



اتحادیه بازرگانی صنایع معادن و کشاورزی ایران

گزارش نهایی:

تجارت محصولات کشاورزی و مواد غذایی سال

۹۳

مجریان

ولی الله فریادرس

حامد رفیعی

فهرست مطالب

صفحه	عنوان
۳	فصل اول: تحلیل و تبیین وضعیت تجارت جهانی محصولات کشاورزی.....
۴	۱-۱- مقدمه.....
	۲-۱- بررسی و تحلیل تحولات تجارت کالایی و کشاورزی جهان (واردات، صادرات، تراز تجاری، ذخائر، قیمت ها) به صورت کلی.....
۴	۱-۲-۱- تحلیل تجارت محصولات کشاورزی در جهان.....
۹	۲-۲-۱- بررسی ذخیره سازی در بازارهای جهانی.....
۱۶	۳-۲-۱- تحلیل قیمت‌های جهانی محصولات.....
	۲-۱- بررسی و تحلیل تحولات تجارت جهانی برخی محصولات کشاورزی (بر مبنای مهمترین محصولات صادراتی و وارداتی کشور) ۱۸
	۳-۱- برآورد قدرت انحصاری کشورهای مهم صادرکننده محصولات کشاورزی در بازارهای جهانی (بر مبنای مهمترین محصولات وارداتی کشور).....
۴۴	۴-۱- جمع‌بندی.....
۵۳	فصل دوم: تحلیل و تبیین وضعیت تجارت کشاورزی و مواد غذایی ایران.....
۵۸	۱-۲- مقدمه.....
۵۸	۲-۲- تحلیل و تبیین وضعیت تجارت کشاورزی و مواد غذایی ایران.....
	۱-۲-۲- بررسی و تحلیل تحولات تجارت کالایی و کشاورزی ایران (واردات، صادرات، تراز تجاری، ذخائر، قیمت ها) به صورت کلی.....
۵۸	۳-۲- بررسی و تحلیل تحولات تجاری کشاورزی ایران به تفکیک گروه های محصولی و مهمترین محصولات صادراتی و وارداتی.....
	۶۸
۶۸	۱-۳-۲- بررسی و تحلیل تحولات تجاری کشاورزی ایران به تفکیک گروه های محصولی.....
۷۹	۴-۲- بررسی و تحلیل تحولات تجاری کشاورزی ایران به تفکیک مهمترین محصولات وارداتی و صادراتی.....
۷۹	۱-۴-۲- بررسی و تحلیل تجارت مهمترین محصولات وارداتی کشاورزی ایران.....
۸۶	۲-۴-۲- بررسی و تحلیل تجارت مهمترین محصولات صادراتی کشاورزی ایران.....
۱۰۳	۵-۲- بررسی تحولات (تجاری) مهمترین شرکای تجاری کشور در صادرات و واردات.....
۱۰۳	۱-۵-۲- بررسی شرکای تجاری کشور در صادرات.....
۱۰۳	الف: بررسی مقاصد صادراتی پسته ایران.....
۱۰۵	ب: بررسی مقاصد صادراتی کشمش ایران.....

ج: بررسی مقاصد صادراتی زعفران ایران.....	۱۰۷
د: بررسی مقاصد صادراتی سیب ایران.....	۱۰۹
ه: بررسی مقاصد صادراتی خرما.....	۱۱۰
و: بررسی مقاصد صادراتی رب گوجه‌فرنگی.....	۱۱۳
ز: بررسی مقاصد صادراتی خیار.....	۱۱۵
ح: بررسی مقاصد صادراتی گوجه فرنگی.....	۱۱۶
ط: بررسی مقاصد صادراتی سیب‌زمینی.....	۱۱۷
۲-۵-۲- بررسی شرکای تجاری مهمترین محصولات وارداتی کشور.....	۱۱۹
۲-۶- تحلیل تداوم بازارهای صادراتی محصولات منتخب صادراتی.....	۱۳۲
۲-۷-۷- شناسایی کشورهای مهم صادرکننده بر اساس انواع شاخص های مزیت صادراتی.....	۱۶۱
۲-۷-۱- مقدمه:.....	۱۶۱
۲-۷-۲- تحلیل مزیت نسبی در بازارهای هدف و در رقابت با رقبا.....	۱۶۲
۲-۸-۸- تبیین وضعیت رقبای ایران در بازار مهمترین محصولات صادراتی ایران.....	۲۱۹
۲-۸-۱- بررسی رقبای ایران در مقصدهای صادراتی پسته.....	۲۱۹
۲-۸-۲- بررسی وضعیت رقبای ایران در مقصدهای صادراتی سیب.....	۲۲۴
۲-۸-۳- بررسی رقبای ایران در مقصدهای صادراتی کشمش.....	۲۲۹
۲-۸-۴- بررسی وضعیت رقبای ایران در مقاصد صادراتی زعفران.....	۲۳۶
۲-۸-۵- بررسی وضعیت رقبای ایران در مقاصد صادراتی خرما.....	۲۳۸
۲-۸-۶- بررسی وضعیت رقبای ایران در بازارهای صادراتی خیار.....	۲۴۶
۲-۸-۷- بررسی وضعیت رقبای ایران در مقاصد صادراتی سیب زمینی.....	۲۴۹
۲-۸-۸- بررسی وضعیت رقبای ایران در مقاصد صادراتی رب گوجه‌فرنگی.....	۲۵۱
۲-۸-۹- بررسی وضعیت رقبای ایران در مقاصد صادراتی شیرینی.....	۲۵۴
۲-۸-۱۰- بررسی وضعیت رقبای ایران در مقاصد صادراتی بیسکویت.....	۲۵۸
۲-۹- جمع‌بندی.....	۲۵۹
فصل سوم.....	۲۷۴
۳-۱- بررسی تحولات سیاست‌های تجاری (تعرفه، موانع غیرتعرفه ای) و تنظیم بازار داخل (تعرفه، موانع غیرتعرفه ای).....	۲۷۵
۳-۱-۱- نگاهی کلی به تحول موانع تعرفه‌ای و غیر تعرفه‌ای در بخش کشاورزی.....	۲۷۵
۳-۲- بررسی تحولات سیاست های تجارت کشاورزی در شرکای تجارت کشاورزی ایران.....	۲۹۱
۳-۲-۱- بررسی سیاست‌های تجاری و اقدام‌های اجرایی پاکستان.....	۲۹۱
۳-۲-۱- مقدمه:.....	۲۹۱

- ۲۹۳.....۲-۱-۲-۳- اقدام‌ها و سیاست‌های موثر بر واردات در پاکستان.....
- ۳۱۳.....۲-۲-۲-۳- مقررات تاثیر گذار بر صادرات کالا.....
- ۳۱۹.....۳-۲-۳- بررسی سیاست‌های تجاری ترکیه.....
- ۳۱۹.....۱-۳-۲-۳- رویه‌های واردات و الزامات آن.....
- ۳۲۴.....۲-۳-۲-۳- بررسی رویه‌ها و سیاست‌های صادراتی در ترکیه.....
- ۳۳۰.....۵-۲-۳- بررسی سیاست‌های تجاری هنگ‌کنگ.....
- ۳۳۲.....۱-۵-۲-۳- سیاست‌های موثر بر واردات در هنگ‌کنگ.....
- ۳۳۶.....۶-۲-۳- سیاست‌های تجاری روسیه.....
- ۳۳۶.....۱-۶-۲-۳- مقدمه.....
- ۳۳۹.....۲-۶-۲-۳- بررسی رویه‌های گمرکی در کشور روسیه.....
- ۳۴۲.....۳-۶-۲-۳- بررسی سیاست‌های صادراتی روسیه.....
- ۳۴۳.....۷-۲-۳- بررسی سیاست‌های تجاری اروپا.....
- ۳۴۳.....۱-۷-۲-۳- سیاست‌های ناظر بر واردات کالا.....
- ۳۵۳.....۲-۷-۲-۳- سیاست‌های تجاری ناظر بر صادرات کالا در اتحادیه اروپا.....
- ۳۵۴.....۳-۷-۲-۳- سیاست‌های تجاری بخش کشاورزی در اتحادیه اروپا.....
- ۳۶۰.....۸-۲-۳- بررسی سیاست‌های تجاری سوئیس.....
- ۳۶۱.....۱-۸-۲-۳- بررسی رویه‌ها و سیاست‌های تجاری در سوئیس.....
- ۳۶۵.....۲-۸-۲-۳- اقدام‌های موثر بر صادرات کالا در سوئیس.....
- ۳۶۶.....۳-۸-۲-۳- سیاست‌های خاص بخش کشاورزی در سوئیس.....
- ۳۶۷.....۳-۳-۳- بررسی تحولات در موافقت‌نامه‌های دو یا چندجانبه تجارت کشاورزی ایران و شرکای تجاری.....
- ۳۶۷.....۱-۳-۳- بررسی موافقتنامه تجارت ترجیحی بین جمهوری اسلامی ایران و کوبا.....
- ۳۷۰.....۲-۳-۳- بررسی موافقتنامه تجارت ترجیحی بین جمهوری اسلامی ایران و ازبکستان.....
- ۳۷۴.....۳-۳-۳- بررسی موافقتنامه تجارت ترجیحی بین جمهوری اسلامی ایران و ترکیه.....
- ۳۷۹.....۴-۳-۳- بررسی موافقتنامه تجارت ترجیحی بین جمهوری اسلامی ایران و پاکستان.....
- ۳۸۳.....۵-۳-۳- بررسی موافقتنامه تجارت ترجیحی بین جمهوری اسلامی ایران و تونس.....
- ۳۸۴.....۶-۳-۳- بررسی موافقتنامه تجارت آزاد بین جمهوری اسلامی ایران و سوریه.....
- ۳۸۵.....۷-۳-۳- موافقت‌نامه ترجیحی ایران و بوسنی و هرزگوین.....
- ۳۸۶.....۸-۳-۳- پروتکل اجرایی یادداشت تفاهم ترجیحات تجاری متقابل بین ایران و قرقیزستان.....
- ۳۸۷.....۴-۳-۳- بررسی تأثیر تغییرات نرخ ارز بر روند صادرات و واردات محصولات کشاورزی ایران.....
- ۳۹۶.....۵-۳-۳- بررسی کیفیت و بسته‌بندی کالاهای صادراتی کشاورزی و نقش آن در قیمت‌گذاری به صورت کلان.....

۳۹۶	۱-۵-۳	مقدمه
۳۹۹	۲-۵-۳	انواع بسته‌بندی
۴۰۰	۳-۵-۳	صنعت بسته‌بندی در ترکیه
۴۰۳	۴-۵-۳	بسته‌بندی در استرالیا
۳۶۷	۵-۵-۳	نقش اقتصادی بسته‌بندی و سهم آن در قیمت‌گذاری
۴۰۵	۶-۵-۳	موسسه بسته‌بندی هند
۴۰۶	۷-۵-۳	تجربیات مرکز تجارت بین‌المللی و سازمان خوار و بار جهانی در توسعه صنعت بسته‌بندی در آفریقا
۴۰۸	۸-۵-۳	تجربه آمریکا
۴۰۹	۹-۵-۳	تجربیات منطقه منا
۴۰۹	۱۰-۵-۳	تقاضای بسته‌بندی جهانی
۴۱۰	۶-۳	جمع‌بندی

فصل چهارم: بررسی فرصت‌های تجاری حاصل از تیره شدن روابط روسیه و غرب و پتانسیل بالای صادراتی

۴۱۲	محصولات کشاورزی	
۴۱۴	۱-۴	مقدمه
۴۱۶	۲-۴	بررسی وضعیت مهمترین گروه‌های کالایی صادراتی به روسیه از مبدأ اروپا
۴۱۷	۳-۴	بررسی فرصت‌های ایران در بازار روسیه
۴۲۳	۵-۴	جمع‌بندی
۴۲۴	فصل پنجم: جمع‌بندی و پیشنهادهای سیاستی و کاربردی	
۴۲۵	۱-۵	مقدمه
۴۲۵	۲-۵	جمع‌بندی یافته‌های برای سیاست‌گذاران و فعالان اقتصادی
۴۴۳	فهرست منابع	
۴۴۶	پیوست: آمار و اطلاعات گزارش	

فهرست جداول

صفحه	عنوان
۵.....	جدول (۱-۱): تجارت تولیدات کشاورزی و سهم آن در تجارت کالایی جهانی
۵.....	جدول (۲-۱): سهم ایران از صادرات و واردات کالاهای کشاورزی در بازارهای جهانی- درصد
۱۰.....	جدول (۳-۱): میزان تغییرات ذخیره گندم در قاره‌های مختلف جهان-تن
۱۰.....	مأخذ: فائو، ۲۰۱۶، در سایت قانو تا سال ۲۰۱۶، گزارش تغییرات ذخایر تا سال ۲۰۱۱ گزارش شده است.
۱۱.....	جدول (۴-۱): میزان تغییرات ذخیره جو در قاره‌های مختلف جهان- تن
۱۲.....	جدول (۵-۱): میزان تغییرات ذخیره ذرت در قاره‌های مختلف جهان- تن
۱۳.....	جدول (۶-۱): میزان تغییرات ذخیره برنج در قاره‌های مختلف جهان-تن
۱۴.....	جدول (۷-۱): میزان تغییرات ذخیره شکر خام در قاره‌های مختلف جهان
۱۵.....	جدول (۸-۱): میزان تغییرات ذخیره گوشت در قاره‌های مختلف جهان
۱۶.....	جدول (۹-۱): میزان تغییرات ذخیره سویا در قاره‌های مختلف جهان
۲۰.....	جدول (۹-۱): وضعیت صادرات جهانی محصولات کشاورزی
۲۳.....	ادامه جدول (۹-۱): تحلیل وضعیت صادرات جهانی محصولات کشاورزی
۲۴.....	ادامه جدول (۹-۱): تحلیل وضعیت صادرات جهانی محصولات کشاورزی
۲۶.....	جدول (۱۰-۱): میزان صادرات پسته در جهان و کشورهای منتخب-تن
۲۷.....	جدول (۱۱-۱): میزان صادرات خرما در جهان و کشورهای منتخب- تن
۲۸.....	جدول (۱۲-۱): میزان صادرات زعفران در جهان و کشورهای منتخب- تن
۲۹.....	جدول (۱۳-۱): میزان صادرات انگور تازه در جهان و کشورهای منتخب-تن
۳۰.....	جدول (۱۴-۱): میزان صادرات انگور خشک کرده در جهان و کشورهای منتخب- تن
۳۱.....	جدول (۱۵-۱): میزان صادرات سیب در جهان و کشورهای منتخب-تن
۳۲.....	جدول (۱۶-۱): میزان صادرات کیوی در جهان و کشورهای منتخب- تن
۳۶.....	جدول (۱۷-۱): واردات گندم در کشورهای مهم واردکننده- هزار تن
۳۶.....	جدول (۱۸-۱): واردات جو در کشورهای مهم واردکننده- هزار تن
۳۷.....	جدول (۱۹-۱): واردات ذرت در کشورهای مهم واردکننده- هزار تن
۳۸.....	جدول (۲۰-۱): واردات برنج در کشورهای مهم واردکننده- هزار تن
۳۹.....	جدول (۲۱-۱): واردات شیر در کشورهای مهم واردکننده - میلیون دلار

- جدول (۱-۲۲): واردات گوشت در کشورهای مهم واردکننده - میلیون دلار..... ۴۰
- جدول (۱-۲۳): واردات شکر در کشورهای مهم واردکننده - میلیون دلار..... ۴۱
- جدول (۱-۲۴): واردات سویا در کشورهای مهم واردکننده - میلیون دلار..... ۴۲
- جدول (۱-۲۵): واردات پنبه در کشورهای مهم واردکننده - میلیون دلار..... ۴۳
- جدول (۱-۲۶): ساختار بازارها و خصوصیات آن..... ۴۷
- جدول (۱-۲۷): تحلیل ساختار بازار محصولات وارداتی ایران در جهان - بازار گندم..... ۴۹
- جدول (۱-۲۸): تحلیل ساختار بازار محصولات وارداتی ایران در جهان - بازار جو..... ۴۹
- جدول (۱-۲۹): تحلیل ساختار بازار محصولات وارداتی ایران در جهان - بازار برنج..... ۵۰
- جدول (۱-۳۰): تحلیل ساختار بازار محصولات وارداتی ایران در جهان - بازار ذرت..... ۵۰
- جدول (۱-۳۱): تحلیل ساختار بازار محصولات وارداتی ایران در جهان - بازار گوشت گاو..... ۵۰
- جدول (۱-۳۲): تحلیل ساختار بازار محصولات وارداتی ایران در جهان - بازار چای..... ۵۱
- جدول (۱-۳۳): تحلیل ساختار بازار محصولات وارداتی ایران در جهان - بازار روغن..... ۵۱
- جدول (۱-۳۴): تحلیل ساختار بازار محصولات وارداتی ایران در جهان - بازار پنبه..... ۵۱
- جدول (۲-۲): تکالیف قانونی و میزان ذخایر دولتی و بخش خصوصی برای گندم، روغن خام، شکر و برنج در سال ۱۳۹۳..... ۶۷
- جدول (۲-۳): تکالیف قانونی و میزان ذخایر دولتی و بخش خصوصی برای انواع گوشت، ذرت، کنجاله در سال ۱۳۹۳ (واحد):..... ۶۸
- هزارتن..... ۶۸
- جدول (۲-۴): مهمترین اقلام وارداتی بخش کشاورزی بر اساس مجموع ۱۰ ساله (۹۳-۱۳۸۴)..... ۸۰
- جدول (۲-۵): مهمترین کالاهای صادراتی کشاورزی و مواد غذایی بر اساس مجموع ارزش ۱۰ ساله و سهم آنها..... ۸۶
- جدول (۲-۶): مهمترین کالاهای صادراتی کشاورزی و مواد غذایی بر اساس مجموع حجم ۱۰ ساله و سهم آنها..... ۸۷
- جدول (۲-۷): ارزش و سهم کشورهای طرف تجاری ایران در صادرات پسته واحد میلیون دلار - درصد..... ۱۰۴
- جدول (۲-۸): ارزش و رتبه کشورهای طرف تجاری ایران در صادرات کشمش هزار دلار - درصد..... ۱۰۶
- جدول (۲-۹): ارزش و رتبه کشورهای طرف تجاری ایران در صادرات زعفران هزار دلار - درصد..... ۱۰۸
- جدول (۲-۱۰): ارزش و رتبه کشورهای طرف تجاری ایران در صادرات سیب هزار دلار - درصد..... ۱۰۹
- جدول (۲-۱۱): ارزش و رتبه کشورهای طرف تجاری ایران در صادرات خرما هزار دلار - درصد..... ۱۱۲
- جدول (۲-۱۲): ارزش و رتبه کشورهای طرف تجاری ایران در صادرات رب گوجه فرنگی هزار دلار - درصد..... ۱۱۴
- جدول (۲-۱۳): ارزش و رتبه کشورهای طرف تجاری ایران در صادرات خیار هزار دلار - درصد..... ۱۱۵
- جدول (۲-۱۴): ارزش و رتبه کشورهای طرف تجاری ایران در صادرات گوجه فرنگی هزار دلار - درصد..... ۱۱۷
- جدول (۲-۱۵): ارزش و رتبه کشورهای طرف تجاری ایران در صادرات سیب زمینی هزار دلار - درصد..... ۱۱۸

- جدول (۲-۱۶): ارزش و رتبه کشورهای طرف تجاری ایران در واردات گندم هزار دلار - درصد ۱۲۰
- ب: بررسی شرکای تجاری کشور در واردات گوشت گاو ۱۲۲
- جدول (۲-۱۷): ارزش و رتبه کشورهای طرف تجاری ایران در واردات گوشت گاو هزار دلار - درصد ۱۲۲
- ج: بررسی شرکای تجاری کشور در واردات ذرت ۱۲۳
- جدول (۲-۱۸): ارزش و رتبه کشورهای طرف تجاری ایران در واردات ذرت هزار دلار - درصد ۱۲۳
- جدول (۲-۱۹): ارزش و رتبه کشورهای طرف تجاری ایران در واردات جو هزار دلار - درصد ۱۲۵
- جدول (۲-۲۰): ارزش و رتبه کشورهای طرف تجاری ایران در واردات برنج هزار دلار - درصد ۱۲۶
- جدول (۲-۲۱): ارزش و رتبه کشورهای طرف تجاری ایران در واردات شکرخام هزار دلار - درصد ۱۲۹
- جدول (۲-۲۲): سهم و رتبه کشورهای طرف تجاری ایران در واردات کنجاله سویا واحد ۱۳۰
- جدول (۲-۲۳): تداوم بازار پسته صادراتی ایران ۱۳۳
- ادامه جدول (۲-۲۳): تداوم بازار پسته صادراتی ایران ۱۳۵
- ادامه جدول (۲-۲۳): تداوم بازار پسته صادراتی ایران ۱۳۷
- ادامه جدول (۲-۲۳): تداوم بازار پسته صادراتی ایران ۱۳۹
- جدول (۲-۲۴): تحلیل نهایی تداوم بازار هدف پسته ایران ۱۴۱
- ادامه جدول (۲-۲۴): تحلیل نهایی تداوم بازار هدف پسته ایران ۱۴۲
- جدول (۲-۲۵): تداوم بازار خرمای صادراتی ایران ۱۴۴
- ادامه جدول (۲-۲۵): تداوم بازار خرمای صادراتی ایران ۱۴۶
- ادامه جدول (۲-۲۵): تداوم بازار خرمای صادراتی ایران ۱۴۷
- ادامه جدول (۲-۲۵): تحلیل نهایی تداوم بازار هدف خرمای ایران ۱۴۹
- جدول (۲-۲۵): تحلیل نهایی تداوم بازار هدف خرمای ایران ۱۵۱
- ادامه جدول (۲-۲۵): تحلیل نهایی تداوم بازار هدف خرمای ایران ۱۵۲
- جدول (۲-۲۶): تداوم بازار سیب صادراتی ایران ۱۵۵
- جدول (۲-۲۷): تحلیل نهایی تداوم بازار هدف سیب ایران ۱۵۶
- جدول (۲-۲۸): تداوم بازار انگور خشک کرده صادراتی ایران ۱۵۸
- جدول (۲-۲۹): تحلیل نهایی تداوم بازار هدف انگور خشک کرده ایران ۱۵۹
- جدول (۲-۳۰): تداوم بازار کیوی صادراتی ایران ۱۶۰
- جدول (۲-۳۱): تحلیل نهایی تداوم بازار هدف کیوی ایران ۱۶۰
- جدول (۲-۳۲): مزیت صادراتی پسته ایران در مقابل رقبای اصلی در بازار اسپانیا ۱۶۳

- جدول (۲-۳۳): مزیت صادراتی پسته ایران در مقابل رقبای اصلی در بازار آلمان..... ۱۶۴
- جدول (۲-۳۴): مزیت صادراتی پسته ایران در مقابل رقبای اصلی در بازار امارات..... ۱۶۶
- جدول (۲-۳۵): مزیت صادراتی پسته ایران در مقابل رقبای اصلی در بازار ایتالیا..... ۱۶۷
- جدول (۲-۳۶): مزیت صادراتی پسته ایران در مقابل رقبای اصلی در بازار ترکیه..... ۱۶۹
- جدول (۲-۳۷): مزیت صادراتی پسته ایران در مقابل رقبای اصلی در بازار روسیه..... ۱۷۰
- جدول (۲-۳۸): مزیت صادراتی پسته ایران در مقابل رقبای اصلی در بازار هند..... ۱۷۱
- جدول (۲-۳۹): مزیت صادراتی پسته ایران در مقابل رقبای اصلی در بازار هنگ کنگ..... ۱۷۲
- جدول (۲-۴۰): مزیت صادراتی کیوی ایران در مقابل رقبای اصلی در بازار امارات..... ۱۷۴
- جدول (۲-۴۱): مزیت صادراتی کیوی ایران در مقابل رقبای اصلی در بازار ترکیه..... ۱۷۵
- جدول (۲-۴۲): مزیت صادراتی کیوی ایران در مقابل رقبای اصلی در بازار روسیه..... ۱۷۶
- جدول (۲-۴۳): مزیت صادراتی زعفران ایران در مقابل رقبای اصلی در بازار اسپانیا..... ۱۷۸
- جدول (۲-۴۴): مزیت صادراتی زعفران ایران در مقابل رقبای اصلی در بازار آلمان..... ۱۸۰
- جدول (۲-۴۶): مزیت صادراتی زعفران ایران در مقابل رقبای اصلی در بازار ایتالیا..... ۱۸۳
- جدول (۲-۴۷): مزیت صادراتی زعفران ایران در مقابل رقبای اصلی در بازار عربستان..... ۱۸۴
- جدول (۲-۴۸): مزیت صادراتی زعفران ایران در مقابل رقبای اصلی در بازار فرانسه..... ۱۸۵
- جدول (۲-۴۹): مزیت صادراتی زعفران ایران در مقابل رقبای اصلی در بازار هند..... ۱۸۶
- جدول (۲-۵۰): مزیت صادراتی پرتقال ایران در مقابل رقبای اصلی در بازار آذربایجان..... ۱۸۸
- جدول (۲-۵۱): مزیت صادراتی پرتقال ایران در مقابل رقبای اصلی در بازار ارمنستان..... ۱۹۰
- جدول (۲-۵۲): مزیت صادراتی پرتقال ایران در مقابل رقبای اصلی در بازار ترکمنستان..... ۱۹۱
- جدول (۲-۵۳): مزیت صادراتی پرتقال ایران در مقابل رقبای اصلی در بازار روسیه..... ۱۹۲
- جدول (۲-۵۵): مزیت صادراتی پرتقال ایران در مقابل رقبای اصلی در بازار عراق..... ۱۹۵
- جدول (۲-۵۷): مزیت صادراتی سیب ایران در مقابل رقبای اصلی در بازار امارات..... ۱۹۸
- جدول (۲-۵۸): مزیت صادراتی سیب ایران در مقابل رقبای اصلی در بازار آذربایجان..... ۱۹۹
- جدول (۲-۵۹): مزیت صادراتی سیب ایران در مقابل رقبای اصلی در بازار ترکمنستان..... ۲۰۰
- جدول (۲-۶۰): مزیت صادراتی سیب ایران در مقابل رقبای اصلی در بازار عراق..... ۲۰۱
- جدول (۲-۶۱): مزیت صادراتی سیب ایران در مقابل رقبای اصلی در بازار عربستان..... ۲۰۳
- جدول (۲-۶۹): مزیت صادراتی انگور خشک کرده ایران در مقابل رقبای اصلی در بازار امارات..... ۲۰۴
- جدول (۲-۷۰): مزیت صادراتی انگور خشک کرده ایران در مقابل رقبای اصلی در بازار آذربایجان..... ۲۰۵

- جدول (۲-۷۱): مزیت صادراتی انگور خشک کرده ایران در مقابل رقبای اصلی در بازار پاکستان..... ۲۰۶
- جدول (۲-۷۲): مزیت صادراتی انگور خشک کرده ایران در مقابل رقبای اصلی در بازار روسیه..... ۲۰۸
- جدول (۲-۷۳): مزیت صادراتی انگور خشک کرده ایران در مقابل رقبای اصلی در بازار عراق..... ۲۰۹
- جدول (۲-۷۴): مزیت صادراتی انگور خشک کرده ایران در مقابل رقبای اصلی در بازار افغانستان..... ۲۱۰
- جدول (۲-۷۵): مزیت صادراتی خرمای ایران در مقابل رقبای اصلی در بازار روسیه..... ۲۱۱
- جدول (۲-۷۶): مزیت صادراتی خرمای ایران در مقابل رقبای اصلی در بازار استرالیا..... ۲۱۲
- جدول (۲-۷۷): مزیت صادراتی خرمای ایران در مقابل رقبای اصلی در بازار هند..... ۲۱۳
- جدول (۲-۷۸): مزیت صادراتی خرمای ایران در مقابل رقبای اصلی در بازار ترکیه..... ۲۱۴
- جدول (۲-۷۹): مزیت صادراتی خرمای ایران در مقابل رقبای اصلی در بازار پاکستان..... ۲۱۵
- جدول (۲-۸۰): مزیت صادراتی خرمای ایران در مقابل رقبای اصلی در بازار امارات..... ۲۱۶
- جدول (۲-۸۱): مزیت صادراتی خرمای ایران در مقابل رقبای اصلی در بازار افغانستان..... ۲۱۷
- جدول (۲-۸۲): مزیت صادراتی خرمای ایران در مقابل رقبای اصلی در بازار انگلیس..... ۲۱۸
- جدول (۲-۸۴): وضعیت قیمت صادرکنندگان اصلی پسته با پوست (۰۸۰۲۵۱) به آلمان دلار/تن..... ۲۲۲
- جدول (۲-۸۵): وضعیت قیمت صادرکنندگان اصلی پسته با پوست (۰۸۰۲۵۱) به روسیه دلار/تن..... ۲۲۳
- جدول (۲-۸۶): ارزش واردات پسته عراق از کشورهای مختلف و سهم ایران در این بازار هزار دلار..... ۲۲۴
- جدول (۲-۸۷): وضعیت قیمت صادرکنندگان اصلی پسته با پوست (۰۸۰۲۵۱) به عراق دلار/تن..... ۲۲۴
- جدول (۲-۸۸): وضعیت قیمت صادرکنندگان اصلی سیب به عراق دلار/تن..... ۲۲۶
- جدول (۲-۸۹): ارزش واردات ترکمنستان از کشورهای مختلف و سهم ایران در این بازار هزار دلار..... ۲۲۶
- جدول (۲-۹۰): وضعیت قیمت صادرکنندگان اصلی سیب به ترکمنستان دلار/تن..... ۲۲۸
- جدول (۲-۹۱): وضعیت قیمت صادرکنندگان اصلی سیب به پاکستان دلار/تن..... ۲۲۹
- جدول (۲-۹۲): وضعیت قیمت صادرکنندگان اصلی کشمش به روسیه دلار/تن..... ۲۳۱
- جدول (۲-۹۳): ارزش واردات عراق از کشورهای مختلف و سهم ایران در این بازار هزار دلار..... ۲۳۲
- جدول (۲-۹۴): وضعیت قیمت صادرکنندگان اصلی کشمش به عراق دلار/تن..... ۲۳۲
- جدول (۲-۹۵): وضعیت قیمت صادرکنندگان اصلی کشمش به اکرابین دلار/تن..... ۲۳۴
- جدول (۲-۹۷): وضعیت قیمت صادرکنندگان اصلی کشمش به ترکیه دلار/تن..... ۲۳۵
- جدول (۲-۹۸): ارزش واردات زعفران اسپانیا از کشورهای مختلف و سهم ایران در این بازار هزار دلار..... ۲۳۷
- جدول (۲-۹۹): ارزش واردات عربستان از کشورهای مختلف و سهم ایران در این بازار هزار دلار..... ۲۳۷
- جدول (۲-۱۰۱): وضعیت قیمت صادرکنندگان اصلی خرما به هند دلار/تن..... ۲۴۰

۲۴۴.....	دلار/تن	جدول (۲-۱۰۳): وضعیت قیمت صادرکنندگان اصلی خرما به روسیه
۲۴۵.....	دلار/تن	جدول (۲-۱۰۴): وضعیت قیمت صادرکنندگان اصلی خرما به ترکیه
۲۴۶.....	هزار دلار	جدول (۲-۱۰۵): ارزش واردات عراق از کشورهای مختلف
۲۴۹.....	دلار/تن	جدول (۲-۱۰۶): وضعیت قیمت صادرکنندگان اصلی خیار به روسیه
۲۵۰.....	دلار/تن	جدول (۲-۱۰۷): وضعیت قیمت صادرکنندگان اصلی سیب زمینی به عراق
۲۵۱.....	دلار/تن	جدول (۲-۱۰۸): وضعیت قیمت صادرکنندگان اصلی سیب زمینی به آذربایجان
۲۵۳.....	دلار/تن	جدول (۲-۱۰۹): وضعیت قیمت صادرکنندگان اصلی رب گوجه فرنگی به عراق
۲۵۴.....	دلار/تن	جدول (۲-۱۱۰): وضعیت قیمت صادرکنندگان اصلی رب گوجه فرنگی به روسیه
۲۵۵.....	دلار/تن	جدول (۲-۱۱۱): وضعیت قیمت صادرکنندگان اصلی شیرینی به عراق
۲۵۶.....	دلار/تن	جدول (۲-۱۱۲): وضعیت قیمت صادرکنندگان اصلی شیرینی به تاجیکستان
۲۵۷.....	دلار/تن	جدول (۲-۱۱۳): وضعیت قیمت صادرکنندگان اصلی شیرینی به ترکمنستان
۲۵۹.....	دلار/تن	جدول (۲-۱۱۴): وضعیت قیمت صادرکنندگان اصلی بیسکویت به عراق
۲۷۶.....		جدول (۳-۱): وضعیت متوسط ساده و ارزشی تعرفه محصولات کشاورزی در ۴ دهه اخیر
۲۸۴.....		جدول (۳-۲): تحول نظام تعرفه در بخش کشاورزی
۲۸۷.....		جدول (۳-۳): وضعیت طبقات تعرفه و حداکثر تعرفه در بخش کشاورزی در سال ۲۰۱۵
۲۸۸.....		جدول (۳-۴): چگونگی توزیع حمایت‌های تعرفه‌ای سال ۲۰۱۲ در کشورهای منتخب و ایران
۲۹۵.....		جدول (۳-۶): وضعیت پراکندگی تعرفه کشاورزی در پاکستان
۲۹۶.....		جدول (۳-۷): بررسی وضعیت تعرفه در گروه‌های مختلف کالایی در پاکستان
۳۰۸.....		جدول (۳-۸): مقررات عمومی هند مربوط به قاعده مبدا در ذیل موافقت نامه های تجاری کشور در سال ۲۰۱۵
۳۱۰.....		جدول (۳-۹): خلاصه وضعیت تعرفه در هند
۳۱۱.....		جدول (۳-۱۰): وضعیت پراکندگی تعرفه کشاورزی در هند
۳۱۱.....		جدول (۳-۱۱): وضعیت حمایت تعرفه‌ای از گروه کالایی مختلف کشاورزی در هند
۳۱۵.....		جدول (۳-۱۲): مالیات‌های صادراتی ۲۰۱۴
۳۱۷.....		جدول (۳-۱۳): حداقل قیمت صادراتی محصولات در هند سال ۲۰۱۴
۳۲۲.....		جدول (۳-۱۵): خلاصه وضعیت تعرفه‌ای ترکیه
۳۲۲.....		جدول (۳-۱۶): وضعیت پراکندگی تعرفه‌های کشاورزی در ترکیه
۳۲۳.....		جدول (۳-۱۷): وضعیت حمایت تعرفه‌ای از گروه کالایی مختلف کشاورزی در ترکیه
۳۲۸.....		جدول (۳-۱۸): امتیاز رتبه عراق با توجه به شاخص عملکرد لجستیک (LPI)

- جدول (۳-۱۹): وضعیت شاخص LPI در کشورهای منتخب..... ۳۲۸
- جدول (۳-۲۰): زمان بندی عملیات صادرات و واردات کالا در عراق..... ۳۲۹
- جدول (۳-۲۱): فرایند رسیدگی به تقاضای واردات و صادرات در هنگ کنگ..... ۳۳۳
- جدول (۳-۲۲): کالاهای وارداتی مشمول اخذ مجوز اجباری..... ۳۳۴
- جدول (۳-۲۳): خلاصه وضعیت تعرفه‌های روسیه..... ۳۴۱
- جدول (۳-۲۴): وضعیت پراکندگی تعرفه در بخش کشاورزی روسیه..... ۳۴۱
- جدول (۳-۲۵): وضعیت حمایت تعرفه‌ای از گروه کالایی مختلف کشاورزی در روسیه..... ۳۴۱
- جدول (۳-۲۶): وضعیت اقدامات ضد بازار شکنی در اتحادیه اروپا در حد فاصل ۲۰۱۰ تا ۲۰۱۴..... ۳۴۷
- جدول (۳-۲۷): تعداد اقدامات ضد بازار شکنی اروپا..... ۳۴۸
- جدول (۳-۲۸): مقررات ناظر بر مقررات فنی و بهداشتی..... ۳۴۹
- جدول (۳-۲۹): آخرین مجموعه قوانین بهداشتی در قلمرو اتحادیه اروپا..... ۳۵۰
- جدول (۳-۳۰): خلاصه وضعیت تعرفه در اتحادیه اروپا..... ۳۵۱
- جدول (۳-۳۱): وضعیت پراکندگی تعرفه کشاورزی در اتحادیه اروپا..... ۳۵۱
- جدول (۳-۳۲): وضعیت حمایت تعرفه‌ای گروه‌های مختلف کالایی در بخش کشاورزی اتحادیه اروپا..... ۳۵۲
- جدول (۳-۳۳): خلاصه وضعیت تعرفه کشاورزی در سوئیس..... ۳۶۳
- جدول (۳-۳۴): وضعیت پراکنش و توزیع تعرفه کشاورزی در سوئیس..... ۳۶۴
- جدول (۳-۳۶): کالاهای کشاورزی و مواد غذایی جمهوری اسلامی ایران جهت اخذ تعرفه ترجیحی از کوبا..... ۳۶۸
- جدول (۳-۳۷): کالاهای کشاورزی و مواد غذایی کوبا جهت اخذ تعرفه ترجیحی از جمهوری اسلامی ایران..... ۳۶۹
- جدول (۳-۳۸): واردات انواع پنبه به تفکیک نوع آن..... ۳۷۱
- جدول (۳-۳۹): حجم و سهم از پاکستان در کل واردات پنبه ایران..... ۳۷۳
- جدول (۳-۴۰): وضعیت تخفیف تعرفه‌ای برخی کالاهای صادراتی به ترکیه..... ۳۷۵
- جدول (۳-۴۱): روند صادرات محصولات صادراتی مهم بر خودار از تخفیف تعرفه به ترکیه تن..... ۳۷۷
- جدول (۳-۴۲): وضعیت تخفیف تعرفه‌ای برخی کالاهای صادراتی به پاکستان..... ۳۸۰
- جدول (۳-۴۴): وضعیت تخفیف تعرفه‌ای برخی کالاهای وارداتی از پاکستان..... ۳۸۳
- جدول (۴-۱): وضعیت صادرات محصولات کشاورزی و مواد غذایی اروپا به روسیه هزار دلار - درصد..... ۴۱۶
- جدول ضمیمه (۱): روند مقدار صادرات کالاهای مهم کشاورزی-هزار تن..... ۴۴۶
- جدول ضمیمه (۲): روند ارزش صادرات کالاهای مهم کشاورزی- میلیون دلار..... ۴۴۷
- جدول ضمیمه (۳): روند مقدار واردات کالاهای مهم کشاورزی - هزار تن..... ۴۴۸



- جدول ضمیمه (۴): روند ارزش واردات کالاهای مهم کشاورزی هزار دلار..... ۴۴۹
- جدول ضمیمه (۵): وضعیت صادرات کالایی و کشاورزی و مواد غذایی..... ۴۵۱
- جدول ضمیمه (۶): وضعیت واردات کالایی و کشاورزی و مواد غذایی..... ۴۵۲

فهرست نمودارها

صفحه	عنوان
۶.....	نمودار ۱-۱- بررسی سهم مناطق مختلف جهان از تجارت تولیدات کشاورزی در سال ۲۰۱۰.....
۷.....	نمودار ۲-۱- بررسی سهم مناطق مختلف جهان از تجارت تولیدات کشاورزی در سال ۲۰۱۱.....
۷.....	نمودار ۳-۱- بررسی سهم مناطق مختلف جهان از تجارت تولیدات کشاورزی در سال ۲۰۱۲.....
۸.....	نمودار ۴-۱- بررسی سهم مناطق مختلف جهان از تجارت تولیدات کشاورزی در سال ۲۰۱۳.....
۹.....	نمودار ۵-۱- بررسی سهم مناطق مختلف جهان از تجارت تولیدات کشاورزی در سال ۲۰۱۴.....
۱۷.....	نمودار ۶-۱- روند قیمت‌های جهانی محصولات برنج، شکر، ذرت، جو و گندم، منبع: FAO, 2016.....
۱۸.....	نمودار ۷-۱- روند قیمت‌های جهانی محصولات شیر و گوشت منبع: FAO, 2016.....
۱۸.....	نمودار ۸-۱- روند قیمت‌های جهانی محصولات منتخب باغی منبع: FAO, 2016.....
۲۵.....	نمودار ۹-۱- تحلیل تراز تجاری مناطق مختلف جهان در سال ۲۰۱۴- میلیارد دلار (فائو، ۲۰۱۵).....
۵۹.....	نمودار ۱-۲- روند مقدار صادرات کشاورزی و مواد غذایی و سهم آن در صادرات غیرنفتی.....
۶۰.....	نمودار ۲-۲- روند ارزش صادرات کشاورزی و مواد غذایی و سهم آن در صادرات غیرنفتی.....
۶۲.....	نمودار ۳-۲- روند مقدار واردات کشاورزی و مواد غذایی و سهم آن در واردات.....
۶۳.....	نمودار ۴-۲- روند ارزش واردات کشاورزی و مواد غذایی و سهم آن در واردات.....
۶۳.....	نمودار ۵-۲- سهم کشاورزی و مواد غذایی در تجارت غیرنفتی.....
۶۴.....	نمودار ۶-۲- تراز مقداری تجارت کشاورزی و مواد غذایی.....
۶۵.....	نمودار ۷-۲- تراز ارزشی تجارت کشاورزی و مواد غذایی.....
۶۵.....	نمودار ۸-۲- روند قیمت واردات و صادرات کشاورزی و مواد غذایی.....
۷۰.....	نمودار ۹-۲- ارزش صادرات گروه‌های کالایی.....
۷۱.....	نمودار ۱۰-۲- ارزش واردات گروه‌های کالایی.....
۷۲.....	نمودار ۱۱-۲- وضعیت تجارت تولیدات گیاهی.....
۷۳.....	نمودار ۱۲-۲- وضعیت تجارت تولیدات باغی.....
۷۴.....	نمودار ۱۳-۲- ارزش صادرات و واردات صنایع تبدیلی و تکمیلی.....
۷۵.....	نمودار ۱۴-۲- ارزش صادرات و واردات تولیدات دامی، لبنی و شیلات.....
۷۶.....	نمودار ۱۵-۲- روند قیمت صادرات و واردات تولیدات گیاهی.....
۷۷.....	نمودار ۱۶-۲- روند قیمت صادرات و واردات تولیدات باغی.....

- نمودار ۲-۱۷- قیمت صادرات و واردات تولیدات دامی، لبنی و شیلات ۷۸
 نمودار ۲-۱۸- روند قیمت صادرات و واردات صنایع تکمیلی و تبدیلی ۷۹
 نمودار ۲-۱۹- روند واردات گندم و برنج ۸۱
 نمودار ۲-۲۰- روند واردات گوشت گاو ۸۲
 نمودار ۲-۲۱- روند واردات روغن و قند و شکر ۸۴
 نمودار ۲-۲۲- روند واردات نهاده‌های دام و طیور (کنجاله، ذرت، جو) ۸۶
 نمودار ۲-۲۳- روند صادرات پسته ۸۹
 نمودار ۲-۲۴- روند صادرات کشمش ۹۰
 نمودار ۲-۲۵- روند صادرات زعفران ۹۲
 نمودار ۲-۲۶- روند صادرات سیب ۹۳
 نمودار ۲-۲۷- روند صادرات خرما ۹۴
 نمودار ۲-۲۸- روند صادرات رب گوجه فرنگی ۹۶
 نمودار ۲-۲۹- روند صادرات خیار ۹۷
 نمودار ۲-۳۰- روند صادرات شیرینی بدون کاکائو (۱۷۰۴۹) ۹۸
 نمودار ۲-۳۱- روند صادرات بیسکویت (۱۹۰۵۳۱) ۹۹
 نمودار ۲-۳۲- روند صادرات سیب زمینی ۱۰۰
 نمودار ۲-۳۳- روند صادرات گوجه فرنگی ۱۰۱
 نمودار ۲-۳۴- روند صادرات هندوانه ۱۰۲
 نمودار ۲-۳۵- روند صادرات پیاز ۱۰۳
 نمودار ۲-۳۶- روند صادرات پسته به شرکای اصلی این محصول ۱۰۵
 نمودار ۲-۳۷- روند صادرات کشمش به شرکای اصلی این محصول ۱۰۷
 نمودار ۲-۳۸- روند صادرات زعفران به مقاصد اصلی ۱۰۹
 نمودار ۲-۴۰- روند صادرات خرما به مقاصد اصلی ۱۱۳
 نمودار ۲-۴۱- روند صادرات رب گوجه فرنگی به مقاصد اصلی ۱۱۵
 نمودار ۲-۴۲- روند صادرات خیار به مقاصد اصلی ۱۱۶
 نمودار ۲-۴۳- روند صادرات سیب زمینی به مقاصد اصلی ۱۱۹
 نمودار ۲-۴۴- روند واردات گندم از مبدأهای اصلی ۱۲۱
 نمودار ۲-۴۵- روند واردات گوشت گاو از مبدأهای اصلی ۱۲۳

- نمودار ۲-۴۶- روند واردات ذرت از مبدأهای اصلی ۱۲۴
 نمودار ۲-۴۷- روند واردات جو از مبدأهای اصلی ۱۲۶
 نمودار ۲-۴۸- روند واردات برنج از مبدأهای اصلی ۱۲۷
 نمودار ۲-۴۹- روند واردات شکر از مبدأهای اصلی ۱۳۰
 نمودار ۲-۵۰- روند واردات کنجاله سویا از مبدأهای اصلی ۱۳۱
 نمودار ۲-۵۱- مهمترین مقاصد صادراتی پسته در ۱۰ ساله اخیر ۲۱۹
 نمودار ۲-۵۲- ارزش واردات هنگ‌کنگ از کشورهای مختلف و سهم ایران در این بازار ۲۲۰
 نمودار ۲-۵۳- ارزش واردات آلمان از کشورهای منتخب و سهم ایران در این بازار ۲۲۲
 نمودار ۲-۵۴- ارزش واردات روسیه از کشورهای منتخب و سهم ایران در این بازار ۲۲۳
 نمودار ۲-۵۵- سهم مقاصد صادراتی در تجارت ده ساله سیب ایران ۲۲۵
 نمودار ۲-۵۶- سهم کشورهای اصلی در بازار صادراتی عراق برای سیب ۲۲۵
 نمودار ۲-۵۷- سهم کشورهای اصلی در بازار صادراتی پاکستان برای سیب ۲۲۸
 نمودار ۲-۵۸- مقاصد اصلی کشمش صادراتی ایران در ۱۰ ساله اخیر ۲۳۰
 نمودار ۲-۵۹- ارزش واردات روسیه از کشورهای مختلف و سهم ایران در این بازار ۲۳۰
 نمودار ۲-۶۰- روند واردات کشمش روسیه از مبدأهای اصلی واردات ۲۳۱
 نمودار ۲-۶۱- ارزش واردات اکراین از کشورهای مختلف ۲۳۳
 نمودار ۲-۶۲- ارزش واردات کشمش اکراین از کشورهای مختلف و سهم ایران در این بازار - هزار دلار ۲۳۴
 نمودار ۲-۶۳- ارزش واردات ترکیه از کشورهای مختلف ۲۳۵
 نمودار ۲-۶۴- وضعیت بازارهای صادراتی زعفران ایران ۲۳۶
 نمودار ۲-۶۵- مقاصد اصلی واردات خرما ایران ۲۳۸
 نمودار ۲-۶۶- وضعیت رقبای ایران در بازار صادراتی هند ۲۳۹
 نمودار ۲-۶۷- ارزش خرما وارداتی هند از کشورهای مختلف هزار دلار ۲۳۹
 نمودار ۲-۶۸- واردات پاکستان از کشورهای مختلف ۲۴۰
 نمودار ۲-۶۹- ارزش واردات پاکستان از کشورهای مختلف ۲۴۱
 نمودار ۲-۷۰- ارزش واردات روسیه از کشورهای مختلف ۲۴۴
 نمودار ۲-۷۱- ارزش واردات ترکیه از کشورهای مختلف ۲۴۵
 نمودار ۲-۷۲- مقاصد اصلی واردات خیار ایران ۲۴۶
 نمودار ۲-۷۳- ارزش واردات روسیه از کشورهای مختلف ۲۴۷

- نمودار ۲-۷۴- مقاصد اصلی واردات سیب زمینی ایران..... ۲۴۹
 نمودار ۲-۷۵- ارزش واردات عراق از کشورهای مختلف..... ۲۵۰
 نمودار ۲-۷۶- ارزش واردات آذربایجان از کشورهای مختلف..... ۲۵۱
 نمودار ۲-۷۷- مقاصد اصلی واردات رب گوجه فرنگی ایران..... ۲۵۲
 نمودار ۲-۷۸- ارزش واردات عراق از کشورهای مختلف..... ۲۵۲
 نمودار ۲-۷۹- ارزش واردات روسیه از کشورهای مختلف..... ۲۵۳
 نمودار ۲-۸۰- مقاصد اصلی واردات شیرینی ایران..... ۲۵۵
 نمودار ۲-۸۱- ارزش واردات عراق از کشورهای مختلف..... ۲۵۵
 نمودار ۲-۸۲- سهم واردات تاجیکستان از کشورهای مختلف..... ۲۵۶
 نمودار ۲-۸۳- سهم واردات ترکمنستان از کشورهای مختلف..... ۲۵۷
 نمودار ۲-۸۴- مقاصد اصلی واردات بیسکویت ایران..... ۲۵۸
 نمودار ۲-۸۵- سهم واردات عراق از کشورهای مختلف..... ۲۵۹
 نمودار (۲-۳): مقدار و ارزش واردات پنبه..... ۳۷۳
 نمودار (۳-۳): وضعیت و سهم ترکیه در صادرات روده ایران (تن)..... ۳۷۶
 نمودار ۳-۴- وضعیت و سهم ترکیه در صادرات خرما ایران..... ۳۷۸
 نمودار ۳-۵- روند صادرات پسته و خرما به سوریه..... ۳۸۵
 نمودار ۳-۶- روند نرخ ارز حقیقی در ایران..... ۳۸۹
 نمودار ۳-۷- بررسی رفتار متغیر صادرات کشاورزی و مواد غذایی - میلیون دلار..... ۳۹۱
 نمودار ۳-۸- بررسی رفتار متغیر واردات کشاورزی و مواد غذایی - میلیون دلار..... ۳۹۲
 نمودار ۳-۹- روند تولید و واردات گندم - هزار تن..... ۳۹۳
 نمودار ۳-۱۰- روند نرخ ارز رسمی و واردات گندم - ریال - هزار تن..... ۳۹۴
 نمودار ۳-۱۱- روند تولید گوشت مرغ و عرضه داخلی ذرت هزار تن..... ۳۹۴
 نمودار ۳-۱۲- روند نرخ ارز رسمی و واردات ذرت ریال - هزار تن..... ۳۹۵
 نمودار ۴-۱- مقدار و سهم روسیه در واردات سیب در سطح جهان..... ۴۱۸
 نمودار ۴-۲- مهمترین کشورهای صادر کننده سیب و سهم آنها..... ۴۱۹
 نمودار ۴-۳- کشورهای مهم واردکننده انگور در جهان و سهم آنها..... ۴۲۰
 نمودار ۴-۴- کشورهای مهم صادرکننده انگور در جهان و سهم آنها..... ۴۲۰
 نمودار ۴-۵- کشورهای مهم وارد کننده سیب زمینی در جهان و سهم آنها..... ۴۲۱



- نمودار ۴-۶- کشورهای مهم صادر کننده سیب زمینی در جهان و سهم آنها..... ۴۲۲
- نمودار ۴-۷- کشورهای مهم وارد کننده گوجه فرنگی در جهان و سهم آنها..... ۴۲۲
- نمودار ۴-۸- کشورهای مهم صادر کننده گوجه فرنگی در جهان و سهم آنها..... ۴۲۳

مقدمه

با وجود سهم اندک تجارت کشاورزی و مواد غذایی در جهان، این شاخص به دلیل ارتباط آن با امنیت غذایی در همه کشورها مورد توجه جدی است. ارتباط تجارت و کشاورزی هر روز در کشورهای بیشتری مورد تاکید قرار می‌گیرد. اثر سیاست‌های داخلی مرتبط با تجارت کشاورزی از قبیل یارانه‌ها، تعرفه‌ها و محدودیت‌های تجاری نه تنها در سطح داخلی کشورها، بلکه در بازارهای سایر کشورها مشهود است. افزایش تعداد موافقتنامه‌های تجاری دو و چند جانبه و منطقه‌ای بر سیاست‌های ملی کشورها در زمینه تجارت کشاورزی و الگوهای تولیدی و تجاری موثر است. در قالب سازمان جهانی تجارت بسیاری از کشورهای در حال توسعه سطح حمایت‌های داخلی و تعرفه‌ای خود را به طور قابل ملاحظه‌ای کاهش داده‌اند و آزادسازی بازارها، تولیدکنندگان را به سمت تولید تخصصی و تک محصولی، افزایش مکانیزاسیون و مصرف نهاده‌ها (عمدتاً وارداتی) و اقتصاد مقیاس هدایت می‌کند. این در شرایطی است که کشورهای پیشرفته در چارچوب‌های سازمان جهانی تجارت هنوز به حمایت‌های تعرفه‌ای و داخلی بالا و مشوق‌های صادراتی از محصولات حساس خود ادامه می‌دهند. چارچوب فعلی تجارت جهانی در شرایط حاضر ترکیب ناموزونی از آزادسازی و حمایت‌گرایی است. در شرایطی که کشورهای در حال توسعه تحت فشار بالایی برای آزادسازی بازارهای محصولات کشاورزی هستند، کشورهای توسعه یافته در چارچوب‌های مختلف (استانداردهای فنی و بهداشتی، کالاهای حساس و یارانه‌های جعبه سبز) به حمایت از تولید کشاورزی می‌پردازند. اگرچه تجارت کشاورزی در مجموع به نفع فقرا است، اما توزیع آن ناهمگون است و کشاورزان خرده‌پا منافع اندکی از تجارت کشاورزی می‌برند. در شرایطی که کشورهای در حال توسعه از خودکفایی صحبت می‌کنند، اما آنچه در عمل محقق می‌شود، ترجیح واردات ارزان قیمت است و توجه چندانی به تولید ملی در سیاست‌های داخلی نمی‌شود و دستیابی مصرف‌کنندگان به غذای ارزان (به شدت حمایت شده کشورهای توسعه یافته) در نهایت به زیان کشاورزان خرده‌پا و معیشت آنها عملی می‌شود.



به طور کلی تجارت کشاورزی نقش دوگانه‌ای در تامین امنیت غذایی دارد، از یک سو قادر به پوشش کمبود عرضه غذا در سطح ملی و از سوی دیگر باعث وابستگی مزمن کشورها به واردات بلند مدت می‌شود. بر این اساس روندهای واردات و صادرات کشاورزی و مواد غذایی توانایی و پایداری یک کشور در تامین امنیت غذایی و درجه وابستگی آن را به دنیای خارج نشان می‌دهد. توجه به روندها و سیاست‌های کشاورزی در کشورهای مهم و شرکای تجاری کشور، به پایداری بازارهای صادراتی، تعیین سیاست‌های تجاری و تعیین نقشه راه تجارت کشاورزی می‌انجامد. در گزارش حاضر وضعیت کلی، تجارت کالایی در سطح جهان، شاخص‌های پایداری به همراه روند کلی تجارت کشاورزی و مواد غذایی، سهم و جایگاه این شاخص در سطح جهان و داخل کشور و وضعیت تجارت گروه‌ها و کالاهای مهم تجاری کشور بررسی خواهد شد. همچنین وضعیت تجاری شرکای اصلی تجارت کشور، وضعیت رقبای کشور در مقاصد اصلی صادراتی و سیاست‌های تجاری کشور و شرکا و رقبای کشور تحلیل و تبیین می‌شود. تلاش بر این است در گزارش حاضر، با رویکردی بسته‌ای، تحولات تجارت کشاورزی شامل روندهای تجاری (ملی و بین‌المللی)، سیاست‌های تجاری (ملی و جهانی)، پایداری و مزیت تجاری کشور، تحولات تجارت جهانی و آثار موافقتنامه‌ها بر تجارت کشاورزی بررسی و تحلیل شود.



فصل اول:

تحلیل و تبیین وضعیت تجارت جهانی محصولات کشاورزی

۱-۱- مقدمه

در این فصل جهت بررسی و تحلیل تجارت کالایی جهان و ایران در ابتدا تحولات تجارت کالایی و کشاورزی جهان، تحولات تجارت جهانی (صادرات و واردات) برخی محصولات کشاورزی بررسی خواهد شد. در این قسمت همچنین تغییرات ذخیره محصولات در قاره‌های مختلف و کل جهان مورد بررسی قرار گرفت که این آمار تا سال ۲۰۱۱ در سایت FAO موجود بوده و منبع دیگری اطلاعات به روزتر ارائه نمی‌دهد. روند قیمت‌های جهانی محصولات و نحوه تجارت هر قاره با سایر قاره‌ها و درون قاره‌ای بررسی گردید. سپس میزان تراز تجاری قاره‌ای و در ادامه صادرات و واردات محصولات اساسی در جهان و کشورهای اصلی صادر و واردکننده ارائه شد. در گام بعد قدرت انحصاری کشورهای مهم صادرکننده محصولات کشاورزی که ایران آن محصولات را وارد می‌کند، در بازارهای جهانی برآورد می‌گردد. در واقع بطور کلی این فصل به تحلیل تجارت کالایی محصولات اصلی و شرایط کشورهای مهم در بازارهای جهانی از جهت قدرت انحصاری بررسی خواهد شد.

۱-۲- بررسی و تحلیل تحولات تجارت کالایی و کشاورزی جهان (واردات، صادرات، تراز تجاری،

ذخائر، قیمت‌ها) به صورت کلی

۱-۲-۱- تحلیل تجارت محصولات کشاورزی در جهان

همانگونه که جدول (۱-۱) نشان می‌دهد، تجارت تولیدات کشاورزی و سهم تجارت تولیدات کشاورزی از تجارت کالایی در جهان همواره ثبات مشخصی داشته است و از ۹/۲ به ۹/۵ درصد افزایش یافته و به این ترتیب تنها رشدی معادل ۳/۲۶ درصدی را تجربه کرده است. بطور کلی تجارت تولیدات کشاورزی در جهان از ۱۳۶۲ میلیارد دلار در سال ۲۰۱۰ به ۱۷۶۵ میلیارد دلار در سال ۲۰۱۴ رسیده است. در واقع با این حساب رشد تجارت تولیدات

کشاورزی طی مدت ۵ ساله فوق به اندازه ۲۹/۵۹ درصد رشد داشته است. تجارت تولیدات محصولات کشاورزی در سال ۲۰۱۴ نسبت به سال ۲۰۱۳ افزایش سهم از تجارت جهانی نداشته اما از نظر ارزش ۲۰ میلیارد دلار افزایش داشته است این مسئله نشان می‌دهد که کل تجارت در جهان نیز به همین میزان افزایش یافته است. این در حالی است که سهم صادرات تولیدات کشاورزی و فرآورده‌های غذایی ایران در میان صادرات تولیدات کشاورزی و فرآورده‌های غذایی جهان در سال ۲۰۱۰، ۰/۳۶۶ درصد بوده و در سال ۲۰۱۴ به ۰/۳۳۹ درصد تنزل یافته است.

جدول (۱-۱): تجارت تولیدات کشاورزی و سهم آن در تجارت کالایی جهانی

سال	تجارت تولیدات کشاورزی (میلیارد دلار)	سهم (درصد)
۲۰۱۰	۱۳۶۲	۹/۲
۲۰۱۱	۱۶۶۰	۹/۳
۲۰۱۲	۱۶۵۷	۹/۲
۲۰۱۳	۱۷۴۵	۹/۵
۲۰۱۴	۱۷۶۵	۹/۵

مأخذ: سازمان تجارت جهانی، ۲۰۱۵

لذا این تحول رشدی منفی معادل ۷/۳۸- درصد را نسبت به سال ۲۰۱۰ نشان می‌دهد. سهم واردات تولیدات کشاورزی و فرآورده‌های غذایی ایران در مقایسه با واردات جهانی سهمی معادل ۰/۶۷۵ درصد در سال ۲۰۱۰ داشته که این سهم با رشدی معادل ۹/۷۸ درصد به ۰/۷۴۱ درصد در سال ۲۰۱۴ رسیده است. مشخص است که ایران رشد بیشتری در واردات جهانی نسبت به صادرات داشته است. در واقع سهم ایران از واردات جهانی چیزی حدود دو برابر سهم ایران از صادرات جهانی است.

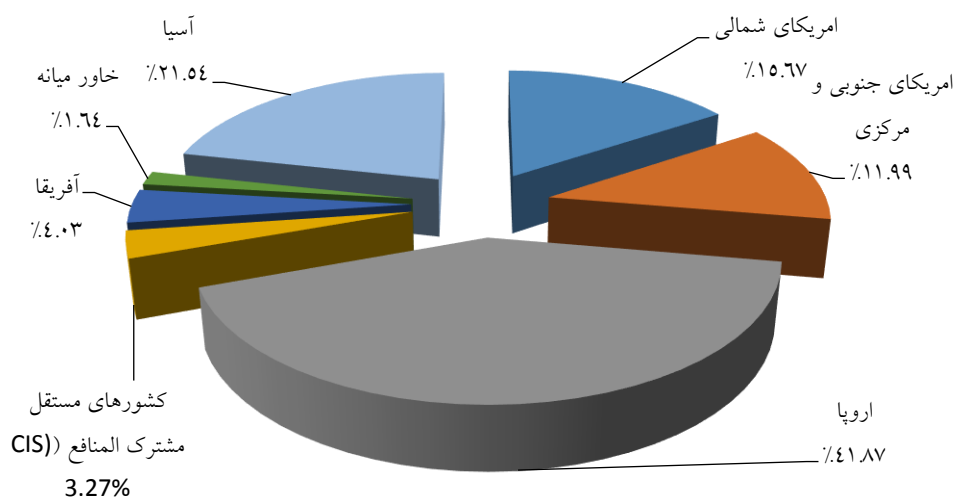
جدول (۲-۱): سهم ایران از صادرات و واردات کالاهای کشاورزی در بازارهای جهانی - درصد

سال	سهم صادرات از صادرات جهانی	سهم واردات از واردات جهانی
۲۰۱۰	۰,۳۶۶	۰,۶۷۵
۲۰۱۱	۰,۲۷۵	۰,۶۶۴
۲۰۱۲	۰,۳۶۲	۰,۸۴۰

۰,۷۹۰	۰,۳۲۶	۲۰۱۳
۰,۷۴۱	۰,۳۳۹	۲۰۱۴

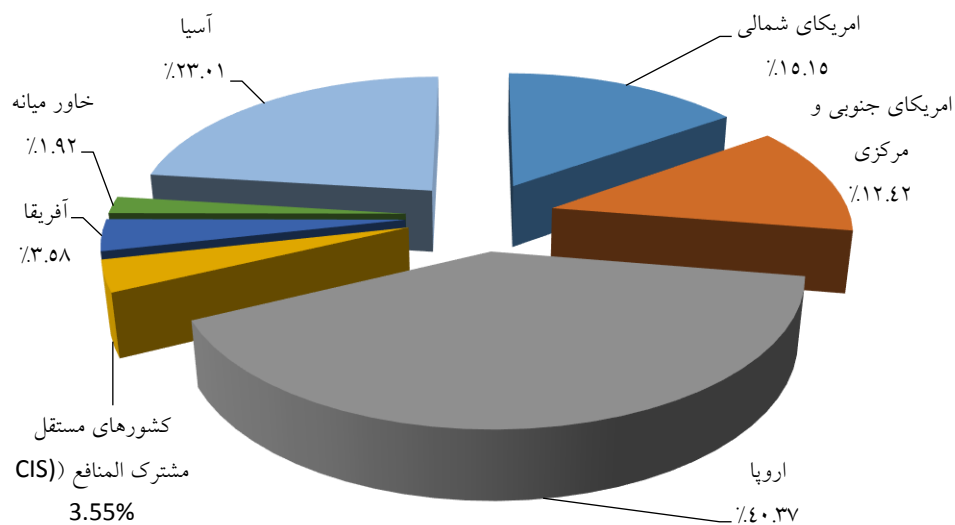
مأخذ: سازمان تجارت جهانی، ۲۰۱۵

چنانچه مقایسه‌ای بین مناطق مختلف جهان در مورد سهم از تجارت کالاهای کشاورزی انجام شود، نتایج بیانگر آن خواهد بود که در سال ۲۰۱۰، بیشترین سهم تجارت کالای کشاورزی مربوط به اروپا با سهم ۴۱/۸۷ درصد و سپس آسیا و امریکای شمالی به ترتیب با ۲۱/۵۴ و ۱۵/۶۷ درصد بوده است.



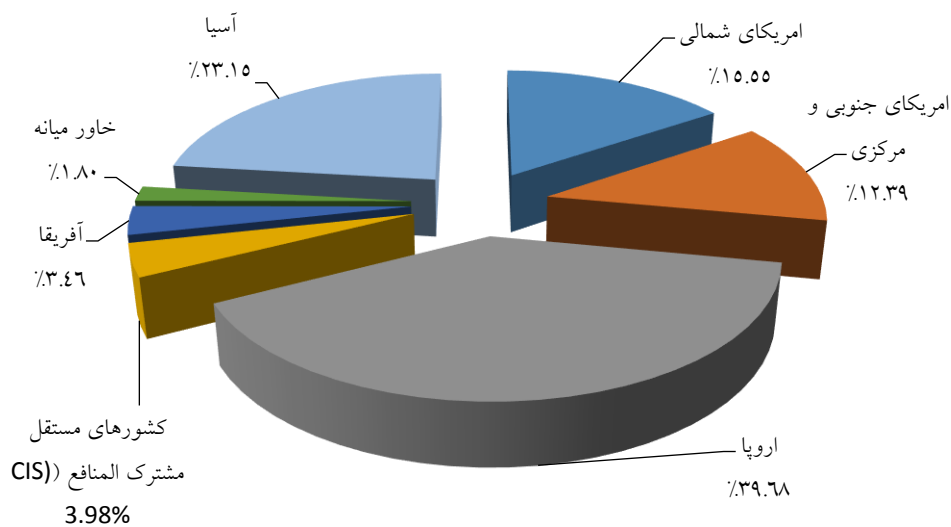
نمودار ۱-۱- بررسی سهم مناطق مختلف جهان از تجارت تولیدات کشاورزی در سال ۲۰۱۰

اما نتایج در سال ۲۰۱۱ بیانگر آن است که سهم اروپا از تجارت کالاهای کشاورزی کاهش یافته و به ۴۰/۳۷ درصد رسیده و سهم تجارت در میان قاره‌های امریکای شمالی، آفریقا نیز کاهش یافته است و در عوض این سهم در قاره‌های آسیا، امریکای جنوبی و مرکزی، کشورهای خاور میانه و کشورهای مشترک المنافع افزایش سهم تجارت کالای کشاورزی رخ داده است.



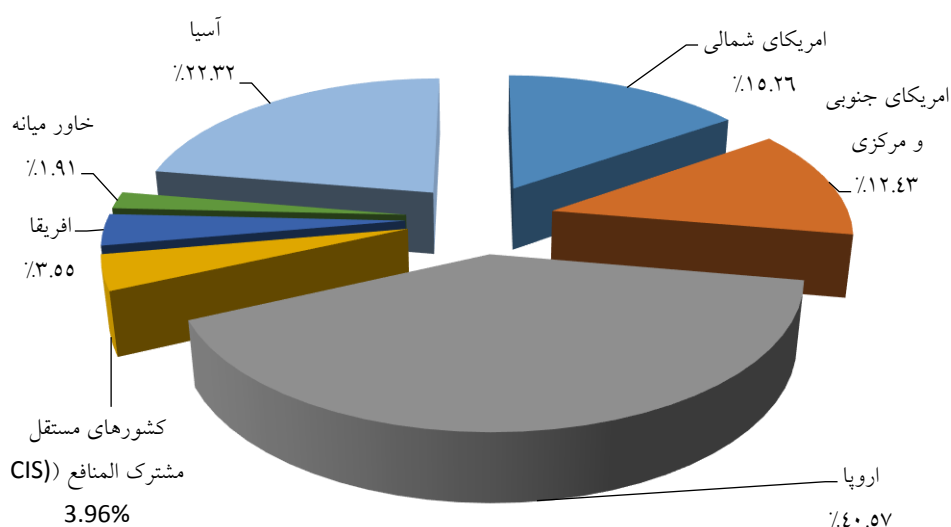
نمودار ۱-۲- بررسی سهم مناطق مختلف جهان از تجارت تولیدات کشاورزی در سال ۲۰۱۱

در سال ۲۰۱۲ نیز نسبت به سال ۲۰۱۱، سهم اروپا و سهم خاور میانه، آمریکای جنوبی و مرکزی و آفریقا نیز کاهش داشته است و سهم آسیا، آمریکای شمالی و کشورهای مشترک المنافع افزایش داشته است.



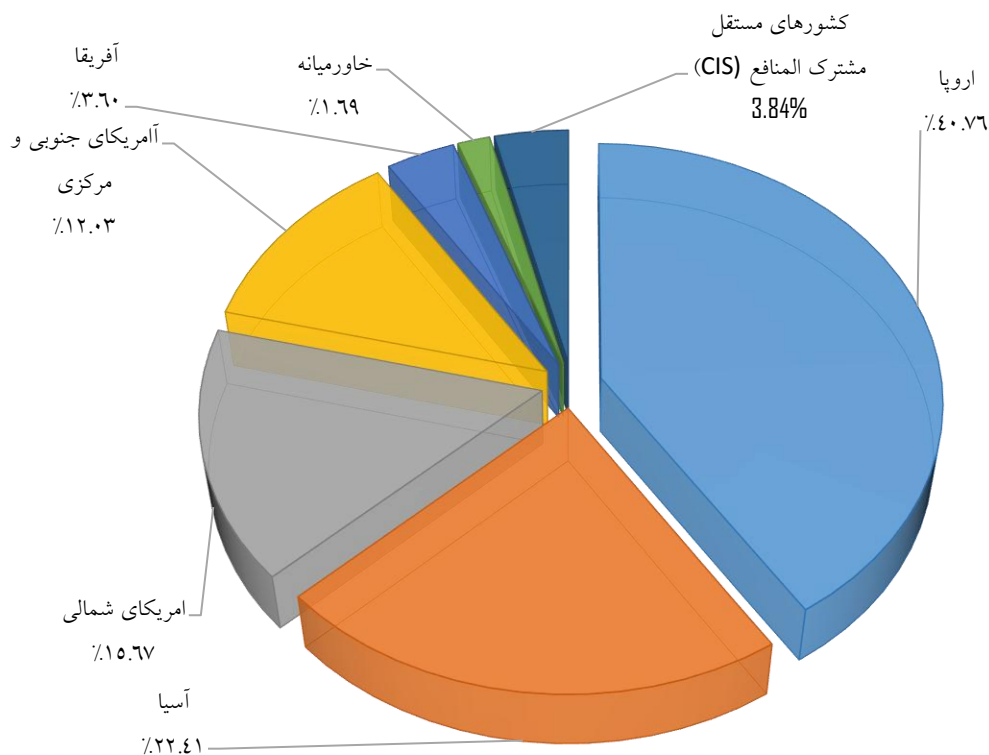
نمودار ۱-۳- بررسی سهم مناطق مختلف جهان از تجارت تولیدات کشاورزی در سال ۲۰۱۲

در سال ۲۰۱۳، نیز نسبت به سال ۲۰۱۲، سهم اروپا با اندکی افزایش از ۳۹/۶۸ درصد به ۴۰/۵۷ درصد و سهم امریکای شمالی، امریکای جنوبی و مرکزی، خاور میانه، آفریقا و کشورهای مشترک المنافع نیز افزایش یافته است. این در حالی است که سهم آسیا در این سال با افت محسوسی از ۲۳/۱۵ درصد در سال ۲۰۱۲ به ۲۲/۳۲ درصد در سال ۲۰۱۳ کاهش یافته است.



نمودار ۱-۴- بررسی سهم مناطق مختلف جهان از تجارت تولیدات کشاورزی در سال ۲۰۱۳

در سال ۲۰۱۴، نیز نسبت به سال ۲۰۱۳، سهم اروپا با اندکی افزایش از ۴۰/۵۷ درصد به ۴۰/۷۶ درصد، سهم امریکای شمالی از ۱۵/۲۶ به ۱۵/۶۷ و همچنین سهم آسیا از ۲۲/۳۲ به ۲۲/۴۱ افزایش یافته است. سهم سایر مناطق جهان اندکی (البته بصورت نامحسوس) افزایش یافته است.



نمودار ۱-۵- بررسی سهم مناطق مختلف جهان از تجارت تولیدات کشاورزی در سال ۲۰۱۴

بررسی کلی نمودارهای فوق نشان دهنده آن است که روند کلی تجارت جهانی محصولات کشاورزی در این مدت افزایشی بوده است.

۱-۲-۲- بررسی ذخیره سازی در بازارهای جهانی

ذخیره سازی کافی محصولات کشاورزی بویژه در مورد کالاهای اساسی از مصادیق بارز موضوع پدافند غیرعامل در کشورها است. در واقع ذخیره سازی محصولات کشاورزی معمولاً با چند هدف اساسی انجام می شود. یکی از این اهداف جهت تنظیم بازار محصولات کشاورزی بویژه در دوره هایی است که تولید محصولات کشاورزی با مشکل روبرو می شوند. یکی دیگر از اهداف ذخیره سازی جهت تأمین نیازهای جامعه در دوره هایی است که تأمین کالاهای کشاورزی از منابع تولید و بویژه واردات با مشکلاتی اساسی روبرو می گردد. جنگ و تحریم های جهانی یکی از دلایل اصلی این مشکلات می باشند.

همانگونه که جدول تغییرات ذخیره گندم نشان می‌دهد، همواره بطور متوسط برداشت از ذخایر در قاره‌های مختلف وجود داشته است. بطوریکه قاره اروپا با برداشت سالانه ۱/۷ میلیون تن، بیشترین تخلیه سالانه از ذخایر را داشته است. بیشترین میزان ذخیره سازی نیز در قاره آسیا اتفاق افتاده که در سال این میزان حدود ۴ میلیون تن می‌باشد. قاره امریکا نیز با سالانه حدود ۲/۱ میلیون تن ذخیره سازی در جایگاه دوم قرار دارد.

جدول (۱-۳): میزان تغییرات ذخیره گندم در قاره‌های مختلف جهان-تن

سال	جهان	آفریقا	آمریکا	آسیا	اروپا	اقیانوسیه
۲۰۰۰	۱۲۶۴۶۷۲۵	۷۰۰۲۲۶	۱۴۹۷۰۰۸	۹۹۵۶۷۸۸	-۳۱۸۷۰	۵۲۴۵۷۳
۲۰۰۱	۱۷۱۷۹۲۹۵	۱۶۲۲۴۹۰	۷۹۶۴۷۲۷	۲۱۳۰۷۳۵۹	-۹۸۴۵۵۸۵	-۳۸۶۹۶۹۶
۲۰۰۲	۳۱۹۴۷۹۲۲	-۱۲۵۵۹۰۶	۱۶۰۵۳۶۰۶	۱۸۱۴۹۹۲۱	-۱۱۲۲۶۶۷۸	۱۰۲۲۶۹۸۰
۲۰۰۳	۳۳۵۸۴۷۵۴	-۱۵۴۷۰۷۱	-۱۴۱۰۹۵۷۶	۳۳۸۵۳۰۷۴	۲۶۲۹۴۲۰۷	-۱۰۹۰۵۸۸۱
۲۰۰۴	-۱۵۴۵۷۲۷۴	-۱۷۶۴۹۴۳	۴۵۵۴۰۱۹	۶۹۰۷۸۷۶	-۲۷۸۸۶۳۱۶	۲۷۳۲۰۸۹
۲۰۰۵	-۴۶۹۵۴۲۱	-۱۸۰۵۶۳۲	۳۳۵۰۷۵۰	-۱۱۲۷۰۰۲	-۷۴۹۷۲۷	-۴۳۶۳۸۱۱
۲۰۰۶	۲۲۷۰۹۱۱۴	-۳۰۴۸۱۲۷	۹۴۹۲۸۴۲	-۵۳۲۹۹۰۹	۹۹۷۳۴۰۶	۱۱۶۲۰۹۰۲
۲۰۰۷	۹۷۳۲۹۸۷	۱۷۶۴۵۶۴	۱۰۷۲۸۵۶۰	-۵۷۸۴۵۰۵	۳۲۹۱۵۱۸	-۲۶۷۱۵۱
۲۰۰۸	-۳۰۰۵۹۹۰۹	-۱۹۳۱۲۱	-۶۴۲۹۲۲۷	۲۲۱۱۴۱	-۱۷۹۸۴۳۵۳	-۵۶۷۴۳۴۹
۲۰۰۹	-۲۸۹۴۴۵۰۱	-۳۹۹۹۵۵۶	-۶۴۸۰۸۵۰	-۲۳۶۳۵۰۷۶	۶۴۸۸۷۲۶	-۱۳۱۷۷۴۴
۲۰۱۰	۶۷۲۴۶۱	-۹۱۹۳۳۳	-۶۶۰۵۲۷۱	۲۵۶۳۰۸۴	۴۷۱۶۸۶۹	۹۱۷۱۱۱
۲۰۱۱	-۱۵۴۱۹۲۴۳	-۵۰۵۷۱۷۰	۵۶۵۷۵۰۵	-۸۱۴۳۰۴۱	-۴۰۳۲۱۲۷	-۳۸۴۴۴۱۰
میانگین	۲۸۲۴۷۴۲,۵	-۱۴۴۵۱۸,۹۱۶۷	۲۱۳۹۵۰۷,۷۵	۴۰۷۸۳۰۹,۲	-۱۷۴۹۳۲۸	-۳۵۱۷۸۲,۳

مأخذ: فائو، ۲۰۱۶، در سایت قائو تا سال ۲۰۱۶، گزارش تغییرات ذخایر تا سال ۲۰۱۱ گزارش شده است.

همانگونه که جدول تغییرات ذخیره جو نشان می‌دهد، همواره بطور متوسط برداشت از ذخایر در قاره‌های مختلف وجود داشته است. بطوریکه قاره آسیا با برداشت سالانه ۳۴۶/۹ هزار تن، بیشترین تخلیه سالانه از ذخایر را داشته و اقیانوسیه از این حیث در جایگاه دوم است. کمترین برداشت ذخایر نیز در مورد قاره اروپا با ۳۶/۸۴ هزارتن برداشت اتفاق افتاده است.

جدول (۱-۴): میزان تغییرات ذخیره جو در قاره‌های مختلف جهان - تن

سال	جهان	آفریقا	آمریکا	آسیا	اروپا	اقیانوسیه
۲۰۰۰	۲۱۱۶۳۱۱	۱۱۹۴۵۰۳	۲۵۰۶۵۲	۴۱۹۴۵۳	۹۳۱۹۱۸	-۶۸۰۲۱۴
۲۰۰۱	-۹۸۲۶۷۲۱	۱۳۴۰۹۶	۱۲۴۲۰۴۸	-۵۵۵۸۱۹	-۷۹۱۳۶۹۰	-۲۷۳۳۳۵۶
۲۰۰۲	-۱۶۸۶۴۱	۴۷۵۲۵	۷۱۶۹۷۸	-۸۶۲۰۲۷	-۲۷۱۹۰۶۶	۲۶۴۷۹۴۹
۲۰۰۳	۳۵۷۰۲۱۳	-۲۲۲۷۳۶	-۲۱۸۸۵۶۲	۳۲۸۶۵	۱۰۸۰۳۹۲۴	-۴۸۵۵۲۷۸
۲۰۰۴	-۸۶۹۷۱۶۹	-۳۰۴۸۶۹	-۲۳۳۹۰۰۸	-۲۸۳۸۱۵	-۸۲۲۴۳۶۷	۲۴۵۴۸۹۱
۲۰۰۵	۳۲۱۶۶۴۵	۱۲۴۷۷۸	۸۰۱۴۱۹	-۳۷۲۱۲۶	۴۴۶۲۰۲۲	-۱۷۹۹۴۴۸
۲۰۰۶	۵۷۶۶۴۲۹	-۶۰۷۵۷۹	۵۵۶۶۷۰	-۴۱۲۳۹۴	۱۴۵۱۸۴۲	۴۷۷۷۸۹۱
۲۰۰۷	۷۶۱۰۴۰	۵۱۲۱۷۴	۱۵۷۹۰۳	-۵۳۰۹۷۹	۲۴۶۹۸۷۲	-۱۸۴۷۹۲۹
۲۰۰۸	-۱۳۰۵۰۹۱۱	۴۴۱۱۸۳	-۲۸۴۲۹۹	۴۹۴۶۳	-۱۲۲۱۷۹۱۲	-۱۰۳۹۳۴۵
۲۰۰۹	-۹۹۶۹۹۸۸	-۲۳۷۲۴۷۷	۲۴۲۱۳۹	-۶۴۴۵۹۰	-۶۰۲۰۹۰۶	-۱۱۷۴۱۵۵
۲۰۱۰	۱۱۸۳۷۶۸۶	-۳۹۸۹۳۴	-۴۶۰۶۵۳	-۷۴۲۷۴۹	۱۳۰۱۸۸۰۷	۴۲۱۲۱۴
۲۰۱۱	۳۹۷۰۵۹۳	-۲۸۱۸۹۱	۲۲۱۷۱۶	-۲۶۰۰۳۰	۳۵۱۵۵۱۳	۷۷۵۲۸۶
میانگین	-۸۷۲۸۷۶,۰۸	-۱۴۴۵۱۸,۹	-۹۰۲۴۹,۸	-۳۴۶۸۹۶	-۳۶۸۳۶,۹	-۲۵۴۳۷۵

مأخذ: فائو، ۲۰۱۶، در سایت فائو تا سال ۲۰۱۶، گزارش تغییرات ذخایر تا سال ۲۰۱۱ گزارش شده است.

همانگونه که جدول تغییرات ذخیره ذرت نیز نشان می‌دهد، بطور متوسط برداشت از ذخایر در قاره‌های آفریقا و اروپا وجود داشته است. بطوریکه قاره آفریقا با برداشت سالانه ۳۴۵/۸۵ هزار تن، بیشترین تخلیه سالانه از ذخایر را داشته و اروپا از این حیث در جایگاه دوم است. در مورد قاره‌های آسیا، آمریکا و اقیانوسیه نیز بطور متوسط ذخیره‌سازی مثبتی تحقق یافته است. بطوریکه بیشترین ذخیره‌سازی ذرت بطور میانگین در قاره آمریکا با ۱/۴۵ میلیون تن و سپس در قاره آسیا با ۱/۰۸ میلیون تن تجربه شده است.

جدول (۱-۵): میزان تغییرات ذخیره ذرت در قاره‌های مختلف جهان - تن

سال	جهان	آفریقا	آمریکا	آسیا	اروپا	اقیانوسیه
۲۰۰۰	۱۶۶۸۳۴۹۲	-۳۵۷۵۷۶	-۸۱۲۱۹۹۶	۲۱۸۲۹۳۶۱	۳۳۳۰۵۶۸	۳۱۳۶
۲۰۰۱	۱۲۶۸۸۱۶۹	۲۰۴۰۲۲۵	۴۸۹۸۲۰۸	۸۷۶۸۴۲۵	-۲۹۹۷۳۶۶	-۲۱۳۲۳
۲۰۰۲	۳۲۳۰۹۴۵۵	-۱۴۱۶۹۷۹	۱۹۰۱۹۳۳۴	۱۳۰۴۹۹۹۹	۱۶۷۳۶۹۴	-۱۶۵۹۴
۲۰۰۳	۱۶۶۰۰۹۰۳	۵۴۳۵۲۶	-۹۹۷۰۷۰۰	۲۳۶۵۰۶۳۷	۲۴۴۲۷۷۰	-۶۵۳۳۰
۲۰۰۴	-۳۴۰۸۷۷۵۰	۱۱۶۴۹۶۵	-۲۶۴۲۲۴۳۷	۱۰۴۹۱۱۳	-۹۸۷۹۳۸۰	-۱۱
۲۰۰۵	-۱۲۵۵۳۸۰	۱۹۶۲۵۶۷	-۲۶۰۶۳۳۰	۱۵۱۷۳۸۹	-۲۱۲۹۵۹۶	۵۹۰
۲۰۰۶	۱۰۲۵۵۰۱۶	۱۶۵۸۵۰	۲۲۱۰۳۳۷۲	-۱۳۲۰۷۷۰۹	۱۱۹۷۴۸۱	-۳۹۷۸
۲۰۰۷	-۹۰۰۱۳۵۱	۲۶۷۷۸۶۵	-۱۴۰۹۱۸۴۰	-۵۵۰۶۶۵۲	۷۹۲۸۱۳۷	-۸۸۶۰
۲۰۰۸	-۱۴۰۲۹۸۷۰	-۲۱۱۶۶۲۹	۳۲۳۱۶۳۰	-۹۱۵۴۸۶۴	-۵۹۷۷۸۵۵	-۱۲۱۵۳
۲۰۰۹	-۶۷۶۵۵۰۳	-۲۷۶۴۱۹۲	-۹۷۳۰۶۶	-۶۱۷۸۶۰۴	۳۰۹۹۱۹۳	۵۱۱۶۶
۲۰۱۰	۶۸۹۲۶۳۱	-۵۰۶۰۲۶۰	۱۹۱۶۵۸۶۳	-۱۲۲۴۴۲۸۳	۴۹۲۴۵۶۵	۱۰۶۷۴۶
۲۰۱۱	-۵۲۷۷۰۸۶	-۹۸۹۵۶۳	۱۱۲۱۰۳۱۲	-۱۰۶۶۳۶۲۶	-۴۹۵۱۱۰۵	۱۱۶۸۹۶
میانگین	۲۰۸۴۳۹۳،۸۳	-۳۴۵۸۵۰	۱۴۵۳۵۲۹	۱۰۷۵۷۶۶	-۱۱۱۵۷۵	۱۲۵۲۴

مأخذ: فائو، ۲۰۱۶، در سایت قانو تا سال ۲۰۱۶، گزارش تغییرات ذخیره تا سال ۲۰۱۱ گزارش شده است.

همانگونه که جدول تغییرات ذخیره برنج نیز نشان می‌دهد، بطور متوسط برداشت از ذخایر در قاره‌های آفریقا، آمریکا، اروپا و اقیانوسیه وجود داشته است. بطوریکه قاره آفریقا و آمریکا با برداشت سالانه به ترتیب ۲۵۱/۳۵ و ۲۳۵/۳۶ هزار تن، بیشترین تخلیه سالانه از ذخایر را داشته‌اند. در مورد قاره آسیا نیز بطور متوسط ذخیره‌سازی مثبتی تحقق یافته است. بطوریکه در این قاره ذخیره‌سازی برنج بطور میانگین ۱/۸ میلیون تن بطور متوسط در سال می‌باشد.

جدول (۱-۶): میزان تغییرات ذخیره برنج در قاره‌های مختلف جهان - تن

سال	جهان	آفریقا	آمریکا	آسیا	اروپا	اقیانوسیه
۲۰۰۰	۶۳۷۹۸۱-	۵۵۰۷۸	-۱۱۱۶۶۳	-۸۳۰۹۶۱	۸۰۴۳۶	۱۶۹۱۲۸
۲۰۰۱	۴۰۸۸۵۴۲	۷۱۷۵۶-	-۴۳۲۱۳۰	۴۸۷۱۳۸۰	-۶۲۲۳۱	-۲۱۶۷۲۱
۲۰۰۲	۲۴۸۱۲۱۸۰	-۷۵۳۰۹	۲۷۹۱۳۵	۲۴۸۳۶۱۸۶	۳۲۸۲۴	-۲۶۰۶۵۷
۲۰۰۳	۱۴۵۲۵۹۵۲	-۱۱۲۵۰۹۷	۶۵۱۰۸	۱۵۵۹۸۲۱۳	-۴۶۲۰۱	۳۳۹۲۹
۲۰۰۴	۸۲۱۳۵۸۶	-۲۸۴۳۳۶	-۱۷۲۶۰۰۳	۱۰۵۸۲۲۱۵	-۲۱۷۳۷۹	-۱۴۰۹۱۲
۲۰۰۵	۳۶۶۸۵۳۰-	-۱۰۲۵۵۸۹	۷۰۱۹۸	۲۷۴۹۶۰۶-	۷۴۲۳۴	-۳۷۷۶۷
۲۰۰۶	۸۹۰۶۹۷-	-۱۱۹۵۲۵۰	-۱۲۹۹۳	۴۸۸۵۸۸	-۱۴۶۸۷	-۱۵۶۳۵۵
۲۰۰۷	۳۱۲۵۷۶۷-	۱۴۸۲۳۷	-۱۴۳۶۸۱	-۳۲۶۰۴۱۷	-۹۶۷۰۵	۲۲۶۷۹۹
۲۰۰۸	۹۸۰۰۳۰۳-	۶۰۱۰۱۲-	-۶۹۰۸۰۳	-۸۵۹۶۳۱۷	-۳۶۲۳۶	۱۲۴۰۶۵
۲۰۰۹	۱۸۲۳۷۰۶-	۹۰۸۹۷۷	-۲۱۰۶۱۴	-۲۲۲۸۷۸۲	-۳۳۰۵۱۱	۳۷۲۲۳
۲۰۱۰	۴۸۷۳۸۸۹-	۶۱۲۵۷۸	۳۰۸۱۸۶	-۵۹۳۸۴۱۴	۱۴۲۰۳۰	۱۷۳۱
۲۰۱۱	۱۱۷۸۴۷۵۱-	-۳۶۲۶۹۷	-۲۱۹۰۵۵	-۱۱۱۹۶۶۱۲	-۱۸۲۷	-۴۵۶۱
میانگین	۱۲۵۲۸۸۶,۳۳	-۲۵۱۳۴۸	-۲۳۵۳۶۰	۱۷۹۷۹۵۶	-۳۹۶۸۷,۸	-۱۸۶۷۴,۸

مأخذ: فائو، ۲۰۱۶، در سایت فائو تا سال ۲۰۱۶، گزارش تغییرات ذخیره تا سال ۲۰۱۱ گزارش شده است.

همانگونه که جدول تغییرات ذخیره شکرخام نیز نشان می‌دهد، بطور متوسط برداشت از ذخایر در قاره‌های آفریقا، آمریکا، اروپا و اقیانوسیه وجود داشته است. بطوریکه قاره آمریکا و آسیا با برداشت سالانه به ترتیب ۵۳۸/۹ و ۴۲۴/۷ هزار تن، بیشترین تخلیه سالانه از ذخایر را داشته‌اند. در مورد قاره اروپا نیز بطور متوسط ذخیره‌سازی مثبتی تحقق یافته است. بطوریکه در این قاره ذخیره‌سازی شکر خام بطور میانگین ۵۷۷/۰۶ هزار تن بطور متوسط و بصورت سالانه می‌باشد.

جدول (۷-۱): میزان تغییرات ذخیره شکر خام در قاره‌های مختلف جهان

سال	جهان	آفریقا	آمریکا	آسیا	اروپا	اقیانوسیه
۲۰۰۰	-۱۲۶۷۷۳۴	۱۰۱۶۱۳۲	-۶۱۱۳۴۹	-۲۰۰۴۴۴۲	۸۱۹۷۴۳	-۴۷۰۰۸۲
۲۰۰۱	۳۷۱۷۰۵۴	۲۵۶۱۱۶	۱۳۹۵۳۹۲	۴۳۴۹۸۴	۱۳۴۰۸۷۸	۳۳۶۹۹۸
۲۰۰۲	-۱۹۹۵۹۹۹	-۸۰۸۰۹۱	۱۱۲۶۴۶۹	-۶۴۴۸۵۴	-۱۴۸۱۳۵۷	-۲۴۸۵۳۵
۲۰۰۳	-۴۸۷۶۸۴۳	-۱۸۳۳۸	-۳۴۴۱۸۸۲	-۱۴۳۹۲۱۱	۸۳۴۷۳۲	-۷۰۸۳۸۳
۲۰۰۴	۱۸۴۶۰۳۹	۴۸۴۴۹۰	-۴۴۲۰۳۹	۲۵۰۰۱۷۹	-۲۸۶۰۸۱	-۴۶۸۳۷۰
۲۰۰۵	۷۶۹۰۲۹۹	-۵۲۰۵۱۵	۱۲۷۱۳۵۱	۵۱۵۷۱۶۳	۱۵۹۱۴۲۷	۱۸۴۸۷۸
۲۰۰۶	-۵۷۸۱۶۱	۱۴۵۲۱۴	-۲۲۹۵۰۷۵	-۲۰۶۴۵۸۶	۳۴۹۲۶۰۹	۲۰۸۶۷۳
۲۰۰۷	-۱۳۰۴۳۲۶۴	۲۷۸۱۱۸	-۹۱۲۹۶۸	-۱۱۴۹۲۸۵۱	-۵۷۳۷۰۱	-۶۷۶۵۸
۲۰۰۸	-۴۲۷۴۹۲۱	-۶۳۲۲۴۱	-۱۹۷۵۴۰۸	-۲۷۵۱۸۹۷	۱۲۷۳۵۴۱	-۲۰۴۹۲۷
۲۰۰۹	۸۴۱۳۳۴۰	۱۲۳۰۲	۷۴۸۱۶۷	۶۰۳۳۴۸۲	۱۴۷۶۰۵۰	-۴۸۲۰۹
۲۰۱۰	۷۴۵۱۲۵۷	۲۴۷۱۹	-۳۶۹۲۲۲	۳۴۹۲۰۲۳	۳۴۶۴۸۳۶	۵۴۸۱۰۹
۲۰۱۱	-۸۳۱۶۹۳۷	-۴۰۵۴۲۴	-۹۶۰۶۰۹	-۲۳۱۶۸۳۶	-۵۰۲۷۹۲۳	۱۳۴۲۸۷
میانگین	-۴۳۶۳۲۲,۵	-۱۳۹۵۹,۸۳	-۵۳۸۹۳۱	-۴۲۴۷۳۷	۵۷۷۰۶۲,۸	-۶۶۹۳۴,۹

همانگونه که جدول تغییرات ذخیره گوشت نیز نشان می‌دهد، بطور متوسط سالانه برداشت از ذخایر در قاره‌های آفریقا و آمریکا رخ داده است.

بطوریکه قاره آمریکا با برداشت سالانه ۵۹۳/۳ هزار تن، بیشترین تخلیه سالانه از ذخایر را داشته و آفریقا از این حیث در جایگاه دوم است. در مورد قاره‌های آسیا، اروپا و اقیانوسیه نیز بطور متوسط ذخیره‌سازی مثبتی تحقق یافته است. بطوریکه بیشترین ذخیره‌سازی گوشت بطور میانگین در قاره اروپا با ۷۳/۵۴ میلیون تن و سپس در قاره آسیا با ۲۷/۱۲ میلیون تن تجربه شده است. مشخص است که قاره اقیانوسیه افزایش یا کاهش جدی در ذخایر خود نداشته است.

جدول (۸-۱): میزان تغییرات ذخیره گوشت در قاره‌های مختلف جهان

سال	جهان	آفریقا	آمریکا	آسیا	اروپا	اقیانوسیه
۲۰۰۰	۱۹۵۷۳۴-	-۷۵۲۳	-۵۹۳۲۹	۲۷۱۲۳	۷۳۵۳۹	۴۶۷
۲۰۰۱	۱۳۹۸۷۱-	-۳۱۷۲	-۴۶۱۷۸	۱۳۴۳۲	-۳۵۹۱۴۹	۴۵۱
۲۰۰۲	۳۳۱۴۲	۵۹۶۶	-۷۴۲۱۹	۲۸۱۱۶	-۱۴۸۲۷۰	-۱۵
۲۰۰۳	۱۶۳۲۵۶	۷۷۹۸	۲۰۰۹۶۶	۸۰۷۱۶	۳۲۶۵۱۰	۰
۲۰۰۴	۸۷۸۷۶-	۹۰۵	-۷۰۵۵۲	-۸۶۰۲۳	۵۱۸۵۹	-۱۴
۲۰۰۵	۱۶۷۱۱	-۱۱۰۲۱	-۲۳۵۷۱	-۲۵۷۹۱	-۱۱۳۹۱۸	-۸۵
۲۰۰۶	۲۰۰۰۹-	۵۷۰۳	-۳۸۱۵۲	-۱۸۷۶۵	۱۰۱۳۰۷	۹۵
۲۰۰۷	۱۰۹۳۵۳	۲۳۸۲۸	-۳۹۶۴۷	۱۰۵۵۴۵	-۶۰۱۲۴	۵
۲۰۰۸	۳۹۳۰۷	۲۳۴۴	-۲۳۴۳۲	-۶۴۸۶	۱۲۰۷۹۶	۰
۲۰۰۹	۶۳۱۴۸	-۹۳۹۵	-۱۰۱۰۱	-۳۷۰۴۲	۵۳۱۸	۰
۲۰۱۰	۴۷۴۸۸	۳۶۰۳۷	۱۲۷۹۷	۵۴۶۲۰	-۳۹۳۴۶	۰
۲۰۱۱	۲۳۶۶۲	-۱۵۷۲۴	۳۱۵۷۷۱	-۶۵۲۲۰	-۷۳۰۱۸	۰
میانگین	۴۳۸۱،۴	-۷۵۲۳	-۵۹۳۲۹	۲۷۱۲۳	۷۳۵۳۹	۴۶۷

مأخذ: فائو، ۲۰۱۶، در سایت قانو تا سال ۲۰۱۶، گزارش تغییرات ذخیره تا سال ۲۰۱۱ گزارش شده است.

همانگونه که جدول تغییرات ذخیره سویا نیز نشان می‌دهد، بطور متوسط سالانه جز در قاره‌های آمریکا و اروپا در سایر قاره‌ها برداشت از ذخیره بطور سالانه رخ داده است.

بطوریکه قاره آسیا با برداشت سالانه ۱/۱ میلیون تن، بیشترین تخلیه سالانه از ذخیره را داشته و آفریقا از این حیث در جایگاه دوم است. در مورد قاره‌های آمریکا و اروپا نیز بطور متوسط ذخیره‌سازی مثبتی تحقق یافته است. بطوریکه بیشترین ذخیره‌سازی سویا بطور میانگین در قاره آمریکا با ۴۰۵/۳ هزار تن و سپس در قاره اروپا با ۷۷/۲ هزار تن تجربه شده است.

جدول (۹-۱): میزان تغییرات ذخیره سویا در قاره‌های مختلف جهان

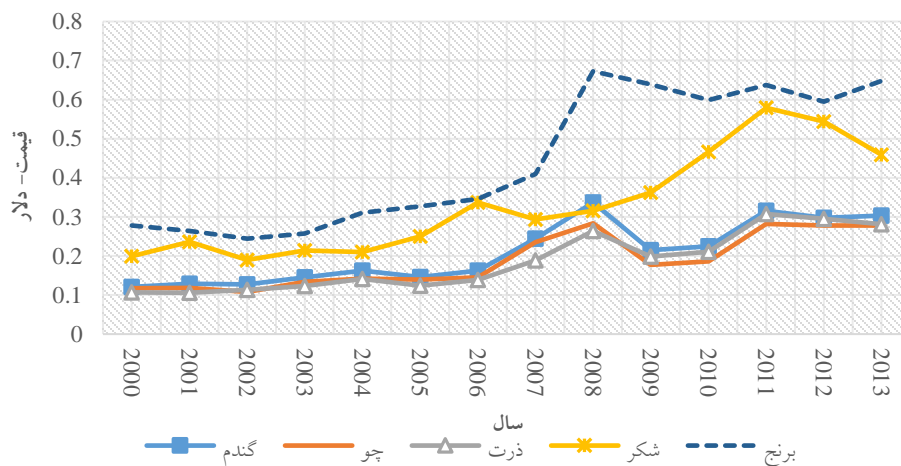
سال	جهان	آفریقا	آمریکا	آسیا	اروپا	اقیانوسیه
۲۰۰۰	۱۴۸۴۴۰۰	-۱۵۲۰۰	۲۳۵۰۱۴۳	-۱۰۱۱۴۶۶	۱۶۰۹۲۳	۰
۲۰۰۱	-۲۲۷۱۶۷۵	-۴۹۲۷۷	-۱۵۰۸۴۸	-۶۳۴۷۵۹	-۱۴۳۶۷۸۱	-۱۰
۲۰۰۲	-۱۰۵۰۷۷۶	۹۰۸۱۷	-۲۲۲۷۹۱۷	۱۷۱۱۶۲۲	-۶۲۵۳۰۷	۱۰
۲۰۰۳	۲۴۶۱۸۷۴	۵۷۱۳۰	۴۷۳۷۸۰۰	-۱۴۹۱۶۰۱	-۸۴۱۴۵۵	۰
۲۰۰۴	-۵۷۸۶۸۱۰	۵۰۴۵	-۶۳۰۱۲۸۳	۲۶۰۴۳۴	۲۴۸۹۹۴	۰
۲۰۰۵	-۲۸۹۴۲۸۰	-۶۰۹۱۵	-۹۱۳۱۱۳	-۱۸۲۷۰۵۸	-۹۳۱۹۵	۰
۲۰۰۶	-۱۰۶۲۶۸۸	-۴۷۰۷۰	-۱۲۴۹۰۰۳	-۲۴۴۹۶	۲۸۴۲۰۰	-۲۶۳۱۹
۲۰۰۷	۹۴۵۹۲۸۹	-۳۲۷۴۷۰	۷۵۴۸۶۱۳	۱۷۵۹۷۸۲	۴۷۶۲۶۳	۲۱۰۱
۲۰۰۸	-۵۸۲۵۴۲۷	۶۵۴۷۷	-۲۳۷۹۵۱۰	-۴۲۷۸۴۹۵	۷۶۲۸۹۰	۴۲۱۱
۲۰۰۹	۴۶۶۴۲۰۶	-۲۲۱۳۶۷	۷۰۷۸۲۱۶	-۳۱۹۴۴۵۷	۱۰۰۰۷۶۱	۱۰۵۳
۲۰۱۰	-۶۰۱۹۰۱۸	-۲۱۸۶۰۰	-۱۴۴۹۷۱۰	-۴۷۰۶۲۲۰	۳۴۲۸۸۱	۱۲۶۳۱
۲۰۱۱	-۲۰۹۲۲۶۶	-۱۹۲۹۹۰	-۲۱۷۹۹۱۲	-۳۷۰۴۵۵	۶۴۶۸۸۳	۴۲۰۸
میانگین	-۷۴۴۴۳۰،۹	-۷۶۲۰۱،۷	۴۰۵۲۸۹،۷	-۱۱۵۰۵۹۷،۴	۷۷۲۵۴،۸	-۱۷۶،۳

مأخذ: فائو، ۲۰۱۶، در سایت فائو تا سال ۲۰۱۶، گزارش تغییرات ذخیره تا سال ۲۰۱۱ گزارش شده است.

۱-۲-۳- تحلیل قیمت‌های جهانی محصولات

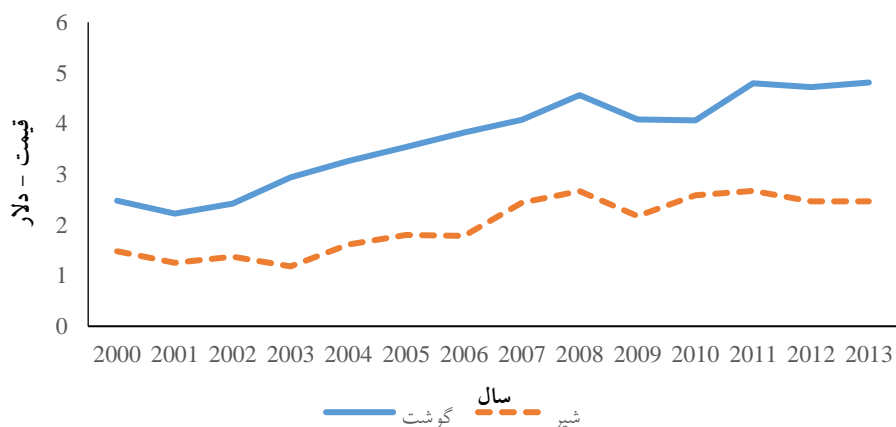
قیمت محصولات مختلف نیز از نوع محصولات اصلی وارداتی ایران در بازارهای جهانی نشان می‌دهد که قیمت‌های محصولات مختلف در سطوح جهانی در حال رشد بوده اما در سال‌های اخیر یعنی از سال ۲۰۱۱ به بعد این روند رو به افت نهاده است. رفتار قیمتی غلات بسیار از هم تبعیت کرده و همواره قیمت جهانی برنج بیش از سایر انواع غلات بوده است. قیمت جهانی شکر نیز پس از رشدی تا سال ۲۰۰۶، مجدداً افتی در سال ۲۰۰۷ داشته و سپس دوباره روند رو به رشدی تا سال ۲۰۱۱ پیگیری نموده است و سرانجام از این سال به بعد کاهش می‌باشد. اگر به ذخیره سازی در سال ۲۰۱۱ نیز توجه شود، ذخیره در سال ۲۰۱۱ به بعد عمدتاً وارد بازار شده و در کاهش قیمت‌های مورد نظر بی اثر نبوده است. هرچند افزایش تولید محصولات نیز در کاهش قیمت‌ها پس از این سال بی اثر نبوده‌اند. مطابق گزارش فائو در کنار میزان بالای عرضه، تعدادی عامل دیگر در کاهش قیمت‌ها موثر بوده

اند. که از این بین کاهش قیمت سوخت و نگرانی درباره تاثیر کاهش نرخ رشد اقتصاد چین بر تقاضا و اقتصاد جهان مهمتر از سایر علل ذکر شده است (فائو، ۲۰۱۵).



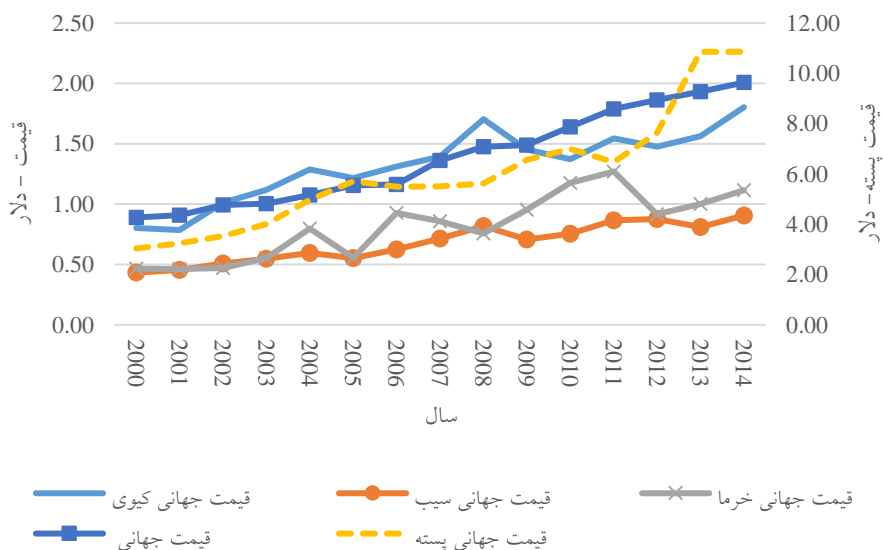
نمودار ۱-۶- روند قیمتهای جهانی محصولات برنج، شکر، ذرت، جو و گندم، منبع: FAO, 2016

روند قیمتهای شیر و گوشت نیز شباهت بسیاری باهم داشته‌اند که تا سال ۲۰۰۷ این روند در حال افزایش بوده سپس این روند نزولی شده و پس از آن در سال‌های پایانی روند قیمتهای گوشت هرچند در حال افزایش است اما روند قیمتهای شیر در حال کاهش می‌باشد.



نمودار ۱-۷- روند قیمت‌های جهانی محصولات شیر و گوشت منبع: FAO, 2016

همچنین روند محصولات صادراتی اصلی ایران نیز، نشان می‌دهد که روند قیمتی این محصولات سعودی بوده و در سال‌های اخیر نیز این روند را (جز در مورد پسته که ثبات قیمتی در سال آخر در آن رخ داده) حفظ کرده‌اند.



نمودار ۱-۸- روند قیمت‌های جهانی محصولات منتخب باغی منبع: FAO, 2016

۲-۱ بررسی و تحلیل تحولات تجارت جهانی برخی محصولات کشاورزی (بر مبنای مهمترین محصولات صادراتی و وارداتی کشور)

در جداول زیر میزان صادرات تولیدات کشاورزی در هر یک از مناطق جهان نشان داده شده است. نتایج نشان می‌دهد که ارزش صادرات کشاورزی در کل جهان در سال ۲۰۱۴ معادل ۱۷۶۵ میلیارد دلار بوده است که این میزان نسبت به سال ۲۰۱۰ معادل ۷ درصد رشد متوسط سالیانه داشته است. همانگونه که در جدول ۹-۱ مشاهده می‌شود، به لحاظ ارزشی بیشترین صادرات اروپا درون قاره‌ای بوده و حدود ۷۶ تا ۷۹ درصد صادرات این قاره طی سال‌های ۲۰۱۰ تا ۲۰۱۴ در درون همین قاره متقاضی داشته است. کمترین میزان صادرات قاره اروپا نیز به

امریکای جنوبی و مرکزی صادر شده است. بطوریکه این رقم تنها ۶ تا ۸ درصد بوده است. باتوجه به جمعیت متقاضیان مناسب در قاره اروپا این میزان صادرات درون قاره‌ای منطقی بوده و پس از این میزان صادرات، مناسب-ترین بازار هدف برای قاره اروپا، بازار کشورهای قاره آسیا بوده‌اند. همجواری قاره آسیا با قاره سبز نیز در نهایت این قاره را در جرگه دومین بازار هدف قاره اروپا مطرح کرده است. سهم قاره اروپا از کل صادرات جهانی طی سال‌های ۲۰۱۰ تا ۲۰۱۴ بین ۴۲ و ۴۱ درصد بوده است. ملاحظه می‌شود که نوسان بازارهای هدف اروپا طی سال‌های ۲۰۱۰ تا ۲۰۱۴ نوسان مشخصی نداشته و سهم‌های صادراتی قاره اروپا در بازارهای جهانی و در بین قاره‌های مختلف ثبات مناسبی داشته است.

قاره آسیا نیز بیشترین صادرات خود را درون قاره‌ای داشته که این میزان حدود ۵۹ درصد کل صادرات آسیا بوده است. قاره اروپا نیز به همان دلیلی که در قبل بیان شد (به دلیل مجاورت و متقاضیان بالقوه مناسب در این بازار) دومین بازار هدف قاره آسیا بوده است که این میزان حدود ۱۴ تا ۱۲/۵ درصد کل صادرات آسیا می‌باشد. هرچند در سال ۲۰۱۴ سهم قاره اروپا اندکی کاهش یافته اما ثبات بازارهای هدف قاره‌ای در بازار آسیا نیز مشخص است. همچنین سهم قاره آسیا از کل صادرات جهانی طی سال‌های ۲۰۱۰ تا ۲۰۱۴ بین ۲۱ تا ۲۲ درصد بوده است.

جدول (۱-۹): وضعیت صادرات جهانی محصولات کشاورزی

درصد سالانه تغییرات			سهم از صادرات کل جهانی - درصد		سهم صادرات منطقه ای - درصد		ارزش - میلیارد دلار	مناطق جهانی
۲۰۱۴	۲۰۱۳	۱۴-۲۰۱۰	۲۰۱۴	۲۰۱۰	۲۰۱۴	۲۰۱۰	۲۰۱۴	
۲	۵	۷	۱۰۰,۰	۱۰۰,۰	۱۰۰,۰	۱۰۰,۰	۱۷۶۵	کل جهان
								اروپا
۱	۸	۶	۴۰,۸	۴۱,۸	۱۰۰,۰	۱۰۰,۰	۷۱۹	جهان
۱	۸	۵	۳۰,۹	۳۲,۹	۷۵,۹	۷۸,۷	۵۴۶	اروپا
۴	۱۰	۱۱	۳,۱	۲,۶	۷,۶	۶,۲	۵۵	آسیا
۶	۷	۸	۱,۸	۱,۷	۴,۴	۴,۰	۳۱	امریکای شمالی
۶	۱۰	۱۰	۱,۷	۱,۵	۴,۲	۳,۶	۳۰	آفریقا
۴	۱۴	۱۳	۱,۴	۱,۱	۳,۵	۲,۷	۲۵	خاورمیانه
۱۷-	۸	۳	۱,۳	۱,۵	۳,۱	۳,۵	۲۲	کشورهای مستقل مشترک
۵	۴	۸	۰,۴	۰,۴	۱,۱	۱,۰	۸	امریکای جنوبی و مرکزی
								آسیا
۲	۲	۸	۲۲,۴	۲۱,۴	۱۰۰,۰	۱۰۰,۰	۳۹۶	جهان
۱	۱	۸	۱۳,۱	۱۲,۶	۵۸,۶	۵۹,۰	۲۳۲	آسیا
۲	۲	۵	۲,۸	۳,۰	۱۲,۵	۱۳,۸	۵۰	اروپا
۹	۴-	۸	۲,۶	۲,۵	۱۱,۶	۱۱,۵	۴۶	امریکای شمالی
۲-	۱۵	۱۱	۱,۵	۱,۳	۶,۷	۶,۱	۲۷	خاورمیانه
۶	۴	۱۲	۱,۴	۱,۱	۶,۲	۵,۳	۲۵	آفریقا
۲-	۳	۵	۰,۵	۰,۵	۲,۱	۲,۴	۸	کشورهای مستقل مشترک
۵-	۲	۳	۰,۳	۰,۴	۱,۴	۱,۷	۶	امریکای جنوبی و مرکزی

مأخذ: سازمان تجارت جهانی، ۲۰۱۵

در قاره آمریکای شمالی نیز هرچند بازهم بیشترین صادرات در این قاره درون قاره‌ای بوده اما بازار هدف آسیا سهم بسیار نزدیکی با بازار هدف کشورهای آمریکای شمالی از صادرات کل این قاره داشته است و مناسب‌تر آن است که بیان شود، صادرات قاره آمریکای شمالی را نمی‌توان مانند سایر قاره‌ها درون قاره‌ای تلقی نمود و بازار کشورهای آسیایی در کنار صادرات درون قاره‌ای آن، مهمترین بازارهای هدف آمریکای شمالی بوده‌اند. صادرات درون قاره‌ای در آمریکای شمالی طی سال‌های ۲۰۱۰ تا ۲۰۱۴ بین ۳۸ تا ۳۹ درصد بوده و سهم آسیا نیز از کل صادرات قاره اروپا حدود ۳۸ درصد بوده است. ثبات بازارهای قاره‌ای در مورد صادرات قاره آسیا نیز مشخص است. سهم قاره آمریکای شمالی از کل صادرات جهانی طی سال‌های ۲۰۱۰ تا ۲۰۱۴ ثابت مشخصی داشته و حدود ۱۵/۷ درصد بوده است.

وضعیت در مورد صادرات آمریکای جنوبی و مرکزی متفاوت است. به نحوی که بیشترین صادرات این قاره، درون قاره‌ای نبوده و بیشترین صادرات آن به قاره آسیا و پس از آن به قاره اروپا بوده و پس از آن صادرات درون قاره‌ای در جایگاه سوم بوده است. در قاره آسیا سهم از صادرات کل قاره آمریکای جنوبی و مرکزی طی سال‌های ۲۰۱۰ تا ۲۰۱۴ بین ۲۶ تا ۳۱ درصد بوده و سهم قاره اروپا نیز از صادرات قاره آمریکای جنوبی و مرکزی از ۲۶/۶ درصد به حدود ۲۳ درصد کاهش یافته است. ملاحظه می‌شود که جز در مورد اروپا سایر بازارهای هدف قاره آمریکای جنوبی و مرکزی تغییر چندانی نداشته است. سهم قاره آمریکای جنوبی و مرکزی از کل صادرات جهانی طی سال‌های ۲۰۱۰ تا ۲۰۱۴ ثابت کاملی داشته و ۱۲ درصد می‌باشد.

ادامه جدول (۹-۱): تحلیل وضعیت صادرات جهانی محصولات کشاورزی

درصد سالانه تغییرات			سهم از صادراتی کل جهانی - درصد		سهم صادرات منطقه ای - درصد		ارزش - میلیارد دلار	مناطق جهانی
۲۰۱۴	۲۰۱۳	۱۴-۲۰۱۰	۲۰۱۴	۲۰۱۰	۲۰۱۴	۲۰۱۰	۲۰۱۴	
								آمریکای شمالی
۴	۳	۷	۱۵,۷	۱۵,۶	۱۰۰,۰	۱۰۰,۰	۲۷۷	جهان
۵	۵	۷	۶,۱	۶,۰	۳۹,۰	۳۸,۳	۱۰۸	آمریکای شمالی
۳	۱	۷	۵,۹	۵,۹	۳۷,۹	۳۷,۵	۱۰۵	آسیا
۶	۹	۶	۱,۵	۱,۵	۹,۷	۹,۹	۲۷	اروپا
۷	۱۳	۹	۱,۲	۱,۱	۷,۷	۶,۹	۲۱	آمریکای جنوبی و مرکزی
۴-	۲-	۰	۰,۴	۰,۶	۲,۸	۳,۶	۸	آفریقا
۹	۴-	۲	۰,۳	۰,۴	۲,۲	۲,۶	۶	خاورمیانه
۲۶-	۱۸-	۲-	۰,۱	۰,۲	۰,۷	۱,۰	۲	کشورهای مستقل مشترک المنافع
								آمریکای جنوبی و مرکزی
۲-	۵	۷	۱۲,۰	۱۲,۰	۱۰۰,۰	۱۰۰,۰	۲۱۲	جهان
۲-	۱۷	۱۲	۳,۷	۳,۱	۳۰,۹	۲۵,۵	۶۶	آسیا
۰	۰	۳	۲,۸	۳,۲	۲۲,۹	۲۶,۶	۴۹	اروپا
۵-	۱-	۶	۱,۹	۱,۹	۱۵,۸	۱۶,۰	۳۴	آمریکای جنوبی و مرکزی
۵	۴	۸	۱,۷	۱,۶	۱۴,۲	۱۳,۷	۳۰	آمریکای شمالی
۱۰-	۸-	۵	۰,۷	۰,۷	۵,۷	۶,۰	۱۲	آفریقا
۱۱-	۵	۱	۰,۷	۰,۸	۵,۵	۶,۹	۱۲	خاورمیانه
۹	۵	۴	۰,۵	۰,۵	۴,۰	۴,۵	۸	کشورهای مستقل مشترک المنافع

مأخذ: سازمان تجارت جهانی، ۲۰۱۵

در خصوص کشورهای مشترک المنافع نیز هرچند در سال ۲۰۱۰ بیشترین صادرات این کشورها در درون همان کشورهای مشترک المنافع بوده اما در سال ۲۰۱۴ اروپا نیز در کنار کشورهای مشترک المنافع بازار هدف اصلی را برای کشورهای صادرکننده مشترک المنافع تشکیل داده‌اند. قاره آسیا نیز بازار هدف بعدی این کشورها بوده است. ملاحظه می‌شود که سهم تمام قاره‌ها بجز آمریکای شمالی و آمریکای جنوبی و مرکزی از صادرات

کشورهای مشترک المنافع افزایش یافته و صادرات درون منطقه‌ای در بین این کشورها کاهش یافته است. سهم

صادرات کشورهای مشترک المنافع از کل صادرات جهانی حداکثر حدود ۴ درصد بوده است.

ادامه جدول (۱-۹): تحلیل وضعیت صادرات جهانی محصولات کشاورزی

مناطق جهانی	ارزش - میلیارد دلار	سهم صادرات منطقه‌ای - درصد		سهم از صادراتی کل جهانی - درصد			
		۲۰۱۰	۲۰۱۴	۲۰۱۰	۲۰۱۴	درصد سالانه تغییرات	
کشورهای مستقل مشترک المنافع							
جهان	۶۸	۱۰۰٫۰	۱۰۰٫۰	۳٫۳	۳٫۸	۱۱	
اروپا	۱۹	۲۸٫۴	۲۱٫۹	۰٫۷	۱٫۱	۱۸	
کشورهای مستقل مشترک المنافع	۱۹	۲۸٫۴	۳۸٫۳	۱٫۳	۱٫۱	۲	
آسیا	۱۶	۲۳٫۰	۲۰٫۲	۰٫۷	۰٫۹	۱۴	
خاورمیانه	۶	۸٫۸	۶٫۷	۰٫۲	۰٫۳	۱۸	
آفریقا	۵	۷٫۹	۶٫۸	۰٫۲	۰٫۳	۱۵	
امریکای شمالی	۱	۱٫۳	۱٫۴	۰٫۰	۰٫۰	۹	
امریکای جنوبی و مرکزی	۰	۰٫۳	۰٫۳	۰٫۰	۰٫۰	۱۵	
آفریقا							
جهان	۶۴	۱۰۰٫۰	۱۰۰٫۰	۳٫۸	۳٫۶	۵	
اروپا	۲۲	۳۴٫۵	۳۹٫۵	۱٫۵	۱٫۲	۲	
آفریقا	۱۷	۲۶٫۹	۲۴٫۹	۰٫۹	۱٫۰	۷	
آسیا	۱۴	۲۲٫۲	۱۶٫۷	۰٫۶	۰٫۸	۱۳	
خاورمیانه	۵	۷٫۴	۸٫۸	۰٫۳	۰٫۳	۱	
امریکای شمالی	۳	۴٫۴	۴٫۷	۰٫۲	۰٫۲	۴	
امریکای جنوبی و مرکزی	۱	۲٫۲	۲٫۱	۰٫۱	۰٫۱	۷	
کشورهای مستقل مشترک المنافع	۱	۲٫۰	۱٫۷	۰٫۱	۰٫۱	۹	

مأخذ: سازمان تجارت جهانی، ۲۰۱۵

اما کشورهای عضو خاورمیانه نیز بیشترین صادرات خود را به صورت درون منطقه‌ای و به کشورهای واردکننده خاورمیانه داشته‌اند. بطوریکه صادرات درون منطقه‌ای در کشورهای خاورمیانه بین سال‌های ۲۰۱۰ تا ۲۰۱۴ بین ۴۷ تا ۴۸ درصد بوده است. سهم صادرات خاورمیانه به کشورهای مشترک المنافع و کشورهای قاره آمریکای جنوبی و مرکزی کاهش یافته و به سایر کشورها در سایر قاره‌ها افزایش داشته است. سهم خاورمیانه از کل صادرات جهانی

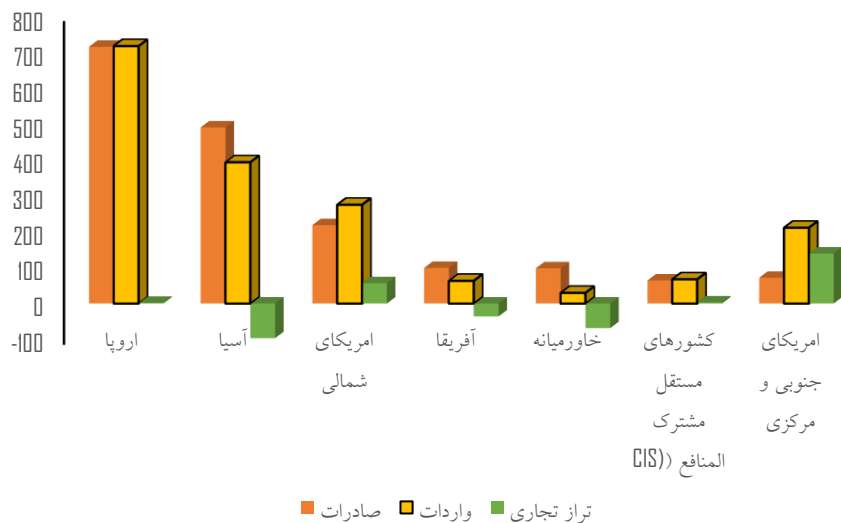
طی سال‌های ۲۰۱۰ تا ۲۰۱۴ حدود ۲ درصد بوده که با رشد سایر قاره‌ها، اندکی در سال ۲۰۱۴ کاهش نیز داشته است.

