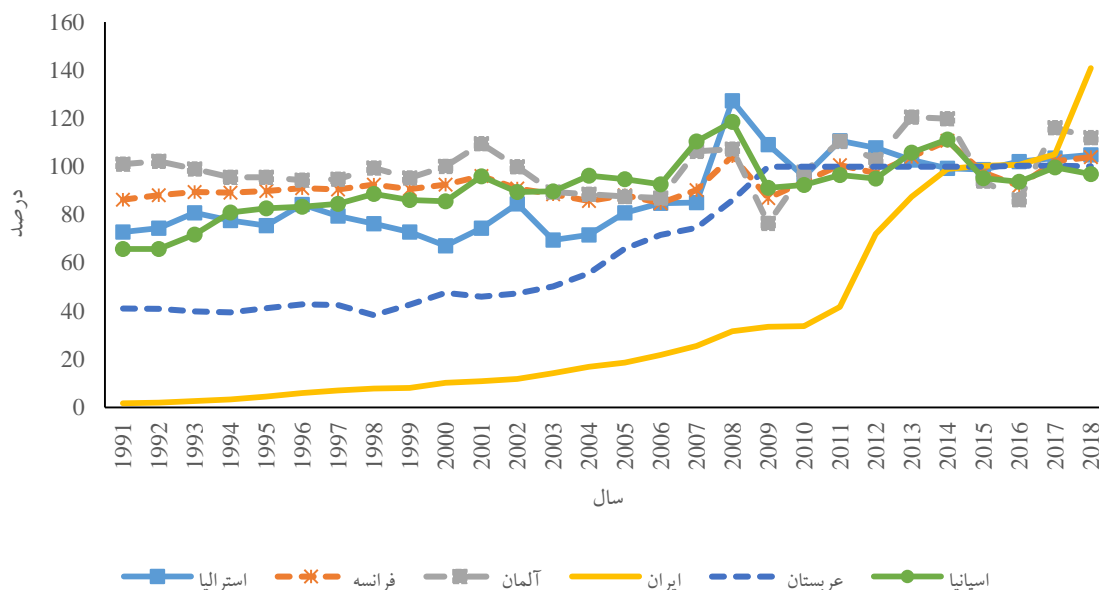
سال	آلمان	فرانسه	عربستان	ایران	استرالیا	اسپانیا	یونان	تایلند	لهستان	بلژیک
۲۰۰۱	۱	۲	۱۳	۸۸	۵	۴	۶	۲۹	۱۲	۳
۲۰۰۲	۱	۲	۹	۸۱	۴	۵	۷	۲۷	۱۵	۳
۲۰۰۳	۱	۲	۱۰	۶۱	۳	۵	۶	۲۶	۱۴	۴
۲۰۰۴	۱	۲	۹	۶۳	۳	۴	۷	۲۶	۱۱	۵
۲۰۰۵	۱	۲	۸	۴۳	۳	۴	۷	۲۲	۹	۵
۲۰۰۶	۱	۲	۹	۲۱	۳	۴	۶	۲۰	۱۰	۵
۲۰۰۷	۱	۲	۹	۱۱	۳	۴	۵	۲۳	۱۰	۷
۲۰۰۸	۱	۲	۱۱	۹	۳	۴	۶	۳۲	۱۰	۷
۲۰۰۹	۱	۲	۱۱	۹	۳	۵	۶	۲۵	۱۰	۷
۲۰۱۰	۱	۲	۱۱	۴	۳	۵	۸	۲۱	۶	۱۰
۲۰۱۱	۱	۲	۱۱	۴	۳	۵	۸	۱۸	۷	۱۰
۲۰۱۲	۱	۲	۶	۴	۳	۵	۷	۱۳	۹	۱۱
۲۰۱۳	۱	۲	۴	۵	۳	۶	۷	۱۴	۸	۱۱
۲۰۱۴	۱	۲	۴	۵	۳	۷	۶	۱۵	۸	۱۳
۲۰۱۵	۱	۲	۳	۶	۵	۷	۴	۱۱	۸	۱۲
۲۰۱۶	۱	۲	۶	۴	۵	۷	۳	۱۱	۱۰	۱۲
۲۰۱۷	۱	۲	۳	۶	۵	۷	۴	۱۱	۹	۱۴
۲۰۱۸	۱	۲	۳	۷	۵	۶	۴	۱۰	۸	۱۲

منبع: ITC, 2020 و نتایج پژوهش

۳-۹- بررسی روند تغییر شاخص قیمت تولیدکننده شیر در ایران و کشورهای رقیب به عنوان نماینده هزینه تولید ماست

۳-۹-۱- تحلیل روند شاخص قیمت تولیدکننده در ایران و کشورهای صادرکننده ماست

شاخص قیمت تولیدکننده ایران (به قیمت ثابت ۲۰۱۶-۲۰۱۴) طی سال‌های ۲۰۰۱ تا ۲۰۱۸ روند کاملاً صعودی داشته است که این مقدار از سال ۲۰۱۱ به بعد افزایش قابل توجهی داشته است. این در حالی است که سایر کشورهای اصلی صادرکننده ماست، با روندی تقریباً مشابه یکدیگر، حول میانگینی در حال نوسان هستند. همین روند تورمی در تولید، موجب کاهش قدرت رقابت‌پذیری تولیدکنندگان ایران در مقایسه با رقبای خواهد شد. پیش‌تر در مورد دلایل افزایش شاخص قیمت شیر در ایران توضیحاتی داده شده بود.

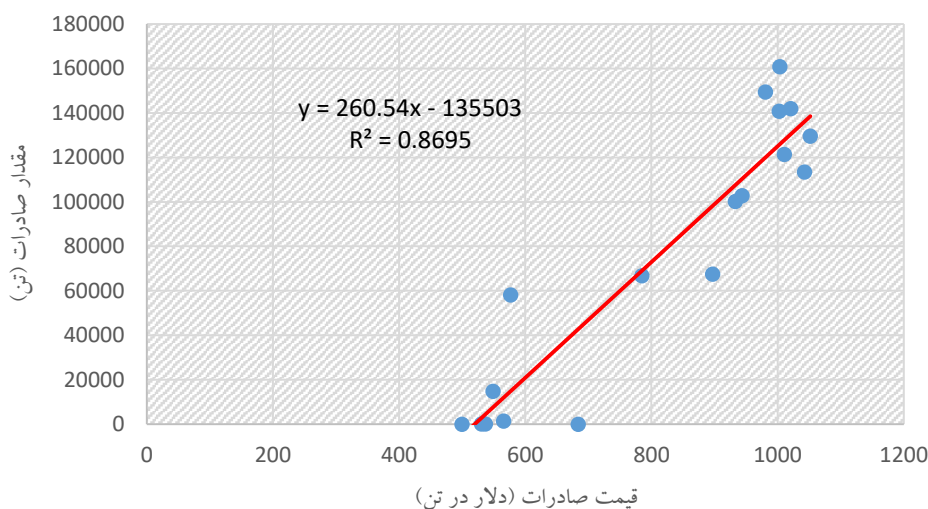


نمودار ۳-۷- روند شاخص قیمت تولیدکننده ماست و بزرگترین صادرکنندگان جهانی (منبع: FAO, 2020)

باتوجه به اینکه قبلاً رشد شاخص قیمت تولیدکننده شیر (نماینده تورم در سطح تولید) برای ایران بصورت سالانه و نوسان انجام شده، لذا از تکرار آن در این بخش خودداری می‌شود.

۳-۱۰- بررسی ارتباط بین مقادیر صادراتی و قیمت‌های صادراتی ایران در بازارهای جهانی ماست

همانگونه که نمودار ۳-۸ هم نشان می‌دهد، قیمت صادراتی بطور کلی همبستگی قابل توجهی با مقدار صادراتی داشته و می‌توان ارتباط مشخصی بین این دو متغیر متصور بود. لذا لازم است در خصوص بازار ماست، صادرکنندگان ایرانی در استراتژی‌های صادراتی به ارتباط این دو متغیر توجه داشته باشند.



نمودار ۳-۸- ارتباط بین قیمت صادراتی و مقدار صادرات ماست ایران

۳-۱۱- بررسی جایگاه ایران در بازارهای اصلی واردکننده ماست و تحلیل مقایسه‌ای قیمت صادراتی

ایران در مقابل رقبا در این بازارها

در ادامه وضعیت حضور ایران در بزرگترین کشورهای واردکننده طی دو سال ۲۰۱۷ و ۲۰۱۸ مورد بررسی قرار گرفت. نتایج نشان داد که ایران در سال ۲۰۱۷ تنها در دو کشور از مجموع ۱۰ کشور واردکننده اصلی حضور داشته است. جایگاه ایران در عراق از لحاظ ارزشی و مقداری، اول بوده و به لحاظ قیمتی جایگاه پنجم را داشته است و همچنین جایگاه ایران در عمان از لحاظ ارزشی حائز رتبه هفتم، به لحاظ مقداری حائز رتبه ششم و به لحاظ قیمتی نیز در جایگاه پنجم قرار داشته‌اند. در سال ۲۰۱۸ نیز مشخص است که ایران در عمان هم حضور نداشته و در عراق نیز همچنان به لحاظ مقداری و ارزشی حائز رتبه اول اما به لحاظ قیمتی حائز رتبه ششم بوده است.

البته همانگونه که در دوکد تعرفه قبل (شیر و خامه تغلیظ نشده و تغلیظ شده) نیز توضیح داده شد، انتظار بر این نیست که ایران در تمام این کشورها بتواند حاضر باشد و حتماً محدودیت‌هایی نظیر ماندگاری محصول و بسیاری محدودیت‌های دیگر، مانع از ورود به بسیاری از این بازارها خواهند بود اما در هر صورت عدم ورود خواسته یا ناخواسته به بازارهای اصلی صادراتی، ریسک صادرات چه از نوع قیمتی و چه از نوع مقداری را می‌تواند افزایش دهد.

جدول ۳-۱۱- جایگاه ایران در کشورهای واردکننده اصلی

جایگاه قیمت صادراتی ایران		جایگاه مقدار صادرات ایران		جایگاه ارزش صادرات ایران		بزرگترین واردکنندگان
۲۰۱۸	۲۰۱۷	۲۰۱۸	۲۰۱۷	۲۰۱۸	۲۰۱۷	
*	*	*	*	*	*	ایتالیا
*	*	*	*	*	*	اسپانیا
*	*	*	*	*	*	انگلستان
*	*	*	*	*	*	پرتغال
*	*	*	*	*	*	هلند
*	*	*	*	*	*	آلمان
۶	۵	۱	۱	۱	۱	عراق
*	*	*	*	*	*	بلژیک
*	*	*	*	*	*	سوئد
*	۵	*	۶	*	۷	عمان

منبع: ITC, 2020 و یافته پژوهش * جزو کشورهای هدف ایران نبوده است

۱۲-۳- بررسی جایگاه ایران در بازارهای هدف خود و تحلیل مقایسه‌ای قیمت صادراتی ماست ایران در مقابل رقبا در این بازارها

در جداول ۱۲-۳ تا ۱۴-۳ جایگاه ایران و رقبا در کشورهای هدف ایران برای سال‌های ۲۰۱۶، ۲۰۱۷ و ۲۰۱۸ بررسی شده است. مشخص است که در این سال‌ها به ترتیب ۹۹/۳، ۹۴/۱ و ۹۷/۲ درصد صادرات ایران به دو کشور عراق و افغانستان صادر می‌شود. در سال ۲۰۱۶ مشخص است که ایران تقریباً تمام بازار عراق را به خود اختصاص داده است و لذا نمی‌توان ترکیه را رقیب جدی ایران در عراق در خصوص ماست تصور کرد. لذا هرچند قیمت ایران در عراق نسبت به برخی دیگر از کشورهای صادرکننده به این کشور کمتر بوده اما نمی‌توان بیان نمود که ایران وضعیت نامناسبی در عراق داشته است. در سال ۲۰۱۸، ایران بیش از ۹۳ درصد بازار عراق را در اختیار داشته و عراق نیز کشور سهم ۹۵/۴ درصدی از سبد صادراتی ایران داشته است.

بخش محدودتری از ماست ایران به افغانستان صادر شده است. مشخص است که در سال‌های ۲۰۱۶ تا ۲۰۱۸ تقریباً ۴ درصد ماست ایران به افغانستان صادرات می‌شود. اما با این حال صادرکنندگان ایرانی در سال‌های ۲۰۱۶، ۲۰۱۷ و ۲۰۱۸ به ترتیب ۸۷/۸، ۷۱/۶ و ۸۶/۷ درصد بازار افغانستان را در اختیار داشته‌اند.

مشخص است که قیمت صادراتی ایران در افغانستان در سال ۲۰۱۶ و ۲۰۱۷ از سه کشور رقیب اول یعنی آذربایجان، آلمان و هلند و در سال ۲۰۱۸ هم از چهار کشور آذربایجان، آلمان، اندونزی و هلند کمتر بوده اما نباید این کمتر بودن قیمت را ضعفی برای سیستم صادرات ایران به شمار آورد چرا که منجر به نفوذ حداکثری ایران در افغانستان شده است. هرچند که می‌تواند در خصوص امکان افزایش قیمت در بازار افغانستان (حداقل به اندازه قیمت صادراتی ایران در عراق) امکانسنجی توسط بخش خصوصی انجام گیرد.

جدول ۱۲-۳- جایگاه ایران در مقایسه با رقبا در مهم‌ترین بازارهای هدف خود در سال ۲۰۱۶

مقدار	رتبه مقدار	قیمت	رتبه قیمت	سهم از صادرات	سهم ایران	بازار هدف
صادرات ایران	صادرات ایران	صادراتی ایران	صادراتی ایران	(درصد)	(درصد)	
۱۴۲۵۵۱	۱	۹۸۲	۵	---	۹۹,۳	عراق
---	---	---	---	---	---	ترکیه
---	---	---	---	---	---	۷۸۰
۵۸۷۱	۱	۹۶۲	۷	---	۸۷,۸	افغانستان
---	---	---	---	---	---	آذربایجان
---	---	---	---	---	---	۲۳۹۷
---	---	---	---	---	---	آلمان
---	---	---	---	---	---	۱۰۳۸
---	---	---	---	---	---	هلند
---	---	---	---	---	---	۱۱۵۹
---	---	---	---	---	---	پاکستان
---	---	---	---	---	---	۹۰۹
---	---	---	---	---	---	ایران
---	---	---	---	---	---	۳,۹

منبع: ITC, 2020 و یافته پژوهش

جدول ۱۳-۳- جایگاه ایران در مقایسه با رقبا در مهم‌ترین بازارهای هدف خود در سال ۲۰۱۷

بازار هدف	قیمت رقبا در ۵ کشور هدف ایران در سال ۲۰۱۷ (دلار/تن)	سهم ایران	سهم از صادرات
-----------	---	-----------	---------------

بررسی وضعیت صادرات محصولات منتخب کشاورزی ایران..... ماست

مقدار صادرات ایران	رتبه مقدار صادرات ایران	قیمت صادراتی ایران	رتبه قیمت صادراتی ایران	کشور	مقدار صادرات	رتبه مقدار صادرات	قیمت صادراتی	رتبه قیمت صادراتی	سهم ایران (درصد)	سهم از صادرات ایران (درصد)
۱۸۵۵۷۱	۱	۸۶۳	۹	کویت	۹۳۱	۹۷۰	---	---	۹۷,۷	۸۹,۹
۷۷۳۵	۱	۱۱۷۰	۶	آذربایجان	۲۰۹۵	۱۵۱۴	---	---	۷۱,۶	۴,۲

منبع: ITC, 2020 و یافته پژوهش

جدول ۳-۱۴- جایگاه ایران در مقایسه با رقبای مهم ترین بازارهای هدف خود در سال ۲۰۱۸

مقدار صادرات ایران-تن	رتبه مقدار صادرات ایران	قیمت صادراتی ایران	رتبه قیمت صادراتی ایران	کشور	مقدار صادرات	رتبه مقدار صادرات	قیمت صادراتی	رتبه قیمت صادراتی	سهم ایران (درصد)	سهم از صادرات ایران (درصد)
۹۵۹۶۴	۱	۹۴۷	۶	ترکیه	۶۹۶	---	---	---	۹۹,۳	۹۳,۳
۴۰۷۲	۱	۸۹۱	۷	آذربایجان	۲۰۶۸	۱۵۹۶	---	---	۸۶,۷	۳,۹

منبع: ITC, 2020 و یافته پژوهش

۳-۱۳- بررسی روند تغییر کشورهای هدف ماست ایران

شکل های ۱-۳ تا ۸-۳ نقشه های صادراتی ماست ایران در سال های ۲۰۱۸-۲۰۰۱ نشان می دهد. مشخص است که بازار هدف اصلی ایران در سال ۲۰۰۱ کشور آذربایجان بوده اما تقریباً از سال ۲۰۰۵ به بعد، بازار ایران در دو کشور عراق و افغانستان خلاصه شده و تقریباً تا سال ۲۰۱۸ همین رویه حفظ شده است. مشخص است که بازار اصلی ایران در خصوص صادرات ماست، عراق بوده که باتوجهی وضعیت ناپایدار سیاسی در این کشور، آسیب هایی نیز در سال های اخیر به منافع صادراتی ایران وارد شده است. آتش زدن کارخانه کاله در عراق و ایجاد جنبش های ضد ایرانی در این کشور از جمله این ریسک ها بوده است. هرچند که در هر صورت، عراق همواره بازاری مناسب برای صادر کننده ایرانی بویژه در شرایط تشدید تحریم ها مطرح بوده است.

List of importing markets for a product exported by Iran, Islamic Republic of in 2001

Product : 040310 Yogurt, whether or not flavoured or containing added sugar or other sweetening matter, fruits, nuts or cocoa



شکل ۳-۱- نقشه کشورهای هدف ایران در سال ۲۰۰۱ (منبع: ITC, 2020)

List of importing markets for a product exported by Iran, Islamic Republic of in 2005

Product : 040310 Yogurt, whether or not flavoured or containing added sugar or other sweetening matter, fruits, nuts or cocoa



شکل ۳-۲- نقشه کشورهای هدف ایران در سال ۲۰۰۵ (منبع: ITC, 2020)

List of importing markets for a product exported by Iran, Islamic Republic of in 2010

Product : 040310 Yogurt, whether or not flavoured or containing added sugar or other sweetening matter, fruits, nuts or cocoa



شکل ۳-۳- نقشه کشورهای هدف ایران در سال ۲۰۱۰ (منبع: ITC, 2020)

List of importing markets for a product exported by Iran, Islamic Republic of in 2012

Product : 040310 Yogurt, whether or not flavoured or containing added sugar or other sweetening matter, fruits, nuts or cocoa



شکل ۳-۴- نقشه کشورهای هدف ایران در سال ۲۰۱۲ (منبع: ITC, 2020)

List of importing markets for a product exported by Iran, Islamic Republic of in 2014

Product : 040310 Yogurt, whether or not flavoured or containing added sugar or other sweetening matter, fruits, nuts or cocoa



شکل ۳-۵- نقشه کشورهای هدف ایران در سال ۲۰۱۴ (منبع: ITC, 2020)

List of importing markets for a product exported by Iran, Islamic Republic of in 2016

Product : 040310 Yogurt, whether or not flavoured or containing added sugar or other sweetening matter, fruits, nuts or cocoa



شکل ۳-۶- نقشه کشورهای هدف ایران در سال ۲۰۱۶ (منبع: ITC, 2020)

List of importing markets for a product exported by Iran, Islamic Republic of in 2017

Product : 040310 Yogurt, whether or not flavoured or containing added sugar or other sweetening matter, fruits, nuts or cocoa



شکل ۳-۷- نقشه کشورهای هدف ایران در سال ۲۰۱۷ (منبع: ITC, 2020)

List of importing markets for a product exported by Iran, Islamic Republic of in 2018

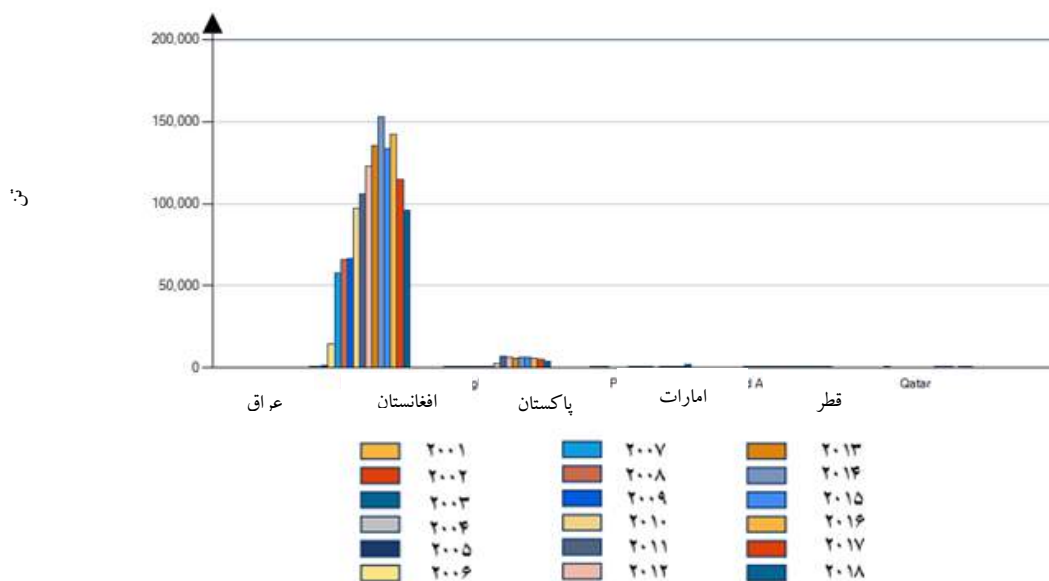
Product : 040310 Yogurt, whether or not flavoured or containing added sugar or other sweetening matter, fruits, nuts or cocoa



شکل ۳-۸- نقشه کشورهای هدف ایران در سال ۲۰۱۸ (منبع: ITC, 2020)

۳-۱۴- بررسی روند کلی تغییر سهم کشورهای هدف صادراتی ماست ایران

همانگونه که نمودار ۳-۹ نیز نشان می دهد، بازارهای صادراتی ایران در ماست، همانگونه که پیش تر بیان شد، به دو کشور عراق و افغانستان خلاصه می شود. همچنین مشخص است که سهم عراق بسیار بیشتر از کشور افغانستان در سبد صادراتی ایران بوده است. مشخص است که روند صادرات به عراق نیز از سال ۲۰۱۴ به بعد کاهش یافته است.

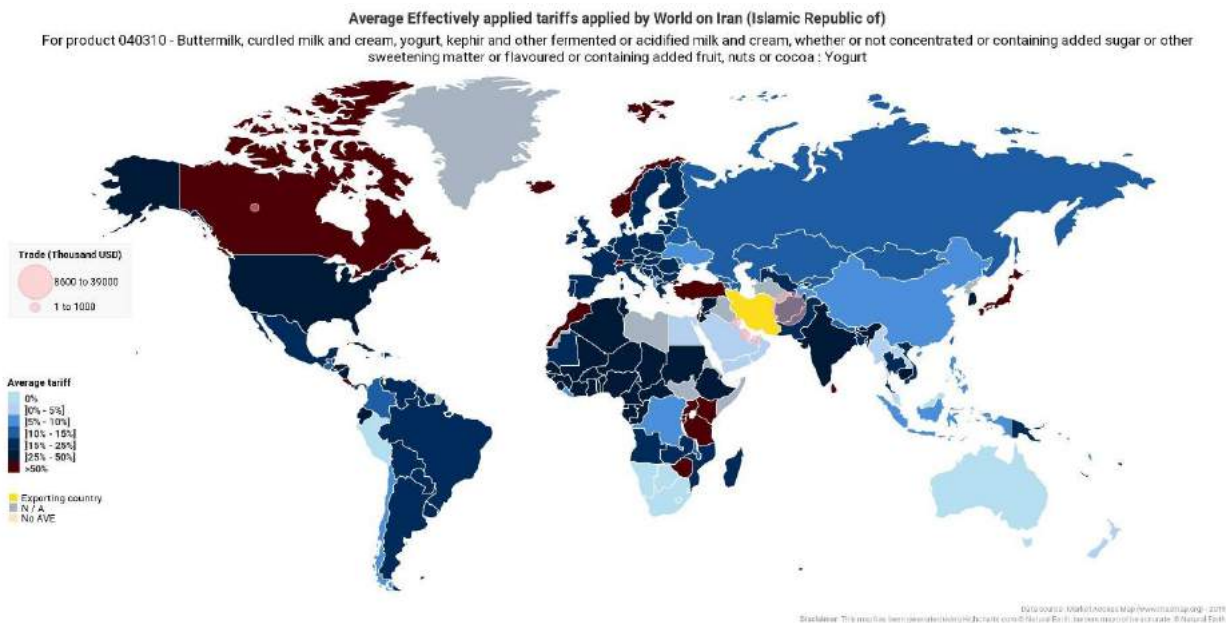


نمودار ۳-۹- تداوم بازار ماست صادراتی در کشورهای هدف ایران (منبع: ITC, 2020)

۳-۱۵- نقشه تعرفه وارداتی در کشورهای هدف ایران

بررسی نقشه های تعرفه وارداتی در شکل ۳-۹ نشان می دهد که مشابه سایر محصولات لبنی، افغانستان تعرفه مؤثر ۲۰ درصدی به صادرات ماست ایران وضع نموده است. البته این کشور، این تعرفه را برای تمام صادرکنندگان به افغانستان در نظر گرفته است. عراق نیز هرچند که در نقشه زیر میزان تعرفه مؤثر برای آن ذکر نشده است اما مطابق اطلاعات اتاق مشترک بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی ایران و عراق (۱۳۹۹)، عراق برای گروه شیر و محصولات لبنی ایران تعرفه ۱۰ درصدی در نظر گرفته است.

بررسی وضعیت صادرات محصولات منتخب کشاورزی ایران.....ماست

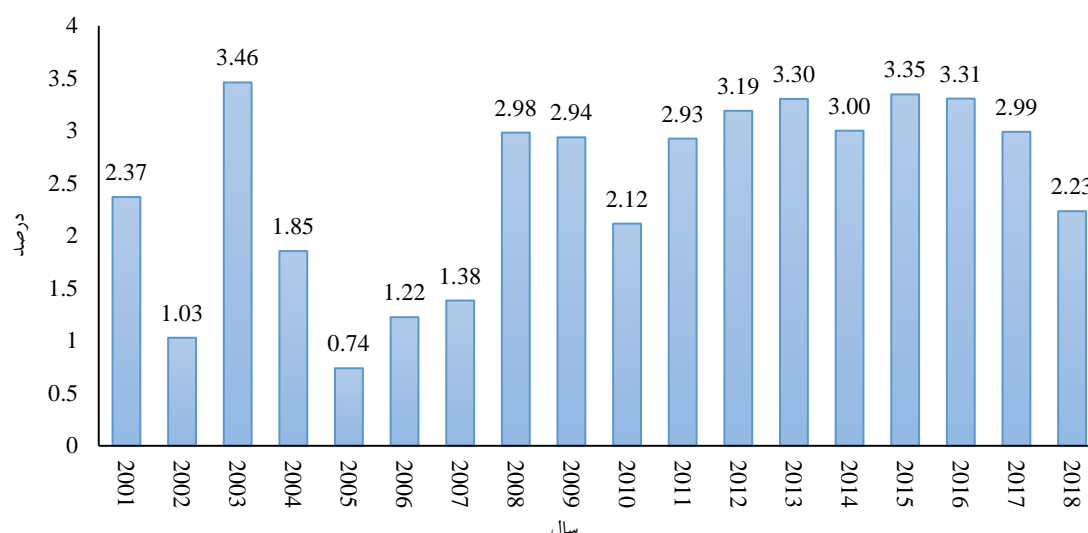


شکل ۳-۹- تعرفه کشورهای هدف در صادرات ماست ایران (منبع: ITC, 2020)

۴- رب گوجه‌فرنگی

۴-۱- بررسی سهم رب گوجه‌فرنگی در سبد صادراتی ایران

مطابق محصولاتتی که پیش‌تر بیان شد، در این قسمت نیز ابتدا به بررسی سهم ارزش صادرات رب گوجه‌فرنگی با کد تعرفه (۲۰۰۲۹۰۱۰) از سبد صادراتی بخش کشاورزی ایران بررسی شده است. همانگونه که در نمودار ۴-۱ نیز مشخص است این سهم روند کلی نوسانی داشته و از ۲,۳۷ درصد در سال ۲۰۰۱ به ۲,۲۳ درصد در سال ۲۰۱۸ رسیده است. این در حالی است که در سال ۲۰۰۳ به بیشترین مقدار خود (۳,۴۶ درصد) و پس از آن در سال ۲۰۱۵ این سهم به ۳,۳۵ درصد رسید. ضمن اینکه مشخص است که از سال ۲۰۱۵ سهم رب گوجه در سبد صادراتی بخش کشاورزی به لحاظ ارزشی روندی نزولی یافته است.



نمودار ۴-۱- روند سهم ارزشی صادرات رب گوجه‌فرنگی از کل صادرات بخش کشاورزی

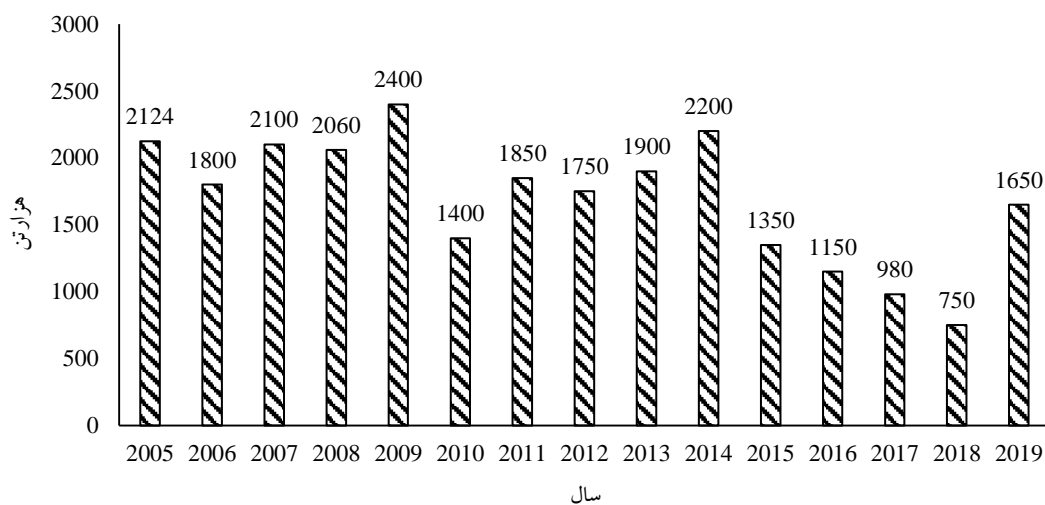
منبع (ITC, 2020 و یافته‌ها)

۴-۲- بررسی روند مقدار تولید و صادرات رب گوجه

مطابق گزارش^۱ WPTC روند میزان تولید رب گوجه در ایران طی سال‌های ۲۰۰۵ تا ۲۰۲۰ نشان می‌دهد که روند تولید این محصول با نوسانات متعددی همراه بوده و سه دوره می‌توان برای تولید رب گوجه ایران در نظر گرفت. دوره اول با یک نوسان صعودی بوده که طی سال‌های ۲۰۰۵ تا ۲۰۰۹ اتفاق افتاد. در دوره دوم، افت قابل توجهی در سال ۲۰۱۰ در تولید رب اتفاق افتاد و مجدداً تا سال ۲۰۱۴ با یک نوسان، روندی صعودی تحقق یافت. سپس در دوره سوم با کاهش تولید گوجه و نوسان قیمت آن، روند کاملاً

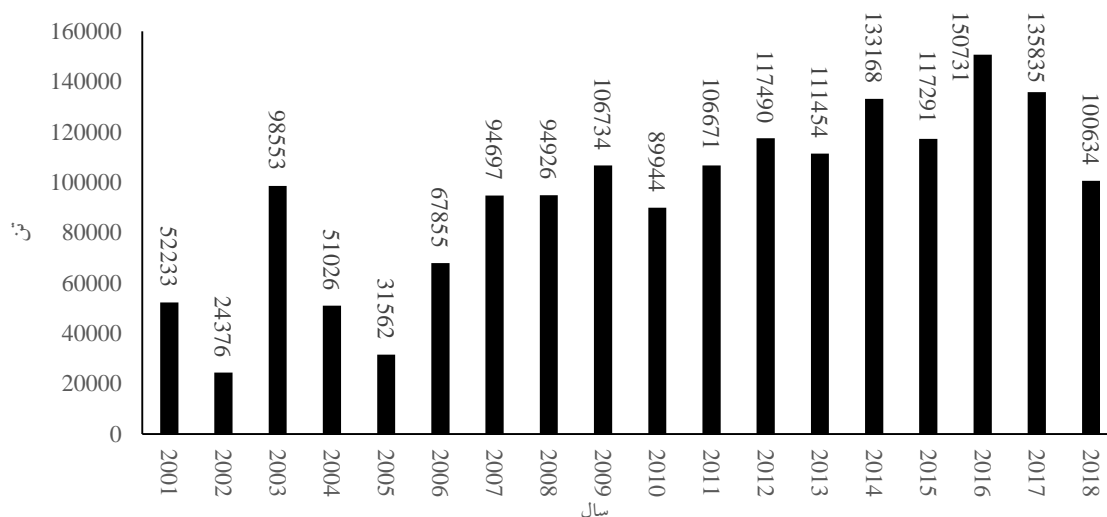
^۱ . World Processing Tomato Council

نزولی از سال ۲۰۱۵ تا ۲۰۱۸ اتفاق افتاد^۲ و پس از آن در سال ۲۰۱۹ با افزایش بارش‌ها و افزایش تولید گوجه و کاهش قیمت آن، تولید رب گوجه در ایران، رشد بیش از دو برابری داشته و به ۱۶۵۰ تن رسید.



نمودار ۴-۲- روند مقدار تولید رب گوجه‌ای ایران (منبع: WPTC, 2020)

بررسی روند میزان صادرات طی سال‌های ۲۰۰۱ تا ۲۰۱۸ نیز نشان می‌دهد، صادرات رب گوجه ایران هرچند روند کلی صعودی داشته اما با نوسان قابل توجهی همراه بوده است. همانگونه که مشخص است صادرات ایران از سال ۲۰۰۵ تا سال ۲۰۱۶ با یک روند نوسانی صعودی بوده اما پس از سال ۲۰۱۶ روندی نزولی داشته بطوریکه در سال ۲۰۱۸ افت ۲۶ درصدی نسبت به سال ۲۰۱۷ و افت ۳۳٫۲ درصدی نسبت به سال ۲۰۱۶ مشاهده می‌شود.

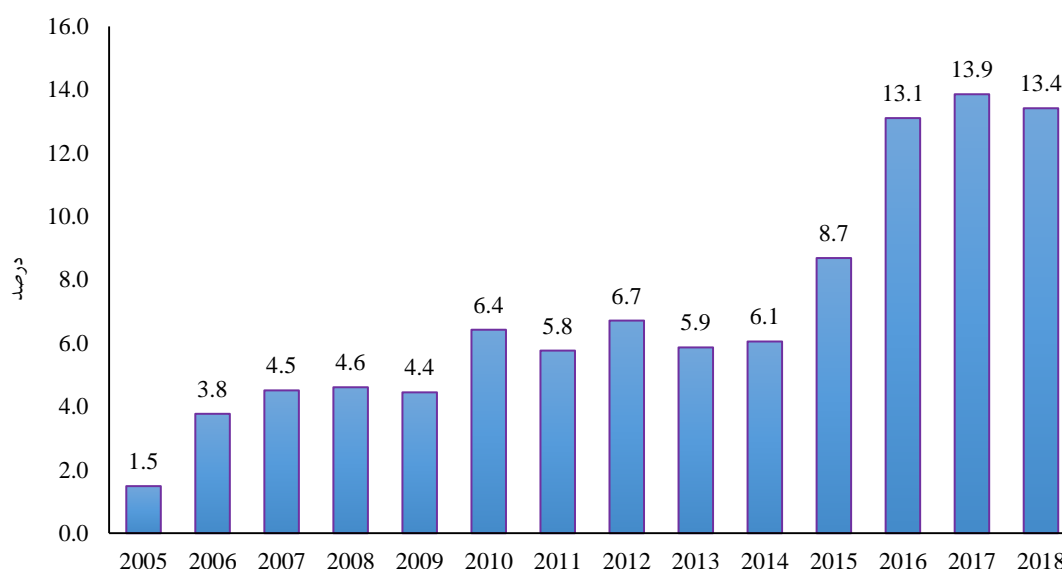


نمودار ۴-۳- روند مقدار صادرات رب گوجه‌فرنگی ایران (منبع: ITC, 2020)

^۲ البته تنها دلایل کاهش مقادیر تولید رب گوجه این مورد نمی‌تواند باشد اما از آنجا که این مطالعه در خصوص صادرات بوده و پرداختن بیشتر به دلیل کاهش مقادیر تولید مرتبط با این مطالعه نمی‌باشد، بیش از این به بحث تولید پرداخته نشد.

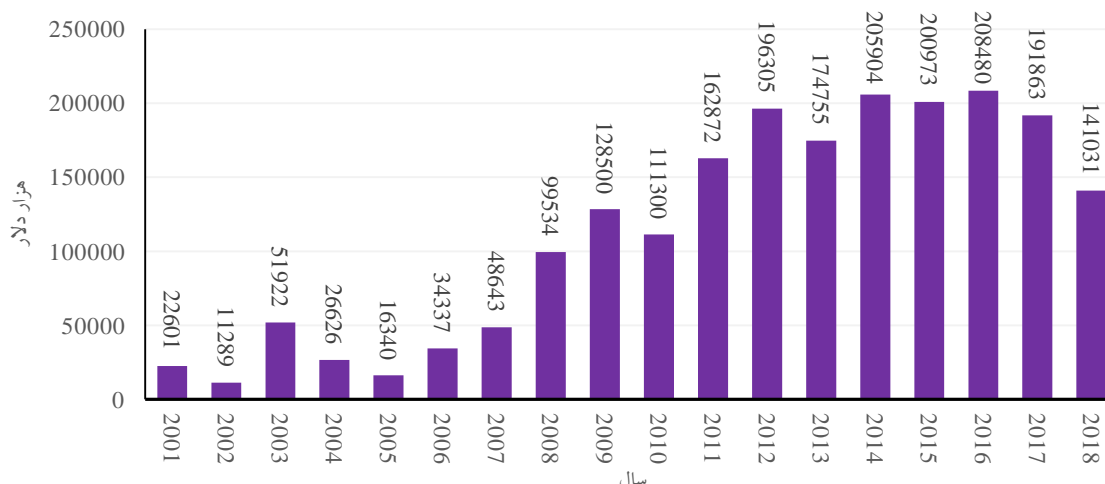
۳-۴- بررسی سهم صادرات از میزان تولید رب گوجه فرنگی

بررسی روند نسبت صادرات به تولید نشان می‌دهد که در سال ۲۰۰۵ معادل ۱,۵ درصد تولید صادر شده اما در سال ۲۰۱۸ این عدد به ۱۳,۴ درصد رسیده است. مشخص است که سهم صادرات از تولید بطور کلی روند افزایشی داشته هرچند که این روند با نوساناتی همراه بوده است.



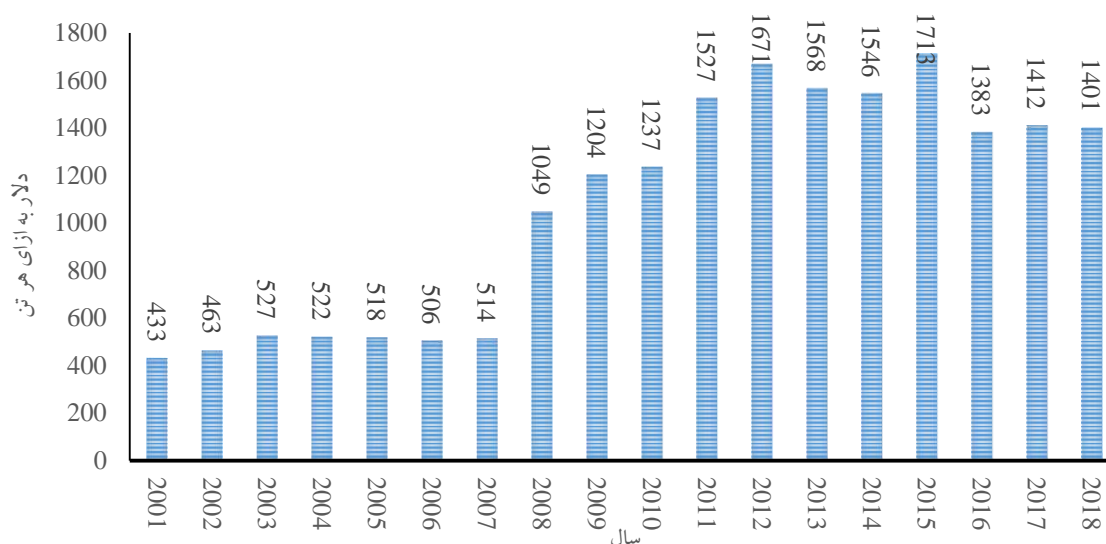
نمودار ۴-۴- سهم صادرات از میزان تولید رب گوجه فرنگی در ایران (منبع: ITC, 2020 و یافته‌ها)

بررسی روند ارزش صادرات نیز طی سال‌های ۲۰۰۱ تا ۲۰۱۸ نشان می‌دهد، صادرات رب گوجه ایران تا سال ۲۰۱۶ با یک روند نوسانی صعودی بوده پس از آن این روند نزولی شده است. بطوریکه در سال ۲۰۱۸ ارزش صادرات رب گوجه نسبت به سال گذشته خود ۲۶,۵ درصد و نسبت به سال ۲۰۱۶ معادل ۳۲,۴ درصد افت را تجربه کرده است.



نمودار ۴-۵- روند ارزش رب گوجه فرنگی ایران (منبع: ITC, 2020)

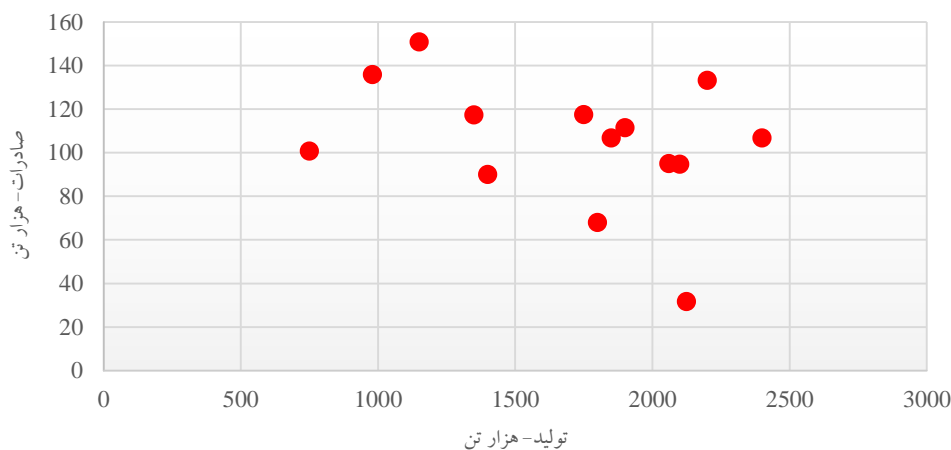
بررسی روند قیمت صادرات رب گوجه‌فرنگی نشان می‌دهد که تا سال ۲۰۰۷ روند کلی قیمت صادراتی ایران تقریباً ثابت بوده و سپس تا سال ۲۰۱۲ روندی کاملاً افزایشی داشته است بطوریکه از ۵۱۴ دلار به ازای هر تن در سال ۲۰۰۷ به ۱۶۷۱ دلار به ازای هر تن رسید پس از این سال تا سال ۲۰۱۴ این قیمت صادراتی افت کرده و در سال ۲۰۱۵ به بیشترین مقدار خود (۱۷۱۳ دلار به ازای هر تن) رسیده است. اما در ادامه در سال ۲۰۱۶ افت ۱۹٫۳ درصدی در قیمت صادراتی ایران رخ داده و پس از آن مجدداً روند تقریبی ثابتی داشته است. بطوریکه در سال ۲۰۱۸ این قیمت به ۱۴۰۱ دلار به ازای هر تن رسید.



نمودار ۴-۶- روند قیمت صادرات رب گوجه‌فرنگی ایران (منبع: ITC, 2020)

۴-۴- ارتباط بین مقدار صادرات و مقدار تولید

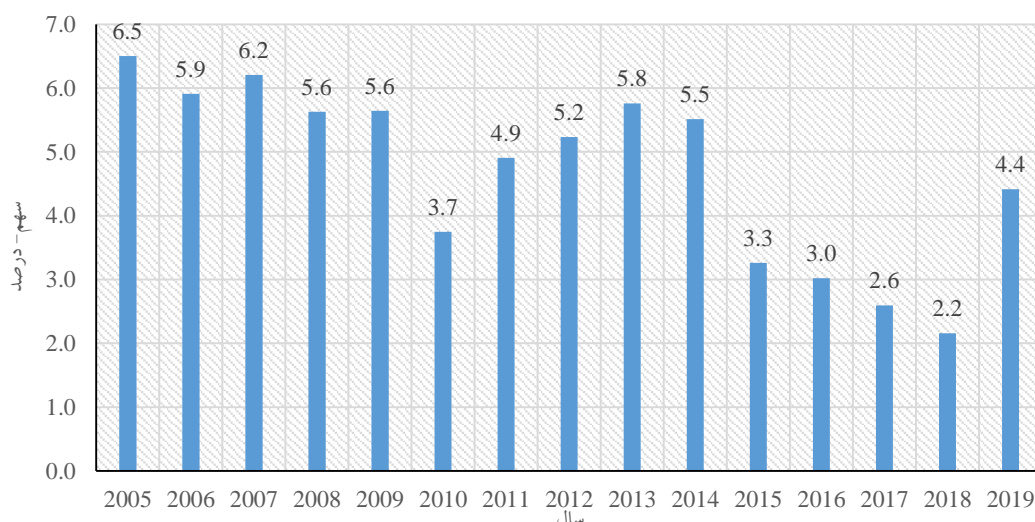
در نمودار ۴-۷ مشخص است که ارتباط مقدار صادرات رب گوجه و مقدار تولید آن ارتباط مشخصی با هم نداشته و لذا تولید رب گوجه بیشتر در کشور با افزایش صادرات رب گوجه همراه نبوده و بطور کلی در ایران، میزان تولید و صادرات رب گوجه در ارتباط با هم تعیین نمی‌شوند که به نوعی عدم کارایی بازار را نیز می‌تواند نشان دهد.



نمودار ۴-۷- ارتباط مقادیر تولید و صادرات رب گوجه‌فرنگی ایران

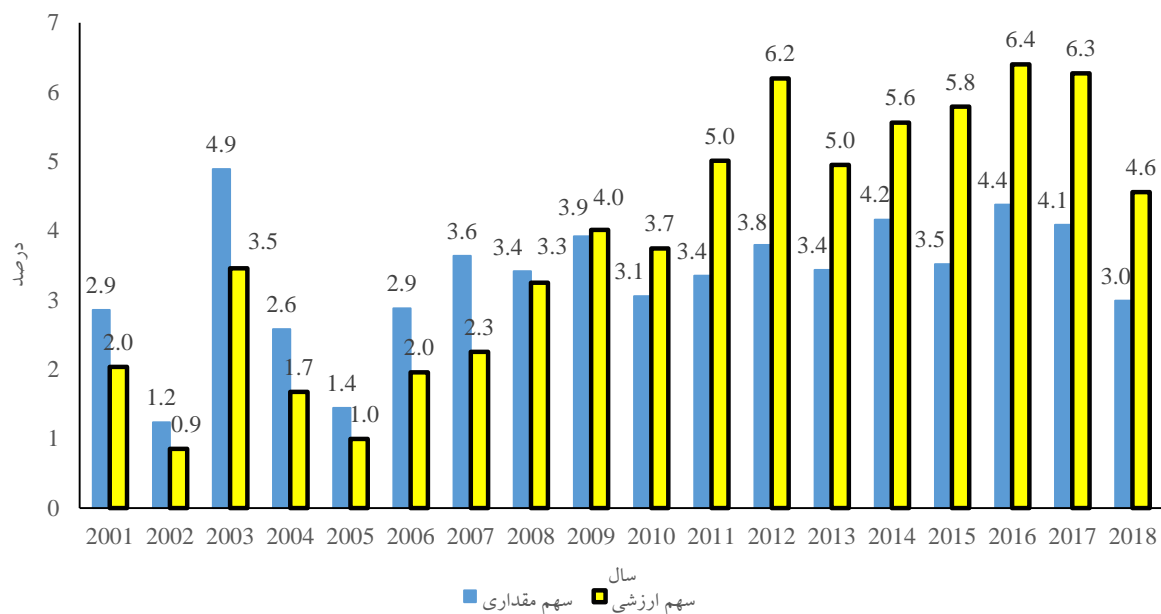
۴-۵- مقایسه سهم تولید گوجه و سهم صادرات رب گوجه ایران از جهان

مطابق نمودار ۴-۸ مشخص است که سهم ایران از تولید رب گوجه در جهان با روندی نوسانی رو به نزول همراه بوده است. سهم ایران از تولید جهانی در سال ۲۰۰۵ معادل ۶٫۵ درصد بوده که با روندی نوسانی به ۳٫۷ درصد در سال ۲۰۱۰ تنزل یافت. در ادامه تا سال ۲۰۱۳ روند سهم تولید رب گوجه ایران در جهان، روندی افزایشی داشته و به ۵٫۸ درصد رسید. در ادامه مجدداً روند نزولی سهم تولید ایران آغاز شده و به ۲٫۲ درصد در سال ۲۰۱۸ رسید که کمترین میزان سهم تولید از تولید جهانی بوده است. هرچند که در سال ۲۰۱۹ این سهم به ۴٫۴ درصد بهبود یافت. بطور کلی مشخص است که روند کلی سهم تولید ایران از بازارهای جهانی روندی نزولی داشته است که با توجه به توسعه تولید در کشورهای دیگر، احتمال کاهش قدرت بازاری ایران در بازارهای جهانی وجود خواهد داشت.



نمودار ۴-۸- روند سهم تولید رب گوجه در جهان (منبع: ITC, 2020 و یافته‌های پژوهش)

بررسی روند سهم مقداری و ارزشی صادرات رب گوجه‌فرنگی ایران در بازارهای جهانی در نمودار ۴-۹ نشان می‌دهد که هر دو سهم هرچند روند کلی صعودی داشته اما این روند بسیار نوسانی بوده طوری که پس از سال ۲۰۱۶ هر دوی این سهم‌ها روندی نزولی داشته است. بیشترین سهم مقدار صادراتی ایران در سال ۲۰۰۳ با ۴٫۹ درصد و بیشترین سهم ارزش صادرات در سال ۲۰۱۶ با ۶٫۴ درصد تحقق یافت. این در حالی است که در سال ۲۰۱۸ سهم مقدار و ارزش صادرات ایران به ترتیب به ۳ و ۴٫۶ درصد تنزل یافت. اما نکته بسیار مهم در خصوص این نمودار آن است که تا سال ۲۰۰۸ همواره سهم مقدار صادرات ایران از مقادیر صادرات جهانی رب گوجه بیشتر از سهم ارزش صادراتی ایران بوده است و این در حالی است که پس از این سال تا سال ۲۰۱۸ سهم ارزش صادرات بطور قابل توجهی بیشتر از مقادیر صادراتی بوده است و با گذشت هر سال این فاصله افزایش یافته است. این نتیجه نشان می‌دهد که قیمت‌های صادراتی رب گوجه بطور کلی روندی رو به رشدی داشته است.



نمودار ۴-۹- روند سهم مقداری و ارزشی رب گوجه‌فرنگی ایران در جهان
(منبع: ITC, 2020 و یافته‌های پژوهش)

۴-۶- بررسی وضعیت صادرکنندگان بزرگ رب گوجه‌فرنگی و جایگاه ایران

بررسی مقدار صادراتی ۱۰ کشور اول در کنار ایران نشان می‌دهد که بزرگترین صادرکننده به لحاظ مقداری، چین و پس از آن ایتالیا و اسپانیا بوده‌اند. البته آمریکا تا سال ۲۰۱۷ جایگاه سوم را داشته اما در سال ۲۰۱۸ این جایگاه را به اسپانیا واگذار نمود. ایران نیز همواره جزو صادرکنندگان بزرگ در جهان بوده و در سال ۲۰۱۸ جایگاه هشتم را در بازارهای صادراتی رب گوجه داشته است. روند صادرات تقریباً برای تمام این کشورها نوسانی بوده اما برآورد ضریب نوسان نشان می‌دهد که بیشترین نوسان مقادیر صادراتی مربوط به اکراین و امارات و پس از آن مربوط به آمریکا بوده و کمترین نوسان نیز مربوط به ایتالیا بوده است. در واقع ایتالیا باثبات‌ترین کشور در بازارهای صادرات جهانی رب گوجه‌فرنگی بوده است. ایران نیز بعد از آمریکا و در کنار شیلی در جایگاه چهارم نوسان صادراتی در بین ۱۰ کشور اول صادراتی جهان قرار داشته‌اند.

بررسی وضعیت صادرات محصولات منتخب کشاورزی ایران.....رب گوجه‌فرنگی

جدول ۴-۱- مقدار صادراتی ۱۰ کشور اصلی صادرکننده و ایران- هزار تن

سال	جهان	چین	ایتالیا	اسپانیا	آمریکا	پرتغال	ترکیه	شیلی	ایران	امارات	اکراین
۲۰۰۱	۱۸۲۵,۴	۲۹۸,۱	۶۱۳,۰	۹۲,۴	۱۲۲,۸	۱۱۶,۹	۱۲۳,۴	۱۱۱,۷	۵۲,۲	۰,۰	۰,۸
۲۰۰۲	۱۹۶۵,۷	۳۷۳,۴	۶۶۱,۴	۱۳۸,۵	۱۲۱,۵	۱۳۸,۴	۱۲۴,۲	۸۵,۰	۲۴,۴	۰,۰	۰,۶
۲۰۰۳	۲۰۱۴,۷	۴۰۱,۳	۵۹۴,۶	۱۶۲,۴	۱۲۵,۷	۱۴۹,۵	۱۴۹,۸	۵۳,۲	۹۸,۶	۰,۰	۰,۴
۲۰۰۴	۱۹۷۶,۸	۴۳۷,۴	۵۹۶,۱	۱۵۰,۹	۱۱۶,۸	۱۳۵,۰	۱۸۳,۳	۴۱,۵	۵۱,۰	۰,۰	۰,۷
۲۰۰۵	۲۱۸۱,۵	۶۰۰,۳	۵۹۲,۶	۱۶۴,۲	۱۱۸,۵	۱۳۹,۸	۱۵۵,۱	۴۳,۴	۳۱,۶	۱۹,۴	۱,۲
۲۰۰۶	۲۳۵۵,۹	۶۳۱,۲	۶۳۱,۴	۲۲۵,۸	۱۳۵,۱	۱۶۷,۶	۱۰۲,۳	۵۰,۱	۶۷,۹	۰,۰	۲,۳
۲۰۰۷	۲۶۰۰,۹	۸۴۱,۸	۶۵۹,۳	۲۴۱,۰	۱۳۱,۴	۱۸۰,۰	۸۷,۰	۴۳,۴	۹۴,۷	۲۰,۹	۳,۴
۲۰۰۸	۲۷۷۶,۷	۸۱۶,۷	۶۶۳,۶	۲۱۵,۸	۳۳۶,۵	۱۷۸,۸	۱۰۵,۳	۴۲,۳	۹۴,۹	۱۷,۶	۲,۲
۲۰۰۹	۲۷۲۰,۴	۸۰۶,۰	۶۴۴,۶	۲۳۸,۸	۲۴۰,۶	۱۷۷,۵	۱۳۸,۴	۶۹,۹	۱۰۶,۷	۰,۰	۱,۲
۲۰۱۰	۲۹۴۰,۷	۱۰۲۷,۰	۶۷۰,۷	۲۱۸,۱	۲۴۶,۹	۱۷۳,۰	۱۱۲,۸	۹۰,۹	۸۹,۹	۰,۰	۱۸,۹
۲۰۱۱	۳۱۸۳,۲	۱۱۲۶,۴	۷۰۳,۰	۲۲۳,۹	۳۵۶,۹	۱۹۴,۹	۷۲,۶	۹۱,۷	۱۰۶,۷	۰,۰	۱۳,۵
۲۰۱۲	۳۰۹۴,۸	۱۰۷۱,۲	۶۵۳,۷	۲۰۰,۷	۳۴۹,۴	۲۰۳,۴	۸۵,۲	۹۸,۳	۱۱۷,۵	۲۶,۱	۲۲,۴
۲۰۱۳	۳۲۴۳,۲	۹۸۵,۲	۶۸۹,۳	۲۱۶,۴	۴۷۴,۵	۲۳۳,۳	۱۱۱,۵	۹۳,۷	۱۱۱,۵	۲۹,۲	۲۹,۱
۲۰۱۴	۳۱۹۹,۳	۸۷۱,۸	۶۵۱,۴	۲۳۹,۲	۵۲۹,۱	۲۱۹,۶	۱۴۰,۸	۱۰۱,۱	۱۳۳,۲	۳۴,۹	۲۳,۲
۲۰۱۵	۳۳۳۲,۷	۹۹۰,۶	۶۵۴,۸	۲۸۱,۲	۴۵۹,۴	۲۳۶,۳	۱۱۸,۶	۱۲۶,۶	۱۱۷,۳	۳۶,۱	۲۱,۴
۲۰۱۶	۳۴۴۳,۸	۹۲۷,۶	۷۲۶,۹	۲۹۲,۹	۴۴۶,۱	۲۴۳,۶	۱۴۲,۶	۱۲۵,۳	۱۵۰,۷	۴۴,۵	۴۲,۰
۲۰۱۷	۳۳۲۲,۶	۸۵۲,۳	۶۸۶,۱	۳۴۸,۴	۳۵۰,۶	۲۶۰,۲	۱۵۵,۹	۱۳۴,۸	۱۳۵,۸	۶۰,۳	۵۳,۱
۲۰۱۸	۳۳۶۲,۸	۸۸۸,۹	۷۰۷,۸	۳۹۵,۳	۳۳۵,۴	۲۷۲,۴	۱۵۰,۰	۱۱۹,۷	۱۰۰,۶	۶۶,۴	۵۵,۱
میانگین	۲۷۵۲,۳	۷۷۴,۸	۶۵۵,۶	۲۲۵,۲	۲۷۷,۶	۱۹۰,۰	۱۲۵,۵	۸۴,۶	۹۳,۶	۱۹,۸	۱۶,۲
ضریب نوسان	۰,۲۱	۰,۳۳	۰,۰۶	۰,۳۳	۰,۵۲	۰,۲۴	۰,۲۳	۰,۳۸	۰,۳۸	۱,۱۱	۱,۱۴

منبع: ITC, 2020 و نتایج پژوهش

همچنین بررسی روند سهم مقادیر صادراتی نیز نشان می‌دهد که مجموع این ۱۰ کشور اصلی بطور میانگین حدود ۹۰ درصد مقادیر صادراتی جهان را تشکیل می‌دهند.

این سهم نیز در کشورهای اصلی صادرکننده نوسانی بوده بطوریکه چین در سال ۲۰۱۸ با سهم حدود ۲۷,۴۷ درصدی بزرگترین صادرکننده در جهان می‌باشد. بعد از این کشور، ایتالیا با سهم میانگین ۲۴,۷ درصدی در جایگاه دوم قرار داشته است. برآورد شاخص ضریب نوسان نیز بیانگر آن است که بیشترین نوسان سهم صادراتی نیز به اکراین و امارات تعلق داشته و پس از این دو صادرکننده، ترکیه، آمریکا و شیلی بیشترین نوسان را تجربه کرده‌اند و کمترین ضریب نوسان سهم مقادیر صادراتی نیز به پرتغال تعلق دارد. ایران پس از شیلی، ششمین نوسان مقادیر صادراتی را از بین ۱۰ کشور اصلی صادرکننده به خود اختصاص داده است.

جدول ۴-۲- سهم مقدار صادراتی ۱۰ کشور اصلی صادرکننده و ایران- درصد

سال	چین	ایتالیا	اسپانیا	آمریکا	پرتغال	ترکیه	شیلی	ایران	امارات	اکراین
۲۰۰۱	۱۶,۳۳	۳۳,۵۸	۵,۰۶	۶,۷۳	۶,۴۱	۶,۷۶	۶,۱۲	۲,۸۶	۰,۰۰	۰,۰۵

بررسی وضعیت صادرات محصولات منتخب کشاورزی ایران.....رب گوجه‌فرنگی

۰,۰۳	۰,۰۰	۱,۲۴	۴,۳۳	۶,۳۲	۷,۰۴	۶,۱۸	۷,۰۵	۳۳,۶۵	۱۹,۰۰	۲۰۰۲
۰,۰۲	۰,۰۰	۴,۸۹	۲,۶۴	۷,۴۴	۷,۴۲	۶,۲۴	۸,۰۶	۲۹,۵۱	۱۹,۹۲	۲۰۰۳
۰,۰۴	۰,۰۰	۲,۵۸	۲,۱۰	۹,۲۷	۶,۸۳	۵,۹۱	۷,۶۳	۳۰,۱۵	۲۲,۱۳	۲۰۰۴
۰,۰۶	۰,۸۹	۱,۴۵	۱,۹۹	۷,۱۱	۶,۴۱	۵,۴۳	۷,۵۳	۲۷,۱۶	۲۷,۵۲	۲۰۰۵
۰,۱۰	۰,۰۰	۲,۸۸	۲,۱۳	۴,۳۴	۷,۱۲	۵,۷۳	۹,۵۸	۲۶,۸۰	۲۶,۷۹	۲۰۰۶
۰,۱۳	۰,۸۰	۳,۶۴	۱,۶۷	۳,۳۵	۶,۹۲	۵,۰۵	۹,۲۷	۲۵,۳۵	۳۲,۳۷	۲۰۰۷
۰,۰۸	۰,۶۴	۳,۴۲	۱,۵۲	۳,۷۹	۶,۴۴	۱۲,۱۲	۷,۷۷	۲۳,۹۰	۲۹,۴۱	۲۰۰۸
۰,۰۵	۰,۰۰	۳,۹۲	۲,۵۷	۵,۰۹	۶,۵۲	۸,۸۴	۸,۷۸	۲۳,۷۰	۲۹,۶۳	۲۰۰۹
۰,۶۴	۰,۰۰	۳,۰۶	۳,۰۹	۳,۸۴	۵,۸۸	۸,۳۹	۷,۴۱	۲۲,۸۱	۳۴,۹۲	۲۰۱۰
۰,۴۳	۰,۰۰	۳,۳۵	۲,۸۸	۲,۲۸	۶,۱۲	۱۱,۲۱	۷,۰۳	۲۲,۰۹	۳۵,۳۹	۲۰۱۱
۰,۷۲	۰,۸۴	۳,۸۰	۳,۱۸	۲,۷۵	۶,۵۷	۱۱,۲۹	۶,۴۸	۲۱,۱۲	۳۴,۶۱	۲۰۱۲
۰,۹۰	۰,۹۰	۳,۴۴	۲,۸۹	۳,۴۴	۷,۱۹	۱۴,۶۳	۶,۶۷	۲۱,۲۵	۳۰,۳۸	۲۰۱۳
۰,۷۲	۱,۰۹	۴,۱۶	۳,۱۶	۴,۴۰	۶,۸۶	۱۶,۵۴	۷,۴۸	۲۰,۳۶	۲۷,۲۵	۲۰۱۴
۰,۶۴	۱,۰۸	۳,۵۲	۳,۸۰	۳,۵۶	۷,۰۹	۱۳,۷۸	۸,۶۵	۱۹,۶۵	۲۹,۷۲	۲۰۱۵
۱,۲۲	۱,۲۹	۴,۳۸	۳,۶۴	۴,۱۴	۷,۰۷	۱۲,۹۵	۸,۵۰	۲۱,۱۱	۲۶,۹۴	۲۰۱۶
۱,۶۰	۱,۸۲	۴,۰۹	۴,۰۶	۴,۶۹	۷,۸۳	۱۰,۵۵	۱۰,۴۹	۲۰,۶۵	۲۵,۶۵	۲۰۱۷
۱,۶۴	۱,۹۸	۲,۹۹	۳,۵۶	۴,۴۶	۸,۱۰	۹,۹۷	۱۱,۷۵	۲۱,۰۵	۲۶,۴۳	۲۰۱۸
۰,۵۰	۰,۶۳	۳,۳۱	۳,۰۷	۴,۸۳	۶,۸۸	۹,۵۳	۸,۰۷	۲۴,۶۶	۲۷,۴۷	میانگین
۱,۰۹	۱,۰۵	۰,۲۸	۰,۳۶	۰,۳۸	۰,۰۸	۰,۳۷	۰,۱۹	۰,۱۸	۰,۲۰	ضرب نوسان

منبع: ITC, 2020 و نتایج پژوهش

بررسی ارزش صادراتی ۱۰ کشور اول نشان می‌دهد که بزرگترین صادرکننده به لحاظ ارزشی، ایتالیا و پس از آن چین و اسپانیا بوده‌اند. روند ارزش صادرات نیز همانگونه که مشخص است، تقریباً برای تمام این کشورها نوسانی بوده اما برآورد ضریب نوسان نشان می‌دهد که بیشترین نوسان مقادیر صادراتی مربوط به امارات و اکراین و پس از آن مربوط به ایران بوده و لذا نوسان ارزش صادراتی ایران بیش از نوسان مقادیر و سهم مقادیر صادراتی بوده است. همچنین کمترین نوسان ارزش صادراتی مربوط به ایتالیا و پس از آن مربوط به ترکیه و شیلی بوده است. لذا مشخص است که کشورهای ترکیه و شیلی که در مقادیر صادراتی نوسان بالایی داشتند، در ارزش‌های صادراتی نوسان کمتری را تجربه کرده‌اند و به این معنی است که ریسک مقادیر صادراتی را با کاهش ریسک قیمتی و ارزشی کاهش داده‌اند.

بررسی وضعیت صادرات محصولات منتخب کشاورزی ایران.....رب گوجه‌فرنگی

جدول ۴-۳- ارزش صادراتی ۱۰ کشور اصلی صادرکننده و ایران-میلیون دلار

سال	جهان	ایتالیا	چین	اسپانیا	آمریکا	پرتغال	ترکیه	ایران	شیلی	امارات	اکراین
۲۰۰۱	۱۱۰۸,۷	۳۸۰,۵	۱۱۷,۵	۸۳,۴	۷۹,۹	۶۷,۸	۷۴,۹	۲۲,۶	۷۲,۶	***	۰,۴
۲۰۰۲	۱۳۲۱,۵	۴۷۰,۹	۱۸۸,۶	۱۱۳,۶	۸۲,۶	۸۵,۹	۷۷,۳	۱۱,۳	۵۷,۸	***	۰,۳
۲۰۰۳	۱۵۰۱,۸	۵۱۴,۵	۲۰۵,۰	۱۵۰,۰	۹۵,۰	۱۰۶,۰	۱۰۰,۲	۵۱,۹	۴۹,۰	***	۰,۳
۲۰۰۴	۱۵۸۵,۶	۵۴۸,۹	۲۲۳,۳	۱۵۶,۸	۱۰۰,۶	۱۰۲,۲	۱۳۳,۸	۲۶,۶	۵۱,۵	***	۰,۴
۲۰۰۵	۱۶۳۷,۱	۵۰۹,۱	۳۰۲,۴	۱۵۱,۷	۱۰۲,۰	۱۰۰,۲	۱۲۶,۷	۱۶,۳	۵۶,۳	۱۴,۲	۰,۷
۲۰۰۶	۱۷۵۴,۱	۵۲۷,۴	۳۶۰,۵	۱۷۸,۱	۹۵,۵	۱۱۴,۹	۹۲,۷	۳۴,۳	۶۵,۶	۰,۰	۱,۶
۲۰۰۷	۲۱۵۸,۶	۶۴۲,۷	۵۴۱,۱	۲۱۹,۳	۱۰۳,۵	۱۴۱,۴	۹۰,۸	۴۸,۶	۷۰,۳	۱۶,۳	۲,۶
۲۰۰۸	۳۰۶۱,۶	۸۴۸,۱	۷۹۴,۱	۲۶۰,۸	۲۶۷,۰	۱۷۹,۰	۱۵۰,۶	۹۹,۵	۷۰,۶	۱۸,۵	۲,۵
۲۰۰۹	۳۲۰۰,۵	۸۹۰,۲	۸۱۲,۴	۲۸۶,۸	۲۱۸,۸	۲۰۶,۷	۱۸۱,۸	۱۲۸,۵	۸۳,۸	***	۱,۷
۲۰۱۰	۲۹۷۱,۶	۷۶۶,۲	۸۱۳,۲	۲۶۳,۵	۲۱۴,۰	۱۸۵,۴	۱۴۴,۱	۱۱۱,۳	۹۵,۱	***	۱۷,۹
۲۰۱۱	۳۲۵۰,۱	۸۰۹,۱	۹۵۰,۷	۲۴۸,۲	۲۸۱,۵	۲۰۷,۲	۱۰۲,۸	۱۶۲,۹	۹۱,۹	***	۱۳,۸
۲۰۱۲	۳۱۶۷,۰	۷۳۷,۸	۹۲۲,۴	۲۲۴,۶	۲۷۷,۱	۲۰۲,۲	۱۲۲,۰	۱۹۶,۳	۱۰۰,۰	۱۹,۱	۲۳,۳
۲۰۱۳	۳۵۲۹,۵	۸۱۳,۳	۹۸۳,۳	۲۷۲,۰	۳۷۹,۶	۲۴۳,۶	۱۵۷,۳	۱۷۴,۸	۱۰۰,۳	۱۷,۸	۳۱,۵
۲۰۱۴	۳۷۰۲,۷	۸۱۵,۱	۹۷۰,۱	۳۱۱,۲	۴۴۴,۱	۲۳۶,۱	۲۰۰,۶	۲۰۵,۹	۱۲۱,۷	۲۰,۱	۲۶,۰
۲۰۱۵	۳۴۷۰,۶	۷۱۷,۵	۹۲۵,۴	۳۱۲,۷	۴۱۶,۴	۲۱۸,۷	۱۵۸,۸	۲۰۱,۰	۱۲۷,۲	۳۴,۵	۲۰,۳
۲۰۱۶	۳۲۵۶,۴	۷۵۰,۱	۷۲۹,۰	۳۰۲,۷	۳۴۷,۱	۲۱۶,۵	۱۶۵,۱	۲۰۸,۵	۱۰۹,۷	۶۱,۷	۳۶,۳
۲۰۱۷	۳۰۶۰,۱	۶۹۵,۲	۶۵۹,۹	۳۳۵,۵	۲۷۰,۳	۲۲۳,۰	۱۵۵,۲	۱۹۱,۹	۱۱۱,۴	۵۱,۱	۴۲,۶
۲۰۱۸	۳۰۹۴,۸	۷۴۵,۹	۶۶۱,۱	۳۷۲,۷	۲۵۸,۳	۲۳۱,۱	۱۶۳,۹	۱۴۱,۰	۹۵,۷	۷۱,۹	۴۵,۴
میانگین	۲۶۰۱,۸	۶۷۶,۸	۶۲۰,۰	۲۳۵,۷	۲۲۴,۱	۱۷۰,۵	۱۳۳,۳	۱۱۳,۰	۸۵,۰	۱۸,۱	۱۴,۹
ضرب نوسان	۰,۳۴	۰,۲۲	۰,۵۰	۰,۳۵	۰,۵۵	۰,۳۵	۰,۲۸	۰,۶۶	۰,۲۹	۱,۲۶	۱,۰۸

منبع: ITC, 2020 و نتایج پژوهش *** داده‌ای ثبت نشده است.

بررسی روند سهم ارزش صادراتی در جدول ۴-۴ نشان می‌دهد که ایتالیا بطور میانگین با سهم ۲۷/۵ درصد، بیشترین سهم ارزشی را نیز نصیب خود کرده و این در حالی است که کمترین نوسان ارزش صادراتی مربوط به پرتغال و پس از آن اسپانیا و ایتالیا بوده است. همانگونه که مشخص است ایران رتبه هفتم در سهم ارزش صادراتی داشته و به لحاظ نوسان سهم ارزش صادراتی نیز پس از کشورهای امارات و اکراین قرار داشته که نوسان بالاتری را نسبت به هفت کشور دیگر صادرکننده نشان می‌دهد.

بررسی وضعیت صادرات محصولات منتخب کشاورزی ایران.....رب گوجه‌فرنگی

جدول ۴-۴- سهم ارزشی صادراتی ۱۰ کشور اصلی صادرکننده و ایران-درصد

صادرکننده	ایتالیا	چین	اسپانیا	آمریکا	پرتغال	ترکیه	ایران	شیلی	امارات	اکراین
۲۰۰۱	۳۴,۳۲	۱۰,۶۰	۷,۵۲	۷,۲۰	۶,۱۲	۶,۷۶	۲,۰۴	۶,۵۵	***	۰,۰۳
۲۰۰۲	۳۵,۶۳	۱۴,۲۷	۸,۶۰	۶,۲۵	۶,۵۰	۵,۸۵	۰,۸۵	۴,۳۸	***	۰,۰۲
۲۰۰۳	۳۴,۲۶	۱۳,۶۵	۹,۹۹	۶,۳۳	۷,۰۵	۶,۶۷	۳,۴۶	۳,۲۶	***	۰,۰۲
۲۰۰۴	۳۴,۶۲	۱۴,۰۹	۹,۸۹	۶,۳۴	۶,۴۵	۸,۴۴	۱,۶۸	۳,۲۵	***	۰,۰۳
۲۰۰۵	۳۱,۱۰	۱۸,۴۷	۹,۲۷	۶,۲۳	۶,۱۲	۷,۷۴	۱,۰۰	۳,۴۴	۰,۸۷	۰,۰۴
۲۰۰۶	۳۰,۰۷	۲۰,۵۵	۱۰,۱۵	۵,۴۵	۶,۵۵	۵,۲۹	۱,۹۶	۳,۷۴	***	۰,۰۹
۲۰۰۷	۲۹,۷۷	۲۵,۰۷	۱۰,۱۶	۴,۸۰	۶,۵۵	۴,۲۱	۲,۲۵	۳,۲۵	۰,۷۵	۰,۱۲
۲۰۰۸	۲۷,۷۰	۲۵,۹۴	۸,۵۲	۸,۷۲	۵,۸۵	۴,۹۲	۳,۲۵	۲,۳۱	۰,۶۰	۰,۰۸
۲۰۰۹	۲۷,۸۲	۲۵,۳۸	۸,۹۶	۶,۸۴	۶,۴۶	۵,۶۸	۴,۰۲	۲,۶۲	***	۰,۰۵
۲۰۱۰	۲۵,۷۸	۲۷,۳۷	۸,۸۷	۷,۲۰	۶,۲۴	۴,۸۵	۳,۷۵	۳,۲۰	***	۰,۶۰
۲۰۱۱	۲۴,۸۹	۲۹,۲۵	۷,۶۴	۸,۶۶	۶,۳۸	۳,۱۶	۵,۰۱	۲,۸۳	***	۰,۴۳
۲۰۱۲	۲۳,۳۰	۲۹,۱۲	۷,۰۹	۸,۷۵	۶,۳۸	۳,۸۵	۶,۲۰	۳,۱۶	۰,۶۰	۰,۷۴
۲۰۱۳	۲۳,۰۴	۲۷,۸۶	۷,۷۱	۱۰,۷۵	۶,۹۰	۴,۴۶	۴,۹۵	۲,۸۴	۰,۵۰	۰,۸۹
۲۰۱۴	۲۲,۰۲	۲۶,۲۰	۸,۴۰	۱۱,۹۹	۶,۳۸	۵,۴۲	۵,۵۶	۳,۲۹	۰,۵۴	۰,۷۰
۲۰۱۵	۲۰,۶۷	۲۶,۶۶	۹,۰۱	۱۲,۰۰	۶,۳۰	۴,۵۷	۵,۷۹	۳,۶۶	۰,۹۹	۰,۵۹
۲۰۱۶	۲۳,۰۳	۲۲,۳۹	۹,۳۰	۱۰,۶۶	۶,۶۵	۵,۰۷	۶,۴۰	۳,۳۷	۱,۸۹	۱,۱۱
۲۰۱۷	۲۲,۷۲	۲۱,۵۷	۱۰,۹۶	۸,۸۳	۷,۲۹	۵,۰۷	۶,۲۷	۳,۶۴	۱,۶۷	۱,۳۹
۲۰۱۸	۲۴,۱۰	۲۱,۳۶	۱۲,۰۴	۸,۳۴	۷,۴۷	۵,۳۰	۴,۵۶	۳,۰۹	۲,۳۲	۱,۴۷
میانگین	۲۷,۴۹	۲۲,۲۱	۹,۱۱	۸,۰۸	۶,۵۴	۵,۴۱	۳,۸۳	۳,۴۴	۰,۶۰	۰,۴۷
ضرب نوسان	۰,۱۸	۰,۲۶	۰,۱۴	۰,۲۷	۰,۰۶	۰,۲۴	۰,۴۹	۰,۲۶	۱,۲۱	۱,۰۶

منبع: ITC, 2020 و نتایج پژوهش *** داده‌ای ثبت نشده است.

در جدول ۴-۵، رتبه ایران در بازارهای جهانی رب گوجه‌فرنگی بررسی شده است. همانگونه که مشخص است در سال ۲۰۰۱ ایران به لحاظ مقادیر صادراتی جایگاه ۹ را داشته در حالی که این جایگاه در سال ۲۰۱۸ به ۸ رسیده که ملاحظه می‌شود، روند تقریباً ثابتی بین رتبه ۶ تا ۱۰ در جایگاه مقدار صادراتی ایران طی سال‌های ۲۰۰۱ تا ۲۰۱۸ تحقق یافته است. در مورد ارزش‌های صادراتی نیز ایران از جایگاه ۹ در سال ۲۰۰۱ به جایگاه ۷ در سال ۲۰۱۸ ارتقا یافته است. که در این مورد هم نوسان تغییر جایگاه ایران طی سال‌های مورد بررسی بین ۶ تا ۱۱ بوده است که مناسب‌ترین و با ثبات‌ترین دوره در خصوص جایگاه ارزش صادراتی ایران مربوط به سال‌های ۲۰۱۱ تا ۲۰۱۷ بوده است.

جدول ۴-۵- رتبه ایران در بازارهای جهانی رب گوجه فرنگی

سال	مقدار صادرات	ارزش صادراتی
۲۰۰۱	۹	۹
۲۰۰۲	۱۰	۱۱
۲۰۰۳	۷	۸
۲۰۰۴	۸	۹
۲۰۰۵	۹	۱۰
۲۰۰۶	۸	۹
۲۰۰۷	۶	۹
۲۰۰۸	۷	۷
۲۰۰۹	۷	۷
۲۰۱۰	۸	۷
۲۰۱۱	۶	۶
۲۰۱۲	۶	۶
۲۰۱۳	۷	۶
۲۰۱۴	۷	۶
۲۰۱۵	۸	۶
۲۰۱۶	۶	۶
۲۰۱۷	۷	۶
۲۰۱۸	۸	۷

منبع: ITC, 2020 و نتایج پژوهش

۴-۷- معرفی واردکنندگان بزرگ رب گوجه فرنگی در جهان

بزرگترین واردکنندگان جهانی رب گوجه فرنگی از سال ۲۰۰۱ تا ۲۰۱۸ در جدول ۴-۶ مشخص شده است. نکته قابل توجه آن است که از این بین، کشور ایتالیا، سومین واردکننده بزرگ رب گوجه بوده که در جداول گذشته بررسی شد که بزرگترین صادرکننده برتر نیز بوده است. این نتیجه در گام اول، احتمال صادرات مجدد در این کشورها را تقویت می کند. قیمت هر واحد واردات رب گوجه به ایتالیا در سال ۲۰۱۷ و ۲۰۱۸ به ترتیب ۷۵۷ و ۷۲۹ دلار به ازای هر تن بوده که قیمت هر واحد صادرات در همین دو سال به ترتیب معادل ۱۰۱۴ و ۱۰۵۴ دلار به ازای هر تن بوده است. در گام دوم این نکته می تواند بیانگر آن باشد که برای حضوری موفق در بازارهای جهانی نمی توان به دلیل رفع نیاز بازارهای داخلی، بازارهای هدف صادراتی را از دست داد و بخش خصوصی را مجبور به توقف صادرات نمود. حتی چنانچه نیاز باشد واردات همزمان با صادرات جهت رفع نیازهای داخلی انجام

گیرد. چرا که از دست دادن بازارهای صادراتی به دلیل رفع نیازهای داخلی، بازگشت به این بازارها را با وجود رقابتی قدرتمند در منطقه بسیار دشوار خواهد نمود. بویژه در زمانی که قیمت‌های صادراتی بیشتر از قیمت‌های واراتی است، این استمرار صادرات و تأمین نیاز داخل از محل واردات، مطلوب‌تر خواهد بود. شایان ذکر است، کشورهای عراق، روسیه و تا حدودی کشورهای آلمان، انگلیس، ژاپن و هلند در بین کشورهای هدف صادراتی ایران حضور دارند.

جدول ۴-۶- سهم مقداری ۱۰ کشور واردکننده اصلی در بازارهای جهانی (درصد)

سال	آلمان	عراق	ایتالیا	ژاپن	انگلیس	هلند	روسیه	فرانسه	لهستان	عربستان
۲۰۰۱	۱۱,۴۳	۰,۹۲	۶,۹۰	۶,۸۶	۶,۸۲	۲,۵۰	۷,۱۵	۴,۹۶	۱,۴۸	۰,۷۶
۲۰۰۲	۱۲,۰۵	۰,۵۲	۹,۵۰	۵,۵۳	۶,۳۴	۲,۴۵	۶,۰۱	۴,۶۳	۱,۲۷	۰,۶۶
۲۰۰۳	۱۰,۵۳	۳,۰۵	۱۰,۸۵	۵,۷۲	۸,۳۶	۲,۰۱	۶,۱۴	۵,۰۲	۰,۹۱	۱,۱۵
۲۰۰۴	۹,۴۳	۲,۱۶	۱۰,۵۴	۵,۷۹	۵,۸۰	۱,۶۵	۶,۶۴	۵,۴۵	۱,۲۰	۱,۵۱
۲۰۰۵	۱۱,۶۷	۲,۸۱	۷,۰۰	۵,۹۲	۵,۸۳	۱,۸۱	۷,۶۳	۴,۹۰	۱,۷۰	۱,۸۹
۲۰۰۶	۹,۶۰	۲,۴۷	۵,۷۰	۵,۱۲	۵,۲۷	۱,۷۵	۷,۳۳	۴,۶۳	۱,۲۶	۱,۴۷
۲۰۰۷	۸,۷۴	۳,۱۵	۷,۲۶	۴,۹۱	۵,۳۶	۱,۷۲	۶,۷۵	۵,۰۴	۱,۹۲	۱,۷۷
۲۰۰۸	۸,۹۵	۴,۲۸	۷,۴۱	۴,۷۶	۵,۳۷	۱,۸۱	۶,۵۳	۴,۹۵	۱,۸۶	۲,۱۷
۲۰۰۹	۹,۷۰	۴,۴۴	۷,۵۱	۴,۰۵	۵,۴۵	۲,۳۵	۶,۵۱	۴,۷۵	۲,۱۵	۱,۹۳
۲۰۱۰	۹,۰۳	۴,۱۴	۶,۷۳	۴,۰۶	۵,۹۸	۱,۶۳	۵,۶۷	۴,۲۱	۳,۰۷	۲,۲۱
۲۰۱۱	۷,۹۳	۳,۷۰	۷,۴۸	۴,۳۴	۵,۹۹	۳,۳۶	۵,۳۶	۳,۳۲	۲,۲۵	۲,۰۷
۲۰۱۲	۷,۵۴	۴,۵۷	۵,۶۴	۵,۱۵	۵,۱۵	۳,۰۵	۵,۳۳	۳,۲۳	۲,۴۵	۲,۲۷
۲۰۱۳	۷,۴۶	۴,۶۱	۵,۰۴	۵,۰۱	۵,۰۵	۴,۱۲	۴,۵۹	۳,۱۶	۱,۹۱	۲,۳۴
۲۰۱۴	۷,۵۳	۵,۱۰	۴,۹۷	۴,۵۷	۴,۹۱	۳,۵۴	۵,۵۷	۳,۴۰	۲,۰۴	۲,۴۰
۲۰۱۵	۷,۹۶	۵,۱۱	۵,۶۸	۴,۲۹	۵,۱۲	۴,۰۱	۴,۷۲	۳,۲۶	۲,۲۳	۲,۸۶
۲۰۱۶	۸,۲۸	۶,۲۷	۶,۷۹	۳,۸۹	۵,۵۰	۴,۰۷	۴,۹۳	۳,۴۹	۲,۳۶	۲,۴۸
۲۰۱۷	۸,۶۲	۶,۲۱	۵,۴۸	۴,۸۸	۵,۶۳	۳,۹۲	۴,۲۳	۳,۶۱	۲,۲۶	۲,۷۴
۲۰۱۸	۸,۲۱	۶,۴۸	۶,۳۶	۴,۹۶	۴,۹۳	۴,۲۰	۳,۸۱	۳,۷۳	۲,۹۱	۲,۷۴

منبع: ITC, 2020 و نتایج پژوهش

۴-۸- بررسی جایگاه ایران از نظر مقداری و ارزشی در بازار جهانی رب گوجه‌فرنگی و تغییر جایگاه ایران در کشورهای هدف

نتایج بررسی جایگاه ایران در کشورهای هدف اصلی خود طی سال‌های ۲۰۱۸-۲۰۰۱ نشان می‌دهد که جایگاه مقدار و ارزشی صادراتی ایران در عراق، افغانستان و تا حدودی پاکستان و قزاقستان از ثبات بیشتری برخوردار بوده است. ایران در عراق به لحاظ مقداری در اکثر سال‌ها رتبه اول صادرات را داشته که در سال ۲۰۱۷ و ۲۰۱۸ نیز در جایگاه دوم صادرات بوده است. در افغانستان نیز ایران در اکثر سال‌ها و بویژه در سال‌های اخیر حائز رتبه اول مقدار صادرات بوده است. در پاکستان علیرغم اینکه در اکثر سال‌ها رتبه بین یک تا سه را داشته اما در سال ۲۰۱۸ این جایگاه به رتبه شش تنزل یافته است. وضعیت ایران به لحاظ ارزشی در کشورهای عراق، افغانستان و پاکستان، مشابه وضعیت مقادیر صادراتی بوده است. جایگاه ایران در روسیه در سال ۲۰۱۵ و پس از آن بهبود یافته و به لحاظ مقداری ایران به جایگاه ۶ تا ۸ در سال‌های ۲۰۱۶ تا ۲۰۱۸ رسیده و به لحاظ ارزشی نیز در روسیه ایران در همین سال‌ها حائز رتبه شش و هفت بوده است. این در حالی است که ایران در سال ۲۰۰۱ در روسیه به لحاظ مقداری رتبه ۲۰ و به لحاظ ارزشی رتبه ۲۶ را داشته است. بازار روسیه با تمام محدودیت‌های آن، براساس همین رشد در جایگاه، می‌تواند به عنوان بازاری نوظهور مورد توجه جدی صادرکننده ایرانی باشد.

هرچند به لحاظ مقداری کشور کانادا جزو ۱۰ کشور اول هدف ایران نبوده اما به لحاظ ارزشی این کشور جزو ۱۰ کشور اول هدف ایران بوده و جایگاه ایران در این کشور نسبت به رقبای ۶ تا ۱۰ بوده است. بطوریکه در سال ۲۰۰۱ ایران در کانادا جایگاه هفتم را داشته اما در سال ۲۰۱۸ جایگاه ایران به ۱۰ تنزل یافته است. در کویت جایگاه مقداری و ارزشی ایران تنزل یافته و از جایگاه سه و چهار به ترتیب به لحاظ مقداری و ارزشی به جایگاه ۹ و ۱۰ تنزل یافته است. در استرالیا نیز به لحاظ مقداری ایران جایگاه ۱۰ را در سال ۲۰۰۱ داشته که در سال ۲۰۱۸ این جایگاه بهبود یافته و به لحاظ ارزشی نیز ایران نسبت به سال ۲۰۰۱ تغییری در جایگاه خود نداشته و رتبه ۹ را کسب کرده هرچند که در سال ۲۰۰۵ و ۲۰۰۷ به جایگاه ۱۵ تنزل یافت و در ۲۰۱۴ به جایگاه ۷ ارتقا یافت. ایران در قزاقستان نیز تقریباً تنزل جایگاه داشته و به لحاظ مقداری از جایگاه دوم در سال ۲۰۰۱ به جایگاه چهارم و به لحاظ ارزشی از جایگاه سوم به جایگاه پنجم تنزل یافته است.

بررسی وضعیت صادرات محصولات منتخب کشاورزی ایران.....رب گوجه‌فرنگی

جدول ۴-۷- رتبه ایران در مقدار صادرات رب گوجه به جهان و بزرگترین بازارهای هدف (۲۰۰۱-۲۰۱۸)

سال	جهان	عراق	افغانستان	روسیه	پاکستان	کویت	قزاقستان	استرالیا	ترکیه	قطر	انگلستان
۲۰۰۱	۹	۱	۱	۲۰	۱	۳	۲	۱۰	۰	۰	۱۷
۲۰۰۲	۱۰	۱	۱	۱۶	۰	۴	۱	۱۳	۰	۰	۱۸
۲۰۰۳	۷	۱	۲	۱۵	۱	۲	۲	۹	۰	۸	۱۶
۲۰۰۴	۸	۱	۲	۱۳	۰	۴	۱	۶	۵	۱۲	۲۱
۲۰۰۵	۹	۲	۱	۱۳	۲	۸	۴	۱۳	۰	۰	۱۹
۲۰۰۶	۸	۱	۲	۱۰	۲	۴	۷	۱۰	۰	۰	۱۶
۲۰۰۷	۶	۱	۱	۱۶	۲	۳	۵	۱۰	۰	۰	۲۰
۲۰۰۸	۷	۲	۲	۱۷	۰	۵	۲	۸	۰	۰	۱۷
۲۰۰۹	۷	۲	۲	۱۵	۲	۸	۳	۸	۷	۰	۱۸
۲۰۱۰	۸	۱	۱	۱۵	۲	۹	۴	۱۲	۰	۱۲	۱۲
۲۰۱۱	۶	۱	۲	۱۷	۲	۹	۳	۱۱	۰	۰	۱۵
۲۰۱۲	۶	۱	۱	۱۵	۳	۱۰	۳	۷	۱۰	۰	۲۰
۲۰۱۳	۷	۱	۱	۱۴	۳	۸	۲	۹	۷	۱۷	۱۳
۲۰۱۴	۷	۱	۱	۱۴	۳	۹	۳	۹	۷	۰	۱۶
۲۰۱۵	۸	۱	۱	۹	۳	۷	۳	۷	۲	۸	۱۲
۲۰۱۶	۶	۱	۱	۶	۳	۷	۳	۸	۰	۱۶	۱۶
۲۰۱۷	۷	۲	۱	۶	۱	۷	۳	۸	۰	۱	۱۵
۲۰۱۸	۸	۲	۱	۸	۶	۹	۴	۸	۸	۶	۱۸

منبع: ITC, 2020 و نتایج پژوهش *** داده‌ای ثبت نشده است.

جدول ۴-۸- رتبه ایران در ارزش صادرات رب گوجه به جهان و بزرگترین بازارهای هدف (۲۰۰۱-۲۰۱۸)

سال	جهان	عراق	افغانستان	روسیه	پاکستان	کویت	قزاقستان	استرالیا	قطر	ترکیه	کانادا
۲۰۰۱	۹	۱	۱	۲۶	۱	۴	۳	۹	۰	۱۵	۷
۲۰۰۲	۱۱	۱	۱	۲۲	۰	۴	۲	۱۴	۰	۱۹	۱۰
۲۰۰۳	۸	۱	۲	۱۹	۱	۳	۲	۱۰	۴	۱۹	۶
۲۰۰۴	۹	۳	۲	۱۶	۰	۵	۲	۱۰	۰	۱۶	۹
۲۰۰۵	۱۰	۲	۱	۱۶	۲	۱۰	۴	۱۵	۰	۱۸	۷
۲۰۰۶	۹	۱	۲	۱۵	۲	۶	۷	۱۳	۰	۱۸	۶
۲۰۰۷	۹	۳	۱	۱۷	۲	۶	۶	۱۵	۰	۱۸	۷
۲۰۰۸	۷	۲	۱	۱۷	۰	۷	۳	۸	۰	۱۹	۷
۲۰۰۹	۷	۲	۲	۱۵	۲	۹	۳	۸	۰	۲۱	۷
۲۰۱۰	۷	۱	۱	۱۵	۳	۹	۳	۱۴	۱۵	۲۱	۶
۲۰۱۱	۶	۱	۲	۱۷	۲	۹	۳	۱۰	۰	۲۱	۶
۲۰۱۲	۶	۱	۱	۱۵	۳	۱۱	۳	۸	۰	۲۳	۶
۲۰۱۳	۶	۱	۱	۱۵	۲	۸	۲	۹	۰	۲۱	۷
۲۰۱۴	۶	۱	۱	۱۵	۳	۱۱	۳	۷	۰	۷	۸
۲۰۱۵	۶	۱	۱	۱۰	۳	۹	۳	۸	۱۰	۸	۶
۲۰۱۶	۶	۱	۱	۷	۳	۷	۳	۸	۱۷	۲۲	۷
۲۰۱۷	۶	۱	۱	۶	۱	۱۰	۳	۹	۲	۲۱	۸
۲۰۱۸	۷	۲	۱	۷	۶	۱۰	۵	۹	۷	۹	۱۰

منبع: ITC, 2020 و نتایج پژوهش *** داده‌ای ثبت نشده است.

در جدول ۴-۹، رتبه مقداری و ارزشی صادرکننده‌های اصلی رب گوجه‌فرنگی در جهان مشاهده می‌شود. مشخص است که ایتالیا که از بزرگترین واردکنندگان رب گوجه نیز بوده، در سال‌های ۲۰۰۱ تا ۲۰۱۸ هم از نظر مقدار و هم ارزش صادراتی توانسته‌اند جایگاه اول و دوم را در بازار جهانی داشته باشند. کشور چین از جایگاه دوم در مقدار صادرات رب گوجه به رتبه اول در سال‌های اخیر رسیده است. همانگونه که پیش‌تر بیان شد، رتبه ایران در مقادیر صادراتی از رتبه ۹ در سال ۲۰۰۱ به رتبه ۸ در سال ۲۰۱۸ رسیده و این در حالی است که در سال ۲۰۱۶ و برخی سال‌های پیش از آن، رتبه مقادیر صادراتی ایران به ۶ نیز ارتقا یافته بود. این در حالی است که باتوجه به جدول ۳-۱۰، به لحاظ ارزشی ایتالیا رتبه اول را در بازار جهانی داشته و این نشان از قیمت‌های صادراتی مناسب‌تر ایتالیا نسبت به چین دارد. ایران نیز توانسته به لحاظ ارزشی از رتبه ۹ در سال ۲۰۰۱ به رتبه ۷ ارتقا یابد و در مقایسه با رتبه مقداری صادرات ایران، این نتیجه بیانگر قیمت‌های مناسب‌تر ایران نسبت به رقبای بازارهای صادراتی است. لذا از همین جدول نیز می‌توان این استنباط را داشت که نمی‌توان قیمت‌های صادراتی ایران را پایین‌تر از صادرکنندگان اصلی در بازارهای جهانی دانست.

جدول ۴-۹- جایگاه مقداری ۱۰ صادرکننده اصلی رب گوجه‌فرنگی در بازار جهانی

سال	چین	ایتالیا	اسپانیا	آمریکا	پرتغال	ترکیه	شیلی	ایران	امارات	اکراین
۲۰۰۱	۲	۱	۸	۴	۶	۳	۷	۹	۱۰۶	۳۶
۲۰۰۲	۲	۱	۳	۶	۴	۵	۸	۱۰	۱۰۲	۴۱
۲۰۰۳	۲	۱	۳	۶	۵	۴	۹	۷	۱۰۷	۴۸
۲۰۰۴	۲	۱	۴	۶	۵	۳	۹	۸	۱۰۷	۴۲
۲۰۰۵	۱	۲	۳	۶	۵	۴	۸	۹	۱۱	۳۶
۲۰۰۶	۲	۱	۳	۶	۴	۷	۹	۸	۱۱۱	۲۶
۲۰۰۷	۱	۲	۳	۵	۴	۷	۹	۶	۱۰	۲۸
۲۰۰۸	۱	۲	۴	۳	۵	۶	۹	۷	۱۲	۳۹
۲۰۰۹	۱	۲	۴	۳	۵	۶	۸	۷	۱۲۵	۳۹
۲۰۱۰	۱	۲	۴	۳	۵	۶	۷	۸	۱۲۳	۱۱
۲۰۱۱	۱	۲	۴	۳	۵	۸	۷	۶	۱۱۶	۱۴
۲۰۱۲	۱	۲	۵	۳	۴	۸	۷	۶	۱۲	۱۳
۲۰۱۳	۱	۲	۵	۳	۴	۶	۸	۷	۱۰	۱۲
۲۰۱۴	۱	۲	۴	۳	۵	۶	۸	۷	۱۰	۱۱
۲۰۱۵	۱	۲	۴	۳	۵	۷	۶	۸	۱۰	۱۱
۲۰۱۶	۱	۲	۴	۳	۵	۷	۸	۶	۱۰	۱۱
۲۰۱۷	۱	۲	۴	۳	۵	۶	۸	۷	۹	۱۰
۲۰۱۸	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	۸	۹	۱۰

منبع: ITC, 2020 و نتایج پژوهش

جدول ۴-۱۰- جایگاه ارزشی ۱۰ صادرکننده اصلی رب گوجه در بازار جهانی

سال	ایتالیا	چین	اسپانیا	آمریکا	پرتغال	ترکیه	ایران	شیلی	امارات	اکراین
۲۰۰۱	۱	۲	۳	۴	۸	۵	۹	۶	۱۰۷	۴۲
۲۰۰۲	۱	۲	۳	۵	۴	۶	۱۱	۸	۱۰۵	۴۶

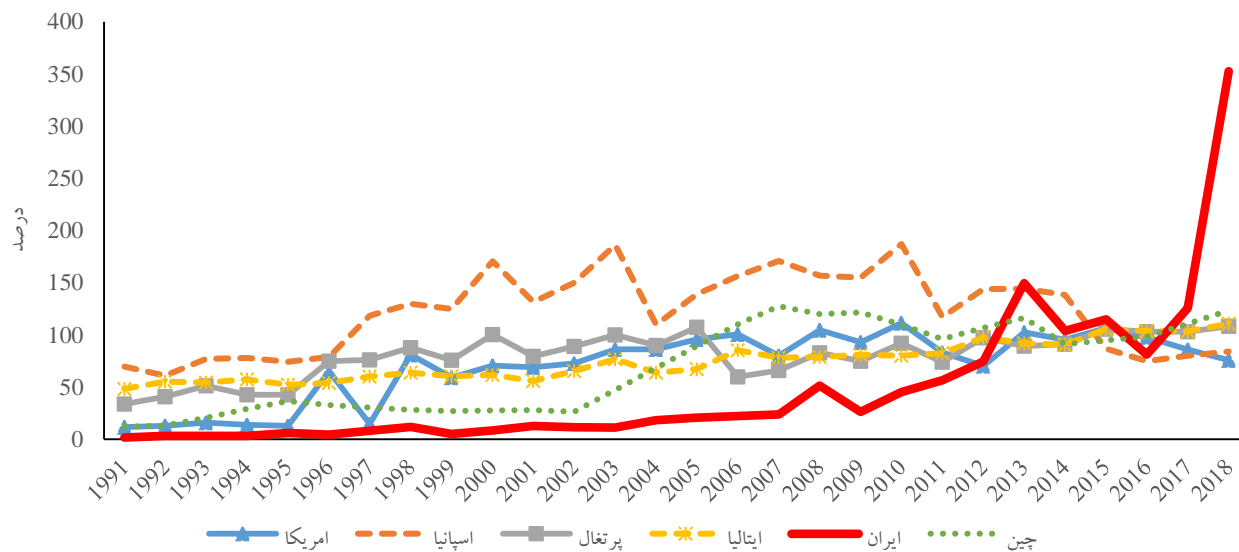
۵۲	۱۱۲	۹	۸	۵	۴	۶	۳	۲	۱	۲۰۰۳
۴۹	۱۱۰	۸	۹	۴	۵	۶	۳	۲	۱	۲۰۰۴
۳۸	۱۲	۸	۱۰	۴	۶	۵	۳	۲	۱	۲۰۰۵
۲۸	۱۱۵	۸	۹	۷	۴	۶	۳	۲	۱	۲۰۰۶
۳۰	۱۱	۸	۹	۶	۴	۵	۳	۲	۱	۲۰۰۷
۳۳	۱۳	۹	۷	۶	۵	۳	۴	۲	۱	۲۰۰۸
۳۶	۱۲۹	۸	۷	۶	۵	۴	۳	۲	۱	۲۰۰۹
۱۳	۱۲۶	۸	۷	۶	۵	۴	۳	۱	۲	۲۰۱۰
۱۶	۱۱۸	۸	۶	۷	۵	۳	۴	۱	۲	۲۰۱۱
۱۲	۱۴	۸	۶	۷	۵	۳	۴	۱	۲	۲۰۱۲
۱۲	۱۶	۸	۶	۷	۵	۳	۴	۱	۲	۲۰۱۳
۱۲	۱۶	۸	۶	۷	۵	۳	۴	۱	۲	۲۰۱۴
۱۴	۱۰	۸	۶	۷	۵	۳	۴	۱	۲	۲۰۱۵
۱۱	۹	۸	۶	۷	۵	۳	۴	۲	۱	۲۰۱۶
۱۰	۹	۸	۶	۷	۵	۴	۳	۲	۱	۲۰۱۷
۱۰	۹	۸	۷	۶	۵	۴	۳	۲	۱	۲۰۱۸

منبع: ITC, 2020 و نتایج پژوهش

۹-۴- بررسی روند تغییر شاخص قیمت تولیدکننده رب گوجه در ایران و کشورهای رقیب به عنوان نماینده هزینه رب گوجه

۹-۴-۱- تحلیل روند شاخص قیمت تولیدکننده در ایران و کشورهای صادرکننده رب گوجه

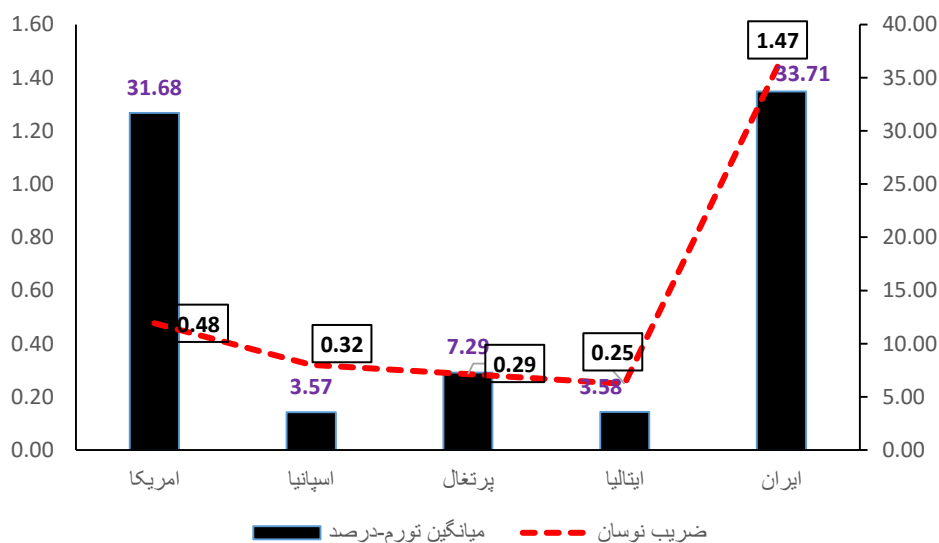
شاخص قیمت تولیدکننده (به قیمت ثابت ۲۰۱۶-۲۰۱۴) طی سال‌های ۲۰۰۱ تا ۲۰۱۸ روند کاملاً صعودی داشته است که این مقدار از سال ۲۰۱۱ به بعد افزایش قابل توجهی داشته است. توجه به این نکته لازم است که مقدار مطلق شاخص قیمت تولیدکننده وقتی در ایران بیشتر (کمتر) از کشوری دیگر است به این معنی است که در آن سال نسبت به سال پایه، تورم در سطح تولیدکننده گوجه در ایران بیشتر از تورم در کشور دیگر در همان سال (نسبت به سال پایه) بوده است. اما نکته مهمتر، مطلق شاخص نیست بلکه توجه به این نکته است که این شاخص بویژه بعد از سال ۲۰۱۰ در ایران - نسبت به تمام کشورهای صادرکننده اصلی حاضر در بازار جهانی محصول رب گوجه - شیب فزاینده‌ای را تجربه کرده است. این در حالی است که سایر کشورهای اصلی صادرکننده رب گوجه، با روندی مشابه یکدیگر، حول میانگینی ثابت در حال نوسان هستند. همین روند تورمی در تولید، موجب کاهش قدرت رقابت‌پذیری تولیدکنندگان ایران در مقایسه با رقبای خواهد شد.



نمودار ۴-۱۰- روند شاخص قیمت تولیدکننده در ایران و بزرگترین صادرکنندگان جهانی (منبع: FAO, 2020)

۴-۹-۲- بررسی و مقایسه میانگین تورم سالانه تولید و نوسان شاخص قیمت تولیدکننده

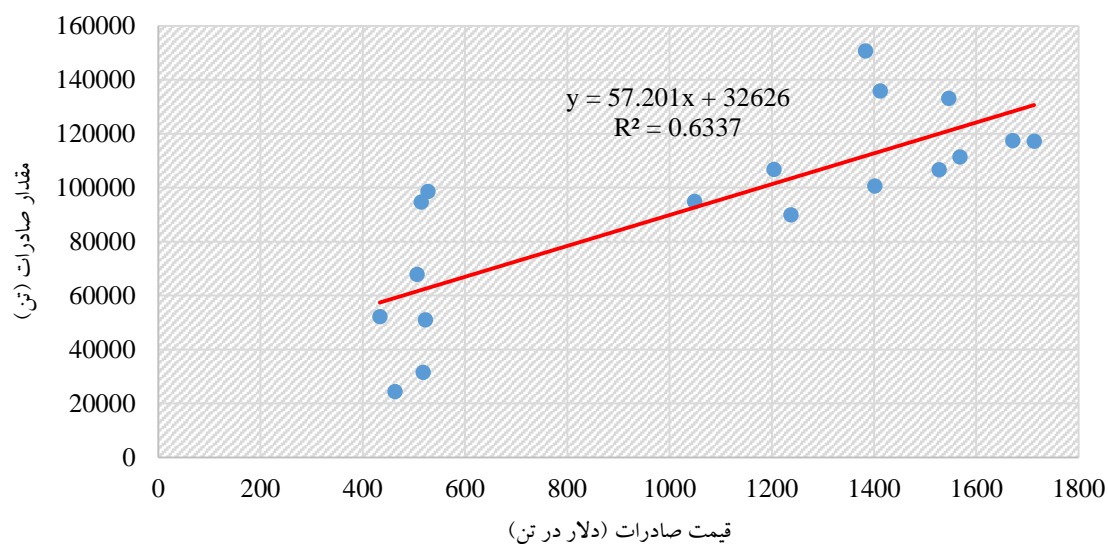
همانگونه که نمودار ۴-۱۱ نشان می‌دهد و همانگونه که قبلاً هم بیان شد، ایران بیشترین تورم در سطح تولید را بطور میانگین شاهد بوده و نسبت به کشورهای اصلی صادرکننده رب گوجه، تورم در سطح تولید کننده برای ایران بسیار قابل توجه می‌باشد. از طرف نوسان شاخص قیمت تولیدکننده نیز برای ایران بسیار قابل توجه‌تر از وضعیت مشابه در کشورهای صادرکننده اصلی بوده است. همین تورم در سطح تولید و نوسان شاخص قیمت تولیدکننده می‌تواند تهدیدی برای تولید داخلی و در نهایت صادرات رب گوجه باشد.



نمودار ۴-۱۱- مقایسه میانگین تورم تولید و نوسان شاخص قیمت در کشورهای اصلی صادرکننده و ایران

۴-۱۰- بررسی ارتباط بین سهم صادراتی ایران و قیمت‌های صادراتی در بازارهای جهانی رب گوجه

همانگونه که نمودار ۴-۱۲ نشان می‌دهد، ارتباط بین قیمت و مقدار صادراتی ایران در بازارهای جهانی به طور کلی روندی صعودی داشته است. در واقع با افزایش قیمت صادراتی رب گوجه، میزان صادرات ایران نیز در بازارهای جهانی روند افزایشی داشته است.



نمودار ۴-۱۲- ارتباط بین قیمت صادراتی و مقدار صادرات رب گوجه‌فرنگی ایران

۱۱-۴- بور سی جایگاه ایران در بازارهای اصلی واردکننده رب گوجه و تحلیل مقایسه‌ای قیمت صادراتی ایران در مقابل رقبا در این بازارها

در ادامه بزرگترین کشورهای واردکننده رب گوجه در جهان طی دو سال ۲۰۱۷ و ۲۰۱۸ مورد بررسی قرار گرفت. نتایج نشان داد که در سال ۲۰۱۷ ایران در ۵ کشور از ۱۰ کشور اصلی واردکننده، جهت صادرات رب گوجه حضور داشته است اما در آلمان، ژاپن، انگلیس و هلند، حضور موفق‌تری نداشته است. بطوریکه در سال ۲۰۱۷ ایران در این کشورها به لحاظ ارزش صادرات به ترتیب رتبه ۲۴، ۱۹، ۱۷ و ۳۹ و به لحاظ مقداری نیز به ترتیب رتبه‌های ۲۴، ۱۸، ۱۵ و ۲۳ داشته و این در حالی است که در سال ۲۰۱۸ ایران در بازار کشور ژاپن دیگر حضور نداشته است.

اما در بازار عراق ایران حضور موفق‌تری داشته اما با این حال به لحاظ قیمتی در جایگاه اول در بازار عراق قرار ندارد. مهمترین رقیب ایران در عراق، ترکیه بوده که قیمت صادراتی ایران از ترکیه نیز مناسب‌تر بوده است. با این حال مشاهده می‌شود که ترکیه جای ایران را در بازار عراق گرفته و باتوجه به جداول گذشته، از سال ۲۰۱۰ تا ۲۰۱۶ هرچند ایران اولین صادرکننده به عراق بوده اما ترکیه توانسته با قیمت‌های پایین‌تر در بازار عراق نفوذ بیشتری داشته باشد. لذا نمی‌توان قیمت بالاتر ایران در عراق را مزیتی برای ایران تلقی نمود.

در بازار روسیه نیز ایران در سال‌های اخیر حضور یافته، هرچند که در سال ۲۰۱۷ به لحاظ ارزشی جایگاه ۶ و در سال ۲۰۱۸ به جایگاه ۸ تنزل یافته و به لحاظ مقداری نیز در سال ۲۰۱۷ جایگاه ۶ و در سال ۲۰۱۸ به جایگاه ۸ دست یافته است. لذا ثبات در بازار نوظهور روسیه و تثبیت جایگاه صادرکننده ایرانی در این بازار، نیاز به توجه دارد. اولویت اول در بازار روسیه، نفوذ در این بازار است و قیمت‌های حتی پایین‌تر ایران نسبت به رقبا چنانچه به نفوذ بیشتر در این بازار بیانجامد می‌تواند به عنوان یک استراتژی بازاریابی در کوتاه مدت مورد توجه قرار گیرد. هرچند در حال حاضر قیمت صادراتی ایران از رقبا در بازار روسیه بیشتر بوده که می‌تواند مانعی جهت نفوذ ایران در بازار روسیه باشد.

اما به عنوان یک جمع‌بندی در این قسمت، همانگونه که بیان شد، ایران در سایر کشورهای واردکننده اصلی و بزرگترین بازارهای جهانی رب گوجه حضور نداشته است. البته این نتیجه به این معنی نیست که ایران باید در تمام این بازارها حضور داشته باشد. بلکه به این معنی است که بخشی از نوسان در قیمت‌ها و مقادیر صادراتی ایران به دلیل آن است که ایران در بازارهای وارداتی اصلی (به هر دلیلی) حضور ندارد.

بررسی وضعیت صادرات محصولات منتخب کشاورزی ایران.....رب گوجه‌فرنگی

جدول ۴-۱۱- جایگاه ایران در کشورهای واردکننده اصلی رب گوجه‌فرنگی

جایگاه ارزش صادرات ایران		جایگاه مقدار صادرات ایران		جایگاه قیمت صادراتی ایران		بزرگترین واردکنندگان
۲۰۱۸	۲۰۱۷	۲۰۱۸	۲۰۱۷	۲۰۱۸	۲۰۱۷	
۲۷	۲۴	۲۵	۲۴	۲۱	۱۳	آلمان
۲	۱	۲	۲	۴	۳	عراق
*	*	*	*	*	*	ایتالیا
*	۱۹	*	۱۸	*	۱۷	ژاپن
۲۰	۱۷	۱۸	۱۵	۲۵	۲۴	انگلستان
۳۷	۳۹	۱۹	۲۳	۱۰	۱۳	هلند
۷	۶	۸	۶	۹	۱۷	روسیه
*	*	*	*	*	*	فرانسه
*	*	*	*	*	*	لهستان
*	*	*	*	*	*	عربستان

منبع: ITC, 2020 و نتایج پژوهش * جزو کشورهای هدف ایران نبوده است.

۴-۱۲- بررسی جایگاه ایران در بازارهای هدف خود و تحلیل مقایسه‌ای قیمت صادراتی رب گوجه‌فرنگی ایران در مقابل رقبا در این بازارها

مطابق جداول ۴-۱۲ تا ۴-۱۴، بررسی جایگاه ایران و رقبا در سال‌های ۲۰۱۶، ۲۰۱۷ و ۲۰۱۸ در بازارها هدف اصلی ایران انجام گرفت. بررسی مقادیر صادرات در سال ۲۰۱۶ نشان می‌دهد که بیش از ۹۲ درصد مقادیر صادراتی ایران به سه کشور عراق، افغانستان و روسیه بوده و در سال ۲۰۱۷ و ۲۰۱۸ این سهم معادل بیش از ۹۴ و بیش از ۹۶ درصد بوده است. لذا در ادامه به وضعیت صادرات ایران در این سه کشور در مقایسه با رقبا پرداخته خواهد شد.

نتایج در سال ۲۰۱۶ نشان می‌دهد که ایران در عراق رتبه اول مقادیر صادراتی را داشته و مهمترین رقبای ایران در عراق، کشور ترکیه بوده است. ایران به لحاظ قیمت صادراتی نیز حائز رتبه پنجم بوده اما در واقع قیمت صادراتی ایران از مهمترین رقیب خود (یعنی ترکیه) بیشتر بوده و لذا نمی‌توان قیمت ایران در بازار عراق را پایین دانست. هرچند همانگونه که پیش‌تر بیان شد، این قیمت پایین‌تر ترکیه در ادامه با افزایش سهم این کشور از بازار عراق همراه بوده و لازم بود قیمت‌های پایین‌تر ترکیه در بازار عراق مورد رصد جدی صادرکننده ایرانی قرار می‌گرفت تا جایگاه ایران در اختیار ترکیه قرار نگیرد. توجه شود که ایران و ترکیه در مجموع ۸۹ درصد بازار عراق را پوشش می‌دهند و سایر کشورها سهم چندانی در بازار عراق ندارند.

افغانستان دومین کشور هدف اصلی ایران بوده که صادرکننده ایرانی در بازار این کشور نیز حائز رتبه اول مقادیر صادراتی بوده و به لحاظ قیمت صادرات نیز رتبه سوم را داشته است. هرچند که اصلاً نمی‌توان سایر کشورهای را رقیب ایران در بازار افغانستان در سال ۲۰۱۶ دانست چرا که بیش از ۹۹ درصد بازار افغانستان در اختیار ایران بوده و سایر کشورها حضور حداقلی در بازار افغانستان (در مجموع کمتر از یک درصد) داشته‌اند.

بررسی وضعیت صادرات محصولات منتخب کشاورزی ایران.....رب گوجه‌فرنگی

همانگونه که در جداول ابتدایی این بخش آمده بود، ایران در بازار روسیه بهبود قابل توجهی داشته است بطوریکه از رتبه ۲۰ در سال ۲۰۰۱ به جایگاه ۶ در سال ۲۰۱۶ رسیده است. هرچند همچنان ایران سهم تنها ۳,۶ درصدی در بازار روسیه داشته و قیمت‌های صادراتی ایران نیز نسبت به رقبای بالاتر بوده که می‌تواند مانعی جهت نفوذ بیشتر در بازار روسیه تلقی شود.

جدول ۴-۱۲- جایگاه ایران در مقایسه با رقبای مهم‌ترین بازارهای هدف خود در سال ۲۰۱۶

بازار هدف	مقدار صادرات ایران (تن)	رتبه مقدار صادرات ایران	قیمت صادراتی ایران (دلار /تن)	رتبه قیمت صادراتی ایران	قیمت رقبا در ۵ کشور هدف ایران در سال ۲۰۱۶ (دلار/تن)	سهم ایران (درصد)	سهم از صادرات ایران
عراق	۹۳۱۶۹	۱	۱۳۸۲	۵	ترکیه ۱۱۴۷ امارات --- چین ۷۹۵ کویت ۱۸۴۸ ایتالیا ۱۱۸۶	۴۸,۳	۶۱,۸
افغانستان	۴۱۳۲۹	۱	۱۴۷۸	۳	امارات ۲۵۳۰ تاجیکستان ۱۳۳۳ آمریکا ۸۴۲ ترکیه ۱۲۰۰ پاکستان ۱۶۶۷	۹۹,۱	۲۷,۴
روسیه	۵۱۸۱	۶	۱۰۸۲	۹	چین ۷۰۸ اسپانیا ۸۹۵ پرتغال ۸۶۷ شیلی ۸۱۲ ایتالیا ۱۱۵۰	۳,۶	۳,۴

منبع: ITC, 2020 و نتایج پژوهش --- قیمت گزارش نشده است.

اما بررسی بازارهای هدف ایران در سال ۲۰۱۷ بیانگر آن است که ایران در عراق به رتبه ۲ تنزل یافته و این در حالی است که همچنان قیمت صادراتی ایران از قیمت صادراتی رقیب اصلی یعنی ترکیه بیشتر است. در واقع ترکیه با قیمت‌های پایین‌تر صادراتی خود توانسته جایگاه خود در عراق را ارتقا دهد. ایران و ترکیه در مجموع ۹۰ درصد بازار عراق را در اختیار داشته‌اند و سایر کشور سهم اندکی در بازار عراق دارند.

ایران در افغانستان در سال ۲۰۱۷ همچنان رتبه اول را داشته و حدود ۹۹ درصد بازار افغانستان را در اختیار دارد و لذا سایر کشورها همچنان رقیبی برای ایران به شمار نرفته و به همین دلیل، نیازی به مقایسه قیمت صادراتی ایران و این کشورها نخواهد بود. ایران در روسیه در سال ۲۰۱۷ جایگاه ۶ را داشته اما نسبت به سال ۲۰۱۶، قیمت‌های صادراتی ایران نزدیک تر به قیمت رقبا شده است هرچند که هنوز این قیمت‌ها بجز ایتالیا از سایر رقبای بیشتر بوده است. مشخص است که ایران در بازار روسیه سهم ۴,۶ درصدی را نصیب خود کرده که سهم مناسب‌تری نسبت به سال ۲۰۱۶ می‌باشد. در واقع افت قیمت‌های صادراتی ایران به نفوذ بیشتر ایران در بازار روسیه منجر شده است. هرچند سهم روسیه در مجموع سبد صادراتی رب گوجه‌فرنگی ایران همچنان ناچیز (۲,۵ درصد) است.

جدول ۴-۱۳- جایگاه ایران در مقایسه با رقبای مهم‌ترین بازارهای هدف خود در سال ۲۰۱۷

بازار هدف	مقدار صادرات ایران (تن)	رتبه مقدار صادرات ایران	قیمت صادراتی ایران (دلار /تن)	رتبه قیمت صادراتی ایران	قیمت رقبا در ۵ کشور هدف ایران در سال ۲۰۱۷ (دلار/تن)	سهم ایران (درصد)	سهم از صادرات ایران
عراق	۸۱۲۹۷	۲	۱۴۳۳	۳	ترکیه ۹۸۱ امارات --- کویت ۱۷۷۰ چین ۸۱۹ آذربایجان ۱۱۷۷	۴۲,۹	۵۹,۸
افغانستان	۴۳۱۲۷	۱	۱۴۴۶	۴	امارات ۲۹۷۷ ترکیه ۱۵۰۰ پاکستان ۱۶۶۷ هلند ۱۰۰۰ ---	۹۸,۵	۳۱,۷

بررسی وضعیت صادرات محصولات منتخب کشاورزی ایران.....رب گوجه فرنگی

۲,۵	۴,۶	پرتغال	اسپانیا	آمریکا	ایتالیا	چین	۱۱	۸۸۳	۶	۳۴۸۳	روسیه
		۸۴۹	۸۶۸	۸۲۶	۱۰۶۲	۷۲۹					

منبع: ITC, 2020 و نتایج پژوهش --- قیمت گزارش نشده است.

در نهایت در سال ۲۰۱۸ نتایج نشان می‌دهد که ایران در عراق جایگاه دوم را داشته و همچنان ترکیه با قیمت‌های پایین‌تر، جایگاه اول را در بازار عراق دارد و لذا قیمت‌های بالاتر ایران نسبت به ترکیه نمی‌تواند مزیتی برای ایران تلقی شود. ادامه وضع موجود و اختلاف قیمتی بین ایران و ترکیه، می‌تواند جایگاه ایران را متزلزل‌تر نیز نماید.

ایران در افغانستان مشابه سال‌های قبل، بنگاه مسلط در بازار بوده و ۹۸ درصد بازار افغانستان در دست ایران بوده است. لذا قیمت سایر کشورها در افغانستان نیازی به مقایسه با قیمت‌های ایران نخواهد داشت هرچند لازم است ایران بی‌توجه به قیمت‌های پاکستان به عنوان شریک تجاری افغانستان نباشد. چرا که در سال‌های قبل قیمت ایران از پاکستان کمتر بوده اما در این سال در بازار افغانستان، قیمت ایران از قیمت پاکستان پیشی گرفته که می‌تواند تهدیدی در آینده صادرات ایران به شمار رود.

در روسیه نیز ایران نسبت به سال قبل خود، به جایگاه هشتم تنزل یافته و مجدداً در این سال قیمت‌های صادراتی ایران با روندی افزایشی، بیشتر از رقبا بوده است. در واقع در هر سالی که قیمت صادراتی ایران اختلاف بیشتری با قیمت رقبا پیدا کرده، بازار صادراتی روسیه از دسترسی صادرکننده ایرانی دورتر شده است. لذا افزایش قیمت در بازار روسیه نمی‌تواند مزیتی برای صادرکننده ایرانی به شمار رود.

بررسی وضعیت صادرات محصولات منتخب کشاورزی ایران.....رب گوجه‌فرنگی

جدول ۴-۱۴- جایگاه ایران در مقایسه با رقبا در مهم‌ترین بازارهای هدف خود در سال ۲۰۱۸

بازار هدف	مقدار صادرات ایران (تن)	رتبه مقدار صادرات ایران	قیمت صادراتی ایران (دلار/تن)	رتبه قیمت صادراتی ایران	قیمت رقبا در ۵ کشور هدف ایران در سال ۲۰۱۸ (دلار/تن)	سهم از صادرات ایران (درصد)
عراق	۶۱۹۴۰	۲	۱۳۹۴	۴	ترکیه ۱۰۹۰، امارات ۱۲۴۳، کویت ۱۸۳۴، آذربایجان ۱۲۳۰، چین ۷۵۷	۳۱,۷
افغانستان	۳۴۴۰۹	۱	۱۴۲۳	۲	امارات ۴۴۲۶، چین ۶۳۹، پاکستان ۱۲۳۱، روسیه ۱۱۹۰، قرقیزستان ۵۵۶	۹۸
روسیه	۱۲۵۱	۸	۱۳۹۸	۹	چین ۶۵۸، ایتالیا ۱۰۶۳، اسپانیا ۸۱۰، پرتغال ۷۴۶، آمریکا ۶۳۰	۱,۱۵

منبع: ITC, 2020 و نتایج پژوهش

۴-۱۳- بررسی روند تغییر کشورهای هدف رب گوجه‌فرنگی ایران و مقایسه با رقبا

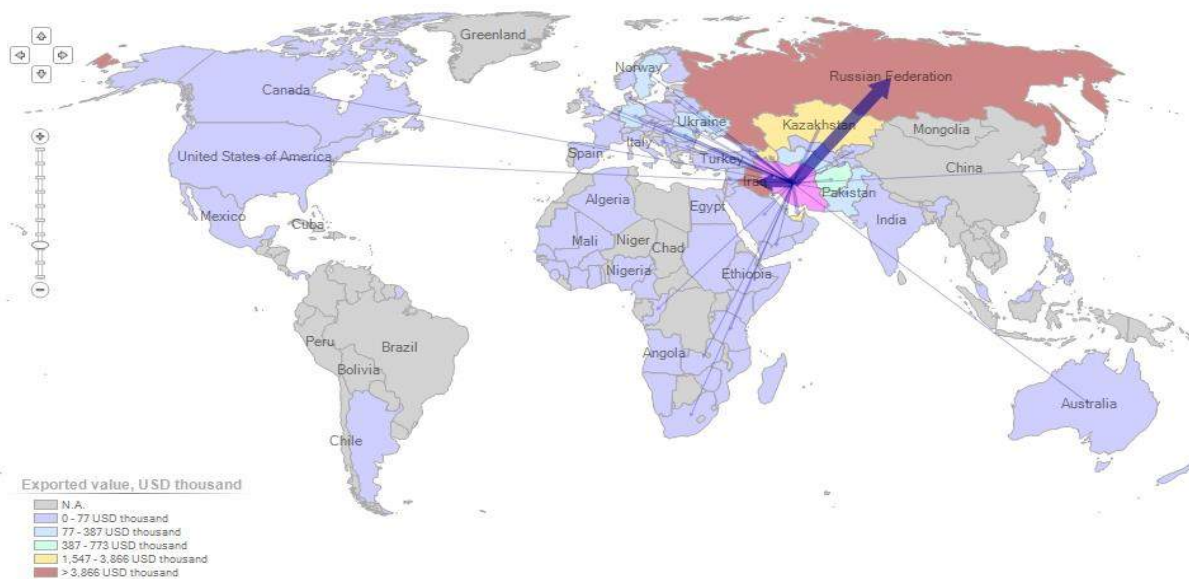
همانگونه که در شکل‌های ۴-۱ تا ۴-۸ مشخص است، عمده‌ترین بازار صادراتی ایران در سال ۲۰۰۱ روسیه بوده و پس از آن افغانستان. در حالیکه پس از سال ۲۰۱۰، بازار روسیه از کشورهای هدف ایران تقریباً کمرنگ شده است. این در حالی است که در سال‌های اخیر نیز همانطور که پیش‌تر بیان شد، حضور ایران در بازار روسیه هرچند بهبود یافته اما در مقایسه با عراق سهم چندانی از سبد صادراتی ایران نداشته است و ضمن اینکه این حضور نوسانی بوده است. لذا ثبات و توسعه سهم بازار در روسیه با توجه به حضور پیشین ایران در روسیه و باتوجه به روند رو به رشد سال‌های اخیر، با تمام موانع موجود، دور از دسترس صادرکننده ایرانی نخواهد بود.

مشخص است که در سال‌های اخیر، عراق و تا حدودی افغانستان به عنوان بازارهای اصلی ایران تلقی می‌شوند که در سال‌های ۲۰۱۶، ۲۰۱۷ و ۲۰۱۸ در مجموع به ترتیب ۸۹,۲۳، ۹۱,۶ و ۹۵,۷۴ درصد صادرات ایران به این دو کشور انجام گرفته است. بنابراین می‌توان چنین بیان نمود که بازار صادراتی ایران در این کد تعرفه بویژه در سال‌های اخیر فاقد تنوع بوده و هرچند مبادلات مالی با عراق و افغانستان بویژه در شرایط تشدید تحریم‌ها همچنان ساده‌تر است اما عدم تنوع در بازارهای صادراتی و وجود شرایط بی‌ثبات در این دو کشور، ریسک صادراتی قابل توجهی را به صادرکنندگان ایرانی می‌تواند تحمیل نماید.