ادامه جدول (۹-۱): تحلیل وضعیت صادرات جهانی محصولات کشاورزی

مناطق جهانی	ارزش - میلیارد			سهم صادرات منطقه ای -		سهم از صادراتی کل جهانی -			درصد سالانه تغییرات		
	۲۰۱۴	۲۰۱۰	۲۰۱۴	۲۰۱۰	۲۰۱۴	۲۰۱۰	۲۰۱۱	۲۰۱۲	۲۰۱۳	۲۰۱۴	
خاورمیانه											
جهان	۳۰	۱۰۰,۰	۱۰۰,۰	۲,۰	۱,۷	۳	۱۰	۰			
خاورمیانه	۱۴	۴۷,۱	۴۷,۹	۰,۹	۰,۸	۳	۱۰	۳			
آسیا	۶	۱۷,۹	۱۹,۹	۰,۴	۰,۳	۶	۳	۱۲			
اروپا	۳	۹,۶	۱۱,۱	۰,۲	۰,۲	۷	۴	۴			
آفریقا	۲	۵,۹	۷,۸	۰,۱	۰,۱	۱۰	۱۳	۱-			
کشورهای مستقل مشترک المنافع	۱	۳,۹	۲,۷	۰,۱	۰,۰	۶-	۴-	۲۳-			
امریکای شمالی	۱	۱,۶	۲,۰	۰,۰	۰,۰	۷	۲	۷			
امریکای جنوبی و مرکزی	۰	۰,۳	۰,۲	۰,۰	۰,۰	۹-	۱۰	۱۰-			

مأخذ: سازمان تجارت جهانی، ۲۰۱۵

نتایج تحلیل تراز تجاری در قاره‌های مختلف برای محصولات کشاورزی نشان می‌دهد که در سال ۲۰۱۴ تراز تجاری در قاره امریکای جنوبی و مرکزی از تمام قاره‌های دیگر بیشتر بوده و حدود ۱۴۰ میلیارد دلار می‌باشد. در آسیا و همچنین خاورمیانه و آفریقا تراز تجاری منفی بوده و واردات این مناطق بیش از صادرات بوده است. در سایر مناطق نیز تراز تجاری هرچند مثبت اما رقم قابل توجهی نبوده و تقریباً صادرات و واردات در این مناطق برابر می‌باشد.



نمودار ۹-۱- تحلیل تراز تجاری مناطق مختلف جهان در سال ۲۰۱۴- میلیارد دلار (FAO, 2016)

همانگونه که جدول مربوطه نشان می‌دهد، صادرات کل پسته در جهان از رقم ۲۰۷۶۵۷ تن در سال ۲۰۰۱ به ۴۸۶۷۸۱ تن در سال ۲۰۱۴ افزایش یافته است همانگونه که ملاحظه می‌شود، سهم اصلی این صادرات نیز مربوط به ایران و امریکا بوده است. هنگ کنگ و آلمان نیز در جایگاه بعدی قرار خواهند داشت که اصولاً این دو کشور جزو واردکنندگان بزرگ پسته نیز بوده‌اند. در واقع هنگ کنگ و آلمان صادرات مجدد داشته و از این حیث توانسته‌اند در بین صادرکنندگان اصلی پسته نیز قرار بگیرند.

جدول (۱-۱۰): میزان صادرات پسته در جهان و کشورهای منتخب- تن

سال	جهان	ایران	آمریکا	هنگ کنگ	آلمان	هلند	لوکزامبورگ	چین	بلژیک
۲۰۰۱	۲۰۷۶۵۷	۱۱۵۳۳۵	۲۱۵۸۰	۱۳۹۰۳	۱۸۲۲۵	۵۹۸	۵۳۵۰	۱۴۸۴	۲۵۳۲
۲۰۰۲	۲۰۸۳۰۰	۱۳۵۳۱۴	۲۱۱۵۰	۱۰۲۲۷	۱۲۹۶۶	۱۶۱۸	۷۳۳۲	۱۸۲۱	۳۵۹۱
۲۰۰۳	۲۷۲۰۵۸	۱۸۴۹۴۶	۲۳۷۷۰	۱۳۸۶۰	۱۲۷۱۷	۸۶۲۱	۷۳۳۶	۲۱۷۷	۳۹۳۶
۲۰۰۴	۲۴۲۱۲۴	۱۳۸۷۲۳	۳۵۶۹۲	۱۰۴۴۰	۱۴۹۸۶	۱۱۸۲۳	۸۹۷۸	۳۵۷۲	۳۶۹۶
۲۰۰۵	۲۷۷۶۹۳	۱۳۷۷۱۲	۵۰۰۵۰	۱۶۵۴۵	۱۶۷۴۲	۱۳۹۸۳	۱۰۴۲۹	۴۹۹۲	۴۰۷۱
۲۰۰۶	۲۹۳۷۷۴	۱۶۳۴۳۱	۴۸۷۴۰	۲۱۹۰۴	۱۹۰۲۹	۱۰۹۱۱	۸۰۷۸	۳۹۳۱	۳۴۳۴
۲۰۰۷	۳۶۵۵۴۸	۲۰۲۳۵۰	۶۰۰۰۴	۳۱۳۲۶	۲۱۷۵۸	۱۳۴۵۹	۶۷۷۲	۳۹۵۳	۷۷۰۲
۲۰۰۸	۳۱۳۶۱۷	۱۰۵۸۹۳	۱۰۱۱۴۴	۲۵۱۴۰	۱۷۳۰۹	۱۶۴۹۶	۶۳۶۷	۷۶۹۱	۱۵۷۲۶
۲۰۰۹	۳۱۴۰۵۴	۱۱۹۱۲۵	۱۱۳۳۶۳	۲۵۴۹۹	۱۳۲۰۵	۱۰۹۹۸	۸۴۹۹	۲۴۶۹	۱۲۷۱۷
۲۰۱۰	۳۸۱۵۴۴	۱۵۳۲۵۹	۱۰۳۵۴۰	۵۰۰۱۹	۱۸۵۹۴	۱۷۷۷۱	۱۳۷۱۱	۳۳۸۲	۷۸۹۳
۲۰۱۱	۳۵۶۸۵۳	۱۳۰۷۱۷	۱۰۵۶۸۱	۵۸۶۸۶	۱۵۳۰۹	۱۱۲۱۰	۸۷۷۹	۵۱۷۸	۹۳۶۰
۲۰۱۲	۴۰۱۹۱۷	۱۲۸۶۶۰	۱۶۲۱۰۳	۶۳۱۴۵	۱۱۱۷۳	۱۱۵۳۲	۷۶	۹۹۳۶	۸۷۷۹
۲۰۱۳	۳۵۸۷۱۶	۱۱۳۹۴۳	۱۶۳۵۴۴	۴۰۶۵۱	۹۸۲۸	۹۶۸۳	۶۹۹	۴۳۶۲	۸۵۹۲
۲۰۱۴	۴۸۶۷۸۱	۱۸۳۲۱۳	۲۰۶۸۲۵	۶۳۷۶۰	۱۲۳۱۹	۹۶۳۵	۱۰۷۱	۲۰۶۸	۴۹۹۴

مأخذ: Trademap, 2014

همانگونه که جدول مربوطه نشان می‌دهد، صادرات کل خرما در جهان از رقم ۵۴۹/۴ هزار تن در سال ۲۰۰۱

به ۹۱۶/۹ هزار تن در سال ۲۰۱۴ افزایش یافته است که همانگونه که ملاحظه می‌شود، سهم اصلی این صادرات

نیز مربوط به عراق، ایران، پاکستان و تونس و عربستان سعودی خواهد بود.

جدول (۱-۱): میزان صادرات خرما در جهان و کشورهای منتخب- تن

سال	جهان	عراق	ایران	پاکستان	تونس	عربستان سعودی	آمریکا	رژیم صهیونیستی	مصر	الجزایر	عمان	فرانسه
۲۰۰۱	۵۴۹۳۹۹	۳۸۱۸	۱۱۹۳۶۴	۶۹۳۸۴	۴۷۰۴۳	۳۲۳۰۶	۲۲۲۰۲۶	۴۱۷۳	۱۱۸۹	۷۸۵۰	۱۳۰۱۹	۸۳۳۴
۲۰۰۲	۵۸۸۶۶۱	۷۹۶۲	۱۱۳۵۳۳	۷۷۴۷۱	۴۱۸۸۸	۳۳۹۲۵	۲۵۹۳۶۰	۷۷۰۰	۴۵۴۵	۱۱۰۳۵	۵۰۲۵	۷۵۴۴
۲۰۰۳	۵۸۸۳۷۶	۱۳۴۱۶	۱۲۰۰۵۶	۷۱۹۷۸	۳۷۰۷۹	۳۴۸۷۵	۲۵۶۵۷۰	۸۵۶۹	۱۸۳۹	۱۰۲۰۰	۵	۸۱۲۹
۲۰۰۴	۳۹۴۸۱۶	۲۴۰۲۹	۹۴۵۸۴	۷۸۰۲۳	۴۰۴۳۲	۴۷۵۳۵	۵۹۷۴۴	۶۴۴۱	۲۳۹۹	۸۱۳۳	۴۷۵۲	۸۰۵۲
۲۰۰۵	۸۱۴۵۶۴	۱۶۸۷۸۲	۱۱۷۰۵۲	۸۵۳۳۴	۵۰۱۶۳	۵۱۰۹۸	۲۷۲۹۰۵	۱۷۴۴۹	۴۰۷۶	۱۱۲۵۸	۴۰۸۰	۸۷۶۳
۲۰۰۶	۴۸۸۰۵۰	۴۱۶۴۶	۱۴۳۳۵۱	۱۰۲۸۴۳	۳۷۶۲۶	۴۴۰۸۷	۴۲۸۹۸	۲۰۹۸۸	۵۰۹۰	۱۲۳۲۸	۴۰۹۷	۷۹۱۲
۲۰۰۷	۸۷۴۲۶۵	۲۲۳۲۱۵	۱۲۵۲۹۸	۹۸۱۵۴	۶۸۸۵۶	۴۸۷۶۲	۲۳۳۸۱۹	۹۵۱۳	۴۷۰۴	۱۳۳۵۶	۹۳۳۰	۱۰۲۰۰
۲۰۰۸	۹۲۴۵۳۵	۲۷۰۷۹۱	۱۰۵۱۴۰	۹۵۷۰۰	۶۹۴۸۵	۵۵۱۲۱	۲۳۸۲۸۳	۱۹۱۹۵	۸۳۲۹	۱۰۰۵۵	۶۹۹۵	۸۶۵۹
۲۰۰۹	۷۰۷۸۴۸	۱۹۵۵۲۹	۹۳۷۱۶	۱۲۴۸۰۴	۷۷۲۵۴	۴۷۰۵۹	۷۲۸۹۹	۱۲۴۹۹	۱۴۶۵۹	۸۹۵۴	۷۳۳۳	۱۱۷۱۷
۲۰۱۰	۷۵۲۲۶۸	۱۷۲۶۶۳	۱۰۶۷۶۰	۱۱۴۹۴۵	۸۴۲۸۲	۷۳۳۶۲	۸۳۶۴۵	۲۲۶۶۹	۲۰۵۵۱	۱۶۰۳۷	۶۷۸۲	۱۱۲۷۴
۲۰۱۱	۷۹۶۱۴۶	۱۴۹۳۱۶	۱۲۷۷۱۰	۱۱۳۳۵۸	۸۶۹۱۰	۷۷۷۹۵	۸۷۸۱۱	۳۷۲۲۷	۲۳۷۹۲	۲۸۱۴۳	۷۱۷۱	۱۱۴۹۱
۲۰۱۲	۸۵۸۰۲۶	۱۷۹۹۲۴	۱۳۶۸۸۳	۱۶۴۰۲۳	۱۰۱۱۱۹	۷۰۳۱۴	۵۷۹۷۸	۴۴۶۲۵	۱۱۲۸۲	۲۰۴۳۹	۵۸۱۵	۱۱۳۴۹
۲۰۱۳	۹۱۹۹۶۹	۱۵۰۱۸۷	۱۴۴۴۹۱	۱۶۹۱۵۹	۱۰۵۸۰۳	۱۰۱۹۳۲	۷۵۴۴۴	۵۲۵۲۳	۲۴۵۹۰	۲۰۶۸۲	۸۹۹۲	۱۰۹۷۷
۲۰۱۴	۹۱۸۸۸۸	۱۷۴۷۴۹	۱۵۸۹۱۶	۱۱۸۰۴۴	۸۷۱۲۵	۸۲۳۴۷	۸۰۸۷۹	۶۵۱۲۳	۳۹۳۰۴	۲۶۰۰۱	۱۴۸۲۵	۱۱۸۲۳

مأخذ: Trademap, 2014

همانگونه که جدول مربوطه نشان می‌دهد، صادرات کل زعفران در جهان از رقم ۵۴۴ تن در سال ۲۰۰۱ به ۲۰۹۹ تن در سال ۲۰۱۴ افزایش یافته است که همانگونه که ملاحظه می‌شود، سهم اصلی این صادرات نیز مربوط به اندونزی، اتیوپی، ایران و اسپانیا خواهد بود.

جدول (۱-۱۲): میزان صادرات زعفران در جهان و کشورهای منتخب- تن

سال	جهان	اندونزی	اتیوپی	ایران	اسپانیا	انگلیس	آمریکا	چین	هند	آفریقای جنوبی	امارات
۲۰۰۱	۵۴۴	۸۰	۲۳	۱۲۲	۶۰	۱۶	۸	۵۱	۲۰	۱	۰
۲۰۰۲	۶۸۳	۲۳۸	۵۶	۱۲۱	۷۰	۴	۱۵	۱۲	۷	۳	۰
۲۰۰۳	۱۱۴۲	۳۱۳	۲۲۱	۱۴۱	۱۵۹	۱۰	۱	۷۹	۴	۱	۰
۲۰۰۴	۱۲۳۰	۵۴	۵۳۴	۱۷۸	۱۲۳	۶۱	۲۰	۱۷	۹	۱	۰
۲۰۰۵	۸۳۰	۳۰	۰	۱۷۶	۶۴	۱۴۶	۰	۳	۵	۱	۳۰
۲۰۰۶	۸۱۸	۱۵	۰	۱۶۴	۵۶	۱۳۷	۵	۹	۸	۲	۰
۲۰۰۷	۱۱۶۸	۱۲	۲۹	۸۰	۵۳	۲۱۰	۹	۳۸	۲۹	۲	۲۹
۲۰۰۸	۷۴۷	۶۹	۴۵	۶۹	۷۰	۱۶۰	۱۹	۴	۴۱	۴	۸
۲۰۰۹	۱۰۱۵	۱۰۴	۱۹۱	۶۵	۴۳	۱۱۶	۳۲	۹۴	۷	۲	۱۹
۲۰۱۰	۱۴۵۷	۳۸۰	۰	۱۰۱	۱۹۳	۱۹۵	۳۱	۲۴۳	۰	۵۲	۹
۲۰۱۱	۹۱۴	۵۴	۱۱	۹۶	۶۸	۳۲۲	۴۴	۲۲	۶	۳۲	۱۲
۲۰۱۲	۱۲۷۱	۳۶۰	۳۰	۱۲۹	۱۶۷	۲۰۶	۷۲	۱۹	۸	۹۴	۳۴
۲۰۱۳	۱۹۲۴	۷۹۴	۶۴	۹۲	۱۶۶	۲۹۲	۷۳	۳۵	۹۰	۵۶	۳۳
۲۰۱۴	۲۰۹۹	۹۰۰	۲۱۲	۱۵۷	۱۳۴	۱۲۱	۸۲	۶۹	۶۲	۴۸	۳۶

مأخذ: Trademap, 2014

همانگونه که جدول مربوطه نشان می‌دهد، صادرات کل انگور در جهان از رقم ۲/۵ میلیون تن در سال ۲۰۰۱ به ۴/۱۸ میلیون تن در سال ۲۰۱۴ افزایش یافته است که همانگونه که ملاحظه می‌شود، سهم اصلی این صادرات نیز مربوط به شیلی، ایتالیا، آمریکا، آفریقای جنوبی خواهد بود.

جدول (۱-۱۳): میزان صادرات انگور تازه در جهان و کشورهای منتخب- تن

سال	جهان	شیلی	ایتالیا	آمریکا	آفریقای جنوبی	هلند	پرو	ترکیه	هنگ کنگ	مکزیک	اسپانیا
۲۰۰۱	۲۴۹۴۶۵۲	۴۴۳۴۷۷	۶۴۱۷۴۴	۳۴۲۶۸۹	۱۸۰۱۰۲	۹۳۶۴۷	۶۵۳۹	۷۹۲۸۲	۵۱۷۶۹	۹۷۷۳۹	۱۰۳۵۲۷
۲۰۰۲	۲۵۳۴۲۸۳	۵۲۰۰۳۱	۴۸۲۸۳۰	۳۷۰۹۴۹	۲۰۷۴۹۱	۸۶۱۰۰	۱۱۶۷۷	۷۸۱۳۹	۶۹۶۷۰	۱۲۹۰۱۰	۱۲۲۴۲۸
۲۰۰۳	۲۸۱۱۹۴۸	۷۰۵۱۶۰	۵۲۱۲۹۱	۳۶۶۱۷۴	۱۹۸۲۶۴	۱۲۳۲۴۰	۱۲۷۴۸	۹۹۳۱۹	۶۲۲۵۱	۱۶۶۷۵۷	۱۲۸۸۸۵
۲۰۰۴	۳۰۴۳۳۵۸	۶۹۳۳۰۲	۴۵۷۶۱۸	۳۹۱۳۹۸	۲۳۷۱۱۰	۱۳۶۴۴۷	۱۱۰۹۶	۱۵۹۳۱۰	۶۲۳۱۰	۱۴۵۴۷۷	۱۰۳۶۲۶
۲۰۰۵	۳۴۵۲۱۴۱	۷۳۴۲۲۱	۵۰۴۱۳۹	۴۴۶۲۸۷	۲۲۹۹۴۸	۱۷۲۲۹۶	۱۸۹۷۷	۱۵۵۶۰۳	۶۰۹۲۵	۱۸۹۷۸۸	۱۱۳۸۲۶
۲۰۰۶	۳۴۶۴۱۲۹	۸۱۸۹۵۱	۴۵۶۳۴۱	۳۷۲۳۵۸	۲۱۹۷۳۰	۱۶۴۵۷۱	۲۷۸۱۷۹	۱۵۱۱۳۶	۴۶۸۶۸	۱۱۲۳۱۹	۱۲۶۲۸۲
۲۰۰۷	۳۵۶۰۵۷۷	۷۶۳۰۱۷	۴۶۵۵۵۹	۳۸۶۶۷۷	۲۸۶۸۹۵	۱۶۶۰۱۱	۲۶۰۹۵	۱۷۰۲۵۰	۴۴۶۹۸	۱۷۶۸۸۵	۱۱۰۹۱۸
۲۰۰۸	۳۹۷۱۶۴۴	۸۳۳۰۶۷	۵۳۹۶۵۵	۴۲۴۴۳۰	۲۶۱۵۱۹	۲۴۴۳۷۱	۴۳۸۸۳	۲۰۲۰۲۳	۵۳۷۴۸	۱۵۶۴۹۴	۱۳۷۹۴۷
۲۰۰۹	۳۹۱۴۲۶۱	۸۴۶۶۷۶	۳۹۷۹۵۸	۳۷۵۳۲۲	۲۷۰۸۷۷	۳۴۶۵۵۰	۶۰۵۲۴	۱۸۸۴۴۹	۹۳۵۹۶	۱۲۸۱۶۷	۱۲۰۸۸۲
۲۰۱۰	۳۷۵۵۷۶۹	۷۷۹۴۹۲	۴۸۴۵۹۱	۴۰۸۱۸۷	۲۵۹۵۳۹	۲۲۶۹۰۷	۷۷۸۱۹	۲۳۷۸۶۰	۸۱۲۳۵	۱۷۱۳۲۵	۱۲۶۷۸۶
۲۰۱۱	۴۴۹۱۵۵۲	۸۵۳۹۰۶	۵۰۱۷۹۸	۴۱۵۱۹۴	۲۵۳۱۴۰	۲۵۵۹۱۰	۱۲۲۰۲۵	۲۳۹۵۷۷	۱۱۰۴۵۰	۱۳۷۵۳۱	۱۳۸۴۱۹
۲۰۱۲	۴۰۱۷۳۵۶	۸۱۲۵۶۶	۴۹۱۳۶۹	۴۲۲۲۳۳	۲۶۷۵۰۳	۲۴۱۲۵۴	۱۴۹۲۱۶	۲۰۹۵۲۵	۱۱۷۲۷۵	۱۶۷۸۵۴	۱۲۸۰۷۶
۲۰۱۳	۴۱۹۶۹۲۲	۸۵۶۷۱۳	۵۰۹۹۶۶	۴۷۳۶۶۶	۲۸۳۲۳۹	۲۷۹۲۸۹	۱۷۷۴۷۶	۲۰۳۳۰۵	۱۴۶۷۴۵	۱۴۹۶۴۷	۱۴۰۴۳۹
۲۰۱۴	۴۱۷۱۲۴۵	۷۳۱۸۹۴	۴۵۲۶۸۰	۴۴۴۷۳۷	۲۹۸۴۲۴	۲۷۶۴۸۳	۲۶۶۲۰۳	۲۵۷۸۵۷	۱۵۲۶۴۷	۱۵۲۵۴۱	۱۴۵۳۱۱

مأخذ: Trademap, 2014

همانگونه که جدول ۱-۱۴ نیز نشان می‌دهد، ترکیه، آمریکا و ایران رتبه‌های اول تا سوم را در مقادیر صادراتی داشته‌اند. سهم ایران از این میان از ۱۸/۴ درصد در سال ۲۰۰۱ به ۱۱/۸ درصد تنزل یافته که مهمترین دلیل آن ظهور کشورهایی مانند شیلی و چین و تا حدودی افغانستان در بازارهای جهانی انگور خشک کرده بوده است.

جدول (۱-۱۴): میزان صادرات انگور خشک کرده در جهان و کشورهای منتخب- تن

سال	جهان	ترکیه	امریکا	ایران	ازبکستان	شیلی	آفریقای جنوبی	آرژانتین	افغانستان	چین	یونان
۲۰۰۱	۶۴۲۳۷۰	۲۲۵۷۴۳	۱۰۰۳۰۱	۱۱۸۰۱۳	۱۶۶۳۵	۳۷۲۴۳	۲۴۰۲۳	۷۱۶۹	...	۱۲۳۳	۳۹۲۳۰
۲۰۰۲	۶۶۶۸۸۰	۲۰۵۲۱۲	۱۱۸۷۶۵	۱۲۸۶۲۶	۱۰۵۲۸	۳۸۶۴۷	۳۳۴۵۹	۱۶۸۰۰	...	۴۵۴۲	۲۷۶۳۴
۲۰۰۳	۶۷۶۴۱۶	۱۹۵۹۹۵	۱۱۹۳۵۹	۱۴۳۶۳۴	۱۰۱۵۶	۴۸۰۶۷	۳۴۱۲۱	۹۶۶۷	...	۷۷۷۸	۲۲۳۱۵
۲۰۰۴	۷۰۴۵۶۴	۲۱۱۸۹۴	۱۲۲۰۵۲	۱۳۷۹۱۹	۱۸۳۶۴	۴۴۷۲۳	۲۷۸۳۰	۱۸۱۸۲	...	۱۲۱۲۲	۲۳۱۲۲
۲۰۰۵	۷۳۴۶۲۶	۲۲۶۵۹۸	۱۱۰۲۱۲	۱۳۶۱۹۸	۲۱۸۰۲	۵۲۷۲۵	۲۱۹۷۷	۲۱۹۶۹	...	۱۳۳۹۲	۳۳۹۸۵
۲۰۰۶	۷۹۲۱۹۱	۲۴۴۲۱۳	۱۱۶۵۴۸	۱۴۸۰۳۵	۲۲۰۲۴	۵۹۳۶۲	۲۳۶۲۸	۱۹۱۲۱	...	۲۳۳۹۲	۳۴۷۰۷
۲۰۰۷	۸۳۰۳۴۲	۲۴۰۵۹۹	۱۲۱۶۲۲	۱۶۰۴۳۸	۳۰۶۱۷	۶۱۵۹۸	۴۱۱۲۳	۲۸۹۳۶	...	۲۵۷۵۳	۲۳۸۱۰
۲۰۰۸	۷۷۶۵۴۷	۱۹۹۲۳۴	۱۶۲۶۷۷	۱۰۴۳۴۹	۲۴۱۲۸	۶۵۶۰۷	۳۸۷۳۴	۲۳۹۵۱	...	۳۰۶۲۰	۲۹۵۶۵
۲۰۰۹	۸۰۶۱۵۳	۲۶۶۷۳۰	۱۵۳۱۹۶	۵۰۹۷۲	۲۴۹۴۵	۷۸۳۸۳	۲۳۱۸۱	۲۲۱۸۵	۳۲۷۳۵	۴۱۳۴۵	۳۰۸۶۴
۲۰۱۰	۸۳۰۰۷۵	۲۱۲۶۶۸	۱۵۷۶۹۵	۱۳۴۰۵۹	۲۳۰۴۷	۶۳۶۶۱	۴۰۳۸۳	۲۳۲۸۲	۲۴۰۷۱	۳۹۸۵۰	۳۱۹۲۳
۲۰۱۱	۸۱۵۴۸۷	۲۱۴۰۸۶	۱۴۸۳۸۱	۱۱۵۱۵۰	۲۷۱۸۷	۷۰۲۴۵	۱۶۹۵۰	۲۹۲۸۷	۲۸۴۱۲	۴۷۹۵۹	۳۶۷۸۹
۲۰۱۲	۸۱۲۲۵۳	۲۲۵۰۳۲	۱۳۰۳۷۴	۱۰۵۸۸۵	۲۹۷۷۷	۷۳۵۸۹	۲۴۹۲۳	۲۹۲۰۷	۲۰۳۰۷	۳۰۶۳۳	۲۹۶۳۸
۲۰۱۳	۸۲۵۸۲۴	۲۱۶۱۱۲	۱۳۳۶۳۲	۱۲۵۵۴۲	۱۸۲۰۲	۶۷۱۵۴	۳۲۱۹۴	۲۹۲۹۹	۱۸۷۲۴	۳۶۰۰۵	۲۰۵۶۹
۲۰۱۴	۸۰۶۹۱۸	۲۲۵۲۶۸	۱۵۲۶۰۶	۹۵۵۴۸	۲۹۰۸۸	۶۶۰۲۶	۳۵۰۴۱	۱۶۳۱۶	۳۵۹۵۶	۳۰۲۰۱	۲۳۳۴۹

مأخذ: Trademap, 2014

همانگونه که جدول مربوطه نشان می‌دهد، صادرات کل سیب در جهان از رقم ۵/۲ میلیون تن در سال ۲۰۰۱ به ۸/۷ میلیون تن در سال ۲۰۱۴ افزایش

یافته است که همانگونه که ملاحظه می‌شود، سهم اصلی این صادرات نیز مربوط به لهستان، ایتالیا، آمریکا، چین و شیلی خواهد بود.

جدول (۱-۱۵): میزان صادرات سیب در جهان و کشورهای منتخب- تن

سال	جهان	لهستان	ایتالیا	آمریکا	چین	شیلی	فرانسه	آفریقای جنوبی	نیوزلند	ایران	بلاروس
۲۰۰۱	۵۲۱۰۰۳۲	۲۴۱۵۵۲	۵۳۹۴۰۴	۷۰۲۶۱۶	۳۰۳۵۵۸	۴۶۷۱۸۸	۷۶۶۶۵۴	۲۳۸۶۱۴	۲۹۵۳۲۷	۸۹۰۸۱	۱۷۸۵۷
۲۰۰۲	۵۶۰۸۶۲۰	۳۲۷۸۲۳	۶۹۲۷۲۳	۵۹۶۱۲۶	۴۳۸۱۳۸	۴۱۶۳۵۸	۷۷۴۸۵۲	۲۵۶۴۴۴	۳۵۴۲۷۹	۹۲۰۷۸	۴۶۳۸
۲۰۰۳	۶۲۴۲۰۴۰	۳۴۸۶۵۶	۷۱۴۱۲۲	۵۴۶۲۸۶	۶۰۹۰۵۲	۵۹۶۲۰۵	۸۰۱۵۷۷	۳۲۵۸۰۹	۳۵۹۳۶۴	۱۰۸۸۷۳	۸۷۴۷
۲۰۰۴	۶۵۴۳۱۶۹	۴۳۳۵۵۰	۵۴۵۱۹۵	۴۹۱۶۷۶	۷۷۴۱۳۱	۷۳۸۶۸۳	۶۲۵۴۹۴	۳۰۵۱۹۰	۳۹۳۳۴۷	۱۲۰۵۰۷	۷۴۱۳
۲۰۰۵	۷۰۸۵۱۹۵	۴۲۶۲۸۰	۷۳۲۱۱۶	۶۸۵۴۳۶	۸۲۴۰۵۰	۶۳۷۳۲۶	۶۵۳۸۸۵	۲۶۲۷۴۵	۳۴۵۱۷۵	۱۳۲۳۲۷	۶۲۴۵
۲۰۰۶	۷۲۰۹۷۷۵	۳۹۸۳۷۰	۷۱۸۲۵۲	۶۴۹۶۶۱	۸۰۴۲۲۶	۷۲۵۰۴۴	۶۸۶۳۷۱	۲۶۷۸۶۳	۲۹۲۶۶۲	۲۲۶۷۸۷	۲۵۳۰۹
۲۰۰۷	۸۱۵۰۲۹۵	۴۴۹۷۳۴	۷۹۸۳۰۴	۶۶۳۴۶۵	۱۰۱۹۸۴۰	۷۷۴۹۰۷	۶۹۳۲۱۷	۳۳۴۳۳۶	۳۲۲۴۸۹	۳۴۲۲۴۶	۳۶۷۲
۲۰۰۸	۷۸۵۷۹۹۹	۴۰۷۳۴۷	۶۸۹۸۳۳	۷۱۲۵۲۷	۱۱۵۳۳۲۶	۷۶۰۴۴۳	۶۹۷۳۹۱	۳۵۸۱۱۹	۲۸۵۱۰۷	۳۵۶۳۷۸	۹۰۲
۲۰۰۹	۸۰۹۷۶۷۰	۷۶۰۱۶۵	۷۳۴۲۹۵	۸۱۶۱۶۷	۱۱۷۱۸۰۵	۶۷۸۱۸۴	۶۲۰۸۷۷	۳۳۸۸۲۹	۳۳۲۰۷۶	۲۶۸۱۱۷	۲۶۱۱
۲۰۱۰	۸۵۵۳۵۴۵	۷۰۵۳۱۹	۸۵۷۳۳۰	۷۹۱۲۰۳	۱۱۲۲۹۵۳	۸۴۲۱۳۱	۶۸۹۵۶۹	۳۹۵۲۳۳	۲۵۹۶۸۳	۴۲۱۴۲۴	۲۰۳۰
۲۰۱۱	۸۶۹۸۰۹۵	۵۲۶۴۷۵	۹۷۵۸۵۲	۸۳۳۴۱۷	۱۰۳۴۶۳۵	۸۰۱۴۷۰	۷۲۱۲۸۵	۷۱۳۵۶۸	۳۲۸۴۲۲	۱۳۳۳۱۸	۳۳۸۸۸
۲۰۱۲	۸۶۳۹۴۲۶	۹۴۱۶۷۸	۹۳۳۳۶۱	۸۷۴۰۰۴	۹۷۵۸۷۸	۷۶۱۹۸۴	۶۲۵۹۴۳	۵۸۰۹۹۲	۳۰۹۴۶۴	۲۰۰۲۹۴	۶۳۲۸۴
۲۰۱۳	۹۰۸۴۵۵۲	۱۲۱۶۲۹۴	۷۸۷۷۹۵	۸۹۱۲۳۵	۹۹۴۶۶۴	۸۳۳۲۵۱	۵۴۳۴۴۱	۴۸۲۴۳۵	۳۵۰۰۰۹	۴۳۳۹۹۶	۱۱۷۸۶۷
۲۰۱۴	۸۷۲۴۴۴۸	۱۰۲۶۵۹۳	۹۷۴۸۴۷	۸۸۸۶۳۲	۸۶۵۰۴۸	۸۲۰۱۸۴	۶۹۵۸۶۵	۳۸۱۸۶۵	۳۳۶۷۸۵	۳۲۴۰۰۱	۳۱۲۹۷۱

مأخذ: Trademap, 2014

همانگونه که جدول مربوطه نشان می‌دهد، صادرات کل کیوی در جهان از رقم ۷۶۲/۱۵ هزار تن در سال ۲۰۰۱ به ۱/۲۷ میلیون تن در سال ۲۰۱۴ افزایش

یافته است که همانگونه که ملاحظه می‌شود، سهم اصلی این صادرات نیز مربوط به نیوزلند، شیلی، یونان، بلژیک و ایران خواهد بود.

جدول (۱-۱۶): میزان صادرات کیوی در جهان و کشورهای منتخب- تن

سال	جهان	نیوزلند	ایتالیا	شیلی	یونان	بلژیک	ایران	هلند	فرانسه	آمریکا
۲۰۰۱	۷۶۲۱۴۵	۲۶۷۳۷۰	۲۷۷۰۷۳	۸۰۱۴۵	۲۹۶۰۴	۵۵۷۹	۸۳۵۰	۲۴۷۰۱	۳۱۵۵۴	۱۲۳۷۳
۲۰۰۲	۶۸۶۰۵۸	۲۵۰۶۳۲	۲۵۰۱۲۱	۶۱۸۵۹	۱۵۳۱۳	۳۰۵۰	۹۷۰۶	۲۶۵۸۳	۲۹۶۹۲	۱۰۵۴۲
۲۰۰۳	۷۷۴۸۶۸	۲۶۰۰۲۵	۲۶۵۵۲۹	۱۱۳۸۱۳	۱۶۹۹۴	۵۹۸۲	۱۳۰۳۱	۲۶۱۳۴	۳۰۲۶۸	۱۰۱۵۶
۲۰۰۴	۸۸۵۴۵۶	۳۲۳۱۲۸	۲۶۵۷۹۱	۱۳۲۲۹۹	۲۸۶۰۲	۶۰۷۴	۲۸۹۸۰	۲۵۱۲۶	۲۷۰۵۷	۱۲۴۱۳
۲۰۰۵	۱۰۳۰۲۶۶	۳۳۸۶۶۵	۳۰۲۲۸۲	۱۳۱۴۸۷	۳۷۷۵۱	۱۰۷۹۹۸	۲۲۶۶۰	۲۷۶۸۰	۲۴۳۵۹	۱۲۱۰۱
۲۰۰۶	۱۰۹۴۳۹۹	۳۳۶۹۱۵	۳۳۱۰۱۲	۱۴۷۳۶۲	۳۰۳۶۹	۹۵۷۱۵	۲۳۴۸۱	۲۷۲۴۰	۲۷۵۱۳	۱۶۴۸۱
۲۰۰۷	۱۱۸۲۱۵۰	۳۷۷۵۶۲	۳۴۴۷۲۲	۱۶۰۰۹۷	۳۵۶۳۱	۹۹۵۰۴	۲۵۴۲۲	۲۵۷۸۸	۲۸۸۹۵	۱۳۹۴۶
۲۰۰۸	۱۲۵۲۶۵۷	۴۱۵۵۶۳	۳۱۳۷۹۳	۱۶۰۱۱۱	۴۳۲۸۲	۱۲۱۱۵۹	۴۶۱۷۹	۴۲۰۲۱	۲۶۷۱۴	۱۵۵۰۰
۲۰۰۹	۱۳۱۷۷۴۱	۳۹۹۳۷۶	۳۸۴۵۴۷	۱۸۲۶۵۳	۶۲۶۳۷	۱۱۰۴۴۷	۴۴۴۴۳	۲۹۵۲۳	۲۳۶۲۳	۱۲۳۹۵
۲۰۱۰	۱۳۱۵۳۸۵	۳۶۷۱۶۲	۳۷۰۵۸۰	۱۸۳۴۲۰	۸۰۰۷۰	۱۰۸۳۱۳	۴۸۸۵۰	۳۰۹۱۸	۲۶۰۱۸	۱۲۷۹۵
۲۰۱۱	۱۴۰۰۶۴۳	۴۴۳۴۴۵	۳۵۸۷۸۳	۱۷۸۵۹۹	۶۹۴۳۹	۱۱۸۰۶۲	۷۸۴۷۹	۲۹۰۹۸	۲۲۲۲۹	۱۳۴۹۳
۲۰۱۲	۱۴۵۶۰۰۰	۴۱۵۳۷۰	۳۶۰۱۸۸	۲۱۸۳۷۵	۱۱۷۳۸۷	۹۹۹۴۵	۷۴۸۱۲	۳۰۵۸۴	۲۳۷۴۷	۱۵۵۸۳
۲۰۱۳	۱۳۵۰۰۶۶	۳۶۱۹۸۴	۳۴۰۸۳۹	۲۱۷۸۷۸	۹۸۸۱۲	۸۸۹۵۷	۷۶۳۱۰	۳۴۷۱۶	۲۸۱۶۴	۱۴۹۸۰
۲۰۱۴	۱۲۷۲۵۴۱	۳۹۲۰۲۵	۳۴۰۴۳۱	۱۰۳۶۹۱	۱۰۱۷۷۵	۸۸۷۱۳	۸۲۲۴۱	۲۹۷۲۰	۲۳۶۰۹	۱۵۶۰۵

مأخذ: Trademap, 2014

الف) گندم

نتایج نشان می‌دهد که مقدار واردات گندم در جهان از ۱۰۵/۵ میلیون تن در سال ۲۰۰۱ به بیش از ۱۴۵ میلیون تن در سال ۲۰۱۴ افزایش یافته است. همانگونه که ملاحظه می‌شود، بیشترین سهم وارداتی در این محصول مربوط به واردات الجزایر، اندونزی و ایتالیا می‌باشد.

ب) جو

نتایج نشان می‌دهد که مقدار واردات جو در جهان از ۶۳۴/۱۶ میلیون تن در سال ۲۰۰۱ به بیش از ۳۲ میلیون تن افزایش یافته است. همانگونه که ملاحظه می‌شود، بیشترین سهم وارداتی در این محصول مربوط به واردات چین، عربستان سعودی، بلژیک و ایران مرتبط می‌باشد. لذا ایران از واردات جو در جهان سهم قابل توجهی را نصیب خود کرده است. بطوریکه سهم ایران در بازار جهانی واردات جو ۵/۷ طی سال‌های اخیر بوده است.

ج) ذرت

نتایج نشان می‌دهد که مقدار واردات ذرت در جهان از ۸۱/۹۸ میلیون تن در سال ۲۰۰۱ به بیش از ۱۴۲/۰۸ میلیون تن افزایش یافته است. همانگونه که ملاحظه می‌شود، بیشترین سهم وارداتی در این محصول مربوط به واردات ژاپن، مکزیکم و کره جنوبی مرتبط می‌باشد. به عبارتی دیگر ایران نیز جزو کشورهایی است که واردات قابل توجهی از ذرت داشته است. این واردات از ۱/۲ میلیون تن و به ۴/۷ میلیون تن رسیده است.

د) برنج

نتایج نشان می‌دهد که مقدار واردات برنج در جهان از ۲۳/۱ میلیون تن در سال ۲۰۰۱ به بیش از ۴۰/۳۰ میلیون تن افزایش یافته است. همانگونه که ملاحظه می‌شود، بیشترین سهم وارداتی در این محصول مربوط به ایلام، چین، عربستان سعودی و سنگال مرتبط می‌باشد.

ه) شیر و فراورده

نتایج نشان می‌دهد که مقدار واردات شیر در جهان از ۱۷/۶۴ میلیارد دلار در سال ۲۰۰۱ به بیش از ۴۰/۸ میلیارد دلار افزایش یافته است. همانگونه که ملاحظه می‌شود، بیشترین سهم وارداتی ارزشی در این محصول مربوط به آمریکا، چین، آلمان و انگلیس می‌باشد.

ه) گوشت

در نهایت در مورد محصول گوشت نیز نتایج نشان می‌دهد که مقدار واردات گوشت در جهان از ۴۱/۲۲ میلیارد دلار در سال ۲۰۰۱ به بیش از ۱۱۳/۲۷ میلیارد دلار افزایش یافته است. همانگونه که ملاحظه می‌شود، بیشترین سهم وارداتی ارزشی در این محصول مربوط به ژاپن، آلمان، انگلیس و روسیه می‌باشد.

و) شکر

در مورد محصول شکر نیز نتایج نشان می‌دهد که در سال‌های اخیر آمریکا بیشترین میزان واردات را داشته که در سال ۲۰۱۴ این رقم معادل بیش از ۴۲۰۰ میلیون دلار بوده است که حدود ۱۰ درصد از واردات کل جهانی خواهد بود و پس از این کشور، چین سهمی نصف این میزان (۵ درصد) داشته است. بیشترین سهم وارداتی ارزشی در مورد پنبه مربوط به کشورهای آمریکا، چین، آلمان، انگلستان و اندونزی بوده است.

ز) سویا

بیشترین واردات سویا نیز توسط چین در سال‌های اخیر وارد شده است، بطوریکه این کشور به تنهایی بیش از ۶۱ درصد ارزش واردات جهانی را به خود اختصاص داده است. پس از چین کشورهای هلند، مکزیک، آلمان و اسپانیا به سهم ۳/۴۰، ۲/۹، ۲/۸ و ۲/۶ درصد در رتبه‌های بعدی قرار دارند.



ح) پنبه

در مورد محصول پنبه نیز واردات چین بیش از سایر کشورها بوده و این کشور به تنهایی بیش از ۲۰ درصد واردات پنبه جهانی را به لحاظ ارزشی به خود اختصاص داده و کشورهای بنگلادش، ویتنام، ترکیه و هنگ کنگ به ترتیب با سهم ۷/۸، ۴/۵، ۴/۳ و ۴/۲ درصد در رتبه‌های بعدی واردات قرار گرفته‌اند.

جدول (۱-۱۷): واردات گندم در کشورهای مهم واردکننده- هزار تن

کشور	۲۰۰۱	۲۰۰۲	۲۰۰۳	۲۰۰۴	۲۰۰۵	۲۰۰۶	۲۰۰۷	۲۰۰۸	۲۰۰۹	۲۰۱۰	۲۰۱۱	۲۰۱۲	۲۰۱۳	۲۰۱۴	۲۰۱۵
جهان	۱۰۵۵۴۳٫۷	۱۱۷۰۲۱٫۳	۱۰۴۰۶۱٫۱	۱۰۸۶۳۵٫۶	۱۱۸۶۰۹٫۶	۱۳۲۱۸۳٫۶	۱۲۹۵۰۹٫۰	۱۲۷۷۴۹٫۰	۱۳۰۲۷۵٫۰	۱۳۷۵۴۳٫۷	۱۴۳۵۳۳٫۱	۱۵۱۱۰۸٫۲	۱۴۵۵۸۸٫۷
مصر	۴۴۱۲٫۹۴	۵۵۷۴٫۷۴۷	۴۰۵۷٫۲۳	۴۳۶۳٫۴۶۸	۵۶۸۷٫۷۶	۵۸۱۶٫۹۱	۵۹۱۱٫۰۳۶	۴۰۷۷٫۵۴۳	۴۰۵۹٫۹۲۷	۹۹۲۶٫۵۷۸	۹۸۰۰۰٫۰۶	۸۳۴۶٫۸۶۹	۱۲۲٫۵۴۱	۱۲۵۱٫۵	۸۶۶۷٫۵
الجزایر	۴۵۲۸	۶۰۰۰٫۰۳۸	۵۱۸۲٫۷۷۶	۵۰۲۴٫۴۴	۵۶۸۵٫۲۴	۷۸۰۴٫۱۶۵	۴۸۵۵٫۸۸۱	۶۴۸۶٫۵۳۱	۵۷۱۹٫۷۲۸	۵۲۳۲٫۳۷۲	۷۴۵۴٫۶۰۲	۶۳۴۷٫۲۳۱	۶۳۰۴٫۲۳۴	۷۴۱۷	۸۱۰۸٫۵
اندون	۲۷۱۷٫۶۰۸	۴۲۵۰٫۲۷۲	۳۵۰۲٫۳۷	۴۵۴۴٫۲۶۶	۴۴۲۸٫۵۱	۴۴۸۲٫۸۰۶	۴۶۱۵٫۶۹۴	۴۴۹۷٫۱۹۳	۴۶۵۵٫۲۸۶	۴۸۱۰٫۵۳۹	۵۶۰۴٫۸۶	۶۲۵۰٫۴۹	۶۷۳۷٫۵۱۲	۷۴۳۲٫۶	۷۴۱۲٫۰
ایتالیا	۷۷۰۵٫۷۳	۷۸۶۱٫۲۲۹	۷۱۲۶٫۱۵۸	۶۴۷۰٫۰۴	۶۶۲۵٫۳۰۹	۷۳۳۹٫۷۲	۶۲۹۴٫۳۲۲	۵۵۳۲٫۸۳۱	۶۵۲۲٫۶۵۱	۷۴۹۹٫۷۷۵	۷۳۷۶٫۸۷۴	۶۱۰۸٫۵۶	۵۸۱۰٫۳۶۲	۷۴۸۳٫۴	۷۱۴۸٫۳
هلند	۳۹۳۳٫۹۵۸	۴۱۴۴٫۷۹۶	۲۸۳۴٫۵۷	۳۷۱۲٫۰۵	۳۳۶۶٫۰۲۶	۴۱۸۳٫۸۲	۴۸۴۷٫۶۸	۴۸۶۶٫۶۹۵	۲۳۷۱٫۶۸	۵۲۵۴٫۵۸۴	۴۴۰۰٫۵۴۵	۴۰۸۷٫۲۸۸	۳۹۸۳٫۸۹۸	۴۴۹۳٫۹	۵۹۲۸٫۱
ژاپن	۵۵۲۱٫۲۵۱	۵۸۶۲٫۸۲۶	۵۲۴۶٫۱۴۱	۵۴۹۰٫۲۵	۵۴۷۲٫۳۸	۵۳۳۷٫۱۴	۵۲۷۵٫۱۴۹	۵۷۸۰٫۷۲	۴۷۰۲٫۵۶۵	۵۴۷۵٫۶۲۱	۶۲۱۴٫۲۶۶	۵۹۷۰٫۲۷۴	۶۱۹۹٫۵۶۲	۵۷۵۹٫۴	۵۵۳۰٫۶
اسپانیا	۴۱۵۷٫۱۰۷	۶۴۷۵٫۸۹۱	۳۸۶۹٫۸۸۹	۴۴۲۳٫۷۵	۷۷۲۶٫۱۴	۵۴۳۲٫۱۳	۳۴۸۷٫۱۷۴	۴۵۵۰٫۱۵۶	۶۶۸۴٫۶۷۴	۴۵۹۵٫۲۱۵	۴۲۹۳٫۲۵۴	۵۴۶۶٫۳۱۵	۳۴۰۱٫۴۸۱	۴۸۳۳٫۱	۵۴۸۶٫۶
برزیل	۷۰۱۱٫۷۹۸	۶۵۷۲٫۲۲۸	۶۶۱۱٫۹۲۶	۴۸۴۷٫۸۵	۴۹۸۸٫۱۲	۶۵۳۱٫۱۷۸	۶۶۳۸٫۰۱	۶۰۳۲٫۶۹۱	۵۴۴۵٫۶۰۳	۶۳۲۳٫۲۰۶	۵۷۴۰٫۴۵۱	۶۴۴۱٫۷۶۵	۷۲۷۳٫۲۷۹	۵۷۸۳٫۰	۵۱۷۰٫۴
تایلند	۸۱۱٫۶۲	۸۷۷٫۱۷	۷۸۱٫۵۱۷	۹۴۹٫۳۵	۱۱۴۸٫۳۶	۱۰۰۶٫۰۶	۸۵۶٫۷۶۵	۶۹۵٫۶۴۳	۱۱۰۴٫۸۶۳	۱۶۹۹٫۵۶	۱۴۲۶٫۲۱	۲۵۸۱٫۹۸۷	۱۷۵۸٫۹۲	۱۵۵۷٫۵	۴۵۵۶٫۰
آلمان	۱۳۹۶٫۱۰۲	۱۶۹۶٫۱۴۲	۱۵۴۰٫۷۹	۹۶۶٫۳۷۲	۱۷۱۱٫۹۳	۲۱۸۰٫۸۰	۲۰۵۵٫۳۵۲	۲۵۸۲٫۷۶۸	۴۰۶۸٫۳۲۶	۳۹۹۲٫۳۰۶	۴۳۴۶٫۱۸۲	۳۵۱۷٫۵۲۹	۳۸۸۳٫۹۱۹	۴۳۲۴٫۴	۴۴۷۴٫۷

... در این سال‌ها داده برای کل جهان گزارش نشده است

Trade Mpa, 2015 مأخذ:

جدول (۱-۱۸): واردات جو در کشورهای مهم واردکننده- هزار تن

کشور	۲۰۰۱	۲۰۰۲	۲۰۰۳	۲۰۰۴	۲۰۰۵	۲۰۰۶	۲۰۰۷	۲۰۰۸	۲۰۰۹	۲۰۱۰	۲۰۱۱	۲۰۱۲	۲۰۱۳	۲۰۱۴	۲۰۱۵
جهان	۶۳۴۱۸۲٫۷۲	۴۲۸۴۸٫۲۳	۱۸۴۹۳٫۰۶	۲۰۸۹۲٫۲۷	۲۳۷۴۴٫۸۰	۲۴۱۴۰٫۹۹	۲۲۳۳۹٫۵۷	۲۶۰۹۷٫۹۶	۲۲۷۰۱٫۵۵	۲۵۱۵۵٫۳۱	۲۴۸۹۱٫۷۴	۲۶۹۵۶٫۱۸	۳۰۵۵۹٫۰۷	۳۱۹۳۲٫۷۱	...
چین	۲۳۶۸٫۰۱	۱۹۰۷٫۱۴	۱۳۶۲٫۷۲	۱۷۰۶٫۹۵	۲۱۷۹٫۲۱	۲۱۳۱٫۱۰	۹۱۳٫۲۰	۱۰۷۶٫۲۶	۱۷۳۸٫۴۹	۲۳۶۷٫۱۶	۱۷۷۵٫۵۲	۲۵۲۷٫۶۶	۲۳۳۵٫۱۶	۵۴۱۳٫۲۸	۱۰۷۳۱٫۷۹
عربستان سعودی	۳۲۴۴٫۷۱	۳۷۸۹٫۹۴	۴۰۴۰٫۷۴	۲۸۸۵٫۹۷	۵۹۷۹٫۷۳	۷۵۹۰٫۹۷	۷۰۹۸٫۶۴	۷۴۹۹٫۲۱	۵۹۶۰٫۲۴	۷۲۰۶٫۷۲	۶۳۵۱٫۶۲	۸۳۱۷٫۳۳	۱۰۵۴۶٫۳۱	۷۵۵۱٫۹۳	۶۴۹۴٫۴۶
بلژیک	۱۲۹۷٫۹۳	۱۱۹۷٫۲۵	۱۲۰۶٫۵۴	۱۳۲۴٫۳۳	۱۳۸۳٫۴۴	۱۵۴۸٫۶۶	۱۴۶۴٫۴۹	۱۶۹۰٫۳۴	۱۶۲۰٫۳۴	۱۹۰۵٫۲۹	۱۶۸۴٫۶۱	۱۷۸۴٫۵۶	۱۹۶۸٫۹۹	۱۷۲۴٫۰۲	۱۵۹۵٫۵۶
ایران	۹۲۴٫۳۰	۲۴۸۰	۱۹۱٫۱۰	۸۴۴٫۵۰	۱۲۰۹٫۳۰	۳۷۵٫۰۰	۱۹۹٫۷۰	۱۳۳۴٫۰۰	۱۲۹۶٫۰۰	۳۷۰٫۶۰	۱۱۳۱٫۱۰	۱۶۰۳٫۵۰	۶۵۳٫۳۰	۱۹۰۸٫۳۰	۱۸۷۵٫۹۵
هلند	۸۲۷٫۷۸	۱۰۲۸٫۶۵	۹۴۴٫۰۹	۱۱۵۱٫۰۷	۹۵۳٫۲۸	۱۵۴۴٫۹۶	۱۴۵۵٫۰۳	۱۴۷۰٫۹۷	۷۶۸۸٫۵	۲۰۱۴٫۲۱	۱۹۵۶٫۲۳	۱۶۰۰٫۶۸	۱۹۵۵٫۴۹	۱۸۹۳٫۴۵	۱۴۹۴٫۶۹
آلمان	۷۶۵٫۲۲	۸۳۱٫۴۶	۷۸۳٫۸۷	۷۱۲٫۸۷	۷۲۰٫۰۳	۱۰۲۳٫۶۳	۱۲۰۴٫۵۴	۱۲۰۴٫۴۴	۱۱۹۵٫۳۵	۱۲۳۱٫۷۲	۱۳۳۸٫۶۸	۱۴۰۸٫۸۹	۱۱۶۰٫۳۱	۱۲۰۵٫۲۵	۱۳۹۱٫۹۸
ژاپن	۱۴۱۰٫۹۷	۱۳۵۱٫۶۱	۱۴۴۱٫۹۵	۱۴۳۸٫۹۷	۱۴۲۹٫۹۱	۱۳۸۲٫۹۸	۱۴۰۶٫۰۴	۱۲۹۴٫۸۵	۱۳۹۰٫۸۶	۱۴۱۸٫۲۱	۱۳۱۳٫۱۷	۱۳۱۹٫۳۲	۱۳۲۳٫۹۷	۱۲۴۱٫۲۶	۱۱۱۰٫۹۴
اسپانیا	۸۳۳٫۳۸	۱۵۷۵٫۵۷	۵۹۸٫۴۵	۱۱۶۰٫۷۵	۱۹۵۶٫۱۴	۱۳۳۶٫۰۲	۳۱۷٫۷۷	۳۲۲٫۳۴	۱۵۹۳٫۹۸	۹۱۸٫۴۵	۹۸۲٫۸۹	۲۷۵٫۴۵	۳۱۲٫۹۶	۴۰۱٫۹۶	۸۲۶٫۲۷
ایتالیا	۷۵۳٫۷۵	۹۵۹٫۹۶	۹۶۳٫۱۵	۱۲۴۹٫۱۵	۸۳۹٫۹۷	۷۳۸٫۵۲	۶۵۱٫۹۷	۶۱۱٫۸۵	۶۵۲٫۲۶	۸۵۴٫۷۷	۹۱۵٫۸۳	۴۹۷٫۷۳	۶۳۷٫۹۹	۶۳۹٫۲۳	۶۵۹٫۷۴

... در این سال‌ها داده برای کل جهان گزارش نشده است

Trade Mpa, 2015 مأخذ:

جدول (۱-۱۹): واردات ذرت در کشورهای مهم واردکننده- هزار تن

کشورها	۲۰۰۱	۲۰۰۲	۲۰۰۳	۲۰۰۴	۲۰۰۵	۲۰۰۶	۲۰۰۷	۲۰۰۸	۲۰۰۹	۲۰۱۰	۲۰۱۱	۲۰۱۲	۲۰۱۳	۲۰۱۴	۲۰۱۵
جهان	۸۱۹۷۷،۵۸	۸۷۶۲۲،۴۷	۸۲۱۸۸،۴۱	۷۷۲۰۶،۷۳	۸۲۲۶۲،۳۹	۹۳۰۰۵،۵۲	۱۰۵۳۸۸،۸۴	۱۰۳۱۳۵،۰۷	۱۰۰۱۸۲،۷۹	۱۰۳۱۹۷،۰۵	۱۰۹،۹۴	۱۲۰،۴۵	۱۲۷۵۲۹،۹۵	۱۴۲۰۸۴،۵۲	---
ژاپن	۱۶۲۲۱،۶۸	۱۶۴۲۰،۵۶	۱۷۰۶۴،۲۵	۱۶۴۷۹،۴۴	۱۶۶۵۵،۹۱	۱۶۸۸۳،۳۱	۱۶۶۲۷،۵۹	۱۶۴۶۰،۱۶	۱۶۲۹۴،۳۵	۱۶۱۸۸،۰۶	۱۵۲۸۴،۵۸	۱۴۸۹۵،۰۴	۱۴۴۰۰،۹۷	۱۵۰۳۵،۰۰	۱۴۷۰۷،۱۴
مکزیک	۶۱۷۴،۰۲	۵۵۱۲،۹۱	۵۷۶۴،۱۵	۵۸۰۲،۸۴	۵۷۴۳،۶۸	۷۶۰۹،۹۴	۷۹۵۴،۷۳	۹۱۴۵،۹۹	۷۲۶۰،۶۲	۷۸۴۹،۰۰	۹۴۷۶،۱۷	۹۵۱۵،۰۷	۷۱۵۳،۰۳	۱۰۴۰۷،۰۱	۱۲۱۴۵،۳۰
کره جنوبی	۸۴۸۱،۸۳	۹۱۲۵،۵۸	۸۷۸۲،۳۶	۸۳۷۱،۰۱	۸۵۳۳،۲۵	۸۶۶۹،۶۵	۸۵۷۹،۰۳	۹۰۲۱،۰۰	۷۳۳۴،۳۲	۸۵۴۰،۹۷	۷۷۵۸،۶۶	۸۲۲۰،۱۸	۸۷۲۲،۶۸	۱۰۲۲۱،۲۱	۱۰۳۴۹،۶۳
ویتنام	۸۷،۱۷	۱۷۳،۷۶	۲۶۰،۳۵	۶۰،۶۲	۱۸۸،۳۱	۴۷۵،۱۹	۷۶۲،۰۸	۱۰۴۸،۹۷	۱۳۳۵،۸۵	۱۸۷۲،۸۰	۲۰۷۶،۳۳	۱۶۱۵،۵۰	۲۱۸۶،۴۹	۴۷۶۴،۰۳	۷۳۳۳،۲۲
اسپانیا	۲۸۲۹،۶۵	۳۵۵۵،۷۱	۳۹۲۲،۹۳	۲۷۷۵،۰۸	۴۳۹۸،۶۲	۴۳۳۳،۲۳	۶۷۵۶،۶۱	۵۴۵۸،۱۷	۴۰۶۴،۱۸	۳۹۵۵،۰۱	۴۷۷۸،۹۹	۶۰۶۴،۳۶	۵۵۲۴،۲۷	۶۲۵۸،۸۴	۶۹۶۰،۴۴
مصر	۴۷۹۷،۲۳	۴۷۲۰،۵۷	۴۰۵۲،۶۲	۲۴۲۸،۸۷	۵۰۹۴،۹۹	۳۷۶۹،۳۷	۴۴۷۳،۷۰	۲۵۴۷،۰۸	۱۹۳۵،۴۴	۵۱۹۷،۹۶	۷۰۴۷،۸۶	۹۸۳۹،۵۱	۱۶۲۲۸،۵۴	۱۰۹۴۰،۸۵	۵۰۱۴،۳۶
هلند	۱۹۱۵،۷۳	۲۰۵۴،۲۵	۱۹۹۶،۵۸	۲۲۰۴،۷۳	۲۲۲۳،۶۷	۲۳۹۷،۴۲	۳۴۴۸،۳۴	۳۵۵۶،۵۷	۳۱۴۶،۳۳	۲۹۱۱،۵۸	۳۴۸۲،۵۶	۴۰۳۰،۸۱	۴۶۴۹،۵۷	۵۴۴۸،۶۴	۵۰۱۰،۰۳
ایران	۱۲۲۸،۵۰	۱۷۱۱،۱۰	۱۷۰۵،۲۰	۲۶۲۹،۷۰	۱۹۹۹،۸۰	۲۱۱۴،۱۰	۲۹۰۸،۳۰	۲۶۸۳،۴۰	۳۳۹۷،۰۰	۳۸۵۴،۰۰	۳۹۳۴،۰۰	۳۳۲۵،۳۰	۴۹۳۵،۵۰	۴۰۲۵،۹۰	۴۷۳۲،۱۵
چین	۳۶،۱۱	۶،۳۲	۰،۱۲	۲،۳۷	۳،۹۸	۶۵،۲۲	۳۵،۲۰	۴۹،۱۷	۸۳،۵۸	۱۵۷۲،۳۹	۱۷۵۲،۸۳	۵۲۰۷،۱۱	۳۲۶۴،۸۹	۲۵۹۸،۴۶	۴۷۳۰،۰۴
کلمبیا	۱۷۶۹،۹۹	۲۰۹۸،۶۸	۲۰۳۱،۶۷	۲۲۷۲،۰۸	۲۴۶۵،۴۲	۳۲۴۴،۳۷	۳۳۲۲،۸۳	۳۳۲۴،۲۱	۳۲۴۵،۰۴	۳۶۱۳،۹۰	۲۸۲۰،۳۳	۳۲۰۰،۳۴	۳۶۳۵،۲۸	۳۹۶۱،۵۷	۴۷۱۷،۶۴

... در این سالها داده برای کل جهان گزارش نشده است

مأخذ: Trade Mpa, 2015

جدول (۱-۲۰): واردات برنج در کشورهای مهم واردکننده- هزار تن

کشور	۲۰۰۱	۲۰۰۲	۲۰۰۳	۲۰۰۴	۲۰۰۵	۲۰۰۶	۲۰۰۷	۲۰۰۸	۲۰۰۹	۲۰۱۰	۲۰۱۱	۲۰۱۲	۲۰۱۳	۲۰۱۴	۲۰۱۵
جهان	۲۳۱۰۲،۶۳۸	۴۳۴۳۵،۴۹	۳۷۸۶۳،۸۴۲	۲۶۳۶۹،۹۱۷	۲۸۸۱۳،۰۵۱	۳۰۵۶۴،۳۹۳	۳۲۴۹۷،۵۶۱	۳۲۳۷۶،۰۱۹	۲۹۲۷۷،۱۷۳	۳۱۳۸۴،۴۶۱	۳۳۸۲۹،۲۵۲	۳۶۳۱۸،۶۴۵	۴۳۵۲۹،۵۸	۴۰۲۷۳،۲۷۷	...
باهاما	۸،۷۰۱	۷،۱۲۹	۷،۹۰۵	۷،۶۳۱	۷،۶۷۴	۸،۲۸۳	۸،۳۷۷	۷،۷۰۴	۲،۳۴۵	۲،۴۰۷	۲،۱۰۳	۲،۰۶۲	۱،۶۷۳	۲،۲۳۲	۶۲۲۹،۹۷۸
چین	۲۶۹،۱۴۶	۲۳۶،۱۸۸	۲۵۶،۹۹۷	۷۵۶،۴۹۸	۵۱۴،۱۸۱	۷۱۸،۹۸۹	۴۷۲،۳۴۱	۲۹۵،۵۷	۳۳۷،۵۳۷	۳۶۶،۱۷۱	۵۷۸،۳۸۳	۲۳۴۴،۶۲۲	۲۲۴۴،۳۱۷	۲۵۵۶،۵۴۹	۳۳۴۹،۹۸۳
عربستان سعودی	۷۶۵،۰۴۴	۶۶۹،۴۴۹	۶۸۶،۳۷۸	۱۰۴۵،۷۹	۱۱۰۶،۳۵۲	۹۶۸،۲۲۳	۹۸۶،۷۴۵	۱۲۴۲،۷۹۳	۱۳۳۱،۰۳	۱۳۰۲،۲۸	۱۱۲۲،۶۳۶	۱۲۲۴،۹۵۷	۱۲۷۱،۷۸۳	۱۴۲۷،۷۷	۱۶۰۳،۷۶۹
سنگال	۶۸۲،۰۰۸	۸۵۶،۲۶۹	۸۹۰،۰۴۴	۸۲۲،۵۴۴	۱۳۵۱،۵۴	۷۰۵،۸۸۸	۱۰۵۶،۴۳۲	۱۰۱۲،۸۸۷	۷۷۱،۷۶۲	۶۹۷،۳۰۹	۸۰۷،۸۸۸	۱۰۴۰،۸۵۶	۱۱۲۳،۸۴۲	۱۱۱۱،۳۵۷	۱۳۷۱،۷۷۱
ساحل عاج	۶۴۰،۲۰۵	۷۱۵،۹۶۶	۷۳۵،۷۵۷	۷۱۵،۳۷۹	۸۰۸،۲۰۵	۹۰۳،۲۱۵	۸۰۸،۷۵۳	۷۵۶،۶۸	۱۱۰۵،۸۲	۸۳۷،۹۳۸	۹۳۵،۰۱۲	۱۲۶۷،۷۲	۸۰۲،۸۴۷	۹۵۲،۶۰۱	۱۱۳۲،۹۹۹
فیلیپین	۸۱۰،۹۰۳	۱۲۰۰،۵۸۸	۸۸۸،۹۸۴	۱۰۰۳،۴۱۴	۱۸۲۹،۶۰۴	۱۷۲۳،۲۷۷	۱۸۰۹،۸۲۸	۲۴۳۸،۹۳۲	۱۷۸۴،۱۴۱	۲۳۸۶،۲۱۷	۷۰۹،۷۹۸	۱۰۲۲،۸۰۱	۴۰۵،۲۰۲	۱۰۷۹،۴۷	۱۱۰۰،۰۶۷
عراق	۵۲۸،۶۲۶	۵۰۱،۶۹۵	۳۶۸،۷۴۴	۵۱۸،۶۳۹	۵۸۴،۶۴۲	۸۴۳،۳۴۷	۷۹۸،۷۰۶	۱۰۹۶،۹۲۷	۱۰۸۷،۰۳۶	۹۳۱،۴۴۵	۱۰۳۱،۳۸۹	۱۰۰۵،۹۶۸	۸۹۰،۰۷۳	۹۴۲،۰۸	۱۰۵۱،۱۸۹
مالزی	۶۹۲،۳۸۳	۹۵۵،۱۱۲	۴۵۹،۱۱۹	۸۶۴،۷۴۱	۸۳۶،۲۲۱	۱۲۴۰،۳۶۱	۷۹۳،۰۵۳	۸۹۳،۰۶۶	۹۶۹،۲۶۷	۱۱۸۱،۶۲۳	۱۰۵۲،۶۳۵	۱۳۸۴،۸۸۶	۱۳۱۹،۹۹	۱۰۷۲،۶۲۸	۹۹۱،۷۴
امارات	۷۱۰۳۰۵	...	۱۰۴۰۰۸۲	۱۲۹۴۴۶۴	۹۴۵،۸۳۲	۷۲۷،۰۰۹	۸۸۸،۹۳۱	۹۹۱،۳۱۵
بنین	۳۹،۷۱۵	۱۳۴،۰۸۴	۲۱۱،۹۱۷	۲۰۸،۰۹۹	۳۷۸،۱۶۶	۴۰۴،۸۵۶	۶۸۱،۶۷۳	۶۹۷،۶۷	۶۸۲،۷۲۸	۶۵۸،۷۵	۲۷۱،۷۵	۵۶۱،۰۷۳	۱۳۹۰،۳۵۹	۱۳۹۷،۷۷۱	۹۷۶،۶۹۵

... در این سالها داده برای کل جهان گزارش نشده است

Trade Mpa, 2015 مأخذ:

جدول (۱-۲۱): واردات شیر در کشورهای مهم واردکننده - میلیون دلار

کشور	۲۰۰۱	۲۰۰۲	۲۰۰۳	۲۰۰۴	۲۰۰۵	۲۰۰۶	۲۰۰۷	۲۰۰۸	۲۰۰۹	۲۰۱۰	۲۰۱۱	۲۰۱۲	۲۰۱۳	۲۰۱۴	۲۰۱۵
جهان	۱۷۶۴۰	۱۷۳۱۳	۱۹۲۴۸	۲۱۱۲۰	۲۵۹۱۰	۳۰۱۱۰	۳۲۱۶۵	۳۴۵۱۴	۳۵۳۰۵	۴۵۳۳۳	۵۷۷۶۱	۵۴۱۱۶	۵۲۳۰۳	۴۹۰۹۵	۴۰۸۰۲
آمریکا	۱۶۴۷۰	۱۸۲۶۵۷	۲۰۵۴۹	۲۱۲۱۲	۲۵۲۲۵	۳۱۰۴۹	۲۶۲۳۱	۲۹۹۴۲	۳۰۴۱۶۹	۳۹۴۰۹	۴۹۶۲۶۹	۴۵۵۲۳	۳۹۸۸۸	۴۱۴۸۵	۴۲۱۵۵
چین	۳۷۶۲۲	۲۷۹۷۰	۲۱۵۸۱	۳۳۶۱۸	۴۵۱۴۰	۶۱۷۷۰	۴۸۵۶۶	۴۲۴۰۶	۴۷۶۹۸	۱۰۳۳۹	۲۱۳۱۹	۲۵۴۳۳	۲۳۶۳۶۲	۱۷۸۲۶۵	۲۰۸۰۱
آلمان	۷۴۲۴۰	۸۱۵۱۳	۱۰۷۵۳	۱۲۹۱۶	۱۴۰۱۹	۱۴۱۵۳	۱۵۷۹۷	۱۹۴۵۱	۱۷۷۵۰	۱۶۲۴۸	۱۹۴۴۸	۲۰۸۱۹	۲۱۹۱۱	۲۱۲۶۲۶	۱۸۱۷۸
انگلیس	۱۰۹۸۴	۱۱۳۰۷	۱۳۴۸۳	۱۵۶۴۹	۱۶۶۱۰۶	۱۷۰۰۷	۱۸۹۲۵	۲۰۶۲۷	۱۸۲۳۲	۱۸۴۸۴	۲۰۱۳۱	۱۸۴۷۸	۲۰۵۳۹	۲۰۰۶۸۶	۱۶۰۶۸۶
اندونزی	۲۷۶۷۸	۲۴۲۴۴	۳۷۳۴۲	۳۲۱۱۷	۶۵۴۶۹	۶۳۹۹۶	۱۱۱۶۴	۴۵۷۹۷	۷۰۴۵۶	۱۲۵۲۸	۱۹۰۰۲	۱۸۸۴۸	۱۹۸۳۱۶	۱۵۶۷۵۴	۱۴۹۸۵
کره	۴۷۴۱۰	۴۱۳۲۵	۴۲۵۷۶	۴۵۴۶۸	۵۶۱۹۵	۷۴۴۵۷	۶۶۸۴۰	۸۱۳۱۸	۸۸۲۲۷	۱۱۷۲۲	۱۴۶۹۲	۱۳۶۹۷	۱۲۹۵۸	۱۲۴۶۵۶	۱۰۸۸۲
ایتالیا	۴۶۰۰۷	۵۶۴۷۸	۷۴۳۲۳	۱۰۳۰۵	۸۳۹۸۵	۸۰۱۶۳	۱۰۹۴۹	۱۰۸۲۰	۱۱۵۵۰	۱۱۲۶۳	۱۶۱۹۳	۱۷۵۵۹	۱۶۹۵۰۴	۱۴۱۰۹	۹۷۹۴۸
کانادا	۵۵۷۵۰	۵۰۸۹۲	۵۸۶۹۷	۵۷۲۰۴	۶۵۲۸۱	۸۰۰۸۹	۷۷۴۵۵	۸۶۵۱۳	۸۸۶۲۰	۱۰۶۶۰	۱۳۶۳۱	۱۲۴۲۲	۱۱۳۳۲	۱۱۴۹۴	۹۷۷۸۸
هلند	۳۱۰۶۹	۳۶۱۱۲	۴۳۳۴۶	۴۸۷۹۰	۵۶۸۳۸	۶۰۲۷۱	۷۷۷۵۲	۹۲۰۰۹	۷۴۲۹۷	۷۲۰۵۱	۱۰۸۹۵	۱۰۷۹۵	۱۲۱۵۵	۱۲۲۶۳۸	۹۷۲۷۶
فرانسه	۵۰۵۷۳	۶۰۵۰۰	۶۷۸۹۲	۸۰۶۶۲	۸۶۶۲۱	۸۹۱۸۸	۱۱۷۱۵	۱۱۸۶۵	۱۰۳۵۹	۹۹۲۳۹	۱۱۹۲۰	۱۱۳۲۰	۱۱۹۸۵	۱۱۶۰۱۹	۹۴۱۵۳

... در این سالها داده برای کل جهان گزارش نشده است

Trade Mpa, 2015 مأخذ:

* به دلیل تنوع محصولی در شیر، جمع مقداری به واحد تن در Trademap ارائه نمی‌شود، لذا به جای آن از واحد ارزشی استفاده شده است.

جدول (۱-۲۲): واردات گوشت در کشورهای مهم واردکننده - میلیون دلار

کشور	۲۰۰۱	۲۰۰۲	۲۰۰۳	۲۰۰۴	۲۰۰۵	۲۰۰۶	۲۰۰۷	۲۰۰۸	۲۰۰۹	۲۰۱۰	۲۰۱۱	۲۰۱۲	۲۰۱۳	۲۰۱۴	۲۰۱۵
جهان	۴۱۲۲۱،۰۶	۴۲۵۷۹،۸۶	۴۸۷۹۳،۹۰	۵۵۷۶۶،۸۰	۶۲۹۴۰،۱۰	۶۶۷۰۴،۰۶	۷۷۳۶۸،۴۰	۹۴۳۴۷،۱۹	۸۶۷۵۰،۵۵	۹۳۴۴۳،۴۷	۱۱۱۴۸۲،۶۰	۱۱۲۵۴۶،۷۲	۱۱۷۵۳۱،۷۵	۱۲۴۱۷۰،۷۵	۱۱۳۲۶۷،۷۷
ژاپن	۷۴۴۵،۱۸	۶۷۲۹،۹۸	۷۵۲۵،۱۹	۷۷۹۳،۴۴	۷۹۷۸،۲۹	۶۵۱۴،۶۰	۶۷۸۷،۲۵	۸۲۹۳،۷۰	۷۳۹۰،۲۴	۸۵۵۳،۴۵	۱۰۳۲۰،۱۱	۹۸۹۲،۹۰	۸۷۶۲،۴۲	۹۶۰۵،۶۶	۸۵۹۶،۴۴
آلمان	۳۴۵۸،۶۵	۳۵۰۶،۲۲	۳۷۰۱،۹۹	۴۱۷۶،۲۳	۵۰۳۷،۳۷	۵۲۵۲،۸۵	۵۷۵۰،۰۰	۶۷۷۰،۴۰	۷۰۰۷،۰۸	۶۹۰۷،۷۳	۸۱۲۸،۱۳	۷۶۱۶،۷۲	۸۰۱۹،۶۴	۸۰۵۳،۹۶	۶۶۴۸،۸۵
انگلیس	۳۱۷۴،۴۴	۳۴۲۳،۸۹	۴۴۱۲،۱۱	۵۱۹۵،۱۳	۵۲۲۵،۵۱	۵۵۴۶،۲۴	۶۱۸۸،۵۳	۶۳۶۸،۰۸	۵۵۳۸،۴۵	۵۹۰۶،۰۰	۶۴۱۱،۷۴	۵۷۲۳،۳۱	۶۰۹۵،۷۲	۶۴۸۵،۳۹	۵۸۴۷،۲۲
روسیه	۱۷۵۷،۱۸	۲۳۱۰،۳۳	۲۲۱۱،۶۷	۲۲۴۷،۹۲	۳۰۲۰،۴۴	۴۵۰۱،۲۳	۵۰۹۷،۴۷	۷۱۹۴،۸۱	۶۲۴۴،۶۸	۵۸۳۱،۳۶	۶۱۹۰،۰۰	۷۳۸۵،۳۰	۶۷۴۸،۱۶	۵۵۲۷،۸۳	۳۱۰۶،۰۵
ایتالیا	۲۹۰۳،۲۶	۲۹۶۹،۵۴	۳۶۶۵،۲۸	۴۳۷۵،۹۴	۴۷۴۹،۱۶	۵۴۴۹،۸۳	۵۷۷۰،۹۳	۶۲۴۵،۱۲	۵۷۸۸،۹۵	۵۸۲۴،۷۷	۶۳۵۲،۴۷	۵۸۸۲،۱۱	۶۱۱۱،۵۶	۶۰۹۴،۲۶	۴۹۳۸،۷۱
فرانسه	۲۴۰۲،۰۳	۲۴۵۳،۵۹	۲۹۲۷،۴۹	۳۵۹۱،۴۹	۳۹۰۵،۱۱	۴۲۱۴،۰۸	۴۸۱۸،۷۳	۵۵۳۶،۸۹	۵۱۷۱،۸۴	۵۱۸۹،۲۶	۵۸۴۲،۶۲	۵۷۵۹،۳۴	۶۰۰۶،۹۱	۵۹۲۵،۳۴	۴۹۹۹،۹۱
آمریکا	۳۹۴۸،۹۰	۳۹۳۹،۸۸	۴۰۳۰،۸۵	۵۲۷۳،۸۹	۵۲۹۴،۶۷	۴۶۵۸،۳۵	۴۷۸۵،۳۱	۴۵۱۳،۱۸	۴۱۴۰،۸۸	۴۷۲۱،۹۸	۵۲۵۸،۱۵	۵۷۸۱،۰۳	۶۰۲۱،۶۲	۸۴۳۳،۹۳	۹۳۵۶،۰۹
هنگ کنگ	۱۴۳۹،۴۹	۱۳۰۶،۶۱	۱۳۸۷،۵۷	۱۲۷۹،۱۲	۱۳۵۳،۷۲	۱۵۵۴،۱۲	۲۲۰۰،۱۴	۳۵۲۵،۳۵	۳۷۷۱،۲۸	۴۲۴۱،۹۰	۵۰۴۴،۴۱	۴۴۳۴،۹۴	۵۴۸۴،۵۰	۶۸۴۰،۶۰	۵۲۹۷،۱۶
هلند	۱۰۴۰،۸۱	۱۱۸۷،۵۷	۱۶۶۳،۹۵	۱۸۹۱،۳۵	۲۰۰۴،۰۶	۲۳۷۵،۹۶	۳۱۱۵،۱۸	۳۵۸۷،۶۴	۳۲۳۶،۲۶	۳۲۸۹،۸۷	۴۵۹۷،۸۰	۴۴۹۷،۷۳	۴۶۴۵،۵۴	۴۶۸۴،۹۷	۴۱۰۴،۴۶
مکزیک	۱۸۸۲،۰۴	۱۸۹۸،۲۱	۱۸۹۰،۴۷	۲۰۵۰،۰۱	۲۳۶۸،۵۷	۲۵۵۵،۷۰	۲۷۶۲،۸۷	۳۱۴۷،۳۴	۲۷۱۷،۷۲	۳۲۲۵،۸۰	۳۴۲۳،۵۱	۳۵۴۷،۹۲	۳۹۵۷،۴۶	۴۵۹۶،۵۲	۳۸۲۰،۴۸

... در این سالها داده برای کل جهان گزارش نشده است

مأخذ: Trade Mpa, 2015

* به دلیل تنوع محصولی در شیر، جمع مقداری به واحد تن در Trademap ارائه نمی شود، لذا به جای آن از واحد ارزشی استفاده شده است.

جدول (۱-۲۳): واردات شکر در کشورهای مهم واردکننده - میلیون دلار

کشور	۲۰۰۱	۲۰۰۲	۲۰۰۳	۲۰۰۴	۲۰۰۵	۲۰۰۶	۲۰۰۷	۲۰۰۸	۲۰۰۹	۲۰۱۰	۲۰۱۱	۲۰۱۲	۲۰۱۳	۲۰۱۴	۲۰۱۵
چین	۱۷۶۴۰٫۴	۱۷۳۱۴٫۰	۱۹۲۴۸٫۷	۲۱۱۲۰٫۶	۲۵۹۱۰٫۱	۳۰۱۱۰٫۹	۳۲۱۶۵٫۱	۳۴۵۱۵٫۳	۳۵۳۰۸٫۲	۴۵۳۴۴٫۰	۵۷۷۶۱٫۵	۵۴۱۲۰٫۷	۵۲۳۱۰٫۸	۴۹۰۷۷٫۶	۴۱۷۸۸٫۰
آمریکا	۱۶۴۷۰٫۰	۱۸۲۶۶	۲۰۵۵۰٫۰	۲۱۲۱٫۲	۲۵۲۲٫۶	۳۱۰۴٫۹	۲۶۲۳٫۱	۲۹۹۴٫۲	۳۰۴۱٫۷	۳۹۴۱٫۰	۴۹۶۲٫۷	۴۵۵۲٫۳	۳۹۸۸٫۸	۴۱۴۸٫۶	۴۲۱۵٫۵
چین	۳۷۶٫۲	۲۷۹٫۷	۲۱۵٫۸	۳۳۶٫۲	۴۵۱٫۴	۶۱۷٫۷	۴۸۵٫۷	۴۲۴٫۱	۴۷۷٫۰	۱۰۳۳٫۹	۲۱۳۱٫۹	۲۵۴۳٫۳	۲۳۶۳٫۶	۱۷۸۲٫۷	۲۰۸۰٫۱
آلمان	۷۴۲٫۴	۸۱۵٫۱	۱۰۷۵٫۳	۱۲۹۱٫۶	۱۴۰۱٫۹	۱۴۱۵٫۳	۱۵۷۹٫۷	۱۹۴۵٫۱	۱۷۷۵٫۱	۱۶۲۴٫۹	۱۹۴۴٫۹	۲۰۸۲٫۰	۲۱۹۱٫۱	۲۱۲۶٫۳	۱۸۱۷٫۸
انگلستان	۱۰۹۸٫۴	۱۱۳۰٫۷	۱۳۴۸٫۴	۱۵۶۴٫۹	۱۶۶۱٫۱	۱۷۰۰٫۷	۱۸۹۲٫۵	۲۰۶۲٫۸	۱۸۲۳٫۳	۱۸۴۸٫۴	۲۰۱۳٫۱	۱۸۴۷٫۸	۲۰۵۴٫۰	۲۰۰۶٫۹	۱۶۰۶٫۹
اندونزی	۲۷۶٫۸	۲۴۲٫۴	۳۷۳٫۴	۳۲۱٫۲	۶۵۴٫۷	۶۴۰٫۰	۱۱۱۶٫۴	۴۵۸٫۰	۷۰۴٫۶	۱۲۵۲٫۸	۱۹۰۰٫۳	۱۸۸۴٫۹	۱۹۸۳٫۲	۱۵۶۷٫۵	۱۴۹۸٫۶
کره جنوبی	۴۷۴٫۱	۴۱۳٫۲	۴۲۵٫۸	۴۵۴٫۷	۵۶۲٫۰	۷۴۴٫۶	۶۶۸٫۴	۸۱۳٫۲	۸۸۲٫۳	۱۱۷۲٫۲	۱۴۶۹٫۲	۱۳۶۹٫۷	۱۲۹۵٫۸	۱۲۴۶٫۶	۱۰۸۸٫۲
کانادا	۵۵۷٫۵	۵۰۸٫۹	۵۸۷٫۰	۵۷۲٫۰	۶۵۲٫۸	۸۰۰٫۹	۷۷۴٫۶	۸۶۵٫۱	۸۸۶٫۲	۱۰۶۶٫۱	۱۳۶۳٫۲	۱۲۴۲٫۳	۱۱۳۳٫۳	۱۱۴۹٫۴	۹۸۱٫۸
ایتالیا	۴۶۰٫۱	۵۶۴٫۸	۷۴۳٫۲	۱۰۳۰٫۵	۸۳۹٫۸	۸۰۱٫۶	۱۰۹۴٫۹	۱۰۸۲٫۱	۱۱۵۵٫۰	۱۱۲۶٫۳	۱۶۱۹٫۳	۱۷۵۵٫۹	۱۶۹۵٫۰	۱۴۱۰٫۹	۹۷۹٫۵
هلند	۳۱۰٫۷	۳۶۱٫۱	۴۳۳٫۵	۴۸۷٫۹	۵۶۸٫۴	۶۰۲٫۷	۷۷۷٫۵	۹۲۰٫۱	۷۴۳٫۰	۷۲۰٫۵	۱۰۸۹٫۶	۱۰۷۹٫۵	۱۲۱۵٫۵	۱۲۲۶٫۴	۹۷۲٫۸
فرانسه	۵۰۵٫۷	۶۰۵٫۰	۶۷۸٫۹	۸۰۶٫۶	۸۶۶٫۲	۸۹۱٫۹	۱۱۷۱٫۵	۱۱۸۶٫۵	۱۰۳۵٫۹	۹۹۲٫۴	۱۱۹۲٫۱	۱۱۳۲٫۰	۱۱۹۸٫۵	۱۱۶۰٫۲	۹۴۱٫۵

... در این سالها داده برای کل جهان گزارش نشده است

Trade Mpa, 2015 مأخذ:

* به دلیل تنوع محصولی در شیر، جمع مقداری به واحد تن در Trademap ارائه نمی شود، لذا به جای آن از واحد ارزشی استفاده شده است.

جدول (۱-۲۴): واردات سویا در کشورهای مهم واردکننده - میلیون دلار

کشور	۲۰۰۱	۲۰۰۲	۲۰۰۳	۲۰۰۴	۲۰۰۵	۲۰۰۶	۲۰۰۷	۲۰۰۸	۲۰۰۹	۲۰۱۰	۲۰۱۱	۲۰۱۲	۲۰۱۳	۲۰۱۴	۲۰۱۵
جهان	۵۷۷۵۶،۰	۵۴۵۹۶،۷	۶۳۷۸۲،۸	۵۷۱۵۰،۰	۶۹۴۸۶،۴	۶۶۴۳۲،۱	۷۴۴۹۶،۷	۷۸۸۵۱،۲	۷۹۷۹۵،۹	۹۶۰۶۸،۳	۹۱۸۲۱،۲	۹۵۷۷۲،۰	۱۰۴۴۱۵،۷	۱۱۸۲۰۵،۷	۱۳۳۳۵۳،۱
چین	۱۳۹۳۹،۵	۱۱۳۱۴،۴	۲۰۷۴۱،۰	۲۰۲۳۰،۰	۲۶۵۹۰،۰	۲۸۲۳۶،۹	۳۰۸۱۶،۶	۳۷۴۳۶،۳	۴۲۵۵۱،۶	۵۴۷۹۷،۷	۵۲۴۵۲،۸	۵۸۳۸۲،۶	۶۳۳۷۷،۹	۷۱۴۰۳،۷	۸۱۷۳۸،۷
هلند	۶۰۶۰،۳	۴۹۲۱،۶	۴۸۳۴،۲	۴۲۸۲،۴	۴۳۰۸،۲	۴۲۰۷،۵	۴۰۴۶،۷	۳۹۳۳،۲	۲۰۵۲،۶	۳۴۴۷،۴	۳۰۳۴،۰	۲۵۳۸،۵	۳۶۲۴،۲	۳۶۴۵،۳	۴۵۳۲،۹
مکزیک	۴۴۷۹،۷	۴۳۸۲،۵	۴۱۷۵،۹	۳۵۳۱،۰	۳۷۱۴،۰	۳۷۶۵،۶	۳۶۱۰،۹	۳۵۰۷،۲	۳۴۲۵،۹	۳۷۷۲،۲	۳۳۴۰،۴	۱۵۵۰،۸	۳۶۱۲،۷	۳۸۹۱،۹	۳۸۹۰،۲
آلمان	۴۵۹۸،۳	۴۳۶۱،۶	۴۵۱۵،۵	۳۷۱۹،۲	۳۹۲۱،۶	۳۵۳۶،۱	۳۶۹۲،۸	۳۴۸۴،۹	۳۱۶۵،۴	۳۳۸۳،۱	۳۱۸۸،۲	۳۴۳۷،۶	۳۶۳۸،۲	۳۷۲۷،۸	۳۷۶۸،۶
اسپانیا	۳۳۳۹،۸	۳۳۶۳،۷	۳۱۰۲،۳	۲۴۶۳،۹	۲۵۸۷،۲	۲۱۵۹،۴	۲۷۳۰،۶	۳۲۷۹،۷	۲۹۳۴،۷	۳۱۲۷،۱	۳۱۷۶،۸	۳۳۱۲،۴	۳۳۹۳،۵	۳۴۶۲،۷	۳۵۲۲،۵
ژاپن	۴۸۳۲،۰	۵۰۳۸،۹	۵۱۷۲،۵	۴۴۰۷،۱	۴۱۸۰،۶	۴۰۴۱،۹	۴۱۶۰،۷	۳۷۱۱،۰	۳۳۹۰،۱	۳۴۵۵،۶	۲۸۳۰،۸	۲۷۲۷،۳	۲۷۶۱،۸	۲۸۲۷،۷	۳۲۴۲،۶
چین تایپه	۲۴۴۲،۳	۶۲۰،۸	۶۲۱،۱	۴۲۲،۶	۷۵۳،۰	۲۳۸۵،۳	۲۳۷۹،۸	۲۰۸۶،۶	۲۳۶۶،۱	۲۵۴۷،۹	۲۳۴۵،۷	۲۳۴۹،۵	۲۱۴۰،۱	۲۳۷۴،۰	۲۶۸۵،۲
تایلند	۱۳۶۳،۲	۱۵۲۸،۶	۱۶۸۹،۶	۱۴۳۵،۸	۱۶۰۷،۸	۱۳۹۵،۲	۱۵۴۰،۸	۱۷۲۳،۳	۱۵۳۴،۶	۱۸۱۸،۷	۱۹۹۴،۴	۲۱۱۹،۹	۱۶۷۸،۷	۱۸۹۸،۳	۲۵۵۷،۴
اندونزی	۱۱۳۶،۴	۱۳۶۵،۳	۱۱۹۲،۷	۱۱۱۵،۸	۱۰۸۶،۲	۱۱۳۲،۱	۱۴۱۱،۶	۱۱۷۳،۱	۱۳۱۴،۶	۱۷۴۰،۵	۲۰۸۸،۶	۱۹۲۱،۲	۱۷۸۵،۴	۱۹۶۵،۸	۲۲۵۶،۹
ترکیه	۳۲۱،۳	۶۱۲،۵	۸۳۱،۵	۶۸۲،۰	۱۱۵۴،۵	۱۰۱۶،۹	۱۲۳۰،۹	۱۲۳۹،۱	۹۷۳،۶	۱۷۵۶،۱	۱۲۹۷،۸	۱۱۹۴،۹	۱۰۷۳،۸	۲۰۰۸،۳	۲۲۵۵،۰

... در این سالها داده برای کل جهان گزارش نشده است

مأخذ: Trade Mpa, 2015

* به دلیل تنوع محصولی در شیر، جمع مقداری به واحد تن در Trademap ارائه نمی‌شود، لذا به جای آن از واحد ارزشی استفاده شده است.

جدول (۱-۲۵): واردات پنبه در کشورهای مهم واردکننده - میلیون دلار

کشور	۲۰۰۱	۲۰۰۲	۲۰۰۳	۲۰۰۴	۲۰۰۵	۲۰۰۶	۲۰۰۷	۲۰۰۸	۲۰۰۹	۲۰۱۰	۲۰۱۱	۲۰۱۲	۲۰۱۳	۲۰۱۴	۲۰۱۵
جهان	۳۵۰۱۸,۴۱	۳۵۲۳۳,۷۳	۳۹۲۶۸,۵۶	۴۵۶۵۵,۳۶	۴۳۸۲۲,۱۳	۴۵۹۶۶,۸۱	۴۷۲۹۰,۱۸	۵۱۰۵۶,۳۷	۳۹۷۲۰,۱۱	۵۳۷۹۵,۴۷	۶۸۶۳۲,۱	۶۱۳۵۹,۴۴	۶۲۴۶۲,۴۲	۵۶۶۵۲,۸	۵۰۳۳۰,۹۱
چین	۲۹۴۱,۳۳	۳۳۲۷,۳۱	۴۶۴۹,۵۲۲	۶۸۹۷,۹۰۵	۷۰۷۷,۵۰۷	۹۱۰۹,۳۸۱	۷۷۱۸,۱۹۵	۷۴۴۴,۸۵۴	۶۱۸۰,۰۵	۱۰۶۱۹,۶۲	۱۴۷۳۰,۰۳	۱۸۶۸۱,۴۴	۱۷۲۲۹,۰۷	۱۲۷۵۵,۹۶	۱۰۲۵۵,۵۹
بنگلادش	۹۴۱,۶۴	۹۵۷,۹۹۷	۱۱۹۶,۴۰۹	۱۵۲۰,۳۷۳	۱۳۹۴,۷۸۵	۱۲۱۸,۰۲	۱۵۹۵,۹۷۶	۳۶۱۲,۸۴۲	۳۰۷۵,۶۴۲	۴۸۲۰,۷۲۴	۶۶۹۲,۸۵۶	۴۶۲۸,۵۶۲	۵۲۸۶,۸۵۵	۵۳۵۲,۵۴۱	۵۲۲۴,۷۴
ویتنام	۲۲۶,۸۰۹	۳۴۱,۹۴	۴۱۸,۸۶۴	۵۵۳,۲۸۲	۶۱۲,۰۵۸	۷۹۱,۰۱۸	۱۱۱۶,۱۱۵	۱۵۴۲,۷۵۹	۱۴۹۸,۵۱۶	۲۰۵۴,۰۳	۲۷۲۶,۴۱۸	۲۳۶۷,۰۱۶	۲۸۷۱,۸۳۱	۳۲۰۵,۹۴۸	۳۹۰۸,۶۲۱
ترکیه	۹۵۰,۰۷	۱۲۸۹,۸۶۴	۱۶۴۱,۴۵۴	۱۹۸۲,۱۹۷	۲۰۷۹,۲۹۱	۲۰۹۰,۱۸۹	۲۸۲۹,۵۳۹	۲۳۳۱,۹۰۶	۲۰۹۷,۹۴۶	۳۳۸۵,۷۷	۳۶۰۸,۸۶	۲۳۷۷,۵۴۷	۲۹۸۹,۱۸۱	۳۰۲۲,۰۴۷	۲۲۶۴,۷۲۹
هنگ کنگ	۳۶۰۷,۵۱۵	۳۸۷۱,۰۱۹	۴۲۶۰,۰۰۵	۴۷۹۶,۲۰۱	۴۷۲۴,۸۵۲	۴۹۳۷,۹۶۴	۴۸۴۶,۳۶۹	۴۱۵۷,۸۱۲	۳۴۴۵,۷۴۹	۳۹۳۷,۵۰۴	۳۵۳۶,۳۱۱	۳۲۸۵,۸	۳۴۱۹,۸۳۲	۲۵۴۳,۳۲۵	۲۱۴۷,۱۸۱
اندونزی	۱۲۷۹,۹۲۷	۹۰۴,۶۹۸	۸۰۰,۵۲۳	۸۴۳,۱۳۹	۷۳۱,۰۹۷	۷۸۲,۳۸۹	۹۵۳,۰۲۴	۱۹۹۱,۶۶۳	۱۴۷۶,۱۱۵	۲۲۳۲,۰۸۵	۳۱۶۹,۰۸۶	۲۵۱۳,۸۳۷	۲۵۵۴,۸۴۹	۲۴۹۹,۶۰۸	۲۱۲۴,۴۴۶
کره جنوبی	۱۲۷۲,۹۲۳	۱۲۶۹,۲۳۵	۱۲۳۲,۷۲۶	۱۳۴۸,۹۸۸	۱۲۶۶,۵۴۴	۱۲۹۳,۶۸۶	۱۲۱۶,۳	۱۲۹۹,۰۱۲	۱۲۱۱,۴۴۳	۱۷۶۱,۵۰۵	۲۳۰۰,۰۰۷	۱۶۷۴,۱۸	۱۶۹۲,۳۴۳	۱۵۰۵,۵۴۱	۱۳۴۴,۹۶۶
ایتالیا	۱۸۴۶,۴۳۸	۱۷۱۵,۶۷۸	۱۸۵۴,۹۹۲	۲۰۳۸,۳۲۳	۱۸۶۸,۷۱۶	۲۰۱۵,۸۰۷	۲۱۳۵,۹۸۹	۱۹۸۶,۰۴۷	۱۳۷۷,۱۲۵	۱۸۱۳,۲۱۸	۲۲۶۱,۸۸۷	۱۵۱۷,۳۴۳	۱۶۰۵,۵۹۶	۱۵۹۲,۲۹۵	۱۲۷۰,۹۳۶
آمریکا	۱۸۹۴,۷۵	۲۰۷۱,۱۷۱	۱۹۱۰,۷۵۳	۲۰۱۹,۴۷۱	۱۷۴۵,۹۸۱	۱۶۰۹,۷۵۲	۱۴۰۰,۱۳۵	۱۲۱۹,۴۰۷	۸۶۱,۹۴۴	۱۱۳۵,۱۱۱	۱۳۰۵,۷۰۳	۱۱۸۸,۶۵۳	۱۱۴۷,۱۴۸	۱۱۲۶,۲۶۹	۱۱۰۴,۸۴۱

Trade Mpa, 2015 مأخذ: ... در این سالها داده برای کل جهان گزارش نشده است

* به دلیل تنوع محصولی در شیر، جمع مقداری به واحد تن در Trademap ارائه نمی شود، لذا به جای آن از واحد ارزشی استفاده شده است.

۱-۳- برآورد قدرت انحصاری کشورهای مهم صادرکننده محصولات کشاورزی در بازارهای جهانی (بر مبنای مهمترین محصولات وارداتی کشور)

در این قسمت هدف تعیین قدرت بازاری برای محصولاتی است که ایران در آنها واردکننده است. به عبارتی در این قسمت هدف بررسی این موضوع است که آیا ایران در واردات محصولات خود از بازارهای جهانی با قدرت بازاری در بازار این محصولات مواجه است و انحصار در عرضه محصولات مورد نظر وارداتی ایران در بازارهای جهانی وجود دارد؟ تمرکز بازار و شاخص‌های اندازه‌گیری تمرکز این امکان را فراهم می‌سازد که اطلاعات مربوط به تعداد کشورها و نحوه توزیع بازار بین آن‌ها در عددی معین خلاصه شود. در مجموع می‌توان گفت تمرکز فروشندگان بازار دلالت بر آن دارد که چه میزان از کل صادرات بازار یک محصول معین در اختیار تعداد محدودی از کشورهاست و تمرکز خریداران دلالت بر آن دارد که چه میزان از کل صادرات بازار یک کشور به تعداد محدودی از شرکای تجاری اختصاص دارد (خدادادکاشی و شهیکی‌تاش، ۱۳۸۴). در یک تقسیم‌بندی کلی دو نوع معیار تمرکز (معیارهای نابرابری و معیارهای مطلق) را می‌توان شناسایی نمود. معیارهای نابرابری تمرکز، صرفاً به نابرابری اندازه توجه دارند؛ در حالی که معیارهای مطلق هم به تعداد و هم نابرابری اندازه آنها توجه دارند. از معیارهای نابرابری تمرکز می‌توان به ضریب جینی، ضریب تغییرات و واریانس لگاریتم اندازه بنگاه (کشور) اشاره نمود. از جمله معیارهای مطلق تمرکز نیز می‌توان به شاخص نسبت تمرکز n کشور، شاخص هرفیندال-هیرشمن، شاخص تایل آنتروپی، کی، هانا، هال و تایدمن اشاره نمود (عبادی و شهیکی‌تاش، ۱۳۸۳). در این مطالعه دو شاخص نسبت‌های تمرکز (CR)^۱ و هرفیندال-هیرشمن (HHI)^۲ مورد مطالعه قرار گرفته است.

¹ Concentration Ratio; CR

² Herfindahl-Hirschman Index; HHI

الف: شاخص نسبت‌های تمرکز (CR_n):

این شاخص بیانگر آن می‌باشد که صادرات محصول در بازار جهانی در تمرکز چند کشور بوده و همچنین می‌تواند انواع ساختار سایر بازارهای بین رقابت کامل و انحصار کامل را نشان دهد. شاخص فوق را می‌توان به صورت رابطه (۱-۱) تعریف کرد:

$$CR_n = \sum_{i=1}^n S_i \quad i = 1, 2, \dots, k \quad k > n \quad (1-1)$$

در این رابطه k تعداد کشورهای فعال در عرصه جهانی، n تعداد کشورهای بزرگ، S_i سهم بازار کشور i ام و CR_n نسبت تمرکز n کشور می‌باشد. سهم بازار کشور i ام از رابطه (۲-۲) بدست می‌آید:

$$S_i = \frac{X_i}{\sum X_i} \quad i = 1, 2, \dots, k \quad (2-2)$$

در رابطه فوق صورت کسر بیانگر میزان صادرات کشور i ام و مخرج کسر کل صادرات جهانی را نشان می‌دهد. گفتنی است که برای سنجش رقابت می‌توان مقدار محاسبه شده نسبت تمرکز را از عدد یک کم کرد تا درجه رقابت در بازار به دست آید (Islam, 2001):

$$Q = 1 - CR_n \quad (3-3)$$

ب: شاخص هرفیندال-هیرشمن (HHI):

برای رفع بعضی از نواقص وارد بر شاخص نسبت‌های تمرکز، اریس سی هرفیندال شاخصی را برای اندازه‌گیری قدرت بازار پیشنهاد کرد که از مجموع توان دوم سهم بازار تمامی کشورهای فعال در عرصه جهانی محاسبه می‌گردد. این شاخص از رابطه (۴-۴) به دست می‌آید:

$$HHI = \sum_{i=1}^k S_i^2 \quad (۴-۴)$$

در رابطه فوق، k تعداد کشورهای فعال در عرصه جهانی و S_i سهم بازار کشور i ام را می‌باشد.

اگر تعداد بی‌شماری بنگاه با اندازه‌های نسبی یکسان در بازار باشند، شاخص هرفیندال، بسیار کوچک و اگر تعداد کمی تولیدکننده و با سهم‌های نابرابر در بازار وجود داشته باشند شاخص هرفیندال، نزدیک به یک خواهد بود. شاخص هرفیندال یک آماره است که هرچقدر به صفر نزدیک باشد نشانگر درجه رقابتی بالای بازار و هر چقدر به یک نزدیک باشد، درجه انحصاری بالا را نشان می‌دهد. این شاخص به تنهایی چیزی را به ما نشان نمی‌دهد بلکه در مقایسه با سایر بازارها و یا تغییرات نسبی آن در طول زمان است که تغییرات ساختاری بازار را توضیح می‌دهد. از مزایای این شاخص آن است که نخست، سهم تمامی بنگاه‌های تولیدی در بازار را در نظر می‌گیرد و دوم، عکس شاخص هرفیندال، نوع بازار (تعداد بنگاه‌ها با سهم یکسان) را نشان می‌دهد (پیری و همکاران، ۱۳۸۹). علت انتخاب دو شاخص فوق این است که آن‌ها بهترین شاخص‌ها برای سنجش درجه رقابت و انحصارند. شاخصی مانند هرفیندال - هیرشمن ویژگی‌هایی دارد که آن را از سایر شاخص‌ها متمایز می‌کند. از مهم‌ترین این ویژگی‌ها می‌توان موارد زیر را بر شمرد (خدادادکاشی و شهیکی‌تاش، ۱۳۸۴):

۱. سازگاری با اصول آکسیوماتیک تمرکز: این شاخص با اصول آکسیوماتیک تمرکز یعنی اصل انتقال، اصل ورود، اصل رده‌بندی و اصل ادغام سازگار است.

۲. دارا بودن پایه نظری قوی.

۳. استفاده از تمام اطلاعات n صادرکننده در بازار: در شاخص HHI از تمامی اطلاعات نمونه برای محاسبه تمرکز استفاده میشود و بر مبنای ترمینولوژی‌های آماری می‌توان گفت این شاخص اصل جامعیت را رعایت می‌نماید.

۴. راحتی محاسبه و تحلیل.

شاخص دیگری که در این مطالعه به کار رفته است، شاخص نسبت تمرکز n کشور می باشد. این شاخص در مقایسه با شاخص HHI از مزایای کمتری برخوردار است. از مهم ترین معایب این شاخص، نقض برخی از اصول آکسیوماتیک تمرکز (اصل انتقال واصل ادغام) و استفاده نکردن از تمام اطلاعات نمونه می باشد. از مهم ترین مزایای این شاخص قابل درک بودن و سهولت محاسبه و تحلیل می باشد. در جدول ۱-۲۶، انواع ساختار بازار و خصوصیات آن ها ارائه شده است.

جدول (۱-۲۶): ساختار بازارها و خصوصیات آن

ویژگی اصلی بازار	شاخص هرفیندال-هیرشمن (HHI)	نسبت تمرکز	بازار
بیش از ۵۰ بنگاه رقیب بدون در انحصار داشتن سهم در خور توجهی از بازار وجود دارند.	$HHI \rightarrow 0$	$CR_1 \rightarrow 0$	رقابت کامل
هیچ کدام از بنگاه های رقیب، بیش از ۱۰ درصد بازار را در انحصار ندارند.	$(1/HHI) \rightarrow 10$	$CR_1 < 10$	رقابت انحصاری
۴ بنگاه حداکثر ۴۰ درصد بازار را در انحصار دارند.	$6 < (1/HHI) \leq 10$	$CR_4 < 40$	انحصار چندجانبه باز
۴ بنگاه حداقل ۶۰ درصد بازار را در انحصار دارند.	$3 < (1/HHI) \leq 6$	$CR_4 > 60$	انحصار چندجانبه بسته
بیش از ۵۰ درصد بازار در انحصار یک بنگاه است.	$1 < (1/HHI) \leq 3$	$CR_1 \geq 50$	بنگاه مسلط
یک بنگاه کل بازار را در انحصار دارد.	$HHI \rightarrow 1$	$CR_1 \rightarrow 100$	انحصار کامل

ماخذ: مادالا و همکاران (۱۹۹۵)

همانگونه که نتایج بررسی شاخص های هرفیندال هیرشمن و شاخص های تمرکز نشان می دهد^۳، بازار محصولات اصلی وارداتی ایران در جهان انحصاری بوده و در برخی موارد مانند بازار ذرت و بازار روغن بسیار نزدیک به بازار انحصار بسته می باشد. در بازار گوشت گاو درجه انحصار از سایر بازارها کمتر بوده است. همانگونه که ملاحظه

^۳. جهت آشنایی بیشتر به مقاله مهرپرور حسینی و همکاران (۱۳۹۲) مراجعه شود.

می‌شود، کشورهای کشورهای اصلی صادرکننده این محصولا به جهان در اکثر موارد یا ثابت بوده و یا تغییرات بسیار جزئی داشته است.

لذا در مورد این محصولات واردات آنها علاوه بر گران بودن، قدرت چانه زنی را به صادرکنندگان خواهد داد و تقاضا کنندگان جهت ورود محصولات به کشور ناگزیر از پرداخت مبالغ تعیین شده در بازار انحصاری محصولات مورد نظر خواهند بود.

در نهایت باتوجه به نتیجه بدست آمده، در مورد این محصولات با بازار وارداتی انحصاری برای جهان ، ضرورت پرداختن به تولیدات داخلی و توجه به اصل اقتصاد مقاومتی با تأکید بر بهبود بهره‌وری تولید محصولات کشاورزی، بیش از پیش نمایان می‌شود.

جدول (۱-۲۷): تحلیل ساختار بازار محصولات وارداتی ایران در جهان - بازار گندم

سال	شاخص HHI	عکس شاخص HHI	CR ₁	CR ₄	کشور اول	کشور دوم	کشور سوم	کشور چهارم	نتیجه بازار
۲۰۱۰	۰,۱۱۱	۹,۰۰۵	۱۸,۹۵۸	۵۶,۹۴۶	امریکا	فرانسه	کانادا	استرالیا	انحصار (بین انحصار چندجانبه بسته و باز)
۲۰۱۱	۰,۱۱۲	۸,۹۲۷	۲۲,۱۰۳	۵۸,۷۳۲	امریکا	فرانسه	استرالیا	کانادا	انحصار (بین انحصار چندجانبه بسته و باز)
۲۰۱۲	۰,۱۱۰	۹,۱۲۱	۱۵,۶۵۴	۵۰,۸۰۸	امریکا	استرالیا	کانادا	فرانسه	انحصار (بین انحصار چندجانبه بسته و باز)
۲۰۱۳	۰,۱۰۰	۹,۹۸۳	۲۰,۳۹۲	۵۵,۶۸۰	امریکا	کانادا	فرانسه	استرالیا	انحصار (بین انحصار چندجانبه بسته و باز)

جدول (۱-۲۸): تحلیل ساختار بازار محصولات وارداتی ایران در جهان - بازار جو

سال	شاخص HHI	عکس شاخص HHI	CR ₁	CR ₄	کشور اول	کشور دوم	کشور سوم	کشور چهارم	نتیجه بازار
۲۰۱۰	۰,۱۱۴	۸,۷۴۷	۲۱,۵۴۹	۶۰,۱۸۱	فرانسه	اوکراین	استرالیا	آلمان	انحصار (بین انحصار چندجانبه بسته و باز)
۲۰۱۱	۰,۰۹۶	۱۰,۴۳۱	۱۷,۶۸۷	۵۱,۹۵۴	استرالیا	فرانسه	آلمان	آرژانتین	انحصار (بین انحصار چندجانبه بسته و باز)
۲۰۱۲	۰,۱۰۶	۹,۴۳۸	۱۷,۹۵۸	۵۸,۴۹۱	استرالیا	فرانسه	آرژانتین	روسیه	انحصار (بین انحصار چندجانبه بسته و باز)
۲۰۱۳	۰,۱۰۷	۹,۳۰۸	۲۰,۷۹۰	۵۷,۲۲۲	فرانسه	فرانسه	آرژانتین	آلمان	انحصار (بین انحصار چندجانبه بسته و باز)

مأخذ: یافته‌های پژوهش

جدول (۱-۲۹): تحلیل ساختار بازار محصولات وارداتی ایران در جهان - بازار برنج

سال	شاخص HHI	عکس شاخص HHI	CR ₁	CR ₄	کشور اول	کشور دوم	کشور سوم	کشور چهارم	نتیجه بازار
۲۰۱۰	۰,۱۴۸	۶,۷۷۱	۲۶,۴۹۱	۷۰,۵۷۲	تایلند	ویتنام	پاکستان	امریکا	انحصار (نزدیک به انحصار بسته)
۲۰۱۱	۰,۱۵۳	۶,۵۴۱	۲۸,۳۷۰	۶۹,۶۵۵	تایلند	ویتنام	هند	پاکستان	انحصار (نزدیک به انحصار بسته)
۲۰۱۲	۰,۱۵۵	۶,۴۶۶	۲۶,۲۹۵	۷۱,۸۴۸	هند	ویتنام	تایلند	پاکستان	انحصار (نزدیک به انحصار بسته)
۲۰۱۳	۰,۱۵۸	۶,۳۳۲	۳۰,۴۳۶	۶۹,۶۲۳	هند	تایلند	ویتنام	پاکستان	انحصار (نزدیک به انحصار بسته)

مأخذ: یافته‌های پژوهش

جدول (۱-۳۰): تحلیل ساختار بازار محصولات وارداتی ایران در جهان - بازار ذرت

سال	شاخص HHI	عکس شاخص HHI	CR ₁	CR ₄	کشور اول	کشور دوم	کشور سوم	کشور چهارم	نتیجه بازار
۲۰۱۰	۰,۲۶۲	۳,۸۱۱	۴۶,۸۱۸	۷۸,۹۸۱	امریکا	آرژانتین	برزیل	فرانسه	انحصار چند جانبه بسته
۲۰۱۱	۰,۲۱۵	۴,۶۵۶	۴۱,۷۳۸	۷۱,۸۴۳	امریکا	آرژانتین	برزیل	اوکراین	انحصار چند جانبه بسته
۲۰۱۲	۰,۱۴۲	۷,۰۶۲	۲۶,۱۷۷	۷۰,۴۱۸	امریکا	برزیل	آرژانتین	اوکراین	انحصار (بین انحصار چند جانبه بسته)
۲۰۱۳	۰,۱۳۵	۷,۳۹۷	۲۱,۴۳۳	۷۰,۵۲۱	برزیل	امریکا	آرژانتین	اوکراین	انحصار (بین انحصار چند جانبه بسته)

مأخذ: یافته‌های پژوهش

جدول (۱-۳۱): تحلیل ساختار بازار محصولات وارداتی ایران در جهان - بازار گوشت گاو

سال	شاخص HHI	عکس شاخص HHI	CR ₁	CR ₄	کشور اول	کشور دوم	کشور سوم	کشور چهارم	نتیجه بازار
۲۰۱۰	۰,۰۷۱	۱۴,۰۱۵	۱۳,۰۰۹	۴۴,۲۹۹	آلمان	لهستان	فرانسه	هلند	بین رقابت انحصاری و انحصار باز
۲۰۱۱	۰,۰۷۵	۱۳,۳۱۲	۱۴,۲۶۷	۴۶,۹۱۰	آلمان	فرانسه	لهستان	هلند	بین رقابت انحصاری و انحصار باز
۲۰۱۲	۰,۰۷۱	۱۴,۱۲۱	۱۲,۰۴۴	۴۵,۰۳۲	فرانسه	آلمان	لهستان	هلند	بین رقابت انحصاری و انحصار باز

۲۰۱۳	۰,۰۶۵	۱۵,۲۸۵	۱۱,۲۴۶	۴۰,۷۳۲	لهستان	فرانسه	آلمان	هلند	بین رقابت انحصاری و انحصار باز
------	-------	--------	--------	--------	--------	--------	-------	------	--------------------------------

مأخذ: یافته‌های پژوهش

جدول (۱-۳۲): تحلیل ساختار بازار محصولات وارداتی ایران در جهان - بازار چای

سال	شاخص HHI	عکس شاخص HHI	CR ₁	CR ₄	کشور اول	کشور دوم	کشور سوم	کشور چهارم	نتیجه بازار
۲۰۱۰	۰,۱۱۴	۸,۷۹۹	۲۰,۶۴۸	۶۲,۶۶۹	کنیا	سريلانكا	چين	هند	انحصار (بين انحصار چندجانبه بسته و باز)
۲۰۱۱	۰,۱۱۴	۸,۸۰۹	۱۶,۲۶۵	۶۴,۱۸۰	چين	هند	سريلانكا	کنيا	انحصار (بين انحصار چندجانبه بسته و باز)
۲۰۱۲	۰,۱۰۶	۹,۳۹۴	۱۷,۶۳۰	۶۰,۴۱۸	سريلانكا	چين	کنيا	هند	انحصار (بين انحصار چندجانبه بسته و باز)
۲۰۱۳	۰,۱۲۰	۸,۳۳۶	۲۱,۸۷۸	۶۵,۶۷۱	کنيا	چين	سريلانكا	هند	انحصار (بين انحصار چندجانبه بسته و باز)

مأخذ: یافته‌های پژوهش

جدول (۱-۳۳): تحلیل ساختار بازار محصولات وارداتی ایران در جهان - بازار روغن

سال	شاخص HHI	عکس شاخص HHI	CR ₁	CR ₄	کشور اول	کشور دوم	کشور سوم	کشور چهارم	نتیجه بازار
۲۰۱۰	۰,۲۵۲	۳,۹۷۴	۴۵,۰۸۴	۷۸,۶۷۰	آرژانتين	امريكا	برزيل	هلند	انحصار چند جانبه بسته
۲۰۱۱	۰,۲۳۲	۴,۳۱۳	۴۳,۳۰۰	۷۳,۵۹۳	آرژانتين	برزيل	امريكا	اسپانيا	انحصار چند جانبه بسته
۲۰۱۲	۰,۱۹۸	۵,۰۵۵	۳۸,۳۹۳	۷۱,۸۹۶	آرژانتين	برزيل	امريكا	اسپانيا	انحصار چند جانبه بسته
۲۰۱۳	۰,۲۰۳	۴,۹۳۶	۴۰,۹۳۶	۶۸,۰۹۶	آرژانتين	برزيل	امريكا	اسپانيا	انحصار چند جانبه بسته

مأخذ: یافته‌های پژوهش

جدول (۱-۳۴): تحلیل ساختار بازار محصولات وارداتی ایران در جهان - بازار پنبه

سال	شاخص HHI	عکس شاخص HHI	CR ₁	CR ₄	کشور اول	کشور دوم	کشور سوم	کشور چهارم	نتیجه بازار
۲۰۱۰	۰,۱۱۴	۸,۷۵	۱۹,۷۴	۴۲,۳۲	چين	بنگلادش	هنگ کنگ	ترکيه	انحصار چند جانبه بسته



انحصار چند جانبه بسته	هنگ کنگ	ترکیه	بنگلادش	چین	۴۱,۶۲	۲۱,۴۶	۸,۶۶	۰,۱۱۵	۲۰۱۱
انحصار چند جانبه بسته	اندونزی	هنگ کنگ	بنگلادش	چین		۳۰,۴۵	۸,۰۰	۰,۱۲۵	۲۰۱۲
انحصار چند جانبه بسته	ترکیه	هنگ کنگ	بنگلادش	چین	۴۶,۳۱	۲۷,۵۸	۸,۳۳	۰,۱۲۲	۲۰۱۳

مأخذ: یافته‌های پژوهش

۴-۱- جمع بندی

همانگونه که در مقدمه بیان شد در این فصل تصویر تقریباً جامعی از تجارت محصولات کشاورزی اصلی و روند قیمت‌ها و ذخایر ارائه شد. نتایج در این قسمت نشان داد که تجارت تولیدات محصولات کشاورزی در سال ۲۰۱۴ نسبت به سال ۲۰۱۳ افزایش سهم از تجارت جهانی نداشته اما از نظر ارزش ۲۰ میلیارد دلار افزایش داشته است این مسئله نشان می‌دهد که کل تجارت در جهان نیز به همین میزان افزایش یافته است. نتایج نشان داد که ایران رشد بیشتری در واردات جهانی نسبت به صادرات داشته است. در واقع سهم ایران از واردات جهانی چیزی حدود دو برابر سهم ایران از صادرات جهانی است. همچنین سهم تجارت قاره‌ای نیز در این مطالعه بررسی گردید. در سال ۲۰۱۴، نیز نسبت به سال ۲۰۱۳، سهم اروپا با اندکی افزایش از ۴۰/۵۷ درصد به ۴۰/۷۶ درصد، سهم امریکای شمالی از ۱۵/۲۶ به ۱۵/۶۷ و همچنین سهم آسیا از ۲۲/۳۲ به ۲۲/۴۱ افزایش یافته است. سهم سایر مناطق جهان اندکی (البته بصورت نامحسوس) افزایش یافته است.

در مورد ذخیره‌سازی نیز بطور کلی مشخص است که بیشتر قاره‌ها بطور متوسط برداشت از ذخایر بطور سالانه وجود دارد. در مورد گندم قاره اروپا با برداشت سالانه ۱/۷ میلیون تن، بیشترین تخلیه سالانه از ذخایر را داشته است. بیشترین میزان ذخیره‌سازی نیز در قاره آسیا اتفاق افتاده که در سال این میزان حدود ۴ میلیون تن می‌باشد. قاره امریکا نیز با سالانه حدود ۲/۱ میلیون تن ذخیره‌سازی در جایگاه دوم قرار دارد.

در مورد برنج قاره آفریقا و امریکا با برداشت سالانه به ترتیب ۲۵۱/۳۵ و ۲۳۵/۳۶ هزار تن، بیشترین تخلیه سالانه از ذخایر را داشته‌اند. در مورد قاره آسیا نیز بطور متوسط ذخیره‌سازی مثبتی تحقق یافته است. بطوریکه در این قاره ذخیره‌سازی برنج بطور میانگین ۱/۸ میلیون تن بطور متوسط در سال می‌باشد.

در مورد ذرت قاره آفریقا با برداشت سالانه ۳۴۵/۸۵ هزار تن، بیشترین تخلیه سالانه از ذخایر را داشته و اروپا از این حیث در جایگاه دوم است. در مورد قاره‌های آسیا، امریکا و اقیانوسیه نیز بطور متوسط ذخیره‌سازی مثبتی

تحقق یافته است. بطوریکه بیشترین ذخیره‌سازی ذرت بطور میانگین در قاره آمریکا با ۱/۴۵ میلیون تن و سپس در قاره آسیا با ۱/۰۸ میلیون تن تجربه شده است.

در مورد جو نیز همواره بطور متوسط برداشت از ذخایر در قاره‌های مختلف وجود داشته است. بطوریکه قاره آسیا با برداشت سالانه ۳۴۶/۹ هزار تن، بیشترین تخلیه سالانه از ذخایر را داشته و اقیانوسیه از این حیث در جایگاه دوم است. کمترین برداشت ذخایر نیز در مورد قاره اروپا با ۳۶/۸۴ هزار تن برداشت اتفاق افتاده است.

در مورد شکر قاره آمریکا و آسیا با برداشت سالانه به ترتیب ۵۳۸/۹ و ۴۲۴/۷ هزار تن، بیشترین تخلیه سالانه از ذخایر را داشته‌اند. در مورد قاره اروپا نیز بطور متوسط ذخیره‌سازی مثبتی تحقق یافته است. بطوریکه در این قاره ذخیره‌سازی شکر خام بطور میانگین ۵۷۷/۰۶ هزار تن بطور متوسط و بصورت سالانه می‌باشد.

در مورد گوشت نیز قاره آمریکا با برداشت سالانه ۵۹۳/۳ هزار تن، بیشترین تخلیه سالانه از ذخایر را داشته و آفریقا از این حیث در جایگاه دوم است. در مورد قاره‌های آسیا، اروپا و اقیانوسیه نیز بطور متوسط ذخیره‌سازی مثبتی تحقق یافته است. بطوریکه بیشترین ذخیره‌سازی گوشت بطور میانگین در قاره اروپا با ۷۳/۵۴ میلیون تن شده است. مشخص است که قاره اقیانوسیه افزایش بطور کلی اتکا به ذخایر را در مورد تأمین گوشت هدف‌گذاری نکرده است. در مورد سویا نیز قاره آسیا با برداشت سالانه ۱/۱ میلیون تن، بیشترین تخلیه سالانه از ذخایر را داشته و آفریقا از این حیث در جایگاه دوم است. در مورد قاره‌های آمریکا و اروپا نیز بطور متوسط ذخیره‌سازی مثبتی تحقق یافته است. بطوریکه بیشترین ذخیره‌سازی سویا بطور میانگین در قاره آمریکا با ۴۰۵/۳ هزار تن و سپس در قاره اروپا با ۷۷/۲ هزار تن تجربه شده است.

رفتار قیمتی غلات بسیار از هم تبعیت کرده و همواره قیمت جهانی برنج بیش از سایر انواع غلات بوده است. قیمت جهانی شکر نیز پس از رشدی تا سال ۲۰۰۶، مجدداً افتی در سال ۲۰۰۷ داشته و سپس دوباره روند رو به رشدی تا سال ۲۰۱۱ پیگیری نموده است و سرانجام از این سال به بعد کاهشی می‌باشد.

به لحاظ ارزشی بیشترین صادرات اروپا درون قاره‌ای بوده و حدود ۷۶ تا ۷۹ درصد صادرات این قاره طی سال‌های ۲۰۱۰ تا ۲۰۱۴ در درون همین قاره متقاضی داشته است. کمترین میزان صادرات قاره اروپا نیز به امریکای جنوبی و مرکزی صادر شده است. بطوریکه این رقم تنها ۶ تا ۸ درصد بوده است.

در قاره آمریکای شمالی نیز هرچند بازهم بیشترین صادرات در این قاره درون قاره‌ای بوده اما بازار هدف آسیا سهم بسیار نزدیکی با بازار هدف کشورهای آمریکای شمالی از صادرات کل این قاره داشته است و مناسب‌تر آن است که بیان شود، صادرات قاره آمریکای شمالی را نمی‌توان مانند سایر قاره‌ها درون قاره‌ای تلقی نمود و بازار کشورهای آسیایی در کنار صادرات درون قاره‌ای آن، مهمترین بازارهای هدف آمریکای شمالی بوده‌اند.

در خصوص کشورهای مشترک المنافع نیز هرچند در سال ۲۰۱۰ بیشترین صادرات این کشورها در درون همان کشورهای مشترک المنافع بوده اما در سال ۲۰۱۴ اروپا نیز در کنار کشورهای مشترک المنافع بازار هدف اصلی را برای کشورهای صادرکننده مشترک المنافع تشکیل داده‌اند. قاره آسیا نیز بازار هدف بعدی این کشورها بوده است.