بررسی وضعیت صادرات محصولات منتخب کشاورزی ایران.....رب گوجه‌فرنگی

List of importing markets for a product exported by Iran, Islamic Republic of in 2001

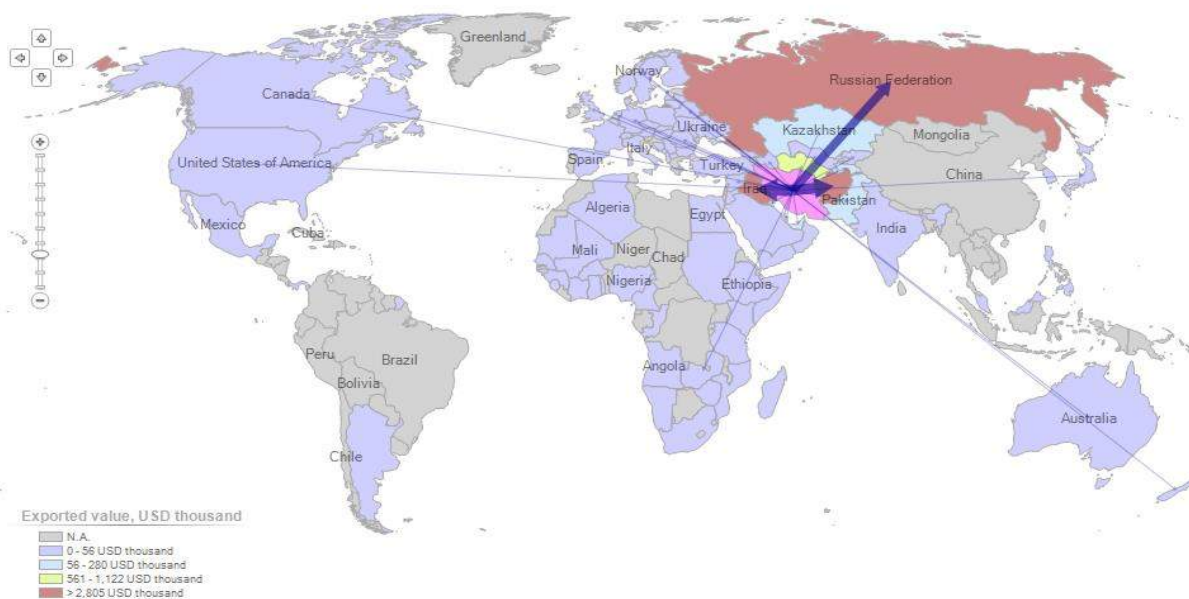
Product : 200290 Tomatoes, prepared or preserved otherwise than by vinegar or acetic acid (excluding whole or in pieces)



شکل ۴-۱- نقشه کشورهای هدف ایران در سال ۲۰۰۱ (منبع: ITC, 2020)

List of importing markets for a product exported by Iran, Islamic Republic of in 2005

Product : 200290 Tomatoes, prepared or preserved otherwise than by vinegar or acetic acid (excluding whole or in pieces)



شکل ۴-۲- نقشه کشورهای هدف ایران در سال ۲۰۰۵ (منبع: ITC, 2020)

List of importing markets for a product exported by Iran, Islamic Republic of in 2010

Product : 200290 Tomatoes, prepared or preserved otherwise than by vinegar or acetic acid (excluding whole or in pieces)



شکل ۳-۴- نقشه کشورهای هدف ایران در سال ۲۰۱۰ (منبع: ITC, 2020)

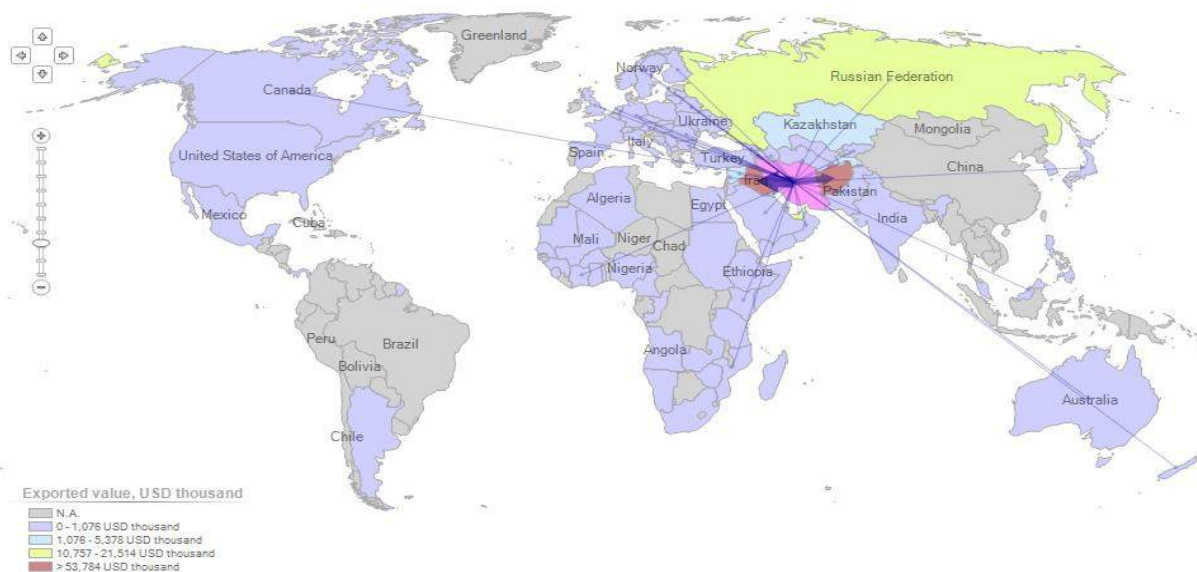
List of importing markets for a product exported by Iran, Islamic Republic of in 2012

Product : 200290 Tomatoes, prepared or preserved otherwise than by vinegar or acetic acid (excluding whole or in pieces)



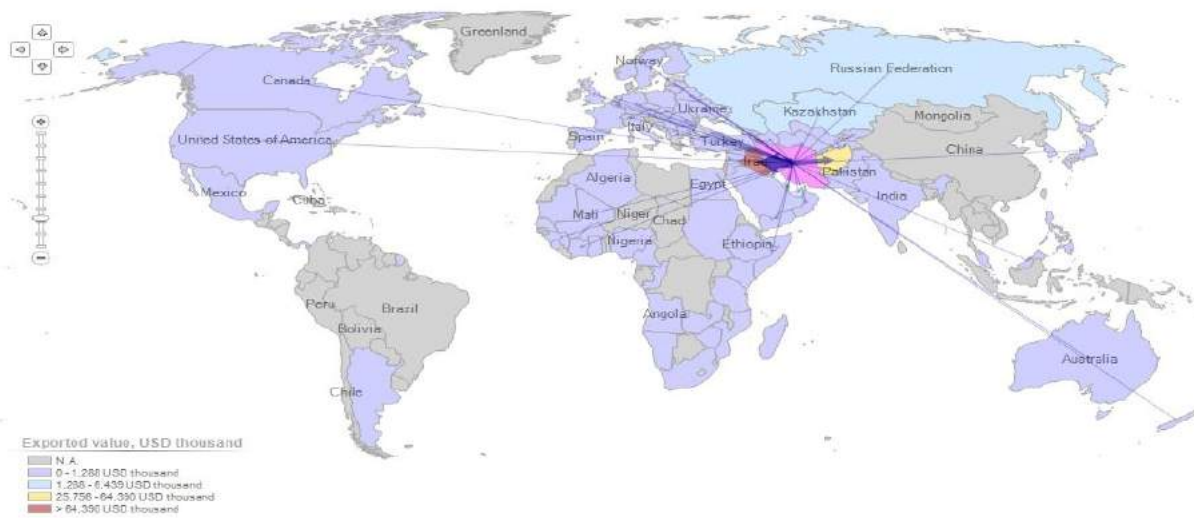
شکل ۴-۴- نقشه کشورهای هدف ایران در سال ۲۰۱۲ (منبع: ITC, 2020)

List of importing markets for a product exported by Iran, Islamic Republic of in 2014
 Product : 200290 Tomatoes, prepared or preserved otherwise than by vinegar or acetic acid (excluding whole or in pieces)



شکل ۴-۵- نقشه کشورهای هدف ایران در سال ۲۰۱۴ (منبع: ITC, 2020)

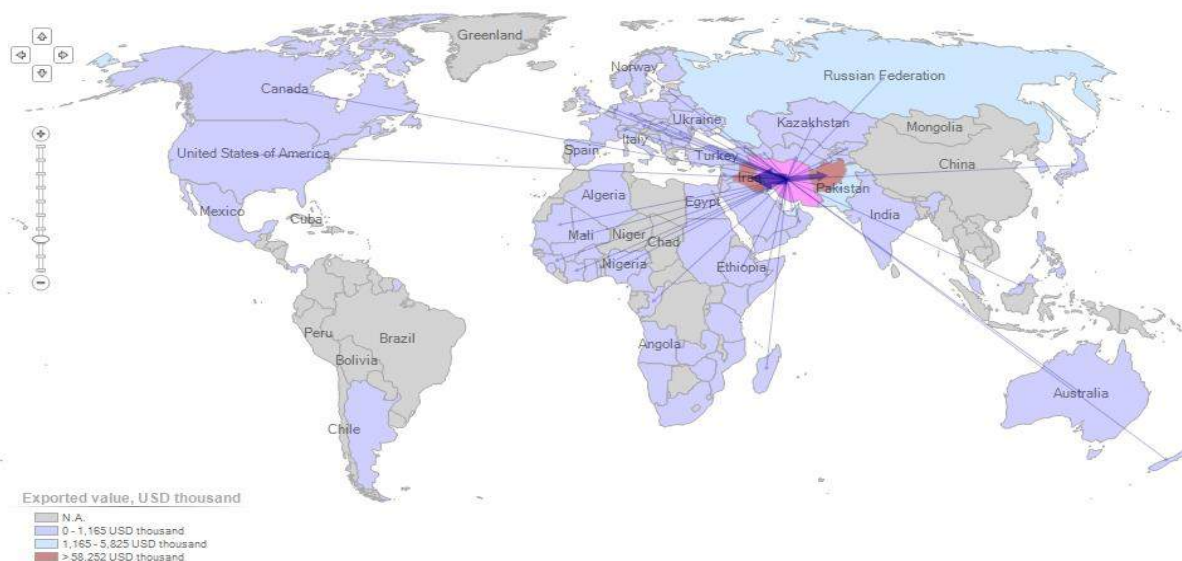
List of importing markets for a product exported by Iran, Islamic Republic of in 2016
 Product : 200290 Tomatoes, prepared or preserved otherwise than by vinegar or acetic acid (excluding whole or in pieces)



شکل ۴-۶- نقشه کشورهای هدف ایران در سال ۲۰۱۶ (منبع: ITC, 2020)

List of importing markets for a product exported by Iran, Islamic Republic of in 2017

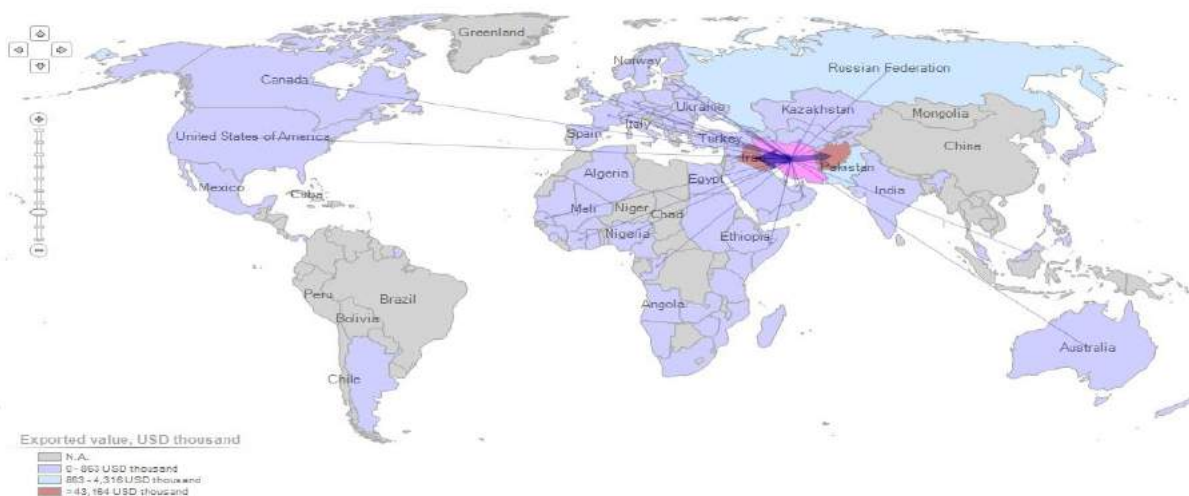
Product : 200290 Tomatoes, prepared or preserved otherwise than by vinegar or acetic acid (excluding whole or in pieces)



شکل ۴-۷- نقشه کشورهای هدف ایران در سال ۲۰۱۷ (منبع: ITC, 2020)

List of importing markets for a product exported by Iran, Islamic Republic of in 2018

Product : 200290 Tomatoes, prepared or preserved otherwise than by vinegar or acetic acid (excluding whole or in pieces)

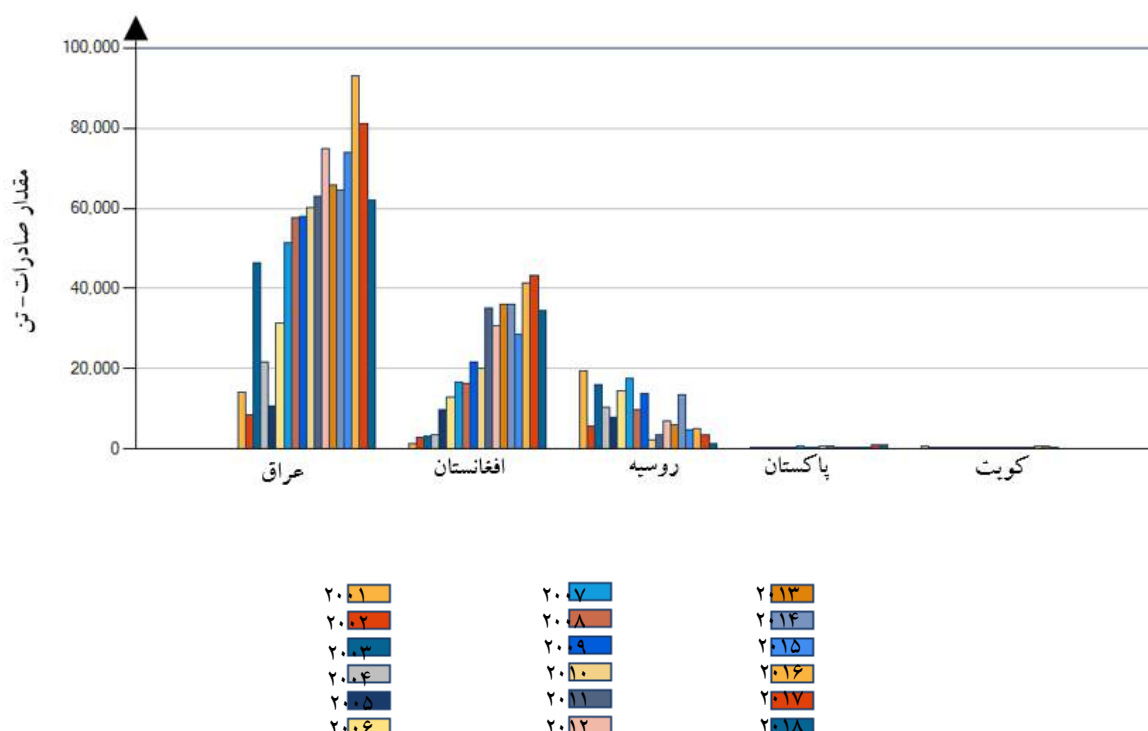


شکل ۴-۸- نقشه کشورهای هدف ایران در سال ۲۰۱۸ (منبع: ITC, 2020)

۴-۱۴- بررسی روند کلی تغییر سهم کشورهای هدف صادراتی رب گوجه‌فرنگی ایران

باتوجه به نمودار ۴-۱۳، مشخص است که سهم عراق و افغانستان از سبد صادراتی ایران با یک روند نوسانی افزایش یافته و سهم روسیه با کاهش نوسانی تا سال ۲۰۱۰، مجدد بطور نوسانی افزایش محدودی یافته اما مجدد در سال‌های اخیر این مقدار صادراتی در حال نزول بوده است. بطور کلی این نمودار نشان می‌دهد که ایران از ثبات و تنوع بازارهای صادراتی برخوردار نیست. همچنین سهم بسیار بالای یک کشور، با وجود پایداری می‌تواند ریسک قابل توجهی برای صادرات کشور به همراه داشته باشد و در صورت گرایش عراق به تأمین محصول از کشوری دیگر، مشکلات زیادی برای یافتن بازار جدید برای ایران به دنبال خواهد داشت. ملاحظه

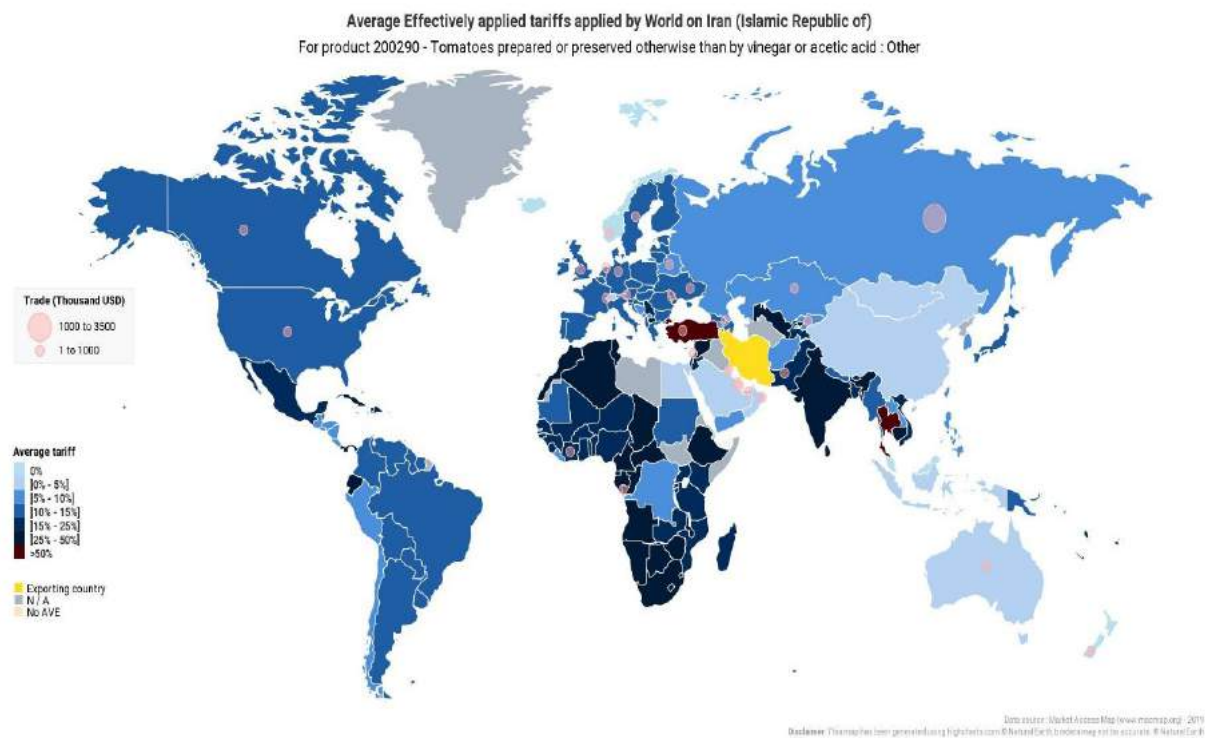
می‌شود که در سال‌های اخیر صادرات ایران به سه کشور هدف اصلی از جمله عراق روندی کاهشی داشته اما سرعت کاهش در عراق با جایگزینی ترکیه به جای ایران، بیشتر هم بوده است.



نمودار ۴-۱۳- تداوم بازار رب گوجه‌فرنگی صادراتی در کشورهای هدف ایران (منبع: ITC, 2020)

۴-۱۵- نقشه تعرفه وارداتی در کشورهای هدف ایران

بررسی نقشه‌های تعرفه وارداتی در شکل ۴-۹ نشان می‌دهد که عمده کشورها تعرفه بالای ۱۰ درصدی را برای رب گوجه‌فرنگی ایران وضع کرده‌اند. از بین رقبای اصلی ایران در روسیه (چین، ایتالیا، آمریکا، پرتغال، شیلی و قزاقستان) نرخ تعرفه مؤثر برای چین و شیلی مشابه ایران و معادل ۸,۲۵ درصد بوده و برای ایتالیا، آمریکا و پرتغال نیز معادل ۱۱ درصد بوده است اما قزاقستان با تعرفه صفر با توجه به عضویت در CIS به روسیه صادر می‌کند. در افغانستان تعرفه برای تمام کشورهای صادرکننده مشابه بوده و ۱۰ درصد است. در عراق آمار مستدل در Trade Map نبوده اما براساس گزارش «اتاق مشترک بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی ایران و عراق» نرخ تعرفه «فرآورده‌ها از سبزیجات، میوه‌ها یا از سایر اجزاء نباتات» از ابتدای سال ۲۰۱۸ معادل ۱۰ درصد بوده اما قبل از این سال این رقم معادل ۱۱,۲۵ درصد بوده است.



شکل ۴-۹- تعرفه کشورهای هدف در صادرات رب گوجه‌فرنگی ایران (منبع؛ ITC, 2020)

۵- محصول سیب

۵-۱- بررسی سهم محصول سیب در سبد صادراتی ایران

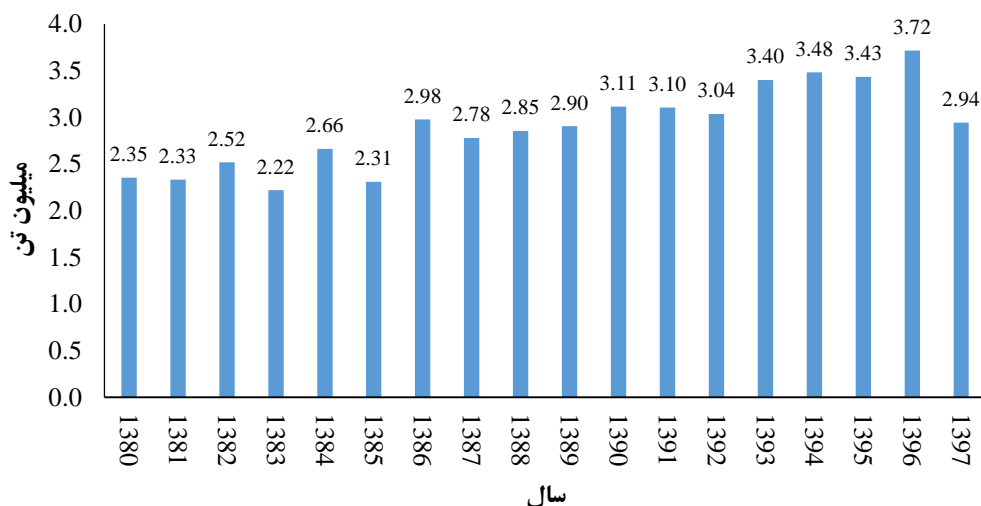
در ابتدای بحث لازم است سهم سبد صادراتی سیب از سبد صادراتی بخش کشاورزی ایران مشخص شود. همانگونه که از نمودار مشخص است، سهم این کد تعرفه از سبد صادراتی بخش کشاورزی ایران، دارای نوسان بوده به طوری که این سهم به لحاظ ارزشی از میزان تقریبی ۱/۳۸ درصد در سال ۲۰۰۱ به ۶/۳۴ درصد در سال ۲۰۰۹ افزایش یافته و پس از آن با طی روندی نزولی و همراه با نوسان، به ۳/۶۳ درصد در سال ۲۰۱۸ رسیده است. مشخص است که روند کلی سال‌های ۲۰۰۱ تا ۲۰۰۹ صعودی بوده و پس از آن روند کلی این سهم، نزولی می‌باشد.



نمودار ۵-۱- روند سهم ارزشی صادرات سیب از کل ارزش صادرات کشاورزی ایران
(منبع: ITC, 2020 و یافته‌های پژوهش)

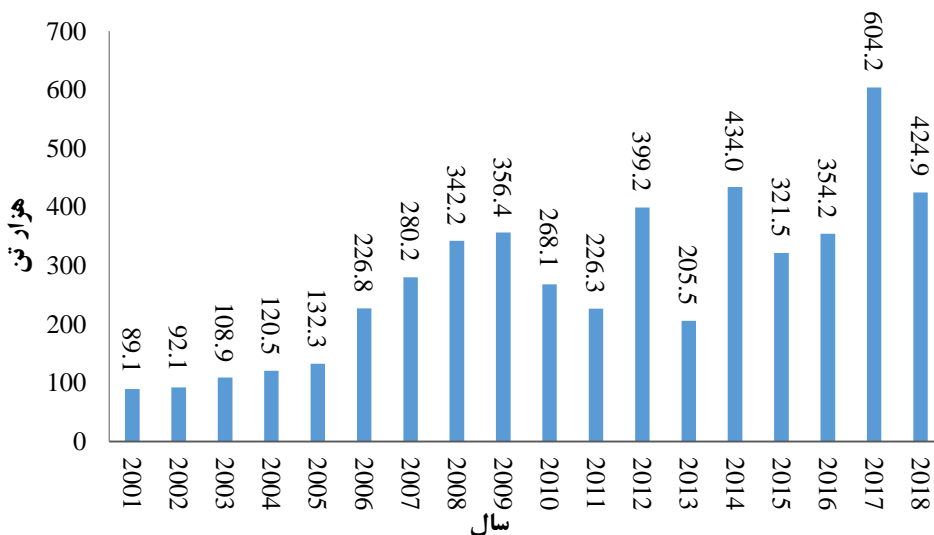
۵-۲- بررسی روند مقدار تولید و صادرات سیب

بررسی روند میزان تولید سیب در ایران در طی سال‌های ۱۳۸۰ تا ۱۳۹۷ نشان می‌دهد که روند کلی تولید این محصول صعودی بوده ولی در سال ۱۳۹۷ به دلیل رخ داد سرمازدگی، با افت ۲۱ درصدی نسبت به سال ۱۳۹۶ مواجه شده است.



نمودار ۵-۲- روند مقدار تولید سیب ایران (منبع: ITC, 2020)

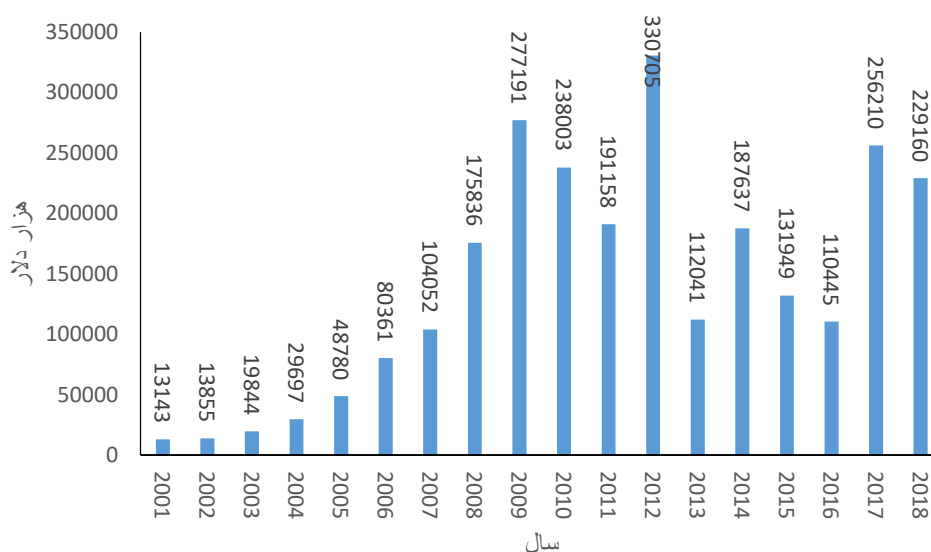
بررسی روند میزان صادرات طی سال‌های ۲۰۰۱ تا ۲۰۱۸ نیز نشان می‌دهد، صادرات سیب ایران روند کلی صعودی داشته اما با نوسان بسیاری همراه بوده است. در سال ۲۰۱۷ صادرات رشد فزاینده‌ی ۷۰ درصدی نسبت به سال ۲۰۱۶ داشته ولی در سال ۲۰۱۸ به همراه افت تولید به دلیل سرمایه‌زدگی، افت ۳۰ درصدی صادرات نسبت به سال ۲۰۱۷ تجربه شده است. بطور کلی نوسانات مقادیر صادراتی سیب ایران نشان می‌دهد که استراتژی مشخصی در صادرات سیب ایران وجود نداشته و همانگونه که در جلسات تخصصی و نشست با صادرکنندگان نیز به آن پرداخته شد، فضای صادراتی سیب همواره با ممنوعیت‌های صادراتی و رفع این ممنوعیت‌ها همراه بوده که منجر شده تا علیرغم عدم نوسان قابل توجه در تولید سیب (جز در چند سال محدود)، صادرات سیب ایران نوسان قابل توجهی را شاهد باشد.



نمودار ۵-۳- روند مقدار صادرات سیب ایران (منبع: ITC, 2020)

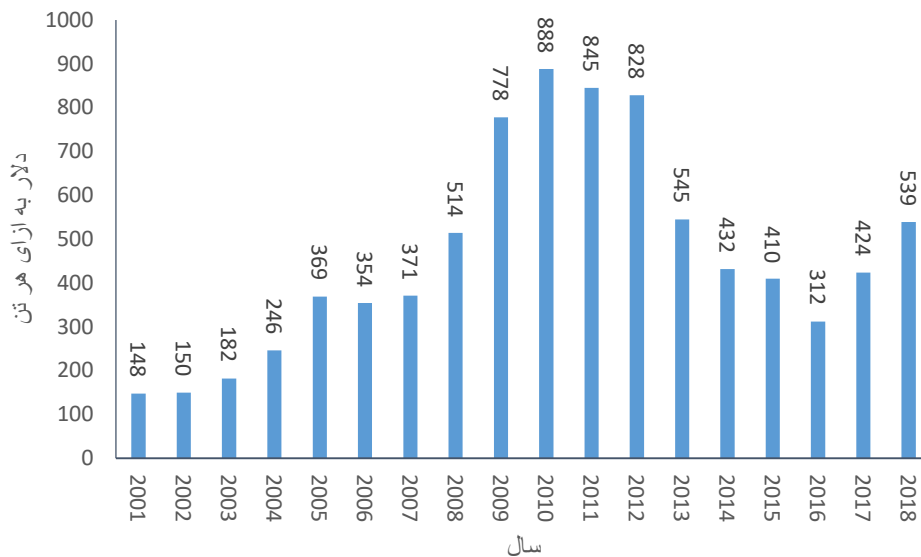
۵-۳- بررسی روند قیمت و ارزش صادرات سیب

بررسی روند ارزش صادرات نیز طی سال‌های ۲۰۰۱ تا ۲۰۱۸ نیز مشابه روند مقادیر صادرات، نشان می‌دهد که صادرات سیب ایران به لحاظ ارزشی نیز دارای نوسان قابل توجهی بوده به طوری که تا سال ۲۰۱۲ تا حدودی دارای روند صعودی بوده هرچند که در سال‌های ۲۰۱۰ و ۲۰۱۱ روندی نزولی داشته است. همچنین بعد از سال ۲۰۱۲ نیز ارزش صادرات سیب ایران روند نزولی داشته که در سال ۲۰۱۷ مجدد تفرزیش قتل ملاحظه‌ای داشته و پس از آن در سال ۲۰۱۸ افت ۱۰/۶ درصدی را تجربه کرده است. مشخص است که نوسان ارزش‌های صادراتی بیش از نوسان مشاهده شده در مقادیر صادراتی بوده است و بیانگر آن است که علاوه بر نوسان مقادیر صادراتی، نوسان در قیمت‌های صادراتی (که در نمودار بعدی پرداخته خواهد شد) نیز در بازار ایران وجود داشته است.



نمودار ۵-۴- روند ارزش صادرات سیب ایران (منبع: ITC, 2020)

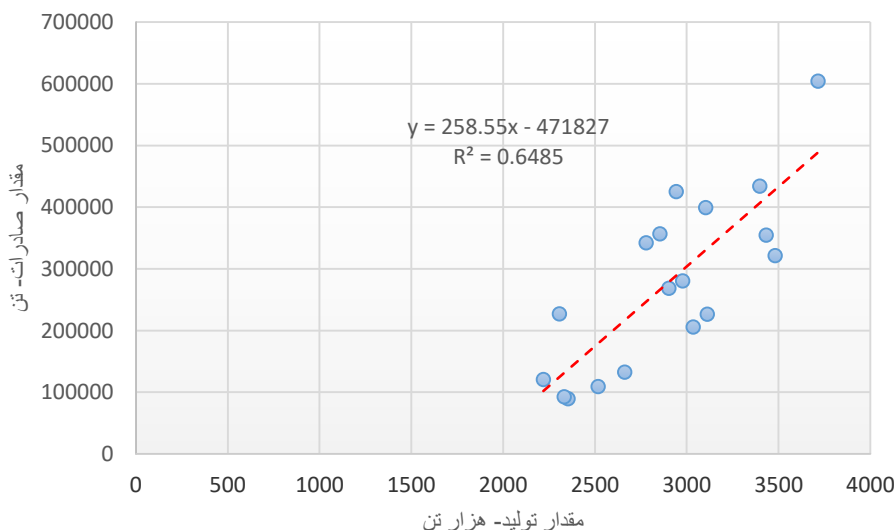
بررسی روند قیمت صادرات سیب ایران نشان می‌دهد که تا سال ۲۰۱۰ روند کلی قیمت صادراتی سیب ایران، صعودی بوده اما از این سال به بعد، قیمت‌های صادراتی ایران روند کلی کاهشی را دنبال کرده است. این افت قیمت‌های صادراتی در بخش‌های بعدی در مقایسه با رقبای ایران مقایسه خواهد شد.



نمودار ۵-۵- روند قیمت صادرات سیب ایران (منبع: ITC, 2020)

۴-۵- ارتباط بین مقدار صادرات و مقدار تولید

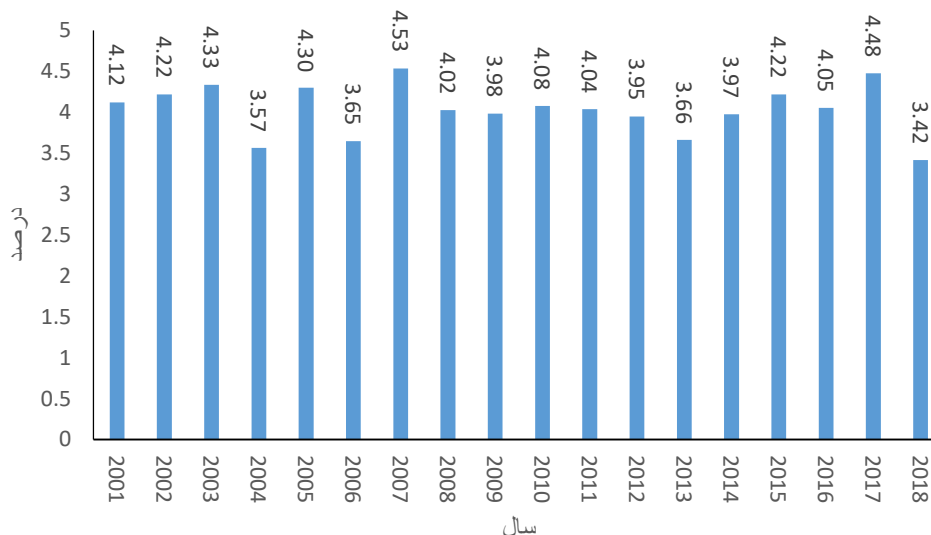
در نمودار ۵-۶ مشخص است که ارتباط مستقیم و مثبت بین مقدار صادرات و تولید سیب ایران وجود داشته است. در واقع می توان بیان نمود که میزان تولید و صادرات سیب ایران در بازارهای جهانی با هم ارتباط داشته و لذا ممنوعیت های صادراتی نه تنها به روند صادراتی سیب ایران آسیب خواهد زد بلکه با توجه به صادراتی بودن سیب در قطب های تولید کشور، این ممنوعیت های صادراتی، به نوعی در تضاد با رونق تولید نیز خواهد بود.



نمودار ۵-۶- ارتباط مقادیر تولید و صادرات سیب ایران

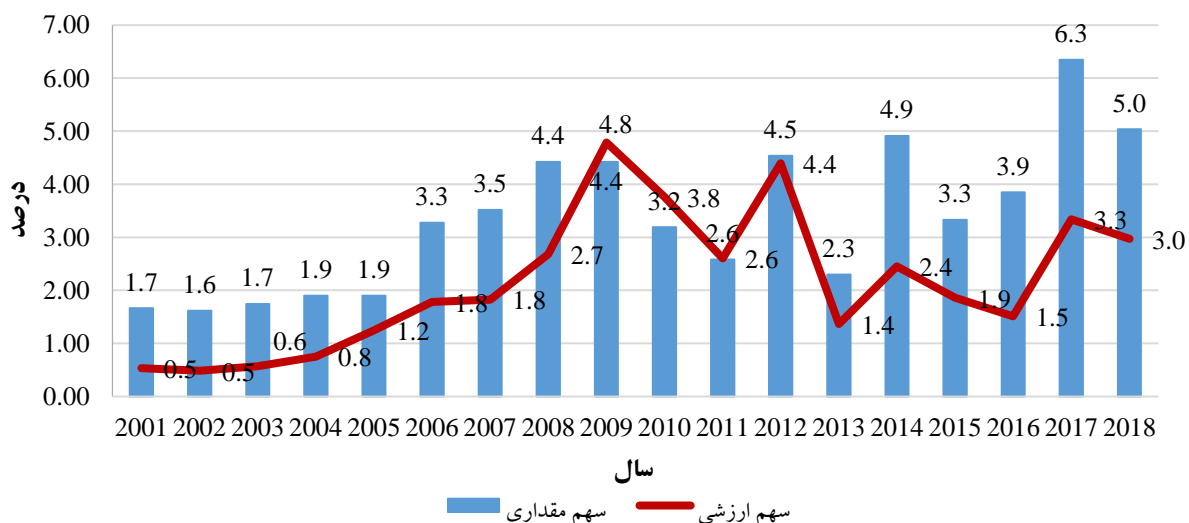
۵-۵- مقایسه سهم تولید و سهم صادرات سیب ایران از جهان

مطابق نمودار ۵-۷ مشخص است که سهم ایران از تولید سیب تقریباً روندی ثابت داشته است هرچند که همانگونه که پیش تر بیان شد با سرمازدگی سال ۲۰۱۸، این سهم از تولید جهانی افت مشخصی داشته است. بطور کلی ایران از تولیدات جهانی سهمی بن ۳,۵ تا ۴,۵ درصد را تجربه کرده است.



نمودار ۵-۷- روند سهم تولید سیب ایران از جهان (منبع: وزارت جهاد کشاورزی، ۱۳۹۸ و FAO, 2020)

بررسی روند سهم مقداری و ارزشی صادرات سیب ایران در بازارهای جهانی در نمودار ۵-۸ نشان می‌دهد که هر دو سهم روند کلی صعودی داشته و سهم مقدار صادرات ایران از حدود ۱/۶۷ به ۵/۰۳ درصد در سال ۲۰۱۸ و سهم ارزش صادراتی نیز از مقدار حدود ۰/۵۳ به ۲/۹۷ درصد در سال ۲۰۱۸ رسیده است.



نمودار ۵-۸- روند سهم مقداری و ارزشی صادرات سیب ایران در جهان (منبع: ITC, 2020 و یافته‌های پژوهش)

۶-۵- بررسی وضعیت صادرکنندگان بزرگ سیب و جایگاه ایران

بررسی وضعیت صادرات محصولات منتخب کشاورزی ایران.....سیب

بررسی مقدار صادراتی ۱۰ کشور اول صادرکننده سیب نشان می‌دهد که بزرگترین صادرکننده به لحاظ مقداری، چین و پس از آن آمریکا و شیلی بوده‌اند. روند صادرات تقریباً برای تمام این کشورها نوسانی بوده اما برآورد ضریب نوسان نشان می‌دهد که بیشترین نوسان مقادیر صادراتی مربوط بعد از ترکیه مربوط به ایران بوده است و لذا ریسک مقادیر صادراتی در بازارهای جهانی برای صادرکننده ایرانی قابل توجه می‌باشد. همچنین مشخص است که کمترین نوسان مقادیر صادراتی مربوط به نیوزلند است.

جدول ۶-۱- مقدار صادراتی ۱۰ کشور اصلی صادرکننده سیب- هزار تن

سال	جهان	چین	آمریکا	شیلی	لهستان	ایتالیا	آفریقا جنوبی	فرانسه	ایران	نیوزلند	ترکیه
۲۰۰۱	۵۳۴۶,۹	۳۰۳,۶	۸۱۳,۶	۴۶۷,۲	۲۳۵,۰	۵۴۱,۳	۲۳۹,۴	۷۶۷,۸	۸۹,۱	۲۹۵,۵	۲۱,۱
۲۰۰۲	۵۶۹۱,۰	۴۳۸,۷	۶۷۹,۰	۴۱۶,۴	۳۲۷,۸	۶۹۲,۷	۲۵۵,۸	۷۷۵,۰	۹۲,۱	۳۵۴,۳	۱۵,۱
۲۰۰۳	۶۲۴۴,۴	۶۰۹,۱	۶۱۰,۰	۵۳۷,۳	۳۴۸,۷	۷۱۴,۱	۳۲۵,۸	۸۰۱,۶	۱۰۸,۹	۳۵۹,۴	۲۰,۳
۲۰۰۴	۶۳۵۰,۰	۷۷۴,۱	۵۷۵,۹	۴۵۹,۳	۴۳۳,۶	۵۴۵,۲	۳۰۵,۲	۶۲۵,۵	۱۲۰,۵	۳۹۳,۳	۲۰,۰
۲۰۰۵	۶۹۶۰,۸	۸۲۴,۱	۷۴۷,۵	۴۵۳,۱	۴۲۶,۳	۷۳۲,۱	۲۶۲,۷	۶۵۲,۸	۱۳۲,۳	۳۴۵,۲	۲۹,۰
۲۰۰۶	۶۹۲۳,۸	۸۰۴,۲	۶۴۹,۷	۴۳۹,۵	۳۹۸,۴	۷۱۸,۳	۲۶۷,۹	۶۸۶,۴	۲۲۶,۸	۲۹۲,۷	۲۴,۹
۲۰۰۷	۷۹۶۲,۹	۱۰۱۹,۸	۶۶۳,۵	۶۴۱,۴	۴۴۹,۷	۷۹۸,۳	۳۳۴,۳	۶۹۳,۲	۲۸۰,۲	۳۲۲,۵	۹,۶
۲۰۰۸	۷۷۴۱,۹	۱۱۵۳,۳	۷۱۲,۵	۵۸۵,۳	۴۰۷,۳	۶۸۹,۸	۳۵۸,۱	۶۹۷,۴	۳۴۲,۲	۲۸۵,۱	۲۰,۰
۲۰۰۹	۸۰۶۴,۹	۱۱۷۱,۸	۸۱۶,۲	۵۴۵,۹	۷۶۰,۲	۷۳۴,۳	۳۳۸,۸	۶۲۰,۹	۳۵۶,۴	۳۳۲,۱	۵۹,۹
۲۰۱۰	۸۴۰۷,۵	۱۱۲۳,۰	۷۹۱,۲	۸۴۲,۱	۷۰۵,۳	۸۵۷,۳	۳۹۱,۵	۶۸۹,۶	۲۶۸,۱	۲۵۹,۷	۸۰,۲
۲۰۱۱	۸۷۷۳,۰	۱۰۳۴,۶	۸۳۳,۴	۸۰۱,۵	۵۲۶,۵	۹۷۵,۹	۷۱۳,۶	۷۲۹,۳	۲۲۶,۳	۲۹۹,۵	۸۷,۳
۲۰۱۲	۸۷۹۹,۳	۹۷۵,۹	۸۷۴,۰	۷۶۲,۰	۹۴۱,۷	۹۳۳,۴	۵۸۱,۰	۶۲۶,۳	۳۹۹,۲	۲۸۴,۵	۶۸,۸
۲۰۱۳	۸۹۳۴,۳	۹۹۴,۷	۸۹۱,۲	۸۳۳,۱	۱۲۱۶,۳	۷۸۷,۸	۴۸۲,۴	۵۴۳,۴	۲۰۵,۵	۳۲۲,۱	۱۲۵,۵
۲۰۱۴	۸۸۳۳,۱	۸۶۵,۰	۸۸۸,۶	۸۱۹,۶	۱۰۲۶,۶	۹۷۴,۸	۳۸۱,۹	۷۰۱,۳	۴۳۴,۰	۳۰۷,۹	۱۱۱,۵
۲۰۱۵	۹۶۶۲,۱	۸۳۳,۴	۹۸۹,۱	۶۷۳,۲	۸۴۵,۱	۱۱۴۳,۸	۴۶۵,۷	۶۳۴,۱	۳۲۱,۵	۳۵۸,۵	۱۴۲,۲
۲۰۱۶	۹۱۹۸,۳	۱۳۲۳,۳	۷۷۶,۷	۸۲۱,۳	۱۰۰۹,۲	۱۰۵۰,۲	۵۱۰,۹	۵۷۴,۹	۳۵۴,۲	۳۸۰,۹	۱۴۰,۶
۲۰۱۷	۹۵۱۷,۴	۱۳۳۴,۹	۹۱۰,۳	۷۷۰,۱	۹۴۱,۹	۱۰۳۳,۷	۵۵۳,۰	۵۳۵,۳	۶۰۴,۲	۳۸۰,۸	۲۰۱,۲
۲۰۱۸	۸۴۴۰,۴	۱۱۱۸,۵	۹۲۸,۸	۸۳۵,۹	۷۹۴,۳	۶۸۶,۱	۴۴۸,۷	۴۳۱,۲	۴۲۴,۹	۴۰۸,۷	۲۳۸,۳
میانگین	۷۸۸۰,۷	۹۲۷,۹	۷۸۶,۲	۶۵۰,۲	۶۵۵,۲	۸۱۱,۶	۴۰۰,۹	۶۵۴,۸	۲۷۷,۰	۳۲۲,۴	۷۸,۶
ضریب نوسان	۰,۱۷	۰,۳۰	۰,۱۵	۰,۲۵	۰,۴۵	۰,۲۱	۰,۳۲	۰,۱۴	۰,۵۱	۰,۱۳	۰,۸۷

منبع: ITC, 2020 و نتایج پژوهش

همچنین بررسی روند سهم مقادیر صادراتی نیز نشان می‌دهد که این سهم نیز در اغلب کشورهای اصلی صادرکننده و ایران نوسانی بوده بطوریکه چین در سال ۲۰۱۸ با سهم حدود ۲۱ درصدی بزرگترین صادرکننده در جهان می‌باشد. برآورد شاخص ضریب نوسان نیز مشابه مقادیر صادراتی، نشان می‌دهد که ایران پس از ترکیه بیشترین نوسان را در بین رقبای بزرگ صادراتی داشته است. همچنین مطابق نتایج مشخص است که کمترین ضریب نوسان به نیوزلند، فرانسه و آمریکا تعلق دارد.

جدول ۵-۲- سهم مقدار صادراتی ۱۰ کشور اصلی صادرکننده سیب- درصد

سال	چین	آمریکا	شیلی	لهستان	ایتالیا	آفریقای جنوبی	فرانسه	ایران	نیوزلند	ترکیه
۲۰۰۱	۵,۷	۱۵,۲	۸,۷	۴,۴	۱۰,۱	۴,۵	۱۴,۴	۱,۷	۵,۵	۰,۴
۲۰۰۲	۸,۲	۱۲,۷	۷,۸	۶,۱	۱۳,۰	۴,۸	۱۴,۵	۱,۷	۶,۶	۰,۳
۲۰۰۳	۱۱,۴	۱۱,۴	۱۰,۰	۶,۵	۱۳,۴	۶,۱	۱۵,۰	۲,۰	۶,۷	۰,۴
۲۰۰۴	۱۴,۵	۱۰,۸	۸,۶	۸,۱	۱۰,۲	۵,۷	۱۱,۷	۲,۳	۷,۴	۰,۴
۲۰۰۵	۱۵,۴	۱۴,۰	۸,۵	۸,۰	۱۳,۷	۴,۹	۱۲,۲	۲,۵	۶,۵	۰,۵

بررسی وضعیت صادرات محصولات منتخب کشاورزی ایران.....سیب

۰,۵	۵,۵	۴,۲	۱۲,۸	۵,۰	۱۳,۴	۷,۵	۸,۲	۱۲,۲	۱۵,۰	۲۰۰۶
۰,۲	۶,۰	۵,۲	۱۳,۰	۶,۳	۱۴,۹	۸,۴	۱۲,۰	۱۲,۴	۱۹,۱	۲۰۰۷
۰,۴	۵,۳	۶,۴	۱۳,۰	۶,۷	۱۲,۹	۷,۶	۱۰,۹	۱۳,۳	۲۱,۶	۲۰۰۸
۱,۱	۶,۲	۶,۷	۱۱,۶	۶,۳	۱۳,۷	۱۴,۲	۱۰,۲	۱۵,۳	۲۱,۹	۲۰۰۹
۱,۵	۴,۹	۵,۰	۱۲,۹	۷,۳	۱۶,۰	۱۳,۲	۱۵,۸	۱۴,۸	۲۱,۰	۲۰۱۰
۱,۶	۵,۶	۴,۲	۱۳,۶	۱۳,۳	۱۸,۳	۹,۸	۱۵,۰	۱۵,۶	۱۹,۴	۲۰۱۱
۱,۳	۵,۳	۷,۵	۱۱,۷	۱۰,۹	۱۷,۵	۱۷,۶	۱۴,۳	۱۶,۳	۱۸,۳	۲۰۱۲
۲,۳	۶,۰	۳,۸	۱۰,۲	۹,۰	۱۴,۷	۲۲,۷	۱۵,۶	۱۶,۷	۱۸,۶	۲۰۱۳
۲,۱	۵,۸	۸,۱	۱۳,۱	۷,۱	۱۸,۲	۱۹,۲	۱۵,۳	۱۶,۶	۱۶,۲	۲۰۱۴
۲,۷	۶,۷	۶,۰	۱۱,۹	۸,۷	۲۱,۴	۱۵,۸	۱۲,۶	۱۸,۵	۱۵,۶	۲۰۱۵
۲,۶	۷,۱	۶,۶	۱۰,۸	۹,۶	۱۹,۶	۱۸,۹	۱۵,۴	۱۴,۵	۲۴,۷	۲۰۱۶
۳,۸	۷,۱	۱۱,۳	۱۰,۰	۱۰,۳	۱۹,۳	۱۷,۶	۱۴,۴	۱۷,۰	۲۵,۰	۲۰۱۷
۴,۵	۷,۶	۷,۹	۸,۱	۸,۴	۱۲,۸	۱۴,۹	۱۵,۶	۱۷,۴	۲۰,۹	۲۰۱۸
۱,۵	۶,۲	۵,۲	۱۲,۲	۷,۵	۱۵,۲	۱۲,۳	۱۲,۲	۱۴,۷	۱۷,۴	میانگین
۰,۸۷	۰,۱۳	۰,۵۱	۰,۱۴	۰,۳۲	۰,۲۱	۰,۴۵	۰,۲۵	۰,۱۵	۰,۳۰	ضرب نوسان

منبع: ITC, 2020 و نتایج پژوهش

بررسی ارزش صادراتی ۱۰ کشور اول صادرکننده سیب نشان می‌دهد که بزرگترین صادرکننده به لحاظ ارزشی، چین و پس از آن آمریکا و ایتالیا بوده‌اند. روند ارزش صادرات تقریباً برای تمام این کشورها نوسانی بوده اما برآورد ضریب نوسان نشان می‌دهد که بیشترین نوسان ارزش صادراتی مربوط به ایران و بعد از آن، مربوط به لهستان و چین بوده و کمترین نوسان نیز مربوط به فرانسه است. لذا مشخص است که ریسک ارزش صادراتی برای ایران بیش از سایر صادرکنندگان بزرگ در بازارهای جهانی بوده است.

جدول ۵-۳- ارزش صادراتی ۱۰ کشور اصلی صادرکننده سیب-میلیون دلار

سال	جهان	چین	آمریکا	ایتالیا	شیلی	فرانسه	نیوزلند	هلند	لهستان	آفریقای جنوبی	ایران
۲۰۰۱	۲۴۶۸,۵	۱۰۰,۶	۴۱۱,۴	۲۵۶,۸	۲۳۶,۲	۴۴۷,۵	۱۳۵,۰	۱۴۹,۷	۲۷,۰	۷۱,۳	۱۳,۱
۲۰۰۲	۲۸۷۴,۹	۱۴۹,۴	۳۸۰,۰	۳۷۰,۶	۲۳۳,۰	۵۴۷,۲	۱۹۶,۱	۱۸۰,۵	۴۹,۵	۸۳,۶	۱۳,۹
۲۰۰۳	۳۴۹۱,۶	۲۰۹,۸	۳۶۴,۵	۴۷۰,۱	۳۱۹,۲	۶۱۰,۸	۲۳۵,۷	۲۳۷,۲	۶۷,۵	۱۴۲,۹	۱۹,۸
۲۰۰۴	۳۹۵۰,۴	۲۷۴,۴	۳۸۵,۹	۴۳۴,۷	۴۰۰,۲	۵۷۰,۱	۳۱۳,۲	۳۱۴,۷	۱۱۱,۳	۱۸۱,۷	۲۹,۷
۲۰۰۵	۳۹۱۰,۷	۳۰۶,۳	۵۰۰,۸	۴۸۵,۷	۳۳۶,۴	۵۰۵,۱	۲۷۵,۰	۲۵۵,۷	۱۱۷,۷	۱۵۴,۰	۴۸,۸
۲۰۰۶	۴۵۰۷,۲	۳۷۲,۶	۵۶۰,۸	۵۶۶,۶	۴۴۱,۵	۵۷۴,۲	۲۰۹,۰	۲۹۵,۲	۱۱۹,۶	۱۵۸,۰	۸۰,۴
۲۰۰۷	۵۷۰۱,۶	۵۱۲,۶	۶۵۱,۳	۷۵۸,۱	۵۶۷,۳	۶۹۵,۱	۲۶۵,۳	۳۵۴,۳	۱۷۳,۳	۲۱۲,۷	۱۰۴,۱
۲۰۰۸	۶۵۵۸,۳	۶۹۸,۴	۷۴۹,۳	۸۲۴,۷	۶۹۲,۸	۷۷۸,۸	۲۳۷,۷	۴۵۶,۲	۱۸۹,۵	۲۴۱,۹	۱۷۵,۸
۲۰۰۹	۵۷۸۸,۵	۷۱۲,۱	۷۶۱,۸	۶۶۷,۴	۴۹۳,۶	۵۸۹,۲	۲۵۷,۵	۳۱۹,۲	۲۶۳,۹	۲۳۲,۲	۲۷۷,۲
۲۰۱۰	۶۳۳۲,۶	۸۳۱,۶	۸۴۰,۱	۷۷۳,۲	۶۴۱,۹	۶۳۵,۹	۲۳۸,۶	۲۸۸,۸	۲۶۳,۳	۲۷۱,۵	۲۳۸,۰
۲۰۱۱	۷۳۴۳,۱	۹۱۴,۳	۹۵۲,۳	۹۹۳,۳	۶۷۷,۶	۷۴۳,۱	۳۶۲,۵	۳۶۵,۲	۲۷۲,۱	۳۰۹,۹	۱۹۱,۲
۲۰۱۲	۷۵۲۰,۲	۹۵۹,۹	۱۰۸۶,۵	۹۳۶,۶	۷۲۲,۹	۶۹۱,۱	۲۹۴,۸	۳۱۲,۸	۴۳۱,۹	۳۳۳,۵	۳۳۰,۷
۲۰۱۳	۸۱۹۱,۱	۱۰۲۹,۹	۱۱۲۱,۱	۹۳۳,۷	۸۲۵,۶	۶۵۲,۱	۴۰۶,۸	۴۵۹,۸	۵۸۱,۲	۴۴۳,۲	۱۱۲,۰
۲۰۱۴	۷۶۶۱,۵	۱۰۲۷,۶	۱۰۸۶,۱	۹۷۵,۲	۷۵۲,۶	۷۲۷,۲	۴۲۵,۴	۲۸۴,۹	۴۴۱,۸	۳۵۳,۵	۱۸۷,۶
۲۰۱۵	۷۰۹۷,۵	۱۰۳۲,۲	۱۰۲۶,۳	۹۶۱,۳	۵۱۷,۷	۶۱۸,۴	۴۳۴,۱	۲۰۴,۳	۲۹۶,۷	۳۸۳,۳	۱۳۱,۹
۲۰۱۶	۷۳۱۳,۸	۱۴۵۳,۹	۹۳۵,۵	۹۱۷,۰	۶۳۹,۱	۵۹۳,۳	۴۹۳,۱	۲۵۷,۱	۳۱۳,۱	۳۵۹,۹	۱۱۰,۴
۲۰۱۷	۷۶۷۴,۲	۱۴۵۶,۸	۹۷۷,۴	۹۷۱,۳	۵۹۹,۹	۵۹۲,۸	۴۸۹,۸	۲۷۸,۷	۳۴۴,۳	۳۷۴,۳	۲۵۶,۲
۲۰۱۸	۷۷۱۱,۶	۱۲۹۸,۹	۱۰۱۶,۳	۸۱۳,۶	۶۸۰,۹	۵۶۹,۳	۵۲۹,۰	۳۹۴,۵	۳۹۱,۶	۳۸۸,۲	۲۲۹,۲
میانگین	۵۸۹۴,۳	۷۴۱,۲	۷۶۷,۱	۷۲۸,۳	۵۴۳,۲	۶۱۹,۰	۳۲۲,۲	۳۰۰,۵	۲۴۷,۵	۲۶۰,۹	۱۴۱,۷
ضرب نوسان	۰,۳۲	۰,۶۰	۰,۳۶	۰,۳۳	۰,۳۳	۰,۱۴	۰,۳۶	۰,۲۸	۰,۶۲	۰,۴۳	۰,۷۰

منبع: ITC, 2020 و نتایج پژوهش

بررسی روند سهم ارزش صادراتی در جدول ۵-۴ نشان می‌دهد که هرچند آمریکا بطور میانگین با سهم ۱۲/۹۵ درصد، بیشترین سهم ارزشی را نیز نصیب خود کرده اما در سال ۲۰۱۸ چین با ۱۶,۸۴ درصد سهم ارزشی صادراتی، رتبه اول را کسب کرده است. کمترین نوسان ارزش صادراتی مربوط به ایتالیا و پس از آن شیلی و آمریکا بوده است. همانگونه که مشخص است برای ایران، نوسان سهم ارزش صادراتی نیز بیش از صادرکنندگان اصلی این محصول در بازارهای جهانی است.

بررسی وضعیت صادرات محصولات منتخب کشاورزی ایران.....سیب

جدول ۵-۴- سهم ارزشی صادراتی ۱۰ کشور اصلی صادرکننده سیب-درصد

صادرکننده	چین	آمریکا	ایتالیا	شیلی	فرانسه	نیوزلند	هلند	لهستان	آفریقای جنوبی	ایران
۲۰۰۱	۴,۰۸	۱۶,۶۶	۱۰,۴۰	۹,۵۷	۱۸,۱۳	۵,۴۷	۶,۰۷	۱,۰۹	۲,۸۹	۰,۵۳
۲۰۰۲	۵,۲۰	۱۳,۲۲	۱۲,۸۹	۸,۱۰	۱۹,۰۴	۶,۸۲	۶,۲۸	۱,۷۲	۲,۹۱	۰,۴۸
۲۰۰۳	۶,۰۱	۱۰,۴۴	۱۳,۴۶	۹,۱۴	۱۷,۴۹	۶,۷۵	۶,۷۹	۱,۹۳	۴,۰۹	۰,۵۷
۲۰۰۴	۶,۹۵	۹,۷۷	۱۱,۰۰	۱۰,۱۳	۱۴,۴۳	۷,۹۳	۷,۹۷	۲,۸۲	۴,۶۰	۰,۷۵
۲۰۰۵	۷,۸۳	۱۲,۸۱	۱۲,۴۲	۸,۶۰	۱۲,۹۲	۷,۰۳	۶,۵۴	۳,۰۱	۳,۹۴	۱,۲۵
۲۰۰۶	۸,۲۷	۱۲,۴۴	۱۲,۵۷	۹,۸۰	۱۲,۷۴	۴,۶۴	۶,۵۵	۲,۶۵	۳,۵۱	۱,۷۸
۲۰۰۷	۸,۹۹	۱۱,۴۲	۱۳,۳۰	۹,۹۵	۱۲,۱۹	۴,۶۵	۶,۲۱	۳,۰۴	۳,۷۳	۱,۸۲
۲۰۰۸	۱۰,۶۵	۱۱,۴۲	۱۲,۵۷	۱۰,۵۶	۱۱,۸۸	۳,۶۲	۶,۹۶	۲,۸۹	۳,۶۹	۲,۶۸
۲۰۰۹	۱۲,۳۰	۱۳,۱۶	۱۱,۵۳	۸,۵۳	۱۰,۱۸	۴,۴۵	۵,۵۱	۴,۵۶	۴,۰۱	۴,۷۹
۲۰۱۰	۱۳,۱۳	۱۳,۲۷	۱۲,۲۱	۱۰,۱۴	۱۰,۰۴	۳,۷۷	۴,۵۶	۴,۱۶	۴,۲۹	۳,۷۶
۲۰۱۱	۱۲,۴۵	۱۲,۹۷	۱۳,۵۳	۹,۲۳	۱۰,۱۲	۴,۹۴	۴,۹۷	۳,۷۰	۴,۲۲	۲,۶۰
۲۰۱۲	۱۲,۷۶	۱۴,۴۵	۱۲,۴۵	۹,۶۱	۹,۱۹	۳,۹۲	۴,۱۶	۵,۷۴	۴,۴۳	۴,۴۰
۲۰۱۳	۱۲,۵۷	۱۳,۶۹	۱۱,۴۰	۱۰,۰۸	۷,۹۶	۴,۹۷	۵,۶۱	۷,۱۰	۵,۴۱	۱,۳۷
۲۰۱۴	۱۳,۴۱	۱۴,۱۸	۱۲,۷۳	۹,۸۲	۹,۴۹	۵,۵۵	۳,۷۲	۵,۷۷	۴,۶۱	۲,۴۵
۲۰۱۵	۱۴,۵۴	۱۴,۴۶	۱۳,۵۴	۷,۲۹	۸,۷۱	۶,۱۲	۲,۸۸	۴,۱۸	۵,۴۰	۱,۸۶
۲۰۱۶	۱۹,۸۸	۱۲,۷۹	۱۲,۵۴	۸,۷۴	۸,۱۱	۶,۷۴	۳,۵۱	۴,۲۸	۴,۹۲	۱,۵۱
۲۰۱۷	۱۸,۹۸	۱۲,۷۴	۱۲,۶۶	۷,۸۲	۷,۷۲	۶,۳۸	۳,۶۳	۴,۴۹	۴,۸۸	۳,۳۴
۲۰۱۸	۱۶,۸۴	۱۳,۱۸	۱۰,۵۵	۸,۸۳	۷,۳۸	۶,۸۶	۵,۱۲	۵,۰۸	۵,۰۳	۲,۹۷
میانگین	۱۱,۳۸	۱۲,۹۵	۱۲,۳۲	۹,۲۲	۱۱,۵۴	۵,۵۹	۵,۳۹	۳,۷۹	۴,۲۵	۲,۱۶
ضریب نوسان	۰,۴۰	۰,۱۲	۰,۰۸	۰,۱۰	۰,۳۲	۰,۲۳	۰,۲۶	۰,۴۱	۰,۱۷	۰,۶۱

منبع: ITC, 2020 و نتایج پژوهش

در جدول ۵-۵، رتبه ایران در بازارهای جهان بررسی شده است. همانگونه که مشخص است در سال ۲۰۰۱ ایران به لحاظ مقادیر صادراتی جایگاه ۱۲ را داشته در حالی که این جایگاه در سال ۲۰۱۸ به ۸ رسیده است. مشاهده می‌شود که روند بهبود جایگاه ایران در بازارهای جهانی مشهود بوده است. در مورد ارزش‌های صادراتی نیز ایران از جایگاه ۲۰ در سال ۲۰۰۱ به جایگاه ۱۰ در سال ۲۰۱۸ ارتقا یافته است.

جدول ۵-۵- رتبه ایران در بازارهای جهانی سیب

سال	مقدار صادرات	ارزش صادراتی
۲۰۰۱	۱۲	۲۰
۲۰۰۲	۱۳	۲۲
۲۰۰۳	۱۳	۲۲
۲۰۰۴	۱۴	۱۸
۲۰۰۵	۱۳	۱۴
۲۰۰۶	۱۲	۱۴
۲۰۰۷	۱۲	۱۴
۲۰۰۸	۹	۱۱
۲۰۰۹	۸	۷
۲۰۱۰	۹	۱۰
۲۰۱۱	۱۲	۱۱
۲۰۱۲	۸	۸
۲۰۱۳	۱۱	۱۲
۲۰۱۴	۷	۱۰
۲۰۱۵	۱۱	۱۱
۲۰۱۶	۹	۱۴
۲۰۱۷	۶	۱۰
۲۰۱۸	۸	۱۰

منبع: ITC, 2020 و نتایج پژوهش

۵-۷- معرفی واردکنندگان بزرگ سیب در جهان

بزرگترین واردکنندگان جهانی سیب از سال ۲۰۰۱ تا ۲۰۱۸ در جدول ۵-۶ مشخص شده است که نشان می‌دهد بزرگترین کشورهای واردکننده سیب، روسیه، آلمان، انگلستان و هلند می‌باشند. شایان ذکر است، کشورهای روسیه، عراق، هند و آلمان در بین بازارهای هدف اصلی ایران در سال‌های اخیر بوده‌اند. از بین کشورهای واردکننده اصلی، کشور هلند صادرکننده سیب به بازار جهانی نیز بوده است.

جدول ۵-۶- سهم مقداری ۱۰ کشور واردکننده اصلی در بازارهای جهانی (درصد)

سال	روسیه	آلمان	انگلستان	هلند	هند	مکزیک	عراق	کانادا	بنگلادش	بلاروس
۲۰۰۱	۶,۱۳	۱۴,۱۱	۹,۳۶	۴,۹۵	۰,۲۵	۴,۴۷	۰,۰۰	۲,۳۹	۰,۲۱	۰,۰۷
۲۰۰۲	۶,۶۰	۱۵,۲۴	۸,۵۳	۵,۳۱	۰,۳۷	۳,۱۳	۰,۰۰	۳,۰۱	۰,۲۱	۰,۳۰
۲۰۰۳	۱۰,۱۱	۱۳,۵۱	۷,۸۹	۶,۱۳	۰,۳۷	۳,۰۱	۰,۰۰	۲,۸۹	۰,۳۶	۱,۳۷
۲۰۰۴	۱۱,۲۷	۱۱,۷۶	۸,۵۰	۴,۹۷	۰,۲۵	۲,۵۰	۰,۰۰	۲,۴۶	۰,۴۰	۱,۰۴
۲۰۰۵	۱۰,۷۰	۱۲,۵۱	۷,۶۱	۵,۴۱	۰,۵۰	۲,۸۹	۰,۰۰	۲,۳۵	۰,۴۸	۱,۳۶
۲۰۰۶	۱۱,۵۵	۱۱,۱۸	۷,۶۵	۵,۲۳	۰,۵۱	۲,۹۰	۰,۰۰	۲,۲۳	۰,۴۳	۱,۷۱
۲۰۰۷	۱۲,۱۳	۸,۷۱	۷,۰۹	۴,۶۷	۰,۸۵	۲,۸۶	۰,۰۰	۲,۳۵	۰,۶۳	۱,۱۷
۲۰۰۸	۱۳,۹۸	۸,۷۰	۶,۵۳	۴,۹۳	۰,۸۲	۲,۴۸	۰,۰۰	۲,۱۹	۰,۶۴	۰,۶۶
۲۰۰۹	۱۴,۲۳	۸,۷۰	۵,۸۹	۳,۸۰	۱,۱۶	۲,۸۵	۰,۰۰	۲,۳۴	۱,۳۴	۰,۸۰
۲۰۱۰	۱۴,۵۳	۷,۹۲	۵,۵۴	۳,۴۹	۱,۴۸	۲,۶۷	۰,۰۰	۲,۳۱	۱,۴۳	۰,۷۳
۲۰۱۱	۱۴,۰۱	۸,۱۴	۵,۶۲	۳,۹۵	۲,۱۷	۲,۴۰	۰,۰۰	۲,۴۰	۱,۵۹	۱,۲۲
۲۰۱۲	۱۴,۹۲	۷,۱۷	۵,۵۶	۳,۸۶	۲,۱۸	۲,۷۵	۰,۰۰	۲,۳۶	۱,۲۸	۱,۷۰
۲۰۱۳	۱۵,۳۴	۷,۹۹	۵,۴۴	۴,۰۱	۲,۲۰	۳,۱۲	۰,۰۰	۲,۶۵	۰,۹۵	۲,۰۵
۲۰۱۴	۱۲,۶۹	۷,۷۱	۵,۳۹	۴,۳۳	۲,۴۷	۲,۸۳	۰,۰۱	۲,۶۹	۰,۰۰	۵,۰۱
۲۰۱۵	۹,۰۵	۷,۰۷	۴,۴۱	۲,۴۴	۲,۰۱	۳,۱۷	۲,۶۳	۲,۲۰	۱,۸۳	۷,۵۷
۲۰۱۶	۷,۵۲	۶,۸۴	۴,۴۲	۲,۷۶	۲,۷۴	۲,۳۶	۲,۷۱	۲,۶۵	۲,۵۷	۶,۶۶
۲۰۱۷	۷,۵۹	۸,۵۰	۴,۲۶	۲,۷۲	۳,۵۶	۳,۰۲	۴,۰۴	۲,۳۴	۲,۵۲	۵,۲۰
۲۰۱۸	۱۰,۳۱	۸,۰۴	۴,۷۱	۳,۷۴	۳,۴۲	۳,۴۱	۳,۳۴	۲,۶۸	۲,۴۷	۲,۳۸

منبع: ITC, 2020 و نتایج پژوهش

۵-۸- بررسی جایگاه ایران از نظر مقداری و ارزشی در بازار سیب و تغییر جایگاه ایران در کشورهای هدف

نتایج بررسی جایگاه ایران در کشورهای هدف اصلی خود طی سال‌های ۲۰۱۸-۲۰۰۱ نشان می‌دهد که جایگاه مقدار و ارزشی صادراتی ایران در عراق، افغانستان، ترکمنستان و تا حدودی امارات از ثبات بیشتری برخوردار بوده است. ایران به لحاظ مقادیر صادراتی، در عراق، افغانستان و ترکمنستان همواره رتبه اول را داشته است. همچنین در امارات، پاکستان و گرجستان نیز در سال‌ها اخیر ایران حائز رتبه اول صادراتی بوده است. مشخص است که ایران کمتر در کشورهای هدف اصلی خود به عنوان بزرگترین صادرکننده مطرح می‌شود. جایگاه مقداری ایران در بسیاری از این کشورها، وضعیت مناسب‌تری نسبت به جایگاه ارزشی، هم به لحاظ رتبه و هم به لحاظ ثبات داشته است که به نوعی بیانگر قیمت‌های پایین‌تر ایران در این کشورها بویژه کشورهای روسیه، هند و عمان نسبت به رقبا می‌باشد.

بررسی وضعیت صادرات محصولات منتخب کشاورزی ایران.....سیب

جدول ۵-۷- رتبه ایران در مقدار صادرات سیب به جهان و بزرگترین بازارهای هدف (۲۰۰۱-۲۰۱۸)

سال	جهان	عراق	افغانستان	روسیه	ترکمنستان	امارات	پاکستان	هند	قزاقستان	عمان	گرجستان
۲۰۰۱	۱۲	۱	۱	۱۹	۱	۱	۱	۱۷	۳	***	۱
۲۰۰۲	۱۳	۱	۱	۱۷	۱	۱	***	۹	۳	***	***
۲۰۰۳	۱۳	۱	۱	۲۱	۱	۱	***	۱۰	۲	۱۱	***
۲۰۰۴	۱۴	۱	۱	۲۳	۱	۳	***	***	۲	۱۲	***
۲۰۰۵	۱۳	۱	۱	۲۸	۱	۲	۴	۱۲	۳	۳	***
۲۰۰۶	۱۲	۱	۱	۳۳	۱	۳	***	***	۲	۸	۶
۲۰۰۷	۱۲	۱	۱	۲۴	۱	۴	۶	***	۲	۹	۳
۲۰۰۸	۹	۱	۱	۳۰	۱	۵	۲	***	۲	***	۳
۲۰۰۹	۸	۱	۱	۳۰	۱	۶	۲	***	۵	۱۶	۸
۲۰۱۰	۹	۱	۱	۳۴	۱	۸	***	***	۵	۱۲	۳
۲۰۱۱	۱۲	۱	۱	۳۹	۱	۷	۱	***	۷	۱۲	۱۴
۲۰۱۲	۸	۱	۱	۲۳	۱	۱	۱	۵	۵	۸	۱
۲۰۱۳	۱۱	۱	۱	۱۹	۱	۴	۲	۵	۶	۸	۱
۲۰۱۴	۷	۱	۱	۲۷	۱	۲	۱	۶	۸	۹	۴
۲۰۱۵	۱۱	۱	۱	۲۰	۱	۳	۱	۷	۸	۹	۴
۲۰۱۶	۹	۱	۱	۱۵	۱	۱	۱	۷	۱۰	۸	۶
۲۰۱۷	۶	۱	۱	۷	۱	۱	۱	۵	۴	۶	۱
۲۰۱۸	۸	۱	۱	۶	۱	۱	۱	۶	۶	۲	۱

منبع: ITC, 2020 و نتایج پژوهش *** داده‌ای ثبت نشده است.

به لحاظ ارزش صادراتی نیز ایران در کشورهای عراق، افغانستان و ترکمنستان، رتبه اول را داشته و در پاکستان و گرجستان نیز در سال‌های اخیر، رتبه اول را داشته است. مشخص است که در سایر بازارهای هدف، معمولاً رتبه ایران به لحاظ ارزش صادراتی، کمتر از رتبه مقادیر صادراتی بوده است.

بررسی وضعیت صادرات محصولات منتخب کشاورزی ایران.....سیب

جدول ۵-۸- رتبه ایران در ارزش صادرات سیب به جهان و بزرگترین بازارهای هدف (۲۰۰۱-۲۰۱۸)

سال	جهان	عراق	افغانستان	روسیه	امارات	ترکمنستان	پاکستان	هند	قزاقستان	عمان	گرجستان
۲۰۰۱	۲۰	۱	۱	۲۲	۴	۱	۱	۱۷	۴	***	۱
۲۰۰۲	۲۲	۱	۱	۱۹	۶	۱	***	۱۱	۳	***	***
۲۰۰۳	۲۲	۱	۱	۲۲	۶	۱	***	۱۱	۳	۱۲	***
۲۰۰۴	۱۸	۱	۱	۲۷	۶	۱	***	***	۴	۱۴	***
۲۰۰۵	۱۴	۱	۱	۲۹	۵	۱	۴	۱۲	۴	۳	***
۲۰۰۶	۱۴	۱	۱	۳۵	۵	۱	***	***	۲	۹	۵
۲۰۰۷	۱۴	۱	۱	۲۶	۶	۱	۶	***	۲	۱۰	۸
۲۰۰۸	۱۱	۱	۱	۳۱	۶	۱	۲	***	۲	***	۵
۲۰۰۹	۷	۱	۱	۳۱	۵	۱	۲	***	۴	۱۷	۹
۲۰۱۰	۱۰	۱	۱	۳۳	۸	۱	***	***	۴	۱۰	۳
۲۰۱۱	۱۱	۱	۱	۳۹	۸	۱	۲	***	۶	۱۲	۱۴
۲۰۱۲	۸	۱	۱	۲۲	۱	۱	۱	۵	۴	۶	۱
۲۰۱۳	۱۲	۱	۱	۱۹	۷	۱	۲	۵	۷	۸	۱
۲۰۱۴	۱۰	۱	۱	۳۱	۵	۱	۱	۷	۸	۱۲	۵
۲۰۱۵	۱۱	۱	۱	۲۲	۷	۱	۱	۷	۸	۱۱	۵
۲۰۱۶	۱۴	۱	۱	۱۵	۸	۱	۱	۷	۱۲	۹	۷
۲۰۱۷	۱۰	۱	۱	۸	۶	۱	۱	۷	۵	۱۲	۱
۲۰۱۸	۱۰	۱	۱	۸	۴	۱	۱	۹	۵	۳	۱

منبع: ITC, 2020 و نتایج پژوهش

در جدول ۵-۹، رتبه مقداری و ارزشی صادرکننده‌های اصلی سیب در جهان مشاهده می‌شود. مشخص است که چین، آمریکا و ایتالیا در اکثر سال‌های ۲۰۰۱ تا ۲۰۱۸ هم از نظر مقدار و هم ارزش صادراتی توانسته‌اند جایگاه اول تا سوم را در بازار جهانی داشته باشند. مشخص است که ایران به عنوان یکی از بزرگترین کشورهای صادرکننده، با نوسان در جایگاه جهانی مقداری و ارزشی روبرو بوده و در مورد جایگاه مقادیر و ارزش صادراتی در بهترین و بدترین حالت، به ترتیب رتبه‌های ۶ و ۱۴ داشته است.

بررسی وضعیت صادرات محصولات منتخب کشاورزی ایران.....سیب

جدول ۵-۹- جایگاه مقداری ۱۰ صادرکننده اصلی سیب در بازار جهانی

سال	چین	آمریکا	شیلی	لهستان	ایتالیا	آفریقای جنوبی	فرانسه	ایران	نیوزلند	ترکیه
۲۰۰۱	۶	۱	۴	۱۰	۳	۹	۲	۱۲	۷	۲۵
۲۰۰۲	۴	۳	۵	۸	۲	۱۰	۱	۱۳	۷	۲۷
۲۰۰۳	۴	۳	۵	۸	۲	۱۰	۱	۱۳	۷	۲۷
۲۰۰۴	۱	۳	۵	۶	۴	۱۰	۲	۱۴	۸	۲۹
۲۰۰۵	۱	۲	۵	۷	۳	۱۱	۴	۱۳	۹	۲۷
۲۰۰۶	۱	۴	۵	۶	۲	۱۰	۳	۱۲	۸	۳۱
۲۰۰۷	۱	۴	۵	۶	۲	۹	۳	۱۲	۱۰	۳۹
۲۰۰۸	۱	۲	۵	۶	۴	۸	۳	۹	۱۰	۳۵
۲۰۰۹	۱	۲	۶	۳	۴	۹	۵	۸	۱۰	۲۲
۲۰۱۰	۱	۴	۳	۵	۲	۷	۶	۹	۱۰	۲۲
۲۰۱۱	۱	۳	۴	۷	۲	۶	۵	۱۲	۹	۱۸
۲۰۱۲	۱	۴	۵	۲	۳	۷	۶	۸	۱۰	۲۳
۲۰۱۳	۲	۳	۴	۱	۵	۷	۶	۱۱	۸	۱۳
۲۰۱۴	۴	۳	۵	۱	۲	۸	۶	۷	۱۰	۱۷
۲۰۱۵	۴	۲	۵	۳	۱	۸	۶	۱۱	۱۰	۱۵
۲۰۱۶	۱	۵	۴	۳	۲	۷	۶	۹	۸	۱۳
۲۰۱۷	۱	۴	۵	۳	۲	۷	۸	۶	۹	۱۱
۲۰۱۸	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	۸	۹	۱۰

منبع: ITC, 2020 و نتایج پژوهش

جدول ۵-۱۰- جایگاه ارزشی ۱۰ صادرکننده اصلی سیب در بازار جهانی

سال	چین	آمریکا	شیلی	لهستان	ایتالیا	آفریقای جنوبی	فرانسه	ایران	نیوزلند	ترکیه
۲۰۰۱	۸	۲	۴	۱۶	۳	۱۰	۱	۲۰	۷	۲۳
۲۰۰۲	۸	۲	۴	۱۱	۳	۹	۱	۲۲	۶	۲۴
۲۰۰۳	۸	۳	۴	۱۱	۲	۹	۱	۲۲	۷	۲۵
۲۰۰۴	۷	۴	۳	۱۰	۲	۹	۱	۱۸	۶	۲۷
۲۰۰۵	۵	۲	۴	۱۱	۳	۹	۱	۱۴	۶	۲۷
۲۰۰۶	۵	۳	۴	۱۰	۲	۹	۱	۱۴	۸	۳۲
۲۰۰۷	۵	۳	۴	۱۰	۱	۹	۲	۱۴	۸	۴۳
۲۰۰۸	۴	۳	۵	۱۰	۱	۸	۲	۱۱	۹	۳۵
۲۰۰۹	۲	۱	۵	۸	۳	۱۰	۴	۷	۹	۲۴
۲۰۱۰	۲	۱	۴	۸	۳	۷	۵	۱۰	۹	۲۳
۲۰۱۱	۳	۲	۵	۹	۱	۸	۴	۱۱	۷	۲۲
۲۰۱۲	۲	۱	۴	۶	۳	۷	۵	۸	۱۰	۲۸
۲۰۱۳	۲	۱	۴	۶	۳	۸	۵	۱۲	۹	۲۲
۲۰۱۴	۲	۱	۴	۶	۳	۸	۵	۱۰	۷	۲۳
۲۰۱۵	۱	۲	۵	۸	۳	۷	۴	۱۱	۶	۲۲
۲۰۱۶	۱	۲	۴	۸	۳	۷	۵	۱۴	۶	۲۱
۲۰۱۷	۱	۲	۴	۸	۳	۷	۵	۱۰	۶	۱۷
۲۰۱۸	۱	۲	۴	۸	۳	۹	۵	۱۰	۶	۱۵

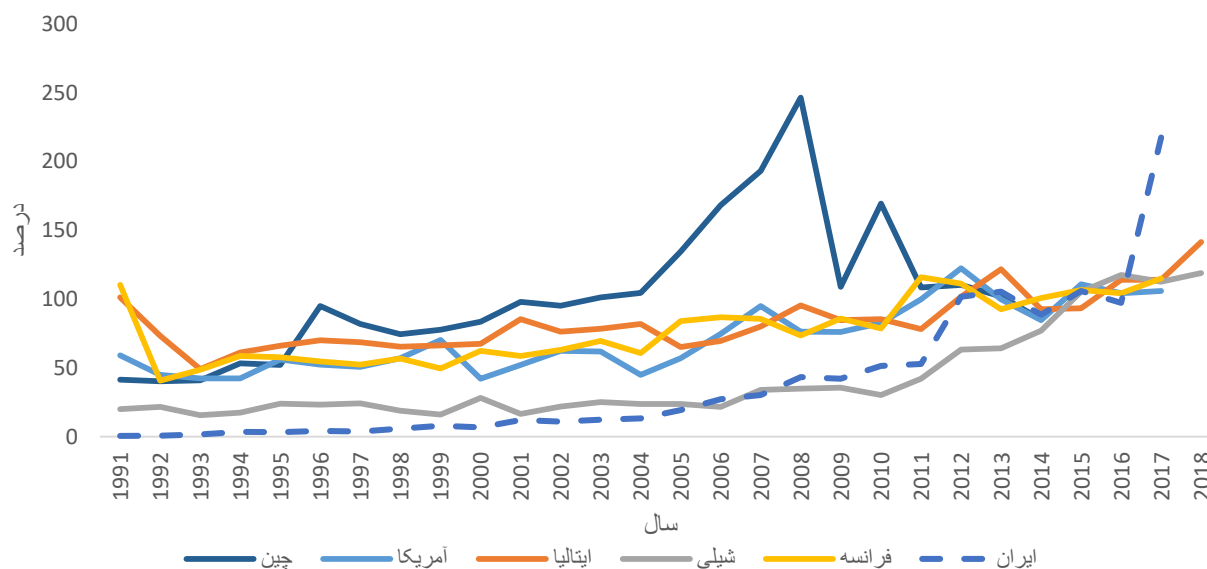
منبع: ITC, 2020 و نتایج پژوهش

۵-۹- بررسی روند تغییر شاخص قیمت تولیدکننده سیب در ایران و کشورهای رقیب به عنوان نماینده هزینه

تولید سیب

۹-۱-۵- تحلیل روند شاخص قیمت تولیدکننده در ایران و کشورهای صادرکننده سیب

شاخص قیمت تولیدکننده (به قیمت ثابت ۲۰۱۵-۲۰۱۴) طی سال‌های ۲۰۰۱ تا ۲۰۱۸ روند کاملاً صعودی داشته است که این مقدار از سال ۲۰۱۱ به بعد افزایش قابل توجهی داشته است. توجه به این نکته لازم است که مقدار مطلق شاخص قیمت تولیدکننده وقتی در ایران بیشتر (کمتر) از کشوری دیگر است به این معنی است که در آن سال نسبت به سال پایه، تورم در سطح تولیدکننده سیب در ایران بیشتر از تورم در کشور دیگر در همان سال (نسبت به سال پایه) بوده است. اما نکته مهمتر، مطلق شاخص نیست بلکه توجه به این نکته است که روند شاخص قیمت در ایران همواره صعودی بوده بویژه بعد از سال ۲۰۱۰ نسبت به تمام کشورهای صادرکننده اصلی حاضر در بازار جهانی محصول سیب، ایران روندی فزاینده در شاخص قیمت را تجربه کرده است. این در حالی است که سایر کشورهای اصلی صادرکننده (به جز چین) سیب، با روندی مشابه یکدیگر، حول میانگینی ثابت در حال نوسان هستند. همین روند تورمی در تولید، موجب کاهش قدرت رقابت‌پذیری تولیدکنندگان ایران در مقایسه با رقبای خواهد شد. از سال ۲۰۱۰ علاوه بر اجرای قانون هدفمندی یارانه‌ها، بویژه از سال ۲۰۱۲ به بعد تشدید تحریم‌های بین‌المللی نیز علیه ایران وجود داشته که می‌تواند بر قیمت تمام شده محصول با کاهش یارانه‌های حمایتی و گران شدن واردات نهاده‌های تولیدی اثرگذار بوده باشد. هرچند از نمودار ۹ نمی‌توان به علت یک روند رسید و تنها توضیح روند مد نظر است.

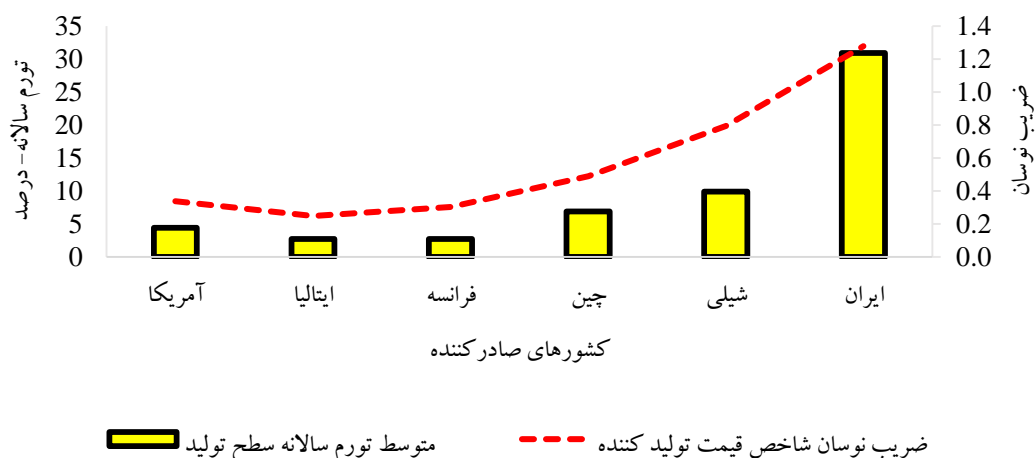


نمودار ۹-۵-۹- روند شاخص قیمت تولیدکننده در ایران و بزرگترین صادرکنندگان جهانی (منبع: FAO, 2020)

۹-۲-۵- بررسی و مقایسه میانگین تورم سالانه تولید و نوسان شاخص قیمت تولیدکننده

نتایج بررسی و مقایسه میانگین تورم سالانه تولید و نوسان شاخص قیمت نشان می‌دهد که در قایسه با صادرکنندگان اصلی سیب در جهان، ایران در تولید سیب علاوه بر اینکه بیشترین رشد شاخص قیمتی و تورم در رح تولیدکننده را تجربه کرده، همزمان بیشترین

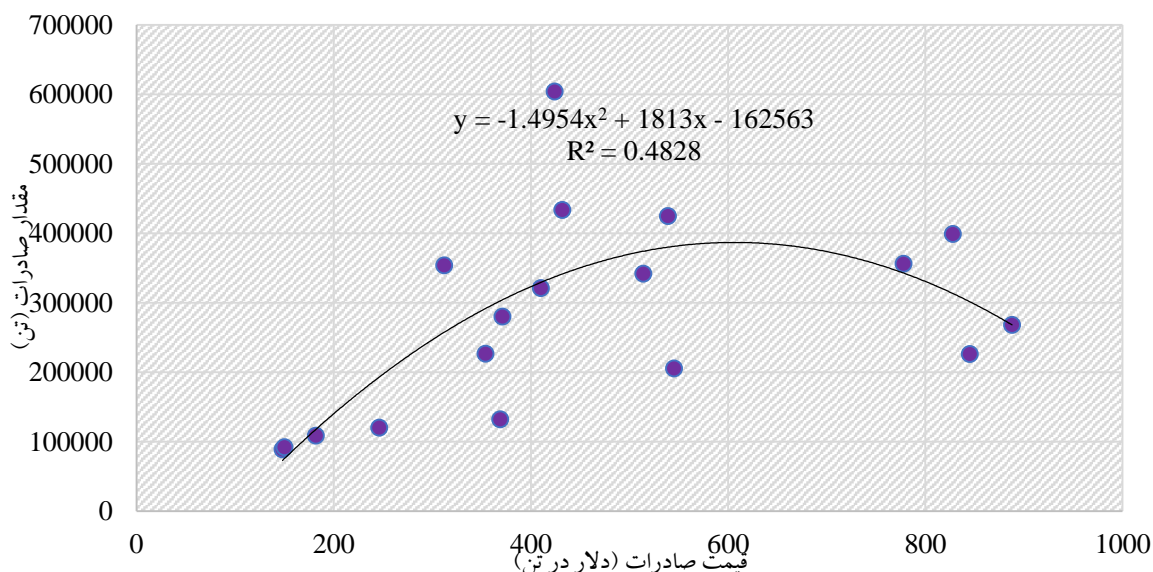
ریسک قیمتی در سطح تولید را نیز به خود اختصاص داده و این دو مورد بطور همزمان منجر به چالش‌های اساسی در سطح تولید سیب در ایران خواهد شد که همین چالش به صادرات نیز می‌تواند انتقال یابد.



نمودار ۱۰-۵- میانگین تورم سالانه و شاخص نوسان قیمت تولیدکننده (منبع: FAO, 2020 و یافته‌های پژوهش)

۱۰-۵- بررسی ارتباط بین مقادیر صادراتی ایران و قیمت‌های صادراتی در بازارهای جهانی سیب

همانگونه که نمودار ۱۱-۵ نشان می‌دهد، ارتباط بین قیمت و مقدار صادراتی ایران در بازارهای جهانی به طور کلی روندی مشخص صعودی و یا نزولی نیست. در قیمت‌های بالاتر صادراتی ارتباط بین مقادیر صادرات و قیمت صادراتی نزولی شده است. لذا تا یک سطحی از افزایش قیمت‌ها، عرضه صادراتی ایران افزایش یافته و در ادامه با تداوم افزایش قیمت‌ها، مقادیر صادراتی ایران روندی کاهشی یافته است. لذا صادرکننده لازم است به تداوم روند افزایشی قیمت‌ها در بازارهای هدف را با احتیاط رصد نماید که همانگونه که در ادامه بیان خواهد شد، این احتیاط به دلیل رفتار قیمتی رقبا در بازارهای هدف خواهد بود.



نمودار ۵-۱۱- ارتباط بین قیمت صادراتی و مقدار صادرات سیب ایران

۵-۱۱- بررسی جایگاه ایران در بازارهای اصلی واردکننده سیب و تحلیل مقایسه‌ای قیمت صادراتی ایران در مقابل رقبا در این بازارها

در ادامه بزرگترین کشورهای واردکننده سیب در جهان طی دو سال ۲۰۱۷ و ۲۰۱۸ مورد بررسی قرار گرفت. نتایج نشان داد که ایران در سال ۲۰۱۷ تنها در چهار کشور از مجموع ۱۰ کشور واردکننده اصلی حضور داشته است. جایگاه ایران در روسیه در سال ۲۰۱۷ از لحاظ ارزشی، مقداری و قیمتی به ترتیب ۸، ۷ و ۲۲ می‌باشد. نکته مهم اینکه در سال ۲۰۱۷ روسیه به جمع بازارهای هدف ایران پیوسته است. جایگاه ایران در آلمان از لحاظ ارزشی ۳۸، قیمتی ۱۶ و مقداری ۳۸ است. جایگاه ایران در هند از لحاظ ارزشی ۱۱، قیمتی ۲۰ و مقداری ۹ بوده و جایگاه ایران در عراق نیز از لحاظ ارزشی ۱، قیمتی ۹ و مقداری ۱ می‌باشد.

در سال ۲۰۱۸ نیز مشخص است که جایگاه ایران در آلمان تنزل داشته است. این جایگاه در روسیه به لحاظ ارزش صادراتی همچنان در رتبه ۸ و در مقادیر صادراتی به رتبه ۶ و به لحاظ قیمت صادراتی به رتبه ۲۱ رسیده است. این در حالی است که ایران از لحاظ قیمتی تنزل جایگاه را در روسیه داشته و لذا این افت جایگاه قیمتی را نمی‌توان نقطه ضعفی برای صادرکننده ایرانی دانست. در واقع صادرکننده ایرانی با کاهش جایگاه قیمتی در روسیه به نفوذ بیشتر در بازار روسیه رسیده است. جایگاه ایران در هند نیز از لحاظ مقداری و ارزشی صادرات بهبود یافته و به رتبه ۴ رسیده که نشان از نفوذ صادرکننده ایرانی در بازار هند در سال ۲۰۱۸ دارد و نهایتاً جایگاه ایران در عراق تفاوت چندانی نسبت به سال ۲۰۱۷ نداشته است.

اما به عنوان یک جمع‌بندی در این قسمت، همانگونه که بیان شد، ایران از بین بازارهای اصلی وارداتی تنها در عراق جایگاه قابل توجهی داشته و حدود ۶۵ صادرات ایران در سال ۲۰۱۸ به و کشور عراق و افغانستان انجام شده که البته افغانستان جزو کشورهای بزرگ واردکننده در جهان مطرح نبوده است. البته این نتیجه به این معنی نیست که ایران می‌تواند در تمام کشورهای واردکننده

بررسی وضعیت صادرات محصولات منتخب کشاورزی ایران.....سیب

اصلی حضور داشته باشد اما می توان این چنین بیان کرد که عدم حضور ایران در بازارهای اصلی وارداتی خود می تواند بخشی از نوسان قیمت و مقداری صادراتی ایرانی را به همراه داشته باشد. همچنین مشخص است تداوم و توسعه حضور ایران در بازاری مانند روسیه جهت تنوع بخشی به بازارهای صادراتی ضرورت خواهد داشت.

جدول ۴-۱۱- جایگاه ایران در کشورهای واردکننده اصلی سیب

جایگاه قیمت صادراتی ایران		جایگاه مقدار صادرات ایران		جایگاه ارزش صادرات ایران		بزرگترین واردکنندگان
۲۰۱۸	۲۰۱۷	۲۰۱۸	۲۰۱۷	۲۰۱۸	۲۰۱۷	
۲۱	۲۲	۶	۷	۸	۸	روسیه
۲۶	۱۶	۴۴	۳۸	۴۵	۳۸	آلمان
*	*	*	*	*	*	انگلستان
*	*	*	*	*	*	هلند
۲۲	۲۰	۴	۹	۴	۱۱	هند
*	*	*	*	*	*	مکزیک
۸	۹	۱	۱	۱	۱	عراق
*	*	*	*	*	*	کانادا
*	*	*	*	*	*	بنگلادش
*	*	*	*	*	*	بلاروس

منبع: ITC, 2020 و نتایج پژوهش * جزو کشورهای هدف ایران نبوده است

۵-۱۲- بررسی جایگاه ایران در بازارهای هدف خود و تحلیل مقایسه‌ای قیمت صادراتی سیب ایران در مقابل رقبا در این بازارها

مطابق جدول ۵-۱۲، بررسی جایگاه ایران و رقبا در سال‌های ۲۰۱۶، ۲۰۱۷ و ۲۰۱۸ در بازارها هدف اصلی ایران انجام گرفت. نتایج در سال ۲۰۱۶ نشان می‌دهد که ایران در بازار عراق ۵۷ درصد سهم داشته و بعد از ایران ترکیه دومین کشور صادرکننده به عراق بوده که کمتر از ۳۸ درصد بازار عراق را در اختیار داشته و سایر کشورها سهم خاصی در بازار عراق نداشتند. مشخص است که به‌حافظ قیمتی نیز ایران از بزرگترین رقیب خود ر جایگاه مناسب‌تری بوده است. هرچند با توجه به قیمت‌های پایین ترکیه ر بازار عراق لازم است رفتار قیمتی و سهم این کشور در بازار عراق همواره مورد رصد صادرکننده ایرانی قرار گیرد چرا که امکان جایگزینی صادرات ایران با سیب ترکیه با توجه به این قیمت‌ها وجود دارد.

در افغانستان نیز مشخص است که بیش از ۹۹ درصد بازار در اختیار ایران بوده و عملاً ایران در این سال رقیبی در افغانستان نداشته است و لذا نمی توان قیمت سایر کشورهای صادرکننده به افغانستان که سهم بسیار اندکی دارند را با قیمت‌های ایران در این بازار مقایسه نمود.

ایران هرچند در پاکستان نسبت به رقبای خود قیمت پایین تری داشته اما توجه شود که ایران با قیمت پایین خود بیش از ۷۷ درصد بازار پاکستان را به خود اختصاص داده بود و چین دومین کشور صادرکننده به پاکستان تنها حدود ۱۳ درصد و نیوزلند تنها ۵ درصد سهم داشته اند. لذا قیمت‌های پایین تر ایران در پاکسان را نمی توان چالشی پیش روی صادرات سیب ایرانی به این کشور دانست. هرچند می توان روی کاهش اختلاف قیمتی ایران با رقبا در بازار پاکستان برنامه ریزی نمود.

در ترکمنستان هم ایران حدود ۹۴ درصد بازار را در اختیار داشته و عملاً رقیبی در این بازار نداشته است. لذا نمی توان قیمت ایران در ترکمنستان را با قیمت سایر کشورهای حاضر در این کشور که سهم ناچیزی از بازار ترکمنستان داشته اند، مقایسه نمود. در واقع در این کشور نیز قیمت‌های پایین تر ایران منجر به نفوذ بیشتر در بازار ترکمنستان شده است.

در مورد بازار امارات، رقابت قابل توجهی بین کشورهای غیر از ایران ملاحظه می شود. در واقع فرانسه پس از ایران سهم کمتر از ۱۳ درصد داشته و چهار کشور دیگر سهم ۱۱ تا ۹ درصدی داشته اند. علت قیمت پایین ایران هم احتمالاً به این موضع بر می گردد که امارات مقصد نهایی بخش مهمی از سیب ایرانی نبوده و این کشور پل صادراتی ایران برای ایران تلقی می شده است.

بررسی وضعیت صادرات محصولات منتخب کشاورزی ایران.....سیب

جدول ۵-۱۲- جایگاه ایران در مقایسه با رقبای مهم ترین بازارهای هدف خود در سال ۲۰۱۶

سهم از صادرات ایران (درصد)	سهم ایران (درصد)	قیمت رقبا در ۵ کشور هدف ایران در سال ۲۰۱۶ (دلار/تن)					رتبه قیمت صادراتی ایران	قیمت صادراتی ایران	رتبه مقدار صادرات ایران	مقدار صادرات ایران	بازار هدف
۳۹,۲	۵۷	مقدونیه	کویت	یونان	ایتالیا	ترکیه	۱۱	۳۲۹	۱	۱۳۸۸۲۱	عراق
		۲۵۲	۲۲۳	۴۱۶	۵۹۰	۲۳۵					
۲۶	۹۹,۶	---	---	لیتوانی	ترکیه	امارات	۵	۲۹۹	۱	۹۲۰۳۰	افغانستان
		---	---	۵۰۰	۳۹۴	۱۰۷۹					
۱۱,۳	۷۷,۱	ایتالیا	اسپانیا	امارات	نیوزلند	چین	۸	۲۸۱	۱	۴۰۰۵۴	پاکستان
		۱۰۶۹	۷۰۷	۵۴۴	۱۳۰۳	۱۲۱۸					
۱۰,۸	۹۳,۶	---	---	---	امارات	ترکیه	۴	۲۹۰	۱	۳۸۵۲۵	ترکمنستان
		---	---	---	۱۱۲۴	۶۲۲					
۹	۱۵,۵	نیوزلند	آفریقای جنوبی	ایتالیا	آمریکا	فرانسه	۳۸	۳۲۹	۱	۳۱۷۴۹	امارات
		۱۲۶۲	۸۳۷	۱۰۲۸	۱۰۸۴	۱۰۸۷					

منبع: ITC, 2020 و نتایج پژوهش

اما بررسی بازارهای هدف ایران در سال ۲۰۱۷ بیانگر آن است که ایران در همه کشورهای هدف صادراتی خود رتبه اول مقدار صادراتی در محصول سیب داشته است. در این سال نیز ایران سهم حدود ۶۱ درصدی در بازار عراق داشته و بعد از ایران ترکیه دومین کشور صادرکننده به عراق بوده که بازهم کمتر از ۳۸ درصد بازار عراق را در اختیار داشته و سایر کشورها سهم خاصی در بازار عراق نداشتند. مشخص است که همچنان ایران از تنها رقیب خود در عراق (یعنی ترکیه) قیمت بالاتری را نصیب خود کرده است.

در افغانستان نیز مشخص است که بیش از ۹۸ درصد بازار در اختیار ایران بوده و عملاً ایران در این سال نیز رقیبی در افغانستان نداشته و لذا نمی توان قیمت سایر کشورها را با قیمت ایران در افغانستان مقایسه نمود.

ایران با قیمت پایین خود حدود ۶۸ درصد بازار پاکستان را به خود اختصاص داده بود و چین دومین کشور صادرکننده به پاکستان با قیمت بالای خود تنها حدود ۲۲ درصد و نیوزلند تنها ۶ درصد سهم از بازار داشته اند. لذا همچنان نمی توان قیمت پایین تر ایران در پاکستان را به عنوان ضعف فرایند صادرات ایران تلقی نمود.

ایران در ترکمنستان نیز حدود ۸۵ درصد بازار ترکمنستان را به خود اختصاص داده بود و ترکیه دومین کشور صادرکننده خود ۷ درصد سهم داشته و عملاً سایر کشورها رقیب ایران نمی باشند. این در حالی است که قیمت صادراتی ایران نزدیک قیمت صادراتی ترکیه بوده است. در مورد امارات نیز تفسیری مشابه سال ۲۰۱۶ در سال ۲۰۱۷ نیز برقرار بوده است.

جدول ۵-۱۳- جایگاه ایران در مقایسه با رقبای مهم ترین بازارهای هدف خود در سال ۲۰۱۷

بررسی وضعیت صادرات محصولات منتخب کشاورزی ایران.....سیب

بازار هدف	مقدار صادرات ایران	رتبه مقدار صادرات ایران	قیمت صادراتی ایران	رتبه قیمت صادراتی ایران	قیمت رقبا در ۵ کشور هدف ایران در سال ۲۰۱۷ (دلار/تن)			سهم ایران (درصد)	سهم از صادرات ایران (درصد)
عراق	۲۲۷۹۶۵	۱	۳۹۷	۹	ترکیه	ایتالیا	کویت	یونان	امارات
					۲۱۳	۵۹۶	۲۶۶	۵۳۰	۹۶۳
افغانستان	۱۸۱۵۹۰	۱	۴۲۹	۷	امارات	ترکیه	ایتالیا	چین	گرجستان
					۱۲۳۱	۳۴۷	۶۵۲	۱۴۸۸	۴۵۵
پاکستان	۵۴۹۳۴	۱	۴۷۴	۶	چین	نیوزلند	ترکیه	امارات	ایتالیا
					۱۳۳۸	۱۳۰۶	۴۴۱	۳۶۷	۱۱۹۵
ترکمنستان	۴۲۳۱۳	۱	۴۸۱	۴	ترکیه	آذربایجان	ازبکستان	گرجستان	امارات
					۵۰۰	۳۹۶	۶۵۳	۳۰۲	۱۴۰۹
امارات	۴۱۴۲۴	۱	۳۹۹	۳۵	آمریکا	نیوزلند	چین	فرانسه	ایتالیا
					۹۷۲	۱۱۹۱	۱۳۷۶	۱۱۹۱	۱۰۶۲

منبع: ITC, 2020 و نتایج پژوهش

در نهایت در سال ۲۰۱۸ نتایج نشان می‌دهد که عراق، افغانستان، روسیه، ترکمنستان و امارات بازارهای هدف اصلی ایران بوده‌اند و ایران در همه این کشورها به جز روسیه از لحاظ مقادیر صادراتی رتبه اول را داشته است.

همچنان ایران در بازار عراق رتبه اول صادرات را داشته و سهم ۶۲,۳ درصدی از بازار این کشور را در اختیار داشته است. بعد از ایران ترکیه دومین کشور صادرکننده به عراق بوده که حدود ۳۴ درصد بازار عراق را در اختیار داشته و سایر کشورها سهم خاصی در بازار عراق نداشتند. مشخص است که قیمت ایران در بازار عراق نسبت به ترکیه بیشتر بوده و لذا بازار عراق همچنان به عنوان بازار مطلوب صادرکننده ایرانی مطرح است.

اما بازار روسیه به عنوان بازاری نوین برای صادرکننده ایرانی مطرح بوده که ایران توانسته در سال ۲۰۱۸ معادل ۵,۱ درصد بازار این کشور را در اختیار بگیرد. مولداوی با حدود ۳۰ درصد رتبه اول را در بازار روسیه داشته و چین و صربستان هر یک سهم حدود ۱۵ درصد، آذربایجان و بلاروس نیز به ترتیب ۹,۸ و ۶,۵ درصد سهم داشته‌اند. با توجه به عدم نفوذ مناسب ایران در بازار روسیه، قیمت بالای ایران در روسیه را نمی‌توان مزیتی برای صادرات ایرانی دانست بویژه اینکه کشورهای رقیب ایران در روسیه علاوه بر اینکه ارتباط اقتصادی بیشتری با روسیه دارند، با قیمت پایین تری (غیر از چین و صربستان) نیز در بازار روسیه حضور دارند.

ایران در ترکمنستان نیز مشابه سالهای قبل سهم بیش از ۸۴ درصدی داشته و سایر کشورها رقیب جدی ایران تلقی نمی‌شوند. هرچند مشخص است که سهم ایران در بازار ترکمنستان اندکی روند نزولی یافته که لازم است به الگوی صادراتی مهمترین رقیب ایران یعنی ترکیه توجه بیشتری در بازار ترکمنستان در سالهای آتی شود. تحلیل در مورد امارات مشابه سالهای قبل بوده با این تفاوت که قیمت صادراتی ایران در این سال بیش از قیمت صادراتی در سالهای قبل بوده است. بطوریکه در سال ۲۰۱۸ قیمت صادراتی ایران در امارات نسبت به سال ۲۰۱۷ حدود ۷۱ درصد رشد داشته است.

بررسی وضعیت صادرات محصولات منتخب کشاورزی ایران.....سیب

جدول ۵-۱۴- جایگاه ایران در مقایسه با رقبای مهم ترین بازارهای هدف خود در سال ۲۰۱۸

بازار هدف	مقدار صادرات ایران-تن	رتبه مقدار صادرات ایران	قیمت صادراتی ایران	رتبه قیمت صادراتی ایران	قیمت رقبا در ۵ کشور هدف ایران در سال ۲۰۱۷ (دلار/تن)	سهم ایران صادرات (درصد)	سهم از صادرات ایران (درصد)
عراق	۱۷۰۵۴۲	۱	۵۴۲	۸	ترکیه ۱۸۶، کویت ۱۷۱، امارات ۱۳۴۳، آذربایجان ۴۳۴، لبنان ۲۰۴	۶۲,۳	۴۰,۱
افغانستان	۱۰۲۹۹۸	۱	۵۲۱	۷	چین ۱۳۶۸، امارات ۱۵۸۶، نیوزلند ۱۲۹۵، ترکیه ۹۴۶، ایتالیا ۱۰۲۴	۹۷,۲	۲۴,۲
روسیه	۴۲۰۰۹	۶	۵۰۲	۲۱	مولداوی ۲۱۹، چین ۹۸۲، صربستان ۷۴۳، آذربایجان ۴۱۹، بلاروس ۲۸۰	۵,۱	۹,۸
ترکمنستان	۲۸۴۴۰	۱	۵۶۰	۳	ترکیه ۸۴۰، آذربایجان ۳۲۶	۸۴,۲	۶,۶۹
امارات	۲۸۳۸۳	۱	۶۸۲	۳۲	آمریکا ۱۰۴۵، نیوزلند ۱۲۴۳، چین ۱۲۵۴، ایتالیا ۱۰۸۵، فرانسه ۱۲۳۳	۱۸,۷	۶,۶۷

منبع: ITC, 2020 و نتایج پژوهش

۵-۱۳- بررسی روند تغییر کشورهای هدف سیب ایران و مقایسه با رقبای

همانگونه که در شکل های ۵-۱ تا ۵-۸ مشخص است، بازار صادراتی ایران در سال ۲۰۰۱ عمدتاً شامل عراق، امارات و عربستان بوده است و از سال ۲۰۰۵ قزاقستان نیز به یکی از کشورهای هدف اصلی تبدیل شده است. همچنین در دو دهه گذشته تعداد کشورهای هدف ایران روند افزایشی داشته است و در سال های اخیر روسیه، هند و اکراین نیز به مشتریان سیب ایران اضافه شده اند. اما آنچه مشخص است کشورهای هدف اصلی ایران همچنان دو کشور عراق و افغانستان بوده که همانگونه که قبلاً بیان شد در سال ۲۰۱۶، ۲۰۱۷ و ۲۰۱۸ در مجموع به ترتیب ۶۵/۲، ۶۷/۷ و ۶۴/۳ درصد صادرات ایران به این دو کشور انجام گرفته است. بطور کلی ایران بازار پاکستان را از دست داد و یکی از دلایل آن افزایش تعرفه وارداتی پاکستان برای ایران بوده که منجر به صادرات ایران به افغانستان و از آنجا صادرات به پاکستان توسط تجار افغان شد. مقادیر صادرات سیب ایران به روسیه از سال ۲۰۱۷ توسعه یافت و در سال ۲۰۱۸ رشد ۹۰ درصدی نسبت به سال ۲۰۱۷ داشته و در همین دو سال رشد ارزش صادرات سیب ایران به روسیه رشد ۸۷ درصدی یافت.

ایران غیر از عراق و افغانستان، حضور مناسبی در بازارهای ترکمنستان داشته است. با تداوم رون رو به رشد صادرات ایران در کشورهایمانند روسیه می توان به تنوع سبب صادراتی سیب ایران در سال های آتی امید داشت.

بررسی وضعیت صادرات محصولات منتخب کشاورزی ایران.....سیب

List of importing markets for a product exported by Iran, Islamic Republic of in 2001
Product : 080810 Fresh apples



شکل ۵-۱- نقشه کشورهای هدف ایران در سال ۲۰۰۱ (منبع: ITC, 2020)

List of importing markets for a product exported by Iran, Islamic Republic of in 2005
Product : 080810 Fresh apples



شکل ۵-۲- نقشه کشورهای هدف ایران در سال ۲۰۰۵ (منبع: ITC, 2020)

List of importing markets for a product exported by Iran, Islamic Republic of in 2010

Product : 080810 Fresh apples



شکل ۳-۵- نقشه کشورهای هدف ایران در سال ۲۰۱۰ (منبع: ITC, 2020)

List of importing markets for a product exported by Iran, Islamic Republic of in 2012

Product : 080810 Fresh apples



شکل ۴-۵- نقشه کشورهای هدف ایران در سال ۲۰۱۲ (منبع: ITC, 2020)

List of importing markets for a product exported by Iran, Islamic Republic of in 2014
Product : 080810 Fresh apples



شکل ۵-۵- نقشه کشورهای هدف ایران در سال ۲۰۱۴ (منبع: ITC, 2020)

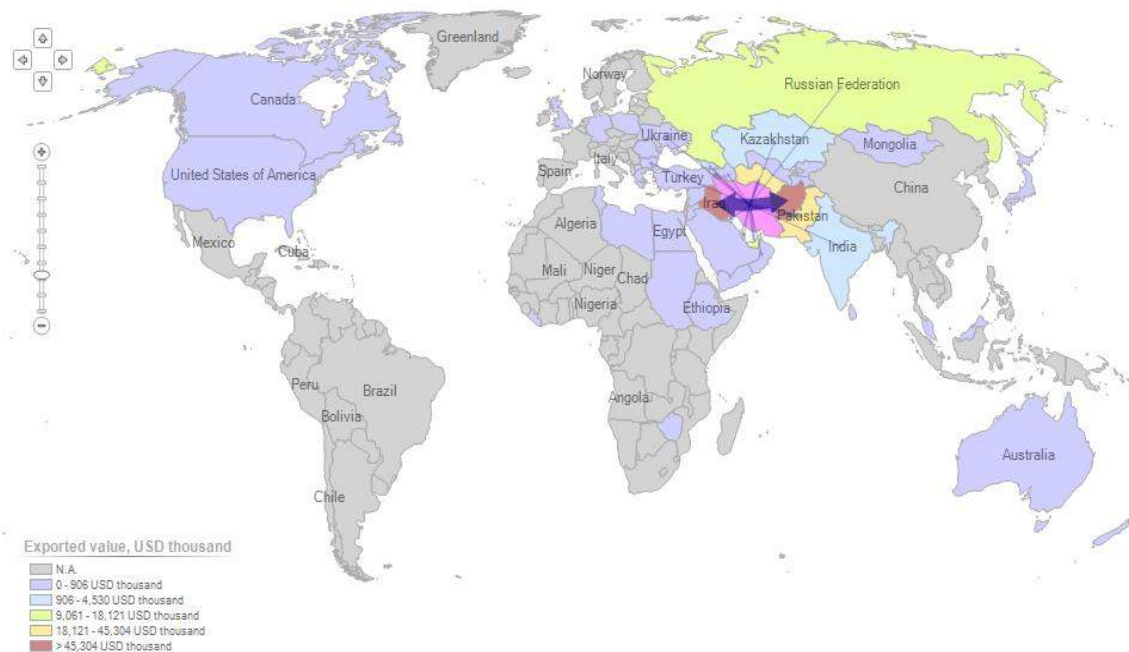
List of importing markets for a product exported by Iran, Islamic Republic of in 2016
Product : 080810 Fresh apples



شکل ۶-۵- نقشه کشورهای هدف ایران در سال ۲۰۱۶ (منبع: ITC, 2020)

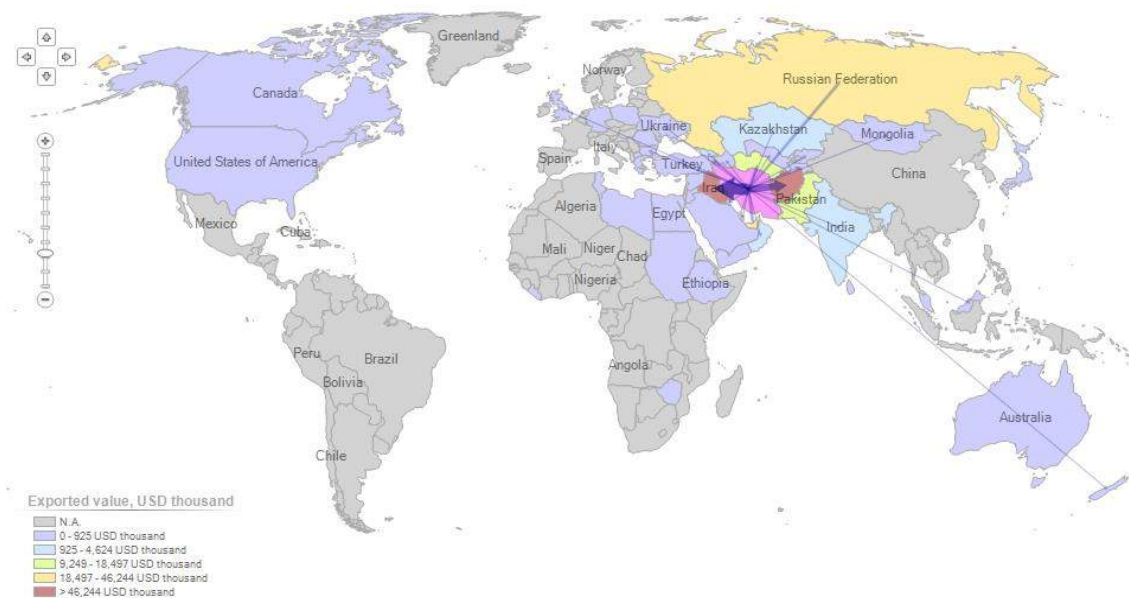
بررسی وضعیت صادرات محصولات منتخب کشاورزی ایران.....سیب

List of importing markets for a product exported by Iran, Islamic Republic of in 2017
Product : 080810 Fresh apples



شکل ۵-۷- نقشه کشورهای هدف ایران در سال ۲۰۱۷ (منبع: ITC, 2020)

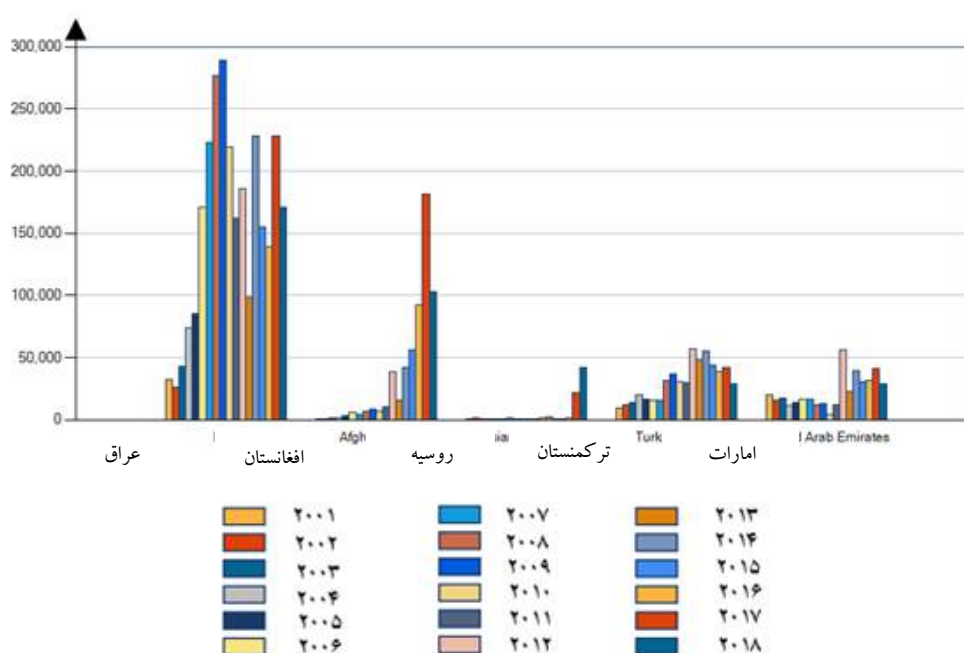
List of importing markets for a product exported by Iran, Islamic Republic of in 2018
Product : 080810 Fresh apples



شکل ۵-۸- نقشه کشورهای هدف ایران در سال ۲۰۱۸ (منبع: ITC, 2020)

۵-۱۴- بررسی روند کلی تغییر سهم کشورهای هدف صادراتی سیب ایران

باتوجه به نمودار ۵-۱۲، به طور میانگین بیش از ۶۰ درصد صادرات ایران از سال‌های ۲۰۰۱ تا ۲۰۱۸ به کشور اول صادراتی ایران یعنی عراق اختصاص یافته، مشخص است که عراق به عنوان بزرگترین بازار هدف سیب ایران همواره مطرح بوده است اما سهم سایر کشورهای هدف اندک و همراه با نوسان بوده است. هرچند ملاحظه می‌شود که ارزش صادراتی ایران در عراق تا سال ۲۰۰۹ روندی کاملاً صعودی داشته پس از آن این روند نزولی شده و مجدداً در سال‌های ۲۰۱۷ و ۲۰۱۸ این سهم افزایشی بوده است. روند ارزش صادراتی در افغانستان مشخص است که صعودی بوده و در ترکمنستان در سال‌های اخیر این روند نزولی شده است. در روسیه نیز به عنوان بازار نوظهور ایران در سال ۲۰۱۷ و بویژه ۲۰۱۸ ارزش‌های صادراتی افزایش یافته است.

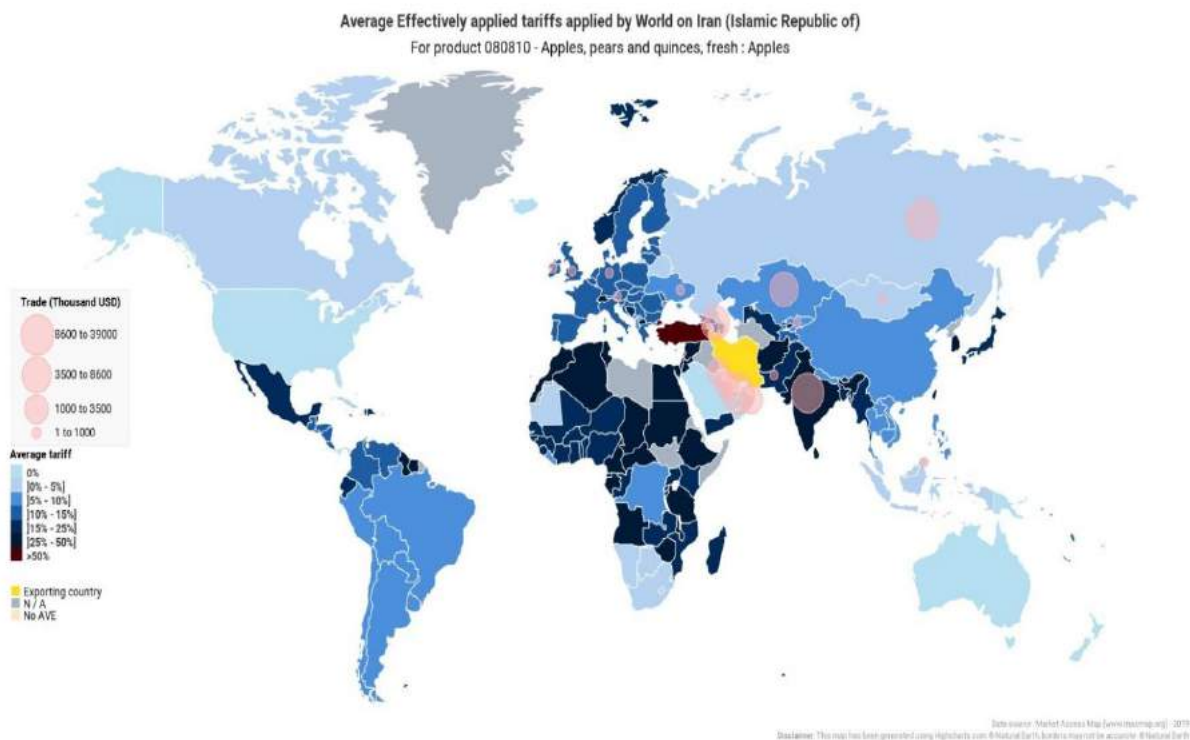


نمودار ۵-۱۲- تداوم بازار سیب صادراتی در کشورهای هدف ایران (منبع: ITC, 2020)

۵-۱۵- نقشه تعرفه وارداتی در کشورهای هدف ایران

بررسی نقشه‌های تعرفه وارداتی در شکل ۶-۹ و مقایسه با وضعیت رقبا نشان می‌دهد که از بین مهمترین کشورهای که به روسیه صادرات انجام می‌دهند، شرایط تعرفه ای ایران مشابه کشورهای رقیب آرژانتین، شیلی و چین بوده (تعرفه ۴,۷۷ درصدی) اما تعرفه بازارهای روسیه برای آذربایجان و مولداوی صفر در نظر گرفته شده است. روسیه، آذربایجان و مولداوی تحت اتحادیه کشورهای مستقل مشترک‌المنافع (به اختصار C.I.S.) و تحت برنامه شراکت شرقی (Eastern Partnership) تجارت می‌کنند. مهمترین رقیب ایران در افغانستان، چین بوده که نرخ تعرفه برای ایران و چین در بازار افغانستان مشابه بوده است (۴۰ درصد).

بررسی وضعیت صادرات محصولات منتخب کشاورزی ایران.....سیب

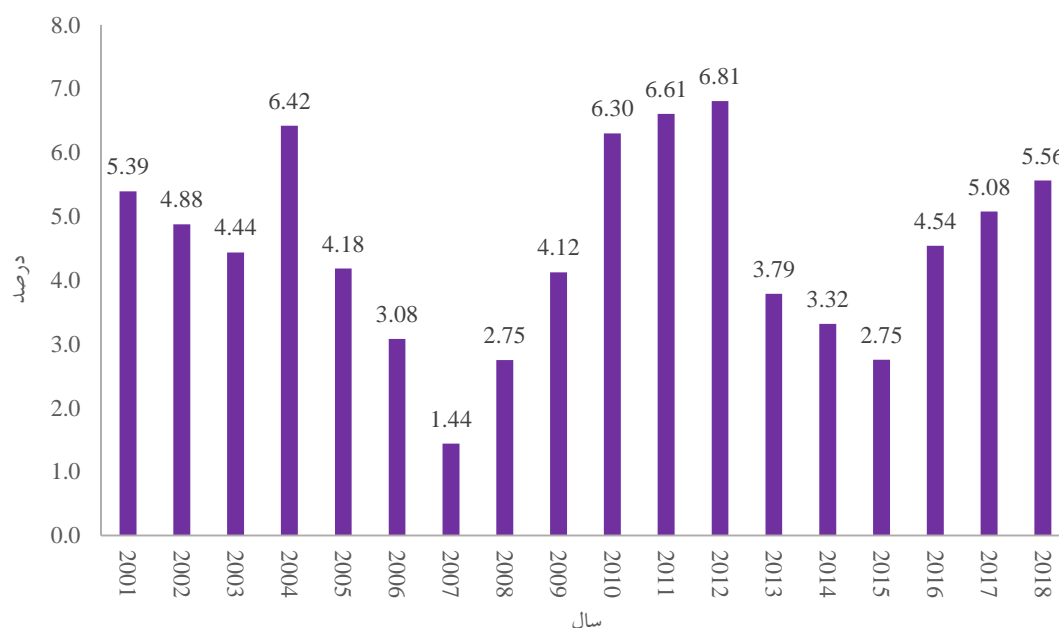


شکل ۵-۹- تعرفه کشورهای هدف در صادرات سیب ایران (منبع: ITC, 2020)

۶- زعفران

۶-۱- بررسی سهم زعفران در سبد صادراتی ایران

در ابتدای بحث لازم است سهم سبد صادراتی زعفران از سبد صادراتی بخش کشاورزی ایران مشخص شود. سهم این کد تعرفه از سبد صادراتی بخش کشاورزی، قابل توجه بوده و نکته مهم آن است که این سهم با یک رفتار نوسانی به شکل سینوسی همراه بوده و تا سال ۲۰۰۷ روند کلی نزولی داشته و پس از آن تا سال ۲۰۱۲ افزایش یافته و در ادامه مجدداً تا سال ۲۰۱۵ افت سهم از ارزش صادرات برای ایران رقم خود و سپس طی سال‌های ۲۰۱۵ تا ۲۰۱۸ این روند صعودی بوده است. بیشترین میزان این سهم ۶/۸۱ درصد در سال ۲۰۱۲ بوده و کمترین میزان آن ۱/۴۴ درصد در سال ۲۰۰۷ بوده است. در سال ۲۰۱۸ نیز این سهم معادل ۵/۵۶ درصد می‌باشد.

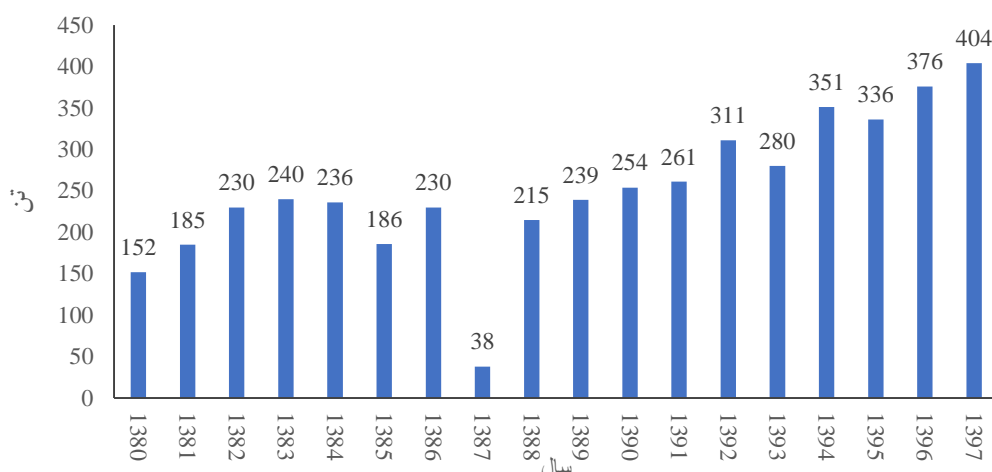


نمودار ۶-۱- روند سهم ارزشی صادرات زعفران از ارزش کل صادرات محصولات کشاورزی ایران
(منبع: ITC, 2020 و یافته‌های پژوهش)

۶-۲- بررسی روند مقدار تولید و صادرات زعفران ایران

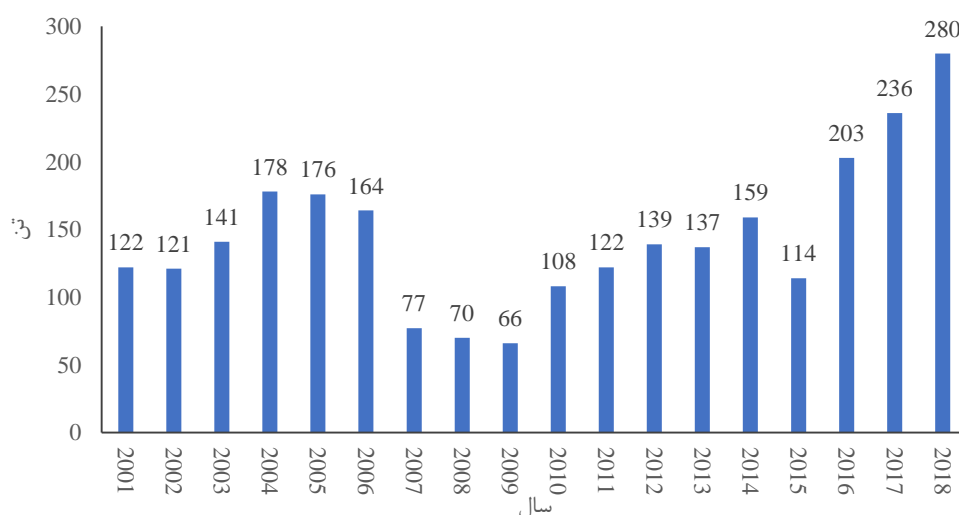
بررسی روند میزان تولید زعفران در ایران طی سال‌های ۱۳۸۰ تا ۱۳۹۷ در نمودار ۶-۲ نشان می‌دهد که روند کلی تولید هرچند صعودی بوده اما در سال ۱۳۸۷ به دلیل بروز خشکسالی و همزمان سرمازدگی، تولید زعفران در کشور افت ۸۳ درصدی داشته و

پس از آن مجدداً روند صعودی خود را دنبال کرده است. بطوریکه تولید در سال ۱۳۹۷ معادل ۴۰۴ تن بوده که نسبت به سال ۱۳۸۰ بیش از ۲/۶ برابر شده است.



نمودار ۶-۲- روند مقدار تولید زعفران ایران (وزارت جهاد کشاورزی، ۱۳۹۸)

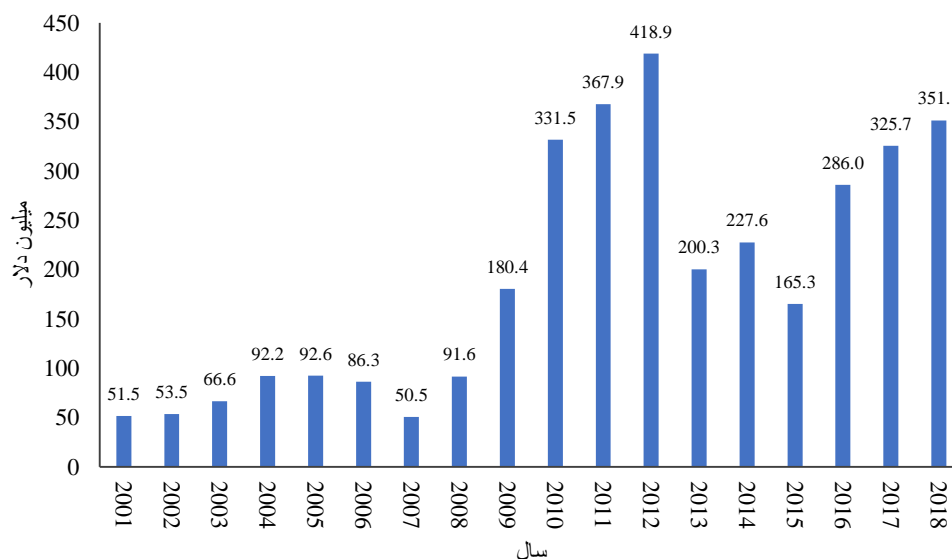
هرچند تولید زعفران در سال ۱۳۸۷ افت کرده، اما میزان صادرات زعفران از سال ۲۰۰۶ شروع شده و تا سال ۲۰۰۹ به کمترین میزان خود رسیده است و پس از آن روند صعودی را طی کرده تا اینکه در سال ۲۰۱۵ مجدداً افت میزان صادرات زعفران به اندازه حدود ۲۸ درصد افت کرده و در ادامه روند افزایشی یافته است. بطوریکه در سال ۲۰۱۸ مقایسه صادراتی نسبت به سال ۲۰۰۱ حدود ۲/۳ برابر شده است.



نمودار ۶-۳- روند مقدار صادرات زعفران ایران (منبع: ITC, 2020)

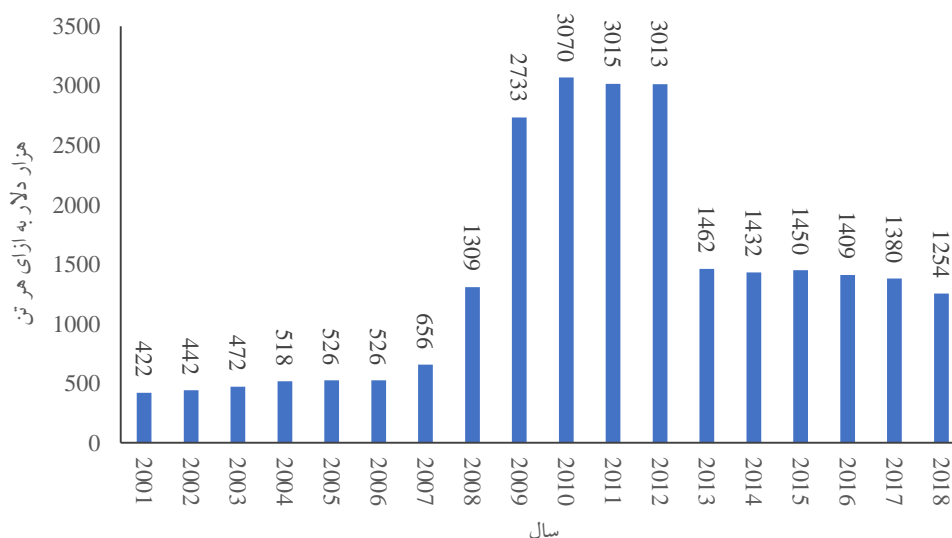
۶-۳- بررسی روند ارزش و قیمت صادرات زعفران

بررسی روند ارزش صادراتی زعفران نشان می‌دهد که طی سال‌های ۲۰۱۰ تا ۲۰۱۲ این ارزش‌ها افزایش چشمگیری داشته که به دلیلی افزایش قیمت متوسط جهانی زعفران بوده است. هرچند پس از سال ۲۰۱۲ و افت ارزش تا سال ۲۰۱۵، مجدداً پس از این سال رشد محسوسی یافته بطوریکه در سال ۲۰۱۸ با میزان ۳۵۱ میلیون دلار صادرات، ارزش صادراتی نسبت به سال ۲۰۰۱ حدود ۶/۸ برابر شده است.