اما کشورهای عضو خاورمیانه نیز بیشترین صادرات خود را به صورت درون منطقه‌ای و به کشورهای واردکننده خاورمیانه داشته‌اند. بطوریکه صادرات درون منطقه‌ای در کشورهای خاورمیانه بین سال‌های ۲۰۱۰ تا ۲۰۱۴ بین ۴۷ تا ۴۸ درصد بوده است.

نتایج تحلیل تراز تجاری در قاره‌های مختلف برای محصولات کشاورزی نشان می‌دهد که در سال ۲۰۱۴ تراز تجاری در قاره امریکای جنوبی و مرکزی از تمام قاره‌های دیگر بیشتر بوده است. در آسیا و همچنین خاورمیانه و آفریقا تراز تجاری منفی بوده و واردات این مناطق بیش از صادرات بوده است. در سایر مناطق نیز تراز تجاری هرچند مثبت اما رقم قابل توجهی نبوده و تقریباً صادرات و واردات در این مناطق برابر می‌باشد.

در ادامه صادرات و واردات محصولی برای کشورهای اصلی صادرکننده و واردکننده طی سال‌های ۲۰۰۰ تا ۲۰۱۵ مورد بررسی قرار گرفت. سپس قدرت انحصاری برای کالاهای اصلی وارداتی ایران در بازارهای جهانی بررسی

شد. نتایج در این قسمت نشان داد که بازار محصولات اصلی وارداتی ایران در جهان انحصاری بوده و در برخی موارد مانند بازار ذرت و بازار روغن بسیار نزدیک به بازار انحصار بسته می‌باشد. در بازار گوشت گاو درجه انحصار از سایر بازارها کمتر بوده است. همانگونه که ملاحظه می‌شود، کشورهای کشورهای اصلی صادرکننده این محصولا به جهان در اکثر موارد یا ثابت بوده و یا تغییرات بسیار جزئی داشته است. لذا در مورد این محصولات واردات آنها علاوه بر گران بودن، قدرت چانه زنی را به صادرکنندگان خواهد داد و تقاضا کنندگان جهت ورود محصولات به کشور ناگزیر از پرداخت مبالغ تعیین شده در بازار انحصاری محصولات مورد نظر خواهند بود.



فصل دوم:

تحلیل و تبیین وضعیت تجارت کشاورزی و مواد غذایی ایران

۲-۱- مقدمه

تجارت کشاورزی و مواد غذایی به خاطر اثر بر تولید داخلی و جایگاه آن در بحث امنیت غذایی در همه کشورها مورد توجه جدی است. روندهای واردات و صادرات کشاورزی و مواد غذایی توانایی و پایداری یک کشور در تامین امنیت غذایی و درجه وابستگی آن را به دنیای خارج را نشان می‌دهد. در این بخش از گزارش روند کلی تجارت کشاورزی و مواد غذایی، به همراه وضعیت تجارت گروه‌ها و کالاهای مهم تجاری کشور بررسی خواهد شد. همچنین وضعیت تجاری شرکای اصلی تجارت کشور به همراه وضعیت رقبای کشور در مقاصد اصلی صادراتی بررسی می‌شود. برای تبیین دقیق وضعیت بازارهای صادراتی محصولات کشاورزی وضعیت مزیت رقباتی و تداوم صادراتی رقبای ایران در بازارهای هدف نیز بررسی می‌شود. در این فصل تجارت کلان کشاورزی و مواد غذایی، تجارت گروه کالاهای زراعت، باغبانی، تولیدات دامی و لبنی و صنایع تبدیلی و تکمیلی بررسی می‌شود. واردات ۱۰ کالاهای اصلی وارداتی و مهمترین کالاهای صادراتی نیز بررسی می‌شود. بررسی وضعیت بازارهای هدف صادراتی، مزیت و تداوم صادراتی رقبا به تفکیک مهمترین محصولات صادراتی بخش کشاورزی انجام می‌گیرد و در پایان جمع‌بندی کلی از فصل ارائه می‌شود.

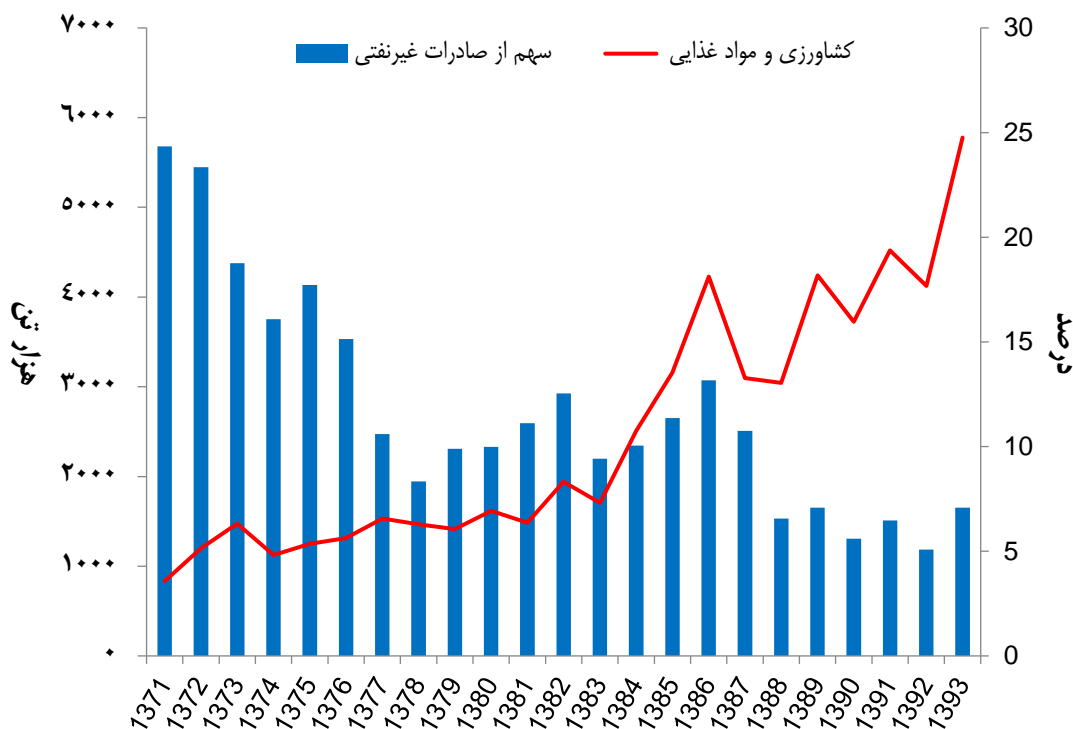
۲-۲- تحلیل و تبیین وضعیت تجارت کشاورزی و مواد غذایی ایران

۲-۲-۱- بررسی و تحلیل تحولات تجارت کالایی و کشاورزی ایران (واردات، صادرات، تراز تجاری،

ذخائر، قیمت‌ها) به صورت کلی

صادرات محصولات کشاورزی و مواد غذایی در سال‌های آغازین برنامه دوم توسعه اندکی بیش از یک میلیون تن بود، اما با وجود سطح پایین صادرات کشاورزی و مواد غذایی ۲۳ درصد صادرات غیرنفتی کشور را در برنامه دوم شامل می‌شد. صادرات این محصولات با وجود نوسان، پیوسته در حال افزایش بوده است.

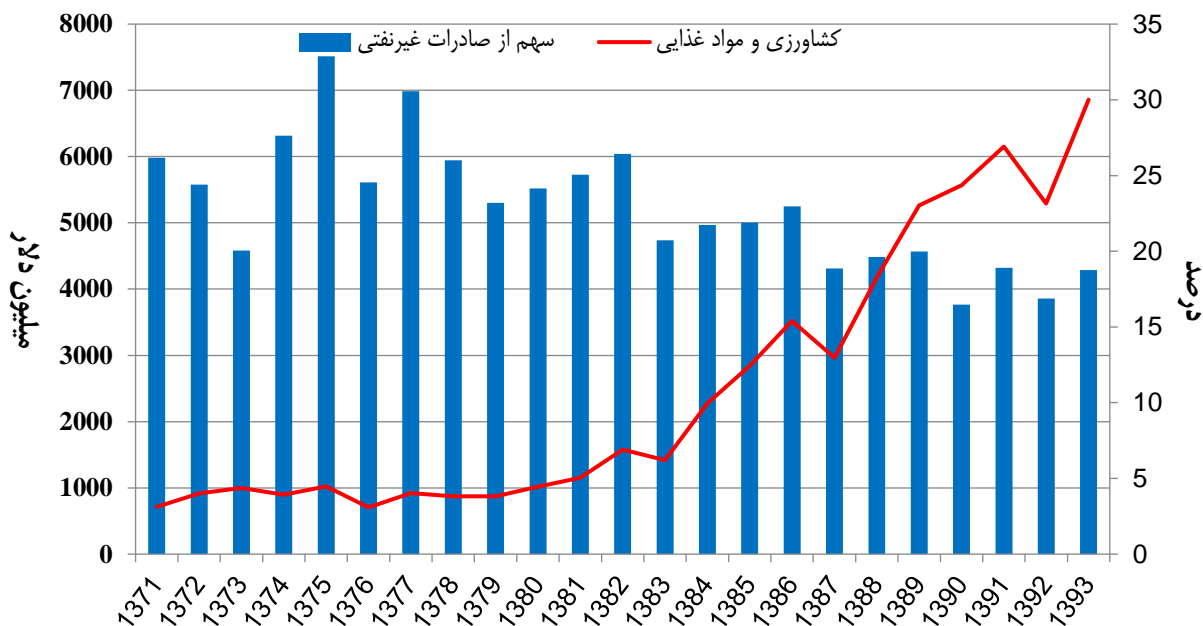
رشد صادرات در برخی دوره‌ها مانند برنامه‌های دوم و سوم توسعه ملایم و دوره‌هایی مانند برنامه‌های چهارم و پنجم توسعه سریع‌تر است. صادرات کشاورزی و مواد غذایی با ۵۱ درصد رشد از ۱۱۲۵ هزار تن در ابتدای برنامه دوم توسعه به ۱۷۰۴ هزار تن در انتهای برنامه سوم افزایش یافت. در برنامه چهارم توسعه و قبل از شروع خشکسالی (سال ۱۳۸۷) صادرات کشاورزی و مواد غذایی با رشد ۶۹ درصدی از ۲۵۰۸ هزار تن به ۴۲۲۸ هزار تن افزایش یافت، اگرچه در ادامه به ۳۰۴۴ هزار تن در پایان برنامه چهارم توسعه کاهش یافت. در برنامه پنجم توسعه نیز صادرات کشاورزی با رشد ۵۵ درصدی از ۳۷۲۵ هزار تن به ۵۷۷۷ هزار تن در سال ۱۳۹۳ افزایش یافته است. روند صادراتی این محصولات نشان می‌دهد هرچه به سرعت رشد صادرات کشاورزی و مواد غذایی افزوده شده است، نوسان صادراتی این محصولات نیز افزایش یافته است.



نمودار ۱-۲- روند مقدار صادرات کشاورزی و مواد غذایی و سهم آن در صادرات غیرنفتی

ماخذ: گمرک جمهوری اسلامی ایران و محاسبات تحقیق

هم‌راستا با رشد مقدار صادرات کشاورزی و مواد غذایی ارزش صادرات این محصولات نیز روند افزایشی داشته است. صادرات محصولات کشاورزی و مواد غذایی از حدود ۸۹۸ میلیون دلار در ابتدای برنامه دوم توسعه با رشد ۵۸ درصدی به ۱۴۱۹ میلیون دلار در پایان برنامه سوم توسعه افزایش یافته است. در برنامه چهارم توسعه ارزش صادرات محصولات کشاورزی و مواد غذایی با رشد ۸۳ درصدی از ۲۲۷۷ میلیون دلار به ۴۱۷۵ میلیون دلار افزایش یافته است. در برنامه پنجم توسعه نیز صادرات این کالاها با رشد ۲۳ درصدی از ۵۵۶۷ میلیون دلار به ۶۸۵۹ میلیون دلار رسیده است. سهم ارزشی صادرات کشاورزی و مواد غذایی از کل صادرات غیرنفتی با وجود نوسان در سال‌های مختلف کاهش کمتری نسبت به سهم مقداری آن داشته است و از ۲۴ درصد در ابتدای برنامه دوم توسعه به ۱۹ درصد در پایان برنامه سوم توسعه کاهش یافته است.

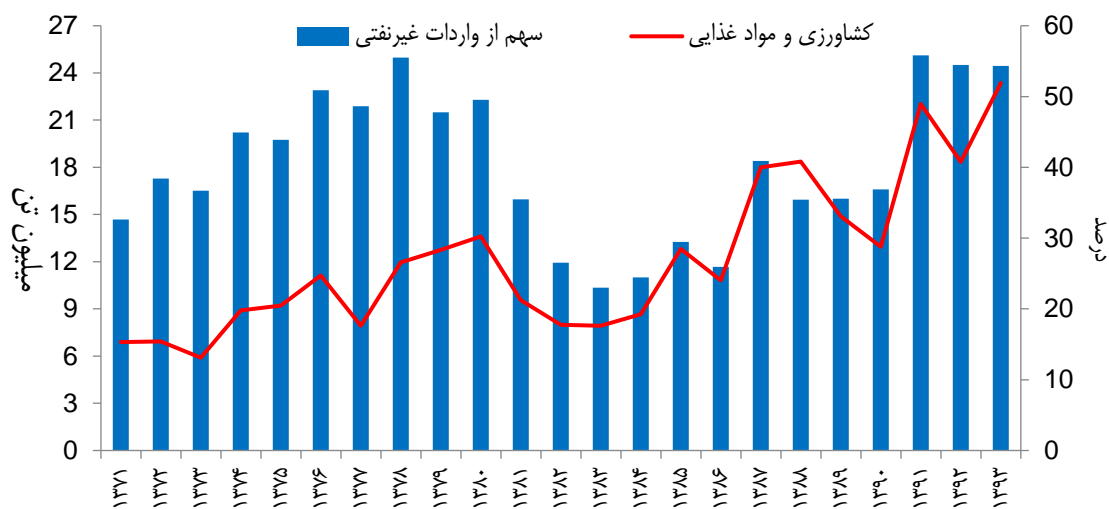


نمودار ۲-۲- روند ارزش صادرات کشاورزی و مواد غذایی و سهم آن در صادرات غیرنفتی

ماخذ: گمرک جمهوری اسلامی ایران و محاسبات تحقیق

برخلاف برخلاف روند صادرات کشاورزی و مواد غذایی واردات این کالاها نوسان بیشتری دارد. به دلیل ارتباط واردات مواد غذایی و کشاورزی با امنیت غذایی کشور، واردات این محصولات طور کامل به نوسانات تولید داخلی

وابسته است. با توجه به وابستگی کامل واردات کشاورزی و مواد غذایی به امنیت غذایی و شرایط تولید داخل بر خلاف صادرات این کالاها در برخی دوره‌ها روند کاهشی داشته است. واردات کشاورزی و مواد غذایی از ابتدای برنامه دوم توسعه حدود ۹ میلیون تن بود که با رشد ۳۴ درصدی به ۱۲ میلیون تن در پایان این برنامه رسید. اما واردات این محصولات در برنامه سوم با کاهش ۳۸ درصدی از ۱۳ میلیون تن در ابتدای برنامه به حدود ۸ میلیون تن در پایان برنامه سوم کاهش یافت. اما در برنامه چهارم توسعه واردات این کالاها رشد ۱۰۰ درصدی داشت و از حدود ۹ میلیون تن در ابتدای برنامه به ۱۸ میلیون تن در سال ۱۳۸۸ افزایش یافت. در برنامه پنجم توسعه نیز واردات کشاورزی و مواد غذایی با رشد ۸۰ درصدی از ۱۳ میلیون تن به بیش از ۲۳ میلیون تن در پایان سال ۱۳۹۳ افزایش یافت. سهم واردات این کالاها سه دوره متفاوت را تجربه کرده است. در برنامه دوم توسعه سهم واردات کشاورزی و مواد غذایی در واردات غیرنفتی کشور از ۳۸ درصد به ۵۸ درصد افزایش یافت. در برنامه سوم توسعه سهم این گروه از ۴۸ درصد در ابتدای برنامه به ۲۳ درصد در سال انتهایی برنامه کاهش یافت. در دوره سوم سهم این کالاها در واردات غیرنفتی از ۲۴ درصد در ابتدای برنامه چهارم توسعه به ۵۴ درصد در سال ۱۳۹۳ افزایش یافت.

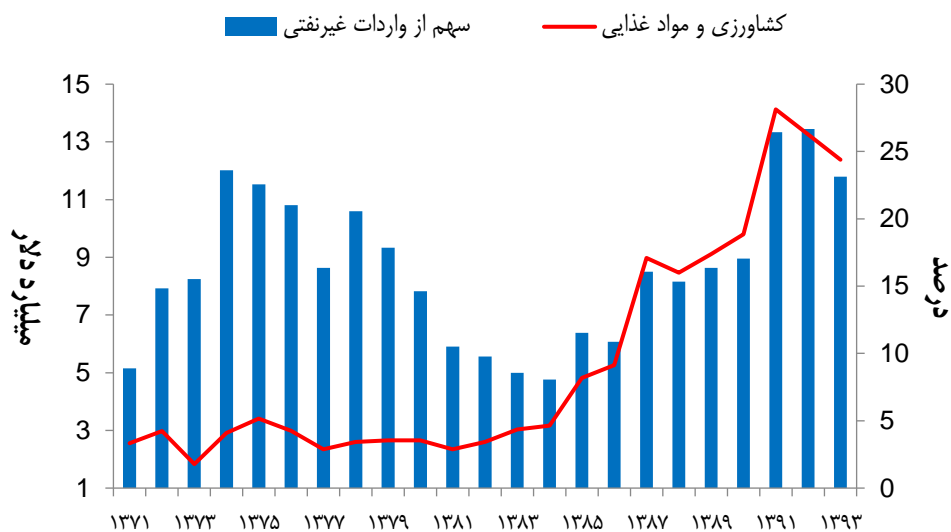


نمودار ۲-۳- روند مقدار واردات کشاورزی و مواد غذایی و سهم آن در واردات

ماخذ: گمرک جمهوری اسلامی ایران و محاسبات تحقیق

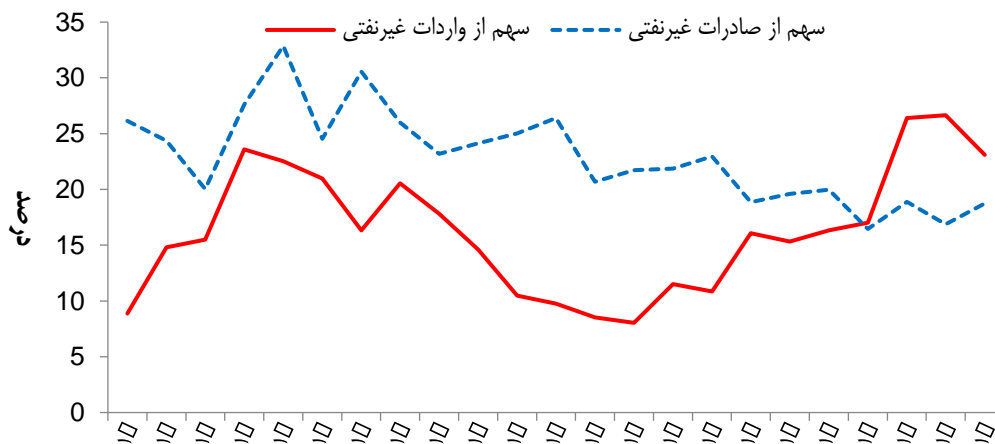
روند ارزش واردات کشاورزی و مواد غذایی نسبت به روند مقداری این کالاها از ثبات بیشتری برخوردار است. واردات از حدود ۲/۹۷ میلیارد دلار در ابتدای برنامه سوم با نوسانات کمی به ۲/۶۵ میلیارد دلار در پایان برنامه سوم رسید. در واقع طی این دوره ارزش واردات این کالاها تغییر چندانی نداشته است. اما طی دو برنامه چهارم و پنجم ارزش واردات رشد قابل ملاحظه‌ای یافته است و از حدود ۳ میلیارد دلار در سال ۱۳۸۴ به ۱۲/۳۹ میلیارد دلار در سال ۱۳۹۳ افزایش یافته است. سهم ارزش واردات کشاورزی و مواد غذایی نیز ۱۵ درصد در ابتدای برنامه دوم توسعه به ۲۱ درصد در سال پایانی این برنامه افزایش یافت. در برنامه سوم توسعه سهم واردات این کالاها در کل واردات غیرنفتی تا ۹ درصد کاهش یافت. اما در برنامه‌های چهارم و پنجم دوباره سهم واردات این کالاها افزایش یافت و به ۲۳ درصد در سال ۱۳۹۳ رسید.

مقایسه سهم ارزشی صادرات و واردات کشاورزی نشان می‌دهد در حالیکه سهم صادرات کشاورزی روند کاهشی پایداری داشته است، واردات این کالاها روندهای مختلفی را دنبال کرده است. تا قبل از سال ۱۳۹۰ سهم صادرات کشاورزی همواره بیش از سهم واردات این کالاها بوده، اما سهم واردات این کالاها از واردات کالاهای غیرنفتی بعد از سال ۱۳۹۰ از سهم صادرات این کالاها از صادرات غیرنفتی پیشی گرفته است.



نمودار ۲-۴- روند ارزش واردات کشاورزی و مواد غذایی و سهم آن در واردات

ماخذ: گمرک جمهوری اسلامی ایران و محاسبات تحقیق

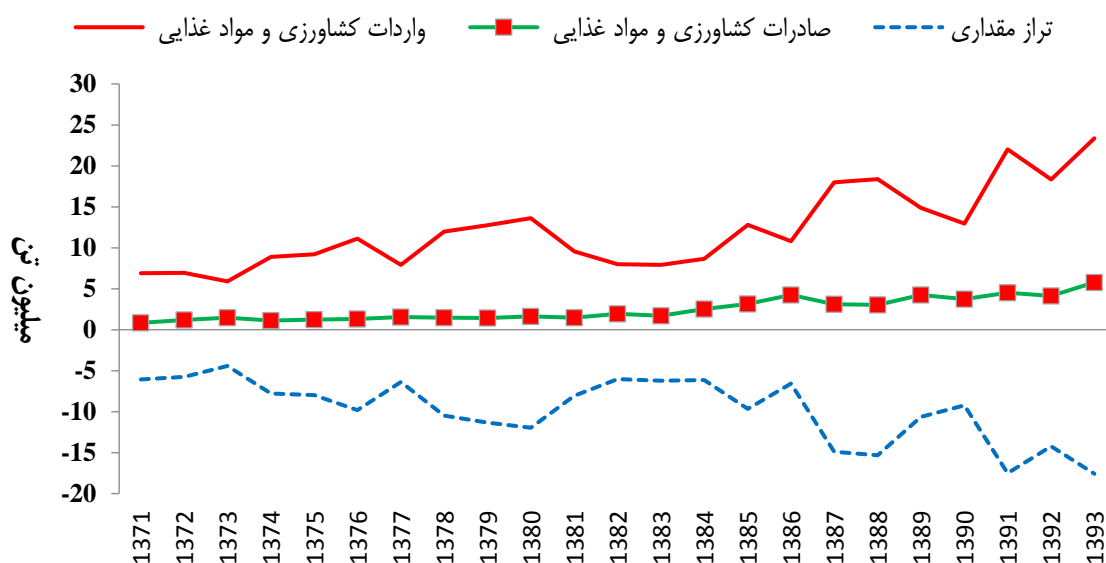


نمودار ۲-۵- سهم کشاورزی و مواد غذایی در تجارت غیرنفتی

ماخذ: گمرک جمهوری اسلامی ایران و محاسبات تحقیق

همانگونه که نمودار ۲-۶ و ۲-۷ نشان می‌دهد روند واردات و صادرات کشاورزی به گونه‌ای است که ایران همواره یک واردکننده خالص این کالا بوده است. کسری تراز تجاری کالاهای کشاورزی و مواد غذایی از ۷/۷۷-

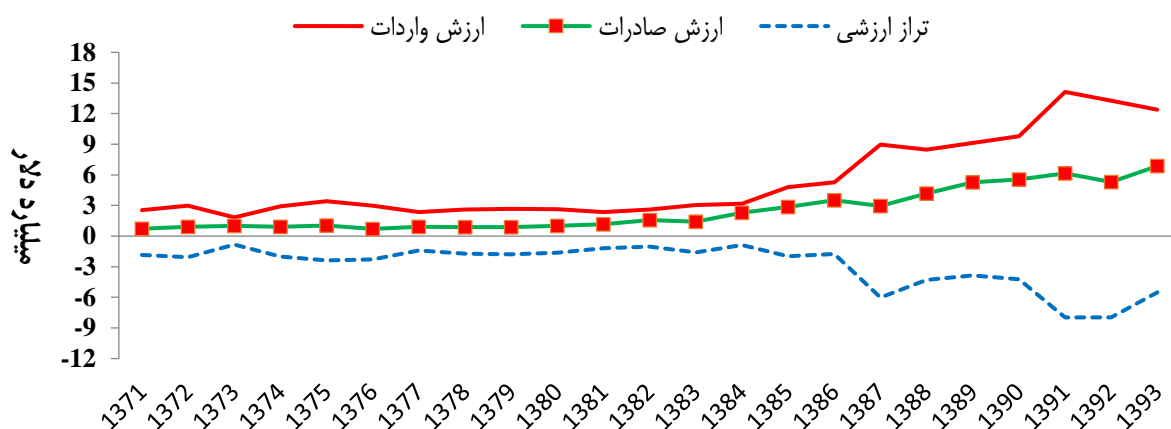
میلیون تن در ابتدای برنامه دوم توسعه به ۱۱/۹۸- میلیون تن در سال ۱۳۸۰ افزایش یافت. اما در طول برنامه سوم توسعه تراز تجاری کشاورزی و مواد غذایی بهبود یافت و در ابتدای برنامه چهارم توسعه تراز تجاری این کالاها به ۶/۱۵- میلیون تن رسید. اما در طول برنامه‌های چهارم و پنجم توسعه تراز تجاری این کالاها به ۱۷/۵۸- میلیون تن افزایش یافته و وابستگی کشور به واردات این اقلام رشد قابل ملاحظه‌ای یافت.



نمودار ۲-۶- تراز مقداری تجارت کشاورزی و مواد غذایی

ماخذ: گمرک جمهوری اسلامی ایران و محاسبات تحقیق

اما تراز ارزشی تجارت کشاورزی و مواد غذایی تا پایان برنامه سوم توسعه روند با ثباتی داشته است. تراز منفی این کالاها از حدود ۲- میلیارد دلار در ابتدای برنامه دوم توسعه به حدود ۱/۶۱- میلیون دلار در پایان برنامه سوم توسعه کاهش یافت. اما طی دو برنامه چهارم و پنجم توسعه تراز تجاری این کالاها با روندی نوسانی در مسیر منفی‌تر شدن قرار گرفت و در سال ۱۳۹۳ ارزش تراز تجاری این کالاها به ۵/۵۳- میلیارد دلار افزایش یافت.

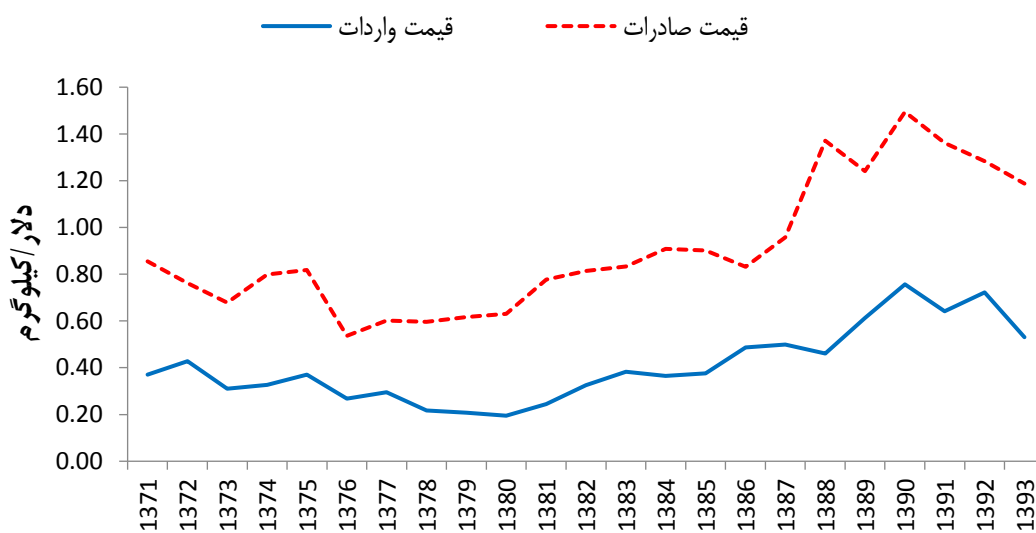


نمودار ۲-۷- تراز ارزشی تجارت کشاورزی و مواد غذایی

ماخذ: گمرک جمهوری اسلامی ایران و محاسبات تحقیق

بخش عمده‌ی واردات کشاورزی و مواد غذایی غلات و نهاده‌های دامی و در مقابل بخش عمده صادرات مربوط

به میوه‌ها است. نمودار ۲-۸ نشان می‌دهد قیمت کالاهای صادراتی حدود ۲ برابر قیمت کالاهای وارداتی است.



نمودار ۲-۸- روند قیمت واردات و صادرات کشاورزی و مواد غذایی

ماخذ: گمرک جمهوری اسلامی ایران و محاسبات تحقیق

ذخایر غذایی برای حفظ امنیت غذایی در مقابل حوادث ناخواسته، نوسانات بازار و تنش‌های بین‌المللی نگهداری می‌شوند. ذخایر غذایی برای کالاهایی که سهم بالایی در مصرف و امنیت غذایی کشور دارد، ذخایر راهبردی هستند. چنین ذخایری بر پایه تکلیف قانونی تعیین و به میزان سهمی از مصرف تعیین می‌شوند. در ایران کالاهای گندم، روغن، شکر و برنج مشمول ذخایر راهبردی هستند. اما برخی از کالاها نیز برای مواجهه با نوسانات بازار تحت عنوان ذخیره احتیاطی ذخیره سازی می‌شوند. برای ورود ذخایر احتیاطی به بازار به طور عموم از سیاست سقف و کف قیمت تبعیت می‌شود و با خروج قیمت بازار از محدوده تعیین شده ذخایر احتیاطی وارد بازار شده و یا از بازار جمع و نگهداری می‌شوند. گوشت قرمز، گوشت مرغ، کنجاله و ذرت کالاهای مشمول ذخیره احتیاطی هستند.

گندم کالایی استراتژیک در بحث امنیت غذایی است و به طور معمول بیش از ۵۰ درصد مصرف این کالا در سال به صورت ذخایر راهبردی نگهداری می‌شود. وضعیت ذخایر راهبردی این کالا در چند سال اخیر نشان می‌دهد، در سال‌های ۱۳۹۰-۱۳۹۲ با شدت گرفتن تحریم‌های هسته‌ای، ذخایر به سطح تهدید کننده ۱۰ درصد مصرف داخلی افت کرد. در سال ۱۳۹۲ و با روی کار آمدن دولت جدید تکمیل ذخایر راهبردی این کالای استراتژیک به عنوان یکی از اولویت‌های مهم پیگیری و در سال ۱۳۹۳ ذخایر این کالا به فراتر از ۵۰ درصد مصرف داخلی افزایش یافت. برای سایر محصولات راهبردی نیز به طور معمول ذخایر به اندازه مصرف ۳ تا ۴ ماهه آنها است.

جدول (۱-۲): میزان ذخایر راهبردی در پایان دوره از سال ۱۳۸۸ تا سال ۱۳۹۳ واحد: هزارتن

محصول	۱۳۸۸	۱۳۸۹	۱۳۹۰	۱۳۹۱	۱۳۹۲	۱۳۹۳
گندم	۶۲۰۲	۵۳۱۱	۱۵۱۴	۱۶۳۹	۹۴۹	۴۹۴۲
برنج	۱۳۲	۱۴۶	۳۲۸	۶۳	۳۰۳	۲۰۰
قند و شکر	۷۴	۳۱	۲	۴۳۶	۵۳۲	۴۴۸

۳۲۱	۳۳۰	۲۰۹	۱۸,۷	-	-	روغن
-----	-----	-----	------	---	---	------

ماخذ: میرباقری، ۱۳۹۴

برای سال ۱۳۹۳ تکلیف قانونی برای ذخایر راهبردی برای گندم، ۵۰۰۰، روغن خام ۲۶۹، شکر ۱۲۴۸ و برنج ۱۲۵۰ هزار تن بود. حجم ذخایر دولتی در این سال مصرف ۱۹۸ روزه گندم، ۸۳ روزه روغن خام، ۷۲ روزه شکر و ۲۳ روزه برنج را پوشش می‌داد. در کنار ذخایر دولتی ذخایر بخش خصوصی مصرف ۲۰ روزه گندم، ۶۹ روزه روغن خام، ۱۲۹ روزه شکر و ۱۲۰ روزه برنج را پوشش داد. در مجموع ذخایر این محصولات برای مصرف بیش از ۷ ماه گندم، ۵ ماه روغن خام، نزدیک به ۷ ماه شکر و ۵ ماه برنج کافی بود. اگرچه وضعیت ذخیره سازی کالاهای راهبردی در مجموع مناسب است، اما وضعیت ذخایر دولتی برای شکر و برنج نامناسب بوده و تنظیم بازار چنین محصولاتی بیشتر در کنترل بخش خصوصی است که با ماهیت کالای راهبردی سازگار نیست.

جدول (۲-۲): تکالیف قانونی و میزان ذخایر دولتی و بخش خصوصی برای گندم، روغن خام، شکر و برنج در سال ۱۳۹۳

محصول	میزان نیاز کشور	تکلیف قانونی	میزان ذخایر دولتی	ذخایر بخش خصوصی	مجموع ذخایر	سهم ذخایر دولتی از مصرف	نسبت ذخایر خصوصی به دولتی
گندم	۹۰۰۰	۵۰۰۰	۴۹۴۲	۵۰۰	۵۴۴۲	٪۵۴,۹۰	٪۱۰,۱۲
روغن خام	۱۴۰۰	۳۰۰	۳۲۱	۲۶۹	۵۹۰	٪۲۲,۹۰	٪۸۳,۸۰
شکر	۲۲۳۳	۳۰۰	۴۴۸	۸۰۰	۱۲۴۸	٪۲۰,۱۰	۱۷۸,۵۸
برنج	۳۱۵۷	۳۰۰	۲۰۰	۱۰۵۰	۱۲۵۰	٪۶,۳۰	٪۵۲,۵

ماخذ: میرباقری، ۱۳۹۴

در کنار ذخایر راهبردی برای برخی کالاهای مهم نیز ذخایر احتیاطی برای مقابله با نوسانات بازار نگهداری می‌شود که برای سال ۱۳۹۳ برای گوشت مرغ ۱۳۶ هزار تن ذخیره دولتی، گوشت قرمز ۵ هزار تن ذخیره دولتی و ۱۰ هزار تن ذخیره خصوصی، ذرت ۱۵۳۰ هزار تن ذخیره دولتی و ۷۹۱ هزار تن ذخیره بخش خصوصی و کنجاله ۲۰۰ هزار تن ذخیره دولتی و ۵۱۰ هزار تن ذخیره بخش خصوصی نگهداری شد. ۱۰۰ درصد ذخیره احتیاطی

گوشت مرغ و ۶۵ درصد ذخیره احتیاطی ذرت توسط دولت نگهداری شده است و سهم دولت در ذخیره احتیاطی گوشت قرمز و کنجاله نزدیک به ۳۰ درصد است. در خصوص ذخایر احتیاطی نیازی به ورود گسترده دولت نیست و چنانچه سیاست‌ها و مکانیزم‌های تنظیم بازار چنین محصولاتی به درستی تدوین شود، با توان و سرمایه بخش خصوصی نیز می‌توان بازار چنین کالاهایی را تنظیم کرد. ضمن اینکه حجم چنین ذخایری وابسته به شرایط بازار است.

جدول (۲-۳): تکالیف قانونی و میزان ذخایر دولتی و بخش خصوصی برای انواع گوشت، ذرت، کنجاله در سال ۱۳۹۳ (واحد: هزارتن)

محصول	میزان نیاز کشور	تکلیف قانونی	میزان ذخایر دولتی	ذخایر بخش خصوصی	مجموع ذخایر	سهم ذخایر خصوصی از مصرف	سهم دولتی از مصرف
گوشت مرغ	۲۰۰۰	۱۵۰	۱۳۶	۰	۱۳۶	۰٪	۶,۸٪
گوشت قرمز	۸۵۰	۲۵	۵	۱۰	۱۵	۱,۲٪	۰,۶٪
ذرت	۶۰۰۰	۱۰۰۰	۱۵۳۰	۷۹۱	۵۳۲۱	۱۳,۲٪	۲۵,۵٪
کنجاله	۲۴۰۰	۶۶۰	۲۰۰	۵۱۰	۷۱۰	۲۱,۳٪	۸,۳٪

ماخذ: میرباقری، ۱۳۹۴

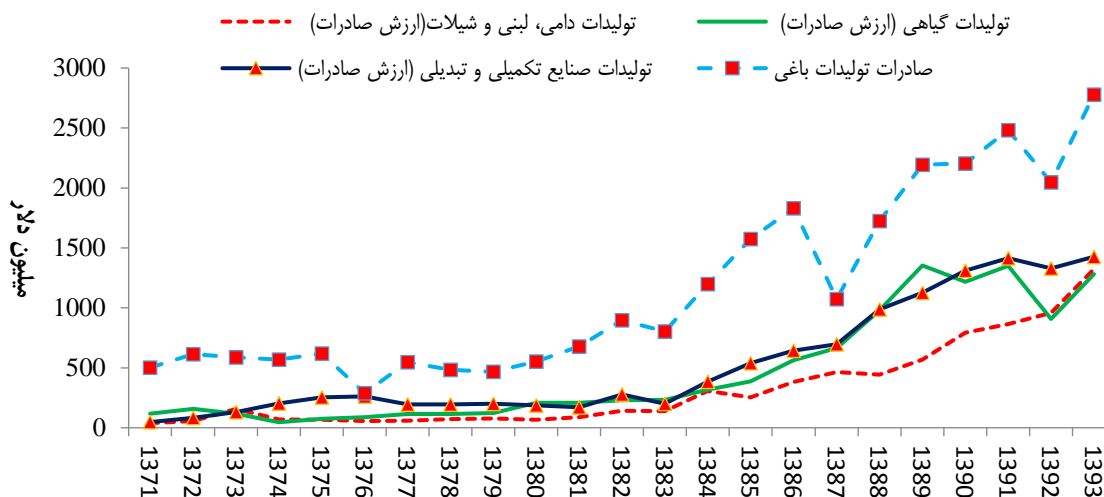
۲-۳- بررسی و تحلیل تحولات تجاری کشاورزی ایران به تفکیک گروه های محصولی و مهمترین

محصولات صادراتی و وارداتی

۲-۳-۱- بررسی و تحلیل تحولات تجاری کشاورزی ایران به تفکیک گروه های محصولی

ترکیب صادرات گروه‌های عمده کالایی در نمودار ۲-۹ نشان می‌دهد که همواره تولیدات باغی اصلی‌ترین کالاهای صادراتی ایران هستند. کالاهای صادراتی عمده کشور مانند پسته، کشمش، زعفران و .. در این گروه کالایی قرار دارند.

صادرات تولیدات گیاهی از ۶۱۴ میلیون دلار در ابتدای برنامه دوم توسعه با رشد آرام به ۸۰۵ میلیون دلار در پایان برنامه سوم توسعه افزایش یافته است. اما رشد صادرات این گروه کالایی در برنامه‌های چهارم و پنجم توسعه با رشد سریع از حدود ۱۱۹۸ میلیون دلار در ابتدای برنامه چهارم به ۲۷۷۹ میلیون دلار در سال ۱۳۹۳ افزایش یافته است. رشد صادرات این گروه کالایی از رشد صادرات تولیدات گیاهی، دامی، لبنی و شیلات و تولیدات صنایع تبدیلی و تکمیلی بیشتر است. عمده صادرات گروه تولیدات گیاهی به گل‌ها، سبزیجات و زعفران مربوط است و صادرات این گروه کالایی از ۱۵۸ میلیون دلار در ابتدای برنامه دوم توسعه با رشد آرام به ۲۳۲ میلیون دلار در پایان برنامه سوم توسعه رسیده است. رشد صادرات این گروه کالایی در برنامه‌های چهارم و پنجم توسعه سریعتر شده و از ۳۱۷ میلیون دلار ابتدای برنامه چهارم به ۱۲۸۱ میلیون دلار در سال ۱۳۹۳ افزایش یافت. در گروه صنایع تبدیلی و تکمیلی نیز صادرات شیرینی‌ها و آب میوه‌ها رشد نسبی داشته است، اما به طور کلی رشد صادرات این گروه کالایی بسیار کند بوده و از ۲۰۴ میلیون دلار در ابتدای برنامه دوم توسعه به ۲۷۸ میلیون دلار در پایان برنامه سوم و ۱۴۲۶ میلیون دلار در سال ۱۳۹۳ افزایش یافته است. تولیدات دامی، لبنی و شیلات نیز صادرات اندکی دارند و از ۷۰ میلیون دلار در ابتدای برنامه دوم توسعه، صادرات این گروه کالایی در انتهای برنامه سوم توسعه به ۱۳۹ میلیون دلار افزایش یافت. اما در برنامه‌های چهارم و پنجم توسعه رشد صادرات آنها بیشتر بوده و از ۳۰۶ میلیون دلار در ابتدای برنامه چهارم به ۱۳۲۴ میلیون دلار در پایان سال ۱۳۹۳ رسیده است.



نمودار ۲-۹- ارزش صادرات گروه‌های کالایی^۴

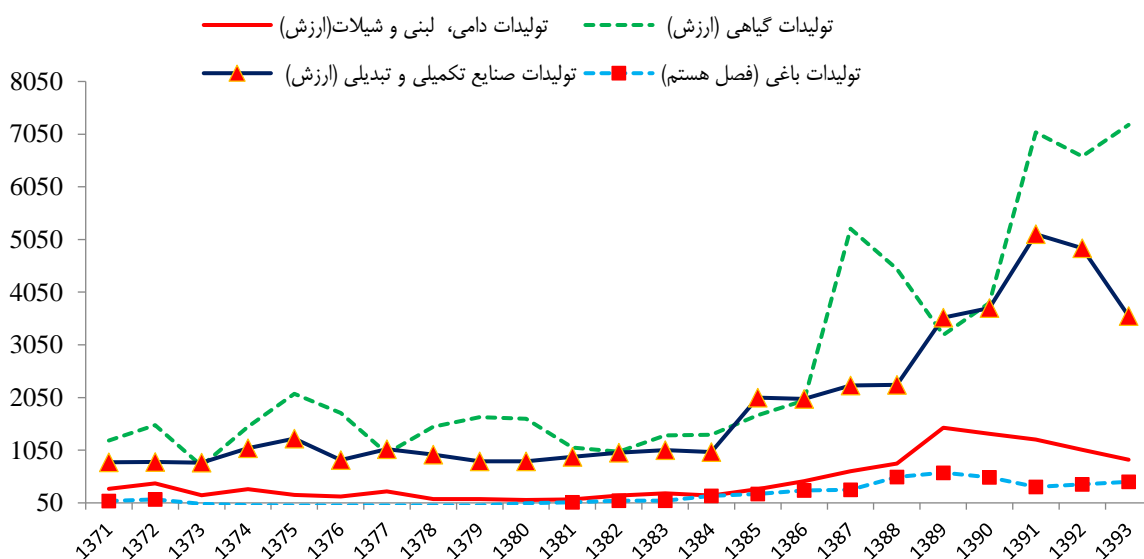
ماخذ: گمرک جمهوری اسلامی ایران و محاسبات تحقیق

واردات گروه تولیدات گیاهی همواره بیشترین سهم را در بین محصولات کشاورزی و مواد غذایی داشته است. اگرچه در برنامه‌های دوم و سوم توسعه واردات این گروه کالایی رشد چندانی نداشته است و از ۱۵۲۸ میلیون دلار در ابتدای برنامه دوم توسعه با نوساناتی به ۱۳۳۱ میلیون دلار در پایان برنامه سوم توسعه کاهش یافته است. اما در برنامه‌های چهارم و پنجم توسعه نوسانات این گروه کالایی افزایش و رشد واردات سریعتری نیز داشته است و از ۱۳۴۵ میلیون دلار در ابتدای برنامه چهارم توسعه به ۷۲۲۷ میلیون دلار در سال ۱۳۹۳ افزایش یافته است. واردات تولیدات صنایع تبدیلی و تکمیلی نیز در برنامه‌های دوم و سوم توسعه از ۱۰۸۹ میلیون دلار در ابتدای برنامه دوم توسعه به ۱۰۵۳ میلیون دلار در سال پایانی برنامه سوم کاهش یافته است. در این دوره واردات این گروه کالایی نوسان اندکی داشته است. در برنامه‌های چهارم و پنجم توسعه صادرات این گروه روندی پرنوسان

^۴تولیدات دامی، لینی و شیلات فصول (۱+۲+۳+۴+۵)، تولیدات گیاهی فصول (۶+۷+۹+۱۰+۱۲+۱۳+۱۴)، تولیدات صنایع تبدیلی و تکمیلی فصول

(۱۱+۱۵+۱۶+۱۷+۱۸+۱۹+۲۰+۲۱+۲۳) و تولیدات باغی (فصل هشتم)

داشته است و از ۱۰۱۴ میلیون دلار در سال ۱۳۸۴ به ۳۵۹۷ میلیون دلار افزایش یافته است. واردات تولیدات دامی، لبنی و شیلات در برنامه‌های دوم و سوم توسعه با شیب بسیار کم کاهش یافته است و از ۳۱۱ میلیون دلار در سال ۱۳۷۲ به ۲۳۲ میلیون دلار در سال ۱۳۸۳ کاهش یافته است. در برنامه‌های چهارم و پنجم توسعه واردات این گروه کالایی نیز افزایش یافته و از ۱۹۰ میلیون دلار در ابتدای برنامه چهارم توسعه به ۸۷۰ میلیون دلار در سال ۱۳۹۳ افزایش یافته است. در واقع در پایان برنامه پنجم توسعه وابستگی غذایی کشور از گروه تولیدات گیاهی به همه گروه‌های غذایی گسترش یافته است.

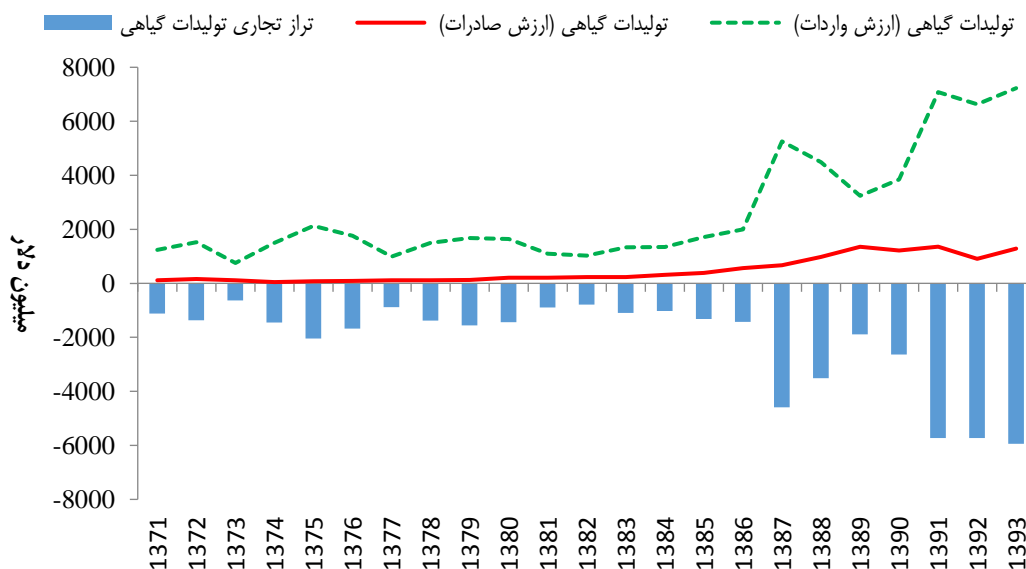


نمودار ۲-۱۰- ارزش واردات گروه‌های کالایی

ماخذ: گمرک جمهوری اسلامی ایران و محاسبات تحقیق

نگاهی به تجارت گروه کالایی تولیدات گیاهی نشان می‌دهد ارزش واردات این گروه کالایی همواره بیش از ارزش صادرات این گروه کالایی است، به گونه‌ای که کسری تراز تجاری این گروه کالایی از ۱۳۷۰- میلیون دلار در ابتدای برنامه دوم توسعه با روند کاهشی و نوسانی به ۱۰۹۷- میلیون دلار در پایان برنامه سوم توسعه کاهش

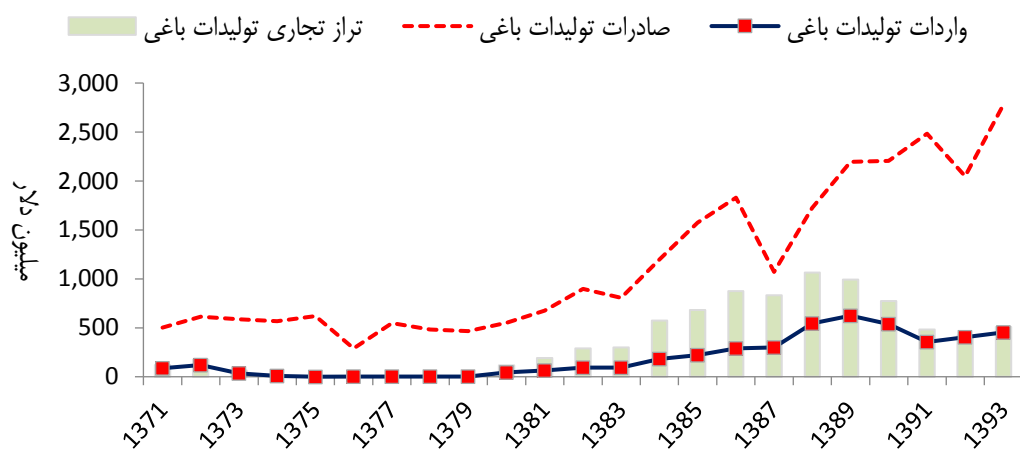
یافت. در ابتدای برنامه چهارم توسعه کسری تراز تجاری این گروه کالایی به ۱۰۲۸- میلیون دلار کاهش یافت و با روندی نوسانی به ۵۹۴۶- میلیون دلار در سال ۱۳۹۳ افزایش یافت.



نمودار ۲-۱۱ وضعیت تجارت تولیدات گیاهی

ماخذ: گمرک جمهوری اسلامی ایران و محاسبات تحقیق

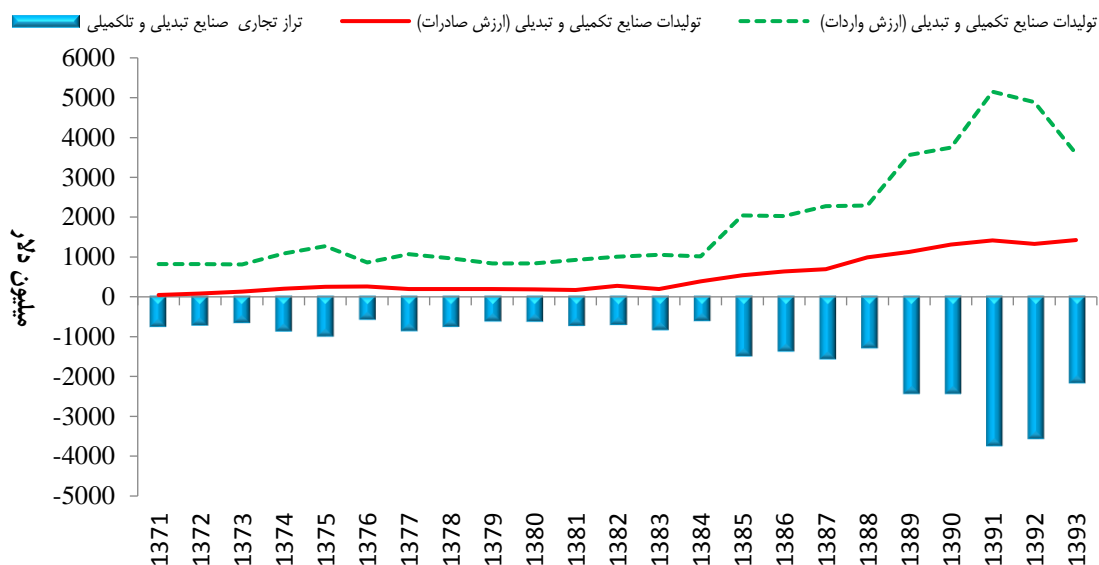
تولیدات باغی تنها گروه کالایی است که تراز آن همواره مثبت است. تراز تجاری این گروه از ۱۷۵ میلیون دلار در سال ۱۳۷۲ با روندی افزایشی به ۱۰۶۳ میلیون دلار در سال ۱۳۸۸ افزایش و در ادامه با روندی کاهشی به ۵۰۸ میلیون دلار در سال ۱۳۹۳ کاهش یافت.



نمودار ۲-۱۲ وضعیت تجارت تولیدات باغی

ماخذ: گمرک جمهوری اسلامی ایران و محاسبات تحقیق

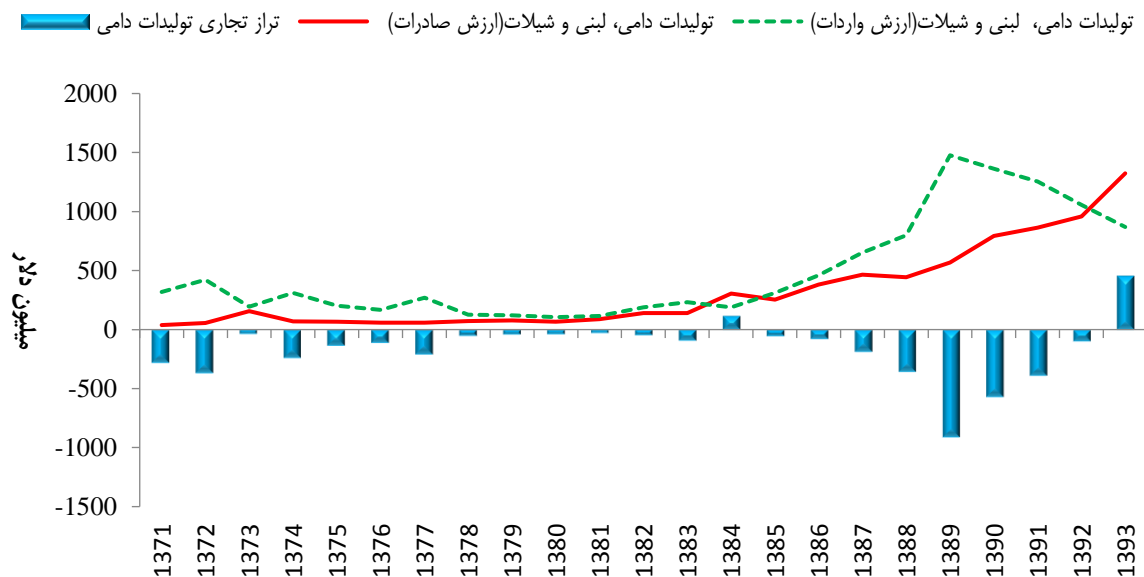
تراز تجاری صنایع تبدیلی و تکمیلی همواره منفی بوده است. در طول برنامه‌های دوم و سوم توسعه تراز تجاری این گروه نوسان اندکی داشته و بین ۶۰۰- میلیون دلار تا ۱۰۱۷- میلیون دلار تغییر یافته است. اما در برنامه‌های چهارم و پنجم توسعه تراز تجاری این گروه کالایی بدتر شده است و از ۶۲۸- میلیون دلار در سال ۱۳۸۴ تا ۳۷۳۵- میلیون دلار در سال ۱۳۹۱ افزایش یافته است و در پایان سال ۱۳۹۳ به ۲۱۷۱- میلیون دلار کاهش یافته است. در مجموع در این گروه کالایی کشور همواره یک واردکننده خالص بوده که بخش عمده‌ای از تراز منفی نیز مربوط به واردات فصل بیست و سوم (کنجاله‌ها) است.



نمودار ۲-۱۳- ارزش صادرات و واردات صنایع تبدیلی و تکمیلی

ماخذ: گمرک جمهوری اسلامی ایران و محاسبات تحقیق

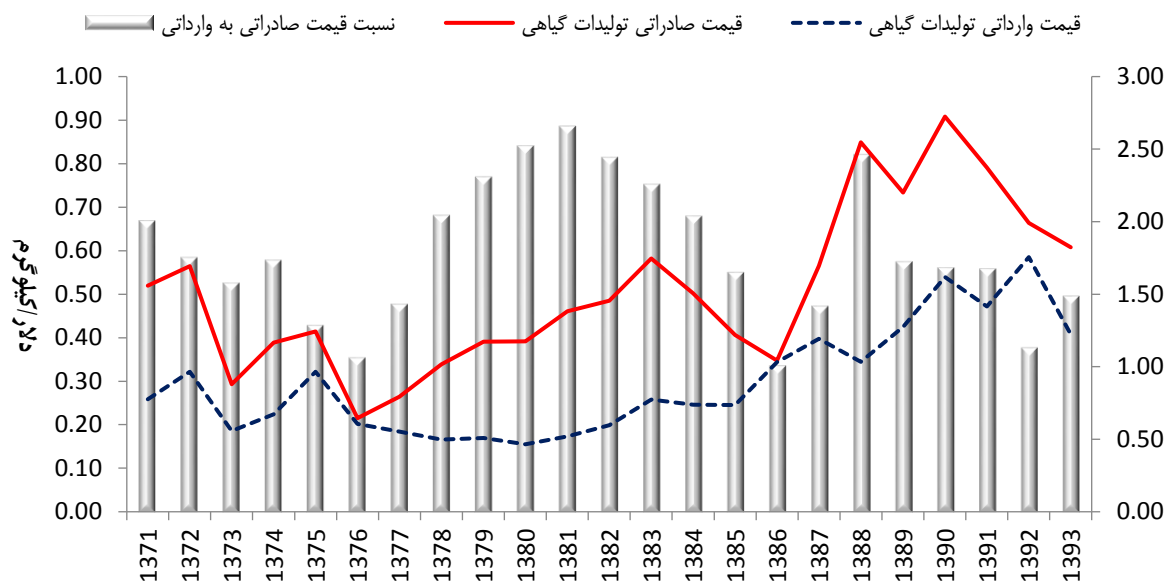
تراز تجاری تولیدات دامی، لبنی و شیلات در برنامه‌های دوم و سوم توسعه روندی رو به بهبود داشته است. به طوری که تراز این گروه از ۲۴۱- میلیون دلار در ابتدای برنامه دوم توسعه به ۹۳- میلیون دلار در پایان برنامه سوم توسعه بهبود یافته و در ابتدای برنامه چهارم توسعه به ۱۱۶ میلیون دلار رسید. اما در برنامه‌های چهارم و پنجم توسعه تراز تجاری این گروه بدتر شد و در سال ۱۳۸۹ تراز تجاری این گروه به ۹۰۸- میلیون دلار تنزل نمود. اما مجدداً تراز تجاری این گروه بهبود یافته و در سال ۱۳۹۳ تراز تجاری این گروه به ۴۵۳ میلیون دلار افزایش یافت.



نمودار ۲-۱۴- ارزش صادرات و واردات تولیدات دامی، لبنی و شیلات

ماخذ: گمرک جمهوری اسلامی ایران و محاسبات تحقیق

وضعیت و روند قیمت کالاهای صادراتی و وارداتی در گروه تولیدات گیاهی نشان می‌دهد کالای صادراتی این گروه جزء کالاها با ارزش بالا و کالاهای وارداتی کالاهای حجیم و کم ارزش هستند. ارزش واحد صادرات کشاورزی بین ۱/۰۱ تا ۲/۶۶ برابر کالای وارداتی این گروه است. روند قیمت کالاهای وارداتی و صادراتی این گروه بیانگر رشد ارزش کالاهای صادراتی و کاهش ارزش کالاهای وارداتی طی دوره ۸۰-۱۳۷۶ است.

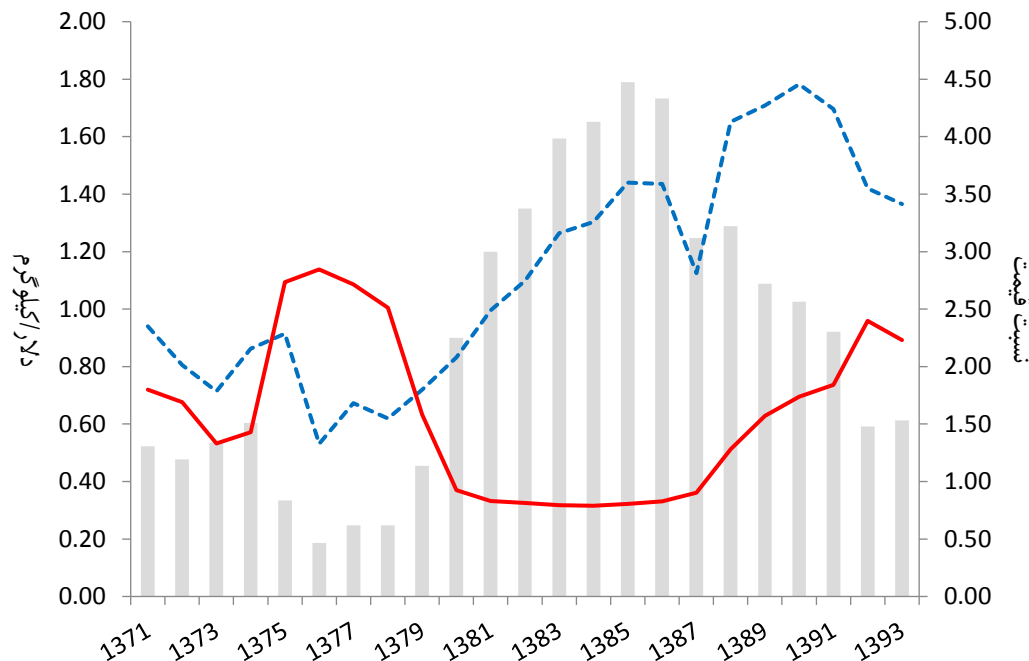


نمودار ۲-۱۵- روند قیمت صادرات و واردات تولیدات گیاهی

ماخذ: گمرک جمهوری اسلامی ایران و محاسبات تحقیق

قیمت صادراتی کالاهای باغی به جزء در فاصله سال‌های ۷۸-۱۳۷۵ در بقیه سال‌ها همواره بیش از قیمت اقلام وارداتی این گروه کالایی بوده است. نسبت قیمت صادراتی به وارداتی این گروه از حداقل ۰/۴۷ در سال ۱۳۷۶ تا ۴/۴۷ در سال ۱۳۸۵ در نوسان بوده است. در فاصله سال‌های ۱۳۸۹-۱۳۸۱ قیمت صادراتی کالاهای این گروه ۳ تا ۴/۴۷ برابر قیمت کالاهای وارداتی آن بوده است. نسبت قیمت صادراتی به وارداتی این گروه در سال‌های اخیر کاهش یافته و به ۱/۵۳ در سال ۱۳۹۳ رسیده است.

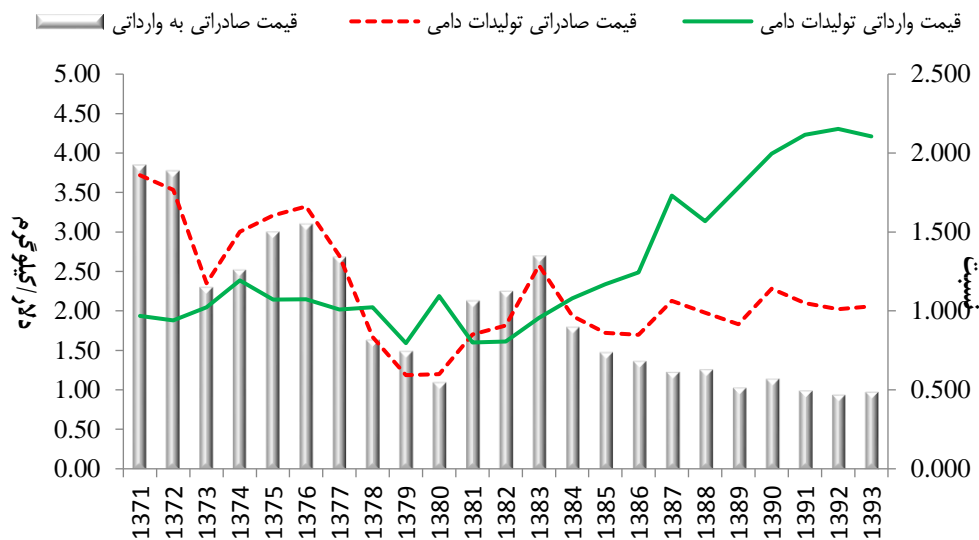
قیمت وارداتی تولیدات باغی ——— قیمت صادراتی تولیدات باغی ——— نسبت قیمت صادرات به واردات



نمودار ۲-۱۶ روند قیمت صادرات و واردات تولیدات باغی

ماخذ: گمرک جمهوری اسلامی ایران و محاسبات تحقیق

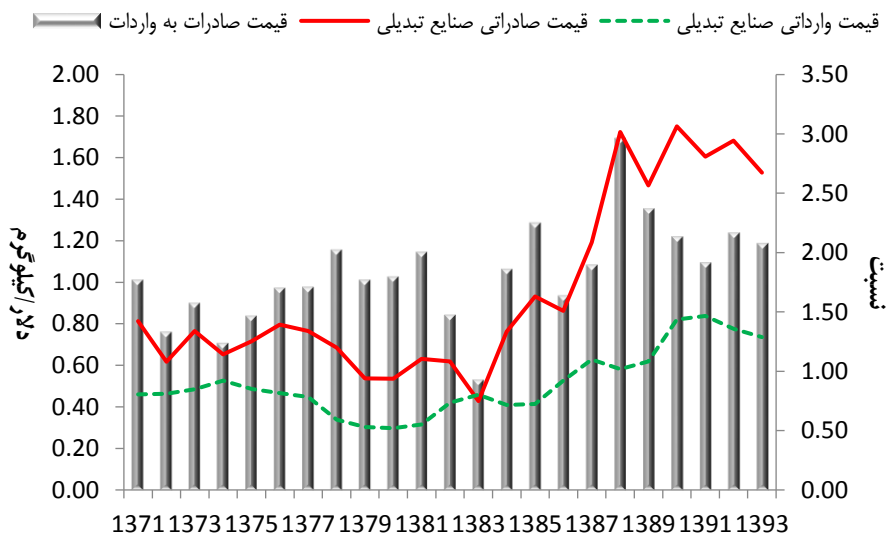
روند قیمت واردات و صادرات تولیدات دامی، لبنی و شیلات ناپایدار و نوسانی است. در برنامه دوم توسعه قیمت صادراتی این تولیدات بیش از قیمت وارداتی آنها بود و تنها در سال انتهایی این برنامه قیمت واردتی این محصولات از قیمت صادراتی آن پیشی گرفته است. نسبت قیمت صادراتی به وارداتی این محصولات در برنامه دوم توسعه از ۱/۲۳ در ابتدای برنامه به ۰/۸۲ در سال پایانی برنامه کاهش یافت. در برنامه سوم توسعه نسبت قیمت صادراتی به وارداتی این محصولات با روند افزایشی از ۰/۷۵ در سال ابتدایی برنامه به ۱/۳۵ در سال ۱۳۸۳ افزایش یافت. اما در برنامه‌های چهارم و پنجم توسعه نسبت قیمت صادراتی به وارداتی این گروه از محصولات با روندی کاهشی از ۰/۹ در سال ۱۳۸۴ به ۰/۴۹ در سال ۱۳۹۳ کاهش یافت.



نمودار ۲-۱۷- قیمت صادرات و واردات تولیدات دامی، لبنی و شیلات

ماخذ: گمرک جمهوری اسلامی ایران و محاسبات تحقیق

قیمت صادرات تولیدات صنایع تبدیلی و تکمیلی تنها در سال ۱۳۸۳ کمتر از قیمت کالاهای وارداتی این گروه بود. نسبت قیمت صادراتی به وارداتی این گروه طی برنامه‌های دوم و سوم توسعه با روندی نوسانی از ۱/۲۴ در ابتدای برنامه دوم به ۲ در سال ۱۳۸۱ افزایش یافته و در ادامه به ۰/۹۳ در سال ۱۳۸۳ کاهش یافته است. در برنامه چهارم توسعه شاخص قیمت صادراتی به وارداتی با روند نوسانی از ۱/۸۶ در سال ۱۳۸۴ به ۲/۹۶ در سال ۱۳۸۸ افزایش یافته است. در برنامه پنجم توسعه نیز در مجموع قیمت صادراتی این محصولات دو برابر قیمت وارداتی آنها بوده است.



نمودار ۲-۱۸- روند قیمت صادرات و واردات صنایع تکمیلی و تبدیلی

ماخذ: گمرک جمهوری اسلامی ایران و محاسبات تحقیق

۲-۴- بررسی و تحلیل تحولات تجاری کشاورزی ایران به تفکیک مهمترین محصولات وارداتی و

صادراتی

۲-۴-۱- بررسی و تحلیل تجارت مهمترین محصولات وارداتی کشاورزی ایران

برای بررسی و تحلیل تجارت مهمترین کالاهای وارداتی و صادراتی بخش کشاورزی، مهمترین کالاهای تجاری بخش کشاورزی با توجه به وضعیت واردات و صادرات ۱۰ ساله ۹۳-۱۳۸۴ شناسایی شده‌اند. ۸ محصول کشاورزی و صنایع تبدیلی و تکمیلی در مجموع حدود ۷۱ درصد واردات کشاورزی و مواد غذایی را شامل می‌شوند. گندم، روغن (سویا و آفتابگردان)، برنج، ذرت، کنجاله سویا، شکر، جو و گوشت گاو مهمترین محصولات وارداتی هستند.

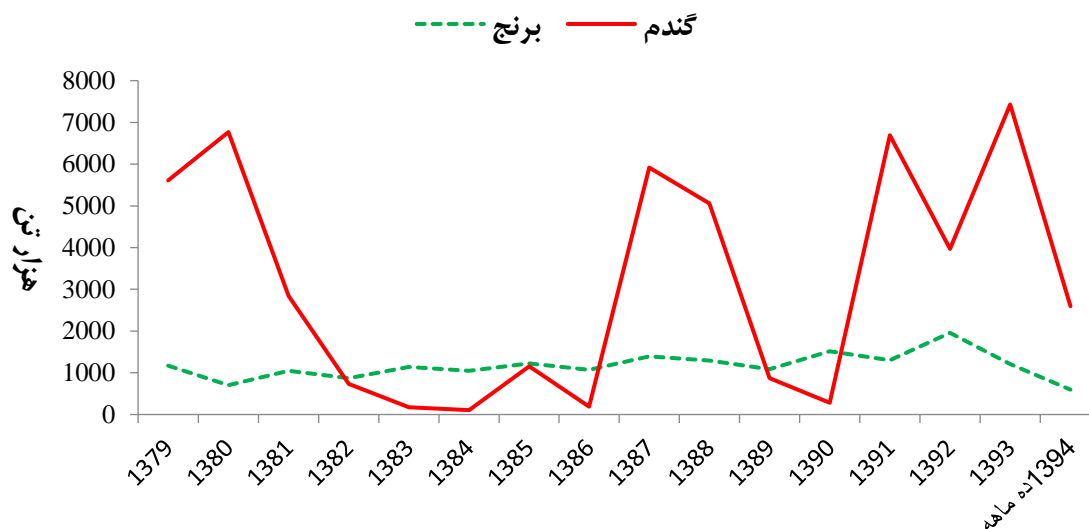
جدول (۲-۴): مهمترین اقلام وارداتی بخش کشاورزی بر اساس مجموع ۱۰ ساله (۹۳-۱۳۸۴)

ردیف	محصولات اساسی کشاورزی	مجموع واردات ۱۰ سال (۹۳-۱۳۸۴) میلیون دلار	سهم از کل واردات کشاورزی و مواد غذایی درصد
۱	گندم	۱۰۳۶۹	۱۴
۲	برنج	۱۰۲۶۷	۱۳
۳	ذرت	۱۱۰۸۶	۱۴,۵
۴	کنجاله	۱۰۱۴۷	۱۳
۵	روغن نباتی	۱۴۷۷۰	۸
۶	قندوشکر	۶۰۶۰	۸
۷	جو	۲۸۲۰	۴
۸	گوشت گاو	۴۲۰۴	۵,۵
	جمع	۶۹۷۲۲	۹۱

ماخذ: گمرک جمهوری اسلامی ایران و محاسبات تحقیق

روند واردات گندم به عنوان مهمترین محصول وارداتی بخش کشاورزی نشان می‌دهد که واردات این محصول ناپایدار و نوسانی است. در واقع واردات این محصول به طور کامل تابع شرایط تولید داخلی این محصول است. واردات گندم بعد از یک دوره کاهش از ابتدای برنامه دوم توسعه با روند افزایشی به ۶۱۵۶ هزار تن در سال پایانی این برنامه افزایش یافت. با آغاز برنامه سوم و اجرای سیاست خودکفایی در تولید گندم واردات این محصول از ۶۷۷۱ هزار تن در سال ۱۳۸۰ به ۱۷۰ هزار تن در سال پایانی برنامه سوم توسعه کاهش یافت. اما در برنامه چهارم توسعه ناپایداری در خودکفایی این محصول به روند افزایشی واردات این محصول به ۵۰۶۰ هزار تن در پایان این برنامه افزایش یافت. در برنامه پنجم توسعه واردات این محصول از ۲۸۲ هزار تن در ابتدای برنامه به ۷۴۲۹ هزار تن در سال ۱۳۹۳ افزایش یافته که البته بخش عمده‌ای از واردات صورت گرفته در سال ۱۳۹۳، واردات برنامه‌ریزی شده در سال ۱۳۹۲ بود که به دلیل تحریم و مشکلات انتقال کالا و پول در ابتدای سال ۱۳۹۳ وارد کشور و برای پر کردن ذخایر استراتژیک استفاده شده است. در ده ماهه سال ۱۳۹۴ نیز در مجموع ۲۵۹۳ هزار تن گندم وارد کشور شده است.

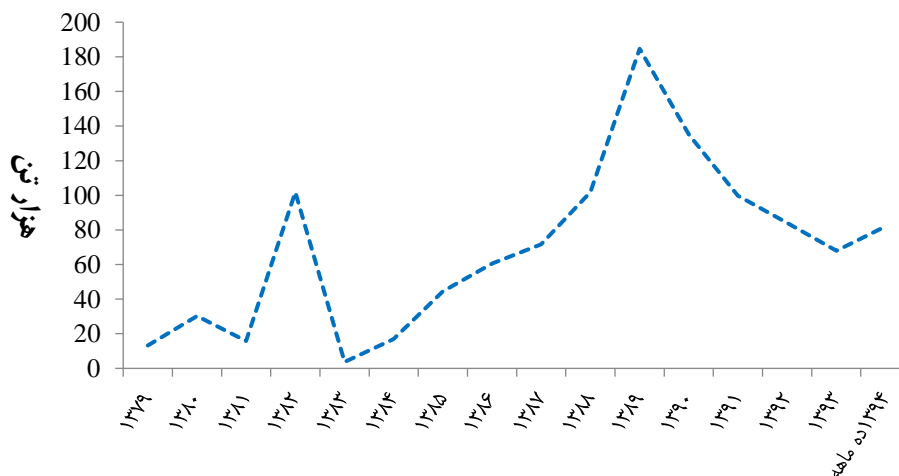
بر خلاف واردات گندم که به طور کامل تابع تولید داخل است، واردات برنج روندی سینوسی داشته و به طور متناوب کاهش و افزایش می‌یابد. واردات این محصول روند افزایشی بسیار آرامی را طی کرده است. واردات محصول برنج از ۷۸۵ هزار تن در ابتدای برنامه اول توسعه با روند متناوب کاهش، افزایش به ۱۱۵۹ هزار تن در پایان برنامه اول توسعه افزایش یافت. در برنامه دوم توسعه نیز واردات این کالا از ۱۱۴۷ هزار تن در ابتدای برنامه با روند نوسانی به ۱۰۲۲ هزار تن در پایان برنامه رسید. در برنامه سوم توسعه نیز واردات این محصول از ۱۱۶۷ هزار تن در ابتدای برنامه به ۱۱۴۲ هزار تن در پایان برنامه افزایش یافت. در برنامه چهارم نیز واردات این محصول با روند نوسانی از ۱۰۴۵ هزار تن به ۱۲۹۰ هزار تن در سال ۱۳۸۸ افزایش یافت. در برنامه پنجم واردات برنج از ۱۵۱۶ هزار تن در ابتدای برنامه به ۱۲۰۷ هزار تن در سال ۱۳۹۳ افزایش یافت و در ده ماهه سال ۱۳۹۴ واردات این محصول به ۵۹۵ هزار تن رسیده است. در مجموع واردات برنج روند افزایشی بسیار آرامی دارد و در هر برنامه توسعه به طور متوسط حدود ۲۰ درصد به واردات این محصول اضافه شده است.



نمودار ۲-۱۹- روند واردات گندم و برنج

ماخذ: گمرک جمهوری اسلامی ایران و محاسبات تحقیق

روند واردات گوشت گاو نشان دهنده رشد سریع واردات این کالا در برنامه چهارم توسعه است. واردات گوشت گاو در ابتدای برنامه سوم توسعه ۱۳ هزار تن بود که با روند نوسانی به ۱۰۲ هزار تن در سال ۱۳۸۲ افزایش و در ادامه به ۴ تن در سال ۱۳۸۳ کاهش یافت. اما واردات این کالا در برنامه چهارم روند افزایشی با ثباتی داشت و از ۱۷ هزار تن در ابتدای برنامه به ۱۰۲ هزار تن در انتهای برنامه افزایش یافت. بیشترین واردت گوشت گاو به مقدار ۱۸۹ هزار تن در سال ۱۳۸۹ اتفاق افتاد و بعد از آن با روند کاهشی به ۶۸ هزار تن در پایان سال ۱۳۹۳ کاهش یافت. در ده ماهه سال ۱۳۹۴ مقدار واردات گوشت گاو با افزایش ۱۸ درصدی به ۸۲ هزار تن افزایش یافته است.



نمودار ۲-۲۰- روند واردات گوشت گاو

ماخذ: گمرک جمهوری اسلامی ایران و محاسبات تحقیق

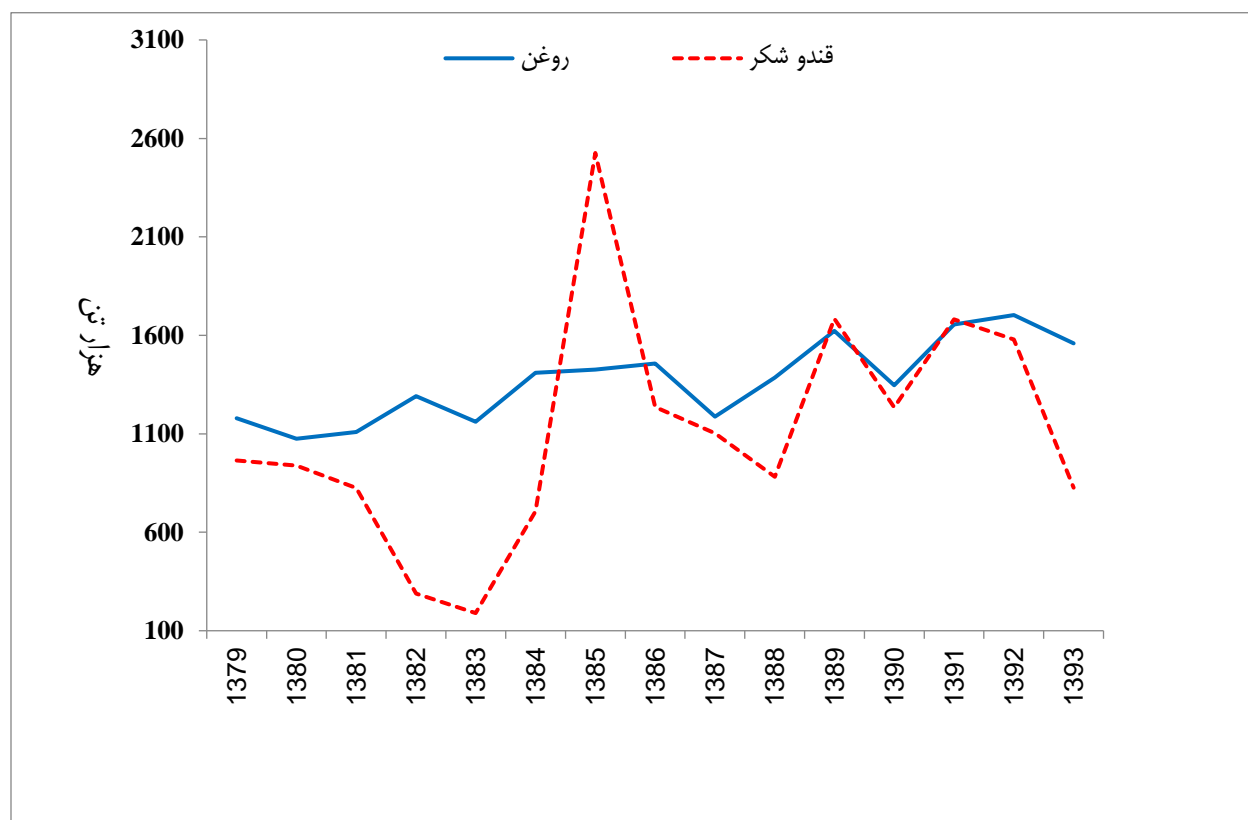
واردات شکر در برنامه سوم توسعه روندی کاهشی داشت و با شروع برنامه چهارم توسعه واردات این محصول رو به افزایش گذاشت و رکورد بیش از ۲/۵ میلیون تنی را در سال ۱۳۸۵ پشت سر گذاشت.

علت رشد بی‌رویه واردات شکر در سیاست‌های سال‌های قبل و سال ۱۳۸۵ نهفته است. در آبان ماه سال ۱۳۸۴ با وجود ابزار شبه سهمیه‌ای در اختیار دولت برای کنترل بازار و حفظ تعادل آن، تعرفه واردات شکر خام از ۱۳۰ درصد به ۳۰ درصد و شکر سفید از ۱۵۰ درصد به ۵۰ درصد برای بخش خصوصی کاهش یافت. چنین

تصمیمی با توجه به سیاست تثبیت ارزی، حمایت واقعی از شکر خام را به صفر (یارانه به واردات) و حمایت تعرفه ای موثر از شکر سفید را به ۱۵ درصد کاهش داد. چنین رخدادی با توجه به قیمت‌های جهانی شکر خود متضمن ورود بی رویه شکر به بازار داخلی بود، اما دولت روند کاهش تعرفه این کالا را به همین جا ختم نکرد و مجدداً در بهمن سال ۱۳۸۴ تعرفه واردات شکر خام و سفید را به ترتیب به ۵ درصد و ۲۰ درصد کاهش داد. این سطح اسمی تعرفه در عمل با توجه به انراف ارزی موجود نه تنها به معنای حمایت اندک از تولید داخلی نبود بلکه به معنای پرداخت یارانه به واردات به میزان ۳۲ درصد برای شکر خام و ۱۷ درصد برای شکر سفید بود. همین وضعیت باعث شد تا بخش خصوصی که وضعیت را برای واردات شکر در مساعدترین حالت ممکن می دید وارد عمل شده و اقدام به واردات این محصول در حجم بی سابقه نماید. در واقع بخش خصوصی در واکنش به تصمیمات گرفته شده اقدامات خود را برای واردات شکر از نیمه سال ۸۴ (آبان ماه) شروع نمود و در همین سال آهنگ واردات به کشور شروع به رشد نمود به گونه ای که سرانه واردات در این سال به ۸ کیلوگرم برای هر نفر رسید. اما روند رشد ۱۶۷ درصدی واردات نسبت به سال قبل باعث نشد که تصمیم گیران متوجه خطا در تصمیم گیری شوند به گونه ای که در سال ۸۵ نه تنها سیاست تعرفه‌ای را اصلاح نکردند بلکه باز هم تعرفه را کاهش داده و سطح تعرفه برای واردات شکر خام را به ۴ درصد و برای واردات شکر سفید به ۱۰ درصد کاهش دادند. پیامد چنین تصمیمی رسیدن سرانه واردات به ۳۵ کیلوگرم و سرانه عرضه به ۵۴ کیلوگرم برای هر نفر در سال ۱۳۸۵ بود، اتفاقی که قابل پیش بینی و اصلاح بود اما عدم توجه تصمیم گیران باعث بروز آن شد تا صنعت قند و شکر و تولیدکنندگان وابسته به آن دچار بحران شدید شوند (فریادرس، ۱۳۸۴).

واردات قند و شکر در برنامه‌های چهارم و پنجم روندی نوسانی داشت و در سال ۱۳۹۳ و ده ماهه سال ۱۳۹۴ به واسطه اجرای قوانین و مقررات ناظر بر کنترل واردات توسط وزارت جهاد کشاورزی (ماده ۱۶ قانون بهره‌وری، ماده ۱۰۳ قانون برنامه پنجم و قانون انتزاع) با وجود کاهش قیمت‌های جهانی واردات این محصول کاهش یافته است. واردات روغن نباتی (سویا، آفتابگردان، کلزا، ذرت، زیتون، روغن پالم و ...) تا سال‌های پایانی برنامه چهارم

توسعه روند کاهشی آرامی داشت و از ۱۱۷۹ هزار تن در ابتدای برنامه سوم توسعه به ۱۳۸۶ هزار تن در پایان برنامه چهارم افزایش یافت. واردات این کالا در طول برنامه پنجم فاصله سال‌های ۹۳-۱۳۹۰ رشد کندی داشت و با توجه به گرایش صنایع روغن‌کشی به واردات روغن خام به جای دانه روغنی واردات آن از ۱۳۴۶ هزار تن در سال ۱۳۹۰ به ۱۵۶۰ هزار تن در سال ۱۳۹۳ افزایش یافت.

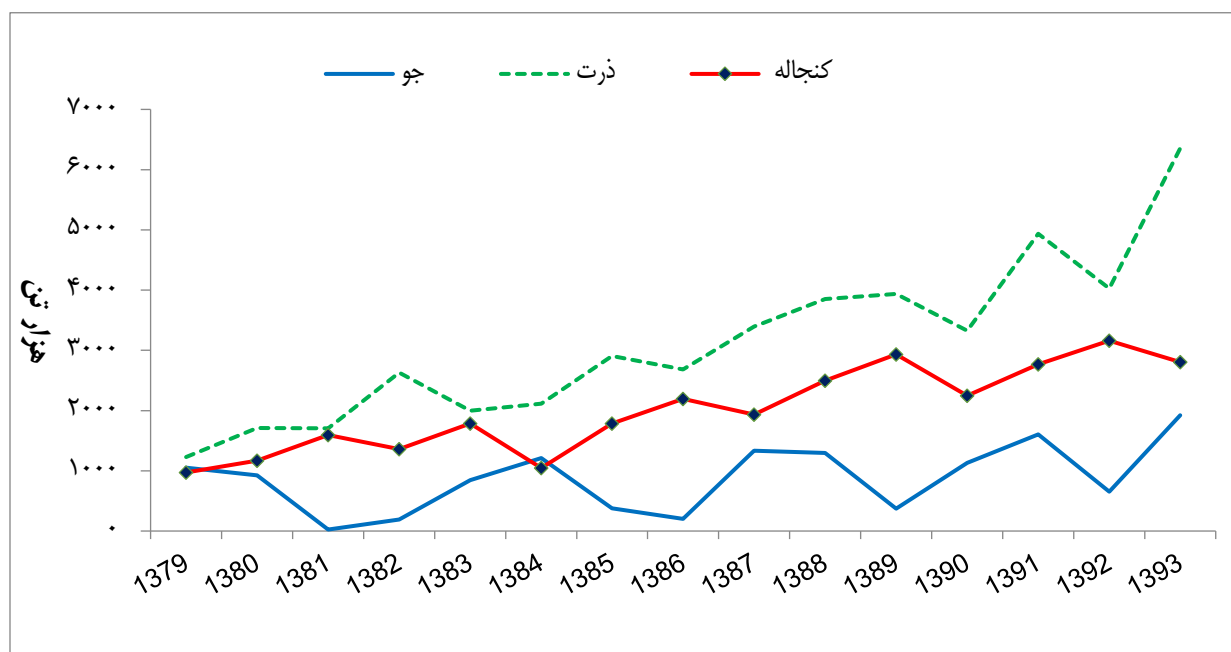


نمودار ۲-۲۱- روند واردات روغن و قند و شکر

ماخذ: گمرک جمهوری اسلامی ایران و محاسبات تحقیق

واردات ذرت به عنوان یکی از مهمترین نهاده‌های صنعت طیور رشد بسیار زیادی داشته است. در ابتدای برنامه سوم توسعه واردات ذرت حدود ۱۲۲۹ هزار تن بود که این مقدار به ۲۰۰۰ هزار تن در پایان این برنامه افزایش یافت. در برنامه چهارم توسعه نیز واردات این محصول رشد قابل ملاحظه‌ای داشت و از ۲۱۱۴ هزار تن در ابتدای برنامه به ۳۸۵۴ هزار تن در پایان برنامه چهارم افزایش یافت. در برنامه پنجم نیز واردات این محصول روند رو به

رشد خود را ادامه داده و از ۳۳۲۵ هزار تن در ابتدای برنامه به ۶۳۵۴ هزار تن در سال ۱۳۹۳ افزایش یافت. در ده ماهه سال ۱۳۹۴ نیز ۴۹۳۴ هزار تن از این کالا وارد کشور شده است. در واقع واردات این محصول در طول سه برنامه توسعه ۶ برابر افزایش یافته است و بخش عمده‌ای از تامین دان صنعت طیور به واردات وابسته است. با وجود رشد سریع واردات ذرت، واردات جو به عنوان نهاده صنعت دام رشد بسیار کند و به طور کامل نوسانی داشته است. واردات این محصول در ابتدای برنامه سوم توسعه ۱۰۵۰ هزار تن بود که با نوساناتی به ۸۴۵ هزار تن در پایان این برنامه کاهش یافت. در برنامه چهارم توسعه نیز واردات این محصول از ۱۲۰۹ هزار تن به ۱۲۹۶ هزار تن در پایان برنامه افزایش یافت و رشد چندانی نداشت. در برنامه پنجم نیز واردات جو از ۱۱۳۱ هزار تن در ابتدای برنامه به ۱۹۲۲ هزار تن در سال ۱۳۹۳ افزایش یافت. کل واردات کنجاله (کنجاله سویا، آفتابگردان، کلزا، سویا) بطور مستقیم و از محل تبدیل واردات دانه‌های روغنی با رشد ۸۳ درصدی در طول برنامه سوم توسعه از ۹۷۲ هزار تن در سال ۱۳۷۹ به ۱۷۸۶ هزار تن در سال ۱۳۸۳ افزایش یافت. واردات این گروه کالایی با رشد ۱۳۸ درصدی در طول برنامه چهارم توسعه از ۱۰۴۷ هزار تن به ۲۴۹۵ هزار تن در سال ۱۳۸۸ افزایش یافت. در سال‌های برنامه پنجم توسعه نیز واردات این گروه کالایی با رشد ۲۵ درصدی از ۲۲۴۱ هزار تن در سال ۱۳۹۰ به ۲۸۰۴ هزار تن در سال ۱۳۹۳ افزایش یافت. روند کلی این گروه کالایی نشان‌دهنده افزایش واردات آن در طول زمان است و همزمان با رشد تولیدات دامی، واردات نهاده‌های این صنعت نیز افزایش یافته است.



نمودار ۲-۲۲- روند واردات نهاده‌های دام و طیور (کنجاله، ذرت، جو)

ماخذ: گمرک جمهوری اسلامی ایران و محاسبات تحقیق

۲-۴-۲- بررسی و تحلیل تجارت مهمترین محصولات صادراتی کشاورزی ایران

برای بررسی وضعیت کالاهای صادراتی کشور، مهمترین کالاهای صادراتی از حیث مقدار و ارزش بر اساس وضعیت ۱۰ ساله (۹۳-۱۳۸۴) صادرات بخش کشاورزی شناسایی شدند. با توجه به اینکه صادرات کالا شاخص مهمی برای تنظیم بازار کالاهای فسادپذیر است، در کنار کالاهای مهم صادراتی از نظر ارزشی، وضعیت دو کالای هندوانه و پیاز به عنوان دو کالای مهم صادراتی از نظر وزنی نیز بررسی شده است.

جدول (۲-۵): مهمترین کالاهای صادراتی کشاورزی و مواد غذایی بر اساس مجموع ارزش ۱۰ ساله و سهم آنها

ردیف	کد تعرفه	نام محصول	مجموع صادرات (میلیون دلار)	سهم از کل صادرات کشاورزی و مواد غذایی
۱	۸۰۲۵۰	پسته	۱۱۴۵۷	۲۵
۲	۸۰۶۲۰	کشمش	۲۴۳۰	۵
۳	۹۱۰۲۰	زعفران	۲۱۳۴	۵
۴	۸۰۸۱۰	سیب	۱۷۸۶	۴

۳	۱۴۲۹	خرما	۸۰،۴۱۰	۵
۳	۱۲۰۳	رب گوجه	۲۰۰،۲۹۰	۶
۳	۱۱۹۹	خیار	۷۰،۷۰۰	۷
۲	۱۱۰۳	شیرینی	۱۷۰،۴۹۰	۸
۲	۱۰۸۹	بیسکوئیت	۱۹۰،۵۳۱	۹
۲	۱۰۰۷	سیب زمینی	۷۰،۱۹۰	۱۰

ماخذ: گمرک جمهوری اسلامی ایران و محاسبات تحقیق

بر اساس اطلاعات جدول ۲-۱۳ محصولات پسته، کشمش، زعفران، سیب، خرما، رب گوجه فرنگی، خیار، شیرینی، بیسکوئیت و سیب زمینی مهمترین محصولات صادراتی بخش کشاورزی و مواد غذایی از نظر ارزش صادرات هستند. بررسی مهمترین کالاهای صادراتی بخش کشاورزی از نظر مقدار صادرات ۱۰ ساله اخیر (۹۳-۱۳۸۴) نشان می‌دهد که اضافه بر محصولات مهم از نظر ارزش صادراتی، کالاهایی مانند هندوانه، پیاز و گوجه فرنگی نیز از کالاهای مهم صادراتی بخش کشاورزی از نظر حجم صادرات هستند.

جدول (۲-۶): مهمترین کالاهای صادراتی کشاورزی و مواد غذایی بر اساس مجموع حجم ۱۰ ساله و سهم آنها

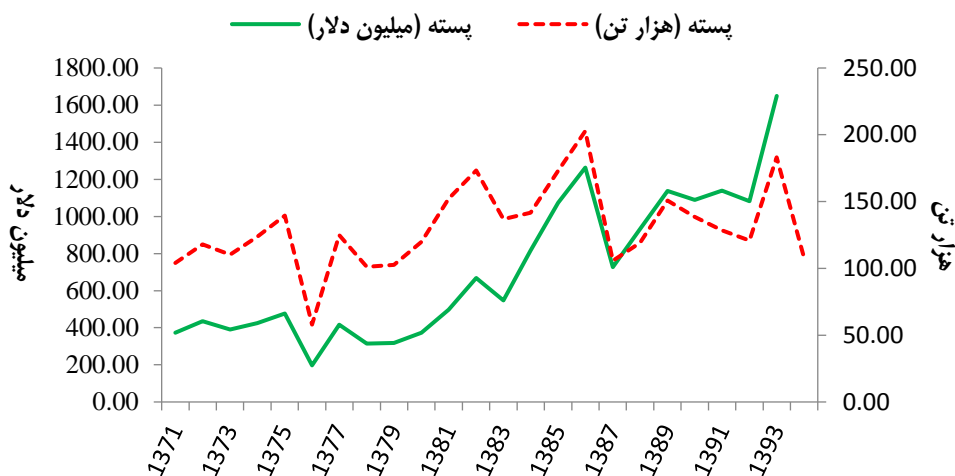
ردیف	کد تعرفه	نام محصول	مجموع واردات (هزار تن)	سهم از کل صادرات کشاورزی و مواد غذایی
۱	۸۰،۷۱۱	هندوانه	۳۶۶۵	۹
۲	۷۰،۱۹۰	سیب زمینی	۳۰۵۵	۸
۳	۸۰،۸۱۰	سیب	۲۹۲۸	۸
۴	۷۰،۲۰۰	گوجه فرنگی	۲۰۶۴	۵
۵	۷۰،۷۰۰	خیار	۱۹۰۶	۵
۶	۷۰،۳۱۰	پیاز	۱۴۹۱	۴
۷	۸۰،۲۵۰	پسته	۱۴۶۴	۴
۸	۸۰،۴۱۰	خرما	۱۲۹۹	۳
۹	۸۰،۶۲۰	کشمش	۱۲۸۳	۳
۱۰	۱۰۰،۱۱۰	گندم	۱۱۲۶	۳

ماخذ: گمرک جمهوری اسلامی ایران و محاسبات تحقیق

محصول پسته با مجموع صادراتی به ارزش ۱۱۴۵۷ میلیون دلار در ۱۰ ساله اخیر (۹۳-۱۳۸۴) ۲۵ درصد ارزش صادراتی بخش کشاورزی و مواد غذایی را به خود اختصاص داده است. اما این محصول با وجود جایگاه نخست از حیث ارزش آوری، در بین ۱۰ قلم کالای صادراتی بخش کشاورزی از نظر مقدار صادرات نبوده و مقدار

صادرات این محصول از حدود ۱۲۴ هزار تن در ابتدای برنامه دوم توسعه با کاهش ۱۸ درصدی به ۱۰۱ هزار تن در پایان این برنامه افت کرده است. در برنامه سوم توسعه صادرات حجمی این محصول ۳۳ درصد افزایش یافته و به ۱۳۷ هزار تن در سال ۱۳۸۳ افزایش یافت. اما در پایان برنامه چهارم حجم صادرات با کاهش ۱۶ درصدی به ۱۱۹ هزار تن کاهش یافت. در برنامه پنجم توسعه صادرات این محصول با افزایش ۳۳ درصدی به ۱۸۳ هزار تن افزایش یافت. در مجموع صادرات پسته به عنوان ارزآورترین محصول صادراتی بخش کشاورزی متغیری ایستا است و تغییر چندانی نداشته است.

اگرچه صادرات این کالا از نظر وزنی رشد چندانی نداشته است، اما ارزش صادرات این محصول رشد قابل توجهی داشته است. در برنامه‌های دوم و سوم توسعه صادرات این محصول با رشد ۳۲ درصدی از ۴۲۵ میلیون دلار در ابتدای برنامه دوم با نوساناتی به ۵۴۸ میلیون دلار در پایان برنامه سوم افزایش یافته است. در برنامه‌های چهارم و پنجم توسعه اگرچه بر نوسان ارزش صادراتی این کالا افزوده شده است، اما ارزش صادرات آن با افزایش فراتر از ۱۰۰ درصدی از ۸۱۷ میلیون دلار در ابتدای برنامه چهارم به ۱۶۴۹ میلیون دلار در پایان سال ۱۳۹۳ افزایش یافته است. در ده ماهه ۱۳۹۴ نیز ۱۰۸ هزار تن پسته به ارزش ۹۸۶ میلیون دلار صادر شده است. روند مقدار و ارزش صادرات این کالا بیانگر افزایش تدریجی ارزش هر کیلو پسته صادراتی است و ارزش هر کیلو صادرات این محصول در برنامه‌های چهارم و پنجم توسعه رشد قابل توجهی داشته است.



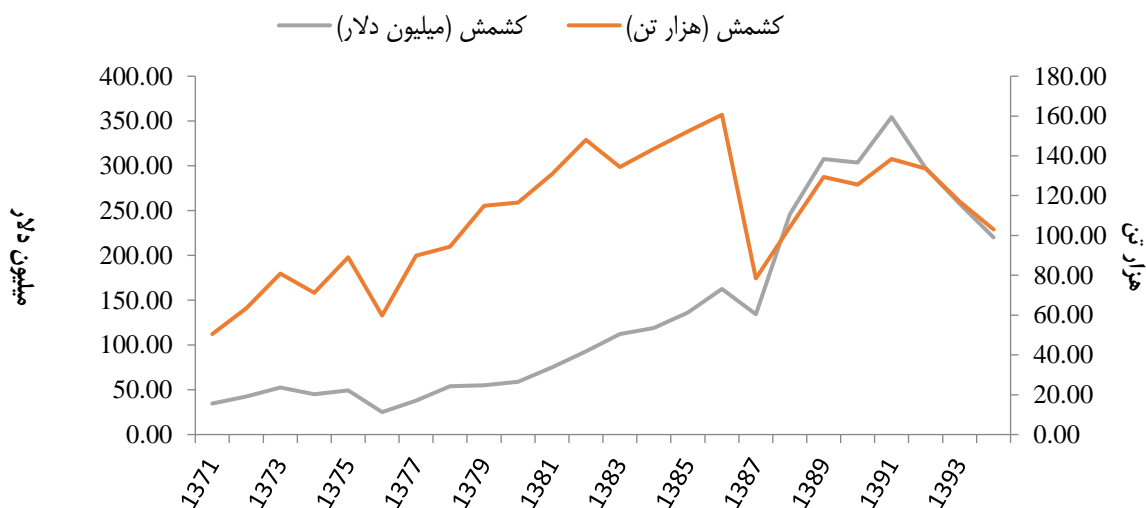
نمودار ۲-۲۳- روند صادرات پسته

ماخذ: گمرک جمهوری اسلامی ایران و محاسبات تحقیق

کشمش با مجموع ارزش صادراتی برابر با ۲۴۳۰ میلیون دلار در دوره ۱۰ ساله (۹۳-۱۳۸۴) دومین محصول ارزش‌آور بخش کشاورزی و مواد غذایی است. مقدار صادرات کشمش نیز با حجم ۱۲۸۳ هزار تن به عنوان نهمین محصول صادراتی بخش کشاورزی و مواد غذایی است. بررسی روند صادرات کشمش از نظر مقدار صادرات نشان می‌دهد تا قبل از سال ۱۳۸۷ این محصول صادرات رو به رشدی داشته است و مقدار صادرات آن از حدود ۷۱ هزار تن در ابتدای برنامه دوم توسعه به بیش از ۱۶۱ هزار تن در پایان سال ۱۳۸۶ افزایش یافته است. اما به دنبال بروز خشکسالی شدید در سال ۱۳۸۷ صادرات این محصول با افت ۵۰ درصدی به ۷۸/۵ هزار تن کاهش یافته است. در ادامه نیز صادرات این محصول هیچگاه به شرایط قبل از دوره ۱۳۸۷ برنگشته است و حجم صادرات آن با رشد ۵۰ درصدی به ۱۱۷ هزار تن در سال ۱۳۹۳ افزایش یافته است. در ده ماهه سال ۱۳۹۴ نیز ۱۰۳ هزار تن به ارزش ۲۲۰ میلیون دلار از این کالا صادر شده است. روند رشد ارزش صادرات کشمش قبل از دوره ۱۳۸۷ مشابه مقدار صادرات آن بوده، با این تفاوت که رشد ارزش صادرات بیش از رشد مقدار صادرات آن بوده و ارزش صادراتی آن با

بیش از ۲۶۲ درصد افزایش از ۴۵ میلیون دلار در ابتدای برنامه دوم توسعه به ۱۶۳ میلیون دلار در پایان سال ۱۳۸۶ افزایش یافته است.

در ادامه طی دوره ۹۱-۱۳۸۷ بر شدت رشد ارزش صادرات کشمش افزوده شده است و با رشد ۱۶۴ درصدی صادرات این محصول از ۱۳۴ میلیون دلار به ۳۴۵ میلیون دلار افزایش یافته است. در واقع بعد از سال ۱۳۸۷ ارزش هر کیلو کشمش صادراتی از ۱ دلار پیشی گرفته و به تدریج به ارزش آن افزوده شده است. در سال ۱۳۹۳ صادرات کشمش با روند کاهشی به ۲۵۷/۵ میلیون دلار افت کرد.



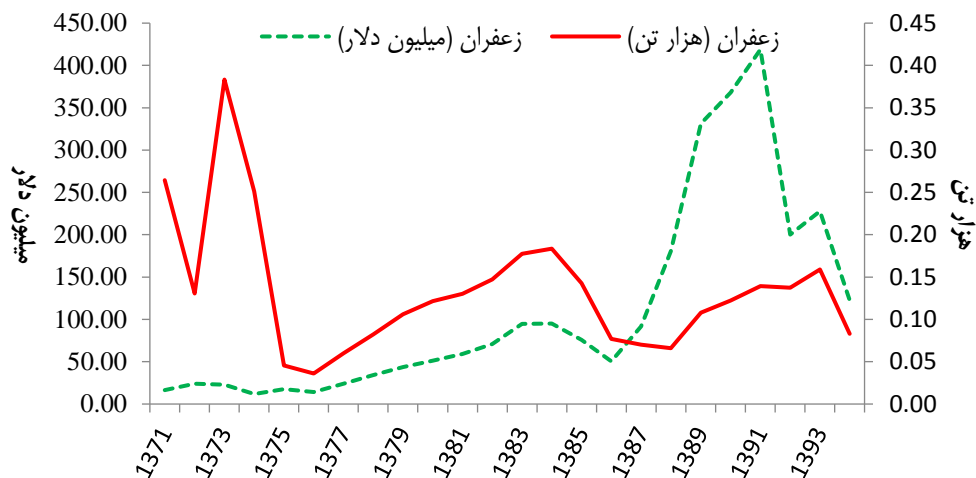
نمودار ۲-۲۴- روند صادرات کشمش

ماخذ: گمرک جمهوری اسلامی ایران و محاسبات تحقیق

محصول زعفران با مجموع ارزش صادراتی ۲۱۳۴ میلیون دلار در دوره (۹۳-۱۳۸۴) سومین محصول ارزش‌آور بخش کشاورزی و مواد غذایی بوده و سهم ۵ درصدی در ارزش صادرات این بخش دارد. روند مقدار صادرات این محصول نوسانی است. صادرات این محصول با افت ۲۱۳ درصدی در برنامه دوم توسعه از ۲۵۰ تن به حدود ۸۰ تن در پایان این برنامه کاهش یافت. در برنامه سوم صادرات این محصول ۶۴ درصد افزایش یافت و از ۱۱۰ تن به ۱۸۰ تن در سال ۱۳۸۳ رسید. در برنامه چهارم صادرات این محصول با کاهش ۱۵۷ درصدی به ۷۰ تن در سال

۱۳۸۸ افت کرد. در برنامه پنج نیز صادرات آن وارد روند افزایشی شده و با رشد ۳۳ درصدی به ۱۶۰ تن در پایان سال ۱۳۹۳ رسید. در ده ماهه سال ۱۳۹۴ نیز ۸۳ تن از این محصول صادر شده است. علت اصلی نوسان صادرات این محصول به نوسانات تولید داخلی آن مربوط است. تولید این محصول در فاصله سال‌های ۸۴-۱۳۷۹ روندی افزایشی داشت و از ۱۰۶ تن به ۱۸۴ تن افزایش یافت و به تبع آن صادرات آن نیز از ۴۵ تن به ۹۵ تن افزایش یافت. در ادامه نیز با افت تولید این محصول به ۳۸ تن در سال ۱۳۸۷، صادرات آن نیز کاهش یافته است. در ادامه نیز با افزایش تولید این محصول به ۲۹۵ و ۲۸۲ تن در سال‌های ۱۳۹۲ و ۱۳۹۳ صادرات آن نیز به ۱۶۰ تن در سال ۱۳۹۳ رسید.

ارزش صادراتی زعفران نسبت به مقدار صادرات آن در برنامه‌های دوم و سوم توسعه رشد پایداری داشت و از ۱۲ میلیون دلار در ابتدای برنامه دوم توسعه با افزایش حدود ۷ برابری به ۹۵ میلیون دلار در پایان برنامه سوم توسعه افزایش یافت. در واقع با توجه به نقش مسلط ایران در بازار جهانی این محصول قیمت آن با توجه به نوسانات مقداری صادرات در جهت پایداری ارزش صادراتی آن تعدیل شده است. در برنامه چهارم و اوایل برنامه پنجم توسعه بر شدت رشد ارزش صادراتی این محصول افزوده شد و صادرات این محصول از ۹۵ میلیون دلار در سال ۱۳۸۴ به ۴۱۹ میلیون دلار در سال ۱۳۹۱ افزایش یافت. اگرچه در ادامه ارزش صادرات این محصول به ۲۲۸ میلیون دلار در سال ۱۳۹۳ کاهش یافت. ارزش صادراتی این کالا در ده ماهه سال ۱۳۹۴ حدود ۱۲۳ میلیون دلار است. بخش عمده‌ای از افزایش ارزش صادرات این محصول در فاصله سال‌های ۹۱-۱۳۸۹ به افزایش تحریم و در نتیجه، افزایش هزینه‌های حمل و نقل و مبادلات بانکی و رشد قیمت صادراتی ایران به عنوان صادرکننده مسلط بازار بر می‌گردد. روند رو به رشد صادرات این کالا و افت قیمت جهانی آن ارزش صادرات این کالا در سال ۱۳۹۲ را به کمتر از نصف کاهش داد.

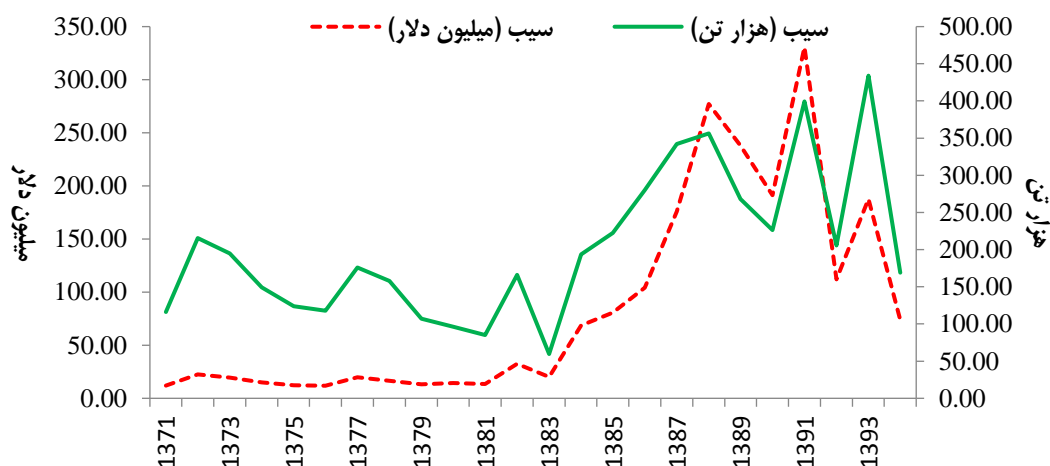


نمودار ۲-۲۵- روند صادرات زعفران

ماخذ: گمرک جمهوری اسلامی ایران و محاسبات تحقیق

صادرات سیب در مجموع با ارزش صادراتی ۱۷۸۶ میلیون دلار در دوره (۹۳-۱۳۸۴) و حجم ۲۹۲۸ هزار تن جایگاه چهارم از نظر ارزش صادرات و رتبه سوم از نظر وزن صادراتی را در بین کالاهای کشاورزی و مواد غذایی دارد. صادرات سیب روندی نوسانی دارد و از ۱۴۹ هزار تن در ابتدای برنامه دوم توسعه به ۶۰ هزار تن در پایان برنامه سوم توسعه کاهش یافته است. در برنامه چهارم روند کاهشی صادرات این محصول عکس شده و صادرات این محصول از ۱۹۴ هزار تن در ابتدای برنامه به ۳۵۶ هزار تن در پایان برنامه چهارم افزایش یافته است. در برنامه پنجم توسعه نوسان صادراتی این محصول افزایش یافته است و از ۲۶۸ هزار تن در ابتدای برنامه به ۲۰۶ هزار تن در سال ۱۳۹۲ کاهش و در ادامه به ۴۳۴ هزار تن در سال ۱۳۹۳ افزایش یافته است. در ده ماهه سال ۱۳۹۴ نیز ۱۶۹ هزار تن سیب از کشور صادر شده است. ارزش صادرات این محصول در برنامه‌های دوم و سوم توسعه روند ایستا و پایداری داشته است و ارزش صادراتی آن از ۱۵ میلیون دلار در ابتدای برنامه دوم توسعه به ۲۰ میلیون دلار در پایان برنامه سوم توسعه افزایش یافته است. در برنامه چهارم توسعه ارزش صادراتی این کالا رشد قابل ملاحظه‌ای داشت و از ۶۹ میلیون دلار در ابتدای برنامه به ۲۷۷ میلیون دلار در سال ۱۳۸۸ افزایش یافت. اما در برنامه پنجم توسعه هم راستا با نوسان مقدار صادرات این محصول، ارزش صادراتی آن نیز نوسانی شده و از ۱۹۱

میلیون دلار در سال ۱۳۹۰ به ۳۳۰ میلیون دلار در سال ۱۳۹۱ افزایش و در ادامه به ۱۸۷ میلیون دلار در سال ۱۳۹۳ کاهش یافت. در ده ماهه سال ۱۳۹۴ نیز حدود ۷۴ میلیون دلار سیب صادر شده است. در کل دوره ارزش یک کیلو سیب صادراتی همواره کمتر از یک دلار بوده، اما به تدریج بر ارزش هر کیلو سیب صادراتی افزوده شده و به ویژه در برنامه پنجم، ارزش هر کیلو سیب به بیشترین مقدار خود رسیده است. بخش عمده‌ای از نوسانات صادرات سیب به ناپایداری شرایط بازار و سیاست‌های تجاری در کشور عراق به عنوان واردکننده اصلی سیب ایران برمی‌گردد. در سال‌های اخیر تولید داخلی سیب روند پایداری داشته است و چنانچه بر بازارهای باثبات‌تری مانند ترکمنستان و امارات تمرکز بیشتری صورت می‌گرفت از نوسان صادراتی این محصول کاسته می‌شد.

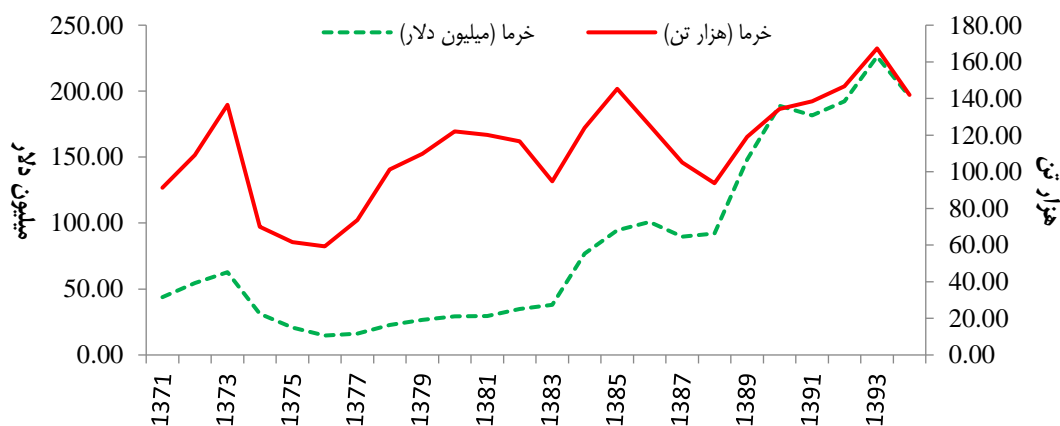


نمودار ۲-۲۶- روند صادرات سیب

ماخذ: گمرک جمهوری اسلامی ایران و محاسبات تحقیق

طی دوره (۹۳-۱۳۸۴) در مجموع ۱۲۹۹ هزار تن خرما به ارزش ۱۴۲۹ میلیون دلار صادر شده است. این کالا با سهم ۳ درصدی در صادرات وزنی و ارزشی کالاهای کشاورزی و مواد غذایی، جایگاه پنجم از نظر ارزش و رتبه هفتم از نظر مقدار صادرات را دارد. مقدار صادرات این محصول اگرچه با نوساناتی همراه بوده، اما در مجموع روندی افزایشی دارد. صادرات خرما از ۶۲ هزار تن در ابتدای برنامه دوم توسعه با رشدی بیش از دو برابری به ۱۲۴ هزار

تن در پایان برنامه سوم توسعه افزایش یافت. اما در برنامه چهارم توسعه صادرات این محصول کاهش یافت و در پایان این برنامه صادرات خرما حدود ۹۵ هزار تن بود. با آغاز برنامه پنجم توسعه صادرات خرما وارد روند افزایشی شد و به ۱۶۷ هزار تن در پایان سال ۱۳۹۳ رسید. در ده ماهه سال ۱۳۹۴ نیز حدود ۱۴۲ هزار تن خرما صادر شده است. ارزش صادرات این محصول روند پایداری دارد. ارزش صادرات خرما از ۲۱ میلیون دلار در ابتدای برنامه دوم توسعه با روندی آرام به ۳۸ میلیون دلار در پایان برنامه سوم توسعه افزایش یافت. در برنامه چهارم توسعه نیز با وجود افت نسبی مقدار صادرات این محصول، ارزش صادراتی آن به ۹۲ میلیون دلار در پایان برنامه افزایش یافت. صادرات این محصول در برنامه پنجم توسعه به روند افزایشی خود ادامه داد و به ۲۲۶ میلیون دلار در پایان سال ۱۳۹۳ رسید. در ده ماهه سال ۱۳۹۴ نیز صادرات این محصول به ۱۹۶ میلیون دلار است.

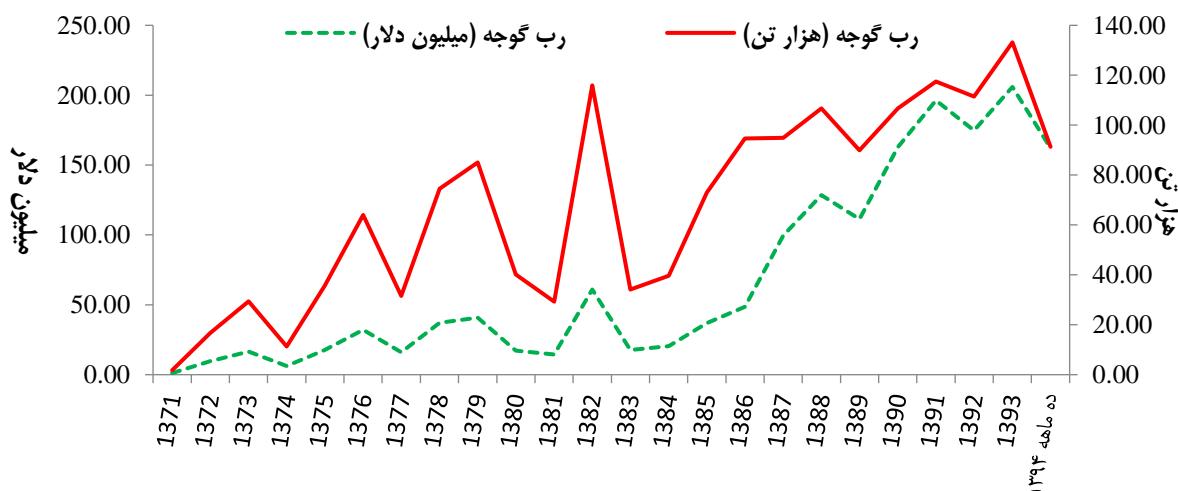


نمودار ۲-۲۷- روند صادرات خرما

ماخذ: گمرک جمهوری اسلامی ایران و محاسبات تحقیق

رب گوجه‌فرنگی با توجه به مجموع ارزش صادرات کشاورزی و مواد غذایی در ۱۰ سال (۹۳-۱۳۸۴) ششمین محصول صادراتی کشاورزی و مواد غذایی است و مجموع صادرات آن به ۱۲۰۳ میلیون دلار می‌رسد. صادرات این محصول در ابتدای برنامه دوم توسعه بسیار کم و در حدود ۶ میلیون دلار بود. اما با روند افزایشی نوسانی صادرات

این محصول در سال‌های پایانی برنامه سوم (۱۳۸۲) به بیش از ۱۰ برابر (۶۰ میلیون دلار) افزایش یافت. صادرات این محصول در برنامه‌های چهارم و پنجم توسعه رشد بسیار زیادی داشت و از ۲۰ میلیون دلار در ابتدای برنامه چهارم توسعه به حدود ۱۲۹ میلیون دلار در پایان برنامه سوم و ۲۰۶ میلیون دلار در پایان برنامه پنجم توسعه افزایش یافت. در ده ماهه سال ۱۳۹۴ نیز صادرات این محصول ۱۶۲ میلیون دلار بود. در مجموع صادرات این محصول از روند افزایشی برخوردار بوده و این روند افزایشی در برنامه‌های چهارم و پنجم توسعه رشد قابل ملاحظه‌ای داشت. در کنار روند افزایشی ارزش صادرات این کالا، وزن صادراتی این محصول روند نوسانی‌تری داشت. حجم صادرات این محصول از ۱۱ هزار تن در ابتدای برنامه دوم توسعه با روندی نوسانی به ۱۱۶ هزار تن در سال‌های برنامه سوم (۱۳۸۳) افزایش یافته است. در برنامه‌های چهارم و پنجم توسعه نیز صادرات وزنی این محصول با رشدی آرام از ۴۰ هزار تن در ابتدای برنامه چهارم به ۱۳۳ هزار تن در پایان برنامه پنجم توسعه افزایش یافت. در ده ماهه سال ۱۳۹۴ مقدار صادرات این کالا بیش از ۹۱ هزار تن است. در مجموع رشد سریع ارزش صادراتی این محصول به ویژه در دو برنامه چهارم و پنجم توسعه باعث شده است ارزش صادراتی این محصول از سال ۱۳۸۷ به بعد از وزن صادراتی آن پیشی گرفته و ارزش صادرات هر واحد رب گوجه فرنگی به بیش از ۱ دلار افزایش یابد.