نمودار ۶-۴- روند ارزش صادرات زعفران ایران (منبع: ITC, 2020)

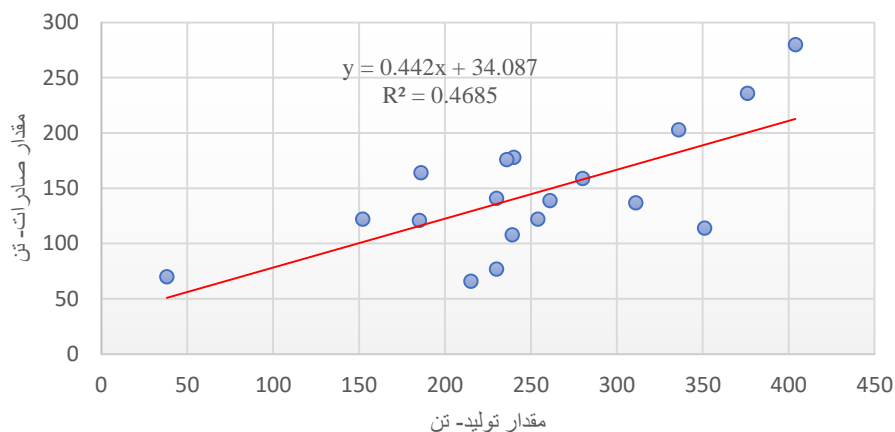
همانگونه که پیش‌تر بیان شد، قیمت صادراتی زعفران ایران در سال‌های ۲۰۰۹ تا ۲۰۱۲ افزایش یافته و پس از این سال و در سال ۲۰۱۳ به ازای هر تن ۱/۴۶ میلیون دلار بوده و پس از این به روند باثبات تری رسیده و پس از سال ۲۰۱۵ نیز روند نزولی یافته است. در سال ۲۰۱۸ قیمت صادراتی هر تن به ۱/۲۵ میلیون دلار رسید که نسبت به سال ۲۰۱۷ حدود ۹ درصد افت کرده است.



نمودار ۶-۵- روند قیمت صادرات زعفران ایران (منبع: ITC, 2020)

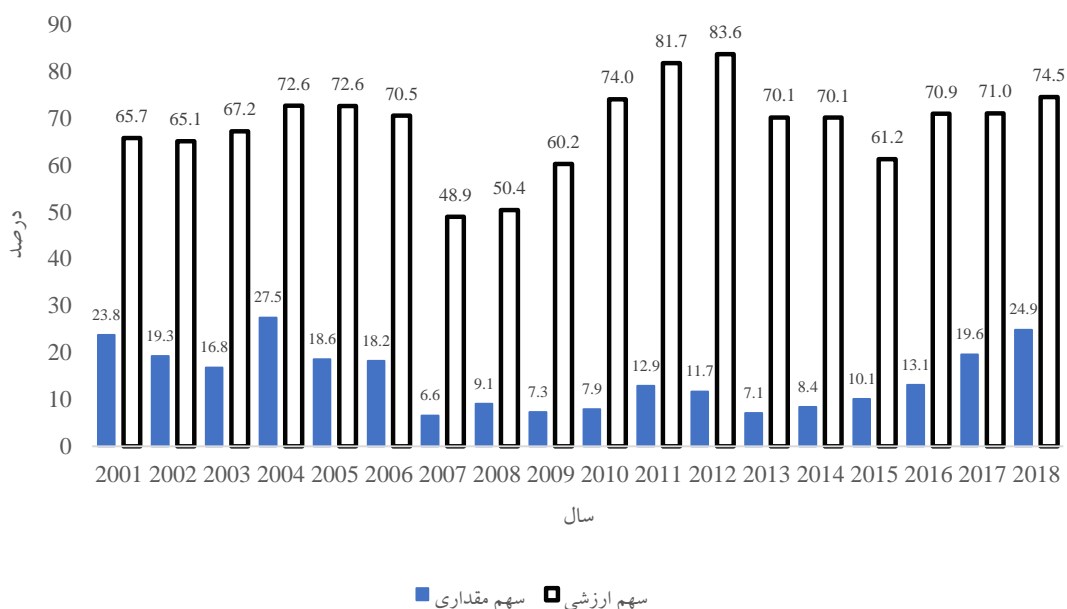
۶-۴- ارتباط بین مقدار صادرات و مقدار تولید زعفران

در نمودار ۶-۴ مشخص است که هرچند ارتباط مثبت بین تولید و صادرات زعفران ایرانی وجود داشته اما این دو از همبستگی بالایی برخوردار نیستند. هرچند که در سال‌های اخیر با افزایش تولید، مشخص است که ارتباط با میزان صادرات بیشتر شده است.



نمودار ۶-۶- ارتباط مقادیر تولید و صادرات زعفران ایران

مشخص است که سهم ارزشی زعفران ایران نسبت به سهم مقداری زعفران چشمگیرتر بوده بطوریکه در سال ۲۰۱۸ سهم مقداری صادرات زعفران ایران معادل ۲۵ درصد و سهم ارزشی ایران معادل ۷۴/۵ درصد می باشد. البته ایران هم در مقادیر و هم در ارزش صادراتی رتبه اول را در بازار جهانی داشته است.



نمودار ۶-۷- روند سهم مقداری و ارزشی صادرات زعفران ایران در جهان (منبع: ITC, 2020 و یافته‌های پژوهش)

۶-۵- بررسی وضعیت صادرکنندگان بزرگ زعفران و جایگاه ایران

بررسی مقدار صادراتی ۱۰ کشور اول صادراتی زعفران نشان می‌دهد که بزرگترین صادرکننده به لحاظ مقداری ایران بوده است. اسپانیا هرچند پیش از سال ۲۰۰۵ رتبه دوم مقادیر صادراتی را داشته اما پس از آن انگلستان و به تدریج چین جایگاه اسپانیا را تصاحب نمودند. برآورد ضریب نوسان نشان می‌دهد که بیشترین نوسان مقادیر صادراتی مربوط به لهستان و چک بوده و ایران نسبت به رقبای خود در بازارهای جهانی ریسک کمتری به لحاظ مقادیر صادراتی داشته است.

جدول ۶-۱- مقدار صادراتی ۱۰ کشور اصلی صادرکننده زعفران- تن

سال	جهان	ایران	چین	انگلستان	بنگلادش	اسپانیا	چک	آفریقای جنوبی	لهستان	امارات	هلند
۲۰۰۱	۵۱۳	۱۲۲	۵۱	۱۶	۰	۶۰	۰	۱	۰	***	۳
۲۰۰۲	۶۲۷	۱۲۱	۱۲	۴	۰	۷۰	۰	۳	۰	***	۴
۲۰۰۳	۸۳۹	۱۴۱	۷۹	۱۰	۰	۱۰۰	۰	۱	۰	***	۲
۲۰۰۴	۶۴۸	۱۷۸	۱۷	۶۱	۰	۹۹	۰	۱	۰	***	۱۳
۲۰۰۵	۹۴۸	۱۷۶	۳	۱۴۶	۱۶	۶۴	۰	۱	۰	۳۰	۱
۲۰۰۶	۸۹۹	۱۶۴	۹	۱۳۷	۳۴	۵۶	۰	۲	۰	***	۲
۲۰۰۷	۱۱۷۲	۷۷	۳۸	۲۱۰	۲۰	۵۳	۰	۲	۰	۲۹	۶
۲۰۰۸	۷۶۸	۷۰	۴	۱۶۰	۳۴	۷۰	۰	۴	۱	۸	۱۴
۲۰۰۹	۹۰۲	۶۶	۹۴	۱۱۶	۱۸	۴۳	۲	۲	۲	***	***
۲۰۱۰	۱۳۵۹	۱۰۸	۲۴۳	۱۹۵	۳۶	۸۲	۵	۵۲	۲	***	۳۴
۲۰۱۱	۹۴۳	۱۲۲	۲۲	۳۲۲	۲	۶۸	۳	۳۲	۱	***	۳۵
۲۰۱۲	۱۱۸۸	۱۳۹	۱۹	۲۰۶	۰	۱۶۷	۵	***	۰	۲۲	۲۸
۲۰۱۳	۱۹۱۸	۱۳۷	۳۵	۲۹۲	۰	۱۶۶	۹	***	۰	۲۵	۲۱
۲۰۱۴	۱۸۹۲	۱۵۹	۶۹	۱۲۱	***	۱۳۴	۱۴	***	۰	۱۳	۲۸
۲۰۱۵	۱۱۲۴	۱۱۴	۱۶۹	۱۱۷	۱۲۲	۵۶	۱۹	۸۸	۱	۲۱	۳۵
۲۰۱۶	۱۵۴۵	۲۰۳	۱۷۳	۱۸۶	۹۰	۷۶	۱۲	۶۹	۲	۱۴	۳۵
۲۰۱۷	۱۲۰۲	۲۳۶	۶۱	۱۴۲	۵۹	۱۲۵	۲۰	۴۶	۵	۳۰	۳۱
۲۰۱۸	۱۱۲۵	۲۸۰	۱۵۰	۱۱۹	۱۱۷	۷۹	۵۲	۲۸	۲۶	۲۵	۲۲
میانگین	۱۰۸۹,۶	۱۴۵,۲	۶۹,۳	۱۴۲,۲	۳۲,۲	۸۷,۱	۷,۸	۲۲,۱	۲,۲	۲۱,۷	۱۸,۵
ضریب نوسان	۰,۳۶	۰,۳۸	۱,۰۱	۰,۶۱	۱,۲۸	۰,۴۳	۱,۶۵	۱,۳۱	۲,۷۳	۰,۳۶	۰,۷۳

منبع: ITC, 2020 و یافته پژوهش

همچنین بررسی روند سهم مقادیر صادراتی نیز نشان می‌دهد که این سهم نیز در در مورد ایران بیش از سایر رقبا بوده است. هرچند بطور میانگین سهم مقادیر صادراتی انگلستان از چین بیشتر بوده اما در سال ۲۰۱۸ و برخی سال‌های گذشته، سهم مقادیر صادراتی چین از انگلستان بیشتر بوده است. نوسان سهم صادراتی ایران از رقبای اصلی خود در بازار زعفران مناسب‌تر بوده که نشان از ریسک صادراتی پایین‌تر سهم مقادیر صادراتی ایران در بازارهای جهانی است.

جدول ۶-۲- سهم مقدار صادراتی ۱۰ کشور اصلی صادرکننده زعفران-درصد

سال	ایران	چین	انگلستان	بنگلادش	اسپانیا	چک	آفریقای جنوبی	لهستان	امارات	هلند
۲۰۰۱	۲۳,۷۸	۹,۹۴	۳,۱۲	۰,۰۰	۱۱,۷۰	۰,۰۰	۰,۱۹	۰,۰۰	۰,۰۰	۰,۵۸
۲۰۰۲	۱۹,۳۰	۱,۹۱	۰,۶۴	۰,۰۰	۱۱,۱۶	۰,۰۰	۰,۴۸	۰,۰۰	۰,۰۰	۰,۶۴
۲۰۰۳	۱۶,۸۱	۹,۴۲	۱,۱۹	۰,۰۰	۱۱,۹۲	۰,۰۰	۰,۱۲	۰,۰۰	۰,۰۰	۰,۲۴
۲۰۰۴	۲۷,۴۷	۲,۶۲	۹,۴۱	۰,۰۰	۱۵,۲۸	۰,۰۰	۰,۱۵	۰,۰۰	۰,۰۰	۲,۰۱
۲۰۰۵	۱۸,۵۷	۰,۳۲	۱۵,۴۰	۱,۶۹	۶,۷۵	۰,۰۰	۰,۱۱	۰,۰۰	۳,۱۶	۰,۱۱

بررسی وضعیت صادرات محصولات منتخب کشاورزی ایران.....زعفران

۰,۲۲	۰,۰۰	۰,۰۰	۰,۲۲	۰,۰۰	۶,۲۳	۳,۷۸	۱۵,۲۴	۱,۰۰	۱۸,۲۴	۲۰۰۶
۰,۵۱	۲,۴۷	۰,۰۰	۰,۱۷	۰,۰۰	۴,۵۲	۱,۷۱	۱۷,۹۲	۳,۲۴	۶,۵۷	۲۰۰۷
۱,۸۲	۱,۰۴	۰,۱۳	۰,۵۲	۰,۰۰	۹,۱۱	۴,۴۳	۲۰,۸۳	۰,۵۲	۹,۱۱	۲۰۰۸
***	۰,۰۰	۰,۲۲	۰,۲۲	۰,۲۲	۴,۷۷	۲,۰۰	۱۲,۸۶	۱۰,۴۲	۷,۳۲	۲۰۰۹
۲,۵۰	۰,۰۰	۰,۱۵	۳,۸۳	۰,۳۷	۶,۰۳	۲,۶۵	۱۴,۳۵	۱۷,۸۸	۷,۹۵	۲۰۱۰
۳,۷۱	۰,۰۰	۰,۱۱	۳,۳۹	۰,۳۲	۷,۲۱	۰,۲۱	۳۴,۱۵	۲,۳۳	۱۲,۹۴	۲۰۱۱
۲,۳۶	۱,۸۵	۰,۰۰	***	۰,۴۲	۱۴,۰۶	۰,۰۰	۱۷,۳۴	۱,۶۰	۱۱,۷۰	۲۰۱۲
۱,۰۹	۱,۳۰	۰,۰۰	***	۰,۴۷	۸,۶۵	۰,۰۰	۱۵,۲۲	۱,۸۲	۷,۱۴	۲۰۱۳
۱,۴۸	۰,۶۹	۰,۰۰	***	۰,۷۴	۷,۰۸	۰,۰۰	۶,۴۰	۳,۶۵	۸,۴۰	۲۰۱۴
۳,۱۱	۱,۸۷	۰,۰۹	۷,۸۳	۱,۶۹	۴,۹۸	۱۰,۸۵	۱۰,۴۱	۱۵,۰۴	۱۰,۱۴	۲۰۱۵
۲,۲۷	۰,۹۱	۰,۱۳	۴,۴۷	۰,۷۸	۴,۹۲	۵,۸۳	۱۲,۰۴	۱۱,۲۰	۱۳,۱۴	۲۰۱۶
۲,۵۸	۲,۵۰	۰,۴۲	۳,۸۳	۱,۶۶	۱۰,۴۰	۴,۹۱	۱۱,۸۱	۵,۰۷	۱۹,۶۳	۲۰۱۷
۱,۹۶	۲,۲۲	۲,۳۱	۲,۴۹	۴,۶۲	۷,۰۲	۱۰,۴۰	۱۰,۵۸	۱۳,۳۳	۲۴,۸۹	۲۰۱۸
۱,۶۰	۱,۰۰	۰,۲۰	۱,۸۷	۰,۶۳	۸,۴۳	۲,۶۹	۱۲,۷۲	۶,۱۸	۱۴,۶۲	میانگین
۰,۶۹	۱,۰۹	۲,۷۳	۱,۲۵	۱,۸۰	۰,۳۹	۱,۲۹	۰,۶۱	۰,۹۰	۰,۴۶	ضریب نوسان

منبع: ITC, 2020 و نتایج پژوهش * داده های مقادیر افغانستان گزارش نشده است و لذا در این جدول کشور افغانستان گزارش نشد.

بررسی ارزش صادراتی نیز نشان می دهد که بزرگترین صادرکننده به لحاظ ارزشی نیز ایران بوده و اسپانیا در جایگاه دوم قرار داشته است. به لحاظ نوسان ارزش صادرات، اسپانیا حائز نوسان کمتری بوده و از این حیث ثبات بیشتری نسبت به ایران داشته است.

جدول ۶-۳- ارزش صادراتی ۱۰ کشور اصلی صادرکننده زعفران-هزار دلار

سال	جهان	ایران	اسپانیا	افغانستان	هنگ کنگ	فرانسه	پرتغال	یونان	هلند	لهستان	چین
۲۰۰۱	۷۸۲۹۵	۵۱۴۵۱	۱۹۹۲۷	***	۲۵	۷۷۵	۶	۲۰۷۱	۵۸	۰	۹۶۹
۲۰۰۲	۸۲۲۹۳	۵۳۵۴۰	۲۱۸۵۵	***	۳۲	۱۲۷۲	۱۱	۲۰۷۲	۳۵	۰	۴۵۸
۲۰۰۳	۹۹۰۹۴	۶۶۵۵۵	۲۵۰۰۳	***	۴۷	۹۳۷	۹	۲۱۱۱	۴۵	۰	۶۹۴
۲۰۰۴	۱۲۷۰۰۸	۹۲۱۹۸	۲۶۶۶۹	***	۴۷	۶۰۷	۷	۱۹۹۲	۱۱۴	۴	۴۲۳
۲۰۰۵	۱۲۷۵۸۱	۹۲۵۶۱	۲۴۸۷۸	***	۹۹	۵۱۶	۴۰۳	۱۴۷۹	۱۱۴	۳	۴۹۶
۲۰۰۶	۱۲۲۴۴۸	۸۶۳۲۹	۲۸۴۵۰	***	۲۷	۸۶۰	۳۳۶	۴۲۲	۲۸۸	۱۸	۳۱۸
۲۰۰۷	۱۰۳۲۵۶	۵۰۵۳۶	۴۰۹۵۷	***	۱۹۴	۱۳۸۹	۳۵۹	۱۷۷	۳۹۸	۶۶	۶۲۸
۲۰۰۸	۱۸۱۹۲۰	۹۱۶۳۶	۶۸۹۶۳	***	۴۹۸	۳۴۷۷	۱۹۹۳	۷۹۶	۴۳۶	۳۷	۲۲۸
۲۰۰۹	۲۹۹۵۰۹	۱۸۰۳۶۴	۷۰۶۱۱	***	۲۱۵	۵۲۰۰	۵۳۹۲	۲۷۸۰	۸۸۳۲	۳۶	۱۳۹۲
۲۰۱۰	۴۴۸۱۴۷	۳۳۱۵۳۱	۶۶۹۱۵	۷۹۲۰	۱۰۵	۴۸۴۶	۶۰۸۱	۶۵۴	۱۰۵۱۲	۴۴	۳۷۸۹
۲۰۱۱	۴۵۰۱۳۷	۳۶۷۸۵۸	۵۰۲۸۳	۲۲۲۵	۱۰۷	۶۲۵۷	۴۴۳۵	۹۲۸	۱۰۳۴	۵۰	۱۲۰۴
۲۰۱۲	۵۰۱۱۸۲	۴۱۸۸۶۲	۵۱۴۲۳	۳۸۲۴	۲۰۹	۲۳۶۸	۳۸۴۹	۹۲۸	۶۱۰	۳۶	۸۴۰
۲۰۱۳	۲۸۵۶۳۹	۲۰۰۳۰۰	۴۷۳۱۵	۹۴۰	۲۸۱	۳۹۷۳	۱۰۷۷۰	۶۹۶	۸۱۴	۴۰۲	۱۰۶۱
۲۰۱۴	۳۲۴۷۸۲	۲۲۷۶۲۹	۴۷۵۱۶	۳۶۴۵	۹۲	۷۱۰۵	۱۸۰۵۶	۱۴۴۰	۱۱۳۲	۷۹	۱۴۱۵
۲۰۱۵	۲۶۹۹۹۲	۱۶۵۲۸۹	۴۷۱۶۰	۳۳۰۵	۸۹۴	۶۲۰۸	۲۱۷۵۲	۱۷۶۶	۳۳۱۱	۱۷	۲۸۵۷
۲۰۱۶	۴۰۳۶۱۴	۲۸۶۰۴۶	۶۵۶۷۵	۳۸۶۹	۵۲۰۸	۶۵۸۴	۱۰۹۰۵	۳۱۸۷	۴۳۱۱	۴۶	۳۱۵۱
۲۰۱۷	۴۵۸۷۳۵	۳۲۵۶۵۰	۶۰۱۱۴	***	۵۴۸۷	۷۴۲۱	۷۳۰۰	۴۱۸۵	۴۵۵۸	۹۶۶	۱۷۵۵
۲۰۱۸	۴۷۱۵۵۵	۳۵۱۱۲۷	۵۵۷۵۵	۲۱۲۳۵	۶۲۰۳	۴۷۳۲	۴۳۵۵	۴۳۴۳	۳۴۵۳	۳۱۰۸	۳۰۰۳
میانگین	۲۶۸۶۲۱,۵	۱۹۱۰۸۱,۲	۴۵۵۲۶,۱	۵۸۷۰,۴	۱۰۹۸,۳	۳۵۸۴,۸	۵۳۳۴,۴	۱۷۷۹,۳	۲۲۲۵,۳	۲۷۲,۹	۱۳۷۱,۲
ضریب نوسان	۰,۵۸	۰,۶۶	۰,۳۸	۱,۱۱	۱,۹۲	۰,۷۰	۱,۲۰	۰,۶۸	۱,۴۰	۲,۷۳	۰,۸۰

منبع: ITC, 2020 و نتایج پژوهش *** داده‌ای ثبت نشده است.

در خصوص سهم ارزش صادرات نیز مشخص است که ایران در سال ۲۰۱۸ ۷۴/۵ درصد از بازار جهانی سهم داشته و از این حیث نوسان صادرکنندگان ایرانی کمتر از رقبا بوده و لذا در سهم ارزش صادراتی ریسک صادرکنندگان ایرانی مناسب بوده و از این حیث نیز می‌توان بازار صادرات زعفران ایرانی را کاراتر از رقبا دانست.

بررسی وضعیت صادرات محصولات منتخب کشاورزی ایران.....زعفران

جدول ۶-۴- سهم ارزشی صادراتی ۱۰ کشور اصلی صادرکننده زعفران-درصد

صادرکننده	ایران	اسپانیا	افغانستان	هنگ کنگ	فرانسه	برتغال	یونان	هلند	لهستان	چین
۲۰۰۱	۶۵,۷۱	۲۵,۴۵	***	۰,۰۳	۰,۹۹	۰,۰۱	۲,۶۵	۰,۰۷	۰	۱,۲۴
۲۰۰۲	۶۵,۰۶	۲۶,۵۶	***	۰,۰۴	۱,۵۵	۰,۰۱	۲,۵۲	۰,۰۴	۰	۰,۵۶
۲۰۰۳	۶۷,۱۶	۲۵,۲۳	***	۰,۰۵	۰,۹۵	۰,۰۱	۲,۱۳	۰,۰۵	۰	۰,۷
۲۰۰۴	۷۲,۵۹	۲۱	***	۰,۰۴	۰,۴۸	۰,۰۱	۱,۵۷	۰,۰۹	۰	۰,۳۳
۲۰۰۵	۷۲,۵۵	۱۹,۵	***	۰,۰۸	۰,۴	۰,۳۲	۱,۱۶	۰,۰۹	۰	۰,۳۹
۲۰۰۶	۷۰,۵	۲۳,۲۳	***	۰,۰۲	۰,۷	۰,۲۷	۰,۳۴	۰,۲۴	۰,۰۱	۰,۲۶
۲۰۰۷	۴۸,۹۴	۳۹,۶۷	***	۰,۱۹	۱,۳۵	۰,۳۵	۰,۱۷	۰,۳۹	۰,۰۶	۰,۶۱
۲۰۰۸	۵۰,۳۷	۳۷,۹۱	***	۰,۲۷	۱,۹۱	۱,۱	۰,۴۴	۰,۲۴	۰,۰۲	۰,۱۳
۲۰۰۹	۶۰,۲۲	۲۳,۵۸	***	۰,۰۷	۱,۷۴	۱,۸	۰,۹۳	۲,۹۵	۰,۰۱	۰,۴۶
۲۰۱۰	۷۳,۹۸	۱۴,۹۳	۱,۷۷	۰,۰۲	۱,۰۸	۱,۳۶	۰,۱۵	۲,۳۵	۰,۰۱	۰,۸۵
۲۰۱۱	۸۱,۷۲	۱۱,۱۷	۰,۴۹	۰,۰۲	۱,۳۹	۰,۹۹	۰,۲۱	۰,۲۳	۰,۰۱	۰,۲۷
۲۰۱۲	۸۳,۵۷	۱۰,۲۶	۰,۷۶	۰,۰۴	۰,۴۷	۰,۷۷	۰,۱۹	۰,۱۲	۰,۰۱	۰,۱۷
۲۰۱۳	۷۰,۱۲	۱۶,۵۶	۰,۳۳	۰,۱	۱,۳۹	۳,۷۷	۰,۲۴	۰,۲۸	۰,۱۴	۰,۳۷
۲۰۱۴	۷۰,۰۹	۱۴,۶۳	۱,۱۲	۰,۰۳	۲,۱۹	۵,۵۶	۰,۴۴	۰,۳۵	۰,۰۲	۰,۴۴
۲۰۱۵	۶۱,۲۲	۱۷,۴۷	۱,۲۲	۰,۳۳	۲,۳	۸,۰۶	۰,۶۵	۱,۲۳	۰,۰۱	۱,۰۶
۲۰۱۶	۷۰,۸۷	۱۶,۲۷	۰,۹۶	۱,۲۹	۱,۶۳	۲,۷	۰,۷۹	۱,۰۷	۰,۰۱	۰,۷۸
۲۰۱۷	۷۰,۹۹	۱۳,۱	***	۱,۲	۱,۶۲	۱,۵۹	۰,۹۱	۰,۹۹	۰,۲۱	۰,۳۸
۲۰۱۸	۷۴,۴۶	۱۱,۸۲	۴,۵	۱,۳۲	۱	۰,۹۲	۰,۹۲	۰,۷۳	۰,۶۶	۰,۶۴
میانگین	۶۸,۳۴	۲۰,۴۶	۱,۳۹	۰,۲۹	۱,۲۹	۱,۶۴	۰,۹۱	۰,۶۴	۰,۰۷	۰,۵۴
ضریب نوسان	۰,۱۳	۰,۴۱	۰,۹۶	۱,۶۲	۰,۴۴	۱,۳۲	۰,۸۸	۱,۲۹	۲,۴۲	۰,۵۶

منبع: ITC, 2020 و نتایج پژوهش *** داده‌ای ثبت نشده است.

مطابق جدول ۶-۵ مشخص است که ایران ر ارزش صادراتی همواره رتبه اول را داشته است اما در مورد مقادیر صادرات هرچند ایران در سال‌های اخیر رتبه اول را داشته اما نوسان رتبه مقادیر صادراتی بطور مشخصی بیشتر از جایگاه ارزش صادراتی است.

جدول ۶-۵- رتبه ایران در بازارهای جهانی زعفران

سال	مقدار صادرات	ارزش صادراتی
۲۰۰۱	۱	۱
۲۰۰۲	۲	۱
۲۰۰۳	۲	۱
۲۰۰۴	۱	۱
۲۰۰۵	۱	۱
۲۰۰۶	۱	۱
۲۰۰۷	۴	۱
۲۰۰۸	۳	۱
۲۰۰۹	۶	۱
۲۰۱۰	۴	۱
۲۰۱۱	۲	۱
۲۰۱۲	۴	۱
۲۰۱۳	۴	۱
۲۰۱۴	۲	۱
۲۰۱۵	۴	۱
۲۰۱۶	۱	۱
۲۰۱۷	۱	۱
۲۰۱۸	۱	۱

منبع: ITC, 2020 و نتایج پژوهش

۶-۶- معرفی واردکنندگان بزرگ زعفران در جهان

بزرگترین واردکنندگان جهانی زعفران از سال ۲۰۰۱ تا ۲۰۱۸ در جدول ۶-۶ مشخص شده است که نشان می‌دهد کشورهای اسپانیا، انگلستان، هنگ کنگ، امارات و چک علاوه بر اینکه جزو کشورهای اصلی واردکننده بوده‌اند، در گروه کشورهای اصلی صادرکننده نیز می‌باشند. این نتیجه ناشی از صادرات مجدد در این کشورها است.

جدول ۶-۶ سهم مقداری ۱۰ کشور واردکننده اصلی در بازارهای جهانی (درصد)

سال	ایرلند	انگلستان	هنگ کنگ	امارات	بلژیک	مالزی	شیلی	چک	آمریکا	اسپانیا
۲۰۰۱	۲,۲۲	۱۲,۱۹	۱,۵۲	***	۱,۵۲	۰,۱۴	۰,۰۰	۰,۰۰	۲,۳۵	۶,۳۷
۲۰۰۲	۱,۱۲	۲,۹۱	۰,۳۴	***	۱,۴۶	۸,۱۸	۰,۰۰	۰,۰۰	۱,۵۷	۴,۳۷
۲۰۰۳	۱,۱۳	۷,۶۸	۰,۲۰	***	۱,۴۳	۰,۴۱	۰,۰۰	۰,۰۰	۲,۴۶	۴,۵۰
۲۰۰۴	۱,۳۱	۱۲,۵۱	۰,۲۰	***	۱,۸۲	۰,۳۰	۰,۰۰	۰,۱۰	۵,۰۵	۶,۴۶
۲۰۰۵	۱,۲۴	۲۰,۲۲	۰,۲۳	۹,۳۳	۵,۶۸	۰,۰۸	۰,۰۰	۰,۱۶	۳,۶۵	۳,۵۸
۲۰۰۶	۰,۱۲	۳,۷۲	۰,۰۲	***	۰,۴۸	۰,۲۳	۰,۰۱	۰,۰۵	۰,۲۰	۰,۷۱
۲۰۰۷	۶,۱۸	۲۲,۲۶	۰,۱۲	۳,۳۰	۲,۵۹	۰,۴۱	۰,۰۶	۰,۵۳	۰,۷۷	۱,۷۷
۲۰۰۸	۴,۱۲	۲۵,۳۵	۰,۰۹	۷,۶۳	۱,۴۹	۰,۲۶	۰,۰۹	۰,۴۴	۱,۳۲	۵,۹۶
۲۰۰۹	۵,۴۲	۲۱,۹۴	۰,۱۹	***	۱,۵۹	۱,۵۹	۰,۱۹	۱,۱۲	۱,۴۰	۲,۴۳
۲۰۱۰	۸,۶۱	۲۷,۸۰	۰,۲۷	***	۴,۱۴	۱,۹۷	۰,۰۷	۱,۳۶	۱,۱۵	۵,۰۸
۲۰۱۱	۱۲,۹۹	۲۸,۹۶	۰,۴۸	***	۱,۱۷	۷,۴۶	۰,۰۷	۱,۲۴	۱,۳۱	۴,۹۸
۲۰۱۲	۱۳,۸۸	۱۵,۴۸	۰,۴۰	۶,۹۱	۰,۷۰	۸,۲۷	۰,۱۰	۱,۳۰	۱,۳۰	۴,۱۱
۲۰۱۳	۱۱,۵۷	۱۱,۷۷	۰,۲۵	۴,۱۷	۰,۲۸	۴۹,۰۶	۰,۰۸	۰,۹۵	۰,۷۸	۲,۳۲
۲۰۱۴	۸,۳۹	۱۶,۶۰	۰,۱۱	۳,۰۵	۰,۳۴	۵۳,۱۲	۰,۰۴	۰,۸۵	۰,۶۶	۰,۸۷
۲۰۱۵	۱۱,۹۶	۳۴,۱۷	۰,۱۹	۴,۸۷	۰,۳۲	۲۶,۳۴	۲,۹۰	۱,۴۰	۱,۰۲	۱,۴۲
۲۰۱۶	۱۵,۳۴	۴۵,۳۵	۰,۹۰	۲,۸۷	۳,۲۹	۶,۲۵	۳,۲۶	۱,۳۸	۱,۲۶	۲,۶۹
۲۰۱۷	۱۸,۹۲	۳۷,۳۲	۱,۲۴	۵,۶۲	۲,۴۱	۲,۸۷	۲,۸۳	۱,۷۳	۱,۸۰	۱,۹۸
۲۰۱۸	۱۹,۷۲	۱۸,۲۳	۹,۶۳	۸,۶۶	۴,۷۸	۴,۲۶	۲,۱۸	۲,۱۵	۲,۱۵	۱,۹۴

منبع: ITC, 2020 و نتایج پژوهش *** داده‌ای ثبت نشده است.

۶-۷- بررسی جایگاه ایران از نظر مقداری و ارزشی در بازار جهانی زعفران و تغییر جایگاه ایران در کشورهای هدف

نتایج بررسی جایگاه ایران در کشورهای هدف اصلی خود طی سال‌های ۲۰۰۱-۲۰۱۸ نشان می‌دهد که جایگاه مقدار و ارزشی صادراتی ایران در کشورهای هدف خود عمدتاً جایگاه مناسبی بوده و در کشورهای فعلی هدف، رقبای محدودی داشته است. این در حالی است که به لحاظ مقداری ایران در آلمان و فرانسه رقبای بیشتری داشته است. به لحاظ ارزشی نیز ایران در آلمان رقیب جدی نداشته اما در فرانسه همچنان رقبای مشخصی داشته است.

بررسی وضعیت صادرات محصولات منتخب کشاورزی ایران.....زعفران

جدول ۶-۷- رتبه ایران در مقدار صادرات زعفران به جهان و بزرگترین بازارهای هدف (۲۰۰۱-۲۰۱۸)

سال	جهان	امارات	اسپانیا	هنگ کنگ	ویتنام	افغانستان	ایتالیا	قطر	هند	آلمان	فرانسه
۲۰۰۱	۱	۱	۱	***	***	***	۱	۱	***	۸	۳
۲۰۰۲	۲	۱	۱	***	***	***	۱	۱	۱	۵	۲
۲۰۰۳	۲	۱	۱	۳	***	***	۲	۱	***	۸	۳
۲۰۰۴	۱	۱	۱	۱	***	***	۳	۱	۲	۴	۴
۲۰۰۵	۱	۲	۱	۳	***	***	۳	۱	۲	۷	۵
۲۰۰۶	۱	۱	۱	۳	***	***	۲	۱	۲	۹	۴
۲۰۰۷	۴	۱	۱	۲	***	۱	۴	۱	۲	۹	۷
۲۰۰۸	۳	۲	۱	۳	***	***	۴	۲	۱	۸	۷
۲۰۰۹	۶	۲	۱	۳	***	***	۴	۱	۱	۸	۶
۲۰۱۰	۴	۱	۱	۳	***	***	۳	۱	۱	۶	۷
۲۰۱۱	۲	۱	۲	۱	***	***	۳	۱	۱	۸	۶
۲۰۱۲	۴	۱	۱	۲	***	***	۳	۱	۱	۸	۱۰
۲۰۱۳	۴	۱	۱	۱	***	۱	۴	۱	۳	۴	۹
۲۰۱۴	۲	۱	۱	۱	۱	۱	۳	۲	۲	۷	۹
۲۰۱۵	۴	۱	۲	۱	***	۱	۳	۲	۴	۷	۷
۲۰۱۶	۱	۱	۱	۱	***	۱	۳	۱	۳	۷	۶
۲۰۱۷	۱	۱	۱	۱	۲	۱	۳	۱	۱	۵	۸
۲۰۱۸	۱	۱	۲	۱	۱	۱	۲	۱	۲	۵	۸

منبع: ITC, 2020 و نتایج پژوهش *** داده‌ای ثبت نشده است.

جدول ۶-۸- رتبه ایران در ارزش صادرات زعفران به جهان و بزرگترین بازارهای هدف (۲۰۰۱-۲۰۱۸)

سال	جهان	امارات	اسپانیا	هنگ کنگ	ویتنام	افغانستان	ایتالیا	قطر	هند	آلمان	فرانسه
۲۰۰۱	۱	۱	۱	***	***	***	۱	۱	***	۱	۳
۲۰۰۲	۱	۱	۱	***	***	***	۱	۱	۲	۲	۲
۲۰۰۳	۱	۱	۱	۳	***	***	۲	۱	***	۱	۳
۲۰۰۴	۱	۱	۱	۲	***	***	۲	۱	۱	۱	۴
۲۰۰۵	۱	۲	۱	۳	***	***	۱	۱	۱	۱	۵
۲۰۰۶	۱	۱	۱	۳	***	***	۱	۱	۱	۱	۴
۲۰۰۷	۱	۱	۱	۴	***	۱	۲	۱	۱	۳	۷
۲۰۰۸	۱	۲	۱	۲	***	***	۲	۱	۱	۲	۷
۲۰۰۹	۱	۲	۱	۵	***	***	۲	۱	۲	۲	۶
۲۰۱۰	۱	۱	۱	۱	***	***	۱	۱	۱	۱	۷
۲۰۱۱	۱	۱	۱	۱	***	***	۱	۱	۱	۱	۶
۲۰۱۲	۱	۱	۱	۱	***	***	۱	۱	۱	۱	۱۰
۲۰۱۳	۱	۱	۱	۱	***	۱	۱	۱	۱	۱	۹
۲۰۱۴	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۲	۱	۱	۱	۹
۲۰۱۵	۱	۱	۱	۱	***	۱	۲	۱	۳	۲	۷
۲۰۱۶	۱	۱	۱	۱	***	۱	۲	۱	۲	۲	۶
۲۰۱۷	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۲	۱	۳	۱	۸
۲۰۱۸	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۲	۱	۶	۱	۸

منبع: ITC, 2020 و نتایج پژوهش *** داده‌ای ثبت نشده است.

در جدول ۶-۹ و ۶-۱۰، رتبه مقداری و ارزشی صادرکننده‌های اصلی زعفران در جهان مشاهده می‌شود. مشخص است که ایران ثبات بیشتری در جایگاه مقادیر و ارزش‌های صادراتی نسبت به رقیب داشته است. همچنین با مشاهده ارزش صادراتی برای کشورهای که به لحاظ مقادیر صادراتی در جایگاه برتر بودند، مشخص است که ایران هرچند انگلستان نزدیک ترین رقیب ایران به لحاظ مقادیر صادراتی بوده اما به لحاظ ارزش صادراتی اسپانیا نزدیک ترین رقیب ایران است. بطوریکه همواره این کشور بعد از ایران در جایگاه دوم ارزش صادراتی بوده است.

بررسی وضعیت صادرات محصولات منتخب کشاورزی ایران.....زعفران

جدول ۶-۹- جایگاه مقداری ۱۰ صادرکننده اصلی زعفران در بازار جهانی

سال	ایران	چین	انگلستان	بنگلادش	اسپانیا	چک	آفریقای جنوبی	لهستان	امارات	هلند
۲۰۰۱	۱	۴	۱۱	۲۶	۳	۲۶	۲۳	۲۶	۲۶	۱۸
۲۰۰۲	۲	۷	۱۴	۲۴	۳	۲۴	۱۶	۲۴	۲۴	۱۴
۲۰۰۳	۲	۴	۱۱	۳۳	۳	۳۳	۲۱	۳۳	۳۳	۱۸
۲۰۰۴	۱	۱۰	۳	۳۴	۲	۳۴	۲۸	۳۴	۳۴	۱۱
۲۰۰۵	۱	۲۳	۲	۱۳	۴	۳۳	۲۹	۳۳	۱۰	۲۹
۲۰۰۶	۱	۱۵	۲	۸	۶	۳۸	۲۶	۳۸	۳۸	۲۶
۲۰۰۷	۴	۷	۲	۱۲	۶	۳۹	۲۷	۳۹	۸	۱۹
۲۰۰۸	۳	۲۲	۱	۹	۳	۳۷	۲۲	۳۱	۱۶	۱۳
۲۰۰۹	۶	۵	۱	۱۲	۸	۲۵	۲۵	۲۵	۳۷	***
۲۰۱۰	۴	۲	۳	۷	۵	۲۶	۶	۳۳	۴۲	۸
۲۰۱۱	۲	۱۰	۱	۲۹	۳	۲۵	۷	۳۲	۳۹	۶
۲۰۱۲	۴	۱۰	۲	۳۷	۳	۱۸	***	۳۷	۸	۷
۲۰۱۳	۴	۹	۲	۳۸	۳	۱۸	***	۳۸	۱۰	۱۲
۲۰۱۴	۲	۷	۴	۳۶	۳	۱۶	***	۳۶	۱۸	۱۰
۲۰۱۵	۴	۱	۳	۲	۷	۱۷	۵	۳۳	۱۴	۱۰
۲۰۱۶	۱	۴	۳	۶	۷	۲۲	۸	۳۳	۱۹	۱۱
۲۰۱۷	۱	۵	۲	۶	۴	۱۵	۷	۲۵	۱۲	۱۱
۲۰۱۸	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	۸	۹	۱۰

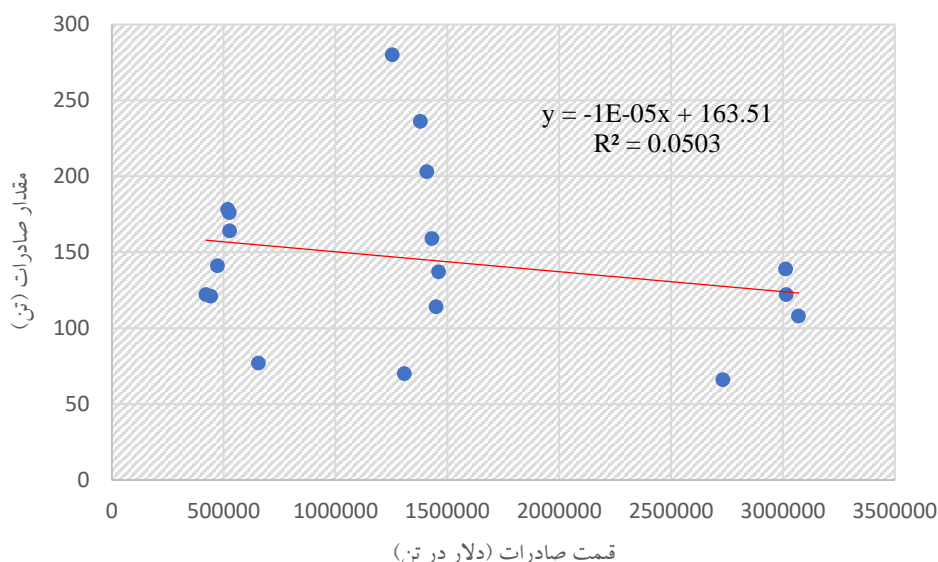
منبع: ITC,2020 و نتایج پژوهش *** داده‌ای ثبت نشده است.

جدول ۶-۱۰- جایگاه ارزشی ۱۰ صادرکننده اصلی زعفران در بازار جهانی

سال	ایران	چین	انگلستان	بنگلادش	اسپانیا	چک	آفریقای جنوبی	لهستان	امارات	هلند
۲۰۰۱	۱	۴	۱۲	۴۹	۲	۳۸	۳۸	۴۹	۴۹	۱۶
۲۰۰۲	۱	۷	۱۴	۵۲	۲	۳۸	۳۳	۵۲	۵۲	۲۰
۲۰۰۳	۱	۷	۱۳	۲۵	۲	۴۱	۳۴	۵۶	۵۶	۱۸
۲۰۰۴	۱	۹	۱۱	۴۶	۲	۳۸	۳۴	۴۱	۵۶	۱۴
۲۰۰۵	۱	۸	۵	۳۲	۲	۴۸	۳۲	۴۶	۳	۱۸
۲۰۰۶	۱	۱۳	۶	۱۹	۲	۳۹	۳۳	۳۰	۶۰	۱۴
۲۰۰۷	۱	۱۰	۵	۳۰	۲	۵۰	۳۳	۲۵	۶	۱۳
۲۰۰۸	۱	۱۷	۹	۲۰	۲	۵۲	۲۵	۳۲	۸	۱۵
۲۰۰۹	۱	۱۰	۱۲	۲۹	۲	۴۲	۲۸	۳۱	۵۸	***
۲۰۱۰	۱	۷	۱۲	۲۶	۲	۳۵	۲۴	۳۲	۶۸	۳
۲۰۱۱	۱	۱۰	۸	۳۰	۲	۳۸	۲۴	۲۹	۶۲	۱۱
۲۰۱۲	۱	۱۴	۱۰	۳۹	۲	۳۲	***	۳۱	۳	۱۶
۲۰۱۳	۱	۱۰	۸	۶۳	۲	۳۲	***	۲۱	۴	۱۲
۲۰۱۴	۱	۱۱	۱۲	۶۴	۲	۳۱	***	۳۰	۸	۱۳
۲۰۱۵	۱	۸	۱۴	۲۰	۲	۲۸	۲۲	۴۰	۴	۶
۲۰۱۶	۱	۹	۱۶	۲۷	۲	۳۱	۲۳	۳۳	۱۰	۶
۲۰۱۷	۱	۱۰	۱۶	۲۸	۲	۲۳	۲۵	۱۴	۳	۷
۲۰۱۸	۱	۱۰	۱۵	۲۴	۲	۲۱	۲۷	۹	۱۲	۸

منبع: ITC, 2020 و نتایج پژوهش *** داده‌ای ثبت نشده است.

همانگونه که نمودار ۶-۸ نشان می‌دهد، ارتباط بین قیمت و مقدار صادراتی ایران در بازارهای جهانی به طور کلی ارتباط مثبتی نداشته و حتی ارتباط منفی ضعیفی هم بین قیمت و مقادیر صادراتی برقرار بوده است. لذا نمی‌توان در مورد زعفران انتظار داشت با وضعیت فعلی، همراه با افزایش قیمت‌های ایران در بازارهای جهانی، مقادیر صادرات نیز افزایش یابد.



نمودار ۶-۸- ارتباط بین قیمت صادراتی و مقدار صادرات زعفران ایران

۶-۸- بررسی جایگاه ایران در بازارهای اصلی واردکننده زعفران و تحلیل مقایسه‌ای قیمت صادراتی ایران در مقابل رقبا در این بازارها

در ادامه وضعیت صادرات ایران در بزرگترین کشورهای واردکننده زعفران در جهان طی دو سال ۲۰۱۷ و ۲۰۱۸ مورد بررسی قرار گرفت. نتایج نشان داد که ایران در اغلب کشورهای بزرگ واردکننده زعفران حضور داشته است. ایران در شیلی و چک به عنوان صادرکننده مطرح نبوده و از بین کشورهای مورد بررسی، در سال ۲۰۱۷ به لحاظ مقادیر و ارزش صادراتی در هنگ کنگ، امارات و اسپانیا رتبه اول را داشته و این در حالی است که در این کشورها به لحاظ قیمت صادراتی رتبه اول را نداشته است.

جدول ۶-۱۱- جایگاه ایران در کشورهای واردکننده اصلی زعفران

جایگاه ارزش صادرات ایران		جایگاه مقدار صادرات ایران		جایگاه قیمت صادراتی ایران		بزرگترین واردکنندگان
۲۰۱۸	۲۰۱۷	۲۰۱۸	۲۰۱۷	۲۰۱۸	۲۰۱۷	
۷	*	۵	*	۴	*	ایرلند
۳	۳	۴	۶	۱	۲	انگلستان
۱	۱	۱	۱	۲	۲	هنگ کنگ
۱	۱	۱	۱	۳	۲	امارات
۳	*	۶	*	۱	*	بلژیک
۳	۳	۵	۶	۱	۳	مالزی
*	*	*	*	*	*	شیلی
*	*	*	*	*	*	چک
۲	۲	۲	۲	۳	۳	آمریکا
۱	۱	۱	۱	۲	۲	اسپانیا

منبع: ITC, 2020 و نتایج پژوهش * جزو کشورهای هدف ایران نبوده است.

۶-۹- بررسی جایگاه ایران در بازارهای هدف خود و تحلیل مقایسه‌ای قیمت زعفران ایران در مقابل رقبا در این بازارها

ایران در سال ۲۰۱۶، ۲۰۱۷ و ۲۰۱۸ به ترتیب ۸۳/۷، ۸۸/۸ و ۹۴ درصد بازار صادراتی امارات را در اختیار داشته و مشخص است که هر سال نیز جایگاه خود در امارات را تقویت کرده و البته کیفیت زعفران عرضه شده توسط ایران با کیفیت زعفران عرضه شده توسط هند قابل مقایسه نبوده و از این حیث می‌توان کیفیت زعفران ایران را با کیفیت زعفران اسپانیا در امارات مقایسه نمود و مشخص است که قیمت صادراتی ایران در امارات از قیمت اسپانیا در سال ۲۰۱۶ کمتر بوده و در سال ۲۰۱۸ قیمت این دو کشور نزدیک هم شده و ایران حتی قیمت مناسب‌تری نیز داشته است. توجه شود که هند به امارات زعفران با کد تعرفه ۰۹۱۰۲۰۹۰ (زعفران در بسته بندی بیش از ۳۰ گرم) عرضه می‌کند و این در حالی است که ایران با کدهای مختلف تعرفه به امارات صادرات داشته که عمده ترن آن با کد تعرفه ۰۹۱۰۲۰۳۰ (انواع زعفران در بسته بندی ۳۰-۱۰ گرم آماده برای خرده فروشی) بوده است و لذا نمی‌توان قیمت بین ایران و هند را در امارات باهم مقایسه نمود.

ایران در اسپانیا در سال‌های ۲۰۱۶، ۲۰۱۷ و ۲۰۱۸، به لحاظ وزنی به ترتیب ۴۵/۷، ۷۶ و ۴۶/۷ درصد سهم را در اختیار داشته و در سال‌های ۲۰۱۶ و ۲۰۱۷ بزرگترین صادرکننده به اسپانیا بوده اما در سال ۲۰۱۸، چین بیشترین مقدار صادرات به اسپانیا را داشته است. اما با این حال مشخص است که به لحاظ قیمتی اختلاف قابل توجهی بین زعفران ایرانی و زعفران چینی وجود داشته و از لحاظ ارزش همچنان ایران بزرگترین صادرکننده به اسپانیا بوده است. همین کیفیت پایین و قیمت کمتر زعفران چینی منجر شده تا در

سالهای اخیر فروش زعفران تقلبی ایرانی در چین کم نبوده است و این حجم از تقلب در زعفران به نام ایران، باعث بی اعتمادی نسبت به زعفران ایرانی شده است (سایت برند زرنشان، ۱۳۹۸).

ایران در سال ۲۰۱۶، ۲۰۱۷ و ۲۰۱۸ به ترتیب ۹۵/۳، ۸۸/۸ و ۷۷ درصد بازار صادراتی هنگ کنگ را در اختیار داشته و مشخص است که جایگاه ایران در هنگ کنگ هرچند همواره رتبه اول بوده اما سهم رقبا در بازار این کشور در حال افزایش است. ایران در افغانستان هیچ گاه رقیبی نداشته و ۱۰۰ درصد بازار این کشور در اختیار صادرکنندگان ایرانی بوده که در این کشور در سال ۲۰۱۸ در دوکد تعرفه صادرات انجام شده که عمده آن در کد تعرفه ۰۹۱۰۲۰۳۰ (انواع زعفران در بسته بندی ۳۰-۱۰ گرم) بوده است.

ایران به چین نیز صادرات داشته در حالی که چین خود جزو صادرکنندگان زعفران در بازارهای جهانی بوده که بیانگر صادرات مجدد توسط این کشور می تواند باشد. هرچند ارقام مرغوب زعفران ایرانی در بازارهای مصرف چین نیز خریدار داشته است. مشخص است که ایران در چین در سالهای ۲۰۱۶ و ۲۰۱۷ به ترتیب ۶۰ و ۸۰ درصد بازار را در اختیار داشته است. همانگونه که بیان شد، تقلب گسترده در زعفران ایرانی متأسفانه علاوه بر بی اعتمادی نسبت به برند ایرانی، نتایج بد دیگری را هم در پی داشته است. افغانستان با نزدیک بودن به چین توانسته از این فرصت بی اعتمادی نسبت به زعفران ایرانی استفاده کند و خودش را در بازار چین جا بیندازد (سایت برند زرنشان، ۱۳۹۸).

ایران در فرانسه نیز در سال ۲۰۱۶ رتبه ۶ را داشته و این کشور نیز جزو صادرکنندگان زعفران در بازارهای جهانی بوده است. ایران در فرانسه در چهار کد تعرفه صادرات انجام داده که عمده آن در کد تعرفه ۰۹۱۰۲۰۳۰ (انواع زعفران در بسته بندی ۳۰-۱۰ گرم) بوده است. این در حالی است که انگلستان به عنوان بزرگترین صادرکننده به فرانسه، در کد تعرفه ۰۹۱۰۲۰۱۰ صادرات به فرانسه داشته است.

ایران در آلمان در سال ۲۰۱۷ رتبه ۵ را داشته اما به لحاظ قیمتی حائز رتبه اول بوده است. ایران در این سال ۴/۸ درصد بازار آلمان را در اختیار داشته است. کد تعرفه صادراتی به آلمان، کد تعرفه ۰۹۱۰۲۰۳۰ (انواع زعفران در بسته بندی ۳۰-۱۰ گرم) بوده است. ایران در ویتنام در سال ۲۰۱۸ جایگاه اول مقدار و قیمت صادراتی را در اختیار داشته و بیش از ۸۷ درصد بازار این کشور در اختیار صادرکنندگان ایرانی بوده است. ایران در ویتنام رقیب مشخصی نداشته و تاکنون تنها رقیب ایران بوده که کد تعرفه ۰۹۱۰۲۰۰۰ را به ویتنام صادر میکند، در حالی ایران در کد تعرفه ۰۹۱۰۲۰۳۰ (انواع زعفران در بسته بندی ۳۰-۱۰ گرم) به ویتنام صادرات داشته است. سرانجام ایران در ایتالیا در سال ۲۰۱۸ رتبه دوم مقادیر و قیمت صادراتی را داشته و با قیمت نسبتاً کمتری زعفران را در مقایسه با اسپانیا در بازار ایتالیا عرضه میکند. اسپانیا در دو کد تعرفه به ایتالیا صادرات داشته که عمده آن در کد تعرفه ۰۹۱۰۲۰۹۰ بوده در حالیکه ایران در یک کد تعرفه یعنی ۰۹۱۰۲۰۳۰ (انواع زعفران در بسته بندی ۳۰-۱۰ گرم) به ایتالیا صادرات داشته است.

لذا آنچه مسلم است قیمت‌های صادراتی ایران را در کشورهای هدف فعلی به دلیل متفاوت بودن نوع زعفران صادراتی در مقایسه با کشورهای رقیب، قابل مقایسه با قیمت رقبا نبوده است. مشخص است که ایران هرچند در برخی کشورهای هدف رتبه اول صادراتی را نداشته اما از رقبای اصلی خود در بازارهای هدف قیمتی بیشتری را کسب کرده است. تنها در برخی کشورهای هدف، اسپانیا از قیمت صادراتی ایران، قیمت بیشتری داشته است. در سال ۲۰۱۶ و ۲۰۱۷، اسپانیا در امارات، در سال ۲۰۱۸ اسپانیا در ایتالیا قیمت بیشتری نسبت به ایران تجربه کرده است.

بررسی وضعیت صادرات محصولات منتخب کشاورزی ایران.....زعفران

جدول ۶-۱۲- جایگاه ایران در مقایسه با رقبای مهم ترین بازارهای هدف خود در سال ۲۰۱۶

بازار هدف	مقدار صادرات ایران	رتبه مقدار صادرات ایران	قیمت صادراتی ایران	رتبه قیمت صادراتی ایران	قیمت رقبا در ۵ کشور هدف ایران در سال ۲۰۱۶ (دلار/تن)	سهم ایران (درصد)	سهم از صادرات ایران (درصد)
امارات	۶۷	۱	۱،۴۲۷،۴۶۳	۲	هند ۲،۵۵۶ اسپانیا ۱،۶۴۶،۳۳۳	۸۳،۷	۳۳
اسپانیا	۵۳	۱	۱،۲۷۱،۶۶۰	۱	چین ۱۵،۹۲۵ هلند ۱۱۹،۶۰۰	۴۵،۷	۲۶،۱
هنگ کنگ	۴۱	۱	۱،۵۱۹،۳۴۱	۱	سنگاپور ۱۲۴،۵۰۰	۹۵،۳	۲۰،۲
افغانستان	۱۰	۱	۱،۵۱۹،۸۰۰	۱	---	۱۰۰	۴،۹
چین	۹	۱	۱،۴۵۱،۲۲۲	۱	امارات ۲۱۶،۵۰۰ اتریش ۲۰،۳۳۳	۶۰	۴،۴
فرانسه	۵	۶	۱،۲۹۰،۰۰۰	۲	انگلستان ۲،۳۴۷ برزیل ۲،۰۰۰ دومینیکا ۱،۲۰۰ مصر ۲،۶۶۷ اسپانیا ۳۵۴،۸۸۹	۳،۲	۲،۴۶

منبع: ITC, 2020 و نتایج پژوهش

جدول ۶-۱۳- جایگاه ایران در مقایسه با رقبای مهم ترین بازارهای هدف خود در سال ۲۰۱۷

بازار هدف	مقدار صادرات ایران	رتبه مقدار صادرات ایران	قیمت صادراتی ایران	رتبه قیمت صادراتی ایران	قیمت رقبا در ۵ کشور هدف ایران در سال ۲۰۱۷ (دلار/تن)	سهم ایران (درصد)	سهم از صادرات ایران (درصد)
هنگ کنگ	۶۴	۱	۱،۵۰۷،۴۸۴	۱	آمریکا ۳۸،۲۵۰ امارات ۱۶۲،۰۰۰	۸۸،۸	۲۷،۱
امارات	۶۲	۱	۱،۴۴۳،۰۸۱	۲	اسپانیا ۷،۳۳۳ ترکیه ۲،۶۰۲،۰۰۰	۹۱،۱	۲۶،۲
اسپانیا	۵۷	۱	۱،۱۶۱،۵۲۶	۲	هلند ۱۵۱،۰۸۳	۷۶	۲۴،۱
افغانستان	۱۵	۱	۱،۵۱۶،۵۳۳	۱	---	۱۰۰	۶،۳۵
چین	۸	۱	۱،۵۱۶،۱۲۵	۱	امارات ۷۴،۰۰۰	۸۰	۳،۳۹
آلمان	۴	۵	۶۷۹،۵۰۰	۱	چین ۲۷،۲۹۳ چک ۱۸،۳۳۳ انگلستان ۹،۴۰۰ اسپانیا ۴۸۱،۷۵۰	۴،۸	۱،۷

منبع: ITC, 2020 و نتایج پژوهش

جدول ۶-۱۴- جایگاه ایران در مقایسه با رقبای مهم ترین بازارهای هدف خود در سال ۲۰۱۸

بازار هدف	مقدار صادرات ایران-تن	رتبه مقدار صادرات ایران	قیمت صادراتی ایران	رتبه قیمت صادراتی ایران	قیمت رقبا در ۵ کشور هدف ایران در سال ۲۰۱۸ (دلار/تن)	سهم ایران (درصد)	سهم از صادرات ایران (درصد)
-----------	-----------------------	-------------------------	--------------------	-------------------------	---	------------------	----------------------------

بررسی وضعیت صادرات محصولات منتخب کشاورزی ایران.....زعفران

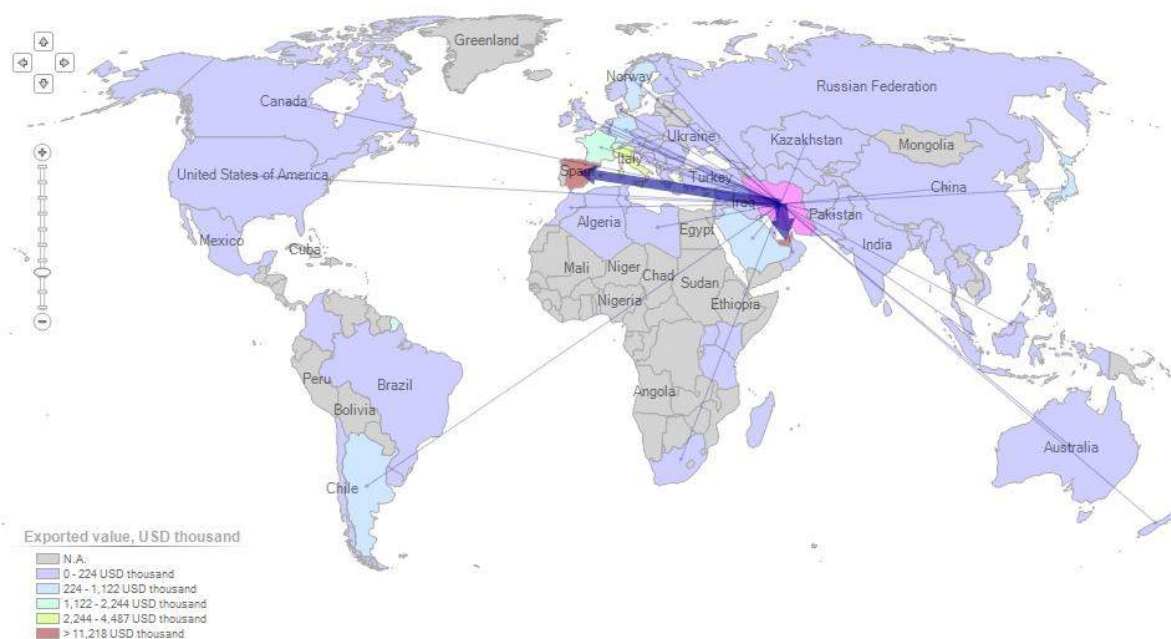
۲۷,۸	۹۴	---	---	---	اسپانیا	۲	۱,۳۶۴,۷۵۰	۱	۷۸	امارات
		---	---	---	۱,۳۱۸,۷۵۶					
۲۰,۷	۴۶,۷	---	---	---	---	۲	۱,۱۱۹,۴۱۴	۲	۵۸	اسپانیا
۱۶,۸	۷۷	---	---	امارات	آمریکا	۱	۱,۳۶۱,۱۷۰	۱	۴۷	هنگ کنگ
		---	---	۲۹۷,۳۳۳	۵۱,۳۳۳					
۱۴,۶	۸۷,۲	---	---	---	تایلند	۱	۱,۳۰۶,۲۹۳	۱	۴۱	ویتنام
		---	---	---	۴,۵۰۰					
۶,۷	۱۰۰	---	---	---	---	۱	۱,۴۰۵,۶۳۲	۱	۱۹	افغانستان
		---	---	---	---					
۲,۱۴	۴۲,۸	---	---	---	اسپانیا	۳	۱,۰۳۳,۵۰۰	۲	۶	ایتالیا
		---	---	---	۱,۰۹۰,۰۰۰					

منبع: ITC, 2020 و نتایج پژوهش

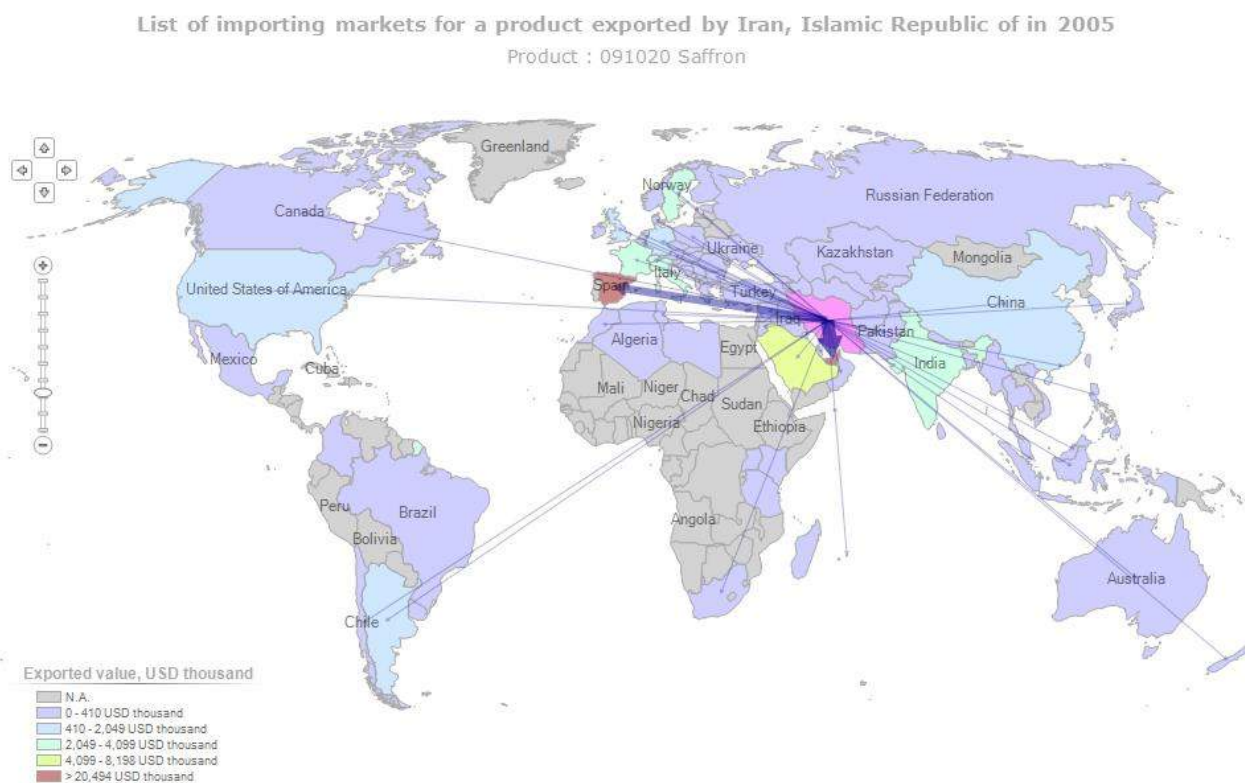
۶-۱۰- بررسی روند تغییر کشورهای هدف زعفران ایران و مقایسه با رقبا

مشخص است که هرچند ایران در بازار زعفران دارای تنوع بازارهای صادراتی بوده است اما با این حال در سال‌های گذشته امارات و اسپانیا و در سال‌های اخیر علاوه بر این دو کشور، هنگ کنگ سه ضلع اصلی بازارهای هدف زعفران ایرانی بوده اند. در خصوص زعفران بازارهای اروپایی جزو بازارهای هدف مهم برای صادرکنندگان ایرانی بوده ان و در سال‌های اخیر کشورهایی مانند ویتنام نیز به این بازارها اضافه شده اند.

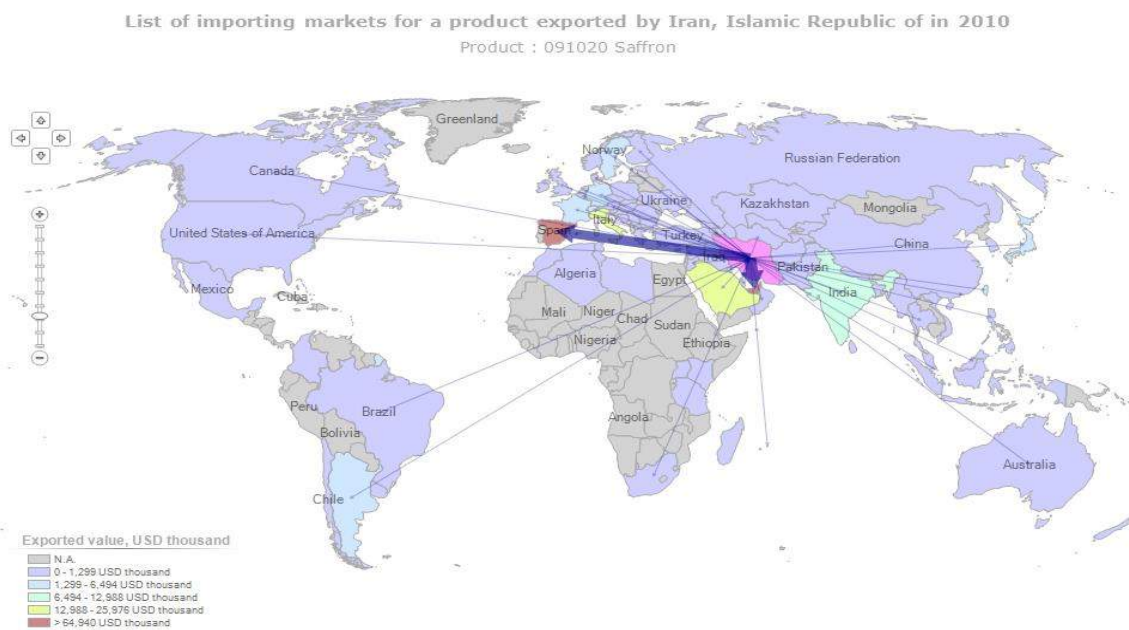
List of importing markets for a product exported by Iran, Islamic Republic of in 2001
Product : 091020 Saffron



شکل ۶-۱- نقشه کشورهای هدف ایران در سال ۲۰۰۱ (منبع: ITC, 2020)



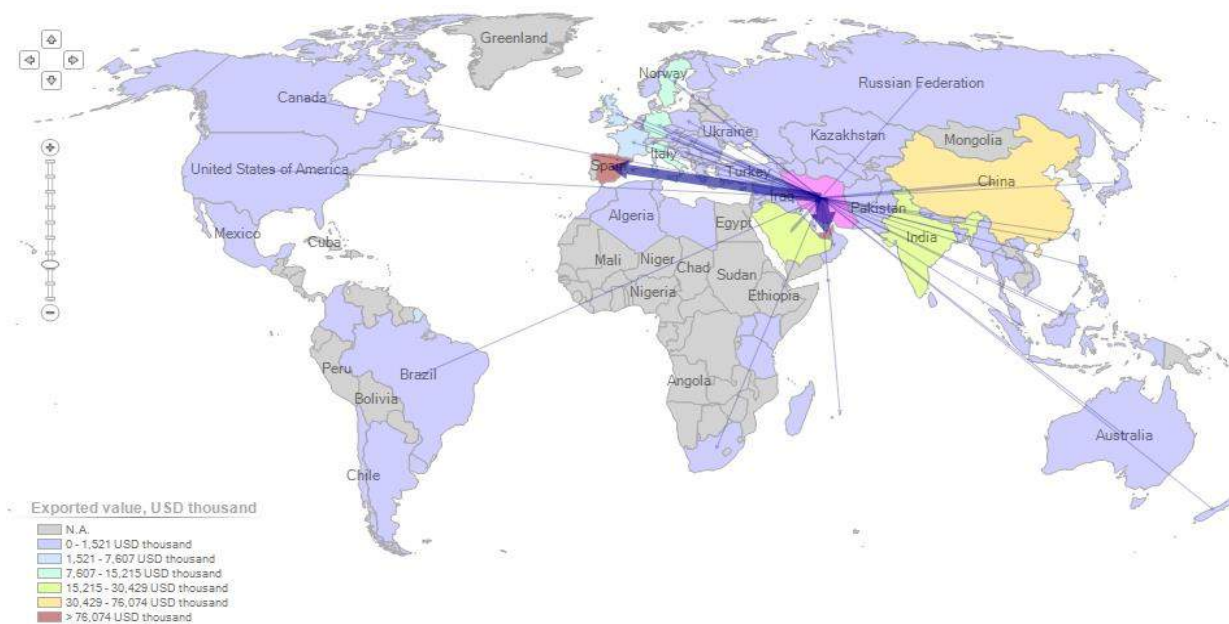
شکل ۶-۲- نقشه کشورهای هدف ایران در سال ۲۰۰۵ (منبع: ITC, 2020)



شکل ۶-۳- نقشه کشورهای هدف ایران در سال ۲۰۱۰ (منبع: ITC, 2020)

List of importing markets for a product exported by Iran, Islamic Republic of in 2012

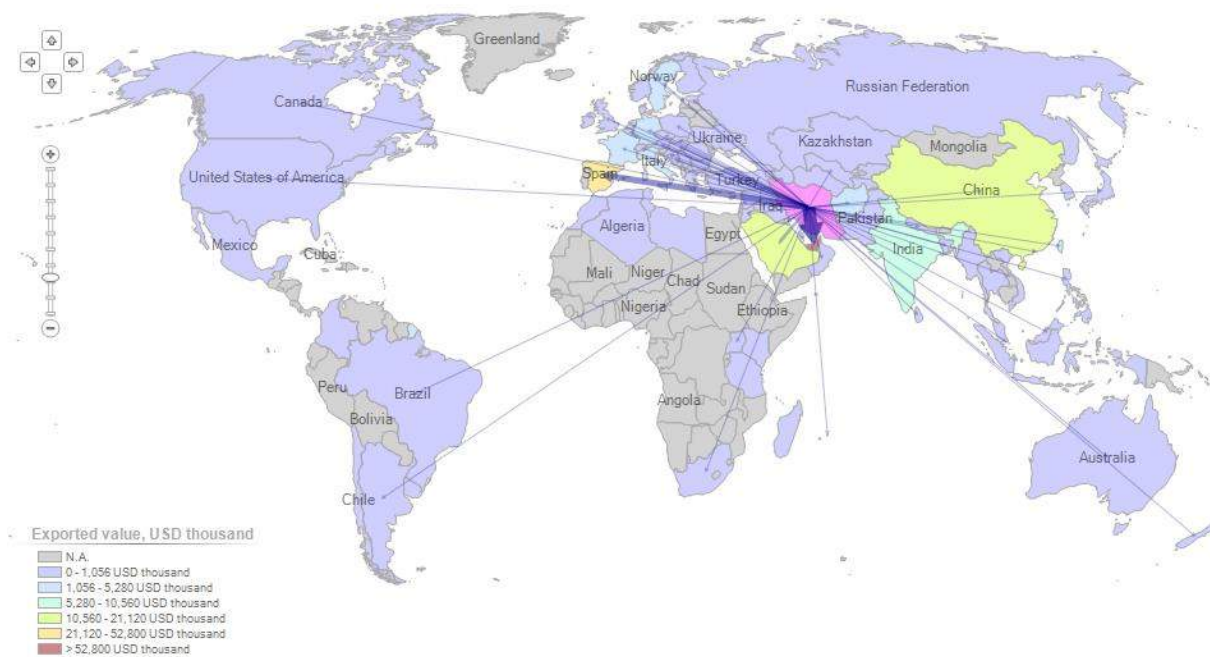
Product : 091020 Saffron



شکل ۶-۴- نقشه کشورهای هدف ایران در سال ۲۰۱۲ (منبع: ITC, 2020)

List of importing markets for a product exported by Iran, Islamic Republic of in 2014

Product : 091020 Saffron

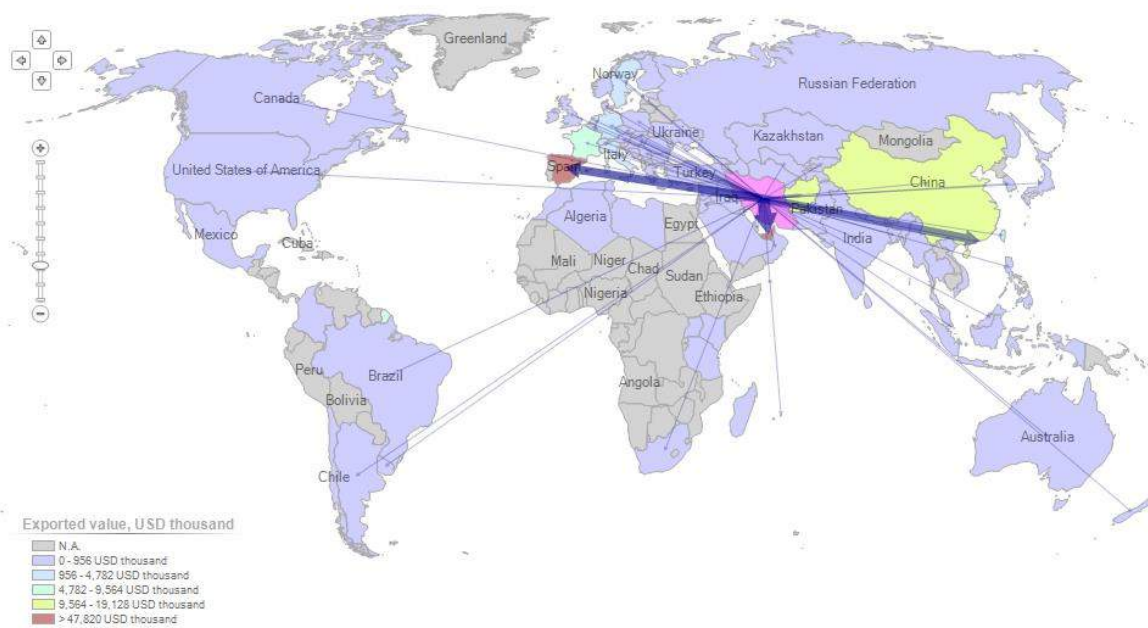


شکل ۶-۵- نقشه کشورهای هدف ایران در سال ۲۰۱۴ (منبع: ITC, 2020)

بررسی وضعیت صادرات محصولات منتخب کشاورزی ایران.....زعفران

List of importing markets for a product exported by Iran, Islamic Republic of in 2016

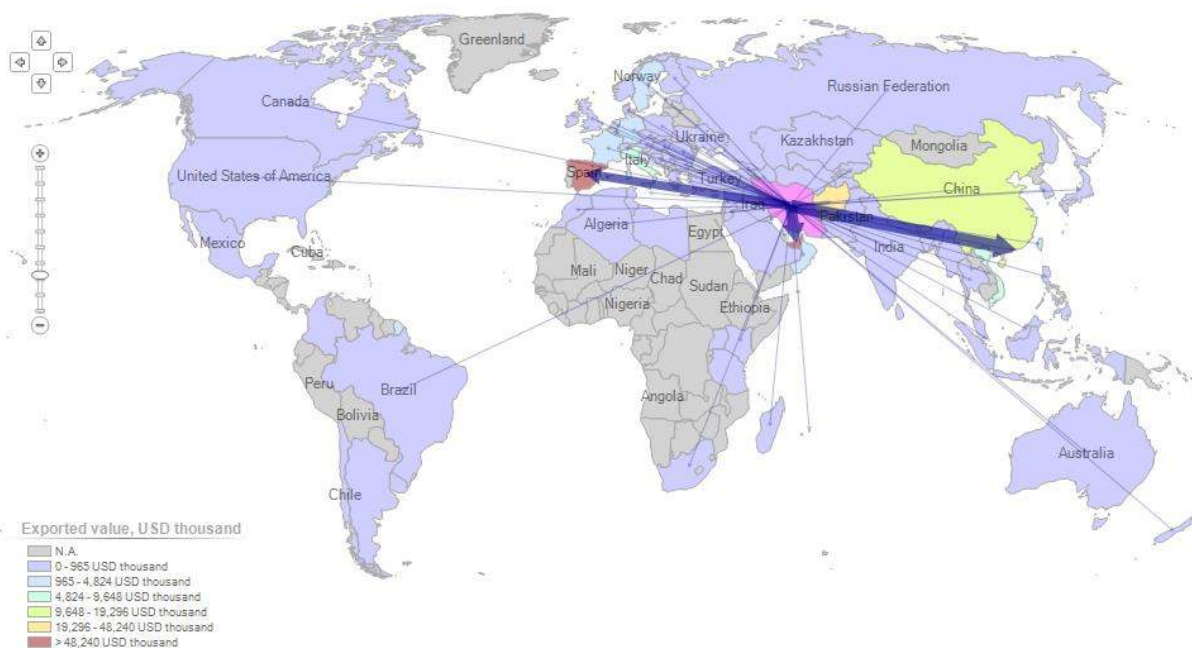
Product : 091020 Saffron



شکل ۶-۶- نقشه کشورهای هدف ایران در سال ۲۰۱۶ (منبع: ITC, 2020)

List of importing markets for a product exported by Iran, Islamic Republic of in 2017

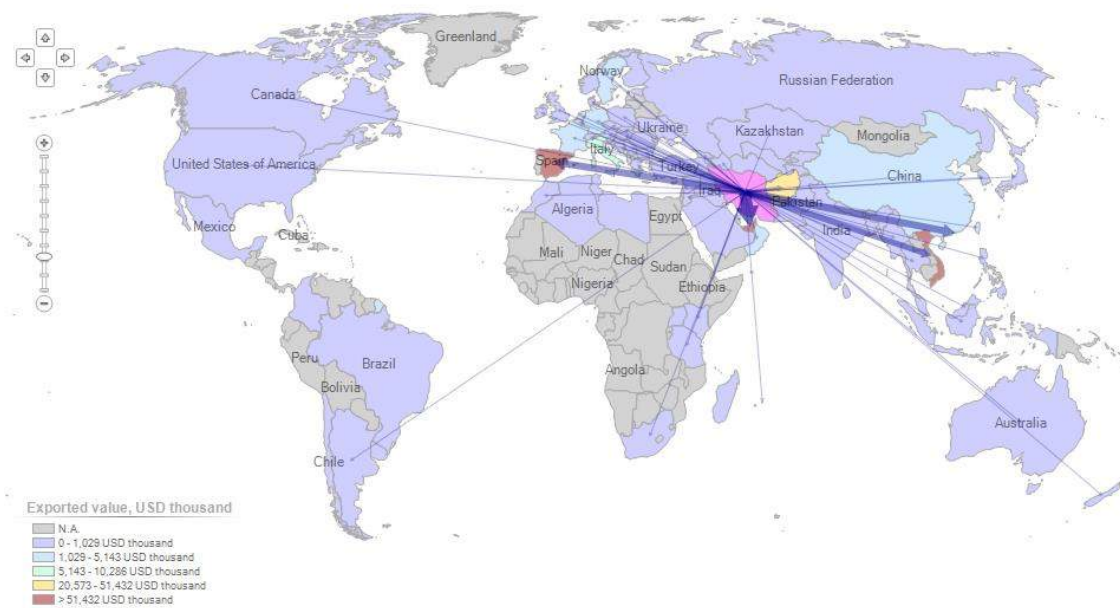
Product : 091020 Saffron



شکل ۶-۷- نقشه کشورهای هدف ایران در سال ۲۰۱۷ (منبع: ITC, 2020)

List of importing markets for a product exported by Iran, Islamic Republic of in 2018

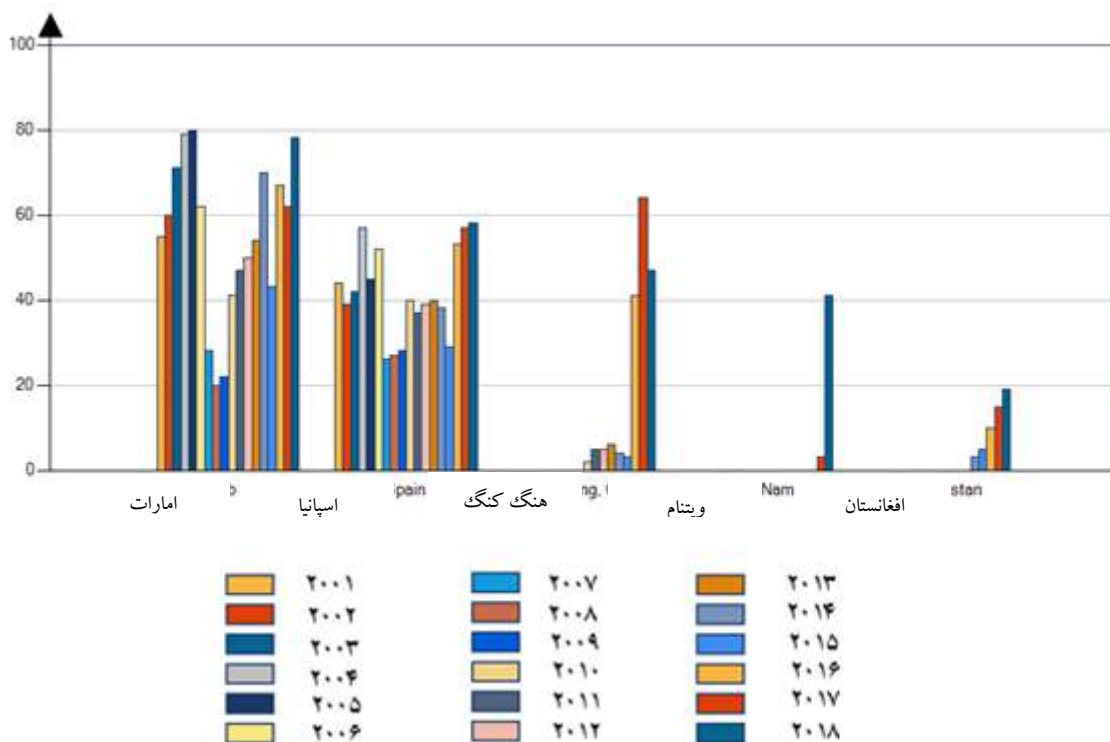
Product : 091020 Saffron



شکل ۶-۸- نقشه کشورهای هدف ایران در سال ۲۰۱۸ (منبع: ITC, 2020)

۶-۱۱- بررسی روند کلی تغییر سهم کشورهای هدف صادراتی زعفران ایران

همانگونه که در نمودار ۶-۹ مشخص است، ویتنام به عنوان بازاری نوظهور برای ایران مطرح بوده و بازار افغانستان نیز برای ایران در حال توسعه است و این در حالی است که صادرات در بازار اسپانیا کاملاً نوسانی بوده و این بازار سنتی ایران به نظر می رسد در آینده بازاری قابل اعتماد برای صادرکننده ایرانی نخواهد بود و لازم است سرعت تنوع بخشی به بازارهای هدف افزایش یابد.

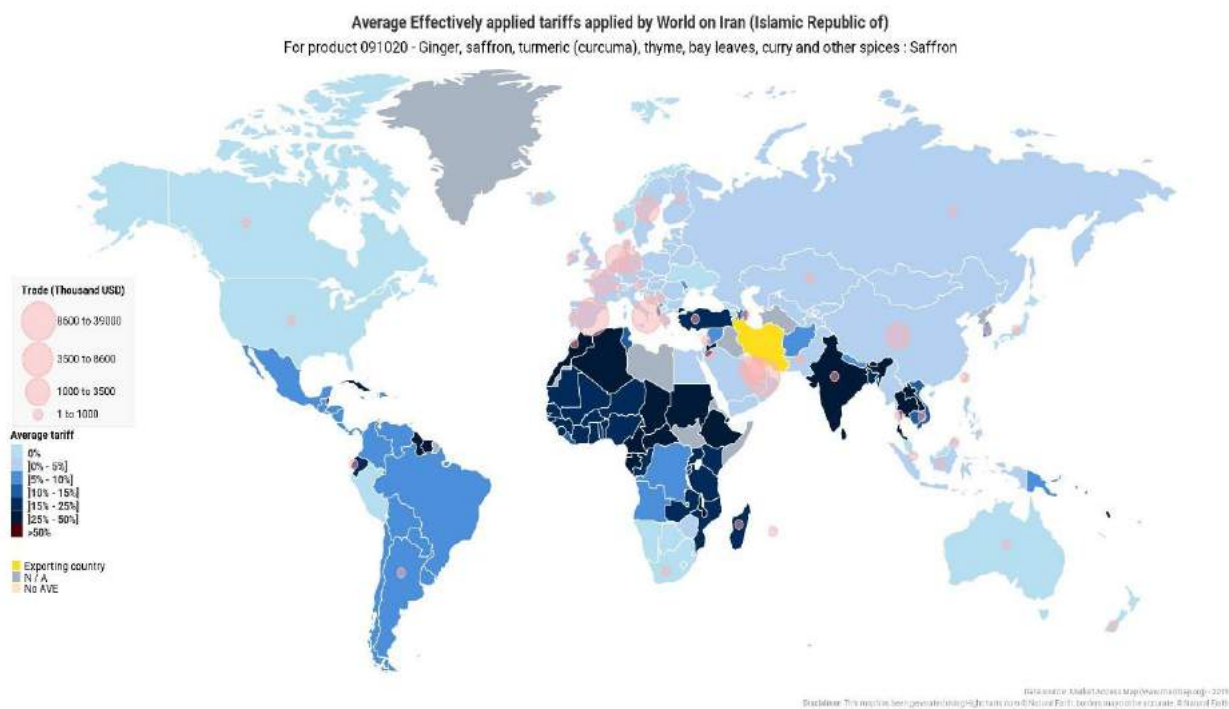


نمودار ۶-۹- تداوم بازار زعفران صادراتی در کشورهای هدف ایران (منبع: ITC, 2020)

۶-۱۲- نقشه تعرفه وارداتی در کشورهای هدف ایران

در خصوص نرخ تعرفه نیز مشخص است که همچنان امارات نرخ تعرفه صفر درصدی را برای ایران و سایر کشورهای صادرکننده در نظر گرفته است. در اسپانیا نیز ایران با تعرفه ۴/۲۵ درصدی به صادرات زعفران می‌پردازد. ایران در اسپانیا رقیب جدی نداشته و تنها گاهی چین صادراتی به این کشور دارد که تعرفه چین در اسپانیا نیز معادل ۴/۲۵ درصد بوده است. در هنگ کنگ نیز تعرفه صادراتی برای صادرکننده ایرانی و سایر صادرکنندگان صفر درصد بوده است.

در ویتنام نیز ایران با تعرفه ۱۵ درصدی روبرو بوده در حالیکه تایلند در بازار این کشور تعرفه صفر درصدی داشته است و لذا از این جهت شرایط برای صادرکننده ایرانی دشوار تر از صادرکننده تایلندی خواهد بود. هرچند که نوع زعفران صادراتی ایران بسیار متفاوت با صادرات تایلند می‌باشد. سرانجام در افغانستان، ایران به عنوان تنها صادرکننده، با تعرفه ۱۰ درصدی روبرو بوده است.

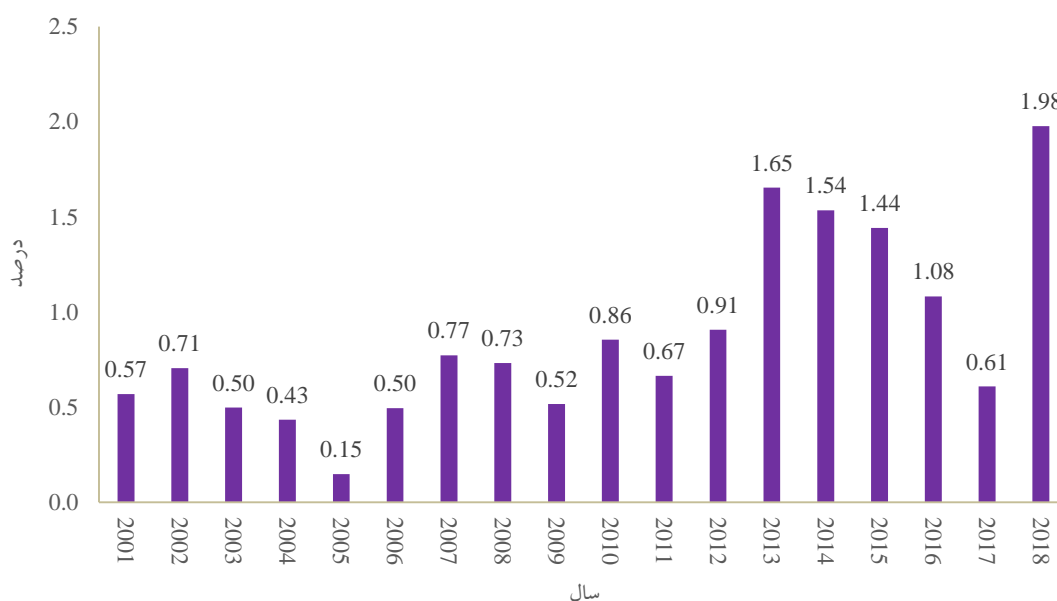


شکل ۶-۹- تعرفه کشورهای هدف در صادرات زعفران ایران (منبع: ITC, 2020)

۷- پیاز

۷-۱- بررسی سهم پیاز در سبد صادراتی ایران

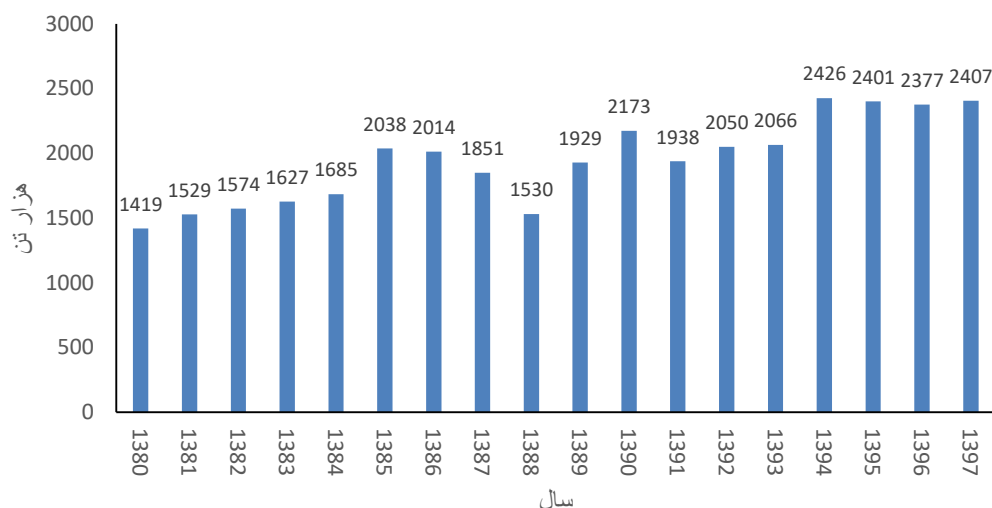
در نمودار ۷-۱ روند سهم ارزش پیاز از کل ارزش صادرات بخش کشاورزی ایران نشان داده شده است. از این نمودار مشخص است که روند کلی سهم پیاز از سبد صادراتی ایران افزایشی بوده هرچند که این روند همراه با نوسان‌های متعدد و مشخصی می باشد. سهم ارزش صادرات پیاز در سبد صادراتی کشاورزی، از سهم ۰/۵۷ درصدی در سال ۲۰۰۱ به سهم حدود ۱/۹۸ درصدی در سال ۲۰۱۸ رسیده است.



نمودار ۷-۱- روند سهم صادرات پیاز از سبد صادرات کشاورزی ایران
(منبع: ITC, 2020 و یافته‌های پژوهش)

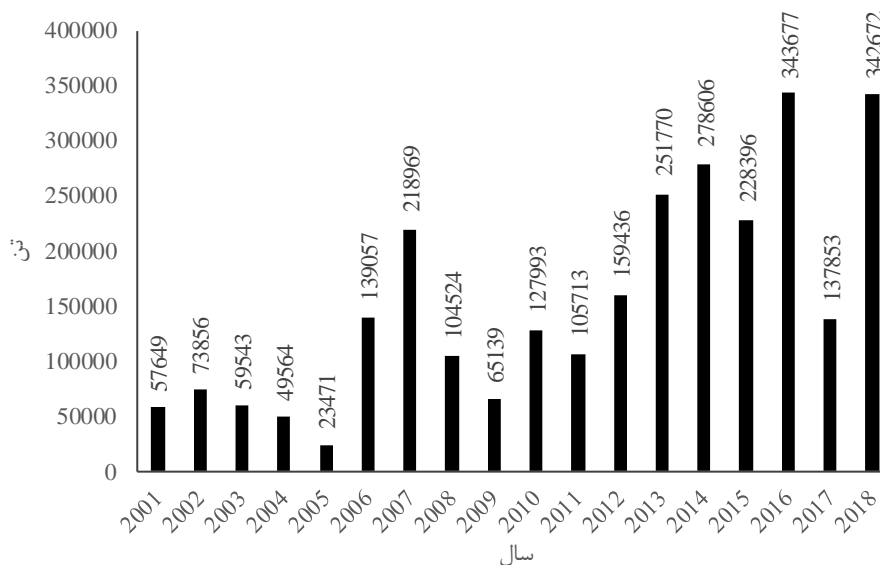
۲-۷- بررسی روند مقدار تولید و صادرات پیاز

بررسی روند مقادیر تولید پیاز براساس گزارشات وزارت جهاد کشاورزی (۱۳۹۸)، بیانگر روند رو به رشد و کم نوسان تولید طی سال‌های مورد بررسی است. بطوریکه تولید پیاز در سال ۱۳۹۷ نسبت به سال ۱۳۸۰ حدود ۶۹/۶ درصد رشد داشته و از ۱۴۱۹ هزار تن به ۲۴۰۷ هزار تن رسیده است.



نمودار ۲-۷- روند مقدار تولید پیاز ایران (وزارت جهاد کشاورزی، ۱۳۹۸)

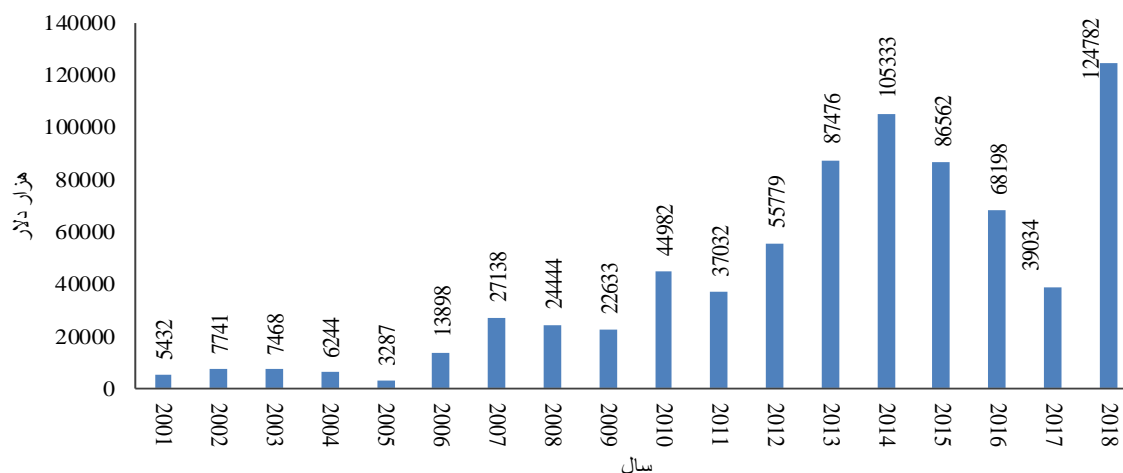
روند مقادیر صادراتی پیاز ایران کاملاً نوسانی اما با روند کلی صعودی است و در سال ۲۰۱۶ مقادیر صادراتی پیاز ایران به حداکثر مقدار خود معادل ۳۴۳/۷ هزار تن رسید. مقدار صادرات در سال ۲۰۱۸ نسبت به سال ۲۰۰۱ بیش از ۴۹۴ درصد رشد داشته است. آنچه مشخص است، الگوی صادراتی مشخصی در بازار صادراتی پیاز ایران وجود ندارد.



نمودار ۳-۷- روند مقدار صادرات پیاز ایران (منبع: ITC, 2020)

۳-۷- بررسی روند قیمت و ارزش صادرات پیاز

روند کلی ارزش صادراتی پیاز ایران هرچند صعودی بوده اما پس از سال ۲۰۱۴ تا سال ۲۰۱۷ این روند کاملاً نزولی بوده و در سال ۲۰۱۸ مجدد رشد چشمگیری داشته است. بخشی از رشد چشمگیر سال ۲۰۱۸ ناشی از مقادیر صادراتی بیشتر در این سال بوده و بخشی نیز به دلیل افزایش قیمت صادراتی در این سال بوده که در ادامه به آن اشاره خواهد شد.



نمودار ۲-۴- روند ارزش صادرات پیاز ایران (منبع: ITC, 2020)

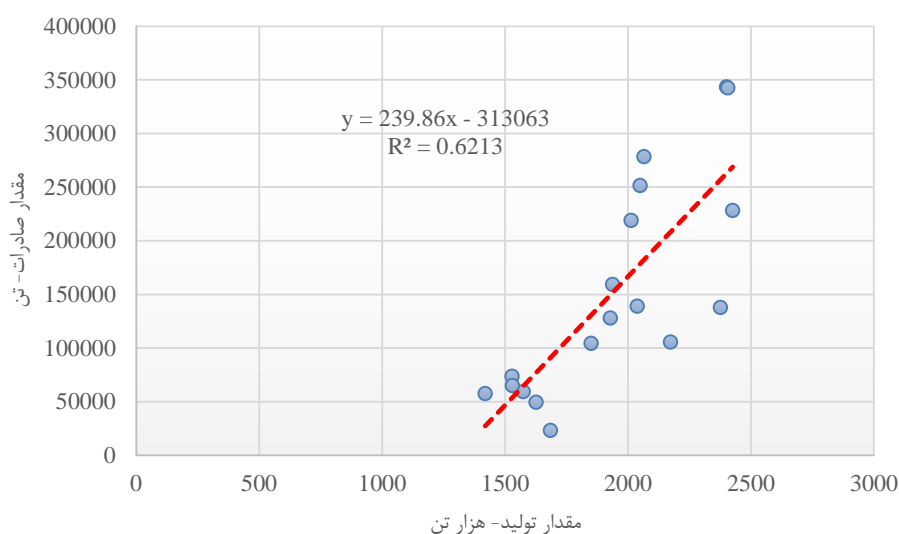
همانطور که مشخص است، روند قیمت‌های صادراتی پیاز ایران تا سال ۲۰۰۹ صعودی بوده و پس از این سال روند تقریباً ثابتی داشته است. در سال ۲۰۱۶ این قیمت افت قابل ملاحظه‌ای داشته و نسبت به سال ۲۰۱۵ با ۴۷/۸ درصد رشد منفی مواجه شده است. البته این افت قیمت در بازار عراق اتفاق افتاده و ناشی از عرضه بالای پیاز ایران به عراق در سال ۲۰۱۶ نیز ناشی می‌شود. در واقع در سال ۲۰۱۶ نسبت به سال ۲۰۱۵ صادرات ایران به عراق بیش از ۱۲۲ درصد افزایش یافت که در همان سال قیمت پیاز در داخل کشور را دچار افزایش ناگهانی نمود. پس از سال ۲۰۱۶ قیمت‌های صادراتی مجدداً روند رو به رشدی یافتند.



نمودار ۷-۵- روند قیمت صادرات پیاز ایران (منبع: ITC, 2020)

۷-۴- ارتباط بین مقدار صادرات و مقدار تولید

در نمودار ۷-۶ مشخص است که بطور کلی با افزایش سطح تولید، مقادیر صادراتی ایران نیز افزایش یافته و بطور کلی همبستگی مناسبی بین این دو متغیر مشاهده می شود. اگر از ضریب تعیین برآوردی جذر گرفته شود، ضریب همبستگی معادل ۷۸/۷ درصد بین متغیرهای تولید و صادرات پیاز برقرار خواهد بود.

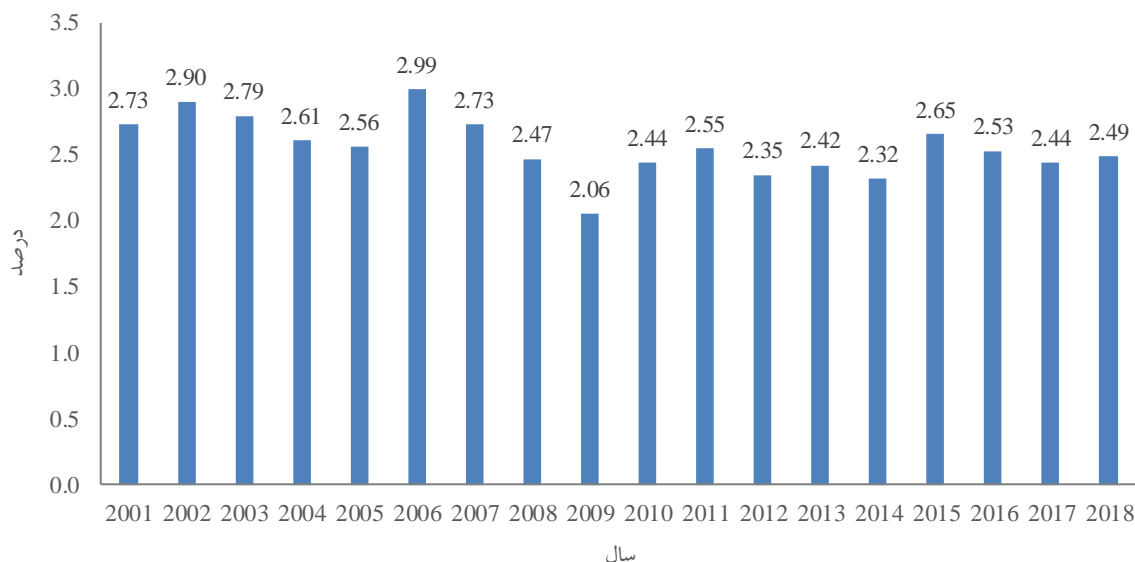


نمودار ۷-۶- ارتباط مقادیر تولید و صادرات پیاز ایران

۷-۵- مقایسه سهم تولید پیاز و سهم صادرات پیاز ایران از جهان

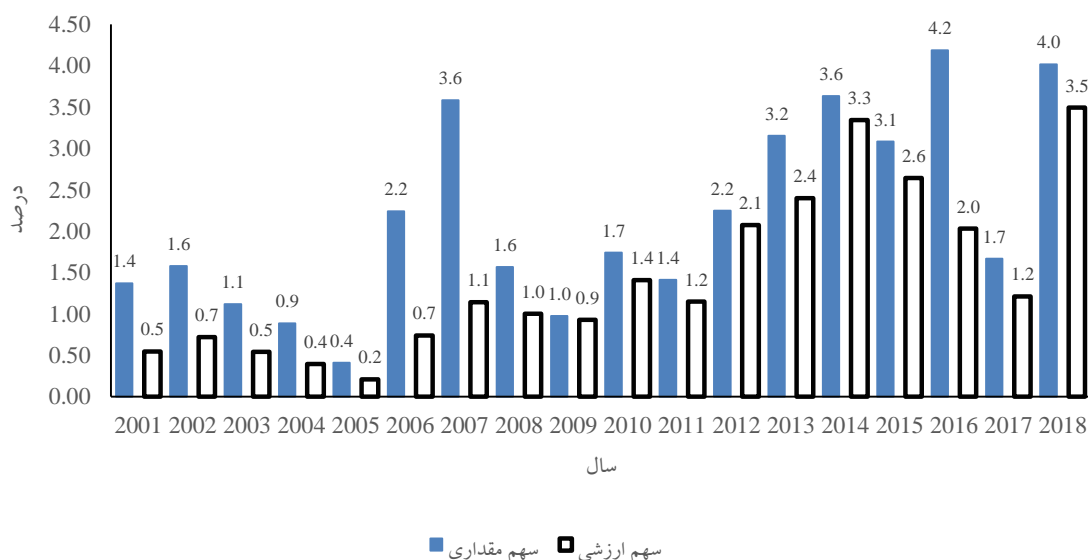
بررسی سهم تولید پیاز ایران از تولیدات جهانی نیز نشان می دهد به لحاظ وزنی، سهم ایران در تولیدات جهانی بین ۲ تا ۳ درصد بوده است. بطوریکه در سال ۲۰۱۸ این سهم معادل ۲/۴۹ درصد برآورد می شود که نسبت به سال ۲۰۰۱ کاهش حدود ۱۰ درصدی را نشان می دهد.

بررسی وضعیت صادرات محصولات منتخب کشاورزی ایران..... پیاز



نمودار ۷-۷- روند سهم تولید پیاز در جهان (منبع: ITC, 2020 و یافته‌های پژوهش)

بررسی سهم مقداری و ارزشی پیاز صادراتی ایران نشان می‌دهد که نوسان در هر دو سهم ارزشی و مقداری مشاهده می‌شود اما در سهم مقداری این نوسان بیشتر به نظر می‌رسد. اختلاف بین سهم مقداری و ارزشی در سال‌هایی که بیشتر است مانند سال‌های ۲۰۰۶، ۲۰۰۷ و ۲۰۱۶ بیانگر افت قیمت‌ها در این سال‌هاست. در سال ۲۰۱۸ سهم مقداری صادرات پیاز ایران از صادرات جهانی، ۴ درصد بوده و در همین سال ۳/۵ درصد ارزش صادرات پیاز جهانی نصیب صادرکنندگان ایرانی شده است.



نمودار ۷-۸- روند سهم مقداری و ارزشی صادرات پیاز در جهان (منبع: ITC, 2020 و یافته‌های پژوهش)

۷-۶- بررسی وضعیت صادرکنندگان بزرگ پیاز و جایگاه ایران

بررسی وضعیت صادرات محصولات منتخب کشاورزی ایران.....پياز

روند مقادير صادراتی در کشورهای اصلی صادرکننده نشان داد که به لحاظ مقادير صادراتی ایران در جایگاه نهم صادرات پياز قرار داشته است و نوسان مقادير صادراتی بسیار بیشتر نوسان میانگین جهانی بوده و پس از پاکستان بیشترین ریسک مقادير صادراتی از بین ۱۰ کشور اول صادراتی مربوط به ایران بوده است.

بررسی وضعیت صادرات محصولات منتخب کشاورزی ایران.....پياز

جدول ۷-۱- مقدار صادراتی ۱۰ کشور اصلی صادرکننده و ایران- هزار تن

سال	جهان	هند	هلند	چین	مصر	مکزیک	آمریکا	اسپانیا	ایران	پرو	پاکستان
۲۰۰۱	۴۲۱۰	۳۸۴	۷۰۴	۲۹۱	۱۶۶	۲۴۱	۵۰۴	۲۶۴	۵۸	۲۷	۰
۲۰۰۲	۴۶۷۹	۵۴۹	۷۵۹	۲۵۹	۲۹۳	۲۴۵	۴۴۹	۲۶۰	۷۴	۴۴	۰
۲۰۰۳	۵۳۲۱	۷۱۳	۸۸۷	۴۵۴	۳۲۰	۲۷۸	۵۱۰	۲۵۸	۶۰	۴۳	۶۲
۲۰۰۴	۵۵۹۳	۹۰۹	۸۸۲	۴۱۸	۳۲۸	۲۵۳	۴۱۹	۲۱۶	۵۰	۵۶	۴۹
۲۰۰۵	۵۶۸۲	۹۰۲	۹۰۸	۵۷۰	۳۰۱	۲۷۳	۴۸۸	۲۳۱	۲۳	۵۸	۳۴
۲۰۰۶	۶۲۰۱	۱۴۱۵	۹۱۲	۵۶۹	۲۰۵	۲۹۶	۳۲۶	۲۷۳	۱۳۹	۵۲	۹
۲۰۰۷	۶۱۱۰	۸۹۹	۹۶۲	۶۴۵	۲۰۱	۲۸۸	۲۹۲	۲۵۴	۲۱۹	۸۶	۳۴
۲۰۰۸	۶۶۶۳	۱۵۴۷	۱۱۶۹	۵۴۵	۲۴۷	۲۸۰	۳۲۱	۲۶۸	۱۰۵	۷۲	۳۴
۲۰۰۹	۶۶۶۸	۱۸۱۳	۱۰۸۱	۵۲۶	۲۳۵	۳۱۲	۲۸۳	۲۶۸	۶۵	۱۰۱	۸۴
۲۰۱۰	۷۳۵۲	۱۲۴۱	۱۵۱۰	۶۴۵	۵۱۱	۳۲۷	۳۶۱	۲۲۴	۱۲۸	۱۶۶	۸۹
۲۰۱۱	۷۴۸۹	۱۱۱۰	۱۶۴۱	۷۴۲	۴۹۱	۳۷۰	۳۵۶	۲۵۲	۱۰۶	۱۷۸	۱۷۳
۲۰۱۲	۷۰۹۴	۱۵۲۸	۱۴۲۷	۶۲۰	۳۱۹	۳۷۵	۳۳۲	۲۵۲	۱۵۹	۱۶۲	۳۶
۲۰۱۳	۷۹۸۱	۱۴۷۷	۱۶۳۷	۷۴۳	۳۴۹	۳۷۸	۳۵۸	۲۸۷	۲۵۲	۱۹۷	۱۰۲
۲۰۱۴	۷۶۷۰	۱۲۶۷	۱۶۰۴	۷۳۳	۴۱۷	۳۸۶	۳۳۹	۳۵۱	۲۷۹	۱۹۱	۱۲۱
۲۰۱۵	۷۴۰۵	۱۰۳۱	۱۳۳۴	۸۷۰	۵۵۲	۳۸۶	۳۰۴	۳۵۶	۲۲۸	۱۶۲	۱۸۹
۲۰۱۶	۸۲۰۶	۱۸۳۷	۱۵۷۵	۷۱۱	۴۴۵	۴۱۳	۳۲۶	۳۵۷	۳۴۴	۲۰۹	۷۶
۲۰۱۷	۸۲۶۱	۱۶۲۲	۱۵۶۹	۹۲۲	۵۶۶	۴۲۱	۳۲۸	۳۳۸	۱۳۸	۱۹۱	۶۰
۲۰۱۸	۸۵۳۴	۱۶۸۸	۱۵۲۹	۹۱۰	۴۴۶	۴۳۳	۳۶۰	۳۵۶	۳۴۳	۲۱۳	۲۱۱
میانگین	۶۷۲۹	۱۲۱۸	۱۲۲۷	۶۲۱	۳۵۵	۳۳۱	۳۷۰	۲۸۱	۱۵۴	۱۲۳	۸۵
ضرب نوسان	۰,۱۹	۰,۳۵	۰,۲۸	۰,۳۱	۰,۳۵	۰,۱۹	۰,۲۰	۰,۱۷	۰,۶۶	۰,۵۵	۰,۷۱

منبع: ITC, 2020 و یافته پژوهش

روند مقادیر سهم صادراتی در کشورهای اصلی صادرکننده نشان داد که به لحاظ سهم مقادیر صادراتی نیز ایران در جایگاه نهم قرار داشته است. براساس ضریب نوسان محاسباتی نیز مشخص است که همچنان پس از پاکستان بیشترین ریسک سهم مقادیر صادراتی از بین ۱۰ کشور اول صادراتی مربوط به ایران بوده است. کمترین ریسک سهم صادرات مربوط به مکزیک و پس از آن هلند بوده است.

بررسی وضعیت صادرات محصولات منتخب کشاورزی ایران.....پياز

جدول ۷-۲- سهم مقدار صادراتی ۱۰ کشور اصلی صادرکننده و ایران-درصد

سال	هند	هلند	چین	مصر	مکزیک	آمریکا	اسپانیا	ایران	پرو	پاکستان
۲۰۰۱	۹,۱۱	۱۶,۷۳	۶,۹۱	۳,۹۵	۵,۷۲	۱۱,۹۷	۶,۲۸	۱,۳۷	۰,۶۴	۰,۰۰
۲۰۰۲	۱۱,۷۴	۱۶,۲۳	۵,۵۳	۶,۲۷	۵,۲۳	۹,۵۹	۵,۵۶	۱,۵۸	۰,۹۳	۰,۰۰
۲۰۰۳	۱۳,۴۰	۱۶,۶۷	۸,۵۳	۶,۰۲	۵,۲۲	۹,۵۹	۴,۸۶	۱,۱۲	۰,۸۰	۱,۱۷
۲۰۰۴	۱۶,۲۵	۱۵,۷۶	۷,۴۸	۵,۸۶	۴,۵۲	۷,۴۹	۳,۸۶	۰,۸۹	۱,۰۰	۰,۸۸
۲۰۰۵	۱۵,۸۷	۱۵,۹۸	۱۰,۰۳	۵,۳۰	۴,۸۱	۸,۵۸	۴,۰۷	۰,۶۱	۱,۰۳	۰,۵۹
۲۰۰۶	۲۲,۸۱	۱۴,۷۰	۹,۱۸	۳,۳۰	۴,۷۷	۵,۲۶	۴,۴۱	۲,۲۴	۰,۸۴	۰,۱۴
۲۰۰۷	۱۴,۷۲	۱۵,۷۵	۱۰,۵۶	۳,۲۹	۴,۷۲	۴,۷۸	۴,۱۶	۳,۵۸	۱,۴۱	۰,۵۵
۲۰۰۸	۲۳,۲۱	۱۷,۵۵	۸,۱۸	۳,۷۱	۴,۲۰	۴,۸۱	۴,۰۲	۱,۵۷	۱,۰۸	۰,۵۱
۲۰۰۹	۲۷,۱۸	۱۶,۲۱	۷,۸۹	۳,۵۳	۴,۶۷	۴,۲۵	۴,۰۲	۰,۹۸	۱,۵۲	۱,۲۶
۲۰۱۰	۱۶,۸۹	۲۰,۵۳	۸,۷۷	۶,۹۴	۴,۴۵	۴,۹۱	۳,۰۵	۱,۷۴	۲,۲۶	۱,۲۱
۲۰۱۱	۱۴,۸۲	۲۱,۹۱	۹,۹۱	۶,۵۶	۴,۹۴	۴,۷۵	۳,۳۷	۱,۴۱	۲,۳۷	۲,۳۱
۲۰۱۲	۲۱,۵۴	۲۰,۱۲	۸,۷۴	۴,۵۰	۵,۲۸	۴,۶۸	۳,۵۵	۲,۲۵	۲,۲۹	۰,۵۰
۲۰۱۳	۱۸,۵۰	۲۰,۵۱	۹,۳۱	۴,۳۷	۴,۷۴	۴,۴۹	۳,۶۰	۳,۱۵	۲,۴۷	۱,۲۸
۲۰۱۴	۱۶,۵۲	۲۰,۹۲	۹,۵۶	۵,۴۳	۵,۰۳	۴,۴۲	۴,۵۷	۳,۶۳	۲,۴۹	۱,۵۸
۲۰۱۵	۱۳,۹۲	۱۸,۰۲	۱۱,۷۵	۷,۴۵	۵,۲۲	۴,۱۱	۴,۸۱	۳,۰۸	۲,۱۹	۲,۵۶
۲۰۱۶	۲۲,۳۹	۱۹,۱۹	۸,۶۷	۵,۴۲	۵,۰۳	۳,۹۷	۴,۳۵	۴,۱۹	۲,۵۵	۰,۹۳
۲۰۱۷	۱۹,۶۳	۱۸,۹۹	۱۱,۱۶	۶,۸۶	۵,۱۰	۳,۹۷	۴,۰۹	۱,۶۷	۲,۳۲	۰,۷۳
۲۰۱۸	۱۹,۷۹	۱۷,۹۲	۱۰,۶۶	۵,۲۳	۵,۰۷	۴,۲۲	۴,۱۷	۴,۰۲	۲,۴۹	۲,۴۷
میانگین	۱۷,۶۸	۱۷,۹۸	۹,۰۵	۵,۲۲	۴,۹۳	۵,۸۸	۴,۲۷	۲,۱۶	۱,۷۰	۱,۰۴
ضریب نوسان	۰,۲۶	۰,۱۲	۰,۱۷	۰,۲۵	۰,۰۷	۰,۴۱	۰,۱۸	۰,۵۴	۰,۴۳	۰,۷۶

منبع: ITC, 2020 و یافته پژوهش

ارزش صادراتی ۱۰ کشور اول صادرکننده نیز بیانگر آن است که ایران به لحاظ ارزش صادراتی در جایگاه مناسب تری بوده و از این حیث در جایگاه هفتم بوده است. این در حالی است که ریسک ارزش صادراتی ایران براساس ضریب نوسان، بیشتر از ریسک مقادیر صادراتی بوده است و این نوسان از میانگین جهانی نیز بسیار بیشتر بوده است. طی دوره مورد بررسی، ایران بیشترین ریسک ارزش صادراتی را نسبت به رقبا داشته است.

جدول ۷-۳- ارزش صادراتی ۱۰ کشور اصلی صادرکننده و ایران- میلیون دلار

سال	جهان	هلند	چین	هند	مکزیک	آمریکا	اسپانیا	ایران	مصر	لهستان	فرانسه
۲۰۰۱	۹۹۱	۱۵۰	۵۸	۶۶	۱۶۵	۱۱۴	۵۹	۵	۱۴	۱۸	۳۴
۲۰۰۲	۱۰۷۷	۱۸۱	۴۵	۷۵	۱۵۹	۱۰۴	۶۵	۸	۲۴	۱۷	۳۷
۲۰۰۳	۱۳۷۷	۲۴۱	۸۵	۱۱۸	۱۸۲	۱۳۵	۸۰	۷	۳۳	۳۱	۴۰
۲۰۰۴	۱۵۷۴	۲۶۱	۹۰	۱۶۷	۲۱۴	۱۲۵	۷۳	۶	۳۴	۴۴	۵۲
۲۰۰۵	۱۵۶۵	۲۱۷	۱۱۸	۱۵۳	۲۸۵	۱۴۶	۷۳	۳	۳۱	۳۷	۴۵
۲۰۰۶	۱۸۷۴	۳۰۷	۱۵۴	۲۲۶	۲۲۳	۱۷۱	۱۰۹	۱۴	۲۴	۴۹	۶۳
۲۰۰۷	۲۳۷۵	۴۲۸	۱۴۶	۲۶۴	۲۴۱	۱۸۶	۱۴۴	۲۷	۳۶	۶۲	۷۸
۲۰۰۸	۲۴۳۴	۴۲۳	۱۳۳	۳۳۱	۳۰۱	۱۸۳	۱۰۷	۲۴	۹۸	۶۳	۶۶
۲۰۰۹	۲۴۳۳	۳۹۲	۱۵۷	۴۷۵	۲۷۷	۱۶۹	۹۵	۲۳	۱۶۹	۴۵	۶۲
۲۰۱۰	۳۱۹۵	۶۳۲	۲۵۱	۴۶۵	۲۵۵	۲۶۱	۱۲۴	۴۵	۲۳۱	۵۵	۸۱
۲۰۱۱	۳۲۱۸	۶۴۰	۳۰۱	۳۷۰	۳۰۸	۲۱۵	۱۲۰	۳۷	۲۱۶	۴۹	۹۹
۲۰۱۲	۲۶۸۷	۴۹۲	۲۹۳	۲۹۵	۳۰۸	۲۲۲	۹۹	۵۶	۱۵۷	۳۵	۷۹
۲۰۱۳	۳۶۴۴	۶۷۴	۳۷۲	۶۰۱	۳۵۸	۲۵۸	۱۴۶	۸۷	۲۰۳	۴۶	۱۰۱
۲۰۱۴	۳۱۵۰	۶۱۱	۳۹۴	۳۲۲	۳۱۰	۲۴۱	۱۴۶	۱۰۵	۱۶۵	۵۵	۸۲
۲۰۱۵	۳۲۷۶	۴۶۵	۴۷۷	۴۲۳	۴۱۰	۲۱۳	۱۶۷	۸۷	۲۶۹	۴۱	۷۱
۲۰۱۶	۳۳۵۵	۶۲۰	۴۵۷	۳۸۲	۴۴۸	۲۳۰	۱۵۴	۶۸	۲۰۱	۴۱	۹۲
۲۰۱۷	۳۲۱۷	۵۳۷	۵۰۷	۴۲۳	۳۷۱	۲۱۹	۱۳۳	۳۹	۲۰۷	۴۱	۷۷
۲۰۱۸	۳۵۷۲	۶۸۰	۵۱۰	۴۲۰	۴۲۰	۲۳۲	۱۷۷	۱۲۵	۱۱۸	۸۳	۸۱
میانگین	۲۵۰۱	۴۴۲	۲۵۳	۳۱۰	۲۹۱	۱۹۰	۱۱۵	۴۳	۱۲۴	۴۵	۶۹
ضریب نوسان	۰,۳۶	۰,۴۱	۰,۶۵	۰,۴۹	۰,۳۰	۰,۲۶	۰,۳۲	۰,۸۸	۰,۷۱	۰,۳۵	۰,۳۰

منبع: ITC, 2020 و یافته پژوهش

به لحاظ سهم ارزش صادراتی نیز ایران بویژه در سال‌های پایانی حائز رتبه هفتم بوده است. براساس محاسبه ضریب نوسان نیز نوسان سهم صادراتی ایران در وضعیت مطلوبی قرار نداشته و این نوسان از نوسان تمام کشورهای اصلی صادرکننده بیشتر بوده است که می‌تواند بیانگر ریسک صادراتی بیشتر صادرکننده ایرانی باشد.

بررسی وضعیت صادرات محصولات منتخب کشاورزی ایران..... پیاز

جدول ۷-۴- سهم ارزشی صادراتی ۱۰ کشور اصلی صادرکننده و ایران-درصد

صادرکننده	هلند	چین	هند	مکزیک	آمریکا	اسپانیا	ایران	مصر	لهستان	فرانسه
۲۰۰۱	۱۵,۱۴	۵,۸۳	۶,۶۵	۱۶,۶۸	۱۱,۴۹	۵,۹۵	۰,۵۵	۱,۴۳	۱,۷۷	۳,۳۹
۲۰۰۲	۱۶,۸۱	۴,۱۸	۷,۰۰	۱۴,۸۰	۹,۷۰	۶,۰۱	۰,۷۲	۲,۱۹	۱,۶۱	۳,۴۵
۲۰۰۳	۱۷,۵۲	۶,۱۸	۸,۵۵	۱۳,۲۵	۹,۸۲	۵,۷۷	۰,۵۴	۲,۴۰	۲,۲۳	۲,۸۸
۲۰۰۴	۱۶,۶۰	۵,۷۴	۱۰,۵۸	۱۳,۶۰	۷,۹۵	۴,۶۳	۰,۴۰	۲,۱۴	۲,۸۳	۳,۲۹
۲۰۰۵	۱۳,۸۳	۷,۵۱	۹,۷۶	۱۸,۲۳	۹,۳۱	۴,۶۴	۰,۲۱	۱,۹۸	۲,۳۸	۲,۸۸
۲۰۰۶	۱۶,۴۱	۸,۲۱	۱۲,۰۸	۱۱,۸۹	۹,۱۴	۵,۸۱	۰,۷۴	۱,۲۷	۲,۶۴	۳,۳۴
۲۰۰۷	۱۸,۰۴	۶,۱۳	۱۱,۱۰	۱۰,۱۴	۷,۸۳	۶,۰۵	۱,۱۴	۱,۵۲	۲,۵۹	۳,۲۹
۲۰۰۸	۱۷,۳۸	۵,۴۶	۱۳,۵۸	۱۲,۳۷	۷,۵۰	۴,۳۸	۱,۰۰	۴,۰۱	۲,۵۹	۲,۷۲
۲۰۰۹	۱۶,۱۰	۶,۴۴	۱۹,۵۲	۱۱,۳۹	۶,۹۵	۳,۹۲	۰,۹۳	۶,۹۳	۱,۸۴	۲,۵۶
۲۰۱۰	۱۹,۷۷	۷,۸۴	۱۴,۵۷	۷,۹۸	۸,۱۶	۳,۸۹	۱,۴۱	۷,۲۴	۱,۷۲	۲,۵۲
۲۰۱۱	۱۹,۹۰	۹,۳۵	۱۱,۵۰	۹,۵۸	۶,۶۹	۳,۷۳	۱,۱۵	۶,۷۰	۱,۵۲	۳,۰۷
۲۰۱۲	۱۸,۳۳	۱۰,۹۱	۱۰,۹۷	۱۱,۴۶	۸,۲۵	۳,۶۷	۲,۰۸	۵,۸۵	۱,۳۲	۲,۹۳
۲۰۱۳	۱۸,۴۹	۱۰,۲۰	۱۶,۴۹	۹,۸۱	۷,۰۸	۴,۰۱	۲,۴۰	۵,۵۶	۱,۲۵	۲,۷۷
۲۰۱۴	۱۹,۳۹	۱۲,۵۱	۱۰,۲۳	۹,۸۴	۷,۶۶	۴,۶۲	۳,۳۴	۵,۲۴	۱,۷۳	۲,۵۹
۲۰۱۵	۱۴,۲۱	۱۴,۵۵	۱۲,۹۲	۱۲,۵۱	۶,۵۰	۵,۱۰	۲,۶۴	۸,۲۱	۱,۲۶	۲,۱۸
۲۰۱۶	۱۸,۴۹	۱۳,۶۱	۱۱,۴۰	۱۳,۳۷	۶,۸۵	۴,۶۰	۲,۰۳	۶,۰۰	۱,۲۱	۲,۷۴
۲۰۱۷	۱۶,۷۰	۱۵,۷۶	۱۳,۱۶	۱۱,۵۳	۶,۸۲	۴,۱۴	۱,۲۱	۶,۴۴	۱,۲۶	۲,۳۹
۲۰۱۸	۱۹,۰۴	۱۴,۲۷	۱۱,۷۷	۱۱,۷۵	۶,۴۹	۴,۹۵	۳,۴۹	۳,۳۰	۲,۳۱	۲,۲۷
میانگین	۱۷,۳۴	۹,۱۵	۱۱,۷۷	۱۲,۲۳	۸,۰۱	۴,۷۷	۱,۴۴	۴,۳۶	۱,۸۹	۲,۸۵
ضریب نوسان	۰,۱۰	۰,۴۰	۰,۲۶	۰,۲۱	۰,۱۷	۰,۱۷	۰,۶۹	۰,۵۴	۰,۲۹	۰,۱۴

منبع: ITC, 2020 و یافته پژوهش

مشخص است که رتبه ایران در بازارهای جهانی در خصوص مقادیر صادراتی بین رتبه ۲۷ تا ۷ بوده است. رتبه ارزش صادراتی نیز به همین صورت بین رتبه ۳۵ تا ۷ بوده است. مشخص است که به لحاظ مقادیر صادراتی ایران از رتبه ۱۶ در سال ۲۰۰۱ به رتبه ۸ در سال ۲۰۱۸ رسیده و به لحاظ ارزش صادراتی نیز از جایگاه ۲۲ به جایگاه ۷ دست یافت.

جدول ۷-۵- رتبه ایران در بازارهای جهانی پياز

سال	مقدار صادرات	ارزش صادراتی
۲۰۰۱	۱۶	۲۲
۲۰۰۲	۱۴	۲۳
۲۰۰۳	۱۶	۲۵
۲۰۰۴	۲۱	۲۹
۲۰۰۵	۲۷	۳۵
۲۰۰۶	۱۱	۲۳
۲۰۰۷	۷	۱۹
۲۰۰۸	۱۳	۱۸
۲۰۰۹	۱۹	۱۸
۲۰۱۰	۱۱	۱۴
۲۰۱۱	۱۶	۱۷
۲۰۱۲	۱۰	۹
۲۰۱۳	۸	۱۰
۲۰۱۴	۸	۸
۲۰۱۵	۸	۸
۲۰۱۶	۷	۱۱
۲۰۱۷	۱۱	۱۶
۲۰۱۸	۸	۷

منبع: ITC, 2020 و یافته پژوهش

۷-۷- معرفی واردکنندگان بزرگ پياز در جهان

کشورهای اصلی وارد کننده بصورت جدول ۷-۶ بوده که از بین این کشورها، آمریکا که بزرگترین واردکننده است، جزو صادرکنندگان بزرگ نیز بوده است. جزو صادرکنندگان اصلی محصول نیز بوده اند. این نتیجه به معنی آن است که آمریکا علاوه بر اینکه به این طریق این کشور پتانسیل صادرات مجدد خواهد داشت، در زمان افزایش تقاضای داخلی یا کمبود تولید، نیازی به ممنوعیت صادراتی پياز نخواهد بود و واردات همزمان با صادرات علاوه بر تأمین نیازهای داخلی، دوام بازارهای صادراتی را تضمین خواهد نمود.

جدول ۷-۶- سهم مقداری ۱۰ کشور واردکننده اصلی در بازارهای جهانی (درصد)

سال	آمریکا	مالزی	انگلستان	عربستان	امارات	عراق	ژاپن	سریلانکا	بنگلادش	آلمان
۲۰۰۱	۱۴,۳۰	۵,۷۰	۵,۸۰	۳,۲۰	***	***	۶,۳۴	۲,۷۸	۰,۶۸	۷,۲۹
۲۰۰۲	۱۲,۰۷	۶,۷۷	۶,۱۳	۴,۲۳	***	***	۳,۴۵	۲,۹۸	۰,۹۱	۶,۷۸
۲۰۰۳	۱۰,۸۰	۵,۷۵	۵,۵۷	۳,۷۹	***	***	۴,۸۰	۲,۶۵	۰,۹۶	۵,۶۰
۲۰۰۴	۱۰,۱۴	۷,۶۴	۵,۴۱	۴,۰۲	***	***	۵,۱۷	۲,۲۶	۲,۰۶	۵,۲۹
۲۰۰۵	۱۱,۵۹	۷,۸۳	۵,۸۷	۴,۶۵	۳,۴۲	***	۶,۵۵	۲,۲۴	۰,۶۸	۴,۶۳
۲۰۰۶	۵,۰۳	۸,۱۱	۵,۵۴	۴,۰۰	***	***	۵,۰۳	۲,۲۵	۲,۴۵	۴,۷۷
۲۰۰۷	۶,۹۴	۶,۸۸	۶,۴۰	۳,۵۳	۴,۲۹	***	۳,۸۸	۲,۷۹	۱,۹۰	۴,۰۶
۲۰۰۸	۷,۸۴	۶,۴۹	۶,۰۹	۳,۶۴	۳,۹۱	***	۲,۹۶	۲,۷۸	۱,۵۷	۴,۲۰
۲۰۰۹	۵,۰۲	۷,۴۱	۵,۸۸	۴,۷۴	***	***	۳,۳۸	۲,۵۹	۱,۶۷	۴,۰۵
۲۰۱۰	۶,۰۳	۷,۱۱	۵,۶۱	۴,۸۱	***	***	۵,۲۰	۲,۶۰	۰,۳۴	۴,۱۷
۲۰۱۱	۵,۸۸	۶,۷۷	۵,۴۶	۴,۸۰	***	***	۵,۵۷	۲,۶۵	۰,۲۵	۳,۹۸
۲۰۱۲	۵,۹۲	۶,۷۹	۴,۹۴	۴,۶۸	۴,۲۳	***	۵,۲۶	۲,۳۵	۰,۴۶	۳,۷۰
۲۰۱۳	۶,۱۲	۶,۴۴	۵,۹۹	۳,۹۲	۴,۵۴	***	۴,۲۴	۲,۰۹	۰,۵۰	۳,۶۰
۲۰۱۴	۶,۹۱	۵,۷۹	۵,۶۰	۴,۳۵	۴,۵۶	۰,۸۲	۴,۸۴	۲,۲۴	***	۳,۵۷
۲۰۱۵	۶,۲۹	۶,۷۱	۵,۰۶	۴,۷۹	۴,۶۷	۲,۱۰	۳,۹۳	۲,۹۲	۶,۰۱	۳,۲۴
۲۰۱۶	۶,۴۹	۷,۲۰	۴,۹۲	۴,۴۴	۴,۴۶	۴,۵۹	۳,۴۸	۱,۴۲	۴,۰۲	۳,۳۰
۲۰۱۷	۶,۹۵	۷,۳۵	۴,۳۲	۴,۹۶	۴,۶۲	۲,۸۵	۳,۶۸	۳,۰۷	۲,۶۵	۳,۱۱
۲۰۱۸	۶,۹۸	۶,۶۹	۴,۹۳	۴,۶۸	۴,۲۲	۴,۲۰	۳,۶۲	۳,۲۳	۳,۲۳	۳,۱۶

منبع: ITC, 2020 و یافته پژوهش *** داده‌ای ثبت نشده است

۷-۸- بررسی جایگاه ایران از نظر مقداری و ارزشی در بازار جهانی پیاز و تغییر جایگاه ایران در کشورهای

هدف

به لحاظ مقادیر صادرات، مشخص است که ایران از بین کشورهای هدف خود در کشورهای عراق، ترکمنستان و تا حدودی افغانستان و ترکیه عمدتاً حائز رتبه اول بوده اما در سایر بازارها رقبای بیشتری در مقابل صادرکننده ایرانی حضور دارند.