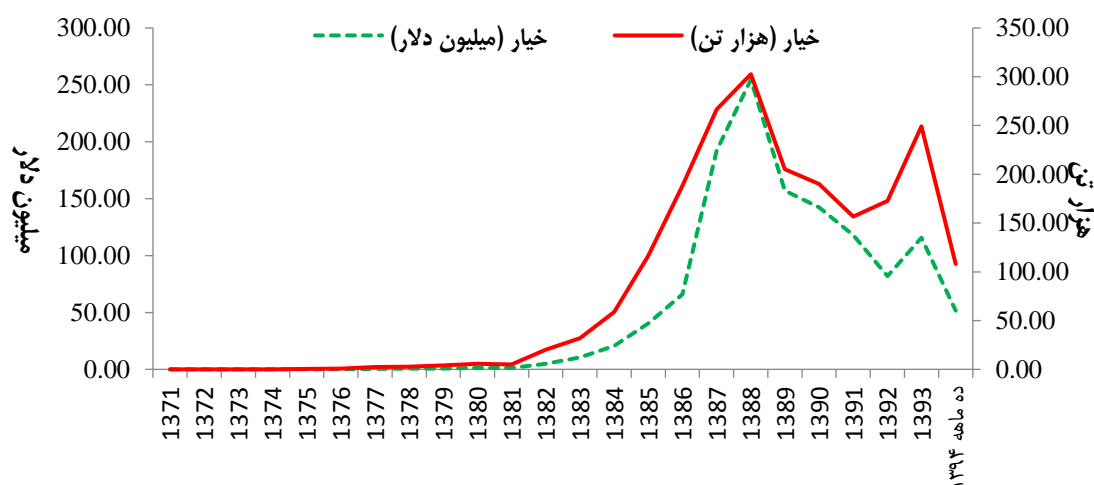


نمودار ۲-۲۸- روند صادرات رب گوجه فرنگی

ماخذ: گمرک جمهوری اسلامی ایران و محاسبات تحقیق

خیار یکی از محصولات صادراتی بخش کشاورزی است که با ارزش صادراتی ۱۱۹۹ میلیون دلار هفتمین کالای صادراتی کشاورزی و مواد غذایی است و سهم ۳ درصدی در صادرات این کالاها در دوره (۹۳-۱۳۸۴) داشته است. در کنار ارزش صادراتی این محصول با صادرات حدود ۱۹۰۶ هزار تن پنجمین محصول صادراتی کشاورزی و مواد غذایی از حیث حجم صادرات است. این کالا در برنامه سوم توسعه وارد سبد کالاهای صادراتی بخش کشاورزی شد و با روند افزایشی باثباتی صادرات آن در پایان برنامه چهارم توسعه به ۳۰۲ هزار تن به ارزش ۲۵۵ میلیون دلار افزایش یافت. اما در برنامه پنجم توسعه روند افزایشی صادرات این محصول معکوس شد و با روند کاهشی صادرات آن در پایان سال ۱۳۹۱ به ۲۰۵ هزار تن به ارزش ۱۵۷ میلیون دلار کاهش یافت. در ادامه برنامه پنجم صادرات این محصول با روند افزایشی به ۲۴۹ هزار تن به ارزش ۱۱۶ میلیون دلار رسید. در ده ماهه سال ۱۳۹۴ حدود ۱۰۸ هزار تن به ارزش ۵۲ میلیون دلار است.

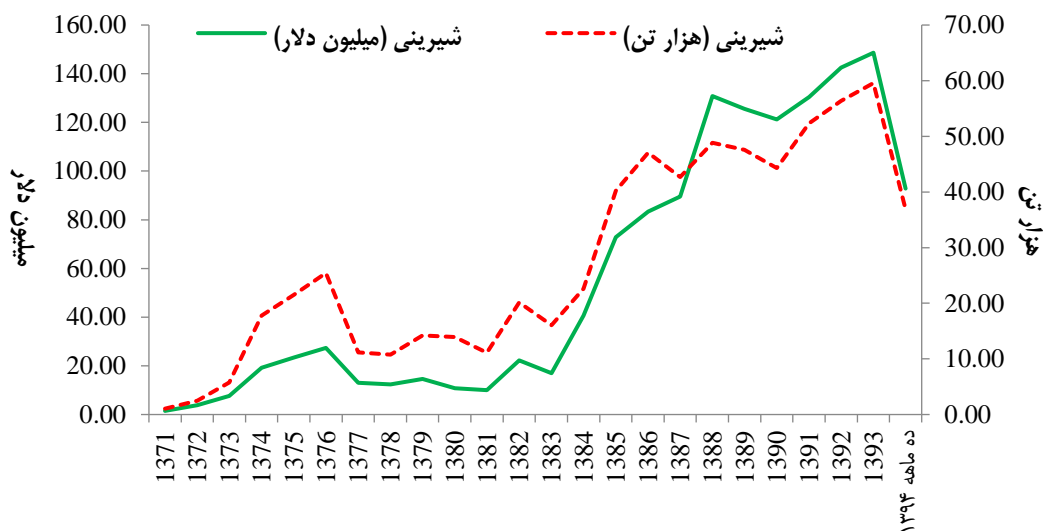
در مجموع ارزش صادراتی هر کیلوگرم خیار صادراتی کشور تا پایان برنامه چهارم توسعه تغییر چندانی نداشت، اما در برنامه پنجم به ویژه در سال‌های ۱۳۹۱ تا ۱۳۹۳ ارزش صادراتی هر کیلوگرم محصول کاهش یافته است.



نمودار ۲-۲۹- روند صادرات خیار

ماخذ: گمرک جمهوری اسلامی ایران و محاسبات تحقیق

شیرینی یکی از محصولات مهم صادراتی بخش صنایع غذایی کشور است که از بین انواع مختلف آن صادرات شیرینی بدون کاکائو (۱۷۰۴۹) با ارزش صادراتی ۱۱۰۳ میلیون دلار و سهم حدود ۲ درصدی در کل صادرات کشاورزی و مواد غذایی دارد. صادرات این کالا در برنامه تغییر چندانی نداشت. ارزش صادراتی آن در ابتدای برنامه دوم توسعه حدود ۱۹ میلیون دلار بود که کاهش اندکی به ۱۶ میلیون دلار در پایان برنامه سوم توسعه افت کرد. وزن صادراتی این محصول نیز در این دوره تغییر چندانی نداشت. اما در برنامه‌های چهارم و پنجم توسعه صادرات این کالا روند افزایشی قابل ملاحظه‌ای داشت. به ویژه ارزش صادرات این محصول به صورت تصاعدی رشد نمود و از ۴۱ میلیون دلار در ابتدای برنامه چهارم توسعه به ۱۳۱ میلیون دلار در پایان این برنامه و ۱۴۹ میلیون دلار در پایان سال ۱۳۹۳ افزایش یافت. ارزش صادراتی این کالا در ده ماهه سال ۱۳۹۴ حدود ۹۳ میلیون دلار است. مقدار صادرات این کالا نیز از ۲۳ هزار تن در ابتدای برنامه چهارم توسعه به ۴۹ هزار تن در پایان این برنامه و ۶۰ هزار تن در پایان سال ۱۳۹۳ افزایش یافت. در ۱۰ ماهه سال ۱۳۹۴ مقدار صادرات این کالا ۳۷ هزار تن است. روند ارزش و حجم صادرات این محصول باعث شد قیمت هر کیلوگرم از این محصول از حدود ۱ دلار در پایان برنامه سوم به بیش از ۲/۵ دلار در پایان سال ۱۳۹۳ افزایش یابد.

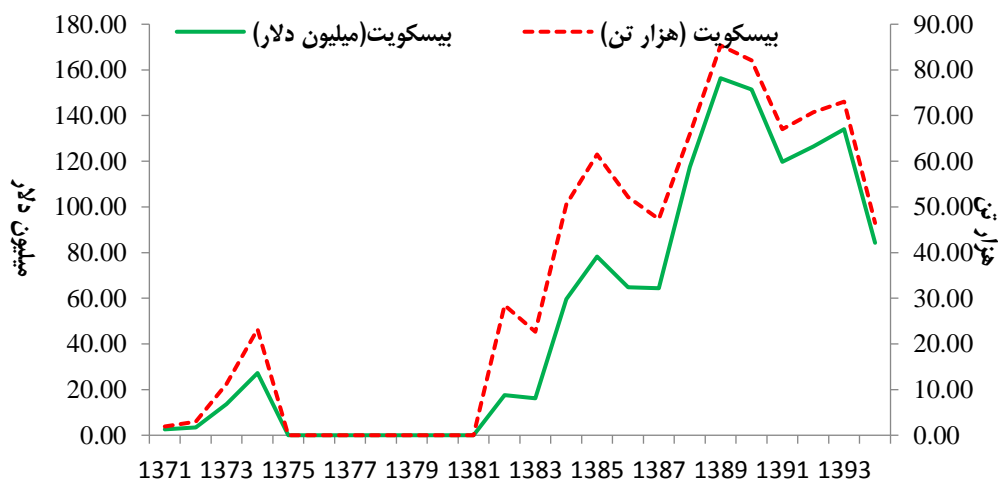


نمودار ۲-۳۰- روند صادرات شیرینی بدون کاکائو (۱۷۰۴۹)

ماخذ: گمرک جمهوری اسلامی ایران و محاسبات تحقیق

بیسکویت یکی از کالاهای مهم صادراتی صنایع غذایی است. بیسکویت با مواد شیرین کننده (۱۹۰۵۳۱) با صادرات ۱۰۸۹ میلیون دلار نهمین کالای صادراتی بخش کشاورزی و مواد غذایی است. صادرات پایدار این محصول در سال‌های پایانی برنامه سوم توسعه شروع شد و ارزش صادراتی این محصول از ۶۰ میلیون دلار در ابتدای برنامه چهارم به ۱۱۷ میلیون دلار در پایان این برنامه و ۱۵۶ میلیون دلار در سال ۱۳۸۹ افزایش یافت. در برنامه پنجم توسعه صادرات این محصول از ۱۵۱ میلیون دلار ابتدای برنامه با روندی نوسانی به ۱۳۴ میلیون دلار در پایان سال ۱۳۹۳ کاهش یافت. در ۱۰ ماهه سال ۱۳۹۴ حدود ۸۴ میلیون دلار است. حجم صادراتی این کالا هم روندی مشابه با صادرات ارزشی آن دارد. مقدار صادرات این محصول از ۵۱ هزار تن در ابتدای برنامه چهارم با رشدی آرام به ۶۶ هزار تن در پایان برنامه چهارم توسعه افزایش یافت و در سال ۱۳۸۹ بیشترین مقدار صادرات این محصول به ۸۵ هزار تن رسید. در برنامه پنجم نیز صادرات این محصول به ۷۳ هزار تن در سال ۱۳۹۳ کاهش

یافت. در ۱۰ ماهه سال ۱۳۹۴ حدود ۴۷ هزار تن از این کالا صادر شده است. در مجموع ارزش صادرات هر واحد از این کالا به تدریج افزایش یافته است و در پایان برنامه پنجم توسعه به حدود ۲ دلار رسیده است.

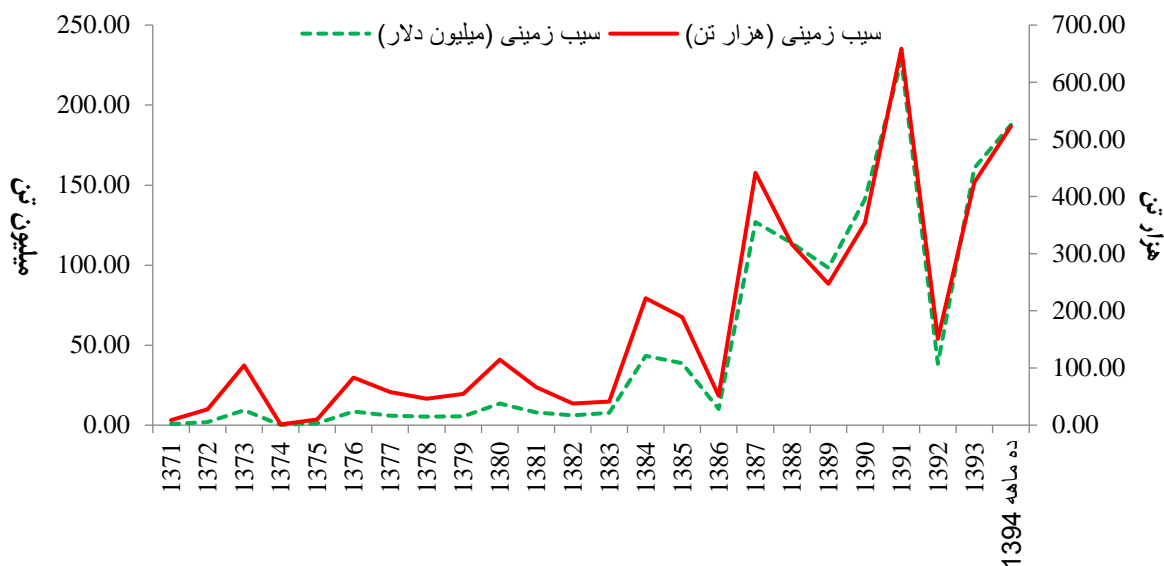


نمودار ۲-۳۱- روند صادرات بیسکویت (۱۹۰۵۳۱)

ماخذ: گمرک جمهوری اسلامی ایران و محاسبات تحقیق

مجموع ارزش صادرات سیب زمینی ۱۰۰۷ میلیون دلار در دوره (۹۳-۱۳۸۴) بوده و دهمین محصول صادراتی بخش کشاورزی از نظر ارزش صادراتی است. اما جایگاه این محصول در سبد صادراتی بخش کشاورزی بیشتر به خاطر حجم صادرات این محصول و وابستگی تنظیم بازار داخلی آن به وضعیت صادراتی است. در مجموع با صادرات ۳۰۵۵ هزار تن محصول در دوره (۹۳-۱۳۸۴) سیب زمینی دومین محصول صادراتی کشور است. صادرات این محصول از ۱/۳۶ هزار تن در ابتدای برنامه دوم توسعه به حدود ۴۰ هزار تن در پایان برنامه سوم توسعه افزایش یافت. اما در برنامه‌های چهارم و پنجم توسعه با وجود رشد قابل توجه صادرات این محصول از ۲۲۲ هزار تن در ابتدای برنامه چهارم توسعه به ۳۱۶ هزار تن در سال پایانی برنامه افزایش یافت در ادامه در برنامه پنجم توسعه صادرات این محصول با بیش از دو برابر افزایش به ۳۶۵۹ هزار تن در سال ۱۳۹۱ رسید و با کاهش به ۴۲۵ هزار تن در سال ۱۳۹۳ افت کرد. در ۱۰ ماهه سال ۱۳۹۴ حدود ۵۲۳ هزار تن از این کالا صادر شده است. نوسان بسیار زیاد ویژگی بازار روند مقدار صادرات این محصول بوده و این روند نوسانی با رشد مقدار صادرات افزایش

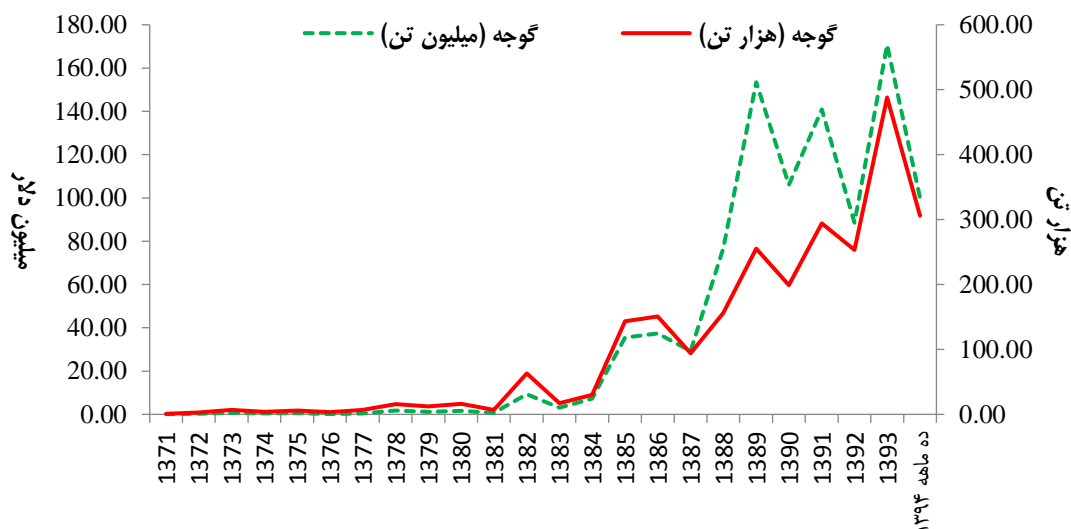
یافته است. این محصول صادراتی قابل ملاحظه‌ای ندارد و بیشترین ارزش صادراتی این محصول در سال ۱۳۹۱ به ارزش ۲۲۷ میلیون دلار بود. در ۱۰ ماهه سال ۱۳۹۴ حدود ۱۸۸ میلیون دلار از این کالا صادر شده است.



نمودار ۲-۳۲- روند صادرات سبب زمینی

ماخذ: گمرک جمهوری اسلامی ایران و محاسبات تحقیق

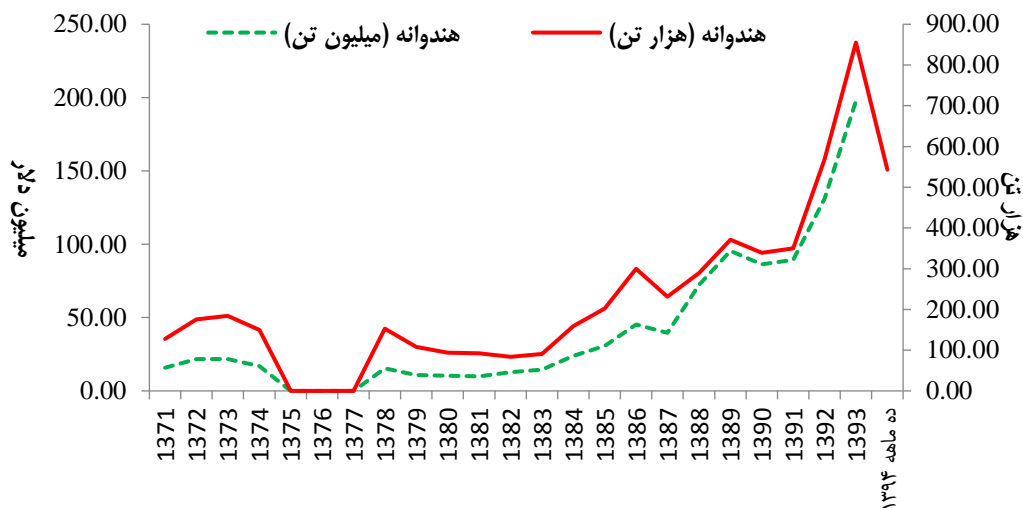
گوجه فرنگی از نظر ارزش صادراتی در دوره (۹۳-۱۳۸۴) در بین ۱۰ قلم کالای مهم صادراتی کشور قرار ندارد، اما مجموع وزن صادراتی این محصول در همین دوره ۲۰۶۴ هزار تن بوده و چهارمین محصول صادراتی کشاورزی و مواد غذایی از نظر مقدار صادرات است. با توجه به اهمیت وضعیت و روند صادراتی این محصول در تنظیم بازار داخلی بررسی وضعیت صادراتی آن ضروری است. تا پایان برنامه سوم توسعه صادرات این محصول ناچیز بود. اما در برنامه چهارم و پنجم توسعه صادرات این محصول رشد قابل ملاحظه‌ای یافت. مقدار صادرات این محصول از ۳۰ هزار تن در ابتدای برنامه چهارم توسعه به ۱۵۶ هزار تن در سال پایانی این برنامه و ۴۸۸ هزار تن در سال ۱۳۹۳ افزایش یافت. ارزش صادرات این محصول نیز وضعیت و روند مشابهی را طی کرد. در ده ماهه سال ۱۳۹۴ ۳۰۶ هزار تن از این کالا به ارزش ۱۰۰ میلیون دلار از کشور صادر شده است.



نمودار ۲-۳۳- روند صادرات گوجه فرنگی

ماخذ: گمرک جمهوری اسلامی ایران و محاسبات تحقیق

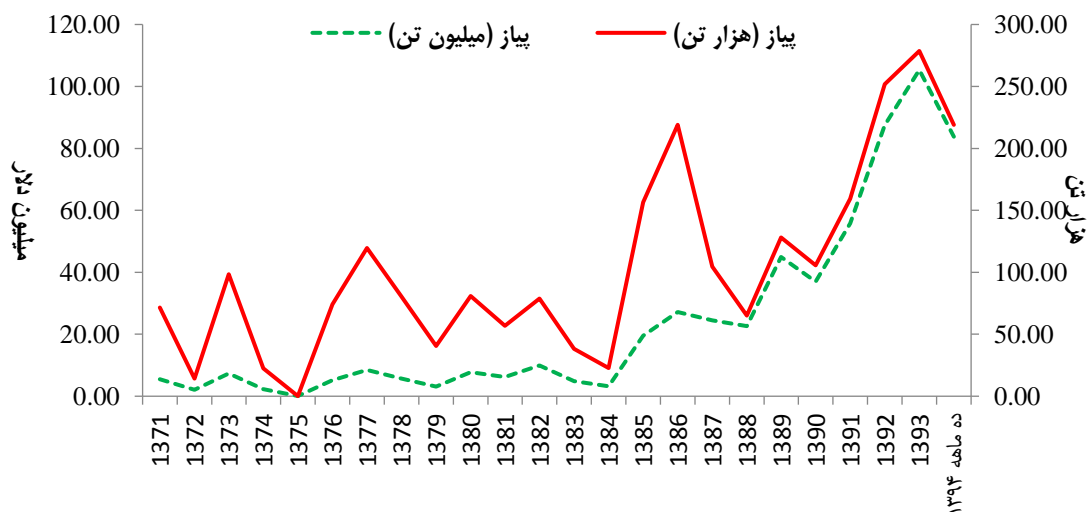
هندوانه از محصولات صادراتی بخش کشاورزی است که مجموع صادرات وزنی آن در دوره (۹۳-۱۳۸۴) حدود ۳۶۶۵ هزار تن بوده و اولین کالای صادراتی کشاورزی و مواد غذایی از نظر وزن صادراتی است. این کالا ۹ درصد وزن صادراتی کالاهای کشاورزی و مواد غذایی را دوره زمانی مذکور به خود اختصاص داده است. اگرچه این کالا از نظر ارزش صادراتی در بین ۱۰ قلم اصلی صادرات کشاورزی و مواد غذایی قرار ندارد، اما وابستگی بخش عمده‌ای از تولید آن به صادرات بررسی وضعیت صادراتی آن را ضروری کرده است. صادرات این محصول در برنامه‌های سوم تا پنجم توسعه رشد قابل توجهی داشته است. حجم صادرات این محصول در برنامه سوم و چهارم توسعه از ۱۰۸ هزار تن به ۲۸۹ هزار تن افزایش یافت. در برنامه پنجم نیز صادرات این محصول به رشد خود ادامه داد و از ۳۳۹ هزار تن در ابتدای برنامه به ۸۵۵ هزار تن در سال ۱۳۹۳ افزایش یافت. در ده ماهه سال ۱۳۹۴ حدود ۵۴۳ هزار تن به ارزش ۱۹۸ میلیون دلار از کشور صادر شده است.



نمودار ۲-۳۴- روند صادرات هندوانه

ماخذ: گمرک جمهوری اسلامی ایران و محاسبات تحقیق

پیاز یکی از محصولات مهم صادراتی بخش کشاورزی از حیث مقدار صادرات است. این محصول با مجموع وزن صادراتی حدود ۱۴۹۱ هزار تن در دوره (۹۳-۱۳۸۴) با سهم ۴ درصدی ششمین محصول صادراتی کشاورزی و مواد غذایی است. روند صادراتی این محصول نشان می‌دهد. صادرات این محصول با نوسان بسیار زیاد از ۲۳ هزار تن در ابتدای برنامه دوم توسعه به ۸۰ هزار تن در پایان این برنامه افزایش یافت. در برنامه سوم توسعه صادرات این محصول دچار کاهش شد و از ۴۰ هزار تن در ابتدای برنامه به ۳۸ هزار تن در پایان برنامه کاهش یافت. در برنامه چهارم توسعه صادرات این محصول رشد قابل ملاحظه‌ای داشت و از ۲۳ هزار تن در ابتدای برنامه به ۲۱۸ هزار تن در سال پایانی برنامه افزایش یافت. در برنامه پنجم توسعه نیز محصول با روند افزایشی از ۶۵ هزار تن در ابتدای برنامه به ۲۷۹ هزار تن در سال ۱۳۹۳ افزایش یافت. در ۱۰ ماهه سال ۱۳۹۴ حدود ۲۱۹ هزار تن به ارزش ۸۴ میلیون دلار صادر شده است.



نمودار ۲-۳۵- روند صادرات پیاز

ماخذ: گمرک جمهوری اسلامی ایران و محاسبات تحقیق

۲-۵- بررسی تحولات (تجاری) مهمترین شرکای تجاری کشور در صادرات و واردات

۲-۵-۱- بررسی شرکای تجاری کشور در صادرات

الف: بررسی مقاصد صادراتی پسته ایران

تعداد شرکای تجاری کشور از ۱۰۲ کشور در سال‌های اخیر (اثر تحریم) به ۷۶ کشور محدود شد. پنج کشور هنگ کنگ، امارات متحده عربی، آلمان، ویتنام و فدراسیون روسیه مقاصد اصلی پسته صادراتی ایران هستند. مجموع صادرات پسته ایران در طول برنامه‌های سوم و چهارم توسعه به این ۵ کشور ۴۴۸۷ میلیون دلار بود و ۶۴ درصد سهم صادرات پسته کشور را شامل می‌شود. در این دوره امارات، هنگ کنگ و آلمان با واردات ۱۵۴۳، ۱۱۹۴ و ۱۰۸۱ میلیون دلار، ۲۲، ۱۷ و ۱۵ درصد اصلی‌ترین شرکای تجاری ایران بودند. البته امارات و هنگ کنگ بخش عمده‌ای از پسته ایران را برای صادرات مجدد به سایر کشورها وارد کرده‌اند.

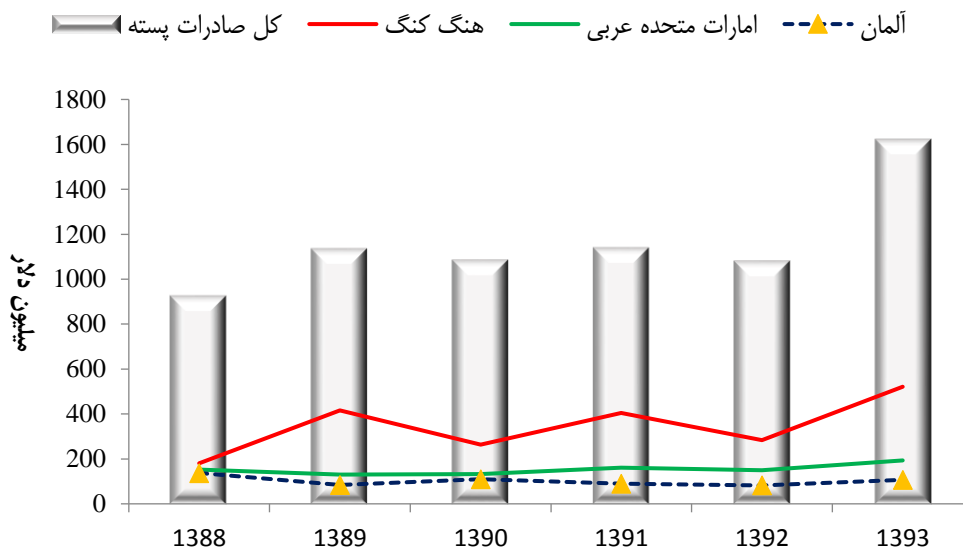
جدول (۲-۷): ارزش و سهم کشورهای طرف تجاری ایران در صادرات پسته واحد میلیون دلار - درصد

کشور	مجموع (۱۳۷۹-۸۸)	سهم (۱۳۷۹-۸۸)	مجموع (۱۳۸۹-۹۳)	سهم (۱۳۸۹-۹۳)
هنگ کنگ	۱.۱۹۴	۱۷	۱.۸۸۸	۳۱
امارات متحده عربی	۱.۵۴۳	۲۲	۷۶۶	۱۳
آلمان	۱.۰۸۱	۱۵	۴۷۲	۸
ویتنام	۱۲۷	۲	۳۵۳	۶
فدراسیون روسیه	۵۴۲	۸	۳۳۷	۶
مجموع کشورهای مهم	۴.۴۸۷	۶۴	۳.۸۱۶	۶۴
کل صادرات پسته	۷.۰۳۲	۱۰۰	۶.۰۶۹	۱۰۰

ماخذ: گمرک جمهوری اسلامی ایران و محاسبات تحقیق

در برنامه پنجم توسعه که با دوره تشدید تحریم‌ها همراه بود، جایگاه هنگ کنگ به عنوان مقصد صادراتی پسته ایران رشد نزدیک به ۱۰۰ درصدی یافت و به تنهایی ۳۱ درصد پسته ایران را وارد کرد. در دوره (۱۳۸۹-۹۳) ۱۸۸۸ میلیون دلار ارزش صادرات پسته به این کشور بود. کشورهای امارات، آلمان و ویتنام با واردات ۷۶۶، ۴۷۲ و ۳۵۳ میلیون دلار در رتبه‌های بعدی مقاصد صادراتی این محصول بودند. این سه کشور حدود ۲۷ درصد ارزش صادراتی پسته را به خود اختصاص داده‌اند.

صادرات پسته به هنگ کنگ به عنوان اصلی‌ترین شریک تجاری کشور در صادرات پسته، روندی متناوب داشت. صادرات این محصول با روندی متناوب از ۱۸۰ میلیون دلار در سال ۱۳۸۸ به ۵۲۱ میلیون دلار در سال ۱۳۹۳ افزایش یافت. صادرات به امارات به عنوان دومین شریک تجاری ایران در صادرات پسته با شیب بسیار کمی از ۱۵۲ میلیون دلار در سال ۱۳۸۸ به ۱۹۳ میلیون دلار در سال ۱۳۹۳ افزایش یافته است. اما صادرات پسته به کشور آلمان با روندی نوسانی از ۱۳۷ میلیون دلار در سال ۱۳۸۸ به ۱۰۷ میلیون دلار در سال ۱۳۹۳ کاهش یافته است.



نمودار ۲-۳۶- روند صادرات پسته به شرکای اصلی این محصول

ماخذ: گمرک جمهوری اسلامی ایران و محاسبات تحقیق

ب: بررسی مقاصد صادراتی کشمش ایران

تعداد مقاصد صادراتی کشور از ۶۴ کشور به ۹۶ کشور در سال‌های اخیر افزایش یافته است. در طول برنامه‌های سوم و چهارم توسعه دو کشور امارات متحده عربی و اسپانیا مقصد حدود ۷۳ درصد کشمش صادراتی ایران بودند. امارات متحده عربی با واردات ۳۱۸ میلیون دلار مقصد ۳۹ درصد این محصول و اسپانیا با واردات ۲۷۴ میلیون دلار ۳۱ درصد کشمش را وارد کرده است.

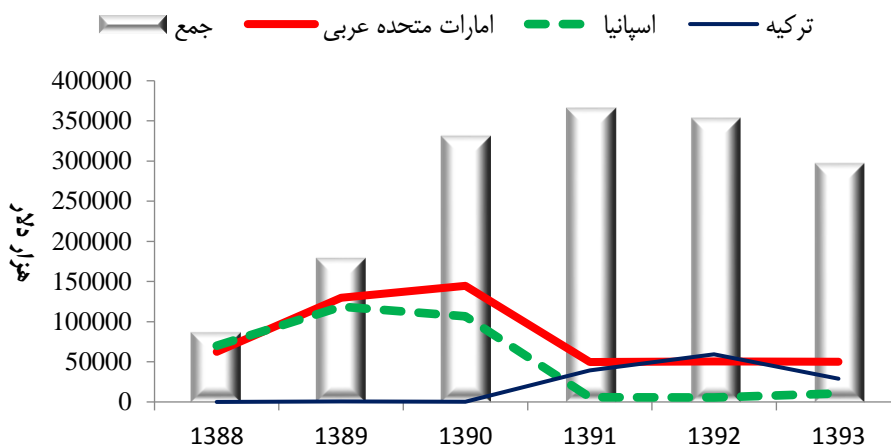
جدول (۲-۸): ارزش و رتبه کشورهای طرف تجاری ایران در صادرات کشمش هزار دلار - درصد

کشور	مجموع (۱۳۷۹-۸۸)	سهم (۱۳۷۹-۸۸)	مجموع (۱۳۸۹-۹۳)	سهم (۱۳۸۹-۹۳)
امارات متحده عربی	۳۱۷۵۹۸	۳۹	۴۲۴۷۸۸	۲۷
اسپانیا	۲۷۴۰۳۰	۳۴	۲۴۶۹۲۹	۱۵
ترکیه	۷۱	۰	۱۲۸۱۶۰	۸
عراق	۲۹	۰	۱۱۹۲۴۶	۷
فدراسیون روسیه	۱۶۱	۰	۹۶۶۱۲	۶
جمع	۸۰۷۴۷۰	۱۰۰	۱۵۹۸۰۲۳	۱۰۰

ماخذ: گمرک جمهوری اسلامی ایران و محاسبات تحقیق

اما در دوره (۱۳۸۹-۹۳) مقاصد صادراتی کشور تنوع بیشتری پیدا کرد و سهم امارات متحده عربی با واردات ۴۲۵ میلیون دلار به ۲۷ درصد کاهش یافت. سهم اسپانیا نیز با واردات ۲۴۷ میلیون دلار کشمش به ۱۵ درصد افت کرد. در مقابل کشورهای ترکیه، عراق، و فدراسیون روسیه با واردات ۱۲۸، ۱۱۹ و ۹۶ میلیون دلار در مجموع ۲۱ درصد این محصول را وارد کردند.

صادرات کشمش به امارات به عنوان شریک اصلی ایران در صادرات کشمش با روند افزایشی از ۶۳ میلیون دلار در سال ۱۳۸۸ به ۱۴۵ میلیون دلار در سال ۱۳۹۰ افزایش یافت، اما در ادامه صادرات به این کشور با روند کاهشی به ۶۰ میلیون دلار در سال ۱۳۹۳ افت کرد. صادرات کشمش به اسپانیا به عنوان دومین شریک تجاری کشور از ۷۰ میلیون دلار در سال ۱۳۸۸ به ۱۱۹ میلیون دلار در سال ۱۳۸۹ افزایش و در ادامه با روند کاهشی به ۵۶ میلیون دلار در سال ۱۳۹۲ کاهش یافت. در سال ۱۳۹۳ نیز صادرات به این کشور به رشد حدود دو برابری به ۱۰۴ میلیون دلار افزایش یافت. صادرات به کشور ترکیه نیز اگرچه در سال ۱۳۸۸ بسیار اندک بود اما در با روند رو به رشد ۵۹ میلیون دلار در سال ۱۳۹۲ افزایش یافت، اگرچه در سال ۱۳۹۳ با کاهش بیش از دو برابری به ۲۹ میلیون دلار کاهش یافت.



نمودار ۲-۳۷- روند صادرات کشمش به شرکای اصلی این محصول

ماخذ: گمرک جمهوری اسلامی ایران و محاسبات تحقیق

ج: بررسی مقاصد صادراتی زعفران ایران

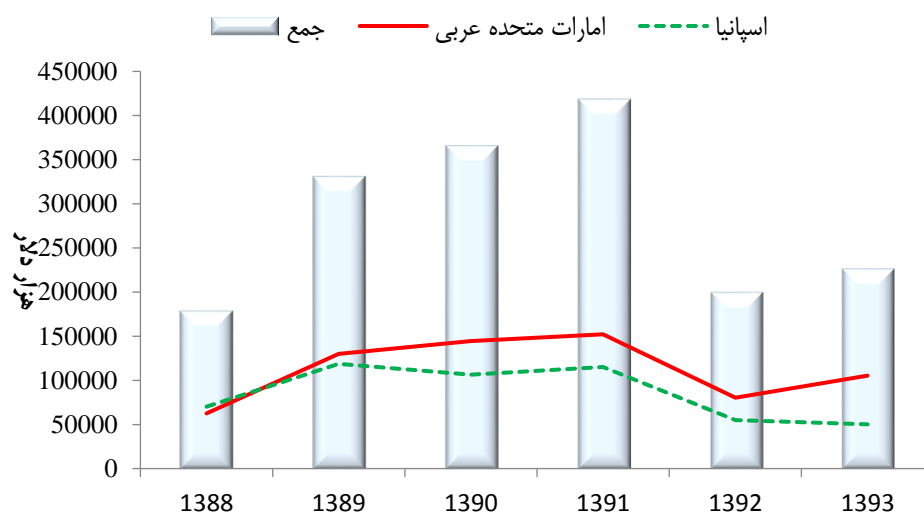
تعداد شرکای صادرات زعفران از ۶۲ کشور به ۵۹ کشور در دوره اخیر کاهش یافته است. امارات متحده عربی در برنامه‌های سوم، چهارم و پنجم توسعه مقصد ۴۰ درصد زعفران صادراتی کشور بود. در برنامه‌های سوم و چهارم توسعه در مجموع ۳۱۸ میلیون دلار زعفران به این کشور صادر شد که در دوره (۹۳-۱۳۸۹) با افزایش حدود ۲ برابری به ۶۱۲ میلیون دلار رسید. اسپانیا به عنوان دومین شریک تجاری ایران در صادرات زعفران در طول برنامه‌های سوم و چهارم توسعه با مجموع واردات ۲۷۴ میلیون دلار زعفران ۳۴ درصد این محصول را وارد کرده است. سهم این کشور در مقاصد صادراتی کشور در دوره (۹۳-۱۳۸۳) به ۴۴۵ میلیون دلار به ۲۹ درصد افت کرده است. در این دوره بر تنوع بازارهای صادراتی کشور افزوده شده و عربستان سعودی با واردات ۹۹ میلیون دلار سهم ۶ درصدی در واردات این محصول دارد. چین و هند نیز با واردات ۷۴ و ۶۱ میلیون دلار سهم ۵ و ۴ درصدی در مقاصد صادراتی این محصول دارند.

جدول (۲-۹): ارزش و رتبه کشورهای طرف تجاری ایران در صادرات زعفران هزار دلار - درصد

کشور	مجموع (۱۳۷۹-۸۸)	سهم (۱۳۷۹-۸۸)	مجموع (۱۳۸۹-۹۳)	سهم (۱۳۸۹-۹۳)
امارات متحده عربی	۳۱۷۵۹۸	۳۹	۶۱۲۳۷۴	۴۰
اسپانیا	۲۷۴۰۳۰	۳۴	۴۴۵۳۰۳	۲۹
عربستان سعودی	۳۳۵۱۱	۴	۹۹۲۸۵	۶
چین	۳۳۸۶	۰	۷۴۳۵۴	۵
هند	۱۶۹۰۴	۲	۶۱۴۴۴	۴
جمع	۸۰۷۴۷۰	۱۰۰	۱۵۴۳۸۳۶	۱۰۰

ماخذ: گمرک جمهوری اسلامی ایران و محاسبات تحقیق

صادرات زعفران به امارات با روند افزایشی از ۶۳ میلیون دلار در سال ۱۳۸۸ به ۱۵۲ میلیون دلار در سال ۱۳۹۱ افزایش یافت و در ادامه با کاهش به ۸۰ میلیون دلار در سال ۱۳۹۲ افت کرد. در سال ۱۳۹۳ صادرات زعفران به ۱۰۵ میلیون دلار در سال ۱۳۹۳ افزایش یافت. بیشترین مقدار صادرات به کشور اسپانیا در سال ۱۳۸۹ به ارزش ۱۱۹ میلیون دلار انجام شد و در ادامه با روند کاهشی به ۵۰ میلیون دلار در سال ۱۳۹۳ کاهش یافت.



نمودار ۲-۳۸- روند صادرات زعفران به مقاصد اصلی

ماخذ: گمرک جمهوری اسلامی ایران و محاسبات تحقیق

د: بررسی مقاصد صادراتی سیب ایران

بخش عمده سیب صادراتی کشور به مقصد عراق صادر می‌شود و در برنامه‌های سوم و چهارم توسعه در مجموع ۵۵۲ میلیون دلار سیب به این کشور صادر شده که ۷۳ درصد کل صادرات سیب کشور در این دوره است. در دوره ۹۳-۱۳۸۹ نیز اگرچه سهم نسبی این کشور کاهش یافت، اما ۶۲۶ میلیون دلار سیب به عراق صادر شد و سهم این کشور در مقاصد صادراتی سیب به ۶۰ درصد افت کرد.

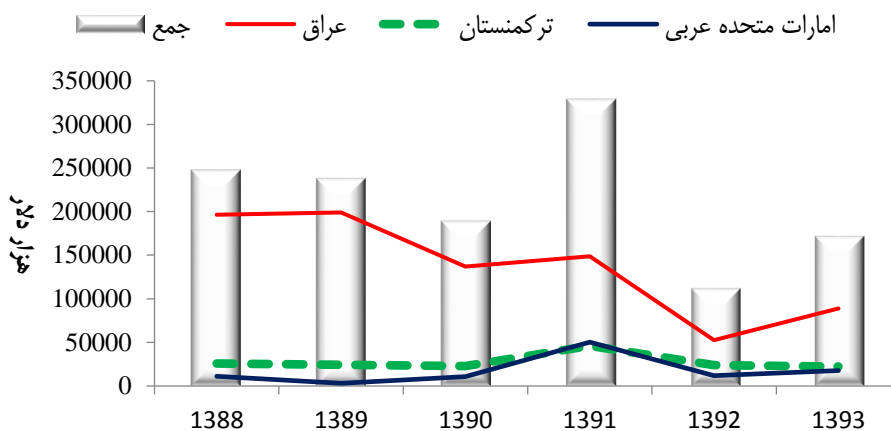
جدول (۲-۱۰): ارزش و رتبه کشورهای طرف تجاری ایران در صادرات سیب هزار دلار - درصد

کشور	مجموع (۸۸-۱۳۷۹)	سهم (۸۸-۱۳۷۹)	مجموع (۹۳-۱۳۸۹)	سهم (۹۳-۱۳۸۹)
عراق	۵۵۱۸۷۸	۷۳	۶۲۶۱۸۸	۶۰
ترکمنستان	۷۸۶۹۵	۱۰	۱۳۹۶۳۳	۱۳
امارات متحده عربی	۵۱۱۱۵	۷	۹۳۷۱۴	۹
جمع	۷۵۴۹۳۵	۱۰۰	۱۰۳۹۰۹۶	۱۰۰

ماخذ: گمرک جمهوری اسلامی ایران و محاسبات تحقیق

ترکمنستان و امارات متحده عربی مقاصد بعدی سیب صادراتی ایران هستند که در مجموع کمتر از ۲۰ درصد سیب به این دو کشور صادر شده است. صادرات سیب به کشور عراق روندی نزولی را نشان می‌دهد و از ۱۹۶ میلیون دلار در سال ۱۳۸۸ با نوسان‌هایی به ۸۹ میلیون دلار در پایان سال ۱۳۹۳ افت کرده است. ضمن اینکه صادرات این کالا به کشور عراق در سال‌های اخیر روندی متناوب داشته است. صادرات سیب به کشور ترکمنستان روند به نسبت پایداری داشته است و از ۲۶ میلیون دلار در سال ۱۳۸۸ به ۲۲ میلیون دلار در سال ۱۳۹۳ کاهش یافته و بیشترین صادرات سیب به ترکمنستان ۴۶ میلیون دلار در سال ۱۳۹۱ صورت گرفته است. صادرات این کالا به کشور امارات نیز با روندی آرام از ۱۱

میلیون دلار در سال ۱۳۸۸ به ۱۸ میلیون دلار در سال ۱۳۹۳ افزایش یافته است. بیشترین مقدار صادرات سیب در به امارات نیز در سال ۱۳۹۱ به ارزش ۵۰ میلیون دلار انجام شده است.



نمودار ۲-۳۹- روند صادرات سیب به مقاصد اصلی
ماخذ: گمرک جمهوری اسلامی ایران و محاسبات تحقیق

۵: بررسی مقاصد صادراتی خرما

مقاصد صادراتی خرمای ایران طی دوره ۸۸-۱۳۷۹ حدود ۱۰۰ کشور بود که در دوره ۹۳-۱۳۸۹ به حدود ۹۰ کشور کاهش یافت. این محصول تنوع قابل قبولی در مقاصد صادراتی دارد و در طول برنامه‌های سوم و چهارم توسعه در مجموع حدود ۴۱ درصد صادرات آن به ۵ کشور امارات متحده عربی، پاکستان، هند، ترکیه و افغانستان انجام گرفت. در بین این ۵ کشور امارات متحده عربی با واردات ۱۰۰ میلیون دلار ۱۷ سهم ارزشی مقاصد صادراتی این محصول را دارد و پاکستان با واردات ۵۸ میلیون دلار سهم ۱۰ درصدی در مقاصد صادراتی دارد. در این دوره ترکیه با واردات ۵۳ میلیون دلار سومین شریک تجاری کشور در صادرات خرما بود و سهم ۹ درصدی در مقاصد صادراتی این محصول دارد.



در دوره ۹۳-۱۳۸۹ سهم کشورهای اصلی شریک تجاری ایران در واردات خرما از ایران به ۵۲ درصد افزایش یافت. این افزایش سهم به دلیل افزایش سهم کشورهای هند و افغانستان در بین مقاصد اصلی صادراتی خرما از کشور بود.

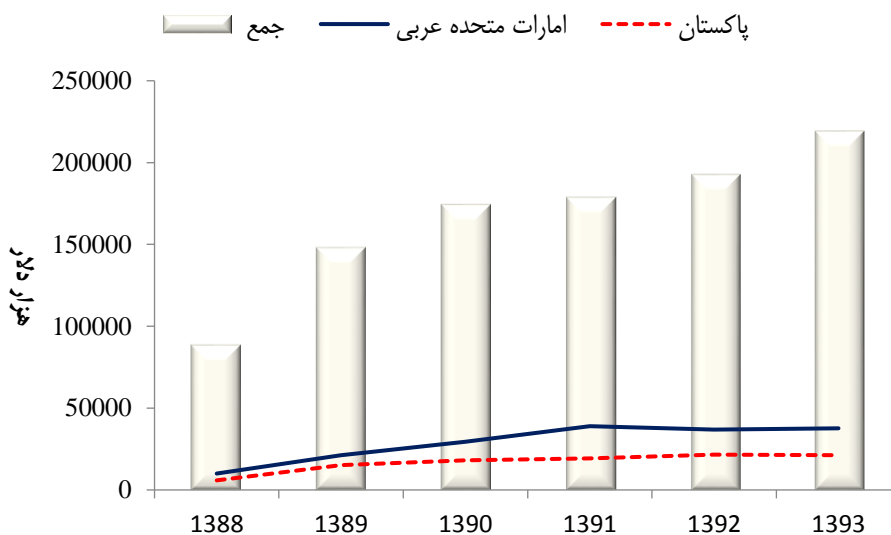
جدول (۲-۱۱): ارزش و رتبه کشورهای طرف تجاری ایران در صادرات خرما - هزار دلار - درصد

کشور	مجموع (۱۳۷۹-۸۸)	مجموع (۱۳۷۹-۸۸)	مجموع (۱۳۸۹-۹۳)	مجموع (۱۳۸۹-۹۳)
امارات متحده عربی	۱۰۰۵۲۴	۱۷	۱۶۴۰۱۶	۱۸
پاکستان	۵۸۰۷۱	۱۰	۹۵۲۹۰	۱۰
هند	۱۱۴۰۲	۲	۸۴۱۹۰	۹
ترکیه	۵۳۱۹۶	۹	۷۵۳۹۱	۸
افغانستان	۲۰۳۰۱	۳	۶۴۲۶۲	۷
جمع	۶۰۳۵۶۶	۱۰۰	۹۱۲۶۶۰	۱۰۰

ماخذ: گمرک جمهوری اسلامی و محاسبات تحقیق

در این دوره واردات هند از ۱۱ میلیون دلار دوره قبل به ۸۴ میلیون دلار افزایش یافت و سهم آن نیز به ۹ درصد افزایش یافت. واردات خرمای افغانستان نیز از ۲۰ میلیون دلار به ۶۴ میلیون دلار و سهم آن به ۷ درصد افزایش یافت.

صادرات خرما به پاکستان به عنوان یکی از شرکای اصلی کشور در این زمینه نشان دهنده روند افزایشی صادرات به این کشور در دوره ۹۱-۱۳۸۸ است و صادرات خرما از ۱۰ میلیون دلار در سال ۱۳۸۸ به ۳۹ میلیون دلار در سال ۱۳۹۱ افزایش یافت. در ادامه صادرات خرما به این کشور با کاهش اندکی به ۳۷ میلیون دلار در سال ۱۳۹۳ افت کرد. صادرات خرما به امارات متحده عربی با روند افزایشی آرامی از ۶ میلیون دلار در سال ۱۳۸۸ به ۲۲ میلیون دلار در سال ۱۳۹۳ افزایش یافت.



نمودار ۲-۴۰- روند صادرات خرما به مقاصد اصلی

ماخذ: گمرک جمهوری اسلامی ایران و محاسبات تحقیق

و: بررسی مقاصد صادراتی رب گوجه‌فرنگی

رب گوجه‌فرنگی در برنامه‌های سوم و چهارم توسعه به حدود ۸۱ کشور جهان صادر شده که تعداد شرکای تجاری کشور در دوره ۹۳-۱۳۸۹ به ۵۳ کشور کاهش یافت. سه کشور عراق، افغانستان و روسیه در طول برنامه‌ها سوم و چهارم توسعه ۸۱ درصد سهم بازارهای صادراتی این کالا را در اختیار داشتند و عراق در این دوره به تنهایی نزدیک به نیمی از سهم شرکای تجاری کشور در صادرات این محصول را در اختیار داشت و حدود ۲۳۰ میلیون دلار رب گوجه‌فرنگی به این کشور صادر شد. افغانستان سهم ۱۴ درصدی و روسیه سهم ۱۸ درصدی در مقاصد صادراتی رب گوجه‌فرنگی داشتند. در دوره ۹۳-۱۳۸۹ سهم کشور عراق به ۶۲ درصد افزایش یافت و به تنهایی ۵۲۳ میلیون دلار رب گوجه‌فرنگی از ایران وارد کرد، سهم افغانستان نیز دو برابر شده و با واردات ۲۳۰ میلیون دلار سهم ۲۷ درصدی در واردات رب گوجه‌فرنگی از ایران داشت. در مقابل صادرات رب گوجه‌فرنگی به روسیه

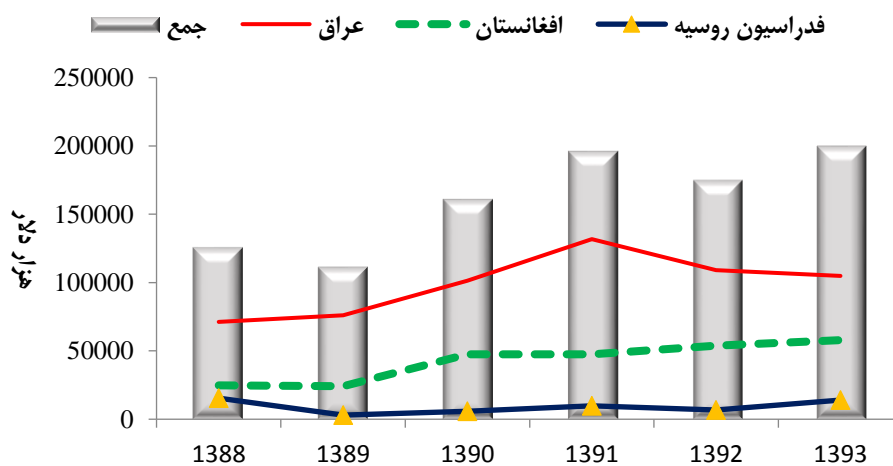
کاهش یافته و این کشور با واردات ۴۰ میلیون دلار سهم ۵ درصدی در صادرات رب گوجه فرنگی ایران داشته است.

جدول (۲-۱۲): ارزش و رتبه کشورهای طرف تجاری ایران در صادرات رب گوجه فرنگی هزار دلار - درصد

کشور	مجموع (۱۳۷۹-۸۸)	سهم (۱۳۷۹-۸۸)	مجموع (۱۳۸۹-۹۳)	سهم (۱۳۷۹-۸۸)
عراق	۲۳۰۷۲۴	۴۹	۵۲۳۱۵۵	۶۲
افغانستان	۶۷۲۳۲	۱۴	۲۳۰۹۳۴	۲۷
فدراسیون روسیه	۸۲۴۱۵	۱۸	۳۹۶۴۵	۵
جمع	۴۶۸۹۹۶	۱۰۰	۸۴۲۴۹۴	۱۰۰

ماخذ: گمرک جمهوری اسلامی ایران و محاسبات تحقیق

صادرات به عراق به عنوان مهمترین شریک تجاری کشور در این کالا با روندی افزایشی از ۷۱ میلیون دلار در سال ۱۳۸۸ به ۱۳۲ میلیون دلار در سال ۱۳۹۱ افزایش یافت و در ادامه با روند نزولی به ۱۰۵ میلیون دلار در سال ۱۳۹۳ کاهش یافت. صادرات به افغانستان نیز با روندی افزایشی از ۲۵ میلیون دلار در سال ۱۳۸۸ به ۵۸ میلیون دلار در سال ۱۳۹۳ افزایش یافت. صادرات به فدراسیون روسیه نیز روند به نسبت پایداری داشته و از ۱۵ میلیون دلار در سال ۱۳۸۸ به ۱۴ میلیون دلار در سال ۱۳۹۳ کاهش یافت.



نمودار ۲-۴۱- روند صادرات رب گوجه‌فرنگی به مقاصد اصلی
ماخذ: گمرک جمهوری اسلامی ایران و محاسبات تحقیق

ز: بررسی مقاصد صادراتی خیار

سه کشور عراق، روسیه و آذربایجان مقاصد صادراتی خیار ایران بوده و سهم سایر کشورها ناچیز است. در طول برنامه‌های سوم و چهارم توسعه کشور عراق با واردات ۳۵۷ میلیون دلار خیار از ایران ۶۳ درصد از کل صادرات خیار ایران داشت سهم این کشور در دوره ۹۳-۱۳۸۹ با وارد کرزدن ۳۲۰ میلیون دلار خیار از ایران به ۵۳ درصد کاهش یافت. فدراسیون روسیه دومین شرکی تجاری کشور در صادرات خیار است.

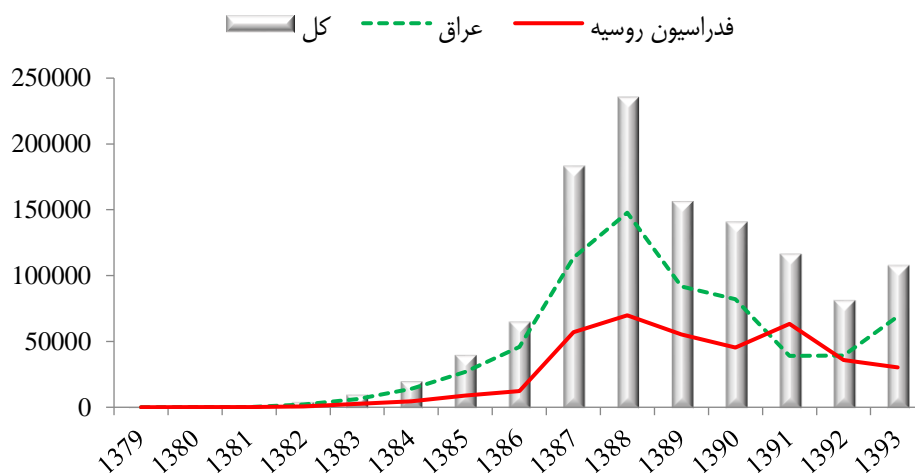
جدول (۲-۱۳): ارزش و رتبه کشورهای طرف تجاری ایران در صادرات خیار هزار دلار - درصد

کشور	مجموع (۱۳۷۹-۸۸)	مجموع (۱۳۸۹-۹۳)	سهم (۱۳۷۹-۸۸)	سهم (۱۳۸۹-۹۳)
کل	۵۶۳۸۱۵	۶۰۶۰۰۳	۱۰۰	۱۰۰
عراق	۳۵۶۷۵۵	۳۲۰۹۱۳	۶۳	۵۳
فدراسیون روسیه	۱۵۶۰۲۳	۲۲۹۸۶۸	۲۸	۳۸
آذربایجان	۳۸۰۸۲	۲۶۰۶۲	۷	۴

ماخذ: گمرک جمهوری اسلامی ایران و محاسبات تحقیق

این کشور در طول برنامه‌های سوم و چهارم توسعه در مجموع ۱۵۶ میلیون دلار خیار از ایران وارد کرد و سهم ۲۸ درصدی مقاصد صادراتی این محصول را داشت. جایگاه این کشور در دوره ۹۳-۱۳۸۹ در بین کشورهای وارد کننده خیار ایران ارتقاء یافت و با واردات ۲۳۰ میلیون دلار خیار از ایران (۳۸ درصد کل صادرات) دومین شریک تجاری کشور در واردات این محصول بود. کشور آذربایجان نیز با واردات ۳۸ و ۲۶ میلیون دلار خیار از ایران در دوره‌های مذکور سومین شریک تجاری کشور هستند. روند صادرات خیار به عراق به عنوان اصلی ترین شریک تجاری کشور از ۱۴ میلیون دلار در ابتدای برنامه چهارم توسعه با رشد بسیار زیاد به ۱۴۸ میلیون دلار در پایان این برنامه

افزایش یافت اما بعد از برنامه چهارم صادرات به عراق با روندی نوسانی به ۶۹ میلیون دلار در سال ۱۳۹۳ کاهش یافت. صادرات خیار به روسیه نیز روند مشابهی را طی کرد و از ۵ میلیون دلار در ابتدای برنامه چهارم توسعه به حدود ۷۰ میلیون دلار در پایان این برنامه افزایش یافت، اما در ادامه با روندی نوسانی به ۳۰ میلیون دلار در سال ۱۳۹۳ کاهش یافت.



نمودار ۲-۴۲- روند صادرات خیار به مقاصد اصلی

ماخذ: گمرک جمهوری اسلامی ایران و محاسبات تحقیق

ح: بررسی مقاصد صادراتی گوجه فرنگی

عراق مقصد حدود ۹۰ درصد گوجه فرنگی صادراتی کشور است و سایر کشورها سهم حدود ۱۰ درصدی در بازارهای صادراتی این محصول دارند. در طول برنامه‌های سوم و چهارم توسعه ۱۶۹ میلیون دلار گوجه فرنگی به کشور عراق صادر شد و این کشور حدود ۸۹ درصد گوجه صادراتی ایران را وارد کرد. در دوره ۹۳-۱۳۸۹ نیز ۵۶۴ میلیون دلار از گوجه فرنگی ایران به این کشور صادر شده و این کشور ۹۰ درصد کل صادرات این محصول را وارد کرده است.

جدول (۲-۱۴): ارزش و رتبه کشورهای طرف تجاری ایران در صادرات گوجه‌فرنگی هزار دلار - درصد

کشور	مجموع (۸۸-۱۳۷۹)	سهم (۸۸-۱۳۷۹)	مجموع (۹۳-۱۳۸۹)	سهم (۹۳-۱۳۸۹)
عراق	۱۶۹۱۶۱	۸۹	۵۶۴۴۵۶	۹۰
افغانستان	۴۱۸۹	۲	۲۶۳۸۶	۴
آذربایجان	۹۳۳۰	۵	۱۱۶۰۰	۲
جمع	۱۹۱۰۲۲	۱۰۰	۶۲۷۶۱۴	۱۰۰

ماخذ: گمرک جمهوری اسلامی ایران و محاسبات تحقیق

ماخذ: گمرک جمهوری اسلامی ایران و محاسبات تحقیق

کشورهای افغانستان و آذربایجان به عنوان دیگر شرکای ایران در این زمینه سهم بسیار اندکی در مقاصد صادراتی گوجه‌فرنگی کشور دارند و در مجموعه حدود ۷ درصد این محصول را وارد کردند.

ط: بررسی مقاصد صادراتی سیب‌زمینی

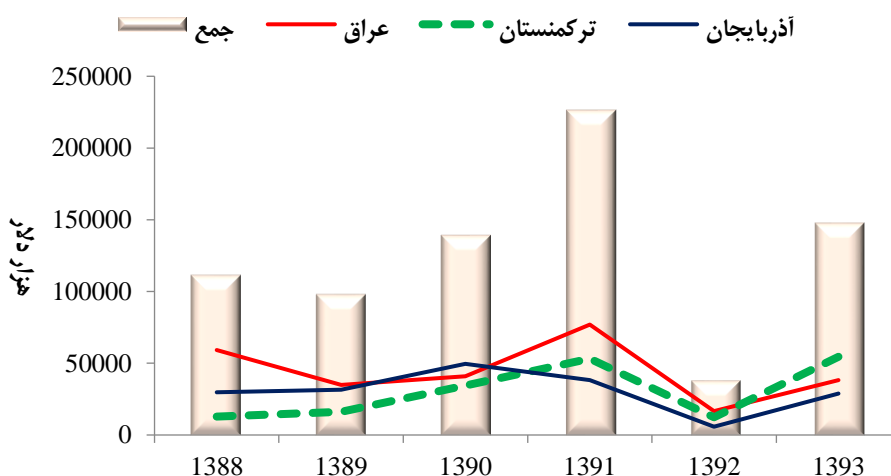
مقاصد اصلی صادرات سیب‌زمینی ایران در دو قاره آسیا و اروپا قرار دارد. این محصول به حدود ۲۵ کشور جهان صادر می‌شود. عراق، ترکمنستان، آذربایجان و افغانستان شرکای اصلی کشور در صادرات سیب‌زمینی هستند. در طول برنامه‌های سوم و چهارم توسعه عراق به تنهایی با واردات ۱۶۹ میلیون دلار ۴۷ درصد این محصول را وارد کرد. در این دوره آذربایجان با واردات ۹۵ میلیون دلار و سهم ۲۶ درصد و ترکمنستان با واردات ۳۸ میلیون دلار و سهم ۱۱ درصد دیگر شرکای اصلی ایران بودند. افغانستان نیز سهم ۷ درصدی در مقاصد صادراتی این محصول داشت.

جدول (۲-۱۵): ارزش و رتبه کشورهای طرف تجاری ایران در صادرات سیب زمینی هزار دلار - درصد

کشور	مجموع (۱۳۷۹-۸۸)	سهم (۱۳۷۹-۸۸)	مجموع (۱۳۸۹-۹۳)	سهم (۱۳۸۹-۹۳)
عراق	۱۶۹۹۱۵	۴۷	۲۰۷۶۹۹	۳۲
ترکمنستان	۳۸۳۳۰	۱۱	۱۷۰۷۱۸	۲۶
آذربایجان	۹۵۴۹۵	۲۶	۱۵۴۲۲۶	۲۴
افغانستان	۲۴۱۸۹	۷	۵۱۴۷۷	۸
جمع	۳۶۰۴۲۲	۱۰۰	۶۵۰۵۲۳	۱۰۰

ماخذ: گمرک جمهوری اسلامی ایران و محاسبات تحقیق

در دوره ۱۳۸۹-۹۳ سهم ترکمنستان با واردات ۱۷۰ میلیون دلار سیب زمینی از ایران به ۲۶ درصد افزایش یافت و در مقابل سهم عراق با وجود افزایش مطلق واردات (۲۰۸ میلیون دلار) به ۳۲ درصد کاهش یافت. سهم آذربایجان و افغانستان نیز تغییر چندانی پیدا نکرد. صادرات به سه شریک اصلی ایران در زمینه محصول سیب زمینی روندهای مشابهی را طی کرده است. صادرات سیب زمینی به عراق از ۵۹ میلیون دلار در سال ۱۳۸۸ با روند نوسانی به ۷۷ میلیون دلار در سال ۱۳۹۱ افزایش و در ادامه به ۳۸ میلیون دلار در سال ۱۳۹۳ کاهش یافت. صادرات به ترکمنستان نیز از ۱۳ میلیون دلار در سال ۱۳۸۸ با روندی نوسانی به ۵۵ میلیون دلار در سال ۱۳۹۳ افزایش یافت.



نمودار ۲-۴۳- روند صادرات سیب زمینی به مقاصد اصلی

ماخذ: گمرک جمهوری اسلامی ایران و محاسبات تحقیق

نگاهی کلی به مقاصد صادراتی کالاهای کشاورزی و مواد غذایی ایران نشان می‌دهد با وجود تعدد مقاصد صادراتی آنها، به طور عموم سه تا ۵ کشور مقصد بخش عمده‌ای از کالاهای صادراتی کشاورزی و مواد غذایی هستند. در ۵ ساله منتهی به سال ۱۳۹۳ بیش از ۵۰ درصد پسته ایران به سه کشور امارات متحده عربی، هنگ‌کنگ و آلمان صادر، ۵۰ درصد کشمش کشور به سه کشور امارات متحده عربی، اسپانیا و ترکیه، نزدیک به ۷۰ درصد زعفران به امارات متحده عربی و اسپانیا، ۷۳ درصد سیب به عراق و ترکمنستان، حدود ۹۰ درصد رب گوجه فرنگی به عراق و افغانستان، بیش از ۹۰ درصد خیار به دو کشور عراق و روسیه، ۹۰ درصد گوجه فرنگی به عراق و ۸۲ درصد سیب‌زمینی به سه کشور عراق، ترکمنستان و افغانستان صادر شده است. چنین وضعیتی نشان دهنده وابستگی بالای کشور به بازارهای صادراتی محدودی است.

۲-۵-۲- بررسی شرکای تجاری مهمترین محصولات وارداتی کشور

الف: بررسی شرکای تجاری کشور در واردات گندم

تعداد شرکای تجاری کشور در واردات گندم از ۱۵ کشور در برنامه‌های سوم و چهارم به ۲۳ کشور در دوره ۹۳-۱۳۸۹ افزایش یافت. در برنامه‌های سوم و چهارم توسعه ۳۳ ۵۸ میلیون دلار گندم از استرالیا وارد کشور شد که سهم ۲۹ درصدی در کل واردات این محصول داشت. ۲۹۱۱ و ۱۶۹۰ میلیون دلار گندم نیز از کشورهای کانادا و آرژانتین وارد کشور شد و سهم این دو کشور نیز به ترتیب ۲۵ و ۱۵ درصد بود. این سه کشور در مجموع حدود ۷۰ درصد واردات گندم را در برنامه‌های سوم و چهارم توسعه تامین کردند. در دوره ۹۳-۱۳۸۹ به واسطه گسترش و تشدید تحریم‌های هسته‌ای مبداهای وارداتی از کشورهای تولیدکننده به سمت کشورهایی که نقش صادرات مجدد دارند تغییر یافت. در این دوره ۱۰۷۶ میلیون دلار از واردات کشور (۲۵ درصد) از طریق امارات متحده عربی

و ۶۶۵ و ۶۵۰ میلیون دلار از طریق کشورهای سوئیس و روسیه وارد شد و این دو کشور نیز هر یک مبدأ ۱۵ درصد گندم وارداتی کشور بودند. امارات متحده عربی و سوئیس بیشتر نقش صادرات مجدد گندم به ایران را بازی کردند. واردات از کشورهایی مانند آرژانتین و کانادا به صفر و واردات از استرالیا به ۳ درصد افت کرد و هلند نیز مبدأ واردات ۴۱۱ میلیون دلار (۹ درصد) واردات کشور بود.

جدول (۲-۱۶): ارزش و رتبه کشورهای طرف تجاری ایران در واردات گندم هزار دلار - درصد

کشور	مجموع (۸۸-۱۳۷۹)	سهم (۸۸-۱۳۷۹)	مجموع (۹۳-۱۳۸۹)	سهم (۹۳-۱۳۸۹)
امارات متحده عربی	۲۳۱۲۸۴	۲	۱۰۷۶۰۲۹	۲۵
سوئیس	۸۲۰۰۴۶	۷	۶۶۴۸۳۴	۱۵
فدراسیون روسیه	۱۵۱۷۰۴	۱	۶۵۰۶۴۲	۱۵
هلند	۸۳۶۳۳	۱	۴۱۱۷۷۸	۹
استرالیا	۳۳۵۷۶۱۲	۲۹	۱۲۴۸۵۵	۳
آرژانتین	۱۶۹۰۳۹۲	۱۵	۱۰۹۲	۰
کانادا	۲۹۱۱۰۱۶	۲۵	۰	۰
جمع	۱۱۴۷۶۵۸۲	۱۰۰	۴۳۴۵۱۲۴	۱۰۰

ماخذ: گمرک جمهوری اسلامی ایران و محاسبات تحقیق

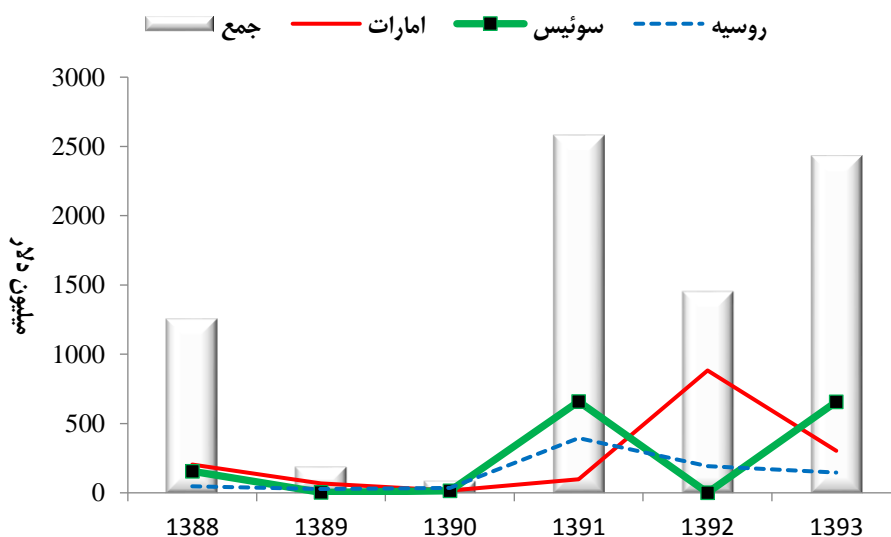
واردات گندم تابع تولید داخلی است و روند آن با توجه به روند تولید داخلی تغییر می‌کند. واردات گندم از امارات متحده عربی ۲۰۵ میلیون دلار در سال ۱۳۸۸ به ۱۶ میلیون دلار در سال ۱۳۹۰ افت کرد. این کاهش تابع کاهش کل واردات گندم ایران بود.

در ادامه با رشد کلی واردات کشور در سال ۱۳۹۱ واردات از کشور امارات نیز به ۹۹ میلیون دلار افزایش یافت، اگرچه با توجه به تغییر سهم نسبی امارات و رشد سهم سوئیس واردات از این کشور متناسب با رشد واردات کلی افزایش نیافت. در سال ۱۳۹۲ واردات کلی کشور کاهش یافت، اما با توجه به رشد سهم امارات متحده عربی،

واردات از این کشور با کاهش اندک به ۸۸۳ میلیون دلار افزایش یافت. در سال ۱۳۹۳ نیز با وجود افزایش واردات کشور واردات از این کشور ۳۰۴ میلیون دلار افت کرد.

واردات از کشور سوئیس نیز به تبع کاهش واردات کشور از ۱۵۶ میلیون دلار در سال ۱۳۸۸ به ۳ میلیون دلار در سال ۱۳۹۰ افت کرد. واردات از این کشور در سال ۱۳۹۱ به تبع رشد واردات کشور و سهم این کشور در کل واردات به ۶۵۹ میلیون دلار افزایش یافت. در ادامه نیز واردات از این کشور به نزدیک صفر در سال ۱۳۹۲ افت کرد و در سال ۱۳۹۳ با روندی افزایشی به ۶۵۶ میلیون دلار افزایش یافت.

واردات از کشور روسیه در دوره ۹۰-۱۳۸۸ روند باثباتی داشت و از ۴۸ میلیون دلار در سال ۱۳۸۸ با کاهش اندک به ۳۶ میلیون دلار در سال ۱۳۹۰ افت کرد. بیشترین واردات از این کشور در سال ۱۳۹۱ به مقدار ۳۹۵ میلیون دلار اتفاق افتاد و در ادامه واردات از این کشور به ۱۹۱ و ۱۴۶ میلیون دلار در سال‌های ۱۳۹۲ و ۱۳۹۳ کاهش یافت. در مجموع سهم این سه کشور بین ۳۲ تا ۷۴ درصد کل واردات گندم بود که کمترین سهم در سال ۱۳۸۸ و بیشترین سهم در سال‌های ۱۳۹۰ و ۱۳۹۲ بود.



نمودار ۲-۴۴- روند واردات گندم از مبداهای اصلی

ماخذ: گمرک جمهوری اسلامی ایران و محاسبات تحقیق

ب: بررسی شرکای تجاری کشور در واردات گوشت گاو

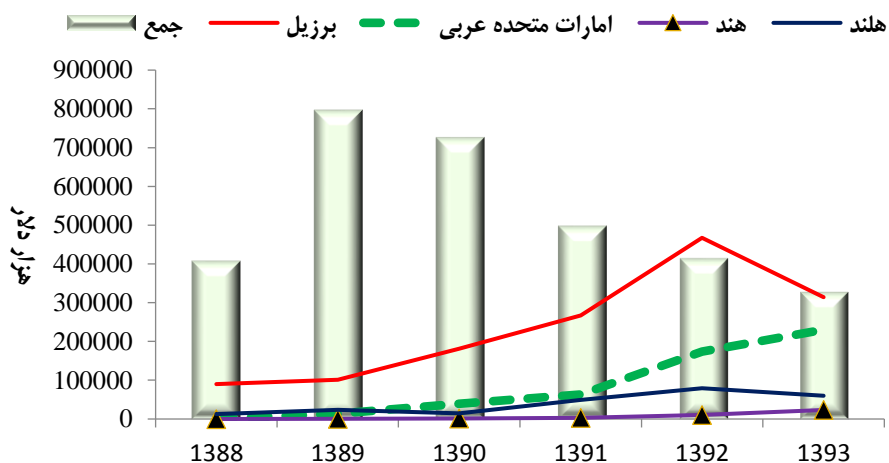
در طول برنامه‌های سوم و چهارم توسعه مبدأ اصلی واردات گوشت گاو، کشور برزیل بود و ۹۵۵ میلیون دلار از گوشت گاو (۶۲ درصد) از این کشور وارد شد. امارات متحده عربی و هلند نیز با ۱۸۰ و ۱۵۸ میلیون دلار سهم ۱۲ و ۱۰ درصدی در واردات گوشت گاو داشتند. در دوره ۹۳-۱۳۸۹ سهم کشور برزیل در واردات گوشت گاو به ۳۸ درصد کاهش یافت و سهم امارات متحده عربی به ۳۷ درصد افزایش یافت. در این دوره سهم هند نیز به ۶ درصد افزایش یافته و سهم هلند به ۶ درصد افت کرد.

جدول (۲-۱۷): ارزش و رتبه کشورهای طرف تجاری ایران در واردات گوشت گاو هزار دلار - درصد

کشور	مجموع (۱۳۷۹-۸۸)	سهم (۱۳۷۹-۸۸)	مجموع (۱۳۸۹-۹۳)	سهم (۱۳۷۹-۸۸)
برزیل	۹۵۵۴۰۶	۶۲	۱۰۵۴۳۱۸	۳۸
امارات متحده عربی	۱۷۹۸۳۷	۱۲	۱۰۲۶۸۲۴	۳۷
هند	۲۴۳۸۱	۲	۱۷۰۳۲۱	۶
هلند	۱۵۷۵۰۸	۱۰	۱۶۴۰۱۶	۶
جمع	۱۵۳۸۸۴۳	۱۰۰	۲۷۶۲۳۶۰	۱۰۰

ماخذ: گمرک جمهوری اسلامی ایران و محاسبات تحقیق

واردات از برزیل به عنوان اصلی‌ترین شریک جاری کشور در واردات گوشت گاو با روند افزایشی از ۹۰ میلیون دلار در سال ۱۳۸۸ به ۴۶۷ میلیون دلار در سال ۱۳۹۲ افزایش یافت و در ادامه به ۳۱۵ میلیون دلار در سال ۱۳۹۳ افت کرد. واردات از امارات متحده عربی نیز با روندی افزایشی از ۴۵۷ هزار دلار در سال ۱۳۸۸ به ۲۳۰ میلیون دلار در سال ۱۳۹۳ افزایش یافت.



نمودار ۲-۴۵- روند واردات گوشت گاو از مبداهای اصلی

ماخذ: گمرک جمهوری اسلامی ایران و محاسبات تحقیق

ج: بررسی شرکای تجاری کشور در واردات ذرت

سوئیس اصلی‌ترین مبدأ واردات ذرت به کشور است. طی سال‌های برنامه سوم و چهارم ۱۶۶۱ میلیون دلار ذرت (۳۸ درصد) از این کشور وارد کشور شد. برزیل با ۷۶۷ و انگلستان با ۶۳۵ میلیون دلار به ترتیب مبدأ واردات ۱۷ و ۱۴ درصد ذرت بودند. ۳۷۲ میلیون دلار (۷ درصد) ذرت نیز از امارات متحده عربی وارد شد. در دوره ۹۳-۱۳۸۹ سهم سوئیس به ۴۰ درصد افزایش یافت و ۲۹۴۷ میلیون دلار ذرت از این کشور وارد شد. سهم امارات متحده عربی نیز با ۱۸۰۸ میلیون دلار به ۲۴ درصد افزایش یافت.

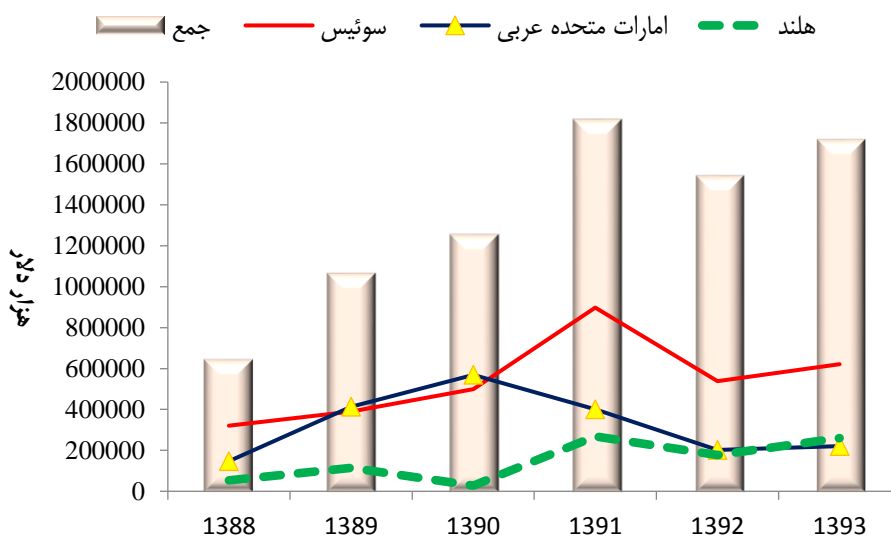
جدول (۲-۱۸) ارزش و رتبه کشورهای طرف تجاری ایران در واردات ذرت هزار دلار - درصد

کشور	مجموع (۸۸-۱۳۷۹)	سهم (۸۸-۱۳۷۹)	مجموع (۹۳-۱۳۸۹)	سهم (۹۳-۱۳۸۹)
جمع	۴۳۹۴۷۶۲	۱۰۰	۷۴۰۳۸۲۹	۱۰۰
سوئیس	۱۶۶۱۰۳۷	۳۸	۲۹۴۶۱۶۹	۴۰
امارات متحده عربی	۳۷۲۳۰۳	۸	۱۸۰۷۵۹۴	۲۴
هلند	۱۵۴۳۸۴	۴	۸۴۷۲۹۳	۱۱
انگلستان	۶۳۴۷۳۰	۱۴	۷۴۳۶۲۵	۱۰
برزیل	۷۶۷۰۰۸	۱۷	۳۱۹۴۵۵	۴

ماخذ: گمرک جمهوری اسلامی ایران و محاسبات تحقیق

در این دوره سهم هلند نیز به ۱۱ درصد ارتقاء یافت و ۸۴۷ میلیون دلار ذرت از این کشور وارد شد. سهم کشورهای برزیل و انگلستان در این دوره به ۴ و ۱۰ درصد افت کرد.

واردات از سوئیس به عنوان اصلی‌ترین شریک تجاری کشور در واردات ذرت از ۳۲۰ میلیون دلار در سال ۱۳۸۸ با روندی افزایشی به ۸۹۸ میلیون دلار در سال ۱۳۹۱ رسید و در ادامه با روندی نوسانی به ۶۲۲ میلیون دلار در سال ۱۳۹۳ کاهش یافت. واردات از امارات متحده عربی نیز با روند افزایشی از ۱۴۷ میلیون دلار در سال ۱۳۸۸ به ۵۶۹ میلیون دلار در سال ۱۳۹۰ افزایش یافت و در ادامه با روند کاهشی به ۲۲۱ میلیون دلار در سال ۱۳۹۳ افت کرد.



نمودار ۲-۴۶- روند واردات ذرت از مبدأهای اصلی

ماخذ: گمرک جمهوری اسلامی ایران و محاسبات تحقیق

د: بررسی شرکای تجاری کشور در واردات جو

مبدأهای وارداتی جو متنوع است. در برنامه‌های سوم و چهارم توسعه سوئیس با سهم ۲۳ درصدی مبدأ واردات ۳۳۹ میلیون دلار جو بود. قزاقستان با سهم ۱۱ درصدی دومین شریک تجاری کشور در واردات جو بود و ۱۵۸

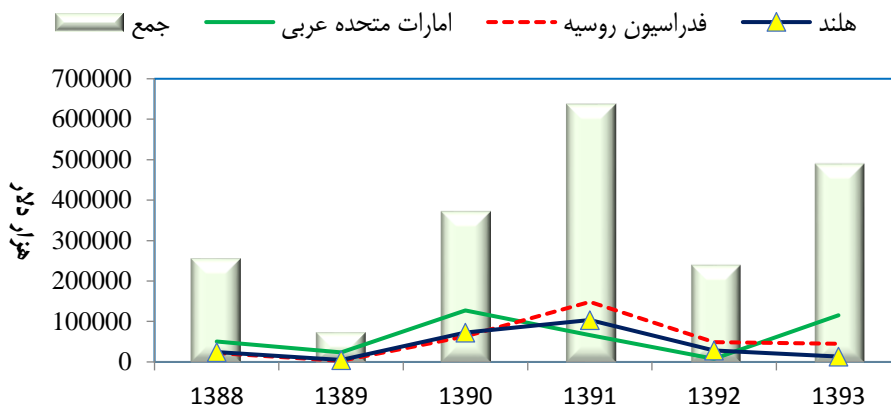
میلیون دلار جو از این کشور وارد شد. سایر شزکای تجاری کشور در این دوره سهم کمتر از ۵ درصدی در تامین واردات کشور داشتند. در دوره ۹۳-۱۳۸۹ سهم امارات متحده عربی به ۱۹ درصد افزایش یافت و ۳۳۹ میلیون دلار جو از این کشور وارد شد. در این دوره سهم روسیه نیز به ۱۷ درصد افزایش یافت و مبدأ ۳۰۹ میلیون دلار جود بود. هلند، ترکیه، سوئیس و قزاقستان به ترتیب با سهم ۱۲، ۱۰، ۹ و ۸ درصدی دیگر شرکای تجاری کشور بودند.

جدول (۲-۱۹): ارزش و رتبه کشورهای طرف تجاری ایران در واردات جو هزار دلار- درصد

کشور	مجموع (۸۸-۱۳۷۹)	سهم (۸۸-۱۳۷۹)	مجموع (۹۳-۱۳۸۹)	سهم (۹۳-۱۳۸۹)
جمع	۱۴۷۰۹۴۶	۱۰۰	۱۸۱۳۱۳۷	۱۰۰
امارات متحده عربی	۷۸۸۰۸	۵	۳۳۹۴۹۹	۱۹
فدراسیون روسیه	۵۹۱۴۸	۴	۳۰۸۵۵۷	۱۷
هلند	۴۲۸۴۰	۳	۲۲۲۹۰۳	۱۲
ترکیه	۰	۰	۱۸۷۶۵۱	۱۰
سوئیس	۳۳۸۵۸۴	۲۳	۱۶۰۸۲۸	۹
قزاقستان	۱۵۸۴۲۱	۱۱	۱۴۹۳۶۱	۸

ماخذ: گمرک جمهوری اسلامی ایران و محاسبات تحقیق

واردات جو از امارات از ۵۰ میلیون دلار در سال ۱۳۸۸ با روند افزایشی به ۱۲۷ میلیون دلار در سال ۱۳۹۰ افزایش و در ادامه با روندی نوسانی به ۱۱۵ میلیون دلار در سال ۱۳۹۳ کاهش یافت. واردات این کالا از هلند نیز با روند افزایشی از ۲۴ میلیون دلار در سال ۱۳۸۸ به ۱۰۳ میلیون دلار در سال ۱۳۹۱ افزایش و در ادامه با روند نوسانی به ۱۴ میلیون دلار در سال ۱۳۹۳ کاهش یافت. واردات از روسیه نیز با روند افزایشی از ۲۲ میلیون دلار در سال ۱۳۸۸ به ۱۴۸ میلیون دلار در سال ۱۳۹۱ افزایش و در ادامه با روند کاهشی به ۴۵ میلیون دلار در سال ۱۳۹۳ کاهش یافت.



نمودار ۲-۴۷- روند واردات جو از مبدأهای اصلی

ماخذ: گمرک جمهوری اسلامی ایران و محاسبات تحقیق

ه: بررسی شرکای تجاری کشور در واردات برنج

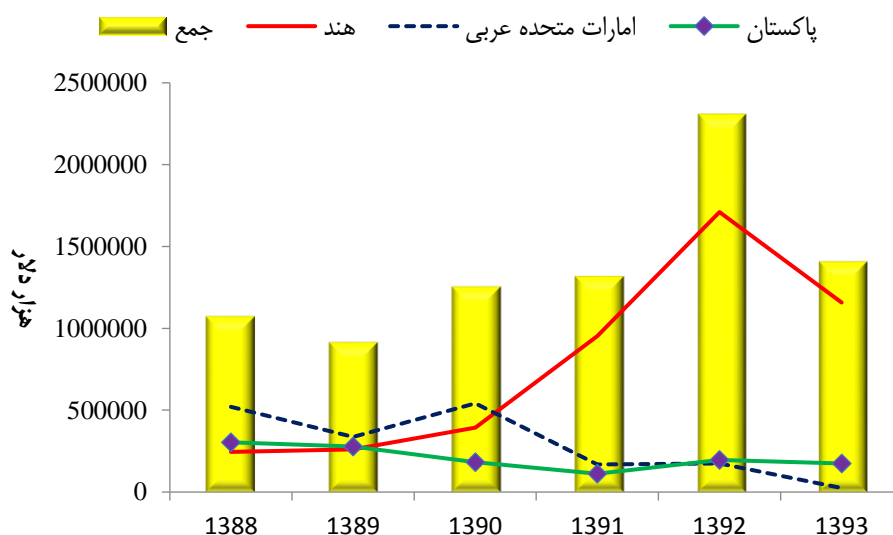
در طول برنامه‌های سوم تا چهارم توسعه کشورهای امارات متحده عربی، تایلند و پاکستان به ترتیب مبدأ واردات ۲۷، ۲۵ و ۲۳ درصد واردات برنج بودند. در این دوره ۱۲۰۵، ۱۱۲۸ و ۱۰۳۴ میلیون دلار برنج از این کشورها وارد شد. در دوره ۹۳-۱۳۸۹ با توجه به تحریم‌های هسته‌ای و انباشت پول نفت در هند، این کشور به مبدأ اصلی واردات برنج تبدیل شد و ۶۲ درصد برنج از این کشور وارد شد. امارات با سهم ۱۷ و پاکستان با سهم ۱۳ درصدی دیگر شرکای تجاری کشور در این زمینه بودند.

جدول (۲-۲۰): ارزش و رتبه کشورهای طرف تجاری ایران در واردات برنج هزار دلار - درصد

کشور	مجموع (۱۳۷۹-۸۸)	سهم (۱۳۷۹-۸۸)	مجموع (۱۳۸۹-۹۳)	سهم (۱۳۸۹-۹۳)
جمع	۴۴۹۷۵۵۸	۱۰۰	۷۲۰۶۸۲۱	۱۰۰
هند	۳۱۸۴۳۱	۷	۴۴۷۳۶۵۱	۶۲
امارات متحده عربی	۱۲۰۴۶۸۸	۲۷	۱۲۴۷۱۳۹	۱۷
پاکستان	۱۰۳۴۲۹۴	۲۳	۹۴۱۰۷۰	۱۳
ترکیه	۳۱	۰	۲۱۰۰۲۲	۳
تایلند	۱۱۲۷۵۳۴	۲۵	۱۱۹۹۵۰	۲

ماخذ: گمرک جمهوری اسلامی ایران و محاسبات تحقیق

واردات برنج از هندوستان با روندی افزایشی از ۲۴۵ میلیون دلار در سال ۱۳۸۸ به ۱۷۱۰ میلیون دلار در سال ۱۳۹۲ افزایش یافت و در ادامه با روند کاهشی به ۱۱۵۸ میلیون دلار کاهش یافت. واردات از امارات متحده عربی با روندی نوسانی از ۵۲۱ میلیون دلار در سال ۱۳۸۸ به ۲۴۶ میلیون دلار در سال ۱۳۹۳ کاهش یافت. واردات از پاکستان نیز با روند کاهشی از ۳۰۴ میلیون دلار در سال ۱۳۸۸ به ۱۷۵ میلیون دلار در سال ۱۳۹۳ افت کرد.



نمودار ۲-۴۸- روند واردات برنج از مبدأهای اصلی

ماخذ: گمرک جمهوری اسلامی ایران و محاسبات تحقیق

و: بررسی شرکای تجاری کشور در واردات شکر

در برنامه‌های سوم و چهارم توسعه بخش عمده شکر کشور از سه کشور برزیل، امارات متحده عربی و سوئیس وارد کشور شد. در این دوره برزیل با سهم ۳۳ درصدی مبدأ ۷۹۲ میلیون دلار از شکر وارداتی کشور بود و امارات متحده عربی با سهم ۳۰ درصدی و سوئیس با سهم ۹ درصدی مبدأ واردات ۷۴۰ و ۲۱۶ میلیون دلار شکر به کشور بودند.

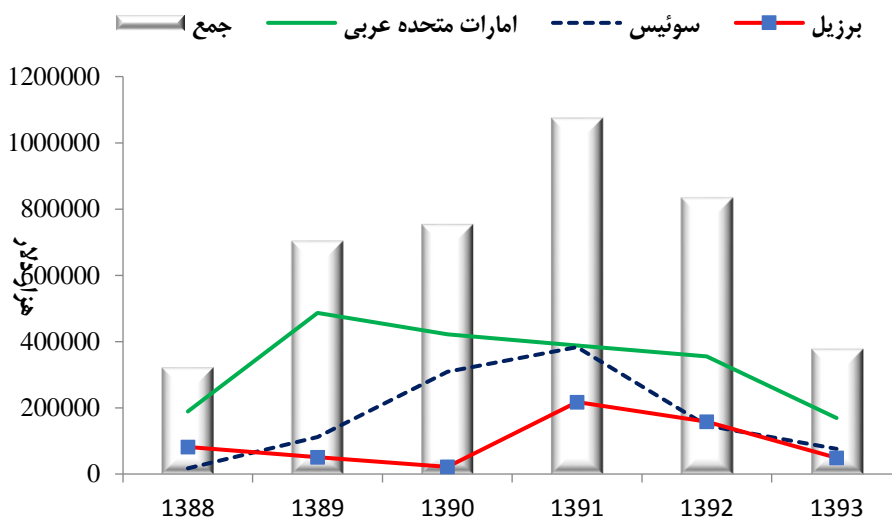


جدول (۲-۲۱): ارزش و رتبه کشورهای طرف تجاری ایران در واردات شکر خام هزار دلار - درصد

سال	مجموع (۱۳۷۹-۸۸)	سهم (۱۳۷۹-۸۸)	مجموع (۱۳۸۹-۹۳)	سهم (۱۳۸۹-۹۳)
جمع	۲۴۳۲۵۰۵	۱۰۰	۳۷۳۵۹۰۵	۱۰۰
امارات متحده عربی	۷۴۰۲۵۸	۳۰	۱۸۲۰۲۱۵	۴۹
سوئیس	۲۱۵۹۴۵	۹	۱۰۲۵۷۱۶	۲۷
برزیل	۷۹۲۱۲۲	۳۳	۴۹۶۶۷۶	۱۳

ماخذ: گمرک جمهوری اسلامی ایران و محاسبات تحقیق

در دوره ۱۳۸۹-۹۳ سهم برزیل به عنوان بزرگترین کشور تولیدکننده شکر به ۱۳ درصد کاهش یافت و امارات متحده عربی مبدأ نیمی از شکر وارداتی کشور بود. در این دوره ۲۷ درصد شکر از کشور سوئیس وارد کشور شد. در واقع به دلیل تشدید تحریم‌های هسته‌ای مبدأ واردات از کشور تولیدکننده شکر به کشورهای با نقش صادرات مجدد تغییر یافت. واردات شکر از امارات از ۱۸۹ میلیون دلار در سال ۱۳۸۸ به ۴۸۶ میلیون دلار در سال ۱۳۸۹ افزایش یافت و در ادامه با روندی کاهشی به ۱۶۹ میلیون دلار در سال ۱۳۹۳ کاهش یافت. واردات شکر از سوئیس نیز از ۱۷ میلیون دلار در سال ۱۳۸۸ با روندی افزایشی به ۳۸۳ میلیون دلار در سال ۱۳۹۱ افزایش یافت و در ادامه با روندی افزایشی به ۷۶ میلیون دلار در سال ۱۳۹۳ کاهش یافت.



نمودار ۲-۴۹- روند واردات شکر از مبدأهای اصلی
ماخذ: گمرک جمهوری اسلامی ایران و محاسبات تحقیق

ح: بررسی شرکای کشور در واردات کنجاله سویا

کنجاله سویا در طول سال‌های برنامه‌های سوم و چهارم توسعه به طور عمده از سه کشور سوئیس، برزیل و امارات متحده عربی با سهم ۲۵، ۲۲ و ۱۹ درصد وارد شد. در این دوره ۶۴۹ میلیون دلار از سوئیس، ۵۸۲ میلیون دلار و ۵۰۴ میلیون دلار از امارات متحده عربی وارد کشور شد.

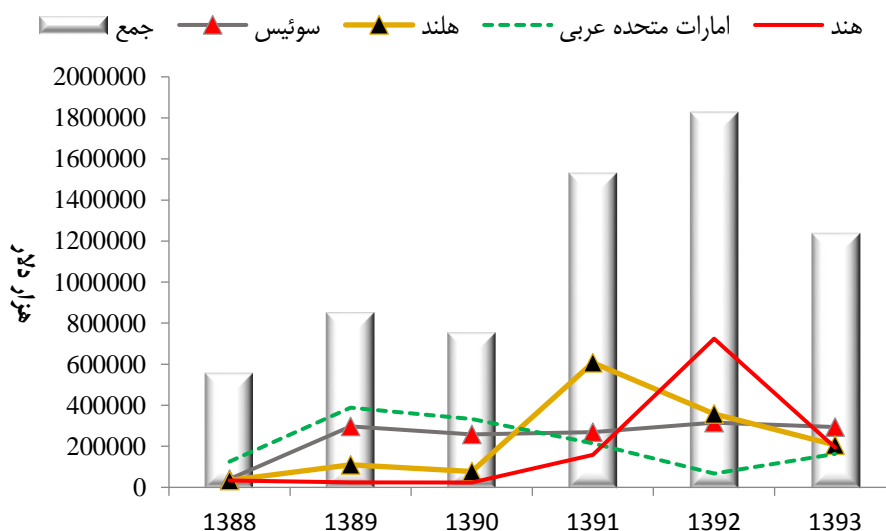
جدول (۲-۲۲): سهم و رتبه کشورهای طرف تجاری ایران در واردات کنجاله سویا واحد

سال	مجموع (۱۳۷۹-۸۸)	سهم (۱۳۷۹-۸۸)	مجموع (۱۳۸۹-۹۳)	سهم (۱۳۸۹-۹۳)
جمع	۲۶۰۹۹۴۳	۱۰۰	۶۲۰۷۳۵۸	۱۰۰
سوئیس	۶۴۸۶۱۶	۲۵	۱۴۳۳۲۲۰	۲۳
هلند	۴۸۸۸۰	۲	۱۳۶۰۲۹۰	۲۲
امارات متحده عربی	۵۰۴۳۸۸	۱۹	۱۱۶۴۸۵۷	۱۹
هند	۸۴۶۳۵	۳	۱۱۲۵۲۷۵	۱۸
برزیل	۵۸۲۴۷۳	۲۲	۸۳۹۳۳	۱

ماخذ: گمرک جمهوری اسلامی ایران و محاسبات تحقیق

در دوره ۹۳-۱۳۸۹ سوئیس و امارات متحده عربی سهم نسبی خود را حفظ کردند. اما در این دوره سهم هلند به ۲۲ و سهم هند به ۱۸ درصد افزایش و در مقابل سهم برزیل به ۱ درصد کاهش یافت.

واردات کنجاله سویا از سوئیس با روندی افزایشی از ۴۰ میلیون دلار در سال ۱۳۸۸ به ۳۱۵ میلیون دلار در سال ۱۳۹۲ افزایش و در ادامه به ۲۹۴ میلیون دلار در سال ۱۳۹۳ کاهش یافت. واردات کنجاله سویا روندی نوسانی دارد. واردات از این کشور از ۱۲۵ میلیون دلار در سال ۱۳۸۸ به ۳۸۸ میلیون دلار در سال ۱۳۸۹ افزایش و در ادامه به ۶۷ میلیون دلار در سال ۱۳۹۲ کاهش یافت. واردات از این کشور در سال ۱۳۹۳ به ۱۶۳ میلیون دلار کاهش یافت. واردات کنجاله از هلند از ۳۴ میلیون دلار در سال ۱۳۸۸ با روندی افزایشی به ۶۰۷ میلیون دلار در سال ۱۳۹۱ افزایش یافت. واردات از این کشور در ادامه با روند کاهشی به ۲۰۷ میلیون دلار در سال ۱۳۹۳ کاهش یافت. واردات از کشور هند با روند افزایشی از ۳۳ میلیون دلار در سال ۱۳۸۸ به ۷۲۴ میلیون دلار در سال ۱۳۹۲ افزایش یافت و در این سال هند به عنوان اصلی‌ترین شریک تجاری کشور در واردات کنجاله بود. در ادامه با کاهش کل واردات کنجاله واردات از این کشور نیز به ۱۹۵ میلیون دلار کاهش یافت.



نمودار ۲-۵۰- روند واردات کنجاله سویا از مبدأهای اصلی

ماخذ: گمرک جمهوری اسلامی ایران و محاسبات تحقیق

۲-۶ تحلیل تداوم بازارهای صادراتی محصولات منتخب صادراتی

الف) پسته

نتایج بررسی بازار جهانی پسته نشان می‌دهد که صادرات ایران به کشورهای آلمان، امارات، ایتالیا، فرانسه، ژاپن، سوریه، هنگ کنگ، تایوان، پاکستان، اسپانیا، ترکیه، لبنان، کویت، کانادا، اردن، استرالیا، مصر، بحرین، مکزیک، روسیه، قطر، لهستان، بلژیک، عربستان، تونس و سوئیس در تمام سال‌های ۱۳۷۱ تا ۱۳۹۴ تداوم داشته و از این حیث تداوم بازار پسته ایران در این بازارها مناسب بوده است. اما از بین کشورهای بیان شده با توجه به جدول ۳-۲، کشورهای آلمان، هنگ کنگ، امارات، روسیه، ترکیه و ایتالیا بیشترین میانگین سهم از بازار ایران را داشته‌اند. در بین همین کشورها نیز کشور هنگ کنگ، روسیه، امارات و ترکیه به ترتیب به لحاظ ثبات در قیمت‌ها مناسب‌ترین کشورهای هدف ایران بوده‌اند و از لحاظ ثبات در مقادیر صادراتی نیز کشور امارات و آلمان مناسب‌ترین کشورها می‌باشند و در نهایت از لحاظ ثبات در سهم صادراتی از سبد صادرات ایران نیز کشورهای امارات، آلمان و هنگ کنگ رتبه اول تا سوم در ثبات سهم صادراتی به خود اختصاص داده‌اند. لذا مشخص است که کشورهای هنگ کنگ، امارات و آلمان مناسب‌ترین بازارهای هدف ایران در بازار جهانی پسته می‌باشند.

جدول (۲-۲۳): تداوم بازار پسته صادراتی ایران

سال	آلمان	امارات	انگلستان	ایتالیا	فرانسه	ژاپن	لوکزامبورگ	سوریه	هنگ کنگ	یونان	تایوان	قبرس	پاکستان	اسپانیا	ترکیه	لبنان	کویت
۱۳۷۱																	
۱۳۷۲																	
۱۳۷۳																	
۱۳۷۴																	
۱۳۷۵																	
۱۳۷۶																	
۱۳۷۷																	
۱۳۷۸																	
۱۳۷۹																	
۱۳۸۰																	
۱۳۸۱																	
۱۳۸۲																	
۱۳۸۳																	
۱۳۸۴																	
۱۳۸۵																	
۱۳۸۶																	
۱۳۸۷																	
۱۳۸۸																	
۱۳۸۹																	
۱۳۹۰																	
۱۳۹۱																	
۱۳۹۲																	
۱۳۹۳																	
۱۳۹۴																	
تعداد	۲۴	۲۴	۱۸	۲۴	۲۴	۲۴	۱۹	۲۴	۲۴	۲۱	۲۴	۲۰	۲۴	۲۴	۲۴	۲۴	۲۴

۱۰۰,۰	۱۰۰,۰	۱۰۰,۰	۱۰۰,۰	۱۰۰,۰	۸۳,۳	۱۰۰,۰	۸۷,۵	۱۰۰,۰	۱۰۰,۰	۷۹,۲	۱۰۰,۰	۱۰۰,۰	۱۰۰,۰	۷۵,۰	۱۰۰,۰	۱۰۰,۰	درصد
-------	-------	-------	-------	-------	------	-------	------	-------	-------	------	-------	-------	-------	------	-------	-------	------

مأخذ: یافته‌های پژوهش



ادامه جدول (۲- ۲۳): تداوم بازار پسته صادراتی ایران

سال	هلند	کانادا	اردن	بحرین	استرالیا	مصر	مکزیک	چین	اسلواکی	سوئد	برزیل	روسیه	هند	اوکراین	قزاقستان	عراق
۱۳۷۱																
۱۳۷۲																
۱۳۷۳																
۱۳۷۴																
۱۳۷۵																
۱۳۷۶																
۱۳۷۷																
۱۳۷۸																
۱۳۷۹																
۱۳۸۰																
۱۳۸۱																
۱۳۸۲																
۱۳۸۳																
۱۳۸۴																
۱۳۸۵																
۱۳۸۶																
۱۳۸۷																
۱۳۸۸																
۱۳۸۹																
۱۳۹۰																
۱۳۹۱																
۱۳۹۲																
۱۳۹۳																
۱۳۹۴																
تعداد	۲۰	۲۴	۲۴	۲۴	۲۴	۲۴	۲۴	۲۱	۲۱	۲۲	۱۹	۲۴	۲۳	۲۲	۲۱	۱۵
درصد	۸۳,۳	۱۰۰,۰	۱۰۰,۰	۱۰۰,۰	۱۰۰,۰	۱۰۰,۰	۱۰۰,۰	۸۷,۵	۸۷,۵	۹۱,۷	۷۹,۲	۱۰۰,۰	۹۵,۸	۹۱,۷	۸۷,۵	۶۲,۵



مأخذ: یافته‌های پژوهش

ادامه جدول (۲-۲۳): تداوم بازار پسته صادراتی ایران

سال	لیتوانی	آذربایجان	الجزایر	قطر	کره	آفریقای جنوبی	لهستان	آلبانی	ترکمنستان	بوسنی	افغانستان	بلژیک	عربستان	ویتنام	ارمنستان	قرقیزستان
۱۳۷۱																
۱۳۷۲																
۱۳۷۳																
۱۳۷۴																
۱۳۷۵																
۱۳۷۶																
۱۳۷۷																
۱۳۷۸																
۱۳۷۹																
۱۳۸۰																
۱۳۸۱																
۱۳۸۲																
۱۳۸۳																
۱۳۸۴																
۱۳۸۵																
۱۳۸۶																
۱۳۸۷																
۱۳۸۸																
۱۳۸۹																
۱۳۹۰																
۱۳۹۱																
۱۳۹۲																
۱۳۹۳																
۱۳۹۴																
تعداد	۱۸	۱۸	۱۱	۲۴	۲۰	۲۰	۲۴	۱۵	۲۳	۱۹	۱۶	۲۴	۲۴	۱۶	۲۱	۱۹
درصد	۷۵٫۰	۷۵٫۰	۴۵٫۸	۱۰۰٫۰	۸۳٫۳	۸۳٫۳	۱۰۰٫۰	۶۲٫۵	۹۵٫۸	۷۹٫۲	۶۶٫۷	۱۰۰٫۰	۱۰۰٫۰	۶۶٫۷	۸۷٫۵	۷۹٫۲



مأخذ: یافته‌های پژوهش



ادامه جدول (۲-۲۳): تداوم بازار پسته صادراتی ایران

سال	تونس	رومانی	سوئیس	بلاروس	آمریکا	تاجیکستان	ازبکستان	مالزی	سنگاپور	تایلند
۱۳۷۱										
۱۳۷۲										
۱۳۷۳										
۱۳۷۴										
۱۳۷۵										
۱۳۷۶										
۱۳۷۷										
۱۳۷۸										
۱۳۷۹										
۱۳۸۰										
۱۳۸۱										
۱۳۸۲										
۱۳۸۳										
۱۳۸۴										
۱۳۸۵										
۱۳۸۶										
۱۳۸۷										
۱۳۸۸										
۱۳۸۹										
۱۳۹۰										
۱۳۹۱										
۱۳۹۲										
۱۳۹۳										
۱۳۹۴										
تعداد	۲۴	۲۳	۲۴	۱۵	۱۲	۱۶	۲۲	۲۳	۲۲	۱۳
درصد	۱۰۰،۰	۹۵،۸	۱۰۰،۰	۶۲،۵	۵۰،۰	۶۶،۷	۹۱،۷	۹۵،۸	۹۱،۷	۵۴،۲

مأخذ: یافته‌های پژوهش

جدول (۲-۲۴): تحلیل نهایی تداوم بازار هدف پسته ایران

سال	درصد تداوم	میانگین سهم	ضریب نوسان قیمت	ضریب نوسان مقدار	ضریب نوسان سهم
آلمان	۱۰۰,۰۰	۲۱,۹۳	۰,۵۳	۰,۶۹	۰,۷۵
امارات	۱۰۰,۰۰	۱۶,۷۲	۰,۴۵	۰,۶۶	۰,۴۹
انگلستان	۷۵,۰۰	۰,۹۶	۰,۸۱	۲,۰۲	۲,۰۵
ایتالیا	۱۰۰,۰۰	۲,۷۰	۰,۶۷	۰,۹۶	۰,۹۲
فرانسه	۱۰۰,۰۰	۱,۰۳	۰,۷۹	۱,۳۰	۱,۲۷
ژاپن	۱۰۰,۰۰	۱,۵۷	۰,۶۶	۱,۴۱	۱,۴۳
لوکزامبورگ	۸۳,۳۳	۰,۹۶	۰,۳۵	۱,۱۶	۱,۲۲
سوریه	۱۰۰,۰۰	۱,۹۷	۰,۶۰	۰,۶۶	۰,۶۷
هنگ کنگ	۱۰۰,۰۰	۱۷,۲۴	۰,۳۶	۰,۸۵	۰,۷۷
یونان	۸۷,۵۰	۰,۵۳	۰,۶۲	۰,۹۹	۰,۹۶
تایوان	۱۰۰,۰۰	۲,۱۹	۰,۳۹	۰,۶۱	۰,۵۴
قبرس	۸۳,۳۳	۰,۱۷	۰,۳۹	۱,۰۸	۱,۱۸
پاکستان	۱۰۰,۰۰	۱,۶۲	۰,۴۴	۰,۶۳	۰,۵۵
اسپانیا	۱۰۰,۰۰	۲,۴۰	۰,۶۴	۰,۹۱	۰,۸۸
ترکیه	۱۰۰,۰۰	۳,۵۹	۰,۴۶	۰,۸۷	۰,۸۴
لبنان	۱۰۰,۰۰	۱,۵۵	۱,۱۰	۰,۴۰	۰,۳۱
کویت	۱۰۰,۰۰	۰,۴۹	۰,۵۱	۰,۳۶	۰,۳۷
هلند	۸۳,۳۳	۰,۴۱	۰,۴۶	۱,۰۴	۱,۰۵
کانادا	۱۰۰,۰۰	۰,۵۷	۰,۵۲	۰,۴۵	۰,۴۷
اردن	۱۰۰,۰۰	۰,۲۱	۰,۴۲	۱,۲۶	۱,۱۶
بحرین	۱۰۰,۰۰	۰,۱۱	۰,۴۱	۰,۴۶	۰,۵۷
استرالیا	۱۰۰,۰۰	۰,۲۹	۰,۴۹	۰,۴۷	۰,۳۹
مصر	۱۰۰,۰۰	۰,۳۲	۰,۴۴	۱,۲۶	۱,۲۵
مکزیک	۱۰۰,۰۰	۰,۹۲	۰,۴۰	۱,۱۰	۱,۰۴
چین	۸۷,۵۰	۰,۲۸	۰,۴۱	۱,۱۳	۱,۱۲
اسلواکی	۸۷,۵۰	۰,۲۱	۰,۴۳	۰,۹۴	۰,۹۵
سوئد	۹۱,۶۷	۰,۰۲	۱,۴۰	۱,۰۴	۱,۲۳
برزیل	۷۹,۱۷	۰,۰۲	۰,۵۵	۰,۹۴	۰,۹۹
روسیه	۱۰۰,۰۰	۴,۷۷	۰,۴۱	۰,۹۱	۰,۸۲
هند	۹۵,۸۳	۲,۰۳	۰,۵۴	۰,۸۴	۰,۸۹
اوکراین	۹۱,۶۷	۱,۰۰	۰,۴۲	۱,۵۵	۱,۴۶
قزاقستان	۸۷,۵۰	۱,۱۲	۰,۳۷	۱,۹۳	۱,۹۷
عراق	۶۲,۵۰	۲,۱۱	۰,۳۵	۱,۰۶	۱,۰۸
لیتوانی	۷۵,۰۰	۰,۲۶	۰,۳۶	۱,۵۲	۱,۳۴
آذربایجان	۷۵,۰۰	۰,۰۹	۰,۴۰	۱,۵۱	۱,۵۵
الجزایر	۴۵,۸۳	۰,۰۱	۰,۳۸	۱,۵۳	۱,۶۲
قطر	۱۰۰,۰۰	۰,۰۸	۰,۴۶	۱,۰۷	۱,۱۱
کره	۸۷,۵۰	۰,۰۲	۰,۷۱	۲,۵۴	۲,۶۴

مأخذ: یافته‌های پژوهش * ضریب نوسان: حاصل تقسیم انحراف معیار به میانگین بوده که شاخص مناسبی از نوسان و ریسک می‌باشد.

ادامه جدول (۲-۲۴): تحلیل نهایی تداوم بازار هدف پسته ایران

سال	درصد تداوم	میانگین سهم	ضریب نوسان قیمت	ضریب نوسان مقدار	ضریب نوسان سهم
آفریقای جنوبی	۸۳,۳۳	۰,۲۰	۰,۵۰	۳,۵۸	۴,۲۲
لهستان	۱۰۰,۰۰	۰,۱۱	۰,۴۰	۰,۹۲	۰,۹۰
آلبانی	۶۲,۵۰	۰,۰۲	۰,۲۷	۰,۷۰	۱,۲۴
ترکمنستان	۹۵,۸۳	۰,۱۱	۰,۳۸	۰,۹۱	۰,۹۱
بوسنی	۷۹,۱۷	۰,۰۱	۰,۳۹	۱,۲۳	۱,۱۹
افغانستان	۶۶,۶۷	۰,۳۹	۰,۳۴	۱,۲۴	۱,۳۴
بلژیک	۱۰۰,۰۰	۰,۶۶	۰,۵۳	۱,۱۷	۱,۳۱
عربستان	۱۰۰,۰۰	۰,۵۲	۰,۴۴	۱,۰۱	۰,۸۸
ویتنام	۶۶,۶۷	۲,۵۸	۰,۳۴	۱,۴۶	۱,۴۵
ارمنستان	۸۷,۵۰	۰,۰۳	۰,۳۷	۱,۰۳	۱,۵۰
قرقیزستان	۷۹,۱۷	۰,۲۰	۰,۳۶	۱,۱۷	۱,۱۶
تونس	۱۰۰,۰۰	۰,۱۱	۰,۵۱	۰,۸۱	۰,۷۸
رومانی	۹۵,۸۳	۰,۱۵	۰,۳۹	۱,۲۴	۱,۰۸
سوئیس	۱۰۰,۰۰	۰,۰۱	۰,۶۲	۰,۸۷	۰,۸۴
بلاروس	۵۸,۳۳	۰,۰۲	۰,۲۸	۱,۴۰	۱,۳۶
آمریکا	۵۰,۰۰	۰,۰۲	۰,۴۶	۱,۶۶	۱,۶۹
تاجیکستان	۶۶,۶۷	۰,۲۹	۰,۳۷	۱,۳۹	۱,۴۱
ازبکستان	۹۱,۶۷	۰,۲۹	۰,۳۷	۰,۹۹	۰,۹۷
مالزی	۹۵,۸۳	۰,۱۴	۰,۷۹	۱,۰۵	۱,۱۵
سنگاپور	۹۱,۶۷	۰,۰۵	۰,۹۴	۱,۴۳	۱,۵۳
تایلند	۵۴,۱۷	۰,۰۲	۰,۵۰	۱,۸۳	۱,۶۸

مأخذ: یافته‌های پژوهش * ضریب نوسان: حاصل تقسیم انحراف معیار به میانگین بوده که شاخص مناسبی از نوسان و ریسک می‌باشد.

ب- خرما

نتایج بررسی بازار جهانی خرما نشان می‌دهد که صادرات ایران به کشورهای امارات، ترکیه، آلمان، پاکستان، انگلستان، هند، استرالیا، ترکمنستان، کانادا، اندونزی، هلند، روسیه، نیوزلند، آذربایجان، مالزی، قطر، سوئد، ارمنستان، ژاپن، لبنان و دانمارک در تمام سال‌های ۱۳۷۱ تا ۱۳۹۴ تداوم داشته و از این حیث تداوم بازار خرما در ایران در این بازارها مناسب بوده است. اما از بین کشورهای بیان شده با توجه به جدول ۲-۳۳، امارات، پاکستان، ترکیه، روسیه، انگلستان و افغانستان بیشترین میانگین سهم از بازار ایران را داشته‌اند. در بین همین کشورها نیز کشورهای انگلستان، ترکیه و روسیه به ترتیب به لحاظ ثبات در قیمت‌ها مناسب‌ترین کشورهای هدف ایران بوده‌اند و از لحاظ ثبات در مقادیر صادراتی نیز کشورهای انگلستان، پاکستان و ترکیه مناسب‌ترین کشورها می‌باشند و در نهایت از لحاظ ثبات در سهم صادراتی از سبد صادرات ایران نیز کشورهای ترکیه، پاکستان و امارات رتبه اول تا سوم در ثبات سهم صادراتی به خود اختصاص داده‌اند. لذا مشخص است که کشورهای ترکیه، پاکستان و انگلستان مناسب‌ترین بازارهای هدف ایران در بازار جهانی خرما می‌باشند.

جدول (۲-۲۵): تداوم بازار خرماي صادراتی ایران

سال	امارات	ترکیه	آلمان	پاکستان	انگلستان	هند	لیتوانی	استرالیا	ترکمنستان	کانادا	اندونزی	بحرین	هلند	اوکراین	ازبکستان	روسیه	نیوزلند	آذربایجان	سوریه	
۱۳۷۱																				
۱۳۷۲																				
۱۳۷۳																				
۱۳۷۴																				
۱۳۷۵																				
۱۳۷۶																				
۱۳۷۷																				
۱۳۷۸																				
۱۳۷۹																				
۱۳۸۰																				
۱۳۸۱																				
۱۳۸۲																				
۱۳۸۳																				
۱۳۸۴																				
۱۳۸۵																				
۱۳۸۶																				
۱۳۸۷																				
۱۳۸۸																				
۱۳۸۹																				
۱۳۹۰																				
۱۳۹۱																				
۱۳۹۲																				
۱۳۹۳																				
۱۳۹۴																				
تعداد	۲۴	۲۴	۲۴	۲۴	۲۴	۲۴	۱۸	۲۴	۲۴	۲۴	۲۴	۲۲	۲۴	۲۳	۲۳	۲۴	۲۴	۲۴	۲۰	
درصد	۱۰۰٫۰	۱۰۰٫۰	۱۰۰٫۰	۱۰۰٫۰	۹۵٫۸	۹۵٫۸	۷۵٫۰	۱۰۰٫۰	۱۰۰٫۰	۱۰۰٫۰	۱۰۰٫۰	۹۱٫۷	۱۰۰٫۰	۱۰۰٫۰	۱۰۰٫۰	۱۰۰٫۰	۱۰۰٫۰	۱۰۰٫۰	۸۳٫۳	



مأخذ: یافته‌های پژوهش

ادامه جدول (۲-۲۵): تداوم بازار خرمای صادراتی ایران

سال	سريلانكا	مالزی	قطر	سنگاپور	فرانسه	اسلواکی	آفريقای جنوبی	بلغارستان	سوئیس	فیلیپین	اتریش	مجارستان	سوئد	ارمنستان	ژاپن	قرقیزستان
۱۳۷۱																
۱۳۷۲																
۱۳۷۳																
۱۳۷۴																
۱۳۷۵																
۱۳۷۶																
۱۳۷۷																
۱۳۷۸																
۱۳۷۹																
۱۳۸۰																
۱۳۸۱																
۱۳۸۲																
۱۳۸۳																
۱۳۸۴																
۱۳۸۵																
۱۳۸۶																
۱۳۸۷																
۱۳۸۸																
۱۳۸۹																
۱۳۹۰																
۱۳۹۱																
۱۳۹۲																
۱۳۹۳																
۱۳۹۴																
تعداد	۱۸	۲۴	۲۴	۲۳	۲۳	۱۴	۲۲	۲۱	۲۳	۱۹	۲۳	۱۹	۲۴	۲۴	۲۴	۲۳
درصد	۷۵،۰	۱۰۰،۰	۱۰۰،۰	۹۵،۸	۹۵،۸	۵۸،۳	۹۱،۷	۸۷،۵	۹۵،۸	۷۹،۲	۹۵،۸	۷۹،۲	۱۰۰،۰	۱۰۰،۰	۱۰۰،۰	۹۵،۸

مأخذ: یافته‌های پژوهش

ادامه جدول (۲-۲۵): تداوم بازار خرمای صادراتی ایران

سال	رومانی	چک	لبنان	لهستان	امریکا	بلژیک	تاجیکستان	مولداوی	گرجستان	بوسنی	چین	بلاروس	تایلند	دانمارک	افغانستان	عراق	نروژ
۱۳۷۱																	
۱۳۷۲																	
۱۳۷۳																	
۱۳۷۴																	
۱۳۷۵																	
۱۳۷۶																	
۱۳۷۷																	
۱۳۷۸																	
۱۳۷۹																	
۱۳۸۰																	
۱۳۸۱																	
۱۳۸۲																	
۱۳۸۳																	
۱۳۸۴																	
۱۳۸۵																	
۱۳۸۶																	
۱۳۸۷																	
۱۳۸۸																	
۱۳۸۹																	
۱۳۹۰																	
۱۳۹۱																	
۱۳۹۲																	
۱۳۹۳																	
۱۳۹۴																	
تعداد	۲۳	۲۱	۲۴	۲۳	۱۲	۲۲	۲۲	۱۴	۱۹	۱۵	۱۴	۱۷	۱۵	۲۴	۲۳	۱۷	۲۰



۸۳,۳	۷۰,۸	۹۵,۸	۱۰۰,۰	۶۲,۵	۷۰,۸	۵۸,۳	۶۲,۵	۷۹,۲	۵۸,۳	۹۱,۷	۹۱,۷	۵۴,۲	۹۵,۸	۱۰۰,۰	۸۷,۵	۹۵,۸	درصد
------	------	------	-------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	-------	------	------	------

مأخذ: یافته‌های پژوهش

ادامه جدول (۲-۲۵): تحلیل نهایی تداوم بازار هدف خرما می ایران

ایتالیا	قزاقستان	تایوان	سال
			۱۳۷۱
			۱۳۷۲
			۱۳۷۳
			۱۳۷۴
			۱۳۷۵
			۱۳۷۶
			۱۳۷۷
			۱۳۷۸
			۱۳۷۹
			۱۳۸۰
			۱۳۸۱
			۱۳۸۲
			۱۳۸۳
			۱۳۸۴
			۱۳۸۵
			۱۳۸۶
			۱۳۸۷
			۱۳۸۸
			۱۳۸۹
			۱۳۹۰
			۱۳۹۱
			۱۳۹۲
			۱۳۹۳
			۱۳۹۴
۱۹	۲۳	۱۷	تعداد
۷۹,۲	۹۵,۸	۷۰,۸	درصد

مأخذ: یافته‌های پژوهش

جدول (۲-۲۵): تحلیل نهایی تداوم بازار هدف خرماى ایران

سال	درصد تداوم	میانگین سهم	ضریب نوسان قیمت	ضریب نوسان مقدار	ضریب نوسان سهم
امارات	۱۰۰,۰۰	۳۱,۳۹	۰,۷۹	۰,۵۳	۰,۴۹
ترکیه	۱۰۰,۰۰	۷,۳۶	۰,۵۸	۰,۴۶	۰,۳۶
آلمان	۱۰۰,۰۰	۳,۱۹	۰,۵۸	۰,۷۱	۰,۹۰
پاکستان	۱۰۰,۰۰	۱۲,۹۴	۰,۷۵	۰,۴۰	۰,۴۸
انگلستان	۱۰۰,۰۰	۴,۴۹	۰,۴۷	۰,۳۷	۰,۶۱
هند	۱۰۰,۰۰	۳,۰۹	۰,۸۹	۱,۲۱	۱,۱۰
لیتوانی	۷۵,۰۰	۰,۱۶	۱,۹۹	۰,۸۲	۰,۹۱
استرالیا	۱۰۰,۰۰	۲,۷۸	۰,۴۲	۰,۳۱	۰,۵۴
ترکمنستان	۱۰۰,۰۰	۰,۷۷	۰,۶۴	۰,۴۸	۰,۵۶
کانادا	۱۰۰,۰۰	۲,۶۴	۰,۳۵	۰,۸۵	۰,۵۰
اندونزی	۱۰۰,۰۰	۰,۶۵	۰,۵۷	۱,۲۳	۱,۰۰
بحرین	۹۱,۶۷	۰,۰۷	۰,۷۶	۲,۲۴	۲,۲۵
هلند	۱۰۰,۰۰	۰,۴۱	۰,۶۱	۰,۶۴	۰,۵۱
اوکراین	۹۵,۸۳	۲,۰۳	۰,۴۲	۰,۷۷	۱,۰۳
ازبکستان	۹۵,۸۳	۰,۷۹	۰,۶۳	۰,۹۹	۱,۱۹
روسیه	۱۰۰,۰۰	۷,۳۵	۰,۵۹	۰,۷۵	۰,۷۱
نیوزلند	۱۰۰,۰۰	۰,۷۷	۰,۳۵	۰,۴۲	۰,۵۵
آذربایجان	۱۰۰,۰۰	۲,۳۸	۰,۷۴	۰,۴۲	۰,۳۶
سوریه	۸۳,۳۳	۰,۱۲	۰,۷۲	۱,۰۳	۱,۰۰
سريلانكا	۷۵,۰۰	۰,۰۹	۰,۸۱	۱,۵۷	۱,۶۶
مالزی	۱۰۰,۰۰	۱,۴۹	۰,۶۹	۰,۶۶	۰,۵۰
قطر	۱۰۰,۰۰	۰,۲۱	۱,۰۳	۱,۴۲	۱,۴۵
سنگاپور	۹۵,۸۳	۰,۱۵	۰,۶۵	۰,۷۱	۰,۶۴
فرانسه	۹۵,۸۳	۰,۱۵	۰,۷۹	۱,۰۲	۱,۲۱-
اسلواکی	۵۸,۳۳	۰,۰۶	۰,۶۵	۱,۰۶	۱,۰۶

مأخذ: یافته‌های پژوهش * ضریب نوسان: حاصل تقسیم انحراف معیار به میانگین بوده که شاخص مناسبی از نوسان و ریسک می‌باشد.