بررسی وضعیت صادرات محصولات منتخب کشاورزی ایران.....پیاز

جدول ۷-۷- رتبه ایران در مقدار صادرات پیاز به جهان و بزرگترین بازارهای هدف (۲۰۰۱-۲۰۱۸)

سال	جهان	عراق	امارات	کویت	ترکیه	افغانستان	ترکمنستان	قطر	عمان	بلغارستان	قبرس
۲۰۰۱	۱۶	۱	۲	۱	۲	***	۱	۱	***	***	۷
۲۰۰۲	۱۴	۱	۲	۲	۳	۱	***	۱	۳	***	***
۲۰۰۳	۱۶	۱	۳	۲	۶	۲	۱	۱	***	***	***
۲۰۰۴	۲۱	۲	۲	۲	۴	۲	۱	۲	***	۹	***
۲۰۰۵	۲۷	۴	۵	۵	۲	۱	۱	۳	۴	***	***
۲۰۰۶	۱۱	۱	۳	۲	۶	۱	۱	۲	***	۱۰	***
۲۰۰۷	۷	۱	۲	۱	۵	۱	۱	۴	۶	۱۱	***
۲۰۰۸	۱۳	۲	۴	۵	۴	۱	۱	۵	***	۹	***
۲۰۰۹	۱۹	۳	۳	۴	۱	۳	۲	۳	***	۹	***
۲۰۱۰	۱۱	۱	۳	۴	۱	۳	۱	۵	***	۱۷	۱۱
۲۰۱۱	۱۶	۳	۳	۸	۱	۲	۱	۸	***	۱۸	***
۲۰۱۲	۱۰	۱	۲	۵	۲	۱	۱	۵	۶	۱۴	۵
۲۰۱۳	۸	۱	۲	۸	۲	۱	۱	۵	۸	***	***
۲۰۱۴	۸	۱	۲	۶	۱	۱	۱	۱۶	۶	***	۴
۲۰۱۵	۸	۱	۴	۳	۲	۱	۱	۵	۷	***	***
۲۰۱۶	۷	۱	۴	۳	***	۲	۱	۴	۶	***	۸
۲۰۱۷	۱۱	۲	۶	۲	***	۲	۱	۲	۹	***	***
۲۰۱۸	۸	۱	۳	۲	۱	۱	۱	۳	۴	۵	۳

منبع: ITC, 2020 و یافته پژوهش *** داده‌ای ثبت نشده است

به لحاظ ارزش صادرات نیز مشخص است که ایران جایگاه مناسب‌تری در کشورهای هدف خود داشته و ایران در کشورهای عراق، ترکمنستان، افغانستان و ترکیه بویژه در سال‌های اخیر حائز رتبه اول بوده است. اما در سایر کشورها حضور ایران با حضور رقبای قدرتمندتری همراه بوده است.

بررسی وضعیت صادرات محصولات منتخب کشاورزی ایران.....پياز

جدول ۷-۸- رتبه ایران در ارزش صادرات پياز به جهان و بزرگترین بازارهای هدف (۲۰۱۷-۲۰۰۱)

سال	جهان	عراق	امارات	کویت	ترکیه	افغانستان	ترکمنستان	قطر	عمان	بلغارستان	قبرس
۲۰۰۱	۲۲	۱	۲	۱	۲	***	۱	۱	***	***	۸
۲۰۰۲	۲۳	۱	۲	۱	۳	۱	***	۱	۳	***	***
۲۰۰۳	۲۵	۱	۳	۱	۷	۳	۱	۱	***	***	***
۲۰۰۴	۲۹	۲	۲	۲	۵	۲	۱	۲	***	۹	***
۲۰۰۵	۳۵	۳	۴	۵	۲	۱	۱	۴	۵	***	***
۲۰۰۶	۲۳	۱	۴	۲	۶	۱	۱	۳	***	۱۱	***
۲۰۰۷	۱۹	۱	۲	۳	۵	۱	۱	۴	۷	۱۳	***
۲۰۰۸	۱۸	۱	۲	۵	۴	۱	۱	۴	***	۹	***
۲۰۰۹	۱۸	۲	۲	۴	۱	۳	۲	۳	***	۱۰	***
۲۰۱۰	۱۴	۱	۲	۴	۱	۴	۱	۵	***	۱۸	۱۲
۲۰۱۱	۱۷	۲	۳	۷	۱	۲	۱	۸	***	۱۹	***
۲۰۱۲	۹	۱	۲	۵	۲	۱	۱	۵	۶	۱۳	۵
۲۰۱۳	۱۰	۱	۲	۷	۱	۱	۱	۵	۸	***	***
۲۰۱۴	۸	۱	۲	۶	۱	۱	۱	۱۷	۶	***	۴
۲۰۱۵	۸	۱	۳	۳	۱	۱	۱	۷	۶	***	***
۲۰۱۶	۱۱	۱	۴	۳	***	۱	۱	۴	۷	***	۱۱
۲۰۱۷	۱۶	۱	۵	۲	***	۱	۱	۲	۱۰	***	***
۲۰۱۸	۷	۱	۳	۳	۱	۱	۱	۳	۵	۳	۳

منبع: ITC, 2020 و یافته پژوهش *** داده‌ای ثبت نشده است

در این قسمت کشورهایی که به لحاظ مقادیر صادراتی در جایگاه مناسب‌تری بودند، به لحاظ ارزشی نیز جایگاه آنها بررسی شد. مشخص است که هلند با قیمت‌های مناسب‌تر، هرچند به لحاظ مقداری رتبه اول را نداشت اما به لحاظ ارزش صادراتی کشور اول صادرکننده بوده و ثبات در جایگاه صادراتی در کشورهای اول تا هفتم مشخص است و ایران در کنار پرو و پاکستان، با نوسان در جایگاه ارزش صادراتی مواجه بوده‌اند. با این حال بهبود کلی جایگاه ایران محسوس است.

جدول ۷-۹- جایگاه ارزشی ۱۰ صادرکننده اصلی پیاز در بازار جهانی

سال	هند	هلند	چین	مصر	مکزیک	آمریکا	اسپانیا	ایران	پرو	پاکستان
۲۰۰۱	۴	۲	۶	۱	۷	۳	۵	۲۲	۲۰	***
۲۰۰۲	۴	۱	۷	۲	۵	۳	۵	۲۳	۱۹	***
۲۰۰۳	۴	۱	۵	۲	۵	۳	۶	۲۵	۲۱	۲۶
۲۰۰۴	۳	۱	۵	۲	۵	۴	۶	۲۹	۲۲	۲۸
۲۰۰۵	۳	۲	۵	۱	۵	۴	۶	۳۵	۱۸	۲۸
۲۰۰۶	۲	۱	۵	۳	۵	۴	۶	۲۳	۱۹	۴۶
۲۰۰۷	۲	۱	۵	۳	۵	۴	۶	۱۹	۲۱	۳۳
۲۰۰۸	۲	۱	۵	۳	۶	۴	۶	۱۸	۲۰	۳۲
۲۰۰۹	۱	۲	۶	۳	۶	۴	۷	۱۸	۱۵	۲۲
۲۰۱۰	۲	۱	۵	۴	۵	۳	۷	۱۴	۱۵	۲۰
۲۰۱۱	۲	۱	۴	۳	۵	۶	۷	۱۷	۱۴	۱۵
۲۰۱۲	۳	۱	۴	۲	۷	۵	۷	۹	۱۰	۳۰
۲۰۱۳	۲	۱	۳	۴	۶	۵	۷	۱۰	۱۲	۲۳
۲۰۱۴	۳	۱	۲	۴	۶	۵	۷	۸	۱۱	۲۰
۲۰۱۵	۳	۲	۱	۴	۷	۶	۷	۸	۱۰	۱۶
۲۰۱۶	۴	۱	۲	۳	۱۰	۵	۷	۱۱	۱۰	۲۲
۲۰۱۷	۳	۱	۲	۴	۷	۵	۷	۱۶	۱۰	۲۳
۲۰۱۸	۳	۱	۲	۴	۷	۵	۶	۷	۱۱	۱۳

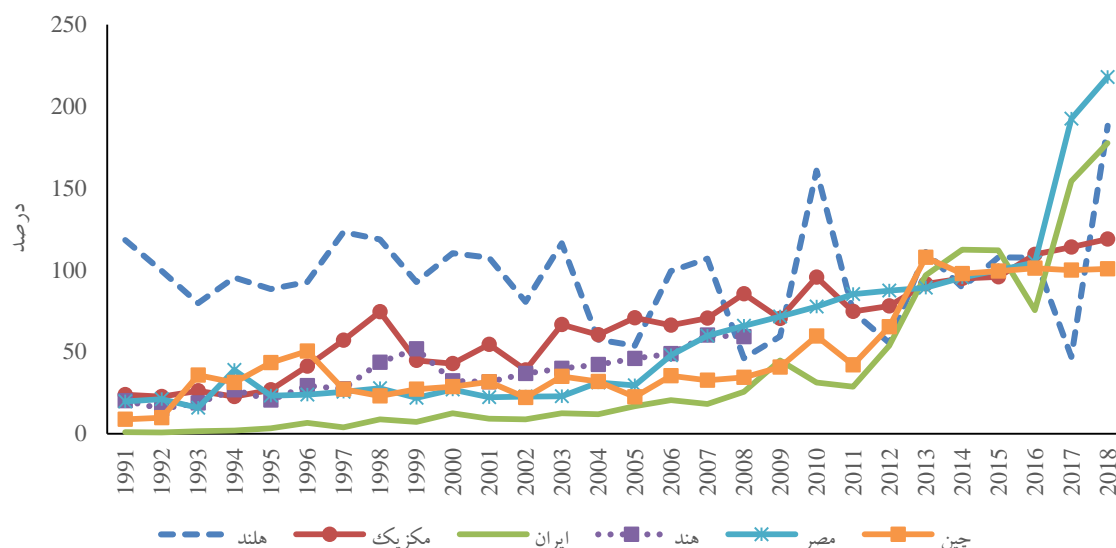
منبع: ITC, 2020 و یافته پژوهش

۷-۹- بررسی روند تغییر شاخص قیمت تولیدکننده پیاز در ایران و کشورهای رقیب به عنوان نماینده هزینه تولید پیاز

۷-۹-۱- تحلیل روند شاخص قیمت تولیدکننده در ایران و کشورهای صادرکننده پیاز

بررسی شاخص قیمت تولیدکننده پیاز بیانگر آن است که روند افزایشی مربوط به شاخص قیمت تولیدکننده ایران و مصر شباهت بیشتری به هم داشته و بویژه در سال‌های پایانی، این شاخص برای ایران، مصر و هلند روند فزاینده‌ای داشته که بیانگر افزایش تورم در سطح تولیدکننده در این کشورهاست. البته بیش از سطح مطلق این شاخص، میزان رشد آن که بیانگر تورم بوده مهم خواهد بود که در ادامه به آن پرداخته خواهد شد.

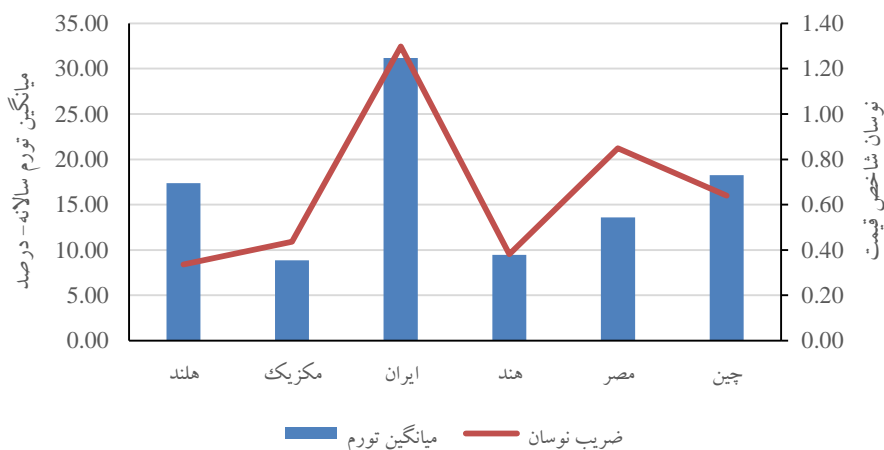
بررسی وضعیت صادرات محصولات منتخب کشاورزی ایران..... پیاز



نمودار ۷-۹- روند شاخص قیمت تولید کننده پیاز ایران و بزرگترین صادرکنندگان جهانی

۷-۹-۲- بررسی و مقایسه میانگین تورم سالانه تولید و نوسان شاخص قیمت تولید کننده

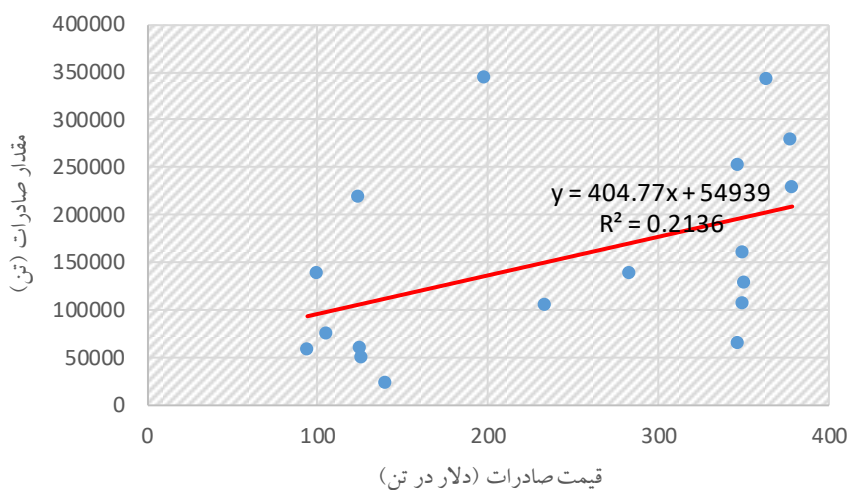
مطابق نمودار ۷-۱۰ مشخص است که ایران علاوه بر اینکه بیشترین سطح تورم در تولید را در بین صادرکنندگان اصلی پیاز تجربه کرده، بیشترین ریسک قیمتی در سطح تولید نیز در ایران رخ داده و لذا وضعیت در سطح تولید کننده ناکارآمد بوده و همین وضعیت می تواند در بلندمدت به صادرات پیاز ایران در بازارهای جهانی آسیب وارد سازد.



نمودار ۷-۱۰- میانگین تورم سالانه و نوسان شاخص قیمت تولید کننده پیاز ایران (منبع: ITC, 2020 و یافته پژوهش)

۷-۱۰-۱- بررسی ارتباط بین مقادیر صادراتی ایران و قیمت های صادراتی در بازارهای جهانی پیاز

مطابق نمودار ۷-۱۱ مشخص است که همبستگی قوی بین قیمت و مقدار صادرات پیاز ایران مشاهده نمی شود و نمی توان بیان نمود که با افزایش قیمت صادراتی، لزوماً مقادیر صادراتی نیز افزایش یافته است.



نمودار ۷-۱۱- ارتباط بین قیمت صادراتی و مقدار صادرات پیاز ایران

۷-۱۱- بررسی جایگاه ایران در بازارهای اصلی واردکننده پیاز و تحلیل مقایسه‌ای قیمت صادراتی ایران در مقابل رقبا در این بازارها

در جدول ۷-۱۰ مشخص است که از بین بازارهای بزرگ وارداتی پیاز، ایران تنها در عراق حضور موفقی داشته و در سال ۲۰۱۸ در این کشور به لحاظ مقدار و ارزش صادراتی رتبه اول را داشته است. هرچند به لحاظ قیمتی در جایگاه اول قرار ندارد. همچنین ایران در امارات نیز حضور داشته و نسبت به سال ۲۰۱۷، ارتقا جایگاه در این کشور از جایگاه ۵ به ۳ در ارزش صادراتی و جایگاه ۶ به ۳ در مقایسه صادراتی دست یافت. هرچند به لحاظ قیمت صادراتی در امارات جایگاه مطلوب نداشته که البته با توجه به اینکه صادرات به امارات با هدف صادرات به کشورهای دیگر از مبدأ این کشور نیز مطرح است، قیمت‌های پایین صادراتی در امارات طبیعی است. همچنین ایران در آمریکا در سال ۲۰۱۸ حضور محدودی داشته است.

جدول ۷-۱۰- جایگاه ایران در کشورهای واردکننده اصلی

جایگاه ارزش صادرات ایران		جایگاه مقدار صادرات ایران		جایگاه قیمت صادراتی ایران		بزرگترین واردکنندگان
۲۰۱۸	۲۰۱۷	۲۰۱۸	۲۰۱۷	۲۰۱۸	۲۰۱۷	
۲	*	۲۲	*	۲۲	*	آمریکا
*	*	*	*	*	*	مالزی
*	*	*	*	*	*	انگلستان
*	*	*	*	*	*	عربستان
۱۵	۱۶	۳	۶	۳	۵	امارات
۳	۳	۱	۲	۱	۱	عراق
*	*	*	*	*	*	ژاپن
*	*	*	*	*	*	سريلانكا
*	*	*	*	*	*	بنگلادش
*	*	*	*	*	*	آلمان

منبع: ITC, 2020 و یافته پژوهش * جزو کشورهای هدف ایران نبوده است.

۷-۱۲- بررسی جایگاه ایران در بازارهای هدف خود و تحلیل مقایسه‌ای قیمت صادراتی پیاز ایران در مقابل رقبا در این بازارها

ایران در سال ۲۰۱۶ با تصاحب بیش از ۷۸ درصد بازار عراق رتبه اول را در این کشور داشته است. هرچند به لحاظ قیمت صادراتی ایران در عراق رتبه ۶ را داشته اما از تمام کشورهای رقیب خود قیمت بالاتری را تجربه کرده است. همین قیمت بالاتر در عراق با وجود کشوری مانند ترکیه می‌تواند تهدیدی برای صادرکننده ایرانی باشد. به عنوان نمونه در سال ۲۰۱۷ با افزایش تولیدات ترکیه و رشد صادرات جهانی ترکیه، این کشور جای ایران را در عراق گرفت و سهم ایران به ۳۴/۴ درصد تنزل یافت. هرچند که در سال ۲۰۱۸ مجدد با کاهش صادرات جهانی ترکیه، ایران بازار عراق را دوباره بدست گرفت و ۸۰ درصد بازار عراق در اختیار صادرکننده ایرانی قرار گرفت. بطور کلی مشخص است که ایران در عراق قیمتهای بیشتر از رقبا را تجربه کرده است. عراق در سالهای ۲۰۱۶، ۲۰۱۷ و ۲۰۱۸ به ترتیب ۸۳/۹، ۵۶/۲ و ۷۹/۹ درصد سبد صادراتی پیاز ایران را تشکیل داده است.

همچنین ایران در سال ۲۰۱۶ با تصاحب بیش از ۵۳ درصد بازار ترکمنستان رتبه اول را در این کشور داشته است. به لحاظ قیمت صادراتی ایران در بازار ترکمنستان تنها از تاجیکستان ارزانتر صادر کرده و از سایر رقبا قیمت صادرات پیاز ایران در بازار ترکمنستان مناسب‌تر بوده است. ترکمنستان در این سال کمتر از ۷ درصد سبد صادراتی ایران را به خود اختصاص داده است. در سال ۲۰۱۷ ایران هرچند همچنان بزرگترین کشور صادرکننده به ترکمنستان بوده اما سهم ایران از بازار این کشور ۴۳/۷ درصد کاهش یافته است. ترکمنستان در این سال حدود ۱۵ درصد سبد صادرات پیاز ایران را به خود اختصاص داد. ایران در امارات و در سال ۲۰۱۶ رتبه ۴ صادراتی را داشته و قیمت ایران در این کشور نیز از اغلب رقبا پایین‌تر است که البته با توجه به هدف صادرات مجدد پیاز از امارات به سایر بازارهای جهانی، این کمتر بودن قیمت از رقبا در بازار امارات، غیرقابل توجیه نخواهد بود.

ایران در کویت نیز در سال ۲۰۱۶ جایگاه سوم را داشته و ۸/۶ درصد بازار این کشور در اختیار صادرکننده ایرانی بوده است. قیمت صادراتی ایران در بازار کویت نزدیک کشور اول صادرکننده (هند) بوده و بیشتر از پاکستان می باشد. اما از سایر کشورهای رقیب قیمت ایران کمتر است. کویت حدود ۲/۷ درصد سبد صادراتی پیاز ایران را در اختیار داشته است. این در حالی است که در سال ۲۰۱۷ و ۲۰۱۸ ایران در کویت در جایگاه دوم صادراتی بوده و به ترتیب در این سالها ۱۲/۹ و ۱۱/۴ درصد بازار این کشور را در اختیار داشته و سهم صادرات به کویت از کل سبد صادراتی پیاز ایران در این سالها به ترتیب ۷/۸ و ۳/۳ درصد می باشد. هرچند در این سالها قیمت ایران از اغلب رقبای کمتر است اما پیاز ایرانی گران تر از پیاز هند به کویت صادر می شود. نکته قابل توجه اینکه بیش از ۷۱ درصد پیاز کویت در سال ۲۰۱۷ و حدود ۶۰ درصد پیاز این کشور در سال ۲۰۱۸ توسط هند تأمین می شود. لذا با وجود رقیبی مانند هند، نمی توان قیمت ایران در کویت را قیمت پایینی دانست.

در افغانستان نیز ایران در سال ۲۰۱۷ و ۲۰۱۸ به ترتیب رتبه دوم و رتبه اول را داشته است و مشخص است که قیمت ایران از تمام رقبای خود در افغانستان بیشتر است. البته این گرانتر بودن قیمت صادراتی نسبت به رقبای متعددی که در بازار افغانستان وجود دارد، می تواند به جایگزینی پیاز ایرانی منجر شود همانگونه که در سال ۲۰۱۷ ایران ۳۸/۷ درصد بازار افغانستان را در اختیار داشته که این رقم در سال ۲۰۱۸ به ۲۸/۷ درصد تنزل یافته است. افغانستان در سال ۲۰۱۷ و ۲۰۱۸ به ترتیب ۱۱/۹ و ۲/۶ درصد از سبد صادراتی پیاز ایرانی را به خود اختصاص داده است. اما ترکیه نیز در سال ۲۰۱۸ به کشورهای اصلی ایران تبدیل شده و این در حالی است که ترکیه خود صادرکننده پیاز به بازاری مانند عراق و هند است. در واقع در سال ۲۰۱۸ ایران بیش از ۹۰ درصد بازار ترکیه را در اختیار داشته و سایر کشورها را نمی توان رقیبی برای ایران در ترکیه دانست هرچند که قیمت کمتری در مقایسه با ایران، در بازار ترکیه داشته اند اما ایران توانمندی تأمین نیاز وارداتی ترکیه را داشته هرچند که قیمت صادرات ایران در بازار ترکیه از قیمتهای صادراتی ایران در سایر کشورهای هدف اصلی، کمتر بوده است که این نکته نیز به ماهیت صادرکننده بودن ترکیه و استفاده از صادرات مجدد می تواند مربوط باشد.

جدول ۷-۱۱- جایگاه ایران در مقایسه با رقبای مهم ترین بازارهای هدف خود در سال ۲۰۱۶

بازار هدف	مقدار صادرات ایران	رتبه مقدار صادرات ایران	قیمت صادراتی ایران	رتبه قیمت صادراتی ایران	قیمت رقبا در ۵ کشور هدف ایران در سال ۲۰۱۶ (دلار/تن)	سهم ایران (درصد)	سهم از صادرات ایران (درصد)
عراق	۲۸۸۴۵۹	۱	۱۹۵	۶	ترکیه ۸۷، روسیه ۱۵۲، کویت ۱۷۳، اکراین ۱۱۸، قزاقستان ۱۵۰	۷۸،۲	۸۳،۹
ترکمنستان	۲۲۷۷۷	۱	۱۹۹	۲	قزاقستان ۸۱، تاجیکستان ۲۲۵، قرقیزستان ۹۴، آذربایجان ۴۵	۵۳،۱	۶،۶
امارات	۱۰۲۳۶	۴	۲۵۰	۲۲	هند ۲۰۰، پاکستان ۱۵۳، اسپانیا ۵۳۷، عمان ۲۵۱، چین ۲۷۲	۲،۸	۲،۹۸
کویت	۹۴۳۳	۳	۲۰۸	۱۳	هند ۲۰۰، مصر ۱۵۳، پاکستان ۵۳۷، اسپانیا ۲۵۱، لبنان ۲۷۲	۸،۶	۲،۷۴

بررسی وضعیت صادرات محصولات منتخب کشاورزی ایران.....پياز

۲۱۳ ۵۷۰ ۱۵۸ ۴۱۴ ۲۰۹

منبع: ITC, 2020 و یافته پژوهش

جدول ۷-۱۲- جایگاه ایران در مقایسه با رقبا در مهم ترین بازارهای هدف خود در سال ۲۰۱۷

بازار هدف	مقدار صادرات ایران	رتبه مقدار صادرات ایران	قیمت صادراتی ایران	رتبه قیمت صادراتی ایران	قیمت رقبا در ۵ کشور هدف ایران در سال ۲۰۱۷ (دلار/تن)	سهم ایران (درصد)	سهم از صادرات ایران (درصد)
عراق	۷۷۵۲۹	۲	۲۷۲	۳	ترکیه ۹۶ آذربایجان ۱۸۷ مصر ۳۲۴ هند ۱۷۶ روسیه ۱۳۹	۳۴,۴	۵۶,۲
ترکمنستان	۲۰۵۸۶	۱	۲۷۵	۲	آذربایجان ۱۷۵ قزاقستان ۸۵ ازبکستان ۲۰۳ تاجیکستان ۴۷ روسیه ۸۲	۴۳,۷	۱۴,۹
افغانستان	۱۶۴۱۳	۲	۲۹۳	۱	قزاقستان ۷۸ قرقیزستان ۱۰۷ پاکستان ۲۳۰ تاجیکستان ۱۲۸ آذربایجان ۲۰۰	۳۸,۷	۱۱,۹
کویت	۱۰۷۵۴	۲	۳۲۴	۱۱	هند ۲۸۹ مصر ۵۴۴ اسپانیا ۵۳۵ یمن ۳۳۵ لبنان ۳۱۸	۱۲,۹	۷,۸

منبع: ITC, 2020 و یافته پژوهش

جدول ۷-۱۳- جایگاه ایران در مقایسه با رقبا در مهم ترین بازارهای هدف خود در سال ۲۰۱۸

بازار هدف	مقدار صادرات ایران-تن	رتبه مقدار صادرات ایران	قیمت صادراتی ایران	رتبه قیمت صادراتی ایران	قیمت رقبا در ۵ کشور هدف ایران در سال ۲۰۱۸ (دلار/تن)	سهم ایران (درصد)	سهم از صادرات ایران (درصد)
عراق	۲۷۳۸۰۶	۱	۳۷۰	۳	ترکیه ۹۰ آذربایجان ۱۶۱ مصر ۲۳۱ کویت ۲۰۶ اکراین ۱۰۱	۸۰	۷۹,۹
امارات	۱۴۰۱۴	۳	۴۱۱	۱۵	هند ۲۳۸ پاکستان ۲۱۹ مصر ۲۷۶ اسپانیا ۶۵۱ چین ۲۱۱	۴	۴,۱
کویت	۱۱۴۷۶	۲	۲۶۰	۱۲	هند ۲۳۲ امارات ۴۰۱ مصر ۳۷۰ پاکستان ۱۹۶ ترکیه ۲۵۶	۱۱,۴	۳,۳
ترکیه	۱۰۴۴۹	۱	۳۳۸	۲	اوکراین ۱۰۱ آذربایجان ۱۹۵	۹۰,۱	۳,۱
افغانستان	۹۷۶۷	۱	۳۳۹	۲	ازبکستان ۱۶۰ قزاقستان ۷۵ تاجیکستان ۷۱ پاکستان ۱۶۰ قرقیزستان ۱۱۰	۲۸,۷	۲,۶

منبع: ITC, 2020 و یافته پژوهش

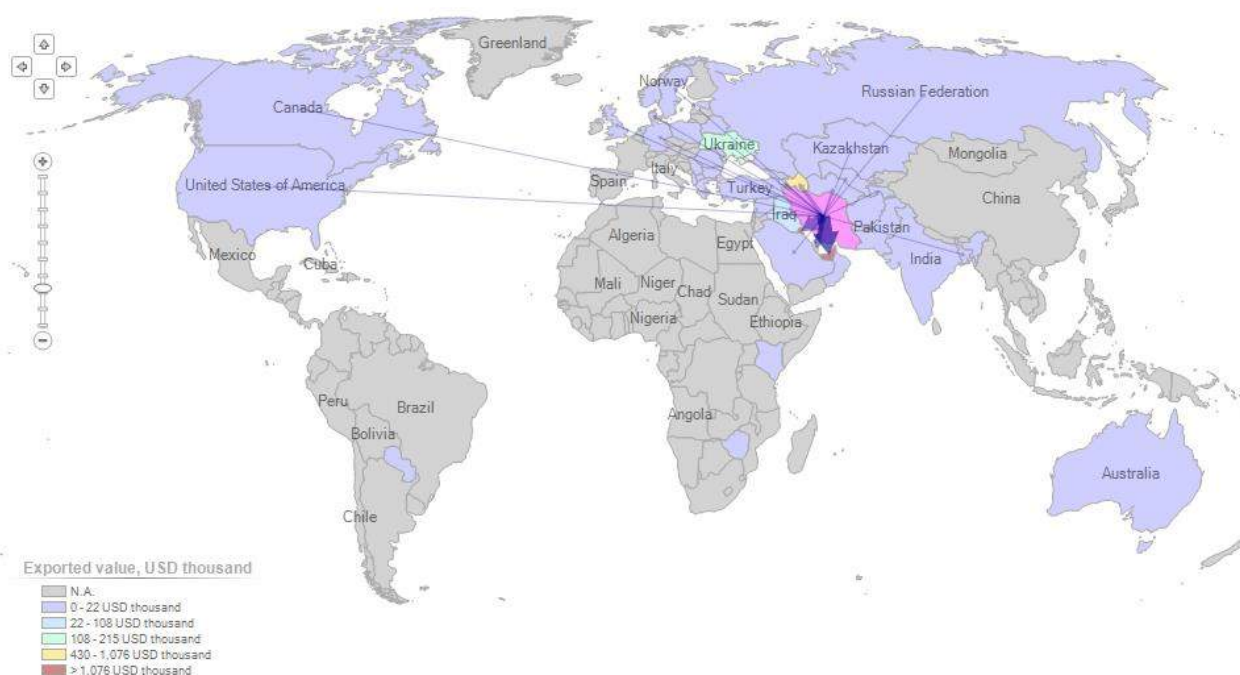
۷-۱۳- بررسی روند تغییر کشورهای هدف پياز ایران و مقایسه با رقبا

مطابق شکل های ۷-۱ تا ۷-۸ مشخص است که بازارهای اصلی پياز ایران به چند کشور محدود خلاصه می شود و در سال های اخیر

بازار عراق به عنوان بازار اصلی پیاز ایران بوده و همین عدم تنوع بخشی به بازارهای صادراتی می تواند آینده بازار پیاز ایران را تهدید کند. همچنانکه در سال ۱۳۹۸ ممنوعیت‌های از سوی عراق برای واردات پیاز وضع گردید. همچنین ممنوعیت‌های صادراتی ایران که به بهانه تنظیم بازار داخل انجام می شود، به ثابت بازارهای هدف ایران آسیب خواهد رساند و با کاهش صادرات ایران در دوره های ممنوعیت صادراتی، رقبای ایران جایگزین صادرکنندگان ایرانی خواهند شد. در سال‌های اخیر ممنوعیت‌های متعدد در خصوص صادرات این محصول وضع شده است مانند ممنوعیت‌های اوایل سال ۱۳۹۸ که صادرات را منوط به مازاد تولید نموده و به این ترتیب الگوی صادراتی از دید سیاستگذار، صادرات از محل مازاد تولید بوده است و نه برنامه ریزی تولید براساس بازارهای صادراتی.

List of importing markets for a product exported by Iran, Islamic Republic of in 2001

Product : 070310 Fresh or chilled onions and shallots



شکل ۷-۱- نقشه کشورهای هدف ایران در سال ۲۰۰۱ (منبع: ITC, 2020)

List of importing markets for a product exported by Iran, Islamic Republic of in 2005

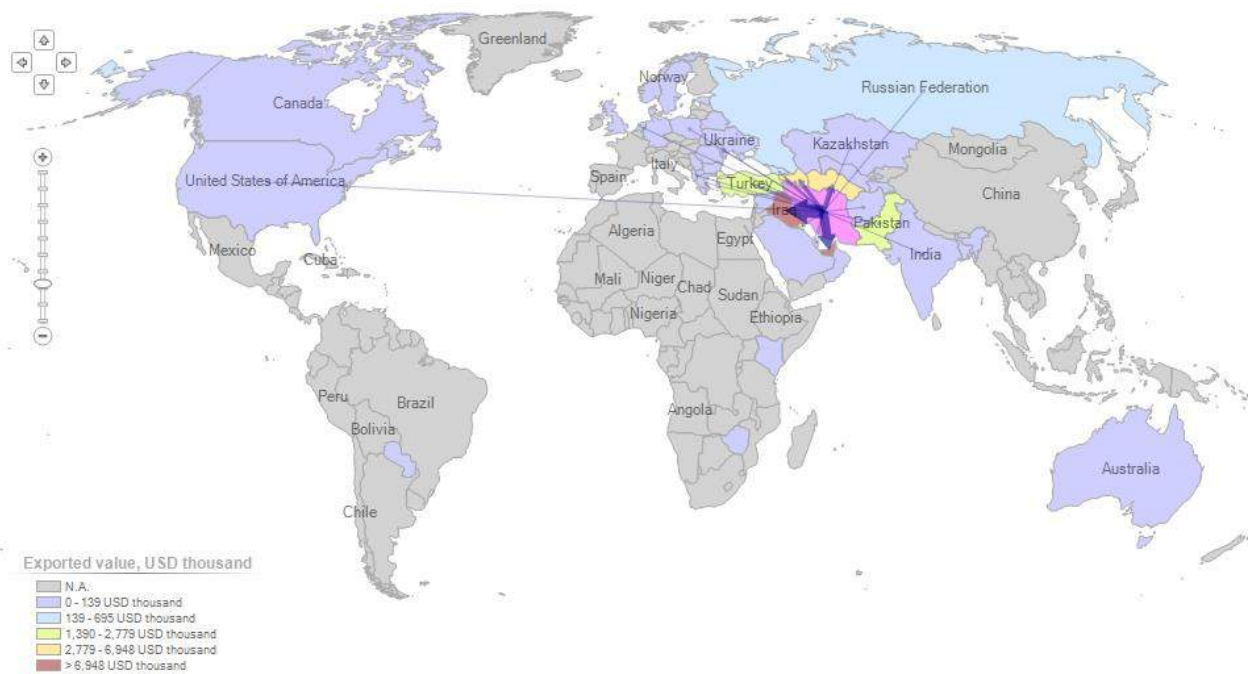
Product : 070310 Fresh or chilled onions and shallots



شکل ۷-۲- نقشه کشورهای هدف ایران در سال ۲۰۰۵ (منبع: ITC, 2020)

List of importing markets for a product exported by Iran, Islamic Republic of in 2010

Product : 070310 Fresh or chilled onions and shallots



شکل ۷-۳- نقشه کشورهای هدف ایران در سال ۲۰۱۰ (منبع: ITC, 2020)

بررسی وضعیت صادرات محصولات منتخب کشاورزی ایران.....پياز

List of importing markets for a product exported by Iran, Islamic Republic of in 2012

Product : 070310 Fresh or chilled onions and shallots



شکل ۷-۴- نقشه کشورهای هدف ایران در سال ۲۰۱۲ (منبع: ITC, 2020)

List of importing markets for a product exported by Iran, Islamic Republic of in 2014

Product : 070310 Fresh or chilled onions and shallots



شکل ۷-۵- نقشه کشورهای هدف ایران در سال ۲۰۱۴ (منبع: ITC, 2020)

List of importing markets for a product exported by Iran, Islamic Republic of in 2016

Product : 070310 Fresh or chilled onions and shallots



شکل ۶-۷- نقشه کشورهای هدف ایران در سال ۲۰۱۶ (منبع: ITC, 2020)

List of importing markets for a product exported by Iran, Islamic Republic of in 2017

Product : 070310 Fresh or chilled onions and shallots



شکل ۷-۷- نقشه کشورهای هدف ایران در سال ۲۰۱۷ (منبع: ITC, 2020)

List of importing markets for a product exported by Iran, Islamic Republic of in 2018

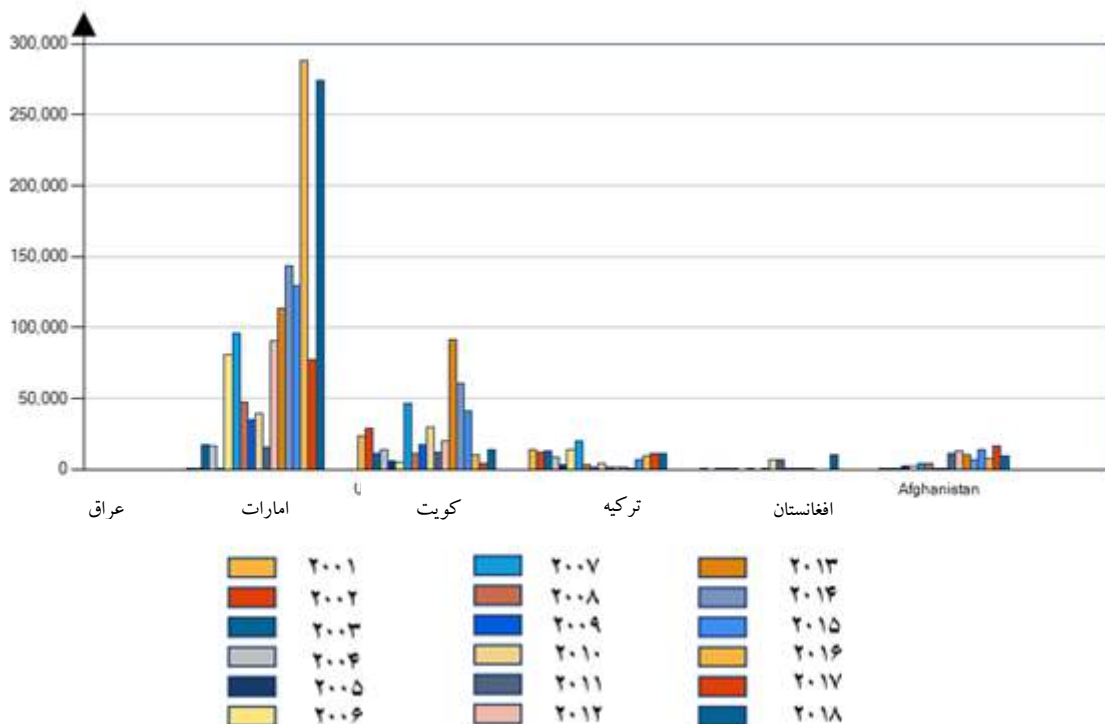
Product : 070310 Fresh or chilled onions and shallots



شکل ۷-۸- نقشه کشورهای هدف ایران در سال ۲۰۱۸ (منبع: ITC, 2020)

۷-۱۴- بررسی روند کلی تغییر سهم کشورهای هدف صادراتی پیاز ایران

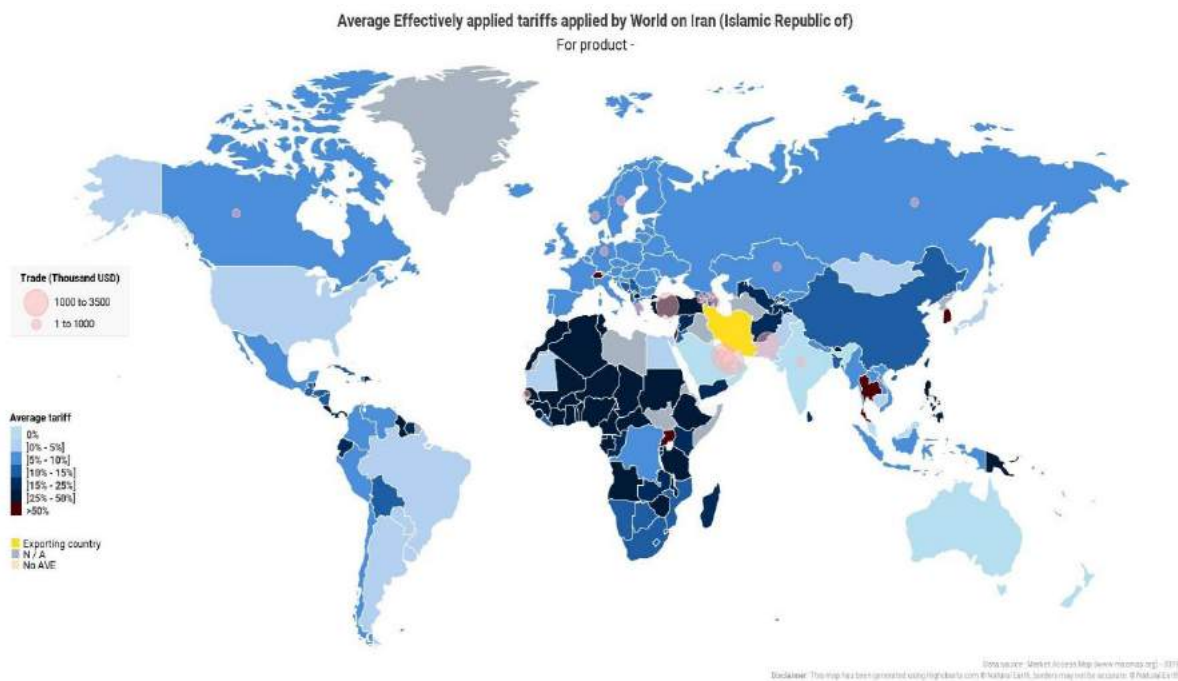
از نمودار ۷-۱۲ نیز مشخص است که صادرات در همان بازار اول یعنی عراق نیز با نوسانات متعددی همراه است و در سایر کشورهای هدف نیز به همین صورت است. لذا تأکید بالا بر بازار عراق و عدم تنوع در این بازارها و نوسان مقادیر صادرات (ریسک صادراتی) از چالش‌های اصلی بازار پیاز بوده است.



نمودار ۷-۱۲- تداوم بازار پياز صادراتی در کشورهای هدف ایران (منبع: ITC, 2020)

۷-۱۵- نقشه تعرفه وارداتی در کشورهای هدف ایران

در خصوص نرخ تعرفه نیز لازم به ذکر است که ایران در ترکیه ۴۹/۵۰ درصد روبرو است که البته این نرخ تعرفه بالا به دلیل ماهیت صادرکننده بودن ترکیه و جهت حمایت از تولید داخلی در این کشور بوده است. ایران در امارات با نرخ تعرفه صفر روبرو بوده که البته این وضع برای صادرکنندگان رقیب ایران نیز برقرار بوده است. در افغانستان نیز نرخ تعرفه ۲۰ درصدی برای صادرکننده ایرانی و سایر صادرکنندگان در کشورهای رقیب برقرار بوده است. در بازار اصلی ایران یعنی عراق نیز هرچند در نقشه‌های جهانی آماری برای تعرفه واردات این کشور وجود ندارد اما با بررسی اطلاعات موجود در اتاق مشترک بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی ایران و عراق مشخص شده که این کشور در سال ۲۰۱۸ برای میوه‌ها و سبزی‌های خوراکی ایران سهم تعرفه ۱۰ درصدی وضع کرده است.

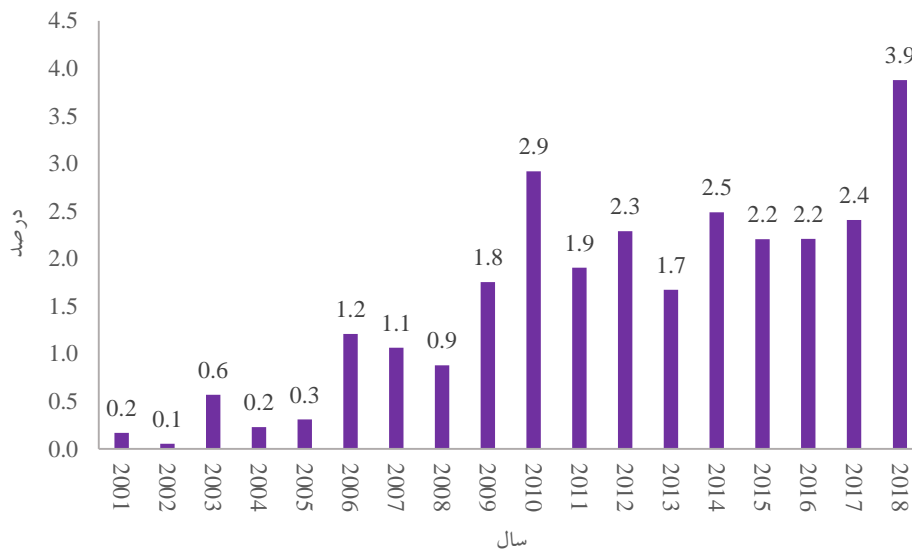


شکل ۷-۹- تعرفه کشورهای هدف در صادرات پياز ایران (منبع: ITC, 2020)

۸- گوجه فرنگی

۸-۱- بررسی سهم گوجه فرنگی در سبد صادراتی ایران

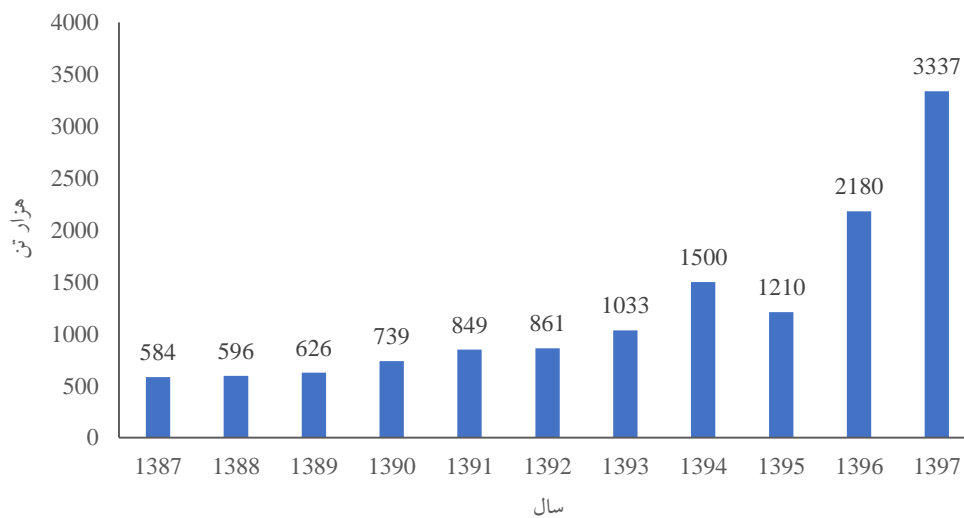
در ابتدای بحث لازم است سهم سبد صادراتی گوجه فرنگی از سبد صادراتی بخش کشاورزی ایران مشخص شود. سهم این کد تعرفه از سبد صادراتی بخش کشاورزی، در سال‌های اخیر قابل توجه بوده و نکته مهم آن است که این سهم به لحاظ ارزشی از میزان تقریبی ۰/۱۷ درصد در سال ۲۰۰۱ به ۳/۸۸ درصد در سال ۲۰۱۸ رسیده است. همانگونه که ملاحظه می‌شود، روند کلی سهم صادرات گوجه فرنگی، صعودی اما همراه با نوسان متعدد بوده که بیانگر رشد صادرات این محصول در سبد صادراتی محصولات بخش کشاورزی ایران به همراه عدم ثبات در این سهم است.



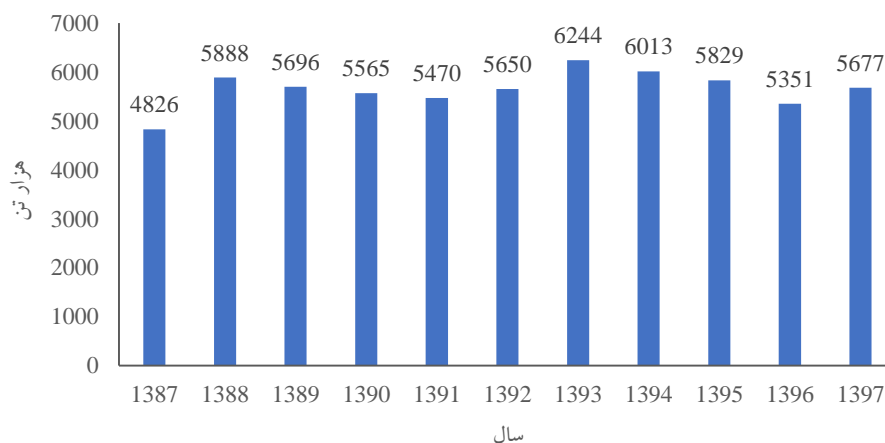
نمودار ۸-۱- روند سهم ارزشی صادرات گوجه فرنگی از سبد محصولات کشاورزی ایران
(منبع: ITC, 2020 و یافته‌های پژوهش)

۸-۲- بررسی روند مقدار تولید گوجه فضای باز و گلخانه‌ای و صادرات گوجه فرنگی ایران

بررسی روند میزان تولید گوجه فرنگی گلخانه‌ای در ایران در طی سال‌های ۱۳۸۷ تا ۱۳۹۷ نشان می‌دهد که روند کلی تولید این محصول صعودی بوده و در سال ۱۳۹۷ در مقایسه با سال ۱۳۹۶ با یک رشد قابل توجه ۵۳ درصدی روبرو شده است. بررسی روند میزان تولید گوجه فرنگی فضای باز در ایران نیز طی سال‌های ۱۳۸۷ تا ۱۳۹۷ نشان می‌دهد که روند کلی تولید این محصول ثبات نسبی بوده است بطوریکه بیشترین میزان تولید معادل ۶/۲ میلیون تن در سال ۱۳۹۳ و در سال ۱۳۹۷ نیز تولید معادل ۵/۶۸ میلیون تن بوده است.



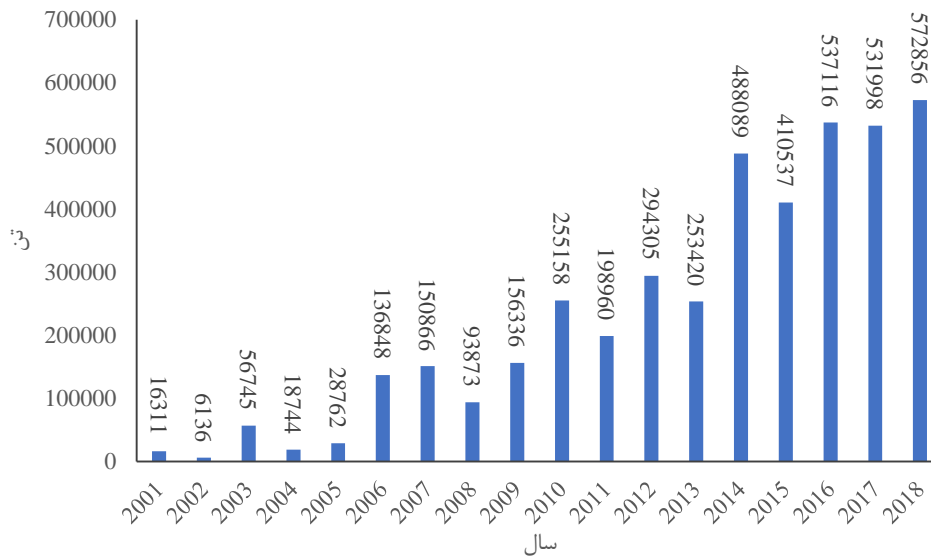
نمودار ۸-۲- روند مقدار تولید گوجه گلخانه‌ای ایران (وزارت جهاد کشاورزی، ۱۳۹۸)



نمودار ۸-۳- روند مقدار تولید گوجه فضای باز ایران (وزارت جهاد کشاورزی، ۱۳۹۸)

بررسی روند میزان صادرات طی سال‌های ۲۰۰۱ تا ۲۰۱۸ نیز نشان می‌دهد، صادرات گوجه فرنگی ایران بطور کلی صعودی بوده است. هرچند که بویژه در سال‌های ۲۰۰۱ تا سال ۲۰۱۵ یک روند کاملاً نوسانی در صادرات مشاهده می‌شود. همانگونه که مشاهده

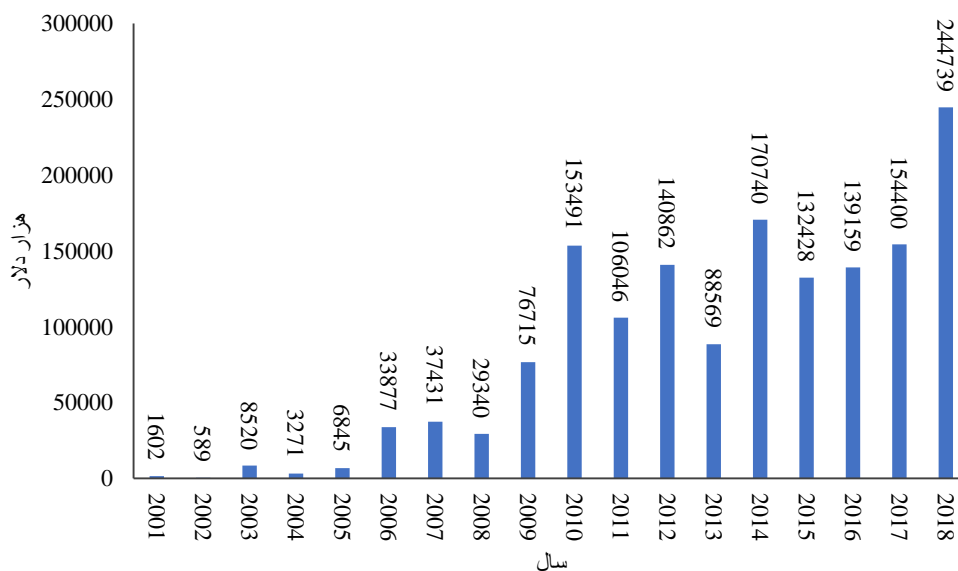
می‌شود، ایران در سال ۲۰۱۸ با صادرات ۵۷۳ هزار تن به بیشترین مقدار صادراتی در گوجه فرنگی در سال‌های اخیر دست یافته است.



نمودار ۸-۴- روند مقدار صادرات گوجه فرنگی ایران (منبع: ITC, 2020)

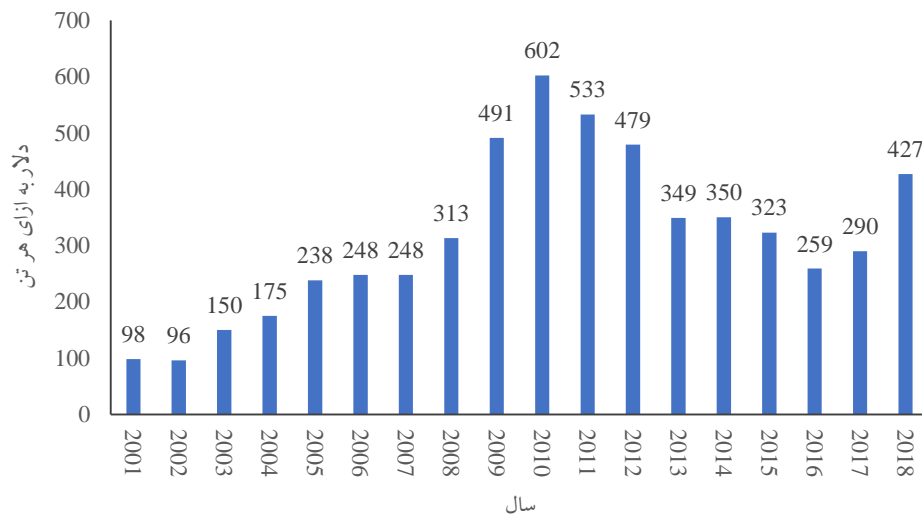
۸-۳- بررسی روند قیمت و ارزش صادرات گوجه فرنگی

بررسی روند ارزش صادرات نیز طی سال‌های ۲۰۰۱ تا ۲۰۱۸ نشان می‌دهد، ارزش صادرات گوجه فرنگی ایران صعودی و کاملاً نوسانی بوده و در سال ۲۰۱۸ نسبت به سال ۲۰۱۷، ارزش صادرات رشد فزاینده‌ی ۵/۵ درصدی داشته است که با توجه به عدم رشد قابل توجه مقدار صادرات (که در نمودار ۸-۴ نشان داده شد) نشان از افزایش قابل توجه در قیمت صادراتی گوجه فرنگی در سال ۲۰۱۸ می‌باشد.



نمودار ۸-۵- روند ارزش صادرات گوجه فرنگی ایران (منبع: ITC, 2020)

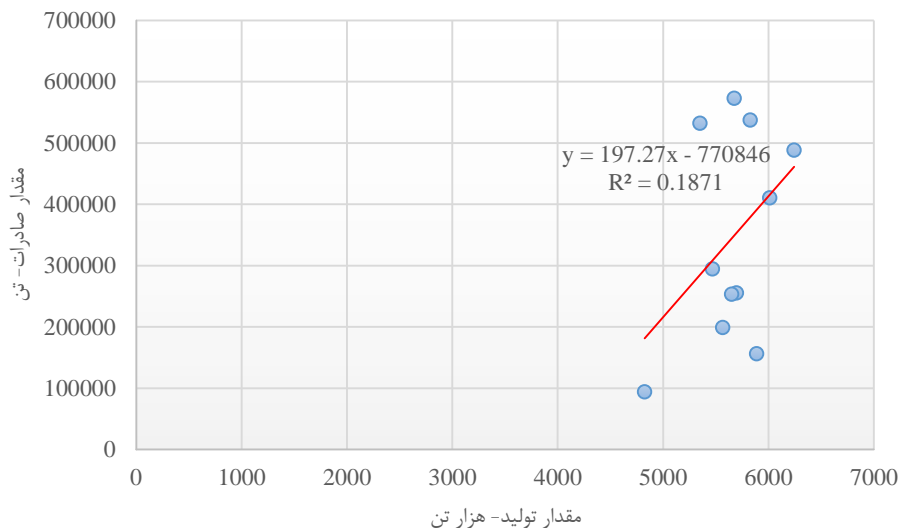
بررسی روند قیمت صادرات گوجه‌فرنگی نشان می‌دهد که تا سال ۲۰۱۰ روند کلی قیمت صادراتی ایران، صعودی بوده اما از این سال به بعد، قیمت‌های صادراتی ایران روند کلی کاهشی تا سال ۲۰۱۶ را دنبال کرده که در سال ۲۰۱۷ و ۲۰۱۸ مجدداً به روند صعودی بازگشته و در سال ۲۰۱۸ نسبت به سال ۲۰۱۷ رشد قابل توجه ۴۷ درصدی در قیمت صادراتی گوجه‌فرنگی ایران مشاهده شده است.



نمودار ۸-۶- روند قیمت صادرات گوجه‌فرنگی ایران (منبع: ITC, 2020)

۸-۴- ارتباط بین مقدار صادرات و مقدار تولید گوجه‌فرنگی

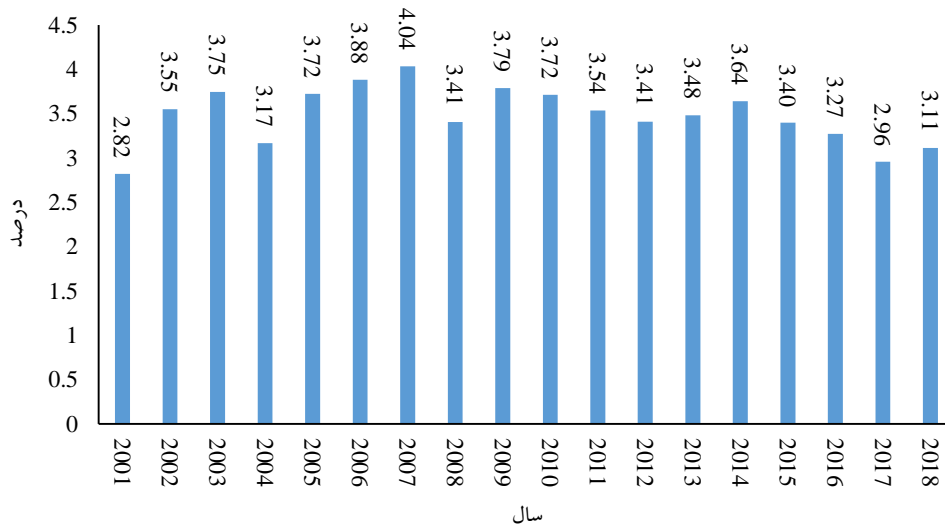
در نمودار ۸-۷ مشخص است که ارتباط مقدار صادرات گوجه‌فرنگی و مقدار تولید گوجه‌فرنگی ایران طی سال‌های ۱۳۸۷ الی ۱۳۹۷ ضعیف بوده و یکی از دلایل اصلی آن که مورد تأکید صادرکنندگان نیز در این گزارش بوده است، وضع ممنوعیت‌های متعدد صادرات گوجه‌فرنگی به بهانه تنظیم بازار داخلی می‌باشد.



نمودار ۸-۷- ارتباط مقادیر تولید و صادرات گوجه فرنگی ایران

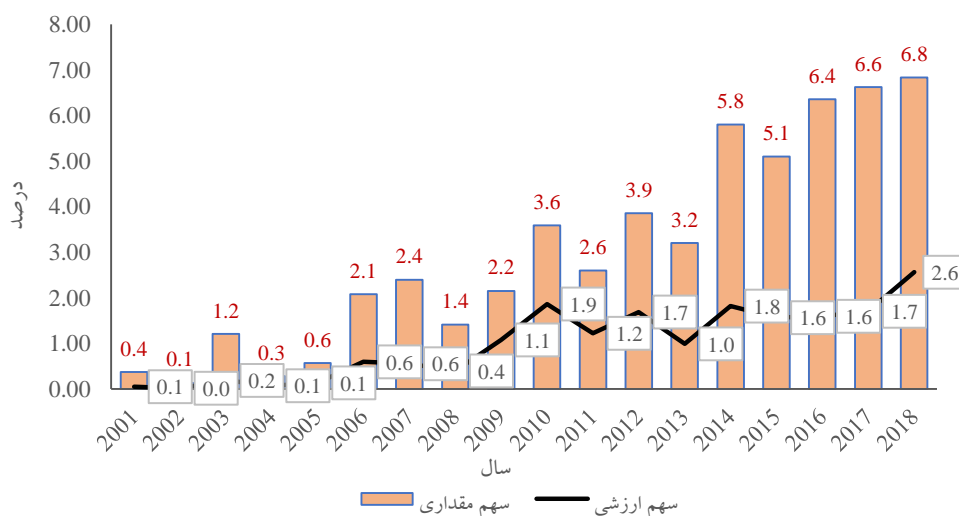
۸-۵- مقایسه سهم تولید و سهم صادرات گوجه فرنگی ایران از جهان

مطابق نمودار ۸-۸ مشخص است که سهم ایران از تولید گوجه فرنگی در جهان ثابت نسبی در دوره ۲۰۰۱ تا ۲۰۱۸ داشته و تنها بین ۴/۰۴-۲/۸۲ درصد در نوسان بوده است. سهم ایران از سال ۲۰۰۱ تا ۲۰۰۷ دارای روند کلی صعودی بوده و پس از این سال روند کای نزولی همراه با نوسانی داشته است.



نمودار ۸-۸- روند سهم تولید گوجه فرنگی در جهان (وزارت جهاد کشاورزی، ۱۳۹۸ و FAO, 2020)

بررسی روند سهم مقداری و ارزشی صادرات گوجه فرنگی ایران در بازارهای جهانی در نمودار ۸-۹ نشان می دهد که هر دو سهم روند کلی صعودی داشته و سهم مقدار صادرات ایران از حدود ۰/۳۷ به ۶/۳۴ درصد در سال ۲۰۱۸ و سهم ارزش صادراتی نیز از مقدار حدود ۰/۰۵ درصد در سال ۲۰۰۱، به ۲/۵۶ درصد در سال ۲۰۱۸ رسیده است.



نمودار ۸-۹- روند سهم مقداری و ارزشی صادرات گوجه فرنگی ایران در جهان

بررسی وضعیت صادرات محصولات منتخب کشاورزی ایران..... گوجه‌فرنگی

(منبع: ITC, 2020 و یافته‌های پژوهش)

۸-۶- بررسی وضعیت صادرکنندگان بزرگ گوجه‌فرنگی و جایگاه ایران

بررسی مقدار صادراتی ۱۰ کشور اول صادراتی گوجه‌فرنگی نشان می‌دهد که بزرگترین صادرکننده به لحاظ مقداری، مکزیک و پس از آن هلند و اسپانیا بوده‌اند. روند صادرات تقریباً برای تمام این کشورها نوسانی بوده اما برآورد ضریب نوسان نشان می‌دهد که بیشترین نوسان مقادیر صادراتی مربوط به ایران است. بطوریکه شاخص ضریب نوسان برای ایران بیش از ۴ برابر متوسط جهانی بوده که ریسک مقادیر صادراتی بالای ایران را در بازارهای جهانی نشان می‌دهد. کمترین نوسان نیز مربوط به بلژیک و آمریکا به عنوان باثبات‌ترین کشورها به لحاظ مقادیر صادراتی در بازارهای جهانی گوجه‌فرنگی است.

جدول ۸-۱- مقدار صادراتی ۱۰ کشور اصلی صادرکننده گوجه‌فرنگی - هزار تن

سال	جهان	مکزیک	هلند	اسپانیا	ایران	مراکش	ترکیه	اردن	بلژیک	فرانسه	آمریکا
۲۰۰۱	۴۴۱۱,۲	۷۷۱,۵	۶۸۸,۰	۱۰۱۴,۹	۱۶,۳	۲۰۶,۱	۱۹۰,۷	۲۰۲,۴	۱۸۱,۴	۹۱,۰	۲۶۶,۴
۲۰۰۲	۴۴۸۲,۵	۸۴۸,۳	۶۶۹,۵	۹۵۴,۳	۶,۱	۲۰۰,۵	۲۵۳,۳	۲۰۵,۰	۱۷۷,۵	۱۲۶,۳	۲۲۴,۶
۲۰۰۳	۴۷۰۷,۷	۹۰۳,۴	۷۵۰,۸	۹۶۰,۷	۵۶,۷	۱۷۹,۸	۲۲۸,۸	۱۸۶,۵	۲۰۴,۹	۹۵,۸	۲۳۶,۴
۲۰۰۴	۶۵۸۶,۲	۲۴۰۷,۳	۸۱۹,۰	۱۰۳۶,۸	۱۸,۷	۲۰۹,۴	۲۳۵,۴	۲۳۷,۹	۲۰۱,۶	۹۵,۷	۲۴۹,۶
۲۰۰۵	۵۰۷۲,۸	۹۰۰,۸	۷۹۸,۶	۹۳۷,۰	۲۸,۸	۲۱۷,۰	۲۵۰,۲	۱۱۲,۶	۱۹۹,۹	۱۲۰,۳	۲۴۱,۸
۲۰۰۶	۶۵۸۹,۱	۱۰۲۱,۵	۸۳۵,۶	۹۹۷,۵	۱۳۶,۸	۱۹۲,۴	۳۰۴,۴	۳۰۴,۵	۱۹۶,۷	۱۲۰,۵	۲۰۲,۰
۲۰۰۷	۶۳۰۵,۲	۱۰۵۲,۷	۸۴۲,۰	۸۸۴,۲	۱۵۰,۹	۲۹۷,۶	۳۷۲,۱	۳۸۷,۰	۲۰۲,۰	۱۶۷,۶	۲۴۵,۳
۲۰۰۸	۶۶۵۷,۱	۱۰۴۲,۷	۹۲۷,۵	۹۵۷,۶	۹۳,۹	۳۴۶,۲	۴۴۰,۲	۳۹۴,۰	۱۸۵,۶	۱۸۱,۲	۲۵۱,۹
۲۰۰۹	۷۲۶۱,۴	۱۱۳۶,۳	۱۳۵۷,۷	۸۷۲,۶	۱۵۶,۳	۴۱۰,۲	۵۴۲,۲	۱۴۶,۸	۲۰۰,۳	۱۹۶,۳	۲۴۱,۱
۲۰۱۰	۷۱۰۲,۲	۱۵۰۹,۶	۹۴۰,۹	۷۳۹,۹	۲۵۵,۲	۳۷۲,۲	۵۷۳,۷	۳۷۱,۳	۱۹۱,۸	۱۸۹,۵	۲۲۴,۱
۲۰۱۱	۷۶۵۸,۱	۱۴۹۳,۳	۱۱۱۱,۳	۸۹۲,۶	۱۹۹,۰	۴۶۵,۶	۵۷۶,۶	۴۳۴,۸	۱۹۶,۲	۲۱۴,۶	۲۰۸,۱
۲۰۱۲	۷۶۳۶,۰	۱۴۷۲,۴	۱۰۳۹,۶	۹۰۱,۶	۲۹۴,۳	۴۴۳,۸	۵۶۰,۳	۴۱۸,۵	۲۱۳,۳	۲۲۳,۹	۲۱۲,۷
۲۰۱۳	۷۹۱۷,۱	۱۵۳۵,۲	۱۱۰۰,۹	۱۰۰۳,۸	۲۵۳,۴	۴۵۷,۹	۴۸۳,۰	۶۱۱,۵	۲۳۹,۴	۲۳۴,۵	۲۱۱,۶
۲۰۱۴	۸۴۰۷,۶	۱۵۳۷,۴	۱۱۲۶,۵	۹۵۴,۸	۴۸۸,۱	۴۸۵,۴	۵۸۵,۲	۵۱۷,۲	۲۲۹,۸	۲۴۸,۹	۲۲۰,۳
۲۰۱۵	۸۰۴۵,۹	۱۵۶۰,۶	۱۰۳۱,۷	۹۵۵,۰	۴۱۰,۵	۵۰۱,۰	۵۴۱,۲	۴۱۹,۳	۲۳۶,۷	۲۴۲,۹	۲۰۰,۸
۲۰۱۶	۸۴۴۷,۸	۱۷۴۸,۹	۱۰۶۸,۴	۹۱۰,۷	۵۳۷,۱	۵۲۴,۹	۴۸۶,۰	۳۶۱,۴	۲۲۰,۴	۲۴۷,۵	۲۰۸,۶
۲۰۱۷	۸۰۲۹,۷	۱۷۴۲,۶	۱۰۸۹,۲	۸۰۹,۰	۵۳۲,۰	۵۲۷,۷	۵۲۵,۷	۲۸۲,۳	۲۱۸,۸	۲۳۰,۶	۲۰۳,۴
۲۰۱۸	۸۳۸۰,۵	۱۸۳۱,۸	۱۰۹۰,۳	۸۱۳,۲	۵۷۲,۹	۵۶۸,۵	۵۳۰,۱	۲۵۷,۹	۲۲۴,۲	۲۲۳,۶	۲۱۶,۳
میانگین	۶۸۷۲,۱	۱۳۶۲,۰	۹۶۰,۴	۹۲۲,۰	۲۳۳,۷	۳۶۷,۰	۴۲۶,۶	۳۲۵,۱	۲۰۶,۷	۱۸۰,۶	۲۲۵,۸
ضریب نوسان	۰,۲۰	۰,۳۲	۰,۱۹	۰,۰۸	۰,۸۴	۰,۳۷	۰,۳۴	۰,۴۱	۰,۰۹	۰,۳۲	۰,۰۹

منبع: ITC, 2020 و نتایج پژوهش

همچنین بررسی روند سهم مقادیر صادراتی نیز نشان می‌دهد که این سهم نیز در کشورهای اصلی صادرکننده و ایران نوسانی بوده بطوریکه مکزیک در سال ۲۰۱۸ با سهم حدود ۲۲ درصدی بزرگترین صادرکننده در جهان می‌باشد. برآورد شاخص ضریب نوسان نیز بیانگر آن است که بیشترین نوسان سهم صادراتی نیز به ایران تعلق داشته و کمترین ضریب نوسان سهم صادراتی نیز به هلند، فرانسه و بلژیک تعلق دارد.

جدول ۸-۲- سهم مقدار صادراتی ۱۰ کشور اصلی صادرکننده گوجه‌فرنگی - درصد

سال	مکزیک	هلند	اسپانیا	ایران	مراکش	ترکیه	اردن	بلژیک	فرانسه	آمریکا
۲۰۰۱	۱۷,۴۹	۱۵,۶۰	۲۳,۰۱	۰,۳۷	۴,۶۷	۴,۳۲	۴,۵۹	۴,۱۱	۲,۰۶	۶,۰۴
۲۰۰۲	۱۸,۹۲	۱۴,۹۴	۲۱,۲۹	۰,۱۴	۴,۴۷	۵,۶۵	۴,۵۷	۳,۹۶	۲,۸۲	۵,۰۱

بررسی وضعیت صادرات محصولات منتخب کشاورزی ایران..... گوجه فرنگی

۵,۰۲	۲,۰۳	۴,۳۵	۳,۹۶	۴,۸۶	۳,۸۲	۱,۲۱	۲۰,۴۱	۱۵,۹۵	۱۹,۱۹	۲۰۰۳
۳,۷۹	۱,۴۵	۳,۰۶	۳,۶۱	۳,۵۷	۳,۱۸	۰,۲۸	۱۵,۷۴	۱۲,۴۳	۳۶,۵۵	۲۰۰۴
۴,۷۷	۲,۳۷	۳,۹۴	۲,۲۲	۴,۹۳	۴,۲۸	۰,۵۷	۱۸,۴۷	۱۵,۷۴	۱۷,۷۶	۲۰۰۵
۳,۰۷	۱,۸۳	۲,۹۹	۴,۶۲	۴,۶۲	۲,۹۲	۲,۰۸	۱۵,۱۴	۱۲,۶۸	۱۵,۵۰	۲۰۰۶
۳,۸۹	۲,۶۶	۳,۲۰	۶,۱۴	۵,۹۰	۴,۷۲	۲,۳۹	۱۴,۰۲	۱۳,۳۵	۱۶,۷۰	۲۰۰۷
۳,۷۸	۲,۷۲	۲,۷۹	۵,۹۲	۶,۶۱	۵,۲۰	۱,۴۱	۱۴,۳۸	۱۳,۹۳	۱۵,۶۶	۲۰۰۸
۳,۳۲	۲,۷۰	۲,۷۶	۲,۰۲	۷,۴۷	۵,۶۵	۲,۱۵	۱۲,۰۲	۱۸,۷۰	۱۵,۶۵	۲۰۰۹
۳,۱۶	۲,۶۷	۲,۷۰	۵,۲۳	۸,۰۸	۵,۲۴	۳,۵۹	۱۰,۴۲	۱۳,۲۵	۲۱,۲۶	۲۰۱۰
۲,۷۲	۲,۸۰	۲,۵۶	۵,۶۸	۷,۵۳	۶,۰۸	۲,۶۰	۱۱,۶۶	۱۴,۵۱	۱۹,۵۰	۲۰۱۱
۲,۷۹	۲,۹۳	۲,۷۹	۵,۴۸	۷,۳۴	۵,۸۱	۳,۸۵	۱۱,۸۱	۱۳,۶۱	۱۹,۲۸	۲۰۱۲
۲,۶۷	۲,۹۶	۳,۰۲	۷,۷۲	۶,۱۰	۵,۷۸	۳,۲۰	۱۲,۶۸	۱۳,۹۱	۱۹,۳۹	۲۰۱۳
۲,۶۲	۲,۹۶	۲,۷۳	۶,۱۵	۶,۹۶	۵,۷۷	۵,۸۱	۱۱,۳۶	۱۳,۴۰	۱۸,۲۹	۲۰۱۴
۲,۵۰	۳,۰۲	۲,۹۴	۵,۲۱	۶,۷۳	۶,۲۳	۵,۱۰	۱۱,۸۷	۱۲,۸۲	۱۹,۴۰	۲۰۱۵
۲,۴۷	۲,۹۳	۲,۶۱	۴,۲۸	۵,۷۵	۶,۲۱	۶,۳۶	۱۰,۷۸	۱۲,۶۵	۲۰,۷۰	۲۰۱۶
۲,۵۳	۲,۸۷	۲,۷۲	۳,۵۲	۶,۵۵	۶,۵۷	۶,۶۳	۱۰,۰۸	۱۳,۵۷	۲۱,۷۰	۲۰۱۷
۲,۵۸	۲,۶۷	۲,۶۸	۳,۰۸	۶,۳۳	۶,۷۸	۶,۸۴	۹,۷۰	۱۳,۰۱	۲۱,۸۶	۲۰۱۸
۳,۴۸	۲,۵۸	۳,۱۱	۴,۶۷	۶,۰۷	۵,۱۹	۳,۰۳	۱۴,۱۶	۱۴,۱۱	۱۹,۷۱	میانگین
۰,۳۱	۰,۱۷	۰,۱۸	۰,۳۱	۰,۲۰	۰,۲۲	۰,۷۵	۰,۲۹	۰,۱۱	۰,۲۴	ضریب نوسان

منبع: ITC, 2020 و نتایج پژوهش

بررسی ارزش صادراتی ۱۰ کشور اول صادراتی گوجه فرنگی نشان می‌دهد که هرچند به لحاظ میانگین ارزش صادراتی هلند بیشترین ارزش را داشته اما در سال‌های اخیر، بزرگترین صادرکننده به لحاظ ارزشی، مکزیک و پس از آن هلند و اسپانیا بوده‌اند. مهمترین نکته در این جدول آن است که بیاتوجه به برآورد ضریب نوسان، بیشترین نوسان مقادیر صادراتی مربوط به ایران بوده که بیش از ۳ برابر متوسط جهانی و حدود ۶ برابر کشوری مانند بلژیک ضریب نوسان و ریسک در ارزش صادرات را تجربه کرده است. کمترین ضریب نوسان و ریسک ارزش صادراتی نیز مربوط به بلژیک و اسپانیا بوده است.

جدول ۸-۳- ارزش صادراتی ۱۰ کشور اصلی صادرکننده گوجه فرنگی-میلیون دلار

سال	جهان	مکزیک	هلند	اسپانیا	مراکش	کانادا	فرانسه	آمریکا	ترکیه	بلژیک	ایران
۲۰۰۱	۳۲۰۳,۳	۵۳۲,۴	۶۵۵,۸	۶۵۹,۹	۸۲,۵	۱۷۲,۲	۷۲,۶	۱۷۱,۵	۴۸,۹	۱۶۵,۸	۱,۶
۲۰۰۲	۳۶۵۷,۵	۶۰۹,۴	۸۰۹,۶	۷۷۷,۱	۱۰۰,۴	۱۷۷,۱	۱۱۹,۳	۱۶۹,۶	۷۰,۰	۱۹۵,۳	۰,۶
۲۰۰۳	۴۵۴۶,۸	۸۶۸,۵	۱۱۰۱,۱	۸۹۲,۰	۱۱۹,۰	۲۳۳,۵	۱۰۵,۱	۱۹۲,۱	۸۸,۷	۲۷۹,۲	۸,۵
۲۰۰۴	۴۵۹۷,۳	۹۰۹,۴	۱۰۲۴,۴	۹۹۰,۵	۱۱۳,۰	۲۷۱,۱	۱۱۳,۶	۲۳۴,۳	۱۰۹,۶	۲۱۸,۵	۳,۳
۲۰۰۵	۵۰۹۷,۱	۸۸۱,۵	۱۱۹۴,۸	۱۰۵۷,۹	۱۴۱,۱	۲۸۷,۲	۱۷۲,۵	۲۲۷,۰	۱۴۵,۸	۲۶۲,۲	۶,۸
۲۰۰۶	۵۶۹۴,۲	۱۱۱۹,۳	۱۳۳۱,۱	۱۰۰۹,۹	۱۲۰,۸	۳۰۳,۱	۱۶۴,۲	۲۶۳,۵	۱۷۴,۳	۲۶۰,۷	۳۳,۹
۲۰۰۷	۶۷۶۱,۰	۱۰۶۸,۶	۱۵۳۸,۴	۱۱۷۹,۱	۲۰۳,۹	۲۷۰,۶	۲۷۰,۹	۳۱۱,۱	۲۹۷,۲	۲۹۵,۴	۳۷,۴
۲۰۰۸	۷۴۱۳,۵	۱۲۰۵,۴	۱۷۴۶,۷	۱۲۵۲,۵	۲۶۵,۵	۳۱۰,۶	۲۸۸,۵	۳۳۲,۹	۳۸۹,۰	۲۸۲,۸	۲۹,۳
۲۰۰۹	۷۱۲۷,۴	۱۲۱۰,۸	۱۵۶۲,۷	۱۱۳۸,۸	۳۰۴,۰	۲۹۶,۲	۲۹۹,۲	۳۱۶,۷	۴۰۶,۴	۲۳۹,۰	۷۶,۷
۲۰۱۰	۸۲۳۰,۲	۱۵۹۵,۳	۱۷۴۳,۳	۱۰۸۵,۵	۲۹۹,۷	۳۵۶,۴	۳۵۵,۱	۳۷۳,۱	۴۷۶,۵	۲۸۳,۲	۱۵۳,۵
۲۰۱۱	۸۶۸۱,۷	۲۰۶۵,۱	۱۷۰۱,۵	۱۱۷۲,۷	۴۳۰,۶	۳۵۶,۶	۳۶۸,۲	۳۵۳,۳	۴۳۲,۵	۲۲۲,۴	۱۰۶,۰
۲۰۱۲	۸۳۴۱,۵	۱۶۸۱,۳	۱۸۲۷,۸	۱۱۸۹,۰	۴۰۱,۹	۳۰۵,۹	۳۶۵,۷	۳۰۸,۳	۴۰۰,۷	۲۸۳,۶	۱۴۰,۹
۲۰۱۳	۸۹۴۳,۴	۱۸۲۲,۴	۱۸۴۳,۳	۱۳۱۲,۷	۴۲۹,۱	۳۸۱,۳	۴۰۷,۸	۳۴۰,۲	۳۹۱,۲	۲۹۷,۹	۸۸,۶
۲۰۱۴	۹۳۸۹,۱	۱۷۹۳,۷	۱۹۹۰,۹	۱۲۷۵,۵	۴۸۱,۴	۳۴۷,۵	۴۲۱,۱	۳۶۵,۰	۴۲۶,۵	۳۰۴,۳	۱۷۰,۷
۲۰۱۵	۸۶۶۵,۲	۱۸۱۳,۹	۱۷۰۷,۷	۱۰۸۱,۸	۵۲۸,۵	۳۱۳,۲	۳۴۸,۸	۳۳۴,۷	۳۶۵,۲	۲۹۰,۳	۱۳۲,۴
۲۰۱۶	۸۷۲۴,۶	۲۱۳۳,۳	۱۷۲۴,۷	۱۰۷۰,۲	۵۱۱,۸	۳۷۳,۰	۳۵۵,۱	۳۵۱,۹	۲۳۹,۹	۲۸۴,۹	۱۳۹,۲
۲۰۱۷	۹۰۵۵,۴	۱۹۵۵,۵	۱۹۵۹,۹	۱۱۳۹,۳	۵۸۰,۴	۴۱۴,۶	۳۸۰,۴	۳۳۳,۴	۲۹۰,۱	۳۰۳,۷	۱۵۴,۴
۲۰۱۸	۹۵۵۵,۱	۲۲۹۸,۹	۱۹۳۳,۱	۱۰۹۷,۶	۶۸۴,۹	۴۱۳,۴	۳۶۷,۲	۳۲۵,۰	۲۸۹,۸	۲۸۷,۵	۲۴۴,۷
میانگین	۷۰۸۲,۵	۱۴۲۰,۲	۱۵۲۲,۰	۱۰۷۶,۸	۳۲۲,۱	۳۱۰,۲	۲۷۶,۴	۲۹۴,۶	۲۸۰,۱	۲۶۴,۳	۸۴,۹
ضریب نوسان	۰,۳۰	۰,۳۹	۰,۲۷	۰,۱۶	۰,۵۹	۰,۲۲	۰,۴۳	۰,۲۳	۰,۵۰	۰,۱۵	۰,۸۷

منبع: ITC, 2020 و نتایج پژوهش

بررسی روند سهم ارزش صادراتی در جدول ۸-۴ نشان می‌دهد که مکزیک بطور میانگین با سهم ۱۹/۵۸ درصد، هرچند سهم میانگین کمتری نسبت به هلند (با ۲۱/۶۹ درصد) داشته اما بیشترین سهم ارزشی در سال‌های اخیر را نصیب خود کرده است. این در حالی است که کمترین نوسان سهم ارزش صادراتی مربوط به هلند و پس از آن آمریکا، مکزیک و کانادا بوده است. همانگونه که مشخص است برای ایران، نوسان سهم ارزش صادراتی نیز بیش از صادرکنندگان اصلی این محصول در بازارهای جهانی است.

جدول ۸-۴- سهم ارزشی صادراتی ۱۰ کشور اصلی صادرکننده گوجه فرنگی - درصد

صادرکننده	مکزیک	هلند	اسپانیا	مراکش	کانادا	فرانسه	آمریکا	ترکیه	بلژیک	ایران
۲۰۰۱	۱۶,۶۲	۲۰,۴۷	۲۰,۶۰	۲,۵۸	۵,۳۷	۲,۲۷	۵,۳۵	۱,۵۳	۵,۱۸	۰,۰۵
۲۰۰۲	۱۶,۶۶	۲۲,۱۴	۲۱,۲۵	۲,۷۴	۴,۸۴	۳,۲۶	۴,۶۴	۱,۹۱	۵,۳۴	۰,۰۲
۲۰۰۳	۱۹,۱۰	۲۴,۲۲	۱۹,۶۲	۲,۶۲	۵,۱۴	۲,۳۱	۴,۲۲	۱,۹۵	۶,۱۴	۰,۱۹
۲۰۰۴	۱۹,۷۸	۲۲,۲۸	۲۱,۵۴	۲,۴۶	۵,۹۰	۲,۴۷	۵,۱۰	۲,۳۸	۴,۷۵	۰,۰۷
۲۰۰۵	۱۷,۲۹	۲۳,۴۴	۲۰,۷۶	۲,۷۷	۵,۶۳	۳,۳۸	۴,۴۵	۲,۸۶	۵,۱۴	۰,۱۳
۲۰۰۶	۱۹,۶۶	۲۳,۳۸	۱۷,۷۴	۲,۱۲	۵,۳۲	۲,۸۸	۴,۶۳	۳,۰۶	۴,۵۸	۰,۵۹
۲۰۰۷	۱۵,۸۱	۲۲,۷۵	۱۷,۴۴	۳,۰۲	۴,۰۰	۴,۰۱	۴,۶۰	۴,۴۰	۴,۳۷	۰,۵۵
۲۰۰۸	۱۶,۲۶	۲۳,۵۶	۱۶,۹۰	۳,۵۸	۴,۱۹	۳,۸۹	۴,۴۹	۵,۲۵	۳,۸۲	۰,۴۰
۲۰۰۹	۱۶,۹۹	۲۱,۹۳	۱۵,۹۸	۴,۲۷	۴,۱۶	۴,۲۰	۴,۴۴	۵,۷۰	۳,۳۵	۱,۰۸
۲۰۱۰	۱۹,۳۸	۲۱,۱۸	۱۳,۱۹	۳,۶۴	۴,۳۳	۴,۳۱	۴,۵۳	۵,۷۹	۳,۴۴	۱,۸۶
۲۰۱۱	۲۳,۷۹	۱۹,۶۰	۱۳,۵۱	۴,۹۶	۴,۱۱	۴,۲۴	۴,۰۷	۴,۹۸	۲,۵۶	۱,۲۲
۲۰۱۲	۲۰,۱۶	۲۱,۹۱	۱۴,۲۵	۴,۸۲	۳,۶۷	۴,۳۸	۳,۷۰	۴,۸۰	۳,۴۰	۱,۶۹
۲۰۱۳	۲۰,۳۸	۲۰,۶۱	۱۴,۶۸	۴,۸۰	۴,۲۶	۴,۵۶	۳,۸۰	۴,۳۷	۳,۳۳	۰,۹۹
۲۰۱۴	۱۹,۱۰	۲۱,۲۰	۱۳,۵۸	۵,۱۳	۳,۷۰	۴,۴۹	۳,۸۹	۴,۵۴	۳,۲۴	۱,۸۲
۲۰۱۵	۲۱,۴۳	۲۰,۱۷	۱۲,۷۸	۶,۲۴	۳,۷۰	۴,۱۲	۳,۹۵	۴,۳۱	۳,۴۳	۱,۵۶
۲۰۱۶	۲۴,۴۵	۱۹,۷۷	۱۲,۲۷	۵,۸۷	۴,۲۸	۴,۰۷	۴,۰۳	۲,۷۵	۳,۲۷	۱,۶۰
۲۰۱۷	۲۱,۵۹	۲۱,۶۴	۱۲,۵۸	۶,۴۱	۴,۵۸	۴,۲۰	۳,۶۸	۳,۲۰	۳,۳۵	۱,۷۱
۲۰۱۸	۲۴,۰۶	۲۰,۲۳	۱۱,۴۹	۷,۱۷	۴,۳۳	۳,۸۴	۳,۴۰	۳,۰۳	۳,۰۱	۲,۵۶
میانگین	۱۹,۵۸	۲۱,۶۹	۱۶,۱۲	۴,۱۸	۴,۵۳	۳,۷۲	۴,۲۸	۳,۷۱	۳,۹۸	۱,۰۰
ضریب نوسان	۰,۱۴	۰,۰۶	۰,۲۱	۰,۳۷	۰,۱۵	۰,۲۱	۰,۱۲	۰,۳۶	۰,۲۵	۰,۷۸

منبع: ITC, 2020 و نتایج پژوهش

در جدول ۸-۵، رتبه ایران در بازارهای جهان بررسی شده است. همانگونه که مشخص است در سال ۲۰۰۱ ایران به لحاظ مقادیر صادراتی جایگاه ۱۸ را داشته در حالی که این جایگاه در سال ۲۰۱۸ به ۴ ارتقا یافته است. مشاهده می شود که روند بهبود جایگاه ایران در بازارهای جهانی مشهود بوده است. در مورد ارزش های صادراتی نیز ایران از جایگاه نازل ۳۴ در سال ۲۰۰۱ به جایگاه ۱۰ در سال ۲۰۱۸ ارتقا یافته است. لذا مشخص است که وضعیت ایران در بازارهای جهانی تقویت شده و ثبات جایگاه مقادیر صادراتی و بهبود جایگاه ارزش صادراتی می تواند به عنوان اولویتی برای صادرات گوجه فرنگی ایران مطرح باشد.

جدول ۸-۵- رتبه ایران در بازارهای جهانی گوجه فرنگی

سال	مقدار صادرات	ارزش صادراتی
۲۰۰۱	۱۸	۳۴
۲۰۰۲	۲۷	۴۸
۲۰۰۳	۱۴	۱۸
۲۰۰۴	۲۳	۳۰
۲۰۰۵	۲۲	۲۵
۲۰۰۶	۱۱	۱۶
۲۰۰۷	۱۲	۱۶
۲۰۰۸	۱۶	۲۱
۲۰۰۹	۱۱	۱۳
۲۰۱۰	۸	۱۳
۲۰۱۱	۱۱	۱۲
۲۰۱۲	۷	۱۳
۲۰۱۳	۷	۱۴
۲۰۱۴	۶	۱۲
۲۰۱۵	۷	۱۳
۲۰۱۶	۴	۱۳
۲۰۱۷	۴	۱۳
۲۰۱۸	۴	۱۰

منبع: ITC, 2020 و نتایج پژوهش

۸-۷- معرفی واردکنندگان بزرگ گوجه فرنگی در جهان

بزرگترین واردکنندگان جهانی گوجه فرنگی از سال ۲۰۰۱ تا ۲۰۱۸ در جدول ۸-۶ مشخص شده است که نشان می‌دهد بزرگترین کشورهای واردکننده گوجه فرنگی، آمریکا، آلمان، روسیه و فرانسه می‌باشند. نکته قابل توجه آن است که از این بین، کشورهای آمریکا، هلند، فرانسه و کانادا جزو ۱۰ صادرکننده برتر نیز بوده‌اند. این نتیجه احتمال صادرات مجدد در این کشورها را تقویت کرده و همچنین می‌تواند بیانگر این نکته باشد که برای رسیدن به صادرات، لزومی ندارد ابتدا نیازهای داخلی رفع شود و صادرات از مازاد مصارف داخلی نتیجه شود. در واقع برای حضوری موفق در بازارهای جهانی نمی‌توان به بهانه رفع نیاز بازارهای داخلی، بازارهای هدف صادراتی را از دست داد و بخش خصوصی را مجبور به توقف صادرات نمود. حتی اگر لازم باشد در برخی سالها واردات همزمان با صادرات جهت رفع نیازهای داخلی انجام گیرد. چرا که از دست دادن بازارهای صادراتی به دلیل رفع نیازهای داخلی، بازگشت به این بازارها را با وجود رقبایی قدرتمند در منطقه بسیار دشوار خواهد نمود.

جدول ۸-۶- سهم مقداری ۱۰ کشور واردکننده اصلی در بازارهای جهانی (درصد)

سال	آمریکا	آلمان	روسیه	فرانسه	عراق	انگلستان	هلند	کانادا	افغانستان	عربستان
۲۰۰۱	۲۵,۰۵	۱۵,۵۷	۳,۷۴	۹,۶۹	۰,۰۰	۵,۶۷	۶,۴۰	۴,۲۴	۰,۰۰	۲,۹۰
۲۰۰۲	۲۲,۵۰	۱۵,۰۴	۴,۱۶	۹,۲۸	۰,۰۰	۷,۴۳	۵,۶۷	۳,۹۲	۰,۰۰	۵,۴۵
۲۰۰۳	۲۳,۵۰	۱۳,۵۵	۴,۵۸	۹,۶۴	۰,۰۰	۷,۴۹	۵,۲۹	۳,۷۲	۰,۰۰	۵,۷۷

۴,۴۶	۰,۰۰	۳,۶۱	۳,۷۵	۷,۹۸	۰,۰۰	۹,۰۱	۶,۰۵	۱۳,۷۱	۲۲,۹۲	۲۰۰۴
۴,۱۶	۰,۰۰	۳,۴۱	۴,۱۱	۸,۱۷	۰,۰۰	۸,۶۰	۶,۸۴	۱۳,۱۲	۲۱,۴۷	۲۰۰۵
۳,۸۱	۰,۰۰	۳,۲۹	۴,۴۸	۸,۱۰	۰,۰۰	۸,۴۲	۷,۴۹	۱۳,۰۰	۱۷,۹۸	۲۰۰۶
۳,۴۷	۰,۰۰	۳,۳۱	۳,۲۴	۷,۲۳	۰,۰۰	۸,۳۲	۹,۲۵	۱۱,۱۵	۱۸,۰۰	۲۰۰۷
۳,۱۲	۰,۰۰	۳,۲۴	۲,۸۱	۷,۱۲	۰,۰۰	۸,۰۵	۱۱,۲۱	۱۱,۵۷	۱۵,۰۲	۲۰۰۸
۳,۲۷	۰,۰۰	۲,۸۹	۲,۸۲	۶,۰۲	۰,۰۰	۸,۰۸	۱۰,۴۵	۱۰,۳۴	۱۷,۹۰	۲۰۰۹
۲,۹۹	۰,۰۰	۲,۸۰	۲,۶۳	۵,۶۱	۰,۰۰	۷,۲۰	۱۰,۱۰	۱۰,۳۱	۲۲,۱۹	۲۰۱۰
۲,۶۸	۰,۰۰	۲,۷۴	۳,۵۵	۵,۹۲	۰,۰۰	۷,۳۷	۱۰,۳۳	۱۰,۰۸	۲۱,۱۰	۲۰۱۱
۲,۸۱	۰,۰۰	۲,۶۶	۳,۴۲	۵,۴۸	۰,۰۰	۷,۶۰	۱۰,۹۷	۹,۷۶	۲۱,۰۳	۲۰۱۲
۱,۸۲	۰,۰۰	۲,۶۸	۳,۳۷	۵,۶۵	۰,۰۰	۷,۵۱	۱۱,۵۰	۱۰,۱۱	۲۰,۶۵	۲۰۱۳
۲,۲۴	۰,۰۰	۲,۸۶	۳,۱۰	۵,۵۲	۱,۸۸	۷,۴۵	۱۱,۳۲	۹,۹۶	۲۰,۷۲	۲۰۱۴
۲,۳۹	۰,۱۲	۲,۶۳	۲,۲۰	۴,۹۰	۵,۲۲	۷,۰۵	۸,۶۸	۹,۸۲	۲۰,۵۳	۲۰۱۵
۲,۶۰	۰,۰۰	۲,۷۹	۲,۸۴	۵,۱۶	۶,۹۸	۶,۹۳	۵,۹۲	۹,۵۲	۲۲,۹۰	۲۰۱۶
۲,۲۸	۰,۰۰	۲,۸۵	۲,۹۶	۵,۳۳	۶,۲۷	۶,۷۹	۶,۹۱	۹,۸۳	۲۳,۹۵	۲۰۱۷
۲,۳۷	۲,۴۵	۲,۸۴	۲,۸۶	۵,۱۳	۶,۳۴	۶,۵۳	۷,۲۰	۹,۲۴	۲۳,۱۴	۲۰۱۸

منبع: ITC, 2020 و نتایج پژوهش

۸-۸- بررسی جایگاه ایران از نظر مقداری و ارزشی در بازار جهانی گوجه فرنگی و تغییر جایگاه ایران در کشورهای هدف

نتایج بررسی جایگاه ایران در کشورهای هدف اصلی خود طی سال‌های ۲۰۱۸-۲۰۰۱ نشان می‌دهد که جایگاه مقدار و ارزشی صادراتی ایران در عراق، افغانستان، آذربایجان و تا حدودی پاکستان از ثبات بیشتری برخوردار بوده و توانسته در اکثر سال‌ها رتبه اول تا چهارم را کسب کند.

نکته مهم در این جدول ارتقا جایگاه ایران در کشورهای هدفی مانند روسیه است. مشخص است که جایگاه ایران در روسیه به لحاظ مقداری از رتبه ۲۰ در سال ۲۰۰۱ به جایگاه ۷ در سال ۲۰۱۸ رسیده است. همچنین جایگاه ایران به لحاظ ارزشی نیز در بازار روسیه از رتبه ۲۶ در سال ۲۰۰۱ به رتبه ۷ در سال ۲۰۱۷ ارتقا یافته است. توجه به نفوذ مناسب‌تر در این بازارها و ثبات در بازارهایی مانند قزاقستان و آذربایجان در کنار صادرات به کشورهایمانند عراق و افغانستان می‌تواند حضور موفق ایران در این بازارها را تضمین نماید.

جدول ۸-۷- رتبه ایران در مقدار صادرات گوجه فرنگی به جهان و بزرگترین بازارهای هدف (۲۰۱۸-۲۰۰۱)

سال	جهان	عراق	افغانستان	امارات	روسیه	قطر	عمان	ترکمنستان	قزاقستان	آذربایجان	پاکستان
۲۰۰۱	۱۸	۱	۱	۸	۲۰	***	***	***	۲	۱	۱
۲۰۰۲	۲۷	۱	۱	۱۷	۱۶	***	***	***	۱	۱	***
۲۰۰۳	۱۴	۱	۲	۶	۱۵	۴	***	۱	۲	۱	۱
۲۰۰۴	۲۳	۱	۲	۱۲	۱۳	***	***	۱	۱	۱	***
۲۰۰۵	۲۲	۲	۱	۱۲	۱۳	***	***	***	۴	۱	۲
۲۰۰۶	۱۱	۱	۲	۱۱	۱۰	***	***	***	۷	۱	۲
۲۰۰۷	۱۲	۱	۱	۱۴	۱۶	***	***	***	۵	۱	۲

بررسی وضعیت صادرات محصولات منتخب کشاورزی ایران..... گوجه فرنگی

۲	۱	۲	۱	***	۱۳	۱۷	۱۵	۲	۲	۱۶	۲۰۰۸
۲	۱	۳	۱	***	***	۱۵	۱۶	۲	۲	۱۱	۲۰۰۹
۲	۲	۴	۱	***	۱۲	۱۵	۷	۱	۱	۸	۲۰۱۰
۲	۲	۳	۱	***	۱۲	۱۷	۱۲	۲	۱	۱۱	۲۰۱۱
۳	۲	۳	۱	***	۱۴	۱۵	۱۰	۱	۱	۷	۲۰۱۲
۳	۲	۲	۱	۱۰	۱۴	۱۴	۵	۱	۱	۷	۲۰۱۳
۳	۱	۳	۱	۷	***	۱۴	۵	۱	۱	۶	۲۰۱۴
۳	۱	۳	۱	۶	۸	۸	۵	۱	۱	۷	۲۰۱۵
۳	۲	۳	۱	۳	۱۵	۶	۳	۱	۱	۴	۲۰۱۶
۱	۲	۴	۱	۲	۱	۶	۳	۱	۱	۴	۲۰۱۷
۲	۱	۳	۱	۳	۱	۷	۲	۱	۱	۴	۲۰۱۸

منبع: ITC, 2020 و نتایج پژوهش *** داده‌ای ثبت نشده است.

جدول ۸-۸- رتبه ایران در ارزش صادرات گوجه‌فرنگی به جهان و بزرگترین بازارهای هدف (۲۰۰۱-۲۰۱۸)

سال	جهان	عراق	افغانستان	امارات	روسیه	قطر	عمان	ترکمنستان	قزاقستان	آذربایجان	پاکستان
۲۰۰۱	۳۴	۱	۱	۱۳	۲۶	***	***	***	۳	۱	۱
۲۰۰۲	۴۸	۱	۱	۱۹	۲۱	***	***	***	۲	۱	***
۲۰۰۳	۱۸	۱	۲	۷	۱۸	۴	***	۱	۲	۱	۱
۲۰۰۴	۳۰	۳	۲	۱۳	۱۶	***	***	***	۲	۱	***
۲۰۰۵	۲۵	۲	۱	۱۲	۱۶	***	***	***	۴	۲	۲
۲۰۰۶	۱۶	۱	۲	۱۱	۱۵	***	***	***	۷	۱	۲
۲۰۰۷	۱۶	۳	۱	۱۸	۱۷	***	***	۱	۶	۱	۲
۲۰۰۸	۲۱	۲	۱	۱۹	۱۷	۱۴	***	۱	۳	۲	۳
۲۰۰۹	۱۳	۲	۲	۱۵	۱۵	***	***	۱	۳	۱	۲
۲۰۱۰	۱۳	۱	۱	۹	۱۵	۱۵	***	۱	۳	۲	۳
۲۰۱۱	۱۲	۱	۲	۱۳	۱۷	۱۳	***	۱	۳	۲	۲
۲۰۱۲	۱۳	۱	۱	۱۲	۱۵	۱۶	***	۱	۳	۲	۳
۲۰۱۳	۱۴	۱	۱	۷	۱۵	۱۶	۱۱	۱	۲	۲	۲
۲۰۱۴	۱۲	۱	۱	۹	۱۵	***	۸	۱	۳	۱	۳
۲۰۱۵	۱۳	۱	۱	۷	۱۰	۱۰	۷	۱	۳	۱	۳
۲۰۱۶	۱۳	۱	۱	۶	۷	۱۵	۷	۱	۳	۲	۳
۲۰۱۷	۱۳	۱	۱	۵	۷	۲	۵	۱	۴	۲	۱
۲۰۱۸	۱۰	۱	۱	۲	۷	۱	۳	۱	۳	۱	۲

منبع: ITC, 2020 و نتایج پژوهش *** داده‌ای ثبت نشده است.

در جدول ۸-۹، رتبه مقداری و ارزشی صادرکننده‌های اصلی گوجه‌فرنگی در جهان مشاهده می‌شود. مشخص است که آمریکا، هلند و فرانسه که از بزرگترین واردکنندگان گوجه‌فرنگی نیز هستند، در اکثر سال‌های ۲۰۰۱ تا ۲۰۱۸ هم از نظر مقدار و هم ارزش صادراتی توانسته‌اند جایگاه اول تا دهم را در بازار جهانی داشته باشند. ثبات در بازارهای جهانی از شاخص‌های کارایی بازارهای صادراتی است که مشخص است اکثر کشورهای اصلی صادرکننده حائز این شرایط بوده‌اند. در مورد ایران نیز پس از ارتقا در بازارهای جهانی، تقریباً از سال ۲۰۱۲ به لحاظ مقداری و از سال ۲۰۰۹ به لحاظ ارزشی ثبات در جایگاه بازارهای جهانی ملاحظه می‌شود. هرچند که جایگاه ایران به لحاظ ارزشی (با توجه به جایگاه مناسب‌تر در مقدار صادرات) نیازمند بهبود خواهد بود. در مورد آمریکا نیز جایگاه این کشور در مقادیر صادراتی تقلیل یافته اما به لحاظ ارزشی تقریباً همچنان جایگاه باثبات تری را داشته که نشان از قیمت‌های مناسب این کشور در بازارهای جهانی است. نکته حائز توجه آنکه موقعیت ایران و آمریکا تقریباً به لحاظ جایگاه مقدار و ارزش برعکس است. یعنی آمریکا به لحاظ ارزشی جایگاه مناسب‌تری داشته تا به لحاظ مقداری، در حالیکه ایران به عکس جایگاه مناسب‌تری در مقدار صادراتی داشته تا ارزش‌های صادراتی.

سال	مکزیک	هلند	اسپانیا	ایران	مراکش	ترکیه	اردن	بلژیک	فرانسه	آمریکا
۲۰۰۱	۲	۳	۱	۱۸	۵	۷	۶	۸	۱۲	۴

بررسی وضعیت صادرات محصولات منتخب کشاورزی ایران..... گوجه فرنگی

۵	۱۱	۹	۶	۴	۷	۲۷	۱	۳	۲	۲۰۰۲
۴	۱۲	۷	۸	۵	۹	۱۴	۱	۳	۲	۲۰۰۳
۵	۱۲	۹	۶	۷	۸	۲۳	۲	۳	۱	۲۰۰۴
۶	۱۰	۸	۱۲	۵	۷	۲۲	۱	۳	۲	۲۰۰۵
۷	۱۲	۸	۵	۶	۹	۱۱	۳	۴	۲	۲۰۰۶
۸	۱۱	۹	۵	۶	۷	۱۲	۲	۳	۱	۲۰۰۷
۸	۱۱	۱۰	۵	۴	۷	۱۶	۲	۳	۱	۲۰۰۸
۷	۹	۸	۱۳	۵	۶	۱۱	۳	۱	۲	۲۰۰۹
۹	۱۱	۱۰	۷	۴	۶	۸	۳	۲	۱	۲۰۱۰
۹	۸	۱۲	۶	۴	۵	۱۱	۳	۲	۱	۲۰۱۱
۱۰	۸	۹	۶	۴	۵	۷	۳	۲	۱	۲۰۱۲
۱۱	۹	۸	۴	۵	۶	۷	۳	۲	۱	۲۰۱۳
۱۱	۹	۱۰	۵	۴	۷	۶	۳	۲	۱	۲۰۱۴
۱۰	۸	۹	۶	۴	۵	۷	۳	۲	۱	۲۰۱۵
۱۱	۹	۱۰	۷	۶	۵	۴	۳	۲	۱	۲۰۱۶
۱۱	۹	۱۰	۷	۶	۵	۴	۳	۲	۱	۲۰۱۷
۱۰	۹	۸	۷	۶	۵	۴	۳	۲	۱	۲۰۱۸

جدول ۸-۹- جایگاه مقداری ۱۰ صادرکننده اصلی گوجه فرنگی در بازار جهانی

منبع: ITC, 2020 و نتایج پژوهش

جدول ۸-۱۰- جایگاه ارزشی ۱۰ صادرکننده اصلی گوجه فرنگی در بازار جهانی

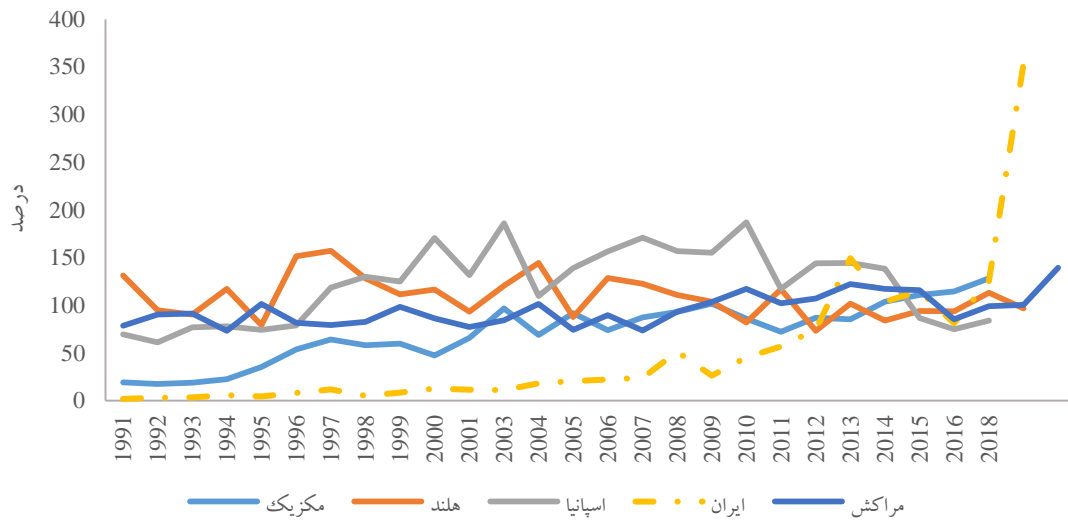
سال	مکزیک	هلند	اسپانیا	ایران	مراکش	ترکیه	اردن	بلژیک	فرانسه	آمریکا
۲۰۰۱	۳	۲	۱	۳۴	۹	۱۲	۱۱	۷	۱۰	۶
۲۰۰۲	۳	۱	۲	۴۸	۱۰	۱۱	۱۲	۵	۹	۷
۲۰۰۳	۳	۱	۲	۱۸	۹	۱۱	۱۲	۴	۱۰	۷
۲۰۰۴	۳	۱	۲	۳۰	۱۰	۱۱	۱۲	۶	۹	۵
۲۰۰۵	۳	۱	۲	۲۵	۱۰	۹	۱۱	۵	۷	۶
۲۰۰۶	۲	۱	۳	۱۶	۱۱	۸	۱۲	۶	۱۰	۵
۲۰۰۷	۳	۱	۲	۱۶	۱۱	۵	۱۲	۶	۷	۴
۲۰۰۸	۳	۱	۲	۲۱	۹	۴	۱۱	۸	۷	۵
۲۰۰۹	۲	۱	۳	۱۳	۶	۴	۱۲	۹	۷	۵
۲۰۱۰	۲	۱	۳	۱۳	۸	۴	۱۱	۱۰	۷	۵
۲۰۱۱	۱	۲	۳	۱۲	۵	۴	۱۰	۱۱	۶	۸
۲۰۱۲	۲	۱	۳	۱۳	۴	۵	۱۰	۹	۶	۷
۲۰۱۳	۲	۱	۳	۱۴	۴	۶	۹	۱۰	۵	۸
۲۰۱۴	۲	۱	۳	۱۲	۴	۵	۷	۱۰	۶	۸
۲۰۱۵	۱	۲	۳	۱۳	۴	۵	۸	۱۰	۶	۷
۲۰۱۶	۱	۲	۳	۱۳	۴	۱۰	۹	۸	۶	۷
۲۰۱۷	۲	۱	۳	۱۳	۴	۹	۱۰	۸	۶	۷
۲۰۱۸	۱	۲	۳	۱۰	۴	۸	۱۴	۹	۶	۷

منبع: ITC, 2020 و نتایج پژوهش

۸-۹- بررسی روند تغییر شاخص قیمت تولیدکننده گوجه فرنگی در ایران و کشورهای رقیب به عنوان نماینده هزینه تولید گوجه فرنگی

۸-۹-۱- تحلیل روند شاخص قیمت تولیدکننده در ایران و کشورهای صادرکننده گوجه فرنگی

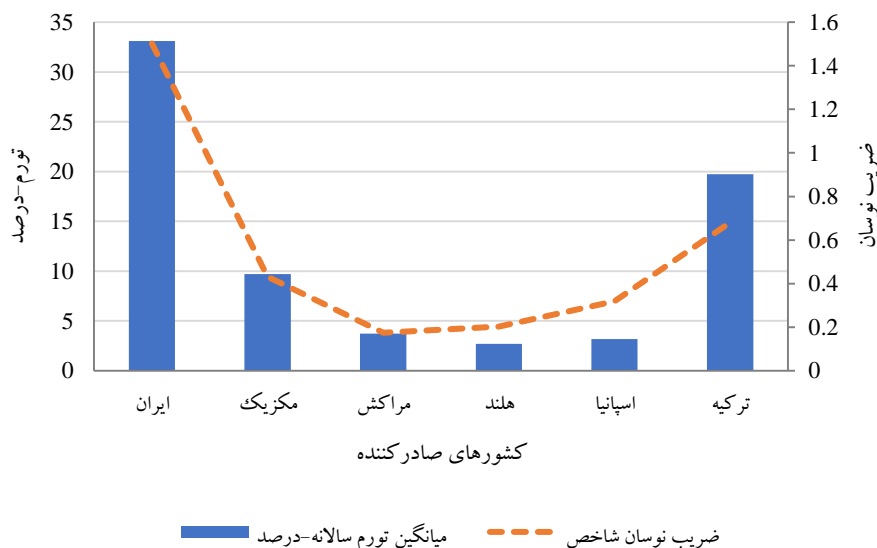
شاخص قیمت تولیدکننده (به قیمت ثابت ۲۰۱۶-۲۰۱۴) طی سال‌های ۲۰۰۱ تا ۲۰۱۸ روند کاملاً صعودی داشته است که این مقدار از سال ۲۰۱۲ به بعد افزایش قابل توجهی داشته است. توجه به این نکته لازم است که مقدار مطلق شاخص قیمت تولیدکننده وقتی در ایران بیشتر (کمتر) از کشوری دیگر است به این معنی است که در آن سال نسبت به سال پایه، تورم در سطح تولیدکننده گوجه فرنگی در ایران بیشتر از تورم در کشور دیگر در همان سال (نسبت به سال پایه) بوده است. اما نکته مهمتر، توجه به این نکته است که روند شاخص قیمت در ایران همواره صعودی بوده بویژه بعد از سال ۲۰۱۰ نسبت به تمام کشورهای صادرکننده اصلی حاضر در بازار جهانی محصول گوجه فرنگی، ایران روندی فزاینده در شاخص قیمت را تجربه کرده است. این در حالی است که سایر کشورهای اصلی صادرکننده گوجه فرنگی، با روندی مشابه یکدیگر، حول میانگینی تقریباً ثابت در حال نوسان هستند. همین روند تورمی در تولید، موجب کاهش قدرت رقابت‌پذیری تولیدکنندگان ایران در مقایسه با رقبای خواهد شد.



نمودار ۸-۱۰- روند شاخص قیمت تولیدکننده در ایران و بزرگترین صادرکنندگان جهانی (منبع: FAO, 2020)

۸-۹-۲- بررسی و مقایسه میانگین تورم سالانه تولید و نوسان شاخص قیمت تولیدکننده

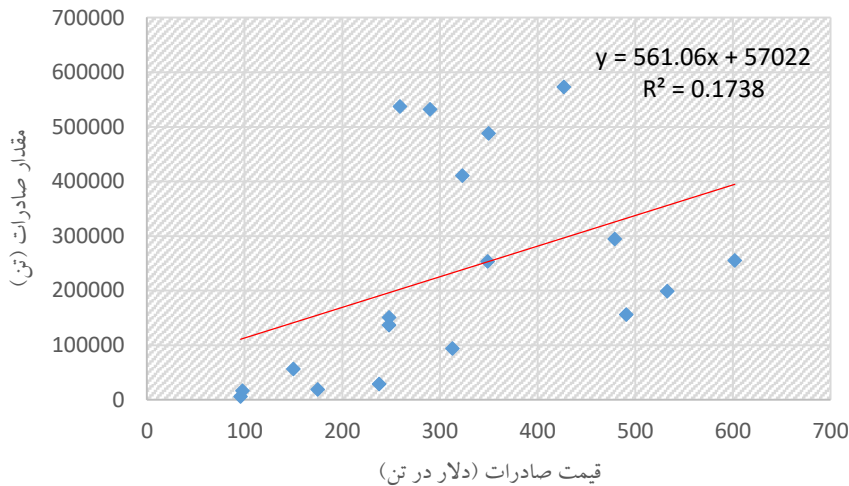
همانگونه که نمودار ۸-۱۱ نشان می‌دهد ایران بیشترین تورم در سطح تولید را بطور میانگین نسبت به سایر شاهد بوده و نسبت به کشورهای اصلی صادرکننده گوجه فرنگی، تورم در سطح تولید کننده برای ایران بسیار قابل توجه می‌باشد. از طرف نوسان شاخص قیمت تولیدکننده (به عنوان ریسک قیمتی تولیدکننده) نیز برای ایران بسیار قابل توجه‌تر از وضعیت مشابه در کشورهای صادرکننده اصلی بوده است. همین تورم در سطح تولید و نوسان بالای شاخص قیمت تولیدکننده می‌تواند تهدیدی برای تولید داخلی و در نهایت صادرات محصولات فراور شده از گوجه باشد.



نمودار ۸-۱۱- مقایسه میانگین تورم تولید و نوسان شاخص قیمت در کشورهای اصلی صادرکننده و ایران

۸-۱۰- بررسی ارتباط بین مقادیر صادراتی ایران و قیمت‌های صادراتی در بازارهای جهانی گوجه فرنگی

همانگونه که نمودار ۸-۱۲ نشان می دهد، ارتباط بین قیمت و مقدار صادراتی ایران در بازارهای جهانی به طور کلی همسویی مثبت بسیار ضعیفی داشته و لذا میزان تولید و صادرات گوجه در ایران در ارتباط با هم تعیین نمی شوند. یکی از مهمترین دلایل این ارتباط ضعیف، موانع صادراتی از جمله ممنوعیت های صادراتی متعدد گوجه فرنگی بویژه در سال های اخیر بوده است.



نمودار ۸-۱۲- ارتباط بین قیمت صادراتی و مقدار صادرات گوجه فرنگی ایران

۸-۱۱- بررسی جایگاه ایران در بازارهای اصلی واردکننده گوجه فرنگی و تحلیل مقایسه ای قیمت صادراتی ایران در مقابل رقبا در این بازارها

در ادامه بزرگترین کشورهای واردکننده گوجه فرنگی در جهان طی دو سال ۲۰۱۷ و ۲۰۱۸ مورد بررسی قرار گرفت. نتایج نشان داد که ایران در سال ۲۰۱۷ و ۲۰۱۸ تنها در سه کشور از مجموع ۱۰ کشور واردکننده اصلی حضور داشته است. بطوریکه در سال ۲۰۱۷ جایگاه ایران در روسیه از لحاظ ارزشی ۷، قیمتی ۲۰ و مقداری ۶ می باشد و همچنین جایگاه ایران در عراق و افغانستان از لحاظ ارزشی و مقداری در هر دو کشور، اول و به لحاظ قیمتی به ترتیب در جایگاه ۸ و ۵ است.

در سال ۲۰۱۸ نیز مشخص است که ایران در روسیه در ارزش صادراتی همچنان جایگاه ۷، به لحاظ قیمتی در جایگاه ۲۱ و از جهت صادرات مقداری در جایگاه ۶ بوده و در عراق و افغانستان نیز در ارزش و مقادیر صادراتی به رتبه اول رسیده که نسبت به سال ۲۰۱۷ تفاوتی نداشته است. این در حالی است که ایران از لحاظ قیمتی در عراق و افغانستان، به ترتیب جایگاه هفتم و سوم را داشته که نسبت به سال ۲۰۱۷ ارتقاء رتبه از نظر قیمت صادراتی در این کشورها مشاهده می شود.

اما به عنوان یک جمع بندی در این قسمت، همانگونه که بیان شد، ایران در سایر کشورهای واردکننده اصلی و بزرگترین بازارهای جهانی گوجه فرنگی حضور نداشته است. البته این نتیجه به این معنی نیست که ایران باید در تمام این بازارها حضور داشته باشد. بلکه به این معنی است که بخشی از نوسان در قیمت ها و مقادیر صادراتی ایران به دلیل آن است که ایران در بازارهای وارداتی اصلی (به هر دلیلی) حضور ندارد. اما حضور در بازار روسیه می تواند به عنوان فرصتی برای صادرکننده ایرانی تلقی شود اما مشاهده می شود که قیمت صادراتی ایران در روسیه نسبت به سایر رقبا پایین تر است. اما همانطور که در ادامه مشخص خواهد شد، قیمت های گوجه

بررسی وضعیت صادرات محصولات منتخب کشاورزی ایران..... گوجه‌فرنگی

ایران در روسیه هرچند نسبت به رقبا در روسیه ارزان‌تر بوده اما در عین حال نسبت به قیمت‌های ایران در سایر کشورهای هدف مناسب‌تر هم بوده است.

جدول ۸-۱۱- جایگاه ایران در کشورهای واردکننده اصلی گوجه فرنگی

جایگاه قیمت صادراتی ایران		جایگاه مقدار صادرات ایران		جایگاه ارزش صادرات ایران		بزرگترین واردکنندگان
۲۰۱۸	۲۰۱۷	۲۰۱۸	۲۰۱۷	۲۰۱۸	۲۰۱۷	
*	*	*	*	*	*	آمریکا
*	*	*	*	*	*	آلمان
۲۱	۲۰	۷	۶	۷	۷	روسیه
*	*	*	*	*	*	فرانسه
۷	۸	۱	۱	۱	۱	عراق
*	*	*	*	*	*	انگلستان
*	*	*	*	*	*	هلند
*	*	*	*	*	*	کانادا
۳	۵	۱	۱	۱	۱	افغانستان
*	*	*	*	*	*	عربستان

منبع: ITC, 2020 و نتایج پژوهش * جزو کشورهای هدف ایران نبوده است.

۸-۱۲- بررسی جایگاه ایران در بازارهای هدف خود و تحلیل مقایسه‌ای قیمت صادراتی گوجه فرنگی ایران در مقابل رقبا در این بازارها

صادرکنندگان ایرانی در سال‌های ۲۰۱۶، ۲۰۱۷ و ۲۰۱۸ بیش از ۹۰ درصد گوجه ایران به این حداکثر چهار کشور هدف صادر شده است و لذا مطابق جدول ۸-۱۲ تا ۸-۱۴، بررسی جایگاه ایران و رقبا در سال‌های ۲۰۱۶، ۲۰۱۷ و ۲۰۱۸ در این بازارهای هدف اصلی ایران انجام گرفت. نتایج در سال ۲۰۱۶ نشان می‌دهد که ایران در عراق و افغانستان رتبه اول مقادیر صادراتی را داشته و ایران در بازار عراق از مجموع واردات عراق در این کد تعرفه، ۸۱/۴ درصد سهم داشته و عراق نیز سهم ۸۲/۵ درصدی در سبد صادراتی ایران در این کد تعرفه داشته است. یا به عبارت دیگر ۸۲/۵ درصد محصول صادراتی ایران به بازار عراق تخصیص یافته است. مشخص است که ایران از بزرگترین رقیب خود در ترکیه قیمت پایین‌تری اما نزدیک با این کشور در بازار عراق داشته است اما توجه به این نکته ضروری است که ترکیه ۱۶/۵ درصد بازار عراق را نصیب خود کرده در صورتیکه ایران بیش از ۸۱ درصد این بازار را در اختیار دارد و لذا قیمت‌های پایین ایران چالش جدی در عراق نبوده چراکه نفوذ ایران در بازار عراق را در مقابل ترکیه تضمین خواهد نمود. سایر کشورها در مجموع حدود یک درصد بازار عراق را به خود اختصاص داده‌اند. لذا نمی‌توان سایر کشورها را رقیبی برای ایران در بازار عراق در نظر گرفت.

افغانستان دومین کشور هدف اصلی ایران بوده که همانگونه که بیان شد، ایران در افغانستان نیز حائز رتبه اول از نظر مقدار صادراتی بوده و به لحاظ قیمت صادرات رتبه چهارم را داشته است اما نکته حائز اهمیت اینکه ایران در بازار افغانستان تنها رقیبی مانند پاکستان را داشته که قیمت صادراتی ایران از این کشور کمتر بوده است. البته کمتر بودن قیمت صادراتی ایران توانسته سهم صادراتی ایران را در بازار افغانستان نسبت به پاکستان افزایش دهد و علیرغم توافقات تجاری بین پاکستان و افغانستان، ایران همچنان در افغانستان صادرکننده اصلی باشد. لذا افزایش قیمت‌های صادراتی ایران می‌تواند جایگاه ایران را در بازار افغانستان متزلزل سازد اما با این حال می‌توان به امکان کاهش فاصله قیمتی بین ایران و پاکستان در افغانستان را پرداخت. ایران در امارات نیز رتبه سوم مقادیر صادراتی

را داشته است و به لحاظ قیمتی در جایگاه پایینی بوده است. البته بازار امارات معمولاً به عنوان بازار و مقصد نهایی صادرکننده ایرانی نبوده و به همین دلیل می‌توان انتظار داشت که قیمت‌های صادراتی ایران مانند سایر کشورهای رقیب نباشد. هرچند که قیمت صادراتی در امارات از قیمت‌های صادراتی در عراق و افغانستان بیشتر بوده است. اما بازار روسیه به عنوان بازاری جدید برای صادرکننده ایرانی مطرح بوده و ایران در سال ۲۰۱۶ به لحاظ مقداری رتبه ۶ را داشته اما به لحاظ قیمتی جایگاه پائینی داشته است. اما نکته قابل توجه در مورد روسیه آن است که قیمت صادراتی ایران در این کشور از مراکش (بزرگترین کشور صادرکننده روسیه) بیشتر بوده و از طرفی قیمت صادراتی ایران در روسیه از قیمت صادراتی ایران در سایر کشورهای هدف چشمگیرتر بوده است. لذا نمی‌تواند قیمت‌های صادراتی ایران به روسیه را پایین دانست و نفوذ در بازار روسیه با همین قیمت‌ها لازم است بیش از پیش مدنظر باشد.

جدول ۸-۱۲- جایگاه ایران در مقایسه با رقبا در مهم‌ترین بازارهای هدف خود در سال ۲۰۱۶

بازار هدف	مقدار صادرات ایران	رتبه مقدار صادرات ایران	قیمت صادراتی ایران	رتبه قیمت صادراتی ایران	قیمت رقبا در کشور هدف ایران در سال ۲۰۱۶ (دلار/تن)	سهم ایران (درصد)	سهم از صادرات ایران (درصد)
عراق	۴۴۳۲۶۱	۱	۲۵۰	۵	ترکیه کویت آلبانی عربستان ۳۶۲ ۱۷۹ ۴۹۳ ۲۹۵	۸۲٫۵	۸۱٫۴
افغانستان	۴۵۱۷۷	۱	۲۳۰	۴	پاکستان ۳۸۲	۸٫۴	۶۴٫۵
امارات	۲۰۸۱۳	۳	۲۹۷	۲۵	اردن هند عمان مالزی مصر ۶۷۴ ۴۳۲ ۳۱۲ ۸۳۲ ۸۴۵	۳٫۹	۱۰٫۶
روسیه	۱۲۱۸۹	۶	۵۱۷	۲۳	مراکش آذربایجان چین بلاروس ارمنستان ۴۶۲ ۹۳۴ ۹۹۲ ۷۶۹ ۶۱۰	۲٫۳	۲٫۶

منبع: ITC, 2020 و نتایج پژوهش

اما بررسی بازارهای هدف ایران در سال ۲۰۱۷ بیانگر آن است که ایران در عراق و افغانستان رتبه اول مقدار صادراتی را داشته است. مهمترین رقیب ایران در بازار عراق، ترکیه بوده که قیمت صادراتی ایران اکثراً از این کشور بوده است. اما لازم است توجه شود که ایران از بازار عراق سهم ۸۲ درصدی کسب کرده و این کشور سهم ۷۲ درصدی از سبد صادراتی ایران داشته است. لذا بازار عراق عملاً در دست ایران بوده و قیمت‌های پایین‌تر ایران در بازار عراق چالشی جدی در این بازار نخواهد بود. هرچند در این سال نیز می‌تواند امکان کاهش اختلاف قیمت ایران و ترکیه در بازار عراق مد نظر صادرکننده ایرانی در چانه زنی صادراتی باشد.

جایگاه قیمتی ایران در دومین بازار هدف خود یعنی افغانستان از سایر رقبا بیشتر بوده و همزمان ایران در بازار افغانستان سهم ۹۶/۵ درصدی کسب کرده است. لذا قیمت‌های بالاتر صادرکننده ایرانی با رقیبی همچون پاکستان در بازار افغانستان می‌تواند به عنوان تهدیدی نیز مطرح باشد. همانگونه که در جدول بعدی ملاحظه می‌شود سهم ایران از بازار افغانستان در سال ۲۰۱۸ کاهش یافت. لذا قیمت‌های صادراتی لازم است با توجه به قیمت رقبا در بازار هدف مدیریت شود. افغانستان در سال ۲۰۱۷ از سبد صادراتی ایران

سهم ۱۱/۵ درصدی داشته که نشان‌دهنده انتقال بخشی از الگوی صادراتی ایران از عراق به افغانستان در سال ۲۰۱۷ نسبت به سال ۲۰۱۶ در محصول گوجه‌فرنگی بوده است.

بازار پاکستان در سال ۲۰۱۷ تقریباً بطور کامل در اختیار صادرکننده ایرانی بوده است. پاکستان از طرفی واردکننده گوجه و از طرفی نیز صادرکننده در بازار افغانستان بوده است. نکته جالب توجه تر اینکه بخش عمده گوجه ایرانی در این سال به دلیل تعرفه بالای پاکستان برای گوجه ایرانی، توسط بازرگان افغان وارد پاکستان شده است که ادامه وضع موجود، منافع صادرکننده ایرانی را تحت تأثیر قرار خواهد داد. قیمت گوجه ایرانی توسط بازرگان افغان با قیمت بیش از ۵۳۰ دلار به ازای هر تن وارد پاکستان شده (ITC, 2017) که مشخصاً این نوع مسیر صادراتی به پاکستان، بخشی از منافع صادرکننده ایرانی را خواهد کاست. در مورد امارات نیز همان نکات بیان شده در سال ۲۰۱۶ مطرح خواهد بود.