ادامه جدول (۲-۲۵): تحلیل نهایی تداوم بازار هدف خرما می ایران

سال	درصد تداوم	میانگین سهم	ضریب نوسان قیمت	ضریب نوسان مقدار	ضریب نوسان سهم
آفریقای جنوبی	۹۱,۶۷	۰,۳۳	۰,۴۴	۰,۶۷	۰,۷۱
بلغارستان	۸۷,۵۰	۰,۲۴	۰,۵۳	۰,۹۴	۰,۸۴
سوئیس	۹۵,۸۳	۰,۰۱	۰,۶۱	۱,۰۴	۱,۰۵
فیلیپین	۷۹,۱۷	۰,۰۲	۰,۵۵	۱,۲۲	۱,۳۳
اتریش	۹۵,۸۳	۰,۰۶	۰,۵۱	۰,۵۹	۰,۷۰
مجارستان	۷۹,۱۷	۰,۱۰	۰,۵۱	۰,۷۵	۰,۷۳
سوئد	۱۰۰,۰۰	۰,۴۳	۰,۶۶	۰,۷۵	۰,۶۴
ارمنستان	۱۰۰,۰۰	۰,۶۰	۰,۵۵	۰,۵۲	۰,۷۹
ژاپن	۱۰۰,۰۰	۰,۱۰	۰,۸۴	۰,۷۸	۰,۸۳
قرقیزستان	۹۵,۸۳	۰,۳۷	۰,۵۵	۰,۷۳	۰,۶۶
رومانی	۹۵,۸۳	۰,۲۵	۰,۴۹	۰,۹۶	۰,۷۶
چک	۸۷,۵۰	۰,۱۰	۰,۴۹	۰,۹۷	۱,۱۷
لبنان	۱۰۰,۰۰	۰,۳۳	۰,۵۲	۰,۴۹	۰,۴۲
لهستان	۹۵,۸۳	۰,۳۵	۰,۳۸	۰,۸۱	۰,۷۵
امریکا	۵۴,۱۷	۰,۱۹	۰,۳۶	۱,۳۵	۱,۳۷
بلژیک	۹۱,۶۷	۰,۰۹	۰,۹۱	۱,۲۳	۱,۱۱
تاجیکستان	۹۱,۶۷	۰,۷۱	۰,۵۳	۰,۸۵	۰,۸۴
مولداوی	۵۸,۳۳	۰,۰۳	۰,۵۳	۱,۶۲	۲,۳۳
گرجستان	۷۹,۱۷	۰,۰۹	۰,۵۳	۱,۰۹	۰,۹۹
بوسنی	۶۲,۵۰	۰,۰۲	۰,۶۹	۲,۲۳	۲,۰۰
چین	۵۸,۳۳	۰,۳۴	۰,۳۹	۱,۶۶	۱,۵۷
بلاروس	۷۰,۸۳	۰,۰۶	۰,۴۸	۱,۲۰	۱,۰۹
تایلند	۶۲,۵۰	۰,۰۱	۰,۴۶	۱,۶۳	۱,۶۲
دانمارک	۱۰۰,۰۰	۰,۶۳	۰,۶۵	۰,۶۸	۰,۵۵
افغانستان	۹۵,۸۳	۳,۶۴	۰,۷۵	۱,۱۰	۱,۰۰
عراق	۷۰,۸۳	۰,۹۵	۰,۷۵	۱,۹۲	۱,۸۴
نروژ	۸۳,۳۳	۰,۰۵	۰,۶۶	۱,۳۴	۱,۴۹
تایوان	۷۰,۸۳	۰,۰۵	۰,۷۶	۱,۱۲	۰,۹۸
قزاقستان	۹۵,۸۳	۲,۲۸	۰,۵۲	۲,۳۱	۱,۲۳
ایتالیا	۷۹,۱۷	۰,۰۳	۰,۶۲	۱,۶۸	۱,۶۴

مأخذ: یافته‌های پژوهش * ضریب نوسان: حاصل تقسیم انحراف معیار به میانگین بوده که شاخص مناسبی از نوسان و ریسک می‌باشد.



ج- سیب

نتایج بررسی بازار جهانی سیب نشان می‌دهد که صادرات ایران به کشورهای قطر، کویت، روسیه، عربستان، ترکمنستان، امارات و آذربایجان در تمام سال‌های ۱۳۷۱ تا ۱۳۹۴ تداوم داشته و از این حیث تداوم بازار سیب ایران در این بازارها مناسب بوده است. اما از بین کشورهای بیان شده با توجه به جدول ۳-۶، عراق، امارات، ترکمنستان، عربستان، آذربایجان، ترکیه و افغانستان بیشترین میانگین سهم از بازار ایران را داشته‌اند. در بین همین کشورها نیز کشورهای ترکمنستان، امارات، آذربایجان، افغانستان و ترکیه به ترتیب به لحاظ ثبات در قیمت‌ها مناسب‌ترین کشورهای هدف ایران بوده‌اند و از لحاظ ثبات در مقادیر صادراتی نیز ترکمنستان، امارات و عربستان مناسب‌ترین کشورها می‌باشند و در نهایت از لحاظ ثبات در سهم صادراتی از سبد صادرات ایران نیز کشورهای ترکمنستان، امارات و عراق رتبه اول تا سوم در ثبات سهم صادراتی به خود اختصاص داده‌اند. لذا مشخص است که کشورهای ترکمنستان، امارات و تا حدودی عراق مناسب‌ترین بازارهای هدف ایران در بازار جهانی سیب می‌باشند.



جدول (۲-۲۶): تداوم بازار سیب صادراتی ایران

سال	هند	مصر	گرجستان	قطر	کویت	قزاقستان	روسیه	عمان	عربستان	عراق	ترکیه	ترکمنستان	تاجیکستان	پاکستان	بحرین	انگلستان	امارات	افغانستان	ازبکستان	ارمنستان	آذربایجان	بلغارستان	
۱۳۷۱																							
۱۳۷۲																							
۱۳۷۳																							
۱۳۷۴																							
۱۳۷۵																							
۱۳۷۶																							
۱۳۷۷																							
۱۳۷۸																							
۱۳۷۹																							
۱۳۸۰																							
۱۳۸۱																							
۱۳۸۲																							
۱۳۸۳																							
۱۳۸۴																							
۱۳۸۵																							
۱۳۸۶																							
۱۳۸۷																							
۱۳۸۸																							
۱۳۸۹																							
۱۳۹۰																							
۱۳۹۱																							
۱۳۹۲																							
۱۳۹۳																							
۱۳۹۴																							
تعداد	۸	۱۰	۱۷	۲۴	۲۴	۲۳	۲۴	۱۴	۲۴	۱۸	۱۹	۲۴	۱۸	۱۹	۲۳	۲۲	۲۴	۲۳	۱۷	۱۷	۲۴	۱۳	
درصد	۳۳,۳	۴۱,۷	۷۰,۸	۱۰۰	۱۰۰	۹۵,۸	۱۰۰	۵۸,۳	۱۰۰	۷۵	۷۹,۲	۱۰۰	۷۵	۷۹,۲	۹۵,۸	۹۱,۷	۱۰۰	۹۵,۸	۷۰,۸	۷۰,۸	۱۰۰	۵۴,۲	

مأخذ: یافته‌های پژوهش

جدول (۲-۲۷): تحلیل نهایی تداوم بازار هدف سیب ایران

کشور	درصد تداوم	میانگین سهم	ضریب نوسان قیمت	ضریب نوسان مقدار	ضریب نوسان سهم
هند	۳۳,۳۳	۰,۲۲	۰,۷۳	۳,۱۰	۲,۶۰
مصر	۴۱,۶۷	۰,۱۴	۰,۸۳	۳,۰۰	۲,۲۰
گرجستان	۷۰,۸۳	۰,۱۱	۰,۷۳	۲,۷۲	۳,۱۰
قطر	۱۰۰,۰۰	۰,۴۹	۰,۸۴	۱,۰۰	۱,۰۷
کویت	۱۰۰,۰۰	۰,۰۲	۰,۸۴	۰,۶۹	۰,۸۵
قزاقستان	۹۵,۸۳	۱,۴۴	۰,۸۰	۰,۹۴	۱,۱۰
روسیه	۱۰۰,۰۰	۱,۴۱	۰,۸۲	۱,۶۴	۱,۷۰
عمان	۵۸,۳۳	۰,۱۴	۰,۴۸	۲,۰۱	۲,۶۷
عربستان	۱۰۰,۰۰	۶,۷۵	۰,۸۷	۰,۹۴	۱,۱۵
عراق	۷۵,۰۰	۳۶,۱۷	۱,۲۸	۱,۰۷	۰,۸۶
ترکیه	۷۹,۱۷	۳,۴۸	۰,۸۳	۱,۹۵	۲,۲۴
ترکمنستان	۱۰۰,۰۰	۱۱,۷۲	۰,۷۴	۰,۶۲	۰,۶۱
تاجیکستان	۷۵,۰۰	۰,۰۶	۰,۷۸	۲,۲۳	۲,۳۸
پاکستان	۷۹,۱۷	۱,۵۱	۰,۷۰	۲,۷۰	۲,۲۸
بحرین	۹۵,۸۳	۱,۶۰	۰,۸۹	۰,۸۸	۰,۹۹
انگلستان	۹۱,۶۷	۰,۰۹	۰,۷۵	۰,۸۶	۱,۱۹
امارات	۱۰۰,۰۰	۱۵,۶۲	۰,۸۱	۰,۶۴	۰,۷۰
افغانستان	۹۵,۸۳	۳,۲۶	۰,۸۲	۱,۳۸	۱,۲۳
ازبکستان	۷۰,۸۳	۰,۵۵	۰,۵۵	۱,۷۳	۱,۹۳
ارمنستان	۷۰,۸۳	۰,۱۳	۰,۹۲	۲,۲۴	۱,۶۵
آذربایجان	۱۰۰,۰۰	۵,۰۴	۰,۸۲	۱,۳۷	۱,۴۷
بلغارستان	۵۸,۳۳	۰,۹۷	۰,۸۵	۲,۴۳	۲,۳۰

مأخذ: یافته‌های پژوهش * ضریب نوسان: حاصل تقسیم انحراف معیار به میانگین بوده که شاخص مناسبی از نوسان و ریسک می‌باشد.

د- انگور خشک کرده

نتایج بررسی بازار جهانی انگور خشک کرده نشان می‌دهد که صادرات ایران به کشورهای امارات و کویت در تمام سال‌های ۱۳۷۱ تا ۱۳۹۴ تداوم داشته و از این حیث تداوم بازار انگور خشک کرده ایران در این بازارها مناسب بوده است. این در حالی است که کشورهای روسیه، آذربایجان، امارات، عراق، پاکستان، ترکیه، بحرین و کویت به ترتیب بیشترین میانگین سهم از بازار ایران را داشته‌اند. در بین کشورها نیز کشورهای پاکستان، روسیه، و آذربایجان به ترتیب به لحاظ ثبات در قیمت‌ها مناسب‌ترین کشورهای هدف ایران بوده‌اند و از لحاظ ثبات در مقادیر صادراتی نیز امارات، کویت، آذربایجان و ترکیه مناسب‌ترین کشورها می‌باشند و در نهایت از لحاظ ثبات در سهم صادراتی از سبد صادرات ایران نیز کشورهای روسیه، امارات و آذربایجان رتبه اول تا سوم در ثبات سهم صادراتی به خود اختصاص داده‌اند. لذا مشخص است که کشورهای روسیه، امارات و آذربایجان مناسب‌ترین بازارهای هدف ایران در بازار جهانی انگور خشک کرده می‌باشند.

جدول (۲-۲۸): تداوم بازار انگور خشک کرده صادراتی ایران

سال	آذربایجان	افغانستان	آلمان	امارات	انگلستان	بحرین	پاکستان	ترکمنستان	ترکیه	عراق	روسیه	قزاقستان	قطر	کویت
۱۳۷۱														
۱۳۷۲														
۱۳۷۳														
۱۳۷۴														
۱۳۷۵														
۱۳۷۶														
۱۳۷۷														
۱۳۷۸														
۱۳۷۹														
۱۳۸۰														
۱۳۸۱														
۱۳۸۲														
۱۳۸۳														
۱۳۸۴														
۱۳۸۵														
۱۳۸۶														
۱۳۸۷														
۱۳۸۸														
۱۳۸۹														
۱۳۹۰														
۱۳۹۱														
۱۳۹۲														
۱۳۹۳														
۱۳۹۴														
تعداد	۲۲	۱۸	۱۳	۲۴	۱۸	۲۱	۹	۱۴	۱۱	۱۶	۲۰	۱۶	۱۹	۲۴
درصد	۹۱٫۷	۷۵٫۰	۵۴٫۲	۱۰۰٫۰	۷۵٫۰	۸۷٫۵	۳۷٫۵	۵۸٫۳	۴۵٫۸	۶۶٫۷	۸۳٫۳	۶۶٫۷	۷۹٫۲	۱۰۰٫۰

مأخذ: یافته‌های پژوهش

جدول (۲-۲۹): تحلیل نهایی تداوم بازار هدف انگور خشک کرده ایران

کشور	درصد تداوم	میانگین سهم	ضریب نوسان قیمت	ضریب نوسان مقدار	ضریب نوسان سهم
آذربایجان	۹۱,۶۷	۲۱,۵۹	۰,۸۵	۰,۸۷	۰,۹۸
افغانستان	۷۵,۰۰	۲,۵۷	۰,۷۳	۱,۳۰	۱,۹۳
آلمان	۵۴,۱۷	۰,۰۴	۰,۹۶	۱,۴۲	۲,۷۲
امارات	۱۰۰,۰۰	۱۵,۹۴	۰,۹۰	۰,۷۵	۰,۹۵
انگلستان	۷۵,۰۰	۰,۱۳	۱,۰۴	۱,۴۳	۲,۵۷
بحرین	۸۷,۵۰	۳,۲۱	۱,۰۶	۱,۱۱	۲,۱۱
پاکستان	۳۷,۵۰	۵,۳۱	۰,۶۳	۲,۲۷	۲,۴۸
ترکمنستان	۵۸,۳۳	۰,۰۵	۰,۷۳	۲,۵۵	۲,۲۴
ترکیه	۴۵,۸۳	۴,۴۴	۱,۳۶	۱,۰۰	۲,۰۷
عراق	۶۶,۶۷	۱۳,۰۰	۱,۲۲	۲,۰۴	۱,۶۶
روسیه	۸۳,۳۳	۲۵,۱۷	۰,۸۰	۱,۱۶	۰,۹۳
قزاقستان	۶۶,۶۷	۰,۳۳	۰,۷۴	۱,۷۵	۱,۳۲
قطر	۷۹,۱۷	۰,۸۰	۰,۹۵	۱,۸۶	۲,۳۵
کویت	۱۰۰,۰۰	۲,۸۵	۰,۹۳	۰,۷۵	۱,۴۱

مأخذ: یافته‌های پژوهش

۵- کیوی

صادرات کیوی از سال ۱۳۷۸ در کشور سابقه وجود داده دارد. نتایج بررسی بازار جهانی کیوی نشان می‌دهد که صادرات ایران به کشورهای آذربایجان، ارمنستان، ازبکستان، امارات، بحرین، ترکمنستان، ترکیه و کویت در تمام سال‌های ۱۳۷۸ تا ۱۳۹۴ تداوم داشته و از این حیث تداوم بازار کیوی ایران در این بازارها مناسب بوده است. این در حالی است که کشورهای ترکیه، امارات، آذربایجان، ارمنستان و ترکمنستان به ترتیب بیشترین میانگین سهم از بازار ایران را داشته‌اند. در بین همین کشورها نیز کشورهای ترکیه، آذربایجان و امارات به ترتیب به لحاظ ثبات در قیمت‌ها مناسب‌ترین کشورهای هدف ایران بوده‌اند و از لحاظ ثبات در مقادیر صادراتی نیز ارمنستان، کویت، ترکیه، بحرین، امارات و آذربایجان مناسب‌ترین کشورها می‌باشند و در نهایت از لحاظ ثبات در سهم صادراتی از سبد صادرات ایران نیز کشورهای ارمنستان، ترکیه، امارات رتبه اول تا سوم در ثبات سهم صادراتی به خود اختصاص داده‌اند. لذا مشخص است که کشورهای ترکیه و امارات مناسب‌ترین بازارهای هدف ایران در بازار جهانی کیوی می‌باشند.

جدول (۲-۳۰): تداوم بازار کیوی صادراتی ایران

سال	آذربایجان	ارمنستان	ازبکستان	افغانستان	امارات	اوکراین	بحرین	تاجیکستان	ترکمنستان	ترکیه	سوریه	کویت	گرجستان	هند
۱۳۷۸														
۱۳۷۹														
۱۳۸۰														
۱۳۸۱														
۱۳۸۲														
۱۳۸۳														
۱۳۸۴														
۱۳۸۵														
۱۳۸۶														
۱۳۸۷														
۱۳۸۸														
۱۳۸۹														
۱۳۹۰														
۱۳۹۱														
۱۳۹۲														
۱۳۹۳														
۱۳۹۴														
تعداد	۱۷	۱۷	۱۷	۱۲	۱۷	۱۴	۱۷	۱۲	۱۷	۱۷	۱۰	۱۶	۱۶	۱۱
درصد	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۷۰٫۶	۱۰۰	۸۲٫۴	۱۰۰	۷۰٫۶	۱۰۰	۱۰۰	۵۸٫۸	۹۴٫۱	۹۴٫۱	۶۴٫۷

مأخذ: یافته‌های پژوهش

جدول (۲-۳۱): تحلیل نهایی تداوم بازار هدف کیوی ایران

کشور	درصد تداوم	میانگین سهم	ضریب نوسان قیمت	ضریب نوسان مقدار	ضریب نوسان سهم
آذربایجان	۱۰۰٫۰۰	۵٫۵۰	۰٫۴۳	۱٫۱۱	۱٫۲۴
ارمنستان	۱۰۰٫۰۰	۱٫۷۲	۰٫۴۱	۰٫۸۵	۰٫۸۳
ازبکستان	۱۰۰٫۰۰	۰٫۸۱	۰٫۴۴	۱٫۳۷	۱٫۱۲
افغانستان	۷۰٫۵۹	۱٫۳۷	۰٫۴۰	۱٫۴۶	۱٫۲۷
امارات	۱۰۰٫۰۰	۹٫۶۴	۰٫۵۲	۱٫۰۴	۱٫۰۵
اوکراین	۸۲٫۳۵	۰٫۶۲	۰٫۴۱	۱٫۶۸	۱٫۵۷
بحرین	۱۰۰٫۰۰	۱٫۳۰	۰٫۴۹	۰٫۹۸	۱٫۲۰
تاجیکستان	۷۰٫۵۹	۰٫۲۷	۰٫۳۹	۱٫۹۸	۱٫۸۵
ترکمنستان	۱۰۰٫۰۰	۱٫۶۲	۰٫۳۸	۱٫۴۴	۱٫۱۱
ترکیه	۱۰۰٫۰۰	۱۷٫۴۶	۰٫۴۱	۰٫۸۹	۰٫۹۱
سوریه	۶۴٫۷۱	۱٫۳۳	۰٫۲۷	۱٫۸۳	۱٫۸۵
کویت	۱۰۰٫۰۰	۱٫۲۶	۰٫۵۳	۰٫۸۷	۱٫۴۵
گرجستان	۱۰۰٫۰۰	۰٫۴۸	۰٫۴۰	۱٫۴۵	۱٫۱۶
هند	۷۰٫۵۹	۰٫۵۰	۰٫۵۷	۲٫۴۵	۳٫۱۳

مأخذ: یافته‌های پژوهش

۷-۲- شناسایی کشورهای مهم صادرکننده بر اساس انواع شاخص های مزیت صادراتی

۷-۲-۱ مقدمه:

در این فصل تحلیل مزیت‌های صادراتی محصولات اصلی صادراتی ایران مورد بحث و تحلیل طی سال‌های ۹۳-۱۳۶۸ قرار گرفته است. برای این منظور از دو شاخص مزیت نسبی آشکار شده (RCA) و مزیت نسبی آشکار شده متقارن (RSCA) استفاده شده است. یکی از ابزارهای شناخت رویکرد صادرات کشورهای مختلف به یک استراتژی تجارت، تغییرات سهم تجارت یا مزیت نسبی آشکار شده در طول زمان است و یکی از معیارهایی که برای برآورد و سنجش عملکرد صادراتی کشورها و کالاهای مختلف ارائه شده است، مزیت نسبی آشکار شده (RCA) می‌باشد که اولین بار توسط لایزner^۵ در سال ۱۹۵۸ در مقاله‌ای اندازه‌گیری شد و سپس توسط بالاسا^۶ (۱۹۶۵، ۱۹۷۹، ۱۹۸۶) به شکل تکامل‌تری ارائه گردید. این معیار، با تکیه بر ساختار حاکم بر صادرات، برای بررسی امکان پیوستن کشورهای در حالت توسعه به سازمان تجارت جهانی و ارزیابی آثار بلندمدت آزادسازی تجاری نیز، بسیار مناسب است (Helleiner, 1990).

بالاسا این شاخص را از تعدیل روش‌شناسی لایزner ارائه کرد. اما ویتنها بحث خود را در مورد تولید و صادرات کشورهای پیشرفته متمرکز ساخت، لذا در نهایت والراس^۷ شاخص بالاسا را به صورت زیر تعمیم داد (Xiaming & et al, 1997).

$$RCA = \left[\frac{\frac{X_{ij}}{X_{Tj}}}{\frac{X_{iw}}{X_{Tw}}} \right] \quad (۱-۲)$$

^۵. Liesner (1958)

^۶. Balassa (1998)

^۷. Vollrath

که در آن X_{ij} : ارزش صادرات کالای i برای کشور j ، X_{Tj} : کل ارزش صادرات بخش کشاورزی کشور j ، X_{iw} : ارزش صادرات کالای i در سطح جهان، X_{Tw} : کل ارزش صادرات بخش کشاورزی جهان، می‌باشد. در این رابطه RCA، مزیت نسبی آشکار شده، صورت کسر صادرات محصول مورد نظر از کل صادرات کشور و در مخرج کسر هم سهم صادرات محصول از کل صادرات جهانی است. این شاخص بین صفر تا بی‌نهایت متغیر است (Dalum, 1998). اگر مقدار این شاخص کوچکتر از واحد باشد، نشان می‌دهد که آن کشور عدم مزیت نسبی آشکار شده در محصول i دارد و برعکس اگر شاخص بزرگتر از واحد باشد، دارای مزیت نسبی آشکار شده می‌باشد. روند تغییرات RCA، تغییر در سهم صادراتی کالای i برای کشور j را نشان می‌دهد و یا نوسانات زیاد آن دلیل بر عدم وجود استراتژی مشخص صادراتی است (Goldin, 1990).

۲-۷-۲- تحلیل مزیت نسبی در بازارهای هدف و در رقابت با رقبا

در این قسمت از مطالعه برای نخستین بار در مطالعات داخلی، مزیت صادراتی ایران در هر یک از بازارهای هدف و در رقابت با رقبای اصلی در هر یک از بازارهای هدف برای محصولات مختلف اصلی (که داده‌های ایران و رقبا برای آنها به طور کامل وجود داشت) برآورد گردید. این محصولات در این قسمت شامل: پسته، خرما، کیوی، زعفران، انگور خشک کرده و سیب می‌باشند. همانگونه که ملاحظه می‌شود مهمترین محصولات صادراتی ایران که داده‌های آن برای کشور و رقبا به تفکیک کشورهای هدف موجود بوده، مورد بررسی قرار گرفته است.

الف: تحلیل بازار محصول پسته

در مورد بازارهای هدف پسته ایران، بازارهای اسپانیا، آلمان، امارات، ایتالیا، ترکیه، روسیه، هند و هنگ کنگ مورد بررسی قرار گرفته است. تأکید می‌شود که در این قسمت مزیت صادراتی ایران در هر یک از کشورهای هدف و در مقایسه با رقبای ایران در همان کشور هدف طی سال‌های ۲۰۱۴-۲۰۰۱ برآورد خواهد شد.

نتایج تحلیل بازار پسته ایران در اسپانیا نشان می‌دهد که ایران در مقابل امریکا و آلمان طی سال‌های ابتدایی در این مطالعه مزیت صادراتی به اسپانیا داشته است اما در ادامه این مزیت مناسب ایران تحلیل رفته و در انتها طی سال‌های آخر، کشورهای رقیب ایران در اسپانیا مزیت رقابتی بیشتری از ایران بدست آوردند. همانگونه که ملاحظه می‌شود، بیشترین مزیت ایران نسبت به کشورهای رقیب یعنی امریکا و آلمان در کشور هدف اسپانیا، در سال ۲۰۰۱ بوده و رفته رفته این مزیت تبدیل به عدم مزیت در مقابل رقبا شده است.

جدول (۲-۳۲): مزیت صادراتی پسته ایران در مقابل رقبای اصلی در بازار اسپانیا

سال	آلمان	امریکا
۲۰۰۱	۱۰,۰۱۸	۲۳,۷۲۴
۲۰۰۲	۳۹,۵۶۱	۳,۱۵۰
۲۰۰۳	۱,۵۴۵	۵,۰۷۸
۲۰۰۴	۴,۷۰۹	۳۳,۶۰۱
۲۰۰۵	۰,۱۸۳	۱,۲۹۲
۲۰۰۶	۰,۱۰۸	۰,۶۵۱
۲۰۰۷	۰,۰۵۴	۰,۴۸۱
۲۰۰۸	۰,۱۷۵	۱,۴۷۳
۲۰۰۹	۰,۲۴۹	۱,۰۶۲
۲۰۱۰	۰,۱۸۱	۰,۹۲۹
۲۰۱۱	۰,۱۳۸	۱,۰۱۱
۲۰۱۲	۰,۰۹۵	۰,۶۵۸
۲۰۱۳	۰,۰۹۹	۰,۸۹۵
۲۰۱۴	۰,۰۸۰	۰,۷۱۲

مأخذ: یافته‌های پژوهش

در بازار هدف آلمان نیز رقیب اصلی ایران کشور آمریکا بوده که ایران در اکثر سال‌ها نتوانسته مزیت رقابتی نسبت به کشور آمریکا در آلمان بدست آورد. تنها طی سال‌های ۲۰۱۱ و ۲۰۱۲ ایران موفق به کسب مزیت صادراتی نسبت به آمریکا در آلمان شده است. در سال ۲۰۱۴ این عدم مزیت ایران در مقابل آمریکا در کشور هدف آلمان شدت یافته است. آلمان هم رقیب و هم مشتری پسته ایران است؟؟ اگر هست توضیح دهید تا خواننده گمراه نشود.

جدول (۲-۳۳): مزیت صادراتی پسته ایران در مقابل رقبای اصلی در بازار آلمان

سال	امریکا
۲۰۰۱	۰,۶۷۸
۲۰۰۲	۰,۳۳۰
۲۰۰۳	۰,۳۷۲
۲۰۰۴	۰,۶۱۱
۲۰۰۵	۰,۹۴۶
۲۰۰۶	۰,۶۱۵
۲۰۰۷	۰,۳۸۶
۲۰۰۸	۰,۷۰۳
۲۰۰۹	۰,۵۸۸
۲۰۱۰	۰,۵۳۸
۲۰۱۱	۱,۳۶۹
۲۰۱۲	۱,۲۳۲
۲۰۱۳	۰,۸۸۹
۲۰۱۴	۰,۲۳۷

مأخذ: یافته‌های پژوهش



در بازار امارات نیز همانگونه که مشخص است، همواره ایران نسبت به رقیب سنتی خود یعنی امریکا، حائز مزیت بوده است، هرچند که این مزیت در سال‌های تخریر روندی تقریباً کاهشی داشته است. این روند کاهشی از سال ۲۰۰۳ کاملاً مشخص است.

جدول (۲-۳۴): مزیت صادراتی پسته ایران در مقابل رقبای اصلی در بازار امارات

سال	امریکا
۲۰۰۱	۴۱۴,۱۰۲
۲۰۰۲	۴۰۰,۶۰۵
۲۰۰۳	۴۹۷,۷۳۳
۲۰۰۴	۴۴۵,۴۳۹
۲۰۰۵	۲۰۹,۹۱۵
۲۰۰۶	----
۲۰۰۷	۹۰,۸۲۶
۲۰۰۸	۲۸,۶۰۱
۲۰۰۹	۷,۷۴۰
۲۰۱۰	۱۱,۲۹۱
۲۰۱۱	۷,۳۵۸
۲۰۱۲	۶,۳۵۶
۲۰۱۳	۱۱,۵۲۲
۲۰۱۴	۴,۴۰۰

مأخذ: یافته‌های پژوهش علامت --- به معنی آن است که کشور رقیب در آن سال به کشور هدف مورد نظر صادراتی نداشته است.

در بازار ایتالیا نیز همانگونه که مشخص است، ایران نسبت به رقبای خود عمدتاً فاقد مزیت نسبی صادراتی مناسبی بوده است. همچنین روند کاهشی مزیت نسبی صادراتی ایران نسبت به رقبا در بازار ایتالیا کاملاً مشخص است. حتی در مورد کشورهای رقیبی مانند هلند، فرانسه و تا حدودی انگلیس که ایران مزیت مناسب‌تری داشته است، در ادامه این مزیت را از دست داده و در واقع بازار ایتالیا بطور مناسبی برای کشورهای رقیب ایران مزیت‌های صادراتی را به همراه داشته و برای ایران مزیت‌های مورد نظر از دست رفته است.

جدول (۲-۳۵): مزیت صادراتی پسته ایران در مقابل رقبای اصلی در بازار ایتالیا

سال	اسپانیا	هلند	یونان	فرانسه	بلژیک	انگلیس	ترکیه	آلمان	امریکا
۲۰۰۱	۰,۳۱۵	۲,۲۶۴	۰,۵۳۵	۲,۱۴۱	---	۱,۲۳۴	۰,۷۱۱	۰,۶۰۰	۰,۵۵۸
۲۰۰۲	۰,۲۹۷	---	۰,۳۹۹	۲,۱۴۴	۰,۶۸۳	۰,۱۷۹	۰,۲۹۱	۰,۴۰۲	۰,۴۰۱
۲۰۰۳	۰,۰۸۰	۳,۱۳۴	۰,۱۴۰	۰,۲۷۶	---	۰,۰۸۹	۰,۱۶۹	۰,۱۸۴	۰,۳۵۸
۲۰۰۴	۰,۰۲۵	۲,۴۴۲	۰,۱۷۵	۰,۲۶۵	---	۰,۰۶۸	۰,۰۹۵	۰,۱۸۳	۰,۴۹۸
۲۰۰۵	۰,۰۷۳	۱۸,۳۸۲	۰,۸۱۹	۰,۲۳۰	---	۰,۱۰۰	۰,۱۸۱	۰,۱۹۹	۰,۵۱۶
۲۰۰۶	۳,۱۰۲	۲,۱۳۰	۰,۸۶۰	۰,۱۳۱	۳,۴۳۵	۰,۱۲۸	۰,۰۷۷	۰,۲۹۸	۰,۸۷۶
۲۰۰۷	۰,۰۹۷	۰,۴۹۷	۰,۲۵۹	۰,۰۷۴	۰,۲۲۶	۰,۰۳۹	۰,۰۲۱	۰,۰۹۹	۰,۳۰۵
۲۰۰۸	۰,۹۹۷	۰,۸۲۱	۱,۳۱۶	۰,۰۴۷	۰,۰۶۸	۰,۰۲۳	۰,۰۵۹	۰,۰۶۹	۰,۴۴۸
۲۰۰۹	۰,۰۰۶	۰,۰۱۲	۰,۰۱۲	۰,۰۰۳	۰,۰۰۳	۰,۰۰۱	۰,۰۰۳	۰,۰۰۲	۰,۰۱۹
۲۰۱۰	۰,۰۰۸	۰,۱۳۱	۰,۰۰۵	۰,۰۰۵	۰,۰۱۱	۰,۰۰۵	۰,۰۰۶	۰,۰۰۷	۰,۱۰۴
۲۰۱۱	۰,۰۱۰	۰,۳۸۶	۰,۰۰۷	۰,۰۱۱	۰,۰۱۳	۰,۰۰۵	۰,۰۰۳	۰,۰۰۵	۰,۰۶۵
۲۰۱۲	۰,۰۰۰	۰,۰۸۳	۰,۰۰۱	۰,۰۰۱	۰,۰۰۳	۰,۰۰۰	۰,۰۰۱	۰,۰۰۱	۰,۰۲۰
۲۰۱۳	۰,۰۰۲	۰,۴۳۱	۰,۰۱۱	۰,۰۰۲	۰,۰۱۳	۰,۰۰۲	۰,۰۰۵	۰,۰۰۴	۰,۰۹۲
۲۰۱۴	۰,۰۰۳	۱,۹۹۲	۰,۰۰۶	۰,۰۰۴	۰,۰۱۷	۰,۰۰۶	۰,۰۰۶	۰,۰۱۲	۰,۱۳۸

مأخذ: یافته‌های پژوهش علامت --- به معنی آن است که کشور رقیب در آن سال به کشور هدف مورد نظر صادراتی نداشته است.

در بازار ترکیه نیز ایران همواره نسبت به امریکا وضعیت مناسب‌تری داشته و دارای مزیت نسبی در مقایسه با رقیب سنتی خود بوده است. اما نکته مهم در این بازار، نوسان قابل توجه مزیت نسبی و افت شاخص مزیت نسبی نسبت به سال ۲۰۰۸ می‌باشد.



جدول (۲-۳۶): مزیت صادراتی پسته ایران در مقابل رقبای اصلی در بازار ترکیه

سال	امریکا
۲۰۰۱	---
۲۰۰۲	---
۲۰۰۳	---
۲۰۰۴	---
۲۰۰۵	---
۲۰۰۶	---
۲۰۰۷	---
۲۰۰۸	۴۴,۹۶۶
۲۰۰۹	۵,۶۰۰
۲۰۱۰	۴,۰۸۰
۲۰۱۱	۱,۴۴۹
۲۰۱۲	۱,۳۳۵
۲۰۱۳	۸,۱۸۸
۲۰۱۴	۱۱,۱۱۰

مأخذ: یافته‌های پژوهش علامت --- به معنی آن است که کشور رقیب در آن سال به کشور هدف مورد نظر صادراتی نداشته است.

در بازار روسیه نیز کاملاً مشخص است که ایران نتوانسته مزیت قابل توجه خود در مقایسه با امریکا را حفظ نموده و در نهایت مزیت نسبی ایران نسبت به صادرات رقیب سنتی خود از دست رفته و بازار روسیه علی‌رغم مسائل و تنش‌های ایجاد شده بین این کشور و امریکا، مزیت نسبی مناسب‌تری را برای صادرکنندگان امریکایی نسبت به صادرکنندگان ایرانی ایجاد کرده است.

جدول (۲-۳۷): مزیت صادراتی پسته ایران در مقابل رقبای اصلی در بازار روسیه

سال	امریکا
۲۰۰۱	۸,۷۰۹
۲۰۰۲	۷,۵۴۲
۲۰۰۳	۲۱,۴۳۱
۲۰۰۴	---
۲۰۰۵	---
۲۰۰۶	---
۲۰۰۷	۳,۶۵۲
۲۰۰۸	۲,۵۴۵
۲۰۰۹	۱,۹۸۲
۲۰۱۰	۴,۷۰۹
۲۰۱۱	۵,۳۴۶
۲۰۱۲	۳,۸۴۲
۲۰۱۳	۱,۴۹۱
۲۰۱۴	۰,۵۸۲

مأخذ: یافته‌های پژوهش علامت --- به معنی آن است که کشور رقیب در آن سال به کشور هدف مورد نظر صادراتی نداشته است.

در بازار هند نیز همانگونه که مشخص است جایگاه ایران تضعیف شده اما همچنان مزیت نسبی صادرکنندگان ایرانی در مقایسه با امریکا برقرار بوده است. این در حالی است که در بازار هند، ایران نسبت به افغانستان مزیت صادراتی نامناسب‌تری داشته است. لازم به ذکر است که هرچند سهم ایران در هند نسبت به افغانستان بیشتر بوده است اما افغانستان در صورت توسعه تولیدات پسته با توجه به مزیت مناسب‌تر محاسباتی، جایگاه ایران را به خطر خواهد انداخت.

جدول (۲-۳۸): مزیت صادراتی پسته ایران در مقابل رقبای اصلی در بازار هند

سال	امریکا	افغانستان
۲۰۰۱	۵,۹۲۴	۰,۰۷۶
۲۰۰۲	۴,۴۲۷	۰,۰۵۰
۲۰۰۳	۲,۸۲۲	۰,۰۵۸
۲۰۰۴	۱,۷۹۲	۰,۰۳۰
۲۰۰۵	---	۰,۰۲۳
۲۰۰۶	۲۸,۳۹۱	۰,۰۲۹
۲۰۰۷	۱,۷۲۲	۰,۰۴۷
۲۰۰۸	۲,۴۹۲	۰,۰۳۷
۲۰۰۹	۰,۹۷۷	۰,۰۲۲
۲۰۱۰	۱,۳۴۵	۰,۰۲۹
۲۰۱۱	۱,۹۳۳	۰,۰۴۲
۲۰۱۲	۱,۳۸۹	۰,۱۱۹
۲۰۱۳	۱,۷۴۸	۰,۰۷۲
۲۰۱۴	۳,۱۱۹	۰,۰۹۸

مأخذ: یافته‌های پژوهش علامت --- به معنی آن است که کشور رقیب در آن سال به کشور هدف مورد نظر صادراتی نداشته است.

در نهایت در بازار هنگ کنگ نیز مشاهده می‌شود که موقعیت مزیت نسبی ایران در مقابل امریکا در اکثر سال‌ها برقرار بوده اما این شاخص نوسان قابل توجهی داشته است. بطوریکه در سال‌های ۲۰۰۱، ۲۰۱۱، ۲۰۱۲ و ۲۰۱۳، مزیت ایران نسبت به امریکا تنزل یافته و کشور نسبت به رقیب سنتی خود فاقد مزیت صادراتی در این سال‌ها بوده است. این نوسان مزیتی نسبت به رقیب چین در بازار هنگ کنگ بیشتر بوده و طی سال‌های ۲۰۰۱، ۲۰۰۳، ۲۰۰۴، ۲۰۱۱ و ۲۰۱۳ ایران در بازار هنگ کنگ نسبت به رقیب خود یعنی چین فاقد مزیت صادراتی بوده است.

جدول (۲-۳۹): مزیت صادراتی پسته ایران در مقابل رقبای اصلی در بازار هنگ کنگ

سال	امریکا	چین
۲۰۰۱	۰,۵۱۳	۰,۱۳۹
۲۰۰۲	۱,۳۱۶	۴,۰۶۳
۲۰۰۳	۱۴,۷۸۶	۰,۱۷۴
۲۰۰۴	۸,۴۸۸	۰,۲۷۱
۲۰۰۵	۱۶,۵۵۵	۲,۵۵۰
۲۰۰۶	۱۵,۳۹۳	۲,۸۶۴
۲۰۰۷	۱,۷۲۸	۱,۷۳۹
۲۰۰۸	۲,۱۷۲	۴,۶۴۰
۲۰۰۹	۱,۰۲۸	۲,۳۴۱
۲۰۱۰	۱,۴۱۹	۲,۴۷۶
۲۰۱۱	۰,۷۷۷	۰,۹۵۹
۲۰۱۲	۰,۸۹۵	۳,۰۱۱
۲۰۱۳	۰,۵۶۹	۰,۴۰۲
۲۰۱۴	۱,۲۵۲	۱,۱۴۰

مأخذ: یافته‌های پژوهش

در مورد محصول کیوی نیز در بازار هدف امارات، مشخص است که ایران نسبت به تمام رقبای خود مزیت صادراتی مناسبی داشته است. هرچند که افت شاخص مزیت صادراتی ایران در مقابل رقبا در بازار امارات در حال تنزل است. بطوریکه شاخص مزیت صادراتی در سال ۲۰۰۱ در امارات در مقایسه با ایتالیا رقم ۶۴/۷۲ بوده که این عدد در سال ۲۰۱۴ به ۴/۹۶ تنزل یافته است. همچنین در مقایسه با نیوزلند و شیلی نیز میزان شاخص مزیت صادراتی در سال ۲۰۰۱ به ترتیب ۱۵۱/۵ و ۴۲/۹۷ بوده که در سال ۲۰۱۴ این شاخص در مقایسه با این دو کشور به ترتیب به ۲۱/۶ و ۲۷/۵۵ تنزل یافته است.



جدول (۲-۴۰): مزیت صادراتی کیوی ایران در مقابل رقبای اصلی در بازار امارات

شیلی	نیوزلند	ایتالیا	سال
۴۲,۹۷۴	۱۵۱,۵۲۰	۶۴,۷۲۲	۲۰۰۱
۲۱,۷۳۸	۷۰,۵۴۷	۳۳,۹۷۴	۲۰۰۲
۳۴,۷۸۲	۷۵,۹۸۸	۴۰,۷۱۷	۲۰۰۳
۱۲,۰۵۲	۴۰,۱۶۷	۸,۴۰۲	۲۰۰۴
۲۳,۰۹۴	۴۶,۷۹۹	۲۰,۰۰۷	۲۰۰۵
۳۲,۹۱۱	۴۵,۰۴۰	۲۰,۴۱۰	۲۰۰۶
۲۶,۷۱۴	۲۷,۴۶۶	۱۳,۱۴۲	۲۰۰۷
۱۲,۷۷۵	۲۳,۳۲۴	۸,۸۱۱	۲۰۰۸
۱۱,۵۷۰	۳۴,۹۸۱	۱۱,۷۹۱	۲۰۰۹
۱۱,۰۴۰	۳۶,۵۴۰	۶,۲۵۶	۲۰۱۰
۴,۴۰۷	۱۰,۸۶۲	۲,۷۰۷	۲۰۱۱
۱۲,۴۶۸	۲۲,۵۴۹	۴,۴۱۲	۲۰۱۲
۱۳,۶۵۷	۱۹,۷۷۱	۴,۵۲۲	۲۰۱۳
۲۷,۵۵۴	۲۱,۵۹۹	۴,۹۶۵	۲۰۱۴

مأخذ: یافته‌های پژوهش

در بازار هدف ترکیه نیز شرایط مشابه کشور هدف امارات بوده است. با این تفاوت که در کشور هدف ترکیه، مزیت صادراتی ایران نسبت به کشور یونان، بهبود یافته و ایران نسبت به این کشور وضعیت صادراتی پایدارتری را تجربه کرده است.

جدول (۲-۴۱): مزیت صادراتی کیوی ایران در مقابل رقبای اصلی در بازار ترکیه

شیلی	هلند	ایتالیا	یونان	سال
۳۱,۶۶۰	۲۱۷,۹۲۱	۳۶,۶۶۷	۱,۳۴۱	۲۰۰۱
۷۸۹,۹۵۱	---	۳۵۴,۸۹۹	۱۰,۰۹۶	۲۰۰۲
۲۳۲,۳۸۰	۱۴۷,۳۱۹	۸۳۹,۶۷۰	۲۵,۷۷۰	۲۰۰۳
۱۱۱,۹۵۶	۸۴,۷۳۸	۱۷۴۱,۵۴۳	۱۶,۶۹۰	۲۰۰۴
۱۵۹,۳۹۲	۶۵,۵۱۹	۹۰۶۳,۱۲۴	۱۵,۱۰۵	۲۰۰۵
۹۰,۵۷۵	۵۰,۶۷۳	۴۶۱,۰۲۵	۱۲,۷۴۱	۲۰۰۶
۴۸,۸۴۸	۱۴,۶۸۲	۲۴۲,۷۶۲	۷,۴۶۸	۲۰۰۷
۵۳,۳۹۵	۱۴,۹۳۲	۷۱۵,۹۹۴	۳,۷۷۵	۲۰۰۸
۲۱,۹۷۰	۷,۸۵۹	۶۲۲,۲۳۴	۳,۳۷۲	۲۰۰۹
۲۳,۳۴۴	۴,۶۶۵	۱۷۳,۹۹۶	۵,۱۲۶	۲۰۱۰
۵,۰۰۶	۲,۸۷۷	۱۰۴۶,۲۶۸	۲,۲۵۴	۲۰۱۱
۶,۹۱۶	۳,۴۴۴	۳۰۳۸,۹۶۰	۲,۷۵۹	۲۰۱۲
۱۲,۸۵۵	۱۴,۰۵۴	---	۳۲,۰۲۵	۲۰۱۳
۸,۱۳۲	۳,۰۴۳	---	۴۳,۳۱۳	۲۰۱۴

مأخذ: یافته‌های پژوهش علامت--- به معنی آن است که کشور رقیب در آن سال به کشور هدف مورد نظر صادراتی نداشته است.

اما صادرات کیوی ایران در کشور هدف روسیه نسبت به سایر رقبای ایران در این کشور، در بیشتر سال‌ها حائز مزیت بوده و ایران وضعیت باثبات‌تری نسبت به رقبای خود در بازار روسیه داشته است. هرچند که یونان طی سال‌های ۲۰۰۱، ۲۰۰۲، ۲۰۰۵، ۲۰۰۶، ۲۰۰۷، ۲۰۰۸، ۲۰۰۹، ۲۰۱۰، ۲۰۱۱، ۲۰۱۲ و ۲۰۱۳ نسبت به ایران وضعیت مناسب‌تری داشته و ایران در مقایسه با یونان در کشور روسیه فاقد مزیت نسبی مناسبی بوده است.

جدول (۲-۴۲): مزیت صادراتی کیوی ایران در مقابل رقبای اصلی در بازار روسیه

سال	شیلی	نیوزلند	یونان	ایتالیا
۲۰۰۱	۰,۲۴۲	۲,۷۱۱	۰,۰۵۰	۰,۱۰۰
۲۰۰۲	۲,۶۲۶	۵۷,۶۱۸	۰,۶۰۰	۳,۲۶۵
۲۰۰۳	۷,۶۰۹	۱۱۷,۴۸۰	۱,۶۳۲	۶,۷۷۰
۲۰۰۴	۴,۵۷۱	۴۹,۱۴۳	۱,۴۲۶	۴,۹۵۲
۲۰۰۵	۲,۱۶۳	۲۱,۶۱۱	۰,۵۸۶	۲,۳۰۵
۲۰۰۶	۱,۲۴۰	۱۳,۲۳۵	۰,۲۵۶	۰,۹۱۳
۲۰۰۷	۰,۶۰۹	۵,۳۶۳	۰,۱۲۳	۰,۴۷۵
۲۰۰۸	۱,۱۶۶	۲۲,۷۱۵	۰,۲۸۶	۱,۲۶۴
۲۰۰۹	۱,۱۹۳	۴۵,۲۷۴	۰,۳۱۷	۱,۴۳۴
۲۰۱۰	۱,۳۰۰	۳۲,۱۹۶	۰,۳۶۵	۱,۴۷۴
۲۰۱۱	۰,۸۱۱	۱۷,۶۸۵	۰,۱۹۴	۱,۰۲۷
۲۰۱۲	۱,۴۵۵	۳۱,۴۳۳	۰,۳۴۴	۱,۶۹۰
۲۰۱۳	۳,۳۸۰	۷۷,۵۵۹	۰,۸۹۰	۵,۴۳۷
۲۰۱۴	۳,۰۲۸	۱۰۰,۱۴۹	۲,۳۴۰	۸,۸۳۳

مأخذ: یافته‌های پژوهش علامت --- به معنی آن است که کشور رقیب در آن سال به کشور هدف مورد نظر صادراتی نداشته است.

در بازار صادراتی زعفران نیز مشخص است که ایران در بازار اسپانیا نسبت به رقیبانی همچون انگلیس و تا حدودی هلند، حائز مزیت صادراتی مناسب‌تری بوده است. این در حالی است که هرگاه فرانسه، آلمان و یونان به اسپانیا صادرات داشته‌اند، مزیت صادراتی ایران در مقایسه با این کشورها افت کرده و ایران فاقد مزیت صادراتی در رقابت با این کشورها بوده است. لذا توسعه صادرات این کشورها همواره به عنوان تهدیدی برای ایران در کشور هدف اسپانیا مطرح می‌باشد.



جدول (۲-۴۳): مزیت صادراتی زعفران ایران در مقابل رقبای اصلی در بازار اسپانیا

سال	انگلیس	آلمان	فرانسه	یونان	هلند
۲۰۰۱	۱,۷۴۹	---	---	۳,۱۱۵	---
۲۰۰۲	۰,۵۶۲	---	---	۰,۶۵۶	---
۲۰۰۳	۳,۶۱۷	---	---	۰,۸۱۴	---
۲۰۰۴	۲,۲۲۸	---	---	۰,۳۹۰	۳,۷۹۸
۲۰۰۵	۳۳,۱۸۲	---	---	۳,۴۰۹	۰,۲۲۷
۲۰۰۶	۲۰,۸۸۴	۰,۳۰۵	---	---	۰,۱۲۲
۲۰۰۷	۱۴,۱۷۵	۰,۳۳۸	---	---	۲,۰۲۵
۲۰۰۸	۷,۶۱۹	۰,۴۲۹	۰,۶۷۹	---	۰,۶۶۷
۲۰۰۹	۷,۳۸۲	۰,۱۵۹	---	۰,۳۱۸	۸,۲۷۳
۲۰۱۰	۷,۷۲۳	۰,۱۷۸	۰,۴۳۶	---	۱,۷۳۱
۲۰۱۱	۱۱۴,۰۴۲	---	۰,۱۷۷	---	۱,۶۳۸
۲۰۱۲	۶۴,۹۶۹	۰,۹۴۶	۰,۳۹۲	---	---
۲۰۱۳	۱۱۴,۲۶۱	۰,۷۸۳	۰,۴۷۳	---	۷,۲۳۹
۲۰۱۴	۲۷,۷۴۵	۰,۲۲۹	---	۰,۲۲۹	۲,۷۵۲

مأخذ: یافته‌های پژوهش علامت --- به معنی آن است که کشور رقیب در آن سال به کشور هدف مورد نظر صادراتی نداشته است.

در بازار آلمان نیز ایران نسبت به اسپانیا در صادرات زعفران در بسیاری از سال‌ها حائز مزیت بوده اما در رقابت با فرانسه و ایتالیا، نتایج نشان می‌دهد که هرگاه این دو کشور به آلمان صادرات زعفران داشته‌اند، مزیت صادراتی ایران در مقایسه با این کشورها افت کرده و ایران فاقد مزیت صادراتی در رقابت با این کشورها بوده است. لذا توسعه صادرات این کشورها همواره به عنوان تهدیدی برای ایران در کشور هدف آلمان مطرح می‌باشد.



جدول (۲-۴۴): مزیت صادراتی زعفران ایران در مقابل رقبای اصلی در بازار آلمان

سال	ایتالیا	اسپانیا	فرانسه
۲۰۰۱	۰,۰۷۸	۰,۴۹۲	۰,۱۶۴
۲۰۰۲	۰,۰۲۹	۰,۰۵۷۹	۰,۳۳۹
۲۰۰۳	۰,۰۵۰	۰,۷۲۳	۰,۱۸۴
۲۰۰۴	۰,۰۳۹	۰,۶۹۱	---
۲۰۰۵	۰,۰۳۴	۰,۳۶۴	۰,۰۸۰
۲۰۰۶	۰,۰۲۴	۰,۳۴۱	۰,۱۰۴
۲۰۰۷	۰,۰۶۳	۰,۶۶۳	۰,۲۶۳
۲۰۰۸	۰,۰۴۳	۱,۰۰۰	۰,۲۷۱
۲۰۰۹	۰,۰۴۵	۰,۳۲۶	۰,۲۲۲
۲۰۱۰	۰,۰۸۹	۱,۹۱۱	---
۲۰۱۱	۰,۰۸۳	۱,۴۱۷	---
۲۰۱۲	۰,۱۲۳	۱,۲۸۵	---
۲۰۱۳	۰,۱۴۱	---	۰,۱۶۳
۲۰۱۴	۰,۱۱۵	---	---

مأخذ: یافته‌های پژوهش علامت --- به معنی آن است که کشور رقیب در آن سال به کشور هدف مورد نظر صادراتی نداشته است.

در بازار امارات نیز ایران هرچند نسبت به اسپانیا مزیت صادراتی مناسبی داشته است اما شاخص مزیت صادراتی برای ایران در حال کاهش بوده و ادامه این روند تهدیدی برای صادرات زعفران ایران به امارات در رقابت با اسپانیا خواهد بود. اما بررسی کشورهای رقیبی مانند بنگلادش و عربستان نیز نشان می‌دهد که هرگاه این دو کشور بویژه در سال‌های اخیر صادرات به امارات داشته‌اند، منجر به عدم مزیت صادراتی ایران در امارات در رقابت مورد نظر شده‌اند. لذا صادرات این دو کشور نیز در سال‌های اخیر تهدیدی برای روند بلندمدت صادرات ایران به امارات خواهد بود.



جدول (۲-۴۵): مزیت صادراتی زعفران ایران در مقابل رقبای اصلی در بازار امارات

سال	اسپانیا	بنگلادش	عربستان
۲۰۰۱	۲۷,۰۴۹	---	۳,۶۰۷
۲۰۰۲	۱۷,۳۵۵	---	---
۲۰۰۳	۲۵,۶۸۱	---	۲,۲۶۶
۲۰۰۴	۲۷,۲۹۵	---	---
۲۰۰۵	۱,۲۶۵	---	۳,۹۳۹
۲۰۰۶	۲۱,۱۷۱	۰,۷۱۴	۳,۷۸۰
۲۰۰۷	۱,۶۵۶	۱,۵۰۰	۳,۷۵۰
۲۰۰۸	۱,۲۹۶	۰,۶۸۰	---
۲۰۰۹	۱۴,۳۳۳	۰,۴۶۲	---
۲۰۱۰	۶۸,۷۹۲	۰,۷۵۵	---
۲۰۱۱	۲۳,۳۷۵	---	۲,۲۳۴
۲۰۱۲	۴,۷۴۳	---	۰,۴۶۲
۲۰۱۳	۴,۱۵۰	---	۰,۱۵۶
۲۰۱۴	۲,۹۴۵	۰,۰۵۵	---

مأخذ: یافته‌های پژوهش علامت --- به معنی آن است که کشور رقیب در آن سال به کشور هدف مورد نظر صادراتی نداشته است.

در بازار ایتالیا نیز ایران هرچند نسبت به اسپانیا مزیت صادراتی مناسبی داشته است اما شاخص مزیت صادراتی برای ایران در حال کاهش بوده و ادامه این روند تهدیدی برای صادرات زعفران ایران به ایتالیا در رقابت با اسپانیا خواهد بود. اما بررسی موقعیت ایران در ایتالیا در مقایسه با سایر کشورهای رقیب نیز نشان می‌دهد که هرگاه این کشورها صادرات به ایتالیا داشته‌اند، منجر به عدم مزیت صادراتی ایران در ایتالیا در رقابت مورد نظر شده‌اند. لذا صادرات این کشورها با ادامه روند فعلی صادرات ایران نیز برای روند بلندمدت صادرات ایران به ایتالیا خواهد بود.

جدول (۲-۴۶): مزیت صادراتی زعفران ایران در مقابل رقبای اصلی در بازار ایتالیا

سال	اسپانیا	فرانسه	آلمان	اتریش	بلژیک	هلند	سریلانکا	افغانستان
۲۰۰۱	۲۷,۰۴۹	---	---	۰,۶۲۷	---	---	---	---
۲۰۰۲	۱۷,۳۵۵	۰,۶۷۸	---	---	---	---	---	---
۲۰۰۳	۲۵,۶۸۱	۰,۴۶۱	---	۰,۸۱۶	---	۰,۰۴۷	---	---
۲۰۰۴	۲۷,۲۹۵	۰,۲۴۳	---	۰,۵۳۱	۰,۳۰۳	۰,۶۵۷	---	---
۲۰۰۵	۱,۲۶۵	۰,۲۶۵	---	۰,۴۵۵	۰,۵۶۸	---	---	---
۲۰۰۶	۲۱,۱۷۱	۰,۹۳۳	---	۰,۱۶۵	---	---	---	---
۲۰۰۷	۱,۶۵۶	۰,۲۶۳	---	۰,۵۲۵	۰,۳۰۶	---	۰,۰۸۸	---
۲۰۰۸	۱,۲۹۶	---	---	---	۲,۳۰۰	---	۰,۱۰۰	---
۲۰۰۹	۱۴,۳۳۳	۱,۳۳۳	---	---	۱,۱۸۲	---	۰,۰۹۱	---
۲۰۱۰	۶۸,۷۹۲	۰,۲۶۰	---	---	---	---	۰,۰۴۲	---
۲۰۱۱	۲۳,۳۷۵	۰,۳۱۳	---	---	---	---	---	---
۲۰۱۲	۴,۷۴۳	---	۰,۰۴۶	---	۰,۴۶۲	---	---	۰,۰۳۱
۲۰۱۳	۴,۱۵۰	۰,۲۱۷	۰,۰۸۷	---	۰,۲۷۵	---	---	۰,۰۸۷
۲۰۱۴	۲,۹۴۵	۰,۰۵۶	۰,۰۲۵	۰,۰۳۱	---	---	۰,۰۷۶	۰,۰۷۶

مأخذ: یافته‌های پژوهش علامت --- به معنی آن است که کشور رقیب در آن سال به کشور هدف مورد نظر صادراتی نداشته است.

اما در کشور عربستان، مزیت صادراتی ایران نسبت به رقیب اصلی خود در این کشور یعنی اسپانیا، هرچند در سال‌های ابتدایی مورد بررسی وجود نداشته اما به تدریج ایران حائز مزیت در بازار صادراتی زعفران به عربستان نسبت به رقیب خود یعنی اسپانیا بوده است. هرچند در سال ۲۰۱۴ این شاخص کاهش قابل توجهی نسبت به ۵ سال اخیر خود داشته است.

جدول (۲-۴۷): مزیت صادراتی زعفران ایران در مقابل رقبای اصلی در بازار عربستان

اسپانیا	سال
۰,۲۴۶	۲۰۰۱
۰,۶۲۳	۲۰۰۲
۱,۶۸۸	۲۰۰۳
۱,۸۴۳	۲۰۰۴
۱,۳۷۴	۲۰۰۵
۱,۴۶۳	۲۰۰۶
۱,۲۱۵	۲۰۰۷
۱۸,۰۰۰	۲۰۰۸
---	۲۰۰۹
۱۶,۲۴۳	۲۰۱۰
۱۴,۱۶۷	۲۰۱۱
۱۱,۸۸۳	۲۰۱۲
۳۶,۰۸۷	۲۰۱۳
۶,۵۴۴	۲۰۱۴

مأخذ: یافته‌های پژوهش علامت --- به معنی آن است که کشور رقیب در آن سال به کشور هدف مورد نظر صادراتی نداشته است.

در مورد صادرات زعفران ایران به فرانسه کاملاً مشخص است که هرگاه کشورهای مورد نظر به فرانسه صادرات داشته‌اند، در بسیاری موارد مزیت صادراتی ایران به خطر افتاده و ایران نسبت به کشورهای رقیب خود در فرانسه وضعیت بی‌ثبات تری در بلندمدت دارد. لذا بازار کشور فرانسه برای صادرات زعفران ایران با شرایط فعلی فاقد مزیت صادراتی نسبت به رقبای ایران در این بازار خواهد بود.

جدول (۲-۴۸): مزیت صادراتی زعفران ایران در مقابل رقبای اصلی در بازار فرانسه

سال	اسپانیا	دومینکن	بلژیک	ایتالیا	انگلیس	هند
۲۰۰۱	۰,۹۸۴	۰,۰۴۹	۰,۰۱۰	۰,۱۸۷	---	---
۲۰۰۲	۱,۴۴۶	۰,۰۴۱	۰,۲۸۹	---	---	۰,۰۴۸
۲۰۰۳	۰,۸۶۸	۰,۰۴۳	۰,۰۸۵	---	---	---
۲۰۰۴	۰,۵۱۸	۰,۰۳۴	۰,۲۰۲	---	۰,۳۴۳	۰,۰۳۸
۲۰۰۵	۰,۷۲۷	۰,۰۳۴	---	---	۴,۹۷۷	---
۲۰۰۶	۰,۱۹۰	۰,۰۳۸	۰,۱۰۲	---	۴,۱۷۷	---
۲۰۰۷	۰,۰۴۶	۰,۰۳۸	۰,۲۶۳	۰,۰۹۴	۷,۸۷۵	۱,۰۸۸
۲۰۰۸	۰,۱۵۰	۰,۰۴۳	۰,۳۲۹	---	۱,۳۷۱	۰,۰۹۸
۲۰۰۹	۰,۰۲۷	۰,۰۶۸	۰,۱۳۱	---	۰,۴۳۹	۰,۰۲۷
۲۰۱۰	۰,۲۱۲	۰,۰۰۷	۰,۰۵۴	۰,۱۳۴	۱,۹۳۱	---
۲۰۱۱	۰,۱۲۵	۰,۰۴۷	۰,۰۴۸	۰,۲۵۰	۱۰,۰۶۳	---
۲۰۱۲	۰,۲۷۵	۰,۰۲۳	۰,۰۳۸	۰,۱۸۵	۰,۹۵۱	۰,۰۶۲
۲۰۱۳	۰,۰۳۸	۰,۰۱۲	۰,۰۳۰	۰,۰۷۱	۳,۱۷۴	۰,۲۱۲
۲۰۱۴	۰,۰۳۶	۰,۰۰۷	۰,۰۱۸	۰,۱۱۵	۰,۳۸۵	---

مأخذ: یافته‌های پژوهش علامت --- به معنی آن است که کشور رقیب در آن سال به کشور هدف مورد نظر صادراتی نداشته است.

اما در بازار هند ایران توانسته پس از سال ۲۰۰۳ که صادرات زعفران به هند را رونق بخشید، حائز مزیت صادراتی در بازار این کشور در مقایسه با رقیب سنتی خود یعنی اسپانیا شود.

جدول (۲-۴۹): مزیت صادراتی زعفران ایران در مقابل رقبای اصلی در بازار هند

اسپانیا	سال
۰,۰۰۰	۲۰۰۱
۰,۰۰۰	۲۰۰۲
---	۲۰۰۳
---	۲۰۰۴
۲,۱۸۲	۲۰۰۵
۱,۰۲۴	۲۰۰۶
۱,۳۲۵	۲۰۰۷
---	۲۰۰۸
---	۲۰۰۹
۳,۸۲۲	۲۰۱۰
---	۲۰۱۱
---	۲۰۱۲
---	۲۰۱۳
---	۲۰۱۴

مأخذ: یافته‌های پژوهش علامت --- به معنی آن است که کشور رقیب در آن سال به کشور هدف مورد نظر صادراتی نداشته است.

در بازار پرتقال نیز نتایج این مطالعه نشان می‌دهد که ایران در بازار آذربایجان نسبت به رقبایی مانند آفریقای جنوبی و مصر دارای مزیت مناسبی بوده و نسبت به ترکیه نیز طی سال‌های ۲۰۱۳ و ۲۰۱۴ وضیت باثبات تر و حائز مزیتی را تجربه کرده است. اما نتایج نشان می‌دهد که هرگاه روسیه به آذربایجان صادراتی داشته باشد، مزیت ایران در بازار آذربایجان تهدید شده و از دست خواهد رفت. لذا صادرات روسیه به عنوان تهدید جدی صادرات ایران در بازار آذربایجان مطرح است.



جدول (۲-۵۰): مزیت صادراتی پرتقال ایران در مقابل رقبای اصلی در بازار آذربایجان

سال	ترکیه	روسیه	آفریقای جنوبی	مصر
۲۰۰۱	۵۶,۷۵۰	۷۹,۵۶۰	۸۶۹۱,۸۶۷	---
۲۰۰۲	۴۶,۸۹۲	---	۵۱۵۱۵,۹۶۶	---
۲۰۰۳	۱۳,۸۳۵	۱,۶۲۳	۲۷۹,۳۱۴	---
۲۰۰۴	۰,۰۴۷	۰,۰۱۱	---	---
۲۰۰۵	۰,۵۱۷	۰,۰۳۹	۲۲۳,۹۱۲	---
۲۰۰۶	۰,۵۳۹	۰,۳۶۴	۴۷,۶۶۰	---
۲۰۰۷	۰,۱۵۴	۰,۱۲۵	۱۲,۲۱۶	۲۷,۴۳۳
۲۰۰۸	۰,۴۲۸	۰,۹۲۳	۲۲,۴۴۱	۹۵,۸۴۲
۲۰۰۹	۰,۴۷۹	۰,۹۲۱	۳۸,۶۵۸	۴,۲۳۶
۲۰۱۰	۰,۳۱۳	---	۴۳,۹۵۶	۶۵,۸۰۰
۲۰۱۱	۰,۵۱۹	---	۱۴,۰۴۷	۲,۴۸۵
۲۰۱۲	۰,۰۷۹	۰,۰۱۹	۴,۲۷۵	۱,۱۰۵
۲۰۱۳	۱,۳۸۲	---	۲۷۸,۸۷۰	۶۸,۱۱۲
۲۰۱۴	۱,۹۵۷	۰,۶۴۰	۱۳۳,۷۸۶	۶۴,۲۴۷

مأخذ: یافته‌های پژوهش علامت --- به معنی آن است که کشور رقیب در آن سال به کشور هدف مورد نظر صادراتی نداشته است.

در بازار ارمنستان نیز نتایج نشان می‌دهد که ایران در بازار ارمنستان نسبت به رقبایی مانند آفریقای جنوبی، یونان و مصر دارای مزیت مناسبی بوده و نسبت به ترکیه نیز تا سال ۲۰۱۳ (بجز سال ۲۰۰۴) وضیت باثبات تر و حائز مزیتی را تجربه کرده است. اما نتایج نشان می‌دهد که هرگاه گرجستان به ارمنستان صادراتی داشته باشد، مزیت ایران در بازار ارمنستان تهدید شده و از دست خواهد رفت. لذا صادرات گرجستان به عنوان تهدید جدی صادرات ایران در بازار ارمنستان مطرح است. هرچند در سال ۲۰۱۴ مشخص است که ترکیه نیز رقیب جدی ایران در کسب مزیت‌های رقابتی در بازار ارمنستان بوده است.



جدول (۲-۵۱): مزیت صادراتی پرتقال ایران در مقابل رقبای اصلی در بازار ارمنستان

سال	ترکیه	مصر	آفریقای جنوبی	یونان	گرجستان
۲۰۰۱	۸,۲۳۵	---	---	---	---
۲۰۰۲	۱۵,۱۱۴	---	---	---	---
۲۰۰۳	۴,۳۸۱	۱۳,۱۸۷	---	---	---
۲۰۰۴	۰,۱۷۴	۱۸,۶۶۴	---	۲۱,۳۷۱	۰,۰۰۵
۲۰۰۵	۱,۳۵۳	---	---	---	۰,۰۹۲
۲۰۰۶	۴,۱۲۸	۱۲۰,۴۵۵	۱۵۸,۰۶۶	۵,۰۰۹	۰,۰۲۹
۲۰۰۷	---	---	۴۱۹,۲۶۳	۹,۷۶۵	۰,۱۳۰
۲۰۰۸	---	۳۹۳,۴۸۵	۱۹۶,۴۲۰	۱۰,۲۸۳	۰,۱۸۹
۲۰۰۹	---	۵۵۰,۵۰۸	۳۴۲,۵۲۸	۹,۶۵۰	۰,۴۰۵
۲۰۱۰	---	۱۶۰,۶۱۵	۵۶,۴۹۳	۳,۰۵۲	۰,۰۶۴
۲۰۱۱	---	۱۰۹,۵۰۵	۱۱۵,۷۴۰	۴,۸۴۲	۰,۱۱۲
۲۰۱۲	---	۱۹۰,۲۰۹	۱۲۸,۶۳۱	۳,۵۳۷	۰,۰۴۵
۲۰۱۳	۴,۵۷۵	۲۴۴,۷۸۷	۲۳۳,۱۰۲	۳,۳۱۰	۰,۱۳۵
۲۰۱۴	۰,۳۴۳	۴۱,۱۶۰	۱۴,۵۵۶	۱۳,۰۴۹	۰,۰۵۳

مأخذ: یافته‌های پژوهش علامت --- به معنی آن است که کشور رقیب در آن سال به کشور هدف مورد نظر صادراتی نداشته است.

در بازار ترکمنستان ایران مواجه با یک رقیب اصلی به نام ترکیه در صادرات پرتقال بوده است. همانگونه که برآورد شاخص مزیت صادراتی نشان می‌دهد، ایران نسبت به ترکیه در بازار ترکمنستان حائز مزیت صادراتی بوده است. هرچند که این شاخص روندی کاملاً نزولی داشته و ادامه این روند می‌تواند تهدیدی برای صادرات ایران به ترکمنستان خواهد بود.

جدول (۲-۵۲): مزیت صادراتی پرتقال ایران در مقابل رقبای اصلی در بازار ترکمنستان

ترکیه	سال
۳۲۶۰,۳۱۸	۲۰۰۱
۱۰۴۹,۹۷۰	۲۰۰۲
---	۲۰۰۳
---	۲۰۰۴
---	۲۰۰۵
---	۲۰۰۶
---	۲۰۰۷
۱۷۲۸,۵۰۶	۲۰۰۸
۲۲۶,۱۰۵	۲۰۰۹
۹۷,۹۴۰	۲۰۱۰
۳۴,۱۶۶	۲۰۱۱
۳۴,۳۱۴	۲۰۱۲
۳۸,۳۶۱	۲۰۱۳
۷۸,۸۰۸	۲۰۱۴

مأخذ: یافته‌های پژوهش علامت --- به معنی آن است که کشور رقیب در آن سال به کشور هدف مورد نظر صادراتی نداشته است.

صادرات پرتقال ایران به روسیه رقبای متعددی در بازار این کشور دارد. بطوریکه در سال‌های اخیر صادرات ایران نسبت به کشورهای رقیبی مانند یونان، آرژانتین و اسپانیا حائز مزیت در بازار روسیه بوده اما نسبت به سایر رقبا مانند مصر، ترکیه، آفریقای جنوبی، مراکش و اروگوئه صادرات ایران فاقد مزیت صادراتی در بازار روسیه بوده است. لذا صادرات این کشورها با ادامه روند فعلی تهدیدی برای صادرات بلندمدت ایران به روسیه خواهد بود.

جدول (۲-۵۳): مزیت صادراتی پرتقال ایران در مقابل رقبای اصلی در بازار روسیه

سال	مصر	ترکیه	آفریقای جنوبی	مراکش	اسپانیا	آرژانتین	اروگوئه	یونان
۲۰۰۱	۰,۱۶۱	۰,۰۱۴	۰,۰۴۸	۰,۰۱۵	۰,۳۹۳	۰,۰۳۹	۰,۰۴۰	۰,۰۹۰
۲۰۰۲	۰,۰۰۵	۰,۰۰۳	۰,۰۱۲	۰,۰۰۴	۰,۱۴۲	۰,۰۳۲	۰,۰۱۷	۰,۰۱۷
۲۰۰۳	۰,۰۲۱	۰,۰۱۹	۰,۰۶۷	۰,۰۲۸	۱,۸۲۶	۰,۱۰۹	۰,۰۶۹	۰,۳۶۶
۲۰۰۴	۰,۰۰۴	۰,۰۰۴	۰,۰۲۱	۰,۰۰۶	۰,۶۴۲	۰,۰۰۸	۰,۰۱۹	۰,۰۵۱
۲۰۰۵	۰,۰۰۸	۰,۰۰۸	۰,۰۷۳	۰,۰۱۰	۱,۲۳۵	۰,۰۱۲	۰,۰۱۹	۰,۴۱۸
۲۰۰۶	۰,۰۰۰	۰,۰۰۰	۰,۰۰۱	۰,۰۰۰	۰,۰۱۳	۰,۰۰۰	۰,۰۰۰	۰,۰۰۶
۲۰۰۷	۰,۰۰۱	۰,۰۰۱	۰,۰۰۴	۰,۰۰۱	۰,۰۸۰	۰,۰۰۲	۰,۰۰۵	۱,۱۴۳
۲۰۰۸	۰,۰۷۲	۰,۰۴۴	۰,۱۳۸	۰,۰۳۱	۱,۹۴۵	۰,۰۷۶	۰,۲۰۲	۱۱,۲۲۷
۲۰۰۹	۰,۱۴۷	۰,۰۷۳	۰,۲۳۳	۰,۰۵۲	۵,۶۳۱	۰,۱۶۰	۰,۳۰۵	۱۲,۹۹۱
۲۰۱۰	۰,۱۳۸	۰,۰۷۶	۰,۲۱۶	۰,۰۷۲	۲,۲۴۲	۰,۱۴۱	۰,۳۲۴	۱۲,۶۵۶
۲۰۱۱	۰,۰۰۴	۰,۰۰۳	۰,۰۰۸	۰,۰۰۲	۰,۰۵۹	۰,۰۱۰	۰,۰۱۳	۰,۱۱۶
۲۰۱۲	۰,۱۴۷	۰,۲۲۳	۰,۴۴۷	۰,۱۳۰	۳,۰۹۹	۰,۹۸۵	۰,۷۴۵	۱۲,۰۸۵
۲۰۱۳	۰,۲۰۹	۰,۱۸۶	۰,۴۰۲	۰,۱۶۲	۲,۹۰۵	۷,۰۱۲	۰,۷۱۸	۸,۵۵۰
۲۰۱۴	۰,۰۹۰	۰,۰۷۵	۰,۱۵۵	۰,۰۷۷	۱,۵۳۳	۱,۹۵۰	۰,۶۹۷	۹,۰۰۲

مأخذ: یافته‌های پژوهش علامت --- به معنی آن است که کشور رقیب در آن سال به کشور هدف مورد نظر صادراتی نداشته است.

در بازار قزاقستان نتایج بررسی نشان می‌دهد که ایران همواره نسبت به رقبای خود جهت صادرات پرتقال حائز مزیت بوده است. هرچند که روند شاخص مزیت صادراتی ایران در مقایسه با رقبا در حال افت و کاهش معنی‌داری می‌باشد.



جدول (۲-۵۴): مزیت صادراتی پرتقال ایران در مقابل رقبای اصلی در بازار قزاقستان

سال	ترکیه	مصر	آفریقای جنوبی	مراکش	چین	اسپانیا
۲۰۰۱	۱۶,۴۸۶	---	۱۳,۹۱۴	۴,۶۷۱	---	۱۵۴,۸۷۱
۲۰۰۲	۶۷,۵۱۰	۳۸۳,۲۵۸	۴۵,۴۷۲	۲۴,۹۶۸	---	۹۳۱,۳۶۰
۲۰۰۳	۸۴,۳۰۶	۲۳,۹۹۵	۴۴,۳۸۴	۳۲,۰۸۹	۸,۴۹۷	۱۳۶۰,۷۶۶
۲۰۰۴	۰,۷۳۱	۰,۶۰۲	۰,۹۴۳	۰,۴۰۱	۰,۳۶۸	۲۲۸,۷۵۹
۲۰۰۵	۵,۲۸۴	۴,۸۱۴	۴۳,۳۰۷	۳,۲۹۹	۷۱,۶۴۸	۴۰۶۶,۹۷۳
۲۰۰۶	۱,۳۴۸	۵,۴۱۱	۷,۰۶۹	۶,۷۶۹	۹,۶۰۰	۴۴۹,۹۸۶
۲۰۰۷	۸,۱۰۹	۱,۴۶۱	۵,۹۹۹	۳,۰۹۸	۲۷,۹۹۳	۴۶۹,۶۰۶
۲۰۰۸	۴۰,۸۳۱	۱۶,۰۶۵	۲۷,۲۳۴	۲۲,۰۰۱	۱۲,۱۶۶	۲۹۲۷,۱۳۷
۲۰۰۹	۳۷,۱۶۲	۲۹,۰۴۹	۲۱,۴۲۳	۲۵,۹۳۳	۵,۲۶۲	۴۳۶,۱۴۵
۲۰۱۰	۶۹,۴۱۳	۲۲,۵۸۶	۴۷,۲۰۰	۳۰,۱۵۵	۵,۳۹۸	۷۲۶,۸۴۵
۲۰۱۱	۳۲,۳۸۷	۱۵,۱۷۱	۱۹,۵۷۶	۲۳,۴۴۳	۳,۵۶۳	۱۶۹,۹۴۵
۲۰۱۲	۹,۲۰۲	۱,۵۳۹	۴,۵۸۹	۳,۲۵۱	۰,۷۱۳	۱۲۸,۱۱۳
۲۰۱۳	۳۲,۰۰۱	۹,۵۱۴	۱۶,۵۸۷	۴,۳۸۹	۲,۲۸۷	۱۶۹,۶۸۳
۲۰۱۴	۱۲,۳۵۹	۵,۲۱۰	۸,۹۱۵	۳,۵۲۰	۲,۰۴۷	۱۰۰,۲۵۸

مأخذ: یافته‌های پژوهش علامت --- به معنی آن است که کشور رقیب در آن سال به کشور هدف مورد نظر صادراتی نداشته است.

تحلیل مزیت صادراتی پرتقال ایران در مقابل رقبای اصلی در بازار عراق نشان می‌دهد که ایران در بازار عراق نسبت به رقبایی مانند لبنان و مصر حائز مزیت بوده هرچند روند این مزیت کاهشی می‌باشد و نسبت به رقبایی مانند ترکیه و اردن بویژه در سال‌های پایانی مزیت صادراتی خود را از دست داده و این دو کشور در سال‌های اخیر تهدیدی برای صادرات پایدار پرتقال ایران به عراق به شمار می‌روند.

جدول (۲-۵۵): مزیت صادراتی پرتقال ایران در مقابل رقبای اصلی در بازار عراق

سال	ترکیه	اردن	لبنان	مصر
۲۰۰۱	---	---	---	۰,۹۸۳
۲۰۰۲	---	---	---	۵۳,۵۷۸
۲۰۰۳	۹۰,۵۶۹	۲,۲۲۷	۳۵۵,۹۳۷	---
۲۰۰۴	۳۰۶,۸۹۵	۳,۴۰۱	۳۸۳,۷۸۲	۱۲۵۱,۱۵۸
۲۰۰۵	۶۸,۱۲۳	۱,۲۰۷	۳۷,۴۷۷	۳۴۷,۳۳۰
۲۰۰۶	۶,۰۸۳	۶,۷۶۹	۱۵۳,۸۹۸	---
۲۰۰۷	۸,۱۶۱	۱۴,۷۶۹	۷۶,۸۶۸	---
۲۰۰۸	۱,۳۵۰	---	۱۷,۵۸۳	۸۴۲,۲۹۴
۲۰۰۹	۱,۲۲۷	۰,۳۳۲	۵,۸۰۴	۳۰۵,۱۵۸
۲۰۱۰	۱,۶۵۶	۰,۶۳۸	۶,۶۳۹	۳۰,۳۵۶
۲۰۱۱	۱,۲۱۷	۰,۴۳۱	۶,۱۰۵	۱۲,۲۳۰
۲۰۱۲	۱,۲۶۲	۱,۲۴۱	۳۸,۴۴۵	۲۶,۵۶۰
۲۰۱۳	۰,۷۷۴	۰,۳۴۳	۲,۳۶۰	۶,۰۹۵
۲۰۱۴	۰,۲۳۹	۰,۱۳۷	۲,۶۰۱	۶,۲۷۴

مأخذ: یافته‌های پژوهش علامت --- به معنی آن است که کشور رقیب در آن سال به کشور هدف مورد نظر صادراتی نداشته است.

در بازار هدف افغانستان جهت صادرات سیب نیز رقیب اصلی ایران کشور پاکستان بوده که ایران هیچگاه نتوانسته مزیت رقابتی نسبت به کشور پاکستان در افغانستان بدست آورد. هرچند روند شاخص مزیت صادراتی رو به بهبود بوده اما همچنان کشور نتوانسته در مقایسه با پاکستان به مزیت رقابتی مناسبی در افغانستان دست یابد.



جدول (۲-۵۶): مزیت صادراتی سیب ایران در مقابل رقبای اصلی در بازار افغانستان

پاکستان	سال
---	۲۰۰۱
---	۲۰۰۲
۰,۰۴۹	۲۰۰۳
۰,۱۲۲	۲۰۰۴
---	۲۰۰۵
---	۲۰۰۶
---	۲۰۰۷
۰,۰۴۶	۲۰۰۸
۰,۰۴۱	۲۰۰۹
۰,۰۴۳	۲۰۱۰
۰,۰۴۶	۲۰۱۱
۰,۱۷۱	۲۰۱۲
۰,۱۳۶	۲۰۱۳
۰,۷۱۴	۲۰۱۴

مأخذ: یافته‌های پژوهش علامت --- به معنی آن است که کشور رقیب در آن سال به کشور هدف مورد نظر صادراتی نداشته است.

در بازار امارات جهت صادرات سیب نتایج بررسی نشان می‌دهد که ایران همواره نسبت به رقبای خود حائز مزیت بوده است. هرچند که روند شاخص مزیت صادراتی ایران در مقایسه با رقبا در حال افت و کاهش معنی‌داری می‌باشد که توجه به این مورد جهت حفظ شرایط موجود، قابل توجه می‌باشد.

جدول (۲-۵۷): مزیت صادراتی سیب ایران در مقابل رقبای اصلی در بازار امارات

سال	امریکا	فرانسه	شیلی	ایتالیا	آفریقای جنوبی	چین	نیوزلند	اسپانیا
۲۰۰۱	۸,۱۵۵	۲۱,۵۸۱	۷,۸۶۶	۳۹۸,۴۳۳	۲۰,۲۵۵	۴۵,۸۲۲	۲۸,۶۱۵	---
۲۰۰۲	۶,۲۹۱	۱۳,۰۲۳	۴,۵۶۵	۱۲۷,۲۴۳	۱۳,۰۲۳	۱۶,۹۱۰	۱۴,۷۱۶	۳۳۸,۷۶۰
۲۰۰۳	۴,۵۷۲	۲۳,۶۳۶	۵,۹۵۵	۲۳۰,۵۶۷	۶,۵۶۰	۱۳,۵۴۹	۲۶,۱۱۸	۲۱۶,۹۶۱
۲۰۰۴	۳,۲۰۱	۱۲,۲۸۸	۳,۵۱۷	۱۳۵,۸۷۸	۳,۷۶۱	۶,۴۹۲	۱۷,۴۶۲	---
۲۰۰۵	۲,۶۳۹	۷,۵۰۲	۴,۶۴۵	۴۸,۰۷۱	۳,۶۴۷	۷,۸۹۲	۱۲,۸۸۷	۲۱,۳۸۷
۲۰۰۶	۱,۹۰۹	۵,۶۸۲	۲,۶۰۹	۳۰,۴۶۵	۲,۱۸۸	۳,۲۰۴	۷,۱۳۸	۱۸۳,۵۴۵
۲۰۰۷	۳,۳۰۱	۶,۰۱۰	۳,۱۶۷	۳۶,۴۴۴	۲,۱۶۰	۲,۹۲۳	۶,۳۵۱	۲۹۳,۴۸۴
۲۰۰۸	۱,۹۳۴	۴,۱۷۵	۱,۶۳۶	۱۹,۹۶۴	۱,۱۰۱	۱,۵۶۰	۲,۴۲۹	۲۲,۴۷۳
۲۰۰۹	۰,۷۱۹	۱,۵۵۷	۰,۹۸۰	۶,۲۷۱	۰,۶۷۵	۱,۰۸۵	۱,۲۵۶	۸۴,۴۶۱
۲۰۱۰	۰,۴۸۵	۰,۷۸۱	۰,۵۲۸	۱,۹۲۵	۰,۴۵۸	۰,۵۴۵	۰,۶۵۸	۴,۲۲۲
۲۰۱۱	۱,۷۳۲	۱,۸۹۰	۱,۷۷۱	۴,۱۶۸	۲,۷۷۶	۲,۰۲۴	۲,۱۰۹	۲,۴۵۳
۲۰۱۲	۲,۰۰۲	۲,۵۰۷	۲,۲۶۳	۶,۳۳۵	۲,۲۰۳	۲,۴۳۰	۱,۵۹۰	۲,۶۱۹
۲۰۱۳	۲,۷۶۱	۴,۱۱۶	۶,۱۴۵	۱۷,۴۲۴	۳,۰۶۸	۵,۷۹۹	۲,۷۳۴	۸,۹۱۷
۲۰۱۴	۱,۳۸۹	۱,۸۶۴	۴,۰۶۶	۴,۴۶۶	۲,۰۲۰	۵,۷۹۳	۲,۳۳۰	۱,۷۲۹

مأخذ: یافته‌های پژوهش

صادرات سیب ایران به آذربایجان رقبای متعددی در بازار این کشور دارد. بطوریکه در سال‌های اخیر صادرات ایران نسبت به کشورهای رقیبی مانند لهستان، شیلی و فرانسه حائز مزیت در بازار آذربایجان بوده اما نسبت به کشور گرجستان صادرات ایران فاقد مزیت صادراتی در بازار آذربایجان بوده است. لذا صادرات این کشور با ادامه روند فعلی تهدیدی برای صادرات بلندمدت ایران به آذربایجان خواهد بود.

جدول (۲-۵۸): مزیت صادراتی سیب ایران در مقابل رقبای اصلی در بازار آذربایجان

سال	فرانسه	شیلی	گرجستان	لهستان
۲۰۰۱	۱۳۸,۸۹۸	۷۸۶,۶۸۰	۰,۰۹۰	۳۶۳,۹۲۵
۲۰۰۲	۱۹۷,۴۷۱	۱۲۱۴,۳۵۴	۰,۰۳۵	۱۱۴۷,۳۵۸
۲۰۰۳	۱۸۸,۱۱۶	۵۶۶,۰۳۵	۰,۰۴۴	۷۲۸,۲۲۸
۲۰۰۴	۱۹,۵۳۵	۴۲,۲۹۶	۰,۰۴۸	---
۲۰۰۵	۳۹,۳۷۱	۹۰,۶۶۳	۰,۰۴۴	۷۱,۶۶۶
۲۰۰۶	۱۲,۴۳۰	۸۷,۴۸۲	۰,۰۱۷	۹۷,۳۹۸
۲۰۰۷	۱۵,۶۵۷	۲۳۶,۱۶۴	۰,۰۹۷	۴,۹۴۷
۲۰۰۸	۴,۰۱۴	---	۰,۱۲۸	۱۳۴,۷۴۵
۲۰۰۹	۲,۴۲۵	۱۸۰,۴۰۴	۰,۰۰۱	۱,۷۵۰
۲۰۱۰	۱,۶۳۴	۲۱۹,۱۴۷	۰,۰۰۲	۱,۵۱۴
۲۰۱۱	۲,۶۱۶	۷,۶۶۰	۰,۰۱۵	۱,۴۸۵
۲۰۱۲	۱,۵۳۳	۶,۱۷۷	۰,۰۷۲	۲۱,۲۴۸
۲۰۱۳	---	۱۹۱,۹۶۰	۰,۰۷۴	۱۶,۱۳۲
۲۰۱۴	۹,۶۹۹	۱۶۲,۵۷۴	۰,۰۴۹	۱۰,۰۲۷

مأخذ: یافته‌های پژوهش علامت --- به معنی آن است که کشور رقیب در آن سال به کشور هدف مورد نظر صادراتی نداشته است.

اما در کشور ترکمنستان، مزیت صادراتی سیب ایران نسبت به رقیب اصلی خود در این کشور یعنی ترکیه، همواره وجود داشته است ایران در بازار ترکمنستان وضعیت مناسب‌تری نسبت به رقیب خود یعنی ترکیه داشته است.

جدول (۲-۵۹): مزیت صادراتی سیب ایران در مقابل رقبای اصلی در بازار ترکمنستان

ترکیه	سال
---	۲۰۰۱
۱۰۱۴,۵۶۳	۲۰۰۲
---	۲۰۰۳
---	۲۰۰۴
---	۲۰۰۵
---	۲۰۰۶
---	۲۰۰۷
۲۹,۷۹۱	۲۰۰۸
۲۱۱,۳۶۱	۲۰۰۹
۲۱,۷۲۲	۲۰۱۰
۱۶,۰۶۱	۲۰۱۱
۴۹,۹۷۰	۲۰۱۲
۲۶,۹۴۹	۲۰۱۳
۳۲,۷۴۱	۲۰۱۴

مأخذ: یافته‌های پژوهش علامت --- به معنی آن است که کشور رقیب در آن سال به کشور هدف مورد نظر صادراتی نداشته است.

در بازار هدف عراق نیز شرایط مشابه کشور هدف امارات بوده است. در کشور هدف عراق، مزیت صادراتی ایران نسبت به کشورهای رقیب، روند نزولی داشته است و تنها در یکسال (۲۰۱۲) ایران نسبت به ترکیه فاقد مزیت مناسبی در عراق بوده است. در هر صورت افت ادامه دار شاخص مزیت صادراتی در آینده تهدیدی برای صادرات ایران به عراق خواهد بود.

جدول (۲-۶۰): مزیت صادراتی سیب ایران در مقابل رقبای اصلی در بازار عراق

سال	ترکیه	سوریه
۲۰۰۱	---	---
۲۰۰۲	---	---
۲۰۰۳	۶,۹۹۲	۳۰۴,۱۴۲
۲۰۰۴	۵,۹۲۰	۱۰۰,۲۹۲
۲۰۰۵	۲,۱۴۶	۲۵,۱۹۷
۲۰۰۶	۱,۷۱۴	۶۱,۹۹۰
۲۰۰۷	۳,۵۶۲	۱۳,۸۴۷
۲۰۰۸	۴,۸۴۵	۱۱,۹۲۳
۲۰۰۹	۱,۲۸۰	۲,۳۸۲
۲۰۱۰	۱,۳۲۹	۴,۵۰۸
۲۰۱۱	۱,۶۸۴	---
۲۰۱۲	۰,۷۹۰	---
۲۰۱۳	۱,۳۵۷	---
۲۰۱۴	۱,۱۹۹	---

مأخذ: یافته‌های پژوهش علامت --- به معنی آن است که کشور رقیب در آن سال به کشور هدف مورد نظر صادراتی نداشته است.

صادرات سیب ایران به عربستان رقبای متعددی در بازار این کشور دارد. بطوریکه صادرات ایران نسبت به نیوزلند همواره حائز مزیت در بازار عربستان بوده اما نسبت به رقیبی مانند ترکیه تنها در سال ۲۰۱۴ ایران حائز این مزیت در بازار عربستان نسبت به ترکیه بوده و در مورد اسپانیا علی رغم اینکه در سال‌های بسیاری ایران حائز مزیت صادراتی بوده اما در سال ۲۰۱۴ این مزیت به عدم مزیت تبدیل شده است. همچنین نسبت به سایر رقبا از جمله آمریکا، ایتالیا، شیلی، فرانسه لبنان، چین، آفریقای جنوبی و سوریه صادرات ایران بویژه در سال‌های اخیر فاقد مزیت صادراتی در بازار عربستان بوده است. لذا صادرات این کشورها با ادامه روند فعلی تهدیدی برای صادرات بلندمدت ایران به عربستان خواهد بود.



جدول (۲-۶۱): مزیت صادراتی سیب ایران در مقابل رقبای اصلی در بازار عربستان

سال	آمریکا	ایتالیا	شیلی	فرانسه	لبنان	چین	آفریقای جنوبی	سوریه	ترکیه	نیوزلند	اسپانیا
۲۰۰۱	۱۱,۳۷۷	۱۷,۸۳۶	۱,۵۸۷	۱۰,۴۳۰	۰,۸۸۵	۳۲,۴۴۲	۸,۴۷۱	۰,۶۰۵	۰,۴۴۳	۳۴,۹۹۰	۲۱۵,۷۹۷
۲۰۰۲	۱۲,۷۷۱	۱۷,۴۵۵	۲,۱۱۲	۸,۴۵۰	۱,۱۸۷	۴۲,۷۷۴	۸,۶۶۷	۰,۷۵۸	۰,۴۴۸	۱۰۰,۳۵۲	۶۷,۳۶۱
۲۰۰۳	۱۰,۳۶۱	۱۱,۷۲۴	۱,۷۳۳	۷,۵۳۲	۰,۷۱۵	۱۴,۰۲۲	۶,۰۱۸	۰,۸۳۷	۰,۳۰۰	۴۹,۴۱۵	۱۲,۹۹۱
۲۰۰۴	۱,۶۰۴	۴,۲۵۱	۰,۶۲۱	۲,۳۵۵	۰,۲۶۷	۲,۳۶۴	۲,۴۴۰	۰,۶۱۳	۰,۱۲۳	۸۴,۸۵۱	۹,۳۹۲
۲۰۰۵	۰,۹۹۷	۲,۴۶۶	۰,۴۰۰	۱,۶۵۹	۰,۲۱۴	۱,۹۲۶	۱,۹۴۷	۱,۲۵۲	۰,۱۲۱	۷۳,۶۳۰	۱۶۸,۷۸۶
۲۰۰۶	۰,۳۵۵	۰,۶۶۵	۰,۱۲۳	۰,۵۲۱	۰,۰۶۴	۰,۴۲۶	۰,۶۹۱	۰,۱۷۵	۰,۰۶۶	۳۰,۲۱۴	۲۴,۲۶۲
۲۰۰۷	۰,۳۸۲	۰,۳۹۵	۰,۰۸۹	۰,۲۹۳	۰,۰۴۱	۰,۱۷۹	۰,۴۰۹	۰,۱۸۰	۰,۰۲۶	۲,۹۶۱	۵,۸۸۷
۲۰۰۸	۰,۰۸۲	۰,۰۸۹	۰,۰۲۲	۰,۰۹۰	۰,۰۱۳	۰,۰۴۰	۰,۱۱۶	۰,۳۷۲	۰,۰۱۵	۱,۶۳۷	۸,۴۵۸
۲۰۰۹	۰,۱۹۵	۰,۲۵۱	۰,۰۹۱	۰,۲۲۰	۰,۰۴۷	۰,۱۵۲	۰,۳۴۶	۰,۱۴۹	۰,۰۹۶	۳,۲۳۹	۲۴,۰۶۷
۲۰۱۰	۰,۱۹۳	۰,۱۸۳	۰,۰۶۳	۰,۱۸۶	۰,۰۴۲	۰,۱۸۶	۰,۳۵۸	۰,۱۰۱	۰,۳۵۵	۴,۰۸۸	۰,۵۹۵
۲۰۱۱	۰,۸۵۶	۰,۸۴۰	۰,۲۹۹	۰,۵۸۹	۰,۱۶۸	۱,۰۱۵	۲,۹۹۱	---	۳,۷۸۹	۹۷,۶۶۸	۳,۱۰۸
۲۰۱۲	۰,۵۶۱	۰,۳۲۱	۰,۱۴۰	۰,۲۵۴	۰,۰۹۶	۰,۳۶۲	۰,۹۹۵	---	۰,۵۴۳	۱۲۲,۰۴۷	۱,۳۸۳
۲۰۱۳	۰,۵۰۱	۰,۴۲۷	۰,۱۵۹	۰,۳۶۰	۰,۰۹۸	۰,۴۸۳	۰,۷۹۲	---	۰,۵۴۲	۱۴,۵۳۲	۲,۱۸۷
۲۰۱۴	۰,۳۰۸	۰,۲۲۵	۰,۱۹۹	۰,۲۶۷	۰,۰۷۳	۰,۷۴۷	۰,۷۵۰	---	۴,۲۷۱	۲,۵۱۸	۰,۵۹۹

مأخذ: یافته‌های پژوهش علامت --- به معنی آن است که کشور رقیب در آن سال به کشور هدف مورد نظر صادراتی نداشته است.

صادرات انگور خشک کرده ایران به امارات نیز رقبای متعددی در بازار این کشور دارد. بطوریکه صادرات ایران در مقایسه با بسیاری از کشورهای رقیب حائز مزیت بوده اما کشورهایی که در آینده می‌توانند رقیبی جدی برای ایران در بازار امارات تلقی شوند عبارتند از: اردن، سوریه، عربستان و تا حدودی لبنان خواهد بود. البته در رقابت با لبنان جهت صادرات به امارات، ایران در سال ۲۰۱۴ مزیت صادراتی مناسبی کسب نموده است.

جدول (۲-۶۹): مزیت صادراتی انگور خشک کرده ایران در مقابل رقبای اصلی در بازار امارات

اردن	برزیل	امریکا	چین	سوریه	پرو	عربستان	شیلی	لبنان	آفریقای جنوبی	مصر	استرالیا	ترکیه	ایتالیا	اسپانیا	نامیبیا	هند
۰,۹۷۹	---	۵۵,۱۱۶	---	۰,۳۴۸	---	۰,۴۹۸	۴۱,۷۶۹	۱,۳۱۲	۱۲,۹۳۰	۶,۱۸۴	۷۱,۲۶۳	۷۹,۸۸۶	۲۰۸,۴۸۴	۲۳۵,۳۲۹	---	۰,۷۱۰
۰,۴۴۶	---	۴۰,۰۶۳	---	۰,۶۳۹	---	---	۳۲,۳۹۴	۰,۸۳۲	۷,۷۶۷	۲,۸۷۱	۱۲,۶۵۷	۱۷,۴۴۶	۲۵۱,۷۲۹	۱۱۱,۱۴۳	---	۰,۴۳۳
۰,۱۲۷	۴۸,۱۰۹	۲۸,۳۵۷	۲۲,۴۹۱	۰,۲۵۰	---	۰,۱۵۲	۱۶,۲۸۹	۰,۴۰۲	۳,۲۴۵	۰,۸۴۷	۶,۴۸۴	۸,۷۰۵	۵۶,۰۰۰	۲۷,۳۲۸	---	۰,۲۲۴
۰,۲۳۰	۷۷,۱۹۱	۳۴,۰۶۸	۱۸۰,۹۶۵	۰,۲۳۰	---	---	۱۷,۹۱۷	۰,۳۵۹	۴,۶۱۳	۲,۵۵۵	۲,۱۵۰	۲۴,۷۶۵	۶۳,۰۴۱	۴۵,۰۲۲	---	۰,۲۵۷
۰,۳۹۰	---	۱۷,۰۸۱	۱۹,۲۱۸	۰,۱۸۷	---	۰,۱۴۶	۱۷,۴۹۳	۰,۳۱۳	۲,۰۱۶	۲,۴۲۱	۱,۲۵۶	۸۲,۶۲۱	۴۹,۳۱۰	۴۵,۸۷۵	۲,۴۷۹	۰,۳۰۲
۰,۲۰۲	۹۵,۸۳۴	۸,۷۲۹	۶,۳۴۶	۰,۰۹۹	---	۰,۱۰۹	۱۳,۶۹۴	۰,۱۷۹	۱,۰۵۶	۱,۶۷۸	۰,۷۲۳	۱۹,۶۸۲	۲۱,۲۳۳	۸,۹۳۲	۱,۴۵۲	۰,۲۰۹
۰,۰۸۰	۳۲,۴۸۳	۲,۷۰۷	۸,۲۲۰	۰,۱۱۸	---	۰,۰۴۰	۷,۱۳۸	۰,۱۰۷	۰,۶۷۹	۰,۶۷۱	۰,۳۷۰	۴۶,۱۵۴	۲۰,۰۳۴	۱۱,۰۵۵	۰,۷۴۹	۰,۱۴۶
۰,۱۷۴	---	۴,۵۵۳	---	۰,۱۵۸	---	۰,۰۰۶	۱۲,۹۶۸	۰,۲۳۸	۲,۰۲۰	۵,۴۵۴	۰,۷۳۸	۴,۳۴۸	۲۳,۵۱۴	۴۴,۸۹۷	۲,۹۹۳	۰,۳۱۱
۰,۰۴۹	۲۹,۶۹۰	۱,۱۶۵	۳,۷۱۹	۰,۰۸۳	۱۲,۴۴۲	---	۳,۲۲۵	۰,۱۰۷	۰,۳۳۴	۰,۷۶۹	۰,۲۱۵	۲۴,۲۱۳	۶,۵۷۴	۹,۳۱۹	۵,۸۱۷	۰,۱۰۳
۰,۰۲۷	۴,۲۸۷	۰,۶۵۹	۸,۵۰۶	۰,۰۹۶	۱۲,۶۹۸	---	۲,۴۳۳	۰,۰۹۴	۰,۱۷۹	۰,۲۲۶	۰,۱۶۲	۳۰,۱۸۸	۲,۴۰۰	۱,۹۹۵	۱,۷۹۰	۰,۰۶۰
۰,۱۱۰	۳۹,۹۷۲	۵,۳۶۸	۳۹,۳۷۵	---	۲۴,۴۴۳	۰,۰۷۴	۱۱,۸۰۶	۰,۴۱۹	۱,۲۲۹	۱۱,۵۲۵	۰,۷۹۹	۱۵۸,۰۸۳	۱۰,۲۴۰	۱۱,۶۱۶	۳,۲۰۷	۰,۳۲۴
۰,۰۵۵	۱۵,۲۴۵	۲,۶۰۲	۵۱,۵۰۵	---	۲۲,۵۶۱	۰,۰۴۲	۵,۱۸۶	۰,۱۸۷	۰,۴۷۵	۰,۵۹۳	۰,۹۸۵	۷,۸۱۱	۳,۴۵۶	۴,۵۴۴	۱,۹۰۰	۰,۱۶۷
۰,۲۰۲	۸,۳۵۵	۵,۴۶۷	۸۳,۱۶۴	---	۶۵,۵۸۰	۰,۱۱۸	۱۴,۰۸۵	۰,۴۶۵	۱,۴۱۸	۰,۸۹۷	۰,۸۱۷	۴,۲۷۷	۵,۸۱۷	۵,۶۲۳	۱,۰۵۷	۰,۴۹۲
۰,۳۸۷	۲,۳۷۷	۹,۹۳۹	۴۹,۹۶۰	---	۴۹,۳۸۳	۰,۲۷۰	۳۵,۳۷۱	۱,۱۴۷	۲,۰۴۰	۱,۶۶۸	۱,۴۷۲	۵,۷۹۹	۱۰,۰۱۱	۱۱,۶۷۷	۲,۱۷۲	۱,۰۵۰

مأخذ: یافته‌های پژوهش علامت --- به معنی آن است که کشور رقیب در آن سال به کشور هدف مورد نظر صادراتی نداشته است.

اما در کشور آذربایجان، مزیت صادراتی انگور خشک کرده ایران نسبت به رقبای اصلی خود در این کشور یعنی آفریقای جنوبی و ترکیه، همواره وجود داشته است و لذا ایران در بازار آذربایجان وضعیت باثبات تری نسبت به رقبای خود داشته است. هرچند شاخص مزیت نسبی ایران در مقایسه با این دو کشور رقیب در بازار آذربایجان رو به کاهش است که می‌تواند تهدیدی در صورت ادامه روند موجود، تلقی گردد.

جدول (۲-۷۰): مزیت صادراتی انگور خشک کرده ایران در مقابل رقبای اصلی در بازار آذربایجان

سال	آفریقای جنوبی	ترکیه
۲۰۰۱	---	۵۷۴۳۹,۱۱۷
۲۰۰۲	۶۵۱۱,۱۷۱	---
۲۰۰۳	۵۶۹۴,۳۴۸	۱۱۴۱,۰۱۸
۲۰۰۴	۷۲۱۶,۰۰۴	---
۲۰۰۵	۱۴۷۵۲,۴۹۳	۴۴۳۶,۸۱۴
۲۰۰۶	۱۶۶۹,۷۲۳	---
۲۰۰۷	۵۷۷,۹۲۶	---
۲۰۰۸	۳۵۸۶,۰۰۲	۳۰۳,۵۸۱
۲۰۰۹	۶۲,۵۸۷	۸,۹۸۸
۲۰۱۰	۸۲,۸۳۶	۲۵,۷۳۹
۲۰۱۱	۲۸۸,۹۲۳	۷۱,۱۹۸
۲۰۱۲	۵۵۴,۵۷۴	۴۷,۴۳۲
۲۰۱۳	۲۱۵,۲۶۰	۵۷,۳۷۸
۲۰۱۴	۱۲۳,۹۸۹	۵۴,۲۴۵

مأخذ: یافته‌های پژوهش علامت --- به معنی آن است که کشور رقیب در آن سال به کشور هدف مورد نظر صادراتی نداشته است.

در مورد صادرات انگور خشک کرده ایران به پاکستان، هرچند ایران نسبت به یکی از رقبای خود یعنی چین، در سال‌های اخیر حائز مزیت صادراتی شده است اما نسبت به رقیب دیگر خود یعنی افغانستان در این بازار حائز مزیت صادراتی نبوده و در صورتی که صادرات افغانستان در مورد محصول انگور خشک کرده توسعه یابد، صادرات ایران به پاکستان به تهدید جدی روبرو خواهد شد.

جدول (۲-۷۱): مزیت صادراتی انگور خشک کرده ایران در مقابل رقبای اصلی در بازار پاکستان

سال	افغانستان	چین
۲۰۰۱	۰,۰۰۱	---
۲۰۰۲	۰,۰۰۰	۰,۰۰۳
۲۰۰۳	۰,۰۰۰	۰,۰۰۰
۲۰۰۴	۰,۰۰۰	۰,۰۰۰
۲۰۰۵	۰,۰۰۲	۰,۰۱۱
۲۰۰۶	۰,۰۳۱	۰,۱۴۵
۲۰۰۷	۰,۰۴۸	۰,۳۵۵
۲۰۰۸	۰,۰۸۴	۱,۵۴۹
۲۰۰۹	۰,۰۰۶	۰,۱۹۰
۲۰۱۰	۰,۰۱۵	۱,۵۱۲
۲۰۱۱	۰,۰۳۰	۲۶,۱۴۹
۲۰۱۲	۰,۰۸۲	۱۷,۲۰۰
۲۰۱۳	۰,۲۱۵	۱۳۶۸,۳۴۱
۲۰۱۴	۰,۳۵۸	۸۹۹۲,۷۸۹

مأخذ: یافته‌های پژوهش علامت --- به معنی آن است که کشور رقیب در آن سال به کشور هدف مورد نظر صادراتی نداشته است.

صادرات انگور خشک کرده ایران به روسیه رقبای بسیار متعددی در بازار این کشور دارد. بطوریکه صادرات ایران در مقایسه با بسیاری از کشورهای رقیب حائز مزیت بوده اما کشورهایی که در آینده می‌توانند در صورت توسعه صادرات انگور خشک کرده رقیبی جدی برای ایران در بازار روسیه تلقی شوند عبارتند از: ترکیه، مولداوی،



بلاروس، آرژانتین، ارمنستان و قزاقستان. البته در مورد هند نیز در سال ۲۰۱۴ مزیت ایران در رقابت با این کشور برای صادرات انگور خشک کرده به روسیه افت کرده است و ادامه روند فعلی، هند را نیز به عنوان تهدیدی برای صادرات ایران به روسیه مطرح خواهد کرد.

جدول (۲-۷۲): مزیت صادراتی انگور خشک کرده ایران در مقابل رقبای اصلی در بازار روسیه

سال	ترکیه	مولداوی	شیلی	بلاروس	ازبکستان	پرو	آفریقای جنوبی	هند	چین	آرژانتین	ارمنستان	قزاقستان	تاجیکستان	ایتالیا	اسپانیا
۲۰۰۱	۰,۱۱۴	۰,۱۳۷	۵,۲۵۱	۰,۰۳۹	۰,۰۳۸	---	۱,۷۳۰	---	۰,۰۲۸	۳,۹۷۷	۰,۰۶۷	۰,۰۵۹	۰,۰۳۹	۱,۲۸۹	۵,۹۳۱
۲۰۰۲	۰,۵۳۵	۱,۸۶۵	۲۴,۴۹۲	۰,۲۸۴	۰,۲۸۵	---	۱۳,۲۰۸	۱۸۱,۱۵۱	۰,۶۲۸	۷,۰۳۶	۰,۳۸۷	۱,۲۰۶	۰,۲۸۴	۶,۹۲۰	۱۹,۰۲۸
۲۰۰۳	۱,۱۸۵	۱,۰۰۳	۳۶,۷۷۵	۰,۶۰۶	۰,۶۰۷	۳۵۱,۳۳۲	۱۶,۴۰۹	۱۸,۹۵۵	۱,۹۸۰	۷,۶۴۲	۱,۰۴۸	۰,۶۷۱	۰,۶۰۶	۱۴,۸۱۲	۲۴,۸۴۷
۲۰۰۴	۱,۰۷۰	۰,۸۷۶	۱۸,۶۹۴	۰,۵۴۶	۰,۵۲۸	۶۱,۶۰۲	۱۲,۷۳۶	۲۰,۶۸۲	۱,۷۵۵	۴,۴۰۶	۰,۶۲۶	۰,۵۴۸	۰,۵۲۹	۱۴,۰۴۰	۱۵,۴۱۳
۲۰۰۵	۱,۳۲۶	۱۰,۴۲۰	۱۶,۰۸۴	۰,۶۲۱	۰,۶۲۲	۷۵,۸۷۶	۱۷,۷۲۶	۲۷,۵۲۹	۱,۳۰۷	۳,۲۲۳	۰,۷۰۷	۰,۶۰۳	۰,۶۲۳	۱۵,۲۲۳	۳۳,۱۹۳
۲۰۰۶	۱,۴۷۸	۲۱۴,۸۴۷	۱۷,۰۸۵	۰,۵۰۸	۰,۵۰۹	۱۰,۷۴۱	۸,۷۹۲	۲۳,۹۵۲	۲,۱۶۸	۲,۹۵۳	۰,۵۶۵	۰,۵۲۵	۰,۵۰۹	۹,۹۰۶	۲۲,۱۶۶
۲۰۰۷	۱,۰۳۱	۲,۰۱۶	۱۳,۲۴۲	---	۰,۵۱۷	۹,۳۵۳	۱۱,۶۲۷	۲۸,۲۸۳	۱,۸۷۳	۱,۸۳۱	۰,۵۱۹	۰,۵۱۸	۰,۵۲۸	۹,۴۲۸	۱۱,۰۳۷
۲۰۰۸	۰,۶۶۵	۰,۶۵۱	۶,۵۷۲	---	۰,۳۹۳	۶,۳۱۴	۶,۹۰۵	۱۰۷۲,۴۹۶	۱,۳۹۲	۱,۴۴۱	۰,۴۰۵	۰,۴۰۲	۰,۳۹۳	۵,۷۵۷	۱۳,۲۰۶
۲۰۰۹	۰,۱۷۱	۰,۱۷۹	۲,۶۱۶	---	۰,۱۱۴	۱,۴۱۶	۲,۷۷۵	۱۷۶۳,۰۳۴	۰,۷۰۸	۰,۵۴۲	۰,۱۱۵	۰,۱۱۵	۰,۱۱۶	۲,۰۷۹	۷,۰۹۵
۲۰۱۰	۰,۲۱۱	۰,۲۱۰	۲,۶۹۱	۰,۱۵۰	۰,۱۸۶	۱,۱۵۶	۳,۰۰۲	۲,۳۱۳	۱,۱۲۵	۰,۶۹۱	۰,۱۵۶	---	۰,۱۶۸	۲,۵۳۷	۴,۹۵۸
۲۰۱۱	۰,۴۰۱	۰,۴۵۶	۶,۱۸۹	۰,۲۷۸	۰,۴۸۵	۲,۰۷۸	۵,۴۰۲	۷,۷۹۶	۲,۸۶۲	۱,۱۵۰	۰,۲۹۲	---	۲,۴۳۸	۵,۷۰۷	۸,۲۲۹
۲۰۱۲	۰,۶۴۱	۰,۶۸۱	۱۰,۹۱۵	۰,۴۴۷	۱,۱۳۵	۳,۸۴۲	۷,۷۷۸	۶,۱۸۲	۴,۷۹۴	۱,۹۰۰	۰,۴۷۷	---	۸,۷۹۲	۷,۱۶۰	۹,۸۸۹
۲۰۱۳	۰,۶۷۵	۰,۷۲۵	۱۰,۸۳۳	۰,۴۸۰	۳۰,۳۰۴	۴,۱۳۷	۸,۱۱۷	۴,۲۹۰	۵,۲۳۹	۰,۹۲۴	۰,۴۹۴	۰,۵۲۶	۳,۴۰۹	۸,۷۵۲	۱۹,۳۳۷
۲۰۱۴	۰,۱۷۸	۰,۲۰۷	۳,۳۷۷	۰,۱۱۸	۲۰,۰۱۰	۱,۳۲۵	۲,۸۴۱	۰,۸۰۲	۱,۴۵۳	۰,۶۹۶	۰,۱۱۹	۰,۱۲۰	۱,۱۵۹	۱۹,۲۸۲	۱۵,۷۵۱

مأخذ: یافته‌های پژوهش علامت --- به معنی آن است که کشور رقیب در آن سال به کشور هدف مورد نظر صادراتی نداشته است.

اما در کشور عراق، مزیت صادراتی انگور خشک کرده ایران نسبت به رقبای اصلی خود در این کشور یعنی ترکیه و چین همواره وجود داشته است (بجز سال ۲۰۱۳ در رقابت با چین) و لذا ایران در بازار عراق وضعیت باثبات تری نسبت به رقبای خود داشته است. هرچند شاخص مزیت نسبی ایران در مقایسه با این چین در بازار عراق رو به کاهش است که می‌تواند تهدیدی در صورت ادامه روند موجود، تلقی گردد.

جدول (۲-۷۳): مزیت صادراتی انگور خشک کرده ایران در مقابل رقبای اصلی در بازار عراق

سال	ترکیه	چین
۲۰۰۱	---	---
۲۰۰۲	---	---
۲۰۰۳	۱۴,۶۷۳	---
۲۰۰۴	۱۶۴,۷۷۰	۴۳,۱۸۶
۲۰۰۵	۳۹۳,۶۱۴	۱۰,۱۰۷
۲۰۰۶	۲۰۶۳,۱۶۳	۱۹,۵۱۱
۲۰۰۷	۹۸۸,۶۴۷	۷,۱۵۲
۲۰۰۸	۱۹۹۴,۲۲۰	۳۳,۸۹۴
۲۰۰۹	۱۵۳۶,۴۱۱	۲۵,۰۴۴
۲۰۱۰	۱۶۴۵,۷۸۶	۹۲,۲۷۸
۲۰۱۱	۳۴۴,۲۳۴	۳۱,۳۱۰
۲۰۱۲	۱۶۶۹۰,۹۷۵	۹,۶۸۹
۲۰۱۳	۳۳۱,۱۹۶	۰,۱۳۰
۲۰۱۴	۳۱۷,۵۰۶	۲,۶۱۵

مأخذ: یافته‌های پژوهش علامت --- به معنی آن است که کشور رقیب در آن سال به کشور هدف مورد نظر صادراتی نداشته است.

تحلیل بازار صادراتی افغانستان نیز نشان می‌دهد که هرگاه پاکستان صادرات انگور خشک کرده به افغانستان داشته، مزیت صادراتی ایران در رقابت با پاکستان افت کرده است و لذا از این جهت صادرات پاکستان تهدید برای صادرات باثبات ایران به افغانستان در مورد محصول انگور خشک کرده خواهد بود.

جدول (۲-۷۴): مزیت صادراتی انگور خشک کرده ایران در مقابل رقبای اصلی در بازار افغانستان

پاکستان	سال
---	۲۰۰۱
---	۲۰۰۲
---	۲۰۰۳
---	۲۰۰۴
---	۲۰۰۵
---	۲۰۰۶
---	۲۰۰۷
---	۲۰۰۸
---	۲۰۰۹
۰,۰۸۷	۲۰۱۰
۰,۵۵۹	۲۰۱۱
---	۲۰۱۲
۰,۰۵۷	۲۰۱۳
۰,۰۲۶	۲۰۱۴

مأخذ: یافته‌های پژوهش علامت --- به معنی آن است که کشور رقیب در آن سال به کشور هدف مورد نظر صادراتی نداشته است.

صادرات خرمای ایران به روسیه رقبای متعددی در بازار این کشور دارد. بطوریکه در سال‌های اخیر صادرات ایران نسبت به کشورهای رقیبی مانند فلسطین، ترکیه و چین حائز مزیت در بازار روسیه بوده اما نسبت به کشورهای تونس و الجزایر نیز تنها در سال‌های پایانی صادرات ایران فاقد مزیت صادراتی در بازار روسیه بوده است. لازم به ذکر است که صادرات ایران به بازار روسیه در سال‌های بسیاری حائز مزیت نسبت به این رقبا نیز بوده است اما در سال‌های ۲۰۱۲ تا ۲۰۱۴ ایران نسبت به الجزایر فاقد مزیت صادراتی شده و نسبت به تونس نیز در سال ۲۰۱۴ مزیت صادراتی ایران در بازار روسیه در رقابت با تونس از دست رفته است و لذا صادرات این کشورها با ادامه روند فعلی تهدیدی برای صادرات بلندمدت ایران به روسیه خواهد بود.

جدول (۲-۷۵): مزیت صادراتی خرمای ایران در مقابل رقبای اصلی در بازار روسیه

سال	تونس	الجزایر	فلسطین	ترکیه	چین
۲۰۰۱	۲۹۶,۰۶۶	۶۹,۱۶۶	۴۰,۸۵۳	۰,۳۸۱	۴,۸۰۷
۲۰۰۲	۴۷,۳۸۲	۵۴,۵۰۶	۲۱,۵۲۸	۰,۵۴۹	۱,۶۲۶
۲۰۰۳	۵,۲۲۶	۱۹,۶۴۲	۶۵,۲۲۰	۰,۶۳۱	۰,۳۷۷
۲۰۰۴	۲۵,۹۴۱	۱۹,۹۴۷	۲۹۰,۰۵۱	۳,۱۱۵	۰,۸۵۶
۲۰۰۵	۴,۴۱۵	۱۷,۰۶۳	۶۶,۱۱۷	۱۳,۳۶۶	۰,۳۶۷
۲۰۰۶	۳,۴۹۷	۵,۲۹۷	۵۱,۱۰۶	۱۷,۲۴۹	۰,۲۷۰
۲۰۰۷	۷,۲۶۶	۵,۹۱۵	۱۴,۳۰۹	۳,۴۵۷	۰,۳۸۲
۲۰۰۸	۵,۱۸۴	۸,۵۳۹	۳۲,۹۰۸	۱۱,۷۱۶	۱,۳۵۶
۲۰۰۹	۳,۳۱۱	۵,۴۶۱	۱۰,۸۹۰	۱۱,۷۵۶	۶,۳۴۳
۲۰۱۰	۲,۷۰۱	۶,۷۷۵	۱۲,۱۴۳	---	۴,۵۳۲
۲۰۱۱	۱,۷۱۹	۱,۸۵۹	۹,۸۴۷	۲,۷۱۴	۷,۰۰۳
۲۰۱۲	۱,۳۴۶	۰,۷۰۱	۷,۷۸۳	۱۱۴,۹۳۹	۵,۴۸۲
۲۰۱۳	۱,۰۷۱	۰,۶۰۰	۴,۴۰۹	۱۰۴,۹۴۵	۴,۱۷۳
۲۰۱۴	۰,۶۷۴	۰,۲۱۴	۲,۳۵۵	۳,۸۹۴	۱,۳۳۳

مأخذ: یافته‌های پژوهش علامت --- به معنی آن است که کشور رقیب در آن سال به کشور هدف مورد نظر صادراتی نداشته است.

صادرات خرمای ایران به استرالیا نیز رقبای متعددی در بازار این کشور دارد. بطوریکه در سال‌های اخیر صادرات ایران نسبت به کشورهای رقیبی مانند پاکستان، امارات، تونس، فلسطین، مکزیک و عربستان حائز مزیت در بازار استرالیا بوده اما نسبت به کشورهای ترکیه و امریکا صادرات ایران فاقد مزیت صادراتی در بازار استرالیا بوده است. لذا صادرات این کشورها با ادامه روند فعلی تهدیدی برای صادرات بلندمدت ایران به استرالیا خواهد بود.

جدول (۲-۷۶): مزیت صادراتی خرمای ایران در مقابل رقبای اصلی در بازار استرالیا

عربستان	مکزیک	فلسطین	تونس	امارات	پاکستان	امریکا	ترکیه	سال
۱۴۳,۸۳۰	---	۳,۷۷۹	۳۰,۸۷۴	۸۳,۷۳۵	۲۲,۲۳۹	۰,۶۳۳	۰,۶۸۳	۲۰۰۱
۲۳۴,۱۳۰	۰,۴۴۷	۶,۶۵۰	۱۵,۴۹۶	۷۵,۷۳۱	۲۳۲۲,۳۸۰	۰,۲۷۶	۰,۴۴۶	۲۰۰۲
۱۱۴,۰۲۱	۱,۸۷۶	۴,۵۵۱	۲۶,۳۷۹	۸۰,۹۴۶	۱۲۳,۳۹۷	۰,۳۸۸	---	۲۰۰۳
۷۵۰,۱۳۷	۲,۸۱۵	۱۸,۹۷۲	۵۰,۰۸۸	۳۹,۶۱۸	۲۱۱۶,۶۸۲	۱,۱۴۱	۱۸,۳۴۲	۲۰۰۴
۵۰,۴۸۷	۰,۵۳۶	۶,۷۹۷	۴۲,۱۳۱	۷۷,۰۷۳	---	۰,۴۴۲	۵,۹۸۶	۲۰۰۵
۲۴,۴۱۳	۰,۳۸۱	۴,۸۱۶	۱۰,۵۲۴	۸,۱۳۹	---	۰,۳۲۸	۰,۹۴۲	۲۰۰۶
۴۰,۷۹۶	۲,۵۱۳	۷,۲۴۵	۴۴,۷۱۸	۴۲,۶۴۹	۲۲۳۲,۲۷۵	۰,۳۰۰	۱,۱۳۵	۲۰۰۷
۱۰۰,۷۰۲	۰,۷۴۲	۱۲,۹۱۵	۲۵,۹۰۲	۶۲,۶۳۲	۱۱۵,۳۳۷	۰,۴۱۵	۰,۶۶۲	۲۰۰۸
۴۹,۱۹۹	۱,۱۹۷	۳,۳۹۰	۹,۱۲۶	۱۴,۹۴۲	۸۲,۷۵۳	۰,۴۰۶	۰,۰۹۱	۲۰۰۹
۱۱۵,۱۷۹	۱,۰۰۵	۱۰,۳۲۵	۹,۷۰۳	۱۰,۵۷۱	۱۳,۰۲۸	۰,۲۴۰	۰,۱۶۵	۲۰۱۰
۳۵,۱۷۴	۱,۰۷۱	۹,۳۸۶	۱۲,۱۹۸	۳,۳۳۳	۵,۱۲۰	۰,۲۱۰	۰,۳۳۳	۲۰۱۱
۴۱,۲۹۹	۰,۸۳۹	۶,۰۴۵	۱۸,۸۷۶	۴,۶۵۰	۹,۳۸۵	۰,۲۶۲	۰,۱۴۷	۲۰۱۲
۷۰,۰۳۵	۱,۰۷۳	۹,۳۲۴	۹,۲۶۷	۴,۹۳۶	۴,۷۵۵	۰,۳۳۱	۰,۰۴۳	۲۰۱۳
۴۵,۲۳۷	۳,۶۵۵	۱۳,۹۴۲	۹,۶۶۶	۲۳,۳۸۰	۵,۷۹۳	۰,۵۵۵	۰,۰۴۲	۲۰۱۴

مأخذ: یافته‌های پژوهش علامت --- به معنی آن است که کشور رقیب در آن سال به کشور هدف مورد نظر صادراتی نداشته است.

در بازار هند نیز مشاهده می‌شود که مزیت صادراتی خرمای ایران در رقابت با رقبایی مانند عراق، عمان و پاکستان از دست رفته و صادرات این کشورها تهدیدی برای صادرات با ثبات ایران به هند خواهد بود. در مورد رقیبی مانند امارات نیز پس از یک افت مزیت در سال ۲۰۱۴ مجدداً ایران حائز مزیت در رقابت با امارات در بازار هند بوده است.

جدول (۲-۷۷): مزیت صادراتی خرماي ایران در مقابل رقبای اصلی در بازار هند

سال	عراق	پاکستان	امارات	عمان
۲۰۰۱	---	۱,۰۹۱	۹,۱۶۵	۱,۹۱۴
۲۰۰۲	۵۳,۴۱۱	۳,۲۲۸	۳۶,۷۹۰	۱,۱۰۹
۲۰۰۳	---	۲,۹۵۱	۶۵,۲۰۷	۰,۰۰۱
۲۰۰۴	---	۳,۴۸۱	۵۰,۴۶۶	۴,۷۹۸
۲۰۰۵	---	۲,۱۲۱	۶۷,۱۹۹	۲,۰۴۹
۲۰۰۶	---	۱,۵۸۸	۷,۹۸۵	۱,۳۲۵
۲۰۰۷	---	۱,۱۵۰	۴۰,۰۴۵	۱,۸۳۳
۲۰۰۸	۶,۰۶۹	۱,۰۵۶	۲۸,۴۱۵	۱,۳۶۳
۲۰۰۹	۰,۱۸۳	۰,۱۵۳	۰,۷۳۳	۰,۲۱۰
۲۰۱۰	۰,۱۲۰	۰,۱۱۲	۰,۴۶۱	۰,۱۶۱
۲۰۱۱	۰,۱۷۷	۰,۱۵۴	۱,۱۲۰	۰,۱۹۳
۲۰۱۲	۰,۴۰۳	۰,۵۹۸	۰,۷۷۰	۰,۳۵۱
۲۰۱۳	۰,۴۲۴	۰,۲۲۵	۰,۷۲۱	۰,۵۰۹
۲۰۱۴	۰,۳۶۷	۰,۱۳۵	۲,۵۶۶	۰,۴۴۱

مأخذ: یافته‌های پژوهش علامت --- به معنی آن است که کشور رقیب در آن سال به کشور هدف مورد نظر صادراتی نداشته است.

در بازار ترکیه نیز جهت صادرات خرما نتایج بررسی نشان می‌دهد که ایران نسبت به رقبای خود در بیشتر سال‌ها حائز مزیت بوده است. روند بهبود مزیت صادراتی هرچند صعودی بوده اما همراه با نوسانات متعددی طی سال‌های مورد بررسی بوده است. در هر صورت وضعیت فعلی ایران در بازار ترکیه همراه با مزیت خواهد بود، لذا می‌توان با توسعه صادرات در این کشور به حضور بلندمدت صادرکنندگان ایرانی امیدوار بود.

جدول (۲-۷۸): مزیت صادراتی خرماي ایران در مقابل رقبای اصلی در بازار ترکیه

سال	عربستان	تونس	فلسطین	عراق	مصر	سوریه
۲۰۰۱	۱,۸۷۰	۱,۰۶۴	۰,۷۵۵	---	۰,۶۴۱	---
۲۰۰۲	۳,۲۹۳	۱۱,۶۵۲	۱۹,۱۷۰	---	۰,۹۰۵	۰,۰۰۰
۲۰۰۳	۵,۳۳۵	۲,۴۷۴	---	۰,۵۶۷	۱,۹۶۹	۰,۰۲۸
۲۰۰۴	۳,۲۲۶	۴,۹۷۹	۲۴,۹۹۲	۰,۸۵۱	۰,۲۹۴	۰,۱۶۸
۲۰۰۵	۲,۳۶۳	۴,۱۴۷	۲۴,۶۳۱	۴,۳۷۱	۱۳,۱۰۶	۲,۳۴۷
۲۰۰۶	۲,۹۴۵	۳,۵۴۹	۳,۴۸۳	۵,۵۰۷	۱,۷۵۸	---
۲۰۰۷	۱,۵۸۸	۴,۵۷۱	۹,۳۰۴	۴۴,۳۷۲	---	---
۲۰۰۸	۱,۳۰۶	۲,۵۸۳	۴,۷۷۷	۱۸۱,۲۹۱	۱۱,۶۱۷	---
۲۰۰۹	۱,۱۴۴	۲,۶۹۳	۲,۰۳۴	---	۷,۵۸۶	---
۲۰۱۰	۱,۳۶۰	۲,۱۴۴	۱,۶۹۵	۶۹,۰۵۰	۱۹,۲۲۳	---
۲۰۱۱	۲,۱۴۸	۲,۵۲۹	۲,۴۲۷	۳۶,۵۵۷	۱۵,۶۶۹	---
۲۰۱۲	۱,۶۱۷	۳,۶۵۱	۲,۰۶۴	۷۸,۴۱۰	---	---
۲۰۱۳	۱,۳۱۶	۲,۶۷۴	۱,۵۹۸	---	۱۸۱,۰۹۵	---
۲۰۱۴	۱,۸۰۶	۴,۳۸۵	۲,۴۰۶	۳۶۵,۱۳۵	۱۰,۲۳۹	---

مأخذ: یافته‌های پژوهش علامت --- به معنی آن است که کشور رقیب در آن سال به کشور هدف مورد نظر صادراتی نداشته است.

در بازار پاکستان نیز جهت صادرات خرما نتایج بررسی مشابه بازار هدف ترکیه بوده و نتایج نشان می‌دهد که ایران نسبت به رقبای خود در بیشتر سال‌ها حائز مزیت بوده است. روند مزیت صادراتی همچنان با نوسانات متعددی طی سال‌های مورد بررسی همراه بوده است. در هر صورت وضعیت فعلی ایران در بازار پاکستان نیز مشابه ترکیه همراه با مزیت خواهد بود، لذا می‌توان با توسعه صادرات در این کشور به حضور بلندمدت صادرکنندگان ایرانی امیدوار بود.

جدول (۲-۷۹): مزیت صادراتی خرماي ایران در مقابل رقبای اصلی در بازار پاکستان

امارات	عربستان	عراق	سال
۱,۶۱۰	۴,۳۱۷	۶۳۵,۸۰۷	۲۰۰۱
۱,۶۸۳	۴۷,۴۴۲	۱۲۰۲,۵۲۲	۲۰۰۲
۰,۸۶۱	۷,۳۸۰	---	۲۰۰۳
۰,۹۴۰	۱۶,۲۲۱	---	۲۰۰۴
۳,۹۷۰	۱,۸۸۱	---	۲۰۰۵
۰,۳۴۲	۵,۱۸۸	---	۲۰۰۶
۲,۳۳۵	۰,۹۳۹	---	۲۰۰۷
۷,۱۰۸	۰,۸۰۷	۱۷,۰۳۵	۲۰۰۸
۱۱,۶۱۷	۴,۰۵۸	۱۷,۲۴۷	۲۰۰۹
۶,۲۹۴	۳,۸۷۰	۷۳,۴۱۶	۲۰۱۰
۶,۳۲۳	۱,۹۴۰	۱۲,۴۸۵	۲۰۱۱
۰,۲۸۴	۱۴,۰۸۹	۸,۴۰۳	۲۰۱۲
۱,۰۳۶	۳۱,۷۷۱	۱۹,۱۶۲	۲۰۱۳
۲,۵۹۴	۳۹,۵۷۷	۱۱,۰۴۷	۲۰۱۴

مأخذ: یافته‌های پژوهش علامت --- به معنی آن است که کشور رقیب در آن سال به کشور هدف مورد نظر صادراتی نداشته است.

در مورد صادرات خرمای ایران به امارات، هرچند ایران نسبت به یکی از رقبای خود یعنی عربستان، همواره حائز مزیت صادراتی شده است اما نسبت به رقیب دیگر خود یعنی عراق در این بازار بویژه از سال ۲۰۰۳ به بعد حائز مزیت صادراتی نبوده و در صورتی که صادرات عراق در مورد محصول خرما توسعه یابد، صادرات ایران به امارات با تهدید جدی روبرو خواهد شد.

جدول (۲-۸۰): مزیت صادراتی خرمای ایران در مقابل رقبای اصلی در بازار امارات

عربستان	عراق	سال
۴,۳۱۵	---	۲۰۰۱
۱,۲۷۲	۶۴,۷۸۹	۲۰۰۲
۲,۵۲۶	۰,۵۵۵	۲۰۰۳
---	---	۲۰۰۴
۴,۰۴۳	۰,۷۲۷	۲۰۰۵
۱,۱۷۱	---	۲۰۰۶
۱,۸۰۲	۰,۳۷۷	۲۰۰۷
۲,۲۹۳	۰,۶۳۲	۲۰۰۸
---	---	۲۰۰۹
---	---	۲۰۱۰
۱,۴۵۷	---	۲۰۱۱
۲,۰۹۲	۰,۵۶۲	۲۰۱۲
۱,۷۴۹	۰,۵۰۷	۲۰۱۳
۱,۷۵۷	۰,۴۰۱	۲۰۱۴

مأخذ: یافته‌های پژوهش علامت --- به معنی آن است که کشور رقیب در آن سال به کشور هدف مورد نظر صادراتی نداشته است.

اما در کشور افغانستان، مزیت صادراتی خرماى ایران نسبت به رقیب اصلی خود در این کشور یعنی پاکستان، همواره وجود داشته است ایران در بازار افغانستان وضعیت مناسب تری نسبت به رقیب خود داشته است و بازار این کشور نیز می تواند در بلندمدت منافع پایداری برای صادرکنندگان ایرانی به همراه داشته باشد.

جدول (۲-۸۱): مزیت صادراتی خرماى ایران در مقابل رقبای اصلی در بازار افغانستان

پاکستان	سال
۴,۰۳۱	۲۰۰۱
۱۲,۶۱۰	۲۰۰۲
۷,۷۱۸	۲۰۰۳
۵۳,۶۸۱	۲۰۰۴
---	۲۰۰۵
۳۷,۶۴۶	۲۰۰۶
۹۲,۹۳۵	۲۰۰۷
---	۲۰۰۸
۴۷۱,۱۱۳	۲۰۰۹
۱۵۱۶,۱۰۸	۲۰۱۰
۱,۵۸۵	۲۰۱۱
۱,۷۴۵	۲۰۱۲
۳۴,۹۰۴	۲۰۱۳
---	۲۰۱۴

مأخذ: یافته‌های پژوهش علامت --- به معنی آن است که کشور رقیب در آن سال به کشور هدف مورد نظر صادراتی نداشته است.

صادرات خرما ایران به انگلیس رقبای بسیار متعددی در بازار این کشور دارد. بطوریکه صادرات ایران در مقایسه با بسیاری از کشورهای رقیب حائز مزیت بوده اما کشورهایی که در آینده می‌توانند در صورت توسعه صادرات خرما به انگلیس رقیبی جدی برای ایران تلقی شوند عبارتند از: پاکستان، فلسطین، فرانسه، آلمان، هلندف ترکیه و آفریقای جنوبی. البته در مورد پاکستان، تونس و امریکا نیز در سال ۲۰۱۴ مزیت ایران در رقابت با این کشورها برای صادرات خرما به انگلیس افت کرده است و ادامه روند فعلی، این کشورها نیز به عنوان تهدیدی برای صادرات ایران به روسیه مطرح خواهند شد.

جدول (۲-۸۲): مزیت صادراتی خرمای ایران در مقابل رقبای اصلی در بازار انگلیس

سال	پاکستان	فلسطین	امارات	تونس	عربستان	فرانسه	امریکا	الجزایر	آلمان	هلند	ترکیه	آفریقای جنوبی
۲۰۰۰	۸,۰۰۰	۰,۲۱۷	۱۸۶,۲۷۹	۲,۰۱۵	۶,۹۰۶	۰,۲۰۱	۰,۴۲۲	---	۱,۸۶۵	۰,۷۴۹	۴,۴۹۹	۲,۲۴۷
۲۰۰۱	۵,۸۷۷	۰,۳۲۸	۲۰۳,۷۰۶	۱,۶۲۸	۴,۰۸۱	۰,۲۴۹	۰,۵۳۸	---	۱,۰۰۱	۰,۵۴۵	۱,۲۲۸	۰,۱۶۳
۲۰۰۲	۳,۲۷۵	۰,۲۶۳	۴۵,۰۰۵	۱,۰۸۶	۲,۷۶۱	۰,۳۱۴	۰,۴۱۵	۵۷,۰۳۰	۰,۵۹۸	۰,۴۹۸	۳,۳۵۵	۰,۱۲۹
۲۰۰۳	۱۰,۳۶۸	۰,۹۵۰	۲۰۳,۶۳۲	۴,۱۷۳	۱۳,۴۷۳	۰,۹۵۹	۱,۴۳۰	۴۸,۲۱۰	۲,۰۰۰	۱,۱۶۴	۱۷,۰۷۳	۰,۴۲۲
۲۰۰۴	۵,۸۰۶	۰,۶۱۵	۱۱۸۹,۸۵۲	۲,۰۷۶	۵,۳۷۲	۰,۳۶۲	۰,۸۳۲	۴۲,۲۲۸	۰,۸۶۷	۰,۱۰۷	۲۸,۲۲۷	۰,۲۸۹
۲۰۰۵	۷,۷۶۷	۰,۵۳۹	۴۳۸,۶۷۵	۱,۹۵۵	۴,۳۶۳	۰,۲۶۴	۰,۸۲۷	۲۸,۶۵۱	۱,۶۵۷	۰,۸۳۷	۳۵,۵۱۰	۰,۱۵۰
۲۰۰۶	۶,۷۱۲	۰,۳۳۳	۵۴۴,۲۵۲	۳,۸۲۳	۳,۷۹۸	۰,۵۵۳	۰,۹۳۰	۱۰,۷۷۷	۱,۴۳۱	۱,۶۴۹	۱,۴۷۶	۰,۳۰۵
۲۰۰۷	۵,۶۶۶	۰,۷۴۱	۲۰۲,۷۵۰	۴,۷۸۴	۰,۰۱۹	۰,۲۳۱	۰,۷۴۲	---	۱,۶۶۸	۱,۲۷۰	۰,۴۷۵	۰,۳۳۵
۲۰۰۸	۷,۱۸۶	۰,۵۵۳	۳۸,۶۵۳	۴,۴۲۱	۰,۲۲۰	۰,۷۲۴	۱,۶۸۹	---	۱,۱۶۴	۲,۶۵۸	۰,۷۵۷	۰,۴۰۸
۲۰۰۹	۱,۷۸۹	۰,۶۱۷	۲۲,۷۶۳	۲,۰۰۶	۶,۷۰۵	۰,۳۳۶	۱,۷۲۹	۱۳,۸۷۱	۰,۴۹۱	۰,۴۱۴	۰,۱۵۱	۰,۳۵۹
۲۰۱۰	۱,۵۴۶	۰,۸۳۵	۱۱,۵۱۷	۲,۶۳۳	۳,۴۸۶	۰,۳۳۶	۰,۸۸۶	۲,۹۰۲	۰,۶۵۴	۰,۶۲۵	۰,۰۷۰	۰,۶۱۵
۲۰۱۱	۳,۰۹۵	۰,۷۲۷	۷,۵۲۹	۱,۴۹۵	۲,۱۸۰	۰,۳۰۰	۱,۰۷۴	۱,۲۱۳	۰,۳۱۰	۰,۵۴۹	۰,۱۰۶	۱,۱۳۳
۲۰۱۲	۱,۴۴۲	۰,۷۸۹	۲,۳۷۱	۱,۶۸۹	۲,۷۱۸	۰,۱۸۸	۱,۰۵۵	۰,۷۵۵	۰,۴۳۲	۰,۴۲۵	۰,۷۰۲	۰,۶۳۴
۲۰۱۳	۰,۳۳۵	۰,۴۳۶	۱,۹۷۸	۰,۸۰۹	۱,۹۴۳	۰,۲۲۷	۰,۵۵۰	۰,۳۹۴	۰,۳۰۷	۰,۴۴۵	۰,۴۳۸	۰,۲۹۷

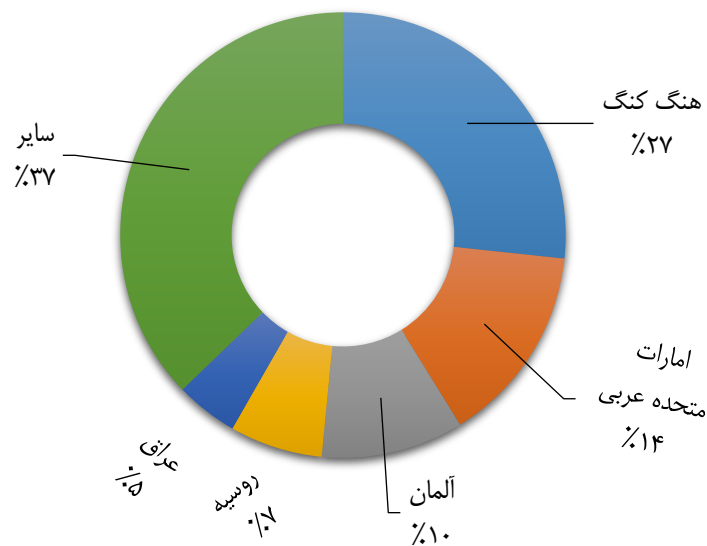
مأخذ: یافته‌های پژوهش علامت --- به معنی آن است که کشور رقیب در آن سال به کشور هدف مورد نظر صادراتی نداشته است.

۲-۸- تبیین وضعیت رقبای ایران در بازار مهمترین محصولات صادراتی ایران

برای بررسی وضعیت رقبای کشور در بازار مهمترین محصولات صادراتی ایران نیاز به شناسایی مهمترین بازارهای صادراتی هر محصول است.

۲-۸-۱- بررسی رقبای ایران در مقصدهای صادراتی پسته

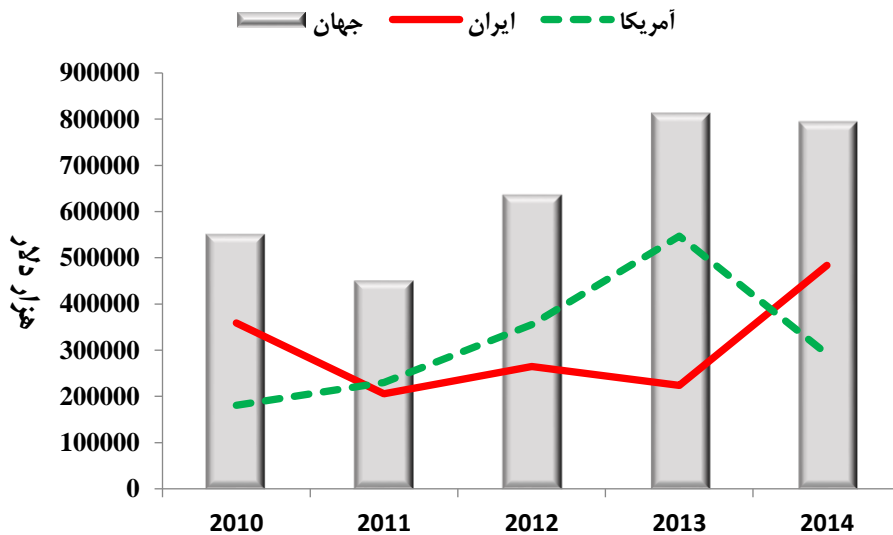
نمودار (۲-۵۱) نشان می‌دهد در ۱۰ ساله اخیر کشورهای هنگ کنگ (۲۷ درصد)، امارات (۱۴ درصد)، آلمان (۱۰ درصد)، روسیه (۷ درصد) و عراق (۵ درصد) مهمترین مقصدهای صادراتی پسته ایران بودند. با توجه به اینکه امارات متحده عربی بیشتر به صادرات مجدد پسته ایران می‌پردازد و بازار نهایی این محصول نیست و آمار بازار این کشور بعد از ۲۰۰۸ در اختیار نیست، وضعیت رقبا در این بازار بررسی نشده است. بررسی بازار هنگ کنگ نشان می‌دهد تنها رقیب ایران در این کشور آمریکا است و هر زمان که سهم ایران در این بازار افت کرده است، آمریکا جای ایران را پر کرده است. در سال ۲۰۱۰ ایران ۳۵۹ میلیون دلار پسته و آمریکا ۱۸۰ میلیون دلار پسته به این کشور صادر کرد. در این سال سهم ایران ۲ برابر آمریکا در این بازار بود و نزدیک به ۷۰ درصد بازار هنگ کنگ در اختیار ایران بود.



نمودار ۲-۵۱- مهمترین مقاصد صادراتی پسته در ۱۰ ساله اخیر

ماخذ: مرکز تجارت جهانی www.trademap.org

اما در فاصله سال‌های ۲۰۱۱-۲۰۱۳ (به طور عمده به دلیل تحریم‌ها) آمریکا سهم بیشتری از بازار این کشور داشت. در سال ۲۰۱۱ ایران ۲۰۵ میلیون دلار پسته به هنگ کنگ صادر کرد و در مقابل آمریکا ۲۳۰ میلیون دلار پسته به این بازار صادر کرد. سهم آمریکا در این بازار به تدریج افزایش یافته به گونه‌ای که در سال ۲۰۱۳ سهم آمریکا به بیش از ۲ برابر ایران افزایش یافت و حدود ۷۵ درصد این بازار را در اختیار گرفت. در این سال آمریکا ۵۴۷ و ایران ۲۲۴ میلیون دلار پسته به بازار هنگ کنگ صادر کردند. اما در سال ۲۰۱۴ ایران سهم بیشتری از بازار هنگ کنگ را در اختیار گرفت و صادرات ایران به این بازار به ۴۸۴ میلیون دلار افزایش یافت، درحالی‌که صادرات آمریکا به این بازار با کاهش نزدیک به ۲ برابری به ۲۹۰ میلیون دلار افت کرد.



نمودار ۲-۵۲- ارزش واردات هنگ کنگ از کشورهای مختلف و سهم ایران در این بازار

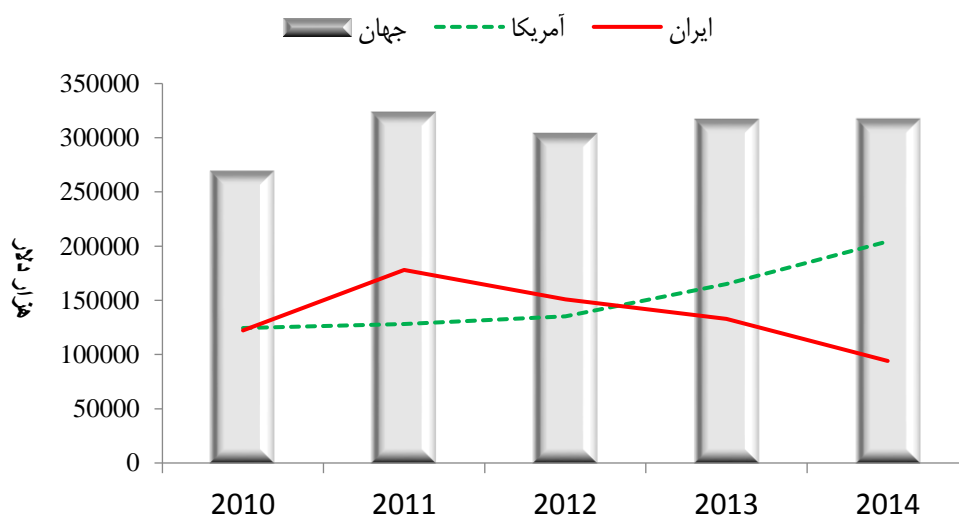
ماخذ: مرکز تجارت جهانی www.trademap.org

از نظر مزیت رقابتی در بازار هنگ کنگ قیمت صادراتی ایران به این بازار همواره از قیمت آمریکا کمتر بوده و در حالی که پسته صادراتی آمریکا به بازار هنگ کنگ در سال ۲۰۱۴ حدود ۹/۸ دلار بر کیلوگرم بود، قیمت پسته صادراتی ایران به این بازار ۸/۲ دلار/کیلوگرم بود و قیمت ایران بیش از ۱/۶ دلار/کیلوگرم از آمریکا کمتر بود. البته برخی کشورها مانند چین و ایتالیا در برخی سال‌ها پسته را با قیمت کمتری به این بازار صادر کرده‌اند که با توجه به اینکه این کشورها تولیدکننده عمده این محصول نیستند، قادر به رقابت با ایران نبودند.

جدول (۲-۸۳): وضعیت قیمت صادرکنندگان اصلی پسته با پوست (۰۸۰۲۵۱) به هنگ کنگ دلار/تن

صادرکنندگان	قیمت واحد در سال ۲۰۱۳	قیمت واحد در سال ۲۰۱۴
جهان	۸۰۶۸	۸۷۴۳
آمریکا	۸۴۹۷	۹۸۲۸
ترکیه	۷۱۲۹	۸۹۶۷
چین تایپه	۶۵۸۶	۸۳۶۰
ایران	۷۳۲۱	۸۲۲۰
امارات	۷۴۸۰	۸۲۱۴
چین	۷۳۲۴	۷۵۹۴
ایتالیا	۱۰۲۲۲	۶۴۴۰

ماخذ: مرکز تجارت جهانی www.trademap.org



نمودار ۲-۵۳- ارزش واردات آلمان از کشورهای منتخب و سهم ایران در این بازار

ماخذ: مرکز تجارت جهانی www.trademap.org

بررسی وضعیت بازار آلمان نیز نشان می‌دهد اصلی‌ترین رقیب ایران در این بازار نیز آمریکا است. روند صادرات پسته ایران و آمریکا به بازار آلمان نشان می‌دهد ایران در حال از دست دادن سهم خود در این بازار است. صادرات ایران از ۱۷۸ میلیون دلار در سال ۲۰۱۱ با روند کاهشی به ۹۴ میلیون دلار در سال ۲۰۱۴ کاهش یافت است و طی همین دوره صادرات آمریکا به آلمان از ۱۲۸ میلیون دلار در سال ۲۰۱۱ به ۲۰۴ میلیون دلار افزایش یافته است. در واقع حدود ۷۰ درصد بازار پسته آلمان در اختیار آمریکا قرار گرفته است. روند قیمت صادراتی ایران و آمریکا در بازار آلمان نیز نشان می‌دهد این قیمت‌ها به نفع آمریکا در حال تغییر است. در سال ۲۰۱۲ قیمت صادراتی ایران به آلمان ۶ دلار/کیلوگرم بود که این قیمت در سال ۲۰۱۴ به ۱۰ دلار/کیلوگرم افزایش یافته در حالیکه قیمت آمریکا از ۸ دلار/کیلوگرم به کمتر از ۱۰ دلار در سال ۲۰۱۴ افزایش یافته است. در واقع رشد قیمت پسته صادراتی ایران ۲ برابر قیمت صادراتی آمریکا به آلمان است. بازار پسته روسیه نیز در اختیار دو کشور ایران و آمریکا است. در این بازار نیز ایران در حال واگذاری سهم خود به آمریکا است. در سال ۲۰۱۰ ایران ۷۱ میلیون دلار پسته به این کشور صادر کرد در حالیکه آمریکا در این سال تنها ۱۰ میلیون دلار پسته به آمریکا صادر کرده است. اما طی یک روند کاهشی صادرات ایران به بازار روسیه در سال ۲۰۱۳ به ۵۰ میلیون دلار کاهش یافت و صادرات آمریکا با روندی افزایشی به ۵۵ میلیون دلار افزایش یافت. در سال ۲۰۱۴ نیز ایران ۳۲ میلیون دلار و آمریکا ۴۲ میلیون دلار به این بازار پسته صادر کرد.

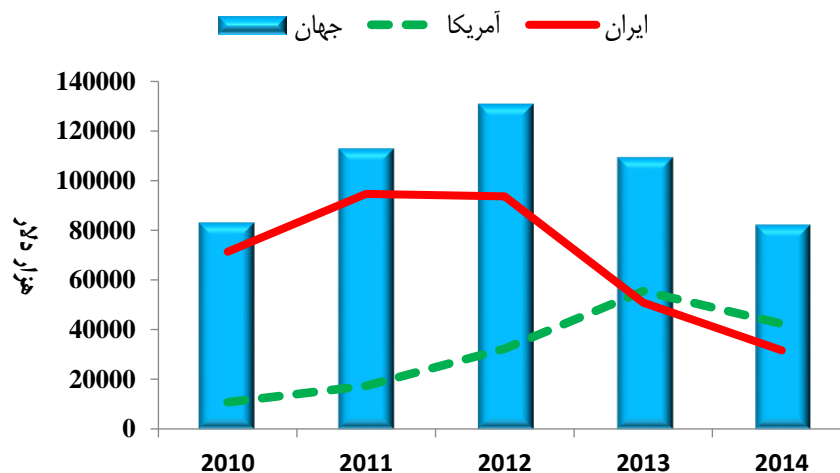
جدول (۲-۸۴): وضعیت قیمت صادرکنندگان اصلی پسته با پوست (۰۸۰۲۵۱) به آلمان دلاراتن

صادارکنندگان	قیمت واحد در سال ۲۰۱۲	قیمت واحد در سال ۲۰۱۳	قیمت واحد در سال ۲۰۱۴
جهان	۶۸۰۴	۸۳۷۴	۱۰۱۱۲
ایتالیا	۱۰۲۶۲	۱۰۵۸۹	۱۲۸۳۰
اسپانیا	۷۵۰۰	۸۰۰۰	۱۱۵۰۰
ایران	۶۱۱۹	۸۳۱۳	۱۰۲۵۱
آمریکا	۸۰۶۰	۸۳۵۷	۹۹۹۲

لیتوانی	۶۰۰۰	۸۵۰۰	۸۵۰۰
ترکیه	۱۷۳۰۸	۱۰۲۶۷	۶۵۰۰

ماخذ: مرکز تجارت جهانی www.trademap.org

واگذاری سهم ایران به آمریکا در بازار روسیه در شرایطی است که قیمت پسته ایران از ۶/۸ دلار/کیلوگرم در سال ۲۰۱۲ با ۳ دلار افزایش به ۹/۸ دلار در سال ۲۰۱۴ افزایش یافته و قیمت پسته صادراتی آمریکا از ۸ دلار/کیلوگرم با ۴ دلار افزایش به ۱۲ دلار/کیلوگرم افزایش یافته است. به نظر می‌رسد مشکلات تحریم در دوره مورد بررسی به افت سهم ایران در اکثر بازارها منجر شده است.



نمودار ۲-۵۴- ارزش واردات روسیه از کشورهای منتخب و سهم ایران در این بازار

ماخذ: مرکز تجارت جهانی www.trademap.org

جدول (۲-۸۵): وضعیت قیمت صادرکنندگان اصلی پسته با پوست (۰۸۰۲۵۱) به روسیه دلاراتن

صادرکنندگان	قیمت واحد در سال ۲۰۱۲	قیمت واحد در سال ۲۰۱۳	قیمت واحد در سال ۲۰۱۴
جهان	۷۱۱۵	۸۳۴۶	۷۵۳۷
آمریکا	۸۱۲۶	۹۹۲۵	۱۲۱۵۷
چین	۸۰۳۶	۷۹۴۳	۱۱۶۴۵
ایران	۶۸۲۰	۷۳۸۹	۹۸۲۳
قزاقستان		۱۷۰۰	۱۷۰۲

۱۲۷۴	۲۸۴۱	۴۲۵۳	بلاروس
	۹۰۳۳	۸۰۰۰	آرژانتین
	۷۳۱۳	۳۵۹۱	ترکیه

ماخذ: مرکز تجارت جهانی www.trademap.org

در بازار عراق به عنوان یکی از بازارهای عمده صادراتی کشور، رقیب عمده‌ای وجود ندارد و از ۵۰ میلیون دلار واردات این کشور در سال ۲۰۱۴ بخش بسیار اندکی به ترکیه و هلند تعلق دارد و بقیه آن از ایران وارد شده است. قیمت پسته در بازار این کشور نیز تابع قیمت پسته صادراتی از ایران است.

جدول (۲-۸۶): ارزش واردات پسته عراق از کشورهای مختلف و سهم ایران در این بازار هزار دلار

صادرکنندگان	۲۰۱۲	۲۰۱۳	۲۰۱۴
جهان	۷۰۱	۷۴۷	۵۰۰۷۱
ایران			۴۹۹۷۶
هلند	۳	۹	۹
ترکیه	۶۹۸	۷۳۸	۸۶

ماخذ: مرکز تجارت جهانی www.trademap.org

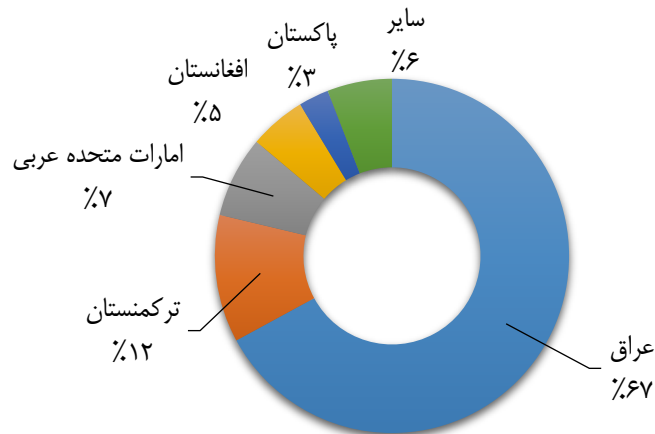
جدول (۲-۸۷): وضعیت قیمت صادرکنندگان اصلی پسته با پوست (۰۸۰۲۵۱) به عراق دلار/تن

صادرکنندگان	قیمت واحد در سال ۲۰۱۲	قیمت واحد در سال ۲۰۱۳	قیمت واحد در سال ۲۰۱۴
جهان	۱۱۸۸۱	۱۰۸۲۶	۱۰۷۷۰
ایران			۱۰۷۵۷
ترکیه	۱۱۸۳۱	۱۰۶۹۶	۲۸۶۶۷

ماخذ: مرکز تجارت جهانی www.trademap.org

۲-۸-۲- بررسی وضعیت رقبای ایران در مقصدهای صادراتی سیب

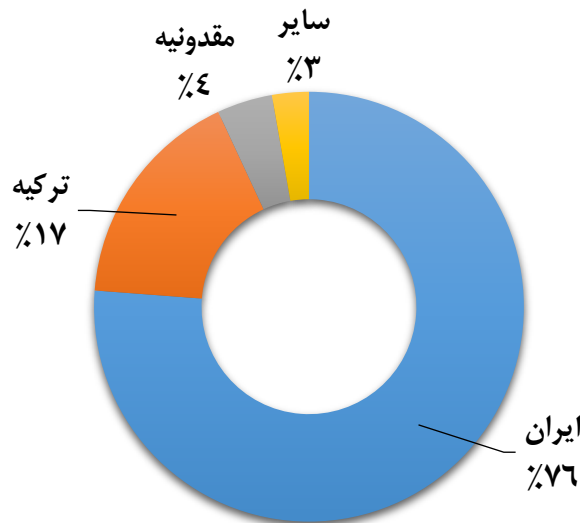
در ۱۰ ساله اخیر (۹۳-۱۳۸۴) عراق (۶۷ درصد)، ترکمنستان (۱۲ درصد)، امارات (۷ درصد)، افغانستان (۵ درصد) و پاکستان (۳ درصد) شرکای اصلی ایران در صادرات سیب بودند.



نمودار ۲-۵۵- سهم مقاصد صادراتی در تجارت ده ساله سیب ایران

ماخذ: مرکز تجارت جهانی www.trademap.org

۷۶ درصد بازار عراق در اختیار ایران است و ترکیه و مقدونیه سهم ۱۷ و ۴ درصدی در این بازار دارند. سهم سایر کشورها در این بازار اندک و در مجموع حدود ۳ درصد است. مقایسه قیمت صادراتی ایران به عراق با دو رقیب ایران نشان می‌دهد قیمت صادراتی ایران در سال ۲۰۱۱ حدود ۹۱۸ دلار/تن بوده که در سال ۲۰۱۴ به ۴۲۶ دلار/تن کاهش یافته است.



نمودار ۲-۵۶- سهم کشورهای اصلی در بازار صادراتی عراق برای سیب

ماخذ: مرکز تجارت جهانی www.trademap.org

قیمت سیب صادراتی ترکیه به بازار عراق از ۳۹۱ دلار/تن در سال ۲۰۱۱ به ۳۳۷ دلار/تن در سال ۲۰۱۴ کاهش یافته است. قیمت مقدونیه نیز در این بازار از ۳۱۰ دلار/تن به ۳۰۲ دلار/تن کاهش یافته است. ضمن اینکه قیمت سیب صادراتی از کویت و لبنان در سال ۲۰۱۴ حدود ۲۰۰ و ۲۱۶ دلار/تن بوده است. از این رو با وجود آنکه بازار سیب عراق در اختیار ایران است اما از نظر قیمت نسبت به رقبای اصلی و سایر کشورهای صادرکننده قیمت سیب صادراتی ایران بیشتر است.

جدول (۲-۸۸): وضعیت قیمت صادرکنندگان اصلی سیب به عراق دلار/تن

صادرکنندگان	۲۰۱۱	۲۰۱۲	۲۰۱۳	۲۰۱۴
جهان	۶۵۷	۳۳۶	۳۴۷	۳۹۸
ایران	۹۱۸			۴۲۶
ایتالیا	۷۹۳	۷۱۳	۹۰۷	۸۴۳
اردن	۹۷۲	۱۴۵۲	۲۲۹۲	۸۸۷
کویت		۵۰۰	۲۰۲	۲۱۶
لبنان	۱۲۳	۱۵۹	۱۶۶	۲۰۰
مولداوی	۱۱۹۳	۷۰۸	۲۳۵	۳۰۶
ترکیه	۳۹۱	۳۵۱	۳۶۶	۳۳۷
مقدونیه	۳۱۰	۲۶۸	۲۷۰	۳۰۲
مصر	۱۷۱۴	۹۵۸		۱۳۱۲

ماخذ: مرکز تجارت جهانی www.trademap.org

در بازار ترکمنستان نیز ایران نقش مسلط را دارد و از ۳۲ میلیون دلار واردات سیب این کشور در سال ۲۰۱۰ بیش از ۳۱/۶ میلیون دلار آن از ایران وارد شده است. در سال ۲۰۱۴ نیز ۲۲/۹ میلیون دلار از کل واردات ۲۳/۴ میلیون دلاری سیب این کشور از ایران وارد شده است. ترکیه رقیب ایران در این بازار است که سهم اندکی از بازار را در اختیار دارد.

جدول (۲-۸۹): ارزش واردات ترکمنستان از کشورهای مختلف و سهم ایران در این بازار هزار

صادرکنندگان	۲۰۱۰	۲۰۱۱	۲۰۱۲	۲۰۱۳	۲۰۱۴
جهان	۳۲۰۰۲	۱۷۱۷۱	۴۷۰	۶۳۲	۲۳۳۸۲
ایران	۳۱۶۷۲	۱۶۳۴۷			۲۲۸۵۵
ترکیه	۳۲۷	۴۹۹	۲۲۳	۵۹۶	۴۲۴
فرانسه	۰	۵۳	۲۰۰	۰	۵۵
لهستان	۰	۰	۰	۰	۲۲
مقدونیه	۰	۲۰	۰	۱۷	۱۷
هلند	۰	۰	۱۴	۰	۸

ماخذ: مرکز تجارت جهانی www.trademap.org



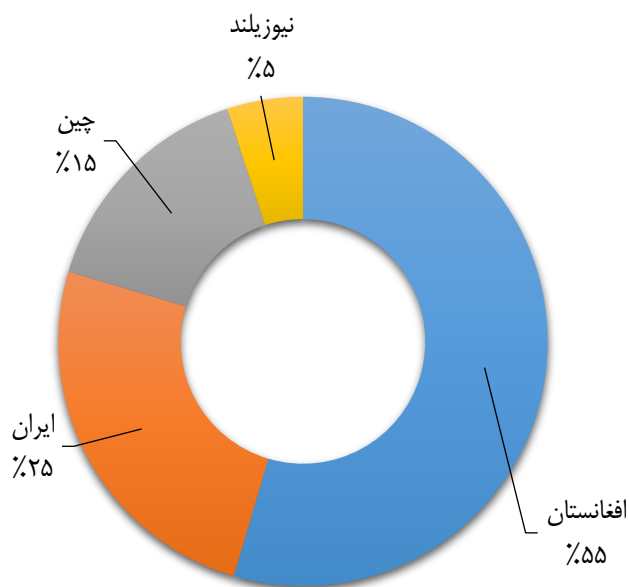
قیمت سیب صادراتی ایران به ترکمنستان از ۸۰۴ دلار/تن در سال ۲۰۱۱ به ۴۲۶ دلار/تن در سال ۲۰۱۴ کاهش یافته، اما قیمت ترکیه به عنوان رقیب اصلی ایران در این بازار از ۶۲۸ دلار/تن به ۸۵۷ دلار/تن افزایش یافته است. بر این اساس ایران در ایران بازار مزیت رقابتی دارد و امکان حفظ سهم بازاری آن وجود دارد.

جدول (۲-۹۰): وضعیت قیمت صادرکنندگان اصلی سیب به ترکمنستان دلاراتن

صادرنندگان	۲۰۱۱	۲۰۱۲	۲۰۱۳	۲۰۱۴
جهان	۷۹۴	۹۰۹	۶۹۱	۴۳۹
ایران	۸۰۴			۴۲۶
فرانسه	۱۲۰۵	۱۱۳۶		۱۳۴۱
هلند		۱۸۳۳		۹۱۳
لهستان				۳۷۹
ترکیه	۶۲۸	۹۶۰	۶۹۴	۸۵۷
مقدونیه	۴۸۸		۴۱۵	۴۰۵

ماخذ: مرکز تجارت جهانی www.trademap.org

در بازار پاکستان، افغانستان و چین رقیب جدی ایران هستند و در سال ۲۰۱۰ حدود ۸۲ درصد بازار این کشور در اختیار افغانستان و ۱۶ درصد در اختیار چین بود. در سال ۲۰۱۴ ایران بخشی از سهم افغانستان در این بازار را در اختیار گرفت و سهم ایران در بازار پاکستان به ۲۵ درصد افزایش یافت. اما همچنان افغانستان سهم ۵۴ درصدی در این بازار دارد و چین نیز ۱۵ درصد این بازار را در اختیار دارد.



نمودار ۲-۵۷- سهم کشورهای اصلی در بازار صادراتی پاکستان برای سیب

ماخذ: مرکز تجارت جهانی www.trademap.org

قیمت صادراتی ایران در بازار پاکستان از ۶۴۷ دلار/تن در سال ۲۰۱۰ به ۲۳۴ دلار/تن در سال ۲۰۱۴ کاهش یافته است. طی همین دوره قیمت صادراتی افغانستان از ۲۲۰ دلار/تن به ۳۵۳ دلار/تن افزایش و قیمت چین

نیز از ۲۰۸ دلار/تن به ۱۹۷ دلار/تن کاهش یافته است. افت حدود سه برابری قیمت ایران در بازار پاکستان و افزایش قیمت صادراتی سیب افغانستان در این بازار به انتقال سهم افغانستان به ایران در این بازار منجر شده است، اما همچنان صادرات به این بازار از سمت چین به علت قیمت صادراتی کمتر و افغانستان به علت فاصله و قیمت نزدیک به ایران تهدید می‌شود.

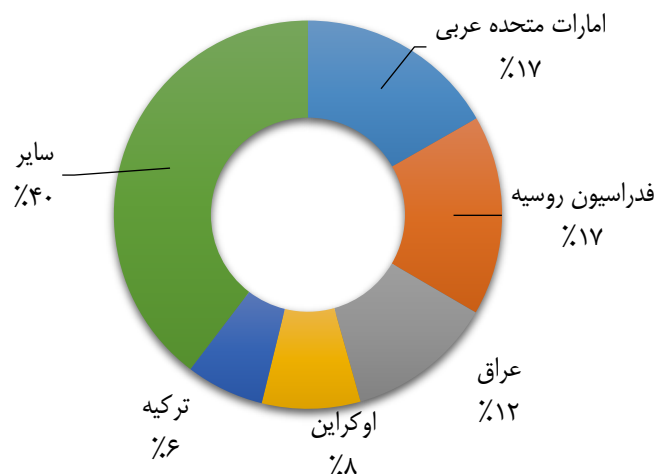
جدول (۲-۹۱): وضعیت قیمت صادرکنندگان اصلی سیب به پاکستان دلار/تن

صادرکنندگان	۲۰۱۰	۲۰۱۱	۲۰۱۲	۲۰۱۳	۲۰۱۴
جهان	۲۱۹	۲۳۲	۲۴۰	۲۸۲	۲۷۳
افغانستان	۲۲۰	۲۴۶	۲۹۶	۳۰۹	۳۵۳
ایران	۶۴۷	۲۳۰	۱۷۷	۱۷۶	۲۳۴
چین	۲۰۸	۲۰۲	۲۰۴	۲۰۲	۱۹۷
نیوزیلند		۲۱۷	۲۱۷	۱۹۷	۱۹۵
آمریکا		۲۱۴	۲۲۰	۲۱۷	۲۰۴
آفریقای جنوبی		۱۸۸	۱۹۹	۲۰۶	۱۹۰
شیلی		۲۰۸	۱۹۹	۲۰۴	۳۰۰
امارات	۲۸۶	۲۳۱	۲۸۶	۲۰۸	۱۸۲
برزیل	۲۱۵	۲۲۴	۲۰۰		۱۹۰

ماخذ: مرکز تجارت جهانی www.trademap.org

۲-۸-۳- بررسی رقبای ایران در مقصدهای صادراتی کشمش

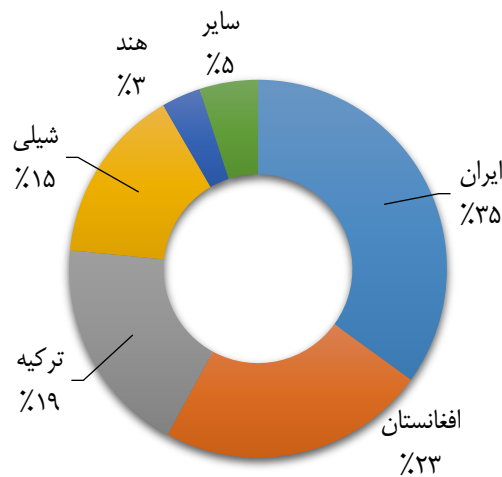
امارات متحده عربی (۱۷ درصد)، روسیه (۱۷ درصد)، عراق (۱۲ درصد)، اوکراین (۸ درصد) و ترکیه (۶ درصد) مقصد ۶۰ درصد کشمش صادراتی ایران هستند.



نمودار ۲-۵۸- مقاصد اصلی کشمش صادراتی ایران در ۱۰ ساله اخیر

ماخذ: مرکز تجارت جهانی www.trademap.org

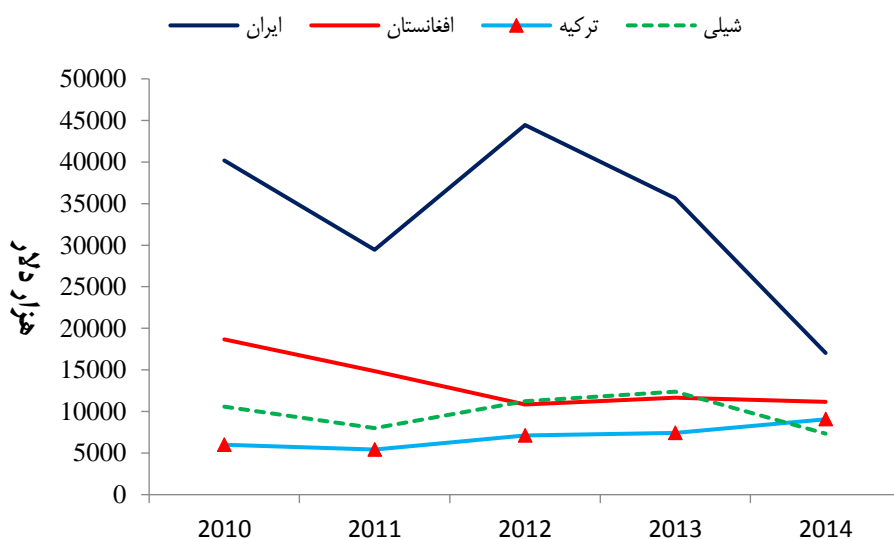
رقبای اصلی ایران در بازار روسیه کشورهای افغانستان (۲۳ درصد)، ترکیه (۱۹ درصد)، شیلی (۱۵ درصد) و هند (۳ درصد) هستند. روند صادرات ایران به روسیه نشان می‌دهد صادرات ایران در سال ۲۰۱۰ حدود ۴۰ میلیون دلار بود که با کاهش ۲۵ درصدی به ۲۹ میلیون دلار در سال ۲۰۱۱ کاهش یافت. در ادامه صادرات ایران به روسیه ۴۴ میلیون دلار افزایش یافت. اما بعد از سال ۲۰۱۲ صادرات کشمش به روسیه وارد روندی کاهشی شده است و ۱۷ میلیون دلار در سال ۲۰۱۴ کاهش یافت.



نمودار ۲-۵۹- ارزش واردات روسیه از کشورهای مختلف و سهم ایران در این بازار

ماخذ: مرکز تجارت جهانی www.trademap.org

با وجود افت شدید صادرات ایران به روسیه، هنوز ایران رتبه نخست را در این بازار دارد. صادرات افغانستان به عنوان مهمترین رقیب کشور از ۱۹ میلیون دلار در سال ۲۰۱۰ با روند کاهشی به ۱۱ میلیون دلار در سال ۲۰۱۴ کاهش یافته است. صادرات شیلی نیز با روندی کاهشی از ۱۱ میلیون دلار در سال ۲۰۱۰ به ۷ میلیون دلار در سال ۲۰۱۴ افت کرده است. ترکیه تنها کشوری است که روند صادرات آن به روسیه افزایشی است. صادرات ترکیه به روسیه از ۶ میلیون دلار در سال ۲۰۱۰ با روندی افزایشی به ۹ میلیون دلار افزایش یافته است. اگرچه با افت واردات روسیه، صادرات کشورهای اصلی نیز کاهش یافته است (به جز ترکیه) اما افت صادرات ایران شدیدتر از سایر کشورها است.



نمودار ۲-۶۰- روند واردات کشمش روسیه از مبدأهای اصلی واردات

ماخذ: مرکز تجارت جهانی www.trademap.org

جدول (۲-۹۲): وضعیت قیمت صادرکنندگان اصلی کشمش به روسیه (دلار/تن)

صادرکنندگان	۲۰۱۰	۲۰۱۱	۲۰۱۲	۲۰۱۳	۲۰۱۴
جهان	۱۴۰۱	۱۳۴۴	۱۴۲۸	۱۴۳۷	۱۲۵۹
ترکیه	۱۴۵۳	۱۱۵۹	۱۳۱۱	۱۳۲۱	۱۱۰۶
شیلی	۱۴۳۷	۱۵۱۶	۱۶۱۸	۱۶۰۷	۱۶۰۹
هند	۱۵۲۱	۱۵۲۱	۱۷۵۳	۱۶۱۷	۱۵۷۹
آفریقای جنوبی	۱۵۲۵	۱۵۰۱	۱۵۶۷	۱۶۲۸	۱۶۱۵
ایران	۱۵۳۲	۱۴۵۳	۱۷۲۶	۱۷۲۵	۱۷۷۶
چین	۱۳۶۶	۱۳۴۶	۱۳۷۲	۱۴۰۸	۱۴۰۷
افغانستان	۱۲۹۲	۱۰۹۷	۱۰۶۶	۱۱۷۲	۱۰۷۹

ماخذ: مرکز تجارت جهانی www.trademap.org

مقایسه قیمت صادراتی ایران با کشورهای رقیب نشان می‌دهد قیمت صادراتی کشمش ایران به روسیه از ۱۵۳۲ دلار/کیلوگرم در سال ۲۰۱۰ به ۱۷۷۶ دلار/کیلوگرم افزایش یافته است. قیمت صادراتی کشمش افغانستان به عنوان رقیب اصلی ایران از ۱۲۹۲ دلار/کیلوگرم در سال ۲۰۱۰ به ۱۰۷۹ دلار/کیلوگرم کاهش یافت. در واقع قیمت کشمش صادراتی افغانستان در سال ۲۰۱۴ حدود ۶۵ درصد کمتر از قیمت ایران است. قیمت کشمش صادراتی ترکیه نیز از ۱۴۵۳ دلار/کیلوگرم به ۱۱۰۶ دلار/کیلوگرم در سال ۲۰۱۴ کاهش یافت.

قیمت ترکیه نیز ۶۰ درصد کمتر از قیمت صادراتی کشمش ایران به روسیه است. اما قیمت کشمش صادراتی شیلی نیز از ۱۴۳۷ دلار/کیلوگرم به ۱۶۰۹ دلار/کیلوگرم افزایش یافت که این قیمت نیز کمتر از قیمت صادراتی ایران است. به نظر می‌رسد برای حفظ بازار روسیه نیاز به کاهش قیمت صادراتی کشمش به این کشور است.

جدول (۲-۹۳): ارزش واردات عراق از کشورهای مختلف و سهم ایران در این بازار هزار دلار

صادرکنندگان	۲۰۱۰	۲۰۱۱	۲۰۱۲	۲۰۱۳	۲۰۱۴
جهان	۳۴۵۱۴	۳۹۶۴۸	۳۸۵	۶۶۹	۳۶۲۲۵
ایران	۳۴۲۲۷	۳۹۳۵۳			۳۵۲۱۸
افغانستان	۰	۴۲	۱۷۸	۱۴۳	۵۰۱
شیلی	۰	۲۲۹	۱۲۷	۳۵۳	۴۳۲
هند	۰	۰	۰	۰	۳۱

ماخذ: مرکز تجارت جهانی www.trademap.org

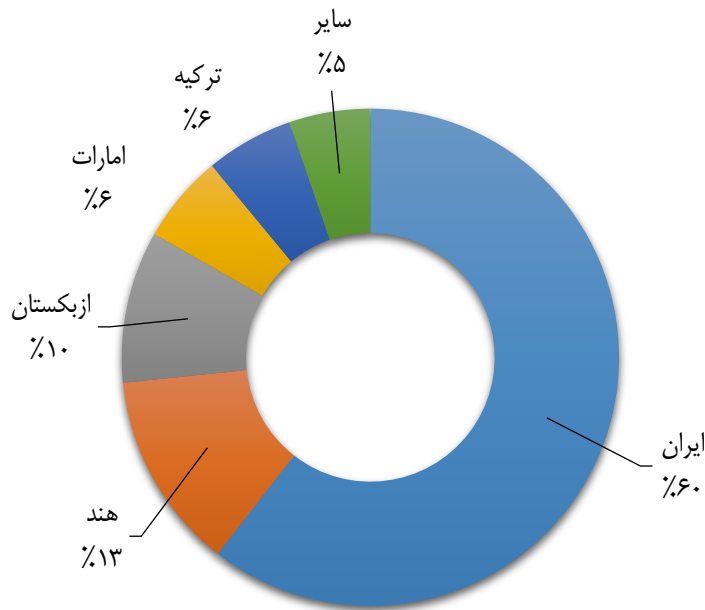
عراق مقصد صادراتی ۱۲ درصد کشمش صادراتی ایران است. در این بازار ایران رقیب جدی ندارد و درصد ناچیزی از کشمش وارداتی این کشور از سایر کشورها وارد شده است. قیمت صادراتی ایران در این بازار نسبت به رقبای بالقوه‌ای مانند ترکیه و شیلی بیشتر است.

جدول (۲-۹۴): وضعیت قیمت صادرکنندگان اصلی کشمش به عراق دلار/تن

صادرکنندگان	۲۰۱۱	۲۰۱۲	۲۰۱۳	۲۰۱۴
جهان	۲۱۳۰	۹۶۹	۳۹۲	۱۵۳۴
ایران	۲۲۰۷			۱۷۲۷
افغانستان	۱۹۰۹	۱۴۰۲	۱۴۰۲	۱۸۸۳
شیلی	۲۲۹۰	۲۱۱۷	۲۴۸۶	۲۷۰۰
ترکیه	۶۳۸	۲۳۳۳	۲۳۴۵	۵۲۶

ماخذ: مرکز تجارت جهانی www.trademap.org

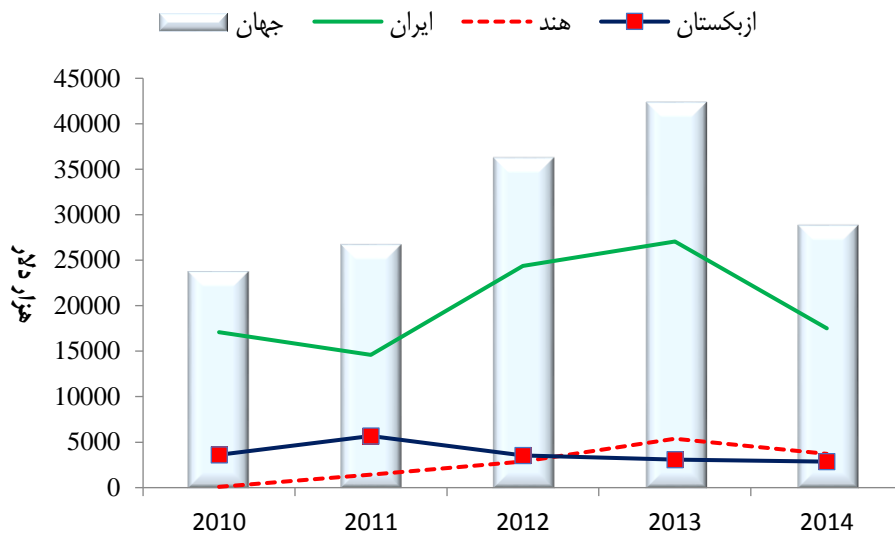
اکراین مقصد صادراتی ۸ درصد کشمش کشور است. ۶۰ درصد بازار این کشور در اختیار ایران است و رقبای ایران در این بازار هند با سهم ۱۳ درصدی، ازبکستان با سهم ۱۰ درصدی، امارات با سهم ۶ درصدی و ترکیه با سهم ۶ درصدی هستند.



نمودار ۲-۶۱- ارزش واردات اکراین از کشورهای مختلف

ماخذ: مرکز تجارت جهانی www.trademap.org

روند صادرات کشمش ایران به بازار اکراین نشان می‌دهد صادرات به این بازار با روندی افزایشی از ۱۷ میلیون دلار در سال ۲۰۱۰ به ۲۷ میلیون دلار در سال ۲۰۱۳ افزایش یافته است. اما در ادامه صادرات به این کشور به ۱۸ میلیون دلار در سال ۲۰۱۴ افت کرده است. صادرات ازبکستان به عنوان یکی از رقبای ایران در این بازار لا روندی کاهشی از ۶ میلیون دلار در سال ۲۰۱۱ به کمتر از ۳ میلیون دلار در سال ۲۰۱۴ کاهش یافته است. اما صادرات هند با روندی افزایشی از ۸۹ هزار دلار در سال ۲۰۱۰ به کمتر از ۴ میلیون دلار در سال ۲۰۱۴ افزایش یافته است.



نمودار ۲-۶۲- ارزش واردات کشمش اکراین از کشورهای مختلف و سهم ایران در این بازار (هزار دلار)

ماخذ: مرکز تجارت جهانی www.trademap.org

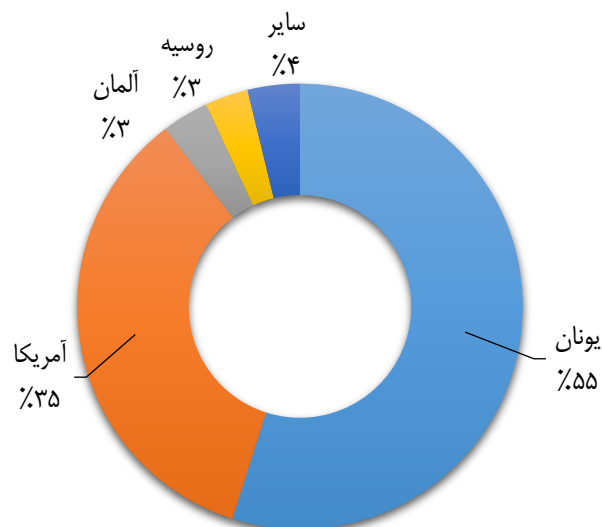
قیمت صادراتی ایران به اکراین از ۱۳۲۲ دلار/کیلوگرم در سال ۲۰۱۰ به ۱۹۰۲ دلار/کیلوگرم در سال ۲۰۱۴ افزایش یافته است. قیمت کشمش صادراتی هند در این دوره از ۱۳۲۵ دلار/کیلوگرم به ۱۴۷۵ دلار/کیلوگرم افزایش یافته است. قیمت کشمش صادراتی ازبکستان از ۱۵۱۰ دلار/کیلوگرم به ۱۹۶۴ دلار/کیلوگرم افزایش یافته است. در این بازار قیمت صادراتی ترکیه و هند کمتر از قیمت صادراتی ایران است و قیمت ترکیه کمی بیش از نصف قیمت صادراتی ایران است.

جدول (۲-۹۵): وضعیت قیمت صادرکنندگان اصلی کشمش به اکراین (دلار/تن)

صادرکنندگان	۲۰۱۰	۲۰۱۱	۲۰۱۲	۲۰۱۳	۲۰۱۴
جهان	۱۱۰۲	۹۳۹	۱۵۲۹	۱۶۸۷	۱۴۶۵
ترکیه	۸۹۵	۶۴۷	۱۳۵۴	۱۳۷۳	۱۱۲۲
ایران	۱۳۲۲	۱۱۶۹	۱۸۳۵	۲۰۰۹	۱۹۰۲
هند	۱۳۲۵	۱۳۰۶	۱۶۳۶	۱۷۵۶	۱۴۷۵
ازبکستان	۱۵۱۰	۱۴۴۸	۱۵۸۶	۱۹۲۵	۱۹۶۴
افغانستان	۱۳۰۳	۱۳۰۸	۲۰۹۷	۲۳۴۶	۲۲۵۴

ماخذ: مرکز تجارت جهانی www.trademap.org

ترکیه نیز که خود از صادرکنندگان کشمش است یکی از مقاصد صادراتی کشمش ایران است و ۶ درصد کشمش ایران به این کشور صادر شده است.



نمودار ۲-۶۳- ارزش واردات ترکیه از کشورهای مختلف

ماخذ: مرکز تجارت جهانی www.trademap.org

در این بازار ایران سهم بسیار ناچیزی دارد و کشورهای یونان (۵۵ درصد)، آمریکا (۳۵ درصد)، آلمان (۳ درصد)، روسیه (۳ درصد) بازار ترکیه را اشباع کرده‌اند. با این وجود قیمت کشمش صادراتی ایران به ترکیه از قیمت کشورهای اصلی صادرکننده به این بازار کمتر است و امکان افزایش سهم ایران در این بازار وجود دارد.

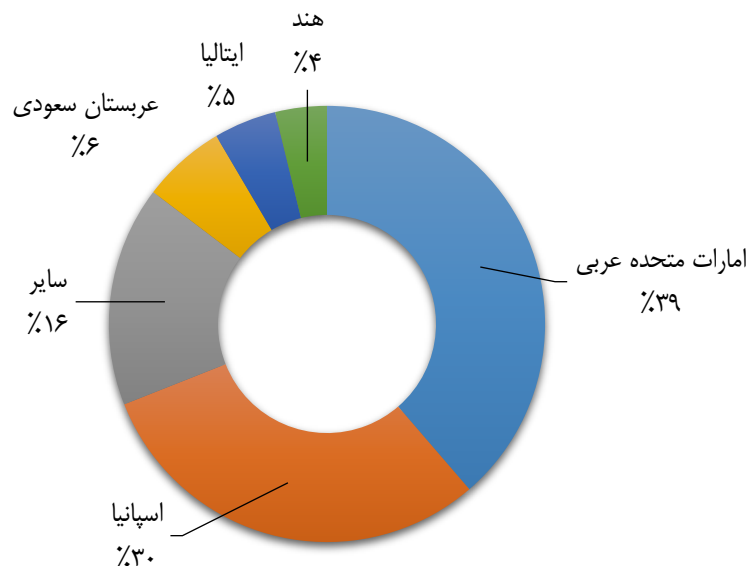
جدول (۲-۹۷): وضعیت قیمت صادرکنندگان اصلی کشمش به ترکیه دلار/تن

صادرکنندگان	۲۰۱۰	۲۰۱۱	۲۰۱۲	۲۰۱۳	۲۰۱۴
جهان	۱۷۳۰	۱۹۲۷	۱۹۷۴	۲۱۹۹	۲۶۴۲
یونان	۱۹۷۰	۲۰۶۸	۲۴۳۲	۲۸۴۳	۳۱۳۸
آمریکا	۱۶۸۳	۲۵۸۵	۲۶۸۶	۲۸۷۵	۳۱۴۲
روسیه		۸۳۷	۳۶۲۵	۱۷۸۲	۲۳۲۶
آلمان	۲۳۹۰	۲۵۶۸	۲۹۵۰	۳۰۵۰	۳۰۷۲
ایران	۱۶۳۹	۲۱۳۲		۱۶۸۷	۱۰۰۰

ماخذ: مرکز تجارت جهانی www.trademap.org

۲-۸-۴- بررسی وضعیت رقبای ایران در مقاصد صادراتی زعفران

کشورهای امارات متحده عربی (۳۹ درصد)، اسپانیا (۳۰ درصد)، عربستان (۶ درصد)، ایتالیا (۵ درصد) و هند (۳ درصد) مقاصد اصلی صادرات زعفران ایران هستند. البته کشورهای امارات متحده عربی و اسپانیا بازار نهایی چنین محصولی نیستند و نقش صادرات مجدد و فرآوری و بسته بندی و صادرات این محصول را بر عهده دارند.



نمودار ۲-۶۴- وضعیت بازارهای صادراتی زعفران ایران

ماخذ: مرکز تجارت جهانی www.trademap.org

در بازار اسپانیا به عنوان یکی از صادرکنندگان زعفران در جهان، ایران با تامین فراتر از ۹۵ درصد زعفران وارداتی این کشور نقش مسلط دارد. این کشور با وارد کردن زعفران از ایران و بسته بندی آن اقدام به صادرات مجدد آن می کند و در سایر بازارها به رقیبی جدی برای ایران تبدیل شده است.

جدول (۲-۹۸): ارزش واردات زعفران اسپانیا از کشورهای مختلف و سهم ایران در این بازار هزار دلار

صادرکنندگان	۲۰۱۰	۲۰۱۱	۲۰۱۲	۲۰۱۳	۲۰۱۴	سهم ۲۰۱۴	سهم ۲۰۱۰
جهان	۵۳۱۱۵	۳۸۷۱۵	۴۲۶۴۴	۳۸۸۰۹	۴۰۱۳۹	۱۰۰	۱۰۰
ایران	۵۱۲۳۴	۳۷۷۹۵	۴۲۰۲۲	۳۷۶۱۸	۳۸۰۲۴	۹۵	۹۶
یونان	۷۸	۰	۱۱۹	۲۹۸	۱۳۴۶	۳	۰
افغانستان	۱۳۳	۰	۶۶	۶۱۱	۵۱۹	۱	۰
هند	۳۳۹	۲۶۳	۰	۷	۱۲۵	۰	۱
مکزیک	۰	۰	۰	۰	۲۷	۰	۰

ماخذ: مرکز تجارت جهانی www.trademap.org

۶ درصد زعفران ایران به عربستان صادر شده است و در این بازار ایران نقش مسلط داشته و حدود ۹۰ درصد این بازار را در اختیار دارد. در این بازار اسپانیا به عنوان تنها رقیب جدی کشور ایران سهم حدود ۱۰ درصدی در اختیار دارد.

جدول (۲-۹۹): ارزش واردات عربستان از کشورهای مختلف و سهم ایران در این بازار هزار دلار

صادرکنندگان	۲۰۰۹	۲۰۱۰	سهم ۲۰۱۰	۲۰۱۱	۲۰۱۲	۲۰۱۳	سهم ۲۰۱۳
جهان	۱۹۱۴	۴۷۲۸	۱۰۰	۶۸۸۴	۷۹۹۷	۸۳۱۳	۱۰۰
ایران	۱۹۱۴	۴۱۸۵	۸۹	۶۳۵۵	۷۴۵۸	۷۲۹۶	۸۸
اسپانیا	۰	۴۸۱	۱۰	۳۱۲	۵۰۹	۸۱۰	۱۰

ماخذ: مرکز تجارت جهانی www.trademap.org

۵ درصد زعفران ایران به ایتالیا صادر می‌شود. در بازار ایتالیا، اسپانیا و افغانستان رقبای جدی کشور هستند. در سال ۲۰۱۰ ایران سهم ۵۶ درصدی در بازار زعفران ایتالیا داشت و اسپانیا نیز سهم ۳۷ درصد این بازار را در اختیار داشت. اما در سال ۲۰۱۴ اسپانیا و افغانستان بخشی از سهم ایران در بازار ایتالیا را تصاحب کردند و سهم اسپانیا در این دوره به ۴۷ درصد افزایش یافت. سهم ایران در این دوره به ۳۳ درصد کاهش یافت و سهم افغانستان به ۶ درصد افزایش یافت.

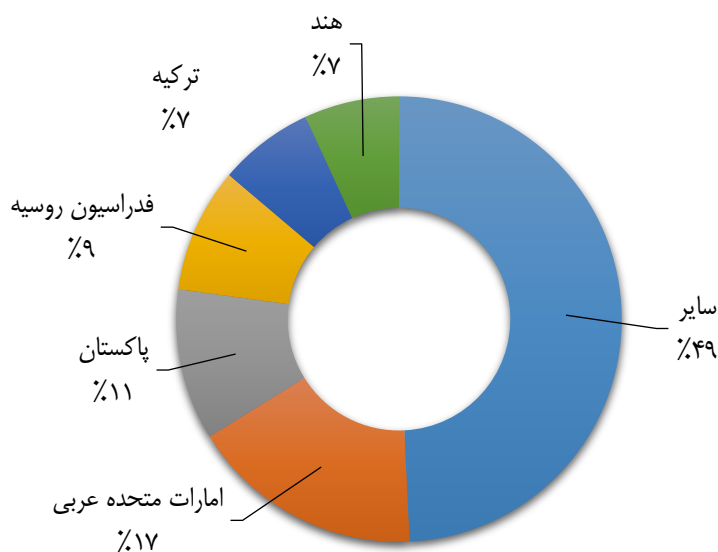
جدول (۲-۱۰۰): ارزش واردات ایتالیا از کشورهای مختلف و سهم ایران در این بازار هزار دلار

صادرکنندگان	۲۰۱۰	سهم در ۲۰۱۰	۲۰۱۱	۲۰۱۲	۲۰۱۳	۲۰۱۴	سهم در ۲۰۱۴
جهان	۳۰۴۰۳	۱۰۰	۲۱۵۶۴	۱۹۰۵۰	۱۸۳۶۵	۱۵۸۸۹	۱۰۰
اسپانیا	۱۱۳۷۰	۳۷	۷۸۴۵	۶۹۳۱	۷۳۰۳	۷۴۶۶	۴۷
ایران	۱۶۹۷۱	۵۶	۱۰۱۱۷	۵۷۴۹	۴۹۷۳	۵۲۷۴	۳۳
افغانستان	۰	۰	۳۳	۴۰۷۱	۴۱۴۳	۹۴۰	۶
فرانسه	۹۳۳	۳	۸۵۵	۷۱۱	۷۰۳	۶۰۰	۴
امارات	۰	۰	۱۰۵	۰	۲۸	۵۸۲	۴

ماخذ: مرکز تجارت جهانی www.trademap.org

۲-۸-۵- بررسی وضعیت رقبای ایران در مقاصد صادراتی خرما

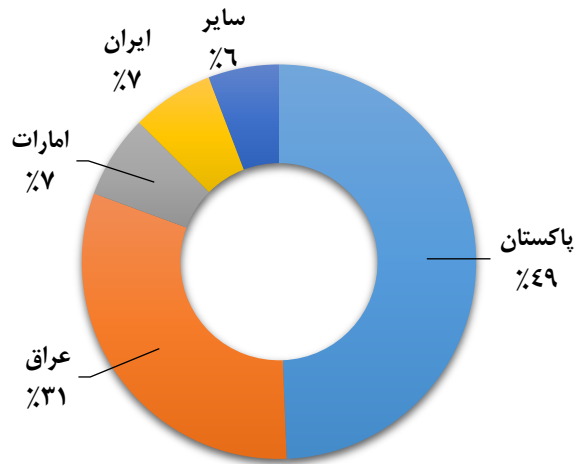
امارات متحده عربی (۱۷ درصد)، پاکستان (۱۱ درصد)، روسیه (۹ درصد)، ترکیه (۷ درصد) و هند (۷ درصد) مقاصد اصلی صادرات خرمای ایران هستند و ۵۰ درصد خرمای کشور به این کشورها صادر شده است.



نمودار ۲-۶۵- مقاصد اصلی واردات خرمای ایران

ماخذ: مرکز تجارت جهانی www.trademap.org

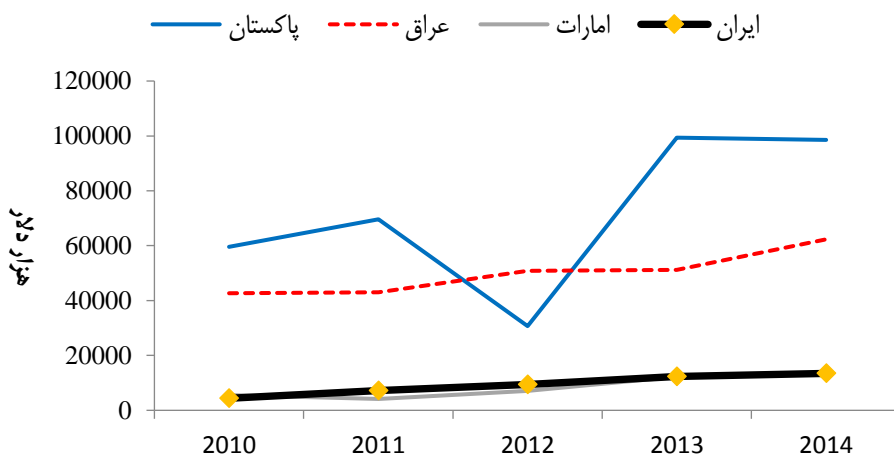
پاکستان (۴۹ درصد)، عراق (۳۱ درصد)، امارات (۷ درصد) و ایران (۷ درصد) بازار خرمای هند را در اختیار دارند و ۶ درصد بازار در اختیار سایر کشورها است. در این بازار سهم ایران اندک است و نزدیک به نیمی از بازار در اختیار پاکستان قرار دارد. این در شرایطی است که پاکستان یکی از مقاصد صادراتی خرمای ایران است.



نمودار ۲-۶۶- وضعیت رقبای ایران در بازار صادراتی هند

ماخذ: مرکز تجارت جهانی www.trademap.org

روند صادرات پاکستان به کشور هند نشان می‌دهد صادرات این کشور در سال ۲۰۱۲ افت قابل ملاحظه‌ای یافته است. و از حدود ۷۰ میلیون دلار به ۳۰ میلیون دلار کاهش یافته است. اما با روند افزایشی به ۹۹ و ۹۸ میلیون دلار در سال‌های ۲۰۱۳ و ۲۰۱۴ رسیده است. صادرات عراق به عنوان یکی از کشورهای صادرکننده خرما به هند با روند پایداری از ۴۳ میلیون دلار در سال ۲۰۱۰ به ۶۲ میلیون دلار در سال ۲۰۱۴ افزایش یافته است. سهم ایران نیز در این بازار با شیب ملایمی افزایش یافته است و از ۴ میلیون دلار در سال ۲۰۱۰ به ۱۳ میلیون دلار در سال ۲۰۱۴ افزایش یافته است.



نمودار ۲-۶۷- ارزش خرما و وارداتی هند از کشورهای مختلف هزار دلار

ماخذ: مرکز تجارت جهانی www.trademap.org

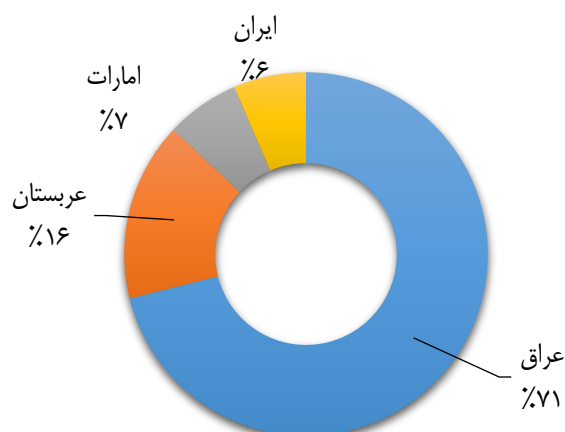
قیمت صادراتی خرماى ایران به هند از ۳۹۵ دلار/تن در سال ۲۰۱۰ به ۵۲۸ دلار بر تن در سال ۲۰۱۴ افزایش یافته است. طی این دوره قیمت خرماى امارات از ۵۵۱ دلار/تن به ۷۲۵ دلار/تن، خرماى صادراتی پاکستان از ۶۲۳ دلار/تن به ۷۴۵ دلار/تن و خرماى عراق از ۳۲۹ دلار/تن به ۴۱۶ دلار/تن افزایش یافته است. وضعیت قیمت رقباى اصلی در بازار خرماى هند نشان می‌دهد که تنها کشور عراق خرما را با قیمت کمتر نسبت به ایران به این کشور صادر می‌کند.

جدول (۲-۱۰۱): وضعیت قیمت صادرکنندگان اصلی خرما به هند دلار/تن

صادرکنندگان	۲۰۱۰	۲۰۱۱	۲۰۱۲	۲۰۱۳	۲۰۱۴
جهان	۴۵۷	۵۵۱	۴۵۵	۵۸۹	۵۹۱
پاکستان	۶۲۳	۷۲۴	۷۱۱	۷۶۱	۷۴۵
عراق	۳۱۹	۳۹۰	۳۵۴	۳۹۸	۴۱۶
امارات	۵۵۱	۶۹۳	۶۱۸	۶۵۹	۷۲۵
ایران	۳۹۵	۴۱۱	۴۳۹	۴۹۰	۵۲۸
عمان	۷۵۰	۷۲۹	۹۲۷	۱۰۶۹	۱۰۷۲
عربستان	۶۳۵	۷۶۳	۸۱۱	۸۶۴	۱۰۳۵

ماخذ: مرکز تجارت جهانی www.trademap.org

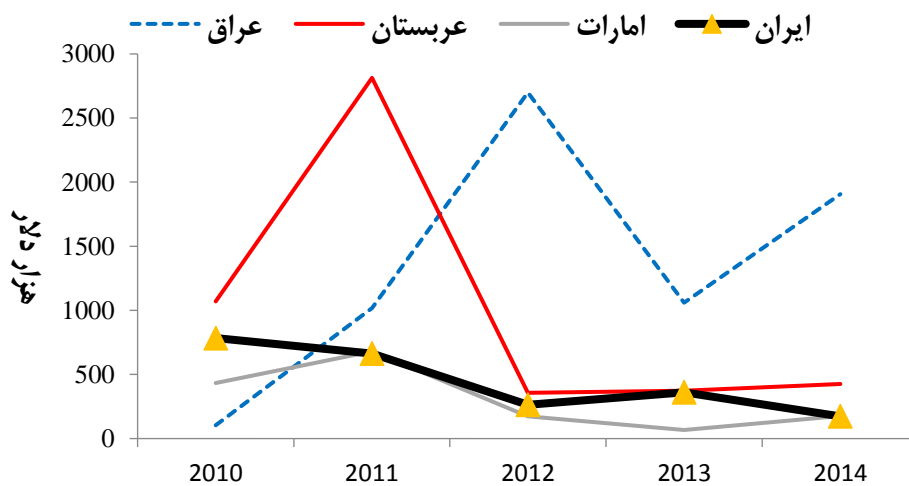
در بازار پاکستان نیز عراق (۷۱ درصد)، عربستان (۱۶ درصد) امارات (۷ درصد) و ایران (۶ درصد) حضور دارند. ایران کمترین سهم را در این بازار دارد و کشور عراق بخش عمده‌ای از بازار خرماى پاکستان را در اختیار دارد.



نمودار ۲-۶۸- واردات پاکستان از کشورهای مختلف

ماخذ: مرکز تجارت جهانی www.trademap.org

صادرات عراق به این بازار با روند افزایشی از ۱۰۴ هزار دلار در سال ۲۰۱۰ به ۲/۷ میلیون دلار در سال ۲۰۱۰۲ افزایش یافت و در ادامه با روندی نوسانی به ۱/۹ میلیون دلار در سال ۲۰۱۴ کاهش یافت. صادرات امارات نیز از یک میلیون دلار در سال ۲۰۱۰ به ۲/۸ میلیون دلار در سال ۲۰۱۱ افزایش یافت، اما در ادامه با روندی کاهشی به ۴۲۷ هزار دلار در سال ۲۰۱۴ کاهش یافت. صادرات ایران به این بازار از روند نزولی دارد و صادرات خرمای ایران به پاکستان از ۷۸۴ هزار دلار در سال ۲۰۱۰ به ۱۷۳ هزار دلار در سال ۲۰۱۴ کاهش یافته است.



نمودار ۲-۶۹- ارزش واردات پاکستان از کشورهای مختلف

ماخذ: مرکز تجارت جهانی www.trademap.org

قیمت خرمای صادراتی ایران در بازار پاکستان از ۴۹۲ دلار/کیلوگرم در سال ۲۰۱۰ به ۵۰۷ دلار/کیلوگرم افزایش یافت است. قیمت خرمای صادراتی عراق در این دوره از ۴۵۲ دلار/کیلوگرم به ۵۰۸ دلار/کیلوگرم افزایش یافت. قیمت خرمای صادراتی امارات از ۵۵۷ دلار/کیلوگرم به ۷۶۲ دلار/کیلوگرم افزایش یافت. قیمت عربستان نیز از ۵۷۷ دلار/کیلوگرم به ۱۰۸۱ دلار/کیلوگرم افزایش یافت. در این بازار ایران دارای قیمت رقابتی است و تنها قیمت عراق به آن نزدیک است و با توجه به اینکه بخش عمده‌ای از بازار این کشور در اختیار عراق است افزایش سهم ایران در این بازار با چالش روبرو است.

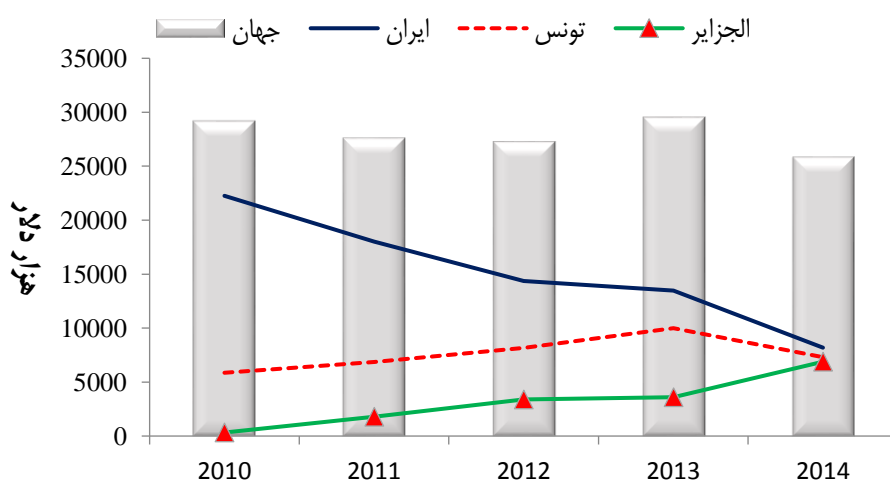


جدول (۲-۱۰۲)- وضعیت قیمت صادرکنندگان اصلی خرما به پاکستان دلاراتن

صادرکنندگان	۲۰۱۰	۲۰۱۱	۲۰۱۲	۲۰۱۳	۲۰۱۴
جهان	۵۳۷	۵۳۰	۵۶۹	۵۶۴	۵۶۹
عراق	۴۵۲	۵۸۶	۵۶۲	۵۵۰	۵۰۸
عربستان	۵۷۷	۴۸۳	۶۵۳	۹۸۹	۱۰۸۱
امارات	۵۵۷	۵۷۸	۵۱۶	۶۵۷	۷۶۲
ایران	۴۹۲	۵۴۶	۵۹۰	۴۰۳	۵۰۷

ماخذ: مرکز تجارت جهانی www.trademap.org

روند صادرات خرمای ایران به روسیه روندی کاهشی دارد. صادرات خرمای ایران به روسیه از ۲۲ میلیون دلار در سال ۲۰۱۰ به ۸ میلیون دلار در سال ۲۰۱۴ کاهش یافت. این وضعیت باعث شده است تا ایران سهم بیش از ۷۵ درصدی خود در این بازار را با سهم ۳۰ درصدی در سال ۲۰۱۴ تقلیل دهد. در واقع در سال ۲۰۱۴ ایران به همراه تونس و الجزایر هر یک یک سوم بازار روسیه را در اختیار گرفته‌اند. با وجود کاهش سهم ایران، سهم تونس در این بازار رو به افزایش بود. صادرات تونس به روسیه از ۶ میلیون دلار در سال ۲۰۱۰ به ۱۰ میلیون دلار در سال ۲۰۱۳ افزایش یافته است و با توجه به افت کلی واردات روسیه در سال ۲۰۱۴ به ۷ میلیون دلار کاهش یافته است. سهم الجزایر نیز از ۳۲۵ هزار دلار در سال ۲۰۱۰ به ۷ میلیون دلار در سال ۲۰۱۴ افزایش یافته است. در واقع این دو کشور بخشی از سهم ایران را تصاحب کردند.



نمودار ۲-۷۰- ارزش واردات روسیه از کشورهای مختلف

ماخذ: مرکز تجارت جهانی www.trademap.org

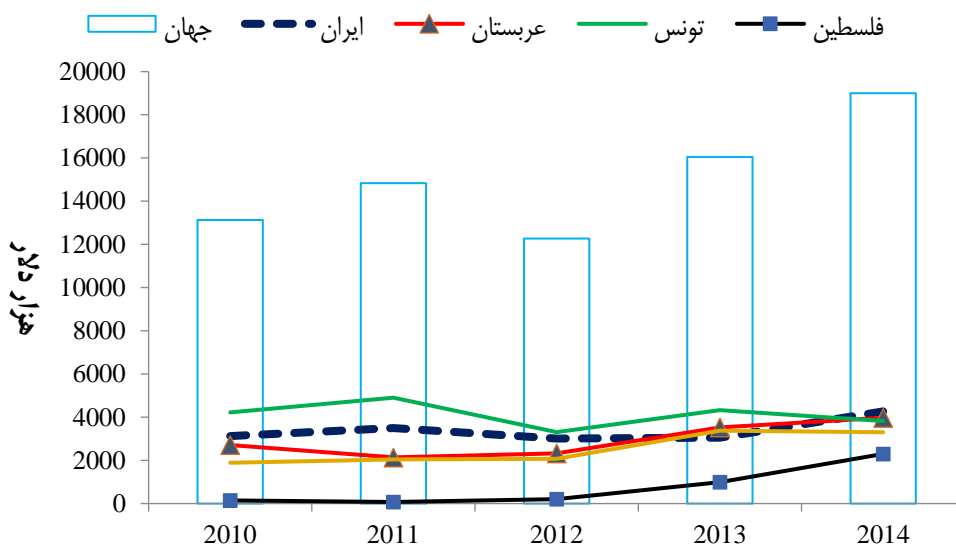
بررسی وضعیت قیمت خرماي صادراتی ایران در بازار روسیه نشان می‌دهد با وجود کاهش سهم ایران در بازار این کشور قیمت این محصول از ۱۳۹۶ دلار/تن در سال ۲۰۱۰ به ۱۲۶۸ دلار/تن در سال ۲۰۱۴ کاهش یافته است. این در شرایطی است که قیمت خرماي صادراتی تونس از ۱۴۰۳ دلار/تن در سال ۲۰۱۰ به ۱۴۷۱ دلار/تن در سال ۲۰۱۴ افزایش یافته است. قیمت خرماي صادراتی الجزایر نیز از ۱۰۲۵ دلار/تن در سال ۲۰۱۰ به ۱۴۷۹ دلار/تن افزایش یافته است. به نظر می‌رسد تحریم‌های هسته‌ای باعث شده است با وجود افزایش قدرت رقابتی ایران در بازار روسیه سهم ایران در این بازار به کمتر از نصف کاهش یابد.

جدول (۲-۱۰۳): وضعیت قیمت صادرکنندگان اصلی خرما به روسیه دلار/تن

صادرکنندگان	۲۰۱۰	۲۰۱۱	۲۰۱۲	۲۰۱۳	۲۰۱۴
جهان	۱۴۰۱	۱۳۹۳	۱۳۸۴	۱۳۸۴	۱۴۲۰
ایران	۱۳۹۶	۱۳۸۵	۱۳۳۱	۱۳۳۵	۱۲۶۸
تونس	۱۴۰۳	۱۴۰۳	۱۳۷۸	۱۴۴۹	۱۴۷۱
الجزایر	۱۰۲۵	۱۲۲۲	۱۴۶۹	۱۴۹۱	۱۴۷۹

ماخذ: مرکز تجارت جهانی www.trademap.org

در بازار ترکیه ایران دارای رقبای جدی است و کشورهایمانند ایران، عربستان و تونس سهم برابری در این بازار دارند. روند صادرات ایران به ترکیه نشان دهنده رشد نسبی صادرات خرما به این کشور است. صادرات ایران از ۳ میلیون دلار در سال ۲۰۱۰ به ۴ میلیون دلار در سال ۲۰۱۴ افزایش یافت. تونس نیز صادرات پایداری به این بازار دارد و صادرات این کشور از ۴ میلیون دلار در سال ۲۰۱۰ به ۳/۸ میلیون دلار در سال ۲۰۱۴ کاهش یافت.



نمودار ۲-۷۱- ارزش واردات ترکیه از کشورهای مختلف

ماخذ: مرکز تجارت جهانی www.trademap.org

صادرات عربستان نیز از ۲/۷ میلیون دلار در سال ۲۰۱۰ به ۳/۹ میلیون دلار در سال ۲۰۱۴ افزایش یافته است. ضمن اینکه در صادرات فلسطین نیز به این بازار در حال افزایش است و صادرات این فلسطین از ۱۴۶ هزار دلار در سال ۲۰۱۰ به ۲/۳ میلیون دلار در سال ۲۰۱۴ افزایش یافت.

بررسی وضعیت قیمتی صادراتی خرمای صادراتی ایران به ترکیه نشان می‌دهد قیمت این کالا از ۴۷۶ دلار/تن در سال ۲۰۱۰ به ۳۳۶ دلار/تن در سال ۲۰۱۴ کاهش یافته است. قیمت خرمای صادراتی عربستان نیز از ۹۰۹ دلار/تن به ۶۹۴ دلار/تن کاهش یافته است. قیمت خرمای صادراتی تونس از ۱۹۴۴ دلار/تن به ۲۵۴۶ دلار/تن افزایش یافت. بررسی وضعیت قیمتی خرمای ایران در مقابل رقبا در این بازار نشان دهنده قدرت رقابتی ایران در این بازار بوده و امکان توسعه بازار خرمای ایران وجود دارد.

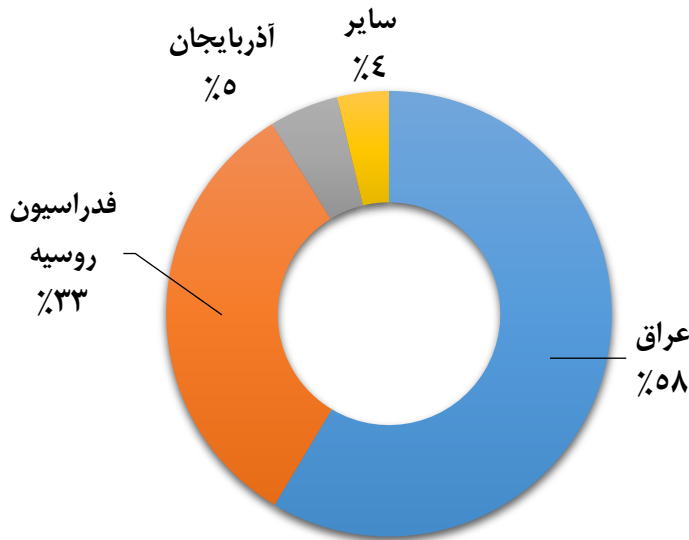
جدول (۲-۱۰۴): وضعیت قیمتی صادرکنندگان اصلی خرما به ترکیه دلار/تن

صادرکنندگان	۲۰۱۰	۲۰۱۱	۲۰۱۲	۲۰۱۳	۲۰۱۴
جهان	۹۹۸	۹۶۳	۸۲۷	۸۹۵	۸۱۳
ایران	۴۷۶	۳۹۵	۳۶۰	۳۵۸	۳۳۶
عربستان	۹۰۹	۸۹۸	۸۷۵	۷۷۱	۶۹۴
تونس	۱۹۴۴	۲۱۶۶	۱۹۵۵	۱۸۵۸	۲۵۴۶
رژیم اشغالگر قدس	۲۵۶۱	۲۰۱۸	۱۵۶۶	۱۷۴۳	۱۶۱۲
فلسطین	۴۰۵۶	۲۵۱۷	۳۰۰۰	۳۳۰۰	۴۴۹۵

ماخذ: مرکز تجارت جهانی www.trademap.org

۲-۸-۶- بررسی وضعیت رقبای ایران در بازارهای صادراتی خیار

کشورهای عراق (۵۸ درصد)، روسیه (۳۳ درصد) و آذربایجان (۵ درصد) مقاصد اصلی خیار صادراتی ایران هستند و ۴ درصد این محصول نیز به سایر کشورها صادر می‌شود.



نمودار ۲-۷۲- مقاصد اصلی واردات خیار ایران

ماخذ: مرکز تجارت جهانی www.trademap.org

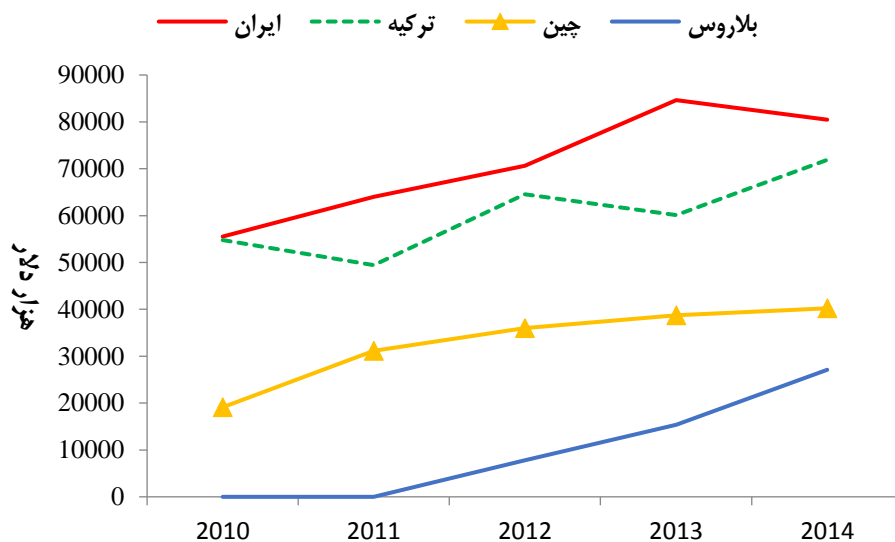
در بازار عراق تنها رقیب جدی ایران کشور اردن است. نزدیک به ۸۰ درصد خیار وارداتی این کشور از ایران تامین می‌شود و اردن کمتر از ۱۵ درصد خیار این کشور را تامین می‌کند. ضمن اینکه از نظر قیمتی نیز ایران نسبت به اردن مزیت دارد و قیمت خیار ایران در سال ۲۰۱۴ حدود ۴۶۵ دلار/تن و قیمت اردن در این سال ۷۲۳ دلار/تن بود.

جدول (۲-۱۰۵): ارزش واردات عراق از کشورهای مختلف هزار دلار

صادرکنندگان	۲۰۱۰	۲۰۱۱	۲۰۱۲	۲۰۱۳	۲۰۱۴
جهان	۱۴۳۱۱۳	۱۲۷۸۷۳	۴۲۶۰	۳۱۷۵	۸۴۲۸۷
ایران	۱۱۰۷۴۹	۷۶۱۹۲			۷۰۲۳۶
اردن	۱۹۷۹۹	۵۱۶۵۰	۴۲۱۴	۲۸۳۷	۱۳۸۰۰

ماخذ: مرکز تجارت جهانی www.trademap.org

در بازار روسیه کشورهای ترکیه، چین و بلاروس رقبای جدی ایران هستند. صادرات ایران از ۵۶ میلیون دلار در سال ۲۰۱۰ با روند رو به رشد به ۸۰ میلیون دلار در سال ۲۰۱۴ افزایش یافت. در این دوره صادرات ترکیه نیز از ۵۵ میلیون دلار در سال ۲۰۱۰ به ۷۲ میلیون دلار در سال ۲۰۱۴ افزایش یافت. رشد بیشتر صادرات ایران نسبت به ترکیه باعث افزایش سهم ایران نسبت به ترکیه در این بازار شد. صادرات چین نیز از ۱۹ میلیون دلار در سال ۲۰۱۰ به ۴۰ میلیون دلار در سال ۲۰۱۴ افزایش یافت و این کشور سهم خود را در این بازار افزایش داد. بلاروس نیز کشور دیگری است که سهم خود را در این بازار افزایش داد. این کشور صادرات خود را از صفر در سال ۲۰۱۰ به ۲۷ میلیون دلار در سال ۲۰۱۴ افزایش داد. به نظر می‌رسد وضعیت صادرات به این بازار با رشد سهم کشورهایمانند بلاروس و چین در سال‌های اخیر سخت‌تر شده باشد.



نمودار ۲-۷۳- ارزش واردات روسیه از کشورهای مختلف

ماخذ: مرکز تجارت جهانی www.trademap.org

قیمت صادراتی خیار ایران در بازار روسیه از ۸۱۶ دلار/تن در سال ۲۰۱۰ به ۱۳۰۷ دلار/تن در سال ۲۰۱۴ کاهش یافت. در این دوره قیمت خیار صادراتی از ترکیه از ۹۳۴ دلار/تن به ۱۱۰۷ دلار/تن و قیمت خیار صادراتی چین نیز از ۸۲۱ دلار/تن به ۱۲۸۳ دلار بر تن افزایش یافت. قیمت خیار صادراتی بلاروس نیز در



سال ۲۰۱۴ در بازار روسیه ۱۲۳۳ دلار/تن بود. قیمت خیار صادراتی رقیای ایران در بازار روسیه کمتر از ایران است و برای افزایش سهم در این بازار نیاز به کاهش قیمت صادراتی است.

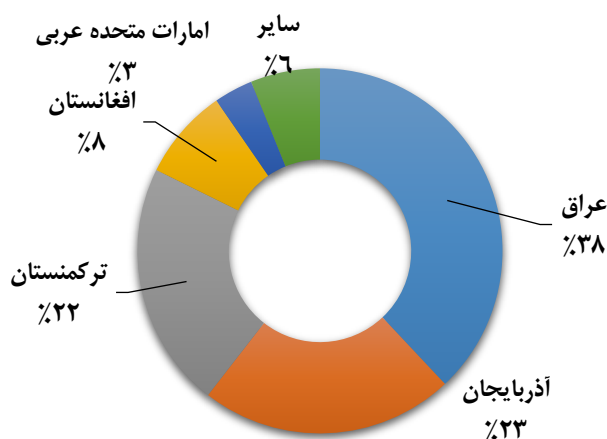
جدول (۲-۱۰۶): وضعیت قیمت صادرکنندگان اصلی خیار به روسیه دلاراتن

صادرنندگان	۲۰۱۰	۲۰۱۱	۲۰۱۲	۲۰۱۳	۲۰۱۴
جهان	۹۰۰	۱۱۹۳	۱۲۴۷	۱۳۵۸	۱۲۳۲
ایران	۸۱۶	۱۲۹۵	۱۲۹۱	۱۳۱۸	۱۳۰۷
ترکیه	۹۳۴	۱۰۳۸	۱۱۷۹	۱۳۸۲	۱۱۰۷
چین	۸۲۱	۱۱۹۵	۱۲۱۳	۱۲۸۵	۱۲۸۳
بلاروس			۱۲۰۲	۱۱۶۶	۱۲۳۳
اکراین	۱۰۲۷	۹۱۰	۱۰۸۰	۱۴۱۵	۱۱۵۴
آذربایجان	۶۶۷	۱۰۳۷	۱۰۲۲	۹۹۱	۹۵۱

ماخذ: مرکز تجارت جهانی www.trademap.org

۲-۸-۷- بررسی وضعیت رقبای ایران در مقاصد صادراتی سیب زمینی

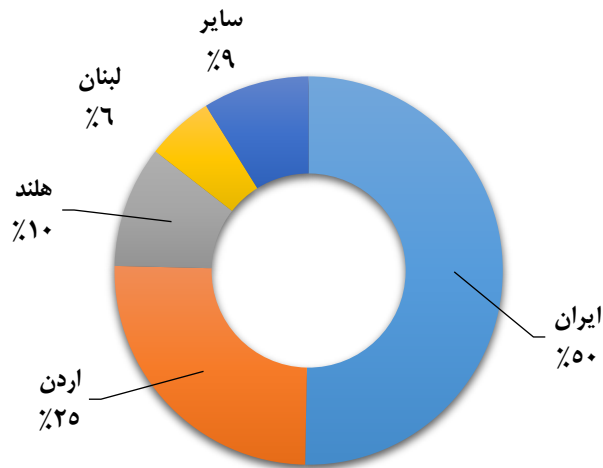
عراق (۳۸ درصد)، آذربایجان (۲۳ درصد)، ترکمنستان (۲۲ درصد)، افغانستان (۸ درصد) و امارات (۳ درصد) مقصدهای اصلی صادرات سیب زمینی ایران هستند. ۶ درصد این محصول نیز به سایر کشورها صادر می‌شود.



نمودار ۲-۷۴- مقاصد اصلی واردات سیب زمینی ایران

ماخذ: مرکز تجارت جهانی www.trademap.org

در بازار عراق کشورهای اردن (۲۵ درصد)، هلند (۱۰ درصد) و لبنان (۶ درصد) رقبای ایران در صادرات سیب زمینی هستند و ایران به تنهایی ۵۰ درصد این بازار را در اختیار دارد. ۹ درصد بازار نیز در اختیار سایر کشورها قرار دارد.



نمودار ۲-۷۵- ارزش واردات عراق از کشورهای مختلف

ماخذ: مرکز تجارت جهانی www.trademap.org

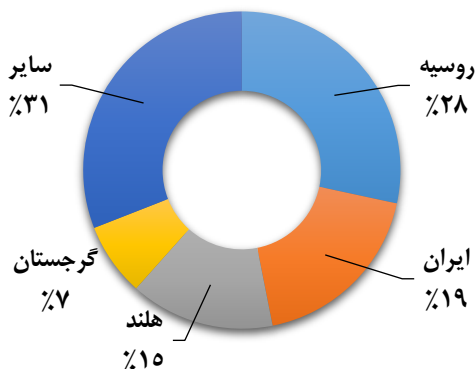
بررسی قیمت صادراتی ایران در بازار عراق نشان می‌دهد قیمت سیب‌زمینی صادراتی ایران از ۴۰۰ دلار/تن در سال ۲۰۱۰ به ۳۴۴ دلار/تن در سال ۲۰۱۴ کاهش یافت. در همین دوره قیمت اردن به عنوان اصلی‌ترین رقیب ایران در این بازار از ۴۷۱ دلار/تن به ۸۵۹ دلار بر تن افزایش یافت و قیمت لبنان از ۱۴۹ دلار/تن به ۱۲۴ دلار/تن کاهش یافت. در این بازار اردن از نظر قیمتی قدرت رقابت با ایران را ندارد و قیمت صادراتی لبنان کمتر از ایران است.

جدول (۲-۱۰۷): وضعیت قیمت صادرکنندگان اصلی سیب زمینی به عراق دلار/تن

صادارکنندگان	۲۰۱۱	۲۰۱۲	۲۰۱۳	۲۰۱۴
جهان	۲۶۵	۱۳۸	۱۳۳	۲۸۸
ایران	۴۰۰			۳۴۴
اردن	۴۷۱	۴۶۳	۹۳۰	۸۵۹
لبنان	۱۴۹	۱۲۰	۱۱۳	۱۲۴

ماخذ: مرکز تجارت جهانی www.trademap.org

در بازار آذربایجان روسیه (۲۸ درصد)، هند (۱۵ درصد)، گرجستان (۷ درصد) مهمترین رقبای صادراتی ایران هستند. سهم ایران در این بازار ۱۹ درصد است. ۳۱ درصد این بازار در اختیار سایر کشورها است.



نمودار ۲-۷۶- ارزش واردات آذربایجان از کشورهای مختلف

ماخذ: مرکز تجارت جهانی www.trademap.org

قیمت صادراتی ایران در بازار آذربایجان از ۱۷۱ دلار/تن به ۶۱ دلار/تن در سال ۲۰۱۴ کاهش یافت. در این دوره قیمت روسیه به عنوان رقیب اصلی ایران از ۱۷۱ دلار/تن به ۴۱ دلار/تن کاهش یافت و قیمت گرجستان از ۱۱۱ دلار/تن به ۱۲۰ دلار/تن افزایش یافت. قیمت صادراتی هلند نیز در سال ۲۰۱۴ حدود ۶۲ دلار/تن بود. کشورهای صادرکننده سیب زمینی به آذربایجان وضعیت قیمتی مشابهی دارند و رقابت قیمتی در این بازار فشرده است.

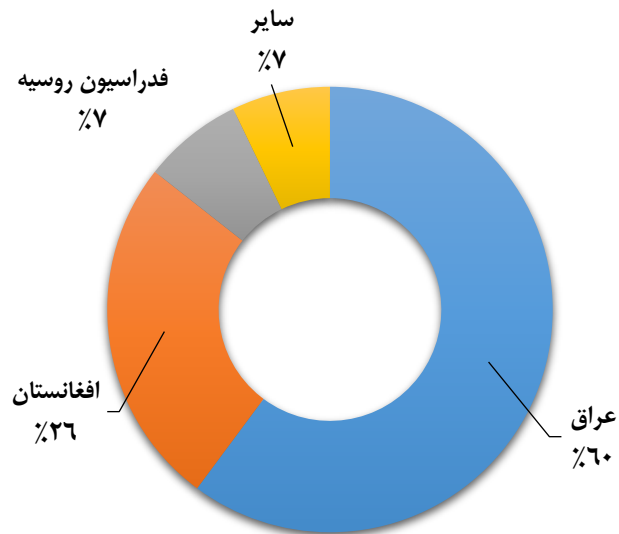
جدول (۲-۱۰۸): وضعیت قیمت صادرکنندگان اصلی سیب زمینی به آذربایجان دلار/تن

صادرکنندگان	۲۰۱۰	۲۰۱۱	۲۰۱۲	۲۰۱۳	۲۰۱۴
جهان	۸۲	۷۲	۹۱	۱۱۰	۶۰
روسیه	۳۵	۳۳	۳۰	۴۴	۴۱
ایران	۱۷۱	۱۰۸	۱۵۴	۱۴۱	۶۱
هلند			۵۶	۸۱	۶۲
گرجستان	۱۱۱	۶۸		۱۵۰	۱۲۰

ماخذ: مرکز تجارت جهانی www.trademap.org

۲-۸-۸- بررسی وضعیت رقباتی ایران در مقاصد صادراتی رب گوجه فرنگی

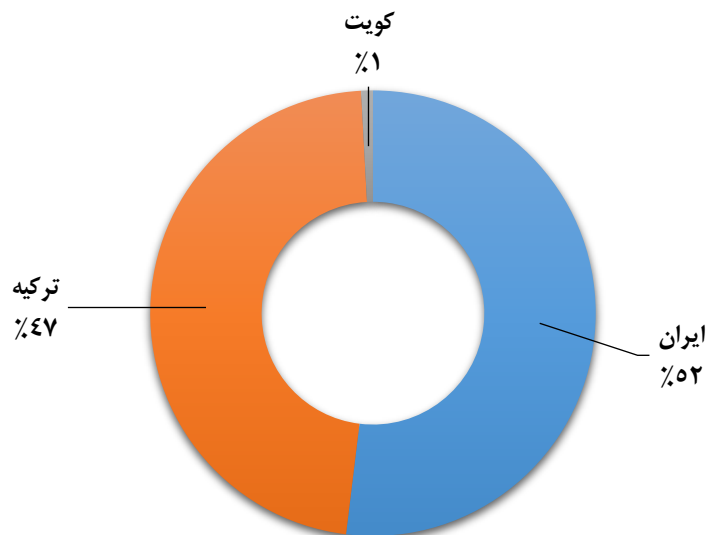
عراق (۶۰ درصد)، افغانستان (۲۶ درصد) و روسیه (۷ درصد) مقاصد اصلی صادرات رب گوجه ایران هستند. ۷ درصد این کالا نیز به سایر کشورها صادر می شود.



نمودار ۲-۷۷- مقاصد اصلی واردات رب گوجه فرنگی ایران

ماخذ: مرکز تجارت جهانی www.trademap.org

در بازار عراق ترکیه رقیب اصلی ایران است و بازار این کشور بین ایران و ترکیه تقسیم شده است. سهم ایران در بازار رب گوجه عراق ۵۲ درصد است و ترکیه نیز ۴۷ درصد این بازار را در اختیار دارد.



نمودار ۲-۷۸- ارزش واردات عراق از کشورهای مختلف

ماخذ: مرکز تجارت جهانی www.trademap.org

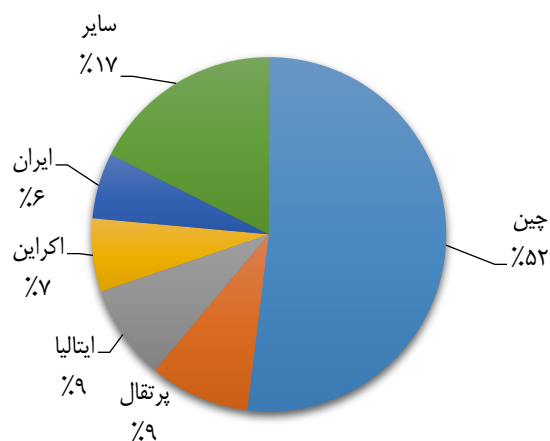
قیمت رب صادراتی ایران به بازار عراق از ۱۵۰۱ دلار/تن در سال ۲۰۱۰ به ۱۶۵۹ دلار بر تن در سال ۲۰۱۴ افزایش یافت. در این دوره قیمت ترکیه به عنوان رقیب اصلی ایران از ۱۵۱۳ دلار/تن به ۱۴۷۳ دلار/تن افزایش یافته است. این وضعیت نشا می دهد که مزیت رقابتی ترکیه نسبت به ایران در حال افزایش است.

جدول (۲-۱۰۹): وضعیت قیمت صادرکنندگان اصلی رب گوجه فرنگی به عراق دلار/تن

صادرکنندگان	۲۰۱۱	۲۰۱۲	۲۰۱۳	۲۰۱۴
جهان	۱۴۹۷	۱۴۹۱	۱۴۳۰	۱۵۶۷
ایران	۱۵۰۱			۱۶۵۹
کویت		۱۲۵۸	۱۲۹۷	۱۹۱۶
هلند			۲۳۳۳	۲۰۰۰
ترکیه	۱۵۱۳	۱۴۹۴	۱۴۳۴	۱۴۷۳

ماخذ: مرکز تجارت جهانی www.trademap.org

چین ۵۲ درصد بازار رب گوجه فرنگی روسیه را در اختیار دارد و کشورهایمانند پرتقال (۹ درصد)، ایتالیا (۹ درصد)، اکراین (۷ درصد) و ایران (۶ درصد) دیگر کشورهای اصلی صادر کننده رب گوجه فرنگی به روسیه هستند. ۱۷ درصد رب وارداتی این کشور نیز از سایر کشورها تامین می شود. البته با توجه به تحریم واردات مواد غذایی از اتحادیه اروپا امکان تصاحب سهم کشورهای اروپایی از سوی دیگر کشورها وجود دارد.



نمودار ۲-۷۹- ارزش واردات روسیه از کشورهای مختلف

ماخذ: مرکز تجارت جهانی www.trademap.org

در این بازار قیمت رب گوجه ایران از ۷۵۵ دلار/تن در سال ۲۰۱۰ به ۷۶۳ دلار/تن در سال ۲۰۱۴ افزایش یافته است. در همین دوره قیمت رب گوجه چین به عنوان اصلی ترین رقیب ایران از ۶۰۶ دلار/تن به ۹۴۲ دلار/تن افزایش یافت. قیمت صادراتی پرتغال از ۵۸۳ دلار/تن به ۱۰۷۴ دلار/تن افزایش قیمت ایتالیا از ۱۱۵۷ دلار/تن به ۱۴۶۰ دلار/تن افزایش و قیمت اکراین نیز از ۹۵۳ دلار/تن به ۱۱۲۵ دلار/تن افزایش یافت. این وضعیت مزیت رقابتی ایران در این بازار را نشان می‌دهد و با برنامه‌ریزی می‌توان سهم کشورهای اروپایی را تصاحب و به سهم حداقل ۲۵ درصدی در این بازار دست یافت.

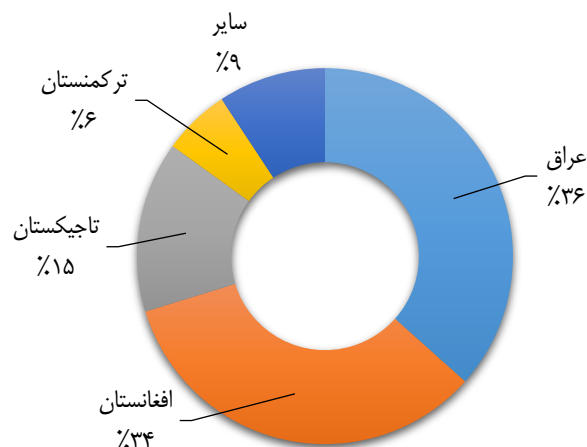
جدول (۲-۱۱۰): وضعیت قیمت صادرکنندگان اصلی رب گوجه فرنگی به روسیه دلار/تن

صادرکنندگان	۲۰۱۰	۲۰۱۱	۲۰۱۲	۲۰۱۳	۲۰۱۴
جهان	۷۰۴	۷۹۶	۸۵۶	۹۴۹	۱۰۱۱
چین	۶۰۶	۷۱۸	۷۶۳	۸۴۱	۹۴۲
پرتغال	۵۸۳	۹۱۸	۹۷۹	۱۰۶۰	۱۰۷۴
ایتالیا	۱۱۵۷	۱۲۸۶	۱۲۴۶	۱۳۶۸	۱۴۶۰
اکراین	۹۵۳	۱۰۲۷	۱۰۵۵	۱۱۱۲	۱۱۲۵
ایران	۷۵۵	۹۷۴	۱۰۱۱	۷۸۵	۷۶۳

ماخذ: مرکز تجارت جهانی www.trademap.org

۲-۸-۹- بررسی وضعیت رقبای ایران در مقاصد صادراتی شیرینی

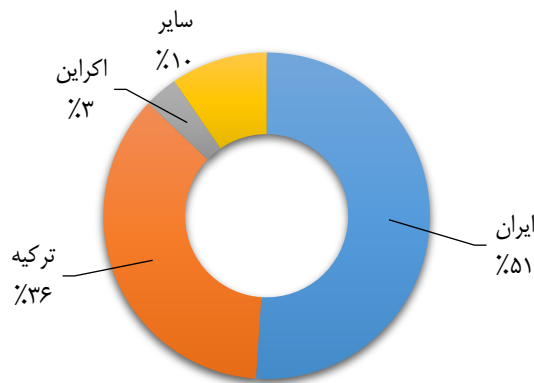
کشورهای عراق (۳۶ درصد)، افغانستان (۳۴ درصد)، تاجیکستان (۱۵ درصد) و ترکمنستان (۶ درصد) مهمترین مقصدهای صادراتی شیرینی ایران هستند. ۹ درصد این کالا نیز به سایر کشورها صادر می‌شود.



نمودار ۲-۸۰- مقاصد اصلی واردات شیرینی ایران

ماخذ: مرکز تجارت جهانی www.trademap.org

در بازار عراق ترکیه اصلی ترین رقیب ایران است. بیش از ۵۰ درصد این بازار در اختیار ایران است و ترکیه با سهم ۳۶ درصدی و اکراین با سهم ۳ درصدی دیگر کشورهای صادرکننده شیرینی به عراق هستند.



نمودار ۲-۸۱- ارزش واردات عراق از کشورهای مختلف

ماخذ: مرکز تجارت جهانی www.trademap.org

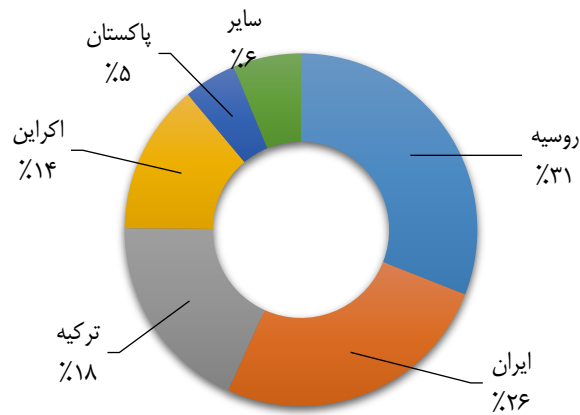
قیمت صادراتی ایران به عراق از ۳۴۴۷ دلار/تن در سال ۲۰۱۰ به ۲۶۷۴ دلار/تن در سال ۲۰۱۴ کاهش یافت. در این دوره قیمت شیرینی صادراتی ترکیه به عنوان رقیب اصلی ایران از ۲۵۰۳ دلار/تن به ۲۵۴۷ دلار/تن افزایش یافت. قیمت اکراین نیز از ۲۰۲۹ دلار/تن به ۲۵۹۲ دلار/تن افزایش یافت. اگرچه هنوز قیمت ایران در این بازار بیش از قیمت رقبای اصلی است، اما روند کاهش قیمت شیرینی صادراتی ایران در این بازار نشان دهنده افزایش قدرت رقابتی ایران است.

جدول (۲-۱۱۱): وضعیت قیمت صادرکنندگان اصلی شیرینی به عراق دلار/تن

صادر کننده	۲۰۱۱	۲۰۱۲	۲۰۱۳	۲۰۱۴
جهان	۲۹۶۲	۲۵۳۲	۲۰۴۶	۲۵۳۴
برزیل	۲۲۰۰	۱۹۵۵	۲۲۷۸	۱۹۰۰
ایران	۳۴۴۷			۲۶۷۴
اکراین	۲۰۲۹	۲۳۸۵	۲۳۹۵	۲۵۹۲
لبنان	۵۰۵۸	۳۹۴۹	۳۰۱۷	۳۹۴۵
ترکیه	۲۵۰۳	۲۴۶۸	۲۵۲۷	۲۵۴۷

ماخذ: مرکز تجارت جهانی www.trademap.org

در بازار تاجیکستان کشورهای روسیه (۳ درصد)، ترکیه (۱۸ درصد)، اکراین (۱۴ درصد)، پاکستان (۵ درصد) به همراه ایران با سهم ۲۶ درصدی صادرکنندگان اصلی شیرینی هستند. ۶ درصد شیرینی وارداتی این کشور هم از سایر کشورها وارد می‌شود.



نمودار ۲-۸۲- سهم واردات تاجیکستان از کشورهای مختلف

ماخذ: مرکز تجارت جهانی www.trademap.org

قیمت صادراتی ایران در این بازار از ۲۰۱۷ دلار/تن در سال ۲۰۱۰ به ۲۱۲۸ دلار/تن در سال ۲۰۱۴ افزایش یافت. در همین دوره قیمت روسیه به عنوان رقیب اصلی ایران از ۱۶۵۶ دلار/تن به ۱۴۸۰ دلار/تن کاهش، قیمت ترکیه از ۱۹۸۱ دلار/تن به ۲۵۴۴ دلار/تن افزایش، قیمت اکراین از ۱۹۵۴ دلار/تن به ۱۷۲۹ دلار بر تن کاهش یافت. قیمت شیرینی صادراتی پاکستان نیز ۲۱۲۰ دلار/تن در سال ۲۰۱۴ بود. این وضعیت قیمتی نشان می‌دهد در بازار شیرینی تاجیکستان روسیه مزیت رقابتی بیشتری دارد و اکراین نیز قادر به افزایش سهم خود است.

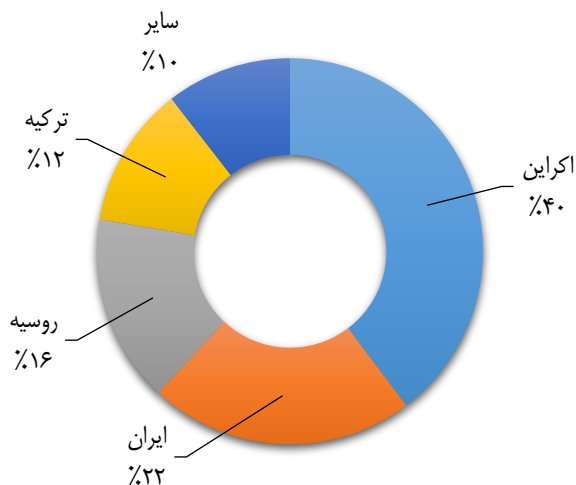
جدول (۲-۱۱۲): وضعیت قیمت صادرکنندگان اصلی شیرینی به تاجیکستان دلار/تن

صادرکنندگان	۲۰۱۱	۲۰۱۲	۲۰۱۳	۲۰۱۴
جهان	۱۹۰۹	۱۷۳۹	۱۷۸۳	۱۸۲۱
ایران	۲۰۱۷			۲۱۲۸
اکراین	۱۹۵۴	۲۰۲۸	۱۹۲۹	۱۷۲۹
پاکستان		۱۴۸۰	۱۷۰۳	۲۱۲۰

۱۴۸۰	۱۵۳۴	۱۵۰۰	۱۶۵۶	روسیه
۲۵۴۴	۲۴۲۱	۲۲۱۱	۱۹۸۱	ترکیه

ماخذ: مرکز تجارت جهانی www.trademap.org

اکراین (۴۰ درصد)، روسیه (۱۶ درصد)، ترکیه (۱۲ درصد) و ایران با سهم ۲۲ درصدی کشورهای اصلی صادرکننده شیرینی به ترکمنستان هستند. ۱۰ درصد شیرینی وارداتی این کشور نیز از سایر کشورها تامین می شود.



نمودار ۲-۸۳- سهم واردات ترکمنستان از کشورهای مختلف

ماخذ: مرکز تجارت جهانی www.trademap.org

قیمت صادراتی شیرینی ایران به بازار ترکمنستان از ۲۲۴۶ دلار/تن در سال ۲۰۱۱ به ۲۲۳۳ دلار/تن در سال ۲۰۱۴ کاهش یافت. در این دوره قیمت اکراین به عنوان رقیب اصلی کشور از ۱۶۹۹ دلار/تن به ۱۶۳۱ دلار/تن کاهش، قیمت روسیه از ۱۷۷۲ دلار/تن به ۱۷۱۳ دلار/تن کاهش و قیمت ترکیه از ۱۹۲۶ دلار/تن به ۲۹۶۰ دلار/تن افزایش یافت. قیمت اکراین به عنوان رقیب اصلی ایران در این بازار ۲۵ درصد کمتر از ایران است و روسیه نیز شیرینی را با قیمت کمتر به ترکمنستان صادر می کند.