جدول ۸-۱۳- جایگاه ایران در مقایسه با رقبای مهم‌ترین بازارهای هدف خود در سال ۲۰۱۷

بازار هدف	مقدار صادرات ایران	رتبه مقدار صادرات ایران	قیمت صادراتی ایران	رتبه قیمت صادراتی ایران	قیمت رقبا در کشور هدف ایران در سال ۲۰۱۷ (دلار/تن)	سهم ایران (درصد)	سهم از صادرات ایران (درصد)
عراق	۳۸۳۵۶۹	۱	۲۵۰	۸	ترکیه ۳۳۵ کویت ۳۷۸ اردن ۸۵۹ آلبانی ۶۵۹ مصر ۵۱۲	۸۲	۷۲
افغانستان	۶۱۵۸۹	۱	۳۴۳	۵	پاکستان ۳۱۹	۹۶٫۵	۱۱٫۵
پاکستان	۲۶۹۱۱	۱	۴۰۸	۳	هند ۱۹۶	۹۹	۵
امارات	۱۸۳۶۵	۳	۲۵۷	۳۷	اردن ۵۷۳ هند ۵۲۱ عربستان ۵۵۴ مالزی ۸۸۰ مصر ۶۹۹	۹٫۴	۳٫۵

منبع: ITC, 2020 و نتایج پژوهش

در نهایت در سال ۲۰۱۸ نتایج نشان می‌دهد که عراق، افغانستان، امارات و روسیه بازارهای هدف اصلی ایران بوده‌اند و ایران در عراق و افغانستان به لحاظ مقادیر صادراتی رتبه اول را داشته اما در امارات رتبه دوم و در روسیه رتبه ۷ را کسب کرده همچنین به لحاظ قیمت‌های صادراتی ایران در عراق رتبه ۷ را داشته و ایران از مهم‌ترین رقیب خود یعنی ترکیه، قیمت بیشتری در عراق داشته است. این نتیجه دقیقاً عکس نتیجه سال‌های ۲۰۱۶ و ۲۰۱۷ بوده و لذا با ادامه وضعیت موجود در سال‌های آتی، امکان دارد ترکیه با قیمت‌های کمتر خود جایگاه ایران در بازار عراق را تهدید کند.

ایران در افغانستان به لحاظ قیمت صادراتی رتبه سوم را داشته هرچند که نسبت به رقیب اصلی خود یعنی پاکستان قیمت بالاتری کسب کرده اما مشخص است که ادامه روند قیمت‌های بالاتر ایران نسبت به پاکستان در بازار افغانستان به کاهش سهم از بازار افغانستان از ۹۶/۵ به ۶۲/۶ درصد طی دو سال ۲۰۱۷ و ۲۰۱۸ شده است. لذا وضعیت صادرات ایران در امارات نیز مشابه سال‌های قبل بوده با این تفاوت که از کل واردات امارات، ایران سهم ۲۱/۴ درصدی داشته که نسبت به سال‌های گذشته افزایش قابل توجهی داشته است. اما مقدار صادرات ایران به روسیه در سال ۲۰۱۸ حدود ۳ برابر نسبت به سال ۲۰۱۶ بوده است و ایران در سال ۲۰۱۸ توانسته حدود ۶ درصد بازار روسیه را نصیب خود سازد که این رقم در سال ۲۰۱۶ کمتر از ۳ درصد بود. قیمت صادراتی ایران نیز هرچند در روسیه پایین‌تر از رقباست اما از قیمت ایران در سایر کشورهای هدف بیشتر بوده است. لذا نمی‌توان قیمت ایران در روسیه را پایین دانست و همین قیمت‌های کمتر نسبت به رقبای در کنار توجه به سایر شرایط بازار روسیه به نفوذ بیشتر ایران در روسیه کمک خواهد نمود.

جدول ۸-۱۴- جایگاه ایران در مقایسه با رقبای مهم‌ترین بازارهای هدف خود در سال ۲۰۱۸

بازار هدف	مقدار صادرات ایران-تن	رتبه مقدار صادرات ایران	قیمت صادراتی ایران	رتبه قیمت صادراتی ایران	قیمت رقبا در کشور هدف ایران در سال ۲۰۱۸ (دلار/تن)	سهم ایران (درصد)	سهم از صادرات ایران (درصد)
-----------	-----------------------	-------------------------	--------------------	-------------------------	---	------------------	----------------------------

بررسی وضعیت صادرات محصولات منتخب کشاورزی ایران..... گوجه فرنگی

عراق	۴۱۸۵۰۲	۱	۴۰۷	۷	ترکیه	اردن	کویت	آلبانی	مصر	۸۲,۳	۷۳
					۲۱۸	۶۵۲	۴۰۴	۶۱۴	۳۹۹		
افغانستان	۴۳۸۵۱	۱	۴۳۲	۳	پاکستان	امارات	تاجیکستان	—	—	۶۲,۴	۷,۶
					۳۳۱	۳۹۶۲	۵۹۶	—	—		
امارات	۴۰۴۳۱	۲	۴۷۷	۲۱	اردن	هند	عمان	مالزی	مصر	۲۱,۴	۷,۰۵
					۶۴۶	۴۰۸	۹۶	۷۶۲	۵۷۶		
روسیه	۳۴۷۷۶	۷	۶۳۸	۲۱	آذربایجان	چین	مراکش	بلاروس	ترکیه	۶,۱	۶
					۱۰۳۵	۹۲۷	۱۲۳۱	۸۵۱	۸۲۶		

منبع: ITC, 2020 و نتایج پژوهش

۸-۱۳- بررسی روند تغییر کشورهای هدف گوجه فرنگی ایران و مقایسه با رقبا

همانگونه که در شکل های ۸-۱ تا ۸-۸ مشخص است، بازار صادراتی ایران در سال ۲۰۰۱ عمدتاً شامل عراق، آذربایجان و افغانستان بوده است و بویژه در سال های پایانی روسیه به یکی از بازارهای هدف رو به توسعه ایران مبدل شده است. همچنین در دو دهه گذشته تعداد کشورهای هدف ایران روند افزایشی داشته است و در سال های اخیر امارات و قطر نیز به مشتریان گوجه فرنگی ایران تبدیل شده اند. اما آنچه مشخص است کشورهای هدف اصلی ایران همچنان دو کشور عراق و افغانستان بوده که همانگونه که قبلاً بیان شد در سال ۲۰۱۶، ۲۰۱۷ و ۲۰۱۸ در مجموع به ترتیب ۹/۹۰، ۵/۸۳ و ۶/۸۰ درصد صادرات ایران به این دو کشور انجام گرفته است. لذا هرچند در سال های اخیر کشورهای دیگری نیز به بازارهای هدف ایران اضافه شده اند اما سهم قابل توجهی از سبد صادراتی ایران نداشته اند. بنابراین می توان چنین بیان نمود که بخش اعظم بازار صادراتی گوجه فرنگی ایران فاقد تنوع بوده و هرچند مبادلات مالی با این عراق و افغانستان بویژه در شرایط تشدید تحریم ها همچنان ساده تر است اما عدم تنوع در بازارهای صادراتی و وجود شرایط بی ثبات در این دو کشور، ریسک صادراتی قابل توجهی را به صادرکنندگان ایرانی می تواند تحمیل نماید. البته در این زمین ظهور کشورهای هدفی مانند روسیه و روند رو به رشد صادرات ایران در این کشور، می تواند به تنوع بخشی بازارهای هدف ایران در آینده کمک قابل توجهی نماید.

List of importing markets for a product exported by Iran, Islamic Republic of in 2001

Product : 0702 Tomatoes, fresh or chilled



شکل ۸-۱- نقشه کشورهای هدف ایران در سال ۲۰۰۱ (منبع: ITC, 2020)

List of importing markets for a product exported by Iran, Islamic Republic of in 2005

Product : 0702 Tomatoes, fresh or chilled



شکل ۸-۲- نقشه کشورهای هدف ایران در سال ۲۰۰۵ (منبع: ITC, 2020)

List of importing markets for a product exported by Iran, Islamic Republic of in 2010

Product : 0702 Tomatoes, fresh or chilled



شکل ۸-۳- نقشه کشورهای هدف ایران در سال ۲۰۱۰ (منبع: ITC, 2020)

List of importing markets for a product exported by Iran, Islamic Republic of in 2012

Product : 0702 Tomatoes, fresh or chilled



شکل ۸-۴- نقشه کشورهای هدف ایران در سال ۲۰۱۲ (منبع: ITC, 2020)

List of importing markets for a product exported by Iran, Islamic Republic of in 2014

Product : 0702 Tomatoes, fresh or chilled



شکل ۸-۵- نقشه کشورهای هدف ایران در سال ۲۰۱۴ (منبع: ITC, 2020)

List of importing markets for a product exported by Iran, Islamic Republic of in 2016

Product : 0702 Tomatoes, fresh or chilled



شکل ۸-۶- نقشه کشورهای هدف ایران در سال ۲۰۱۶

List of importing markets for a product exported by Iran, Islamic Republic of in 2017

Product : 0702 Tomatoes, fresh or chilled



شکل ۸-۷- نقشه کشورهای هدف ایران در سال ۲۰۱۷ (منبع: ITC, 2020)

List of importing markets for a product exported by Iran, Islamic Republic of in 2018

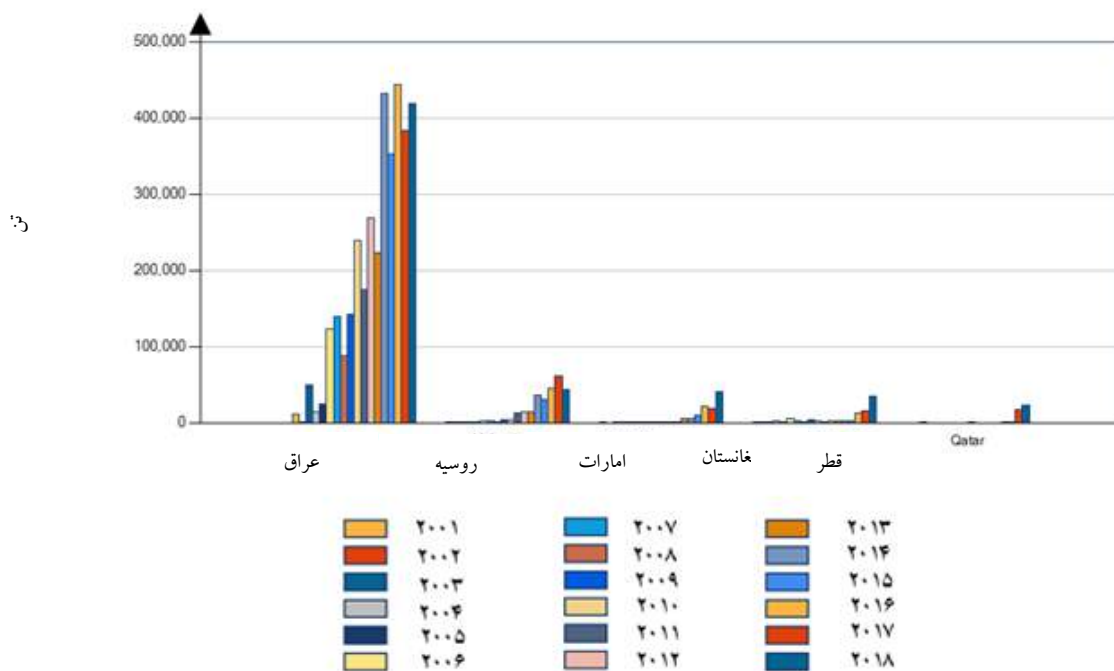
Product : 0702 Tomatoes, fresh or chilled



شکل ۸-۸- نقشه کشورهای هدف ایران در سال ۲۰۱۸

۸-۱۴- بررسی روند کلی تغییر سهم کشورهای هدف صادراتی گوجه فرنگی ایران

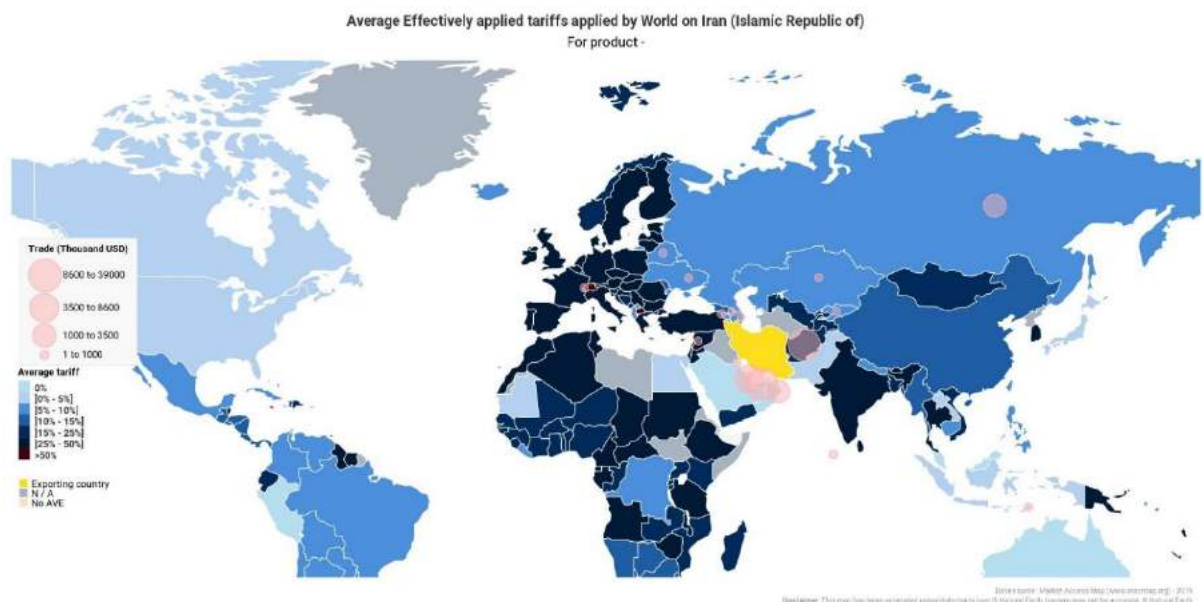
باتوجه به نمودار ۸-۱۳، به طور میانگین بیش از ۸۰ درصد صادرات ایران از سال‌های ۲۰۰۱ تا ۲۰۱۸ به کشور اول صادراتی ایران یعنی عراق اختصاص یافته، مشخص است که عراق به عنوان بزرگترین بازار هدف گوجه فرنگی ایران همواره مطرح بوده است اما سهم سایر کشورهای هدف اندک و متغیر بوده است که بیان می‌کند ایران از ثبات و تنوع بازارهای صادراتی برخوردار نیست. همچنین سهم بسیار بالای یک کشور، با وجود پایداری کوتاه‌مدت، می‌تواند در بلندمدت ریسک قابل توجهی برای صادرات کشور به همراه داشته باشد و در صورت گرایش عراق به تأمین محصول از کشوری دیگر یا تصمیم به خودکفایی محصول (مانند اعلام وزارت کشاورزی عراق در آذرماه ۱۳۹۸)، صادرکننده ایرانی، مشکلات عدیده‌ای برای یافتن بازار جدید برای ایران به دنبال خواهد داشت. البته همین روند نوسانی در بازار روسیه را نیز در نمودار ۸-۱۳ می‌توان مشاهده نمود. همچنین روند کلی افغانستان نیز با طی نمودن نوسانهای متعدد، صعودی بوده است. مشخص است که روسیه در سال‌های اخیر بازار نوظهوری برای صادرکننده ایرانی بوده که روند کلی صادرات نیز به این کشور صعودی بوده است.



نمودار ۸-۱۳- تداوم بازار گوجه فرنگی صادراتی در کشورهای هدف ایران (منبع: ITC, 2020)

۸-۱۵- نقشه تعرفه وارداتی در کشورهای هدف ایران

بررسی نقشه‌های تعرفه وارداتی در شکل ۸-۹ نشان می‌دهد که از بین رقبای اصلی ایران در روسیه (ایران، مراکش، چین، ارمنستان و بلاروس) نرخ تعرفه مؤثر برای مراکش و چین مشابه ایران و معادل ۹,۳۸ درصد بوده و ارمنستان و بلاروس با تعرفه صفر با توجه به عضویت در CIS به روسیه صادر می‌کند. در افغانستان تعرفه برای ایران و پاکستان مشابه و ۲۰ درصد بوده است. در عراق آمار مستدل در Trade Map نبوده اما براساس گزارش «اتاق مشترک بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی ایران و عراق» نرخ تعرفه «سبزیجات، نباتات، ریشه و غده‌های زیرخاکی خوراکی» از ابتدای سال ۲۰۱۸ معادل ۱۰ درصد بوده اما قبل از این سال این رقم معادل ۲۴,۹ درصد بوده است. در اقلیم کردستان در پی ممنوعیت‌های پی در پی واردات برخی محصولات از جمله گوجه‌فرنگی، برای هر کیلو گوجه‌فرنگی تعرفه ی ۶۰۰ دینار تا تاریخ ۱۰,۱۰,۲۰۲۰ (۱۹ مهر ۱۳۹۹) اعمال شده است.

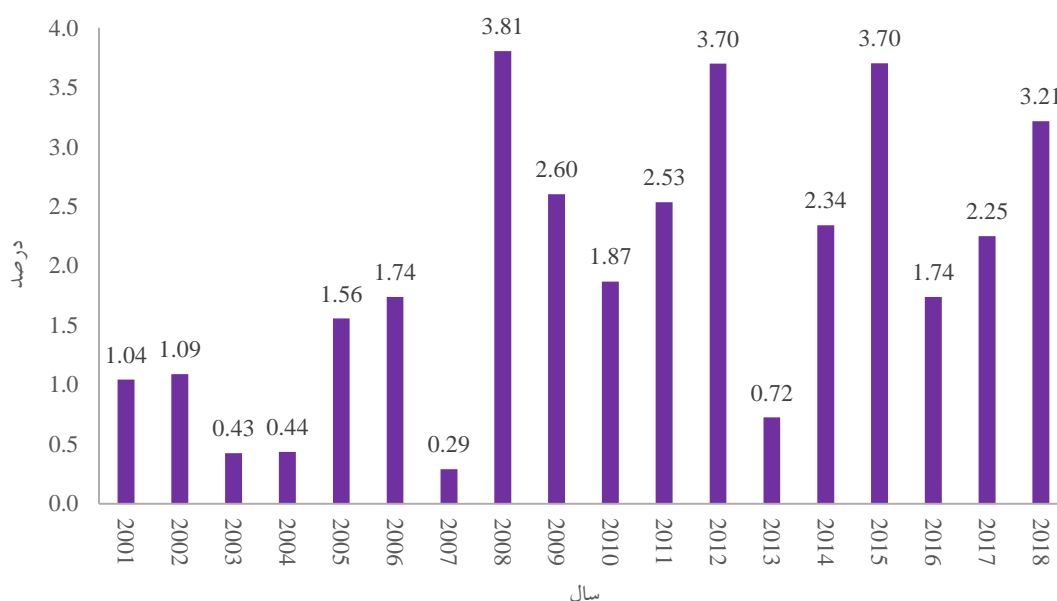


شکل ۸-۹- تعرفه کشورهای هدف در صادرات گوجه‌فرنگی ایران (منبع: ITC, 2020)

۹- سیب زمینی

۹-۱- بررسی سهم سیب زمینی در سبد صادراتی ایران

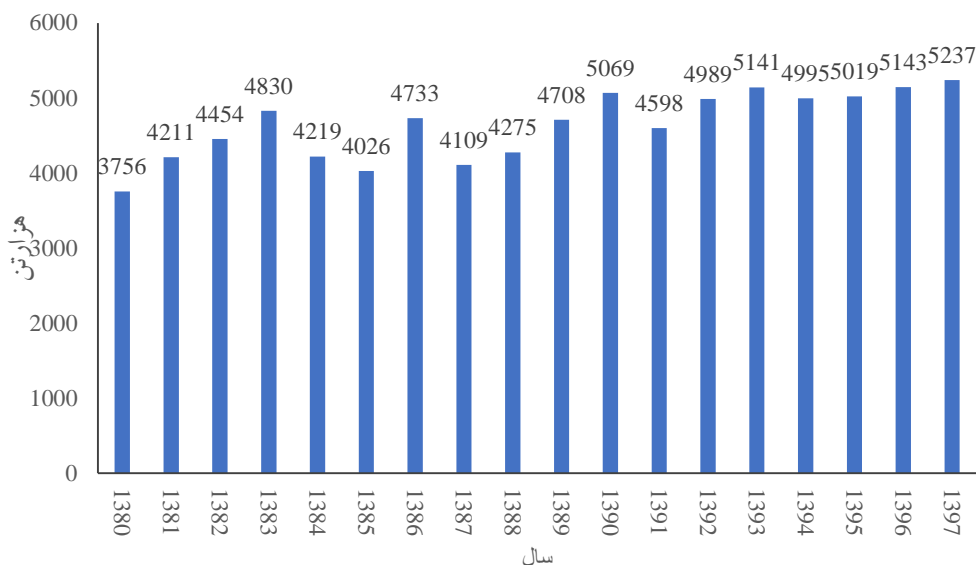
در ابتدای بحث لازم است سهم سبد صادراتی سیب زمینی از سبد صادراتی بخش کشاورزی ایران مشخص شود. سهم این کد تعرفه از سبد صادراتی بخش کشاورزی، همواره در حال نوسان بوده و در کمترین مقدار به ۰/۲۹ درصد ر سال ۲۰۰۷ و در بیشترین مقدار معادل ۳/۸۱ در سال ۲۰۰۸ بوده که همین دو سال پیاپی که حداقل و حداکثر سهم را در خود جای داده‌اند، خود گواه نوسان قابل توجه سهم صادرات سیب زمینی ایران از سبد ارزش صادرات کل بخش کشاورزی است. در سال ۲۰۱۸ این سهم معادل ۳/۲۱ درصد بوده است. ممنوعیت‌های متعدد صادراتی در مورد سیب زمینی یکی از دلایل این نوسان بوده است.



نمودار ۹-۱- روند سهم ارزش صادرات سیب زمینی از سبد محصولات کشاورزی ایران
(منبع: ITC, 2020 و یافته‌های پژوهش)

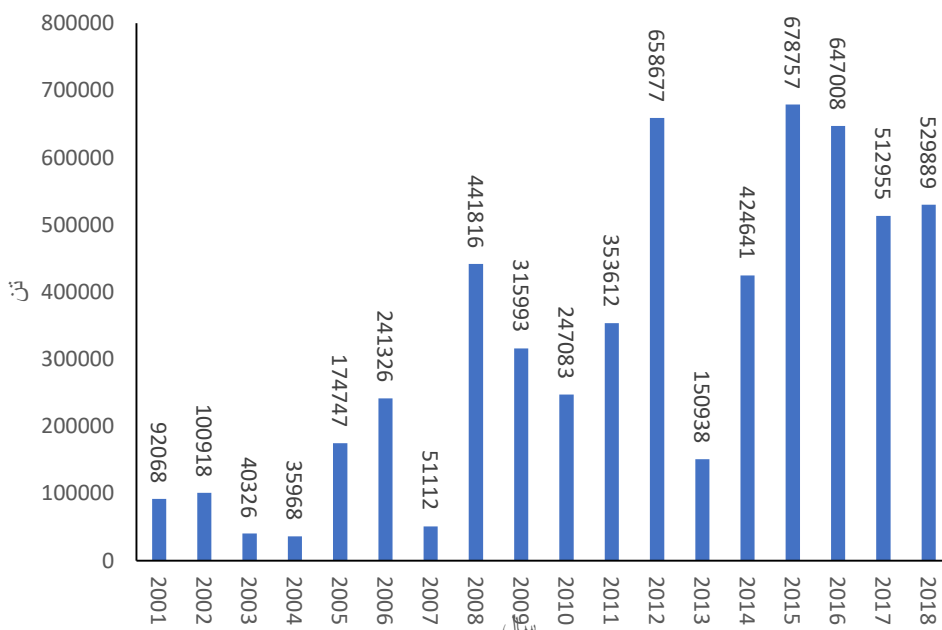
۹-۲- بررسی روند مقدار تولید سیب زمینی

بررسی روند میزان تولید سیب زمینی در ایران در طی سال‌های ۱۳۸۰ تا ۱۳۹۷ نشان می‌دهد که این روند همراه با نوسان‌هایی نیز بوده است. بطور کلی در سال ۱۳۹۷ میزان تولید سیب زمینی معادل ۵۲۳۷ هزار تن گزارش شده که نسبت به سال ۱۳۸۰، حدود ۳۹/۴ درصد رشد داشته است.



نمودار ۹-۲- روند مقدار تولید سیب زمینی ایران (وزارت جهاد کشاورزی، ۱۳۹۸)

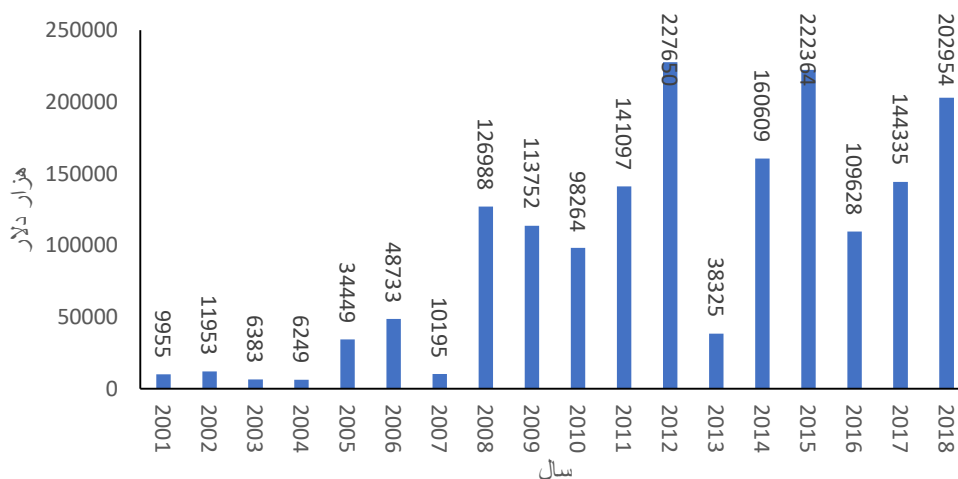
همانگونه که در خصوص سهم از سبد صادراتی بخش کشاورزی بیان شد، در این قسمت هم قابل ملاحظه است که علیرغم ثبات نسبی و روندی صعودی در تولید سیب زمینی، میزان صادرات این محصول با نوسانات متعددی روبرو بوده و در سال‌های اخیر نیز با روندی نزولی مواجه بوده است. یکی از دلایل مهم نوسان قابل ملاحظه مقدار صادراتی سیب زمینی، وضع ممنوعیت‌های متعدد صادراتی ر سال‌های گذشته است. بیشترین میزان صادرات در سال ۲۰۱۵ تحقق یافته و کمترین میزان نیز در سال ۲۰۰۴ تجربه شده است.



نمودار ۹-۳- روند مقدار صادرات سیب زمینی ایران (منبع: ITC, 2020)

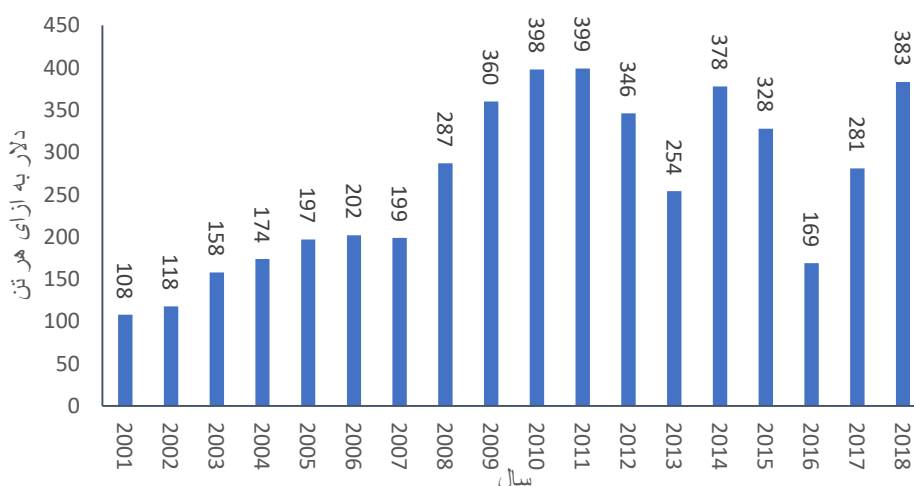
۳-۹- بررسی روند قیمت و ارزش صادرات سیب زمینی

با توجه به نوسانات مقادیر صادراتی، ارزش صادرات سیب زمینی نیز دچار نوسانات متعددی بوده است. البته در ادامه بیان خواهد شد که بخشی از این نوسان ارزش صادراتی، ناشی از نوسان قیمت‌های صادراتی نیز می‌باشد. مشخص است که ارزش صادرات سیب زمینی از سال ۲۰۱۶ تا ۲۰۱۸ روندی صعودی مشخصی را طی کرده که بیانگر قیمت‌های مناسب‌تر در این دوره می‌باشد.



نمودار ۹-۴- روند ارزش صادرات سیب زمینی ایران (منبع: ITC, 2020)

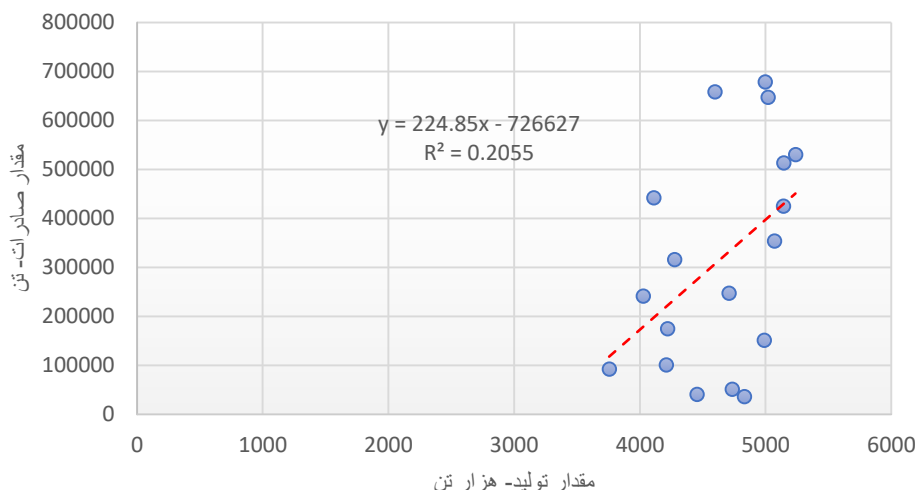
در خصوص قیمت صادراتی تا سال ۲۰۱۱ روند این قیمت‌ها بطور مشخصی صعودی بوده است اما پس از این سال روند قیمت‌های صادراتی چار نوسان متعددی شده است. همانگونه که در نمودار قبل بیان شد، با افزایش قیمت‌های صادراتی در سال‌های ۲۰۱۶ تا ۲۰۱۸، ارزش‌های صادراتی نیز در نمودار قبل روندی صعودی یافته بود.



نمودار ۹-۵- روند قیمت صادرات سیب زمینی ایران (منبع: ITC, 2020)

۴-۹- ارتباط بین مقدار صادرات و مقدار تولید

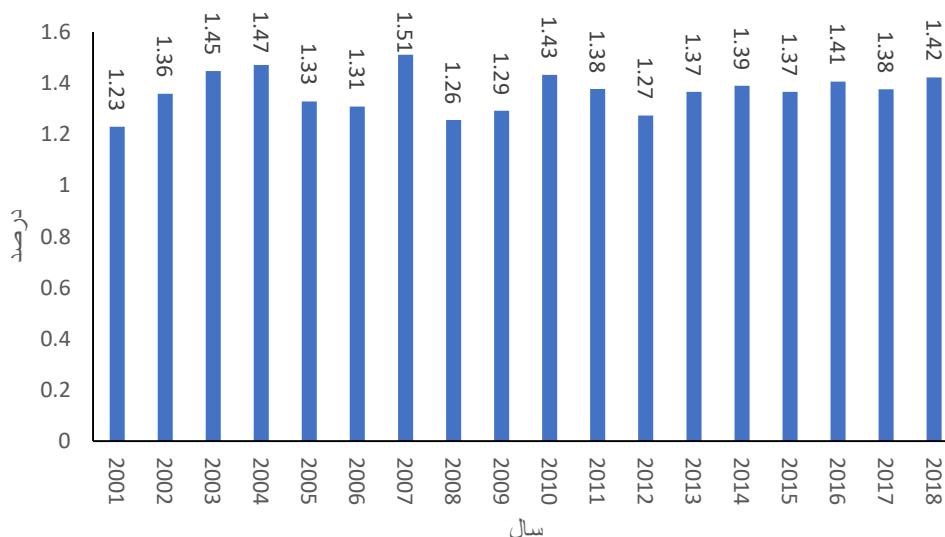
در نمودار ۹-۶ مشخص است که هرچند ارتباط مثبت بین تولید و صادرات سیب زمینی ایرانی وجود داشته اما این دو از همبستگی بالایی برخوردار نیستند. لذا نمی‌توان انتظار داشت که در ایران با توسعه تولید سیب زمینی، صادرات این محصول نیز بطور چشمگیری رونق یابد.



نمودار ۹-۶- ارتباط مقادیر تولید و صادرات سیب زمینی ایران

۹-۵- مقایسه سهم تولید و سهم صادرات سیب زمینی ایران از جهان

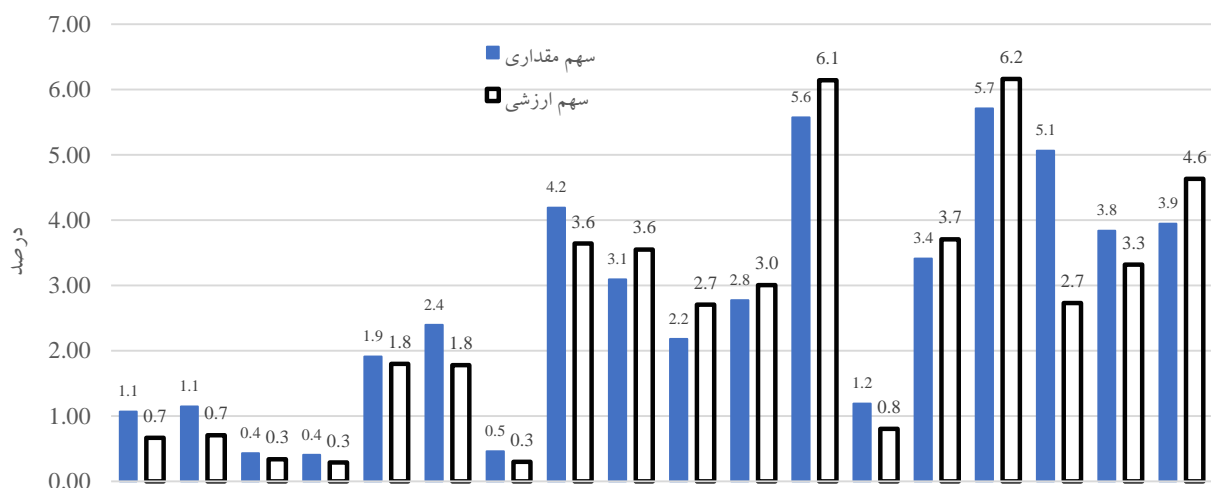
مطابق نمودار ۹-۷ مشخص است که سهم ایران از تولید سیب زمینی در جهان با وجود افزایش تولید در دوره ۲۰۰۱ تا ۲۰۱۸ بین ۱/۲۳ تا ۱/۵۱ درصد در نوسان بوده است. سهم ایران از تولید جهانی بطور کلی نوسانی بوده اما روند کلی صعودی داشته است و از ۱/۲۳ درصد در سال ۲۰۰۱ به ۱/۴۲ درصد در سال ۲۰۱۸ افزایش یافت.



نمودار ۹-۷- روند سهم تولید سیب زمینی ایران در جهان (وزارت جهاد کشاورزی، ۱۳۹۸ و FAO, 2020)

بررسی روند سهم مقداری و ارزشی صادرات سیب زمینی ایران در بازارهای جهانی در نمودار ۹-۸ نشان می‌دهد که هر دو سهم روند کلی صعودی داشته و سهم مقدار صادرات ایران از حدود ۱/۱ در سال ۲۰۰۱ به ۳/۹ درصد در سال ۲۰۱۸ و سهم ارزش

صادراتی نیز از مقدار حدود ۰/۷ درصد در سال ۲۰۰۱ به ۴/۶ درصد در سال ۲۰۱۸ رسیده است. همچنین سهم ارزشی بالاتر از سهم مقداری در تمام سال‌ها بوده است.



نمودار ۹-۸- روند سهم مقداری و ارزشی صادرات سیب زمینی ایران در جهان (منبع: ITC, 2020 و یافته‌های پژوهش)

۹-۶- بررسی وضعیت صادرکنندگان بزرگ سیب زمینی و جایگاه ایران

بررسی مقادیر صادرات سیب زمینی برای ۱۰ کشور بزرگ صادرکننده نشان می‌دهد که در سال‌های اخیر فرانسه، آلمان و بلژیک جایگاه اول تا سوم و ایران در جایگاه هفتم قرار دارند. در سال‌های اخیر مشخص است که ایران بیش از آمریکا، کانادا و چین صادرات داشته است. هرچند که تا قبل از سال ۲۰۱۴ مقادیر صادرات ایران از آمریکا کمتر بوده و تا قبل از سال ۲۰۱۵، مقادیر صادرات کانادا نیز از ایران بیشتر گزارش شده است. نتایج ضریب نوسان نیز نشان می‌دهد نوسان مقادیر صادراتی ایران در کنار پاکستان، بسیار قابل توجه‌تر از سایر صادرکنندگان برتر در بازارهای جهانی است که بیانگر مقادیر ریسک مقادیر صادراتی صادرکنندگان ایرانی در بازارهای جهانی است.

جدول ۹-۱- مقدار صادراتی ۱۰ کشور اصلی صادرکننده سیب زمینی - هزار تن

سال	جهان	فرانسه	آلمان	بلژیک	هلند	مصر	پاکستان	ایران	آمریکا	کانادا	چین
۲۰۰۱	۷۵۸۲,۸	۱۰۳۱,۵	۱۵۴۲,۱	۹۳۷,۹	۱۱۳۲,۷	۱۸۵,۲	***	۹۲,۱	۴۰۱,۹	۳۲۰,۷	۸۲,۲
۲۰۰۲	۷۴۷۴,۵	۹۵۹,۴	۱۳۹۵,۴	۸۲۵,۷	۱۱۵۴,۹	۲۲۸,۸	***	۱۰۰,۸	۵۳۵,۰	۳۵۲,۴	۱۲۳,۶
۲۰۰۳	۸۱۱۲,۹	۱۳۶۹,۸	۱۲۹۴,۳	۹۱۷,۴	۱۲۲۸,۸	۲۹۶,۱	۷۴,۱	۴۰,۳	۳۵۶,۲	۳۲۳,۳	۱۵۶,۴
۲۰۰۴	۷۵۴۰,۵	۱۳۳۲,۳	۱۲۸۱,۶	۹۱۱,۴	۱۰۷۸,۵	۳۸۰,۴	۵۶,۰	۳۶,۰	۲۲۷,۷	۳۱۲,۲	۱۷۷,۴
۲۰۰۵	۸۱۰۵,۵	۱۴۰۴,۷	۱۳۵۰,۵	۸۹۳,۵	۹۸۸,۱	۳۹۰,۳	۱۴,۰	۱۷۴,۲	۳۵۰,۶	۳۳۰,۷	۲۳۸,۸
۲۰۰۶	۸۸۱۴,۴	۱۷۳۵,۸	۱۵۱۳,۲	۷۶۳,۵	۹۲۴,۲	۳۶۵,۸	۲۳,۲	۲۴۰,۱	۲۷۳,۵	۳۱۴,۱	۳۴۸,۶
۲۰۰۷	۹۷۹۹,۳	۱۸۰۸,۶	۱۴۹۹,۲	۷۱۴,۲	۸۸۸,۳	۳۸۲,۳	۱۸۸,۹	۵۱,۱	۲۸۴,۰	۴۹۶,۹	۳۵۹,۳
۲۰۰۸	۹۰۷۴,۰	۱۸۱۳,۳	۱۴۸۸,۷	۶۶۰,۸	۸۲۹,۸	۹۳,۷	۱۳۹,۹	۴۴۱,۸	۲۷۹,۵	۴۳۰,۵	۳۴۱,۶
۲۰۰۹	۸۸۰۰,۲	۱۹۱۳,۵	۱۶۹۴,۴	۷۰۰,۱	۴۹۹,۸	۸۲,۰	۳۴۷,۱	۳۱۶,۰	۳۰۹,۸	۳۸۲,۹	۳۸۲,۴
۲۰۱۰	۹۷۸۷,۸	۲۱۵۹,۱	۱۶۱۱,۹	۷۲۶,۰	۱۰۶۷,۱	۲۷۲,۷	۲۱۵,۴	۲۴۷,۱	۳۶۸,۹	۳۹۹,۲	۲۵۸,۳
۲۰۱۱	۱۰۶۴۳,۲	۱۸۵۹,۴	۱۵۲۵,۶	۸۳۲,۲	۱۱۹۱,۵	۳۵۶,۷	۴۴۳,۰	۳۵۳,۶	۴۳۰,۹	۵۱۸,۰	۳۷۲,۹
۲۰۱۲	۱۰۱۷۲,۵	۱۸۵۸,۹	۱۸۹۰,۲	۸۷۰,۸	۹۷۴,۱	۲۴۵,۵	۳۰۰,۰	۶۵۸,۷	۴۲۹,۹	۳۱۶,۷	۳۵۷,۰
۲۰۱۳	۱۰۸۸۸,۰	۱۷۸۶,۶	۲۱۳۳,۳	۹۰۶,۷	۱۱۰۷,۷	۳۵۱,۸	۴۸۷,۷	۱۵۰,۹	۴۶۲,۶	۳۸۱,۰	۲۹۸,۴
۲۰۱۴	۱۰۵۹۶,۸	۱۷۷۵,۸	۱۵۶۵,۵	۹۸۳,۶	۱۰۵۰,۴	۵۶۴,۹	۱۵۳,۷	۴۲۴,۶	۴۰۶,۲	۴۳۴,۳	۵۴۰,۱
۲۰۱۵	۱۰۹۷۶,۷	۱۸۳۱,۵	۱۶۱۸,۸	۸۰۹,۷	۸۹۱,۰	۵۶۹,۱	۴۶۴,۷	۶۷۸,۸	۳۹۴,۵	۳۸۲,۲	۴۰۰,۱
۲۰۱۶	۱۱۱۸۸,۹	۱۷۱۳,۷	۱۷۴۵,۹	۹۱۵,۰	۹۹۹,۷	۴۰۱,۰	۳۹۷,۱	۶۴۷,۰	۴۷۳,۹	۴۶۲,۰	۴۱۰,۳
۲۰۱۷	۱۱۴۰۱,۰	۱۸۵۴,۹	۱۸۹۶,۰	۹۰۱,۵	۸۳۸,۶	۷۸۰,۷	۴۱۴,۷	۵۱۲,۹	۴۹۶,۱	۴۵۷,۴	۵۰۹,۹
۲۰۱۸	۱۱۶۱۳,۲	۲۱۲۳,۵	۱۸۳۲,۱	۹۱۶,۴	۸۶۷,۴	۶۹۵,۴	۶۸۸,۰	۵۲۹,۸	۴۶۲,۶	۴۴۹,۵	۴۴۷,۵
میانگین	۹۵۹۱,۷۷	۱۶۸۵,۱۲	۱۶۰۴,۳۸	۸۴۳,۶۸	۹۸۴,۰۳	۳۶۹,۰۳	۲۷۵,۴۷	۳۱۶,۴۳	۳۸۵,۷۷	۳۹۲,۴۴	۳۲۲,۴۹
ضریب نوسان	۰,۱۵	۰,۲۰	۰,۱۴	۰,۱۱	۰,۱۸	۰,۵۱	۰,۷۲	۰,۷۱	۰,۲۲	۰,۱۷	۰,۴۰

منبع: ITC, 2020 و یافته پژوهش

روند مقادیر سهم مقادیر صادراتی در کشورهای اصلی صادرکننده نشان داد که به لحاظ سهم مقادیر صادراتی نیز ایران در جایگاه هفتم قرار داشته است. براساس ضریب نوسان محاسباتی نیز مشخص است که همچنان بیشترین ریسک سهم مقادیر صادراتی از بین ۱۰ کشور اول صادراتی مربوط به پاکستان و ایران بوده است. کمترین ریسک سهم صادرات مربوط به آلمان و پس از آن کانادا و فرانسه بوده است.

جدول ۹-۲- سهم مقدار صادراتی ۱۰ کشور اصلی صادرکننده سیب زمینی-درصد

سال	فرانسه	آلمان	بلژیک	هلند	مصر	پاکستان	ایران	آمریکا	کانادا	چین
۲۰۰۱	۱۳,۶۰	۲۰,۳۴	۱۲,۳۷	۱۴,۹۴	۲,۴۴	***	۱,۲۱	۵,۳۰	۴,۲۳	۱,۰۸
۲۰۰۲	۱۲,۸۴	۱۸,۶۷	۱۱,۰۵	۱۵,۴۵	۳,۰۶	***	۱,۳۵	۷,۱۶	۴,۷۱	۱,۶۵
۲۰۰۳	۱۶,۸۸	۱۵,۹۵	۱۱,۳۱	۱۵,۱۵	۳,۶۵	۰,۹۱	۰,۵۰	۴,۳۹	۳,۹۸	۱,۹۳
۲۰۰۴	۱۷,۶۷	۱۷,۰۰	۱۲,۰۹	۱۴,۳۰	۵,۰۵	۰,۷۴	۰,۴۸	۳,۰۲	۴,۱۴	۲,۳۵
۲۰۰۵	۱۷,۳۳	۱۶,۶۶	۱۱,۰۲	۱۲,۱۹	۴,۸۲	۰,۱۷	۲,۱۵	۴,۳۳	۴,۰۸	۲,۹۵
۲۰۰۶	۱۹,۶۹	۱۷,۱۷	۸,۶۶	۱۰,۴۹	۴,۱۵	۰,۲۶	۲,۷۲	۳,۱۰	۳,۵۶	۳,۹۶
۲۰۰۷	۱۸,۴۶	۱۵,۳۰	۷,۲۹	۹,۰۷	۳,۹۰	۱,۹۳	۰,۵۲	۲,۹۰	۵,۰۷	۳,۶۷
۲۰۰۸	۱۹,۹۸	۱۶,۴۱	۷,۲۸	۹,۱۴	۱,۰۳	۱,۵۴	۴,۸۷	۳,۰۸	۴,۷۴	۳,۷۶
۲۰۰۹	۲۱,۵۵	۱۹,۰۸	۷,۸۸	۵,۶۳	۰,۹۲	۳,۹۱	۳,۵۶	۳,۴۹	۴,۳۱	۴,۳۱
۲۰۱۰	۲۲,۰۶	۱۶,۴۷	۷,۴۲	۱۰,۹۰	۲,۷۹	۲,۲۰	۲,۵۲	۳,۷۷	۴,۰۸	۲,۶۴
۲۰۱۱	۱۷,۴۷	۱۴,۳۳	۷,۸۲	۱۱,۲۰	۳,۳۵	۴,۱۶	۳,۳۲	۴,۰۵	۴,۸۷	۳,۵۰
۲۰۱۲	۱۸,۲۷	۱۸,۵۸	۸,۵۶	۹,۵۸	۲,۴۱	۲,۹۵	۶,۴۸	۴,۲۳	۳,۱۱	۳,۵۱
۲۰۱۳	۱۶,۴۱	۱۹,۵۹	۸,۳۳	۱۰,۱۷	۳,۲۳	۴,۴۸	۱,۳۹	۴,۲۵	۳,۵۰	۲,۷۴
۲۰۱۴	۱۶,۷۶	۱۴,۷۷	۹,۲۸	۹,۹۱	۵,۳۳	۱,۴۵	۴,۰۱	۳,۸۳	۴,۱۰	۵,۱۰
۲۰۱۵	۱۶,۶۹	۱۴,۷۵	۷,۳۸	۸,۱۲	۵,۱۸	۴,۲۳	۶,۱۸	۳,۵۹	۳,۴۸	۳,۶۴
۲۰۱۶	۱۵,۳۲	۱۵,۶۰	۸,۱۸	۸,۹۳	۳,۵۸	۳,۵۵	۵,۷۸	۴,۲۴	۴,۱۳	۳,۶۷
۲۰۱۷	۱۶,۲۷	۱۶,۶۳	۷,۹۱	۷,۳۶	۶,۸۵	۳,۶۴	۴,۵۰	۴,۳۵	۴,۰۱	۴,۴۷
۲۰۱۸	۱۸,۲۹	۱۵,۷۸	۷,۸۹	۷,۴۷	۵,۹۹	۵,۹۲	۴,۵۶	۳,۹۸	۳,۸۷	۳,۸۵
میانگین	۱۷,۵۳	۱۶,۸۴	۸,۹۸	۱۰,۵۵	۳,۷۶	۲,۶۳	۳,۱۲	۴,۰۶	۴,۱۱	۳,۲۷
ضریب نوسان	۰,۱۴	۰,۱۰	۰,۱۹	۰,۲۷	۰,۴۲	۰,۶۵	۰,۶۴	۰,۲۴	۰,۱۲	۰,۳۲

منبع: ITC, 2020 و یافته پژوهش

ارزش صادراتی ۱۰ کشور اول صادرکننده نیز بیانگر آن است که ایران به لحاظ ارزش صادراتی در جایگاه هفتم بوده و ریسک ارزش صادراتی ایران براساس ضریب نوسان، بیشتر از ریسک مقادیر صادراتی بوده است و این نوسان از میانگین جهانی نیز بسیار بیشتر بوده است. همچنین طی دوره مورد بررسی، ایران بیشترین ریسک ارزش صادراتی را نسبت به رقبا داشته است.

جدول ۹-۳- ارزش صادراتی ۱۰ کشور اصلی صادرکننده سیب زمینی - میلیون دلار

سال	جهان	فرانسه	آلمان	چین	هلند	آمریکا	کانادا	ایران	مصر	بلژیک	پاکستان
۲۰۰۱	۱۴۹۲	۱۸۶,۶	۱۱۲,۰	۹,۶	۱۳۶,۸	۸۳,۷	۵۶,۷	۱۰,۰	۲۹,۵	۹۲,۲	***
۲۰۰۲	۱۶۹۲	۲۱۴,۴	۱۲۴,۴	۱۳,۷	۱۴۶,۵	۱۱۷,۹	۸۳,۷	۱۱,۹	۴۲,۴	۸۴,۹	***
۲۰۰۳	۱۸۸۴	۳۱۵,۳	۱۲۶,۶	۲۱,۴	۱۷۶,۰	۸۳,۴	۷۶,۸	۶,۴	۴۳,۹	۱۰۲,۴	۷,۲
۲۰۰۴	۲۱۶۸	۳۸۹,۳	۱۵۹,۷	۲۹,۲	۱۹۳,۹	۶۶,۶	۶۸,۲	۶,۲	۶۶,۹	۱۳۱,۵	۵,۷
۲۰۰۵	۱۹۱۴	۲۸۳,۰	۱۴۹,۰	۴۴,۸	۱۴۸,۵	۱۰۲,۶	۸۸,۶	۳۴,۳	۷۷,۱	۱۰۵,۹	۲,۲
۲۰۰۶	۲۷۳۵	۴۴۰,۱	۲۱۲,۶	۶۴,۵	۲۲۸,۱	۱۲۹,۴	۱۰۸,۶	۴۸,۵	۶۴,۹	۱۵۱,۰	۴,۵
۲۰۰۷	۳۴۰۱	۵۷۱,۷	۲۶۶,۵	۷۹,۰	۲۶۶,۷	۱۲۸,۱	۱۳۲,۸	۱۰,۲	۱۰۵,۷	۱۵۵,۶	۳۴,۰
۲۰۰۸	۳۴۸۷	۴۶۹,۷	۲۵۷,۰	۸۱,۲	۲۱۳,۸	۱۵۵,۴	۱۸۰,۸	۱۲۷,۰	۳۸,۶	۱۲۸,۴	۲۰,۲
۲۰۰۹	۳۲۰۲	۴۰۹,۵	۲۴۸,۲	۱۱۱,۸	۲۲۳,۱	۱۳۷,۲	۱۳۸,۴	۱۱۳,۸	۵۵,۴	۱۲۸,۹	۴۶,۷
۲۰۱۰	۳۶۳۱	۵۴۰,۰	۲۸۵,۳	۱۰۳,۲	۳۰۸,۵	۱۵۵,۷	۱۳۷,۴	۹۸,۳	۱۱۸,۸	۱۳۲,۱	۴۷,۹
۲۰۱۱	۴۶۹۰	۶۱۲,۲	۳۴۸,۳	۱۶۹,۸	۴۶۳,۵	۲۱۲,۲	۱۹۲,۴	۱۴۱,۱	۱۱۷,۳	۱۵۶,۶	۱۰۲,۱
۲۰۱۲	۳۷۰۴	۴۴۶,۷	۲۹۵,۲	۱۳۱,۲	۲۶۳,۳	۱۹۶,۳	۱۲۳,۷	۲۲۷,۷	۱۱۵,۵	۱۴۴,۰	۸۳,۵
۲۰۱۳	۴۷۶۷	۶۸۷,۸	۴۹۵,۴	۱۲۶,۶	۴۶۱,۶	۲۰۹,۵	۱۴۶,۵	۳۸,۳	۱۶۹,۰	۲۲۷,۱	۱۳۰,۳
۲۰۱۴	۴۳۳۵	۴۴۵,۶	۲۸۸,۸	۲۷۱,۰	۲۵۱,۶	۱۹۲,۳	۱۶۴,۱	۱۶۰,۶	۲۷۰,۰	۱۷۰,۹	۵۱,۲
۲۰۱۵	۳۶۰۹	۳۹۵,۰	۲۳۵,۵	۲۲۷,۴	۲۲۵,۱	۱۷۵,۷	۱۵۱,۴	۲۲۲,۴	۲۱۸,۱	۱۳۴,۹	۱۲۲,۵
۲۰۱۶	۴۰۱۳	۵۳۱,۸	۳۰۹,۴	۲۲۶,۳	۲۹۲,۹	۱۹۷,۲	۱۹۸,۹	۱۰۹,۶	۱۴۴,۲	۱۷۹,۹	۷۸,۲
۲۰۱۷	۴۳۴۸	۵۰۹,۲	۳۳۹,۱	۲۸۰,۰	۲۶۷,۰	۲۱۳,۳	۲۰۹,۶	۱۴۴,۳	۲۶۳,۱	۱۷۷,۴	۸۱,۰
۲۰۱۸	۴۳۷۹	۵۴۰,۵	۳۳۶,۴	۲۵۹,۷	۲۴۸,۴	۲۲۶,۵	۲۲۲,۵	۲۰۲,۹	۱۹۷,۳	۱۶۱,۹	۱۲۱,۳
میانگین	۲۵۴۴,۲۸	۴۴۳,۸۰	۲۵۴,۹۶	۱۲۵,۰۲	۲۵۰,۸۵	۱۵۴,۶۱	۱۳۷,۸۳	۹۵,۱۹	۱۱۸,۷۷	۱۴۲,۵۴	۵۸,۶۵
ضریب نوسان	۰,۳۳	۰,۳۰	۰,۳۸	۰,۷۴	۰,۳۶	۰,۳۳	۰,۳۷	۰,۸۱	۰,۶۵	۰,۲۵	۰,۷۷

منبع: ITC, 2020 و یافته پژوهش

به لحاظ سهم ارزش صادراتی نیز ایران بویژه در سال‌های پایانی حائز رتبه هفتم بوده است. براساس محاسبه ضریب نوسان نیز نوسان سهم صادراتی ایران در وضعیت مناسبی قرار نداشته و این نوسان از نوسان تمام کشورهای اصلی صادرکننده بیشتر بوده است که می‌تواند بیانگر ریسک صادراتی بیشتر صادرکننده ایرانی باشد.

جدول ۹-۴- سهم ارزشی صادراتی ۱۰ کشور اصلی صادرکننده سیب زمینی-درصد

صادرکننده	فرانسه	آلمان	چین	هلند	آمریکا	کانادا	ایران	مصر	بلژیک	پاکستان
۲۰۰۱	۱۲,۵۱	۷,۵۱	۰,۶۴	۹,۱۷	۵,۶۱	۳,۸۰	۰,۶۷	۱,۹۸	۶,۱۸	***
۲۰۰۲	۱۲,۶۷	۷,۳۵	۰,۸۱	۸,۶۶	۶,۹۷	۴,۹۵	۰,۷۰	۲,۵۱	۵,۰۲	***
۲۰۰۳	۱۶,۷۴	۶,۷۲	۱,۱۴	۹,۳۴	۴,۴۳	۴,۰۸	۰,۳۴	۲,۳۳	۵,۴۴	۰,۳۸
۲۰۰۴	۱۷,۹۶	۷,۳۷	۱,۳۵	۸,۹۴	۳,۰۷	۳,۱۵	۰,۲۹	۳,۰۹	۶,۰۷	۰,۲۶
۲۰۰۵	۱۴,۷۹	۷,۷۸	۲,۳۴	۷,۷۶	۵,۳۶	۴,۶۳	۱,۷۹	۴,۰۳	۵,۵۳	۰,۱۱
۲۰۰۶	۱۶,۰۹	۷,۷۷	۲,۳۶	۸,۳۴	۴,۷۳	۳,۹۷	۱,۷۷	۲,۳۷	۵,۵۲	۰,۱۶
۲۰۰۷	۱۶,۸۱	۷,۸۴	۲,۳۲	۷,۸۴	۳,۷۷	۳,۹۰	۰,۳۰	۳,۱۱	۴,۵۸	۱,۰۰
۲۰۰۸	۱۳,۴۷	۷,۳۷	۲,۳۳	۶,۱۳	۴,۴۶	۵,۱۸	۳,۶۴	۱,۱۱	۳,۶۸	۰,۵۸
۲۰۰۹	۱۲,۷۹	۷,۷۵	۳,۴۹	۶,۹۷	۴,۲۸	۴,۳۲	۳,۵۵	۱,۷۳	۴,۰۳	۱,۴۶
۲۰۱۰	۱۴,۸۷	۷,۸۶	۲,۸۴	۸,۵۰	۴,۲۹	۳,۷۸	۲,۷۱	۳,۲۷	۳,۶۴	۱,۳۲
۲۰۱۱	۱۳,۰۵	۷,۴۳	۳,۶۲	۹,۸۸	۴,۵۲	۴,۱۰	۳,۰۱	۲,۵۰	۳,۳۴	۲,۱۸
۲۰۱۲	۱۲,۰۶	۷,۹۷	۳,۵۴	۷,۱۱	۵,۳۰	۳,۳۴	۶,۱۵	۳,۱۲	۳,۸۹	۲,۲۵
۲۰۱۳	۱۴,۴۳	۱۰,۳۹	۲,۶۶	۹,۶۸	۴,۳۹	۳,۰۷	۰,۸۰	۳,۵۵	۴,۷۶	۲,۷۳
۲۰۱۴	۱۰,۲۸	۶,۶۶	۶,۲۵	۵,۸۰	۴,۴۴	۳,۷۹	۳,۷۰	۶,۲۳	۳,۹۴	۱,۱۸
۲۰۱۵	۱۰,۹۴	۶,۵۳	۶,۳۰	۶,۲۴	۴,۸۷	۴,۲۰	۶,۱۶	۶,۰۴	۳,۷۴	۳,۳۹
۲۰۱۶	۱۳,۲۵	۷,۷۱	۵,۶۴	۷,۳۰	۴,۹۱	۴,۹۶	۲,۷۳	۳,۵۹	۴,۴۸	۱,۹۵
۲۰۱۷	۱۱,۷۱	۷,۸۰	۶,۴۴	۶,۱۴	۴,۹۱	۴,۸۲	۳,۳۲	۶,۰۵	۴,۰۸	۱,۸۶
۲۰۱۸	۱۲,۳۴	۷,۶۸	۵,۹۳	۵,۶۷	۵,۱۷	۵,۰۸	۴,۶۳	۴,۵۱	۳,۷۰	۲,۷۷
میانگین	۱۳,۷۱	۷,۶۴	۳,۳۳	۷,۷۵	۴,۷۵	۴,۱۷	۲,۵۷	۳,۳۹	۴,۵۳	۱,۴۸
ضریب نوسان	۰,۱۶	۰,۱۱	۰,۵۹	۰,۱۸	۰,۱۷	۰,۱۶	۰,۷۴	۰,۴۴	۰,۲۰	۰,۷۰

منبع: ITC, 2020 و یافته پژوهش

مشخص است که رتبه ایران در بازارهای جهانی در خصوص مقادیر صادراتی بین رتبه ۲۴ تا ۵ بوده است. رتبه ارزش صادراتی نیز به همین صورت بین رتبه ۲۹ تا ۴ بوده است. مشخص است که به لحاظ مقادیر صادراتی ایران از رتبه ۱۲ در سال ۲۰۰۱ به رتبه ۷ در سال ۲۰۱۸ رسیده و به لحاظ ارزش صادراتی نیز از جایگاه ۱۷ به جایگاه ۷ دست یافت. اما همانگونه که مشخص است، نوسان جایگاه صادراتی ایران در بازار سیب زمینی جهانی قابل توجه بوده است.

جدول ۹-۵- رتبه ایران در بازارهای جهانی سیب زمینی

سال	مقدار صادرات	ارزش صادراتی
۲۰۰۱	۱۲	۱۷
۲۰۰۲	۱۴	۱۹
۲۰۰۳	۲۱	۲۹

۲۷	۲۱	۲۰۰۴
۱۳	۱۲	۲۰۰۵
۱۴	۱۱	۲۰۰۶
۲۹	۲۴	۲۰۰۷
۸	۵	۲۰۰۸
۷	۹	۲۰۰۹
۱۱	۱۰	۲۰۱۰
۸	۱۰	۲۰۱۱
۴	۵	۲۰۱۲
۱۸	۱۶	۲۰۱۳
۹	۸	۲۰۱۴
۵	۵	۲۰۱۵
۱۰	۵	۲۰۱۶
۹	۶	۲۰۱۷
۷	۷	۲۰۱۸

منبع: ITC, 2020 و یافته پژوهش

۹-۷- معرفی واردکنندگان بزرگ سیب زمینی در جهان

کشورهای اصلی وارد کننده بصورت جدول زیر بوده که از بین این کشورها، بلژیک، هلند، آلمان و فرانسه هم جزو بزرگترین کشورهای صادرکننده و هم در گروه کشورهای اصلی وارد کننده بوده‌اند. این نتیجه به معنی آن است که در این کشورها علاوه بر اینکه پتانسیل صادرات مجدد وجود داشته، در زمان افزایش تقاضای داخلی یا کمبود تولید، نیازی به ممنوعیت صادراتی سیب زمینی نخواهد بود و واردات همزمان با صادرات علاوه بر تأمین نیازهای داخلی، دوام بازارهای صادراتی را تضمین خواهد نمود.

جدول ۹-۶- سهم مقداری ۱۰ کشور واردکننده اصلی در بازارهای جهانی (درصد)

سال	بلژیک	هلند	اسپانیا	ایتالیا	آلمان	روسیه	عراق	آمریکا	پرتغال	فرانسه
۲۰۰۱	۱۲,۴۰	۱۸,۷۶	۷,۸۶	۶,۰۲	۶,۹۳	۰,۸۹	۰,۲۱	۲,۷۲	۳,۶۰	۴,۷۰
۲۰۰۲	۱۱,۵۵	۲۰,۸۰	۶,۶۲	۶,۱۹	۶,۷۵	۲,۱۶	۰,۱۸	۴,۴۰	۲,۷۷	۳,۶۷
۲۰۰۳	۱۰,۸۰	۱۹,۹۳	۷,۸۱	۶,۶۸	۶,۰۰	۵,۴۵	۰,۹۶	۳,۲۸	۲,۵۶	۲,۸۲
۲۰۰۴	۱۱,۷۲	۱۸,۵۷	۸,۸۴	۶,۹۹	۵,۹۶	۱,۷۹	۱,۵۱	۲,۶۲	۳,۰۱	۴,۰۳
۲۰۰۵	۱۲,۰۵	۱۷,۲۸	۸,۴۸	۶,۰۶	۶,۳۳	۳,۹۸	۲,۰۴	۳,۱۰	۳,۱۳	۲,۶۴
۲۰۰۶	۱۳,۰۰	۱۵,۱۰	۸,۲۳	۵,۵۸	۷,۰۰	۳,۸۳	۱,۴۵	۳,۸۳	۳,۶۹	۲,۲۲
۲۰۰۷	۱۳,۲۹	۱۱,۸۲	۷,۱۵	۵,۴۵	۵,۰۶	۲,۳۸	۲,۱۸	۴,۷۵	۳,۱۷	۵,۲۲
۲۰۰۸	۱۱,۴۶	۱۱,۱۸	۷,۴۰	۵,۴۹	۵,۷۳	۴,۹۲	۳,۶۷	۳,۶۴	۳,۶۱	۴,۴۱
۲۰۰۹	۱۳,۰۹	۹,۲۱	۷,۲۶	۶,۰۴	۶,۴۸	۳,۷۵	۳,۴۲	۴,۲۵	۴,۰۵	۳,۵۰
۲۰۱۰	۱۲,۱۹	۱۰,۷۱	۶,۹۳	۶,۳۱	۵,۶۵	۵,۹۱	۲,۷۵	۳,۷۰	۳,۶۹	۳,۶۹
۲۰۱۱	۱۰,۷۹	۱۴,۵۰	۵,۰۴	۴,۶۷	۵,۱۹	۱۱,۳۷	۱,۳۳	۳,۸۱	۳,۲۵	۳,۲۰
۲۰۱۲	۱۳,۱۵	۱۵,۸۱	۵,۴۹	۵,۲۵	۶,۷۳	۳,۶۳	۲,۲۵	۲,۷۸	۳,۳۸	۳,۲۱
۲۰۱۳	۷,۹۳	۸,۲۳	۳,۱۶	۳,۲۹	۵,۱۲	۲,۱۲	۱,۱۴	۱,۸۵	۲,۰۵	۲,۲۴
۲۰۱۴	۱۲,۹۱	۱۳,۶۲	۵,۰۷	۵,۱۰	۴,۹۳	۵,۵۹	۲,۰۳	۳,۷۹	۳,۰۴	۳,۲۲
۲۰۱۵	۱۲,۶۳	۱۱,۷۱	۵,۵۴	۵,۳۶	۴,۲۴	۴,۳۷	۳,۶۰	۳,۲۳	۳,۳۰	۳,۱۰
۲۰۱۶	۱۵,۰۳	۱۳,۰۷	۵,۴۶	۴,۷۷	۴,۵۶	۲,۱۴	۳,۲۶	۳,۷۱	۳,۲۷	۳,۳۹
۲۰۱۷	۱۵,۸۰	۱۲,۸۶	۵,۶۸	۴,۵۰	۴,۴۱	۴,۰۷	۲,۸۵	۳,۶۵	۲,۶۴	۳,۱۴
۲۰۱۸	۱۸,۲۸	۱۲,۷۲	۵,۷۳	۴,۴۳	۴,۲۳	۳,۹۸	۳,۴۵	۳,۳۸	۳,۳۱	۲,۶۵

منبع: ITC, 2020 و یافته پژوهش

۹-۸- بررسی جایگاه ایران از نظر مقداری و ارزشی در بازار جهانی سیب زمینی و تغییر جایگاه ایران در کشورهای هدف

به لحاظ مقادیر صادرات، مشخص است که ایران از بین کشورهای هدف خود در کشورهای عراق، ترکمنستان و آذربایجان عمده‌تأ حائز رتبه اول و در افغانستان حائز رتبه دوم بوده است اما در سایر بازارها رقبای بیشتری در مقابل صادرکننده ایرانی حضور دارند.

بررسی وضعیت صادرات محصولات منتخب کشاورزی ایران.....سیب زمینی

جدول ۹-۷- رتبه ایران در مقدار صادرات سیب زمینی به جهان و بزرگترین بازارهای هدف (۲۰۰۱-۲۰۱۸)

سال	جهان	عراق	ترکمنستان	آذربایجان	افغانستان	امارات	سوریه	کویت	قطر	ترکیه	گرجستان
۲۰۰۱	۱۲	۱	۱	۱	۱	۳	۶	۷	۵	۸	۸
۲۰۰۲	۱۴	۱	۱	۱	۱	۳	***	۸	۵	۷	۲
۲۰۰۳	۲۱	۲	۱	۲	۲	۵	***	۱۲	۷	***	***
۲۰۰۴	۲۱	۲	***	۱	۲	۲	***	۱۲	۴	۱۰	۵
۲۰۰۵	۱۲	۱	۱	۱	۱	۳	***	۸	۴	۸	***
۲۰۰۶	۱۱	۱	۱	۱	۱	۳	۱۵	۴	۴	***	۲
۲۰۰۷	۲۴	۲	۲	۳	۳	۱۸	***	۱۷	***	۱۲	***
۲۰۰۸	۵	۱	۱	۱	۱	۴	***	۷	۴	۹	۱
۲۰۰۹	۹	۱	۱	۱	۲	۵	***	۱۰	***	۸	۵
۲۰۱۰	۱۰	۱	۱	۱	۲	۴	***	۱۱	۱۳	***	۷
۲۰۱۱	۱۰	۱	۱	۱	۲	۵	***	***	***	۷	۵
۲۰۱۲	۵	۱	۱	۱	۲	۱	۴	۴	۳	۱۳	۴
۲۰۱۳	۱۶	۲	۱	۲	۲	۶	***	۱۰	۸	۷	۲
۲۰۱۴	۸	۱	۱	۱	۲	۱۰	***	۱۶	***	۲	۵
۲۰۱۵	۵	۱	۱	۱	۲	۵	۹	۸	۱۴	۲	۶
۲۰۱۶	۵	۱	۱	۲	۲	۶	***	۷	۱۱	***	۹
۲۰۱۷	۶	۱	۱	۱	۲	۸	***	۵	۵	۱۴	۱۰
۲۰۱۸	۷	۱	۱	۱	۲	۴	۳	۶	۴	۳	۳

منبع: ITC, 2020 و یافته پژوهش *** داده‌ای ثبت نشده است.

به لحاظ ارزش صادرات نیز مشخص است که ایران وضعیتی تقریباً مشابه با آنچه در مقادیر صادراتی نیز بود، داشته است.

جدول ۹-۸- رتبه ایران در ارزش صادرات سیب زمینی به جهان و بزرگترین بازارهای هدف (۲۰۱۸-۲۰۰۱)

سال	جهان	عراق	ترکمنستان	آذربایجان	افغانستان	امارات	سوریه	کویت	قطر	ترکیه	گرجستان
۲۰۰۱	۱۷	۱	۱	۱	۱	۶	۶	۷	۵	۸	۸
۲۰۰۲	۱۹	۲	۱	۱	۱	۵	***	۱۰	۵	۷	۲
۲۰۰۳	۲۹	۳	۱	۱	۲	۷	***	۱۳	۷	***	***
۲۰۰۴	۲۷	۳	***	۱	۲	۵	***	۱۲	۴	۱۰	۵
۲۰۰۵	۱۳	۱	۱	۱	۱	۳	***	۱۱	۴	۸	***
۲۰۰۶	۱۴	۱	۱	۱	۱	۲	۱۵	۴	۴	***	۲
۲۰۰۷	۲۹	۲	۲	۳	۳	۲۲	***	۱۷	***	۱۲	***
۲۰۰۸	۸	۱	۱	۱	۱	۳	***	۷	۵	۱۱	۱
۲۰۰۹	۷	۱	۱	۱	۲	۳	***	۱۱	***	۱۰	۶
۲۰۱۰	۱۱	۲	۱	۱	۲	۴	***	۱۲	۱۴	***	۶
۲۰۱۱	۸	۱	۱	۱	۲	۵	***	***	***	۸	۵
۲۰۱۲	۴	۱	۱	۱	۲	۱	۵	۴	۵	۱۳	۵
۲۰۱۳	۱۸	۱	۱	۲	۳	۱۱	***	۱۱	۱۰	۸	۲
۲۰۱۴	۹	۱	۱	۱	۲	۱۱	***	۱۵	***	۴	۵
۲۰۱۵	۵	۱	۱	۱	۲	۵	۱۰	۹	۱۵	۲	۶
۲۰۱۶	۱۰	۱	۱	۲	۲	۶	***	۹	۱۴	***	۹
۲۰۱۷	۹	۱	۱	۱	۲	۱۰	***	۵	۷	۱۴	۱۱
۲۰۱۸	۷	۱	۱	۱	۲	۵	۳	۴	۴	۵	۳

منبع: ITC, 2020 و یافته پژوهش *** داده‌ای ثبت نشده است.

همانگونه که از جدول ۹-۹ مشخص است، رقابت اصلی در بازار جهانی سیب زمینی بین فرانسه، آلمان و هلند بوده و این در حالی است که در سال‌های اخیر، فرانسه بزرگترین صادرکننده سیب زمینی لقب گرفته است. بلژیک جایگاه با ثبات چهارم را همواره داشته و امریکا وضعیت رو به افولی در صادرات سیب زمینی داشته و به عکس آن ایران، به لحاظ مقادیر صادراتی از جایگاه ۱۴ در سال ۲۰۰۱ به جایگاه ۷ دست یافته است.

جدول ۹-۹- جایگاه مقداری ۱۰ صادرکننده اصلی سیب زمینی در بازار جهانی

سال	فرانسه	آلمان	هلند	بلژیک	مصر	پاکستان	ایران	کانادا	آمریکا	چین
۲۰۰۱	۳	۲	۱	۴	۹	***	۱۴	۶	۵	۱۵
۲۰۰۲	۳	۲	۱	۴	۹	***	۱۵	۶	۵	۱۴
۲۰۰۳	۲	۳	۱	۴	۷	۱۹	۲۲	۵	۶	۱۳
۲۰۰۴	۲	۳	۱	۴	۶	۱۸	۲۲	۵	۸	۱۱
۲۰۰۵	۲	۳	۱	۴	۶	۳۷	۱۳	۵	۷	۹
۲۰۰۶	۱	۳	۲	۴	۶	۳۵	۱۲	۵	۸	۷
۲۰۰۷	۱	۳	۲	۴	۸	۱۵	۲۵	۵	۱۰	۹
۲۰۰۸	۱	۲	۳	۴	۷	۱۷	۶	۵	۱۰	۸
۲۰۰۹	۱	۲	۳	۴	۱۳	۷	۱۰	۵	۹	۶
۲۰۱۰	۱	۳	۲	۴	۸	۱۳	۱۱	۵	۶	۱۰
۲۰۱۱	۲	۳	۱	۴	۵	۸	۱۱	۶	۷	۱۰
۲۰۱۲	۱	۲	۳	۴	۱۱	۹	۵	۷	۶	۸
۲۰۱۳	۳	۱	۲	۴	۸	۵	۱۷	۷	۶	۱۰
۲۰۱۴	۲	۳	۱	۴	۵	۱۶	۸	۷	۹	۶
۲۰۱۵	۱	۲	۳	۴	۶	۷	۵	۸	۹	۱۰
۲۰۱۶	۲	۳	۱	۴	۹	۱۰	۵	۶	۷	۸
۲۰۱۷	۱	۲	۳	۴	۵	۱۰	۸	۷	۶	۹
۲۰۱۸	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	۸	۹	۱۰

منبع: ITC, 2020 و یافته پژوهش *** داده‌ای ثبت نشده است.

در این قسمت کشورهایایی که به لحاظ مقادیر صادراتی در جایگاه مناسب‌تری بودند، به لحاظ ارزشی نیز جایگاه آنها بررسی شد. مشخص است که هلند با قیمت‌های مناسب‌تر، هرچند به لحاظ مقداری رتبه اول را نداشت اما به لحاظ ارزش صادراتی کشور اول صادرکننده بوده و ثبات در جایگاه صادراتی در کشورهای اول تا سوم مشخص است و ایران در کنار پاکستان، بانوسان در جایگاه ارزش صادراتی مواجه بوده‌اند. با این حال بهبود کلی جایگاه ایران محسوس است.

جدول ۹-۱۰- جایگاه ارزشی ۱۰ صادرکننده اصلی سیب زمینی در بازار جهانی

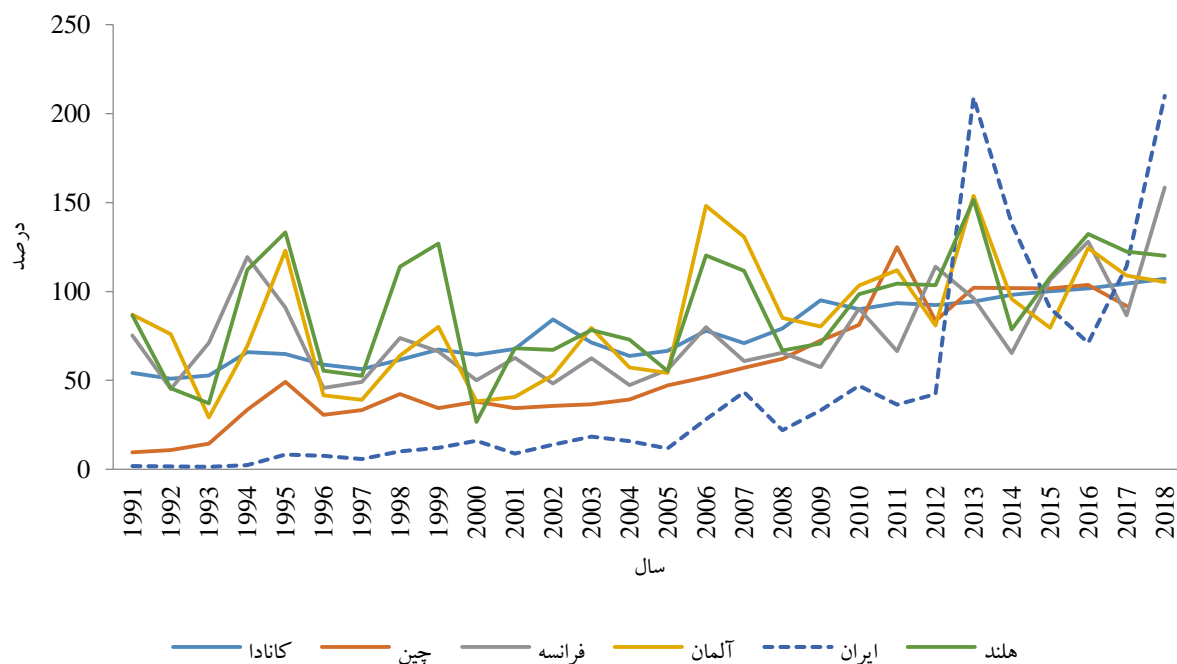
سال	فرانسه	آلمان	هلند	بلژیک	مصر	پاکستان	ایران	کانادا	آمریکا	چین
۲۰۰۱	۲	۳	۱	۵	۱۱	۱۱۲	۱۷	۷	۶	۱۹
۲۰۰۲	۲	۳	۱	۶	۱۰	۱۱۵	۱۹	۵	۴	۱۵
۲۰۰۳	۲	۳	۱	۴	۱۰	۲۷	۲۹	۵	۷	۱۴
۲۰۰۴	۲	۳	۱	۴	۱۰	۳۱	۲۷	۷	۹	۱۳
۲۰۰۵	۲	۳	۱	۴	۸	۴۲	۱۳	۵	۶	۱۲
۲۰۰۶	۲	۳	۱	۴	۱۲	۳۷	۱۴	۵	۷	۱۱
۲۰۰۷	۲	۳	۱	۴	۱۰	۱۶	۲۹	۵	۷	۱۲
۲۰۰۸	۲	۳	۱	۷	۵	۲۳	۸	۴	۶	۱۴
۲۰۰۹	۲	۳	۱	۵	۷	۱۶	۷	۴	۶	۱۰
۲۰۱۰	۲	۳	۱	۷	۸	۱۶	۱۱	۴	۵	۹
۲۰۱۱	۲	۳	۱	۸	۴	۱۲	۸	۵	۶	۹
۲۰۱۲	۲	۳	۱	۷	۱۰	۱۳	۴	۸	۵	۹
۲۰۱۳	۲	۳	۱	۴	۶	۹	۱۸	۸	۵	۱۱
۲۰۱۴	۲	۳	۱	۸	۴	۱۸	۹	۶	۷	۵
۲۰۱۵	۲	۳	۱	۹	۴	۱۱	۵	۸	۷	۵
۲۰۱۶	۲	۳	۱	۶	۹	۱۳	۱۰	۴	۷	۵
۲۰۱۷	۲	۳	۱	۸	۵	۱۳	۹	۷	۶	۴
۲۰۱۸	۲	۳	۱	۸	۷	۱۲	۷	۵	۶	۴

منبع: ITC, 2020 و یافته پژوهش

۹-۹- بررسی روند تغییر شاخص قیمت تولیدکننده سیب زمینی در ایران و کشورهای رقیب به عنوان نماینده هزینه تولید سیب زمینی

۹-۹-۱- تحلیل روند شاخص قیمت تولیدکننده در ایران و کشورهای صادرکننده سیب زمینی

بررسی شاخص قیمت تولیدکننده سیب زمینی بیانگر آن است که روند افزایشی مربوط به شاخص قیمت تولیدکننده ایران و نسبت به سایر کشورها، مشخص تر بوده و بویژه در سالهای پایانی، این نوسان افزایش یافته و در دو زمان ۲۰۱۳ و ۲۰۱۸ به حداکثر مقادیر خود رسیده است. البته بیش از سطح مطلق این شاخص، میزان رشد آن که بیانگر تورم بوده مهم خواهد بود که در ادامه به آن پرداخته خواهد شد.



نمودار ۹-۹- روند شاخص قیمت تولیدکننده سیب زمینی ایران و بزرگترین صادرکنندگان جهانی (منبع: FAO, 2020)

۹-۹-۲- بررسی و مقایسه میانگین تورم سالانه تولید و نوسان شاخص قیمت تولیدکننده

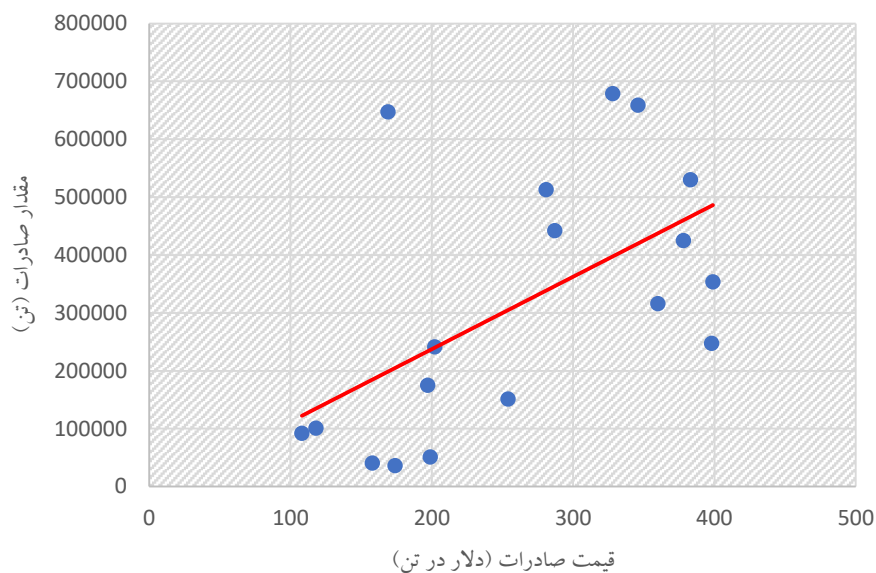
مطابق نمودار ۹-۱۰ مشخص است که ایران علاوه بر اینکه بیشترین سطح تورم در تولید را در بین صادرکنندگان اصلی سیب زمینی تجربه کرده، بیشترین ریسک قیمتی در سطح تولید نیز در ایران رخ داده و لذا وضعیت در سطح تولیدکننده ناکارآمد بوده و همین وضعیت می تواند در بلندمدت به صادرات سیب زمینی ایران در بازارهای جهانی آسیب وارد سازد.



نمودار ۹-۱۰- میانگین تورم سالانه و نوسان شاخص قیمت تولیدکننده سیب زمینی ایران

۹-۱۰- بررسی ارتباط بین مقادیر صادراتی ایران و قیمت‌های صادراتی در بازارهای جهانی سیب زمینی

مطابق نمودار ۹-۱۱ مشخص است که همبستگی قوی بین قیمت و مقدار صادرات سیب زمینی ایران مشاهده نمی‌شود و نمی‌توان بیان نمود که با افزایش قیمت صادراتی، لزوماً مقادیر صادراتی نیز افزایش یافته است.



نمودار ۹-۱۱- ارتباط بین قیمت صادراتی و مقدار صادرات سیب زمینی ایران

۹-۱۱- برسی جایگاه ایران در بازارهای اصلی واردکننده سیب زمینی و تحلیل مقایسه‌ای قیمت صادراتی ایران در مقابل رقبا در این بازارها

در جدول ۹-۱۱ مشخص است که از بین بازارهای بزرگ وارداتی سیب زمینی، ایران تنها در عراق حضور موفقی داشته و در سال ۲۰۱۸ در این کشور به لحاظ مقدار و ارزش صادراتی رتبه اول را داشته است. هرچند به لحاظ قیمتی در جایگاه اول قرار ندارد. همچنین ایران در روسیه نیز حضور داشته و نسبت به سال ۲۰۱۷، به ارتقا جایگاه ارزش صادراتی در این کشور از جایگاه ۱۷ به ۱۴ دست یافت. مشخص است که در روسیه همچنان جایگاه مقادیر صادراتی ایران ۱۱ است. به لحاظ قیمت صادراتی نیز مشخص است که قیمت ایران ر روسیه پایین بوده است. البته اگر این قیمت پایین به نفوذ بیشتر ایران در بازار روسیه بیانجامد نمی توان آن را چالش جدی دانست.

جدول ۹-۱۱- جایگاه ایران در کشورهای واردکننده اصلی

جایگاه قیمت صادراتی ایران		جایگاه مقدار صادرات ایران		جایگاه ارزش صادرات ایران		بزرگترین واردکنندگان
۲۰۱۸	۲۰۱۷	۲۰۱۸	۲۰۱۷	۲۰۱۸	۲۰۱۷	
*	*	*	*	*	*	بلژیک
*	*	*	*	*	*	هلند
*	*	*	*	*	*	اسپانیا
*	*	*	*	*	*	ایتالیا
*	*	*	*	*	*	آلمان
۱۷	۲۷	۱۱	۱۱	۱۴	۱۷	روسیه
۱۰	۱۱	۱	۱	۱	۱	عراق
*	*	*	*	*	*	آمریکا
*	*	*	*	*	*	پرتغال
*	*	*	*	*	*	فرانسه

منبع: ITC, 2020 و یافته پژوهش * جزو کشورهای هدف ایران نبوده است.

۹-۱۲- برسی جایگاه ایران در بازارهای هدف خود و تحلیل مقایسه‌ای قیمت صادراتی سیب زمینی ایران در مقابل رقبا در این بازارها

مشخص است که ایران در بازار عراق در سال‌های ۲۰۱۶، ۲۰۱۷ و ۲۰۱۸ به ترتیب با ۸۹، ۶۸/۲ و ۶۶ درصد سهم، رتبه اول را بین رقبا داشته است. هرچند روند نزولی سهم در بازار عراق برای صادرکنندگان ایرانی مشخص بوده است. بزرگترین رقیب ایران در بازار عراق، ترکیه بوده که به ترتیب برای سال‌های ۲۰۱۶ تا ۲۰۱۸ معادل ۹/۶، ۲۴/۸ و ۲۸/۵ درصد در بازار عراق سهم داشته است. مشخص است که کاهش سهم ایران در بازار عراق، افزایش سهم ترکیه در بازار عراق را به همراه داشته است. مشخص است که در سال ۲۰۱۶ قیمت صادراتی ایران در عراق بیشتر از قیمت صادراتی ترکیه بوده و همین قیمت بالاتر ایران در عراق، می تواند دلایل کاهش سهم ایران در بازار عراق و بهبود سهم ترکیه در این بازار باشد. مشخص است که بزرگترین بازار هدف ایران نیز همواره عراق بوده است.

در بازار ترکمنستان نیز ایران همواره جایگاه اول را داشته و تقریباً رقیبی در آن بازار نمی توان برای ایران متصور بود. لذا نمی توان قیمت صادراتی ایران را با سایر کشورها در این بازار مقایسه نمود. اما نکته قابل توجه اینکه قیمت صادراتی ایران در ترکمنستان بیش از قیمت صادراتی ایران در سایر کشورهای هدف بوده است. در واقع بازار ترکمنستان به لحاظ قیمت هر واحد محصول سیب زمینی، بازار مطلوب تری برای صادرکننده ایرانی بوده است.

ایران در بازار افغانستان در سال های ۲۰۱۶، ۲۰۱۷ و ۲۰۱۸ به ترتیب با ۴۸/۹، ۲۱ و ۱۲/۶ درصد سهم، رتبه دوم را بین رقبای پس از پاکستان داشته است. مشخص است که سهم ایران از بازار افغانستان دچار روند نزولی مشخصی بوده داشته است. در سال های ۲۰۱۷ و ۲۰۱۸ مشخص است که قیمت صادراتی ایران بیشتر از قیمت صادراتی پاکستان بوده و این در حالی است که در سال ۲۰۱۶ قیمت صادراتی ایران کمتر از پاکستان بوده است. همین افزایش قیمت ایران نسبت به پاکستان در نهایت به از دست رفتن بازار افغانستان به نفع پاکستان شده است و این روند جایگزینی بصورت فزاینده ادامه دارد. در واقع به دلیل مناسبات تجاری بین پاکستان و افغانستان و با توجه به قیمت پایین تر پاکستان در افغانستان، لازم است تا صادرکننده ایرانی به رصد لحظه ای بازار پرداخته و از جایگزینی بیشتر صادرات ایرانی با صادرات پاکستانی جلوگیری نماید و یا اینکه با تلاش در جهت افزایش سهم در بازارهایی مانند آذربایجان، خطرات ناشی از دست رفتن احتمالی بازاری مانند افغانستان را به حداقل برساند.

سرانجام ایران در بازار آذربایجان در سال های ۲۰۱۶، ۲۰۱۷ و ۲۰۱۸ به ترتیب با ۳۳، ۴۷/۸ و ۵۳/۵ درصد سهم، رتبه دوم در سال ۲۰۱۶ و رتبه اول را در سال های ۲۰۱۷ و ۲۰۱۸ بین رقبای داشته است. بزرگترین رقیب ایران در بازار آذربایجان در سال های اخیر گرجستان، روسیه و ترکیه بوده اند. مشخص است که قیمت ایران در بازار آذربایجان از قیمت رقبای خود بیشتر بوده و علی رغم این، ایران بزرگترین صادرکننده به آذربایجان به شمار می رود. اما نکته مهم روند رو به رشد ترکیه در بازار آذربایجان است. در واقع در صورت امکان تأمین سیب زمینی از سوی صادرکنندگان ترک، با توجه به قیمت پایین تر این کشور نسبت به ایران، احتمال جایگزینی و کاهش سهم بازار ایران در آذربایجان وجود خواهد داشت.

جدول ۹-۱۲- جایگاه ایران در مقایسه با رقبای در مهم ترین بازارهای هدف خود در سال ۲۰۱۶

بازار هدف	مقدار صادرات ایران	رتبه مقدار صادرات ایران	قیمت صادراتی ایران	رتبه قیمت صادراتی ایران	قیمت رقبا در ۵ کشور هدف ایران در سال ۲۰۱۶ (دلار/تن)	سهم ایران (درصد)	سهم از صادرات ایران (درصد)
عراق	۳۷۰۵۹۹	۱	۱۷۰	۱۲	ترکیه ۱۰۸	۸۹	۵۷,۲۷
ترکمنستان	۱۳۵۳۴۳	۱	۱۷۴	۴	قزاقستان ۱۰۰	۹۹,۴	۲۰,۹۱
افغانستان	۷۲۷۲۱	۲	۱۶۴	۶	پاکستان ۳۵۵	۴۸,۹	۱۱,۲۳
آذربایجان	۵۳۷۰۰	۲	۱۵۷	۸	روسیه گرجستان بلاروس ترکیه هلند	۳۳	۸,۲۹

بررسی وضعیت صادرات محصولات منتخب کشاورزی ایران.....سیب زمینی

۱۱۷ ۱۴۰ ۱۴۷ ۱۸۶ ۶۱۳

منبع: ITC, 2020 و یافته پژوهش

جدول ۹-۱۳- جایگاه ایران در مقایسه با رقبا در مهم ترین بازارهای هدف خود در سال ۲۰۱۷

بازار هدف	مقدار صادرات ایران	رتبه مقدار صادرات ایران	قیمت صادراتی ایران	رتبه قیمت صادراتی ایران	قیمت رقبا در ۵ کشور هدف ایران در سال ۲۰۱۷ (دلار/تن)	سهم ایران (درصد)	سهم از صادرات ایران (درصد)
عراق	۲۵۱۰۲۸	۱	۲۸۲	۱۱	ترکیه ۱۱۶ کویت ۲۹۲ مصر ۳۴۴ اردن ۳۴۵	۶۸/۲	۴۹
ترکمنستان	۱۲۵۶۲۲	۱	۳۳۹	۶	ترکیه ۴۳۵	۹۹/۱	۲۴/۵
آذربایجان	۶۲۶۷۵	۱	۱۵۵	۷	روسیه ۱۰۱ گرجستان ۱۴۲ ترکیه ۱۱۰ بلاروس ۱۴۳ اکراین ۱۲۷	۴۷/۸	۱۲/۲۱
افغانستان	۶۰۹۲۸	۲	۲۸۸	۳	پاکستان ۱۱۷	۲۱	۱۱/۹

منبع: ITC, 2020 و یافته پژوهش

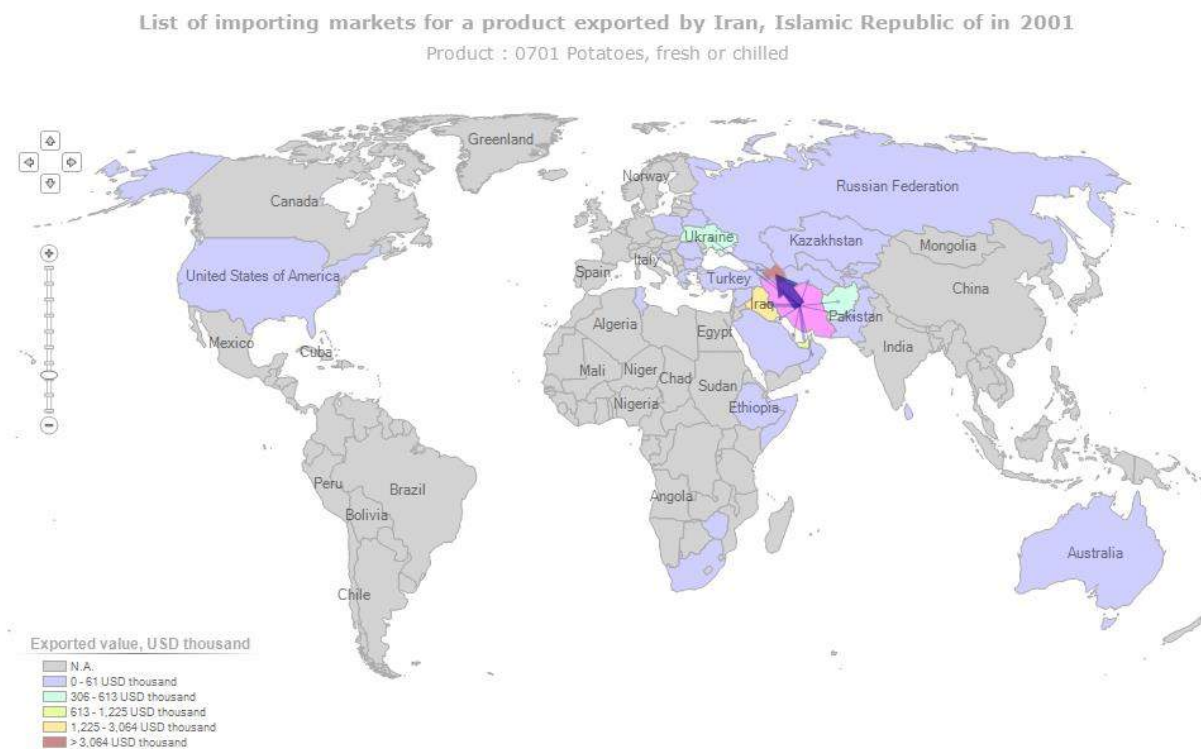
جدول ۹-۱۴- جایگاه ایران در مقایسه با رقبا در مهم ترین بازارهای هدف خود در سال ۲۰۱۸

بازار هدف	مقدار صادرات ایران	رتبه مقدار صادرات ایران	قیمت صادراتی ایران	رتبه قیمت صادراتی ایران	قیمت رقبا در ۵ کشور هدف ایران در سال ۲۰۱۸ (دلار/تن)	سهم ایران (درصد)	سهم از صادرات ایران (درصد)
عراق	۳۱۲۱۷۰	۱	۳۹۱	۱۰	ترکیه ۹۸، هلند ۷۱۴، مصر ۲۷۸، پاکستان ۱۸۱، فرانسه ۶۳۴	۶۶	۵۸,۹
ترکمنستان	۷۹۱۰۷	۱	۴۱۷	۲	قزاقستان ۱۷۷	۹۶,۵	۱۴,۹۲
آذربایجان	۵۹۹۸۶	۱	۳۳۰	۶	ترکیه ۱۰۵، روسیه ۱۱۰، بلاروس ۱۷۲	۵۳,۵	۱۱,۱۴
افغانستان	۴۴۱۵۸	۲	۳۶۴	۲	پاکستان ۲۰۰	۱۲,۶	۸,۳۳

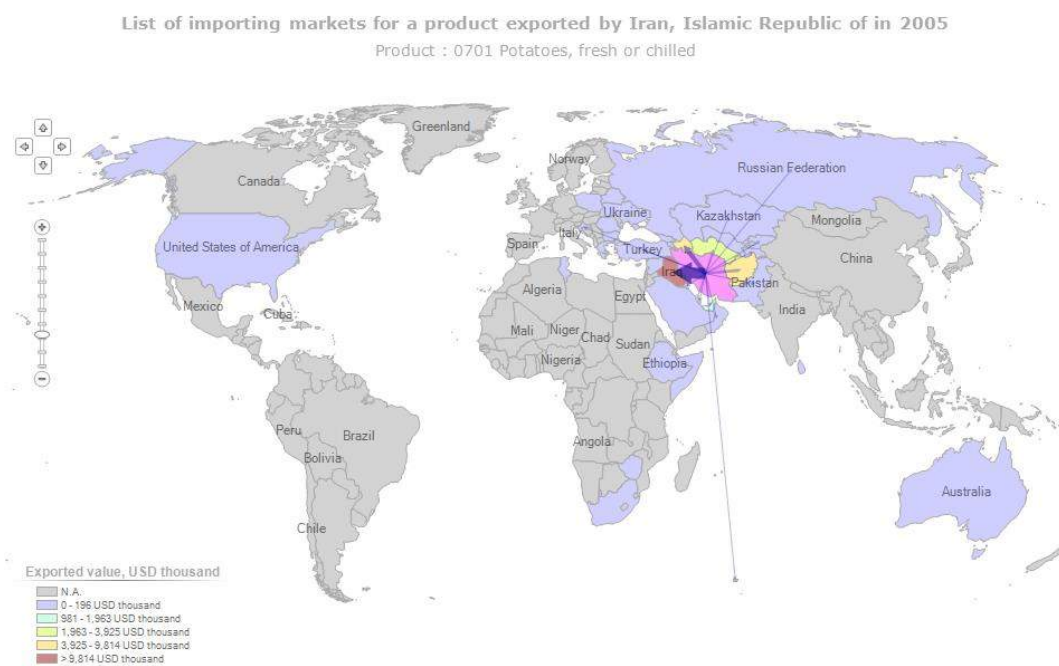
منبع: ITC, 2020 و یافته پژوهش

۹-۱۳- بررسی روند تغییر کشورهای هدف سیب زمینی ایران و مقایسه با رقبا

روند بررسی بازارهای اصلی هدف ایران در نقشه های زیر بویژه از سال ۲۰۱۰ به بعد نشان می دهد که بازارهای هدف اصلی ایران کاهش یافته و سهم سایر کشورهای هدف بسیار اندک است. بطوریکه در سال ۲۰۱۸، بازار اصلی ایران عراق بوده که حدود ۶۰ درصد سبد صادراتی ایران را تشکیل می داده، ترکمنستان کمتر از ۱۵ درصد، آذربایجان حدود ۱۱ درصد و افغانستان تنها حدود ۸/۳ درصد در سبد صادراتی ایران سهم داشته اند. این در حالی است که در سال ۲۰۱۰ سه کشور اصلی هدف عراق، آذربایجان و ترکمنستان به ترتیب ۳۳/۴، ۳۲ و ۱۶/۵ درصد سهم داشته اند که مشخص است، برخلاف سال ۲۰۱۸، حضور ایران در بازارهای هدف، توزیع مناسب تری داشته و تأکید اصلی تنها بر یک کشور نبوده است.



شکل ۹-۱- نقشه کشورهای هدف ایران در سال ۲۰۰۱ (منبع: ITC, 2020)



شکل ۹-۲- نقشه کشورهای هدف ایران در سال ۲۰۰۵ (منبع: ITC, 2020)

List of importing markets for a product exported by Iran, Islamic Republic of in 2010

Product : 0701 Potatoes, fresh or chilled



شکل ۹-۳- نقشه کشورهای هدف ایران در سال ۲۰۱۰ (منبع: ITC, 2020)

List of importing markets for a product exported by Iran, Islamic Republic of in 2012

Product : 0701 Potatoes, fresh or chilled



شکل ۹-۴- نقشه کشورهای هدف ایران در سال ۲۰۱۲ (منبع: ITC, 2020)

List of importing markets for a product exported by Iran, Islamic Republic of in 2014

Product : 0701 Potatoes, fresh or chilled



شکل ۹-۵- نقشه کشورهای هدف ایران در سال ۲۰۱۴ (منبع: ITC, 2020)

List of importing markets for a product exported by Iran, Islamic Republic of in 2016

Product : 0701 Potatoes, fresh or chilled



شکل ۹-۶- نقشه کشورهای هدف ایران در سال ۲۰۱۶ (منبع: ITC, 2020)

List of importing markets for a product exported by Iran, Islamic Republic of in 2017

Product : 0701 Potatoes, fresh or chilled



شکل ۹-۷- نقشه کشورهای هدف ایران در سال ۲۰۱۷ (منبع: ITC, 2020)

List of importing markets for a product exported by Iran, Islamic Republic of in 2018

Product : 0701 Potatoes, fresh or chilled

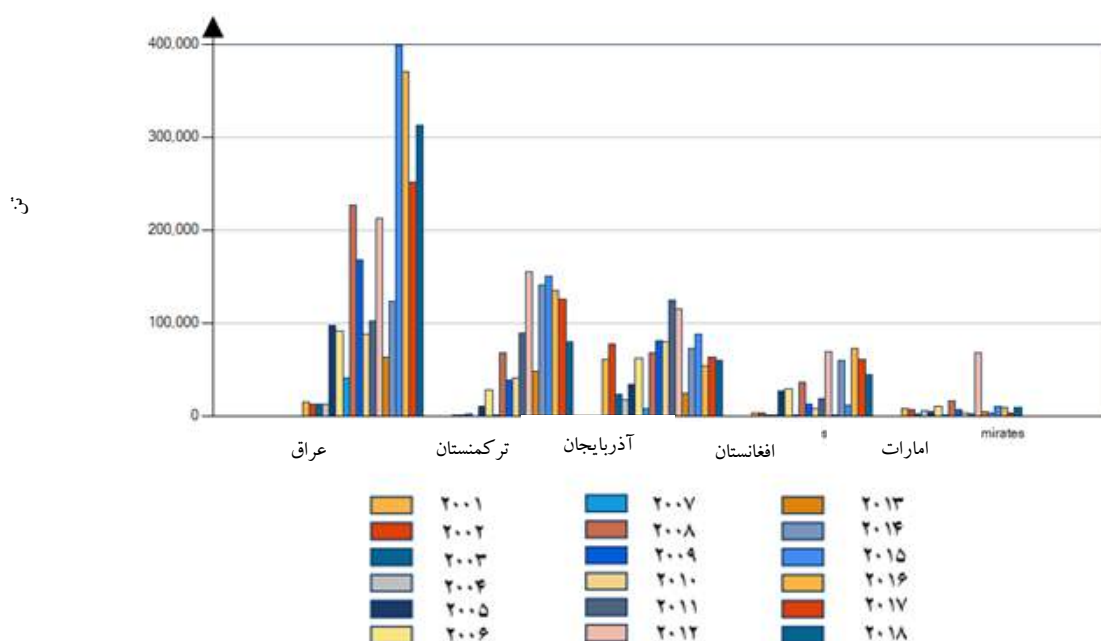


شکل ۹-۸- نقشه

کشورهای هدف ایران در سال ۲۰۱۸ (منبع: ITC, 2020)

۹-۱۴- بررسی روند کلی تغییر سهم کشورهای هدف صادراتی سیب زمینی ایران

نقشه روند صادرات در کشورهای هدف نیز نشان می دهد که نوسان در صادرات به تمام کشورهای هدف اصلی بسیار قابل توجه بوده و حتی در کشور اول یعنی عراق نیز این نوسانات بسیار قابل توجه است. لذا ریسک مقداری صادرات برای صادرکنندگان ایرانی بالا بوده است که یکی از دلایل این اتفاق را می توان به عدم دارا بودن استراتژی صادراتی مشخص در سیب زمینی مرتبط نمود. در واقع تصمیمات خلق الساعه در بازار سیب زمینی نظیر ممنوعیت های مداوم صادرات سیب زمینی در ایران، صادرات را بسیار متأثر خواهد کرد. بطور کلی مشخصات که در سایر بازارها (غیر از عراق) روند کلی صادرات سیب زمینی ایران در سال های اخیر نوسانی و نزولی بوده است.



نمودار ۹-۱۲- تداوم بازار سیب زمینی صادراتی در کشورهای هدف ایران (منبع: ITC, 2020)

۹-۱۵- نقشه تعرفه وارداتی در کشورهای هدف ایران

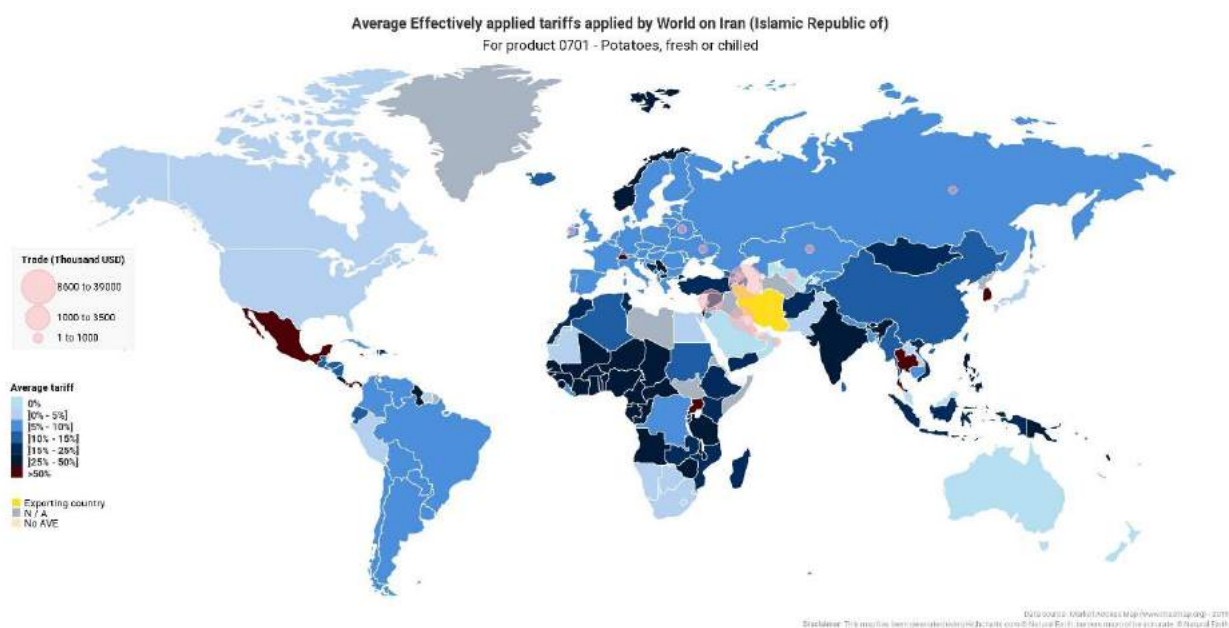
در بررسی نقشه تعرفه در کشورهای هدف ایران مشخص است که این تعرفه در کشور آذربایجان معادل ۱۵ درصد برای صادرکننده ایرانی و سایر صادرکنندگان در کشورهای دیگر تعیین شده است. البته با توجه به اینکه بزرگترین رقبای ایران در آذربایجان، گرجستان، ترکیه و روسیه بوده اند، لازم به ذکر است که این تعرفه هرچند برای ترکیه هم ۱۵ درصد بوده اما برای گرجستان و روسیه با توجه به مناسبات تجاری این کشورها با هم، تعرفه ترجیحی صفر تعیین شده است. تعرفه ترجیحی با روسیه تحت قواعد کشورهای عضو CIS تعیین شده است. لذا یکی از دلایل کمتر بودن قیمت این کشورها در آذربایجان در مقایسه با قیمت سیب زمینی ایرانی، همین تعرفه صفر خواهد بود.

تعرفه های گمرکی در ترکمنستان طبق قانون نیست و با توجه به قیمت گذاری گمرک انجام می شود. این کشور اجازه نمی دهد تا

بررسی وضعیت صادرات محصولات منتخب کشاورزی ایران.....سیب زمینی

خودروهای ایرانی در آن کشور تردد کند مگر اینکه اقامت شش ماهه گرفته باشند. این در حالی است که در ایران یک ترکمن می تواند به راحتی در جاده های ایران به مدت یک ماه تردد کند.

در بازار اصلی ایران یعنی عراق نیز هرچند در نقشه های جهانی آماری برای تعرفه واردات این کشور وجود ندارد اما با بررسی اطلاعات موجود در اتاق مشترک بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی ایران و عراق مشخص شده که این کشور در سال ۲۰۱۸ برای "سبزیجات، نباتات، ریشه و غده های زیرخاکی خوراکی" صادر شده توسط صادرکننده ایرانی، سهم تعرفه ۱۰ درصدی وضع کرده است.

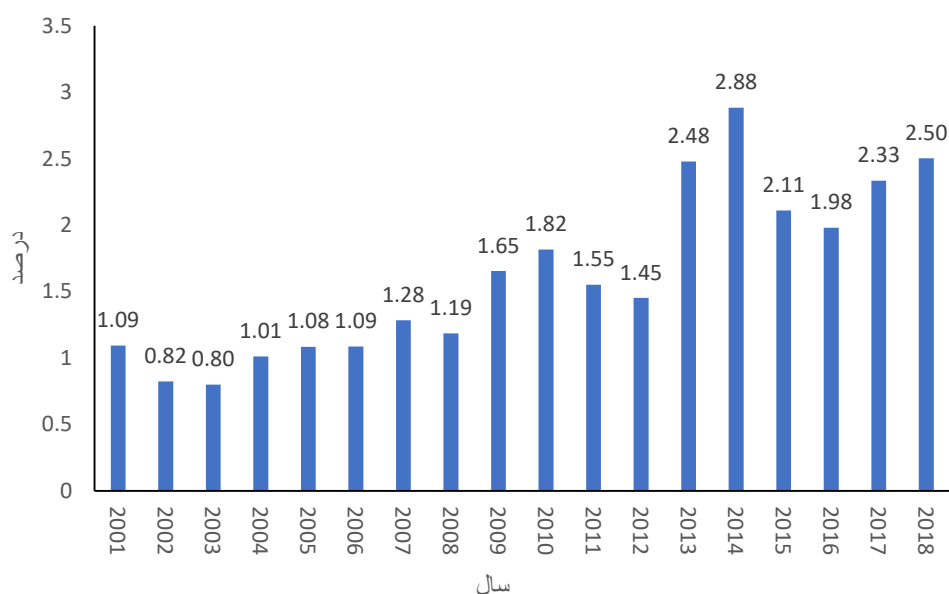


شکل ۹-۹- تعرفه کشورهای هدف در صادرات سیب زمینی ایران (منبع: ITC, 2020)

۱۰- هندوانه

۱-۱۰- بررسی سهم هندوانه در سبد ارزشی صادراتی ایران

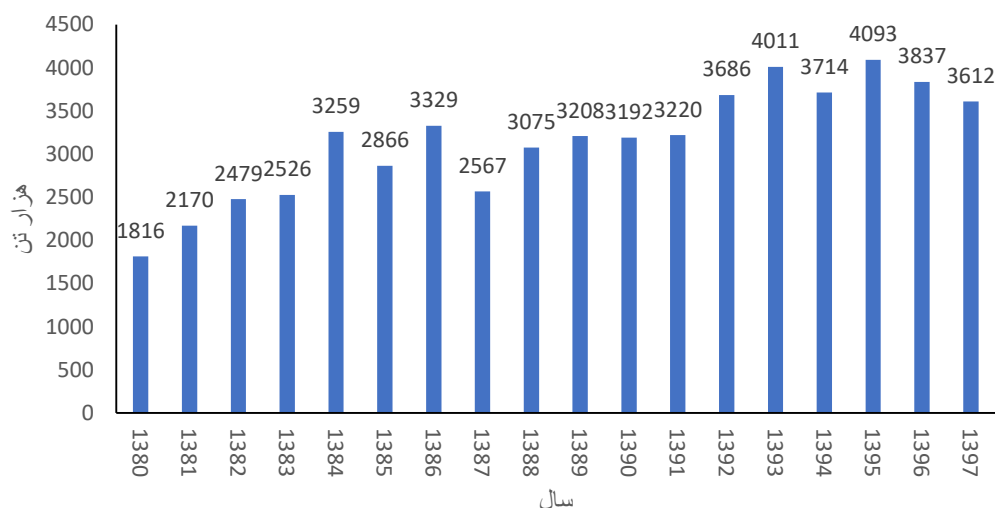
در ابتدای بحث لازم است سهم سبد صادراتی هندوانه از سبد صادراتی بخش کشاورزی ایران مشخص شود. سهم این کد تعرفه از سبد صادراتی بخش کشاورزی، قابل توجه بوده و نکته مهم آن است که این سهم به لحاظ ارزشی از میزان تقریبی ۱/۰۹ درصد در سال ۲۰۰۱ به ۲/۵ درصد در سال ۲۰۱۸ رسیده است. همانگونه که ملاحظه می‌شود، روند کلی سهم صادرات هندوانه، صعودی بوده که بیانگر رشد صادرات این محصول در سبد صادراتی محصولات بخش کشاورزی ایران است.



نمودار ۱-۱۰- روند سهم صادرات هندوانه در سبد صادراتی محصولات کشاورزی ایران
(منبع: ITC, 2020 و یافته‌های پژوهش)

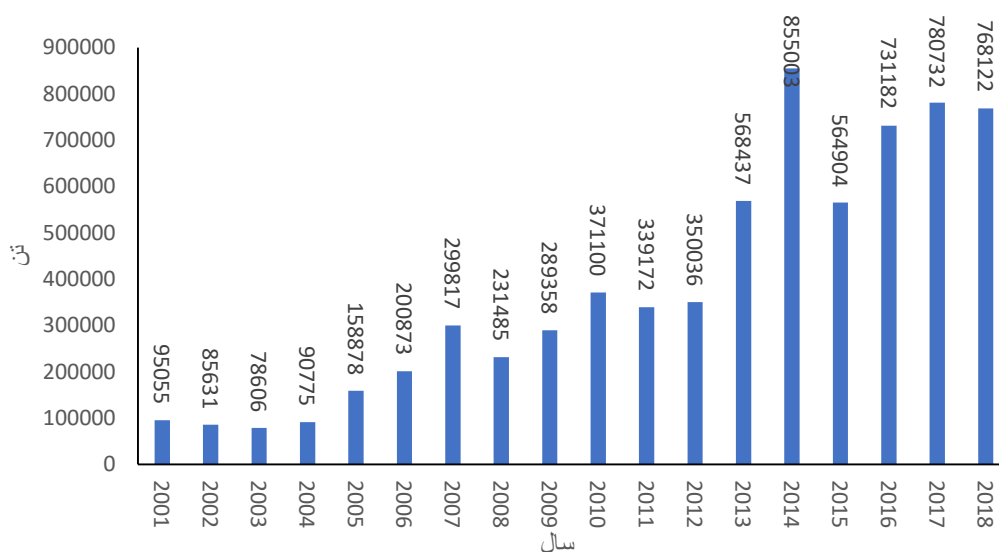
۱۰-۲- بررسی روند مقدار تولید هندوانه ایران

بررسی روند میزان تولید هندوانه در ایران در طی سال‌های ۱۳۸۰ تا ۱۳۹۷ نشان می‌دهد که روند کلی تولید این محصول صعودی بوده و در سال ۱۳۸۷ با یک افت ۲۲/۹ درصدی روبرو شده که پس از آن مجدداً روند صعودی در مورد آن تحقق یافته است. همانگونه که مشخص است، روند تولید هندوانه در ایران در دو سال آخر نزولی بوده که ممکن است روند کم آبی و خشکسالی‌های اخیر در ایران باشد.



نمودار ۱۰-۲- روند مقدار تولید هندوانه ایران (وزارت جهاد کشاورزی، ۱۳۹۸)

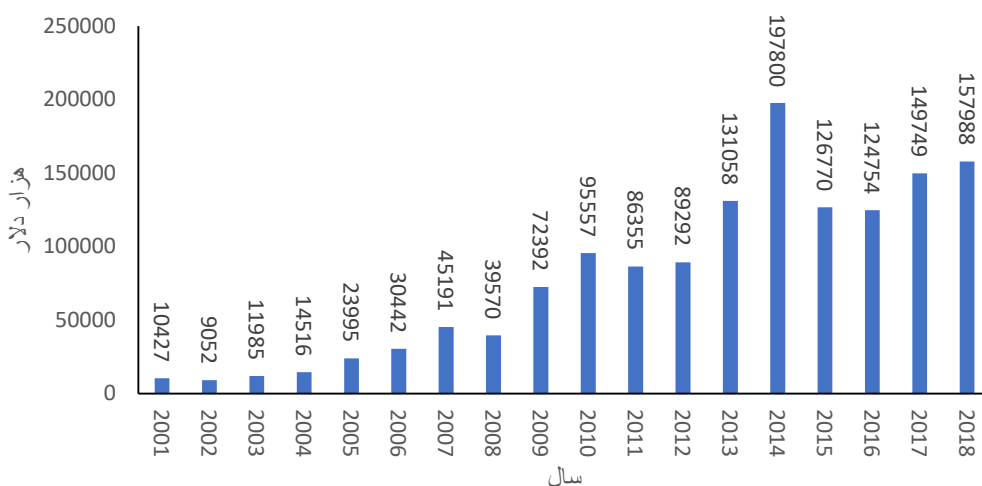
بررسی روند میزان صادرات طی سال‌های ۲۰۰۱ تا ۲۰۱۸ نیز نشان می‌دهد، صادرات هندوانه ایران رون کلی صعودی داشته و در سال ۲۰۱۵ با افت شدید ۳۴ درصدی مواجه شده و مجدداً به روند صعودی برگشته است. علت افت صادرات هندوانه در سال ۲۰۱۵ ممنوعیت‌های ایجاد شده در مقطعی از سال از سوی عراق و توقف صادرات از مرزهای شلمچه و چذابه بوده است.



نمودار ۱۰-۳- روند مقدار صادرات هندوانه ایران (منبع: ITC, 2020)

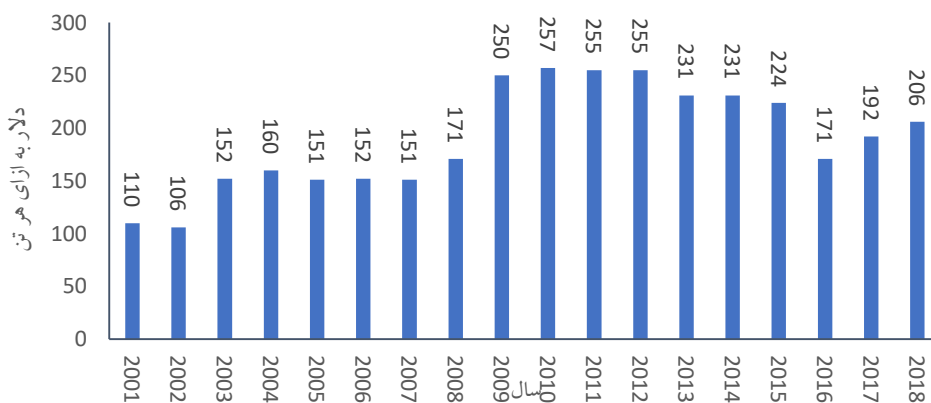
۱۰-۳- بررسی روند قیمت و ارزش صادرات هندوانه

بررسی روند ارزش صادرات نیز طی سال‌های ۲۰۰۱ تا ۲۰۱۸ نشان می‌دهد، روند کلی ارزش صادرات هندوانه مشابه رون مقادیر صادرات، صعودی بوده ولی در سال ۲۰۱۵ به دلیلی که پیش تر بیان شد، دچار افت شدید ۳۷ درصدی شده و مجدداً به روند صعودی بازگشته است.



نمودار ۱۰-۴- روند ارزش صادرات هندوانه ایران (منبع: ITC, 2020)

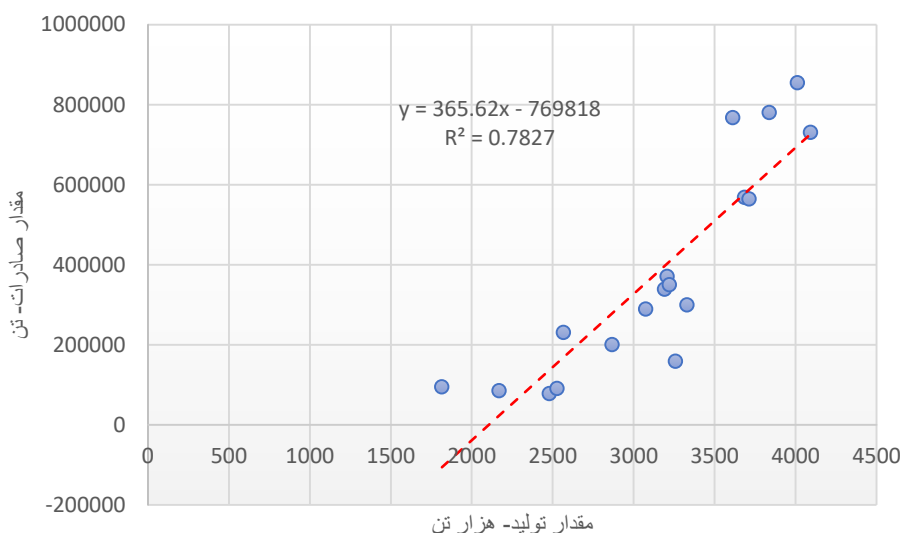
بررسی روند قیمت صادرات هندوانه نشان می‌دهد که تا سال ۲۰۱۲ روند کلی قیمت صادراتی ایران، صعودی بوده اما از این سال به بعد، قیمت‌های صادراتی ایران روند کلی کاهشی را تا سال ۲۰۱۶ دنبال کرده و مجدداً به روند صعودی در سال‌های ۲۰۱۷ و ۲۰۱۸ بازگشته است.



نمودار ۱۰-۵- روند قیمت صادرات هندوانه ایران (منبع: ITC, 2020)

۱۰-۴- ارتباط بین مقدار صادرات و مقدار تولید

در نمودار ۱۰-۶ مشخص است که ارتباط مقدار صادرات و مقدار تولید هندوانه ایران مثبت و خطی بوده و همبستگی مناسبی بین تولید و صادرات هندوانه برقرار بوده است. به عبارتی در سال‌های تولید رونق گرفته، صادرات نیز رونق داشته است. هرچند بررسی علت نشان می‌دهد که میزان صادرات هندوانه را میزان تولید هندوانه تعیین نمی‌کند و بالعکس میزان تولید را نیز میزان صادرات مشخص نمی‌نماید.



نمودار ۱۰-۶- ارتباط مقادیر تولید و صادرات هندوانه ایران

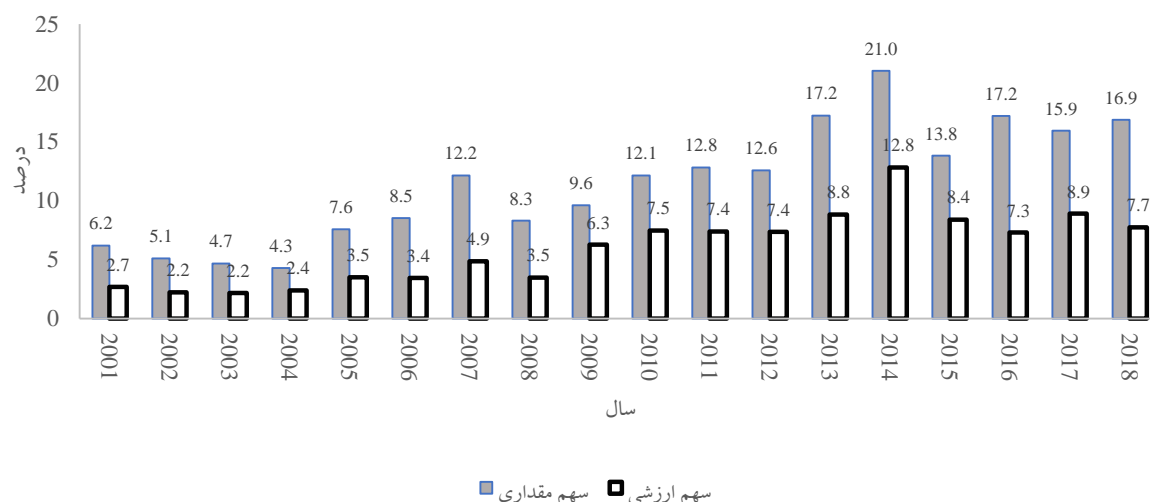
۱۰-۵- مقایسه سهم تولید و سهم صادرات هندوانه ایران از جهان

مطابق نمودار ۱۰-۷ مشخص است که سهم ایران از تولید هندوانه در جهان با وجود افزایش تولید در دوره ۲۰۰۱ تا ۲۰۱۸ بین ۲/۱۸-۴/۰۴ درصد در نوسان بوده است. سهم ایران از تولید جهانی بطور کلی نوسانی بوده اما روند کلی صعودی داشته است و از سال ۲۰۱۵ تا ۲۰۱۸ این روند نزولی بوده است.



نمودار ۱۰-۷- روند سهم تولید هندوانه در جهان (وزارت جهاد کشاورزی، ۱۳۹۸ و FAO, 2020)

بررسی روند سهم مقداری و ارزشی صادرات هندوانه ایران در بازارهای جهانی در نمودار ۱۰-۸ نشان می‌دهد که هر دو سهم روند کلی صعودی داشته و سهم مقدار صادرات ایران از حدود ۶/۲ در سال ۲۰۰۱ به ۱۶/۸۷ درصد در سال ۲۰۱۸ و سهم ارزش صادراتی نیز از مقدار حدود ۲/۶۷ در سال ۲۰۰۱ به ۷/۷۳ درصد در سال ۲۰۱۸ رسیده است. همچنین با توجه به اینکه سهم مقداری بالاتر از سهم ارزشی در تمام سال‌ها مشهود می‌باشد؛ نشان از پایین بودن قیمت‌های صادراتی در محصول هندوانه ایران بوده که در ادامه به مقایسه قیمت ایران و رقبا پرداخته خواهد شد.



نمودار ۱۰-۸- روند سهم مقداری و ارزشی صادرات هندوانه ایران در جهان (منبع: ITC, 2020 و یافته‌های پژوهش)

۱۰-۶- بررسی وضعیت صادرکنندگان بزرگ هندوانه و جایگاه ایران

بررسی مقدار صادراتی ۱۰ کشور اول صادراتی هندوانه نشان می‌دهد که بزرگترین صادرکننده به لحاظ مقداری، اسپانیا و پس از آن ایران و مکزیک بوده‌اند. روند صادرات تقریباً برای تمام این کشورها نوسانی بوده اما برآورد ضریب نوسان نشان می‌دهد که بیشترین نوسان مقادیر صادراتی مربوط به ویتنام و پس از آن مربوط به مراکش و میانمار بوده و کمترین نوسان نیز مربوط به آمریکا است. در مورد ایران نیز ضریب نوسان بیشتر از میانگین جهانی بوده است. به این معنی که ریسک مقادیر صادراتی ایران از متوسط جهانی بیشتر بوده است.

جدول ۱۰-۱- مقدار صادراتی ۱۰ کشور اصلی صادرکننده هندوانه - هزار تن

سال	جهان	اسپانیا	ایران	مکزیک	ایتالیا	آمریکا	میانمار	یونان	ویتنام	مراکش	گواتمالا
۲۰۰۱	۱۵۳۲,۸۷۵	۳۱۲,۹۱۴	۹۵,۰۵۵	۲۵۴,۴۶۵	۹۸,۵۶	۱۴۵,۵۰۸	***	۱۳۲,۹۸۳	***	***	۲۱,۳۴
۲۰۰۲	۱۶۷۵,۴۱۱	۳۰۸,۴۷۴	۸۵,۶۳۱	۲۴۴,۷۱	۹۹,۳۳۱	۲۰۲,۵۵	***	۱۵۴,۴۴۷	۰,۴۱۹	۳,۳۴۳	۸,۷۷۳
۲۰۰۳	۱۶۸۰,۳۵	۳۲۶,۱۳۴	۷۸,۶۰۶	۳۱۶,۰۷۷	۹۰,۴۶۶	۱۷۸,۵۱۸	***	۷۳,۳۳۴	۰,۰۵۶	۴,۱۴۷	۷,۹۲۵
۲۰۰۴	۲۱۱۳,۴۶۳	۳۱۱,۰۵۶	۹۰,۷۷۵	۶۶۰,۱۲۷	۸۹,۴۶۳	۱۷۵,۵۶۵	***	۱۰۴,۳۲۵	۰,۰۸۹	۲,۴۴۲	۴,۵۲۲
۲۰۰۵	۲۰۹۷,۲	۳۵۳,۱۶۷	۱۵۸,۸۷۸	۴۰۲,۳۵۳	۸۶,۷۹۱	۲۲۷,۳۴۹	***	۱۲۰,۷۶۱	۷,۶۷۹	۴,۲۰۶	۱۶,۲۸۱
۲۰۰۶	۲۳۵۵,۴۶۱	۳۶۳,۱۷۹	۲۰۰,۸۷۳	۵۶۲,۲۴۶	۹۵,۳۱۶	۱۷۴,۹۳۴	***	۱۱۲,۹۹۵	۰,۰۲۴	۲,۵۴۱	۱۳,۴۰۵
۲۰۰۷	۲۴۶۶,۸۲۵	۳۱۰,۶۸۳	۲۹۹,۸۱۷	۴۸۰,۷	۱۰۸,۷۷۶	۱۷۷,۷۹۳	***	۱۰۸,۳۵۵	۰,۰۳۸	۵,۳۸۶	۴۲,۳۶۱
۲۰۰۸	۲۷۸۶,۹۵۴	۳۱۷,۳۱۴	۲۳۱,۴۸۵	۵۸۰,۷۰۳	۱۱۲,۹۸۴	۱۹۰,۶۱۷	***	۱۸۳,۴۹۶	۰,۱۱۲	۷,۲۰۲	۴۰,۴۲۶
۲۰۰۹	۳۰۱۰,۶۳۸	۳۷۷,۱۰۲	۲۸۹,۳۵۸	۵۵۴,۴۱	۱۱۸,۹۷۶	۱۸۸,۲۹۳	***	۱۶۶,۸۲۳	۰,۰۷۶	۹,۲۱۱	۸۵,۰۱۶

بررسی وضعیت صادرات محصولات منتخب کشاورزی ایران.....هندوانه

۶۸,۶۹۳	۴,۲۷۹	۰,۱۴۴	۲۱۰,۹۱۳	***	۱۹۳,۱۴۳	۱۷۴,۱۹۸	۵۰۹,۲۶۵	۳۷۱,۱	۴۹۱,۸۲۲	۳۰۵۸,۴۶۴	۲۰۱۰
۵۲,۵۰۹	۷,۴۰۲	۰,۱۱۵	۱۳۵,۸۵۹	۳۵,۴۹۴	۲۰۷,۵۰۷	۱۵۷,۷۶۲	۵۴۱,۸۸۵	۳۳۹,۱۷۲	۴۰۸,۶۷۷	۲۶۴۲,۷۹۱	۲۰۱۱
۶۳,۸۱۴	۱۱,۵۳	۰,۱۳۱	۱۴۷,۰۸۹	۲۱,۸۹۹	۲۱۱,۷۰۱	۱۸۱,۵۹۸	۵۶۳,۰۹۱	۳۵۰,۰۳۶	۵۰۸,۲۲۷	۲۷۸۵,۲۳۵	۲۰۱۲
۷۲,۹۰۵	۱۸,۱۷	۰,۲۱۴	۱۸۳,۷۷۸	۸۰,۴۶۶	۲۱۵,۵۷۸	۱۹۹,۴۹۳	۶۳۲,۷۴۶	۵۶۸,۴۳۷	۵۴۲,۲۴۴	۳۲۹۸,۱۴۱	۲۰۱۳
۸۹,۱۴	۳۹,۵۴۳	۲,۶۳۴	۱۷۷,۴۸۸	۵۴۹,۸۶۶	۲۱۵,۲۴۸	۱۷۱,۰۲۹	۶۶۲,۳۴۱	۸۵۵,۰۰۳	۵۳۰,۲۸۳	۴۰۶۷,۹۹۳	۲۰۱۴
۹۷,۹۴۶	۷۱,۴۵۹	۲۶,۴۷۱	۱۶۹,۶۶۸	۵۳۲,۲۳۱	۲۱۹,۸۹	۱۷۳,۰۲۱	۷۱۰,۸۷	۵۶۴,۹۰۴	۶۵۶,۸۲۵	۴۰۸۴,۰۴۲	۲۰۱۵
۹۴,۱۵۵	۷۹,۵۶۱	۲۱۷,۹۵۱	۱۷۸,۳۷۱	۱۰۷,۴۳۵	۲۲۹,۲۹۹	۲۳۴,۲۳۸	۷۶۸,۱۶۱	۷۳۱,۱۸۲	۷۱۴,۵۳۱	۴۲۵۱,۶۳۵	۲۰۱۶
۱۰۷,۳۴۴	۱۳۹,۱۵۶	۱۸۶,۵۷۷	۱۷۰,۱۷۱	۷۶۸,۱۶۶	۲۲۲,۵۱۳	۲۱۴,۸۴۸	۶۶۹,۵۴۴	۷۸۰,۷۳۲	۷۴۱,۶۵۷	۴۸۹۸,۸۴۳	۲۰۱۷
۱۱۸,۱۷۸	۱۵۶,۱۹۵	۱۶۱,۰۴۶	۱۸۳,۶۲۲	۱۹۲,۰۶	۲۲۰,۲۲۴	۲۹۹,۲۹۲	۶۷۶,۷۰۵	۷۶۸,۱۲۲	۸۵۵,۶۸۴	۴۵۵۳,۲۷۵	۲۰۱۸
۵۵,۸	۳۳,۳	۳۵,۵	۱۵۰,۸	۲۸۶,۰	۱۹۹,۸	۱۵۰,۳	۵۴۳,۹	۳۸۱,۱	۴۶۸,۳	۲۹۶۴,۴	میانگین
۰,۶۸	۱,۴۸	۲,۰۸	۰,۲۴	۱,۰۱	۰,۱۲	۰,۶۰	۰,۲۸	۰,۷۰	۰,۳۷	۰,۳۵	ضریب نوسان

منبع: ITC, 2020 و نتایج پژوهش

همچنین بررسی روند سهم مقادیر صادراتی نیز نشان می‌دهد که این سهم نیز در کشورهای اصلی صادرکننده و ایران نوسانی بوده بطوریکه اسپانیا در سال ۲۰۱۸ با سهم حدود ۱۹ درصدی بزرگترین صادرکننده در جهان می‌باشد. برآورد شاخص ضریب نوسان نیز بیانگر آن است که بیشترین نوسان سهم صادراتی نیز به ویتنام تعلق داشته و کمترین ضریب نوسان نیز به اسپانیا، ایتالیا و مکزیک تعلق دارد. ایران نیز در جایگاه پنجم نوسان سهم مقادیر صادراتی قرار دارد.