جدول (۲-۱۱۳): وضعیت قیمت صادرکنندگان اصلی شیرینی به ترکمنستان دلار/تن

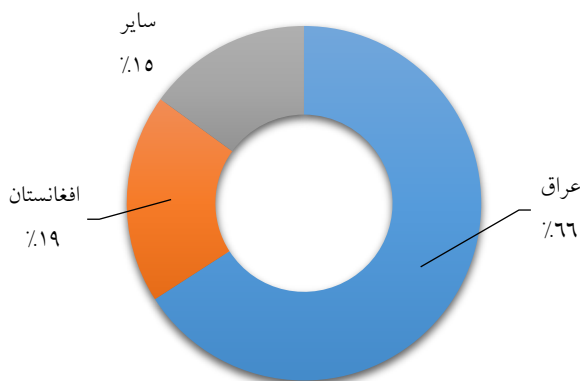
صادرکنندگان	۲۰۱۱	۲۰۱۲	۲۰۱۳	۲۰۱۴
جهان	۱۸۷۶	۱۸۶۸	۱۸۵۱	۱۹۸۳
ایران	۲۲۴۶			۲۲۳۳
اکراین	۱۶۹۹	۱۷۴۵	۱۶۴۴	۱۶۳۱

۱۷۱۳	۱۸۱۶	۱۷۵۳	۱۷۷۲	روسیه
۲۹۶۰	۲۳۸۰	۲۲۲۹	۱۹۲۶	ترکیه

ماخذ: مرکز تجارت جهانی www.trademap.org

۲-۸-۱۰- بررسی وضعیت رقبای ایران در مقاصد صادراتی بیسکویت

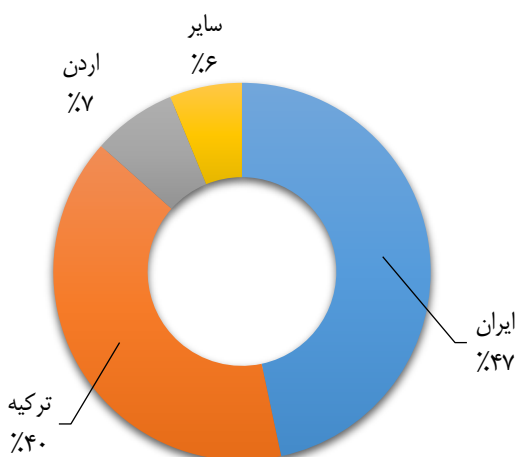
مقصد‌های اصلی صادراتی بیسکویت ایران دو کشور عراق و افغانستان هستند. ۶۶ درصد بیسکویت کشور به عراق و ۱۹ درصد آن به افغانستان صادر می‌شود. بقیه کشورها نیز سهم ۱۵ درصدی در مقصد‌های صادراتی ایران دارند.



نمودار ۲-۸۴- مقاصد اصلی واردات بیسکویت ایران

ماخذ: مرکز تجارت جهانی www.trademap.org

در بازار عراق به عنوان مقصد اصلی صادرات بیسکویت ترکیه با سهم ۴۰ درصدی و اردن با سهم ۷ درصدی رقبای ایران هستند. در این بازار سهم ایران ۴۷ درصد است و ۶ درصد بیسکویت وارداتی این کشور نیز از سایر کشورها تامین می‌شود.



نمودار ۲-۸۵- سهم واردات عراق از کشورهای مختلف
ماخذ: مرکز تجارت جهانی www.trademap.org

قیمت صادراتی ایران از ۱۸۲۸ دلار/تن در سال ۲۰۱۱ به ۱۸۱۸ دلار/تن در سال ۲۰۱۴ کاهش یافت. در این دوره قیمت بیسکویت صادراتی ترکیه به عنوان رقیب اصلی ایران از ۱۷۷۶ دلار/تن به ۱۹۶۰ دلار/تن افزایش و قیمت اردن از ۱۲۸۵ دلار/تن به ۱۲۱۴ دلار/تن کاهش یافت. قیمت صادراتی ایران نشان می‌دهد که مزیت رقابتی ایران در مقابل ترکیه افزایش یافته است، اما در مقابل اردن بیسکویت را با قیمت کمتری به بازار عراق صادر می‌کند.

جدول (۲-۱۱۴): وضعیت قیمت صادرکنندگان اصلی بیسکویت به عراق دلار/تن

صادرکنندگان	۲۰۱۱	۲۰۱۲	۲۰۱۳	۲۰۱۴
جهان	۱۷۶۹	۱۷۰۲	۱۷۶۴	۱۸۴۲
ایران	۱۸۲۸			۱۸۱۸
اردن	۱۲۸۵	۱۱۲۸	۱۲۳۴	۱۲۱۴
ترکیه	۱۷۷۶	۱۸۲۱	۱۸۷۸	۱۹۶۰

ماخذ: مرکز تجارت جهانی www.trademap.org

۲-۹- جمع بندی

سهم ایران در واردات جهانی کشاورزی و مواد غذایی از ۶۷۵٪ درصد در سال ۲۰۱۰ به ۷۴۱٪ درصد در سال ۲۰۱۴ افزایش یافته است، اما سهم ایران در صادرات جهانی این کالاها از ۳۶۶٪ درصد به ۳۳۹٪ درصد

کاهش یافته است. به طور کلی روندهای کلی تجارت کشاورزی و مواد غذایی نشان می‌دهد در طول زمان درجه تجاری شدن بخش کشاورزی و مواد غذایی (با نوساناتی) رو به افزایش است. تجارت کشاورزی و مواد غذایی متأثر از عواملی سیاستی و اقلیمی نوسانات مختلفی را تجربه کرده است. می‌توان ادعا کرد در بحث واردات امنیت غذایی موثرترین عامل است و در دوره‌هایی مانند برنامه سوم توسعه که تولید داخلی کالاهای اساسی رشد قابل توجهی داشته است و در برخی واردات کشاورزی و مواد غذایی کاهش یافته است. اما در برنامه چهارم توسعه که خودکفایی کالاهای اساسی (مانند گندم) متوقف و سیاست‌های حمایت مرزی نیز حمایت موثری از تولید در بخش کشاورزی نداشتند، واردات کشاورزی و مواد غذایی رشد حدود ۱۰۰ درصدی را تجربه کرد. بر خلاف واردات کشاورزی و مواد غذایی صادرات این کالاها بیشتر تابع سیاست‌های ارزی است و در شرایط تحریم که هزینه‌های تولید، حمل و نقل و مبادلات بانکی جملگی افزایش یافتند، با توجه به جهش نرخ ارز صادرات کشاورزی و مواد غذایی رشد قابل توجهی داشت. روندهای صادراتی و وارداتی کشاورزی و مواد غذایی به تراز منفی رو به تزاید این کالاها منجر شده است و در سال ۱۳۹۳ تراز مقداری ۱۷/۵۸- میلیون تن را تجربه کرده است. روند موجود نشان می‌دهد با وجود تأکیدات اسناد بالادستی و قوانین توسعه بر خودکفایی و اجرای طرح‌های مختلف خودکفایی برای کالاهای اساسی، ایران به سطح پایداری از خودکفایی دست نیافته است و با رشد جمعیت و افزایش در کمیت و تنوع نیازهای غذایی جامعه، وابستگی وارداتی کشاورزی و مواد غذایی نیز افزایش یافته است. حجم ذخایر راهبردی ۴ کالای اساسی در سال ۱۳۹۳ حدود ۸۵۰۰ هزار تن بود و تدارک چنین سهمی به طور معمول نیاز به واردات کشاورزی و مواد غذایی را افزایش داد. مقدار و ارزش صادرات کشاورزی و مواد غذایی روندی افزایشی دارد. صادرات این کالاها تا قبل از شروع برنامه چهارم توسعه با شیب ملایمی در حال افزایش بوده و با شروع این برنامه رشد صادرات این کالاها افزایش قابل ملاحظه‌ای یافت. اگرچه آهنگ رشد مقدار صادرات کشاورزی و مواد غذایی در سال‌های اخیر زیاد بود، اما به دلیل رشد سریعتر مقدار صادرات صنعتی سهم صادرات کشاورزی و مواد غذایی به ویژه در سال‌های برنامه پنجم افت قابل توجهی داشت. اگرچه کاهش سهم مقداری صادرات کشاورزی و مواد غذایی با توجه به

رشد قابل ملاحظه قیمت صادراتی این کالاها نسبت به کالاهای صنعتی اثر زیادی بر سهم ارزشی این گروه نداشت.

در سال ۱۳۹۳ صادرات کشاورزی و مواد غذایی با رشد ۴۰ درصدی نسبت به سال ۱۳۹۲ به ۵۷۷۷ هزار تن افزایش یافت. سهم این کالاها در کل صادرات غیرنفتی از ۵ درصد در سال ۱۳۹۲ به ۷ درصد در سال ۱۳۹۳ افزایش یافت. کل صادرات غیر نفتی رشد ۶ درصدی در سال ۱۳۹۳ به نسبت سال ۱۳۹۲ تجربه کرد، در حالی که رشد صادرات کشاورزی و مواد غذایی ۴۰ درصد بود. در واقع بخش صادرات کشاورزی و مواد غذایی به نسبت بخش صنعت رشد بسیار بیشتری داشت. همچنین ارزش صادرات کشاورزی و مواد غذایی در سال ۱۳۹۳ با رشد ۳۰ درصدی نسبت به سال ۱۳۹۲ به ۶۸۵۹ میلیون دلار افزایش یافت، در شرایطی که در همین دوره کل ارزش صادرات غیرنفتی رشد ۱۷ درصد داشت.

بر خلاف روند مقدار صادرات کشاورزی و مواد غذایی، واردات آن سه دوره متفاوت را طی کرد. تا قبل از شروع برنامه سوم توسعه واردات این گروه روندی افزایشی داشت، اما با شروع برنامه سوم توسعه به تدریج واردات این کالاها وارد روند کاهشی شد. اما در شروع برنامه چهارم توسعه روند واردات کشاورزی و مواد غذایی مجدداً افزایشی شد و طی برنامه‌های چهارم و پنجم توسعه رشد قابل ملاحظه‌ای یافت. اما با توجه به تغییر قیمت‌های وارداتی روند ارزش واردات این کالاها در مجموع افزایشی بود و در شروع برنامه چهارم رشد آن سرعت گرفت. این گروه کالایی سهم بیش از ۵۴ درصدی در مقدار واردات کالایی و سهم ۲۳ درصدی در ارزش کل واردات دارد و در سال‌های اخیر بر سهم مقداری و ارزشی آن افزوده شده است. از سوی دیگر مقدار واردات کشاورزی و مواد غذایی با رشد ۲۷ درصدی در سال ۱۳۹۳ نسبت به سال ۱۳۹۲ به ۲۳/۳۶ میلیون تن افزایش یافت، اما با توجه به اینکه کل واردات کالایی نیز رشد ۲۸ درصدی داشت، سهم کالاهای کشاورزی و مواد غذایی تغییر چندانی پیدا نکرد و بیش از ۵۴ درصد کل واردات کالایی را به خود اختصاص داد. در واقع بخش عمده رشد واردات کل مربوط به افزایش واردات کالاهای کشاورزی و مواد غذایی بود و واردات کالاهای صنعتی تنها ۸ درصد افزایش یافت. ارزش واردات کالاهای کشاورزی و مواد غذایی نیز با کاهش ۷ درصدی در

سال ۱۳۹۳ نسبت به سال ۱۳۹۲ به ۱۲/۳۹ میلیون تن کاهش یافت. اما ارزش واردات کل کالاها با رشد ۸ درصدی به ۵۳/۵۷ میلیارد دلار افزایش یافت. این تغییرات باعث شد سهم ارزش واردات کشاورزی و مواد غذایی با افت ۳ درصدی به ۲۳ درصد در سال ۱۳۹۳ کاهش یابد. در واقع متوسط قیمت واردات کالاهای کشاورزی و مواد غذایی از ۰/۷۲ به ۰/۵۳ دلار/کیلوگرم و قیمت وارداتی کالاهای صنعتی از ۲/۳۸ به ۲/۱۰ دلار/کیلوگرم در این دوره کاهش یافت. متوسط قیمت وارداتی کالاهای کشاورزی و مواد غذایی افت ۲۶ درصد و متوسط قیمت وارداتی کالاهای صنعتی افت ۱۲ درصدی را تجربه کرد. در سال ۱۳۹۳ با وجود رشد ۴۰ درصدی مقدار صادرات کشاورزی و مواد غذایی و رشد ۱۷ درصدی مقدار واردات این کالاها به علت شکاف بسیار زیاد بین مقدار واردات و صادرات این کالاها کسری تراز تجاری این بخش با رشد ۲۳ درصدی نسبت به سال ۱۳۹۲ به ۱۷/۵۸- میلیون تن رسید. اما با توجه به کاهش ۷ درصدی ارزش واردات و رشد ۳۰ درصدی ارزش صادرات این کالاها کسری تراز ارزشی کالاهای کشاورزی و مواد غذایی با کاهش ۳۰ درصدی در سال ۱۳۹۳ نسبت به سال قبل به ۵/۵۳- میلیارد دلار رسید.

همچنین در سال ۱۳۹۳ قیمت واردات کشاورزی و مواد غذایی نسبت به سال ۱۳۹۲ بیش از ۲۷ درصد کاهش یافته و از ۰/۷۲ دلار/کیلوگرم به ۰/۵۳ دلار/کیلوگرم کاهش یافت. در همین دوره قیمت صادرات این کالاها تنها ۷ درصد کاهش یافت و از ۱/۲۸ دلار به ۱/۱۹ دلار/کیلوگرم رسید. بخشی از افت قیمت این کالاها به کاهش قیمت جهانی کالاهای کشاورزی بر می گردد و بخشی از آن ممکن است ناشی از تغییر ترکیب کالاها باشد.

بخش کشاورزی و مواد غذایی بخشی است با کسری تجاری رو به تزاید و کسری تراز تجاری آن از حیث مقدار و ارزش همواره منفی بوده و از یک دهه پیش به این سو میزان کسری آن سال به سال بدتر شده است. بررسی وضعیت تجارت گروههای کالایی نشان داد که در سال ۱۳۹۳ صادرات تولیدات دامی، لبنی و شیلات از نظر وزنی رشد ۳۶ درصدی و از نظر ارزشی رشد ۳۸ درصدی نسبت به سال ۱۳۹۲ داشت. در این دوره تولیدات گیاهی رشد ۴۷ درصدی از نظر مقدار و رشد ۳۷ درصدی از نظر ارزش داشت و مقدار صادرات

تولیدات صنایع تبدیلی و تکمیلی رشد ۱۸ درصدی و ارزش آنها رشد ۷ درصدی داشت. بیشترین رشد ارزشی محصولات کشاورزی و مواد غذایی به تولیدات دامی، لبنی و شیلات و بیشترین رشد مقداری این کالاها به تولیدات گیاهی اختصاص داشت. در این دوره قیمت صادراتی تولیدات گیاهی به عنوان مهمترین بخش صادراتی ۷ درصد کاهش، قیمت تولیدات صنایع تبدیلی نیز ۹ درصد کاهش و تنها قیمت تولیدات دامی، لبنی و شیلات ۲ درصد افزایش یافت.

در همین دوره مقدار واردات تولیدات دامی، لبنی و شیلات با کاهش ۱۶ درصدی به ۲۰۷ هزار تن و ارزش این گروه با کاهش ۱۸ درصدی به ۸۷۰ میلیون دلار کاهش یافت. اما مقدار واردات تولیدات گیاهی با رشد ۵۵ درصدی به ۱۸۲۲۵ هزار تن و ارزش این گروه با رشد ۹ درصدی به ۷۶۷۹ میلیون دلار افزایش یافت. مقدار تولیدات بخش صنایع تبدیلی و تکمیلی نیز با کاهش ۲۲ درصدی به ۴۸۹۱ هزار تن و ارزش این گروه با افت ۱۵ درصدی به ۲۳۹ میلیون دلار کاهش یافت. در این دوره قیمت وارداتی همه گروه‌های کالایی کاهش یافت.

تراز ارزشی کلیه گروه‌های کالایی در سال ۱۳۹۳ نسبت به سال ۱۳۹۲ بهبود قابل توجهی داشته است. کسری تراز تجاری گروه تولیدات گیاهی از ۴۰۷۹- میلیون دلار به ۳۶۲۰- میلیون دلار کاهش یافت و بهبود ۱۱ درصدی را تجربه کرد. کسری تراز تجاری گروه صنایع تبدیلی و تکمیلی با بهبود ۴۰ درصدی از ۳۵۵۹- به ۲۱۷۱- میلیون دلار کاهش یافت و تراز تجاری گروه تولیدات دامی، لبنی و شیلات با بهبود ۵ برابری از ۹۸- به ۴۵۳ میلیون دلار ارتقاء یافت.

متوسط قیمت کالاهای صادراتی کشاورزی و مواد غذایی همواره بیش از قیمت وارداتی این گروه کالایی است و از سال ۱۳۸۸ به این سو اختلاف این دو قیمت بیشتر هم شده است. در سال ۱۳۹۳ نسبت به سال ۱۳۹۲ تنها قیمت وارداتی تولیدات گیاهی با کاهش ۳۰ درصدی از ۰/۶ به ۰/۴۲ دلار/کیلوگرم کاهش یافت و تغییر قیمت سایر گروه‌های کالایی بین ۲ تا ۹ درصد بود. در این دوره تنها قیمت صادراتی تولیدات دامی، لبنی و شیلات رشد ۲ درصدی داشت و سایر گروه‌های کالایی کاهش قیمت داشتند.

در زمینه واردات کالایی، در مجموع ۸ قلم کالای اساسی کشاورزی بین ۶۶ تا ۹۵ درصد کل مقدار واردات کشاورزی و مواد غذایی را به خود اختصاص دادند. در سال ۱۳۸۰ این کالاها ۹۵ درصد کل مقدار واردات کشاورزی و در سال ۱۳۸۶ اندکی بیش از ۶۶ درصد کل واردات کشاورزی و مواد غذایی به این ۸ قلم کالا اختصاص داشت. سهم ارزشی این ۸ قلم کالا در کل واردات کشاورزی و مواد غذایی نیز بین ۴۸ درصد در سال ۸۶ تا ۹۱ درصد در سال ۱۳۸۰ متغیر است. سهم برنج در کل مقدار واردات کشاورزی و مواد غذایی با روندی افزایشی از ۹ درصد در سال ۱۳۷۹ به ۱۴ درصد در سال ۱۳۸۳ افزایش یافت. در ادامه با روندی کاهشی سهم این کالا به ۷ درصد در سال ۱۳۸۹ کاهش یافت و با روندی نوسانی به ۱۱ درصد در سال ۱۳۹۲ افزایش یافت. در سال ۱۳۹۳ مقدار واردات برنج به کاهشی ۳۸ درصدی نسبت به سال ۱۳۹۲ به ۱۲۰۷ هزار تن کاهش یافت و سهم آن در کل واردات کشاورزی و مواد غذایی نیز به ۵ درصد افت کرد. روند سینوسی و متناوب واردات این محصول و سیاست‌های کنترلی وزارت جهاد کشاورزی و اعمال تعرفه فصلی و ممنوعیت وارداتی به کاهش واردات بیش از نیاز این محصول در سال ۱۳۹۳ منجر شد. ارزش وارداتی این محصول نیز بین ۷ تا ۱۷ درصد ارزش کل واردات کشاورزی و مواد غذایی را در سال‌های مختلف به خود اختصاص داده است. در سال ۱۳۹۲ واردات این محصول با ارزش بیش از ۲۳۰۰ میلیون دلار، ۱۷ درصد ارزش کل واردات کشاورزی و مواد غذایی افزایش یافت. در سال ۱۳۹۳ واردات این کالا به ۱۴۳۰ میلیون دلار کاهش و سهم آن در کل واردات کشاورزی و مواد غذایی به ۱۲ درصد افت کرد. قیمت وارداتی این کالا نیز از ۰/۲۷ در سال ۱۳۸۰ تا ۱/۱۸ در سال ۱۳۹۲ متغیر است. بیشترین قیمت وارداتی این محصول در سال ۱۳۹۲ بود که با کاهش ۴ درصدی در سال ۱۳۹۳ به ۰/۹۵ دلار بر کیلوگرم کاهش یافت.

مقدار واردات گندم نیز به طور کامل به تولید داخل و ذخایر استراتژیک این محصول وابسته است. در سال‌های ۱۳۷۹ و ۱۳۸۰ حجم واردات این محصول ۵۶۱۳ و ۶۶۷۱ هزار تن بود که با شروع برنامه خودکفایی واردات این کالا به ۱۰۵ هزار تن در سال ۱۳۸۴ کاهش یافت. عدم پیگیری جدی برنامه خودکفایی و بروز خشکسالی در سال ۱۳۸۷ واردات این کالا را به ۵۹۱۹ هزار تن در سال ۱۳۸۷ افزایش داد. واردات این محصول

در سال‌های ۱۳۸۹ و ۱۳۹۰ مجدداً کاهش یافت و به ۲۸۲ هزار تن در سال ۱۳۹۰ رسید. اما مشکلات تحریم و افت تولید و ذخایر استراتژیک این محصول سطح واردات این محصول را در سال ۱۳۹۳ به ۷۴۲۹ هزار تن در سال ۱۳۹۳ افزایش داد. واردات این محصول در سال ۱۳۹۳ برای جبران کسری شدید ذخایر استراتژیک و مشکلات بروز کرده برای واردات محصول در سال ۱۳۹۲ رشد بیش از ۸۷ درصدی داشت، در واقع بخش عمده‌ای از واردات در این سال واردات برنامه‌ریزی شده در نیمه دوم سال ۱۳۹۲ بود که به نیمه اول سال ۱۳۹۳ منتقل شد. این محصول سهم ۱ درصدی تا ۵۰ درصدی در کل مقدار واردات کشاورزی و مواد غذایی در سال‌های مختلف دارد و ۵۰ درصد واردات کشاورزی و مواد غذایی در سال ۱۳۸۰ واردات گندم بود. در سال ۱۳۹۲ این محصول ۲۲ درصد حجم واردات کشاورزی و مواد غذایی را داشت که با رشد ۴۵ درصدی به ۳۲ درصد در سال ۱۳۹۳ افزایش یافت. ارزش صادرات این محصول نیز بین نزدیک به صفر تا ۳۵ درصد کل ارزش واردات کشاورزی و مواد غذایی را در سال‌های مختلف دارد. در سال ۱۳۹۲ سهم ۲۷ درصد صادرات کشاورزی و مواد غذایی را به خود اختصاص داد که با توجه به کاهش قیمت جهانی و وارداتی این محصول سهم آن در سال ۱۳۹۳ به ۲۰ درصد کاهش یافت. قیمت وارداتی این محصول نیز بین ۰/۱۳ در سال ۱۳۸۱ تا ۰/۳۹ دلار/کیلوگرم در سال ۱۳۹۱ متغیر است. قیمت وارداتی این محصول در سال‌های ۱۳۹۲ و ۱۳۹۳ به ترتیب ۰/۳۳ و ۰/۲۸ دلار/کیلوگرم بود.

واردات ذرت نیز بین ۱۰ تا ۳۳ درصد حجم واردات کشاورزی و مواد غذایی را در سال‌های مختلف دارد. این محصول در سال‌های اخیر سهم پایدار بیش از ۲۲ درصدی در کل واردات کشاورزی و مواد غذایی دارد و در سال ۱۳۹۳ سهم آن به ۲۷ درصد رسیده است. در واقع این محصول کالایی است که سهم پایداری در کل واردات کشاورزی و مواد غذایی دارد. سهم این کالا در ارزش واردات کشاورزی و مواد غذایی بین ۶ تا ۱۵ درصد است و بیشترین سهم این کالا در سال ۱۳۹۳ بود. این کالا در سال‌های اخیر سهم پایدار بین ۱۲ تا ۱۵ درصد در ارزش واردات کشاورزی و مواد غذایی داشته است. قیمت وارداتی این کالا نیز بین ۰/۰۸ در سال

۱۳۸۴ تا ۰/۳۸ دلار/کیلوگرم در سال ۱۳۹۰ متغیر است و قیمت آن با روندی کاهشی در سال‌های ۱۳۹۲ و ۱۳۹۳ به ۰/۲۹ و ۰/۲۴ دلار/کیلوگرم کاهش یافته است.

حداکثر سهم محصولاتی مانند جو، روغن خام (سویا و آفتابگردان)، شکر و کنجاله سویا نیز در کل مقدار واردات کشاورزی و مواد غذایی به ترتیب ۱۴، ۱۲، ۹، ۱۱ و ۱۳ درصد است. در سال‌های ۱۳۹۲ و ۱۳۹۳ سهم جو به ترتیب ۴ و ۸ درصد، سهم روغن خام (سویا و آفتابگردان) ۵ و ۴ درصد، شکر ۹ و ۴ درصد و کنجاله سویا ۱۲ و ۸ درصد است. حداکثر سهم ارزشی این کالاها نیز ۱۳، ۱۶، ۲۱ و ۲۰ درصد است و در سال‌های ۱۳۹۲ و ۱۳۹۳ سهم جو به ترتیب ۴ و ۴، سهم روغن خام (سویا و آفتابگردان) ۸ و ۷، شکر ۶ و ۳ و کنجاله سویا ۴ و ۱۰ درصد است. بیشترین قیمت وارداتی جو در سال ۱۳۹۱ و بیش از ۰/۳۸ دلار بر کیلوگرم بود که در سال‌های ۱۳۹۲ و ۱۳۹۳ با روندی کاهشی به ۰/۲۷ و ۰/۲۴ دلار/کیلوگرم کاهش یافت. بیشینه قیمت وارداتی روغن خام (سویا و آفتابگردان) در سال ۱۳۹۰ و به مقدار ۱/۳۴ دلار/کیلوگرم بود که با روندی کاهشی به ۱/۰۳ و ۰/۸۵ دلار/کیلوگرم در سال‌های ۱۳۹۲ و ۱۳۹۳ کاهش یافت. بیشینه قیمت شکر نیز در سال ۱۳۹۰ و به مقدار ۰/۶۴ دلار/کیلوگرم بود که با روندی کاهنده به ۰/۴۶ و ۰/۳۴ دلار/کیلوگرم در سال ۱۳۹۲ و ۱۳۹۳ رسید. بیشینه قیمت کنجاله سویا نیز در سال ۱۳۸۹ بیش از ۱/۱۸ دلار/کیلوگرم بود که در سال‌های ۱۳۹۲ و ۱۳۹۳ به ۰/۵۹ و ۰/۴۶ دلار/کیلوگرم کاهش یافت. گوشت گوساله نیز بیشینه قیمت ۵/۳۷ دلاری را در سال ۱۳۹۰ تجربه کرد که با آهنگی کاهشی قیمت آن به ۴/۲۶ دلار در سال ۱۳۹۳ افت کرد.

از حیث سهم مقداری در واردات کشاورزی ذرت محصولی است که سهم بالا و پایداری در حجم واردات کشاورزی و مواد غذایی دارد و در واقع تولید طیور در ایران وابستگی بالایی به واردات دارد. دیگر محصولات مهم وارداتی برنج و گندم هستند که سهم گندم در واردات ناپایداری بالایی دارد و سهم برنج نیز در واردات کل به طور متناوب دچار تغییر می‌شود. بیشتر اقلام عمده کشاورزی و مواد غذایی بیشینه قیمت وارداتی خود را در بازه ۹۱-۱۳۸۹ (دوره تشدید تحریم‌های هسته‌ای) تجربه کردند و در سال ۱۳۹۳ به دنبال گشایشهای نسبی و افت قیمت‌های جهانی، قیمت همه آنها کاهش یافته است. در مبحث صادرات کالایی محصولات پسته،

کشمش، زعفران، سیب، خرما، رب گوجه فرنگی، خیار، شیرینی، بیسکویت و سیب زمینی مهمترین محصولات صادراتی بخش کشاورزی و مواد غذایی از نظر ارزش صادرات هستند. بررسی مهمترین کالاهای صادراتی بخش کشاورزی از نظر مقدار صادرات ۱۰ ساله اخیر (۹۳-۱۳۸۴) نشان می‌دهد که اضافه بر محصولات مهم از نظر ارزش صادراتی، کالاهایی مانند هندوانه، پیاز و گوجه فرنگی نیز از کالاهای مهم صادراتی بخش کشاورزی از نظر حجم صادرات هستند. محصول پسته با مجموع صادراتی به ارزش ۱۱۴۵۷ میلیون دلار در ۱۰ ساله اخیر (۹۳-۱۳۸۴) ۲۵ درصد ارزش صادراتی بخش کشاورزی و مواد غذایی را به خود اختصاص داده است. اگرچه صادرات این کالا از نظر وزنی رشد چندانی نداشته است، اما ارزش صادرات این محصول رشد قابل توجهی داشته است. روند مقدار و ارزش صادرات این کالا بیانگر افزایش تدریجی ارزش هر کیلو پسته صادراتی است و ارزش هر کیلو صادرات این محصول در برنامه‌های چهارم و پنجم توسعه رشد قابل توجهی داشته است. ارزش صادرات آن به ۱۶۴۹ میلیون دلار در پایان سال ۱۳۹۳ افزایش یافته است. کشمش با مجموع ارزش صادراتی برابر با ۲۴۳۰ میلیون دلار در دوره ۱۰ ساله (۹۳-۱۳۸۴) دومین محصول ارزآور بخش کشاورزی و مواد غذایی است. بیشترین ارزش صادراتی این کالا ۳۵۴/۳۹ میلیون دلار در سال ۱۳۹۱ بود که با روندی کاهشی به ۲۵۷/۵ میلیون دلار در سال ۱۳۹۳ کاهش یافت.

محصول زعفران با مجموع ارزش صادراتی ۲۱۳۴ میلیون دلار در دوره (۹۳-۱۳۸۴) سومین محصول ارزآور بخش کشاورزی و مواد غذایی بوده و سهم ۵ درصدی در ارزش صادرات این بخش دارد. این محصول هم بیشترین در سال ۱۳۹۱ بیشترین ارزش صادرات را داشته و ارزش صادراتی آن در سال ۱۳۹۳ به حدود ۲۲۸ میلیون دلار کاهش یافت. صادرات سیب به عنوان یکی دیگر از محصولات صادراتی بخش کشاورزی در سال‌های اخیر به خاطر وابستگی بالا به بازار عراق متاثر از تحولات این بازار دچار نوسان شده است. اما محصولاتی مانند خرما، رب گوجه و شیرینی روند صادراتی افزایشی و با ثبات تری داشتند.

بررسی کلی مبداء وارداتی کالاهای کشاورزی ایران نشان می‌دهد در دوره ۵ ساله منتهی به سال ۱۳۹۳ حدود ۵۵ درصد واردات گندم از سه کشور امارات متحده عربی، سوئیس و روسیه، ۸۵ درصد واردات گوشت گاو از

برزیل و امارات متحده عربی، ۷۵ درصد ذرت از سه کشور سوئیس، امارات متحده عربی و هلند، ۴۸ درصد جو از سه کشور امارات متحده عربی، روسیه و هند، ۷۹ درصد برنج از هند و امارات متحده عربی، ۷۶ درصد شکر از امارات متحده عربی و سوئیس و ۶۴ درصد کنجاله از سوئیس، هلند و امارات متحده عربی وارد کشور شده است. با توجه به اینکه امارات متحده عربی مبدأ اصلی کالاهای وارداتی نیست مبدأ بخش عمده‌ای از کالاهای وارداتی کشور تنها ۲ کشور است و فراتر از ۹۰ درصد واردات برخی کالاها مانند گوشت گاو و برنج نیز به یک کشور وابسته است. در سال ۱۳۹۳ حدود ۲۳۹۰ هزار تن ذرت (۳۸ درصد) از سوئیس، ۹۴۴ هزار تن (۱۵ درصد) از هلند و ۷۹۱ هزار تن (۱۲) درصد از انگلستان وارد کشور شده است. در واقع ۶۵ درصد ذرت از این سه کشور تامین شده است. همچنین ۹۲۶ هزار تن (۷۸ درصد) برنج از هند و ۱۴۸ هزار تن (۱۲ درصد) آن از پاکستان وارد کشور شد و این دو کشور تامین کننده ۹۰ درصد برنج وارداتی کشور بودند. در این سال ۴۲۲ هزار تن (۲۳ درصد) جو از سوئیس، ۳۰۰ هزار تن (۱۷ درصد) از انگلستان، ۱۹۹ هزار تن (۱۱ درصد) از هند وارد کشور شد. در سال ۱۳۹۳ حدود ۱۹۳ هزار تن جو نیز از ترکیه وارد کشور شد و در مجموع حدود ۶۰ درصد جو از این ۴ کشور تامین شده است.

در سال ۱۳۹۳ حدود ۳۸۸ هزار تن شکر خام (۴۷ درصد) از امارات متحده عربی، ۱۷۲ هزار تن (۲۱ درصد) از هند و ۱۵۸ هزار تن (۱۹ درصد) از سوئیس وارد کشور شد. در مجموع ۸۷ درصد شکر خام کشور از این سه کشور تامین شد. همچنین تامین ۵۱۹ هزار تن (۲۵ درصد) کنجاله سویا از سوئیس، ۳۵۸ هزار تن (۱۷ درصد) از هلند، ۳۲۶ هزار تن (۱۵ درصد) از هند و ۲۸۰ هزار تن (۱۳ درصد) از ترکیه وارد کشور شد. در واقع ۷۰ درصد کنجاله سویا وارداتی از این ۴ کشور تامین شد.

کشورهای هنگ کنگ، امارات و آلمان مناسب‌ترین بازارهای هدف ایران از جنبه‌های همزمان تداوم بازار، قیمت و سهم بازار در بازار جهانی پسته می‌باشند. جمع‌بندی همین شاخص‌ها در بازار خرما نشان می‌دهد که کشورهای ترکیه، پاکستان و انگلستان مناسب‌ترین بازارهای هدف ایران می‌باشند. همچنین کشورهای ترکمنستان، امارات و تا حدودی عراق مناسب‌ترین بازارهای هدف ایران در بازار جهانی سیب می‌باشند.

کشورهای روسیه، امارات و آذربایجان مناسب‌ترین بازارهای هدف ایران در بازار جهانی انگور خشک کرده و همچنین کشورهای ترکیه و امارات مناسب‌ترین بازارهای هدف ایران در بازار جهانی کیوی بوده‌اند. در ادامه مزیت صادراتی ایران در بازارهای هدف محصولات کشاورزی ایران در مقابل رقبا در هر یک از بازارهای هدف بررسی شد. نتایج جز در تعداد محدودی از بازارهای هدف بیانگر افت مزیت صادراتی ایران و یا رشد کاهشی مزیت صادراتی ایران در نقایسه با رقبا بوده است که این می‌تواند تهدیدی برای تداوم روند باثبات ایران در بازارهای جهانی در محصولات اصلی صادراتی خود باشد.

بررسی وضعیت رقباتی ایران در بازار پسته آلمان نشان داد که رقیب اصلی ایران آمریکا است. صادرات ایران از ۱۷۸ میلیون دلار در سال ۲۰۱۱ با روند کاهشی به ۹۴ میلیون دلار در سال ۲۰۱۴ کاهش یافت است و طی همین دوره صادرات آمریکا به آلمان از ۱۲۸ میلیون دلار در سال ۲۰۱۱ به ۲۰۴ میلیون دلار افزایش یافته است. در واقع حدود ۷۰ درصد بازار پسته آلمان در اختیار آمریکا قرار گرفته است. بازار پسته روسیه نیز در اختیار دو کشور ایران و آمریکا است. در این بازار نیز ایران در حال واگذاری سهم خود به آمریکا است. در سال ۲۰۱۰ ایران ۷۱ میلیون دلار پسته به این کشور صادر کرد درحالیکه آمریکا در این سال تنها ۱۰ میلیون دلار پسته به آمریکا صادر کرده است. اما طی یک روند کاهشی صادرات ایران به بازار روسیه در سال ۲۰۱۳ به ۵۰ میلیون دلار کاهش یافت و صادرات آمریکا با روندی افزایشی به ۵۵ میلیون دلار افزایش یافت. در سال ۲۰۱۴ نیز ایران ۳۲ میلیون دلار و آمریکا ۴۲ میلیون دلار به این بازار پسته صادر کرد.

بررسی بازار هنگ‌کنگ نشان می‌دهد تنها رقیب ایران در بازار این کشور آمریکا است و هر زمان که سهم ایران در این بازار افت کرده است، آمریکا جای ایران را پر کرده است. در سال ۲۰۱۰ ایران ۳۵۹ میلیون دلار پسته و آمریکا ۱۸۰ میلیون دلار پسته به این کشور صادر کرد. در این سال سهم ایران ۲ برابر آمریکا در این بازار بود و نزدیک به ۷۰ درصد بازار هنگ‌کنگ در اختیار ایران بود. اما در فاصله سال‌های ۲۰۱۱-۲۰۱۳ (به طور عمده به دلیل تحریم‌ها) آمریکا سهم بیشتری از بازار این کشور داشت. در سال ۲۰۱۱ ایران ۲۰۵ میلیون دلار پسته به هنگ‌کنگ صادر کرد و در مقابل آمریکا ۲۳۰ میلیون دلار پسته به این بازار صادر کرد. سهم

آمریکا در این بازار به تدریج افزایش یافته به گونه‌ای که در سال ۲۰۱۳ سهم آمریکا به بیش از ۲ برابر ایران افزایش یافت و حدود ۷۵ درصد این بازار را در اختیار گرفت. در این سال آمریکا ۵۴۷ و ایران ۲۲۴ میلیون دلار پسته به بازار هنگ کنگ صادر کردند. اما در سال ۲۰۱۴ ایران سهم بیشتری از بازار هنگ کنگ را در اختیار گرفت و صادرات ایران به این بازار به ۴۸۴ میلیون دلار افزایش یافت، درحالیکه صادرات آمریکا به این بازار با کاهش نزدیک به ۲ برابری به ۲۹۰ میلیون دلار افت کرد. کشمش دومین محصول ارزآور بخش کشاورزی و مواد غذایی است و ارزش صادرات آن در سال ۱۳۹۳ به ۱۱۷ میلیون دلار رسیده است. در این دوره امارات متحده عربی (۱۷ درصد)، روسیه (۱۷ درصد)، عراق (۱۲ درصد)، اکراین (۸ درصد) و ترکیه (۶ درصد) مقصد ۶۰ درصد کشمش صادراتی ایران هستند. انگور خشک کرده ایران در بازار روسیه رقبای متعددی دارد. کشورهای افغانستان (۲۳ درصد)، ترکیه (۱۹ درصد)، شیلی (۱۵ درصد) و هند (۳ درصد) هستند. روند صادرات ایران به روسیه نشان می‌دهد صادرات ایران در سال ۲۰۱۰ حدود ۴۰ میلیون دلار بود که با کاهش ۲۵ درصدی به ۲۹ میلیون دلار در سال ۲۰۱۱ کاهش یافت. در ادامه صادرات ایران به روسیه ۴۴ میلیون دلار افزایش یافت. اما بعد از سال ۲۰۱۲ صادرات کشمش به روسیه وارد روندی کاهشی شده است و ۱۷ میلیون دلار در سال ۲۰۱۴ کاهش یافت. با وجود افت شدید صادرات ایران به روسیه، هنوز ایران رتبه نخست را در این بازار دارد. صادرات افغانستان به عنوان مهم‌ترین رقیب کشور از ۱۹ میلیون دلار در سال ۲۰۱۰ با روند کاهشی به ۱۱ میلیون دلار در سال ۲۰۱۴ کاهش یافته است. صادرات شیلی نیز با روندی کاهشی از ۱۱ میلیون دلار در سال ۲۰۱۰ به ۷ میلیون دلار در سال ۲۰۱۴ افت کرده است. عراق مقصد صادراتی ۱۲ درصد کشمش صادراتی ایران است و درصد ناچیزی از کشمش وارداتی این کشور از سایر کشورها وارد شده است. محصول زعفران سومین محصول ارزآور بخش کشاورزی و مواد غذایی بوده و سهم ۵ درصدی در ارزش صادرات این بخش دارد. ارزش صادرات این محصول ۲۲۸ میلیون دلار در سال ۱۳۹۳ بود. کشورهای امارات متحده عربی (۴۰ درصد)، اسپانیا (۳۰ درصد)، عربستان (۶ درصد)، ایتالیا (۵ درصد) و هند (۳ درصد) مقاصد اصلی صادرات زعفران ایران هستند. امارات متحده عربی در برنامه‌های سوم، چهارم و پنجم توسعه مقصد ۴۰ درصد

زعفران صادراتی کشور بود. در برنامه‌های سوم و چهارم توسعه در مجموع ۳۱۸ میلیون دلار زعفران به این کشور صادر شد که در دوره (۹۳-۱۳۸۹) با افزایش حدود ۲ برابری به ۶۱۲ میلیون دلار رسید. اسپانیا به عنوان دومین شریک تجاری ایران در صادرات زعفران در طول برنامه‌های سوم و چهارم توسعه با مجموع واردات ۲۷۴ میلیون دلار زعفران ۳۴ درصد این محصول را وارد کرده است. سهم این کشور در مقاصد صادراتی کشور در دوره (۹۳-۱۳۸۳) به ۴۴۵ میلیون دلار به ۲۹ درصد افت کرده است. در این دوره بر تنوع بازارهای صادراتی کشور افزوده شده و عربستان سعودی با واردات ۹۹ میلیون دلار سهم ۶ درصدی در واردات این محصول دارد. صادرات زعفران به امارات با روند افزایشی از ۶۳ میلیون دلار در سال ۱۳۸۸ به ۱۵۲ میلیون دلار در سال ۱۳۹۱ افزایش یافت و در ادامه با کاهش به ۸۰ میلیون دلار در سال ۱۳۹۲ افت کرد. در سال ۱۳۹۳ صادرات زعفران به ۱۰۵ میلیون دلار در سال ۱۳۹۳ افزایش یافت. بیشترین مقدار صادرات به کشور اسپانیا در سال ۱۳۸۹ به ارزش ۱۱۹ میلیون دلار انجام شد و در ادامه با روند کاهشی به ۵۰ میلیون دلار در سال ۱۳۹۳ کاهش یافت. سبب با ارزش صادراتی ۱۷۸۶ میلیون دلار جایگاه چهارم از نظر ارزش صادرات را در بین کالاهای کشاورزی و مواد غذایی دارد. صادرات این کالا در سال ۱۳۹۳ به ۱۸۷ میلیون دلار رسید. در ۱۰ ساله اخیر (۹۳-۱۳۸۴) عراق (۶۷ درصد)، ترکمنستان (۱۲ درصد)، امارات (۷ درصد)، افغانستان (۵ درصد) و پاکستان (۳ درصد) شرکای اصلی ایران در صادرات سبب بودند. در دوره ۹۳-۱۳۸۹ نیز اگرچه سهم نسبی این کشور کاهش یافت، اما ۶۲۶ میلیون دلار سبب به عراق صادر شد و سهم این کشور در مقاصد صادراتی سبب به ۶۰ درصد افت کرد. ترکمنستان و امارات متحده عربی مقاصد بعدی سبب صادراتی ایران هستند که در مجموع کمتر از ۲۰ درصد سبب به این دو کشور صادر شده است.

۷۶ درصد بازار عراق در اختیار ایران است و ترکیه و مقدونیه سهم ۱۷ و ۴ درصدی در این بازار دارند. سهم سایر کشورها در این بازار اندک و در مجموع حدود ۳ درصد است. مقایسه قیمت صادراتی ایران به عراق با دو رقیب ایران نشان می‌دهد قیمت صادراتی ایران در سال ۲۰۱۱ حدود ۹۱۸ دلار/تن بوده که در سال ۲۰۱۴ به ۴۲۶ دلار/تن کاهش یافته است. در بازار ترکمنستان نیز ایران نقش مسلط را دارد و از ۳۲ میلیون

دلار واردات سیب این کشور در سال ۲۰۱۰ بیش از ۳۱/۶ میلیون دلار آن از ایران وارد شده است. در سال ۲۰۱۴ نیز ۲۲/۹ میلیون دلار از کل واردات ۲۳/۴ میلیون دلاری سیب این کشور از ایران وارد شده است. خرما به ارزش ۱۴۲۹ میلیون دلار جایگاه پنجم از نظر ارزش صادرات را دارد. ارزش صادرات این کالا به ۲۲۶ میلیون دلار در پایان سال ۱۳۹۳ رسید. این محصول تنوع قابل قبولی در مقاصد صادراتی دارد. در دوره ده ساله منتهی به سال ۱۳۹۳ امارات متحده عربی (۱۷ درصد)، پاکستان (۱۱ درصد)، روسیه (۹ درصد)، ترکیه (۷ درصد) و هند (۷ درصد) مقاصد اصلی صادرات خرما می ایران بودند. در دوره ۹۳-۱۳۸۹ سهم برخی کشورها افزایش یافت. سهم کشورهای هند و افغانستان در بین مقاصد اصلی صادراتی خرما می کشور افزایش یافت. در این دوره واردات هند به ۸۴ میلیون دلار افزایش یافت و سهم آن نیز به ۹ درصد افزایش یافت. واردات خرما می افغانستان نیز به ۶۴ میلیون دلار و سهم آن به ۷ درصد افزایش یافت. صادرات خرما به پاکستان به عنوان یکی از شرکای اصلی کشور در این زمینه نشان دهنده روند افزایشی صادرات به این کشور در دوره ۹۱-۱۳۸۸ است و صادرات خرما از ۱۰ میلیون دلار در سال ۱۳۸۸ به ۳۹ میلیون دلار در سال ۱۳۹۱ افزایش یافت. در ادامه صادرات خرما به این کشور با کاهش اندکی به ۳۷ میلیون دلار در سال ۱۳۹۳ افت کرد. صادرات خرما به امارات متحده عربی با روند افزایشی آرامی از ۶ میلیون دلار در سال ۱۳۸۸ به ۲۲ میلیون دلار در سال ۱۳۹۳ افزایش یافت.

روند صادرات خرما می ایران به روسیه روندی کاهشی دارد. صادرات خرما می ایران به روسیه از ۲۲ میلیون دلار در سال ۲۰۱۰ به ۸ میلیون دلار در سال ۲۰۱۴ کاهش یافت. این وضعیت باعث شده است تا ایران سهم بیش از ۷۵ درصدی خود در این بازار را با سهم ۳۰ درصدی در سال ۲۰۱۴ تقلیل دهد. در واقع در سال ۲۰۱۴ ایران به همراه تونس و الجزایر هر یک یک سوم بازار روسیه را در اختیار گرفته‌اند. با وجود کاهش سهم ایران، سهم تونس در این بازار رو به افزایش بود. صادرات تونس به روسیه از ۶ میلیون دلار در سال ۲۰۱۰ به ۱۰ میلیون دلار در سال ۲۰۱۳ افزایش یافته است و با توجه به افت کلی واردات روسیه در سال ۲۰۱۴ به ۷

میلیون دلار کاهش یافته است. سهم الجزایر نیز از ۳۲۵ هزار دلار در سال ۲۰۱۰ به ۷ میلیون دلار در سال ۲۰۱۴ افزایش یافته است. در واقع این دو کشور بخشی از سهم ایران را تصاحب کردند.

در بازار هند نیز پاکستان (۴۹ درصد)، عراق (۳۱ درصد)، امارات (۷ درصد) و ایران (۷ درصد) بازار خرمای هند را در اختیار دارند و ۶ درصد بازار در اختیار سایر کشورها است. در این بازار سهم ایران اندک است و نزدیک به نیمی از بازار در اختیار پاکستان قرار دارد. این در شرایطی است که پاکستان یکی از مقاصد صادراتی خرمای ایران است.

روند صادرات ایران به ترکیه نشان دهنده رشد نسبی صادرات خرما به این کشور است. صادرات ایران از ۳ میلیون دلار در سال ۲۰۱۰ به ۴ میلیون دلار در سال ۲۰۱۴ افزایش یافت. تونس نیز صادرات پایداری به این بازار دارد و صادرات این کشور از ۴ میلیون دلار در سال ۲۰۱۰ به ۳/۸ میلیون دلار در سال ۲۰۱۴ کاهش یافت.



فصل سوم

تحلیل و تبیین سیاست‌ها و برنامه‌های تجارت کشاورزی و مواد غذایی

۳-مقدمه:

در این فصل از گزارش تحولات سیاست‌های تجاری ایران و شرکای تجاری کشور به همراه وضعیت موافقتنامه‌های تجاری کشور و آثار سیاست‌های ارزی بر تجارت کشاورزی بررسی شده است. در بررسی سیاست‌های تجاری کشور بر روند تحولات موانع تعرفه‌ای و غیر تعرفه‌ای بخش کشاورزی و سایر قوانین و مقررات مرتبط بر تجارت کشاورزی تمرکز شده است. در بررسی سیاست‌های تجاری شرکای کشور نیز رویه‌ها و قوانین و مقررات تجاری موثر بر تجارت کشاورزی بررسی شده است. سیاست‌های تجاری عراق، پاکستان، هندوستان، ترکیه، هنگ کنگ، روسیه، اتحادیه اروپا و سوئیس بررسی شده است. سعی شده است از بین اصلی‌ترین شرکای تجاری کشور ترکیبی از کشورهای در حال توسعه و توسعه یافته انتخاب و بررسی شود. در بحث موافقتنامه‌های تجاری نیز وضعیت اجرای موافقتنامه‌های تجاری و آثار آنها بر تجارت کشاورزی ارزیابی شده است. قدر این بخش موافقتنامه‌های تجاری کشور با ترکیه، پاکستان، ازبکستان، بوسنی و هرزگوین، کوبا، قرقیزستان، سوریه، تونس و بلاروس بررسی شده است. آثار سیاست‌های ارزی نیز بر واردات و صادرات کشاورزی دیگر هدف فصل حاضر است و اثر تغییرات دوره‌ای سیاست‌های ارزی بر این دو متغیر بررسی شده است.

۳-۱- بررسی تحولات سیاست‌های تجاری (تعرفه، موانع غیر تعرفه‌ای) و تنظیم بازار داخل (تعرفه، موانع غیر تعرفه‌ای)

۳-۱-۱- نگاهی کلی به تحول موانع تعرفه‌ای و غیر تعرفه‌ای در بخش کشاورزی

تعرفه ابزار متداول حمایت مرزی از کالاهای کشاورزی در سطح جهان است. تعرفه مالیاتی است که از نقل و انتقال کالا در مرز اخذ می‌شود. میانگین ساده تعرفه که از جمع حسابی تعرفه کدهای تعرفه‌ای تقسیم بر تعداد آنها به دست می‌آید، بیانگر سطح حمایت اسمی تعرفه هر کشور است. اما اگر در یک کشور تعرفه‌های پایین برای کالاهای وارداتی و تعرفه‌های بالا برای کالاهایی که به دلایلی (وجود مزیت یا ممنوعیت شرعی) واردات اندکی دارند، وضع شود، میانگین موزون تعرفه با وجود بالا بودن میانگین ساده تعرفه پایین خواهد

بود. میانگین وزنی تعرفه از حاصلضرب تعرفه کالاهای مورد بررسی در مقدار (ارزش) واردات آنها تقسیم بر مجموع واردات آنها به دست می‌آید و به نوعی سطح اثرگذاری تعرفه بر واردات را نشان می‌دهد. حال اگر اختلاف میانگین وزنی و ساده تعرفه ناشی از پراکنش نامناسب تعرفه باشد (مانند آنچه در ایران در جریان است) سطح پایین تعرفه وزنی بیانگر سطح حمایت تعرفه‌ای پایین با وجود میانگین ساده بالا است.

خلاصه تحولات موانع تعرفه‌ای و غیر تعرفه‌ای تجارت کشاورزی در سه دهه اخیر در جدول (۱-۳) خلاصه شده است. قبل از شروع برنامه‌های توسعه اقتصادی در ایران فضای تجارت کشور و بخش کشاورزی در انحصار دولت بود. در این دوره عموم کالاهای کشاورزی برای ورود دارای شرط ممنوعیت و مجوز واردات بودند. تعدد مجوزهای ضروری برای ورود یک کالا به حدی بود که برای واردات برخی از کالاها نیاز به دریافت ۵ تا ۶ مجوز از وزارت خانه‌ها و سازمان‌های مختلف بود. در این دوره سطح تعرفه‌های کشاورزی بسیار بالا بود. میانگین تعرفه کشاورزی طی دوره ۶۷-۱۳۶۱ حدود ۸۷ درصد بود. سطح بالای میانگین تعرفه کشاورزی در کنار اعمال انواع موانع غیرتعرفه‌ای رژیم تجاری بسته و در انحصار دولت را شکل داده بود و با توجه به شرایط جنگی بسیاری از کالاهای اساسی بخش کشاورزی توسط دولت و با ارز دولتی وارد و توزیع می‌شدند.

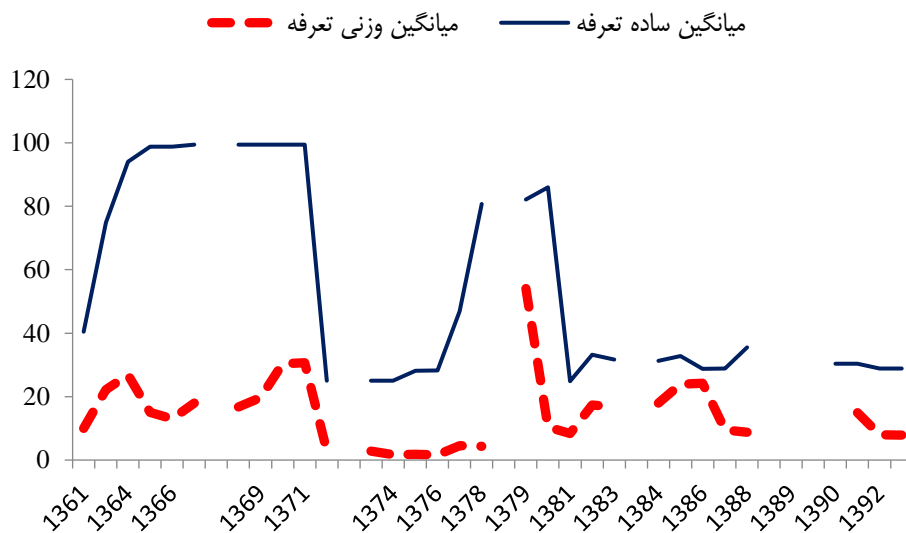
جدول (۱-۳): وضعیت متوسط ساده و ارزشی تعرفه محصولات کشاورزی در ۴ دهه اخیر

دوره (۱۳۶۷-۱۳۶۱)	متوسط وزنی	متوسط ساده	موانع غیر تعرفه
	۱۷	۸۴	ممنوعیت و مجوز
برنامه اول	۲۰	۸۵	ممنوعیت و مجوز
برنامه دوم	۳	۴۲	ممنوعیت و مجوز
برنامه سوم	۲۱	۵۲	حذف ممنوعیت و کاهش مجوز در نیمه دوم برنامه
برنامه چهارم	۱۷	۳۱	حذف ممنوعیت و تعدیل مجوز
برنامه پنجم	۷/۹ (سال ۱۳۹۳)	۳۰	بازگشت ممنوعیت و مجوز

ماخذ: فریادرس، ۱۳۸۴ و محاسبات گزارش

قبل از شروع برنامه‌های توسعه ترکیب پیچیده‌ای از موانع تعرفه‌ای و غیرتعرفه‌ای در بخش کشاورزی به ناکارآمدی ابزار تعرفه در این بخش منجر شد به گونه‌ای که متوسط وزنی تعرفه در این دوره تنها ۱۷ درصد بود. روند میانگین ساده و وزنی محصولات کشاورزی و مواد غذایی در این دوره در نمودار (۱-۳) نشان می‌دهد

میانگین ساده تعرفه از ۴۰ درصد در سال ۱۳۶۱ به حدود ۱۰۰ درصد در سال‌های ۶۷-۱۳۶۴ افزایش یافت. میانگین وزنی تعرفه نیز بین حداقل ۱۰ درصد در سال ۱۳۶۱ تا حداکثر ۲۷ درصد در سال ۱۳۶۴ تغییر کرد. در واقع متوسط ساده تعرفه کشاورزی در این دوره ۵ برابر متوسط وزنی و موثر تعرفه کشاورزی بود. اما چنین وضعیتی با توجه به ساختار کنترلی دولت بر عرصه تجارت کشاورزی با موانع غیرتعرفه‌ای مشکلی برای واردات کشاورزی و تولید داخل ایجاد نمی‌کرد. با شروع برنامه اول توسعه در ایران تغییر محسوسی در ساختار رژیم ارزی و تجاری کشور ایجاد نشد.



نمودار (۱-۳): روند متوسط تعرفه‌های ساده و وزنی محصولات کشاورزی و مواد غذایی

در این دوره کماکان میانگین تعرفه بخش کشاورزی و مواد غذایی در سطح بسیار بالا و در حدود ۸۵ درصد حفظ شد، موانع غیرتعرفه‌ای (ممنوعیت و مجوز) همچنان به طور گسترده مورد استفاده قرار می‌گرفت و تجارت در کنترل و انحصار دولت قرار داشت.

در سه سال برنامه اول توسعه میانگین ساده تعرفه کشاورزی در سطح ۹۹ درصد باقی ماند، اما در سال پایانی این برنامه با توجه به تغییر نرخ ارز رسمی و افزایش نرخ ارز از دلاری ۷۰ ریال به ۱۷۵ ریال در سال ۱۳۷۲، متوسط تعرفه محصولات کشاورزی و مواد غذایی به یک چهارم و حدود ۲۵ درصد کاهش یافت. ضمن اینکه در این دوره میانگین تعرفه وزنی بین ۳ درصد در سال ۱۳۷۲ تا ۳۱ درصد در سال ۱۳۷۱ متغیر بود.

میانگین وزنی ۳ درصدی به معنی ناکارآمدی کامل ابزار تعرفه در پایان برنامه اول توسعه در بخش کشاورزی و مواد غذایی است و این ابزار جنبه حمایتی و درآمدی خود را تا حد زیادی از دست داده بود.

از برنامه دوم توسعه باید به عنوان برنامه‌ای یاد کرد که نامناسب‌ترین پراکنش تعرفه‌ها در آن رخ داد. در این برنامه با وجود افزایش میانگین ساده تعرفه محصولات کشاورزی و مواد غذایی از ۲۵ درصد در ابتدای برنامه به ۸۱ درصد در سال پایانی برنامه، سیاست واردات غذایی ارزان و وضع تعرفه‌های بسیار پایین بر کالاهای اساسی وارداتی در عمل باعث شد تا میانگین وزنی تعرفه محصولات کشاورزی و مواد غذایی از ۵ درصد فراتر نرود. در این برنامه افزایش حدود ۴ برابری میانگین ساده تعرفه در انتهای برنامه در عمل تنها ۲ تا ۳ درصد به میانگین وزنی تعرفه محصولات کشاورزی اضافه کرد. وضعیت میانگین وزنی تعرفه این محصولات در برنامه دوم توسعه نشان می‌دهد، چنانچه موانع غیر تعرفه‌ای در این برنامه حذف می‌شد، کشور با واردات بسیار زیاد محصولات کشاورزی و مواد غذایی رو به رو می‌شد، چرا که ابزار تعرفه به شکلی بسیار ناکارآمد مورد استفاده قرار گرفت.

تحولات اساسی در سیاست تجاری و نظام تعرفه محصولات کشاورزی در برنامه سوم توسعه آغاز شد. در ماده ۱۱۵ قانون برنامه سوم توسعه در راستای تعامل سازنده با اقتصاد جهانی تصریح شد، کلیه موانع غیر تعرفه‌ای غیر شرعی و غیر فنی حذف و با تعرفه مناسب معادل سازی شود. در راستای این ماده قانونی دولت در ابتدای برنامه شروع به حذف و تجمیع مجوزهای وارداتی کرد. در سال ۱۳۸۱ مجوزهای واردات محصولات کشاورزی و مواد غذایی از کلیه وزارت خانه‌ها حذف و در وزارت بازرگانی وقت تجمیع شد. در ادامه اجرای ماده ۱۱۵ قانون برنامه سوم توسعه در سال ۱۳۸۲ موانع غیر تعرفه‌ای و غیر فنی کلیه محصولات کشاورزی و مواد غذایی حذف شد، اما قسمت دوم این قانون و معادل سازی موانع حذف شده با تعرفه مناسب به درستی اجرا نشد. روند میانگین تعرفه ساده محصولات کشاورزی و مواد غذایی در طول این برنامه نشان می‌دهد، میانگین ساده تعرفه محصولات کشاورزی و مواد غذایی از ۸۵ درصد در سال‌های ابتدایی این برنامه به ۲۵ درصد در سال ۱۳۸۱ (سال تجمیع مجوزها) و ۳۳ درصد در سال ۱۳۸۲ (سال حذف موانع غیر تعرفه‌ای)

کاهش یافت. کاهش میانگین ساده تعرفه در سال ۱۳۸۱ در راستای تحول ارزی و افزایش نرخ ارز رسمی از دلاری ۱۷۵۰ ریال به دلاری ۷۷۵۰ ریال رخ داد و افزایش تعرفه محصولات کشاورزی و مواد غذایی از ۲۵ درصد به ۳۳ درصد در راستای حذف موانع غیرتعرفه‌ای این محصولات انجام گرفت. در واقع معادل سازی ممنوعیت ها و مجوزها تنها با ۸ درصد تعرفه صورت گرفت. در واقع تضعیف ساختار حمایت مرزی بخش کشاورزی در سال‌های پایانی برنامه سوم شروع شد. متأسفانه چنین تغییر زیان‌آوری در ساختار تعرفه بخش کشاورزی به واسطه تغییر نرخ ارز رسمی در سال ۱۳۸۱ و رشد قابل توجه نرخ ارز و آزادسازی نسبی آن آشکار نشد. اما گذشت زمان نشان داد که ساختار تعرفه در بخش کشاورزی در نبود موانع غیر تعرفه بسیار ناکارآمد است و رشد واردات محصولات کشاورزی به حدی بود که قانون گذار مجبور به مداخله وضع قانون اعمال موانع غیرتعرفه‌ای در بخش کشاورزی شد.

در طول برنامه سوم میانگین وزنی تعرفه محصولات کشاورزی بین ۸ درصد تا ۵۴ درصد متغیر بود و در سال‌های پایانی این برنامه میانگین وزنی تعرفه محصولات کشاورزی حدود ۱۷ درصد بود و در واقع حمایت واقعی از بخش کشاورزی با میانگین تعرفه ۱۷ درصد صورت گرفت. آنچه که مانع واردات بی رویه در دو سال پایانی برنامه سوم توسعه بود تغییر نرخ ارز و رشد بیش از ۶ برابری نرخ ارز بود.

جهت گیری برنامه سوم توسعه در راستای آزادسازی و افزایش شفافیت رژیم تجاری کشور و بخش کشاورزی در برنامه چهارم توسعه حفظ شد و ماده ۱۱۵ قانون برنامه سوم توسعه در ماده ۳۳ قانون برنامه چهارم توسعه تنفیذ شد. روند میانگین ساده تعرفه در طول این برنامه نشان می‌دهد متوسط ساده تعرفه محصولات کشاورزی و مواد غذایی از ۳۱ درصد در ابتدای برنامه با رشد اندک به ۳۹ درصد در سال ۱۳۸۸ افزایش یافت. اما میانگین وزنی تعرفه کشاورزی و مواد غذایی از ۲۴ درصد در سال ۱۳۸۵ به ۹ درصد در سال ۱۳۸۸ کاهش یافت. روند این دو متغیر نشان می‌دهد که چه اندازه سیاست‌گذاری تعرفه‌ای در بخش کشاورزی نامناسب بود. مقایسه وضعیت میانگین ساده و وزنی بیانگر این واقعیت است که رشد میانگین تعرفه ساده

صوری بود و افزایش تعرفه برای کالاهای غیروارداتی (کالاهای دارای مزیت و کالاهای دارای ممنوعیت شرعی) انجام گرفته است و حمایت موثر از محصولات کشاورزی و مواد غذایی به جای افزایش کاهش یافته است. بدون موانع غیرتعرفه‌ای در ساختار تجاری بخش کشاورزی، واردات محصولات کشاورزی و مواد غذایی طی دوره ۸۹-۱۳۸۴ با افزایش ۱۵۰ درصدی نسبت به دوره قبل به حدود ۶۶۳۲ میلیون دلار افزایش یافت و نشان داد که نظام تعرفه کشاورزی برای حمایت موثر از محصولات این بخش ناکارآمد است. در واقع آنچه در عمل اتفاق افتاد نشان داد تجارت بخش کشاورزی متأثر از دو متغیر بسیار مهم نرخ ارز و موانع غیر تعرفه‌ای است. در برنامه چهارم توسعه متغیر نرخ ارز تحت نظام مدیریت شناور امکان افزایش نداشت و با توجه به تورم دو رقمی مزمون کشور از نرخ‌های واقعی خود به تدریج فاصله گرفت. این تحول ارزی که در سال ۱۳۸۱ شروع شد، به ارزان شدن و رقابتی شدن کالاهای وارداتی در بازار داخلی در مقابل تولیدات داخلی که پیوسته تحت فشار تورم هزینه بودند، شد. در کنار این متغیر که به نفع واردات محصولات کشاورزی در حال تغییر بود، موانع غیر تعرفه‌ای نیز به طور کامل حذف شدند. چنین شرایطی بار حمایت از بخش کشاورزی را به ابزار تعرفه منتقل کرد. ابزاری که استفاده نامناسب از آن کارآمدی آن را به حداقل رسانده بود. پیامد چنین شرایطی رشد واردات کشاورزی بود. حساسیتها و نگرانی ناشی از رشد واردات کشاورزی و مواد غذایی در قوانین مصوب مجلس نمود پیدا کرد. قانون افزایش بهره‌وری (۱۳۸۹)، قانون انتزاع وظایف (قانون تمرکز) از وزارت صنعت، معدن و تجارت و ماده ۱۰۳ قانون برنامه پنجم توسعه همگی بر بازگشت مجوزها، سهمیه‌ها و ممنوعیتها و انتقال اختیار وضع سیاست‌های تجاری به بدنه وزارت جهاد کشاورزی تاکید دارند. در این قوانین به واسطه نگرانی ناشی از منفک بودن سیاستگذاری تجاری و تولیدی در بخش کشاورزی تلاش شد تا با اعطای اختیارات بیشتر به دستگاه تولیدی (وزارت جهاد کشاورزی) بر واردات بدون برنامه غلبه شود. اما روندهای موجود نشان می‌دهد که در نبود نظام هدفمند و موثر تعرفه‌ای تغییرات صورت گرفته نیز چندان موثر نبوده و واردات کشاورزی و مواد غذایی با نرخ‌های رشد بالا افزایش یافت و از حدود ۸ میلیون تن در سال ۱۳۸۲ (حذف موانع غیرتعرفه‌ای) در سال‌های اخیر حدود ۲ تا ۳ برابر شده است.

متوسط ساده تعرفه محصولات کشاورزی در سال‌های برنامه پنجم حدود ۳۰ درصد است، اما میانگین وزنی این محصولات در بهترین حالت کمتر از ۵۰ درصد میانگین ساده است. اطلاعات سازمان جهانی تجارت نشان می‌دهد که حدود ۶۵ درصد واردات کشاورزی و مواد غذایی در سال ۱۳۹۰ با تعرفه کمتر از ۵ درصد انجام گرفته است و در واقع آزادی تجارت کشاورزی در ایران هم ردیف کشورهای پیشرفته‌ای مانند کانادا و آمریکا است. ناکارآمدی نظام تعرفه کشاورزی در سال ۱۳۹۳ نه تنها بهبود نیافته است، بلکه بدتر شده است. میانگین وزنی تعرفه محصولات کشاورزی و مواد غذایی در این سال به ۷/۹ درصد کاهش یافت و حدود ۷۴ درصد واردات کشاورزی و مواد غذایی با تعرفه ۴ درصد انجام گرفته است.

۳-۱-۲ تحول موانع غیر تعرفه ای کل محصولات

قبل از سال ۱۳۸۲ و حذف موانع غیر تعرفه ای در راستای ماده ۱۱۵ قانون برنامه سوم، موانع غیر تعرفه ای بسیاری بر کالاها وضع می‌شد. بخش عمده ای از این موانع بر اساس ماده ۲ قانون مقررات صادرات و واردات بر کالاها اعمال می‌گردید. در این ماده کالاهای وارداتی و صادراتی به سه دسته تقسیم می‌شوند. کالاهای ممنوع الورد، کالاهای مجاز و کالاهای مشروط (به اخذ مجوز از وزارتخانه‌های مختلف) که در راستای این ماده تا قبل از برنامه سوم توسعه حجم عمده ای از کالاها ممنوع الورد و یا مشمول اخذ مجوز از یک یا چند وزارتخانه بودند. با شروع برنامه سوم توسعه و تاکید این برنامه بر حذف موانع حجم عمده ای از ممنوعیت‌ها و مجوزها برچیده شد و تنها ممنوعیت ورود کالاهای دارای ممنوعیت شرعی باقی ماند. از سایر موانع غیر تعرفه ای که بر بخش کشاورزی اعمال گردیده و برخی از آنها (موانع غیر تعرفه ای مجاز نظیر ضوابط قزنطینه ای) هم اکنون نیز وضع می‌شوند.

در برنامه اول توسعه تنگناهای تحمیل شده از ناحیه جنگ تصمیم‌گیران کشور را بر آن داشت تا در جهت توسعه هر چه بیشتر کشور سیاست توسعه صادرات غیر نفتی را به عنوان یک استراتژی برگزینند. در این برنامه دولت موظف گردید سیاستهای بازرگانی مناسب را برای توسعه صادرات محصولات کشاورزی کشور اتخاذ کرده به بازاریابی خارجی و ایجاد صنایع تبدیلی و بسته بندی محصولات صادراتی کشاورزی اولویت دهد. طبق یک سیاست بلند مدت اعلام شد که حمایت از محصولات کشاورزی داخلی در مقابل محصولات

کشاورزی خارجی به تدریج کاهش یافته و سپس لغو شود تا کیفیت داخلی افزایش یافته و به حد محصولات خارجی برسد و تولید کالاهای کشاورزی بر اساس مزیت نسبی و تخصیص در تولید بهینه گرایش پیدا کند.^{۶)} همچنین سیاستهایی نظیر لغو پیمان سپاری ارزی، یکسان سازی نرخ ارز، خرید ارزهای صادراتی به نرخ شناور و تسهیل در امر واردات مواد اولیه کالاهای صادراتی به منظور توسعه هرچه بیشتر صادرات مورد تاکید قرار گرفتند. از کل کدهای تعرفه‌ای کشاورزی و مواد غذایی (۵۲۵ کد) ۳۲۵ قلم آن یعنی ۶۱٫۵۲ درصد ممنوع ورود بود. ممنوعیت ورود کالاها از صفر درصد تا ۱۰۰ درصد متغیر بود. کالاهای فصول ۶، ۸، ۱۴، ۱۶، ۲۰ و ۲۲ بطور کامل ممنوع ورود بوده اند و تنها کالاهای فصل ۲۴ ممنوع ورود نبوده اند.

در برنامه دوم توسعه به منظور ایجاد شرایط لازم جهت ، اولاً: شفاف کردن یارانه ها و حقوق و سود بازرگانی ثانیاً: ساماندهی قیمت گذاری برای بوجود آوردن امکان نظارت و کنترل و ثالثاً: ارتقاء توان رقابت تولیدات داخلی در مقابل واردات موارد زیر در مورد کشاورزی صورت پذیرد: به منظور حمایت منطقی از تولیدات داخلی کشاورزی و دامی، نرخهای تعرفه و سود بازرگانی به نحوی تعیین می شود که قیمت تمام شده محصولات وارداتی از قیمت تضمینی محصولات مشابه داخلی کمتر نباشد و درمورد محصولات کشاورزی که دولت برای آنها قیمت تضمینی اعلام ننماید نیز به نحوی عمل شود که تولید کنندگان داخلی محصولات از واردات آسیب نبینند.

در برنامه دوم توسعه به طور متوسط حدود ۴۰ درصد کالاهای کشاورزی و مواد غذایی ممنوع ورود بودند. که بیشترین ممنوعیت ورود به کالاهای فصول ۲۰ (آب میوه‌ها) ۱۶ (کنسروها) و ۲۲ (نوشیدنیها) تعلق داشت و کمترین ممنوعیت به کالاهای فصول ۱۰ (غلات) و ۲۴ (محصولات دخیانی) مربوط بود.

همانگونه که بیان شد، در برنامه سوم به عنوان یک سیاست مشخص و به منظور باز کردن فضای تجاری کشور در ماده ۱۱۵ این قانون تصریح شده است که تمامی موانع غیر تعرفه ای حذف و با موانع تعرفه ای جایگزین شوند. جهت گیریهای برنامه سوم و ساختار رژیم تجاری کشور حرکت در جهت باز نمودن فضای تجاری کشور و مناسب نمودن رژیم تجاری کشور بوده و سعی شده تا ساختار تجاری کشور هر چه بیشتر با معیارهای جهانی همسان و مطابق شود. در این برنامه به طور میانگین حدود ۱۰ درصد کالاهای

کشاورزی و مواد غذایی ممنوع ورود بودند و ممنوعیت ورود از ۱۵ درصد در ابتدای برنامه به ۵ درصد در انتهای برنامه کاهش یافت. در این برنامه ممنوعیت به تدریج به فصولی که دارای کالاهای دارای ممنوعیت ورود شرعی بودند (مانند فصل ۲۲) محدود شد و ممنوعیت سایر فصول تعدیل شد. در طول برنامه چهارم توسعه نیز سیاستهای مشابه برنامه سوم توسعه پیگیری شد و در طول این برنامه نیز تنها حدود ۵ درصد کالاها (کالاهای دارای ممنوعیت شرعی و فنی) ممنوع ورود بودند و واردات سایر کالاها آزاد بود.

در مجموع سهم ردیفهای ممنوع ورود کالاهای کشاورزی و مواد غذایی از حدود ۶۰ درصد در برنامه اول به حدود ۴۰ درصد در برنامه دوم، ۱۰ درصد در برنامه سوم و ۵ درصد در برنامه چهارم کاهش یافت (فریادرس، ۱۳۸۴).

در برنامه پنجم توسعه موانع غیر تعرفه‌ای در راستای قانون افزایش بهره‌وری، قانون انتزاع و ماده ۱۰۳ قانون برنامه پنجم توسعه به فضای تجارت کشاورزی بازگشتند. در ابتدای راه و با وضع قانون افزایش بهره‌وری وزارت جهاد کشاورزی اقدام به ممنوع کردن واردات ۴۹ قلم کالای کشاورزی در راستای ماده ۱۶ این قانون کرد که با توجه به فشارهای بیرونی از اقدام خود عقب نشینی و ممنوعیت ورود کالاها را حذف نمود. در مجموع با وجود تصریح روشن قوانین بهره‌وری و برنامه پنجم توسعه و قانون انتزاع وظایف بر اختیار وزارت جهاد کشاورزی برای سیاست گذاری تجاری و اعمال محدودیت و وضع مجوز و سهمیه در صورت نیاز در دولت نهم وزارت جهاد کشاورزی استفاده چندانی از این اختیار قانونی نکرد. اما با روی کار آمدن دولت دهم، اجرایی شدن قوانین یاد شده به تدریج شروع و پیگیری شد. به گونه‌ای که واردات برخی کالاها مانند کالاهای فصول ۷ و ۸ عملاً ممنوع شد و واردات به شرایط ضروری منحصر شد. واردات کالاهایی مانند برنج در دوره برداشت ممنوع شد و برای واردات کالاهایی مانند دانه‌های روغنی و روغن خام مکانیزم‌های خاصی برای ارزش افزایی در پیش گرفته شده است. وضعیت کالاهای ممنوع ورود و نیازمند اخذ مجوز در طول سال‌های برنامه سوم دارای نوسان بوده و بعضاً یک کالا در چند ماه سال ممنوع و برای بقیه ماه‌های سال واردات آن مجاز

است. از این رو نمی‌توان درصد معینی برای کالاهای ممنوع الورد در این برنامه ارائه کرد ولی به نظر می‌رسد حدود ۸ تا ۱۰ درصد کالاها در این برنامه ممنوع الورد هستند.

۳-۱-۳ تحولات تعرفه در بخش کشاورزی

در بحث تعرفه شاخص‌هایی مانند تعداد طبقات تعرفه، انحراف معیار تعرفه‌ها و درصد فزاینده‌های تعرفه‌ای (ملی و بین‌المللی) پراکندگی تعرفه‌های کشور را از میانگین تعرفه‌های کشور و فاصله آنها را با میانگین تعرفه‌های جهانی بیانگر وضعیت نظام تعرفه در یک کشور است.

جدول (۳-۲): تحول نظام تعرفه در بخش کشاورزی

سال	میانگین وزنی	میانگین اسمی	سال	میانگین وزنی	میانگین اسمی
۱۳۶۱	۹,۹۷	۴۰,۴۸	۱۳۷۸	۴,۳۸	۸۰,۷۴
۱۳۶۳	۲۲,۲۲	۷۴,۸۷	۱۳۷۹	۵۴,۰۷	۸۲,۱
۱۳۶۴	۲۶,۸	۹۴,۱	۱۳۸۰	۱۰,۳۶	۸۵,۹۸
۱۳۶۵	۱۵	۹۸,۷۶	۱۳۸۱	۸,۳۵	۲۴,۸۵
۱۳۶۶	۱۲,۹۹	۹۸,۷۶	۱۳۸۲	۱۷,۳۳	۳۳,۲۲
۱۳۶۷	۱۸	۹۹,۴۴	۱۳۸۳	۱۶,۷	۳۱,۷۲
۱۳۶۸	۱۶,۷۵	۹۹,۴۴	۱۳۸۴	۱۸	۳۱,۲۸
۱۳۶۹	۱۹,۶۳	۹۹,۴۴	۱۳۸۵	۲۳,۹	۳۲,۷۶
۱۳۷۰	۳۰,۳۴	۹۹,۴۴	۱۳۸۶	۲۴,۲	۲۸,۸
۱۳۷۱	۳۰,۷	۹۹,۴۴	۱۳۸۷	۹,۵	۲۸,۹
۱۳۷۲	۲,۸۸	۲۵,۰۴	۱۳۸۸	۸,۷۳	۳۵,۵۴
۱۳۷۳	۲,۸۴	۲۵,۰۴	۱۳۸۹	---	۲۹,۲۵
۱۳۷۴	۱,۷۵	۲۵,۰۴	۱۳۹۰	---	۳۰,۴
۱۳۷۵	۱,۸	۲۸,۱۴	۱۳۹۱	۱۴,۹	۳۰,۳۸
۱۳۷۶	۱,۶۴	۲۸,۲۱	۱۳۹۲	----	۲۸,۸۷
۱۳۷۷	۴,۵۶	۴۶,۹۶	۱۳۹۳	۷,۹	۲۸,۸۳

ماخذ: فریادرس، ۱۳۸۴ و محاسبات تحقیق

تعداد طبقات تعرفه شاخص مهمی در ارزیابی نظام‌های تعرفه نیست، اما در کشورهایمانند ایران که درگیر مشکلات اجرایی و ساختارهای اداری پیچیده و غیر شفاف هستند برای جلوگیری از فساد اجرایی

و ساده کردن فرایند اخذ تعرفه گمرکی بر کاهش تعداد طبقات تعرفه تاکید دارند. این در شرایطی است که کشورهای پیشرفته در نظام تعرفه خود در راستای هدفمندی طبقات تعرفه بسیار زیادی استفاده می کنند. اطلاعات جدول (۳-۲) نشان می دهد تعداد طبقات تعرفه در راستای سیاست های وزارت بازرگانی برای کاهش طبقات تعرفه از ۳۹ طبقه تعرفه در سال های ابتدایی برنامه اول توسعه به ۱۰ طبقه تعرفه در سال ۱۳۹۴ کاهش یافته است. این شاخص اگرچه ممکن است تا اندازه ای بیانگر شفافیت رژیم تعرفه ای بخش کشاورزی باشد، اما بر ناکارآمدی و غیرهدفمندی آن می افزاید. در واقع تاکید بر کاهش طبقات تعرفه در برنامه سوم توسعه به کاهش تعداد طبقات تعرفه به ۱۱ طبقه در پایان این برنامه منجر شد. اما با شروع برنامه چهارم و تغییر دولت و رویکردها بحث کاهش تعداد طبقات تعرفه به فراموشی سپرده شد. این بحث در سال ۱۳۹۳ مجدداً مطرح و طبق مصوبه تیرماه ۱۳۹۳ مقرر شده است تعداد طبقات تعرفه از ۱۴ طبقه تعرفه در سال ۱۳۹۳ به ۶ طبقه تعرفه در سال ۱۳۹۶ کاهش یابد که در راستای اجرای این مصوبه تعداد طبقات تعرفه در سال ۱۳۹۴ به ۱۰ طبقه و در سال ۱۳۹۵ به ۸ طبقه تعرفه محدود شده و سقف تعرفه ای ۵۵ درصد برای سال ۱۳۹۵ در نظر گرفته شده است.

چنانچه انحراف معیار تعرفه ها بررسی شود رابطه معناداری بین انحراف معیار تعرفه ها و تعداد طبقات تعرفه ای مشاهده می شود که کاملاً منطقی است. در برنامه اول که تعداد طبقات تعرفه زیاد است انحراف معیار تعرفه ها نیز در سطح بسیار بالا و در محدوده ۱۷۹ است. این میزان با کاهش تعداد طبقات تعرفه در برنامه های دوم و سوم به ۳۵ و ۴۲ کاهش یافته است. به نظر می رسد انحراف معیار تعرفه در برنامه پنجم که تعداد طبقات تعرفه در آن به حداقل رسیده است به حدود ۲۰ کاهش یابد.

دقت در فرازهای ملی تعرفه های کشور نشان می دهد که درصد تعرفه های بالاتر از ۳ برابر میانگین تعرفه ها در اغلب سالها پایین است. این امر در سایر کشورهای در حال توسعه نیز شایع است این وضعیت در ایران و سایر کشورهای در حال توسعه عمدتاً ناشی از حساسیت بسیار بالای آنها بر روی بخش کشاورزی است. ضرورت حفاظت ویژه از بخش کشاورزی این کشورها را بر آن داشته است تا طیف وسیعی از کالاهای کشاورزی خود را مشمول تعرفه های بسیار بالا نمایند. این در حالی است که پراکندگی تعرفه های کشورهای پیشرفته عمدتاً ناشی از اعمال تعرفه های بسیار بالا بر طیف محدودی از کالاها است و این کشورها طیف وسیعی از کالاهای خود را مشمول تعرفه های بالا قرار نمی دهند. لذا گستردگی محصولات کشاورزی که در

ایران مشمول تعرفه های بالا شده اند باعث گردیده میانگین تعرفه های کشاورزی افزایش یافته و نتیجتاً از درصد کالاهای مشمول تعرفه بالاتر از ۳ برابر میانگین کاسته شود.

اما فزایندهای بین المللی تعرفه های کشور که تعرفه های بیش از ۳ برابر میانگین جهانی (۱۵ درصد) نشان می دهد از ۷۳٪ درصد در برنامه اول به ۵۵ درصد در برنامه پنجم کاهش یافته است.

جدول (۳-۳): وضعیت طبقات تعرفه و حداکثر تعرفه در بخش کشاورزی در سال ۲۰۱۵

نام کالا	حداکثر تعرفه کشاورزی	تعداد طبقات تعرفه در بخش کشاورزی	تعداد ردیف های تعرفه کشاورزی	شرح
میوه‌جات	۱۸۲	۸۲۴	۲۰۷۴	اروپا
تنباکو	۳۵۰	۸۰۶	۱۶۸۴	آمریکا
انواع گوشت	۲۲۵	۱۴۸	۲۷۹۳	ترکیه
مانوئیک	۸۸۷	۹۱	۱۷۲۶	کره جنوبی
غلات	۷۳۶	۳۰۵	۱۸۲۲	ژاپن
میوه‌جات	۷۵	۱۰	۸۳۸	ایران

ماخذ: سازمان جهانی تجارت

نگاهی به تعداد طبقات تعرفه و تعرفه حداکثر در سایر کشورها (جدول ۳-۳) نشان می‌دهد تعداد طبقات تعرفه در کشورهای توسعه یافته بسیار زیاد است و این کشورها برای حمایت هدفمند از کالاهای خود از ابزارهای متنوع تعرفه غیرارزشی در سطح بالایی استفاده می‌کنند. ضمن اینکه برای حمایت از کالاهای حساس خود تعرفه بسیار بالای وضع می‌کنند. این در شرایطی است که ایران بدون عضویت در سازمان جهانی تجارت تعداد و سقف تعرفه‌های خود را به شدت محدود کرده است.

روند میانگین ساده و وزنی تعرفه‌های بخش کشاورزی ایران به عنوان مهمترین شاخص‌های نظام تعرفه در بخش کشاورزی نشان دهنده نکات قابل توجهی است. میانگین وزنی تعرفه محصولات کشاورزی همواره کمتر از میانگین ساده تعرفه این محصولات است. این نکته خود نشان دهنده چند نکته است. اول اینکه از بخش کشاورزی به اندازه میانگین ساده بالای تعرفه حمایت نمی‌شود. نکته دوم این است که پراکنش تعرفه در بخش کشاورزی بسیار نامناسب است.

جدول (۳-۴): چگونگی توزیع حمایت‌های تعرفه‌ای سال ۲۰۱۲ در کشورهای منتخب و ایران

متوسط تعرفه کاربردی گروه‌های مختلف						گروه‌های تولیدی
ایران	آمریکا	چین	ژاپن	اروپا	کانادا	
۲۰	۲,۲	۱۴,۸	۱۸,۱	۲۰,۴	۲۴,۰	تولیدات دامی
۳۴	۱۹,۹	۱۲,۰	۸۹,۶	۵۲,۹	۲۲۸,۵	تولیدات لبنی
۴۵	۴,۷	۱۴,۸	۱۲,۵	۱۰,۷	۳,۳	میوه، سبزی و گلها
۳۱	۳,۳	۱۴,۷	۱۶,۱	۶,۲	۷,۷	چای و قهوه و ادویه‌جات
۳۲	۳,۱	۲۴,۳	۲۷,۵	۱۷,۱	۲۳,۸	غلات و فرآورده‌ها
۱۸	۴,۸	۱۰,۸	۱۱,۰	۵,۶	۴,۱	روغن‌ها و دانه‌های روغنی
۲۸	۱۴,۴	۲۷,۴	۲۷,۵	۳۲,۱	۴,۵	شکر و فرآورده‌ها
۳۴	۱۴,۰	۲۲,۳	۱۵,۳	۱۹,۹	۳,۸	نوشیدنیها و دخانیات
۲۶	۴,۱	۱۴,۹	۰,۰	۰,۰	۰,۰	پنبه
۲۱	۱,۱	۱۱,۳	۶,۲	۴,۳	۶,۸	سایر محصولات کشاورزی
۱۹	۰,۸	۱۰,۸	۵,۷	۱۱,۸	۰,۹	ماهیها
۳۰,۴	۴,۷	۱۵,۶	۱۳,۹	۱۳,۲	۱۶,۲	میانگین ساده تعرفه‌ها
۰,۲۷	۱,۳۷	۰,۳۷	۱,۷۵	۱,۱۵	۴,۱۴	ضریب تغییرات

ماخذ: فریادرس، ۱۳۹۳

همانگونه که اطلاعات جدول (۳-۴) نشان می‌دهد تعرفه‌های کشاورزی در ایران به صورتی غیر هدفمند بین گروه‌های کالایی توزیع شده است. این در شرایطی است که سایر کشورها به شکلی هدفمند ابزار تعرفه را مورد استفاده قرار می‌دهند. چنین شرایطی باعث شده است ضریب تغییرات تعرفه بین گروه‌های کالایی در کشورهای در حال توسعه به مراتب فراتر از ایران باشد.

نکته دیگری که شکاف بین تعرفه ساده و وزنی بخش کشاورزی نشان می‌دهد ناتوانی این نظام در عدم حمایت از تولیدات کشاورزی در شرایط حذف موانع غیر تعرفه‌ای و مجوزها و سهمیه‌ها است. سرانجام اینکه شکاف فعلی بین این دو شاخص ناشی از وضع تعرفه بسیار پایین بر کالاهای وارداتی مانند ذرت، جو و .. است که چنین مکانیزمی امکان ورود به مذکرات دو یا چند جانبه تجاری را به شدت محدود می‌کند.

روند میانگین ساده تعرفه در بخش کشاورزی نشان می‌دهد که این شاخص روندی نوسانی داشته است. بررسی نوسان این شاخص نشان می‌دهد تغییرات اساسی آن هم راستا با تحولات نرخ ارز بوده و در

سال‌های ۱۳۷۲ و ۱۳۸۱ با افزایش نرخ ارز میانگین ساده تعرفه کشاورزی کاهش یافته است. اما از نیمه دوم برنامه سوم به بعد میانگین ساده تعرفه محصولات کشاورزی تغییر چندانی نداشته است. بصورت خلاصه تحولات تعرفه ای و غیر تعرفه ای را می توان به صورت زیر برشمرد (فریادرس، ۱۳۹۴):

- در سال ۱۳۶۰ و قبل از آن در جداول تعرفه ای محصولات کشاورزی برای حقوق گمرکی و سود بازرگانی برای محصولات مختلف از تعرفه های ثابت و تعرفه های ارزشی استفاده شده است که در برخی محصولات حتی تعرفه های ثابت براساس دینار بر کیلوگرم مورد استفاده قرار گرفته است. سیاست استفاده از تعرفه های ثابت و ارزشی به صورت مختلط تا سال ۱۳۷۱ در مورد برخی از محصولات فصل هفدهم ادامه یافته است.
- در سالهای ۱۳۶۱ و ۱۳۷۴-۱۳۷۲ در جداول تعرفه ای تنها از سود بازرگانی استفاده شده است. استفاده از سود بازرگانی به تنهایی در سالهای ۱۳۷۴-۱۳۷۲ به دلیل تغییر سیستم کد بندی بوده است و تا تصویب سیستم جدید کد بندی حقوق گمرکی از جداول تعرفه ای حذف شده و با تصویب حقوق گمرکی جدید در دیماه ۱۳۷۴ حقوق گمرکی در سال ۱۳۷۵ در جداول تعرفه ای مورد استفاده قرار گرفت. اما دلیل عدم استفاده از حقوق گمرکی در جداول سال ۶۱ مشخص نیست، چرا که در سالهای قبل و بعد از آن حقوق گمرکی در جداول تعرفه ای مورد استفاده قرار گرفته است.
- جداول تعرفه ای در فاصله سالهای ۷۱-۱۳۶۷ و برای سالهای ۱۳۷۳ و ۱۳۷۴ یکسان بوده است و در فاصله سالهای ۷۱-۱۳۶۵ تعرفه کالاها تغییر محسوسی نداشته است. عدم تغییر جداول تعرفه ای در طول سالهای ۱۳۶۷-۷۱ عمدتاً به خاطر شرایط پس از جنگ بوده و شرایط کشور امکان ایجاد تغییرات و مناسب کردن جداول تعرفه ای را به تصمیم گیران کشور نمی داده است.
- در سال ۱۳۷۸ سعی شده است قید ممنوعیت ورود در مورد اکثر کالاها بجز کالاهای دارای ممنوعیت شرعی حذف شود و با شرط مجوز ورود از وزارتخانه های مختلف جایگزین شود.
- در سال ۱۳۸۲ برای اولین بار در ساختار تجاری بخش کشاورزی موانع غیر تعرفه ای حذف و با معادلهای تعرفه ای جایگزین شده است.

- در سال ۱۳۷۲ همزمان با حذف حقوق گمرکی در جداول تعرفه ای به یکباره مبنای محاسبه نرخ ارز از دلاری حدود ۷۰ ریال به دلاری ۱۷۵۰ ریال تغییر داده شد. از این رو با وجود حذف حقوق گمرکی و کاهش سود بازرگانی به خاطر تغییر پایه محاسباتی نرخ تعرفه (سود بازرگانی) از نرخ ارز رسمی به نرخ شناور (۱۷۵۰ ریال) عملاً اثر گذاری تعرفه افزایش چشمگیری یافت، این عمل (تغییر پایه محاسباتی نرخ تعرفه) به همراه بحران بدهی ها در سال ۱۳۷۳ موجب گردید که واردات کشاورزی و کل بخشها به شدت کاهش یابد .
- تا سال ۱۳۸۰ در نظام تجاری کشور از نرخ ارز (۱۷۵۰ ریال) استفاده می شد ، اما در سال ۱۳۸۱ دو تغییر عمده در مقررات صادرات و واردات کشور صورت گرفت که بخش کشاورزی نیز از آن متاثر شد . یکی تغییر نرخ ارز محاسباتی دریافت تعرفه از ۱۷۵۵ ریال به ۷۷۵۰ ریال و دیگری اینکه اعطای مجوز صدور همه کالاها در اختیار وزارت بازرگانی قرار گرفت.
- در ابتدای دوره و بین سالهای ۶۵-۱۳۶۱ میانگین ساده تعرفه ها روند صعودی داشته است و میانگین ساده تعرفه ها که در سال ۱۳۶۱ ، ۳۱/۶ درصد بوده که یکی از دلایل آن عدم استفاده از حقوق گمرکی در جداول تعرفه های این سال است در سال ۱۳۶۵ به ۹۸/۷۶ رسیده است .
- بین سالهای ۷۱-۱۳۶۵ میانگین ساده تعرفه ها تقریباً ثابت بوده است. میانگین ساده تعرفه ها در دو سال ابتدای این دوره ۹۸/۷۶ درصد بوده است و در ۴ سال بعدی به خاطر عدم تغییر جداول تعرفه ای ۹۹/۴۴ درصد بوده است .
- در سال ۱۳۷۲ به خاطر حذف حقوق گمرکی از اجزاء تعرفه ها و تغییر مبنای محاسبه نرخ ارز میانگین ساده تعرفه ها به سطح بسیار پایین ۲۵/۰۴ درصد کاهش یافت .
- بین سالهای ۷۷-۱۳۷۲ میانگین ساده تعرفه ها از روند افزایشی آرامی برخوردار بوده است . در سال ۱۳۷۸ به یکباره میانگین اسمی تعرفه ها افزایش زیادی یافته است و افزایش ناگهانی در سالهای ۱۳۷۹ و ۱۳۸۰ نیز تکرار شده است . به طوری که نسبت به دوره قبلی (۷۷-۱۳۷۲) نزدیک به صد درصد میانگین تعرفه ها افزایش یافته است.

- میانگین وزنی تعرفه ها از روندی مشابه میانگین ساده تعرفه ها برخوردارند و در تمامی سالها میانگین های وزنی با شکاف نسبتاً زیادی پایین تر از میانگین های ساده تعرفه قرار دارند که غیر مؤثر بودن تعرفه های وضع شده و سطح بالای میانگین های ساده به صورت غیرضرور را نشان می دهد.
- در سال های برنامه چهارم توسعه موانع غیرتعرفه ای حذف و ابزار تعرفه نیز به شکلی ناکارآمد و غیر هدفمند در بخش کشاورزی مورد استفاده قرار گرفت.
- در سال های برنامه پنجم در راستای ماده ۱۶ قانون بهره‌وری، قانون انتزاع و ماده ۱۰۳ قانون برنامه پنجم توسعه ممنوعیت ها و مجوزها به فضای تجارت کشاورزی بازگشت و در مورد کالاهای مختلفی به کار گرفته شدند.

۳-۲- بررسی تحولات سیاست های تجارت کشاورزی در شرکای تجارت کشاورزی ایران

۳-۲-۱- بررسی سیاست های تجاری و اقدام های اجرایی پاکستان

۳-۲-۱-۱- مقدمه^۱:

بعد از آخرین اصلاحات در سیاست های تجاری پاکستان در سال ۲۰۰۸ گام هایی برای تامین و تضمین آزادسازی تجاری برداشته شده است. این اصلاحات شامل کاهش تعرفه و مدرن سازی مکانیزم ها و رویه های گمرکی است. با وجود اینکه سیاست های تجاری پاکستان بر تشویق سرمایه گذاری بخش خصوصی و رشد صادرات متمرکز شده است، هنوز درجه بالایی از حمایت برای کالاهای وارداتی اعمال می شود. سطح میانگین تعرفه مورد عمل پاکستان از ۱۴/۸ درصد در سال ۲۰۰۸ به ۱۳/۴ درصد در سال ۲۰۱۴ کاهش یافت. در این کشور برای عموم کالاها از تعرفه ارزشی استفاده می شود و تنها برای ۴۵ خط تعرفه ای از ابزار غیرارزشی استفاده می شود. اضافه بر تعرفه واردات کالاهای وارداتی مشمول مالیات فروش هستند. از سال ۲۰۰۸ به این

^۱ مطالب این قسمت برگرفته از گزارش رژیم تجاری پاکستان در سازمان جهانی تجارت است.

سو پاکستان ۵۸ مورد تحقیقات ضد بازار شکنی را به عمل آورد که منجر به اعمال ۳۱ مورد اقدام شد. هیچیک از این ۳۱ اقدام جبرانی یا حفاظتی نبودند. ممنوعیت واردات یا اخذ اجباری مجوز واردات به دلیل اعمال ملاحظات بهداشتی، امنیتی و اخلاقی همچنان ساری و جاری است و در حالیکه واردات از کشور هندوستان تا حد زیادی آزاد شده است اما واردات از کشور اسرائیل همچنان ممنوع است.

استاندارد فنی و بهداشتی کشور پاکستان عموماً بر اساس استاندارد های بین المللی است. از سال ۲۰۰۰ هیچ گونه اظهاریه‌ای از دولت پاکستان مبنی بر وجود یا عدم وجود مشکلات مربوط به اجرای موافقت نامه SPS به سازمان جهانی تجارت و یا به طرف های تجاری این کشور گزارش نشده است، اما به نظر می رسد که اجرای موافقت نامه های SPS و TBT در کشور پاکستان با موانع زیر ساختی جدی روبروست.

تولید و صادرات از طیف گسترده ای از سیاست ها تاثیر می پذیرند که در بر دارنده معافیت ها و امتیازات مالیاتی، یارانه ها، اعتبارات ارزان، استرداد حقوق گمرکی، حمایت های قیمتی از محصولات کشاورزی و طیف وسیعی از حمایت های داخلی است. بسیاری از این سیاستها پیچیده و غیر شفاف است.

کلیه صادرات کشور مشمول پرداخت ۰/۲۵ درصد هزینه های صادراتی هستند. این در حالی است که محصولات متعددی نیز مشمول پرداخت تعرفه های صادراتی بر اساس یک نظام معین و یکسان تعرفه ای می باشند.

هنوز مالکیت دولت بر بسیاری از بنگاه های اقتصادی در پاکستان باقی است. برنامه خصوصی سازی همچنان در برنامه دولت است گرچه میزان موفقیت این برنامه و اثرات آن بر سه شرکت اصلی زیان ده دولتی همچنان مشخص نیست.

۳-۲-۱-۲- اقدام‌ها و سیاست‌های موثر بر واردات در پاکستان

بر اساس قانون گمرکی پاکستان برای واردات کالا در این کشور به ۴ سند بارنامه، گواهی مبدأ، صورت حساب تجاری و فهرست بسته‌بندی نیاز است. کل هزینه یک کانتینر استاندارد کالا ۷۲۵ دلار بوده و ۱۸ روز زمان نیاز است. از نظر شرایط واردات این کشور در رتبه ۹۱ در بین ۱۸۹ کشور قرار دارد. در مجموع واردات به این کشور نیاز به مدت زمان زیادی نداشته و واردات از همه کشورها بجز اسرائیل مجاز است. واردکنندگان باید مالیات ملی و مالیات فروش نیز بپردازند. بعد از اصلاحات سال ۲۰۰۸ گمرکات این کشور اقدام به ایجاد پنجره واحد ملی بر مبنای سند اجرایی واحد و زیرساخت‌های الکتریکی و رویه‌های گمرکی کردند و سیستم کامپیوتری گمرکات پاکستان با سیستم گمرکی بر پایه وب تغییر یافت.

الف: وضعیت قانون مبدأ در پاکستان:

پاکستان به سازمان جهانی تجارت گزارش داده است که فاقد قانون مبدأ برای رفتار دولت کامله‌الوداد است. اما برای موافقتنامه‌های تجاری دو و چندجانبه قانون مبدأ در این کشور اعمال می‌شود. وجود قوانین مبدأ متناسب با موافقتنامه‌های تجاری مختلف بر پیچیدگی رژیم تجاری افزوده و شفافیت و پیش‌بینی پذیری رژیم تجاری این کشور را کاهش داده است.

ب: سایر مالیات‌ها و عوارض موثر بر واردات در پاکستان

مالیات بر فروش ۱۷ درصدی توسط دولت فدرال بر اساس قانون مالیاتی ۱۹۹۰ بر عرضه و فروش کالاهای وارداتی به پاکستان وضع می‌شود. در کنار مالیات بر فروش، مالیات ۱ درصدی نیز از سال ۲۰۰۷ به این سو بر کالاها و خدمات داخلی و وارداتی وضع می‌شود.

ج: موانع غیر تعرفه‌ای بر واردات در پاکستان

این کشور به ممنوعیت‌های وارداتی در زمینه سلامت، بهداشت و امنیت و دلایل اخلاقی و زیست محیطی ادامه می‌دهد. بر این اساس واردات نوشیدنی‌های الکلی، اسباب قمار، بخشی از ابزارهای جنگی و کالاهای تقلبی ممنوع است. همچنین واردات حیوانات زنده از مبدأ کشورهای درگیر بیماری دامی و پرندگان از مبدأ کشورهای گرفتار آنفولانزای پرندگان ممنوع است. همچنین واردات کلیه کالاها از اسرائیل و ۱۲۰۹ قلم کالا از هند ممنوع است.

د: بررسی وضعیت تعرفه‌های کشاورزی در پاکستان

نرخ تعرفه‌ها هر ساله در هنگام تصویب قانون بودجه و تصویب در پارلمان تعیین می‌شود. هیئت فدرالی درآمد (FBR)^۱ سطح تعرفه‌ها را به همکاری وزارت‌خانه‌های اقتصاد، تجارت و صنعت و تولید تعیین می‌کند. همچنین پیشنهادهای کمیسیون ملی تعرفه در زمینه حمایت از صنایع بومی، تقویت رقابت‌پذیری و تشویق صادرات در این تصمیم‌گیری مدنظر قرار می‌گیرد. شفافیت و قابلیت تحلیل ساختار تعرفه این کشور متأثر از استثنائات زیاد است و نرخ‌های تعرفه گزارش شده در جداول تعرفه‌ای این کشور برای تعداد زیادی از کشورها اعمال نمی‌شود. همچنین رفتار با کالاها در زمینه مالیات فروش و دیگر مالیات‌های داخلی متفاوت است. نظام تعرفه در کشور پاکستان بر اساس سیستم هماهنگ با کدهای ۱۲ رقمی است و درآمد تعرفه‌ای ۱۱ تا ۱۳ درصد درآمد در این کشور را تشکیل می‌دهد.

در این کشور ۷۰۱۸ خط تعرفه وجود دارد که ۸۷۸ خط تعرفه آن مربوط به بخش کشاورزی است. متوسط ساده تعرفه کشاورزی در این کشور ۱۴/۶ درصد است و متوسط تعرفه وزنی ۷/۱ درصد است. در این کشور از ابزار تعرفه سهمیه‌ای استفاده نمی‌شود و اقدام حفاظتی و ویژه نیز تاکنون در این کشور اعمال نشده است.

^۱Federal Board of Revenue (FBR)

جدول (۳-۵): خلاصه وضعیت رژیم تعرفه در پاکستان

شرح	سال	کل	کشاورزی	غیر کشاورزی	عضویت در سازمان جهانی تجارت	۱۹۹۵
میانگین ساده تعرفه تثبیت شده	۶۰	۹۵,۵	۵۴,۸	۹۸,۷	سطح تثبیت تعرفه	کل
میانگین ساده تعرفه مورد عمل	۲۰۱۴	۱۳,۴	۱۴,۶	۱۳,۲	۹۹	۹۹
متوسط تعرفه وزنی	۲۰۱۳	۹,۲	۷,۱	۹,۵	تعرفه سهمیه‌ای در کشاورزی (%)	۰
واردات (میلیارد دلار)	۲۰۱۳	۴۴,۶	۵,۴	۳۹,۲	اقدام حفاظتی و ویژه در کشاورزی (%)	۰

ماخذ: وبگاه سازمان جهانی تجارت

در این کشور ۴۳ طبقه تعرفه متمایز وجود دارد که در ۷ دامنه تعرفه‌ای توزیع شده است. بخش عمده تعرفه کشاورزی پاکستان در دامنه تعرفه‌ای صفر تا پنج درصد و ۱۵ تا ۲۵ درصد قرار دارد. درصد محدودی از کالاهای کشاورزی در پاکستان تعرفه بین ۵۰ تا ۱۰۰ درصد دارند، اگرچه بیش از ۹۰ درصد تعرفه‌های این کشور فراتر از ۵۰ درصد تثبیت شده است. ۷۷ درصد واردات در این کشور با تعرفه کمتر از ۱۰ درصد در سال ۲۰۱۳ انجام گرفته و ۳۵ درصد واردات نیز معاف از تعرفه بود. در پاکستان تنها در ۴/۵ درصد خطوط تعرفه از تعرفه غیر ارزشی استفاده می‌شود.

جدول (۳-۶): وضعیت پراکندگی تعرفه کشاورزی در پاکستان

فراوانی توزیع تعرفه	تعرفه صفر	0 <=	5 <=	10 <=	15 <=	25 <=	50 <=	> 100	درصد تعرفه غیر ارزشی
کالاهای کشاورزی	درصد خطوط تعرفه و ارزش واردات								
تعرفه تثبیت شده	۰	۳,۳	۰	۰,۳	۰,۲	۰,۵	۹۰	۱,۹	۰,۲
تعرفه مورد عمل	۰,۳	۳۶,۶	۱۶,۳	۱۱,۴	۳۳,۲	۰,۱	۲,۲	۰	۴,۵

واردات	۳۴,۹	۲	۴۰,۵	۱۵,۵	۳,۹	۲,۸	۰,۴	۰	۳۶,۴
--------	------	---	------	------	-----	-----	-----	---	------

ماخذ: وبگاه سازمان جهانی تجارت

اگرچه سطح تعرفه عموم گروه کالایی کشاورزی در پاکستان حدود ۱۰۰ درصد تثبیت شده است، اما در عمل تعرفه‌های متفاوتی برای گروه کالاهای مختلف وضع می‌شود.

جدول (۳-۷): بررسی وضعیت تعرفه در گروه‌های مختلف کالایی در پاکستان

گروه کالایی	تعرفه تثبیت شده			تعرفه مورد عمل			واردات		
	میانگین گروه	درصد تعرفه	بیشینه	درصد تثبیت	میانگین گروه	درصد تعرفه	بیشینه	سهم (درصد)	درصد واردات با تعرفه صفر
تولیدات دامی	۹۲,۹	۰	۱۰۰	۹۳,۴	۱۴,۳	۰	۲۵	۰,۱	۵۸,۴
تولیدات لبنی	۱۰۰	۰	۱۰۰	۱۰۰	۲۵	۰	۲۵	۰,۲	۰
گل‌ها، سبزیجات و میوه‌ها	۱۰۰	۰	۲۰۰	۱۰۰	۱۴,۷	۰	۲۰۰	۱,۶	۷۰,۴
قهوه و چای	۱۰۸,۳	۰	۱۵۰	۱۰۰	۱۱,۹	۰	۲۵	۰,۸	۰
غلات و فرآورده‌ها	۱۰۲,۶	۰	۱۵۰	۱۰۰	۱۴,۴	۰	۲۵	۰,۹	۲۲,۹
دانه روغنی و روغن‌ها	۹۷,۱	۰	۱۰۰	۱۰۰	۷,۸	۲,۴	۲۵	۶,۲	۱۴,۳
شکر و شیرینی	۱۱۲,۵	۰	۱۵۰	۱۰۰	۱۶,۵	۰	۲۵	۰,۱	۰
نوشیدنی و تنباکو	۹۹	۰	۱۰۰	۶۳,۸	۴۵,۹	۰	۹۰	۰,۱	۰
پنبه	۱۳	۰	۲۵	۱۰۰	۷,۲	۰	۱۰	۱,۷	۹۹,۹
سایر کالاهای کشاورزی	۸۲,۴	۰	۱۰۰	۹۹,۲	۶,۸	۰	۲۵	۰,۶	۵۲,۳
ماهی و فرآورده‌ها	۶۴,۵	۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰,۷	۰	۲۰	۰	۰,۲

ماخذ: وبگاه سازمان جهانی تجارت

تعرفه کالاهای کشاورزی بین صفر تا بیشینه تعرفه ۲۰۰ درصد در کشاورزی پاکستان وضع می‌شود. گروه نوشیدنی و دخانیات بیشترین میانگین تعرفه را در بین گروه‌های مختلف کالایی دارد، اما بالاترین سطح تعرفه بر گروه کالایی، گل‌ها، سبزیجات و میوه اعمال می‌شود. تولیدات لبنی نیز با میانگین تعرفه ۲۵ درصدی در رتبه دوم از نظر حمایت تعرفه‌ای قرار دارند. قاعده تعرفه پلکانی در این کشور به خوبی اجرا می‌شود و متوسط تعرفه مواد اولیه ۷/۸ درصد، محصولات نیمه فرآیندی ۱۰/۹ درصد و محصولات با فرآوری کامل ۱۷/۶ درصد است. این سیستم تعرفه‌گذاری در حماات از صنعتی شدن کشور و حمایت از صنایع داخلی اعمال می‌شود.

۳-۲-۱-۳ سیاست‌های موثر بر صادرات در کشور پاکستان

چارچوب سیاست تجارت استراتژیک دولت برای دوره ۲۰۱۵-۲۰۱۲ برای تدارک شرکای تجاری باثبات، تقویت پیش‌بینی‌پذیری و حذف سیاست‌های متعدد تجاری تهیه شده است. بخش عمده این برنامه بر تقویت رقابت‌پذیری صادراتی به صورت مستقیم و غیر مستقیم از طریق سیاست‌ها و نهادهای لازم متمرکز است. قانون واردات و صادرات سال ۱۹۵۰ پایه اصلی سیاست‌های تجاری این کشور را ایجاد کرده است. در ۸ مارس ۲۰۱۳ قوانین و مقررات صادراتی این کشور اصلاح شد. صادرکنندگان در این کشور مجبور به پرداخت مالیات ملی و مالیات بر فروش هستند. در سال ۲۰۱۴ صادرکنندگان در این کشور برای صادرات یک کانتینر استاندارد ۸ سند، ۲۱ روز زمان و ۶۶۰ دلار هزینه نیاز داشتند. ۲۵٪ درصد عوارض توسعه صادرات از سال ۲۰۰۳ به این سو بر کلیه صادرات برای تامین مالی صندوق توسعه بازاریابی صادرات وضع می‌شود. صادرکنندگان ۱ درصد درآمد را به جای درآمد مالیاتی پرداخت می‌کنند.

الف: ممنوعیت، محدودیت و مجوزهای صادراتی در پاکستان

بر اساس بخش ۳ قانون واردات و صادرات سال ۱۹۵۰ دولت ممکن است اقدام به ممنوعیت، محدودیت و کنترل صادرات کند. وزارت تجارت سیاست‌های صادراتی را به عنوان جزئی از سیاست تجاری در زمان تهیه و تصویب بودجه پیشنهاد می‌کند. ممنوعیت‌های صادراتی بر سلامت، ملاحظات اخلاقی و زیست محیطی متمرکز است. صادرات چوب، کالاهای شیمیایی خاص، کالاهای تقلبی، حبوبات، شکر، فلزات شکاف‌پذیر، اوره، حاصلخیزکننده‌های مختلف و برخی کالاهای صنعتی دیگر ممنوع است. همچنین صادرات به اسرائیل نیز ممنوع است. صادرات حیوانات زنده نیز از اکتبر سال ۲۰۱۳ ممنوع است. صادرات مجدد کالاهای وارداتی به جز در موارد خاص ممنوع است. همچنین صادرات بسیاری از کالاها مشمول دریافت مجوز در ارتباط با امنیت غذایی، قرنطینه و ملاحظات مذهبی، تنظیم بازار داخلی و رعایت بسته‌بندی مناسب هستند.

ب: یارانه‌ها و حمایت‌های صادراتی در پاکستان

طی دوره ۲۰۰۹-۱۲ بودجه برنامه یارانه و حمایت صادراتی در این کشور ۳ میلیارد روپیه بود که ۲۵ درصد هزینه حمل تولیدات زنده دریایی، ۶ درصد هزینه تحقیق و توسعه کالاهای فرآوری شده صادراتی، ۲۵ درصد هزینه طراحی مراکز آزمایشگاهی، ۵۰ درصد هزینه گواهی‌های استاندارد کیفیت در بازارهای صادراتی، ۵۰ درصد هزینه دریافت گواهی حلال، ۲۵ تا ۷۵ درصد هزینه باز کردن بازارهای صادراتی، تا ۵۰ درصد یارانه وام سردخانه تولیدات باغی و موارد دیگری را پوشش می‌دهد.

برای دوره ۲۰۱۵-۲۰۱۲ نیز مقرر شده است ۵۰ درصد هزینه فرآوری گوشت، ۵۰ درصد هزینه فرآوری زیتون و خرما در ایالت‌های خیبر، پختون خوا و بلوچستان پرداخت شود.

اداره توسعه تجارت پاکستان (TDAP)^۱ با بودجه سالانه یک میلیارد روپیه، مرکزیت برنامه‌های مرتبط با صادرات را در اختیار دارد. این اداره نقش اصلی توسعه بازار، تسریع تجارت، تحقیق و نمایشگاه‌های تجاری و روان‌سازی صادرات را بر عهده دارد. این اداره دارای ۵۳ شعبه بوده و بر متنوع کردن بازارها و ارزش افزایی در بازارهای اصلی صادراتی پاکستان تمرکز دارد.

۳-۲-۱-۴ سیاست‌های خاص بخش کشاورزی

بخش کشاورزی پاکستان ۲۱/۴ درصد تولید ناخالص داخلی، ۱۱ درصد صادرات کالا، ۴۴ درصد اشتغال را به خود اختصاص داده است. دو سوم جمعیت این کشور در مناطق روستایی زندگی می‌کنند و در دو دهه گذشته تغییرات ساختاری در کشاورزی این کشور اتفاق افتاده است و سهم بخش زراعت از ۶۵ درصد در سال ۱۹۹۰ به ۴۳ درصد در سال ۲۰۱۴ کاهش یافت و در مقابل سهم دامپروری از ۳۰ درصد به ۵۳ درصد افزایش یافت. هدف اصلی سیاست‌های دولت در بخش کشاورزی دستیابی به امنیت غذایی و افزایش رشد این بخش است. سیاست جدید امنیت غذایی این کشور در نوامبر ۲۰۱۴ بر هدف حذف سوءتغذیه تا سال ۲۰۳۰ و رساندن ناامنی غذایی به صفر تا سال ۲۰۵۰ متمرکز شده است.

^۱Trade Development Authority of Pakistan (TDAP)

پاکستان عضو گروه ۲۰، گروه ۳۳، گروه کاربنز^۱ و گروه طرفدارن آزادسازی تجارت شیلات^۲ است. در دور دوحه طرفدار حذف همه انواع یارانه‌های صادراتی کالاهای کشاورزی و کاهش معنی دار حمایت‌های داخلی است. تجارت کشاورزی پاکستان بر تعرفه، یارانه نهاده و حمایت قیمتی متمرکز است. دیگر اقدامات شامل استثنائات مالیاتی و تعرفه‌ای و ممنوعیت های صادراتی نیز در این کشور وجود دارد. تعدادی از کالاهای کشاورزی شامل گوجه فرنگی، گوشت مرغ، فرآورده‌های لبنی و پنبه متأثر از مقررات و اقدام‌های خاص هستند. حمایت‌های داخلی در کشاورزی پاکستان شامل خدمات تحقیق و توسعه، خدمات زیرساختی (به ویژه برای آبیاری) و خدمات بازاریابی است. اما با توجه به اینکه این کشور در سال‌های اخیر وضعیت حمایت‌های داخلی را به سازمان جهانی تجارت گزارش نکرده، اطلاع دقیقی از سطح آنها در اختیار نیست. بخش کشاورزی از کلیه مالیات‌های فدرالی معاف است، اگرچه مالیات استانی از این بخش دریافت می‌شود و این بخش تنها ۲/۵ درصد درآمد ملی را پوشش می‌دهد. با توجه به اینکه این کشور تعهد خاصی برای کاهش حمایت داخلی نپذیرفته است سیاست حمایت قیمتی برای گندم اعمال می‌شود. قیمت حمایتی این کالا از ۹۵۰ روپیه برای ۴۰ کیلوگرم در سال ۲۰۱۰ به ۱۳۰۰ روپیه برای ۴۰ کیلوگرم در سال ۲۰۱۵ افزایش یافته است. اما این کشور حمایت قیمتی پنبه، برنج و شکر را حذف کرده و برای این کالاها قیمت پایه توسط دولت تعیین می‌شود^۳. تولیدکنندگان کشاورزی در این کشور از یارانه گاز استفاده می‌کنند و دو سوم هزینه کانال‌های آب در پنجاب به صورت یارانه‌ای جبران می‌شود.

پاکستان به سازمان جهانی تجارت اعلام کرده است که برای محصولات کشاورزی از یارانه صادراتی استفاده نمی‌کند. اما عوارض صادراتی بر کالاهایی نظیر آرد گندم، حبوبات و پوست دریافت می‌کند. ممنوعیت صادراتی نیز بر کالاهایی مانند چوب و الوار، حبوبات، باقلا، شکر، حبشیش و حیوانات زنده وضع کرده است.

^۱Cairns Group

^۲Friends of Fish

^۳. چنین سیاستی با قیمت تضمینی متفاوت بوده و در واقع قیمت کفی است که در برخی از سال‌ها که مازاد عرضه در فصل برداشت بروز می‌کند توسط دولت اعلام می‌شود.

۳-۲-۱-۵ ترتیبات تجاری کشور پاکستان

از نقطه نظر پاکستان نظام تجارت چند جانبه در مرکز سیاست های تجاری این کشور قرار دارد. از سوی دیگر پاکستان معتقد است موافقت نامه های تجارت ترجیحی مکمل نظام تجارت چند جانبه به حساب می آیند. پاکستان خواهان روابط تجاری خود با طرف های تجاری خود در قالب این موافقت نامه های ترجیحی است. به طوریکه بتواند فضای کسب و کار رقابتی و قابل پیش بینی را در بین کشورهای عضو ایجاد نموده و فضای همکاری جدیدی را توسعه دهد که منجر به تسهیل روابط تجاری در بین بنگاه های کشورهای عضو شده، میزان رقابت را در بین اعضا ارتقاء دهد. همچنین کشور پاکستان در تلاش است با حذف موانع تجاری در بین کشورهای عضو نسبت به توسعه متوازن روابط تجاری دست یابد. کشور پاکستان بر اساس گزارش سازمان جهانی تجارت خود را موافق با اجرای موافقت نامه های ترجیحی نشان داده است و معتقد است که موافقت نامه های ترجیحی اثرات مثبت بر امحاء فقر و افزایش وضع رفاهی جامعه دارد.

الف: موافقت نامه های منطقه ای و دوجانبه پاکستان

۱- منطقه آزاد تجاری جنوب آسیا^۱

پاکستان هم اکنون عضو موافقت نامه تجاری موسوم به سافتا است. این موافقت نامه از ابتدای ژانویه ۲۰۰۶ به مرحله اجرا درآمد. کاهش سطح تعرفه ها از جولای سال ۲۰۰۶ بین اعضا به مرحله اجرا درآمد و قرار است تا سال ۲۰۱۶ تکمیل گردد. تحت برنامه آزاد سازی در تجارت بین اعضا در این موافقت نامه، مقرر گردیده بود کاهش سطح تعرفه ها برای کشورهای پاکستان در دو مرحله اتفاق افتد. در فاز نخست سطوح تعرفه ای بالای ۲۰ درصد باید به سطح ۲۰ درصد کاهش یابند و در فاز دوم نیز قرار بود سطح تعرفه ها ظرف ۵ سال به صفر تا ۵ درصد کاهش یابد. البته محصولات حساس از این کاهش مستثنی بوده اند. محصولات حساس کشور پاکستان بالغ بر ۹۳۶ ردیف تعرفه ای در نظام تعرفه ای ۶ رقمی و مشتمل بر ۲۲/۶ درصد کل ردیف های تعرفه ای است.

¹South Asian Free Trade Area (SAFTA):

۲- موافقت نامه تجارت آزاد بین پاکستان و سریلانکا :

این موافقت نامه از ژوئن ۲۰۰۵ به مرحله اجرا درآمد . بر حسب مفاد موافقت نامه مقرر گردید نرخ تعرفه مربوط به ۹۰ درصد خطوط تعرفه‌ای کشور پاکستان ظرف سه سال به حداقل سطح پایه تنزل پیدا کند. البته محصولات در لیست منفی از این کاهش مستثنی شده‌اند . ۶۰۷ ردیف تعرفه ای پاکستان در این لیست منفی قرار دارند. البته ۲۰۶ ردیف تعرفه ای در ابتدای اجرای موافقت نامه بلافاصله از سوی دولت پاکستان در سطح صفر قرار داده شدند .

۳- موافقت نامه تجارت آزاد پاکستان و چین

این موافقت نامه از تاریخ جولای ۲۰۰۷ به مرحله اجرا درآمد . در فاز اول تعرفه های منتخب را ظرف ۵ سال به تدریج کاهش داد . کاهش سطح تعرفه ها از سوی کشور پاکستان مشتمل بر ۵۹۰۰ ردیف تعرفه ای در نظام تعرفه ۸ رقمی است که ۸۵ درصد کل ردیف های تعرفه ای را شامل می شود. در گروه اول کالایی (۳۵ درصد ردیف تعرفه کالاها) و در فاز نخست آن بلافاصله ۲۵ درصد ردیف های تعرفه ای و در دو مرحله دیگر به همین نسبت تا سال ۲۰۱۰ سطح تعرفه ها به صفر تقلیل داده شد. در گروه دوم کالایی (۱۹/۹ درصد ردیف تعرفه کالاها) و در فاز نخست بلافاصله ۲۰ درصد ردیف های تعرفه ای به صفر تا ۵ درصد کاهش یافت و مابقی تعرفه ها به نسبت مساوی طی ۵ مرحله تا سال ۲۰۱۲ به حداقل مقدار خود کاهش داده شد. در گروه سوم کالایی (۲ درصد ردیف تعرفه کالاها) بلافاصله ۸ درصد میزان تعرفه کاهش و مابقی در ۵ مرحله و هر باز به نسبت مساوی تا ۵۰ درصد سطح تعرفه موجود کاهش داده شد. گروه چهارم کالایی (۲۶ درصد ردیف تعرفه ها) بلافاصله تا ۳ درصد کاهش و مابقی در ۵ مرحله مساوی تا سال ۲۰۱۲ تا سطح ۲۰ درصد کاهش داده شد.

۴- موافقت نامه تجارت آزاد پاکستان و مالزی

این موافقت نامه در سال ۲۰۰۸ به مرحله اجرا درآمد. این موافقت نامه اولین موافقت نامه جامع پاکستان در خصوص موافق نامه های تجارت آزاد بود که تجارت کالا، خدمات و سرمایه گذاری را در بر می گرفت. طی این موافقت نامه پاکستان متعهد بود ۴۳ درصد از تعرفه های موجود خود را تا سال ۲۰۱۲ به سطح صفر برساند و متقابلاً مالزی چنین تعهدی را برای ۷۸ درصد از تعرفه های خود پذیرفته بود. طی این موافقت نامه پاکستان ۱۵ درصد از سطح تعرفه ۷ خط تعرفه ای را برای روغن پالم به سطح ترجیحی و در طی دو فاز ۱۰ درصد در سال ۲۰۰۸ و ۵ درصد در سال ۲۰۱۰ کاهش داد.

۵- موافقت نامه تجارت آزاد با کشور ایران

این موافقت نامه از سال سپتامبر ۲۰۰۶ وارد مرحله اجرا شد و مقرر گردید از سپتامبر ۲۰۰۷ به ترتیب ۵، ۱۰، ۱۵، ۲۰ یا ۳۰ درصد تعرفه ترجیحی بر ۳۳۸ قلم ردیف تعرفه ای ۶ رقمی اعمال گردد. این موافقت نامه به دلیل شرایط خاص تحمیلی تحریم بر ایران اجرایی نشد.

۶- موافقت نامه تجارت آزاد با کشور موریتانی

موافقت نامه تجارت ترجیحی با کشور موریتانی از سال ۲۰۰۷ عملیاتی گردید. این موافقت نامه بر کاهش قابل ملاحظه تعرفه ها در ظرف ۲ دو سال پیاپی دلالت دارد. پاکستان موافقت کرده است تا در سال اول ۵۰ درصد تعرفه ها و در سال دوم تمامی تعرفه ها را به صفر برساند. ردیف های تعرفه ای شامل طیف گسترده ای از محصولات از جمله گل تازه، میوه، چای، ماهی تن، شکر و بسیاری دیگر از کالاهای کشاورزی است.