جدول ۱۰-۲- سهم مقدار صادراتی ۱۰ کشور اصلی صادرکننده و ایران-درصد

سال	اسپانیا	ایران	مکزیک	ایتالیا	آمریکا	میانمار	یونان	ویتنام	مراکش	گواتمالا
۲۰۰۱	۲۰,۴۱	۶,۲۰	۱۶,۶۰	۶,۴۳	۹,۴۹	***	۸,۶۸	***	***	۱,۳۹
۲۰۰۲	۱۸,۴۱	۵,۱۱	۱۴,۶۱	۵,۹۳	۱۲,۰۹	***	۹,۲۲	۰,۰۳	۰,۲۰	۰,۵۲
۲۰۰۳	۱۹,۴۱	۴,۶۸	۱۸,۸۱	۵,۳۸	۱۰,۶۲	***	۴,۳۶	۰,۰۰	۰,۲۵	۰,۴۷
۲۰۰۴	۱۴,۷۲	۴,۳۰	۳۱,۲۳	۴,۲۳	۸,۳۱	***	۴,۹۴	۰,۰۰	۰,۱۲	۰,۲۱
۲۰۰۵	۱۶,۸۴	۷,۵۸	۱۹,۱۹	۴,۱۴	۱۰,۸۴	***	۵,۷۶	۰,۳۷	۰,۲۰	۰,۷۸
۲۰۰۶	۱۵,۴۲	۸,۵۳	۲۳,۸۷	۴,۰۵	۷,۴۳	***	۴,۸۰	۰,۰۰	۰,۱۱	۰,۵۷
۲۰۰۷	۱۲,۵۹	۱۲,۱۵	۱۹,۴۹	۴,۴۱	۷,۲۱	***	۴,۳۹	۰,۰۰	۰,۲۲	۱,۷۲
۲۰۰۸	۱۱,۳۹	۸,۳۱	۲۰,۸۴	۴,۰۵	۶,۸۴	***	۶,۵۸	۰,۰۰	۰,۲۶	۱,۴۵
۲۰۰۹	۱۲,۵۳	۹,۶۱	۱۸,۴۲	۳,۹۵	۶,۲۵	***	۵,۵۴	۰,۰۰	۰,۳۱	۲,۸۲
۲۰۱۰	۱۶,۰۸	۱۲,۱۳	۱۶,۶۵	۵,۷۰	۶,۳۲	***	۶,۹۰	۰,۰۰	۰,۱۴	۲,۲۵
۲۰۱۱	۱۵,۴۶	۱۲,۸۳	۲۰,۵۰	۵,۹۷	۷,۸۵	۱,۳۴	۵,۱۴	۰,۰۰	۰,۲۸	۱,۹۹
۲۰۱۲	۱۸,۲۵	۱۲,۵۷	۲۰,۲۲	۶,۵۲	۷,۶۰	۰,۷۹	۵,۲۸	۰,۰۰	۰,۴۱	۲,۲۹
۲۰۱۳	۱۶,۴۴	۱۷,۲۴	۱۹,۱۸	۶,۰۵	۶,۵۴	۲,۴۴	۵,۵۷	۰,۰۱	۰,۵۵	۲,۲۱
۲۰۱۴	۱۳,۰۴	۲۱,۰۲	۱۶,۲۸	۴,۲۰	۵,۲۹	۱۳,۵۲	۴,۳۶	۰,۰۶	۰,۹۷	۲,۱۹
۲۰۱۵	۱۶,۰۸	۱۳,۸۳	۱۷,۴۱	۴,۲۴	۵,۳۸	۱۳,۰۳	۴,۱۵	۰,۶۵	۱,۷۵	۲,۴۰
۲۰۱۶	۱۶,۸۱	۱۷,۲۰	۱۸,۰۷	۵,۵۱	۵,۳۹	۲,۵۳	۴,۲۰	۵,۱۳	۱,۸۷	۲,۲۱
۲۰۱۷	۱۵,۱۴	۱۵,۹۴	۱۳,۶۷	۴,۳۹	۴,۵۴	۱۵,۶۸	۳,۴۷	۳,۸۱	۲,۸۴	۲,۱۹
۲۰۱۸	۱۸,۷۹	۱۶,۸۷	۱۴,۸۶	۶,۵۷	۴,۸۴	۴,۲۲	۴,۰۳	۳,۵۴	۳,۴۳	۲,۶۰
میانگین	۱۶,۰	۱۱,۵	۱۸,۹	۵,۱	۷,۴	۶,۷	۵,۴	۰,۸	۰,۸	۱,۷
ضریب نوسان	۰,۱۶	۰,۴۳	۰,۲۱	۰,۱۹	۰,۲۹	۰,۹۳	۰,۲۹	۲,۰۵	۱,۲۶	۰,۴۹

منبع: ITC, 2020 و نتایج پژوهش *** داده‌ای ثبت نشده است

بررسی ارزش صادراتی ۱۰ کشور اول هندوانه نشان می‌دهد که بزرگترین صادرکننده به لحاظ ارزشی نیز اسپانیا و پس از آن مکزیک و ایران بوده‌اند. روند ارزش صادرات تقریباً برای تمام این کشورها نوسانی بوده اما برآورد ضریب نوسان نشان می‌دهد که بیشترین نوسان ارزش صادراتی از بین کشورهای اصلی صادرکننده، مربوط به ویتنام و مراکش بوده و کمترین نوسان نیز مربوط به آمریکا است. در مورد ارزش صادراتی نیز نوسان صادرکنندگان ایرانی بیش از میانگین جهانی بوده است.

جدول ۱۰-۳- ارزش صادراتی ۱۰ کشور اصلی صادرکننده هندوانه-میلیون دلار

سال	جهان	اسپانیا	مکزیک	ایران	مراکش	ایتالیا	آمریکا	هلند	ویتنام	میانمار	یونان
۲۰۰۱	۳۹۰٫۵	۹۹٫۳	۷۵٫۰	۱۰٫۴	***	۲۷٫۱	۴۰٫۰	۱۲٫۱	***	***	۲۴٫۵
۲۰۰۲	۴۰۵٫۸	۱۰۸٫۵	۶۳٫۶	۹٫۱	۱٫۲	۲۳٫۶	۵۲٫۷	۱۳٫۲	۰٫۱	***	۲۷٫۳
۲۰۰۳	۵۵۵٫۷	۱۷۰٫۸	۹۸٫۰	۱۲٫۰	۱٫۹	۳۳٫۷	۵۸٫۸	۲۰٫۶	۰٫۰	***	۲۸٫۱
۲۰۰۴	۶۰۷٫۷	۱۴۷٫۹	۱۵۱٫۷	۱۴٫۵	۱٫۱	۲۷٫۷	۵۹٫۹	۳۲٫۶	۰٫۰	***	۲۵٫۶
۲۰۰۵	۶۸۷٫۹	۱۶۸٫۰	۱۵۶٫۶	۲۴٫۰	۲٫۹	۲۶٫۴	۷۷٫۶	۳۶٫۴	۲٫۶	***	۲۴٫۹
۲۰۰۶	۸۸۳٫۲	۲۰۴٫۴	۲۱۵٫۷	۳۰٫۴	۱٫۵	۴۳٫۲	۸۱٫۴	۴۷٫۰	۰٫۰	***	۴۰٫۸
۲۰۰۷	۹۲۸٫۰	۱۹۳٫۷	۱۹۰٫۵	۴۵٫۲	۲٫۸	۴۲٫۹	۹۱٫۶	۵۵٫۲	۰٫۰	***	۳۵٫۱
۲۰۰۸	۱۱۳۶٫۴	۲۳۰٫۶	۲۳۴٫۸	۳۹٫۶	۳٫۷	۵۴٫۹	۹۷٫۲	۶۳٫۶	۰٫۱	***	۷۰٫۸
۲۰۰۹	۱۱۵۵٫۲	۲۱۷٫۰	۲۸۷٫۷	۷۲٫۴	۵٫۱	۴۶٫۰	۹۷٫۳	۶۵٫۱	۰٫۰	***	۵۶٫۱
۲۰۱۰	۱۲۷۸٫۷	۲۸۳٫۸	۲۷۸٫۰	۹۵٫۶	۲٫۱	۷۹٫۲	۱۰۵٫۸	۶۴٫۷	۰٫۱	***	۶۸٫۲
۲۰۱۱	۱۱۶۹٫۱	۲۵۶٫۹	۲۴۳٫۴	۸۶٫۴	۵٫۵	۶۸٫۱	۱۱۵٫۹	۷۷٫۴	۰٫۱	۲۶٫۸	۳۸٫۶
۲۰۱۲	۱۲۱۳٫۹	۲۶۷٫۷	۲۷۰٫۶	۸۹٫۳	۷٫۳	۸۰٫۵	۱۲۶٫۲	۶۶٫۱	۰٫۰	۱۰٫۶	۴۷٫۳
۲۰۱۳	۱۴۸۴٫۹	۳۵۲٫۵	۳۱۹٫۲	۱۳۱٫۱	۱۲٫۰	۸۸٫۷	۱۲۹٫۳	۷۰٫۸	۰٫۱	۳۹٫۱	۶۳٫۶
۲۰۱۴	۱۵۴۳٫۸	۳۰۶٫۳	۲۹۵٫۶	۱۹۷٫۸	۲۲٫۵	۶۹٫۷	۱۲۴٫۳	۱۰۶٫۰	۱٫۵	۷۲٫۵	۵۲٫۰
۲۰۱۵	۱۵۰۹٫۰	۳۳۴٫۷	۳۲۷٫۴	۱۲۶٫۸	۳۲٫۱	۷۰٫۲	۱۲۵٫۵	۶۵٫۳	۱۵٫۲	۶۴٫۹	۴۸٫۷
۲۰۱۶	۱۷۱۰٫۸	۳۶۶٫۶	۳۶۹٫۹	۱۲۴٫۸	۳۴٫۴	۸۶٫۱	۱۲۳٫۴	۶۸٫۵	۱۰۶٫۳	۷۳٫۲	۴۹٫۱
۲۰۱۷	۱۶۸۲٫۸	۳۶۶٫۳	۲۴۷٫۶	۱۴۹٫۷	۸۰٫۳	۸۱٫۹	۱۲۲٫۲	۸۱٫۸	۹۳٫۳	۷۴٫۱	۵۰٫۸
۲۰۱۸	۲۰۴۳٫۸	۵۰۱٫۴	۲۸۵٫۵	۱۵۸٫۰	۱۲۶٫۱	۱۲۵٫۶	۱۲۳٫۰	۹۸٫۵	۸۲٫۱	۸۱٫۳	۶۳٫۷
میانگین	۱۱۳۲٫۶	۲۵۴٫۲	۲۲۸٫۴	۷۸٫۷	۲۰٫۱	۵۹٫۸	۹۷٫۳	۵۸٫۱	۱۷٫۷	۵۵٫۳	۴۵٫۳
ضریب نوسان	۰٫۴۲	۰٫۴۱	۰٫۳۹	۰٫۷۵	۱٫۶۹	۰٫۴۷	۰٫۳۰	۰٫۴۶	۲٫۰۷	۰٫۴۷	۰٫۳۴

منبع: ITC, 2020 و نتایج پژوهش *** داده‌ای ثبت نشده است

بررسی روند سهم ارزش صادراتی در جدول ۵ نشان می‌دهد که اسپانیا بطور میانگین با سهم ۲۳/۰۳ درصد، بیشترین سهم ارزشی را نیز نصیب خود کرده و این در حالی است که کمترین نوسان ارزش صادراتی هم مربوط به اسپانیا و پس از آن مکزیک و ایتالیا بوده است. همانگونه که مشخص است برای ایران، نوسان سهم ارزش صادراتی بیش از صادرکنندگان اصلی این محصول نظیر اسپانیا، مکزیک و ایتالیا در بازارهای جهانی است.

جدول ۱۰-۴- سهم ارزشی صادراتی ۱۰ کشور اصلی صادرکننده هندوانه-درصد

صادرکننده	اسپانیا	مکزیک	ایران	مراکش	ایتالیا	آمریکا	هلند	ویتنام	میانمار	یونان
۲۰۰۱	۲۵,۴۲	۱۹,۲۱	۲,۶۷	***	۶,۹۴	۱۰,۲۳	۳,۰۹	***	***	۶,۲۷
۲۰۰۲	۲۶,۷۴	۱۵,۶۸	۲,۲۳	۰,۳۰	۵,۸۳	۱۲,۹۸	۳,۲۴	۰,۰۳	***	۶,۷۳
۲۰۰۳	۳۰,۷۴	۱۷,۶۴	۲,۱۶	۰,۳۴	۶,۰۷	۱۰,۵۹	۳,۷۱	۰,۰۰	***	۵,۰۵
۲۰۰۴	۲۴,۳۴	۲۴,۹۷	۲,۳۹	۰,۱۸	۴,۵۶	۹,۸۶	۵,۳۷	۰,۰۱	***	۴,۲۱
۲۰۰۵	۲۴,۴۲	۲۲,۷۷	۳,۴۹	۰,۴۲	۳,۸۳	۱۱,۲۸	۵,۲۹	۰,۳۸	***	۳,۶۲
۲۰۰۶	۲۳,۱۵	۲۴,۴۲	۳,۴۵	۰,۱۷	۴,۸۹	۹,۲۲	۵,۳۲	۰,۰۰	***	۴,۶۲
۲۰۰۷	۲۰,۸۷	۲۰,۵۲	۴,۸۷	۰,۳۰	۴,۶۲	۹,۸۷	۵,۹۵	۰,۰۰	***	۳,۷۸
۲۰۰۸	۲۰,۲۹	۲۰,۶۶	۳,۴۸	۰,۳۳	۴,۸۳	۸,۵۶	۵,۶۰	۰,۰۰	***	۶,۲۳
۲۰۰۹	۱۸,۷۹	۲۴,۹۰	۶,۲۷	۰,۴۴	۳,۹۸	۸,۴۲	۵,۶۳	۰,۰۰	***	۴,۸۵
۲۰۱۰	۲۲,۲۰	۲۱,۷۴	۷,۴۷	۰,۱۷	۶,۱۹	۸,۲۷	۵,۰۶	۰,۰۱	***	۵,۳۳
۲۰۱۱	۲۱,۹۸	۲۰,۸۲	۷,۳۹	۰,۴۷	۵,۸۳	۹,۹۱	۶,۶۲	۰,۰۱	۲,۲۹	۳,۳۰
۲۰۱۲	۲۲,۰۵	۲۲,۳۰	۷,۳۶	۰,۶۰	۶,۶۳	۱۰,۴۰	۵,۴۵	۰,۰۰	۰,۸۸	۳,۹۰
۲۰۱۳	۲۳,۷۴	۲۱,۵۰	۸,۸۳	۰,۸۱	۵,۹۷	۸,۷۱	۴,۷۷	۰,۰۱	۲,۶۳	۴,۲۸
۲۰۱۴	۱۹,۸۴	۱۹,۱۵	۱۲,۸۱	۱,۴۵	۴,۵۱	۸,۰۵	۶,۸۷	۰,۰۹	۴,۶۹	۳,۳۷
۲۰۱۵	۲۲,۱۸	۲۱,۶۹	۸,۴۰	۲,۱۳	۴,۶۵	۸,۳۲	۴,۳۳	۱,۰۱	۴,۳۰	۳,۲۲
۲۰۱۶	۲۱,۴۳	۲۱,۶۲	۷,۲۹	۲,۰۱	۵,۰۳	۷,۲۱	۴,۰۰	۶,۲۱	۴,۲۸	۲,۸۷
۲۰۱۷	۲۱,۷۷	۱۴,۷۲	۸,۹۰	۴,۷۷	۴,۸۷	۷,۲۶	۴,۸۶	۵,۵۴	۴,۴۰	۳,۰۲
۲۰۱۸	۲۴,۵۳	۱۳,۹۷	۷,۷۳	۶,۱۷	۶,۱۵	۶,۰۲	۴,۸۲	۴,۰۲	۳,۹۸	۳,۱۲
میانگین	۲۳,۰	۲۰,۵	۶,۰	۱,۲	۵,۳	۹,۲	۵,۰	۱,۰	۳,۴	۴,۳
ضریب نوسان	۰,۱۲	۰,۱۶	۰,۵۰	۱,۳۹	۰,۱۷	۰,۱۸	۰,۲۱	۲,۰۴	۰,۳۹	۰,۲۸

منبع: ITC, 2020 و نتایج پژوهش *** داده‌ای ثبت نشده است

در جدول ۶، رتبه ایران در بازارهای جهان بررسی شده است. همانگونه که مشخص است در سال ۲۰۰۱ ایران به لحاظ مقادیر صادراتی جایگاه ۷ را داشته در حالی که این جایگاه در سال ۲۰۱۸ به ۲ رسیده است. مشاهده می‌شود که روند بهبود جایگاه ایران در بازارهای جهانی مشهود بوده است. در مورد ارزش‌های صادراتی نیز ایران از جایگاه ۱۰ در سال ۲۰۰۱ به جایگاه ۳ در سال ۲۰۱۸ ارتقا یافته است.

جدول ۱۰-۵- رتبه ایران در بازارهای جهانی هندوانه

سال	مقدار صادرات	ارزش صادراتی
۲۰۰۱	۷	۱۰
۲۰۰۲	۷	۱۰
۲۰۰۳	۶	۹
۲۰۰۴	۶	۹
۲۰۰۵	۴	۸
۲۰۰۶	۳	۸
۲۰۰۷	۳	۶
۲۰۰۸	۳	۸
۲۰۰۹	۳	۴
۲۰۱۰	۳	۴
۲۰۱۱	۳	۴
۲۰۱۲	۳	۴
۲۰۱۳	۲	۳
۲۰۱۴	۱	۳
۲۰۱۵	۳	۳
۲۰۱۶	۲	۳
۲۰۱۷	۱	۳
۲۰۱۸	۲	۳

منبع: ITC, 2020 و نتایج پژوهش

۱۰-۷- معرفی واردکنندگان بزرگ هندوانه در جهان

بزرگترین واردکنندگان جهانی هندوانه از سال ۲۰۰۱ تا ۲۰۱۸ در جدول ۱۰-۶ مشخص شده است که نشان می‌دهد بزرگترین کشورهای واردکننده هندوانه، آمریکا، آلمان، عراق و کانادا می‌باشند. نکته قابل توجه آن است که از این بین، کشورهای آمریکا و هلند جزو ۱۰ صادرکننده برتر نیز بوده اند. این نتیجه احتمال صادرات مجدد در این کشورها را تقویت کرده و همچنین می‌تواند بیانگر این نکته باشد که برای حضوری موفق در بازارهای جهانی نمی‌توان به دلیل رفع نیاز بازارهای داخلی، بازارهای هدف صادراتی را از دست داد و بخش خصوصی را مجبور به توقف صادرات نمود. حتی اگر لازم باشد در برخی سالها واردات همزمان با صادرات جهت رفع نیازهای داخلی انجام گیرد. چرا که از دست دادن بازارهای صادراتی به دلیل رفع نیازهای داخلی، بازگشت به این بازارها را با وجود رقاباتی قدرتمند در منطقه بسیار دشوار خواهد نمود. شایان ذکر است، به جز عراق و امارات، ایران به سایر کشورهای اصلی واردکننده صادرات قابل توجهی نداشته است. هرچند که ایران به کشورهای نظیر آلمان، هلند، لهستان و انگلستان صادرات محدودی دارد.

جدول ۱۰-۶- سهم مقداری ۱۰ کشور واردکننده اصلی در بازارهای جهانی (درصد)

سال	آمریکا	آلمان	عراق	کانادا	چین	فرانسه	امارات	هلند	لهستان	انگلستان
۲۰۰۱	۱۱,۷۷	۱۶,۷۱	***	۸,۴۶	۱,۳۵	۵,۰۸	***	۲,۴۶	۵,۵۶	۱,۳۳
۲۰۰۲	۱۲,۲۳	۱۲,۴۰	***	۱۰,۶۰	۴,۳۳	۴,۶۵	***	۳,۰۵	۷,۱۴	۱,۶۴
۲۰۰۳	۱۱,۹۳	۱۴,۹۲	***	۸,۱۴	۲,۹۷	۵,۹۷	***	۲,۵۲	۷,۳۵	۱,۸۳
۲۰۰۴	۱۵,۵۱	۱۲,۰۵	***	۷,۶۲	۴,۰۰	۵,۲۷	***	۲,۴۲	۷,۴۸	۱,۹۷
۲۰۰۵	۱۴,۴۰	۱۰,۹۰	***	۸,۰۰	۶,۷۲	۴,۹۹	۳,۹۵	۲,۸۷	۵,۰۷	۲,۰۷
۲۰۰۶	۱۶,۸۰	۱۰,۳۹	***	۸,۷۲	۶,۴۴	۴,۵۵	***	۲,۹۰	۴,۰۷	۲,۳۱
۲۰۰۷	۱۷,۶۲	۷,۶۳	***	۸,۵۸	۷,۱۹	۳,۵۰	۳,۵۷	۲,۹۷	۳,۹۹	۲,۴۳
۲۰۰۸	۱۵,۶۶	۹,۶۵	***	۸,۰۸	۹,۳۵	۳,۷۵	۳,۴۸	۳,۳۲	۴,۳۰	۲,۱۱
۲۰۰۹	۱۶,۳۴	۸,۱۵	***	۶,۹۲	۹,۴۸	۴,۰۲	***	۳,۴۶	۳,۵۶	۱,۸۳
۲۰۱۰	۱۴,۸۲	۱۰,۳۲	***	۶,۴۸	۱۰,۳۴	۳,۶۶	***	۳,۱۴	۳,۲۰	۱,۹۶
۲۰۱۱	۱۶,۹۶	۸,۳۹	***	۷,۵۱	۱۴,۲۵	۳,۸۰	***	۳,۳۵	۳,۴۹	۲,۰۲
۲۰۱۲	۱۶,۹۴	۹,۶۹	***	۷,۲۲	۱۴,۳۶	۳,۸۴	۳,۹۹	۳,۵۵	۳,۱۲	۲,۱۶
۲۰۱۳	۱۸,۹۰	۱۰,۱۶	***	۶,۹۰	۷,۹۹	۳,۵۲	۴,۴۱	۳,۰۹	۳,۴۷	۲,۴۲
۲۰۱۴	۲۱,۵۱	۱۰,۴۵	۳,۶۷	۷,۰۲	۷,۰۵	۳,۹۴	۵,۳۹	۳,۵۰	۳,۵۶	۳,۰۳
۲۰۱۵	۱۹,۸۸	۱۰,۳۶	۱۱,۵۸	۶,۳۳	۵,۶۶	۴,۲۳	۴,۴۹	۳,۲۱	۳,۲۱	۳,۰۷
۲۰۱۶	۱۹,۷۱	۱۰,۱۸	۱۴,۴۹	۵,۹۱	۵,۱۹	۴,۲۷	۳,۸۶	۳,۵۶	۲,۹۹	۳,۳۳
۲۰۱۷	۱۸,۳۸	۱۰,۴۸	۱۳,۳۲	۵,۶۹	۴,۷۸	۴,۷۹	۴,۵۹	۳,۶۷	۳,۲۱	۳,۳۱
۲۰۱۸	۱۷,۴۰	۱۲,۲۶	۱۰,۷۹	۵,۴۸	۵,۲۹	۴,۸۵	۴,۲۴	۴,۱۰	۳,۶۷	۳,۵۳

منبع: ITC, 2020 و نتایج پژوهش *** داده‌ای ثبت نشده است

۱۰-۸- بررسی جایگاه ایران از نظر مقداری و ارزشی در بازار جهانی هندوانه و تغییر جایگاه ایران در کشورهای هدف

نتایج بررسی جایگاه ایران در کشورهای هدف اصلی خود طی سال‌های ۲۰۱۸-۲۰۰۱ نشان می‌دهد که جایگاه مقدار و ارزشی صادراتی ایران در عراق، امارات، ترکیه و افغانستان از ثبات بیشتری برخوردار بوده و توانسته در اکثر سال‌ها رتبه اول را کسب کند. مشخص است که ایران اکثراً در کشورهای هدف اصلی خود به عنوان بزرگترین صادرکننده مطرح می‌شود. ایران در کشورهای کویت، روسیه وضعیت مناسب‌تری در مقادیر صادراتی نسبت به جایگاه ارزشی داشته است که به نوعی بیانگر قیمت‌های پایین‌تر ایران در این کشورها نسبت به رقبا می‌باشد. هرچند ایران در بازارهای درجه اول خود (عراق، امارات، ترکیه و افغانستان) هم به لحاظ مقداری و هم به لحاظ ارزشی در سال‌های اخیر حائز رتبه اول بوده است.

جدول ۱۰-۷- رتبه ایران در مقدار صادرات هندوانه به جهان و بزرگترین بازارهای هدف (۲۰۱۸-۲۰۰۱)

سال	جهان	عراق	امارات	ترکیه	افغانستان	عمان	قطر	کویت	روسیه	رومانی	پاکستان
۲۰۰۱	۷	۱	۱	۱	۱	***	۱	۱	۵	۶	***
۲۰۰۲	۷	۱	۱	۱	۱	***	۱	۲	۵	۸	***
۲۰۰۳	۶	۱	۱	۱	۲	***	۱	۱	۶	۴	***
۲۰۰۴	۶	۱	۱	۱	***	***	۱	۲	۶	۶	***
۲۰۰۵	۴	۲	۱	۱	۲	۱	۲	۲	۵	***	***

بررسی وضعیت صادرات محصولات منتخب کشاورزی ایران.....هندوانه

***	۹	۶	۳	۳	***	۲	۱	۱	۱	۳	۲۰۰۶
***	***	۶	۳	۴	۱	۲	۱	۱	۱	۳	۲۰۰۷
***	۱۴	۹	۴	۴	***	۲	۱	۱	۲	۳	۲۰۰۸
۱	۵	۱۰	۴	***	***	۲	۱	۱	۲	۳	۲۰۰۹
***	۱۱	۱۰	۵	۵	۴	۲	۱	۱	۱	۳	۲۰۱۰
***	۱۰	۶	۴	۵	۲	۲	۱	۱	۱	۳	۲۰۱۱
***	۳	۳	۵	۳	۳	۲	۱	۱	۱	۳	۲۰۱۲
۱	۴	۳	۳	۲	***	۱	۱	۱	۱	۲	۲۰۱۳
۱	۴	۱	۴	۶	۲	۱	۱	۱	۱	۱	۲۰۱۴
۱	۴	۳	۳	۶	۴	۱	۱	۱	۱	۳	۲۰۱۵
۱	۷	۲	۱	۵	۳	۱	۱	۱	۱	۲	۲۰۱۶
۱	۳	۲	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۲۰۱۷
۲	۶	۲	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۲	۲۰۱۸

منبع: ITC, 2020 و نتایج پژوهش *** داده‌ای ثبت نشده است.

جدول ۱۰-۸- رتبه ایران در ارزش صادرات هندوانه به جهان و بزرگترین بازارهای هدف (۲۰۱۸-۲۰۰۱)

سال	جهان	عراق	امارات	ترکیه	افغانستان	عمان	قطر	کویت	روسیه	رومانی	پاکستان
۲۰۰۱	۱۰	۱	۱	۱	۱	***	۲	۳	۷	۵	***
۲۰۰۲	۱۰	۱	۱	۱	۱	***	۲	۳	۵	۹	***
۲۰۰۳	۹	۱	۱	۱	۲	***	۱	۳	۷	۴	***
۲۰۰۴	۹	۱	۱	۱	***	***	۱	۲	۷	۶	***
۲۰۰۵	۸	۱	۱	۱	۲	۱	۲	۲	۶	***	***
۲۰۰۶	۸	۱	۱	۱	۲	***	۴	۲	۸	۷	***
۲۰۰۷	۶	۱	۱	۲	۲	۱	۵	۳	۷	***	***
۲۰۰۸	۸	۱	۱	۴	۲	***	۵	۵	۱۳	۱۶	***
۲۰۰۹	۴	۱	۱	۱	۲	***	***	۴	۱۱	۶	۱
۲۰۱۰	۴	۱	۱	۱	۲	۴	۵	۵	۱۱	۱۰	***
۲۰۱۱	۴	۱	۱	۱	۲	۲	۵	۴	۶	۸	***
۲۰۱۲	۴	۱	۱	۱	۲	۴	۵	۴	۴	۶	***
۲۰۱۳	۳	۱	۱	۱	۱	***	۳	۳	۴	۶	۱
۲۰۱۴	۳	۱	۱	۱	۱	۳	۶	۴	۳	۳	۱
۲۰۱۵	۳	۱	۱	۱	۱	۵	۶	۳	۳	۹	۱
۲۰۱۶	۳	۱	۱	۱	۲	۴	۷	۳	۵	۸	۱
۲۰۱۷	۳	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۳	۷	۷	۱
۲۰۱۸	۳	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۳	۱	۹	۲

منبع: ITC, 2020 و نتایج پژوهش *** داده‌ای ثبت نشده است.

در جدول ۱۰-۹ و ۱۰-۱۰، رتبه مقداری و ارزشی صادرکننده‌های اصلی هندوانه در جهان مشاهده می‌شود. بهبود رتبه ایران و تنزل جایگاه امریکا در بازارهای جهانی مشخص است. همچنین از سال ۲۰۱۳ میانمار ارتقا قابل توجه در جایگاه صادرکنندگان جهانی یافت. ویتنام نیز در سال ۲۰۱۶ و پس از آن ارتقا قابل توجه جایگاه داشته است. مراکش نیز از جایگاه ۳۲ در مقدار و ۲۶ در ارزش صادراتی در سال ۲۰۰۱ به جایگاه ۹ در مقدار و جایگاه ۴ در ارزش صادراتی در سال ۲۰۱۸ دست یافت.

جدول ۱۰-۹- جایگاه مقداری ۱۰ صادرکننده اصلی هندوانه در بازار جهانی

سال	اسپانیا	ایران	مکزیک	ایتالیا	آمریکا	میانمار	یونان	ویتنام	مراکش	گواتمالا
۲۰۰۱	۱	۷	۲	۶	۳	***	۴	***	***	۱۳
۲۰۰۲	۱	۷	۲	۶	۳	***	۴	۵۰	۳۲	۲۴
۲۰۰۳	۱	۶	۲	۵	۴	***	۷	۶۸	۲۷	۲۵
۲۰۰۴	۲	۶	۱	۷	۳	***	۵	۷۱	۳۸	۲۹
۲۰۰۵	۲	۴	۱	۶	۳	***	۵	۲۹	۳۷	۱۹
۲۰۰۶	۲	۳	۱	۷	۴	***	۶	۸۲	۳۹	۲۰
۲۰۰۷	۲	۳	۱	۶	۵	***	۷	۸۰	۳۳	۱۴
۲۰۰۸	۲	۳	۱	۷	۵	***	۶	۷۹	۲۹	۱۵
۲۰۰۹	۲	۳	۱	۸	۴	***	۶	۸۱	۲۹	۹
۲۰۱۰	۲	۳	۱	۷	۶	***	۵	۷۳	۳۹	۹
۲۰۱۱	۲	۳	۱	۵	۴	۱۶	۶	۸۰	۳۴	۹
۲۰۱۲	۲	۳	۱	۵	۴	۱۹	۶	۷۹	۲۹	۸
۲۰۱۳	۳	۲	۱	۵	۴	۷	۶	۷۱	۲۶	۹
۲۰۱۴	۴	۱	۲	۷	۵	۳	۶	۴۳	۱۶	۸
۲۰۱۵	۲	۳	۱	۶	۵	۴	۷	۲۳	۱۱	۸
۲۰۱۶	۳	۲	۱	۴	۵	۸	۷	۶	۱۲	۹
۲۰۱۷	۳	۱	۴	۶	۵	۲	۸	۷	۹	۱۰
۲۰۱۸	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	۸	۹	۱۰

منبع: ITC, 2020 و نتایج پژوهش *** داده‌ای ثبت نشده است

جدول ۱۰-۱-۱۰- جایگاه ارزشی ۱۰ صادرکننده اصلی هندوانه در بازار جهانی

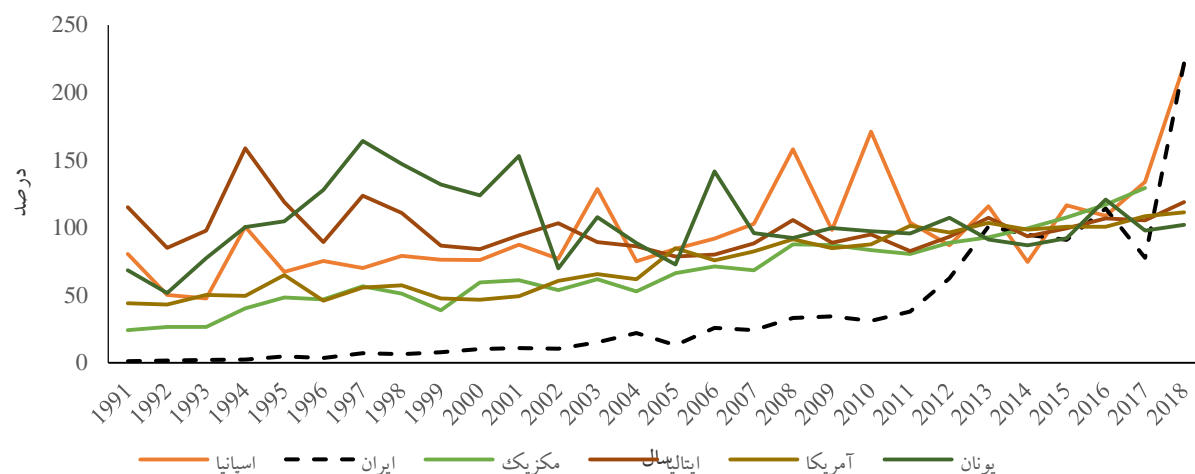
سال	اسپانیا	ایران	مکزیک	ایتالیا	آمریکا	میانمار	یونان	ویتنام	مراکش	گواتمالا
۲۰۰۱	۱	۱۰	۲	۴	۳	***	۵	***	***	۲۶
۲۰۰۲	۱	۱۰	۲	۵	۳	***	۴	۴۷	۲۶	۲۵
۲۰۰۳	۱	۹	۲	۴	۳	***	۵	۷۱	۲۲	۲۷
۲۰۰۴	۲	۹	۱	۶	۳	***	۷	۶۷	۲۸	۳۶
۲۰۰۵	۱	۸	۲	۶	۳	***	۷	۲۵	۲۴	۲۱
۲۰۰۶	۲	۸	۱	۶	۳	***	۷	۸۳	۳۰	۳۶
۲۰۰۷	۱	۶	۲	۷	۳	***	۸	۸۵	۲۷	۱۶
۲۰۰۸	۲	۸	۱	۷	۳	***	۵	۸۱	۲۷	۲۰
۲۰۰۹	۲	۴	۱	۷	۳	***	۶	۸۱	۲۳	۱۱
۲۰۱۰	۱	۴	۲	۵	۳	***	۶	۷۱	۳۳	۱۳
۲۰۱۱	۱	۴	۲	۶	۳	۸	۷	۷۶	۲۴	۱۴
۲۰۱۲	۲	۴	۱	۵	۳	۱۶	۷	۹۰	۲۰	۱۴
۲۰۱۳	۱	۳	۲	۵	۴	۸	۷	۷۰	۱۹	۱۱
۲۰۱۴	۱	۳	۲	۷	۴	۶	۸	۳۹	۱۱	۱۰
۲۰۱۵	۱	۳	۲	۵	۴	۷	۸	۱۶	۹	۱۲
۲۰۱۶	۲	۳	۱	۶	۴	۷	۹	۵	۱۰	۱۳
۲۰۱۷	۱	۳	۲	۶	۴	۹	۱۰	۵	۸	۱۳
۲۰۱۸	۱	۳	۲	۵	۶	۹	۱۰	۸	۴	۱۳

منبع: ITC, 2020 و نتایج پژوهش *** داده‌ای ثبت نشده است

۱۰-۹- بررسی روند تغییر شاخص قیمت تولیدکننده هندوانه در ایران و کشورهای رقیب به عنوان نماینده هزینه تولید هندوانه

۱۰-۹-۱- تحلیل روند شاخص قیمت تولیدکننده در ایران و کشورهای صادرکننده هندوانه

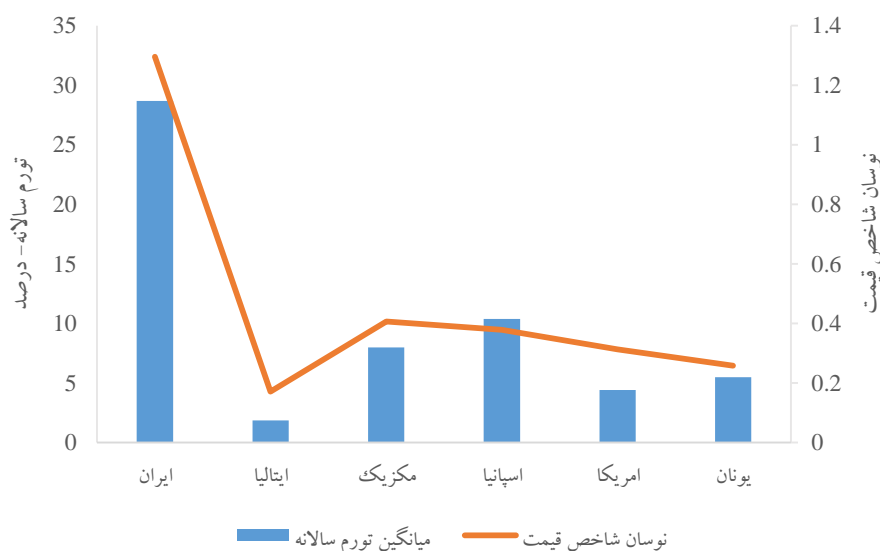
شاخص قیمت تولیدکننده ایران (به قیمت ثابت ۲۰۱۶-۲۰۱۴) طی سال‌های ۲۰۰۱ تا ۲۰۱۸ روند کاملاً صعودی داشته است که این مقدار از سال ۲۰۱۰ به بعد افزایش قابل توجهی داشته است. پس از آن از سال ۲۰۱۳ تا ۲۰۱۷ مجدداً روند شاخص قیمت تولید نوسانی و رو به کاهش بوده اما در سال ۲۰۱۸ این شاخص به رشد ۱۸۴ درصدی نسبت به سال ۲۰۱۷ رسید. بیش از میزان مطلق این شاخص، رشد آن در طی زمان اهمیت دارد که نماینده ای از شاخص تورم در سطح تولید خواهد بود. مشخص است که بزرگترین صادرکنندگان هندوانه در جهان بویژه در سال‌های اخیر به یک همگرایی نسبی در شاخص قیمت تولیدکننده رسیده اند و ایران جز در سال‌های ۲۰۱۳ تا ۲۰۱۶، در سایر سالها از مقادیر شاخص های قیمت تولیدکننده در سایر کشورهای بزرگ صادرکننده اختلاف مشخصی داشته که نشان از تفاوت مشخص وضعیت تولیدکننده در ایران و این کشورها می باشد.



نمودار ۱۰-۹- روندها شاخص قیمت تولید کننده در ایران و بزرگترین صادرکنندگان جهانی (منبع: FAO, 2020)

۱۰-۹-۲- بررسی و مقایسه میانگین تورم سالانه تولید و نوسان شاخص قیمت تولید کننده

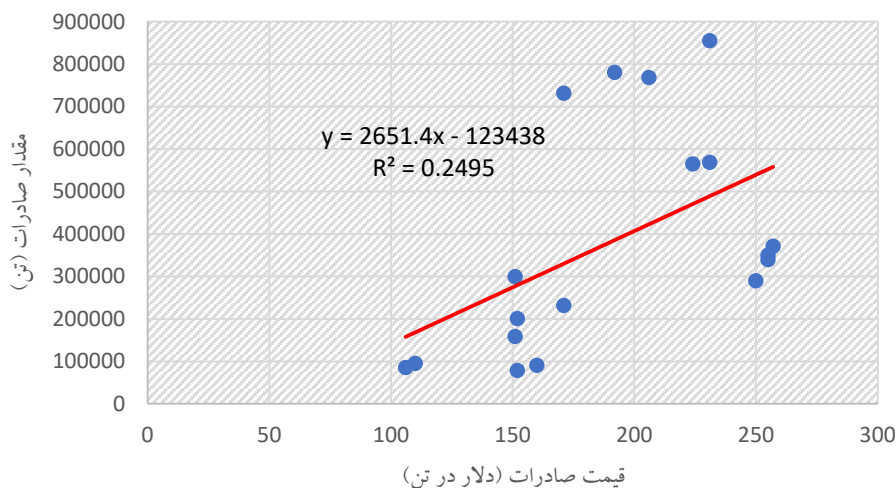
همانگونه که نمودار ۱۰-۱۰ نشان می‌دهد، ایران بیشترین تورم در سطح تولید را بطور میانگین شاهد بوده و نسبت به کشورهای اصلی صادرکننده هندوانه، تورم در سطح تولید کننده برای ایران بسیار قابل توجه می‌باشد. از طرف نوسان شاخص قیمت تولید کننده نیز برای ایران بسیار قابل توجه تر از وضعیت مشابه در کشورهای صادرکننده اصلی بوده است. همین تورم در سطح تولید و نوسان شاخص قیمت تولید کننده می‌تواند تهدیدی برای تولید داخلی و در نهایت صادرات هندوانه باشد.



۱۰-۱۰-۱- مقایسه میانگین تورم تولید و نوسان شاخص قیمت در کشورهای اصلی صادرکننده و ایران

۱۰-۱۰-۲- بررسی ارتباط بین مقادیر صادراتی ایران و قیمت‌های صادراتی در بازارهای جهانی هندوانه

همانگونه که نمودار ۱۰-۱۱ نشان می‌دهد، ارتباط بین قیمت و مقدار صادراتی ایران در بازارهای جهانی به طور کلی مثبت اما ضعیف بوده است به عبارتی نمی‌توان همبستگی قوی بین قیمت صادراتی و مقادیر صادراتی هندوانه ایران مشاهده کرد. لذا می‌توان چنین استنباط نمود که قیمت و مقادیر صادراتی برای صادرکنندگان ایرانی در ارتباط با هم تعیین نمی‌شود.



نمودار ۱۰-۱۱- ارتباط بین قیمت صادراتی و مقدار صادرات هندوانه ایران

۱۰-۱۱- بررسی جایگاه ایران در بازارهای اصلی واردکننده هندوانه و تحلیل مقایسه‌ای قیمت صادراتی ایران در مقابل رقبا در این بازارها

در ادامه وضعیت صادرات ایران در بزرگترین کشورهای واردکننده هندوانه در جهان طی دو سال ۲۰۱۷ و ۲۰۱۸ مورد بررسی قرار گرفت. نتایج نشان داد که ایران در سال ۲۰۱۷ در شش کشور از مجموع ۱۰ کشور واردکننده اصلی حضور داشته است. هرچند که از این کشورها، ایران در عراق و امارات حضور چشمگیرتری داشته و در این و کشور از لحاظ مقادیر و ارزش صادراتی رتبه اول را در سالهای ۲۰۱۷ و ۲۰۱۸ داشته است. در آلمان، هلند، لهستان و انگلستان نیز حضور ایران در زمره کشورهای اصلی صادرکننده نبوده است.

همین عدم حضور جدی در بازار کشورهای اروپایی و عدم تنوع بخشی مناسب در بازارهای صادراتی خود بخشی از نوسان مقادیر و قیمت صادراتی ایران را به همراه خواهد داشت.

جدول ۱۰-۱۱- جایگاه ایران در کشورهای واردکننده اصلی هندوانه

جایگاه قیمت صادراتی ایران		جایگاه مقدار صادرات ایران		جایگاه ارزش صادرات ایران		بزرگترین واردکنندگان
۲۰۱۸	۲۰۱۷	۲۰۱۸	۲۰۱۷	۲۰۱۸	۲۰۱۷	
*	*	*	*	*	*	آمریکا
۱۸	۲۲	۱۳	۱۱	۱۴	۱۱	آلمان
۳	۴	۱	۱	۱	۱	عراق
*	*	*	*	*	*	کانادا
*	*	*	*	*	*	چین
*	*	*	*	*	*	فرانسه

۱۸	۲۷	۱	۱	۱	۱	امارات
۲۴	۱۰	۱۹	۲۱	۱۸	۲۱	هلند
۲۰	۱۲	۱۶	۱۸	۱۴	۱۷	لهستان
۲۰	۱۴	۱۶	۱۳	۱۶	۱۴	انگلستان

منبع: ITC, 2020 و نتایج پژوهش * جزو کشورهای هدف ایران نبوده است

۱۰-۱۲- بررسی جایگاه ایران در بازارهای هدف خود و تحلیل مقایسه‌ای قیمت صادراتی هندوانه در مقابل رقبا در این بازارها

مطابق جدول ۱۰-۱۲ تا ۱۰-۱۴، بررسی جایگاه ایران و رقبا در سال‌های ۲۰۱۶، ۲۰۱۷ و ۲۰۱۸ در بازارها هدف اصلی ایران انجام گرفت. مشخص است که ۹۲/۲ درصد مقادیر صادرات ایران در سال ۲۰۱۶ و ۸۵/۳ درصد مقادیر صادراتی در سال ۲۰۱۷ به دو کشور عراق و امارات صادر می‌شود و در سال ۲۰۱۸ نیز ۸۵/۷ درصد مقادیر صادراتی ایران به سه کشور عراق، امارات و ترکیه صادر می‌شود.

نتایج در سال ۲۰۱۶ نشان می‌دهد که ایران در عراق و امارات رتبه اول مقادیر صادراتی را داشته و با توجه به اینکه ایران حدود ۹۹,۶ درصد هندوانه عراق را تأمین می‌کند، نمی‌توان ترکیه را رقیب ایران در بازار عراق دانست. هرچند که قیمت صادراتی ایران در عراق از قیمت صادراتی ترکیه در عراق نیز بیشتر بوده است.

امارات دومین کشور هدف اصلی ایران بوده که همانگونه که بیان شد، ایران در امارات نیز حائز رتبه اول از لحاظ مقدار صادراتی هندوانه بوده است. ایران ۸۱/۳ درصد بازار امارات را نصیب خود کرده و همچنان مشخص است که رقیب جدی در امارات نداشته است. حدود ۸ درصد واردات امارات توسط هند، حدود ۲,۸ درصد توسط اردن، ۲,۶ درصد توسط مصر، حدود ۲ درصد توسط استرالیا و حدود ۱,۵ درصد توسط مالزی انجام می‌شود. لذا مشخص است که هرچند قیمت ایران از قیمت سایر صادرکنندگان به امارات کمتر بوده اما مقادیر صادراتی ایران قابل قیاس با سایر کشورها نبوده است. البته این قیمت پایین می‌تواند به این دلیل باشد که هندوانه ایرانی از امارات مجدداً به مقاصد نهایی خود ارسال می‌شود و در واقع امارات به عنوان یک پل صادراتی مطرح بوده است. در هر صورت با توجه به سهم بالای ایران در امارات نمی‌توان قیمت‌هایی پایین‌تر صادراتی ایران را نقطه ثغمی برای صادرکننده ایرانی دانست. هرچند می‌توان اختلاف قیمتی با سایر صادرکنندگان را با در نظر گرفتن کشش پذیری بازار امارات کاهش داد.

جدول ۱۰-۱۲- جایگاه ایران در مقایسه با رقبا در مهم‌ترین بازارهای هدف خود در سال ۲۰۱۶

بازار هدف	مقدار صادرات ایران	رتبه مقدار صادرات ایران	قیمت صادراتی ایران	رتبه قیمت صادراتی ایران	قیمت رقبا در ۵ کشور هدف ایران در سال ۲۰۱۶ (دلار/تن)	سهم ایران صادرات (درصد)	سهم از صادرات ایران (درصد)
عراق	۵۵۴۴۲۷	۱	۱۶۹	۲	ترکیه ۱۴۰	۹۹,۶	۷۵,۸
امارات	۱۲۰۳۷۷	۱	۱۸۵	۲۵	هند اردن مصر استرالیا مالزی	۸۱,۳	۱۶,۴

بررسی بازارهای هدف ایران در سال ۲۰۱۷ بیانگر آن است که ایران در عراق و امارات رتبه اول مقدار صادراتی را داشته است. ضمن اینکه صادرات هندوانه ایران به عراق و امارات در مجموع ۸۵/۳ درصد صادرات کا هندوانه ایران را تشکیل می دهد. مهمترین رقیب ایران در عراق ترکیه بوده امامشخص است که بیش از ۹۸ درصد بازار عراق در اختیار ایران بوده و ترکیه تنها سهم کمتر از ۲ درصدی در سال ۲۰۱۷ داشته است. هرچند قیمت صادراتی ایران به عراق نیز از قیمت صادراتی ترکیه به عراق مطلوب تر بوده است. در مورد امارات نیز توضیح سال ۲۰۱۶ در این سال نیز برقرار می باشد. با این تفاوت که در سال ۲۰۱۷ سهم ایران از بازار امارات ۸۴/۲ درصد، سهم هند، استرالیا، مصر، مالزی و اردن نیز به ترتیب ۸، ۲، ۱/۵ و ۱/۱ و ۰/۸ درصد بوده است.

جدول ۱۰-۱۳- جایگاه ایران در مقایسه با رقبا در مهم ترین بازارهای هدف خود در سال ۲۰۱۷

بازار هدف	مقدار صادرات ایران	رتبه مقدار صادرات ایران	قیمت صادراتی ایران	رتبه قیمت صادراتی ایران	قیمت رقبا در ۵ کشور هدف ایران در سال ۲۰۱۷ (دلار/تن)	سهم ایران (درصد)	سهم از صادرات ایران (درصد)
عراق	۵۲۲۵۶۵	۱	۱۹۳	۳	ترکیه ۱۲۲	۹۸,۲	۶۷
امارات	۱۴۳۰۶۵	۱	۱۸۵	۲۷	هند ۳۵۲ استرالیا ۱۱۵۱ مصر ۵۱۸ مالزی ۸۰۶ اردن ۵۷۵	۸۴,۲	۱۸,۳

در نهایت در سال ۲۰۱۸ نتایج نشان می دهد که عراق، امارات و ترکیه بازارهای هدف اصلی صادراتی هندوانه ایران بوده اند و ایران در هر سه کشور به لحاظ مقادیر صادراتی رتبه اول را داشته و مجموع این سه کشور نزدیک ۸۶ درصد سبد صادراتی هندوانه ایران را در سال ۲۰۱۸ تشکیل داده است.

مشابه دو سال گذشته، ایران سهم بالایی از بازار عراق داشته و بش از ۹۸ درصد این بازار در اختیار صادرکنندگان ایرانی بوده است. ترکیه به عنوان مهمترین رقیب ایران در عراق سهمی کمتر از ۲ درصد در بازار عراق داشته و قیمت صادراتی ایران نیز از قیمت ترکیه بیشتر بوده و لذا از هر دو جهت مقدار و قیمت صادرکننده ارانی در بازار عراق از وضعیت مطلوبی برخوردار بوده است. در بازار امارات نیز روند مشابه سال ها گذشته بوده با این تفاوت که در سال ۲۰۱۷ سهم ایران از بازار امارات ۸۴/۲ درصد، سهم هند، استرالیا، اردن، مصر و مالزی به ترتیب ۹/۶، ۲/۳، ۱/۸، ۰/۹ و ۰/۷۵ درصد بوده است.

ایران در بازار ترکیه که سومین کشور هدف اصلی می باشد توانسته جایگاه اول مقدار صادراتی را به خود اختصاص دهد. این در حالی است که ایران ۹۹/۷ درصد بازار ترکیه را نصیب خود کرده و لذا قیمت های پایین تر ایران نسبت به مصر و هلند نمی تواند چالشی برای صادرکننده ایرانی باشد. هرچند که قیمت های صادراتی ایران در ترکیه از قیمت های صادراتی ایران در عراق کمتر بوده و با توجه به اینکه ترکیه در بازار عراق نیز حضور دارد، می تواند این اختلاف قیمتی در بازار ترکیه و عراق با برنامه ریزی صادرکننده

ایرانی کاهش یابد. هرچند قیمت ترکیه در بازار عراق از قیمت خرید ترکیه از ایران کمتر است اما این قیمت‌ها، قیمت‌های میانگین بوده و ممکن است ترکیه در برخی دوره‌ها با خرید ارزان‌تر هندوانه از ایران و صادرات مجدد به عراق با قیمت‌های مناسب‌تر، به دنبال افزایش نفوذ در بازار این کشور باشد.

جدول ۱۰-۱۴- جایگاه ایران در مقایسه با رقبا در مهم‌ترین بازارهای هدف خود در سال ۲۰۱۸

بازار هدف	مقدار صادرات ایران-تن	رتبه مقدار صادرات ایران	قیمت صادراتی ایران	رتبه قیمت صادراتی ایران	قیمت رقبا در ۵ کشور هدف ایران در سال ۲۰۱۸ (دلار/تن)	سهم ایران (درصد)	سهم از صادرات ایران (درصد)
عراق	۴۴۰۴۲۵	۱	۲۱۳	۳	ترکیه ۱۴۱	۹۸,۲	۵۹,۳
امارات	۱۳۹۵۰۸	۱	۲۰۴	۱۷	هند ۳۳۱ استرالیا ۱۲۲۶ اردن ۷۵۳ مصر ۳۶۳ مالزی ۷۵۶	۸۲,۴	۱۸,۱
ترکیه	۶۳۸۶۴	۱	۱۸۴	۳	مصر ۳۹۹ هلند ۶۰۰	۹۹,۷	۸,۳

منبع: ITC, 2020 و نتایج پژوهش

۱۰-۱۳- بررسی روند تغییر کشورهای هدف هندوانه ایران و مقایسه با رقبا

همانگونه که در شکل‌های ۱۰-۱ تا ۱۰-۸ مشخص است، بازار صادراتی ایران در سال ۲۰۰۱ عمدتاً شامل امارات، اکراین و کویت بوده است و از سال ۲۰۰۵ عراق نیز به یکی از کشورهای هدف اصلی تبدیل شده است. همچنین در دو دهه گذشته تعداد کشورهای هدف ایران روند افزایشی داشته است و در سال‌های اخیر ترکیه و روسیه نیز به مشتریان هندوانه ایران تبدیل شده‌اند. اما آنچه مشخص است کشورهای هدف اصلی ایران همچنان دو کشور عراق و امارات بوده که همانگونه که قبلاً بیان شد در سال ۲۰۱۶، ۲۰۱۷ و ۲۰۱۸ در مجموع به ترتیب ۹۲/۲، ۸۵/۳ و ۷۷/۴ درصد صادرات ایران به این دو کشور انجام گرفته است. لذا هرچند در سال‌های اخیر کشورهای دیگری نیز به بازارهای هدف ایران اضافه شده‌اند اما سهم قابل توجهی از سید صادراتی ایران نداشته‌اند.

List of importing markets for a product exported by Iran, Islamic Republic of in 2001

Product : 080711 Fresh watermelons



شکل ۱۰-۱- نقشه کشورهای هدف ایران در سال ۲۰۰۱ (منبع: ITC, 2020)

List of importing markets for a product exported by Iran, Islamic Republic of in 2005

Product : 080711 Fresh watermelons



شکل ۱۰-۲- نقشه کشورهای هدف ایران در سال ۲۰۰۵ (منبع: ITC, 2020)

List of importing markets for a product exported by Iran, Islamic Republic of in 2010

Product : 080711 Fresh watermelons



شکل ۱۰-۳- نقشه کشورهای هدف ایران در سال ۲۰۱۰ (منبع: ITC, 2020)

List of importing markets for a product exported by Iran, Islamic Republic of in 2012

Product : 080711 Fresh watermelons



شکل ۱۰-۴- نقشه کشورهای هدف ایران در سال ۲۰۱۲ (منبع: ITC, 2020)

بررسی وضعیت صادرات محصولات منتخب کشاورزی ایران.....هندوانه

List of importing markets for a product exported by Iran, Islamic Republic of in 2014

Product : 080711 Fresh watermelons



شکل ۱۰-۵- نقشه کشورهای هدف ایران در سال ۲۰۱۴ (منبع: ITC, 2020)

List of importing markets for a product exported by Iran, Islamic Republic of in 2016

Product : 080711 Fresh watermelons

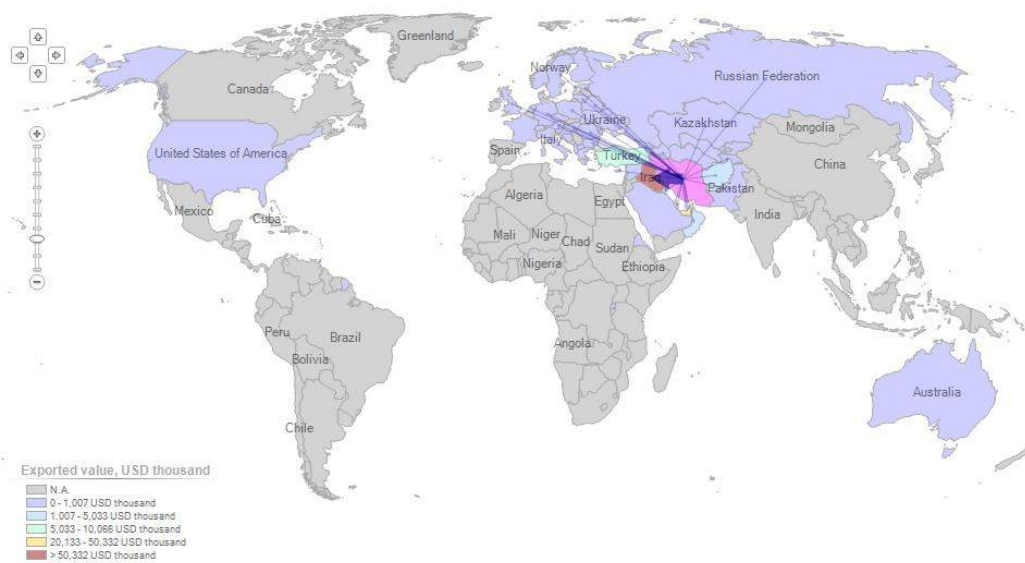


شکل ۱۰-۶- نقشه کشورهای هدف ایران در سال ۲۰۱۶ (منبع: ITC, 2020)

بررسی وضعیت صادرات محصولات منتخب کشاورزی ایران.....هندوانه

List of importing markets for a product exported by Iran, Islamic Republic of in 2017

Product : 080711 Fresh watermelons



شکل ۱۰-۷- نقشه کشورهای هدف ایران در سال ۲۰۱۷ (منبع: ITC, 2020)

List of importing markets for a product exported by Iran, Islamic Republic of in 2018

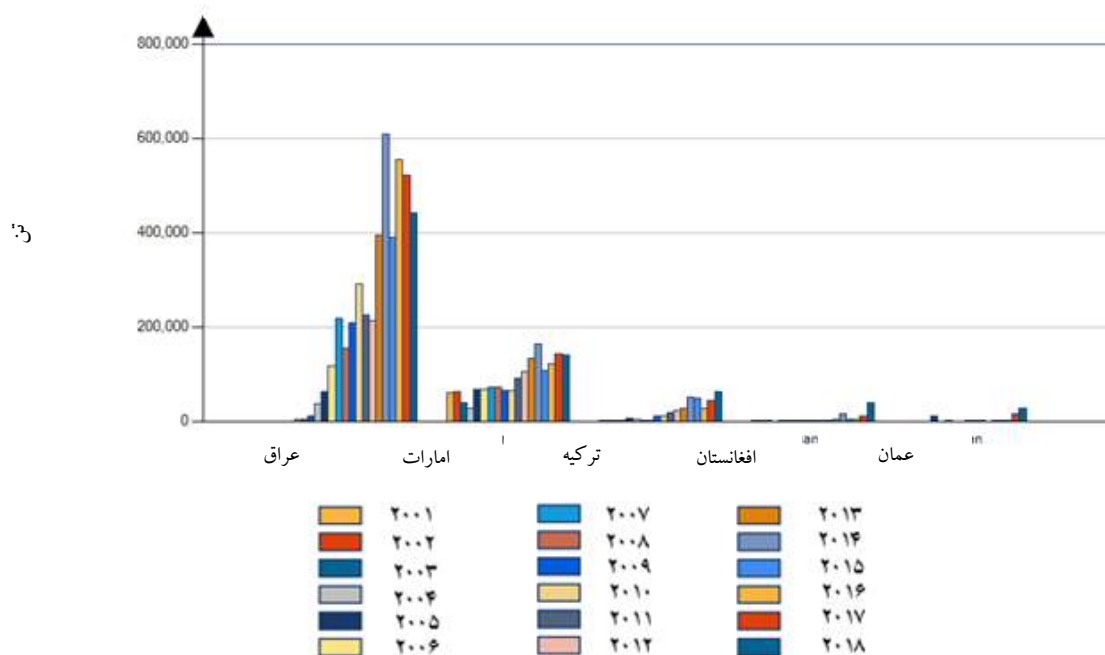
Product : 080711 Fresh watermelons



شکل ۱۰-۸- نقشه کشورهای هدف ایران در سال ۲۰۱۸ (منبع: ITC, 2020)

۱۰-۱۴- بررسی روند کلی تغییر سهم کشورهای هدف صادراتی هندوانه ایران

باتوجه به نمودار ۱۰-۱۲، به طور میانگین بیش از ۵۵ درصد صادرات ایران از سال‌های ۲۰۰۱ تا ۲۰۱۸ به کشور اول صادراتی ایران یعنی عراق اختصاص یافته، مشخص است که عراق به عنوان بزرگترین بازار هدف هندوانه ایران همواره مطرح بوده هرچند که در سال ۲۰۱۴ بیش از ۷۱ درصد هندوانه ایران به عراق صادر شده و پس از آن مجدد با افتی در سال ۲۰۱۵ مواجه شده و در نهایت در سال ۲۰۱۸ حدود ۶۰ درصد هندوانه ایران به این کشور صادر شده است. روند صادرات ایران به امارات و ترکیه نیز با طی نوسان‌هایی بطور کلی صعودی بوده و در افغانستان و عمان نیز در سال‌های اخیر، صادرکنندگان ایرانی هرچند بصورت محدود، حضور یافته اند.

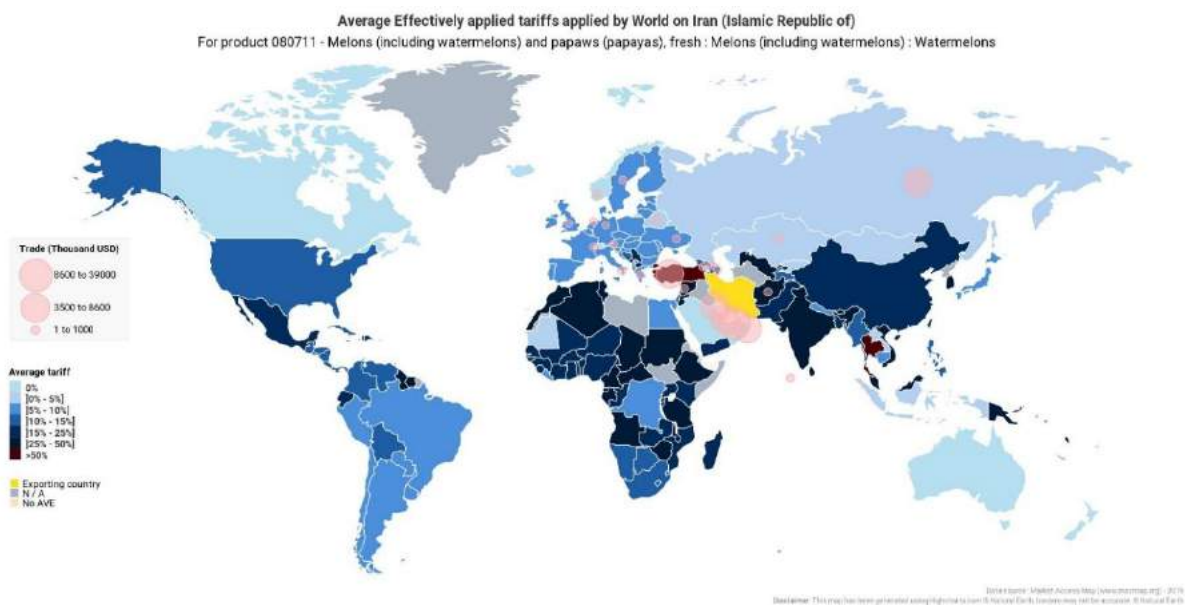


نمودار ۱۰-۱۲- تداوم بازار هندوانه صادراتی در کشورهای هدف ایران (منبع: ITC, 2020)

۱۰-۱۵- نقشه تعرفه وارداتی در کشورهای هدف ایران

در بازارهای اصلی صادراتی ایران بیشترین تعرفه مربوط به کشور ترکیه بوده که برای صادرکننده ایرانی در سال ۲۰۱۸ تعرفه ۸۶/۴ درصدی مواجه بوده که مشخص است که قیمت دریافتی واقعی صادرکننده ایرانی را بطور قابل ملاحظه‌ای کاهش خواهد داد. این تعرفه بالا ناشی از این موضوع است که ترکیه خود صادرکننده این محصول بوده است. البته ترکیه این تعرفه را برای تمام کشورهای صادرکننده به ترکیه در خصوص هندوانه در نظر گرفته است. امارات نیز تعرفه صفر درصدی برای ایران و سایر کشورهای صادرکننده هندوانه به این کشور در وضع کرده است. در مورد عراق نیز هرچند در نقشه‌های آماری جهانی برای تعرفه واردات این کشور وجود ندارد اما با بررسی اطلاعات موجود در اتاق مشترک بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی ایران و عراق مشخص شده که این کشور در همین سال برای میوه‌ها و سبزی‌های خوراکی ایران سهم تعرفه ۱۰ درصد وضع کرده که همانگونه که بیان شد، ایران در عراق تقریباً رقیبی در صادرات هندوانه نداشته است.

بررسی وضعیت صادرات محصولات منتخب کشاورزی ایران.....هندوانه

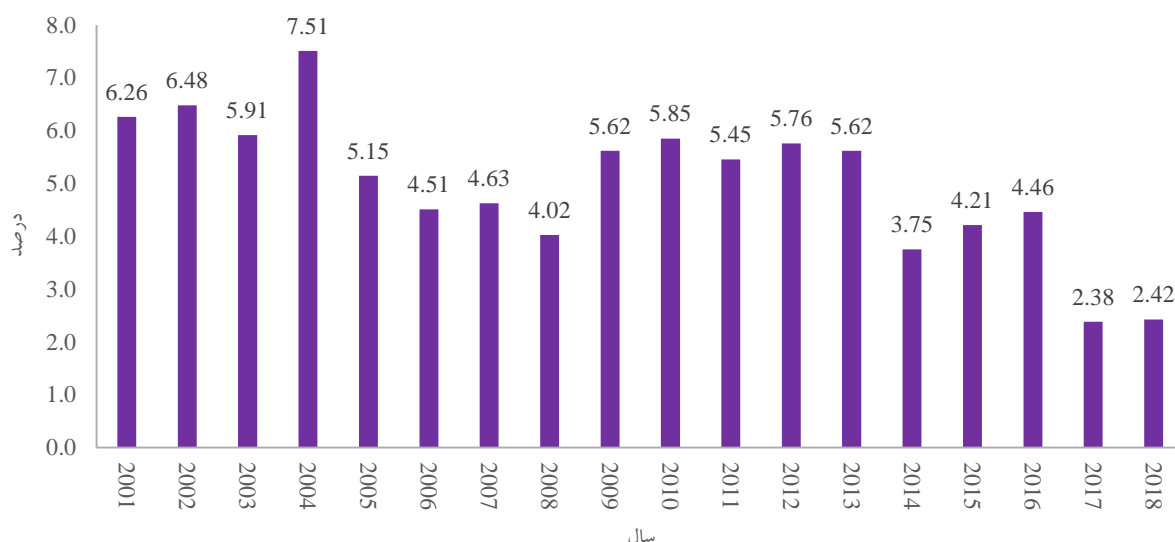


شکل ۱۰-۹- تعرفه کشورهای هدف در صادرات هندوانه ایران (منبع: ITC, 2020)

۱۱- کشمش

۱-۱۱- بررسی سهم کشمش در سبد صادراتی ایران

در ابتدای بحث لازم است سهم سبد صادراتی کشمش (انگور خشک شده) از سبد صادراتی بخش کشاورزی ایران مشخص شود. سهم این کد تعرفه از سبد صادراتی بخش کشاورزی، قابل توجه بوده و نکته مهم آن است که این سهم به لحاظ ارزشی از میزان تقریبی ۶/۲۶ درصد در سال ۲۰۰۴ به ۲/۴۲ درصد در سال ۲۰۱۸ تنزل یافته است. همانگونه که ملاحظه می‌شود، روند کلی سهم صادرات کشمش، نزولی بوده و همراه با نوسان‌های متعددی می‌باشد که بیشترین سهم صادراتی مربوط به سال ۲۰۰۴ با میزان ۷/۵۱ درصد بوده است.



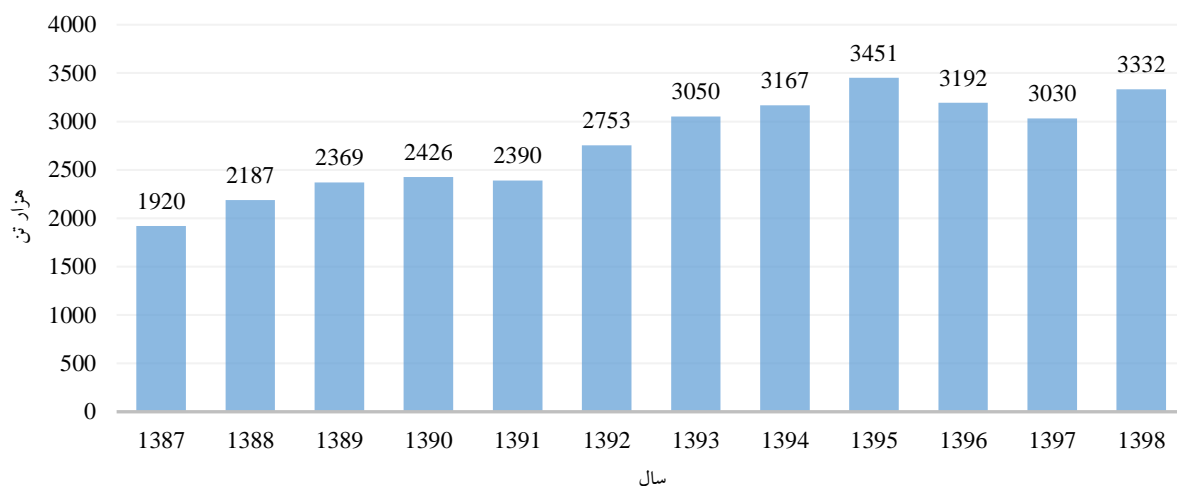
نمودار ۱-۱۱- روند سهم ارزشی صادرات کشمش از سبد محصولات کشاورزی ایران

(منبع: ITC, 2020 و یافته‌های پژوهش)

۱۱-۲- بررسی روند مقدار تولید انگور ایران

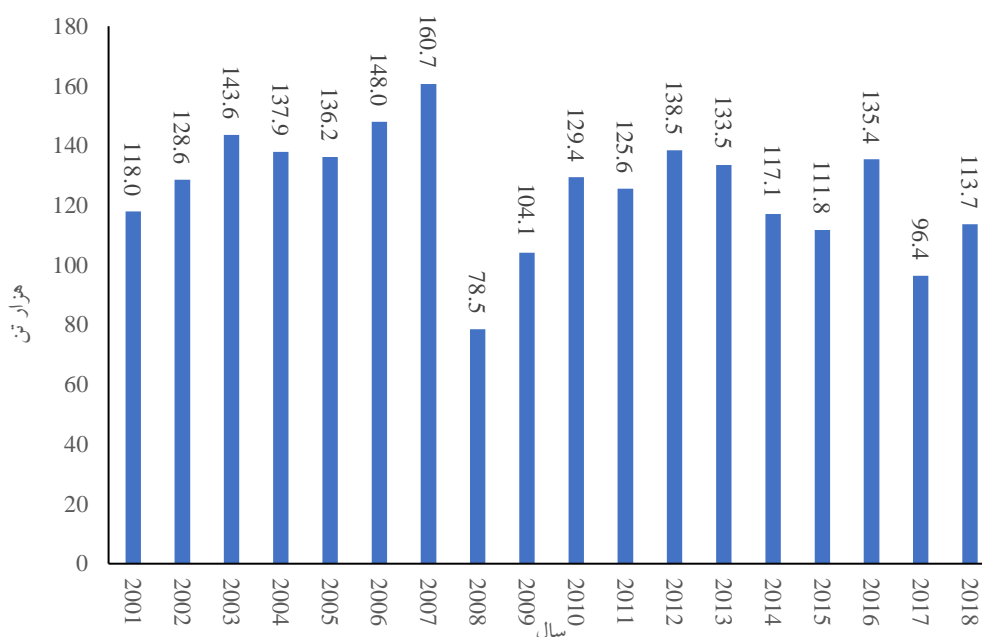
بررسی روند میزان تولید انگور در ایران طی سال‌های ۱۳۸۰ تا ۱۳۹۷ نشان می‌دهد که تولید بطور کلی روندی صعودی داشته است. هرچند که طی سال‌های ۸۶ و ۹۷ کمی افت را تجربه کرده است.

بررسی وضعیت صادرات محصولات منتخب کشاورزی ایران..... کشمش



نمودار ۱۱-۲- روند مقدار تولید انگور ایران (وزارت جهاد کشاورزی، ۱۳۹۸)

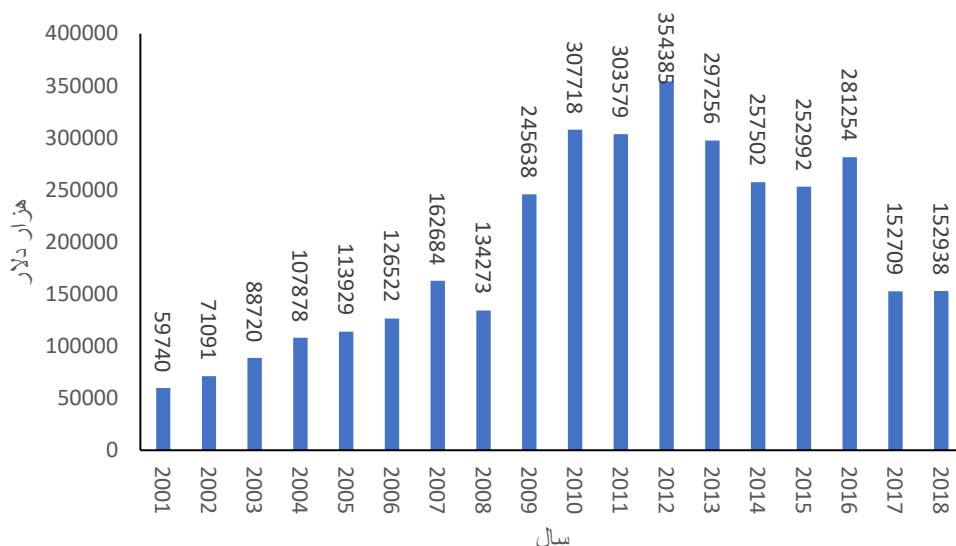
میزان صادرات کشمش در سال ۲۰۰۸ نسبت به سال ۲۰۰۷ با توجه به خشکسالی در سال ۲۰۰۸ در کشور، معادل ۵۱ درصد افت کرده است. روند کلی مقادیر صادرات کشمش ایران نزولی بوده و پس از سال ۲۰۱۲ روند نزولی ادامه یافته است. نوسان مقادیر صادراتی در مورد کشمش کاملاً مشخص بوده که ریسک صادرات ایران در بازارهای جهانی را نشان می دهد.



نمودار ۱۱-۳- روند مقدار صادرات کشمش ایران (منبع: ITC, 2020)

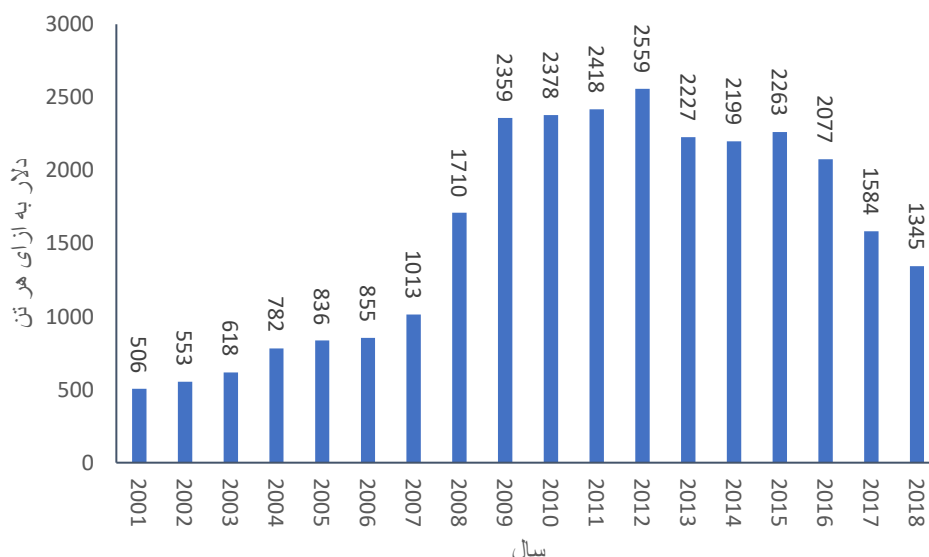
۱۱-۳- بررسی روند ارزش و قیمت صادرات کشمش

ارزش صادراتی ایران تا سال ۲۰۱۲ افزایش یافته اما پس از این سال، روند ارزش صادراتی کشمش ایران نزولی گزارش شده است. بطوریکه در سال ۲۰۱۸، ارزش صادراتی کشمش ایران نسبت به سال ۲۰۱۲ معادل ۵۶/۸ درصد افت کرده است.



نمودار ۱۱-۴- روند ارزش صادرات کشمش ایران (منبع: ITC, 2020)

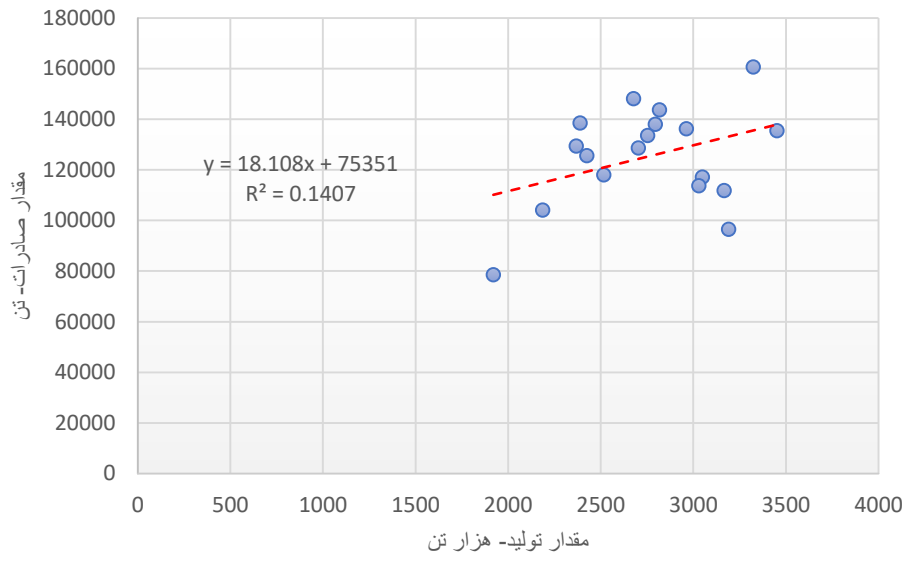
روند قیمت‌های صادراتی کشمش ایران نیز روندی مشابه ارزش صادراتی کشمش داشته و در واقع ارزش صادراتی کشمش بیش از آنکه متأثر از مقادیر صادراتی باشد، از قیمت صادراتی کشمش ایران تأثیر پذیرفته است. بطوریکه تا سال ۲۰۱۲ روند قیمت‌های صادراتی نیز افزایش یافته و پس از این سال روند کاهشی قیمت صادراتی مشخص است. بطوریکه در سال ۲۰۱۸، قیمت صادراتی کشمش ایران نسبت به سال ۲۰۱۲ معادل ۴۷/۴ درصد افت کرده است.



نمودار ۱۱-۵- روند قیمت صادرات کشمش ایران (منبع: ITC, 2020)

۱۱-۴- ارتباط بین مقدار صادرات و مقدار تولید

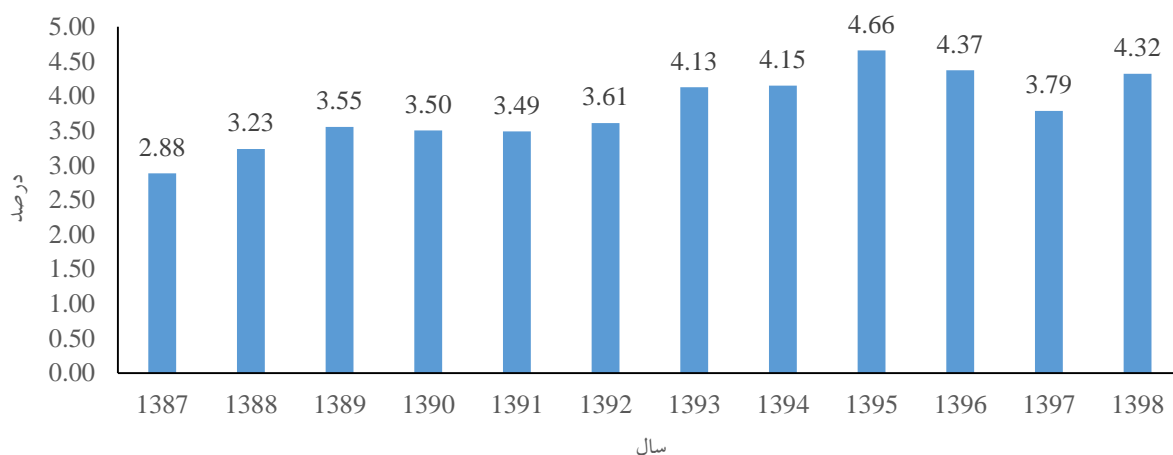
در نمودار ۱۱-۶ مشخص است که ارتباط مثبت مشخصی بین مقدار صادرات کشمش و مقدار تولید انگور ایران وجود ندارد و در واقع افزایش تولید انگور در کشور الزاماً با افزایش صادرات کشمش همراه نبوده است.



نمودار ۱۱-۶- ارتباط مقادیر تولید انگور و صادرات کشمش ایران

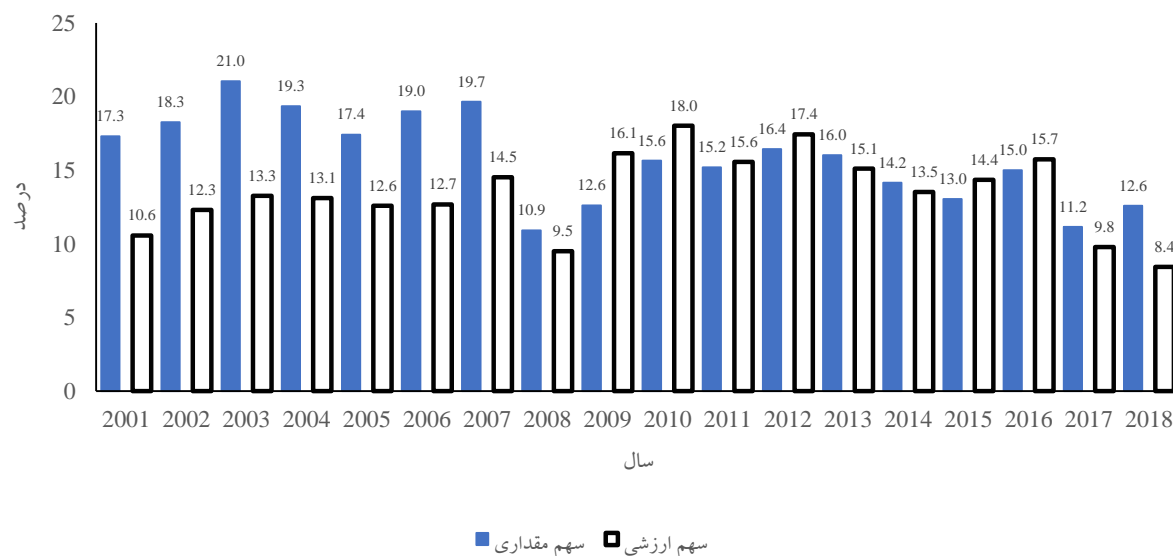
۱۱-۵- مقایسه سهم تولید انگور و سهم صادرات کشمش ایران از جهان

مطابق نمودار ۱۱-۷ مشخص است که سهم ایران از تولید جهانی بطور کلی نوسانی بوده اما روند کلی نزولی داشته است. هرچند که از سال ۱۳۸۷ تا ۱۳۹۵ روند سهم تولید انگور ایران صعودی بوده اما مجدداً از سال ۱۳۹۶ تا ۱۳۹۷ به دلیل کاهش میزان تولید انگور در ایران، نزولی و با افزایش مجدد تولید در سال ۱۳۹۸ مجدداً این سهم صعودی شده است. بیشترین سهم تولید ایران در سال ۱۳۹۵ حدود ۴/۶۶ درصد بوده است.



نمودار ۱۱-۷- روند سهم تولید انگور در جهان (وزارت جهاد کشاورزی، ۱۳۹۸ و FAO, 2020)

بررسی روند سهم مقداری و ارزشی صادرات کشمش ایران در بازارهای جهانی در نمودار ۱۱-۸ نشان می‌دهد که هر دو سهم روند کلی نزولی داشته و سهم مقدار صادرات ایران از حدود ۱۷/۳ در سال ۲۰۰۱ به ۱۲/۶ درصد در سال ۲۰۱۸ و سهم ارزش صادراتی نیز از مقدار حدود ۱۰/۶ در سال ۲۰۰۱ به ۸/۴ درصد در سال ۲۰۱۸ رسیده است. همچنین مشخص است که نوسان سهم مقادیر صادراتی بیشتر از نوسان سهم ارزش صادراتی کشمش بوده است.



نمودار ۱۱-۸- روند سهم مقداری و ارزشی صادرات کشمش ایران در جهان (منبع: ITC, 2020 و یافته‌های پژوهش)

۱۱-۶- بررسی وضعیت صادرکنندگان کشمش و جایگاه ایران

بررسی مقدار صادراتی ۱۰ کشور اول صادراتی کشمش نشان می‌دهد که بزرگترین صادرکننده به لحاظ مقداری، ترکیه و پس از آن ایران و آمریکا بوده‌اند. روند صادرات تقریباً برای تمام این کشورها نوسانی بوده اما برآورد ضریب نوسان نشان می‌دهد که بیشترین نوسان مقادیر صادراتی مربوط به هند و پس از آن مربوط به چین بوده و از آنجا که داده‌های ازبکستان تنها برای دو سال موجود بوده لذا کمترین نوسان در طی دوره مربوط به آمریکا بوده است. در مورد ایران نیز ریسک مقادیر صادراتی بیشتر از ترکیه و آمریکا بوده است.

جدول ۱۱-۱- مقدار صادراتی ۱۰ کشور اصلی صادرکننده انگور خشک- تن

سال	جهان	ترکیه	ایران	آمریکا	ازبکستان	شیلی	آفریقا جنوبی	آرژانتین	افغانستان	چین	هند
۲۰۰۱	۶۸۲,۳۱	۲۲۵,۵۹	۱۱۸,۰۱	۱۴۰,۴۴	***	۳۷,۲۴	۲۴,۰۲	۷,۱۷	***	۱,۲۳	۰,۰۳
۲۰۰۲	۷۰۴,۱۵	۲۰۵,۲۱	۱۲۸,۶۳	۱۵۶,۸۱	***	۳۸,۶۵	۳۳,۴۶	۱۶,۸۰	***	۴,۵۴	۰,۱۹
۲۰۰۳	۶۸۲,۷۴	۱۹۶,۰۰	۱۴۳,۶۳	۱۴۴,۲۵	***	۳۰,۱۸	۳۴,۱۲	۹,۶۷	***	۷,۷۸	۰,۰۵
۲۰۰۴	۷۱۲,۷۸	۲۱۱,۸۹	۱۳۷,۹۲	۱۴۰,۷۹	***	۳۸,۰۵	۲۷,۸۳	۱۸,۱۸	***	۱۲,۱۲	۰,۵۲
۲۰۰۵	۷۸۱,۷۷	۲۲۶,۶۰	۱۳۶,۲۰	۱۵۱,۹۹	***	۵۸,۹۸	۲۱,۹۸	۲۱,۹۷	***	۱۳,۳۹	۰,۲۹
۲۰۰۶	۷۷۸,۶۷	۲۴۴,۲۱	۱۴۸,۰۴	۱۱۶,۵۵	***	۴۶,۲۱	۲۳,۶۳	۱۹,۱۲	***	۲۳,۳۹	۰,۳۳
۲۰۰۷	۸۱۷,۳۹	۲۴۰,۶۰	۱۶۰,۶۵	۱۲۱,۶۲	***	۴۶,۹۱	۴۱,۱۲	۲۸,۹۴	***	۲۵,۷۵	۰,۱۳
۲۰۰۸	۷۱۹,۱۰	۱۹۹,۲۳	۷۸,۵۱	۱۶۲,۶۸	***	۵۰,۰۸	۳۸,۷۳	۲۳,۹۵	***	۳۰,۶۲	۳,۳۷
۲۰۰۹	۸۲۵,۳۷	۲۶۶,۶۹	۱۰۴,۱۲	۱۵۳,۲۰	***	۳۹,۷۲	۲۳,۱۸	۲۲,۱۹	۳۲,۸۱	۴۱,۳۵	۱۶,۶۸
۲۰۱۰	۸۲۷,۰۰	۲۱۲,۶۳	۱۲۹,۳۹	۱۵۷,۷۰	***	۶۳,۶۶	۴۰,۳۸	۲۳,۳۲	۲۴,۰۷	۳۹,۸۵	۳,۷۵
۲۰۱۱	۷۷۸,۲۱	۲۱۴,۰۶	۱۲۵,۵۶	۱۴۸,۳۸	***	۷۰,۲۵	***	۲۹,۲۹	۲۸,۳۵	۴۷,۹۶	۹,۷۹
۲۰۱۲	۸۴۲,۵۹	۲۲۴,۹۵	۱۳۸,۴۷	۱۳۰,۳۷	***	۷۳,۱۲	۲۴,۹۲	۲۹,۲۱	۲۰,۳۱	۳۰,۶۳	۳۳,۲۶
۲۰۱۳	۸۳۳,۰۰	۲۱۶,۱۱	۱۳۳,۵۰	۱۳۳,۶۳	***	۶۷,۱۵	۳۲,۱۹	۲۹,۳۰	۱۸,۷۲	۳۶,۰۱	۳۴,۸۷
۲۰۱۴	۸۲۷,۳۵	۲۲۵,۲۷	۱۱۷,۰۸	۱۵۲,۶۱	***	۶۶,۰۱	۳۵,۰۴	۱۶,۳۲	۳۵,۹۶	۳۰,۲۰	۱۵,۶۸
۲۰۱۵	۸۵۸,۹۹	۲۲۴,۲۷	۱۱۱,۸۰	۱۱۹,۵۵	***	۶۴,۸۴	۵۲,۹۲	۲۹,۷۰	۲۶,۷۷	۲۵,۵۰	۲۱,۹۷
۲۰۱۶	۹۰۲,۸۵	۲۳۶,۱۱	۱۳۵,۴۰	۱۱۸,۸۱	***	۵۸,۱۴	۴۶,۳۹	۳۴,۲۵	۱۹,۱۷	۲۸,۷۷	۳۵,۷۶
۲۰۱۷	۸۶۳,۱۲	۲۶۸,۵۹	۹۶,۴۲	۱۲۶,۸۳	۷۷,۹۰	۵۴,۱۸	۴۹,۰۵	۲۷,۴۵	***	۱۳,۷۹	۲۴,۰۶
۲۰۱۸	۹۰۲,۴۸	۲۷۸,۹۳	۱۱۳,۶۷	۸۵,۳۰	۶۸,۸۹	۶۵,۸۳	۶۱,۲۴	۴۲,۱۵	۳۲,۰۸	۲۳,۷۴	۲۲,۹۷
میانگین	۷۹۶,۷	۲۲۸,۷	۱۲۵,۴	۱۳۶,۸	۷۳,۴	۵۳,۸	۳۵,۹	۲۳,۸	۲۶,۵	۲۴,۳	۱۲,۴
ضریب نوسان	۰,۰۹	۰,۱۰	۰,۱۶	۰,۱۴	۰,۰۹	۰,۲۵	۰,۳۲	۰,۳۶	۰,۲۴	۰,۵۴	۱,۰۸

منبع: ITC, 2020 و نتایج پژوهش *** داده‌ای ثبت نشده است.

همچنین بررسی روند سهم مقادیر صادراتی نیز نشان می‌دهد که این سهم نیز در کشورهای اصلی صادرکننده و ایران نوسانی بوده بطوریکه ترکیه در سال ۲۰۱۸ با سهم حدود ۳۱ درصدی بزرگترین صادرکننده در جهان می‌باشد. برآورد شاخص ضریب نوسان نیز بیانگر آن است که بیشترین نوسان سهم صادراتی نیز به هند تعلق داشته و کمترین ضریب نوسان نیز به ترکیه تعلق دارد. ایران نیز در جایگاه سوم نوسان سهم مقادیر صادراتی قرار دارد.

جدول ۱۱-۲- سهم مقدار صادراتی ۱۰ کشور اصلی صادرکننده انگور خشک-درصد

سال	ترکیه	ایران	آمریکا	ازبکستان	شیلی	آفریقا جنوبی	آرژانتین	افغانستان	چین	هند
۲۰۰۱	۳۳,۰۶	۱۷,۳	۲۰,۵۸	***	۵,۴۶	۳,۵۲	۱,۰۵	***	۰,۱۸	۰
۲۰۰۲	۲۹,۱۴	۱۸,۲۷	۲۲,۲۷	***	۵,۴۹	۴,۷۵	۲,۳۹	***	۰,۶۵	۰,۰۳
۲۰۰۳	۲۸,۷۱	۲۱,۰۴	۲۱,۱۳	***	۴,۴۲	۵	۱,۴۲	***	۱,۱۴	۰,۰۱
۲۰۰۴	۲۹,۳۳	۱۹,۳۵	۱۹,۷۵	***	۵,۳۴	۳,۹	۲,۵۵	***	۱,۷	۰,۰۷
۲۰۰۵	۲۸,۹۹	۱۷,۴۲	۱۹,۴۴	***	۷,۵۴	۲,۸۱	۲,۸۱	***	۱,۷۱	۰,۰۴
۲۰۰۶	۳۱,۳۶	۱۹,۰۱	۱۴,۹۷	***	۵,۹۳	۳,۰۳	۲,۴۶	***	۳	۰,۰۴
۲۰۰۷	۲۹,۴۳	۱۹,۶۵	۱۴,۸۸	***	۵,۷۴	۵,۰۳	۳,۵۴	***	۳,۱۵	۰,۰۲
۲۰۰۸	۲۷,۷۱	۱۰,۹۲	۲۲,۶۲	***	۶,۹۶	۵,۳۹	۳,۳۳	***	۴,۲۶	۰,۴۷
۲۰۰۹	۳۲,۳۱	۱۲,۶۱	۱۸,۵۶	***	۴,۸۱	۲,۸۱	۲,۶۹	۳,۹۸	۵,۰۱	۲,۰۲
۲۰۱۰	۲۵,۷۱	۱۵,۶۵	۱۹,۰۷	***	۷,۷	۴,۸۸	۲,۸۲	۲,۹۱	۴,۸۲	۰,۴۵
۲۰۱۱	۲۷,۵۱	۱۶,۱۳	۱۹,۰۷	***	۹,۰۳	***	۳,۷۶	۳,۶۴	۶,۱۶	۱,۲۶
۲۰۱۲	۲۶,۷	۱۶,۴۳	۱۵,۴۷	***	۸,۶۸	۲,۹۶	۳,۴۷	۲,۴۱	۳,۶۴	۳,۹۵
۲۰۱۳	۲۵,۹۴	۱۶,۰۳	۱۶,۰۴	***	۸,۰۶	۳,۸۶	۳,۵۲	۲,۲۵	۴,۳۲	۴,۱۹
۲۰۱۴	۲۷,۲۳	۱۴,۱۵	۱۸,۴۵	***	۷,۹۸	۴,۲۴	۱,۹۷	۴,۳۵	۳,۶۵	۱,۹
۲۰۱۵	۲۶,۱۱	۱۳,۰۲	۱۳,۹۲	***	۷,۵۵	۶,۱۶	۳,۴۶	۳,۱۲	۲,۹۷	۲,۵۶
۲۰۱۶	۲۶,۱۵	۱۵	۱۳,۱۶	***	۶,۴۴	۵,۱۴	۳,۷۹	۲,۱۲	۳,۱۹	۳,۹۶
۲۰۱۷	۳۱,۱۲	۱۱,۱۷	۱۴,۶۹	۹,۰۳	۶,۲۸	۵,۶۸	۳,۱۸	***	۱,۶	۲,۷۹
۲۰۱۸	۳۰,۹۱	۱۲,۶	۹,۴۵	۷,۶۳	۷,۲۹	۶,۷۹	۴,۶۷	۳,۵۵	۲,۶۳	۲,۵۴
میانگین	۲۸,۸	۱۵,۹	۱۷,۴	۸,۳	۶,۷	۴,۵	۲,۹	۳,۱۵	۳,۰	۱,۵
ضریب نوسان	۰,۰۸	۰,۱۹	۰,۲۰	۰,۱۲	۰,۲۰	۰,۲۷	۰,۳۰	۰,۲۵	۰,۵۴	۱,۰۶

منبع: ITC, 2020 و نتایج پژوهش *** داده‌ای ثبت نشده است.

بررسی ارزش صادراتی ۱۰ کشور اول کشمش نشان می‌دهد که بزرگترین صادرکننده به لحاظ ارزشی نیز ترکیه و پس از آن آمریکا و شیلی بوده‌اند. مشخص است که جایگاه ارزشی ایران نسبت به جایگاه مقداری تنزل یافته و این به دلیل قیمت‌های مناسب‌تر صادرکنندگانی چون شیلی و آمریکا نسبت به ایران بوده است. همچنین بیشترین نوسان ارزش صادراتی از بین کشورهای اصلی صادرکننده، مربوط به چین بوده و و از آنجا که داده‌های ازبکستان تنها برای دو سال موجود بوده لذا کمترین نوسان در طی دوره مربوط به آمریکا بوده است. در مورد ارزش صادراتی نیز نوسان صادرکنندگان ایرانی بیش از میانگین جهانی بوده و در جایگاه هشتم از ۱۰ کشور قرار داشته است.

بررسی وضعیت صادرات محصولات منتخب کشاورزی ایران.....کشمش

جدول ۱۱-۳- ارزش صادراتی ۱۰ کشور اصلی صادرکننده انگور خشک-میلیون دلار

سال	جهان	ترکیه	آمریکا	شیلی	ایران	آفریقا جنوبی	افغانستان	آرژانتین	ازبکستان	یونان	چین
۲۰۰۱	۵۶۴,۷	۱۶۳,۱	۱۴۶,۰	۳۸,۷	۵۹,۷	۲۱,۰	***	۷,۲	***	۴۵,۵	۱,۵
۲۰۰۲	۵۷۷,۳	۱۵۶,۳	۱۵۴,۹	۳۸,۲	۷۱,۱	۲۵,۲	***	۱۲,۱	***	۳۲,۸	۵,۴
۲۰۰۳	۶۶۸,۶	۱۸۴,۰	۱۶۸,۷	۴۵,۵	۸۸,۷	۳۳,۸	***	۸,۸	***	۳۷,۸	۱۰,۸
۲۰۰۴	۸۲۳,۰	۲۳۱,۴	۱۹۷,۸	۵۷,۶	۱۰۷,۹	۳۳,۲	***	۲۱,۰	***	۳۹,۷	۱۸,۴
۲۰۰۵	۹۰۴,۶	۲۳۹,۷	۲۱۳,۶	۸۱,۳	۱۱۳,۹	۳۴,۳	***	۲۷,۱	***	۴۶,۳	۲۱,۸
۲۰۰۶	۹۹۸,۸	۲۸۹,۲	۲۱۱,۱	۸۰,۹	۱۲۶,۵	۳۶,۶	***	۲۴,۵	***	۴۸,۴	۳۰,۹
۲۰۰۷	۱۱۲۰,۴	۳۱۶,۸	۲۱۸,۱	۹۱,۲	۱۶۲,۷	۵۵,۸	***	۳۶,۸	***	۴۰,۲	۳۶,۴
۲۰۰۸	۱۴۱۲,۳	۳۴۹,۵	۳۰۴,۵	۱۳۵,۸	۱۳۴,۳	۵۸,۲	۹۶,۴	۴۱,۰	***	۶۶,۸	۴۷,۲
۲۰۰۹	۱۵۲۱,۵	۴۰۷,۴	۲۹۰,۷	۱۱۸,۹	۲۴۵,۶	۴۵,۸	۵۳,۴	۳۲,۴	***	۷۲,۴	۶۵,۳
۲۰۱۰	۱۷۰۸,۰	۴۱۷,۵	۳۳۱,۶	۱۴۱,۴	۳۰۷,۷	۸۰,۷	۵۲,۵	۴۷,۰	***	۷۱,۳	۷۰,۰
۲۰۱۱	۱۹۵۰,۶	۵۰۶,۵	۴۰۲,۲	۱۶۸,۱	۳۰۳,۶	۴۰,۴	۵۹,۶	۶۱,۹	***	۹۴,۱	۱۰۲,۱
۲۰۱۲	۲۰۳۱,۸	۵۲۰,۲	۳۸۴,۲	۱۷۵,۵	۳۵۴,۴	۶۷,۲	۴۰,۰	۶۳,۳	***	۷۶,۳	۷۳,۹
۲۰۱۳	۱۹۶۸,۴	۴۹۰,۳	۳۸۷,۰	۱۸۹,۱	۲۹۷,۳	۷۸,۲	۳۷,۰	۶۵,۵	***	۵۸,۸	۸۳,۴
۲۰۱۴	۱۹۰۵,۴	۴۷۷,۲	۴۰۹,۷	۱۷۶,۴	۲۵۷,۵	۸۲,۶	۸۰,۶	۳۸,۱	***	۵۵,۳	۷۴,۳
۲۰۱۵	۱۷۶۵,۸	۴۲۹,۰	۳۳۶,۹	۱۳۳,۴	۲۵۳,۰	۱۱۱,۳	۸۰,۲	۴۷,۹	***	۳۹,۸	۵۶,۹
۲۰۱۶	۱۷۸۶,۲	۴۲۶,۱	۳۲۳,۰	۱۱۶,۹	۲۸۱,۳	۹۹,۶	۵۶,۶	۵۳,۴	***	۳۸,۳	۶۲,۲
۲۰۱۷	۱۵۶۰,۴	۴۰۸,۲	۳۰۸,۰	۱۱۶,۶	۱۵۲,۷	۹۹,۸	***	۴۹,۳	۶۱,۶	۴۱,۵	۲۹,۴
۲۰۱۸	۱۸۰۹,۵	۴۹۰,۴	۲۸۴,۰	۱۵۵,۷	۱۵۲,۹	۱۵۱,۷	۹۴,۲	۸۲,۳	۵۸,۸	۵۰,۹	۴۵,۷
میانگین	۱۳۹۳,۲	۳۶۱,۳	۲۸۱,۸	۱۱۴,۵	۱۹۲,۸	۶۴,۲	۶۵,۱	۴۰,۰	۶۰,۲	۵۳,۱	۴۶,۴
ضریب نوسان	۰,۳۷	۰,۳۴	۰,۳۱	۰,۴۳	۰,۴۹	۰,۵۵	۰,۳۳	۰,۵۳	۰,۰۳	۰,۳۲	۰,۶۲

منبع: ITC, 2020 و نتایج پژوهش *** داده‌ای ثبت نشده است.

بررسی روند سهم ارزش صادراتی در جدول ۱۱-۴ نشان می‌دهد که ترکیه بطور میانگین با سهم ۲۶/۳۵ درصد، بیشترین سهم ارزشی را نیز نصیب خود کرده و این در حالی است که کمترین نوسان ارزش صادراتی هم مربوط به همین کشور بوده است. همانگونه که مشخص است برای ایران، نوسان سهم ارزش صادراتی بیش از صادرکنندگان اصلی این محصول نظیر ترکیه، آمریکا و شیلی در بازارهای جهانی است.

جدول ۱۱-۴- سهم ارزشی صادراتی ۱۰ کشور اصلی صادرکننده انگور خشک-درصد

صادرکننده	ترکیه	آمریکا	شیلی	ایران	آفریقا جنوبی	افغانستان	آرژانتین	ازبکستان	یونان	چین
۲۰۰۱	۲۸,۸۸	۲۵,۸۵	۶,۸۶	۱۰,۵۸	۳,۷۲	***	۱,۲۷	***	۸,۰۵	۰,۲۶
۲۰۰۲	۲۷,۰۷	۲۶,۸۲	۶,۶۱	۱۲,۳۱	۴,۳۶	***	۲,۱۰	***	۵,۶۹	۰,۹۴
۲۰۰۳	۲۷,۵۱	۲۵,۲۳	۶,۸۰	۱۳,۲۷	۵,۰۶	***	۱,۳۲	***	۵,۶۶	۱,۶۲
۲۰۰۴	۲۸,۱۲	۲۴,۰۴	۷,۰۰	۱۳,۱۱	۴,۰۴	***	۲,۵۵	***	۴,۸۲	۲,۲۴
۲۰۰۵	۲۶,۵۰	۲۳,۶۱	۸,۹۸	۱۲,۵۹	۳,۷۹	***	۳,۰۰	***	۵,۱۲	۲,۴۱
۲۰۰۶	۲۸,۹۶	۲۱,۱۳	۸,۱۰	۱۲,۶۷	۳,۶۶	***	۲,۴۵	***	۴,۸۴	۳,۰۹
۲۰۰۷	۲۸,۲۸	۱۹,۴۶	۸,۱۴	۱۴,۵۲	۴,۹۸	***	۳,۲۹	***	۳,۵۹	۳,۲۵
۲۰۰۸	۲۴,۷۵	۲۱,۵۶	۹,۶۱	۹,۵۱	۴,۱۲	۶,۸۳	۲,۹۱	***	۴,۷۳	۳,۳۴
۲۰۰۹	۲۶,۷۸	۱۹,۱۱	۷,۸۲	۱۶,۱۴	۳,۰۱	۳,۵۱	۲,۱۳	***	۴,۷۶	۴,۲۹
۲۰۱۰	۲۴,۴۵	۱۹,۴۲	۸,۲۸	۱۸,۰۲	۴,۷۲	۳,۰۸	۲,۷۵	***	۴,۱۷	۴,۱۰
۲۰۱۱	۲۵,۹۶	۲۰,۶۲	۸,۶۲	۱۵,۵۶	۲,۰۷	۳,۰۶	۳,۱۷	***	۴,۸۲	۵,۲۳
۲۰۱۲	۲۵,۶۰	۱۸,۹۱	۸,۶۴	۱۷,۴۴	۳,۳۱	۱,۹۷	۳,۱۲	***	۳,۷۶	۳,۶۴
۲۰۱۳	۲۴,۹۱	۱۹,۶۶	۹,۶۱	۱۵,۱۰	۳,۹۷	۱,۸۸	۳,۳۳	***	۲,۹۹	۴,۲۴
۲۰۱۴	۲۵,۰۵	۲۱,۵۰	۹,۲۶	۱۳,۵۱	۴,۳۴	۴,۲۳	۲,۰۰	***	۲,۹۰	۳,۹۰
۲۰۱۵	۲۴,۲۹	۱۹,۰۸	۷,۵۵	۱۴,۳۳	۶,۳۰	۴,۵۴	۲,۷۱	***	۲,۲۵	۳,۲۲
۲۰۱۶	۲۳,۸۵	۱۸,۰۸	۶,۵۴	۱۵,۷۵	۵,۵۸	۳,۱۷	۲,۹۹	***	۲,۱۴	۳,۴۸
۲۰۱۷	۲۶,۱۶	۱۹,۷۴	۷,۴۷	۹,۷۹	۶,۳۹	***	۳,۱۶	۳,۹۵	۲,۶۶	۱,۸۸
۲۰۱۸	۲۷,۱۰	۱۵,۷۰	۸,۶۰	۸,۴۵	۸,۳۸	۵,۲۰	۴,۵۵	۳,۲۵	۲,۸۱	۲,۵۳
میانگین	۲۶,۳۵	۲۱,۰۸	۸,۰۳	۱۳,۴۸	۴,۵۴	۳,۷۵	۲,۷۱	۳,۶۰	۴,۲۱	۲,۹۸
ضریب نوسان	۰,۰۶	۰,۱۴	۰,۱۳	۰,۲۰	۰,۳۲	۰,۴۰	۰,۲۹	۰,۱۴	۰,۳۵	۰,۴۲

منبع: ITC, 2020 و نتایج پژوهش *** داده‌ای ثبت نشده است.

در جدول ۱۱-۵، رتبه ایران در بازارهای جهان بررسی شده است. همانگونه که مشخص است در سال ۲۰۰۱ ایران به لحاظ مقادیر صادراتی جایگاه ۳ را داشته در حالی که این جایگاه در سال ۲۰۱۸ به ۲ رسیده است. البته همواره رتبه مقادیر صادراتی ایران بین ۲ و ۳ در نوسان بوده است. در مورد ارزش‌های صادراتی نیز ایران از جایگاه ۳ در سال ۲۰۰۱ به جایگاه ۴ در سال ۲۰۱۸ تنزل یافته است. البته در سال‌های گذشته (جز در سال ۲۰۰۸) ایران رتبه ۳ را در ارزش صادراتی داشته است.

جدول ۱۱-۵- رتبه ایران در بازارهای جهانی کشمش

سال	مقدار صادرات	ارزش صادراتی
۲۰۰۱	۳	۳
۲۰۰۲	۳	۳
۲۰۰۳	۳	۳
۲۰۰۴	۳	۳
۲۰۰۵	۳	۳
۲۰۰۶	۲	۳
۲۰۰۷	۲	۳
۲۰۰۸	۳	۴
۲۰۰۹	۳	۳
۲۰۱۰	۳	۲
۲۰۱۱	۳	۳
۲۰۱۲	۲	۳
۲۰۱۳	۳	۳
۲۰۱۴	۳	۳
۲۰۱۵	۳	۲
۲۰۱۶	۲	۳
۲۰۱۷	۳	۳
۲۰۱۸	۲	۴

منبع: ITC, 2020 و نتایج پژوهش

۱۱-۷- معرفی واردکنندگان بزرگ کشمش در جهان

بزرگترین واردکنندگان جهانی کشمش از سال ۲۰۰۱ تا ۲۰۱۸ در جدول ۱۱-۶ مشخص شده است که نشان می‌دهد کشورهای آمریکا و چین علاوه بر اینکه جزو کشورهای اصلی واردکننده بوده‌اند، در گروه کشورهای اصلی صادرکننده نیز می‌باشند. این نتیجه احتمال صادرات مجدد در این کشورها را تقویت کرده و همچنین می‌تواند بیانگر این نکته باشد که اگر لازم باشد در برخی سال‌ها واردات همزمان با صادرات جهت رفع نیازهای داخلی انجام گیرد. چرا که از دست دادن بازارهای صادراتی به دلیل رفع نیازهای داخلی، بازگشت به این بازارها را با وجود رقاباتی قدرتمند در منطقه بسیار دشوار خواهد نمود.

جدول ۱۱-۶- سهم مقداری ۱۰ کشور واردکننده اصلی در بازارهای جهانی (درصد)

سال	انگلستان	آلمان	هلند	آمریکا	چین	ژاپن	قزاقستان	فرانسه	برزیل	کانادا
۲۰۰۱	۱۵,۴۵	۱۰,۱۴	۶,۶۷	۱,۸۰	۰,۱۹	۴,۲۳	۰,۰۱	۳,۴۷	۲,۴۷	۴,۶۰
۲۰۰۲	۱۵,۳۷	۱۰,۷۴	۶,۴۳	۲,۱۱	۰,۷۵	۴,۴۷	۰,۰۱	۳,۸۴	۱,۹۹	۴,۵۱
۲۰۰۳	۱۵,۱۷	۹,۷۱	۶,۵۵	۱,۵۵	۱,۱۴	۴,۲۶	۰,۰۱	۳,۴۳	۲,۱۵	۴,۹۲
۲۰۰۴	۱۴,۷۰	۱۰,۴۰	۶,۲۶	۱,۴۴	۱,۴۳	۴,۵۰	۰,۰۰	۳,۳۱	۲,۲۱	۴,۵۱
۲۰۰۵	۱۵,۱۶	۱۰,۰۸	۵,۸۳	۳,۶۷	۱,۵۰	۴,۰۴	۰,۰۰	۳,۵۳	۲,۰۸	۴,۲۳
۲۰۰۶	۱۴,۶۸	۹,۸۷	۶,۱۴	۲,۷۳	۱,۳۸	۳,۶۲	۰,۰۱	۳,۱۷	۲,۴۵	۴,۴۰
۲۰۰۷	۱۴,۴۶	۹,۷۱	۷,۰۴	۳,۴۰	۱,۴۸	۳,۸۴	۰,۰۱	۳,۲۹	۲,۲۶	۴,۰۴
۲۰۰۸	۱۴,۴۳	۹,۶۷	۶,۰۸	۲,۷۰	۱,۵۳	۳,۷۲	۰,۰۱	۳,۱۱	۲,۴۶	۳,۸۲
۲۰۰۹	۱۴,۲۶	۹,۰۸	۵,۸۱	۲,۴۳	۱,۴۴	۳,۳۵	۰,۰۴	۳,۰۰	۲,۷۹	۳,۷۸
۲۰۱۰	۱۴,۴۶	۹,۵۷	۶,۳۹	۲,۵۹	۱,۶۳	۳,۵۸	۰,۳۹	۳,۱۰	۳,۰۵	۳,۹۳
۲۰۱۱	۱۴,۱۱	۹,۹۳	۷,۰۷	۲,۱۳	۲,۵۰	۳,۵۹	۱,۱۸	۲,۹۰	۲,۹۴	۳,۴۴
۲۰۱۲	۱۳,۷۱	۹,۲۵	۶,۸۵	۱,۹۲	۲,۷۴	۳,۵۲	۱,۶۲	۲,۸۶	۳,۰۲	۳,۴۰
۲۰۱۳	۱۳,۶۳	۹,۴۹	۷,۳۱	۱,۸۶	۲,۳۷	۳,۵۸	۰,۹۲	۲,۹۹	۲,۹۳	۳,۲۳
۲۰۱۴	۱۳,۷۸	۹,۲۷	۷,۳۴	۱,۶۹	۲,۷۶	۳,۶۲	۲,۷۷	۲,۹۸	۲,۹۰	۳,۳۹
۲۰۱۵	۱۲,۵۲	۹,۲۵	۶,۹۰	۲,۶۸	۴,۰۶	۳,۷۳	۴,۷۲	۲,۹۷	۲,۹۰	۲,۹۸
۲۰۱۶	۱۱,۹۶	۸,۷۷	۵,۷۳	۲,۲۰	۴,۱۴	۳,۵۸	۵,۹۹	۲,۹۴	۳,۰۷	۲,۹۳
۲۰۱۷	۱۲,۱۰	۸,۸۳	۶,۲۰	۲,۰۹	۳,۷۸	۴,۳۵	۴,۷۳	۳,۳۰	۲,۸۹	۳,۰۴
۲۰۱۸	۱۱,۰۳	۸,۶۰	۶,۰۹	۵,۳۷	۴,۱۹	۳,۹۴	۳,۲۴	۳,۰۸	۲,۹۳	۲,۷۹

منبع: ITC, 2020 و نتایج پژوهش

۱۱-۸- بررسی جایگاه ایران از نظر مقداری و ارزشی در بازار جهانی کشمش و تغییر جایگاه ایران در

کشورهای هدف

نتایج بررسی جایگاه ایران در کشورهای هدف اصلی خود طی سال‌های ۲۰۱۸-۲۰۰۱ نشان می‌دهد که جایگاه مقدار و ارزشی صادراتی ایران در کشورهای هدف خود عمدتاً جایگاه مناسبی بوده و در کشورهای فعلی هدف، رقبای محدودی داشته است. این رقبا در بازار اسپانیا، الجزایر و قزاقستان به لحاظ مقداری و در کشورهای پاکستان، اسپانیا و الجزایر به لحاظ ارزش صادرات نمود بیشتری داشته‌اند.

بررسی وضعیت صادرات محصولات منتخب کشاورزی ایران.....کشمش

جدول ۱۱-۷-رتبه ایران در مقدار صادرات کشمش به جهان و بزرگترین بازارهای هدف (۲۰۰۱-۲۰۱۸)

سال	جهان	امارات	عراق	ترکیه	قزاقستان	روسیه	اکراین	پاکستان	اسپانیا	الجزایر	رومانی
۲۰۰۱	۳	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۵	۵	۱
۲۰۰۲	۳	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۴	۲	۱
۲۰۰۳	۳	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۴	۱	۱
۲۰۰۴	۳	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۴	۱	۱
۲۰۰۵	۳	۱	۱	۲	۱	۱	۱	۱	۳	۲	۱
۲۰۰۶	۲	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۳	۱	۱
۲۰۰۷	۲	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۳	۳	۱
۲۰۰۸	۳	۱	۱	۲	۱	۱	۱	۲	۶	۳	۱
۲۰۰۹	۳	۱	۱	۲	***	۱	۱	۲	۵	۴	۱
۲۰۱۰	۳	۱	۱	۱	۳	۱	۱	۱	۳	۲	۱
۲۰۱۱	۳	۱	۱	۱	۲	۱	۱	۱	۲	۳	۱
۲۰۱۲	۲	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۲	۵	۱
۲۰۱۳	۳	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۳	۲	۱
۲۰۱۴	۳	۱	۱	۱	۱	۲	۱	۱	۲	۲	۱
۲۰۱۵	۳	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۲	۱
۲۰۱۶	۲	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۲	۱	۱
۲۰۱۷	۳	۱	۱	۲	۲	۱	۱	۱	۲	۲	۱
۲۰۱۸	۲	۱	۱	۱	۲	۱	۱	۱	۲	۲	۱

منبع: ITC, 2020 و نتایج پژوهش *** داده‌ای ثبت نشده است.

بررسی وضعیت صادرات محصولات منتخب کشاورزی ایران.....کشمش

جدول ۱۱-۸- رتبه ایران در ارزش صادرات کشمش به جهان و بزرگترین بازارهای هدف (۲۰۰۱-۲۰۱۸)

سال	جهان	امارات	عراق	ترکیه	قزاقستان	روسیه	اکراین	پاکستان	اسپانیا	الجزایر	رومانی
۲۰۰۱	۳	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۸	۵	۱
۲۰۰۲	۳	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۴	۳	۱
۲۰۰۳	۳	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۶	۱	۱
۲۰۰۴	۳	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۶	۱	۱
۲۰۰۵	۳	۱	۱	۲	۱	۱	۱	۱	۴	۳	۱
۲۰۰۶	۲	۱	۱	۱	۲	۱	۱	۱	۴	۲	۱
۲۰۰۷	۲	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۳	۲	۱
۲۰۰۸	۳	۱	۱	۳	۱	۱	۱	۳	۶	۳	۱
۲۰۰۹	۳	۱	۱	۲	***	۱	۱	۲	۵	۳	۱
۲۰۱۰	۳	۱	۱	۱	۳	۱	۱	۱	۳	۲	۱
۲۰۱۱	۳	۱	۱	۱	۲	۱	۱	۱	۲	۱	۱
۲۰۱۲	۲	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۲	۴	۱
۲۰۱۳	۳	۱	۱	۱	۱	۲	۱	۱	۲	۲	۱
۲۰۱۴	۳	۱	۱	۱	۱	۲	۱	۱	۲	۲	۱
۲۰۱۵	۳	۱	۱	۱	۱	۲	۱	۲	۱	۱	۱
۲۰۱۶	۲	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۲	۱	۱	۱
۲۰۱۷	۳	۱	۱	۱	۲	۱	۱	۱	۲	۲	۱
۲۰۱۸	۲	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۲	۲	۲	۱

منبع: ITC, 2020 و نتایج پژوهش *** داده‌ای ثبت نشده است.

در جدول ۱۱-۹ و ۱۱-۱۰، رتبه مقداری و ارزشی صادرکننده‌های اصلی کشمش در جهان مشاهده می‌شود. ثبات رتبه کشورهای اصلی صادرکننده جهانی یعنی ترکیه، ایران، آمریکا و شیلی کاملاً مشخص بوده و ترکیه همواره در جایگاه اول می‌باشد و ایران با آمریکا در تصاحب جایگاه دوم مقداری در رقابت بوده اما به لحاظ رتبه ارزشی آمریکا همواره در جایگاه دوم بوده و ایران گاه با شیلی در تصاحب جایگاه سوم در رقابت بوده که نشان از قیمت‌های پایین‌تر ایران در مقایسه با رقبایی مانند امریکاست.

جدول ۱۱-۹- جایگاه مقداری ۱۰ صادرکننده اصلی انگور خشک در بازار جهانی

سال	ترکیه	ایران	آمریکا	ازبکستان	شیلی	آفریقا جنوبی	آرژانتین	افغانستان	چین	هند
۲۰۰۱	۱	۳	۲	***	۵	۶	۹	***	۱۸	۴۶
۲۰۰۲	۱	۳	۲	***	۴	۵	۷	***	۱۲	۳۳
۲۰۰۳	۱	۳	۲	***	۵	۴	۹	***	۱۱	۴۱
۲۰۰۴	۱	۳	۲	***	۴	۵	۷	***	۸	۲۵
۲۰۰۵	۱	۳	۲	***	۴	۶	۷	***	۹	۳۳
۲۰۰۶	۱	۲	۳	***	۴	۶	۸	***	۷	۳۲
۲۰۰۷	۱	۲	۳	***	۴	۵	۶	***	۷	۳۸
۲۰۰۸	۱	۳	۲	***	۴	۵	۸	***	۶	۱۴
۲۰۰۹	۱	۳	۲	***	۵	۸	۹	۶	۴	۱۰
۲۰۱۰	۱	۳	۲	***	۴	۵	۹	۸	۶	۱۵
۲۰۱۱	۱	۳	۲	***	۴	***	۷	۸	۵	۱۱
۲۰۱۲	۱	۲	۳	***	۴	۹	۸	۱۰	۶	۵
۲۰۱۳	۱	۳	۲	***	۴	۷	۸	۱۰	۵	۶
۲۰۱۴	۱	۳	۲	***	۴	۶	۹	۵	۷	۱۰
۲۰۱۵	۱	۳	۲	***	۴	۵	۶	۷	۸	۱۰
۲۰۱۶	۱	۲	۳	***	۴	۵	۷	۱۰	۸	۶
۲۰۱۷	۱	۳	۲	۴	۵	۶	۷	***	۱۰	۸
۲۰۱۸	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	۸	۹	۱۰

منبع: ITC, 2020 و نتایج پژوهش *** داده‌ای ثبت نشده است.

جدول ۱۱-۱۰- جایگاه ارزشی ۱۰ صادرکننده اصلی انگور خشک در بازار جهانی

سال	ترکیه	ایران	آمریکا	ازبکستان	شیلی	آفریقا جنوبی	آرژانتین	افغانستان	چین	هند
۲۰۰۱	۱	۳	۲	***	۵	۶	۱۰	***	۱۸	۴۱
۲۰۰۲	۱	۳	۲	***	۴	۶	۷	***	۱۲	۲۷
۲۰۰۳	۱	۳	۲	***	۴	۶	۱۱	***	۱۰	۳۸
۲۰۰۴	۱	۳	۲	***	۴	۶	۷	***	۸	۲۸
۲۰۰۵	۱	۳	۲	***	۴	۶	۷	***	۸	۳۴
۲۰۰۶	۱	۳	۲	***	۴	۶	۸	***	۷	۳۴
۲۰۰۷	۱	۳	۲	***	۴	۵	۷	***	۸	۴۳
۲۰۰۸	۱	۴	۲	***	۳	۷	۹	۵	۸	۱۸
۲۰۰۹	۱	۳	۲	***	۴	۸	۹	۷	۶	۱۰
۲۰۱۰	۱	۳	۲	***	۴	۵	۹	۸	۷	۱۶
۲۰۱۱	۱	۳	۲	***	۴	***	۷	۸	۵	۱۴
۲۰۱۲	۱	۳	۲	***	۴	۷	۸	۱۰	۶	۹
۲۰۱۳	۱	۳	۲	***	۴	۶	۷	۱۱	۵	۹
۲۰۱۴	۱	۳	۲	***	۴	۵	۹	۶	۷	۱۳
۲۰۱۵	۱	۳	۲	***	۴	۵	۸	۶	۷	۱۲
۲۰۱۶	۱	۳	۲	***	۴	۵	۸	۷	۶	۹
۲۰۱۷	۱	۳	۲	۶	۴	۵	۷	***	۱۰	۹
۲۰۱۸	۱	۴	۲	۸	۳	۵	۷	۶	۱۰	۱۱

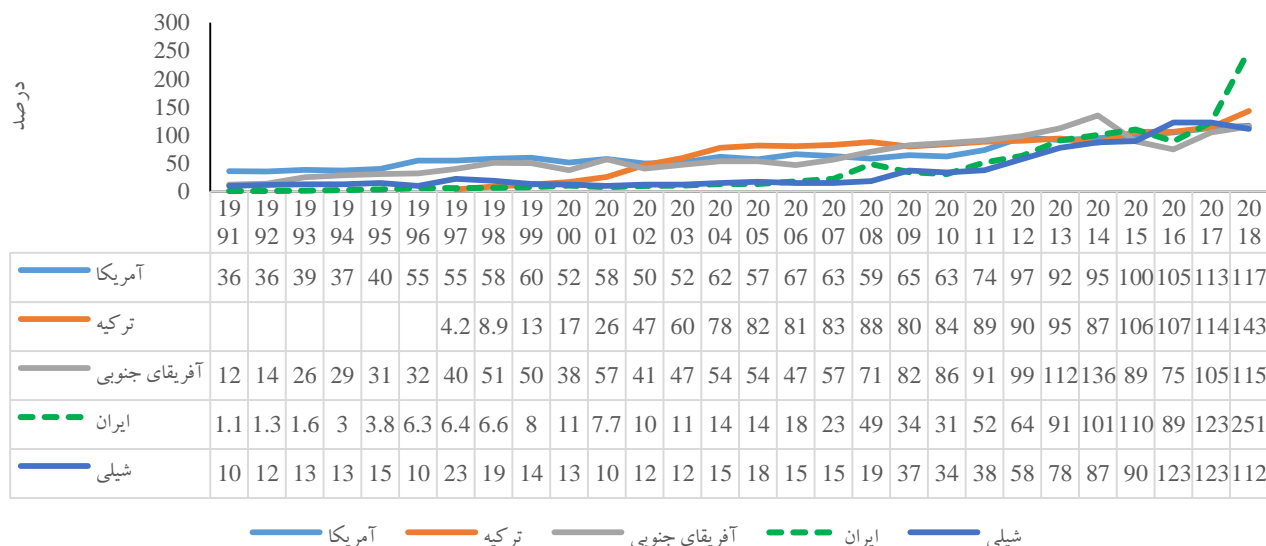
منبع: ITC, 2020 و نتایج پژوهش *** داده‌ای ثبت نشده است.

۱۱-۹- بررسی روند تغییر شاخص قیمت تولیدکننده انگور در ایران و کشورهای رقیب

۱۱-۹-۱- تحلیل روند شاخص قیمت تولیدکننده در ایران و کشورهای صادرکننده انگور

شاخص قیمت تولیدکننده ایران (به قیمت ثابت ۲۰۱۶-۲۰۱۴) طی سال‌های ۲۰۰۱ تا ۲۰۱۸ روند کاملاً صعودی داشته است که این مقدار از سال ۲۰۱۰ به بعد افزایش قابل توجهی داشته است. بیشترین اختلاف شاخص قیمت تولیدکننده در ایران در مقایسه با صادرکنندگان بزرگ جهانی در سال‌های پایانی یعنی ۲۰۱۶ به بعد بوده است. بیش از میزان مطلق این شاخص، رشد آن در طی زمان اهمیت دارد که نماینده‌ای از شاخص تورم در سطح تولید خواهد بود که در ادامه به آن پرداخته خواهد شد.

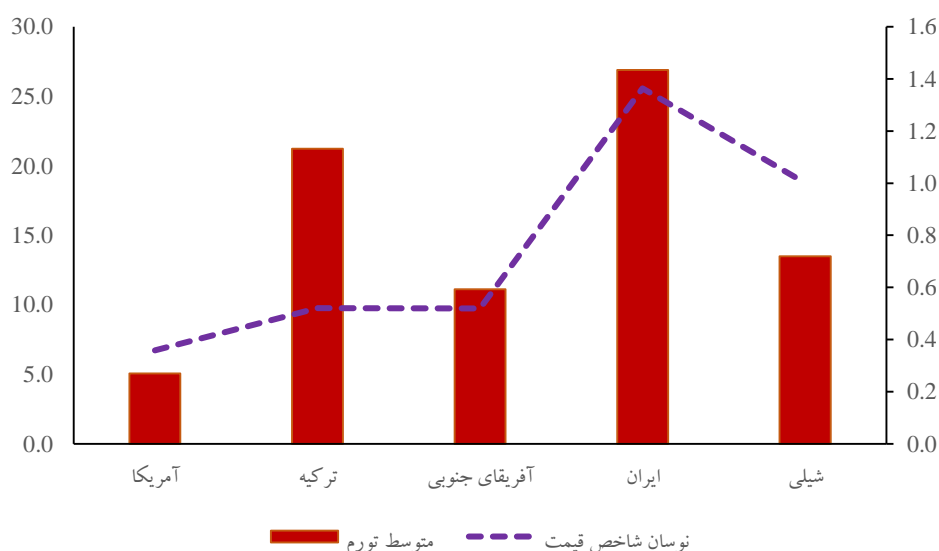
بررسی وضعیت صادرات محصولات منتخب کشاورزی ایران..... کشمش



نمودار ۱۱-۹- روندها شاخص قیمت تولید کننده در ایران و بزرگترین صادرکنندگان جهانی (منبع: FAO, 2020)

۱۱-۹-۲- بررسی و مقایسه میانگین تورم سالانه تولید و نوسان شاخص قیمت تولید کننده

همانگونه که نمودار ۱۱-۱۰ نشان می‌دهد، ایران بیشترین تورم در سطح تولید را بطور میانگین شاهد بوده و نسبت به کشورهای اصلی صادرکننده کشمش، تورم در سطح تولید کننده برای ایران بیشتر می‌باشد. از طرف دیگر نوسان شاخص قیمت تولید کننده نیز برای ایران بسیار قابل توجه تر از وضعیت مشابه در کشورهای صادرکننده اصلی بوده است. همین تورم در سطح تولید و نوسان شاخص قیمت تولید کننده می‌تواند تهدیدی برای تولید داخلی و در نهایت صادرات کشمش باشد.

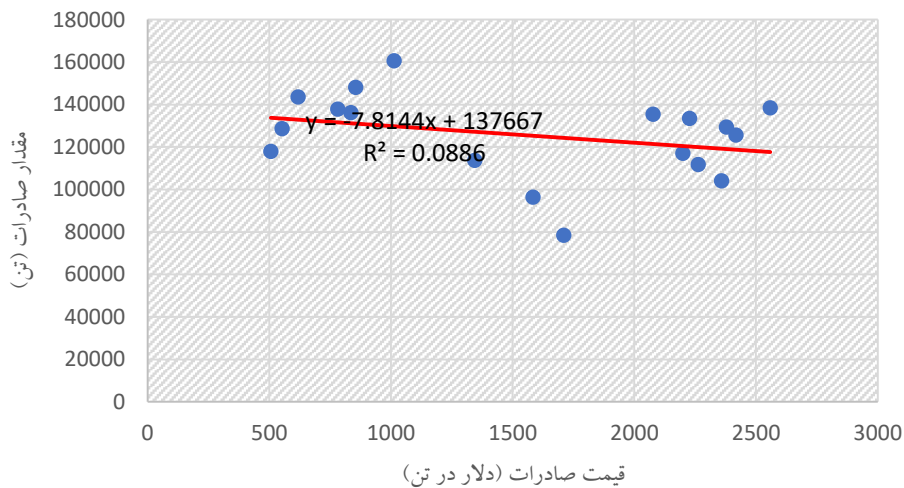


نمودار ۱۱-۱۰- مقایسه میانگین تورم تولید و نوسان شاخص قیمت در کشورهای اصلی صادرکننده و ایران

۱۱-۱۰- بررسی ارتباط بین مقادیر صادراتی ایران و قیمت‌های صادراتی در بازارهای جهانی کشمش

بررسی وضعیت صادرات محصولات منتخب کشاورزی ایران.....کشمش

همانگونه که نمودار ۱۱-۱۱ نشان می‌دهد، ارتباط بین قیمت و مقدار صادراتی ایران در بازارهای جهانی به طور کلی ارتباط مثبتی نداشته و حتی ارتباط منفی ضعیفی هم بین قیمت و مقادیر صادراتی برقرار بوده است. لذا نمی‌توان در مورد کشمش انتظار داشت با وضعیت فعلی، همراه با افزایش قیمت‌های ایران در بازارهای جهانی، مقادیر صادرات نیز افزایش یابد.



نمودار ۱۱-۱۱- ارتباط بین قیمت صادراتی و مقدار صادرات انگور خشک ایران

۱۱-۱۱- بررسی جایگاه ایران در بازارهای اصلی واردکننده کشمش و تحلیل مقایسه‌ای قیمت صادراتی ایران در مقابل رقبا در این بازارها

در ادامه وضعیت صادرات ایران در بزرگترین کشورهای واردکننده کشمش در جهان طی دو سال ۲۰۱۷ و ۲۰۱۸ مورد بررسی قرار گرفت. نتایج نشان داد که ایران در اغلب کشورهای بزرگ واردکننده کشمش حضور داشته است اما در تمام این کشورها جایگاه کشورهای رقیب مناسب‌تر از جایگاه ایران بوده و بهترین جایگاه از بین کشورهای مورد نظر در کشورهای قزاقستان، برزیل و کانادا در سال‌های اخیر تحقق یافته که در این کشورها نیز وضعیت رقبا مناسب‌تر بوده است.

جدول ۱۱-۱۱- جایگاه ایران در کشورهای واردکننده اصلی انگور خشک

جایگاه قیمت صادراتی ایران		جایگاه مقدار صادرات ایران		جایگاه ارزش صادرات ایران		بزرگترین واردکنندگان
۲۰۱۸	۲۰۱۷	۲۰۱۸	۲۰۱۷	۲۰۱۸	۲۰۱۷	
۱۹	۱۹	۱۵	۱۱	۱۶	۱۱	انگلستان
۲۹	۲۷	۹	۸	۱۲	۱۱	آلمان
۲۶	۳۲	۱۲	۵	۱۱	۵	هلند
۴	۱۰	۱۳	۱۲	۱۳	۱۲	آمریکا
۱۵	۱۴	۸	۶	۹	۷	چین
۳	۳	۷	۷	۷	۷	ژاپن
۷	۷	۲	۲	۳	۲	قزاقستان
۱۸	۱۷	۶	۵	۷	۵	فرانسه
۲	۶	۴	۳	۴	۳	برزیل
۱۶	۱۷	۵	۴	۵	۴	کانادا

منبع: ITC, 2020 و نتایج پژوهش

۱۱-۱۲- بررسی جایگاه ایران در بازارهای هدف خود و تحلیل مقایسه‌ای قیمت صادراتی کشمش ایران در مقابل رقبا در این بازارها

در مورد کشمش نکته مهم تنوع بالای بازارهای هدف صادراتی ایران است. مشخص است که ایران در سال ۲۰۱۶، در عراق جایگاه اول را به لحاظ مقادیر صادراتی داشته و هرچند به لحاظ قیمتی رتبه ۵ را داشته اما قیمت ایران از رقبای اصلی در عراق بیشتر بوده است. هرچند با توجه به اینکه تقریباً بیش از ۹۰ درصد بازار عراق در اختیار ایران بوده، نمی‌توان هند و شیلی را رقیب ایران در عراق دانست. همین وضعیت در سال‌های ۲۰۱۷ و ۲۰۱۸ نیز قابل مشاهده است. ایران در امارات نیز رتبه اول مقادیر صادراتی را داشته و در سال‌های ۲۰۱۶، ۲۰۱۷ و ۲۰۱۸ به ترتیب ۸۲/۷، ۶۹/۴ و ۷۲/۲ درصد بازار امارات در اختیار ایران بوده است. قیمت صادراتی ایران در سال ۲۰۱۶ از هند بیشتر اما از چین کمتر بوده است. در سال ۲۰۱۷ از کشورهای رقیب، قیمت ایران در امارات بیشتر بوده و می‌توان استنباط نمود که همین قیمت‌های بالاتر نیز منجر به سهم کمتر در بازار امارات نیز شده است. در سال ۲۰۱۸ نیز ایران از

افغانستان و ازبکستان قیمت‌های بالاتری در بازار امارات داشته و از سایر کشورهای رقیب قیمت پایین‌تر عرضه کرده است. ایران در روسیه نیز جایگاه اول صادراتی را داشته اما به لحاظ قیمتی جایگاه مناسبی نداشته است. ایران در سال‌های ۲۰۱۶، ۲۰۱۷ و ۲۰۱۸ در روسیه سهم صادراتی ۴۵، ۵۴/۷ و ۳۶/۶ درصدی داشته و مشخص است که در سال ۲۰۱۸ از تمام رقبای خود (غیر از افغانستان) قیمت پایین‌تری را در بازار روسیه تجربه کرده است. مشخص است که کاهش قیمت‌های ایران در روسیه بین سال‌های ۲۰۱۶ تا ۲۰۱۸ نه تنها با افزایش سهم ایران در روسیه همراه نبوده بلکه در سال ۲۰۱۸ سهم ایران از بازار روسیه کاهش نیز یافته است و لذا کاهش قیمت‌ها در روسیه به نفوذ بیشتر منجر نشده است.

ایران در قزاقستان نیز وضعیت باثباتی نداشته بطوریکه در سال ۲۰۱۶، ۲۰۱۷ و ۲۰۱۸ به ترتیب به لحاظ مقداری ۸۶، ۲۲/۷ و ۵۱/۵ درصد بازار قزاقستان در اختیار صادرکنندگان ایرانی بوده است. در سال‌های ۲۰۱۷ و ۲۰۱۸ ایران در قزاقستان رقیب قدرتمندی به نام ازبکستان را پیش رو داشته که قیمت پایین‌تری نیز نسبت به ایران ارائه می‌کند و در و با قزاقستان روابط تجاری ویژه‌ای نیز در قالب کشورهای CIS دارد و در همین سال‌ها با ورود ازبکستان به بازار قزاقستان، جایگاه ایران از رتبه اول مقادیر صادراتی در قزاقستان به جایگاه ۲ تنزل یافته است.

در اوکراین نیز ایران همواره رتبه اول صادراتی را داشته و در سال‌های ۲۰۱۶، ۲۰۱۷ و ۲۰۱۸ به ترتیب به لحاظ مقداری ۵۸/۸، ۵۰/۳ و ۵۳/۷ درصد بازار قزاقستان در اختیار صادرکنندگان ایرانی بوده است. البته در اوکراین نیز ازبکستان به عنوان رقیب قدرتمندی از سال ۲۰۱۷ وارد شده است که قیمت‌های پایین‌تری نیز نسبت به صادرکنندگان ایرانی عرضه می‌نماید.

در ترکیه نیز ایران در سال‌های ۲۰۱۶ و ۲۰۱۸ جایگاه اول مقادیر صادراتی و در سال ۲۰۱۷ جایگاه دوم را داشته است. البته نباید فراموش کرد که ترکیه خود بزرگترین صادرکننده کشمش در بازارهای جهانی است و با صادرات مجدد محصولات ایرانی جایگاه خود را در بازارهای جهانی تثبیت می‌نماید. در سال ۲۰۱۷ بازم ازبکستان جایگاه ایران را در ترکیه تصاحب نمود.

در بازار اسپانیا همواره ایران جایگاه دوم را داشته و ترکیه به عنوان بزرگترین رقیب ایران در بازار اسپانیا مطرح بوده است. بطوریکه در سال ۲۰۱۸، اسپانیا از جرگه کشورهای هدف اصلی ایران خارج شد.

در اسپانی قیمت ایران از ترکیه بیشتر بوده و همین قیمت‌های بالاتر ایران نسبت به ترکیه شاید بی‌ارتباط با خروج اسپانیا از جرگه بازارهای هدف اصلی ایران نداشته باشد. در الجزایر نیز ایران در سال ۲۰۱۶ رتبه اول صادرات را داشته اما در سال‌های ۲۰۱۷ و ۲۰۱۸ جایگاه ایران به رتبه دوم تنزل یافته است. در الجزایر ایران رقیب قدرتمندی به نام آفریقای جنوبی داشته که با توجه به موقعیت نزدیک‌تری که به الجزایر دارد، حتی با قیمت‌های بالاتر از ایران، توانسته جایگاه اول را در این کشور کسب نماید.

بررسی وضعیت صادرات محصولات منتخب کشاورزی ایران.....کشمش

در پاکستان نیز همواره ایران جایگاه اول را داشته و در سال‌های ۲۰۱۶، ۲۰۱۷ و ۲۰۱۸ به ترتیب به لحاظ مقداری ۵۸/۶، ۹۳/۶ و ۵۴/۵ درصد بازار پاکستان در اختیار صادرکنندگان ایرانی بوده است. در سال ۲۰۱۸ قیمت صادراتی ایران از رقبای اصلی خود کمتر بوده که می‌تواند این فاصله قیمتی به شرط بررسی عواقب افزایش قیمت‌های صادراتی کشمش، بهبود یابد.

در هلند ایران در سال ۲۰۱۶ رتبه ۷ و در سال ۲۰۱۷ رتبه ۵ را داشته که در این دو سال کمتر از ۵ درصد بازار اکراین در اختیار صادرکننده ایرانی بوده است. ترکیه بزرگترین رقیب ایران در هلند بوده و در سال ۲۰۱۸ نمی‌توان هلند را جزو بازارهای هدف اصلی ایران در نظر گرفت. ترکیه به تنهایی در سال ۲۰۱۸ حدود ۶۳ درصد بازار هلند را از آن خود کرده در حالی که ایران در همین سال تنها ۰/۶ درصد بازار هلند را در اختیار داشته است.

در سال ۲۰۱۸ ایران در رومانی جایگاه اول را از آن خود کرده و ۵۵/۷ درصد بازار این کشور را در اختیار گرفته است. قیمت ایران در رومانی کمتر از ترکیه (رقیب ایران در رومانی) بوده که نمی‌توان این قیمت پایین‌تر را ضعف صادرکننده ایرانی دانست چرا که در مقابل ترکیه متجر به نفوذ بیشتر ایران در بازار رومانی شده است.

بررسی وضعیت صادرات محصولات منتخب کشاورزی ایران.....کشمش

جدول ۱۱-۱۲- جایگاه ایران در مقایسه با رقبای مهم‌ترین بازارهای هدف خود در سال ۲۰۱۶

بازار هدف	مقدار صادرات ایران-تن	رتبه مقدار صادرات ایران	قیمت صادراتی ایران	رتبه قیمت صادراتی ایران	قیمت رقبا در ۵ کشور هدف ایران در سال ۲۰۱۶ (دلار/تن)	سهم ایران (درصد)	سهم از صادرات ایران (درصد)
عراق	۲۰۱۶۷	۱	۲۱۳۵	۵	هند ۱۲۶۷ شیلی ۱۹۲۴	۹۰,۱	۱۴,۹
امارات	۱۹۰۲۸	۱	۲۶۸۱	۹	هند ۱۷۹۴ چین ۳۰۵۳	۸۲,۷	۱۴
روسیه	۱۴۸۵۲	۱	۱۶۴۶	۱۱	هند ۱۲۰۵ قزاقستان ۵۹۱ شیلی ۲۱۶۱ ترکیه ۱۹۱۱ افغانستان ۲۹۹۰	۴۵,۱	۱۱
قزاقستان	۱۴۳۰۸	۱	۱۷۰۷	۴	افغانستان ۲۸۹۶	۸۶,۱	۱۰,۵
اکراین	۹۳۶۹	۱	۱۵۷۷	۵	هند ۱۰۶۴ ترکیه ۱۵۹۷	۵۸,۸	۷
ترکیه	۸۵۱۰	۱	۲۴۲۰	۷	افغانستان ۲۹۸۲ آمریکا ۲۳۶۰	۷۱	۶,۲
اسپانیا	۷۲۴۱	۲	۲۴۸۰	۹	ترکیه ۱۸۱۵ شیلی ۲۰۷۷	۳۶,۲	۵,۳
الجزایر	۵۹۴۲	۱	۲۵۱۴	۲۰	آفریقای جنوبی ۲۸۰۳ ترکیه ۱۶۷۱	۵۹,۱	۴,۴
پاکستان	۴۰۵۳	۱	۱۵۸۰	۵	افغانستان ۳۰۵۰	۵۸,۶	۳
هلند	۲۲۶۳	۷	۱۷۰۴	۱۷	ترکیه ۱۸۰۴ یونان ۱۶۵۰ شیلی ۲۲۶۸ آفریقای جنوبی ۲۰۶۵ آمریکا ۲۵۵۶	۴,۸	۱,۶

منبع: ITC, 2020 و نتایج پژوهش

بررسی وضعیت صادرات محصولات منتخب کشاورزی ایران.....کشمش

جدول ۱۱-۱۳- جایگاه ایران در مقایسه با رقبای مهم ترین بازارهای هدف خود در سال ۲۰۱۷

بازار هدف	مقدار صادرات ایران-تن	رتبه مقدار صادرات ایران	قیمت صادراتی ایران	رتبه قیمت صادراتی ایران	قیمت رقبا در ۵ کشور هدف ایران در سال ۲۰۱۷ (دلار/تن)			سهم از صادرات ایران (درصد)	سهم ایران (درصد)
عراق	۱۵۸۷۷	۱	۱۶۰۹	۶	ازبکستان	هند	---	۸۱,۴	۱۶,۴
					۷۸۹	۱۴۹۷	---		
امارات	۱۲۵۸۳	۱	۱۸۷۲	۱۴	هند	ازبکستان	---	۶۹,۴	۱۳
					۱۸۳۴	۸۸۶	---		
روسیه	۱۰۹۱۸	۱	۱۳۱۰	۶	ازبکستان	شیلی	ترکیه	۵۴,۷	۱۱,۳
					۸۷۸	۲۷۰۸	۱۲۷۸	۳۱۶	
قزاقستان	۷۹۵۱	۲	۱۳۸۵	۴	ازبکستان	تاجیکستان	---	۲۲,۷	۸,۲
					۷۳۰	۱۸۷	---		
اکراین	۶۴۵۲	۱	۱۲۸۹	۱۰	ازبکستان	هند	---	۵۰,۳	۶,۷
					۷۷۱	۱۰۳۳	---		
اسپانیا	۵۲۶۴	۲	۱۸۰۴	۱۴	ترکیه	شیلی	آفریقای جنوبی	۳۳	۵,۴
					۱,۶۶۲	۲۱۵۶	۱۹۲۱	---	
پاکستان	۴۷۹۰	۱	۱۳۱۳	۴	ازبکستان	ترکیه	---	۹۳,۶	۵
					۷۴۵	۱۸۶۱	---		
ترکیه	۴۲۹۰	۲	۱۶۶۴	۲۰	ازبکستان	شیلی	یونان	۳۵	۴,۴
					۸۳۴	۲۰۵۵	۲۰۶۴	---	
هلند	۲۱۶۷	۵	۱۴۹۸	۷	ترکیه	آفریقای جنوبی	شیلی	۴,۲	۲,۲
					۱۴۸۰	۲۰۹۲	۲۳۷۶	۲۱۲۷	
الجزایر	۲۱۲۱	۲	۱۷۹۵	۱۸	آفریقای جنوبی	ترکیه	---	۲۷,۵	۲,۱۹
					۱۹۸۲	۱۳۲۸	---		

منبع: ITC, 2020 و نتایج پژوهش

جدول ۱۱-۱۴- جایگاه ایران در مقایسه با رقبای مهم ترین بازارهای هدف خود در سال ۲۰۱۸

بازار هدف	مقدار صادرات ایران-تن	رتبه مقدار صادرات ایران	قیمت صادراتی ایران	رتبه قیمت صادراتی ایران	افغانستان	هند	ازبکستان	آفریقای جنوبی	شیلی	سهم از صادرات ایران (درصد)	سهم از صادرات ایران (درصد)
امارات	۱۷۶۴۴	۱	۱۵۱۸	۱۵	۱۰۱۱	۲۴۳۸	۱۱۴۳	۳۰۳۲	۳۵۴۷	۷۲,۲	۱۵,۵
عراق	۱۷۳۵۷	۱	۱۳۹۷	۸	۸۲۹	۱۷۸۸	۲۴۲۳	---	---	۸۱,۴	۱۵,۲
ترکیه	۱۴۸۷۵	۱	۱۴۷۶	۲۰	۱۰۶۲	۲۹۳۵	۲۳۷۳	۲۸۲۹	۲۲۲۷	۶۳	۱۳,۱
قزاقستان	۹۶۴۶	۲	۱۱۲۶	۷	۷۱۳	۲۹۳۵	۲۰۸	۲۰۴۳	---	۵۱,۵	۸,۵
روسیه	۹۲۷۰	۱	۱۱۱۰	۱۶	۱۱۵۹	۲۴۹۵	۱۸۵۹	۷۰۶	۳۳۵	۳۶,۶	۸,۱
اکراین	۷۳۹۱	۱	۱۱۵۶	۱۲	۷۳۱	۱۲۹۰	۱۲۰۴	۱۵۸۵	۱۲۳۷	۵۳,۷	۶,۵
پاکستان	۶۳۴۸	۱	۱۱۱۴	۴	۲۹۳۵	۱۸۶۱	---	---	---	۵۴,۵	۵,۶
اسپانیا	۳۷۶۱	۲	۱۴۱۶	۱۷	۱۸۷۵	۱۹۵۱	۲۴۰۷	۲۶۲۹	---	۲۲,۳	۳,۳
الجزایر	۲۴۳۹	۲	۱۵۸۲	۷	۲۱۱۵	۱۸۰۱	---	---	---	۲۵	۲,۱
رومانی	۱۸۹۱	۱	۱۲۷۴	۱۸	۱۵۸۳	---	---	---	---	۵۵,۷	۱,۶

منبع: ITC, 2020 و نتایج پژوهش

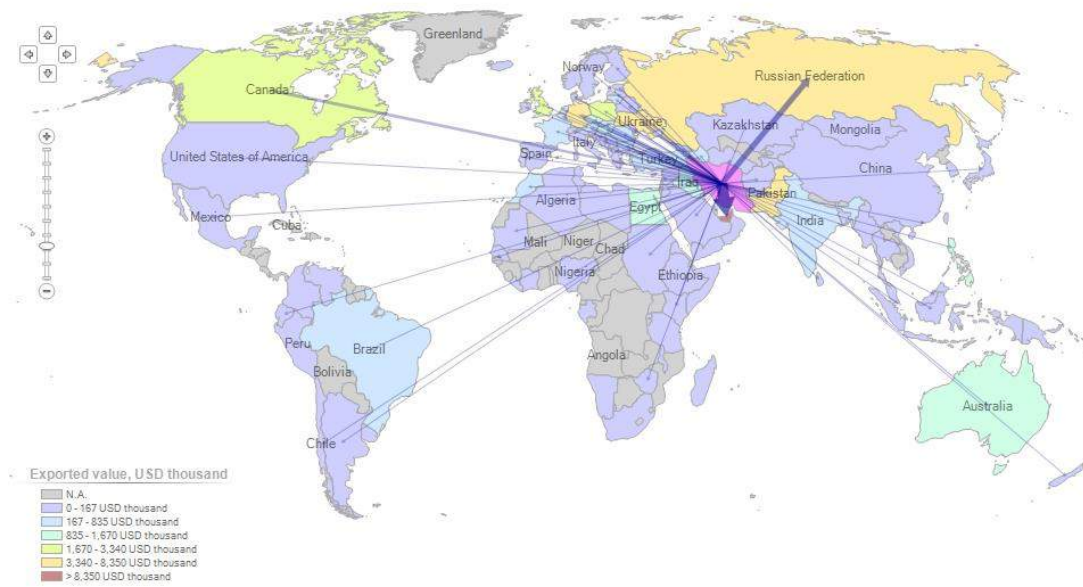
۱۱-۱۳- بررسی روند تغییر کشورهای هدف کشمش ایران و مقایسه با رقبای

مطابق نقشه‌های کشورهای هدف از سال ۲۰۰۱ تا ۲۰۱۸، مشخص است که هرچند تنوع بازارهای صادراتی ایران مناسب بوده اما نوسان در سهم صادرات در کشورهای هدف وجود داشته و ثبات مناسبی در مقادیر و ارزش‌های صادراتی در کشورهای هدف وجود نداشته است. روسیه به عنوان بازار هدفی مناسب به بازارهای هدف ایران اضافه شده اما در سال‌های اخیر روند صادرات به این کشور نزولی بوده است. در سایر کشورهای هدف اصلی نیز روند ارزش‌های صادراتی با توجه به کاهش قیمت‌های ایران، نزولی بوده است.

بررسی وضعیت صادرات محصولات منتخب کشاورزی ایران..... کشمش

List of importing markets for a product exported by Iran, Islamic Republic of in 2001

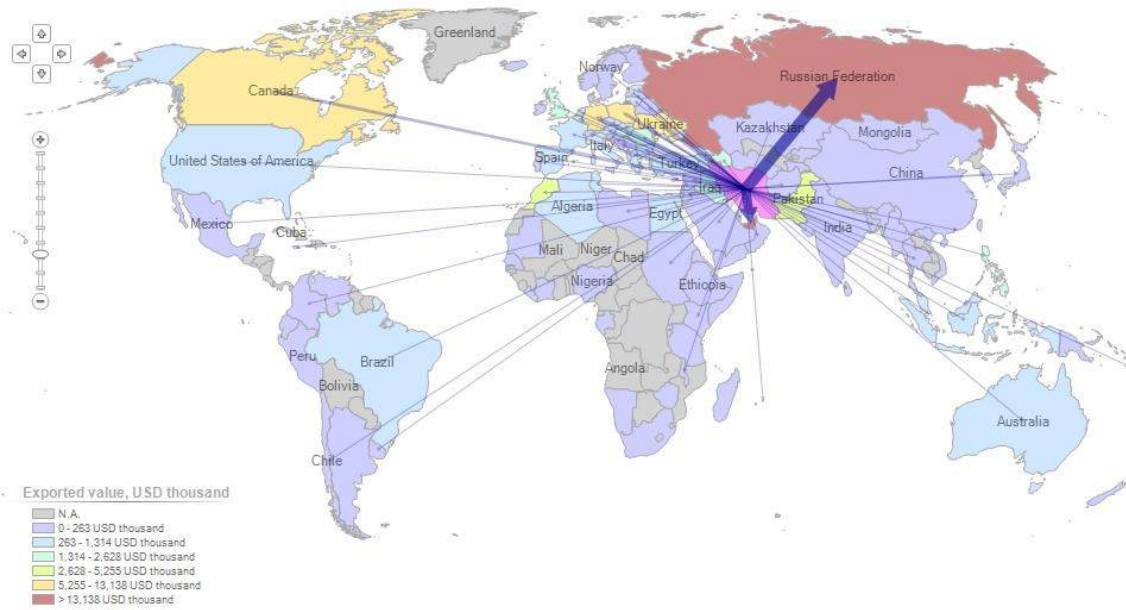
Product : 080620 Dried grapes



شکل ۱۱-۱- نقشه کشورهای هدف ایران در سال ۲۰۰۱ (منبع: ITC, 2020)

List of importing markets for a product exported by Iran, Islamic Republic of in 2005

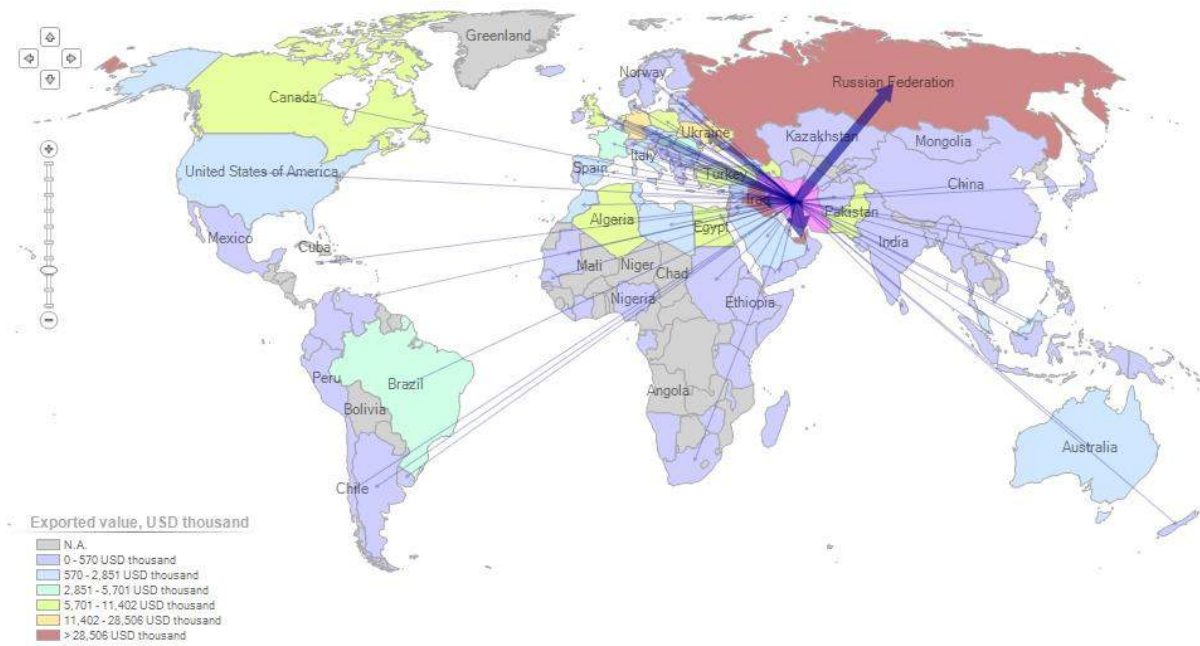
Product : 080620 Dried grapes



شکل ۱۱-۲- نقشه کشورهای هدف ایران در سال ۲۰۰۵ (منبع: ITC, 2020)

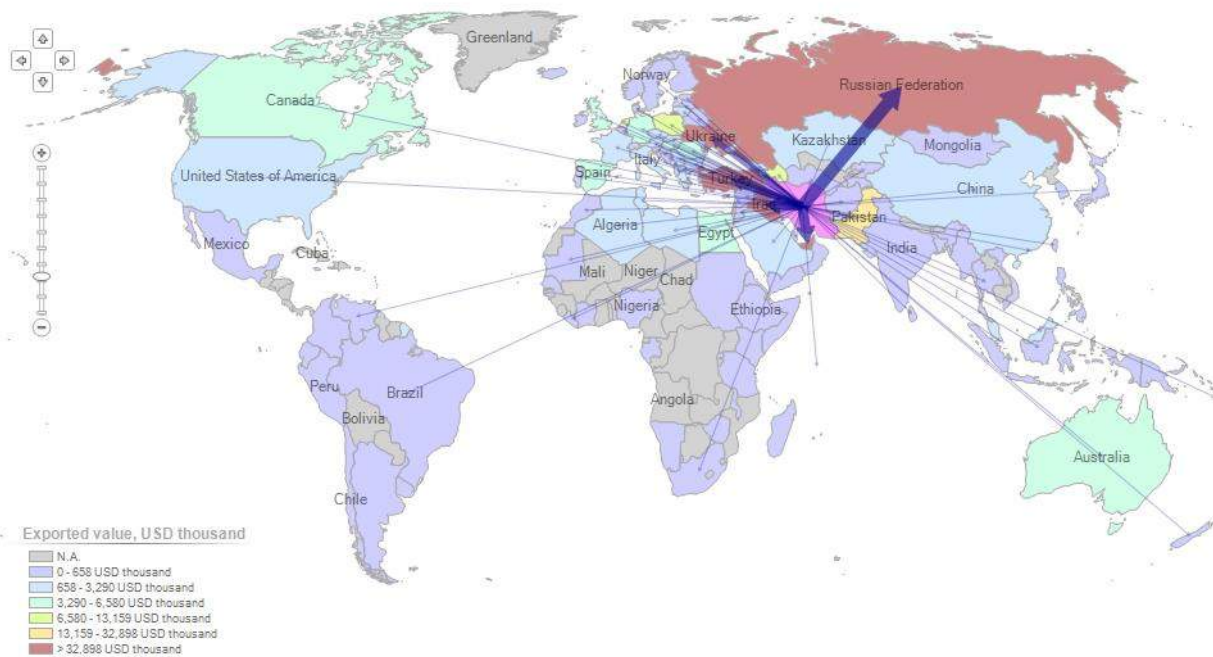
بررسی وضعیت صادرات محصولات منتخب کشاورزی ایران..... کشمش

List of importing markets for a product exported by Iran, Islamic Republic of in 2010
Product : 080620 Dried grapes



شکل ۱۱-۳- نقشه کشورهای هدف ایران در سال ۲۰۱۰ (منبع: ITC, 2020)

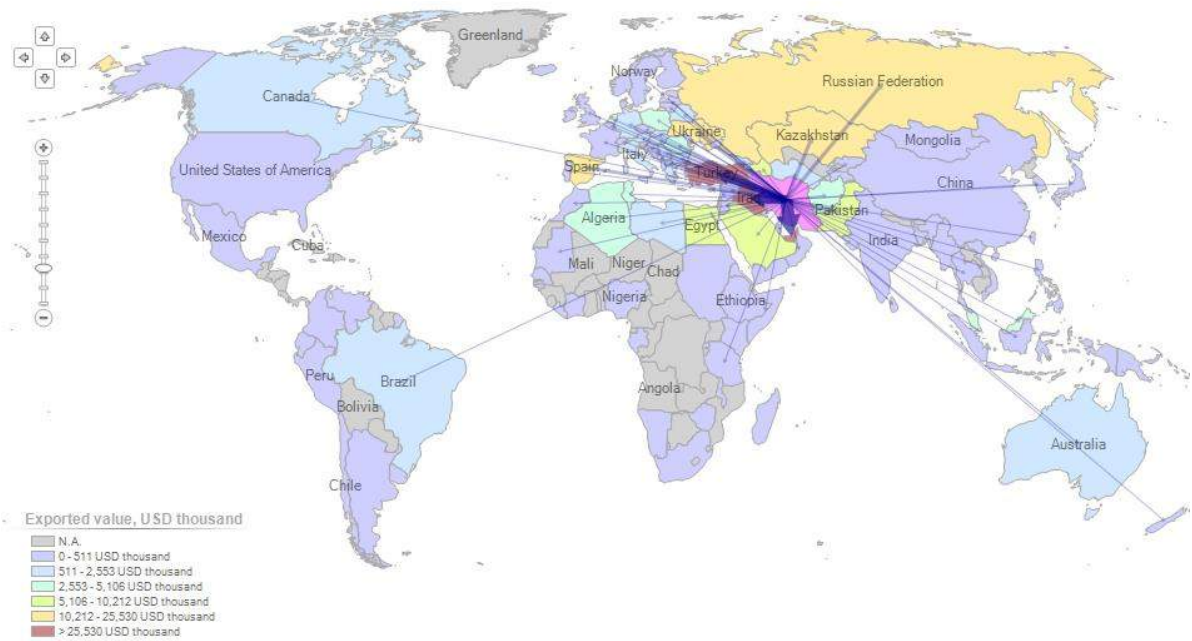
List of importing markets for a product exported by Iran, Islamic Republic of in 2012
Product : 080620 Dried grapes



شکل ۱۱-۴- نقشه کشورهای هدف ایران در سال ۲۰۱۲ (منبع: ITC, 2020)

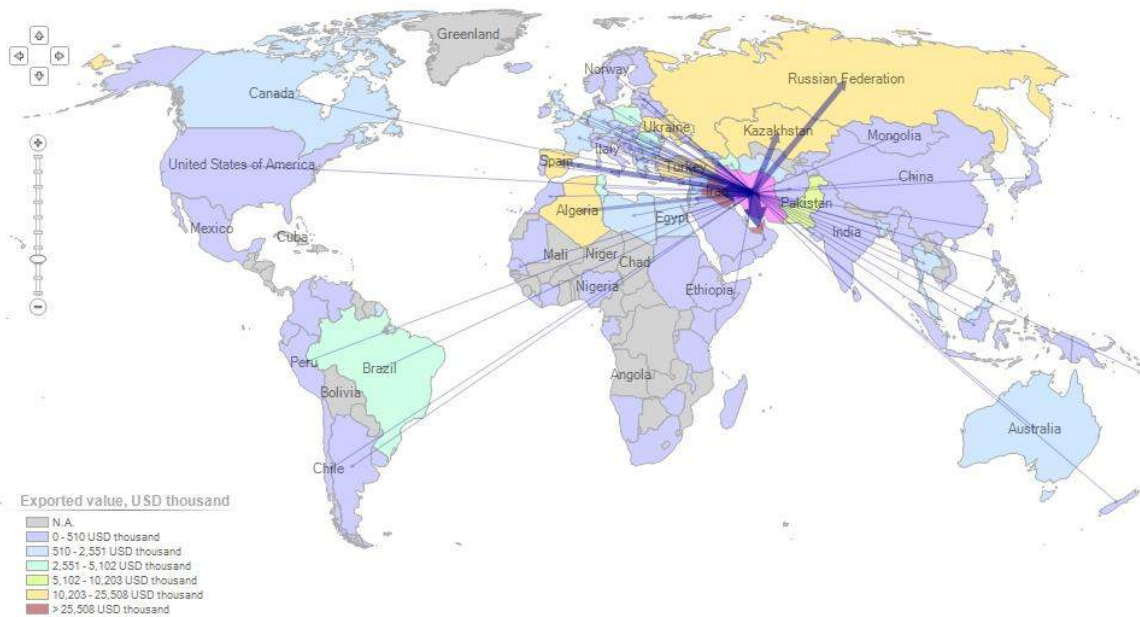
بررسی وضعیت صادرات محصولات منتخب کشاورزی ایران..... کشمش

List of importing markets for a product exported by Iran, Islamic Republic of in 2014
Product : 080620 Dried grapes



شکل ۱۱-۵- نقشه کشورهای هدف ایران در سال ۲۰۱۴ (منبع: ITC, 2020)

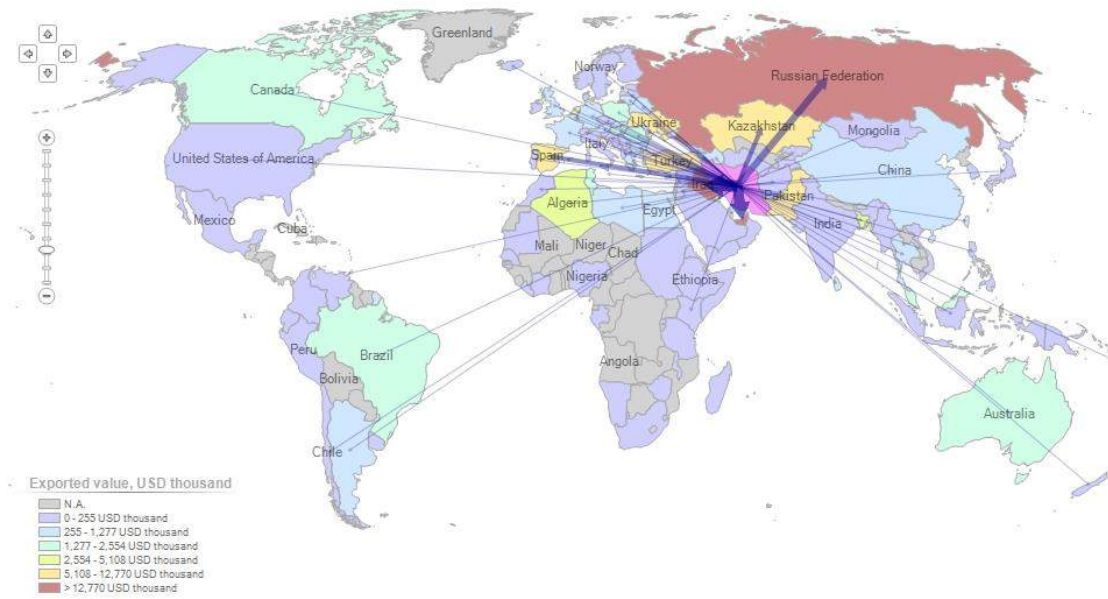
List of importing markets for a product exported by Iran, Islamic Republic of in 2016
Product : 080620 Dried grapes



شکل ۱۱-۶- نقشه کشورهای هدف ایران در سال ۲۰۱۶ (منبع: ITC, 2020)

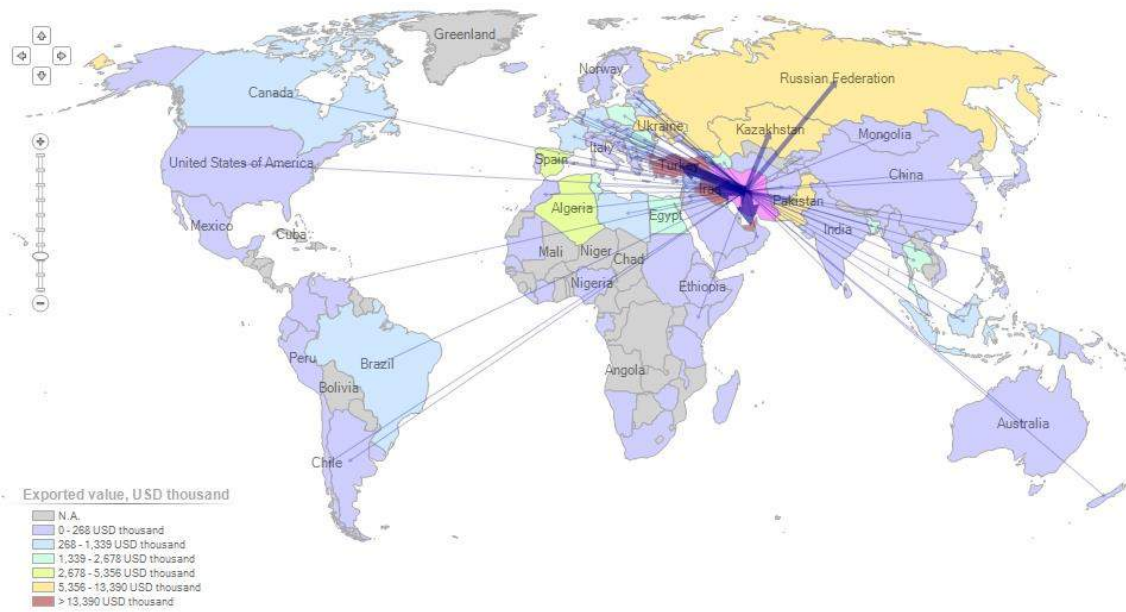
بررسی وضعیت صادرات محصولات منتخب کشاورزی ایران..... کشمش

List of importing markets for a product exported by Iran, Islamic Republic of in 2017
Product : 080620 Dried grapes



شکل ۱۱-۷- نقشه کشورهای هدف ایران در سال ۲۰۱۷ (منبع: ITC, 2020)

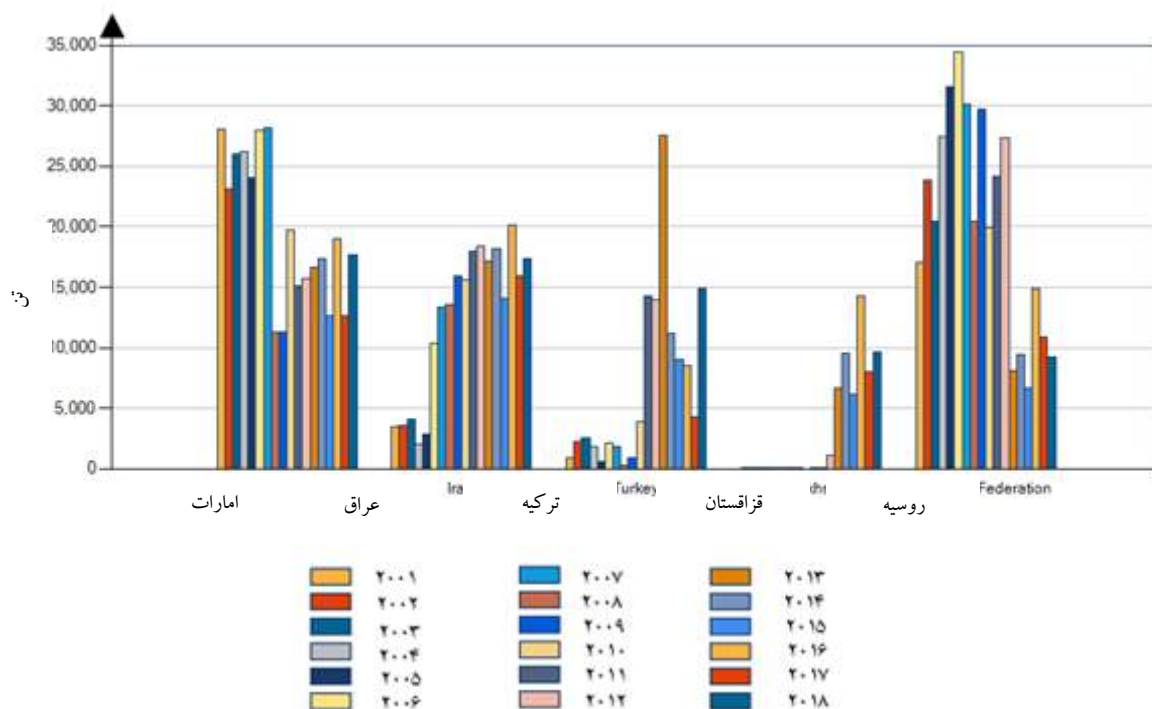
List of importing markets for a product exported by Iran, Islamic Republic of in 2018
Product : 080620 Dried grapes



شکل ۱۱-۸- نقشه کشورهای هدف ایران در سال ۲۰۱۸ (منبع: ITC, 2020)

۱۱-۱۴- بررسی روند کلی تغییر سهم کشورهای هدف صادراتی کشمش ایران

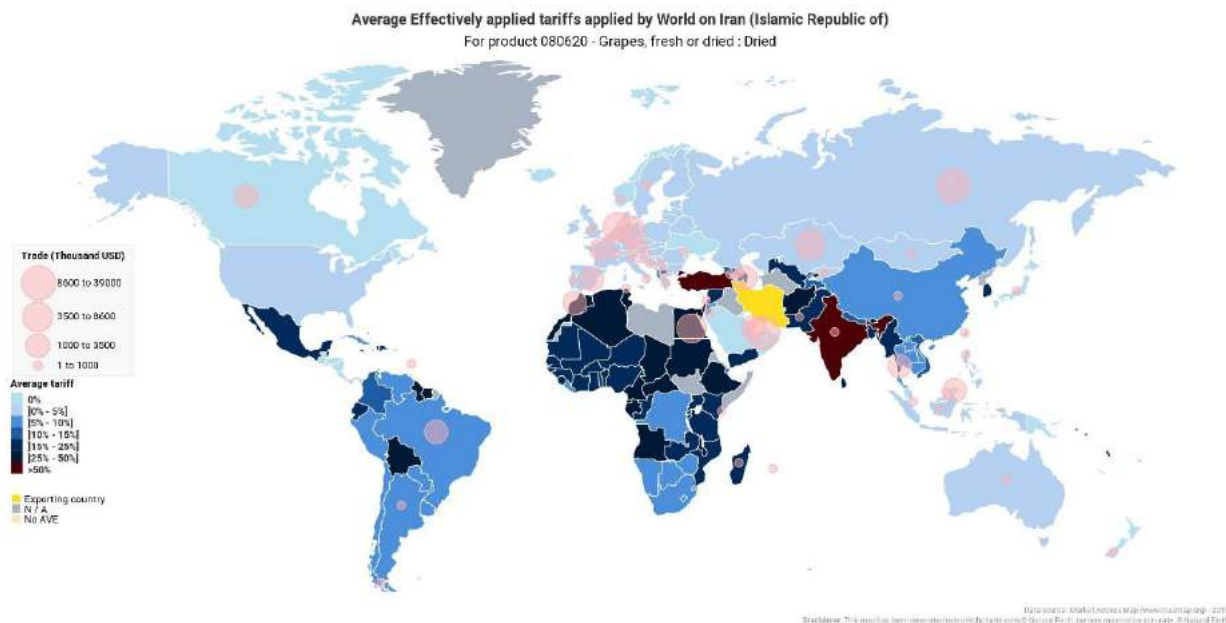
نمودار ارزش‌های صادراتی در کشورهای هدف نیز نشان می‌دهد، ایران در این کشورها، با روند کلی نزولی ارزش‌های صادراتی روبرو بوده و این به دلیل افت قیمت‌های صادراتی ایران در بازار کشورهای هدف می‌باشد. تنزل ارزش صادراتی در بازار روسیه در حالی اتفاق افتاد که این کشور در برخی سال‌ها به مهمترین بازار کشمش ایران تبدیل شده بود. البته به نظر می‌رسد با افزایش نرخ ارز، صادرکننده ایرانی نیز چندان توجهی به قیمت‌های دلاری در مقایسه با رقبای نداشته است و لذا توجه به روند قیمتی کشورهای رقیب جهت حداکثرسازی منافع صادرکنندگان ایرانی در بازارهای هدف مهم جلوه خواهد نمود.



نمودار ۱۱-۱۲- تداوم بازار انگور خشک صادراتی در کشورهای هدف ایران (منبع: ITC, 2020)

۱۱-۱۵- نقشه تعرفه وارداتی در کشورهای هدف ایران

نرخ تعرفه ایران در امارات مشابه سایر محصولات است که به این کشور صادر می‌شود، صفر بوده البته تعرفه برای سایر رقبای ایران در امارات نیز به همین صورت بوده است. نرخ تعرفه ایران در روسیه و قزاقستان ۳/۷۵ درصد بوده و این در حالی است که ازبکستان با توجه به عضویت در اتحادیه کشورهای مستقل یا کشورهای مستقل مشترک‌المنافع (CIS) با نرخ صفر به این دو کشور صادر می‌کند. نرخ تعرفه برای صادرات به ترکیه نیز ۵۴/۹۰ درصد بوده که این رقم به دلیل صادرکننده بودن ترکیه و حمایت از تولید داخلی این کشور است. در مورد عراق نیز هرچند در نقشه‌های آماری جهانی برای تعرفه واردات این کشور وجود ندارد اما با بررسی اطلاعات موجود در اتاق مشترک بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی ایران و عراق مشخص شده که این کشور در سال ۲۰۱۸ تعرفه ۱۰ درصدی برای صادرکننده ایرانی وضع کرده است.

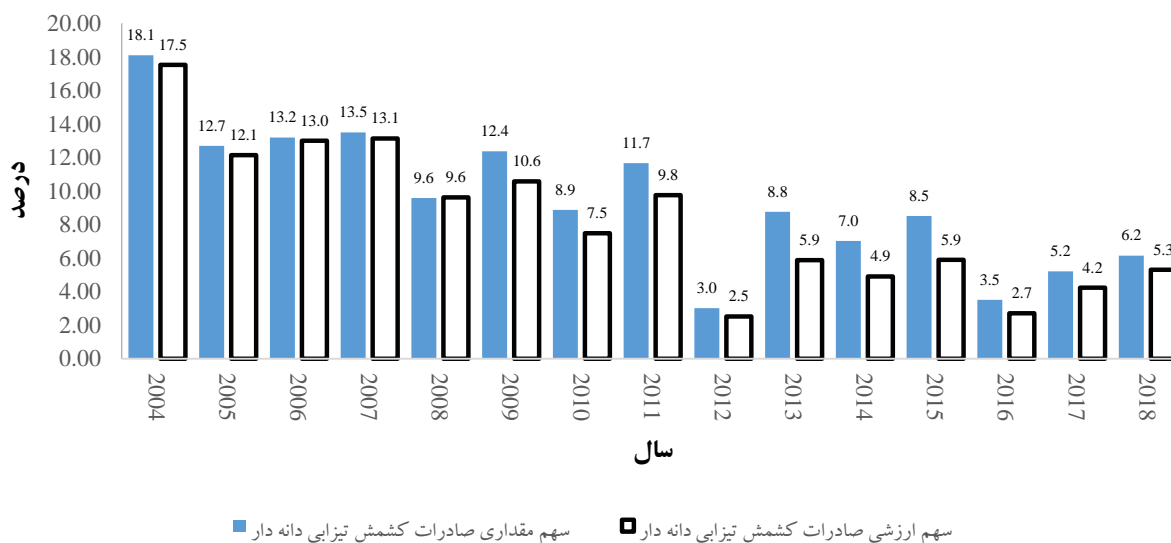


شکل ۱۱-۹- تعرفه کشورهای هدف در صادرات انگور خشک ایران (منبع: ITC, 2020)

۱۱-۱۶- تحلیل وضعیت ارقام کشمش صادراتی ایران

۱۱-۱۶-۱- سهم مقداری و ارزشی ارقام کشمش صادراتی ایران

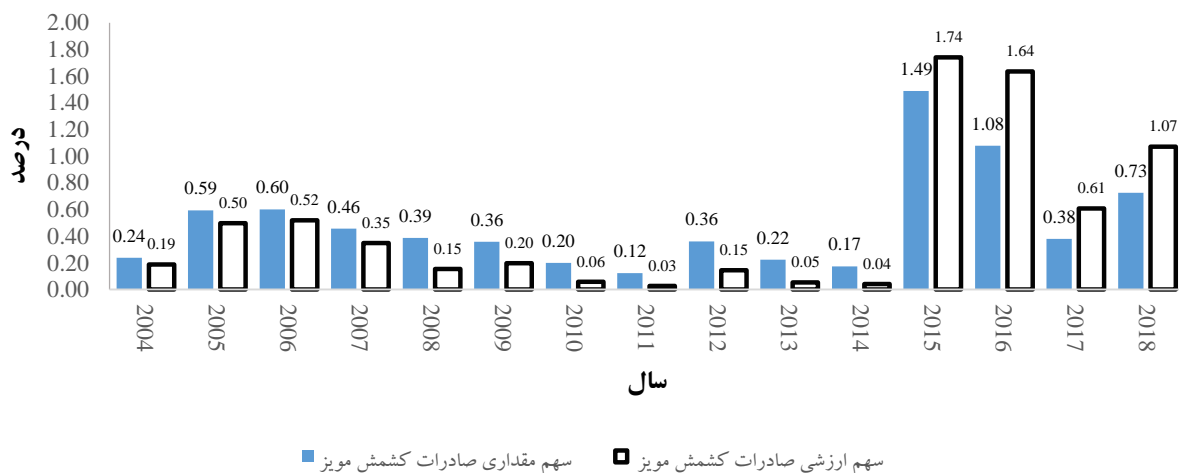
در این قسمت از گزارش، به بررسی وضعیت ارقام مختلف کشمش پرداخته شده است. همانگونه که مشخص است، سهم ارزشی و مقداری صادرات کشمش تیزآبی دانه دار ایران روندی نوسانی و رو به افول داشته است. بطوریکه در سال ۲۰۰۴ سهم مقداری معادل ۱۸/۱ درصد بوده که در سال ۲۰۱۸ به ۶/۲ درصد تنزل داشته است. سهم ارزشی کشمش تیزآبی دانه دار از کل سبد صادراتی کشمش ایران، نیز در سال ۲۰۰۴ معادل ۱۷/۵ درصد بوده که در سال ۲۰۱۸ به ۵/۳ درصد کاهش یافته است.



۱۱-۱۳- روند سهم و مقداری و ارزشی کشمش تیزآبی دانه دار از سبد صادراتی کشمش ایران

(منبع: ITC, 2020 و یافته‌های پژوهش)

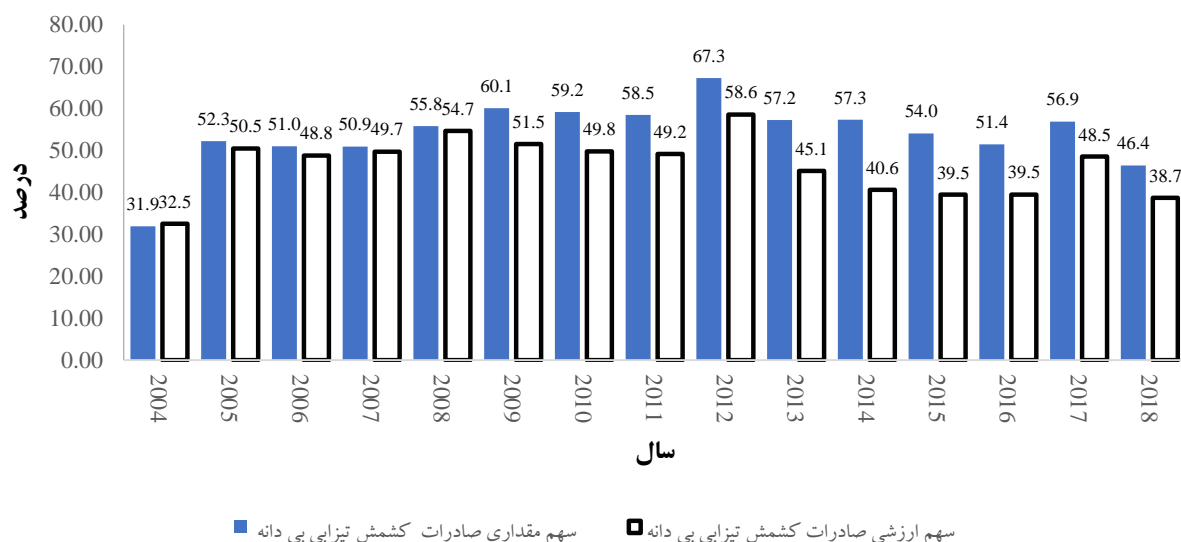
در خصوص کشمش مویز مشخص است که هم سهم مقداری از کل سبد مقدار صادرات کشمش ایران و هم سهم ارزشی از سبد ارزش صادراتی کشمش ایران کاملاً نوسانی بوده است. بطوریکه صادرات مویز به لحاظ مقداری ۰/۲۴ درصد کشمش صادراتی ایران را در سال ۲۰۰۴ تشکیل می داده و این در حالی است که در سال ۲۰۱۸ این عدد به ۰/۷۳ درصد افزایش یافته است. در سال ۲۰۱۵ این سهم معادل ۱/۴۹ درصد بوده است. سهم ارزش صادراتی نیز از ۰/۱۹ درصد در سال ۲۰۰۴ به ۱/۰۷ درصد در سال ۲۰۱۸ ارتقا یافته و در سال ۲۰۱۵ این رقم معادل ۱/۷۴ درصد بوده است. مشخص است که پس از یک افزایش سهم در سال ۲۰۱۵، مجدداً پس از این سال، روند نزولی شده است.



نمودار ۱۱-۱۴- روند سهم و مقداری و ارزشی کشمش مویز از سبد صادراتی کشمش ایران (منبع: ITC, 2020 و یافته‌های پژوهش)

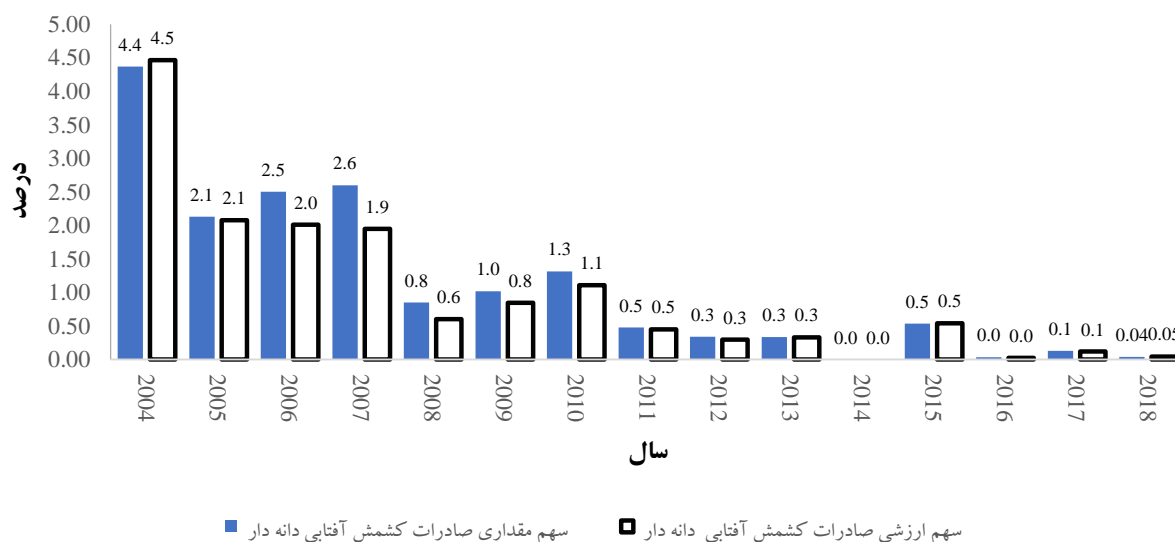
در خصوص کشمش تیزابی بی دانه مشخص است که هم سهم مقداری این نوع کشمش از کل سبد مقدار صادرات کشمش ایران و هم سهم ارزشی از سبد کل ارزش صادرات کشمش ایران تقریباً با ثبات بوده است. هرچند که از سال ۲۰۱۲ مجدداً این روند نزولی شده است. بطوریکه کشمش تیزابی بی دانه حدود ۳۲ درصد سبد صادراتی کشمش را در سال ۲۰۰۴ تشکیل می داده و این در حالی است که در سال ۲۰۱۸ این عدد به نزدیک ۴۶/۴ درصد افزایش و سهم ارزش صادراتی نیز از ۳۲/۵ درصد به ۳۸/۷ درصد افزایش یافته است.

بررسی وضعیت صادرات محصولات منتخب کشاورزی ایران..... کشمش



نمودار ۱۱-۱۵- روند سهم و مقداری و ارزشی کشمش تیزابی بی دانه از سبد صادراتی کشمش ایران
(منبع: ITC, 2020 و یافته‌های پژوهش)

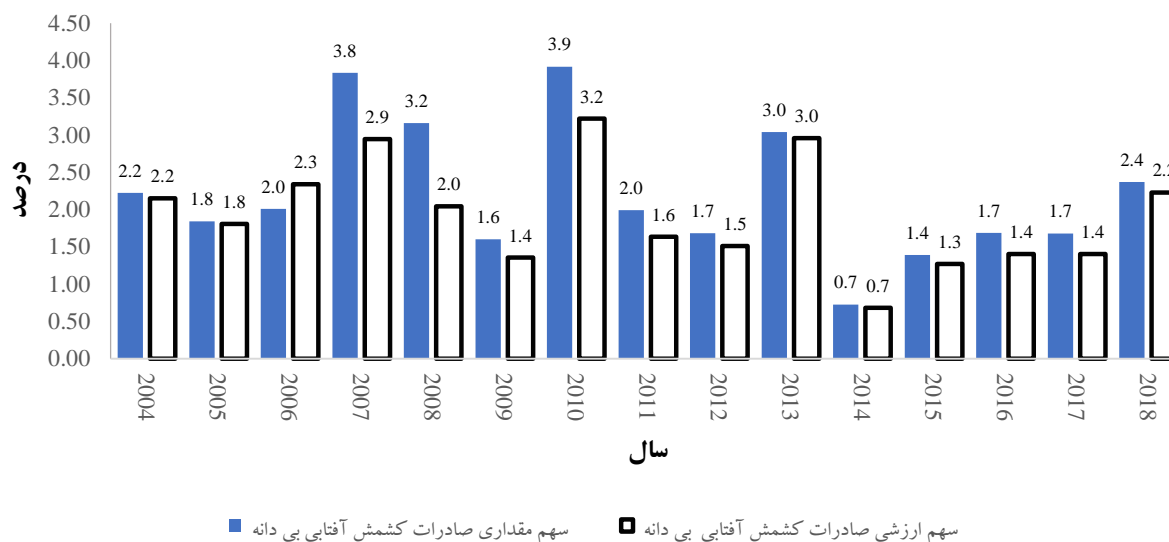
در مورد خرمای کشمش آفتابی دانه دار نیز مشخص است که هم سهم مقداری و هم سهم ارزشی این نوع کشمش از سبد صادراتی کشمش ایران کاهش یافته است. بطوریکه این رقم به لحاظ مقداری ۴/۴ درصد کشمش صادراتی ایران را در سال ۲۰۰۴ تشکیل می‌داده و این در حالی است که در سال ۲۰۱۸ این عدد به ۰/۰۴ درصد تنزل یافته است. سهم ارزش صادراتی نیز از ۴/۵ درصد در سال ۲۰۰۱ به ۰/۰۵ درصد در سال ۲۰۱۸ تنزل یافته است.



نمودار ۱۱-۱۶- روند سهم و مقداری و ارزشی کشمش آفتابی دانه دار از سبد صادراتی کشمش ایران
(منبع: ITC, 2020 و یافته‌های پژوهش)

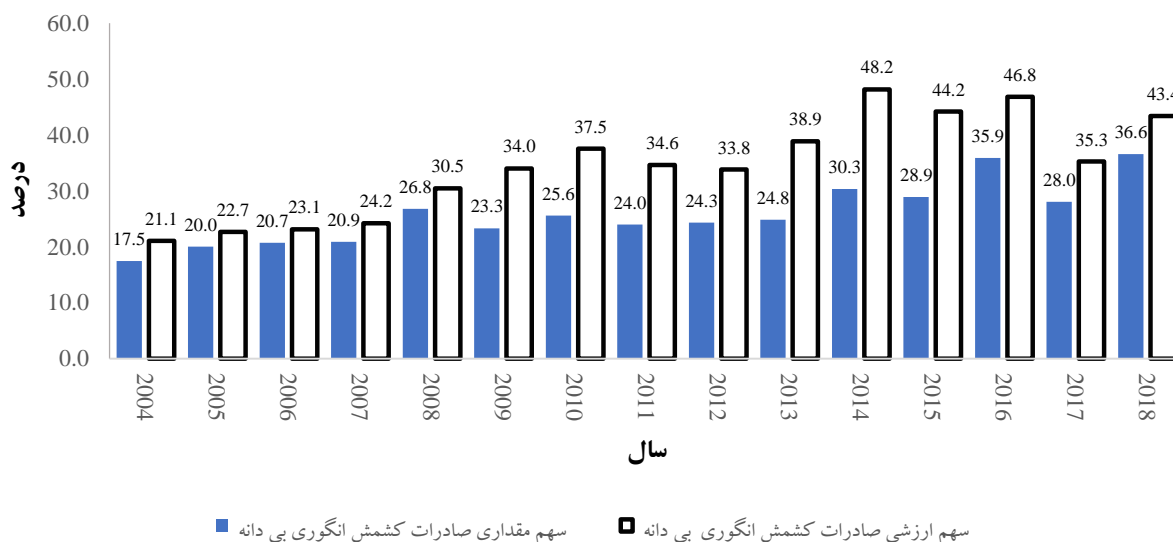
در خصوص سهم کشمش آفتابی بی دانه یک روند کاملاً نوسانی مشخص است. بطوریکه سهم این رقم کشمش به لحاظ مقداری در سال ۲۰۰۴ معادل ۲/۲ درصد بوده و در سال ۲۰۱۸ این رقم به ۲/۴ درصد رسیده است. بیشترین میزان سهم مقداری در این رقم

در سال ۲۰۱۰ تحقق یافته که معادل ۳/۹ درصد بوده و به لحاظ ارزشی نیز این سهم بدون تغییر در سال ۲۰۱۸ نسبت به سال ۲۰۰۴ و معادل ۲/۲ درصد بوده و بیشترین سهم ارزشی نیز مربوط به سال ۲۰۱۰ به ۳/۲ درصد بوده است.



نمودار ۱۱-۱۷- روند سهم و مقداری و ارزشی کشمش آفتابی بی دانه از سبد صادراتی کشمش ایران (منبع: ITC, 2020 و یافته‌های پژوهش)

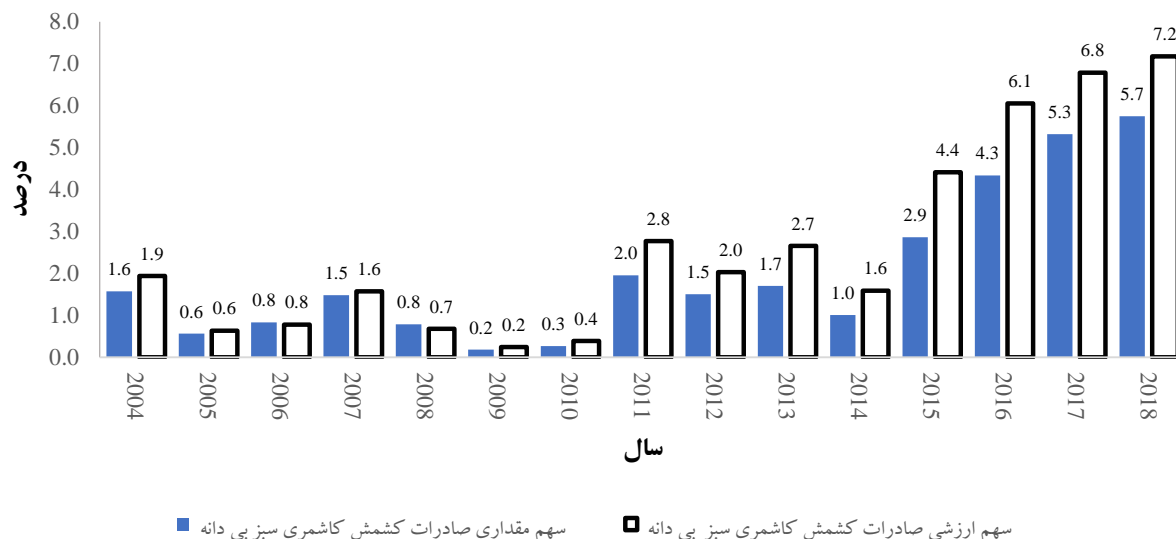
همانگونه که مشخص است، سهم ارزشی و مقداری صادرات کشمش انگوری بی دانه ایران روندی صعودی داشته است. بطوریکه در سال ۲۰۰۴ سهم مقداری معادل ۱۷/۵ درصد بوده که در سال ۲۰۱۸ به ۳۶/۶ درصد ارتقا یافته است. سهم ارزشی این رقم نیز از کل سبد صادراتی کشمش ایران، نیز در سال ۲۰۰۴ معادل ۲۱/۱ درصد بوده که در سال ۲۰۱۸ به ۴۳/۴ درصد ارتقا یافته است.



نمودار ۱۱-۱۸- روند سهم و مقداری و ارزشی کشمش انگوری بی دانه از سبد صادراتی کشمش ایران (منبع: ITC, 2020 و یافته‌های پژوهش)

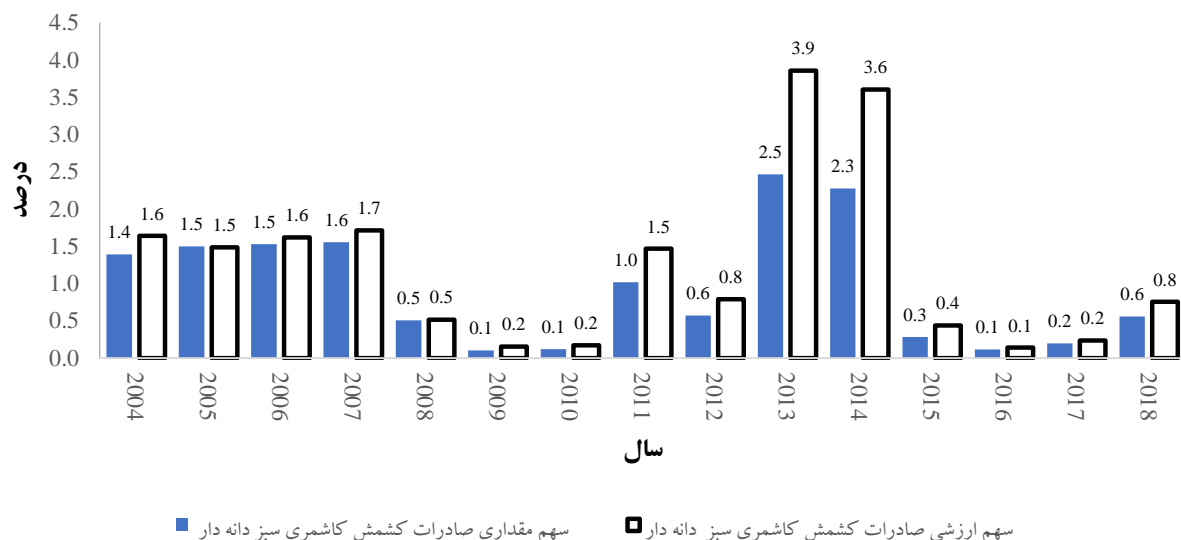
در خصوص رقم کشمش کاشمیری سبز بی دانه نیز مشخص است که سهم ارزشی و مقداری صادرات این رقم روندی کاملاً صعودی داشته است. بطوریکه در سال ۲۰۰۴ سهم مقداری معادل ۱/۶ درصد بوده که در سال ۲۰۱۸ به ۵/۷ درصد ارتقا یافته است. سهم

ارزشی این رقم نیز از کل سبد صادراتی کشمش ایران، نیز در سال ۲۰۰۴ معادل ۱/۹ درصد بوده که در سال ۲۰۱۸ به ۷/۲ درصد ارتقا یافته است.



نمودار ۱۱-۱۹- روند سهم و مقداری و ارزشی کاشمیری سبز بی دانه دار از سبد صادراتی کشمش ایران (منبع: ITC, 2020 و یافته‌های پژوهش)

در خصوص سهم کشمش کاشمیری سبز دانه دار روندی کاملاً نوسانی مشخص است. بطوریکه سهم این رقم کشمش به لحاظ مقداری در سال ۲۰۰۴ معادل ۱/۴ درصد بوده و در سال ۲۰۱۸ این رقم به ۰/۶ درصد رسیده است. بیشترین میزان سهم مقداری در این رقم در سال ۲۰۱۳ تحقق یافته که معادل ۳/۹ درصد بوده است. مشخص است که تا سال ۲۰۰۷ روندی باثبات در سهم مقادیر و ارزشی وجود داشته و پس از آن روند نزولی شده و در سال ۲۰۱۳ این روند افزایشی بوده و پس از آن مجدداً روند کاهشی ادامه یافته است. به لحاظ ارزشی نیز این سهم در سال ۲۰۰۴ معادل ۱/۶ درصد بوده و در سال ۲۰۱۸ این سهم به ۰/۸ درصد تنزل یافته است.



نمودار ۱۱-۲۰- روند سهم و مقداری و ارزشی کشمش کاشمیری سبز دانه دار از سبد صادراتی کشمش ایران (منبع: ITC, 2020 و یافته‌های پژوهش)

در کد تعرفه سایر نیز مشخص است که پس از سال ۲۰۰۵ روندی نزولی رخ داده که البته می‌تواند به این معنی باشد که با گذشت زمان کشمش در کدهای اصلی تعرفه صادر شده و سهم کد سایر کاهش یافته است.

۱۱-۱۶-۲- مقایسه ریسک صادراتی ارقام کشمش صادراتی ایران

به لحاظ بررسی مقدار، قیمت و ارزش صادراتی انواع ارقام کشمش صادراتی ایران مشخص است که بیشترین ضریب نوسان مقادیر صادراتی مربوط به آفتابی دانه دار بوده است. لذا نوسان مقادیر صادرات در مورد این رقم از سایر ارقام بیشتر می‌باشد. هرچند که این رقم جزو ارقام اصلی صادراتی کشمش در سبد صادرات ایران نبوده است. مشخص است که کشمش تیزابی و انگوری بی دانه به عنوان مهمترین ارقام صادراتی کشمش ایران، کمترین ضریب نوسان را داشته‌اند که نشان از ریسک پایین مقادیر صادراتی در این دو رقم بوده است.

بیشترین نوسان ارزش صادرات مربوط به مویز بوده و کمترین نوسان در ارزش صادراتی نیز مربوط به تیزابی دانه دار و بی دانه بوده است. در خصوص ریسک قیمتی نیز مشخص است که بیش از ریسک قیمتی در مورد اغلب ارقام کشمش، ریسک مقداری صادراتی صادرکنندگان ایرانی را تهدید می‌کند. در هر صورت بیشترین ریسک قیمتی نیز مربوط به رقم مویز بوده و کمترین ریسک قیمتی نیز مرتبط با ارقام کشمش تیزابی بیدانه و دانه دار بوده است. لذا کشمش تیزابی بی دانه علاوه بر ریسک پایین مقداری، پایین‌ترین ریسک قیمتی را نیز به خود اختصاص داده است.

جدول ۱۱-۱۵- میانگین وضعیت صادرات و ریسک صادراتی انواع ارقام کشمش

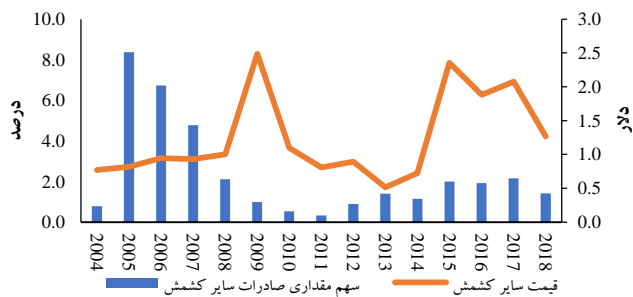
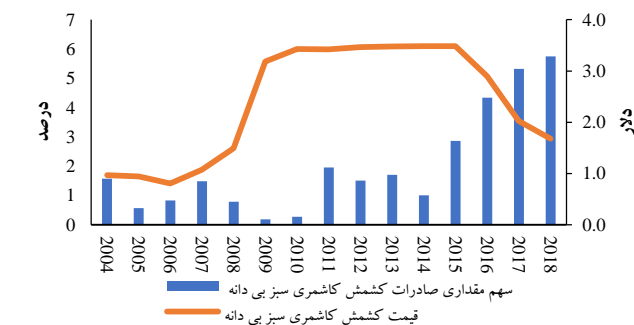
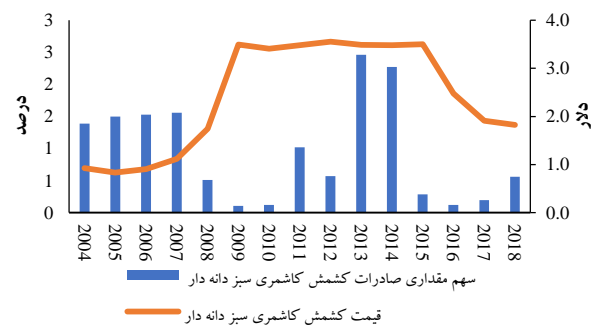
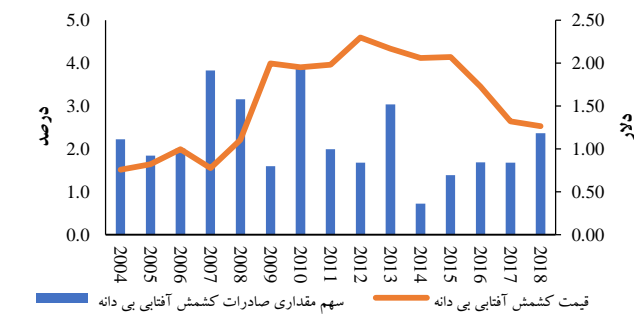
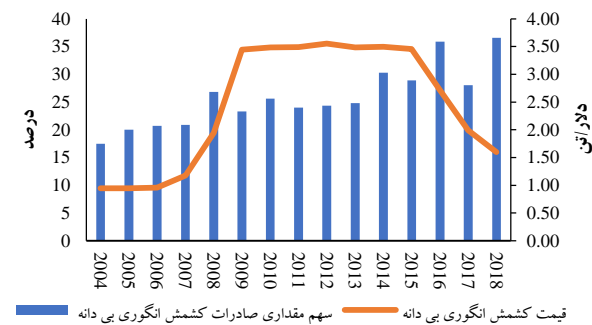
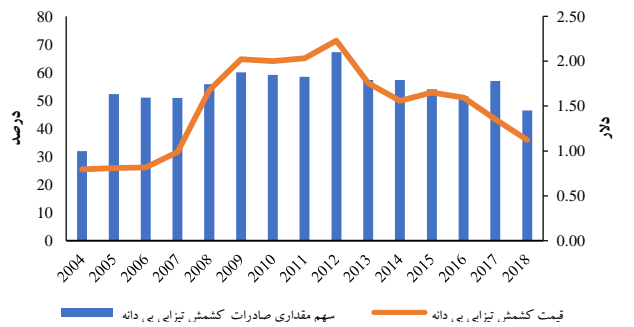
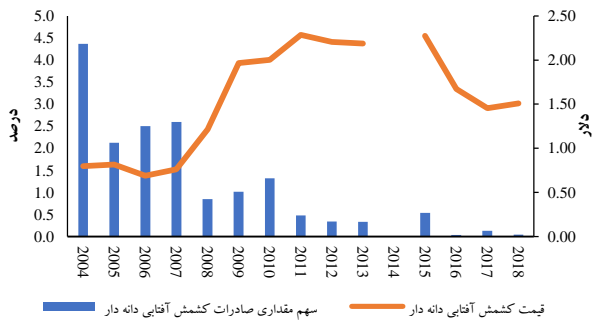
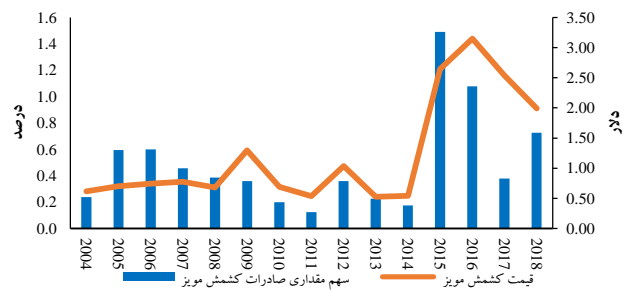
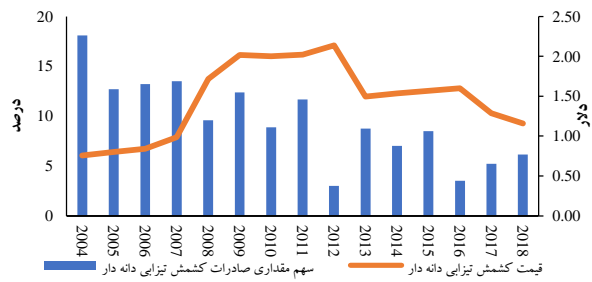
ویژگی	آماره	مویز	تیزابی دانه دار	تیزابی بی دانه	آفتابی دانه دار	آفتابی بی دانه	انگوری بی دانه	کاشمر ی بی دانه	کاشمر ی دانه	انگور خش ک شده	سایر
مقدار	میانگین (تن)	۶۱۱	۱۲۰۲۸	۶۶۸۸۱	۱۵۰۴	۲۷۸۸	۳۱۷۳۴	۲۴۲۷	۱۲۴۶	۳۱۲۵	
	ضریب نوسان	۰,۷۵	۰,۵۴	۰,۲۱	۱,۲۳	۰,۵۰	۰,۲۲	۰,۸۲	۰,۸۸	۱,۱۲	
قیمت	میانگین (دلار به کیلو)	۱,۲۳	۱,۴۶	۱,۴۹	۱,۵۶	۱,۵۵	۲,۵۵	۲,۴۰	۲,۴۱	۱,۲۴	
	ضریب نوسان	۰,۷۳	۰,۳۲	۰,۳۳	۰,۳۹	۰,۳۶	۰,۴۲	۰,۴۶	۰,۴۷	۰,۵۱	
ارزش	میانگین (هزار دلار)	۱۰۲	۱۵۸۸۲	۱۰۱۸۶۷	۱۶۱۸	۴۱۱۴	۷۹۰۲۸	۵۷۴۶	۲۷۲۷	۳۴۴۰	
	ضریب نوسان	۱,۴۴	۰,۴۴	۰,۴۵	۰,۸۸	۰,۵۸	۰,۵۲	۰,۸۹	۱,۲۲	۰,۹۱	

منبع: ITC, 2020 و یافته پژوهش

۱۱-۱۶-۳- تحلیل روند قیمتی و سهم صادراتی ارقام کشمش صادراتی ایران

در نهایت مطابق نمودار ۱۱-۲۱ مشخص است که قیمت‌ها در سال‌های اخیر روندی نزولی داشته است. با کاهش قیمت مویز، تیزابی دانه دار، تیزابی بی دانه و کاشمیری سبز دانه دار با کاهش قیمت در سال‌های اخیر با کاهش سهم از سبد صادراتی کشمش ایران نیز همراه بوده‌اند. اما در مورد ارقام آفتابی بی دانه، انگوری بی دانه و کاشمیری سبز بی دانه علارغم کاهش قیمت در سال‌های اخیر، با افزایش سهم در سبد صادراتی کشمش همراه بوده‌اند. در مورد رقم کاشمیری سبز بی دانه، هرچند با کاهش قیمت پس از سال ۲۰۱۴، سهم این رقم ر سبد صادراتی کشمش ایرانی کاهش یافت اما پس از این دوره، علی‌رغم کاهش ادامه دار قیمت‌ها، سهم صادراتی این رقم کشمش افزایش یافته است. در هر صورت بویژه در ارقام اصلی کشمش صادراتی، هموسی مناسی بین قیمت ارقام و سهم مقداری ارقام از سبد صادراتی کشمش برقرار است. هرچند کاهش فزاینده قیمت ارقام اصلی بویژه تیزابی بی دانه، نشان از آن دارد که توجه به بازارهای هدف صادراتی باثبات بیش از پیش در کشمش لازم است مورد توجه قرار گیرد. نکته دیگر اینکه هرچند قیمت دلاری ارقام کشمش در سال‌های اخیر نزول بوده اما با توجه به افزایش نرخ ارز، منافع صادرکنندگان تأمین شده و با افزایش مقادیر صادراتی و جلوگیری از کاهش صادرات ضمن رفع موانع صادراتی، در نهایت مجموع منافع صادراتی در بازار کشمش تأمین خواهد شد. به عبارت دیگر چنانچه رفع موانع صادراتی صورت دیگر، در فضای افزایش نرخ‌های ارزی، کاهش مقادیر صادراتی، حتی به دلیل کاهش قیمت‌های دلاری نمی‌تواند توجیه منطقی داشته باشد، مگر اینکه تغییرات منافع صادرات کاهشی باشد.

بررسی وضعیت صادرات محصولات منتخب کشاورزی ایران.....کشمش

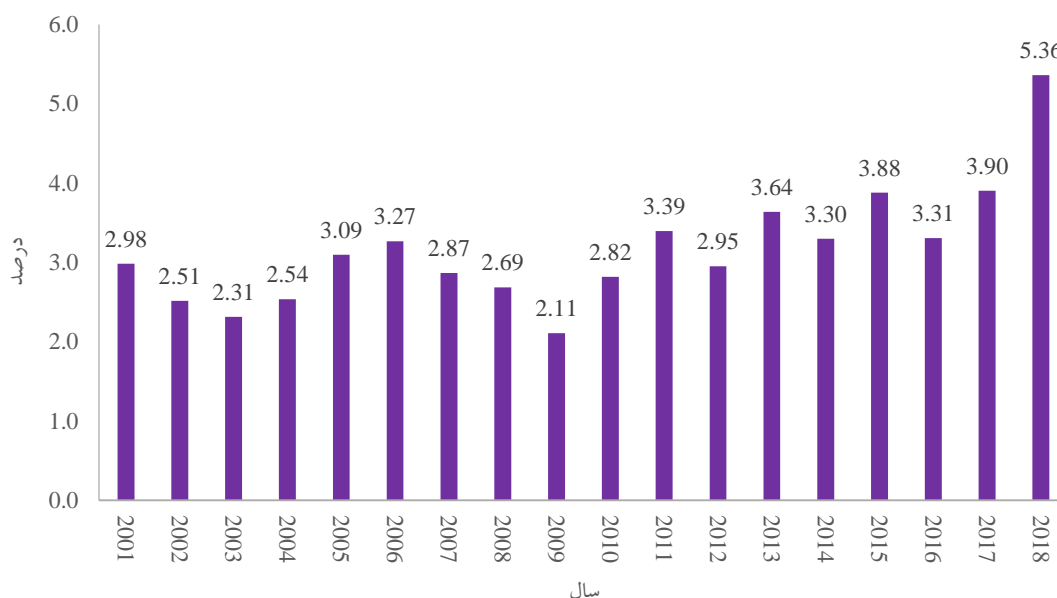


نمودار ۱۱-۲۱- روند قیمت و سهم صادراتی ارقام کشمش ایران (منبع: ITC, 2020 و یافته‌های پژوهش)

۱۲- خرما

۱-۱۲- بررسی سهم خرما در سبد صادراتی ایران

در نمودار ۱-۱۲ روند سهم ارزش خرما از کل ارزش صادرات بخش کشاورزی ایران نشان داده شده است. از این نمودار مشخص است که روند کلی سهم خرما از سبد صادراتی ایران افزایشی بوده هرچند که این روند همراه با نوسان‌های متعدد و تقریباً سینوسی می‌باشد. سهم ارزش صادرات خرما در سبد صادراتی کشاورزی، از سهم کمتر از ۳ درصدی در سال ۲۰۰۱ به سهم حدود ۵/۴ درصدی در سال ۲۰۱۸ رسیده است.

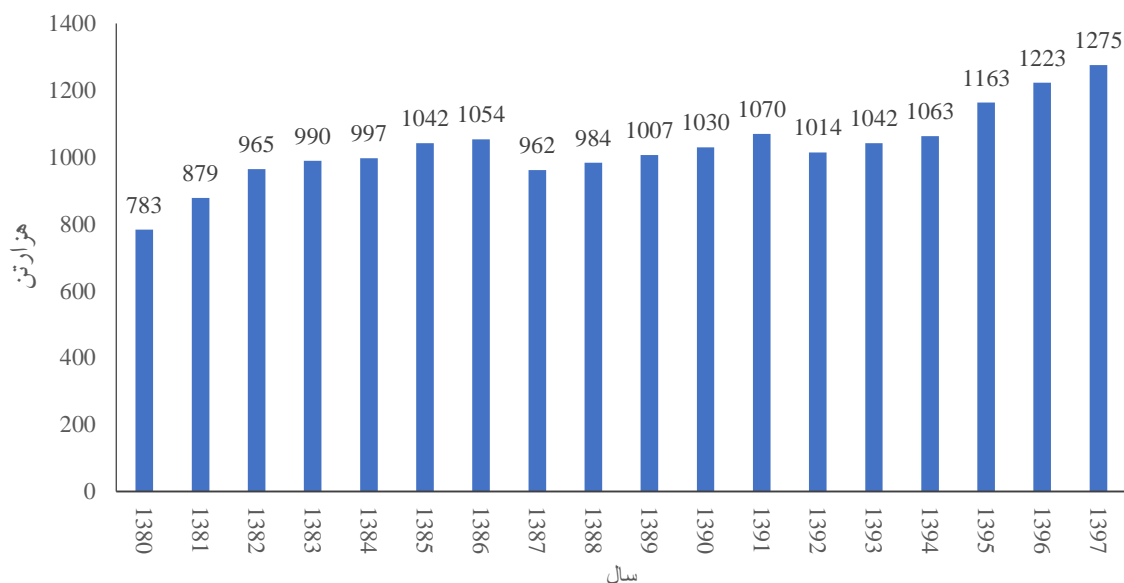


نمودار ۱-۱۲- روند سهم ارزشی صادرات خرما از سبد صادرات کشاورزی ایران

(منبع: ITC, 2020 و یافته‌های پژوهش)

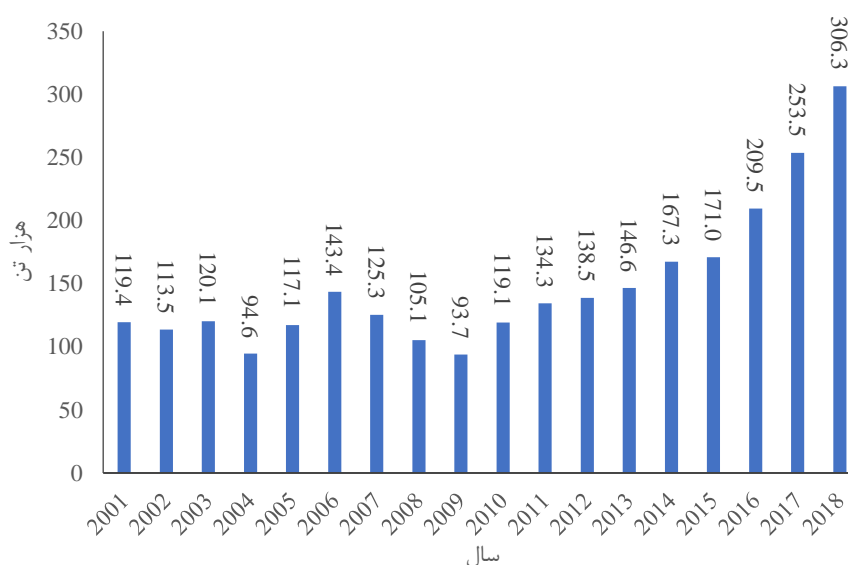
۱۲-۲- بررسی روند مقدار تولید و صادرات خرما

بررسی روند مقادیر تولید خرما براساس گزارشات وزارت جهاد کشاورزی (۱۳۹۸)، بیانگر روند رو به رشد و کم نوسان تولید طی سال‌های مورد بررسی است. بطوریکه تولید خرما در سال ۱۳۹۷ نسبت به سال ۱۳۸۰ حدود ۷۳ درصد رشد داشته و از ۷۳۸ هزار تن به ۱۲۷۵ هزار تن رسیده است.



نمودار ۱۲-۲- روند مقدار تولید خرما ایران (وزارت جهاد کشاورزی، ۱۳۹۸)

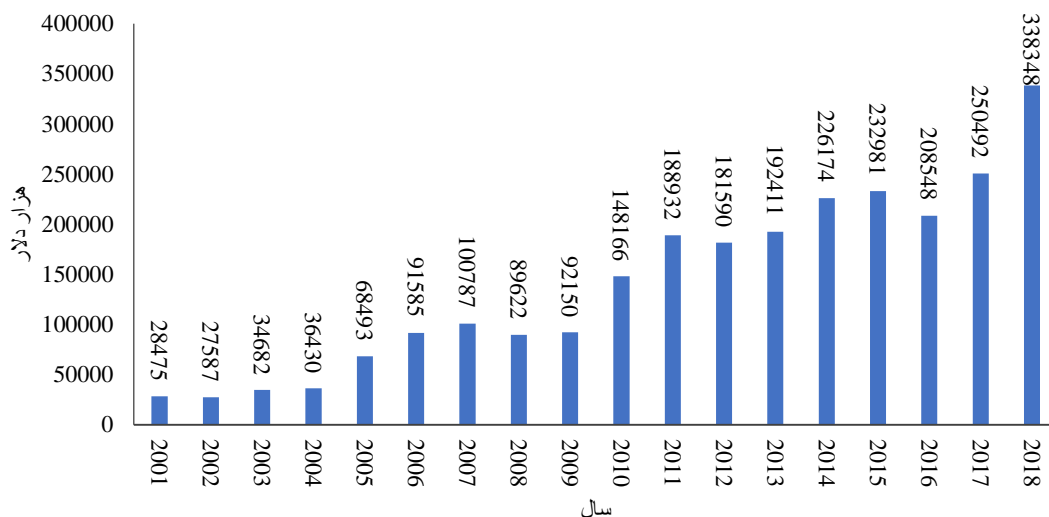
روند مقادیر صادراتی خرمای ایران تا سال ۲۰۰۹ نوسانی و رو به افول بوده اما پس از این سال این روند کاملاً صعودی است و در سال ۲۰۱۸ مقادیر صادراتی خرمای ایران به حداکثر مقدار خود معادل ۳۰۶ هزار تن رسید که نسبت به سال ۲۰۰۱ بیش از ۱۸۷ درصد و نسبت به سال ۲۰۱۷ نیز معادل ۲۰/۸ درصد رشد داشته است.



نمودار ۱۲-۳- روند مقدار صادرات خرمای ایران (منبع: ITC, 2020)

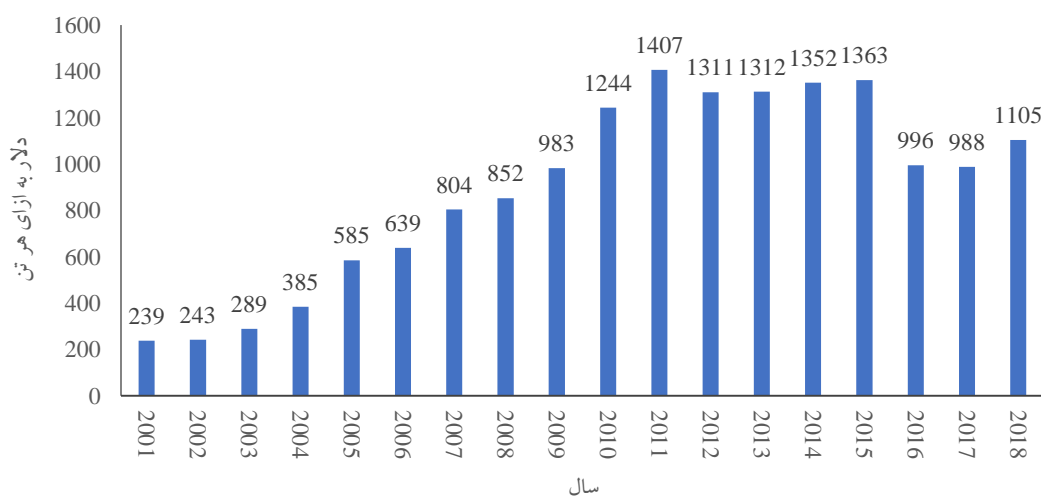
۱۲-۳- بررسی روند قیمت و ارزش صادرات خرما

روند کلی ارزش صادراتی خرمای ایران صعودی بوده و مشخص است که علیرغم اینکه مطابق نمودار قبل در سال‌های ابتدایی مقادیر صادراتی روند کلی نزولی داشت اما روند ارزش صادراتی در همین سال‌ها صعودی بوده و این به دلیل افزایش بودن روند قیمت‌های صادراتی بوده است. این روند قیمت‌های صادراتی در نمودار آتی نیز مشخص است. ارزش صادرات در سال ۲۰۱۸ نسبت به سال ۲۰۰۱ حدود ۱۲ برابر شده و نسبت به سال ۲۰۱۷ نیز ۳۵ درصد رشد داشته است.



نمودار ۱۲-۴- روند ارزش صادرات خرما ایران (منبع: ITC, 2020)

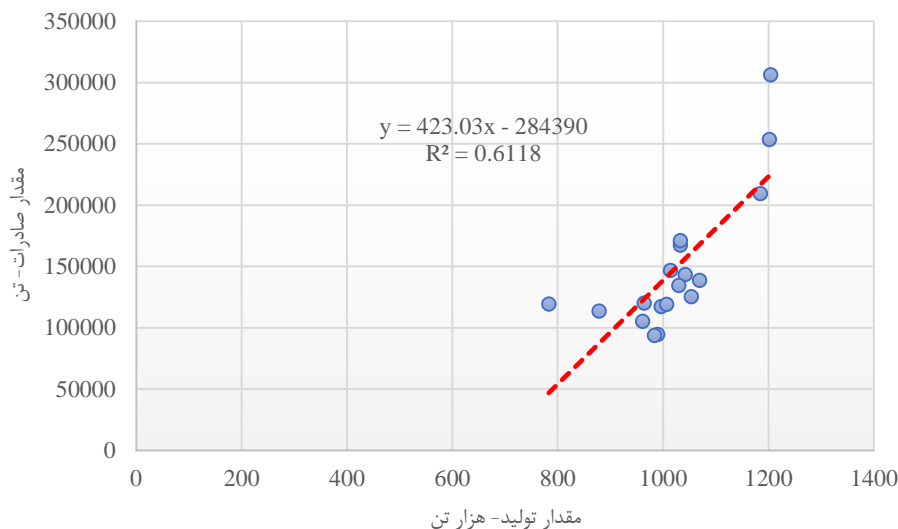
همانگونه که پیش‌تر بیان شد، روند قیمت‌های صادراتی خرمای ایران تا سال ۲۰۱۱ صعودی بوده و پس از این سال روند کلی نزولی داشته است. بطوریکه قیمت صادراتی خرمای ایران در سال ۲۰۱۱ نسبت به سال ۲۰۰۱ حدود ۶ برابر شده ولی پس از این سال روند نزولی قیمت‌ها مشخص است. بطوریکه در سال ۲۰۱۸ نسبت به سال ۲۰۱۱ قیمت صادراتی خرمای ایران ۲۱ درصد افت کرده است.



نمودار ۱۲-۵- روند قیمت صادراتی خرمای ایران (منبع: ITC, 2020)

۱۲-۴- ارتباط بین مقدار صادرات و مقدار تولید

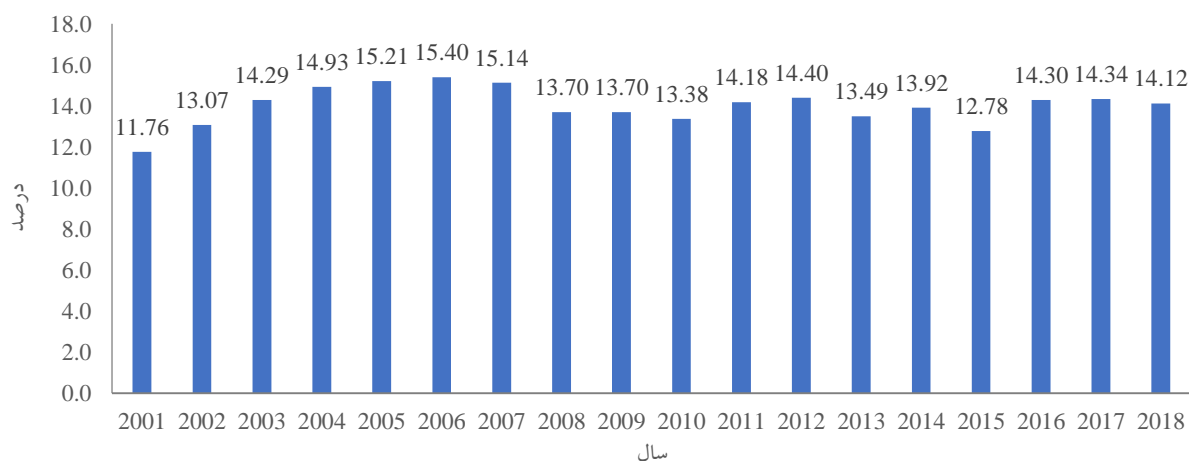
در نمودار ۱۲-۶ مشخص است که بطور کلی با افزایش سطح تولید، مقادیر صادراتی ایران نیز افزایش یافته و این همبستگی مناسبی بین این دو متغیر مشاهده می شود.



نمودار ۱۲-۶- ارتباط مقادیر تولید و صادرات خرما ایران

۱۲-۵- مقایسه سهم تولید و سهم صادرات خرما از جهان

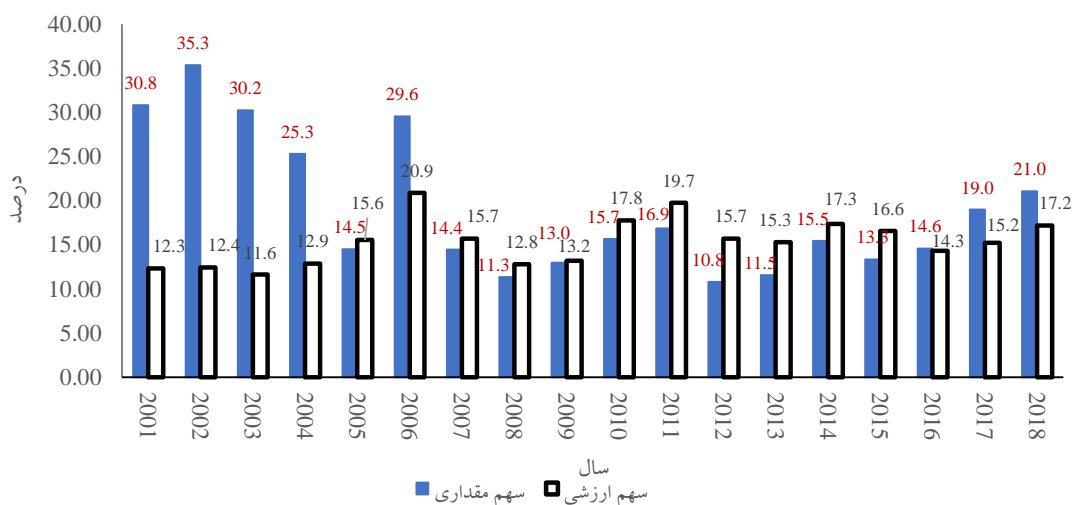
بررسی سهم تولید خرما از تولیدات جهانی نیز نشان می دهد به لحاظ وزنی، سهم ایران در تولیدات جهانی بین ۱۲ تا ۱۵ درصد بوده است. بطوریکه در سال ۲۰۱۸ این سهم معادل ۱۴/۱۲ درصد برآورد می شود. هرچند به لحاظ کیفیت و نوع رقم خرما کشورهای مختلف تولید کننده متفاوت می باشند.



نمودار ۱۲-۷- روند سهم تولید خرما ایران در جهان (وزارت جهاد کشاورزی، ۱۳۹۸ و FAO, 2020)

بررسی سهم مقداری و ارزشی خرما صادراتی ایران نشان می دهد که در سال ابتدایی سهم مقداری از سهم ارزشی بیشتر بوده اما پس از آن روند معکوس شده و سهم ارزشی بیشتر از سهم مقداری شد و از سال ۲۰۱۶ تا ۲۰۱۸ مجدداً سهم مقداری بیشتر از سهم

ارزشی بوده است. در سال ۲۰۱۸ سهم مقداری صادرات خرما از صادرات جهانی، ۲۱ درصد بوده و در همین سال ۱۷/۲ درصد ارزش صادرات خرما جهانی نصیب صادرکننده ایرانی شده است.



نمودار ۱۲-۸- روند سهم مقداری و ارزشی صادراتی خرما ایران در جهان (منبع: ITC, 2020 و یافته‌های پژوهش)

۱۲-۶- بررسی وضعیت صادرکنندگان بزرگ خرما و جایگاه ایران

روند مقادیر صادراتی در کشورهای اصلی صادرکننده نشان داد که به لحاظ مقادیر صادراتی بویژه در سال‌های پایانی ایران در جایگاه اول صادرات خرما قرار داشته است و نوسان مقادیر صادراتی نیز در ایران کمتر از میانگین جهانی بوده که بیانگر ریسک کمتر صادرکنندگان ایرانی نسبت به سایر کشورهای صادرکننده اصلی می باشد. هرچند که ریسک مقادیر صادراتی امارات، پاکستان و فرانسه از ایران کمتر بوده است.

بررسی وضعیت صادرات محصولات منتخب کشاورزی ایران.....خرما

جدول ۱۲-۱- مقدار صادراتی ۱۰ کشور اصلی صادرکننده خرما - هزار تن

سال	جهان	ایران	عراق	امارات	عربستان	پاکستان	تونس	الجزایر	مصر	عمان	فرانسه
۲۰۰۱	۳۸۷,۵۵	۱۱۹,۳۷	***	***	۲۷,۳۷	***	۴۷,۰۴	۷,۸۵	۱,۱۹	۱۲,۶۹	۸,۳۴
۲۰۰۲	۳۲۱,۳۶	۱۱۳,۵۳	***	***	۲۹,۴۱	***	۴۱,۸۹	۱۱,۰۴	۴,۵۵	۵,۰۳	۷,۵۴
۲۰۰۳	۳۹۷,۳۴	۱۲۰,۰۵	***	***	۳۰,۳۸	۷۱,۹۸	۳۷,۰۸	۱۰,۲۰	۱,۷۸	۰,۰۱	۸,۱۳
۲۰۰۴	۳۷۳,۸۷	۹۴,۵۸	***	***	۴۱,۶۱	۶۵,۴۳	۴۰,۴۳	۸,۱۳	۲,۴۰	۴,۷۵	۸,۰۵
۲۰۰۵	۸۰۷,۵۴	۱۱۷,۰۵	***	۲۷۴,۲۱	۴۲,۸۲	۸۵,۳۳	۵۰,۱۶	۱۱,۲۶	۴,۰۸	۴,۰۸	۸,۷۶
۲۰۰۶	۴۸۴,۹۹	۱۴۳,۳۵	***	***	۳۸,۸۶	۱۰۳,۰۶	۳۷,۶۳	۱۲,۳۳	۵,۰۹	۴,۱۰	۷,۹۱
۲۰۰۷	۸۶۷,۲۸	۱۲۵,۳۰	***	۲۳۴,۱۳	۴۱,۴۵	۹۸,۱۵	۶۸,۸۶	۱۳,۳۶	۴,۷۰	۹,۳۳	۱۰,۲۰
۲۰۰۸	۹۲۸,۱۸	۱۰۵,۱۴	***	۲۳۷,۹۰	۵۸,۸۱	۹۵,۷۰	۶۹,۴۹	۱۰,۰۶	۸,۳۳	۷,۰۰	۸,۶۶
۲۰۰۹	۷۲۱,۸۰	۹۳,۷۲	***	***	۵۶,۰۹	۱۲۴,۸۰	۷۷,۲۵	۸,۹۵	۱۴,۶۶	۷,۳۳	۱۱,۰۳
۲۰۱۰	۷۶۰,۰۸	۱۱۹,۰۹	***	***	۶۸,۱۸	۱۱۴,۹۵	۸۴,۲۸	۱۶,۰۴	۲۰,۵۵	۶,۷۸	۱۱,۲۷
۲۰۱۱	۷۹۶,۷۵	۱۳۴,۳۰	***	***	۷۱,۶۹	۱۱۳,۳۶	۸۶,۹۱	۲۸,۱۴	۲۳,۷۹	۷,۱۷	۱۱,۵۸
۲۰۱۲	۱۲۸۴,۶۰	۱۳۸,۵۴	***	۳۰۴,۰۹	۶۴,۳۰	۱۶۴,۰۲	۱۰۱,۱۲	۲۰,۴۴	۱۱,۲۸	۵,۸۲	۱۱,۷۵
۲۰۱۳	۱۲۶۹,۶۰	۱۴۶,۶۱	***	۲۶۷,۳۶	۹۵,۷۳	۱۶۹,۱۶	۱۰۵,۸۰	۲۰,۶۸	۲۴,۵۹	۸,۹۹	۱۰,۹۸
۲۰۱۴	۱۰۸۲,۵۲	۱۶۷,۳۲	۲۱,۱۲	۳۱۴,۰۹	۱۳۱,۹۸	۱۱۸,۰۴	۸۷,۱۳	۲۶,۰۰	۳۷,۶۳	۱۵,۱۵	۱۲,۵۹
۲۰۱۵	۱۲۸۳,۱۲	۱۷۰,۹۹	۳۰۴,۹۲	۳۰۹,۷۸	۱۲۵,۱۵	۱۳۱,۱۷	۱۰۳,۰۶	۲۸,۶۵	۲۵,۹۹	۹,۱۴	۱۲,۴۲
۲۰۱۶	۱۴۳۶,۲۹	۲۰۹,۴۶	۳۲۲,۵۳	۲۷۵,۸۶	۱۱۶,۹۹	۱۶۳,۱۸	۱۱۳,۷۹	۳۱,۱۱	۴۰,۵۰	۱۵,۴۲	۱۳,۰۳
۲۰۱۷	۱۳۳۵,۸۲	۲۵۳,۵۲	۲۵۳,۰۴	۲۱۷,۹۸	۱۳۹,۲۷	۱۷۵,۱۳	۱۰۴,۳۶	۴۶,۶۲	۳۸,۰۵	۱۱,۷۷	۱۳,۲۵
۲۰۱۸	۱۴۵۵,۵۰	۳۰۶,۲۹	۲۶۵,۳۵	۲۰۰,۸۹	۱۶۲,۰۰	۱۳۶,۴۸	۱۲۹,۶۸	۸۵,۰۴	۵۰,۷۸	۱۳,۰۱	۱۲,۶۰
میانگین ضریب نوسان	۸۸۸,۵۷	۱۴۸,۷۹	۲۳۳,۳۹	۲۶۳,۶۳	۷۴,۵۶	۱۲۰,۶۲	۷۷,۰۰	۲۱,۹۹	۱۷,۷۷	۸,۲۰	۱۰,۴۵
	۰,۴۴	۰,۳۸	۰,۵۲	۰,۱۵	۰,۵۸	۰,۲۸	۰,۳۸	۰,۸۶	۰,۸۸	۰,۵۱	۰,۱۹

منبع: ITC, 2020 و یافته پژوهش *** داده‌ای ثبت نشده است.

روند مقادیر سهم صادراتی در کشورهای اصلی صادرکننده نشان داد که به لحاظ سهم مقادیر صادراتی نیز ایران در سال‌های پایانی در جایگاه قرار داشته است. براساس ضریب نوسان محاسباتی نیز مشخص است که هرچند نوسان سهم مقادیر صادراتی ایران کمتر از نوسان سهم مقادیر صادراتی عراق، مصر و عمان بوده است اما نوسان سهم صادراتی ایران بیشتر از کشورهای امارات، عربستان، پاکستان، تونس، الجزایر و فرانسه می باشد.

جدول ۱۲-۲- سهم مقدار صادراتی ۱۰ کشور اصلی صادرکننده خرما-درصد

سال	ایران	عراق	امارات	عربستان	پاکستان	تونس	الجزایر	مصر	عمان	فرانسه
۲۰۰۱	۳۰,۸۰	***	***	۷,۰۶	***	۱۲,۱۴	۲,۰۳	۰,۳۱	۳,۲۸	۲,۱۵
۲۰۰۲	۳۵,۳۳	***	***	۹,۱۵	***	۱۳,۰۳	۳,۴۳	۱,۴۱	۱,۵۶	۲,۳۵
۲۰۰۳	۳۰,۲۱	***	***	۷,۶۵	۱۸,۱۱	۹,۳۳	۲,۵۷	۰,۴۵	***	۲,۰۵
۲۰۰۴	۲۵,۳۰	***	***	۱۱,۱۳	۱۷,۵۰	۱۰,۸۱	۲,۱۸	۰,۶۴	۱,۲۷	۲,۱۵
۲۰۰۵	۱۴,۴۹	***	۳۳,۹۶	۵,۳۰	۱۰,۵۷	۶,۲۱	۱,۳۹	۰,۵۰	۰,۵۱	۱,۰۹
۲۰۰۶	۲۹,۵۶	***	***	۸,۰۱	۲۱,۲۵	۷,۷۶	۲,۵۴	۱,۰۵	۰,۸۴	۱,۶۳
۲۰۰۷	۱۴,۴۵	***	۲۷,۰۰	۴,۷۸	۱۱,۳۲	۷,۹۴	۱,۵۴	۰,۵۴	۱,۰۸	۱,۱۸
۲۰۰۸	۱۱,۳۳	***	۲۵,۶۳	۶,۳۴	۱۰,۳۱	۷,۴۹	۱,۰۸	۰,۹۰	۰,۷۵	۰,۹۳
۲۰۰۹	۱۲,۹۸	***	***	۷,۷۷	۱۷,۲۹	۱۰,۷۰	۱,۲۴	۲,۰۳	۱,۰۲	۱,۵۳
۲۰۱۰	۱۵,۶۷	***	***	۸,۹۷	۱۵,۱۲	۱۱,۰۹	۲,۱۱	۲,۷۰	۰,۸۹	۱,۴۸
۲۰۱۱	۱۶,۸۶	***	***	۹,۰۰	۱۴,۲۳	۱۰,۹۱	۳,۵۳	۲,۹۹	۰,۹۰	۱,۴۵
۲۰۱۲	۱۰,۷۸	***	۲۳,۶۷	۵,۰۱	۱۲,۷۷	۷,۸۷	۱,۵۹	۰,۸۸	۰,۴۵	۰,۹۱
۲۰۱۳	۱۱,۵۵	***	۲۱,۰۶	۷,۵۴	۱۳,۳۲	۸,۳۳	۱,۶۳	۱,۹۴	۰,۷۱	۰,۸۶
۲۰۱۴	۱۵,۴۶	۱,۹۵	۲۹,۰۲	۱۲,۱۹	۱۰,۹۰	۸,۰۵	۲,۴۰	۳,۴۸	۱,۴۰	۱,۱۶
۲۰۱۵	۱۳,۳۳	۲۳,۷۶	۲۴,۱۴	۹,۷۵	۱۰,۲۲	۸,۰۳	۲,۲۳	۲,۰۳	۰,۷۱	۰,۹۷
۲۰۱۶	۱۴,۵۸	۲۲,۴۶	۱۹,۲۱	۸,۱۵	۱۱,۳۶	۷,۹۲	۲,۱۷	۲,۸۲	۱,۰۷	۰,۹۱
۲۰۱۷	۱۸,۹۸	۱۸,۹۴	۱۶,۳۲	۱۰,۴۳	۱۳,۱۱	۷,۸۱	۳,۴۹	۲,۸۵	۰,۸۸	۰,۹۹
۲۰۱۸	۲۱,۰۴	۱۸,۲۳	۱۳,۸۰	۱۱,۱۳	۹,۳۸	۸,۹۱	۵,۸۴	۳,۴۹	۰,۸۹	۰,۸۷
میانگین	۱۹,۰۴	۱۷,۰۷	۲۳,۳۸	۸,۳۰	۱۳,۵۵	۹,۱۳	۲,۳۹	۱,۷۲	۱,۰۷	۱,۳۷
ضریب نوسان	۰,۴۱	۰,۵۱	۰,۲۶	۰,۲۶	۰,۲۵	۰,۲۰	۰,۴۷	۰,۶۵	۰,۶۰	۰,۳۷

منبع: ITC, 2020 و یافته پژوهش *** داده‌ای ثبت نشده است.

ارزش صادراتی ۱۰ کشور اول صادرکننده نیز بیانگر آن است که ایران هرچند در سالهای ابتدایی رتبه اول را نداشته اما در سال‌های پایانی حائز رتبه اول بوده است. این در حالی است که ریسک ارزش صادراتی ایران براساس ضریب نوسان، بیشتر از ریسک مقادیر صادراتی بوده است و این نوسان از میانگین جهانی نیز بیشتر بوده است. در مورد ارزش صادراتی، ریسک ارزش صادراتی ایران کمتر از ریسک ارزش صادراتی عربستان، الجزایر و مصر بوده و از سایر کشورهای اصلی صادرکننده (تونس، امارات، رژیم اشغالگر، پاکستان، عراق و آمریکا) بیشتر بوده است.

جدول ۱۲-۳- ارزش صادراتی ۱۰ کشور اصلی صادرکننده خرما-میلیون دلار

سال	جهان	ایران	تونس	عربستان	امارات	رژیم اشغالگر	پاکستان	الجزایر	عراق	آمریکا	مصر
۲۰۰۱	۲۳۱,۰۳	۲۸,۴۸	۷۳,۴۵	۱۶,۷۳	***	۶,۳۲	***	۱۰,۴۵	***	۱۱,۷۹	۰,۲۹
۲۰۰۲	۲۲۲,۲۱	۲۷,۵۹	۶۸,۶۹	۲۱,۸۸	***	۱۲,۴۲	***	۱۶,۳۶	***	۱۱,۲۹	۲,۱۲
۲۰۰۳	۲۹۸,۵۶	۳۴,۶۸	۷۳,۸۸	۲۲,۱۳	***	۳۳,۵۹	۲۴,۹۵	۱۶,۴۸	***	۱۴,۲۱	۰,۶۳
۲۰۰۴	۲۸۲,۸۹	۳۶,۴۳	۸۴,۴۱	۲۹,۷۰	***	***	۲۲,۴۷	۱۴,۵۶	***	۱۳,۳۹	۱,۲۱
۲۰۰۵	۴۴۰,۱۶	۶۸,۴۹	۱۰۰,۶۸	۲۹,۶۳	۴۷,۸۷	۴۰,۸۴	۳۰,۳۹	۱۹,۱۴	***	۱۳,۷۶	۲,۴۶
۲۰۰۶	۴۳۹,۰۱	۹۱,۵۹	۸۷,۹۲	۳۳,۴۵	***	۴۹,۱۲	۳۷,۶۶	۲۰,۰۴	***	۱۶,۹۸	۳,۱۵
۲۰۰۷	۶۴۱,۹۲	۱۰۰,۷۹	۱۶۴,۸۵	۳۸,۰۲	۶۳,۳۶	۵۲,۵۹	۳۸,۶۹	۲۳,۰۸	***	۱۸,۸۶	۳,۰۱
۲۰۰۸	۶۹۹,۷۰	۸۹,۶۲	۱۷۱,۰۰	۶۸,۹۷	۶۹,۰۶	۵۰,۷۷	۳۹,۸۰	۲۰,۰۱	***	۲۱,۲۱	۷,۲۱
۲۰۰۹	۶۹۸,۴۴	۹۲,۱۵	۱۷۶,۳۷	۶۳,۴۵	***	۵۹,۱۷	۵۰,۳۷	۱۴,۳۱	***	۲۲,۳۰	۱۷,۵۴
۲۰۱۰	۸۳۴,۰۵	۱۴۸,۱۷	۱۹۹,۷۸	۷۵,۰۸	***	۶۳,۳۸	۵۲,۴۱	۲۲,۶۲	***	۲۵,۳۶	۲۲,۷۶
۲۰۱۱	۹۵۶,۶۸	۱۸۸,۹۳	۲۱۱,۶۰	۸۲,۹۰	***	۸۵,۸۷	۶۴,۰۸	۲۵,۳۶	***	۳۳,۴۶	۲۸,۲۱
۲۰۱۲	۱۱۵۶,۶۳	۱۸۱,۵۹	۲۲۰,۶۲	۷۴,۸۶	۱۲۹,۱۸	۱۱۱,۸۱	۸۰,۸۴	۲۶,۲۱	***	۳۹,۴۰	۲۸,۷۲
۲۰۱۳	۱۲۵۷,۵۵	۱۹۲,۴۱	۲۳۳,۹۷	۱۰۲,۹۴	۱۳۳,۵۸	۱۳۲,۴۰	۸۵,۷۲	۲۹,۷۷	***	۴۵,۹۷	۳۳,۴۰
۲۰۱۴	۱۳۰۳,۷۲	۲۲۶,۱۷	۲۲۹,۱۲	۱۲۹,۶۷	۱۶۱,۱۲	۱۵۰,۶۲	۷۹,۹۸	۳۹,۰۰	۶,۳۱	۴۷,۳۴	۴۷,۳۲
۲۰۱۵	۱۴۰۵,۷۱	۲۳۲,۹۸	۲۲۷,۰۱	۱۴۰,۱۴	۱۷۱,۹۰	۱۳۸,۷۳	۸۳,۲۱	۳۴,۸۰	۱۰۸,۳۱	۵۴,۹۰	۳۲,۸۵
۲۰۱۶	۱۴۵۵,۵۲	۲۰۸,۵۵	۲۲۶,۶۱	۱۴۱,۵۶	۱۶۰,۲۲	۱۴۱,۵۴	۱۰۲,۶۰	۳۷,۵۰	۱۱۶,۸۴	۵۸,۶۸	۴۱,۳۹
۲۰۱۷	۱۶۴۴,۵۵	۲۵۰,۴۹	۲۲۹,۹۹	۱۸۲,۳۸	۱۶۷,۵۲	۱۵۲,۴۹	۱۰۷,۶۵	۵۲,۳۴	۱۴۷,۱۲	۵۸,۳۰	۳۳,۳۵
۲۰۱۸	۱۹۷۰,۴۵	۳۳۸,۳۵	۳۲۱,۲۰	۲۰۱,۳۹	۱۹۷,۵۵	۱۶۰,۹۹	۱۱۳,۴۴	۱۰۸,۶۱	۱۰۷,۴۹	۶۶,۱۴	۵۰,۰۱
میانگین	۸۸۵,۴۹	۱۴۰,۹۷	۱۷۲,۲۹	۸۰,۸۳	۱۳۰,۱۴	۸۴,۸۶	۶۳,۳۹	۲۹,۴۸	۹۷,۲۱	۳۱,۸۵	۱۹,۷۶
ضریب نوسان	۰,۶۰	۰,۶۴	۰,۴۳	۰,۷۱	۰,۴۰	۰,۶۲	۰,۴۸	۰,۷۶	۰,۵۵	۰,۵۹	۰,۸۹

منبع: ITC, 2020 و یافته پژوهش *** داده‌ای ثبت نشده است.

سهم ارزش صادراتی ۱۰ کشور اول صادرکننده نیز نشان می‌دهد که ایران بویژه در سال‌های پایانی حائز رتبه اول بوده است. براساس محاسبه ضریب نوسان نیز نوسان سهم صادراتی ایران در وضعیت مطلوبی قرار داشته و این نوسان از نوسان کشورهای تونس، عربستان، رژیم اشغالگر، الجزایر، عراق، آمریکا و مصر کمتر بوده و نوسان سهم ارزش صادراتی کشورهای امارات و پاکستان نسبت به ایران در وضعیت مطلوب‌تر قرار داشته است.

جدول ۱۲-۴- سهم ارزشی صادراتی ۱۰ کشور اصلی صادرکننده خرما-درصد

صادرکننده	ایران	تونس	عربستان	امارات	اسرائیل	پاکستان	الجزایر	عراق	آمریکا	مصر
۲۰۰۱	۱۲,۳۳	۳۱,۷۹	۷,۲۴	***	۲,۷۳	***	۴,۵۲	***	۵,۱۰	۰,۱۲
۲۰۰۲	۱۲,۴۱	۳۰,۹۱	۹,۸۴	***	۵,۵۹	***	۷,۳۶	***	۵,۰۸	۰,۹۵
۲۰۰۳	۱۱,۶۲	۲۴,۷۵	۷,۴۱	***	۱۱,۲۵	۸,۳۶	۵,۵۲	***	۴,۷۶	۰,۲۱
۲۰۰۴	۱۲,۸۸	۲۹,۸۴	۱۰,۵۰	***	***	۷,۹۴	۵,۱۵	***	۴,۷۳	۰,۴۳
۲۰۰۵	۱۵,۵۶	۲۲,۸۷	۶,۷۳	۱۰,۸۸	۹,۲۸	۶,۹۰	۴,۳۵	***	۳,۱۳	۰,۵۶
۲۰۰۶	۲۰,۸۶	۲۰,۰۳	۷,۶۲	***	۱۱,۱۹	۸,۵۸	۴,۵۷	***	۳,۸۷	۰,۷۲
۲۰۰۷	۱۵,۷۰	۲۵,۶۸	۵,۹۲	۹,۸۷	۸,۱۹	۶,۰۳	۳,۶۰	***	۲,۹۴	۰,۴۷
۲۰۰۸	۱۲,۸۱	۲۴,۴۴	۹,۸۶	۹,۸۷	۷,۲۶	۵,۶۹	۲,۸۶	***	۳,۰۳	۱,۰۳
۲۰۰۹	۱۳,۱۹	۲۵,۲۵	۹,۰۸	***	۸,۴۷	۷,۲۱	۲,۰۵	***	۳,۱۹	۲,۵۱
۲۰۱۰	۱۷,۷۶	۲۳,۹۵	۹,۰۰	***	۷,۶۰	۶,۲۸	۲,۷۱	***	۳,۰۴	۲,۷۳
۲۰۱۱	۱۹,۷۵	۲۲,۱۲	۸,۶۷	***	۸,۹۸	۶,۷۰	۲,۶۵	***	۳,۵۰	۲,۹۵
۲۰۱۲	۱۵,۷۰	۱۹,۰۷	۶,۴۷	۱۱,۱۷	۹,۶۷	۶,۹۹	۲,۲۷	***	۳,۴۱	۲,۴۸
۲۰۱۳	۱۵,۳۰	۱۸,۶۱	۸,۱۹	۱۰,۶۲	۱۰,۵۳	۶,۸۲	۲,۳۷	***	۳,۶۶	۲,۶۶
۲۰۱۴	۱۷,۳۵	۱۷,۵۷	۹,۹۵	۱۲,۳۶	۱۱,۵۵	۶,۱۳	۲,۹۹	۰,۴۸	۳,۶۳	۳,۶۳
۲۰۱۵	۱۶,۵۷	۱۶,۱۵	۹,۹۷	۱۲,۲۳	۹,۸۷	۵,۹۲	۲,۴۸	۷,۷۰	۳,۹۱	۲,۳۴
۲۰۱۶	۱۴,۳۳	۱۵,۵۷	۹,۷۳	۱۱,۰۱	۹,۷۲	۷,۰۵	۲,۵۸	۸,۰۳	۴,۰۳	۲,۸۴
۲۰۱۷	۱۵,۲۳	۱۳,۹۸	۱۱,۰۹	۱۰,۱۹	۹,۲۷	۶,۵۵	۳,۱۸	۸,۹۵	۳,۵۴	۲,۰۳
۲۰۱۸	۱۷,۱۷	۱۶,۳۰	۱۰,۲۲	۱۰,۰۳	۸,۱۷	۵,۷۶	۵,۵۱	۵,۴۵	۳,۳۶	۲,۵۴
میانگین	۱۵,۳۶	۲۲,۱۶	۸,۷۵	۱۰,۸۲	۸,۷۸	۶,۸۱	۳,۷۱	۶,۱۲	۳,۷۷	۱,۷۳
ضریب نوسان	۰,۱۷	۰,۲۴	۰,۱۸	۰,۰۸	۰,۲۵	۰,۱۳	۰,۴۰	۰,۵۶	۰,۱۹	۰,۶۶

منبع: ITC, 2020 و یافته پژوهش *** داده‌ای ثبت نشده است.

مشخص است که رتبه ایران در بازارهای جهانی در خصوص مقادیر صادراتی بین رتبه اول تا سوم بوده است. رتبه ارزش صادراتی نیز به همین صورت بین رتبه دوم تا اول بوده است. در سال ۲۰۱۷ و ۲۰۱۸ هم رتبه مقدار و هم رتبه ارزش صادراتی ایران در جهان رتبه اول بوده است.

جدول ۱۲-۵- رتبه ایران در بازارهای جهانی خرما

سال	مقدار صادرات	ارزش صادراتی
۲۰۰۱	۱	۲
۲۰۰۲	۱	۲
۲۰۰۳	۱	۲
۲۰۰۴	۱	۲
۲۰۰۵	۲	۲
۲۰۰۶	۱	۱
۲۰۰۷	۲	۲
۲۰۰۸	۲	۲
۲۰۰۹	۲	۲
۲۰۱۰	۱	۲
۲۰۱۱	۱	۲
۲۰۱۲	۳	۲
۲۰۱۳	۳	۲
۲۰۱۴	۲	۲
۲۰۱۵	۳	۱
۲۰۱۶	۳	۲
۲۰۱۷	۱	۱
۲۰۱۸	۱	۱

منبع: ITC, 2020 و یافته پژوهش

۱۲-۷- معرفی واردکنندگان بزرگ خرما در جهان

کشورهای اصلی واردکننده بصورت جدول زیر بوده که نکته مهم در این جدول در خصوص کشورهای امارات، فرانسه و امریکا است که این کشورها جزو صادرکنندگان اصلی محصول نیز بوده اند. بیشترین سهم وارات خرما مربوط به هند و پس از آن مرتبط با امارات و مراکش است.

جدول ۱۲-۶- سهم مقداری ۱۰ کشور واردکننده اصلی در بازارهای جهانی (درصد)

سال	هند	امارات	مراکش	یمن	فرانسه	اندونزی	ترکیه	آمریکا	قزاقستان	بنگلادش
۲۰۰۱	۴۳,۴۸	***	۲,۱۷	***	۳,۹۳	۱,۶۶	۱,۳۸	۰,۵۵	۰,۱۰	۴,۲۸
۲۰۰۲	۳۴,۳۰	***	۶,۶۴	***	۴,۵۰	۱,۹۵	۲,۵۴	۰,۶۲	۰,۲۶	۲,۸۲
۲۰۰۳	۳۱,۷۵	***	۴,۳۴	***	۳,۸۹	۱,۷۲	۱,۳۴	۰,۶۹	۰,۳۲	۳,۷۹
۲۰۰۴	۳۰,۹۸	***	۵,۰۲	۵,۸۰	۳,۹۸	۱,۷۵	۱,۳۶	۰,۶۶	۰,۳۴	۲,۹۲
۲۰۰۵	۳۲,۶۵	۲۲,۰۲	۴,۱۸	۲,۸۹	۲,۸۵	۱,۲۸	۱,۲۸	۰,۴۰	۰,۱۷	۲,۲۳
۲۰۰۶	۴۰,۴۶	***	۴,۸۴	۳,۲۱	۳,۷۶	۱,۹۵	۱,۵۵	۱,۰۲	۰,۴۲	۲,۷۷
۲۰۰۷	۲۸,۱۵	۲۵,۴۷	۵,۶۳	۲,۳۷	۳,۰۷	۱,۷۳	۱,۴۶	۰,۹۶	۰,۲۶	۳,۰۰
۲۰۰۸	۲۷,۷۱	۲۵,۲۱	۴,۵۵	۲,۷۹	۲,۷۴	۱,۵۴	۱,۳۶	۰,۵۴	۰,۲۵	۲,۰۱
۲۰۰۹	۳۹,۴۲	***	۶,۹۴	۳,۲۹	۳,۳۲	۲,۲۶	۱,۴۳	۲,۱۸	۰,۲۸	۳,۹۳
۲۰۱۰	۳۴,۱۷	***	۶,۷۳	۲,۹۰	۳,۶۹	۲,۲۲	۱,۷۲	۱,۵۷	۰,۳۵	۴,۴۰
۲۰۱۱	۳۲,۶۵	***	۵,۱۱	۳,۸۷	۳,۳۱	۲,۵۷	۱,۹۶	۲,۷۳	۰,۴۰	۴,۴۴
۲۰۱۲	۲۵,۱۵	۲۴,۶۱	۵,۹۴	۲,۸۱	۲,۸۹	۲,۲۹	۱,۵۱	۲,۳۲	۰,۳۶	۳,۷۸
۲۰۱۳	۲۹,۷۱	۲۱,۱۹	۴,۵۲	۲,۷۴	۳,۰۶	۲,۷۸	۱,۷۱	۲,۳۴	۰,۹۶	۱,۹۹
۲۰۱۴	۲۸,۳۸	۲۰,۵۰	۵,۲۰	۲,۹۲	۲,۵۰	۲,۵۷	۱,۹۷	۲,۵۸	۰,۹۱	***
۲۰۱۵	۲۷,۳۳	۱۷,۶۹	۶,۰۴	۲,۹۰	۲,۸۴	۱,۸۳	۲,۲۳	۴,۳۷	۱,۶۰	۲,۴۵
۲۰۱۶	۲۹,۷۵	۱۸,۱۸	۵,۸۹	۱,۶۷	۲,۸۸	۱,۹۷	۲,۲۸	۲,۴۳	۱,۹۵	۳,۳۱
۲۰۱۷	۲۹,۷۱	۱۳,۰۳	۵,۵۷	۱,۴۶	۲,۹۸	۲,۷۵	۲,۷۲	۱,۶۴	۲,۰۴	۳,۵۸
۲۰۱۸	۲۹,۰۲	۱۰,۵۱	۶,۸۲	۳,۰۸	۲,۹۵	۲,۷۹	۲,۷۵	۲,۶۱	۲,۳۰	۲,۱۸

منبع: ITC, 2020 و یافته پژوهش

۱۲-۸- بررسی جایگاه ایران از نظر مقداری و ارزشی در بازار جهانی خرما و تغییر جایگاه ایران در کشورهای هدف

به لحاظ مقادیر صادرات، مشخص است که ایران در کشورها هدف خود عمدتاً حائز رتبه اول بوده و بازارهای فعلی هدف بیش از آنکه در اختیار رقبا باشد، در اختیار صادرکننده ایرانی بوده است. تنها در مورد هند ایران نتوانسته حائز رتبه اول شود.

جدول ۱۲-۷- رتبه ایران در مقدار صادرات خرما به جهان و بزرگترین بازارهای هدف (۲۰۰۱-۲۰۱۸)

سال	جهان	هند	پاکستان	قزاقستان	ترکیه	افغانستان	امارات	عراق	روسیه	آذربایجان	اکراین
۲۰۰۱	۱	۲	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱
۲۰۰۲	۱	۲	۱	۱	۱	۱	۱	***	۱	۱	۱
۲۰۰۳	۱	۲	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۲
۲۰۰۴	۱	۳	۱	۱	۱	۱	۱	۲	۱	۱	۳
۲۰۰۵	۲	۵	۲	۱	۱	۱	۱	۲	۱	۱	۱
۲۰۰۶	۱	۲	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱
۲۰۰۷	۲	۵	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱
۲۰۰۸	۲	۴	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱
۲۰۰۹	۲	۳	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱
۲۰۱۰	۱	۲	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱
۲۰۱۱	۱	۲	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱
۲۰۱۲	۳	۳	۲	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱
۲۰۱۳	۳	۳	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱
۲۰۱۴	۲	۳	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱
۲۰۱۵	۳	۳	۲	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱
۲۰۱۶	۳	۳	۱	۱	۱	۱	۲	۱	۱	۱	۱
۲۰۱۷	۱	۳	۱	۱	۱	۱	۲	۱	۱	۱	۱
۲۰۱۸	۱	۲	۱	۱	۱	۱	۲	۱	۱	۱	۱

منبع: ITC, 2020 و یافته پژوهش *** داده‌ای ثبت نشده است.

به لحاظ ارزش صادرات نیز مشخص است که ایران در کشورها هدف خود عمدتاً حائز رتبه اول بوده و نکته مهم آن است که علاوه بر هند، ایران در روسیه نیز جایگاه اول ارزش صادراتی نداشته، هرچند که به لحاظ مقادیر صادراتی روسیه ایران حائز رتبه اول بود. لذا می توان نتیجه گرفت که قیمت‌های صادراتی ایران در روسیه کمتر از رقبا بوده است.

بررسی وضعیت صادرات محصولات منتخب کشاورزی ایران.....خرما

جدول ۱۲-۸- رتبه ایران در ارزش صادرات خرما به جهان و بزرگترین بازارهای هدف (۲۰۰۱-۲۰۱۸)

سال	جهان	هند	پاکستان	قزاقستان	ترکیه	افغانستان	امارات	عراق	روسیه	آذربایجان	اکراین
۲۰۰۱	۲	۲	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱
۲۰۰۲	۲	۲	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱
۲۰۰۳	۲	۲	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۳
۲۰۰۴	۲	۳	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱
۲۰۰۵	۲	۴	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱
۲۰۰۶	۱	۲	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱
۲۰۰۷	۲	۴	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱
۲۰۰۸	۲	۴	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱
۲۰۰۹	۲	۳	۱	۱	۱	۱	۲	۱	۱	۱	۱
۲۰۱۰	۲	۲	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱
۲۰۱۱	۲	۲	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱
۲۰۱۲	۲	۳	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱
۲۰۱۳	۲	۳	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۲	۱	۱
۲۰۱۴	۲	۳	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۳	۱	۱
۲۰۱۵	۱	۳	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۲	۱	۱
۲۰۱۶	۲	۳	۱	۱	۱	۱	۲	۱	۲	۱	۱
۲۰۱۷	۱	۳	۱	۱	۱	۱	۲	۱	۲	۱	۱
۲۰۱۸	۱	۲	۱	۱	۱	۱	۲	۱	۲	۱	۱

منبع: ITC, 2020 و یافته پژوهش

در این قسمت کشورهایی که به لحاظ مقادیر صادراتی در جایگاه مناسب تری بودند، به لحاظ ارزشی نیز جایگاه آنها بررسی شد. مشخص است که تونس به لحاظ ارزشی با ایران در رقابت جایگاه اول و دوم بوده است. پس از تونس و ایران، کشورهای امارات، عربستان و پاکستان قرار داشته اند.

جدول ۹-۱۲- جایگاه ارزشی ۱۰ صادرکننده اصلی خرما به لحاظ مقادیر صادرات در بازار جهانی

سال	ایران	عراق	امارات	عربستان	پاکستان	تونس	الجزایر	مصر	عمان	فرانسه
۲۰۰۱	۲	***	***	۳	***	۱	۶	۲۴	۸	۴
۲۰۰۲	۲	***	***	۳	***	۱	۴	۱۱	۱۰	۵
۲۰۰۳	۲	***	***	۵	۴	۱	۷	۲۰	***	۶
۲۰۰۴	۲	***	***	۳	۴	۱	۶	۱۷	۱۲	۵
۲۰۰۵	۲	***	۳	۶	۵	۱	۸	۱۵	۱۹	۷
۲۰۰۶	۱	***	***	۵	۴	۲	۷	۱۳	۱۷	۶
۲۰۰۷	۲	***	۳	۶	۵	۱	۸	۱۶	۱۳	۷
۲۰۰۸	۲	***	۳	۴	۶	۱	۹	۱۱	۱۳	۷
۲۰۰۹	۲	***	***	۳	۵	۱	۹	۸	۱۳	۶
۲۰۱۰	۲	***	***	۳	۵	۱	۹	۸	۱۳	۶
۲۰۱۱	۲	***	***	۴	۵	۱	۹	۸	۱۱	۶
۲۰۱۲	۲	***	۳	۶	۵	۱	۱۰	۹	۱۳	۸
۲۰۱۳	۲	***	۳	۵	۶	۱	۱۰	۸	۱۲	۹
۲۰۱۴	۲	۲۰	۳	۵	۶	۱	۹	۸	۱۴	۱۰
۲۰۱۵	۱	۶	۳	۴	۷	۲	۹	۱۱	۱۴	۱۰
۲۰۱۶	۲	۶	۳	۴	۷	۱	۱۱	۹	۱۵	۱۰
۲۰۱۷	۱	۶	۴	۳	۷	۲	۹	۱۲	۱۵	۱۰
۲۰۱۸	۱	۸	۴	۳	۶	۲	۷	۱۰	۱۵	۱۱

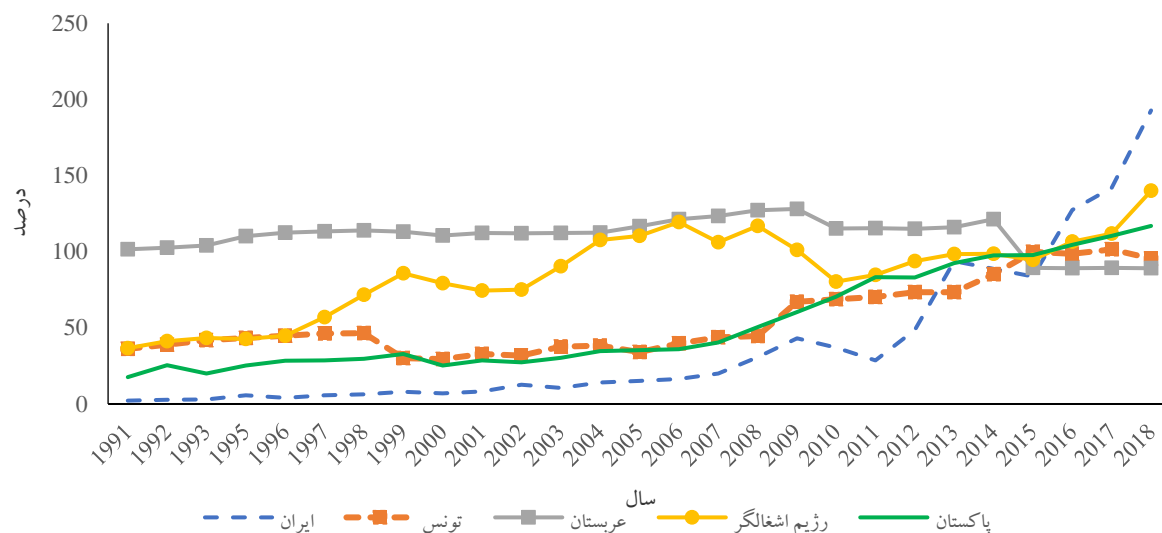
منبع: ITC, 2020 و یافته پژوهش *** داده‌ای ثبت نشده است.

۹-۱۲- بررسی روند تغییر شاخص قیمت تولیدکننده خرما در ایران و کشورهای رقیب به عنوان نماینده هزینه تولید خرما

۱-۹-۱۲- تحلیل روند شاخص قیمت تولیدکننده در ایران و کشورهای صادرکننده خرما

بررسی شاخص قیمت تولیدکننده خرما بیانگر آن است که بیشترین روند افزایشی مربوط به شاخص قیمت تولیدکننده ایران بوده و بویژه در سال‌های پایانی، این شاخص برای ایران روند فزاینده‌ای داشته که بیانگر افزایش تورم در سطح تولیدکننده در ایران می‌تواند باشد. البته بیش از سطح مطلق این شاخص، میزان رشد آن که بیانگر تورم بوده مهم خواهد بود.

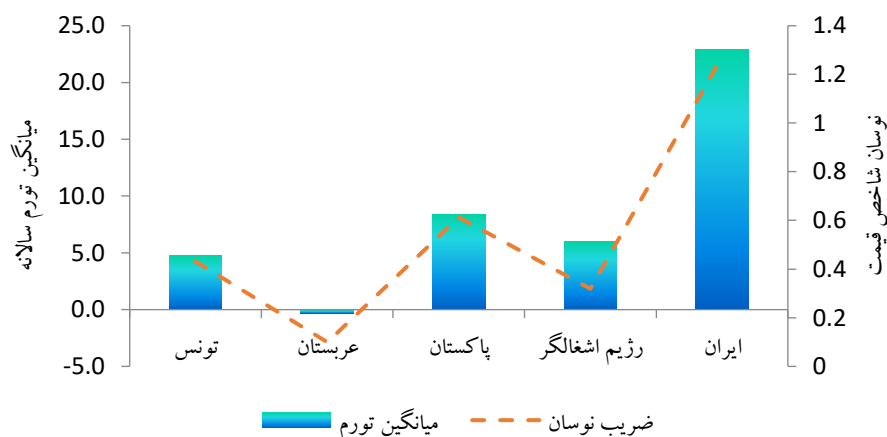
بررسی وضعیت صادرات محصولات منتخب کشاورزی ایران.....خرما



نمودار ۹-۱۲- روند شاخص قیمت تولید کننده خرمای ایران و بزرگترین صادرکنندگان جهانی (منبع: FAO, 2020)

۱۲-۹-۲- بررسی و مقایسه میانگین تورم سالانه تولید و نوسان شاخص قیمت تولید کننده

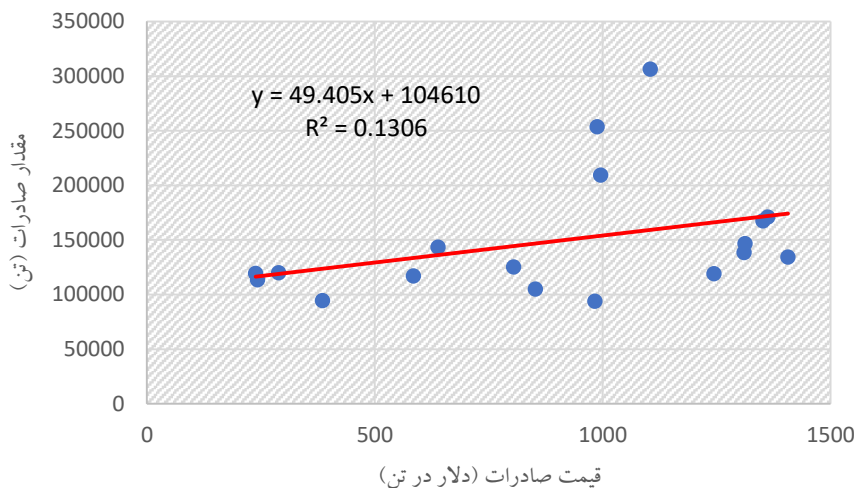
مطابق نمودار زیر مشخص است که ایران علاوه بر اینکه بیشترین سطح تورم در تولید را در بین صادرکنندگان اصلی خرما تجربه کرده، بیشترین ریسک قیمتی در سطح تولید نیز در ایران رخ داده و لذا وضعیت در سطح تولید کننده ناکارآمد بوده و همین وضعیت می تواند در بلندمدت به صادرات خرمای ایران در بازارهای جهانی آسیب وارد سازد.



نمودار ۱۲-۱۰- میانگین تورم سالانه و نوسان شاخص قیمت تولید کننده خرمای ایران

۱۰-۱۲- بررسی ارتباط بین مقادیر صادراتی ایران و قیمت‌های صادراتی در بازارهای جهانی خرما

مطابق نمودار ۱۱-۱۲ مشخص است که همبستگی قوی بین قیمت و مقدار صادرات خرمای ایران مشاهده نمی‌شود و نمی‌توان بیان نمود که با افزایش قیمت صادراتی، لزوماً مقادیر صادراتی نیز افزایش یافته است.



نمودار ۱۱-۱۲- ارتباط بین قیمت صادراتی و مقدار صادرات خرما ایران

۱۱-۱۲- بررسی جایگاه ایران در بازارهای اصلی واردکننده خرما و تحلیل مقایسه‌ای قیمت صادراتی ایران در مقابل رقبا در این بازارها

در ادامه بزرگترین کشورهای واردکننده خرما در جهان طی دو سال ۲۰۱۷ و ۲۰۱۸ مورد بررسی قرار گرفت. نتایج نشان داد که ایران در اکثر این کشورها (بجز مراکش و تونس) صادرات خرما داشته و در ترکیه و قزاقستان رتبه اول مقدار و ارزش صادراتی را نسبت به رقبا داشته است. هرچند که قیمت ایران در این دو بازار کمتر از رقبا بوده که آن هم به دلیل نوع ارقام صادراتی ایران بوده که در بخش‌های بعدی به این ارقام پرداخته خواهد شد.

در امارات، هند و اندونزی نیز ایران نسبت به رقبای خود رتبه ۳ تا ۴ را در مقدار و ارزش صادراتی داشته و تنها در امریکا جایگاه ایران تنزل داشته که به دلیل محدودیت روابط بین این دو کشور بوده است. در نهایت مشخص است که ایران به لحاظ مقداری و حتی ارزشی جایگاه مناسبی بین کشورهای اصلی واردکننده داشته اما به لحاظ قیمتی (با توجه به نوع صادراتی ایران)، جایگاه مناسبی در بازار نداشته است.

جدول ۱۰-۱۲- جایگاه ایران در کشورهای واردکننده اصلی خرما

جایگاه قیمت صادراتی ایران		جایگاه مقدار صادرات ایران		جایگاه ارزش صادرات ایران		بزرگترین واردکنندگان
۲۰۱۸	۲۰۱۷	۲۰۱۸	۲۰۱۷	۲۰۱۸	۲۰۱۷	
۱۳	۱۳	۳	۳	۳	۳	هند
۱۲	۱۳	۲	۲	۲	۲	امارات
*	*	*	*	*	*	مراکش
*	*	*	*	*	*	یمن
۲۷	۲۴	۵	۷	۹	۱۲	فرانسه

جایگاه ارزش صادرات ایران		جایگاه مقدار صادرات ایران		جایگاه قیمت صادراتی ایران		بزرگترین واردکنندگان
۲۰۱۸	۲۰۱۷	۲۰۱۸	۲۰۱۷	۲۰۱۸	۲۰۱۷	
۴	۴	۴	۴	۱۸	۲۰۱۸	اندونزی
۱	۱	۱	۱	۱۳	۱۲	ترکیه
۱۱	۱۹	۸	۱۷	۱۷	۱۷	آمریکا
۱	۱	۱	۹	۸	۹	قزاقستان
۹	۵	۷	۵	۵	۴	بنگلادش

منبع: ITC, 2020 و نتایج پژوهش * جزو کشورهای هدف ایران نبوده است.

۱۲-۱۲- بررسی جایگاه ایران در بازارهای هدف خود و تحلیل مقایسه‌ای قیمت صادراتی خرما ایران در مقابل رقبا در این بازارها

در این بخش، وضعیت ایران در بزرگترین کشورهای هدف مورد بررسی قرار گرفته است. مقایسه وضعیت ایران در کشورهای هدف در برابر کشورهای رقیب در این قسمت قابل بررسی است اما قیمت صادراتی در مورد خرما بسته به ارقام صادراتی بوده و نمی‌توان در مورد علت پایین یا بالاتر بودن قیمت‌ها نظر قطعی داد. با توجه به اینکه ارقام صادراتی سایر کشورها در دسترس نیست، نمی‌توان در این مقایسه را انجام داد. اما در مورد ارقام صادراتی ایران و وضعیت مقدار و قیمتی آن در انتهای این قسمت توضیحات لازم ارائه خواهد شد.

بطوریکه ایران در کشور پاکستان با رتبه اول مقادیر صادراتی، ۵۸ درصد بازار این کشور را در اختیار داشته است. در سال ۲۰۱۷ ایران در پاکستان نفوذ بیشتری داشته و ۹۱ درصد بازار این کشور را در اختیار گرفت. در سال ۲۰۱۸ نفوذ ایران در پاکستان بیشتر از قبل شد و حدود ۹۷ درصد بازار پاکستان در اختیار ایران قرار گرفت. پاکستان در مجموع در سال ۲۰۱۶، ۲۰۱۷ و ۲۰۱۸ به ترتیب ۱۴/۰۴، ۱۷/۲۲ و ۱۷/۶۰ درصد سبد صادراتی ایران را به خود اختصاص داده است. مشخص است که از این جهت نیز وزن پاکستان در کشورهای هدف ایران افزایش یافته است.

در هند هرچند ایران نفوذ قابل توجهی نداشته اما این کشور از سبد صادراتی ایران سهم قابل توجهی را داشته است. بطوریکه دومین کشور هدف ایران در سال‌های ۲۰۱۶ و ۲۰۱۷ و اولین کشور هدف ایران در سال ۲۰۱۸ بوده است. ایران در کشور هند در سال‌های ۲۰۱۷ و ۲۰۱۸ رتبه سوم را داشته و در سال ۲۰۱۸ حائز رتبه دوم بوده است. صادرکنندگان ایرانی در سال ۲۰۱۶، حدود ۸ درصد بازار این کشور را در اختیار داشته‌اند. در سال ۲۰۱۷ ایران در هند نفوذ بیشتری داشته و ۱۳/۳ درصد بازار این کشور را در اختیار گرفت. در سال ۲۰۱۸ نیز نفوذ ایران در هند بیشتر شده و حدود ۲۵ درصد این بازار را در اختیار گرفت. هند نیز در مجموع در سال ۲۰۱۶، ۲۰۱۷ و ۲۰۱۸ به ترتیب ۱۲/۲، ۱۵/۴ و ۱۹/۳ درصد سبد صادراتی ایران را به خود اختصاص داده است.

ایران در قزاقستان تقریباً بدون رقیب بوده و طی سال‌های ۲۰۱۶، ۲۰۱۷ و ۲۰۱۸ به ترتیب ۹۸/۹، ۹۸/۸ و ۹۹/۹ درصد بازار این کشور را در اختیار صادرکنندگان ایرانی بوده و به ترتیب در همین سال‌ها ۱۲/۰۶، ۱۰/۸۷ و ۱۰/۶۵ درصد سبد صادراتی خرما را به این کشور اختصاص یافته است.

ایران در امارات نیز همواره حائز رتبه دوم بوده و بزرگترین رقیب ایران در این کشور، عربستان بوده است. این در حالی است که

قیمت صادراتی ایران از عربستان پایین تر است که احتمالاً به دلیل نوع رقم صادراتی عربستان به امارات می باشد. در هر صورت طی سال های ۲۰۱۶، ۲۰۱۷ و ۲۰۱۸ به ترتیب ۴۲، ۲۵/۸ و ۳۳ درصد بازار این کشور در اختیار صارکنندگان ایرانی بوده و به ترتیب در همین سال ها ۹/۹، ۵/۷ و ۶/۷ درصد سبد صادراتی خرماي ایران به این کشور اختصاص یافته است.

ایران در قزاقستان نیز تقریباً بدون رقیب بوده و طی سال های ۲۰۱۶، ۲۰۱۷ و ۲۰۱۸ به ترتیب ۹۸/۸، ۹۸/۵ و ۹۴/۴ درصد بازار این کشور در اختیار صارکنندگان ایرانی بوده و به ترتیب در همین سال ها ۹، ۸/۵ و ۷/۳ درصد سبد صادراتی خرماي ایران به این کشور اختصاص یافته است.

ایران در ترکیه نیز به عنوان صادرکننده اول همواره مطرح بوده است و ایران طی سال های ۲۰۱۶، ۲۰۱۷ و ۲۰۱۸ به ترتیب ۴۰/۱، ۴۵/۹ و ۶۴ درصد بازار ترکیه را در اختیار داشته و به ترتیب در همین سال ها ۷/۶، ۹/۳ و ۹/۲ درصد سبد صادراتی خرماي ایران را تشکیل داده است.

عراق خود به عنوان یکی از بزرگترین کشورهای هدف بوده اما همزمان وارد کننده خرما از ایران نیز می باشد و مشخص است که ایران در عراق طی سال های ۲۰۱۶، ۲۰۱۷ و ۲۰۱۸ به ترتیب ۶۸، ۸۹/۹ و ۹۰/۲ درصد بازار عراق را در اختیار داشته و مشخص است که نفوذ ایران در عراق افزایش داشته و به عنوان کشوری تقریباً بی رقیب در عراق مطرح است. همچنین عراق در همین سال ها به ترتیب ۴/۴۴، ۵/۰۲ و ۶/۴۶ درصد سبد صادراتی خرماي ایران را تشکیل داده است.

در نهایت ایران در روسیه به لحاظ مقادیر صادراتی همواره رتبه اول را داشته و طی سال های ۲۰۱۶، ۲۰۱۷ و ۲۰۱۸ به ترتیب ۳۱/۲، ۴۰ و ۵۴/۹۷ درصد بازار این کشور در اختیار صارکنندگان ایرانی بوده است. البته لازم به ذکر است که هرچند مطلق میزان صادرات ایران به روسیه در سال ۲۰۱۸ کاهش یافته اما سهم ایران افزایشی بوده است. در واقع روسیه در سال ۲۰۱۸ واردات کل خود از خرما را کاهش داد که مقادیر صادراتی ایران کمتر متأثر از این کاهش شد و سهم ایران نسبت به رقبای روسیه افزایش یافت. به ترتیب در همین سال ها ۴/۰۵، ۳/۶۹ و ۲/۷۱ درصد سبد صادراتی خرماي ایران به این کشور اختصاص یافته است.

جدول ۱۱-۱۲- جایگاه ایران در مقایسه با رقبای مهم ترین بازارهای هدف خود در سال ۲۰۱۶

مقدار صادرات ایران	رتبه مقدار صادرات ایران	قیمت صادراتی ایران	رتبه قیمت صادراتی ایران	قیمت رقبا در ۵ کشور هدف ایران در سال ۲۰۱۶ (دلار/تن)	سهم ایران (درصد)	سهم از صادرات ایران (درصد)	بازار هدف
۲۹۴۱۲	۱	۷۳۰	۴	امارات عربستان هند تونس ---	۵۸	۱۴,۰۴	پاکستان
۲۵۵۴۷	۳	۱۲۶۱	۴	پاکستان امارات عمان عربستان الجزایر ---	۸	۱۲,۱۹	هند
۲۵۲۷۷	۱	۹۰۴	۵	تونس امارات روسیه ---	۹۸,۹	۱۲,۰۶	قزاقستان
۲۰۷۴۴	۲	۹۴۹	۱۶	عربستان تونس الجزایر اردن عمان ---	۴۲	۹,۹	امارات

بررسی وضعیت صادرات محصولات منتخب کشاورزی ایران.....خرما

۹,۰۱	۹۸,۸	---	---	امارات	پاکستان	عربستان	۴	۷۴۸	۱	۱۸۸۸۹	افغانستان
		---	---	۵۰۵۹	۵۷۵	۱۴۱۳					
۷,۶	۴۰,۱	امارات	پاکستان	اسرائیل	تونس	عربستان	۱۳	۵۸۶	۱	۱۵۹۳۹	ترکیه
		۵۸۳	۱۳۵۵	۵۴۸۶	۲۰۳۹	۱۵۴۹					
۴,۴۴	۶۸	اردن	ترکیه	مصر	امارات	عربستان	۶	۱۲۲۸	۱	۹۳۱۵	عراق
		۸۵۲	۲۴۱۹	۱۰۳۴	۱۴۹۶	۵۷۹					
۴,۰۵	۳۱/۲	---	تونس	قزاقستان	الجزایر	اسرائیل	۱۴	۹۷۱	۱	۸۴۹۵	روسیه
		---	۱۵۴۶	۲۰۰	۱۱۰۷	۲۱۱۳					

منبع: ITC, 2020 و یافته پژوهش

بررسی وضعیت صادرات محصولات منتخب کشاورزی ایران.....خرما

جدول ۱۲-۱۲- جایگاه ایران در مقایسه با رقبا در مهم‌ترین بازارهای هدف خود در سال ۲۰۱۷

بازار هدف	مقدار صادرات ایران	رتبه مقدار صادرات ایران	قیمت صادراتی ایران	رتبه قیمت صادراتی ایران	قیمت رقبا در ۵ کشور هدف ایران در سال ۲۰۱۷ (دلار/تن)	سهم از صادرات ایران (درصد)	سهم ایران (درصد)
پاکستان	۴۳۶۷۵	۱	۷۹۲	۳	امارات عربستان ۴۹۷ ۱۲۹۴	۱۷,۲۲	۹۱
هند	۳۹۰۰۱	۳	۱۱۱۶	۱۳	پاکستان امارات عمان عربستان الجزایر ۵۷۷ ۵۱۱ ۱۹۹۸ ۱۲۳۲ ۶۰۲	۱۵,۳۸	۱۳,۳
قزاقستان	۲۷۵۷۷	۱	۹۵۴	۹	تونس فلسطین الجزایر ۱۶۶۷ ۲۴۲۲ ۹۳۵	۱۰,۸۷	۹۸,۸
ترکیه	۲۳۶۰۵	۱	۹۸۴	۱۲	عربستان امارات فلسطین تونس پاکستان ۱۲۶۳ ۹۲۳ ۲۴۳۸ ۱۸۴۹ ۸۹۶	۹,۳۱	۴۵,۹
افغانستان	۲۱۵۹۱	۱	۷۲۶	۵	عربستان امارات پاکستان ۱۴۱۴ ۳۸۸۶ ۸۳۳	۸,۵۱	۹۸,۵
امارات	۱۴۵۱۹	۲	۱۰۸۳	۱۳	عربستان الجزایر فلسطین عمان اردن ۱۲۸۱ ۱۷۹۴ ۲۴۳۸ ۱۰۳۲ ۲۸۴۰	۵,۷۲	۲۵,۸
عراق	۱۲۷۳۰	۱	۱۳۳۱	۳	امارات کویت اردن بحرین ۱۲۷۶ ۹۶۲ ۸۳۳ ۱۱۰۵	۵,۰۲	۸۹,۹
روسیه	۹۳۸۰	۱	۹۷۱	۱۴	اسرائیل الجزایر قزاقستان تونس ۲۱۱۳ ۱۱۰۷ ۲۰۰ ۱۵۴۶	۳,۶۹	۴۰

منبع: ITC, 2020 و یافته پژوهش

جدول ۱۲-۱۳- جایگاه ایران در مقایسه با رقبا در مهم‌ترین بازارهای هدف خود در سال ۲۰۱۸

بازار هدف	مقدار صادرات ایران	رتبه مقدار صادرات ایران	قیمت صادراتی ایران	رتبه قیمت صادراتی ایران	قیمت رقبا در ۵ کشور هدف ایران در سال ۲۰۱۸ (دلار/تن)	سهم از صادرات ایران (درصد)	سهم ایران (درصد)
هند	۵۹۲۳۸	۲	۱۲۲۴	۱۳	پاکستان ۸۰۲، امارات ۸۱۴، عمان ۱۹۳۲، عربستان ۱۳۰۲	۲۵	۱۹,۳۴
پاکستان	۵۳۹۰۱	۱	۱۱۰۲	۳	امارات ۵۴۳، عربستان ۱۲۶۸	۹۶,۷	۱۷,۶۰
قزاقستان	۳۲۶۲۰	۱	۸۹۲	۸	عربستان ۷۰۰۰، امارات ۸۳۳، عمان ۹۴۰۰	۹۹,۹	۱۰,۶۵
ترکیه	۲۸۳۰۵	۱	۱۰۷۰	۱۳	عربستان ۱۴۴۲، فلسطین ۳۸۶۳، پاکستان ۹۱۳، امارات ۹۰۰، فرانسه ۲۵۷۹	۶۴	۹,۲۴
افغانستان	۲۲۲۳۹	۱	۸۸۹	۴	امارات ۱۴۵۲، عربستان ۱۴۱۳	۹۴,۴	۷,۲۶
امارات	۲۰۴۶۹	۲	۱۱۷۷	۱۲	عربستان ۱۴۱۷، فلسطین ۳۸۶۵، عمان ۹۰۲، اردن ۳۰۰۵، هند ۴۹۷	۳۳	۶,۶۸
عراق	۱۹۷۹۱	۱	۱۳۰۴	۳	عربستان ۹۰۹، امارات ۱۲۹۱، مراکش ۲۹۰	۹۰,۲	۶,۴۶
روسیه	۸۳۱۵	۱	۱,۰۰۸	۱۴	قزاقستان ۲۳۲، بلاروس ۳۲۸، عربستان ۱,۶۶۷، آفریقای جنوبی ۴,۴۲۰، مصر ۱۱۷۰	۵۴/۹۷	۲,۷۱

منبع: ITC, 2020 و یافته پژوهش

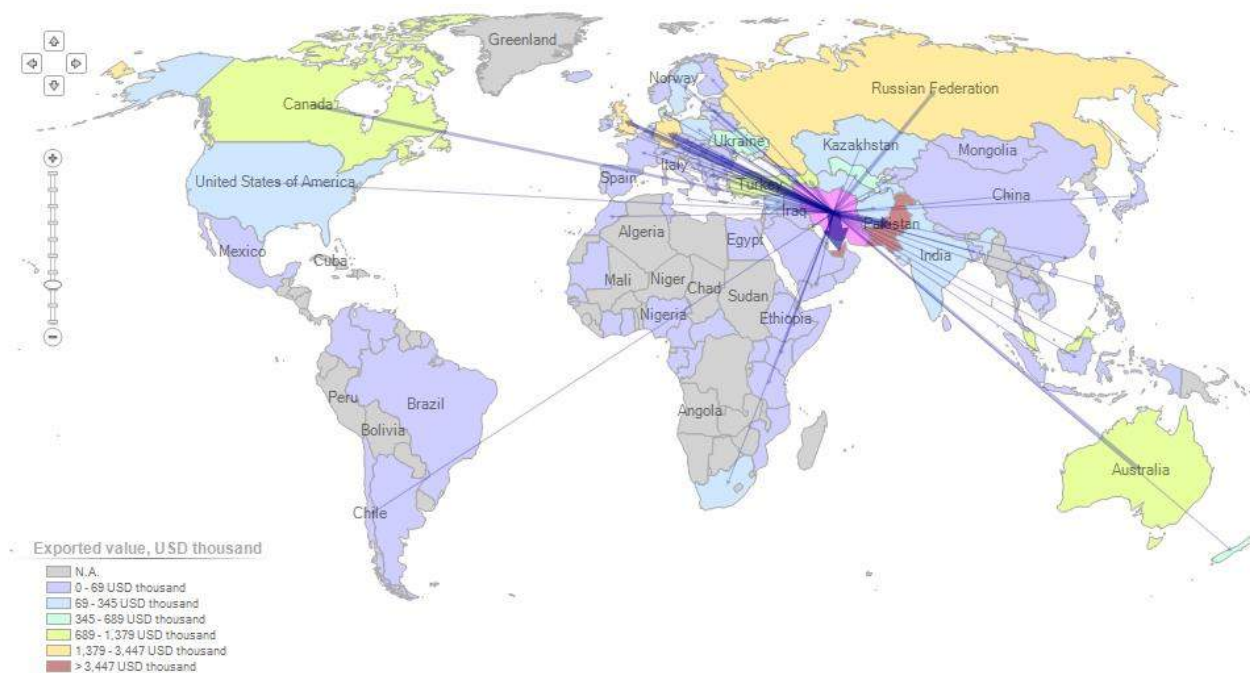
۱۲-۱۳- بررسی روند تغییر کشورهای هدف خرمای ایران و مقایسه با رقبا

مطابق نقشه های ۱۲-۱ تا ۱۲-۸ مشخص است که تنوع بازارهای صادراتی خرمای ایران مناسب بوده و بازارهای اصلی ایران تقریباً ثبات نسبی داشته‌اند. لذا از این جهت می‌توان بازارهای هدف خرمای ایران را بازارهای باثباتی دانست. در بازارهای روسیه، ترکیه و هند با توجه به سهم پایینتر ایران از بازارهای این کشورها، می‌تواند افزایش نفوذ در این بازارها قابل برنامه‌ریزی باشد.

بررسی وضعیت صادرات محصولات منتخب کشاورزی ایران.....خرما

List of importing markets for a product exported by Iran, Islamic Republic of in 2001

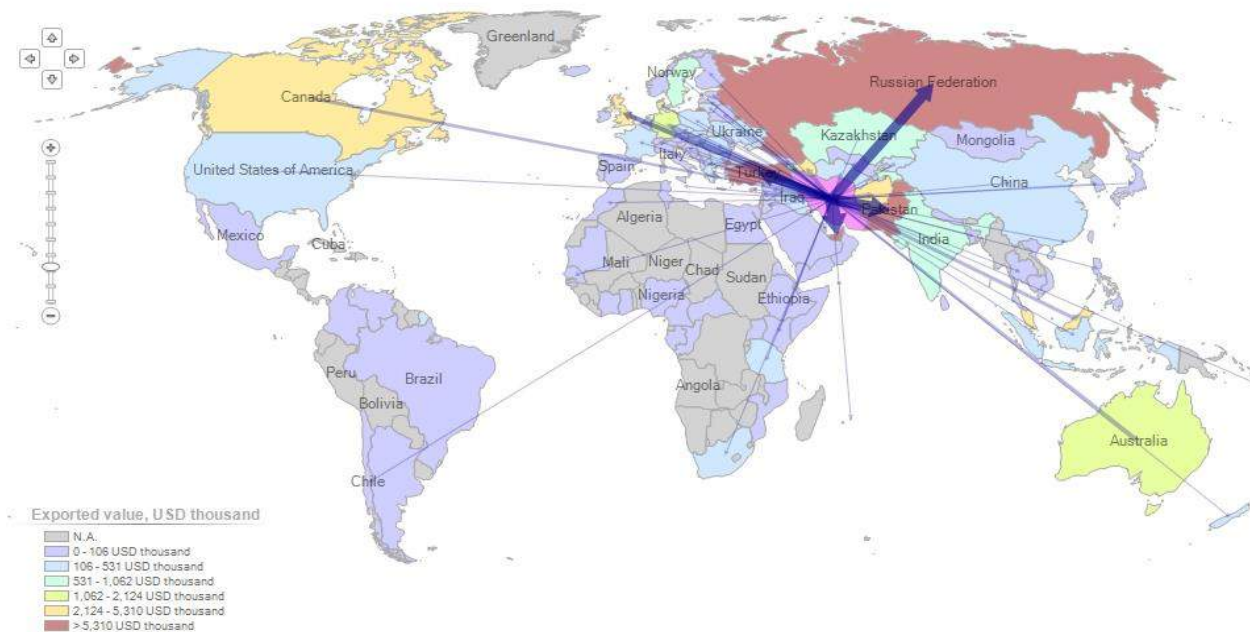
Product : 080410 Fresh or dried dates



شکل ۱۲-۱- نقشه کشورهای هدف ایران در سال ۲۰۰۱ (منبع: ITC, 2020)

List of importing markets for a product exported by Iran, Islamic Republic of in 2005

Product : 080410 Fresh or dried dates

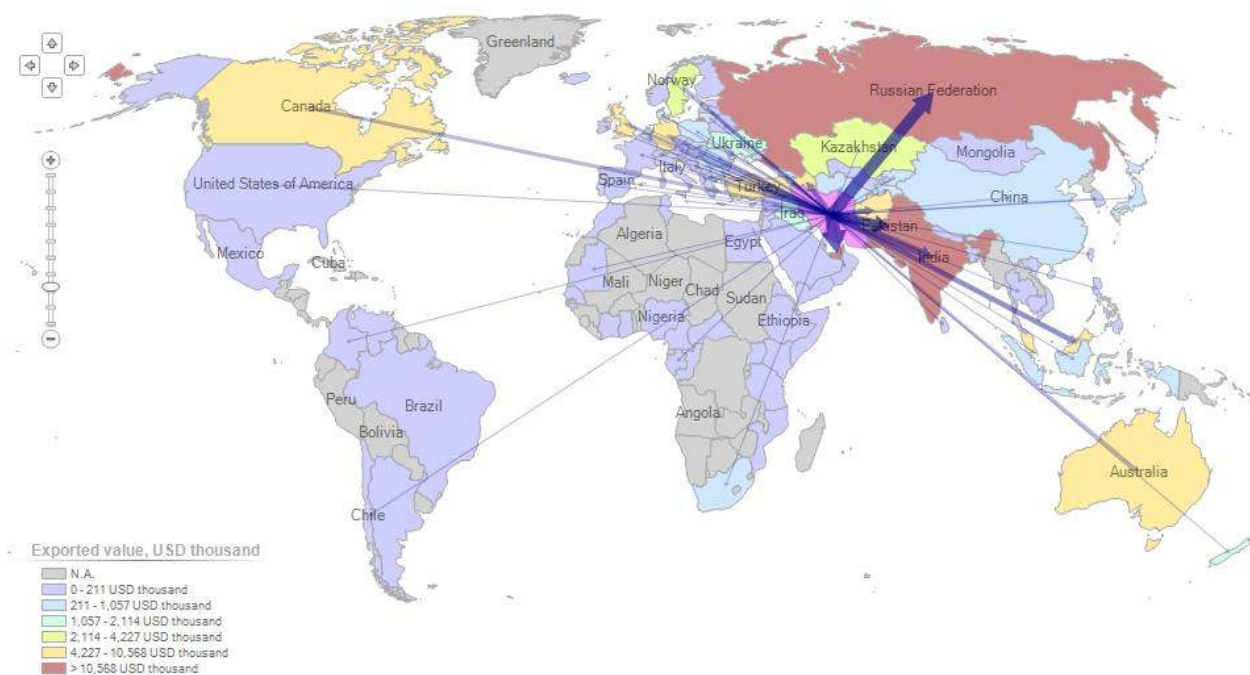


شکل ۱۲-۲- نقشه کشورهای هدف ایران در سال ۲۰۰۵ (منبع: ITC, 2020)

بررسی وضعیت صادرات محصولات منتخب کشاورزی ایران.....خرما

List of importing markets for a product exported by Iran, Islamic Republic of in 2010

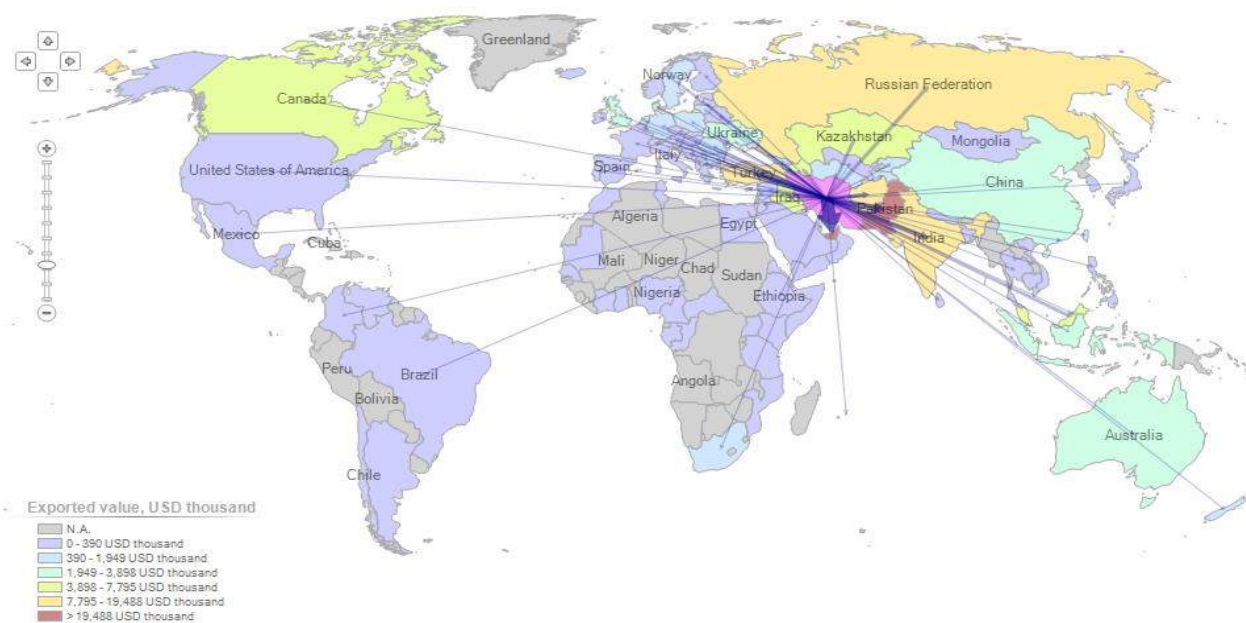
Product : 080410 Fresh or dried dates



شکل ۱۲-۳- نقشه کشورهای هدف ایران در سال ۲۰۱۰ (منبع: ITC, 2020)

List of importing markets for a product exported by Iran, Islamic Republic of in 2012

Product : 080410 Fresh or dried dates



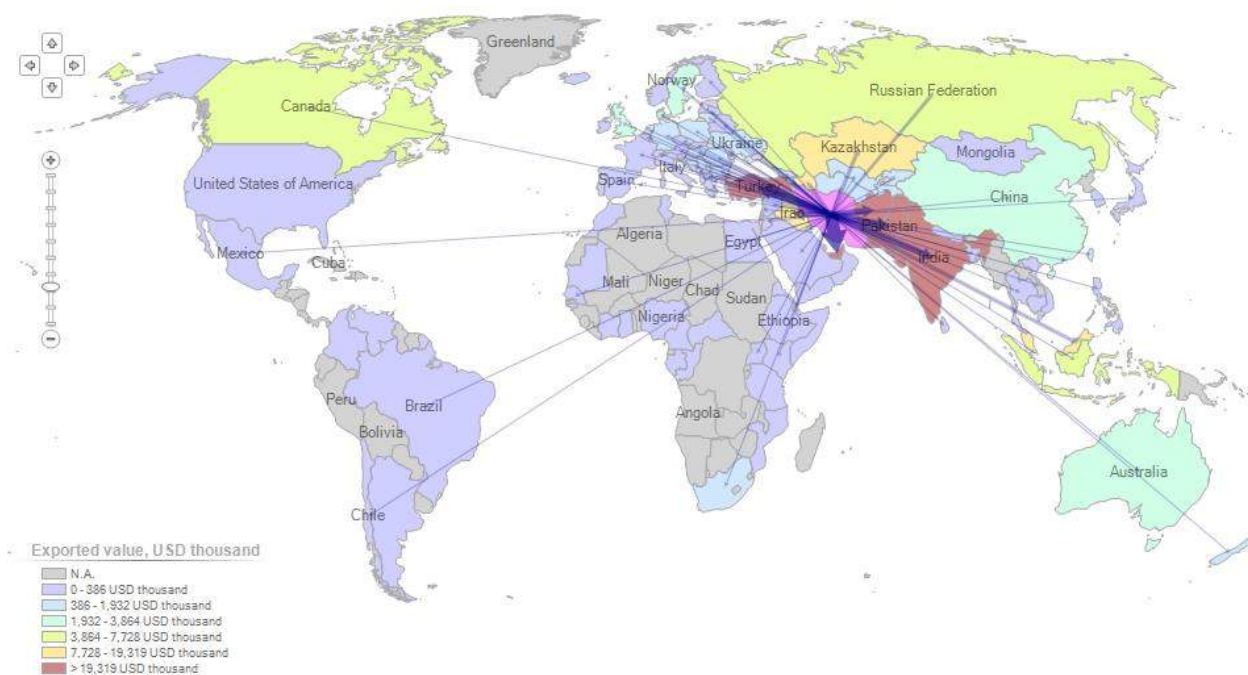
شکل ۱۲-۴-

نقشه کشورهای هدف ایران در سال ۲۰۱۲ (منبع: ITC, 2020)

بررسی وضعیت صادرات محصولات منتخب کشاورزی ایران.....خرما

List of importing markets for a product exported by Iran, Islamic Republic of in 2014

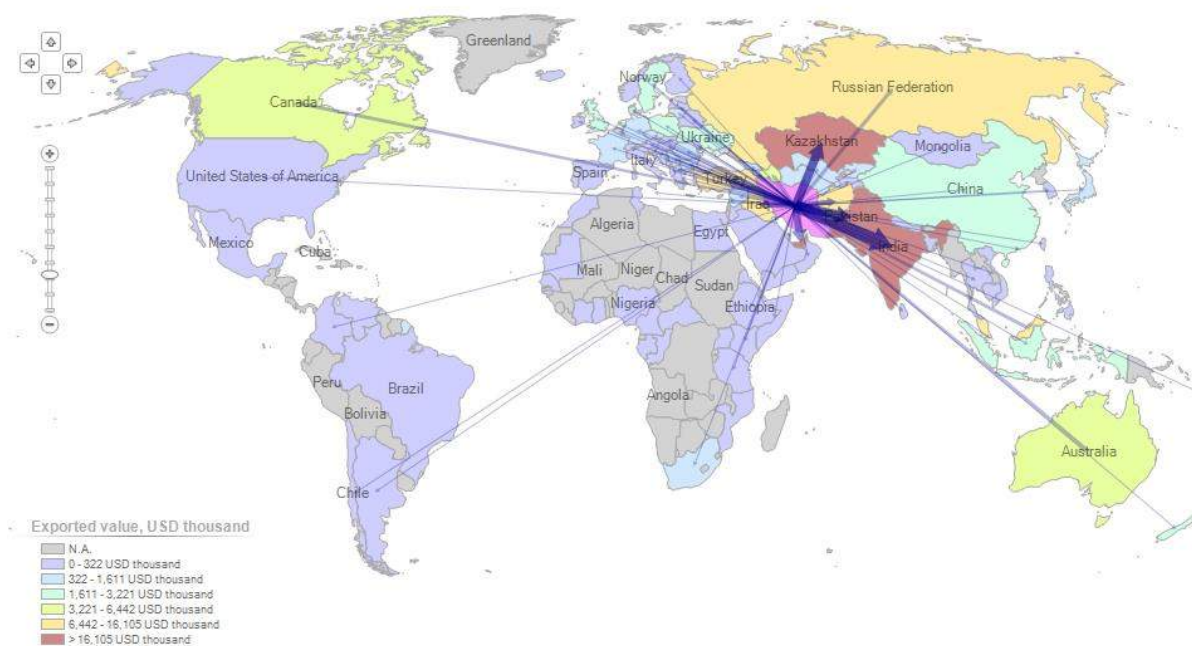
Product : 080410 Fresh or dried dates



شکل ۱۲-۵- نقشه کشورهای هدف ایران در سال ۲۰۱۴ (منبع: ITC, 2020)

List of importing markets for a product exported by Iran, Islamic Republic of in 2016

Product : 080410 Fresh or dried dates

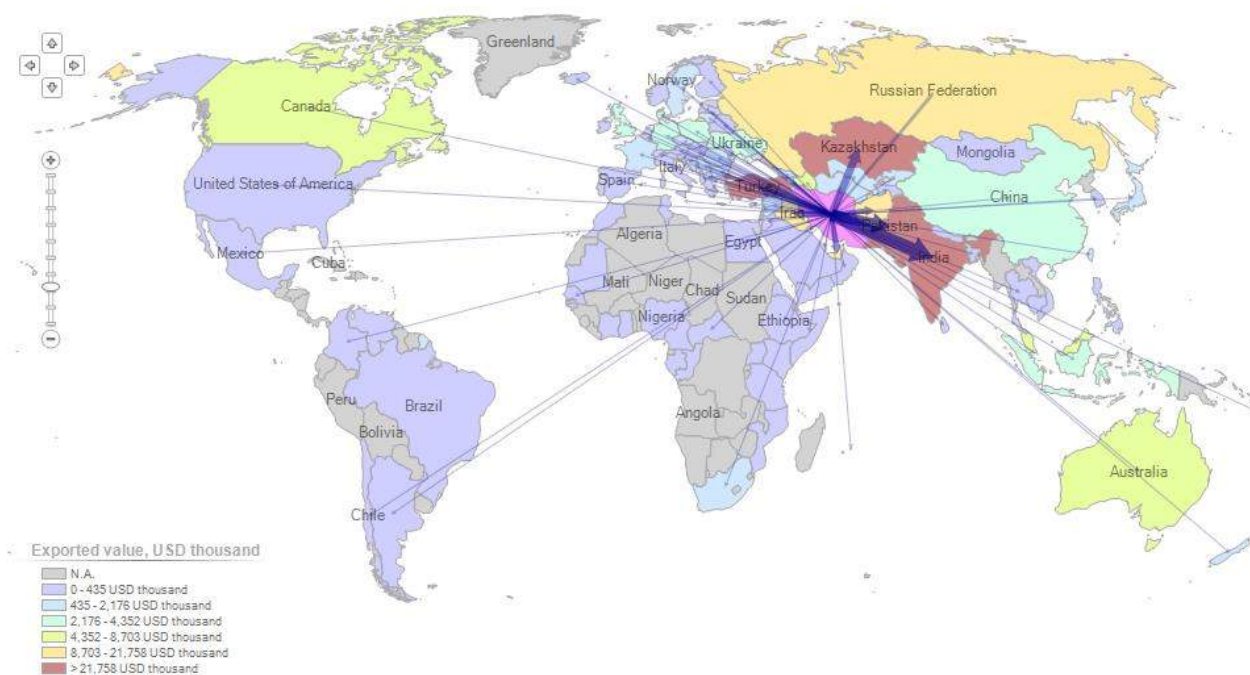


شکل ۱۲-۶- نقشه کشورهای هدف ایران در سال ۲۰۱۶ (منبع: ITC, 2020)

بررسی وضعیت صادرات محصولات منتخب کشاورزی ایران.....خرما

List of importing markets for a product exported by Iran, Islamic Republic of in 2017

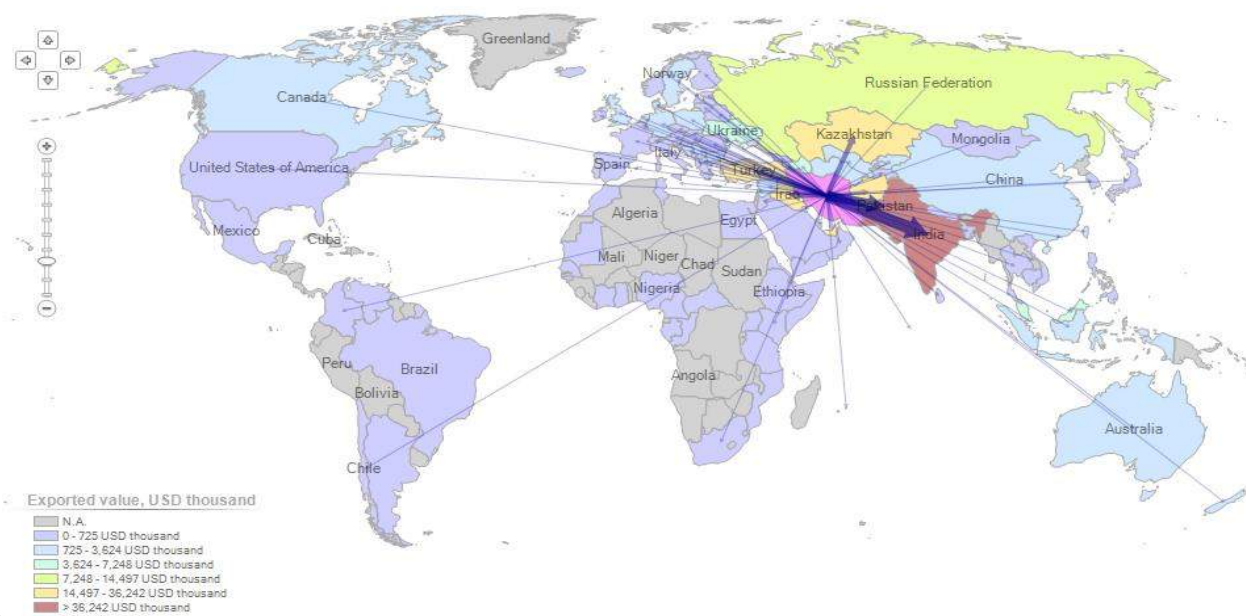
Product : 080410 Fresh or dried dates



شکل ۱۲-۷- نقشه کشورهای هدف ایران در سال ۲۰۱۷ (منبع: ITC, 2020)

List of importing markets for a product exported by Iran, Islamic Republic of in 2018

Product : 080410 Fresh or dried dates

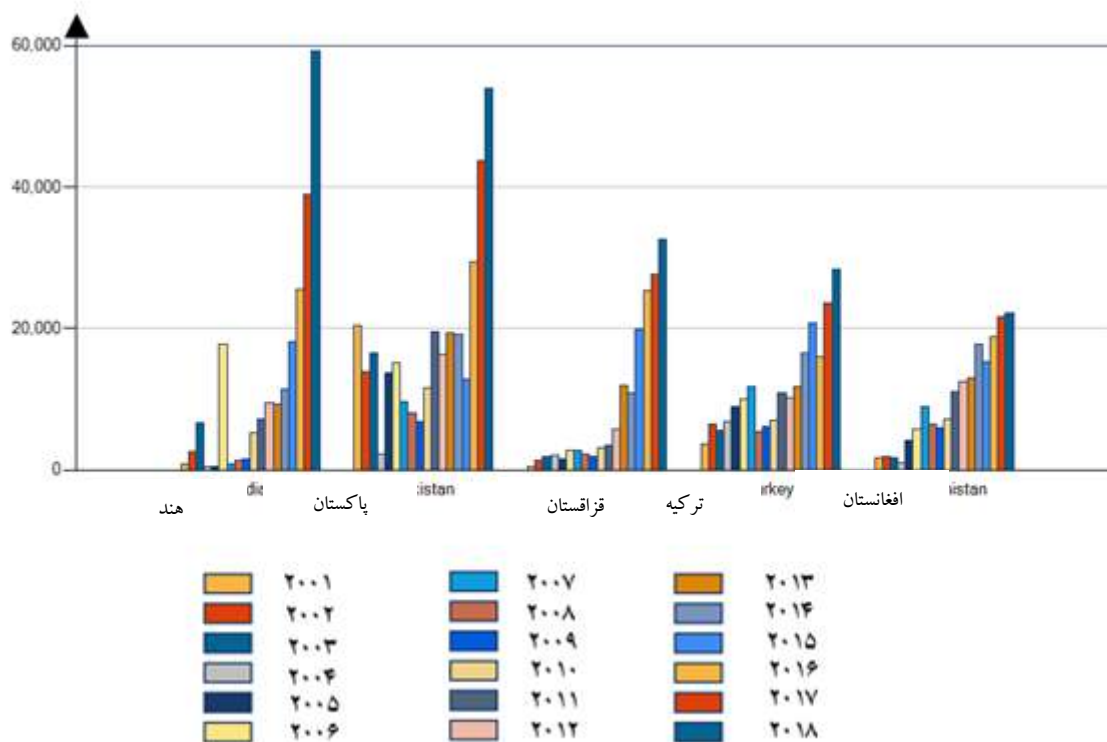


شکل ۱۲-۸-

نقشه کشورهای هدف ایران در سال ۲۰۱۸ (منبع: ITC, 2020)

۱۲-۱۴- بررسی روند کلی تغییر سهم کشورهای هدف صادراتی خرمای ایران

همانگونه که نمودار ۱۲-۱۲ نیز نشان می دهد، تنوع بازارهای صادراتی خرمای ایران مناسب بوده و روند میزان صادرات خرمای ایرانی در کشورهای هدف اصلی تقریباً روندی صعودی بوده است. مشخص است که در هند و پاکستان روند افزایش مقادیر صادراتی مشخص تر می باشد.

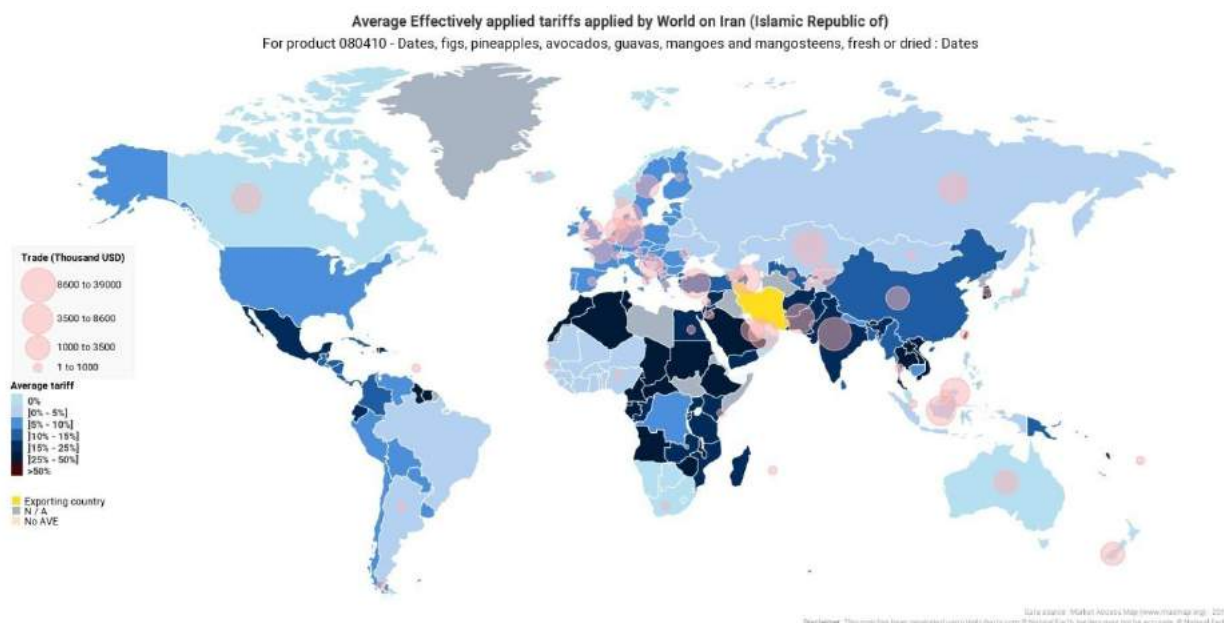


نمودار ۱۲-۱۲- تداوم بازار خرما صادراتی در کشورهای هدف ایران (منبع: ITC, 2020)

۱۲-۱۵- نقشه تعرفه وارداتی در کشورهای هدف ایران

در خصوص نرخ تعرفه نیز لازم به ذکر است که ایران در هند با نرخ تعرفه ۳۰ درصد روبروست. این در حالی است که پاکستان با نرخ ترجیحی ۵ درصد می تواند به هند خرما صادر کند. ایران در پاکستان با نرخ تعرفه ۱۸ درصد روبروست و البته در این کشور هدف ایران نرخ تعرفه مناسب تری نسبت به رقیب خود یعنی امارات پرداخت میکند. در واقع امارات در پاکستان با نرخ تعرفه ۲۰ درصد روبروست.

صادرکنندگان ایرانی در قزاقستان با نرخ تعرفه ۳/۷۵ درصدی روبرو هستند در حالی که استونی برای صادرات خرما به قزاقستان تعرفه ۵ درصدی می پردازد و لذا از این حیث شرایط برای توسعه صادرات به قزاقستان برای صادرکننده ایرانی فراهم است. ایران در ترکیه نیز نرخ تعرفه ۱۵ درصدی را پرداخت می کند که این رقم معادل با میزان تعرفه ای است که عربستان برای صادرات به ترکیه با آن روبروست. افغانستان برای صادرات خرمای ایران تعرفه ۱۶ درصدی وضع کرده و این در حالی است که عربستان و امارات نیز با همین نرخ تعرفه در افغانستان روبرو بوده اند.



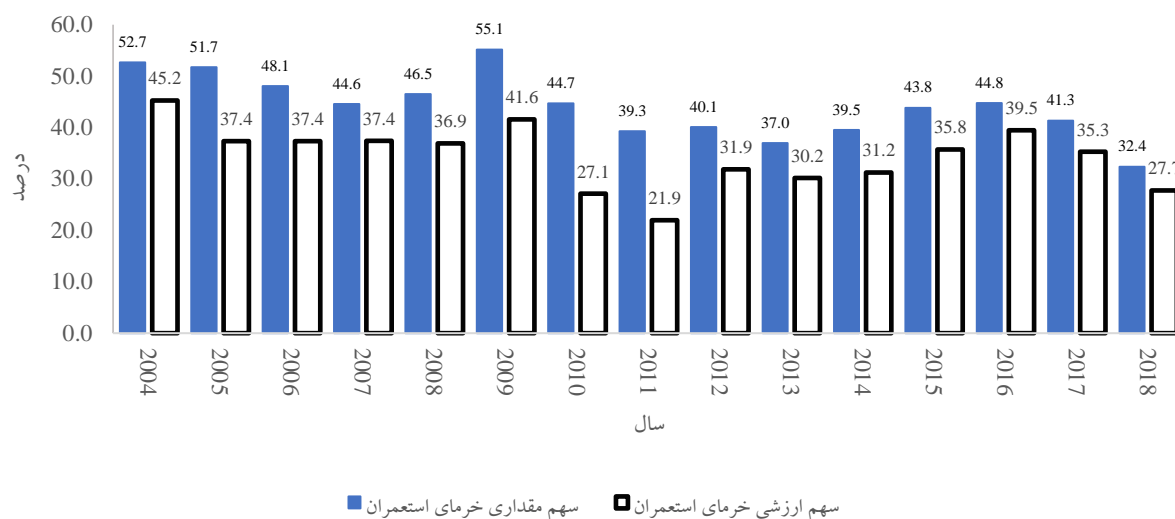
شکل ۱۲-۹- تعرفه کشورهای هدف در صادرات خرما ایران (منبع: ITC, 2020)

۱۶-۱۲- تحلیل وضعیت ارقام صادراتی ایران

۱۶-۱۲-۱- سهم مقداری و ارزشی ارقام صادراتی ایران

در این قسمت از گزارش همانگونه که پیش تر بیان شد، به بررسی وضعیت ارقام مختلف خرما پرداخته شده است. همانگونه که مشخص است، سهم ارزشی و مقداری خرمای استعمران از سبد خرمای صادراتی ایران روندی نوسانی و رو به افول داشته است. بطوریکه در سال ۲۰۰۴ سهم مقداری معادل ۵۲/۷ درصد بوده که در سال ۲۰۱۸ به ۳۲/۴ درصد تنزل داشته است. بیشترین سهم مقداری در سال ۲۰۰۹ با مقدار ۵۵ درصد تحقق یافته است.

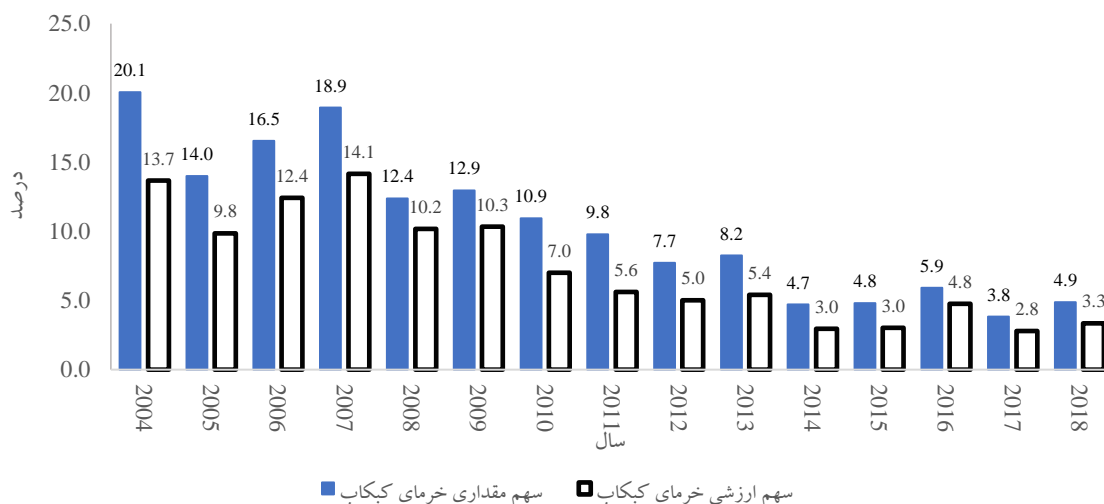
سهم ارزشی خرمای استعمران از کل سبد صادراتی خرمای ایران، نیز در سال ۲۰۰۴ معادل ۴۵/۲ درصد بوده که در سال ۲۰۱۸ به ۲۷/۷ درصد کاهش یافته است. بیشترین سهم ارزش صادرات استعمران نیز در همان سال ۲۰۰۹ تحقق یافته که معادل ۴۱/۶ درصد بوده است. نکته مهم در این نمودار کاهش فاصله سهم ارزش صادرات و مقدار صادرات در سالهای اخیر بوده است و این به معنی افت بیشتر قیمت استعمران در مقایسه با سایر ارقام صادراتی ایران است.



نمودار ۱۲-۱۳- روند سهم و مقداری و ارزشی خرماي استعمران از سبد صادراتی خرماي ایران

(منبع: ITC, 2020 و یافته‌های پژوهش)

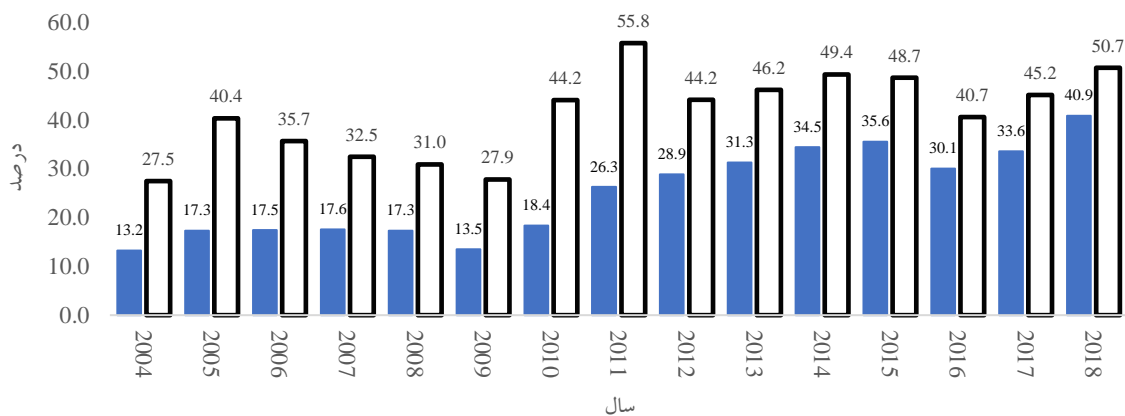
در خصوص خرماي کبکاب مشخص است که هم سهم مقداری خرماي کبکاب از کل سبد مقدار صادرات خرماي ایران کاهش یافته و هم سهم ارزشی خرماي کبکاب از سبد ارزش صادراتی خرماي ایران کاهش یافته است. بطوریکه صادرات خرماي کبکاب ۲۰ درصد خرماي صادراتی ایران را در سال ۲۰۰۱ تشکیل می‌داده و این در حالی است که در سال ۲۰۱۸ این عدد به کمتر از ۵ درصد تنزل یافته است. سهم ارزش صادراتی نیز از ۱۳/۷ درصد در سال ۲۰۰۱ به ۳/۳ درصد در سال ۲۰۱۸ کاهش یافت.



نمودار ۱۲-۱۴- روند سهم و مقداری و ارزشی خرماي کبکاب از سبد صادراتی خرماي ایران

(منبع: ITC, 2020 و یافته‌های پژوهش)

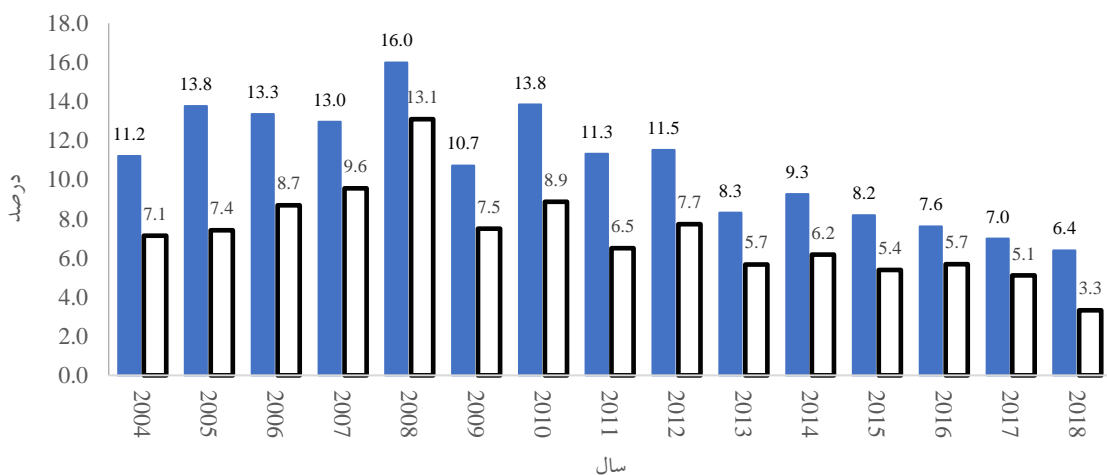
در خصوص خرماي مضافتی روند معکوس خرماي کبکاب وجود داشته است. بطوریکه مشخص است که هم سهم مقداری خرماي مضافتی از کل سبد مقدار صادرات خرماي ایران و هم سهم ارزشی از سبد کل ارزش صادرات خرماي ایران افزایش یافته است. بطوریکه خرماي مضافتی ۱۳/۲ درصد خرماي صادراتی ایران را در سال ۲۰۰۱ تشکیل می‌داده و این در حالی است که در سال ۲۰۱۸ این عدد به نزدیک ۴۱ درصد افزایش و سهم ارزش صادراتی نیز از ۲۷/۵ درصد به ۵۰/۷ درصد افزایش یافته است.



■ سهم ارزشي خرماي مضافي □ سهم مقداري خرماي مضافي

نمودار ۱۲-۱۵- روند سهم و مقداری و ارزشی خرماي مضافی از سبد صادراتی خرماي ایران (منبع: ITC, 2020 و یافته‌های پژوهش)

مشابه خرماي کبکاب، در مورد خرماي شاهاني نیز مشخص است که هم سهم مقداری خرماي کبکاب از کل سبد مقدار صادرات خرماي ایران و هم سهم ارزشي خرماي شاهاني از سبد ارزش صادراتي خرماي ایران کاهش یافته است. بطوریکه خرماي شاهاني ۱۱/۲ درصد خرماي صادراتي ایران را در سال ۲۰۰۱ تشکیل می داد و این در حالی است که در سال ۲۰۱۸ این عدد به ۶/۴ درصد تنزل یافته است. سهم ارزش صادراتي نیز از ۷ درصد در سال ۲۰۰۱ به ۳/۳ درصد کاهش یافت.

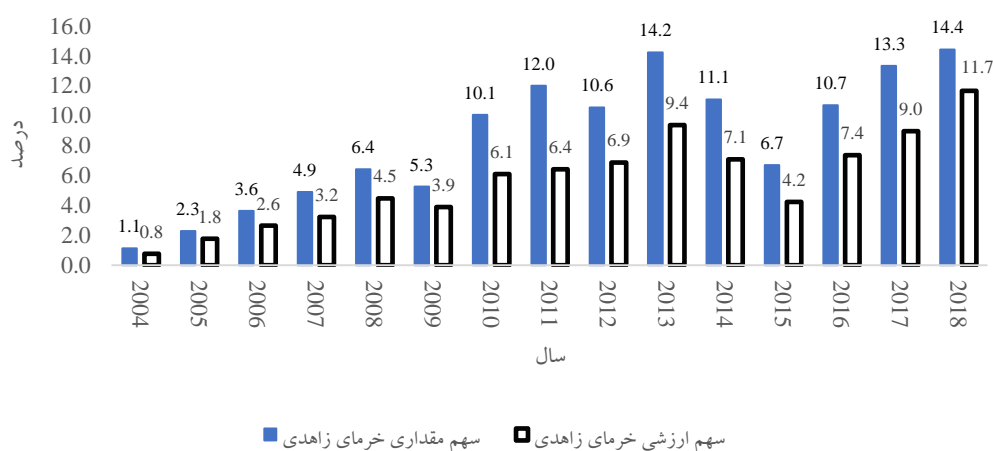


■ سهم ارزشي خرماي شاهاني □ سهم مقداري خرماي شاهاني

نمودار ۱۲-۱۶- روند سهم و مقداری و ارزشی خرماي شاهانی از سبد صادراتی خرماي ایران (منبع: ITC, 2020 و یافته‌های پژوهش)

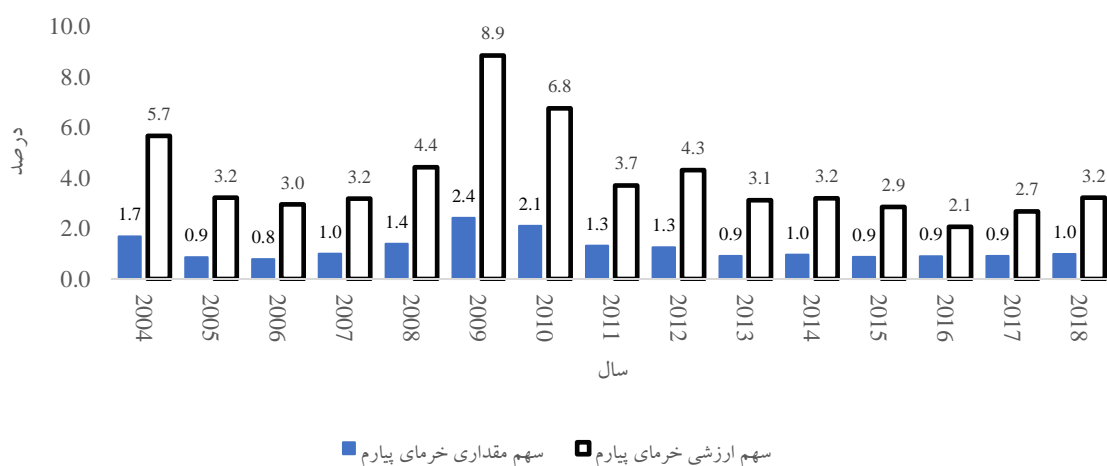
در خصوص خرماي زاهدي مشخص است که هم سهم مقداری خرماي مضافي از کل سبد مقدار صادرات خرماي ایران و هم سهم ارزشي از سبد کل ارزش صادراتي خرماي ایران افزایش چشمگيري یافته است. بطوریکه خرماي زاهدي ۱/۱ درصد خرماي

صادراتی ایران را در سال ۲۰۰۱ تشکیل می داده و این در حالی است که در سال ۲۰۱۸ این عدد به حدود ۱۴/۴ درصد افزایش و سهم ارزش صادراتی نیز از ۰/۸ درصد به ۱۱/۷ درصد افزایش یافته است.



نمودار ۱۲-۱۷- روند سهم و مقداری و ارزشی خرماى زاهدی از سبد صادراتی خرماى ایران (منبع: ITC, 2020 و یافته‌های پژوهش)

در خصوص سهم خرماى پیارم مطابق نمودار ۱۲-۱۸ یک روند نوسانی، مشخص است. تا سال ۲۰۰۹ روند کلی سهم مقادیر و ارزش خرماى پیارم از سبد صادراتی خرماى ایرانی، صعودی بوده و پس از این سال روند نزولی داشته و همچنین در مورد سهم ارزش صادراتی خرماى پیارم از سبد صادراتی ایران نیز پس از سال ۲۰۱۶ روند افزایشی یافته است. بطوریکه سهم مقادیر خرماى پیارم ۱/۷ درصد خرماى صادراتی ایران را در سال ۲۰۰۱ تشکیل می داده و این در حالی است که در سال ۲۰۱۸ این عدد به حدود ۱ درصد تنزل داشته و سهم ارزش صادراتی نیز از ۵/۷ درصد به ۳/۲ درصد افت کرده است.



نمودار ۱۲-۱۸- روند سهم و مقداری و ارزشی خرماى پیارم از سبد صادراتی خرماى ایران (منبع: ITC, 2020 و یافته‌های پژوهش)

۱۲-۱۶-۲- مقایسه ریسک صادراتی ارقام خرماى صادراتی ایران

به لحاظ بررسی مقدار، قیمت و ارزش صادراتی انواع ارقام خرما صادراتی ایران مشخص است که بیشترین ضریب نوسان مقادیر صادراتی مربوط به خرما زاهدی و پس از آن مرتبط با خرما مضافتی بوده است. لذا نوسان مقادیر صادرات در مورد این دو رقم از سایر ارقام بیشتر می‌باشد. این در حالی است که خرما مضافتی در سال‌های اخیر با بیش از ۴۰ درصد سبب مقداری خرما صادراتی ایران، جزو ارقام اصلی صادراتی ایران بوده است. کمترین نوسان در مقادیر صادراتی نیز مربوط به خرما شاهانی و بیشترین ضریب نوسان قیمت صادراتی مربوط به خرما مضافتی است. در واقع در یکی از مهمترین ارقام صادراتی خرما ایران هم ریسک مقداری قابل توجه بوده و هم ریسک قیمتی بیشتر از سایر ارقام بوده است.

کمترین نوسان در قیمت صادراتی نیز مربوط به خرما کبکاب و زاهدی بوده است. مشخص است که بیش از ریسک قیمتی در مورد ارقام خرما، ریسک مقایسه صادراتی صادرکنندگان ایرانی را تهدید می‌کند. بیشترین ریسک ارزش صادراتی نیز با توجه به دو ریسک قبلی، مربوط به رقم زاهدی و پس از آن مربوط به خرما مضافتی بوده است. کمترین ریسک ارزش صادرات نیز مرتبط با خرما کبکاب خواهد بود.

جدول ۱۲-۱۴- میانگین وضعیت صادرات و ریسک صادراتی انواع ارقام خرما

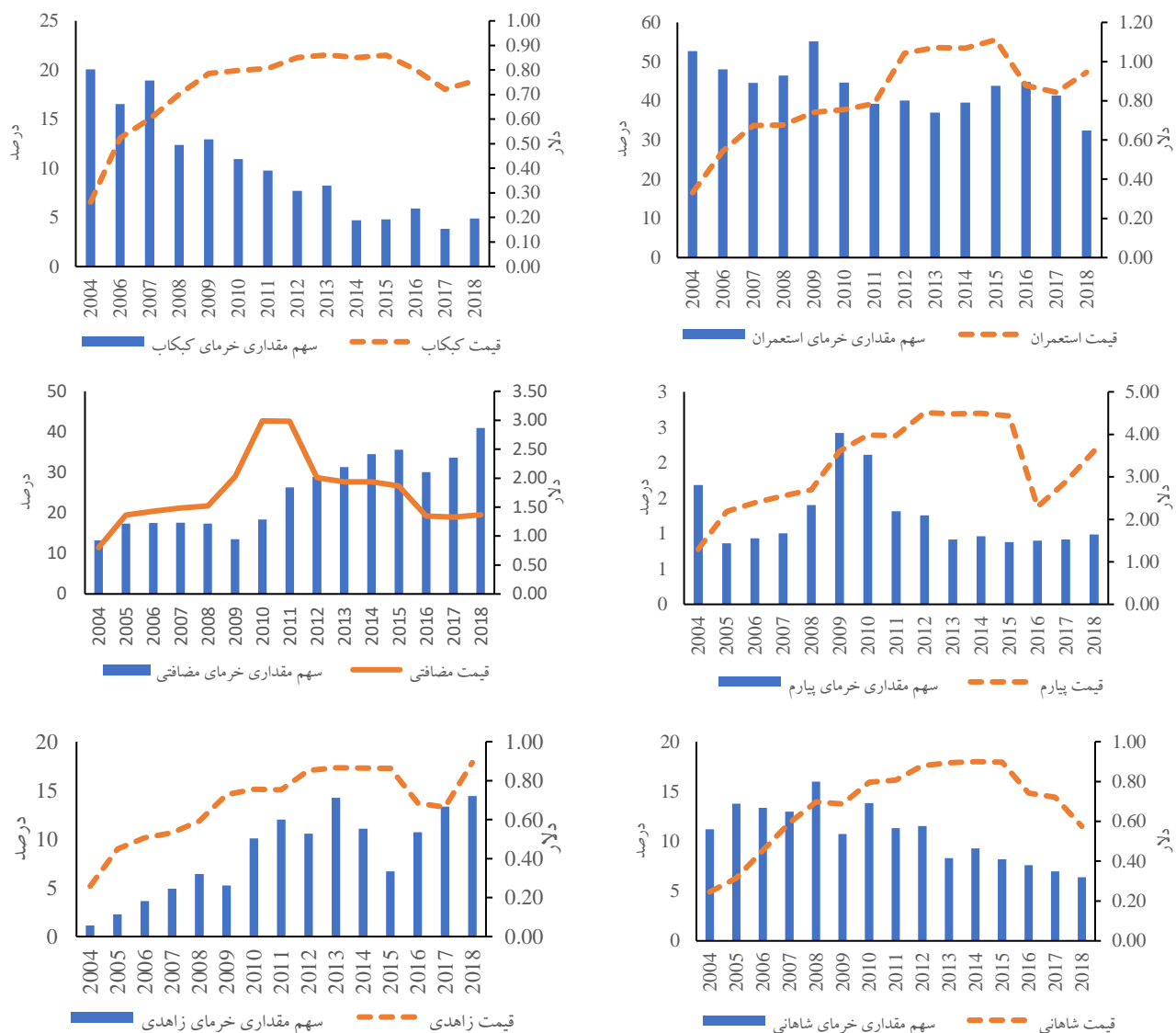
ویژگی	آماره	استعمران	کبکاب	پیارم	مضافتی	شاهانی	زاهدی
مقدار	میانگین (تن)	۶۵۳۱۱,۳۷	۱۳۷۵۰,۶۳	۱۷۶۰,۹۷	۴۲۸۱۱,۵۰	۱۵۲۴۰,۲۹	۱۴۶۶۴,۲۷
	ضریب نوسان	۰,۲۹	۰,۳۲	۰,۳۲	۰,۷۴	۰,۱۷	۰,۸۲
قیمت	میانگین (دلار به ازای هر کیلو)	۰,۷۹	۰,۷۱	۳,۲۹	۱,۷۶	۰,۶۸	۰,۶۸
	ضریب نوسان	۰,۳۰	۰,۲۶	۰,۳۱	۰,۳۴	۰,۳۱	۰,۲۷
ارزش	میانگین (هزار دلار)	۵۳۲۵۷,۷۷	۹۱۷۱,۴۳	۵۹۳۱,۹۰	۷۲۵۸۹,۲۷	۱۰۴۰۳,۴۳	۱۱۲۹۶,۹۳
	ضریب نوسان	۰,۴۷	۰,۲۶	۰,۴۷	۰,۶۴	۰,۳۳	۰,۹۱

منبع: ITC, 2020 و یافته پژوهش

۱۲-۱۶-۳- تحلیل روند قیمتی و سهم صادراتی ارقام خرما صادراتی ایران

در نهایت مطابق نمودارهای ۱۲-۱۹ مشخص است که عمدتاً ارقامی که با قیمت رو به صعودی در بازارهای صادراتی ایران روبرو بوده‌اند، با کاهش سهم در سبد صادراتی ایران مواجه شده‌اند و در عوض به عنوان نمونه خرما مضافتی که یکی از مهمترین ارقام سبد صادراتی ایران است، با گذشت زمان، سهم بیشتری در سبد صادراتی ایران به خود اختصاص داد اما روند قیمت صادراتی این رقم پس از سال ۲۰۱۱ کاملاً کاهشی بوده است. در مورد خرما زاهدی همسویی مناسبی بین سهم از سبد صادراتی و قیمت‌های صادراتی در سال‌های اخیر ایجاد شده است. در مورد خرما استعمران به عنوان یکی از مهمترین ارقام دیگر صادراتی ایران نیز در سال‌های ابتدایی ارتباط مناسبی بین قیمت صادراتی با سهم از سبد صادراتی این رقم وجود داشته اما در سال‌های پایانی با افزایش قیمت این رقم، سهم این رقم از سبد صادراتی ایران کاهش یافته و جای خود را به خرما مضافتی داده است. در هر صورت مشخص است که الگوی صادراتی ارقام مختلف خرما ایران منطبق با الگوی قیمتی در بازارهای جهانی نبوده است.

بررسی وضعیت صادرات محصولات منتخب کشاورزی ایران.....خرما



نمودار ۱۲-۱۹- روند قيمت و سهم صادراتي ارقام خرماي ايران

(منبع: ITC, 2020 و يافته‌هاي پژوهش)

۱۳- نتایج نشست‌های تخصصی

۱۳-۱- مقدمه

این بخش از مطالعه با برگزاری نشست با صادرکنندگان و کارشناسان فعال در زمینه صادرات محصولات منتخب استخراج شده است. در این سلسله نشست‌ها، نتایج فصول گذشته مرتبط با هر محصول ارائه شد و از فعالان بخش خواسته شد تا چالش‌های صادراتی خود را مطرح نمایند. در ادامه به ترتیب اولویت، این چالش‌ها گزارش شده‌اند.

۱۳-۲- چالش‌های صادرات از دیدگاه صادرکنندگان و فعالین مرتبط

۱۳-۲-۱- تصمیم‌گیری‌های خلق‌الساعه از سوی سیاست‌گذار

تقریباً تمام صادرکنندگان از این موضوع گله مند می‌باشند و بویژه بیان می‌کنند که سیاست‌گذاری‌های متغیر ارزی در سال‌های اخیر مشکلات متعددی را برای صادرکننده ایجاد کرده است. صادرکننده بیان می‌دارد که دولت اگر کمکی به فرایند صادرات نمی‌کند، مانع تراشی نیز نکند. به عنوان نمونه شرکت کاله بیان می‌کند که در عراق کارخانه دارد اما برای تأمین شیر خشک نمی‌تواند از ایران شیر خشک به عراق ببرد چون صادرات آن ممنوع است و ناچار است از بلاروس این تأمین مواد اولیه را انجام دهد. بویژه در مورد صادرکنندگان سیب، ممنوعیت‌های پی در پی واردات موز از محل صادرات سیب درختی، منجر به کاهش انگیزه صادرکننده سیب جهت صادرات و بازگشت ارز شده است. یا در تجربه دیگر صادرکنندگان بیان می‌کنند در محل مرز متوجه می‌شود که دستورالعملی جدید برای صادرات آمده که اجازه صادرات محصول مورد نظر را به او نمی‌دهد. به نظر می‌رسد برای اینگونه موارد لازم است نمایندگان اصناف صادرکنندگان نیز در این نوع تصمیم‌گیری‌ها مشارکت داده شوند و همفکری و سیاست‌گذاری با مشارکت اصناف انجام گیرد تا کارایی این ابزارها افزایش یافته و انتقال دستورالعمل‌ها به صادرکننده نیز تسریع شود.

۱۳-۲-۲- تحریم‌ها و چالش انتقال ارز به ایران

باتوجه به تشدید تحریم‌های بین‌المللی و بویژه تحریم شبکه بانکی، امکان مبادلات بین بانکی به حداقل رسیده و بر همین اساس صادرکنندگان عمدتاً تمرکز بر بازارهایی مانند عراق و افغانستان خواهند داشت تا این نقل و انتقالات بصورت چمدانی و حتی بصورت ریالی انجام گیرد. در این شرایط امکان توسعه صادرات در سایر کشورها دشوار خواهد بود.

۱۳-۲-۳- استفاده سیاست‌گذار از صادرات برای کنترل بازارهای داخلی

همانگونه که در متن گزارش هم بیان شد، کشورهای بزرگ صادرکننده در جهان، از صادرات به عنوان اهرم کنترل و تنظیم بازار داخلی استفاده نمی‌کنند. صادرکنندگان هم به این نکته تأکید دارند که سیاست‌گذار هرگاه در بازار داخلی افزایش قیمتی رخ

می دهد، اقدام به ممنوعیت صادرات می کند. در واقع در حوزه صادرات ایران بیش از اینکه برنامه ریزی صادراتی داشته باشد، مازاد فروشی می کند. هر چند که در برندهای موفق در ایران نظیر کاله توانستند تا حدودی تولید خود را منطبق با نیازهای صادراتی نمایند اما همچنان لازم است سیاست گذاران، برای تنظیم بازارهای داخلی و بهبود زنجیره های تأمین و عرضه داخلی به دنبال راه حل های بلندمدت بوده و صادرات را به عنوان اهرمی برای کنترل بازار داخلی در نظر نگیرند. همانگونه که در گزارش نیز بیان شد، کشورهای بزرگ صادرکننده برای تنظیم بازارهای داخلی، صادرات را محدود نکرده بلکه در مواردی که نیاز بود واردات نیز داشته اند تا در برنامه های صادراتی خللی ایجاد نشود. چرا که بازاری که در یک سال از دست رفت، با وجود رقبای قدرتمندی که در بازارهای هدف ایران وجود دارد، بازگشت به آن بازار به سادگی امکان پذیر نخواهد بود و در نهایت محصولات ایرانی توسط کشورهای هدف، جایگزین خواهد شد.

۱۳-۲-۴- عدم تکمیل زنجیره تأمین و ارزش محصولات صادراتی در ایران

در خصوص محصولات اصلی صادراتی ایران لازم است توجه ویژه تری به تشکیل زنجیره های تأمین شود. تأمین نهاده های تولید، فراوری و حمل و نقل مهمترن چالش های پیش روی زنجیره تأمین این محصولات بوده اند. به عنوان مثال در مورد خرما فعالین بخش، تأمین مالی کارخانجات سورتینگ و بسته بندی خرما به دلیل نرخ های بالای سود جهت تأمین مالی این کارخانجات را به عنوان چالشی مهم در زنجیره مطرح می نمایند. در خصوص سیب نیز همین مشکل در کارخانجات سورتینگ و بسته بندی وجود داشته و تعداد محدود این کارخانجات چالشی در زنجیره تأمین مورد نظر بوه است. در خصوص کشمش نیز کمبود کارخانه های کشمش پاک کنی چالش مهمی در زنجیره تأمین کشمش بوده اند. کمبود کارخانه های فراوری انگور نیز چالش دیگری در این زنجیره بوده است. بطوریکه برخی مناطق کشور نظیر کردستان (به عنوان دومین قطب تولید انگور دیم در کشور) تاکنون مرکزی برای فراوری نداشته است.

۱۳-۲-۵- تشدید حضور اتباع خارجی در ایران با ارائه کارتهای بازرگانی یکبار مصرف

حضور اتباع خارجی (افغانستانی، پاکستانی و عراقی) چالشی پیش روی صادرات محصولات کشاورزی در ایران بویژه سیب بوده است. با توجه به اینکه افغانستان، پاکستان و عراق مقاصد صادراتی ایران نیز بوده اند، این اتباع خارجی به واسطه داشتن واسطه در مقاصد صادراتی، هزینه کمتری نسبت به صادرکننده ایرانی داشته و حاشیه سود بیشتری دارند. ارائه کارتهای بازرگانی یکبار مصرف حضور این اتباع را پررنگ تر کرده است.

۱۳-۲-۶- نوسان نرخ ارز

صادرکننده معتقد است که هر چند افزایش نرخ ارز مشوق صادرات است اما نوسان نرخ ارز چالش جدی پیش روی صادرکننده بوده است. البته یکی از دلایلی که منجر به قیمت های دلاری پایین تر در برخی کشورهای هدف ایران نسبت به رقبا شده است، این است که نرخ ارز افزایش یافته و صادرکننده تمایل دارد با قیمت های دلاری پایین تر در بازارهای صادراتی، مقدار صادراتی بیشتری

داشته باشد و با توجه به افزایش نرخ ارز، در آمد بیشتری نیز نسبت به گذشته کسب خواهد نمود. حتی صادرکننده بیان می کند که تاجر کشور هدف، از نرخ برابری در ایران نیز باخبر است و با افزایش نرخ ارز در ایران، تقاضای قیمت های دلاری کمتری برای دریافت محصولات ایرانی می کند. در هر صورت نوسان نرخ ارز منجر به عدم امکان برنامه ریزی درست در آینده و نوسان قیمت در بازارهای هدف نیز خواهد شد که حضور ایران در بازارهای هدف را با چالش جدی مواجه خواهد نمود.

۱۳-۲-۷- عدم تلاش برای برندسازی، لزوم حمایت از آن و لزوم اجتناب از رقابت کاذب تولیدکنندگان و صادرکنندگان داخلی

یکی از مواردی که می تواند به بازارسازی و توسعه برند محصولات ایرانی کمک نماید، آن است که تولیدکننده و صادرکننده ایرانی بتواند در نمایشگاه های بین المللی حضوری موثر داشته باشد. لازم است حمایت های صادراتی در جهت حضور موثر شرکت ها در این نمایشگاه ها به کمک بخش خصوصی آمده و توان رقابتی این شرکت ها در بازارهای جهانی را بهبود بخشد. البته بخش های خصوصی نیز می توانند با برندی واحد در بازارهای صادراتی حضور داشته باشند و با مشارکت هم در نمایشگاه های بزرگ حضور داشته و بجای تعدد برند و رقابت کاذب در بازارهای صادراتی، با برندی واحد یا چند برند شاخص در این بازارها حضور داشته باشند. صادرکنندگان در نشست تخصصی تأکید دارند که صادرکننده ایرانی علاوه بر اینکه در رقابت با صادرکنندگان سایر کشورهاست، در رقابت کاذب با سایر تولیدکنندگان و صادرکنندگان داخلی نیز می باشد که گاه آثار منفی بیشتری بر سطوح قیمت و صادرات محصولات ایرانی در بازارهای هدف خواهد داشت. در واقع با توجه به تعدد صادرکنندگان ایرانی، در مبدا به دلیل تقاضای زیاد صادرکنندگان ایرانی، قیمت افزایش یافته و در مقصد صادراتی نیز به علت تعدد و رقابت کاذب بین صادرکنندگان ایرانی، قیمت فروش کاهش خواهد یافت. این مورد تقریباً در تمام محصولات صادراتی مورد تأکید و تأکید صادرکنندگان بوده است.

در هر صورت توجه به برند، تأکید ویژه صادرکنندگان بویژه در مورد محصولاتی مانند خرما، سیب، زعفران و کشمش مطرح بوده است. در واقع به عنوان نمونه، هرچند در مورد خرما نام ها تجاری مختلفی اقدام به صادرات می کنند، اما خرماهای ایرانی حائز یک برند بین المللی نبوده و به نظر لازم است لازم است، صادرکنندگان ایرانی تحت این برند بین المللی اقدام به صادرات نمایند تا ارزش خرماهای ایرانی با برند واحد بین المللی در بازارهای جهانی به تدریج بهبود یابد و در صورت برندسازی در بازارهای هدف، قیمت خرماهای ایرانی، کمتر متأثر از کاهش قیمت های جهانی خواهد بود. توجه به ایجاد برند واحد یا چند برند شاخص و توسعه سطوح همکاری بین صادرکنندگان ایرانی به عنوان ضرورتی انکارناپذیر به نظر می رسد.

۱۳-۲-۸- عدم ارائه برنامه مشخص جهت حمایت از صادرات

صادرکنندگان بر این عقیده اند که سازمان توسعه تجارت ایران باید برنامه مشخص و عملیاتی در راستای حمایت از صادرات محصولات کشاورزی و صنایع غذایی ایران ارائه دهد. در غیر این صورت ماهیت وجودی این سازمان زیر سوال خواهد رفت. همچنین سازمان حمایت از تولیدکننده و مصرف کننده، به نظر می رسد در حمایت از مصرف کننده محدود شده و برنامه عملیاتی

برای حمایت از تولید (بویژه در مورد تولیدکنندگانی که صادرکننده نیز می باشند، مانند تولیدکنندگان رب گوجه فرنگی) ندارد. خرید حمایتی گوجه فرنگی نمی تواند در بلندمدت راه حل مازاد تولید گوجه و مشکلات زنجیره تأمین و ارزش این محصول باشد. لازم است حمایت‌ها در جهت تکمیل و چابک سازی زنجیره ها، هدفمند شود.

۱۳-۲-۹- محدود بودن مقاصد صادراتی و عدم تنوع بازارهای صادراتی

همانگونه که در نتایج این مطالعه نشان داده شد، مقاصد اصلی صادراتی ایران در خصوص محصولات لبنی، محدود بوده و با نوسان در این بازارها، قیمت‌های صادراتی، حجم صادراتی و در نهایت منافع صادراتی ایران به خطر خواهد افتاد. البته این محدودیت مقاصد صادراتی تنها به دلیل عدم آشنایی صادرکننده از بازارهای صادراتی نبوده و دلایل متعددی دارد که مهمترین آن از دید صادرکننده این است که مبادلات مالی ایران بویژه پس از تشدید تحریم‌های بین‌المللی به سختی انجام می‌گیرد. از نظر صادرکننده علت اینکه ایران در عراق و افغانستان حضور چشمگیری دارد، علاقه تاجر عراقی است و این که مراودات مالی بین تاجر عراقی و ایرانی آسان است. از طرفی ایران با عراق مزیت لجستیکی دارد و ایران از چند مرز با عراق و تاجر عراقی در ارتباط است. برای تاجر عراقی جهت حمل محصولات ایرانی هم شغل ایجاد می‌شود. چرا که معمولاً عشیره‌ها در مرز با وسایل حمل و نقل خود اینکار را انجام می‌دهند. در حالی که ترکیه از مرز ابراهیم خلیل بصورت ترانزیت کالا را منتقل می‌کند. اما همین بازارها با توجه به شرایطی که دارند، چنانچه دچار نوساناتی شوند و صادرات ایران را محدود کنند، صادرکننده ایرانی دچار چالش جدی خواهد شد.

۱۳-۲-۱۰- عدم سیاست‌گذاری برای توسعه مذاکرات تجاری

بازگشایی و توسعه منطقه مرزی «عرعر» بین عراق و عربستان، منجر به گسترش مبادلات اقتصادی بین این دو کشور خواهد شد و در سفری نیز که وزیر دارایی دولت جدید عراق در خرداد ماه ۱۳۹۹ به عربستان داشته، فراهم کردن زمینه‌ها برای توسعه مناسبات با عربستان تأکید شده است. طرف عراقی در این جلسه ضمن تأکید بر این که دولت جدید این کشور برای توسعه روابط دو جانبه با عربستان تصمیم جدی دارد، بیان می‌کند که الکاظمی (نخست وزیر عراق) خواهان فعال سازی همکاری میان دو کشور در زمینه های مختلف با سرعت بیشتر در راستای تضمین دستیابی به بازده اقتصادی است. ضمن اینکه دو طرف ضمن تأکید بر این که بازگشایی گذرگاه مرزی «عرعر» میان عراق و عربستان یک عامل اساسی برای تحقق جهش در زمینه همکاری های اقتصادی و سرمایه گذاری میان دو کشور به شمار می آید، بر سر ادامه برگزاری دیدارهای دو جانبه با هدف ارزیابی و توسعه مراحل همکاری مشترک توافق کردند. لذا مشخص است که عراق در جستجوی راهی برای توسعه مناسبات با عربستان بوده و نباید از نظر دور داشت که عربستان از کشورهای اصلی صادرکننده برخی محصولات مانند شیر و خامه تغلیظ شده بوده که با ایران در این محصول رقابت دارد.

بطور کلی لازم است کمیسیون های تجاری جهت سفر به کشورهای هدف، فعال شده و به تنظیم توافقنامه های ترجیحی منتج شوند. وجود توافقی های دو یا چند جانبه با کشورهای هدف، جهت صادرات محصولات ایران به کشورهای هدف راهگشا خواهد بود. این موضوع بویژه در جلسات با صادرکنندگان خرما تأکید بیشتری شده است.

۱۳-۲-۱۱- هزینه های لجستیکی

هزینه ها حمل و نقل روی قیمت تمام شده و در نهایت منافع صادرکنندگان اثرگذار خواهد بود. با توجه به نظر صادرکننده، هزینه توزیع و انتقال برای یک صادرکننده عربستانی جهت صادرات به عراق کمتر از صادرکننده ایرانی است. بویژه با توسعه منطقه بازرگانی "عرعر" این هزینه ها کاهش خواهد یافت. از طرفی با توجه به اینکه ۲۰ تا ۴۰ درصد هزینه های صادراتی، هزینه لجستیکی است، ترکیه به صادرکننده خود یارانه لجستیکی پرداخت می کند و به این ترتیب هزینه حمل و نقل برای یک تاجر ترک کاهش خواهد یافت که همین حمایت ها قدرت رقابتی این کشور را در بازارهای هدف مشترک با ایران و بویژه عراق افزایش خواهد داد. البته با همه ی این مسائل، برخی صادرکنندگان برای کاهش هزینه لجستیکی خود در بازارهای هدف، راهکار خود را دنبال نموده اند. برای نمونه، کاله با کاهش صادرات به عراق و در عوض سرمایه گذاری در کارخانه ها تولیدی در عراق، به دنبال کاهش هزینه های لجستیک خود در عراق بوده و سهم از بازار عراق را نیز به این ترتیب تقویت نموده است. در این راستا رای زنی در خصوص تأمین امنیت سرمایه گذاری خارجی در عراق می تواند تا حدودی از ریسک این تولیدکنندگان و صادرکنندگان ایرانی بکاهد.

۱۳-۲-۱۲- عدم امنیت صادرات در کشورهای مانند عراق و وابستگی شدید تجارت به سیاست در ایران

در سال گذشته در عراق به بیان صادرکنندگان محصولات لبنی، جنبش ضد کالای ایرانی راه افتاد و به عنوان نمونه صادرات کاله از ۲۰۰ تریلر در هفته به ۷۰ تا ۱۰۰ تریلر در هفته کاهش یافت. آتش زدن کارخانه کاله در عراق نیز نشان از ریسک سرمایه گذاری خارجی در این کشور دارد. این کاهش عرضه با کاهش قیمت های صادراتی (به دلیل کاهش استقبال مصرف کنندگان عراقی) همراه بوده است. البته عراق را نمی توان به عنوان بازاری مناسب برای ایران نادیده گرفت اما لازم است تا به ریسک های مختلف این بازار نیز توجه نمود و در هر صورت امنیت صادرات و سرمایه گذاری در این کشور دچار چالشی جدی است.

۱۳-۲-۱۳- عدم انطباق تولیدات با ذائقه جهانی (عدم صادرات محوری تولید)

لازم است تا الگوهای تولیدی در کشور، حداقل در خصوص محصولات اصلی صادراتی ایران، براساس نیازهای بازارهای صادراتی طراحی شوند. به عنوان نمونه قیمت های بالاتر برخی ارقام خرما در بازارهای جهانی (مانند پیارم) خود بیانگر نوع ذائقه بازارهای جهانی است. این در حالی است که ترکیب تولید خرما ایران سال ها است که با کمترین تغییرات انجام روبرو بوده است. در واقع نخلستان های ایران لازم است در راستای تولید خرماهای گرانتر و بازارپسندتر تجهیز شوند.

۱۳-۲-۱۴- ناکارآمدی سیستم تسهیلات به تولید

جدا از هزینه‌های غیر مستقیم (هزینه مبادله) و نرخ بالای تسهیلات ارائه شده به تولیدکنندگان، پرداخت تسهیلات در مناطق مختلف در کشور چالش‌های متفاوتی نیز داشته است. "تسهیلات اشتغال پایدار" در مناطق مختلف با معیارهای متفاوتی پرداخت شده و در برخی مناطق به بهانه عدم تکمیل شیوه نامه‌های مرتبط، به مشکلاتی در پرداخت مواجه شده است.

۱۳-۲-۱۵- نشر اطلاعات و امتناع صادرکنندگان ایرانی از اعلان قیمت‌های واقعی

صادرکننده بر مبنای قیمت‌های عمده فروشی، قیمت پایه محصولات صادراتی خود را بیان می‌کند تا قیمت‌گذاری اولیه در گمرک کشورهای مقصد پایین‌تر باشد تا به این وسیله تعرفه گمرکی کمتری پرداخت کند. در واقع قیمت‌هایی که اخیراً توسط صادرکننده اعلام شده، در بسیاری موارد قیمت‌های کمتر از واقعی بوده‌اند.

همچنین همواره در گذشته چنانچه جایزه صادراتی مد نظر بوده، صادرکننده علاقه به بیان قیمت‌های صادراتی بیش از واقعیت داشته و در سال‌های اخیر که بحث تعهدات ارزی و سامانه سپاری مطرح بوده، صادرکننده ایرانی سعی در پایین‌تر بیان کردن قیمت‌های صادراتی خود داشته‌اند. این موضع واقعی است که صادرکنندگان در نشست تخصصی نیز به آن تأکید کرده‌اند. به نظر لازم است در توافق با صادرکنندگان راهکاری برای واقعی سازی داده‌های ثبتی اتخاذ نمود.

۱۳-۲-۱۶- کاهش دسترسی به بسته‌بندی‌های مطمئن با تشدید تحریم‌ها

محصولاتی مانند رب گوجه فرنگی و انواع لبنیات نیاز به واردات برای بسته بندی مناسب داشته‌اند. بویژه محصولات لبنی لازم است بصورت تازه‌تر در اختیار مصرف کنندگان قرار گیرد و نیاز به بسته‌بندی مناسب و بین المللی است بطوری که ماندگاری (Shelf Life) را بهبود بخشد. براین اساس بسته‌بندی‌های تتراپک به کشور وارد می‌شود. تشدید تحریم‌ها واردات این تتراپک‌ها را یا دشوار کرده و یا با هزینه بیشتری وارد کشور می‌شوند. از طرفی در گمرک نیز نیاز به تسهیل آزادسازی و تحویل این بسته‌بندی‌هاست. البته در نشست تخصصی مشخص شد برخی از این مشکلات مرتبط با گمرک بوده و سایر مشکلات مرتبط با مابه‌التفاوت نرخ ارز و مشکلات بانکی بوده است که نیاز است برنامه‌ریزی برای تسهیل فرایند انجام گیرد. به عنوان یکی از تجربیات، شرکت کاله اظهار داشته که ۶ ماه بسته بندی تتراپک وارداتی در گمرک مانده است. بخشی از این مشکلات مرتبط با خود شرکت و برخی نیز مرتبط با سیاست‌گذار و فرایندهای موجود است که در نهایت منجر به زیان کشور در بازارهای خارجی و حتی بازارهای داخلی خواهد شد. در هر صورت لازم است مدیریت فرایندی در دستور کار قرار گیرد تا سرمایه‌ای که از کشور برای واردات این بسته‌بندی‌ها خارج شده، کمک به تأمین نیاز بازار داخلی، توسعه بازارهای خارجی و در نهایت ارزآوری برای کشور نماید و این هزینه با منافع آن به کشور بازگردد.

همچنین صنایع غذایی نظیر رب گوجه فرنگی، نیاز به واردات ورق برای قوطی رب گوجه داشته‌اند و انتظار دارند بخشی از ارز صادراتی حاصله را بتوانند به واردات این اقلام و نهاده‌های اولیه اختصاص دهند و در این صورت به سامانه سپاری ارزی نیز تعهد بیشتری خواهند داشت.

در خصوص محصولات صادراتی خام کشاورزی نیز، عدم طراحی بسته بندی مناسب، به عنوان چالشی مهم از سوی صادرکنندگان ایرانی مطرح می شود که بویژه در مورد خرما صادراتی ایران، این چالش بیشتر مورد تأکید صادرکنندگان بوده است.

۱۳-۲-۱۷- لزوم تهیه بانک‌های اطلاعاتی دقیق تر تولید و تجارت، برای محصولات اصلی صادراتی

به اعتقاد فعالین بازار و حتی کارشناسان امر، اطلاعات ارائه شده در وزارت کشاورزی برای تولید محصولات کشاورزی، اطلاعات ارائه شده در خصوص مقادیر و قیمت صادراتی در اداره گمرک نیاز به تدقیق داشته و ای آمار فعلی صحیح نمی باشد. با توجه به اینکه پراختن به تدقیق تمام محصولات کشاورزی زمان بر می باشد، پیشنهاد می شود در خصوص محصولات اصلی صادراتی ایران، اطلاعات تولید و تجارت تدقیق شده و بانک جدید و دقیقی از وضعیت تولید و تجارت محصولات غالب صادراتی ایران طراحی شود تا بتوان تحلیل های مناسب تری جهت رونق بازارهای صادراتی ایران ارائه نمود. نبود اطلاعات تولیدی در خصوص محصولات صنایع غذایی (مانند رب گوجه فرنگی و لبنیات)، وضعیت نامطلوب تری داشته است.

۱۳-۲-۱۸- محدودیت مقدار حمل برای صادرکننده ایرانی

مرز بین ایران و عراق در دست عشیره هاست و این عشیره ها محصول صادرکننده را تحویل می گیرند و با توجه به اینکه محدودیت حمل ندارند، با تعداد وسایط نقلیه کمتر از صادرکننده ایرانی، محصول وی را تحویل و ترخیص می کند. در حالیکه صادرکننده ایرانی به واسطه قوانین حمل و نقل پایانه ها محدودیت تناژ حمل در هر بار خود دارد و ناچار است کمتر از ظرفیت وسیله حمل خود، بارگیری نماید که همین امر هزینه تمام شده هر واحد کالا را افزایش خواهد داد.

۱۳-۲-۱۹- عدم انطباق ساختار صادراتی ایران با شرایط خاص

به اعتقاد صادرکنندگان ایرانی در دوره هایی مانند کرونا لازم است صادرکنندگان ایرانی با این شرایط تطبیق یابند. در واقع به عنوان مثال در دوره شیوع کرونا، بسته بندی سبب لازم است با شیوه نامه های بهداشتی تا حدودی منطبق باشد در غیر این صورت استقبال در بازارهای جهانی نخواهد داشت.

۱۳-۲-۲۰- باقیمانده سموم در محصولات صادراتی

استفاده از روش های سنتی تولید، استفاده بیش از حد استاندارد از کود و سموم شیمیایی منجر به افزایش باقیمانده سموم در محصولات کشاورزی شده است. این چالش صادرات محصولات محصولاتی مانند کشمش را به شدت تحت تأثیر قرار داده است. صادرات به کشورهای اروپایی در سال های اخیر به دلیل همین افزایش باقیمانده سموم محدود شده است.

۱۳-۲-۲۱- عدم استفاده مناسب از ظرفیت شورای گفتگوی دولت و بخش خصوصی

با توجه به شرایط ارزی جدید، سیستم اداری دولت مثل وزارتخانه، بانک مرکزی و گمرک تطبیق لازم را با ساختار فعلی صادرات ندارد و نشان از عدم صدق فرضیات گذشته در زمان حال دارد. لازم است عدم انطباق وضعیت جدید با شرایط موجود را

در طی جلسه‌ای با حضور تمام عوامل صادرات و دستگاه‌های دولتی بررسی گردد و چالش‌ها شناسایی و در نهایت بسته پیشنهادی از تعامل دولت و بخش خصوصی از جلسات شورای گفتگوی دولت و بخش خصوصی استخراج شود.

۱۳-۳- جمع‌بندی چالش‌ها در بازار هر یک از محصولات صادراتی

۱. توسعه پروتکل‌های تجاری با کشورهای همسایه (بویژه هند و چین) در راستای کاهش نرخ تعرفه
۲. حمایت از سرمایه‌گذاری در صنعت بسته‌بندی محصولات صادراتی متناسب با برند ملی
۳. رصد و توجه مستمر به ترجیحات بازارهای هدف و رفتار رقبا در بازار هدف
۴. تجدیدنظر در سامانه سپاری ارزی و حداقل بازنگری در نرخ پایه صادراتی به منظور تشویق صادرات به جای تهدید آن
۵. توجه بیشتر به ظرفیتهای رینگ صادراتی بورس جهت صادرات محصولات دارای پتانسیل در بورس (زعفران، زیره و ...)
- و همزمان توسعه کشاورزی قراردادی (بین صادرکننده و تولیدکننده) در راستای بهبود فضای رقابتی و کشف قیمت عادلانه
۶. توجه به ظرفیتهای تعاونی تولید در منطقه جهت تأمین فناوری‌های پیشرفته جهت برداشت و بسته‌بندی صادراتی
۷. حمایت از تأسیس شرکت در کشورهای اصلی هدف توسط اتحادیه صادرکنندگان، جهت وصول مطالبه‌های ارزی و انتقال تدریجی به کشور بویژه در شرایط تشدید تحریم‌ها
۸. جلوگیری از رقابت کاذب صادرکنندگان ایرانی و هماهنگی انجمن‌ها، تشکل‌ها و اتحادیه صادرکنندگان محصولات صادراتی
۹. جلوگیری از تصمیم‌گیری‌های خلق‌الساعه از سوی سیاست‌گذار و اعلام برنامه و سیاست‌های مشخص حداقل یکساله جهت برنامه‌ریزی صادرکنندگان
۱۰. عدم استفاده سیاست‌گذار از منع صادرات برای کنترل بازارهای داخلی و اتخاذ سیاست‌های جایگزین
۱۱. تکمیل زنجیره تأمین و ارزش محصولات صادراتی در جهت تأمین بازارهای صادراتی (وارثه‌های صادراتی، استانداردها، بسته‌بندی‌های صادراتی و ...)
۱۲. نظارت بر حضور اتباع خارجی در بین بازرگانان ایرانی و تدوین مقررات متناسب با حضور آنها
۱۳. کنترل نوسان نرخ ارز که تقریباً پاشنه آشیل صادرات بخش کشاورزی است.
۱۴. ارائه برنامه مشخص میان‌مدت و اجرایی جهت حمایت از صادرات از طرف نهادهای مرتبط با صادرات محصولات کشاورزی
۱۵. رایزنی بین‌المللی جهت ایجاد تنوع در مقاصد و بازارهای صادراتی
۱۶. کاهش هزینه‌های لجستیکی و کمک به توسعه حمل‌ونقل صادراتی (ماشین سردخانه‌دار، ظرفیت حمل و نقل جاده و ...)

۱۷. توجه به تامین امنیت صادرات در کشورهای مانند عراق و افغانستان و کاهش وابستگی شدید تجارت به سیاست این دو کشور در قبال ایران
۱۸. انطباق تولیدات با ذائقه جهانی (برنامه‌ریزی برای صادرات محوری تولیدات داخلی)
۱۹. انطباق سیستم تسهیلات به تولید در راستای تقویت صادرات
۲۰. انتشار به موقع اطلاعات بازارهای تجاری و ایجاد سازوکاری برای صادرکنندگان ایرانی جهت قیمت‌های واقعی در راستای برنامه‌ریزی‌های صادراتی (شفاف‌سازی قیمت پایه گمرکی و مبنای محاسبه نرخ ارز)
۲۱. استفاده مناسب از ظرفیت شورای گفتگوی دولت و بخش خصوصی و مداخله بیشتر بخش خصوصی در تصمیمات سیاست‌گذار

۲_۱_ شش مورد از مهمترین چالش‌های صادرات محصولات کشاورزی و راهکارهای آنها

- ۱- تصمیمات خلق‌الساعه از سوی سیاست‌گذار و عدم حضور صادرکننده و بخش خصوصی در تصمیم‌سازی سیاست‌گذار توضیح؛ تقریباً تمام صادرکنندگان از این موضوع گله‌مند بوده‌اند؛ بویژه بیان می‌کنند که سیاست‌گذاری‌های متغیر ارزی در سال‌های اخیر مشکلات متعددی را برای صادرکننده ایجاد کرده و بیان می‌دارند که دولت اگر کمکی به فرایند صادرات نمی‌کند، مانع تراشی نیز نکند. گاه‌ها صادرکننده در محل مرز متوجه دستورالعمل‌های جدید می‌شود.
- راهکار؛ دو راهکار در این قسمت پیشنهاد می‌شود: الف) لازم است نمایندگان اصناف صادرکنندگان نیز در این نوع تصمیم‌گیری‌ها مشارکت داده شوند و همفکری و سیاست‌گذاری با مشارکت اصناف انجام گیرد تا کارایی این ابزارها افزایش یافته و انتقال دستورالعمل‌ها به صادرکننده نیز تسریع شود. به نظر می‌رسد، تشکیل کنسرسیومی از صادرکننده، تولیدکننده و سیاست‌گذار در فضای فعلی، بیش از هر زمان دیگری ضرورت دارد.
- ب) اتصال صادرکنندگان به سامانه اطلاع‌رسانی برخط تا دستورالعمل‌های مصوب، در کوتاه‌ترین زمان به صادرکننده منتقل شود و چالش‌های صادرکنندگان نیز در کمترین زمان به سیاست‌گذار ارسال شود. همچنین از طریق این سامانه می‌توان قوانین و استانداردهای کشورهای هدف و احیاناً تغییرات در این استانداردها از طریق همین سامانه به اطلاع صادرکنندگان و اتحادیه‌های مرتبط با آنها برسد.
- ۲- ممنوعیت‌های مکرر صادراتی از سوی سیاست‌گذار جهت کنترل بازارهای داخلی توضیح؛ کشورهای بزرگ صادرکننده در جهان، از صادرات به عنوان اهرم کنترل و تنظیم بازار داخلی استفاده نمی‌کنند. صادرکنندگان هم به این نکته تأکید دارند که سیاست‌گذار هرگاه در بازار داخلی افزایش قیمتی رخ می‌دهد، اقدام به ممنوعیت صادرات می‌کند.

در واقع در حوزه صادرات ایران بیش از اینکه برنامه ریزی صادراتی داشته باشد، مازاد فروشی می کند. هر چند که نمونه های موفق نیز در صنایع غذایی ایران وجود داشته که تقاضا محور عمل می کنند اما همین ممنوعیت های صادراتی، توسعه همین برندها را نیز با خطر روبرو خواهد کرد.

راهکار؛ لازم است سیاست گذاران، برای تنظیم بازارهای داخلی و بهبود زنجیره های تأمین و عرضه داخلی به دنبال راه حل های بلندمدت بوده و صادرات را به عنوان اهرمی برای کنترل بازار داخلی در نظر نگیرند. همانگونه که کشورهای بزرگ صادرکننده برای تنظیم بازارهای داخلی، صادرات را محدود نکرده بلکه در مواردی که نیاز بوده، واردات نیز داشته اند تا در برنامه های صادراتی خللی ایجاد نشود. چرا که بازاری که در یک سال از دست رفت، با وجود رقبای قدرتمندی که در بازارهای هدف ایران وجود دارد، بازگشت به آن بازار به سادگی امکان پذیر نخواهد بود و در نهایت محصولات ایرانی توسط کشورهای هدف، جایگزین خواهد شد.

۳- عدم تکمیل زنجیره تأمین محصولات صادراتی در ایران

توضیح؛ بدون تکمیل زنجیره های تأمین محصولات در کشور نمی توان انتظار صادراتی پایدار را داشت. در طول زنجیره تأمین، مهمترین حلقه های درگیر چالش، عبارتند از: الف) تأمین نهادهای تولید، ب) فرآوری و صنایع تبدیلی - تکمیلی و ج) بخش حمل و نقل. در بخش تأمین نهاده، بدون تأمین به موقع نهاده و بدون ایجاد زمینه برای توسعه فضای رقابتی در این حلقه، نمی توان به تولید و صادرات پایدار امید داشت. مانند کود و سموم مؤثر، ماشین آلات و فناوری نوین، تأمین تتراپیک ها برای صنایع غذایی. در بخش فرآوری و صنایع تبدیلی - تکمیلی نیز توسعه کمی و کیفی صنایع مثلاً در خرما اهمیت دارد و در بخش حمل و نقل نیز توجه به تأمین وسایل استاندارد حمل و نقل محصولات کشاورزی و توسعه ناوگان بویژه در بخش کانتینرهای یخچالدار، ضرورت خواهد داشت.

راهکار؛ الف) معرفی نیازهای زنجیره تأمین در هر بخش جهت برنامه ریزی برای تکمیل زنجیره و ارائه مشوق های سرمایه گذاری برای حضور تشکل های غیر دولتی و بخش خصوصی ضرورت خواهد داشت. در این زمینه، توجه به تبصر ۲ ماده ۱۷ قانون افزایش بهره وری نیز می تواند حائز اهمیت باشد. " تبصره ۲- دولت مکلف است حداقل بیست و پنج درصد (۲۵٪) از منابع قابل تخصیص حساب ذخیره ارزی (سهم بخش غیردولتی) را به صورت ارزی جهت توانمندسازی تشکل های غیردولتی برای فعالیت های اقتصادی و توسعه سرمایه گذاری در بخش کشاورزی و منابع طبیعی و توسعه صنایع تبدیلی و تکمیلی با هدف تولید برای توسعه صادرات در اختیار صندوق های حمایت از توسعه بخش کشاورزی قرار دهد تا با مشارکت مالی تشکل ها و تولیدکنندگان و بهره برداران در امر سرمایه گذاری این بخش اقدام نمایند."

ب) سیاست گذار می تواند به صادرکننده اجازه دهد تا از محل صادرات کالا و محصول، نهاده ها و فناوری مورد نیاز در زنجیره تأمین مرتبط با کالا و محصول خود را وارد نماید. لزوماً این نهاده ها و فناوری مورد استفاده صادرکننده قرار نخواهند گرفت اما در سایر حلقه ها و در تکمیل نواقص زنجیره تأمین می تواند مؤثر باشد.

ج) همچنین حمایت از حضور شرکت‌های دانش بنیان بویژه در صنایع بسته بندی می‌تواند مؤثر باشد.

۴- عدم برندسازی و همزمان وجود رقابت کاذب بین صادرکنندگان ایرانی

توضیح؛ عدم تلاش برای برندسازی محصولات ایرانی در بازارهای جهانی، چالشی تاریخی برای صادرات محصولات کشاورزی و غذایی ایران بوده است. حضور نام و نشان بخش خصوصی در بازارهای جهانی به معنی برندسازی نیست. در واقع گام اول برندسازی، توجه به مطلوبیت‌های بازارهای هدف و انتقال این مطلوبیت‌ها به تولید است. در واقع تولیدی صادرات محور می‌تواند مقدمه برندسازی باشد. یکی از مواردی که می‌تواند به بازارسازی و توسعه برند محصولات ایرانی کمک نماید، آن است که تولیدکننده و صادرکننده ایرانی بتواند در نمایشگاه‌های بین‌المللی حضوری مؤثر داشته باشد.

همچنین رقابت کاذب بین صادرکنندگان ایرانی در بازارهای هدف مشترک، به چالشی اساسی در این بازارها تبدیل شده است. در واقع گاهاً صادرکننده ایرانی بیش از آنکه با صادرکنندگان دیگر کشورها رقابت کند، با صادرکنندگان دیگر ایرانی رقابت دارد و همین منجر به کاهش قیمت محصولات صادرکننده ایرانی در بازارهای هدف شده است.

راهکار؛ الف) در این مورد بیش از آنکه سیاست‌گذار بتواند مؤثر باشد، بخش خصوصی و تشکل‌های صنفی لازم است تا همگرایی در عملکرد داشته باشند. به این معنی که در بخش برندسازی، جهت حضور در نمایشگاه‌های بین‌المللی، این تشکل‌ها می‌توانند با مشارکت مالی و فنی، در نمایشگاه‌های بزرگ حضور داشته و نیاز بازار هدف را به بخش‌های تولیدی منتقل کرده و یا پس از کشف نیاز بازارهای هدف، در قالب کشاورزی قراردادی به تولید صادرات محور کمک نمایند. البته در همین راستا جهت حضور مؤثر در نمایشگاه‌های بین‌المللی و نفوذ در بازارهای هدف، استفاده از ظرفیت‌های کنسولگری و سفارتخانه‌های ایران و رایزنان تجاری می‌تواند مؤثر باشد. تأکید می‌شود که راهگشا خواهد بود اگر سفارتخانه‌های ایران، نگاه صرفاً امنیتی-سیاسی خود را به ابعاد اقتصادی و تجاری نیز گسترش دهند و مشاورینی در این حوزه در سفارتخانه‌های ایران در کشورهای هدف داشته باشند.

ب) در مواردی نیز دولت می‌تواند به صادرکنندگانی که موفق بوده و یا در قالب سیاست‌های کلان وزارتخانه در حال فعالیت هستند (مثلاً به صادرات محصولات کم آب بر و سازگار می‌پردازند)، تسهیلات حضور در این نمایشگاه‌ها را اعطا کرده و از محل صادرات محصولات کشاورزی توسط این صادرکنندگان، این تسهیلات به دولت بازگردد و برای صادرکنندگان دیگر نیز بتواند به همین طریق هزینه شود.

ج) اما مهمتر از این نکات، جلوگیری از رقابت کاذب بین صادرکنندگان ایرانی است. که در این مورد نیز صادرکنندگان لازم است در تشکل‌های خود (تعاونی‌ها و اتحادیه‌های صادراتی) به هماهنگی و توافق لازم جهت استانداردهای صادراتی در هر کشور هدف و حدود قیمت‌ها در این بازارها برسند. در واقع هر صادرکننده ایرانی ضمن اینکه صادرکننده مستقلی است، در توافق با سایر صادرکنندگان ایرانی در بازارهای هدف رفتار نماید.

۵- عدم نشر دقیق اطلاعات و عدم وجود بانک جامع صادرات متصل به بانک تولید

توضیح؛ به اعتقاد فعالین بازار و حتی کارشناسان امر، اطلاعات ارائه شده در وزارت کشاورزی برای تولید محصولات کشاورزی و بویژه اطلاعات ارائه شده در خصوص مقادیر و قیمت صادراتی در اداره گمرک نیاز به تدقیق داشته و این آمار فعلی به دلایل عدم اظهارات دقیق تجار، صحیح نمی‌باشد. حتی در آمارهای بین‌المللی کافی است آماری که ایران اعلام کرده به کشور مقصد صادر کرده با آماری که کشور مقصد اعلام کرده از ایران وارد کرده مقایسه شود. بوضوح مشخص است که بین این دو آمار تضادهای معنی‌داری وجود دارد که به اعتراف خود صادرکننده، ناشی از عدم اظهار دقیق این صادرکنندگان می‌باشد. بدون در اختیار داشتن بانک تجاری مناسب، چه سیاستگذار و چه بخش خصوصی نمی‌تواند برنامه‌ریزی صادراتی درستی برای آینده داشته باشد. اطلاعات تولیدی در خصوص محصولات صنایع غذایی (مانند رب گوجه‌فرنگی و لبنیات) وضعیت نامطوب‌تری نیز داشته است.

راهکار؛ الف) عدم اعلام دقیق قیمت‌ها و ارزش صادراتی از سوی صادرکننده ریشه در سیاست‌های دولت داشته و بویژه در سال‌های اخیر با پیمان سپاری ارزی، صادرکننده سعی در اعلام پایین‌تر منافع صادراتی خود داشته است. همانطور که در زمان ارائه جوایز صادراتی، سعی در اعلام بیشتر صادرات خود داشت. لذا یکی از راهکارهای اصلی اصلاح سیاست‌های گذشته است. مثلاً همانطور که در راهکار پیمان سپاری ارزی نیز بیان شد، چنانچه صادرکننده بجای تحویل ارز به دولت، امکان تزریق به بازارهای آزاد داخل را داشته باشد، هم بازار عرضه ارز رونق خواهد یافت و هم صادرکننده مجبور به مخفی نمودن منافع صادراتی خود نخواهد بود.

ب) مهمتر از تدقیق اطلاعات صادرات، ایجاد ارتباط بین اطلاعات تولید و صادرات محصولات کشاورزی و صنایع غذایی به منظور افزایش توان برنامه‌ریزی صادرکننده و نظارت سیاست‌گذار بر کارایی بازار صادراتی است. با توجه به اینکه در کوتاه مدت و میان مدت، مدیریت اطلاعات تمام محصولات صادراتی کشاورزی زمان بر می‌باشد، پیشنهاد می‌شود حداقل در خصوص محصولات اصلی صادراتی ایران، اطلاعات تولید و تجارت تدقیق و به هم مرتبط شده تا بتوان تحلیل‌های مناسب‌تری جهت رونق بازارهای صادراتی ایران ارائه نمود.

۶- باقیمانده سموم محصولات کشاورزی و عدم تطابق تولید با استانداردهای جهانی

توضیح؛ این چالش که همواره مانعی جدی جهت حضور پایدار ایران در بازارهای جهانی بوده، کمتر مورد توجه بخش خصوصی و سیاستگذار قرار گرفته است. محصولاتی مانند کشمش، پسته، زعفران و... در برهه‌های مختلف، دچار تزلزل در بازارهای صادراتی به دلیل باقیمانده سموم بالا، شده‌اند. مانند سم افلاتوکسین در پسته که به تحریم ایران در گذشته در بازارهای اروپایی منجر شد و یا کشمش در سالهای اخیر و محصولات دیگر. هرچند این چالش همان عدم توجه به تولید صادرات محور است اما به دلیل اهمیت قابل توجه آن، در این قسمت بطور جداگانه نیز به آن پرداخته شد. بازگشت محصولات به دلیل باقیمانده سموم بالا، منجر به عدم اطمینان بازار جهانی به محصولات ایرانی شده و بازگشت محصول صادراتی به همراه بی‌اعتمادی به ساختار تولید و صادراتی ایران، بازارهای هدف ایران را کوچکتر از قبل نیز خواهد نمود.

راهکار؛ توسعه کشاورزی قراردادی جهت دستیابی به هدف صادرات محوری تولیدات داخلی مهمترین راهکار پیشنهادی است. البته در این خصوص حمایت از توسعه شرکت‌های دانش بنیان جهت اندازه گیری باقیمانده سموم در محصولات و اندازه گیری مستمر این باقیمانده در مزارع و در مراحل مختلف کشت می‌تواند راه‌گشا باشد. همچنین بند "ب" ماده ۳۱ قانون افزایش بهره‌وری در موردی محصولاتی مانند کشمش که سهم ایران بیش از ۱۰ درصد در بازارهای جهانی بوده به عنوان محصولات "ویژه" لازم است مورد حمایت در تولید قرار گیرند که این حمایت می‌تواند در راستای کاهش باقیمانده سموم، هدفمند شود.

« در تمام راهکارهایی که ارائه شد، بویژه در مواردی که سیاست‌گذار باید حمایت مالی از صادرات انجام دهد، پیشنهاد می‌شود که این حمایتها در گام اول برای صادرات محصولات کم آب بر و سازگار با منابع پایه داده شود.»



مرکز ملی مطالعات راهبردی کشاورزی و آب

تهران، خیابان طالقانی، نبش خیابان موسوی (فرصت)، شماره ۱۷۵
کد پستی: ۱۵۸۳۶۴۸۴۹۹ شماره تماس: ۰۲۱-۸۵۷۳۲۸۵۱
وب سایت: www.awmrc.com ایمیل: info@awnrc.com