۷- موافقت نامه تجارت آزاد با اندونزی

این موافقت نامه در سپتامبر ۲۰۱۳ به مرحله اجرا درآمد. در ذیل این موافقت نامه اندونزی اجازه دسترسی ترجیحی به کالاهای صادراتی پاکستان را از جمله میوه تازه، الیاف پنبه، البسه، و غیره را ایجاد کرده است. همچنین انونزی تعرفه نارنگی موسوم به کینو را برای کشور پاکستان به صفر تقلیل داده است. متقابلاً پاکستان برای ۳۱۳ قلم از کالاهای انونزی تعرفه صفر در نظر گرفته است. بعلاوه پاکستان تعرفه مربوط به واردات روغن پالم اندونزی را به ۱۵ درصد (همانند روغن پالم مالزی) کاهش داده است.

ب: موافقت نامه های چند جانبه

علاوه بر موافقت نامه های موجود بین پاکستان و سریلانکا ، چین ، مالزی ، ایران ، اندونزی و موریتانی، کشور پاکستان در حال مذاکره برای موافقت نامه های دوجانبه با کشورهای شورای همکاری خلیج فارس است. بعلاوه مطالعه عقد موافقت نامه تجارت ترجیحی با کشور ژاپن و کشورهای آسه آن را در دستور کار دارد.

۱- سازمان کنفرانس اسلامی

موافقت نامه تجارت آزاد سازمان کنفرانس اسلامی دارای ۱۸ کشور امضا کننده از جمله پاکستان است. جدول تعهدات کشورها در سال ۲۰۰۵ برای کاهش سطح تعرفه ها تنظیم شده است. دومین دور مذاکرات کشورهای امضاء کننده در سال ۲۰۰۶ برای تدوین این جدول با بیانیه ای برای ترسیم نقشه راه تا انتهای تاریخ ۲۰۰۹ پایان پذیرفت. کشور پاکستان جدول تعهدات خود را امضا و در مجلس قانون گذاری خود به تصویب رسانده است. به دلیل اینکه هنوز بسیاری از کشورهای امضاء کننده آن را هنوز به تصویب کشور خود نرسانده اند بنابراین این تعهدات هنوز اجرایی نشده است.

۲- گروه دی ۸

اعضای سازمان دی ۸ موافقتنامه تجارت ترجیحی را بین خود در سال ۲۰۰۶ و در اولین گردهمایی وزیران به امضا رسانده اند. این موافقت نامه از اعضا می خواهد تا تعرفه های بالای ۱۰ درصد را طی چهار مرحله به ۸ درصد مابه التفاوت نرخ تعرفه رسمی و تعرفه ترجیحی در بین اعضا کاهش دهد. با اینکه موافقت نامه های مربوط به ویزا ، گمرک و حمل و نقل به امضا رسیده است ولی هنوز موافقت نامه ترجیحی به دلیل عدم تصویب توسط دولت های متبوع کشورهای عضو عملیاتی نشده است.

۳- سازمان همکاری های اقتصادی (اگو)

در ذیل این موافقت نامه از کشور پاکستان همانند سایر اعضا خواسته شده است تا همانند تعهدات مربوط به امضا کنندگان موافقت نامه South Asian Free Trade Area (SAFTA) ، و بر روی همان کالاهای توافق شده در SAFTA و در چارچوب موافقت نامه، تعرفه ای با ارزش ۱۰ درصد مابه التفاوت

نرخ رسمی و ترجیحی اعمال نماید. بدین ترتیب قرار است تعرفه های مورد نظر ظرف ۸ سال (برای افغانستان ۱۵ سال) به حداکثر سطح ۱۵ درصد کاهش یابد. البته کالاهای حساس از این تعهدات کاهشی معاف شده اند. به شرط آنکه تعداد این کالاها از ۱ درصد ردیف های تعرفه ای ۶ رقمی کشورهای عضو تجاوز نکند. از سوی دیگر مقرر شده است تا پوشش لیست کالاهای مشمول تعرفه ترجیحی ظرف یک دوره زمانی ۸ ساله و طی ۸ مرحله سنواتی به ۸۰ درصد ردیف های تعرفه ای همه کشورهای عضو تعمیم داده شود. موافقت نامه تجاری اکو موسوم به "ECOTA" بخش خدمات را از موافقت نامه حذف کرده است. با اینحال این موافقت نامه به دلیل عدم تصویب دستگاه های قانون گذار در کشورهای عضو هنوز اجرایی نشده است.

ج: سایر ترتیبات ترجیحی

کشور پاکستان متعهد به مفاد پروتکل گات در خصوص اعمال سیستم جهانی ترجیحات تجاری (Global System of Trade Preferences (GSTP)) در بین کشورهای در حال توسعه است. تعهدات سیستم یاد شده با نظام هماهنگ ۴ رقمی تعرفه سازگار است. اما از آنجاییکه مذاکرات در خصوص مبانی و راهکارهای دسترسی به بازار در سومین دور مذاکراتی گات مربوط به اجرای مکانیزم یاد شده به توافقات روشنی نرسیده است پاکستان تعهدات جدیدی را در این چارچوب نپذیرفته است.

۲-۲-۳ بررسی سیاست های تجاری هند

۱-۲-۲-۳ بررسی سیاست های وارداتی در هند

الف: رویه های گمرکی

۱۲۶ دفتر گمرکی تا سال ۲۰۱۴ از مجموع ۳۷۷ دفتر گمرکی موجود در کشور هند مجهز به تسهیلات مربوط به پایانه الکترونیکی ثبت درخواست های واردات و صادرات شدند. ۹۸ درصد اسناد مربوط به اعلامیه

های ورود و خروج بدین ترتیب به صورت الکترونیکی انجام می‌شود. اعلامیه ورود ممکن است قبل از ورود کالا تکمیل شده و بدین ترتیب فرایند ترخیص کالا را تسریع خواهد نمود. کشور هند از سیستم مدیریت ریسک در واردات کالا استفاده می‌نماید. این سیستم کمک می‌کند تا سیستم گمرکی کشور ورود محصولات با ریسک بالا و متوسط را به صورت انتخابی مورد بازرسی قرار دهد. ۹۷/۶ درصد واردات هند تا پایان سال ۲۰۱۴ از طریق سیستم یاد شده انجام شده است. این سیستم بازرسی در تمام دفاتر گمرکی هند فعال است. چنانچه واردکنندگان کالا از سابقه خوب و مفید در تجارت کالا و در برخورداری از معیارهای لازم به عنوان تاجر با صلاحیت برخوردار باشند به صورت ویژه از این اعتبار اعطایی در فرایند ترخیص کالا در کمترین زمان ممکن در چارچوب برنامه " مشتریان با درجه اعتباری بالا " ^۱ بهره مند خواهند شد. تا پایان سال ۲۰۱۴ بالغ بر ۲۵۱ وارد کننده معتبر هندی از این برنامه استفاده کردند. بطوریکه در چارچوب این روش وارد کننده خود به ارزیابی کالای خویش پرداخته و نیازی به بازرسی ماموران گمرکی برای این منظور نخواهد بود. هدف هند از این اقدام معطوف به تعهدات کشور در ذیل برنامه ساده‌سازی و هماهنگ ساختن رویه‌های گمرکی در چارچوب کنوانسیون کیوتو است.

در خصوص واردات کالاهای خاص و در شرایط ویژه، گواهی ثبت و مجوز ورود (همانند صدور مجوزهای بهداشتی) که معمولاً توسط نهادهای نظارتی صادر می‌شود الزام آور و اجباری است. این اسناد به هنگام تکمیل اعلامیه ورود کالاباید به مقامات گمرک تسلیم گردند. در خصوص زمان مورد نیاز برای ترخیص کالا، زمان متوسط برای تخلیه محموله های وارداتی در بندر Chennai برابر با ۸ روز و نوزده ساعتکاری بوده است.^۲ در صورت شکایت وارد کننده از مراحل ارزیابی (مثل طبقه بندی تعرفه‌ای و نرخ تعرفه) توسط مامور ارزیاب گمرک، واردکننده مجاز است بر علیه تصمیم اخذ شده بصورت مکتوب طرح اعتراض کند. در حد فاصل ۲۰۱۳-۲۰۱۴ بیش از ۱۱۶۴۹ فقره درخواست اعتراض به گمرک تسلیم شد که این مقدار نسبت به سال ماقبل که این تعداد ۸۲۸۶ فقره بوده است ۵۰ درصد کاهش داشت. در ارتباط با موافقتنامه تسهیلات تجاری

^۱ Accredited Client's Program

^۲ Central Board of Excise and Customs

در WTO نیز هنوز کشور هند اعلامیه خود را در خصوص بخش A این موافقت نامه به دبیرخانه سازمان تسلیم نکرده است.

ب: بازرسی پیش از حمل

از سال ۲۰۱۱ تاکنون هیچگونه تغییری در قوانین و مقررات مربوط به بازرسی پیش از حمل واردات پدید نیامده است. بازرسی پیش از حمل برای ضایعات آهن خرد شده و غیر خرد شده، محصولات فلزی معیوب و بعضیاز محصولات نساجی خاص الزام آور است.

ج: ارزیابی گمرکی

از تاریخ ۲۰۱۱ هیچگونه تغییری در چارچوب مقررات مربوط به ارزیابی گمرکی در کشور هند رخ نداده است. مجموعه قوانین اصلی مربوط به ارزش گذاری گمرکی مربوط به قوانین گمرکی ۱۹۶۲ و مجموعه قواعد مربوط به قیمت گذاری کالا در سال ۲۰۰۷ است. در ذیل این قانون تصریح شده است که ارزش واقعی محصول وارداتی باید بر اساس ارزش مبادله‌ای آن باشد که بصورت واقعی در بازار فروخته شده و به کشور هند صادر می شود. (این ارزش شامل همه موارد مربوط به هزینه کمیسیون‌ها، حق واسطه‌گری، حق امتیاز، هزینه‌های حمل و بیمه و جابجایی کالا است). همچنین مبلغی معادل ۱ درصد ارزش کالا بابت تخلیه بار در بندرگاه به مبلغ پایه CIF کالا اضافه می شود. با وجود این سازمان مالیات‌ها و امور گمرکی بعنوان دستگاه متولی این موضوع از طریق نشریه رسمی کشور اختیار تثبیت قیمت‌ها را (به عنوان مرجع تعیین تعرفه ارزشی) برای هر نوع کالای صادراتی یا وارداتی خواهد داشت. البته در ژانویه ۲۰۱۲ اطلاعیه‌ای در خصوص معرفی قیمت‌های مرجع برای واردات طلا و نقره صادر شد. چنانچه به ارزش اظهار شده کالا تردید شود آنگاه ارزش مبادلاتی کالا کنار گذاشته می شود و گمرک نسبت به ارزش گذاری کالا اقدام خواهد کرد. از میان سایر شرایط نیز باید به شرایط خاص اشاره کرد که ضمن آن نوع مصرف کالا توسط مصرف‌کننده تعیین شده و در شرایطی که قیمت فروش کالا غیر قابل تعیین است و یا در شرایطی که کالا باید امحاء شده و یا در شرایطی

که خریدار و فروشنده در تباری به تعیین قیمت می پردازند که در آن صورت قیمت مرجع به روش دیگری محاسبه می شود.

چنانچه ارزش مبادلاتی کالا در محاسبات مورد استفاده قرار نگیرد ارزش کالا بر اساس روش های دیگری و با توجه به متغیر های زیر صورت می پذیرد (این روش ها ممکن است بر اساس ارزش مبادلاتی کالا، ارزش مبادلاتی کالاهای مشابه، مقایسه ارزش محاسبه شده و یا روش های دیگر محاسباتی باشد).

ارزش مبادلاتی کالا همچنین مبنایی برای محاسبه مالیات مضاعف بر واردات است. با وجود این برای واردات بعضی کالاهای بسته بندی شده که در داخل کشور تولید می شوند این مقدار مربوط به بالاترین قیمت خرده فروشی است. ارزش کالا از تفاضل تخفیف مربوط به کالای داخلی مشابه از ارزش بالاترین قیمت خرده فروشی که بر روی بسته کالا درج است بدست می آید.

کشور هندوستان متعهد به مقررات مربوط به " رفتار ویژه " در ذیل موافقتنامه دور توکیو در سازمان جهانی تجارت است. همچنین هندوستان متعهد به بند مربوط به مستثنی کردن بعضی کالاها در ماده ۵ و ۶ موافقت نامه یاد شده و مستثنی از بکار بردن ماده ۵/۲ موافقتنامه فارغ از اینکه وارد کننده کالا خواهان بهره مندی از چنین استثنایی است. واردکننده می تواند بر علیه تصمیمات گمرکی و بر علیه موضوعات مرتبط با ارزش گذاری کالای خود اعاده دعوی کند و آنرا به سازمان امور مالیات ها و امور گمرکی تسلیم نماید.

د: قاعده مبدا

تغییرات در قوانین مربوط به قاعده مبدا شامل اجرای مقررات ترجیحی مربوط به واردات از مالزی و ژاپن در چارچوب موافقت نامه های تجاری دوجانبه است که از سال ۲۰۱۱ اجرایی شد. کشور هندوستان قاعده مبدا را بدون در نظر گرفتن مقررات ترجیحی از مبادی خاص اجرا نمی کند و قاعده مبدا در چارچوب موافقت نامه های دوجانبه و منطقه ای نسبت به کشور های مختلف متغیر است. معمولاً حد مجاز در درجه وابستگی کالا نسبت به مبدا تولید کالا بین ۳۰ تا ۷۰ درصد متغیر است.

جدول (۳-۸): مقررات عمومی هند مربوط به قاعده مبدا در ذیل موافقت نامه های تجاری کشور در سال ۲۰۱۵

موافقت نامه	حداکثر ارزش کالای واسطه ای با مبدا خارجی بکار رفته در کالا (درصد از ارزش فوب)	حداقل ارزش کالای واسطه ای با مبدا داخلی بکار رفته در کالا (درصد از ارزش فوب)
APTA ^۱	۵۵	۶۰
GSTP ^۲	۵۰	۶۰
SAFTA ^۳	۶۰	۵۰
SAPTA ^۴	۶۰	۵۰
ASEAN	۶۵	۳۵
افغانستان	۵۰	۴۰
بوتان	-	-
شیلی	۶۰	۴۰
کره جنوبی	۶۵	۳۵
مرکوسور	۴۰	۶۰
نیپال	۷۰	۳۰
سنگاپور	۶۰	۴۰
سریلانکا	۶۵	۳۵
تایلند	۶۰	۴۰
ژاپن	۶۵	۳۵
مالزی	۶۵	۳۵
کشور های کمتر توسعه یافته	۷۰	۳۰

مأخذ: وزارت بازرگانی هند، ۲۰۱۵

۵- بررسی تعرفه های کشاورزی در هند

۱- تعرفه های کاربردی

تعرفه های گمرکی بر اساس قانون گمرکی سال ۱۹۶۲ و ۱۹۷۵ کشور هند تنظیم و اخذ می شود. نرخ

تعرفه استاندارد نرخ مصوبی است که در جدول قانون تعرفه های گمرکی آمده است. هرگونه تغییر در نرخ

^۱Asia Pacific Trade Agreement

^۲Global System of Trade Preferences

^۳South Asian Free Trade Area

^۴South Asia Preferential Trade Agreement

های این جدول با ابلاغ قانون بودجه کشور در پایان فوریه هر سال ایجاد می‌شود. با اینحال نرخ موثر تعرفه در هر مقطع زمانی از سال می‌تواند از نرخ مصوب در جدول تعرفه‌های قانون بودجه متفاوت باشد. این تفاوت ممکن است ناشی از استثنائات مربوط به مصرف‌کننده نهایی محصول و ناشی از الزام تغییر نرخ تعرفه و اعلام در نشریه رسمی کشور باشد. بدین ترتیب نرخ تعرفه موثر در طول سال ممکن است تغییر یابد و بدین ترتیب بر پیچیدگی نظام تعرفه ای هند و نااطمینانی تجار بیفزاید. علاوه بر نرخ های مصوب و متداول تعرفه، مالیات‌های دیگری در مبادی ورود کالا از تجار اخذ می‌شود که عبارتند از:

مالیات جبرانی اضافی (AD)^۱ که به جای تعرفه، مالیاتی بر محصول مشابه وضع می‌شود. مالیات مضاعف خاص (SAD)^۲ که با تعدیل مالیات مازاد در سطح دولتی و محلی از واردکننده اخذ می‌شود. متوسط نرخ مالیات (AD) به صورت متداول تا ابتدای سال ۲۰۱۵ در حدود ۱۲/۵ درصد از دامنه (۳۰-۶) درصد بود. البته در مورد محصول نفت این نرخ با تعرفه خاص و مرکب این محصول جمع می‌شود. در حالیکه تعرفه (SAD) عموماً در سطح ۴ درصد ثابت است. ضمن آنکه تعداد زیادی استثنا وجود دارد که این تعرفه عمومی را تحت تاثیر قرار می‌دهد. تعداد خطوط تعرفه MFN بر اساس سیستم نمانکلانتور سال ۲۰۱۲ (۸ رقمی) بالغ بر ۱۱۴۸۱ خط تعرفه ای بود. ۹۱ درصد این خطوط دارای تعرفه ارزشی است. ۳ خط تعرفه ای مربوط به بادام و انرژی برق دارای تعرفه خاص و ۶۹۷ خط تعرفه ای خطوطی هستند که از دیگر ابزارهای تعرفه‌ای جایگزین به جای تعرفه ارزشی استفاده شده است. عموماً تعرفه های جایگزین برای محصولات منسوجات، البسه و محصولات کائوچو استفاده شده است.

تعرفه متوسط ساده و کاربردی در سطح دولت کامله الوداد در سال ۲۰۱۴-۱۵ برای کشور هند برابر با ۱۳ درصد بود که نسبت به سال ۲۰۱۰ یک درصد افزایش یافت. این افزایش نتیجه افزایش تعرفه‌های بخش کشاورزی (۲۴ فصل) در سطح ۳۶/۴ درصد بود که بسیار بالاتر از کالاهای غیر کشاورزی است. افزایش تعرفه

^۱Additional Countervailing Duty

^۲Special Additional Duty

در سال ۲۰۱۵ بیشتر متوجه افزایش تعرفه غلات و محصولات پروسس شده غلات از ۳۰/۴ به ۴۰/۹ درصد و همچنین دانه های روغنی از ۱۸/۵ به ۳۳/۲ درصد، شکر از ۳۳ درصد به ۴۱ درصد نسبت به سال ۲۰۱۰ بود. میانگین ساده تعرفه کشاورزی در هند بیش از ۳۴ درصد است و این در شرایطی است که میانگین تعرفه تثبیت شده در این کشور حدود ۱۱۴ درصد بوده و هند این امکان را دارد، تا در صورت نیاز سطح تعرفه های خود را چند برابر کند. پراکنش تعرفه های کشاورزی در این کشور نیز به گونه ای است که میانگین وزنی تعرفه هند به ۴۵ درصد افزایش یافته است و در عمل حمایت تعرفه ای از کشاورزی در این کشور بسیار بالا است. این کشور نیز مانند بسیاری از کشورهای دیگر اولویت حمایت تعرفه ای بیشتر از کشاورزی نسبت به صنعت را رعایت می کند و میانگین ساده تعرفه صنعتی در این کشور حدود یک سوم تعرفه های کشاورزی است.

جدول (۳-۹): خلاصه وضعیت تعرفه در هند

شرح	سال	کل	کشاورزی	غیرکشاورزی	عضویت در سازمان جهانی تجارت	۱۹۹۵
میانگین ساده تعرفه تثبیت شده		۴۸,۵	۱۱۳,۵	۳۴,۵	درصد تثبیت	۷۴,۴
میانگین ساده تعرفه مورد عمل	۲۰۱۴	۱۳,۵	۳۳,۴	۱۰,۲	غیرکشاورزی	۷۰,۵
متوسط تعرفه وزنی	۲۰۱۳	۶,۲	۴۵	۴,۵	درصد سهمیه تعرفه ای در کشاورزی	۰,۹
واردات (میلیار دلار)	۲۰۱۳	۴۳۹,۴	۱۸	۴۲۱,۴	رفتار حفاظتی و ویژه	۰

ماخذ: وبگاه سازمان جهانی تجارت

همچنین این کشور برای حدود ۹٪ درصد از خطوط تعرفه ای کشاورزی از ابزار تعرفه سهمیه ای استفاده می کند. ۱۴۹۷ خط تعرفه کشاورزی در این کشور در ۸ دامنه تعرفه و ۱۹ طبقه تعرفه توزیع شده است. به گونه ای که ۹ درصد خطوط تعرفه و ۲۴ درصد واردات در این کشور مشمول تعرفه کمتر از ۵ درصد است. بیش از ۶۸ درصد خطوط تعرفه کشاورزی در این کشور مشمول تعرفه ۲۵ تا ۵۰ درصد است و فراتر از ۵۴ درصد واردات در این کشور با تعرفه فراتر از ۲۵ درصد و ۳۰ درصد با تعرفه فراتر از ۵۰ درصد صورت می گیرد. همچنین در این کشور برای ۳٪ درصد خطوط تعرفه از ابزارهای تعرفه غیر ارزشی استفاده می شود.

جدول (۳-۱۰): وضعیت پراکندگی تعرفه کشاورزی در هند

درصد تعرفه غیرارزشی	درصد خطوط تعرفه و ارزش واردات								فراوانی توزیع
	> 100	50 <= 100	25 <= 50	15 <= 25	10 <= 15	5 <= 10	0 <= 5	تعرفه صفر	
۰,۳	۳۵,۸	۵۳,۲	۷,۲	۲,۲	۰,۳	۱,۳	۰	۰	کالاهای کشاورزی
۰,۳	۲,۲	۸,۷	۶۸,۶	۴,۱	۴,۱	۳,۳	۳,۷	۵,۴	تعرفه تثبیت شده
۳	۱,۸	۳۰,۸	۲۱,۳	۳,۹	۵,۷	۱۳,۲	۱۶,۲	۷	تعرفه مورد عمل
									واردات

ماخذ: وبگاه سازمان جهانی تجارت

توزیع حمایت تعرفه‌ای بین گروه‌های کالایی در این کشور به گونه‌ای است که گروه‌های تولیدات دامی و لبنی، میوه و سبزی، غلات و فرآورده‌ها، دانه‌های روغنی و روغن‌ها، شکر و ماهی و فرآورده‌ها حمایت تعرفه‌ای حول و حوش میانگین کلی تعرفه در این کشور دریافت می‌کنند و گروه‌های مانند ادویه‌جات و نوشیدنیها حمایت تعرفه ۵۶ و ۶۹ درصدی دریافت می‌کنند. کمینه و بیشینه تعرفه کشاورزی در این کشور صفر و ۱۵۰ درصد است و سهم تعرفه‌های صفر درصد در برخی گروه‌ها پایین و در سایر گروه‌ها صفر است.

جدول (۳-۱۱): وضعیت حمایت تعرفه‌ای از گروه کالایی مختلف کشاورزی در هند

گروه کالایی	تعرفه‌های تثبیت شده			تعرفه‌های مورد عمل			واردات	
	میانگین گروه	درصد تعرفه صفر	بیشینه	میانگین گروه	درصد تعرفه صفر	بیشینه	سهم	تعرفه صفر
تولیدات دامی	۱۰۶,۱	۰	۱۵۰	۳۱,۱	۰	۱۰۰	۰	۰
تولیدات لبنی	۶۵	۰	۱۵۰	۳۳,۵	۰	۶۰	۰	۰
گل‌ها، سبزیجات و میوه‌ها	۱۰۰,۱	۰	۱۵۰	۳۰,۸	۱	۱۰۰	۱	۱۶,۹
قهوه و چای	۱۳۳,۱	۰	۱۵۰	۵۶,۳	۰	۱۰۰	۰,۱	۰
غلات و فرآورده‌ها	۱۱۵,۳	۰	۱۵۰	۳۱,۳	۱۵,۴	۱۵۰	۰,۱	۳,۳
دانه روغنی و روغن‌ها	۱۶۹,۷	۰	۳۰۰	۳۷	۱,۷	۱۰۰	۲,۳	۰
شکر و شیرینی	۱۲۴,۷	۰	۱۵۰	۳۵,۹	۰	۶۰	۰,۱	۰
نوشیدنی و تنباکو	۱۲۰,۵	۰	۱۵۰	۶۹,۱	۰	۱۵۰	۰,۱	۰
پنبه	۱۱۰	۰	۱۵۰	۶	۸۰	۳۰	۰,۱	۹۹,۹
سایر کالاهای کشاورزی	۱۰۴,۸	۰	۱۵۰	۲۲,۴	۱۳,۶	۷۰	۰,۴	۶,۴
ماهی و فرآورده‌ها	۱۰۰,۷	۰	۱۵۰	۲۹,۹	۰,۱	۳۰	۰	۴,۳

ماخذ: سازمان جهانی تجارت، ۲۰۱۵

و: شرکت‌های دولتی در حوزه تجارت

این کشور همچنان علی‌رغم عضویت در WTO متعهد به فعالیت شرکت‌های دولتی در تجارت بعضی از محصولات کشاورزی، کود اوره و نفت خام است. در سپتامبر ۲۰۱۴ حق انحصاری واردات ۱۱ محصول کشاورزی شامل گندم، چاودار، جو دوسر، ذرت، ذرت خوشه‌ای، گندم سیاه و ارزن و همچنین بعضی از غلات دیگر از انحصار سازمان غذا خارج شد. این اقدام‌ها مربوط به تعهدات کشور هند در ذیل موافقت‌نامه‌های سازمان جهانی تجارت است. ضمن آنکه دلایل توجیهی هند برای حفظ اقتدار شرکت‌های دولتی در حوزه تجارت همچنان به قوت خود باقی است.

ز: استانداردها و مقررات فنی

استانداردها در کشور هند بر اساس مقررات "دفتر استانداردهای هند" (BIS)^۱ و قوانین سازمان یاد شده در سال ۱۹۸۷ اعمال می‌شود. BIS مسئول تنظیم مقررات و قوانین استاندارد و اجرای آنها در بیش از ۱۴ زیربخش اقتصادی است. این مسئولیت شامل راهبری کلیه فعالیت‌های مربوط به صدور گواهی و نظام کنترل و پایش، آزمون و اندازه‌گیری، اجرای استانداردها همکاری‌های بین‌المللی و سرانجام افزایش آگاهی عمومی است. کمیته‌ای هماهنگی مسئولیت برقراری ارتباط کلیه بخش‌های اقتصادی را در حوزه استانداردسازی به عهده دارد.

در حدود ۱۹۳۱۳ فقره استاندارد تا سال ۲۰۱۴ در کشور هند تنظیم و تبیین شده است. ۵۸۶۲ فقره از این استانداردها دارای استانداردهای معادل در سطح بین‌المللی است که بیش از ۸۹ درصد از این تعداد یعنی ۵۲۳۸ فقره با استانداردهای بین‌المللی هماهنگ و تنظیم شده است. BSI در حال حاضر یکی از اعضای فعال سازمان جهانی استاندارد است.

^۱Bureau of Indian Standards

مسئولیت تنظیم مقررات فنی در کشور هند متوجه نهادی مسئول در حوزه مقررات فنی است. فرایند هرگونه تنظیم و تغییر در مقررات فنی در حوزه تجارت همانند مقررات مربوط به استاندارد است. حسب معمول قبل از نهایی شدن هر مقرره‌ای پیش نویس آن برای اظهارنظر نهادهای دولتی و سایر دستگاه‌های مسئول ارسال می‌شود و در روزنامه رسمی نیز چاپ می‌شود. اظهارنظر نهادها و دستگاه‌های ذیربط باید ظرف مدت ۶۰ روز از زمان انتشار در روزنامه‌های رسمی به دستگاه ذیربط ارسال شود. همزمان پیش نویس یاد شده به دبیرخانه WTO برای اظهار نظر سایر کشورهای عضو نیز ارسال می‌شود. بدین ترتیب فرایند تکمیل و تصویب یک مقرره ۱۲-۶ ماه بطول می‌انجامد. اصلاحیه‌های مربوط به هر مقرره‌ای نیز دارای فرایندی مشابه است و براساس نیاز صنعت مورد نظر و با توجه به پیشرفت‌های فنی و علمی کشور ممکن است تغییر کند.

۳-۲-۲-۲- مقررات تاثیر گذار بر صادرات کالا

الف: رویه‌ها

همانند رویه واردات کالا و رویه مربوط به خود ارزیابی کالا توسط واردکننده، صادرات نیز با اجرای نظام مدیریت ریسک، تابع رویه یاد شده است. بر این اساس صادرکننده خود بر مبنای تعرفه‌های صادراتی و پیش از بررسی نهایی در نزد گمرک نسبت به ارزیابی کالای خود می‌پردازد. گرچه بر پایه نظام مدیریت ریسک که از سال ۲۰۱۳ در حال اجرا است. محموله صادراتی ممکن است بدون انجام مراحل رسمی بازرسی و ارزیابی توسط گمرک از مرزهای رسمی کشور خارج شود. بدین ترتیب صادرکننده باید ابتدا در نزد معاونت تجارت خارجی ثبت سفارش کرده و کد شناسایی خود را به مفهوم تایید قابلیت صادرکننده کالا به انجام عملیات تجاری دریافت کند. تسلیم مدارک از طریق الکترونیکی تقریباً در سرتاسر کشور اجباری بوده و ۹۸ درصد فرایند رسیدگی به درخواست‌ها به روش الکترونیکی است. زمان متوسط برای ارسال محموله صادراتی تا سال ۲۰۱۴ برابر ۴ روز و ۶ ساعت از بندرگاه چنای (Chennai) بود.

بر اساس قانون تجارت ۱۹۶۳ هند، سازمان بازرسی صادرات کلیه کنترل‌های کیفی محصولات صادراتی را برای انطباق با حداقل استاندارد های کیفی محصول انجام می‌دهند. در حال حاضر کنترل کیفی و بازرسی

قبل از حمل از الزامات صادرات محسوب می‌شود. از میان این رویه‌ها و به ویژه در خصوص صادرات احشام دام، برنج باسماتی، استخوان خرد شده، محصولات لبنی، تخم مرغ، افزودنی‌های خوراک دام، شیلات، عسل، گوشت و محصولات گوشتی، اوسئین، ژلاتین بادام زمینی و گوشت مرغ اجباری است. الزام اجرای اجباری کنترل کیفی بازرسی قبل از حمل در مورد کالاهای خوراک دام بادام زمینی به اتحادیه اروپا و مالزی و همچنین صادرات کلی استخوان خرد شده و ژلاتین به کلیه مقاصد تجاری واردی بوده اند که از سال ۲۰۱۱ به این لیست اضافه شده اند. در خصوص بذر و نهال و اجزای گیاهی آن نیز کنترل و بازرسی محموله صادراتی علاوه بر الزام ارسال نمونه شامل بازرسی چشمی، آزمون‌های استاندارد، شستشو و طی مراحل آزمایشگاهی است.

گواهی صادرات طبق بازرسی گسترده کالا و از طریق " نظام مدیریت سلامت غذا " انجام می‌شود. بعضی از مراحل نظام مدیریت سلامت غذا شامل تایید (مشروط یا قطعی) بنگاه تولید و یا تجاری، تحلیل خطر و کنترل نقطه بحرانی (HACCP)، مکانیزم‌های ردگیری محصول، اجرای کنترل‌ها، نظام پایش سه مرحله ای برای اطمینان از تطابق محصول با استانداردهای کشور هدف و صدور گواهی بهداشت به عنوان مدرک الزامی قابل ارائه توسط طرف‌های تجاری در کشورهای واردکننده است. سازمان صادرات هند برای صدور گواهی‌های یاد شده در فوق ۴ درصد و ۲ درصد از ارزش فوب کالا را به عنوان هزینه صدور گواهی‌های یاد شده از صادرکننده اخذ می‌کند. البته از مارس سال ۲۰۱۰ به این سو دولت هند مقررات مربوط به نظارت بر صادرات ماهی و محصولات شیلاتی را به منظور اطمینان از سلامت محصول در طول زنجیره عرضه از پیش تولید تا مرحله صادرات بسیار سخت و دشوار کرده است. این نظارت رسمی کلیه مراحل تولید و عرضه را از مرحله صید، تخلیه در مراکز فروش، حراج و عملیات فراوری بر روی کشتی، مزارع آبی پروری و کارخانه های تولید خوراک ماهی را شامل می‌شود.

ب: مالیات‌های صادراتی

در حال حاضر مالیات صادراتی به محصولات کانی از جمله بوکسیت، ایلمینیت، پوست و چرم خام و فراوری شده سنگ آهن و آهن قراضه تعلق می‌گیرد. همانند رژیم تعرفه ای واردات، هرگونه تغییر یا تعیین مالیات صادراتی از طریق بودجه سنواری کشور با اعلام در روزنامه های رسمی مشخص می‌شود. مالیات‌های صادراتی که به طور معمول در راستای توسعه و حمایت از صنعتی خاص اخذ می‌شود. معمولا در مورد صادرات ادویه‌های خاص، لاک الکل و صنایع وابسته، توتون، سنگ منگنز، سنگ کروم، محصولات میکا و سنگ آهن اعمال می‌شود.

جدول (۳-۱۲): مالیات‌های صادراتی ۲۰۱۴

نرخ مالیات صادراتی	محصول
۲/۳۰ روپیه برای هر ۱۱ کیلو	لاک الکل و محصولات وابسته
۰/۵ درصد ارزش فوب	ادویه جات
۰/۵ درصد ارزش فوب	توتون
۴ روپیه در هر تن	سنگ منگنز
۶ درصد در هر تن	سنگ کروم
۳/۵ درصد ارزش فوب	محصولات میکا
۱ روپیه در هر تن	سنگ آهن

منبع : سازمان جهانی تجارت

ج: حداقل قیمت صادراتی

در چارچوب برنامه سیاست صادراتی (سیاست تجارت خارجی هند ۲۰۱۴-۲۰۰۹) کشور هند از سیاست حداقل قیمت صادراتی برای کالاهای پیاز و روغن خوراکی تبعیت و حمایت می‌کند. این سیاست در راستای اطمینان از عرضه کافی این محصولات در بازارهای داخلی است. سیاست حداقل قیمت صادراتی و اقلام مربوط به این سیاست توسط دولت و پس از مشورت با دستگاه‌های اجرایی تعیین می‌شود. اخیرا طی سالهای ۲۰۱۲ و ۲۰۱۵ تغییرات قابل ملاحظه‌ای در سطح قیمت ها برای محصول برنج باسماتی روغن خوراکی و سیب زمینی



ایجاد شده است. قبلا برای این محصولات قیمت‌های پایین‌تری با ملاحظات امنیت غذایی کشور تعیین شده بود. حداقل قیمت صادراتی برای محصول سیب زمینی در سال ۲۰۱۵ حذف شد. بر اساس آخرین بررسی انجام شده از رژیم تجاری هند، حداقل قیمت صادراتی در سال ۲۰۱۴ فقط مربوط به ۳ محصول جدول (۳) - (۱۳) بود.

جدول (۳-۱۳): حداقل قیمت صادراتی محصولات در هند سال ۲۰۱۴

محصول	حداقل قیمت صادراتی هر تن / دلار امریکا
روغن خوراکی با بسته بندی حداکثر ۵ کیلو	۹۰۰
پیاز از هر نوع	۳۰۰
پیاز قرمز و پیاز کریشنا	۳۰۰

منبع: سازمان جهانی تجارت

د: ممنوعیت‌ها و مجوزهای صادراتی

معمولا ممنوعیت های صادراتی به دلیل ملاحظات زیست محیطی، امنیت غذایی بازاریابی، قیمت گذاری و عرضه داخلی در انطباق با مقررات بین المللی اعمال می شود. البته از سال ۲۰۱۱ ممنوعیت صادرات برنج باسماتی و گندم لغو شده است. کشور هند قبلا صادرات محصول به کره شمالی ایران و عراق را در چارچوب قطعنامه های تحریمی ممنوع اعلام کرده بود.

۱۹۶ خط تعرفه ای (۸ رقمی) همچنان تا سال ۲۰۱۵ مشمول محدودیت های صادراتی در نظام تجاری هند بودند و صادرات این محصولات تنها با صدور مجوز توسط اداره ذیربط در سازمان تجارت خارجی هند میسر بود. در سال ۲۰۱۴ شرط اجباری صدور مجوز صادرات برای پنبه و الیاف پنبه ای لغو شد. صادرات پودر شیر خشک گندم روغن خوراکی غلات و برنج غیر باسماتی از تاریخ ۲۰۱۱ مشمول محدودیت های مقداری بوده اند. صادرات شکر توسط شرکت های دولتی مشمول نظام ترجیحات مقداری با کشورهای آمریکا و اتحادیه اروپا بوده است. البته محدودیت مقداری صادرات مربوط به شکر ارگانیک از جولای ۲۰۱۴ لغو شد.

ه: شرکت های دولتی

شرکت های دولتی از امتیاز انحصاری صادرات بسیاری از محصولات کشاورزی و جنگلداری از جمله شکر ارگانیک، پیاز و صمغ کارایا بهره مند هستند. اعطای این امتیاز به دلیل قدرت بازاریابی بهتر، درک دقیق تر از قیمت های کارآمدتر، ایجاد ثبات در عرضه داخلی و قابلیت جلوگیری از نوسانات قیمت داخلی توسط این شرکت ها است. به طریق مشابه و با هدف اطمینان از عرضه نفت سیاه و گاز مایع (LPG) که به عنوان سوخت

انرژی در خانوارها استفاده می‌شود، صادرات این محصولات تنها از طریق شرکت های دولتی امکان پذیر خواهد بود. صادرات بعضی از سنگ های معدنی نیز به منظور حفظ منابع طبیعی و کاربرد اصولی این منابع به شرکت های دولتی واگذار شده است. برای مثال صادرات سنگ آهن به صورت انحصاری از سال ۲۰۱۴ به شرکت دولتی KIOCL سپرده شده است.

و: حمایت‌های صادراتی

مهمترین حمایتی که اخیراً در حوزه یارانه‌های صادراتی کشور هند اتفاق افتاده بر اساس بیانیه‌های این کشور در ذیل کمیته های کالایی و غیر کالایی سازمان جهانی تجارت مربوط به صادرات شکر، چای، میوه و سبزیجات فراوری شده، میوه‌های تازه، گل و گیاه و محصولات دامی است. کشور هند از کشور های متعهد به ضمیمه هفتم موافقت نامه یارانه‌ها و اقدامات جبرانی است که در چراچوب آن کشور متعهد اجازه دارد برای سه سال پیاپی و تا زمان رشد سطح درآمد سرانه داخلی به سطح ۱۰۰۰ دلار آمریکا از برنامه حمایت صادراتی از محصولات خاص استفاده نماید. بر اساس آخرین ارزیابی از سرانه تولید ناخالص داخلی کشور هند در سالهای ۲۰۱۳-۲۰۱۱ این سطح پایین تر از حد تعیین شده بوده و کشور هند را در اعمال سیاست های حمایت صادرات ازاد گذاشته است. صندوق توسعه شکر در هند در سال ۲۰۱۴ یارانه صادراتی ۳۳۰۰ روپیه/تن را تصویب کرد و این کالا تحت رژیم تعرفه ترجیحی توسط بنگاه‌های تجارت دولتی به اروپا و آمریکا صادر می‌شود. برای محصولات مانندی روغن خوراکی، پیاز، سیب زمینی حداقل قیمت صادراتی تعیین می‌شود و کالاهایی مانند شیر خشک، گندم، روغن خوراکی، حبوبات، برنج غیربسماتی و گندم مشمول سهمیه صادراتی شدند.

۳-۲-۳- بررسی سیاست‌های تجاری ترکیه

۳-۲-۳-۱- رویه‌های واردات و الزامات آن

ترکیه قدم‌های اولیه برای انطباق با نظام گمرکی اروپا در سال‌های گذشته برداشته و در آخرین اقدامات قانون گمرکی جدید خود را تصویب کرده است. بر اساس قانون جدید کلیه وظایف تنظیم سیاست‌های تجاری به وزارت ججارت و گمرک (۲۰۱۱) سپرده شده است. ملزومات و ساختار گمرک ترکیه همسو با سند جداگانه‌ای مربوط به اجرائیات گمرک در قلمرو اروپا است. برای بهره‌مندی از نرخ‌های ترجیحی تعرفه‌ای در جریان ترخیص بار ارائه اسناد مربوط به جابجایی بار از کشورهای غیر اروپایی و طرف‌های تجاری ترکیه که کشور ترکیه با آنها قرارداد تجاری دارد، الزامی است. به ویژه در زمینه کالاهای کشاورزی، ذغال‌سنگ و آهن آلات مطالبه اسناد جدی‌تر است. بر اساس رویه باید اعلامیه ورود کالا بر اساس برنامه توسط واردکننده تا پایان روز کاری به دفتر گمرک تسلیم شود و تخلیه بار معمولاً در صورت ارائه اسناد مورد نیاز ظرف ۲۴ ساعت انجام می‌شود. کالاهای وارداتی از طریق جاده، راه‌آهن و دریا فرصت ۲۰ روزه برای ترخیص و کالاهای وارداتی از طریق دریا فرصت ۴۵ روزه دارند. چنین مهلت‌هایی بر اساس درخواست واردکننده قابل تمدید است. واردات کالاهای خاص از مجاری خاص امکان‌پذیر است و گمرک ترکیه مجاری تخصصی با توجه به میزان کالاهای وارداتی تعیین کرده است. هر شخص حقیقی و حقوقی با شماره شناسایی مالیاتی مجاز به واردات است و تنها برای واردات محصولات خاص نیاز به اخذ مجوز است. در این چارچوب منسوجات و البسه نیازمند ثبت سفارش به منظور ره‌گیری و پایش کالا در داخل کشور هستند.

الف: بررسی تعرفه‌های بخش کشاورزی ترکیه

تعرفه‌های گمرکی ترکیه بر مبنای سیستم کدگذاری هماهنگ در سال ۲۰۰۷ بالغ بر ۱۶۴۴۸ خط تعرفه‌ای است. ساختار تعرفه‌ای در این کشور دارای کدهای ۱۲ رقمی است که ۶ رقم اول آن بر ساس نظام نمانکلاتور،

۲ رقم بعدی منطبق با نمائکلاتور اروپا، دو رقم بعدی مربوط به زیربخش‌های هر کالا و دو رقم آخر برای جمع‌آوری آمار گمرکی است.

در نتیجه مذاکرات دور اروگوئه در سازمان جهانی تجارت، ترکیه کلیه تعرفه‌های بخش کشاورزی و ۳۳ درصد تعرفه‌های بخش صنعت خود را تثبیت کرد. متوسط ساده تعرفه کشاورزی ۷۲ درصد و متوسط تعرفه صنعت ۱۷/۴ درصد است. تعرفه‌های کشاورزی در دامنه (۰-۲۲۵) و تعرفه‌های صنعت در دامنه (۰-۸۲) توزیع شده است. نوع تعرفه کاربردی در نظام تعرفه این کشور تعرفه ارزشی است و ۹۸/۳ درصد از این ابزار استفاده می‌شود و برای ۲۷۸ خط تعرفه‌ای از ابزارهای تعرفه خاص، مرکب و مخلوط استفاده می‌شود. تفاوت معنی دار نرخ تعرفه مورد عمل و تثبیت شده، اعطاف لازم برای افزایش سطح تعرفه‌های مورد عمل را به این کشور داده است. تعرفه‌های مورد عمل این کشور از سال ۲۰۰۷ به این سو تغییر جدی نداشته است.

ترکیه مطابق با تعهداتش ذیل سیاست‌های اتحادیه گمرکی اروپا ترجیحات تعرفه‌ای خود را با کشورهای ثالث از طریق برنامه GSP با کشورهای اروپایی هم‌تراز کرده است. این اقدام منجر به حذف تدریجی تعرفه‌های مربوط به ردیف‌های ۲۵-۹۷ سیستم نظام هماهنگ و آزادسازی برخی محصولات کشاورزی و غذایی شده است. اما تعرفه‌های ترجیحی در بخش کشاورزی به طور عمده از طریق تعرفه سهمیه‌ای اجرا می‌شوند. جدول زیر تعهدات تعرفه ترجیحی ترکیه نسبت به شرکای تجاری این کشور را نشان می‌دهد.

جدول (۳-۱۴): وضعیت میانگین تعرفه در موافقتنامه‌های ترجیحی ترکیه درصد

غیر کشاورزی	کشاورزی	HS 25-97	HS 01-24	HS 01-97	
۵	۴۷,۹	۴,۱	۴۹,۲	۱۲,۲	تعرفه مورد عمل
۲,۹	۴۶	۱,۹	۴۷,۵	۱۰	سیستم جهانی ترجیحات (GSP)
۱	۴۷,۸	۰	۴۹,۲	۸,۸	صربستان
۱	۴۷,۸	۰	۴۹,۲	۸,۸	تونس
۱	۴۷,۸	۰	۴۹,۲	۸,۸	سوریه
۱	۴۷,۸	۰	۴۹,۲	۸,۸	مراکش
۱	۴۷,۸	۰	۴۹,۲	۸,۸	غزه
۱	۴۷,۸	۰	۴۹,۲	۸,۸	کوزوو
۱	۴۷,۷	۰	۴۹,۱	۸,۸	کرواسی
۱	۴۸	۰	۴۹,۲	۸,۸	اسرائیل
۱,۴	۴۵,۲	۰,۴	۴۶,۸	۸,۷	کشورهای برخوردار از مشوق‌های خاص
۱	۴۷,۱	۰	۴۸,۶	۸,۷	آلیانی
۱,۴	۴۵	۰,۴	۴۶,۷	۸,۶	کشورهای کمتر توسعه یافته
۱	۴۶,۳	۰	۴۷,۸	۸,۶	مقدونیه
۰,۷	۴۷,۸	۰	۴۷,۵	۸,۵	مصر
۰,۹	۴۷,۴	۰	۴۸,۴	۸,۲	اروپا
۱	۴۱,۴	۰	۴۳,۳	۷,۷	گرجستان
۰	۴۷,۴	۰	۴۳,۸	۷,۴	EFTA
۰	۵,۳	۰	۵	۰,۹	بوسنی

ماخذ: وبگاه سازمان جهانی تجارت

میانگین حمایت تعرفه‌ای از بخش کشاورزی ترکیه نزدیک به ۸ برابر حمایت تعرفه‌ای از بخش صنعت است و وضعیت پراکنش تعرفه در این بخش به گونه‌ای است که میانگین وزنی تعرفه‌های کشاورزی ۳۲ درصد بوده و فاصله زیادی با تعرفه‌های اسمی ندارد. با توجه میانگین تعرفه تثبیت شده (۶۱ درصد) این کشور امکان افزایش قابل ملاحظه تعرفه‌های مورد عمل خود در زمان ضروری را دارد.

جدول (۳-۱۵): خلاصه وضعیت تعرفه‌های ترکیه

شرح	سال	کل	کشاورزی	غیرکشاورزی	عضویت در سازمان جهانی تجارت	۱۹۹۵
میانگین ساده تعرفه تثبیت شده		۲۸,۶	۶۱	۱۷	درصد تثبیت	۵۰,۳
میانگین ساده تعرفه مورد عمل	۲۰۱۴	۱۰,۷	۴۲,۲	۵,۴	غیرکشاورزی	۴۲,۷
متوسط تعرفه وزنی	۲۰۱۳	۵,۲	۳۲	۳,۵	درصد تعرفه سهمیه‌ای در بخش کشاورزی	.
واردات (میلیار دلار)	۲۰۱۳	۲۱۳,۸	۱۳,۲	۲۰۰,۵	درصد رفتار ویژه در بخش کشاورزی	.

ماخذ: وبگاه سازمان جهانی تجارت

۲۷۹۱ خط تعرفه‌ای در بخش کشاورزی ترکیه در ۱۴۸ طبقه تعرفه و ۸ دامنه تعرفه توزیع شده است. تنها ۲۴ درصد خطوط تعرفه و ۳۷/۴ درصد واردات کشاورزی در این کشور با تعرفه کمتر از ۴ درصد وارد می‌شود. در حالیکه ۱۳ درصد خطوط تعرفه و ۱۶ درصد واردات در این کشور مشمول تعرفه بیش از ۱۰۰ درصد است و بیشترین حجم واردات کشاورزی این کشور در دامنه تعرفه‌ای ۲۵ تا ۵۰ درصد انجام می‌شود. بخش عمده تعرفه‌های کشاورزی در این کشور تعرفه ارزشی است و تنها در ۵٪ درصد خطوط تعرفه از ابزارهای غیرارزشی استفاده می‌کند.

جدول (۳-۱۶): وضعیت پراکندگی تعرفه‌های کشاورزی در ترکیه

فراوانی توزیع	تعرفه صفر	0 <=	5 <=	10 <=	15 <=	25 <=	50 <=	> 100	NAV
کالاهای کشاورزی	سال	درصد خطوط تعرفه و ارزش واردات							
تعرفه تثبیت شده		۰	۳,۲	۳,۷	۵,۸	۲۱,۳	۲۴,۸	۲۲,۸	۱۸,۴
تعرفه مورد عمل	۲۰۱۴	۱۷,۶	۶,۴	۹,۴	۳,۵	۱۵	۲۱,۲	۱۴	۱۲,۹
واردات	۲۰۱۳	۲۶,۸	۱۰,۶	۱۲,۱	۴,۴	۹,۶	۱۹,۶	۱	۱۵,۹

ماخذ: وبگاه سازمان جهانی تجارت

پراکندگی تعرفه در این کشور به گونه‌ای است که از گروه‌هایی مانند لبنیات و تولیدات دامی حمایت تعرفه‌ای ۱۳۰ و ۱۰۴ درصدی و شکر و شیرینی حمایت تعرفه‌ای ۸۸ درصدی صورت می‌گیرد. برخی از گروه‌ها مانند غلات، نوشیدنیها، سبزی و میوه و ادویه‌جات حمایت تعرفه‌ای فراتر از ۳۰ درصدی دریافت می‌کنند و دانه‌های

روغنی و روغن‌ها و سایر تولیدات کشاورزی نیز مشمول حمایت تعرفه‌ای حدود ۱۴ درصدی هستند. کمینه تعرفه کشاورزی در این کشور صفر و بیشینه حمایت تعرفه‌ای ۲۲۵ درصد است.

جدول (۳-۱۷): وضعیت حمایت تعرفه‌ای از گروه کالایی مختلف کشاورزی در ترکیه

گروه‌های تولیدی	تعرفه تثبیت شده			تعرفه مورد عمل			واردات	
	متوسط گروه	درصد تعرفه صفر	بیشینه تعرفه	متوسط گروه	درصد تعرفه صفر	بیشینه تعرفه	سهم %	تعرفه صفر %
تولیدات دامی	۱۳۲,۸	۰	۲۲۵	۱۰۳,۷	۱۰,۳	۲۲۵	۰,۲	۳۶,۱
تولیدات لبنی	۱۶۹,۸	۰	۱۸۰	۱۲۹,۶	۰	۱۸۰	۰,۱	۰
گل‌ها، سبزیجات و میوه‌ها	۳۸,۸	۰	۱۴۶	۳۳,۵	۱۰,۵	۱۴۶	۰,۵	۵,۲
قهوه و چای	۸۰,۳	۰	۱۶۸	۳۱,۶	۸,۳	۱۴۵	۰,۳	۳۰,۸
غلات و فرآورده‌ها	۶۸,۶	۰	۱۸۰	۳۷,۹	۱۱,۹	۱۳۰	۱,۳	۱,۲
دانه روغنی و روغن‌ها	۲۴,۴	۰	۶۸	۱۴	۱۷,۷	۵۰	۱,۹	۲۰
شکر و شیرینی	۱۰۷,۳	۰	۱۳۵	۸۷,۶	۱۲,۸	۱۳۵	۰	۰
نوشیدنی و تنباکو	۷۹,۶	۰	۱۶۷	۳۶,۹	۱۹,۳	۷۵	۰,۴	۱۴,۳
پنبه	۱۰,۹	۰	۱۳	۰	۱۰۰	۰	۰,۸	۱۰۰
سایر کالاهای کشاورزی	۳۰,۸	۰,۲	۷۵	۱۱,۴	۳۹,۳	۷۵	۰,۷	۳۱,۶
ماهی و فرآورده‌ها	۵۰	۰	۸۲	۳۴,۲	۶,۱	۸۲	۰,۲	۱۱,۳

ماخذ: وبگاه سازمان جهانی تجارت

ب: سایر تعرفه‌ها و عوارض وارداتی

ترکیه برای کلیه خطوط تعرفه‌ای خود قائل به وضع مالیات اضافی است، مگر آنکه در در مقابل آن شرط ورود آزاد تعلق گرفته باشد. این مالیات تحت عنوان سهم شهرداری و بالغ بر ۱۵ درصد نرخ تعرفه کالا به همراه ۴ درصد ارزش کالای وارداتی از طریق دریا، ۳ درصد ارزش کالای وارداتی از طریق هوا و زمین است. همچنین ترکیه تحت عنوان صندوق مسکن‌سازی انبوه مالیاتی را بر واردات ماهی و فرآورده‌های شیلاتی (فصول ۲، ۳، ۱۵، ۱۶ و ۲۳) وضع می‌کند. میزان این مالیات بر حسب کشور مبدأ واردات از صفر تا ۳۵ درصد متغیر است. ترکیه تعرفه ماهی و فرآورده‌های شیلات را تثبیت نکرده و واردات این محصولات از مبدأ کشورهای EFTA و تحت موافقتنامه تجارت آزاد با تعرفه صفر صورت می‌گیرد.

ج: سیاست تعرفه سهمیه‌ای

این کشور فاقد تعهد تعرفه سهمیه‌ای در سازمان جهانی تجارت است، با این وجود ممکن است این ابزار را مورد استفاده قرار دهد.

د: هزینه خدمات گمرکی

حمل و نقل کالا به مرحله ترخیص در گمرکات این کشور مستلزم پرداخت ۱۰۰ دلار در ازای هر اعلامیه ورود است و واردکننده باید ۴۰ لیر ترکیه بابت ابطال تمبر بپردازد. ضمن اینکه هزینه ترخیص بار در ساعات غیراداری مشمول عوارض اضافی بوده و به ازای هر یک ساعت کار اضافی برای صادرات کالا ۵/۵ لیر و برای سایر عملیات‌های گمرکی ۱۳/۲ لیر باید پرداخت شود. هزینه‌های آزمایش و بررسی کیفی کالا نیز باید توسط واردکننده پرداخت شود. اما تحویل محموله‌های بارازش کمتر از ۷۵ یورو نیازی به طی مراحل گمرکی ندارد.

ه: ممنوعیت‌های وارداتی و مجوزها

این کشور واردات اقلامی مانند مواد مخدر، خاک، برگ و جوانه و کودهای حیوانی، تخم کرم ابریشم و ... را ممنوع کرده است. این سیاست در سال ۲۰۰۳ وضع شده و همچنان پابرجا است. واردات این کالاها بر اساس ملاحظات امنیتی تصریح شده در مواد ۲۰ و ۲۱ گات و بدلیل حمایت از ارزش‌های اخلاقی و انسانی و حمایت حقوق انسان، گیاه و دام وضع شدند.

۳-۲-۳-۲- بررسی رویه‌ها و سیاست‌های صادراتی در ترکیه

در این کشور ثبت سفارش و طی مراحل صادرات مشابه واردات است. ضمن اینکه علاوه بر مراحل یادشده صادرکننده باید در اتحادیه صادرکنندگان و در اتاق بازرگانی منطقه خود ثبت نام کند. هزینه‌ای بین ۰,۰۲ تا

۰,۱ درصد ارزش فوب کالا از صادرکننده بابت خدمات صادرات اخذ می‌شود. مقدار این هزینه توسط نهادها و سازمان‌های ذیربط از جمله اتحادیه صادرکنندگان تعیین می‌شود.

الف: عوارض صادراتی

کشور ترکیه عوارض صادراتی بر پوست خام (۰,۵ دلار آمریکا برای هر کیلوگرم)، گردو با پوست (۰,۰۴ دلار برای هر کیلوگرم)، گردو بدون پوست (۰,۰۸ دلار بر کیلوگرم) وضع کرده است و درآمدهای حاصل از عوارض صادراتی در صندوق حمایت و تثبیت قیمت^۱ ذخیره می‌شود.

ب: محدودیت‌های صادراتی

ترکیه صادرات ۱۲ قلم کالا و به طور عمده کالاهای کشاورزی را ممنوع کرده است. این کالاها شامل کلیه حیوانات وحشی، پیاز گل، نهال و بذر توتون، شاه‌دانه هندی، نهال زیتون و انجیر، چوب درخت گردو، توت، گیلاس، هلو، زبان گنجشک، نارون و لیمو و سعلب هستند. همچنین برای ۲۴ قلم کالا نیاز به مجوزهای صادراتی است که بیشتر کالاها کشاورزی و شیلات هستند.

ج: یارانه‌های صادراتی

صادرکنندگان ترک می‌توانند بر اساس مقررات از تخفیف‌های مربوط به عوارض صادراتی بهره‌مند شوند. صادرکنندگان بخش کشاورزی و مواد غذایی در چارچوب برنامه یارانه صادراتی امکان برخورداری از یارانه صادراتی را دارند. محل تامین اعتبار این یارانه صندوق حمایت و تثبیت قیمت است. اگزیم بانک ترکیه تنها نهاد تامین کننده اعتبار صادراتی برای صادرکنندگان بوده و تعداد قابل توجهی اعتبار صادراتی، ضمانت صادراتی و بیمه صادر می‌کند. هدف اصلی این بانک افزایش حجم صادرات ترکیه، توسعه بازارهای صادراتی و

^۱Support and Price Stabilization Fund

افزایش سهم صادرات ترکیه در بازارهای جهانی، تنوع بخشی به صادرات و حمایت از صادرکنندگان این کشور است. هر ساله این بانک برنامه سالانه خود را به کمیته مشاور و راهبردی اعتبارات که به ریاست وزیر دولت هدایت می‌شود تسلیم می‌کند. این بانک در مجموع ۸/۹ میلیارد دلار در تامین مالی صادرات در سال ۲۰۱۰ اعتبار صادر کرده است که حدود ۸ درصد صادرات ترکیه در این سال را شامل می‌شود. این بانک همچنین از شرکت هایی که در زمینه جذب ارز خارجی اشتغال دارند و همچنین از سرمایه‌گذاران خارجی تحت اعتبارات صادراتی کوتاه تا بلند مدت حمایت می‌کند. مساعدت‌های کوتاه مدت به صادرکنندگان بصورت وام ۴۵۰ روزه بالیر ترکیه با ارز خارجی اعطا می‌شود. برنامه‌های میان مدت و بلند مدت این بانک برای صادرات کالاهای سرمایه‌ای و سرمایه‌گذاری در پروژه های خارجی اعطا می‌شود.

۳-۲-۴- بررسی سیاست‌های تجاری کشور عراق

با توجه به نهایی نشدن عضویت عراق در سازمان جهانی تجارت و سال‌ها درگیری و جنگ در این کشور گزارش تجاری منسجمی از این کشور ارائه نشده است. عراق در حال حاضر بعنوان کشور ناظر در مذاکرات WTO شرکت می‌کند. عراق در سال ۲۰۰۴ تقاضای عضویت خود را به سازمان جهانی تجارت تسلیم نمود و گروه کاری عراق برای بررسی فرایند الحاق کشور یاد شده تشکیل شد. این کشور یادداشت رژیم تجاری خود را در سال ۲۰۰۵ به سازمان جهانی تجارت تسلیم کرد. هم اکنون عراق در راستای الحاق مشغول تنظیم جدول امتیازات خود است. این تعهدات عراق را قادر می‌سازد تا چارچوب حقوقی و قانونی لازم و اصلاحات مرتبط با نظام یاد شده را در داخل کشور ایجاد کرده و ظرفیت داخل کشور را برای اجرای سیاست‌ها و اصلاحات لازم منطبق با موافقتنامه‌های WTO ایجاد کند. در سال ۲۰۰۸ بیش از ۵۰ درصد از کالاهای وارداتی از بندرگاه ام‌القصر وارد این کشور شد. این رقم در سال ۲۰۱۳ به ۸ میلیون تن کالا رسید. شاخص‌های بین‌المللی انسجام و اجرای سیاست‌های تجاری در قالب مقررات گمرکی بیانگر اجرای ضعیف این سیاست‌ها در کشور عراق است.



جدول (۳-۱۸): امتیاز رتبه عراق با توجه به شاخص عملکرد لجستیک (LPI)

سال	رتبه	امتیاز	گمرکات	زیر ساخت ها	حمل و نقل	صلاحیت لجستیکی	رد گیری	عملیات بهنگام
۲۰۱۰	۱۴۸	۲/۱۱	۲/۰۷	۱/۷۳	۲/۲	۲/۱	۱/۹۶	۲/۴۹
۲۰۱۲	۱۴۵	۲/۱۶	۱/۷۵	۱/۹۲	۲/۳۸	۲/۱۹	۱/۸۶	۲/۷۷

مأخذ: بانک جهانی ۲۰۱۳

کشور عراق در ردیف ضعیف‌ترین کشورها در شاخص قانونمندی و پایبندی به مقررات اخلاق مدار در حوزه نظارت بر مبادلات تجاری است. شاخص های بین المللی نشان می‌دهد که جایگاه عراق از میان ۱۷۴ کشور جهان در فساد و تقلب در رتبه ۱۷۱ در سال ۲۰۱۴ است. همچنین شاخص LPI^۱ بانک جهانی که شاخصی مهم برای اندازه‌گیری قدرت اجرایی در عملیات پشتیبانی برای تجارت و مبادله کالا است، نشان می‌دهد با وجود بهبود جایگاه عراق در سال ۲۰۱۲ نسبت به سال ۲۰۱۰ فاقد وضعیت قابل قبول در حوزه مقررات تجاری به ویژه در حوزه مقررات گمرکی است.

جدول (۳-۱۹): وضعیت شاخص LPI در کشورهای منتخب

سال	رتبه LPI	امتیاز LPI	گمرکات	زیر ساخت ها	حمل و نقل بین المللی	صلاحیت لجستیکی	رد گیری	عملیات بهنگام
ترکیه	۲۷	۳/۵۱	۳/۱۶	۳/۶۲	۳/۳۸	۳/۵۲	۳/۵۴	۳/۸۷
عربستان	۳۷	۳/۱۸	۲/۷۹	۳/۲۲	۳/۱	۲/۹۹	۳/۲۱	۳/۷۶
سوریه	۹۲	۲/۶	۲/۳۳	۲/۵۴	۲/۶۲	۲/۴۸	۲/۳۵	۳/۲۶
لبنان	۹۶	۲/۵۸	۲/۲۱	۲/۴۱	۲/۷۱	۲/۳۸	۲/۶۱	۳/۱۱
اردن	۱۰۲	۲/۵۶	۲/۲۷	۲/۴۸	۲/۸۸	۲/۱۷	۲/۵۵	۲/۹۲
ایران	۱۱۲	۲/۴۹	۲/۱۹	۲/۴۲	۲/۴۹	۲/۶۶	۲/۴۹	۲/۶۶
عراق	۱۴۵	۲/۱۶	۱/۷۵	۱/۹۲	۲/۳۸	۲/۱۹	۱/۸۶	۲/۷۷

مأخذ: بانک جهانی، ۲۰۱۳

^۱Logistics Performance Index

عراق در مقایسه با سایر همسایگانش در پایین ترین رتبه از نظر شاخص مذکور قرار دارد. این اختلاف فاحش بیش از هر چیز ناشی از سیستم گمرکی کشور عراق است. فرایند ترخیص کالا در کشور عراق ابتدایی و در عین حال طولانی است. با توجه به آخرین گزارش مربوط به بررسی هزینه عملیات تجاری، انجام این عملیات برای ترخیص کالای حاصل از واردات در عراق ۱۲ روز و برای عملیات صادرات کالا ۱۳ روز به طول می انجامد.

جدول (۳-۲۰): زمان بندی عملیات صادرات و واردات کالا در عراق

فرایند واردات	طول زمان - روز	فرایند صادرات	طول زمان - روز
تنظیم مدارک	۵۰	تنظیم مدارک	۵۰
عملیات گمرکی و کنترل فنی	۱۳	عملیات گمرکی و کنترل فنی	۱۵
جابجایی بار و عملیات بندری	۷	جابجایی بار و عملیات بندری	۱۲
حمل و نقل داخل کشور	۱۰	حمل و نقل داخل کشور	۵
طول کل زمان واردات	۸۰	طول کل زمان صادرات	۸۲

ماخذ: Doing Business 2013

از سوی دیگر تعداد مدارک لازم در فرایند عملیات صادرات یا واردات بسیار زیاد است (ده سند در مقابل با ۳ سند در کشورهای اروپایی). این اسناد شامل موارد بارنامه، گواهی مبدا، فاکتور فروش، اعلامیه گمرکی، مجوز واردات، گزارش بازرسی، سیاهه بارنامه، گزارش بازرسی قبل از حمل، گزارش استاندارد بهداشتی فنی، رسید جابجایی بار در ترمینال است.

این فرایند با حضور دستگاه های اجرایی و موازی و در فرایند ترخیص و کنترل های چندگانه پیچیده تر می شود. این فرایند طولانی رویکرد تجار را به اتخاذ راه های غیرقانونی و قاچاق تشویق می کند. علاوه بر این نقطه ضعف هایی در هماهنگی های داخلی و مرزی وجود دارد که تحرک محموله های تجاری را کند کرده و در هر دوسوی مرزهای تجاری گلوگاه های دشواری ایجاد می کند.

در سال ۲۰۱۴ کمیسیون عمومی گمرکات کشور عراق (IGCC) متعهد شد تا مجموعه عملیات گمرکی را در راستای اهداف اقتصادی این کشور نوسازی کند. این مهم در شرایطی که این کشور در شرایط دشوار

امنیتی (به لحاظ ناامنی در مرزهای اقتصادی کشور) بسر می‌برد برای رسیدن به یک نظام اخلاق مدار و در عین حال کارآمد و شفاف بسیار دشوار است. در این راستا اولویت‌های اجرایی گمرک عراق در کوتاه مدت و میان مدت بر روی سه هدف اصلی زیر متمرکز شد.

- بهبود نظام واردات برای عرضه کالاهای مورد نیاز اقتصاد کشور
 - تقویت و اجرای برنامه‌هایی که بخش تولید صنعتی را هدف قرار داده و منجر به تشویق و توسعه صادرات گردد .
 - ایجاد درآمد کافی و پایدار برای مخارج دولت در هنگامی که وابستگی به درآمد های نفتی رو به کاهش است.
- در واقع تمرکز این کشور اصلاح رویه‌های گمرکی برای تضمین امنیت غذایی، توسعه صادرات و افزایش درآمدهای ارزی است.

رژیم تعرفه‌ای عراق دارای ناسازگاری‌های غیر قابل توجیه در نظام درونی خود است. بطوریکه به وضوح بسیاری از محصولات خام دارای تعرفه ای بالاتر از محصولات ساخته شده هستند. از سوی دیگر ترتیبات تجاری عراق تجار را وادار می‌کند تا نسبت به اخذ مجوزهای متعدد قبل از واردات یا صادرات اقدام کنند. در ژانویه سال ۲۰۱۴ عراق قانون تعرفه‌ای سال ۲۰۱۰ این کشور را با قانونی جدید جایگزین کرد. در این قانون نرخ تعرفه محصولات کشاورزی از صفر درصد (برای بذور) تا ۵۰ درصد (برای گوشت خوک، شکر و تنباکو) و ۸۰ درصد (برای نوشیدنی‌ها) تعیین شده است.

۳-۲-۵- بررسی سیاست‌های تجاری هنگ کنگ

رویه های تجاری در کشور هنگ کنگ (HKC)^۱ و مبادله کالا از مرز های این کشور از سریع ترین و آسانترین رویه های تجارت در جهان است. کلیه فرایندهای مربوط به تکمیل اظهار نامه های گمرکی به شکل الکترونیکی و از طریق نهادها و سازمان های خصوصی انجام می‌شود .

^۱Hong Kong China

هنگ کنگ سیاست‌های متعددی را برای تسهیل فرایند تجارت و تقویت نقش کشور به عنوان گلوگاه ترانزیت کالا در منطقه جنوب شرق آسیا اجرا می‌کند. بکارگیری یک برنامه عملیاتی و در عین حال معتبر اقتصادی، برنامه ای که مربوط به تسهیل انتقال کالا با وسایل نقلیه متعدد باشد و سیاست های مربوط به کاهش هزینه اظهار نامه از جمله این سیاست‌ها است.

علاوه بر آن و بر اساس موافقت نامه جدید تسهیلات تجاری (TFA)^۱ سازمان جهانی تجارت، هنگ کنگ متعهد است، کلیه مقررات مربوط به این موافقت‌نامه چند جانبه را که برای همه اعضای سازمان جهانی تجارت اجباری نیست به طور کامل اجرا کند.

هنگ کنگ به عنوان یکی از بارزترین اقتصادهای جهان با محدودیت های تجاری - سرمایه گذاری بسیار محدودی شناخته می‌شود. کلیه تعرفه های این کشور برای واردات صفر است و هنگ کنگ به تنهایی متعهد است در قالب موافقت نامه‌های سازمان جهانی تجارت ۴۶ درصد از تعرفه‌های خود را در حد صفر تثبیت کند. این ردیف‌های تعرفه‌ای شامل کلیه محصولات کشاورزی و شیلاتی می‌شود.

موانع غیرتعرفه‌ای کشور هنگ کنگ بسیار کم و محدودیت‌های وارداتی از جمله صدور مجوزها معطوف به ملاحظات سلامت جامعه و حفظ محیط زیست و اخذ مالیات از وارد کننده است. کشور هنگ کنگ فاقد هر گونه ابزار سیاستی بر علیه ورود کالاهای یارانه‌ای یا کالاهایی با ماهیت بازار شکنی است و هیچگونه ابزار حقوقی در چارچوب مکانیزم اقدامات حفاظتی در کشور وجود ندارد.

کشور هنگ کنگ فاقد مقررات بهداشتی و بهداشتی نباتی مختص به خود است و معمولاً از استانداردهای بین المللی تبعیت می‌کند. با این وجود هنگ کنگ اصلاحات زیادی را در نظام حقوقی خود برای انطباق با مقررات موافقت نامه SPS انجام داده است.

هنگ کنگ هیچگونه مالیات صادراتی را از صادر کنندنده اخذ نمی‌کند. در مجموع کلیه محدودیت‌های صادراتی و صدور مجوز به همان کالایی تعلق می‌گیرد که مشمول همین شرایط در حوزه واردات است و هدف

^۱Trade Facilitation Agreement

از محدودیت های یاد شده صرفا به دلیل مسایل زیست محیطی ، سلامت عمومی و انطباق با تعهدات کشور در قبال موافقت های بین المللی است .

صدور مجوز مقررات مربوط به اظهارنامه های واردات منسوجات در بازارهای غیر حساس و برای جابجایی منسوجات از مرزهای هنگ کنگ در سال ۲۰۱۱ لغو شد و از ماه مارس ۲۰۱۳ نیز واردات شیر خشک کودکان مشمول اخذ مجوز صادرات شد تا عرضه این محصول در بازار داخلی به لحاظ ملاحظات سلامت تضمین شود .

در خصوص اصلاح موافقت نامه خریدهای دولتی در ذیل موافقت نامه های سازمان جهانی تجارت ، هنگ کنگ از نخستین کشور هایی است که پروتکل اصلاحی این موافقت نامه را امضاء کرد. این موافقت نامه از آوریل ۲۰۱۴ اجرایی شد. در سال ۲۰۱۳ مجموع خریدهای دولتی هنگ کنگ بالغ بر ۵/۸ درصد GDP بود و ۸۲ درصد کالاهای خریداری شده به داخل کشور وارد شده است. هنگ کنگ اعلام کرده است که از این پس از شرکت های تجاری دولتی خود حمایت نخواهد کرد.

۳-۲-۵-۱- سیاست های موثر بر واردات در هنگ کنگ

الف: رویه های گمرکی

بر اساس قانون اساسی این کشور، هنگ کنگ بندری آزاد قلمداد می شود. بدین ترتیب تجارت خارجی در چارچوب مقررات صادرات و واردات کشور و بر پایه فصل ۵ این قوانین تنظیم می شود. سازمان گمرک و اداره مالیات ها (C&ED)^۱ مسئول اجرای مقررات مرزی از جمله حقوق مالکیت معنوی کالاها است. از سوی دیگر کشاورزی ماهیگیری و محیط زیست از جمله اداره بهداشت محیط زیست و غذا (FEHD)^۲ مسئول اجرای مقررات بهداشتی و بهداشتی نباتی در نقاط مرزی است.

^۱ Customs and Excises Department

^۲ Food and Environment Hygiene Department

بر اساس گزارش بانک جهانی^۱ کشور هنگ کنگ در مرتبه دوم در میان ۱۸۹ اقتصاد جهان به لحاظ سهولت تجارت در مبادی ورود و خروج کالا قرار دارد. هنگ کنگ در مقایسه با کشورهای جهان کمترین تشریفات و کوتاه ترین زمان را برای انجام تجارت دارد.

واردکنندگان باید پس از ورود کالا به مرز هنگ کنگ ظرف ۱۴ روز اعلامیه ورود کالا را ارائه دهند. کلیه اظهارنامه ها باید بصورت الکترونیکی از طریق ۳ نهاد واسطه ای تعیین شده تسلیم شود. قیمت خدمات ارائه شده توسط این نهادها بر اساس موافقت نامه ای که با دولت امضاء شده تعیین می شود. هزینه های این خدمات در سال ۲۰۱۴ از ۱۶/۳ درصد ارزش کالا به ۲۲/۵ درصد افزایش یافته است. جدول (۳-۲۱) تعداد اسناد مورد نیاز و زمان بررسی این اسناد پیش از عملیات واردات و صادرات را نشان می دهد.

جدول (۳-۲۱): فرایند رسیدگی به تقاضای واردات و صادرات در هنگ کنگ

OECD	جنوب شرق آسیا	چین	نوع تجارت	توضیح
۴	۷	۳	واردات	تعداد اسناد مورد نیاز
۴	۶	۳	صادرات	
۱۰	۲۲	۵	واردات	زمان لازم برای رسیدگی
۱۱	۲۱	۷	صادرات	
۱۰۹۰	۸۸۴	۳۶۵	واردات	هزینه عملیاتی (دلار / کانتینر)
۱۰۷۰	۸۵۶	۵۹۰	صادرات	

مأخذ: گزارش بانک جهانی، ۲۰۱۳

ب: فرایند ارزیابی گمرکی در هنگ کنگ

با توجه به اینکه کلیه نرخ تعرفه های موثر در هنگ کنگ در حد صفر است. بنابراین ارزیابی گمرکی صرفاً برای تسهیل فرایند محاسبه نرخ مالیات داخلی و تجمیع آن در مرز صورت می پذیرد. بنابراین هیچ قانون یا مقرره عمومی یا هیچ رویه اجرایی برای ارزش گذاری گمرکی وجود ندارد.

روش ارزش گذاری کالا به منظور برآورد مالیات آن در قانون مقررات صادرات و واردات کشور آمده است. در این چارچوب ارزش واقعی محصول قیمت مبادله نهایی کالا در بازار بین خریدار و فروشنده است. این

^۱World Bank Group 2013

قیمت در بردارنده هزینه های حمل و بیمه و سایر هزینه ها نیست. در شرایطی که قیمت بازاری محصول قابل تعیین نباشد گمرک این اختیار را دارد تا ارزش را بر اساس روش خود محاسبه نماید.

ج: موانع غیر تعرفه‌ای در هنگ کنگ

مقامات دولتی هنگ کنگ معتقدند که ممنوعیت واردات به دلیل بهداشت و سلامت عمومی حفظ محیط زیست و نهایتاً انطباق با تعهدات بین المللی وضع می‌شود. کالاهای ممنوع ورود شامل مواد از بین برنده لایه اوزون ، الماس خام از کشور های خاص ، مواد ضایعاتی خطر ناک و همچنین قطعات مربوط به ارتباطات رادیویی را شامل می‌شود.

صدور مجوز واردات در هنگ کنگ صرفاً به جهت ملاحظات سلامت و بهداشت ، حفظ محیط زیست و التزام به تعهدات بین المللی و نهایتاً اجرای سیاست های مالیاتی است. محصولات مشمول اخذ مجوز در سال ۲۰۱۳ در جدول (۳-۲۲) آورده شده اند.

جدول (۳-۲۲): کالاهای وارداتی مشمول اخذ مجوز اجباری

محصول	مقام صادر کننده مجوز	دلایل صدور مجوز
کالاهای استراتژیک	وزارت تجارت و صنایع	جلوگیری از تولید سلاح
منسوجات از کشور چین	وزارت تجارت و صنایع	کنترل سیستم صادرات منسوجات
برنج	وزارت تجارت و صنایع	امنیت غذایی
آفت کش ها	وزارت تجارت و صنایع و کشاورزی	سلامت عمومی
الماس خام	وزارت تجارت و صنایع	تعهدات بین المللی
مواد تخریبی لایه اوزون	وزارت تجارت و صنایع	
محصولات دارویی	وزارت بهداشت	سلامت عمومی
توتون - شراب - متیل الکل	سازمان گمرک و امور مالیات ها	تجمیع مالیات
مواد شیمیایی کنترل کننده	سازمان گمرک و امور مالیات ها	جلوگیری از تولید مواد مخدر
دیسک های نوری	سازمان گمرک و امور مالیات ها	ملاحظات حقوق مالکیت معنوی
ماسه	وزارت عمران و توسعه	حفاظت از سواحل
گوشت منجمد	سازمان غذا و بهداشت محیط	سلامت جامعه
ارگانیزم های دست ورزی شده	وزارت کشاورزی	حفظ زیست بوم جامعه
دام زنده	وزارت کشاورزی	ملاحظات بهداشتی

ملاحظات بهداشت گیاه	وزارت کشاورزی	گیاه و خاک
تعهدات بین‌المللی	وزارت کشاورزی	حیوانات در معرض انقراض
حفاظت از سلامت انسان	سازمان محیط زیست	مواد شیمیایی خطرناک
انجام تعهدات بین‌المللی	سازمان محیط زیست	ضایعات صنعتی

ماخذ: گزارش رژیم تجاری هنگ کنگ، ۲۰۱۵.

۳-۲-۶- سیاست‌های تجاری روسیه

۳-۲-۶-۱- مقدمه

اواخر قرن بیستم و اوایل قرن بیست و یکم شاهد تغییرات عمده در سیاست‌های تجاری روسیه بود. همگام با ایجاد فضای کسب و کار، نقش و اصول بنیادین سیاست‌های تجاری این کشور تغییر یافت. دو شاخص عمده در سیاست‌های تجاری اتحاد جماهیر شوروی حمایت‌گرایی گسترده و نقش شرکت‌های دولتی در اقتصاد کشور بود. این دوشاخه با قیمت‌های دستکاری و ثابت نگاه داشته شده و همچنین ارزش‌گذاری قیمت روبل که نرخ آن در خلال سه دهه گذشته به شدت تغییر یافته همراه بود. تنها موسسات تجارت خارجی معدودی می‌توانستند در فعالیت‌های واردات و صادرات وارد شوند. کلیه محاسبات از جمله تعرفه‌های گمرکی توسط دفتر مرکزی انجام می‌شد. بسیاری از موسسات تجاری هنوز به حیات خود ادامه می‌دهند، گرچه بسیاری از این موسسات نوع‌الکیت را تغییر داده‌اند، اما همچنان ارتباطات سنتی خود را حفظ کرده‌اند.

تا قبل از آغاز انقلاب پروستاریکا، تنها نفوذ بازار جهانی بر بازار شوروی بر اساس قیمت نفت بود و در واقع تعیین‌کننده درآمد‌های دولتی بر پایه منابع معدنی بود. پس از ۱۹۹۱ سیاست تجاری روسیه از وضعیت حمایت‌گرایی صرف به اصول آزاد سازی تجاری و اقتصاد بازار حرکت کرد. بدین ترتیب دهه ۱۹۹۰ شاهد تغییرات جدی در سیاست‌های واردات و صادرات روسیه بود و این تغییرات به نسبتی کمتر در کشورهای آسیای میانه نیز اتفاق افتاد.

بدنبال فروپاشی اتحاد جماهیر شوروی تجارت خارجی روسیه به لحاظ قلمرو جغرافیایی و باز توزیع گردش کالادر بین جمهوری‌های جدید التاسیس و کشورهای شرق اروپا تغییر پیدا کرد. تصور بر این بود که کشورهای پیشرفته غربی جذاب‌ترین بازارهای جهان هستند، زیرا تعامل با این بازارها باعث جریان ورود ارز قابل مبادله به روسیه خواهد شد و به بحران ارزی کشور که تا پایان دهه ۹۰ مشکل جدی بسیاری از شرکت‌های تجاری روسی بود پایان می‌دهد. در خلال دهه یاد شده موقعیت اقتصادی روسیه همچنان بسته و در عین

حال با ناپایداری و نرخ بالای تورم و رکود در تولید باقی ماند. در این شرایط تراز پرداخت‌ها، نظام پولی ناکارآمد و افزایش بدهی‌های خارجی و البته قیمت پایین محصولات صادراتی در بازارهای جهانی مشخصه‌های بارز اقتصاد بود.

در حال حاضر و در جهت هماهنگ سازی مجموعه قوانین کشور با مجموعه مقررات سازمان جهانی تجارت قدم‌های اساسی زیر برداشته شده است.

۱. اصول تجارت آزاد از جمله حقوق نهاد های خصوصی و افراد حقیقی و حقوقی مرتبط با صادرات و واردات پذیرفته شده است .

۲. تعرفه های گمرکی به عنوان تنها ابزار قانونی برای تنظیم واردات و صادرات کشور پذیرفته شده و از بکارگیری موانع غیر تعرفه ای پرهیز می شود.

۳. اصل دولت کامله الوداد در تجارت خارجی پذیرفته شد و در حال حاضر نسبت به ۱۲۰ کشور از جمله بزرگترین کشور های بازیگر در تجارت بین الملل به صورت یکسان عمل می شود.

۴. اصل رفتار ملی نسبت به واردات محصول مورد شناسایی و تایید قرار گرفت و مجموعه رفتار حقوقی یکسانی را در برابر محصولات تولید داخل و محصولات وارداتی با در نظر گرفتن تطابق استاندارد های آنها با استاندارد های روسیه و نظام مالیاتی داخل کشور مد نظر قرار داد.

۵. اصل رفتار ملی در خصوص حقوق مالکیت معنوی با توجه به تعهدات قانونی کشور در خصوص رفتار یکسان در مقابل حقوق مالکیت معنوی مقیم و غیر مقیم در کشور روسیه مورد شناسایی قرار گرفته است .

۶. روسیه تعهد داده است تا کلیه یارانه‌های بخش صادرات را کنار بگذارد .

۷. در بخش گمرک نیز سیستم کد گذاری هماهنگ پذیرفته شد .

۸. مکانیزم کنترل امور گمرکی به شکل گسترده‌ای بر اساس اصول گات تعریف شد. از جمله رویه‌های مربوط به اظهار نامه ، کنترل و ترخیص کالا و ایجاد نظام ارزش گذاری بر پایه مقادیر واقعی مندرج در قراردادهای تجاری به عنوان رویه های تصریح شده در گات نیز پذیرفته شده است .

آخرین گزارشات مربوط به وضعیت روسیه در سازمان جهانی تجارت این است که کشور روسیه در سپتامبر ۲۰۱۳ به موافقت نامه چند جانبه فن آوری تکنولوژی ملحق شد. بدین ترتیب روسیه پذیرفت تا با پذیرفتن این موافقت نامه مهمترین بازار جهانی مربوط به محصولات آی تی را در کشور خود آزاد نماید. با الحاق به این موافقتنامه روسیه ۷۸مین کشوری است که به این موافقت نامه ملحق شده است. موافقت نامه ITA کلیه تعرفه های مربوط به کالاهای ICT را که در بازار محصولات IT حیاتی محسوب می شوند، در بر می گیرد. اعضای که موافقت نامه یاد شده را امضا کرده اند ۹۷ درصد تجارت این نوع محصولات را در جهان به عهده دارند. روسیه تعهد کرده است تا تعرفه مربوط به این کالاها را از ۵/۴ به صفر برساند.

در خصوص خریدهای دولتی نیز، کمیته یاد شده در می ۲۰۱۳ موافقت نمود تا وضعیت ناظر را به فدراسیون روسیه اعطا نماید تا کشور یاد شده تشویق شود قدم های نخستین را در جهت الحاق به موافقت نامه یاد شده بر دارد.

علی رغم الحاق روسیه به سازمان جهانی تجارت، سیاست های تجاری روسیه همچنان میل به سیاست های حمایت گرایانه دارد. روسیه بسیاری از تعهدات خود را که به هنگام الحاق به سازمان پذیرفته است به راحتی زیر پا گذاشته است و بنابراین به صورت قابل ملاحظه ای اقتصاد اروپا را تحت تاثیر قرار داده است. در نتیجه اتحادیه اروپا دعاوی بسیاری را در رکن حل و فصل دعاوی بر علیه روسیه طرح کرده و در دستور پیگیری دارد. این وضعیت با ورود قزاقستان و ارمنستان به اتحادیه گمرکی اوراسیا تشدید شده است.

هدف اتحادیه گمرکی اوراسیا تقریب سیاست های تجاری کشورهای عضو به یکدیگر است. با اینحال تاکنون سایر اعضا اتحادیه در مقایسه با روسیه از سیاست های تجاری بازتری تبعیت کرده و از پیوستن به سیاست هایی که تجارت روسیه را مورد تحدید قرار می دهد دوری کرده اند. گزارشات اتحادیه اروپا در ۲۰۱۴ و در خصوص رشد درجه حمایت گرایی در نظام تجاری روسیه، کشور یاد شده را در بالای لیست کشور هایی قرار می دهد که بیشترین اقدامات محدود کننده تجاری را بکار بسته اند.

بعضی از این اقدامات شامل افزایش تعرفه های وارداتی بر روی بعضی از محصولات است که بالاتر از میزان توافق شده در ذیل تعهدات کشور روسیه در سازمان جهانی تجارت است. (برای مثال ممنوعیت واردات دام زنده و خوک که از سال ۲۰۱۴ اعمال شد و کشور استونی را بیش از همه در معرض تهدید قرار داد) و همچنین محدودیت های صادراتی بر روی محصولات خام صادراتی و اعمال محدودیت های فنی بر روی صادرات محصولات از جمله سیاست های محدود کننده تجاری روسیه بر خلاف تعهدات آن کشور در سازمان جهانی تجارت بوده اند .

در حوزه واردات محصولات کشاورزی نیز محدودیت های مقداری واردات در مقیاسی گسترده تر در سال ۲۰۱۴ و پس از آن دیده می شود.

۳-۲-۶-۲- بررسی رویه های گمرکی در کشور روسیه

بر اساس گزارشات تجاری سال ۲۰۱۴ روسیه رویه های گمرکی مضاعفی را در بخش تنظیم مدارک برای کلیه کالاهای مصرفی وارداتی با ارزشی کمتر از ۱۰۰۰ یورو ایجاد کرده است. این رویه مراحل ترخیص کالا را به شدت و بویژه برای شرکت های حمل و نقل بین المللی کالا به عنوان سریع ترین بازار تجارت الکترونیکی و رو به رشد در روسیه دشوار و کند کرده است. سیاست گفته شده در جهت حمایت از شرکت های خدماتی داخل کشور و حاضر در حوزه تجارت است. دولت دستور اخذ ۳۰ درصد مالیات مضاعف را نیز برای بسته کالاهاییکه ارزش وارداتی آنها بیش از ۷۰۰۰ روبل باشد صادر کرده است. در واقع سخت گیری های یاد شده متوجه تجارت کالاهایی است که از خارج از روسیه برای مصرف کننده نهایی وارد می شوند.

از ژانویه سال ۲۰۱۴ سازمان خدمات گمرکی فدرال (FCS)^۱ و به منظور سخت گیری نسبت به کشور اکراین پرونده های واردات کالا از اکراین را با ارزیابی خطر بیشتری مورد بررسی قرار می دهد. این محصولات وارداتی شامل مواد غذایی ، تجهیزات ، ماشین آلات و فلزات است. این مقررات سخت گیرانه شامل تخلیه بار در

^۱Federal Customs Service

خلال مراحل ارزیابی گمرکی، توزین مجدد بار و تطبیق اسناد است. علاوه بر این مقامات گمرکی روسیه به منظور اقدامات احتیاطی مبلغی بالغ بر ۵ تا ۴۰ درصد ارزش کالا را از صاحب کالا مطالبه می کنند.

الف: بررسی سیاست مالیات تجاری در روسیه

نرخ مالیات بر درآمد شرکت های تجاری تا سال ۲۰۱۴ بالغ بر ۲۰ درصد بود. متوسط این نرخ از سال ۲۰۰۶ تا ۲۰۱۴ بالغ بر ۲۱/۳۳ درصد بود.

مالیات گفته شده مالیاتی است که از شرکت های تجاری و بر اساس فعالیت تجاری شرکت در سال مالی اخذ و جمع می شود. بر اساس سیستم مالیات کشور روسیه مالیات گفته شده بالاترین نرخ مالیاتی از سوی دولت محسوب شده و یکی از متابع اصلی درآمدی دولت محسوب می شود. از سوی دیگر مالیات بر فروش در روسیه بالغ بر ۱۸ درصد است. این مالیات از مصرف کننده اخذ می شود.

در ژانویه ۲۰۱۴ نخست وزیر روسیه و بدنبال تصمیم رئیس جمهور مصوبه ای را به تصویب رساند که در طی آن اقتصاد کشور در جهت حرکت به سمت یک اقتصاد غیر وابسته به اقتصاد برون مرزی قوانین لازم را تدوین و برنامه ریزی کند. از میان مقرراتی که قبلا دولت اعلام کرد. اعمال مالیات بر سود شرکت های خارجی که با بخشی از مالکیت مشارکتی روس ها تاسیس شد (چنانچه شرکت های گفته شده تقسیم سود سهام خود را در خاک روسیه توزیع نکرده باشند)، ممنوعیت حمایت از سوی نهادهای دولتی نسبت به این شرکت ها (در صورتیکه این شرکت ها به لحاظ حقوقی در قلمرو حقوقی کشوری دیگر به ثبت رسیده باشند) گسترش یافت.

ب: سیاست تعرفه ای بخش کشاورزی در روسیه

میانگین تعرفه کل مورد عمل کالاها در روسیه ۸/۴ درصد است و مشابه سایر کشورها تعرفه بخش کشاورزی ۱۱/۶ درصد است. پراکنش مناسب تعرفه در این کشور باعث شده متوسط وزنی تعرفه در بخش کشاورزی بیش از متوسط ساده تعرفه و ۱۴/۸ درصد باشد. نکته قابل توجه در نظام تعرفه این کشور نزدیک بودن متوسط تعرفه ساده و تثبیت شده در این کشور است. با توجه به اینکه این کشور در سال ۲۰۱۲ در سازمان جهانی

تجارت پذیرفته شده اجازه تثبیت تعرفه در سطوح بالا به این کشور داده نشده است. روسیه برای ۳/۲ درصد خطوط تعرفه‌ای از ابزار تعرفه سهمیه‌ای استفاده می‌کند.

جدول (۳-۲۳): خلاصه وضعیت تعرفه‌ای روسیه

شرح	سال	کل	کشاورزی	غیرکشاورزی	عضویت در سازمان جهانی تجارت	۲۰۱۲
میانگین ساده تعرفه تثبیت شده	سال	۷,۶	۱۱,۲	۷,۱	درصد تثبیت	۱۰۰
میانگین ساده تعرفه مورد عمل	۲۰۱۴	۸,۴	۱۱,۶	۷,۹	غیرکشاورزی	۱۰۰
متوسط تعرفه وزنی	۲۰۱۳	۹,۱	۱۴,۸	۸,۲	تعرفه سهمیه در کشاورزی (%)	۳,۲
واردات (میلیارد دلار)	۲۰۱۳	۳۰۷,۸	۴۰,۶	۲۶۷,۲	اقدام حفاظتی در کشاورزی (%)	۰

ماخذ: وبگاه سازمان جهانی تجارت

در این کشور ۲۳۲ طبقه تعرفه کشاورزی وجود دارد که در ۸ دامنه تعرفه توزیع شده است. توزیع تعرفه در این کشور به گونه‌ای است که حدود ۵۶ درصد خطوط تعرفه، تعرفه کمتر از ۱۰ درصد، حدود ۴۰ درصد خطوط تعرفه نیز تعرفه کمتر از ۲۵ درصد و تنها ۴ درصد خطوط تعرفه، مشمول تعرفه بیش از ۲۵ درصد هستند.

جدول (۳-۲۴): وضعیت پراکندگی تعرفه در بخش کشاورزی روسیه

فراوانی توزیع	درصد خطوط تعرفه و ارزش واردات							
	تعرفه صفر	0 <= 5	5 <= 10	10 <= 15	15 <= 25	25 <= 50	50 <= 100	> 100
کالاها کشاورزی	۳	۴۳,۷	۲۱,۳	۲۴,۲	۳,۹	۱,۱	۲,۴	۰,۳
تعرفه تثبیت شده	۳	۴۳,۷	۲۱,۳	۲۴,۲	۳,۹	۱,۱	۲,۴	۰,۳
تعرفه مورد عمل	۹,۲	۳۷,۶	۸,۸	۳۱,۸	۸,۷	۱,۶	۲	۰,۳
واردات	۱۵,۶	۲۱,۲	۸,۱	۳۷,۵	۱۱,۲	۳,۶	۲,۸	۰

ماخذ: وبگاه سازمان جهانی تجارت

همچنین ۴۵ درصد واردات کشاورزی با تعرفه کمتر از ۱۰ درصد، حدود ۵۰ درصد واردات با تعرفه کمتر از ۲۵ درصد و حدود ۵,۶ درصد با تعرفه بیش از ۲۵ درصد وارد می‌شوند. در این کشور برای ۲۴ درصد خطوط تعرفه از تعرفه غیر ارزشی استفاده می‌شود.

جدول (۳-۲۵): وضعیت حمایت تعرفه‌ای از گروه کالایی مختلف کشاورزی در روسیه

گروه‌های تولیدی	تعرفه تثبیت شده			تعرفه مورد عمل			واردات	
	متوسط گروه	تعرفه صفر	بیشینه	متوسط گروه	تعرفه صفر	بیشینه	سهم (درصد)	تعرفه صفر (درصد)
تولیدات دامی	۲۳,۲	۷,۴	۸۰	۱۹,۶	۱۷,۵	۸۰	۲,۴	۲۵,۴
تولیدات لبنی	۱۵	۰	۳۴	۱۶,۸	۰	۳۴	۱,۴	۰

۶,۴	۳,۷	۲۵	۴,۸	۹,۶	۱۰۰	۱۵	۰,۲	۸,۴	گل‌ها، سبزیجات و میوه‌ها
۳۳,۷	۱	۲۰	۲۰,۸	۷,۴	۱۰۰	۱۳	۴,۲	۶,۴	قهوه و چای
۵,۷	۱,۲	۱۵	۳,۵	۱۱,۲	۱۰۰	۱۵	۱,۳	۱۰,۱	غلات و فرآورده‌ها
۶۹,۹	۰,۹	۱۹	۱۶,۳	۷,۵	۱۰۰	۲۵	۸,۲	۷,۱	دانه روغنی و روغن‌ها
۰	۰,۲	۴۴	۰	۱۱,۱	۱۰۰	۴۱	۰	۱۲,۲	شکر و شیرینی
۴,۵	۱,۷	۲۷۸	۴,۴	۲۹	۱۰۰	۲۷۸	۰	۲۴,۷	نوشیدنی و تنباکو
۱۰۰	۰	۰	۱۰۰	۰	۱۰۰	۰	۱۰۰	۰	پنبه
۴,۷	۰,۶	۱۸	۷,۴	۵,۳	۱۰۰	۱۰	۰	۵,۳	سایر کالاهای کشاورزی
۲,۳	۱,۱	۱۱۲	۰,۹	۹,۹	۱۰۰	۱۲۰	۰	۷,۷	ماهی و فرآورده‌ها

ماخذ: وبگاه سازمان جهانی تجارت

تعرفه‌های محصولات کشاورزی در روسیه به شیوه‌ای مناسب بین گروه‌های کالایی توزیع شده است. در این کشورها نوشیدنی‌ها و تولیدات دامی و لبنی از بیشترین حمایت تعرفه‌ای برخوردارند و در مقابل قهوه و چای و دانه‌های روغنی و روغن‌ها حمایت تعرفه‌ای کمتری دریافت می‌کنند. بیشترین سطح تعرفه‌ای که در بخش کشاورزی روسیه وضع می‌شود تعرفه ۲۷۸ درصد است که بر نوشیدنی‌ها اعمال می‌شود. برای برخی از تولیدات دامی تعرفه ۸۰ درصدی و برای برخی از غلات تعرفه ۸۵ درصدی اعمال می‌شود.

در کنار تعرفه اقدام‌های جبرانی و ضد قیمت شکنی نیز در این کشور به کار گرفته می‌شود. همچنین سهمیه وارداتی برای گوشت گاو، پرندگان، شکر سفید و شکر خام در این کشور به کار گرفته می‌شود.

۳-۲-۳-۳- بررسی سیاست‌های صادراتی روسیه

به منظور تضمین رقابت‌پذیری حمایت از صادرکنندگان روسیه در بازارهای جهانی تدارک دیده شده است. برای گسترش ظرفیت و سهم صادرات کالاهای با تکنولوژی برتر سیستم اقدام‌های حمایتی دولتی برای حمایت از صادرات کالاهای صنعتی توسعه یافت. این سیستم اقدام و سیاست‌های زیر را پوشش می‌داد:

۱- حمایت مالی در بردارنده وام صادراتی، تضمین فعالیت‌های صادراتی، جبران بخشی از سود وام صادراتی. بودجه سالانه برای حمایت از صادرات صنعتی در روسیه به یک میلیارد دلار برای تضمین صادرات صنعتی به علاوه ۳ میلیارد دلار برای یارانه سود وام تعیین شده است.

۲- حمایت اطلاعاتی و مشاوره‌ای برای صادرکنندگان

۳- تعرفه‌های ترجیحی، بر اساس تقسیم‌بندی سازمان ملل روسیه یک اقتصاد در حال گذار است و صادرکنندگان روسیه می‌توانند دسترسی ترجیحی به بازارها داشته باشند.

۴- ایجاد بانک توسعه

۵- حمایت دولتی از برگزاری نمایشگاه‌ها

همچنین عوارض صادراتی هنوز برای صادرات مواد خام (سوخ و برخی فلزات) اعمال می‌شود.

۳-۲-۷ بررسی سیاست‌های تجاری اروپا

۳-۲-۷-۱ سیاست‌های ناظر بر واردات کالا

الف: بررسی رویه‌های گمرکی

اتحادیه گمرکی بخش جدایی ناپذیر از سیاست‌های عمومی اتحادیه در بخش بازرگانی و در ذیل صلاحیت انحصاری اتحادیه اروپاست. قوانین گمرکی و رویه‌های آن با کشورهای مسئول در اجرای قانون به طور مستمر هماهنگ شده و در سطح اروپا پایش می‌شود. کمیسیون اروپا همچنین از درگاهی که برای مشاوره با سایر شرکای تجاری در زمینه امور گمرکی طراحی شده است به طور مرتب تعامل می‌کند.

تا پایان سال ۲۰۱۴ کدهای گمرکی سال ۱۹۹۲ و اصلاحات الحاقی آن در سال ۱۹۹۳ مبنای مقررات حقوق گمرکی و قوانین مرتبط با آن در اتحادیه اروپا بود. در سال ۲۰۰۸ این مبنا برای اجرا در سال ۲۰۱۳ تغییر پیدا کرد. اما براساس تقاضای کشورهای عضو مقرر شد به کشورها زمان داده شود تا ساختارهای خود را با مقررات جدید تطبیق دهند. بدنبال این پیشنهاد کدهای گمرکی اتحادیه در سال ۲۰۱۳ مورد تصویب قرار گرفت و از اکتبر ۲۰۱۳ وارد مرحله اجرا گردید. اما مقرر گردید ملحقات آن در ماه می ۲۰۱۶ وارد مرحله اجرایی شود.

بر اساس مقررات اتحادیه اروپا " رویه گمرکی " شامل عملیات ترخیص ، گردش آزادانه ، ترانزیت ، انبارداری گمرک ، فرایند ورود کالا ، فرایند خروج کالا و مجوز موقت است .

ثبت عملیات واردات و صادرات برای کلیه فعالان اقتصادی مقیم در اتحادیه اروپا و یا غیرمقیم از جمله عملیات در نزد گمرک در هر قلمرو گمرکی در اتحادیه اروپا اجباری است. پس از ثبت نام فعال اقتصادی کد شناسایی دریافت خواهند کرد که این کد در تمام فلمرو اتحادیه اروپا قابل شناسایی است .

تجار و یا نمایندگان آنان که در قلمرو اروپا ثبت شده‌اند باید اظهارنامه الکترونیکی یا دست نویس پر کنند . ۹۸ درصد اظهار نامه های گمرکی در اروپا الکترونیکی است.

زمان لازم برای فرایند واردات در قلمرو اروپا از کشور به کشور دیگر متفاوت است و در میان بیش از نیمی از کشورهای اروپا این فرایند از متوسط زمان صرف شده در کشورهای OECD کمتر است در حالیکه در سایر کشور ها تا ۱۹ روز (برای مثال در کشور مجارستان) طول می کشد.

کمیسیون اشعار می‌دارد که این زمان شامل عملیاتی است که در گمرک و سایر نهادهای ذیربط (از جمله حمل و نقل درون سرزمینی و عملیات ترمینالی) را شامل می‌شود و شامل کلیه عملیات از مرحله ورود کشتی به بندرگاه تا تحویل کالا را به درب انبار وارد کننده پوشش می‌دهد. براساس گزارش کمیسیون ۸۸ درصد اظهارنامه‌های وارداتی تسلیم شده ظرف یک ساعت نهایی شده است.

ب: بررسی ارزیابی گمرکی در اتحادیه اروپا

ارزش مبادلاتی اساس اولیه برای تعیین ارزش گمرکی است. ارزش مبادلاتی استفاده شده ارزش سیف است . در حدود ۹۵ درصد اظهارنامه های وارداتی مطابق با روش ارزش مبادلاتی پذیرفته می شود. بخش ارزیابی گمرکی در کمیته کدینگ گمرکی کتابچه‌ای را منتشر می‌کند که در بردارنده تفاسیر و نتیجه‌گیری‌های کمیته در خصوص موضوعات خاص در حوزه ارزیابی خاص از جمله تفسیر مقررات خاص مربوط به ارزیابی گمرکی است.

ج: اقدام‌های ضد قیمت شکنی

تا سال ۲۰۱۴، اتحادیه اروپا مجموعاً ۱۰۸ اقدام مرتبط با قیمت شکنی و ۱۴ اقدام جبرانی را دستور کار خود داشت. این مجموعه ۲۷ شریک تجاری را شامل می‌شد. بعضی از این اقدامات به مدت ده سال است که در حال اجرا است. این اتحادیه از سال ۲۰۰۸ تاکنون اروپا هیچ اقدامی مربوط به اقدامات حفاظتی را به عمل نیاورده است.

اقدامات احتیاطی یا به عبارت مصطلح اروپا "اقدامات دفاعی"^۱ در تجارت، بخشی از سیاست های مشترک بازرگانی^۲ اروپا به عنوان قلمرویی انحصاری است. قوانین مربوط به اقدامات یاد شده مقررات مصوب ۲۰۰۹ در مورد ضد قیمت شکنی (مقرره اصلی آنتی دامپینگ اروپا)، مقررات مصوب ۲۰۰۹ در خصوص اقدامات جبرانی، و مقررات مصوب ۲۰۰۹ در خصوص اقدامات حفاظتی را شامل می‌شود.

براساس گزارش کمیسیون اروپا در حدود ۰/۳ درصد واردات اروپا در سال ۲۰۱۳ مشمول اقدامات پیشگیرانه بود. در خلال ۵ سال گذشته صنایع فولاد و صنایع شیمیایی متاثرترین بخش‌های اقتصادی از اقدامات پیشگیرانه تجاری بودند.

هر صنعتی در داخل قلمرو اروپا می‌تواند تقاضای بررسی شکایت خود را نسبت به بازاری شکنی به کمیسیون ارایه دهد. این اقدام ممکن است به آغاز فرایند رسمی رسیدگی منجر شود. در صورت کشف یک اقدام بازار شکنی یا کشف یارانه در یک محصول وارداتی و یا رابطه علی بین واردات و آسیب‌های تجاری وارده یا وقوع تهدید بر علیه یک فعالیت اقتصادی در قلمرو اروپا، کمیسیون اقدام اقتضایی انجام می‌دهد. اقدامات اقتضایی مربوط به مقررات جدیدی است که مستلزم مشورت با کمیته‌ای متشکل از نمایندگان کشورها است.

مقررات موقت محدود کننده می‌تواند تا زمان نتایج بررسی ها و صرفاً ۶۰ روز پس از آغاز فرایند رسیدگی اعمال شوند. عوارض موقت اعمال شده از قاعده مالیات کمتر تبعیت می‌کنند. به عبارتی دیگر مالیات جبرانی وضع شده باید از حاشیه بازار شکنی وقوع یافته کمتر باشد. پرداخت مالیات موقت باید از سوی کشور متشاکمی تضمین شده باشد در این مدت و در صورت تضمین کشور صادرکننده، واردات محصول مورد نظر می‌تواند

^۱EU parlance

^۲Common Commercial Policy (CCP)

ترخیص شده و در سرتاسر خاک اروپا به گردش درآید. مالیات موقت تنها بین ۶ تا ۹ ماه قابلیت اجرایی خواهدداشت. در این فاصله نتایج بررسی‌ها باید نهایی شود.

معمولا اقدامات ضد بازار شکنی و یا اجرای اقدامات جبرانی نهایی و قطعی شده برای فقط ۵ سال پیاپی وضع می شوند. در صورت عدم نیاز به بررسی مجدد، این نوع اقدامات جبرانی بطور خودکار ملغی می‌شوند. ولی در صورت درخواست مجدد رسیدگی توسط یک صنعت زیان دیده، مجددا این اقدامات جبرانی برای ۵ سال دیگر تمدید خواهد شد. اتحادیه اروپا در آخرین گزارش خود به WTO اعلام کرد که متوسط طول مدت اقدامات ضد بازار شکنی در اتحادیه اروپا در سال‌های ۲۰۰۲ تا ۲۰۱۴، ۶ سال بوده است.

جدول (۳-۲۶): وضعیت اقدامات ضد بازار شکنی در اتحادیه اروپا را در حد فاصل ۲۰۱۰ تا ۲۰۱۴

تعداد اقدامات ضد بازار شکنی از سوی اروپا بر اساس وضعیت در حد فاصل ۲۰۱۰ تا ۲۰۱۴					
۲۰۱۴	۲۰۱۳	۲۰۱۲	۲۰۱۱	۲۰۱۰	تعداد اقدامات ضد بازار شکنی
۱۰	۶	۱۳	۱۷	۱۵	آغاز بررسی ها
۱	۵	۸	۱۰	۹	اقدامات موقت
۱	۱۲	۳	۱۱	۶	اقدامات قطعی
۲	۶	۱۴	۱۸	۱۴	اقدامات ملغی شده
۴	۵	۱۲	۸	۱۰	تایید ادامه اقدام پس از پایان دوره
۲	۸	۶	۳	۳	تایید پایان اقدام پس از بررسی

ماخذ: WTO Secretariat

اقدامات ضد بازار شکنی و اقدامات جبرانی ممکن است قبل از زمان توافق شده به پایان برسد. به طور معمول بعد از آنکه اقدامی جبرانی برای بیش از یکسال مورد تصویب قرار گرفت، قبل از پایان دوره و در خلال اعمال اقدامات جبرانی، تقاضای بررسی موقت از سوی تولید کننده، وارد کننده یا صادر کننده به قلمرو اروپا به اتحادیه اروپا واصل می شود. در این حالت امکان دارد اقدامات بازار شکنی برای یک یا تعدادی از شرکای تجاری اروپا لغو شده ولی در عین حال برای سایر شرکای تجاری ادامه یابد.

جدول (۳-۲۷) تعداد اقدامات ضد بازار شکنی اروپا

تعداد اقدامات ضد بازار شکنی در جریان از سوی اروپا نسبت به شرکای تجاری در حد فاصل ۲۰۱۰ تا ۲۰۱۴					
۲۰۱۴	۲۰۱۳	۲۰۱۲	۲۰۱۱	۲۰۱۰	
۳	۴	۴	۵	۵	افریقا
۵	۶	۶	۶	۷	آمریکا
۹۱	۹۹	۹۴	۱۰۳	۱۰۵	آسیا
۱۳	۱۶	۱۷	۲۲	۲۲	اروپا
۰	۰	۱	۱	۲	خاورمیانه

منبع: WTO Secretariat

د: وضعیت استانداردهای واردات در اتحادیه اروپا

حجم قابل توجهی از قوانین، مقررات و رویه‌ها در سطح اروپا در زمینه ملزومات فنی و تطابق ارزیابی‌ها هماهنگ شده است. در این اتحادیه کالا با اطمینان از سطح بالای بهداشت و سلامت و حمایت از مصرف‌کننده و محیط زیست وارد می‌شود. مجموعه مقررات مربوط به استانداردهای فنی و بهداشتی اروپا در کتابچه راهنمای اجرای مقررات کالا ابتدا در سال ۲۰۰۰ و سپس در سال ۲۰۱۴ تجدید چاپ شد.

از سال ۱۹۸۵ رویکرد اتحادیه اروپا نسبت به مقررات و استانداردهای فنی و بهداشتی منجر به ایجاد مقررات اجباری برای کالاهای خاص شد. استانداردهای هماهنگ در دستور کار قرار گرفت تا نیازهای ضروری کشورهای عضو را پوشش دهد.

تطابق با استانداردهای هماهنگ و توافق شده کشورهای عضو اتحادیه داوطلبانه بوده ولی در عین حال پیش فرض این است که کالای مورد نظر با استاندارد های در نظر گرفته شده تطابق دارد. کالایی که ممکن است با استاندارد های هماهنگ شده و توافق شده تطابق نداشته باشد ولی در عین حال از شرایط ضروری برخوردار باشد قابلیت این را دارد که در قلمرو اروپا و در زنجیره عرضه کالا به گردش درآید.

با این حال برای کالاهایی که خارج از انطباق با استانداردهای هماهنگ تولید شده‌اند، مانند اسباب بازی‌ها، وسایلی که از امواج کوتاه رادیویی استفاده می‌کنند و برای ماشین‌آلات با ریسک بالا، از تایید انطباق با استانداردها توسط مرجعی ثالث استفاده خواهد شد. در صورت فقدان مقررات خاص بهداشتی ایمنی به شکل

مصرح در سطح اروپا ، کالاهای مصرفی مشمول مقررات سلامت تدوین شده در "کتابچه راهنمای عمومی سلامت محصول"^۱ خواهد بود . این محصولات شامل محصولات مربوطه نگهداری کودک ، منسوجات و بعضی کالاهای دیگر است .

پنج مجموعه قوانین و مقررات جدول (۳-۲۸) چارچوب اصلی قوانین ناظر بر مقررات فنی بهداشتی و رویه های ارزیابی را در اتحادیه اروپا و تا پایان سال ۲۰۱۴ را شکل می دهند.

جدول(۳-۲۸): مقررات ناظر بر مقررات فنی و بهداشتی

این مجموعه ناظر بر تعیین مقررات مربوط به سامان دهی ، عملیات ارزیابی برای نهاد های ارزیابی کننده است. مقررات این مجموعه چارچوب لازم برای نظارت بر بازار، کنترل کالا ی عرضه شده از سوی کشور ثالث و اصول اصلی برای بازار یابی در قلمرو اتحادیه را تعیین می کند	Regulation (EC) No. 765/2008	۱
این مجموعه ناظر بر تعیین چارچوب عمومی برای ورود به بازار اروپاست . این مجموعه قواعد بیشتر تابع مسایل سیاسی است اما پارلمان ، شورا و کمیسیون اروپا را به هنگام تنظیم قوانین و مقررات الزاما نمی تواند وادار به تبعیت از این مجموعه تصمیمات نماید .	Decision No. 768/2008/EC	۲
این مجموعه ناظر به قواعد و مقرراتی است که هر کشور عضو در جریان تحرک کالا در قلمرو سایر کشور های عضو باید رعایت نماید .	Regulation (EC) No. 764/2008	۳
این مجموعه پایه گذار مجموعه مقرراتی است که شکل همکاری بین سازمان های استاندارد اروپا ، نهاد های ملی کشور های عضو و کمیسیون اروپا را با یکدیگر تبیین می نماید .	Regulation (EU) No. 1025/2012	۴
این مجموعه ناظر به مجموعه کالاهایی است که در مجموعه قوانین هماهنگ اروپا پوشش داده نمی شوند و مستلزم برقراری سیستم هشدار سریع در قلمرو اروپاست	Directive 2001/95/EC	۵

ه: اقدامات بهداشتی و بهداشتی نباتی^۲ برای واردات در اتحادیه اروپا

تا حد زیادی مقررات ناظر بر مقررات اقدامات بهداشتی و بهداشتی نباتی در قلمرو اروپا تابع مقررات هماهنگ اعضا و به صورت اجماعی توسط اتحادیه تصمیم گیری می شود. گرچه اعضا می توانند اغلب نیز از این حق خود استفاده کنند و اقدامات خاصی را متناسب با شرایط کشور خود اعمال کنند.

در ماه می ۲۰۱۳ اتحادیه اروپا بسته ای پیشنهادی را برای مقررات جدید در خصوص زنجیره عرضه محصولات کشاورزی به تصویب رساند که ساده سازی ، نوسازی ، افزایش سازگاری و همسویی بیشتر با

^۱General Product Safety Directive

^۲Sanitary and phytosanitary measures

استاندارد های بین المللی را در بر داشت. این بسته به کمیته SPS در WTO در سال ۲۰۱۳ ارائه شده است و از ابتدای ۲۰۱۵ برای شور به پارلمان اروپا و طی مراحل قانون گذاری تسلیم شده است .

مجموعه قوانین مربوط به اقدامات بهداشتی و بهداشتی نباتی در قلمرو اروپا بر اساس آخرین وضعیت در سال ۲۰۱۵ ناظر بر ۷ مجموعه است که در جدول (۳-۲۹) خلاصه شده است.

جدول (۳-۲۹): آخرین مجموعه قوانین بهداشتی در قلمرو اتحادیه اروپا

ردیف	قانون	آخرین اصلاحیه	شرح
۱	Regulation (EC) No. 178/2002	۲۰۱۴	قوانین عمومی غذا و ناظر بر مقررات بهداشتی غذای انسان و دام ، چارچوب حقوقی ناظر بر کنترل و پایش ریسک ، قوانین ناظر بر سازمان بهداشت غذا در اروپا ^۱
۲	Regulation (EC) No. 852/2004	۲۰۰۹	قوانین ناظر بر بهداشت مواد غذایی ، قوانین عمومی مربوط به فعالیت های اقتصادی مرتبط با غذا ، اجرای رویه های مبتنی بر HACCP ^۲
۳	Regulation (EC) No. 853/2004	۲۰۱۴	مقررات تکمیلی ناظر بر ردیف ۲ جدول در خصوص سلامت محصولات غذایی خام با توجه به مبدا تولید و تجارت
۴	Regulation (EC) No. 854/2004	۲۰۱۴	ناظر بر اجرای مقررات خاص مربوط به ساماندهی کنترل زسمی محصولات غذایی تولید شده از منبع دامی
۵	Regulation (EC) No. 882/2004	۲۰۱۴	قوانین ناظر بر اعتبار سنجی و تطابق پذیری رسمی محصولات غذایی با قوانین غذا و خوراک دام در اروپا ، سلامت دام ، رفاه دام
۶	Directive 2002/99/EC	۲۰۱۳	قوانین ناظر بر تولید ، توزیع و ارائه محصولات غذایی با منشأ دامی
۷	Directive 2000/29/EC	۲۰۱۴	اقدامات امنیتی در مقابله با ورود ارگانیزم های زنده مضر از کشور ثالث به قلمرو اروپا

و: تعرفه کشاورزی در اتحادیه اروپا

جایگاه حمایت تعرفه ای از کشاورزی در اتحادیه اروپا به خوبی از مقایسه میانگین تعرفه کشاورزی و غیر کشاورزی مشهود است. میانگین تعرفه مورد عمل در بخش کشاورزی ۱۲/۲ درصد و حدود سه برابر میانگین تعرفه محصولات صنعتی است. نکته دیگری که خلاصه وضعیت تعرفه کشاورزی در اتحادیه اروپا نشان می دهد سطح بالای تعرفه وزنی نسبت به میانگین ساده تعرفه است. متوسط تعرفه وزنی کشاورزی در این اتحادیه

1European Food Safety Authority (EFSA)
2Hazard Analysis Critical Control Point (HACCP)

۲۳/۳ درصد و حدود ۲ برابر میانگین ساده تعرفه در این بخش است. این وضعیت بیانگر توزیع و پراکنش بسیار مناسب تعرفه در این اتحادیه است و نشان می‌دهد با یک میانگین ساده تعرفه پایین، حمایت بالایی از محصولات کشاورزی در این اتحادیه صورت می‌گیرد.

جدول (۳-۳۰): خلاصه وضعیت تعرفه در اتحادیه اروپا

۱۹۹۵	عضویت در سازمان جهانی تجارت	کشاورزی	غیرکشاورزی	کل	شرح	
					سال	میانگین ساده تعرفه تثبیت شده
۱۰۰	درصد تثبیت	۱۲,۵	۳,۹	۵	۲۰۱۴	میانگین ساده تعرفه مورد عمل
۱۰۰	غیرکشاورزی	۱۲,۲	۴,۲	۵,۳	۲۰۱۳	متوسط تعرفه وزنی
۱۱,۳	تعرفه سهمیه‌ای کشاورزی (%)	۲۲,۳	۲,۳	۳,۶	۲۰۱۳	واردات (میلیارد دلار)
۲۳,۹	رفتار حفاظتی ویژه (%)	۱۲۸,۷	۱,۸۶۷,۸۰	۱,۹۹۶,۵۰		

ماخذ: وبگاه سازمان جهانی تجارت

این اتحادیه از دیگر ابزارهای قانونی و مجاز استفاده می‌کند. اعمال ابزار تعرفه سهمیه‌ای برای ۱۱/۳ درصد خطوط و استفاده از اقدام حفاظتی برای ۲۳/۹ درصد خطوط تعرفه بیانگر پوشش حمایتی متنوع در این اتحادیه است.

جدول (۳-۳۱): وضعیت پراکندگی تعرفه کشاورزی در اتحادیه اروپا

درصد تعرفه غیر ارزشی	درصد خطوط تعرفه و ارزش واردات							فراوانی توزیع	
	> 100	50 <= 100	25 <= 50	15 <= 25	10 <= 15	5 <= 10	0 <= 5	تعرفه صفر	سال
۳۲	۰,۶	۳,۷	۹,۷	۱۱,۷	۱۲,۷	۱۶,۳	۱۰,۲	۳۲,۳	کالاهای کشاورزی
۳۱,۲	۰,۸	۳,۴	۸,۷	۱۱,۴	۱۳,۵	۱۷,۵	۱۰,۱	۳۱,۷	تعرفه تثبیت شده
۲۴,۶	۶	۴,۹	۳,۱	۷,۳	۷,۳	۱۳,۳	۱۱,۹	۴۶,۱	تعرفه مورد عمل
									واردات

ماخذ: وبگاه سازمان جهانی تجارت

برای ۲۰۷۴ خط تعرفه اتحادیه اروپا در بخش کشاورزی ۸۲۴ طبقه تعرفه اعمال می‌شود. ۸۲۴ طبقه تعرفه این اتحادیه در ۸ دامنه تعرفه توزیع شده‌اند. حدود ۶۰ درصد خطوط تعرفه در این اتحادیه تعرفه کمتر از ۱۰ درصد دارند و یک سوم خطوط تعرفه در این کشور دارای تعرفه صفر است. بیش از ۷۰ درصد واردات در این اتحادیه با تعرفه کمتر از ۱۰ درصد و نزدیک به نیمی از واردات با تعرفه صفر انجام می‌گیرد. در مقابل بیش از ۴ درصد خطوط تعرفه و ۱۰ درصد واردات با تعرفه بیش از ۵۰ درصد وارد این اتحادیه می‌شود.

جدول (۳-۳۲): وضعیت حمایت تعرفه‌های گروه‌های مختلف کالایی در بخش کشاورزی اتحادیه اروپا

گروه‌های تولیدی	تعرفه تثبیت شده			تعرفه مورد عمل			واردات		
	متوسط گروه	تعرفه صفر	بیشینه	درصد تثبیت	متوسط گروه	تعرفه صفر	بیشینه	سهم	تعرفه صفر
تولیدات دامی	۲۰,۴	۲۰,۶	۱۳۱	۱۰۰	۱۷,۷	۲۸,۴	۱۳۱	۰,۳	۶,۱
تولیدات لبنی	۴۵,۳	۰	۱۳۴	۱۰۰	۴۲,۱	۰	۱۲۲	۰	۰
گل‌ها، سبزیجات و میوه‌ها	۱۰,۴	۲۲,۶	۱۸۲	۱۰۰	۱۰,۹	۱۹,۶	۱۸۲	۱,۶	۱۴,۲
قهوه و چای	۶,۱	۲۷,۱	۲۲	۱۰۰	۶,۱	۲۷,۱	۲۲	۰,۹	۷۱,۵
غلات و فرآورده‌ها	۱۹,۴	۶,۳	۷۹	۱۰۰	۱۴,۹	۱۳	۵۲	۰,۶	۳۶,۶
دانه روغنی و روغن‌ها	۶,۸	۴۸,۲	۱۷۶	۱۰۰	۶,۸	۴۸,۱	۱۷۶	۱,۷	۷۵,۹
شکر و شیرینی	۲۵,۶	۰	۹۴	۱۰۰	۲۵,۲	۱۱,۸	۸۱	۰,۲	۱۰,۹
نوشیدنی و تنباکو	۲۰,۸	۲۳,۴	۱۸۳	۱۰۰	۲۰,۷	۱۹,۲	۱۶۶	۰,۶	۱۷,۵
پنبه	۰	۱۰۰	۰	۱۰۰	۰	۱۰۰	۰	۰	۱۰۰
سایر کالاهای کشاورزی	۳,۵	۶۵,۹	۷۵	۱۰۰	۳,۶	۶۵,۵	۷۵	۰,۵	۶۷,۳
ماهی و فرآورده‌ها	۱۱	۱۲	۲۶	۱۰۰	۱۲	۸,۲	۲۶	۱,۳	۵,۸

ماخذ: وبگاه سازمان جهانی تجارت

توزیع تعرفه در این اتحادیه به گونه‌ای است که کالاهای مورد نیاز با حداقل تعرفه وارد شده و برای کالاهای حساس و مهم برای این اتحادیه حمایت تعرفه‌ای بالایی اعمال می‌شود. در این اتحادیه در یک سوم خطوط تعرفه از ابزارهای تعرفه غیر ارزشی استفاده می‌شود و تنوع قابل قبولی از ابزارهای تعرفه را مورد استفاده قرار می‌دهند.

حمایت تعرفه‌ای در اتحادیه اروپا به گونه‌ای توزیع شده است که با وجود میانگین ساده تعرفه حدود ۱۲ درصدی، از تولیدات لبنی حمایت تعرفه‌ای ۴۲ درصدی، شکر و شیرینی ۲۵ درصد و نوشیدنی‌ها حمایت تعرفه‌ای ۲۰ درصدی دریافت می‌کنند. در مقابل ۷۶ درصد واردات دانه‌های روغنی و روغن‌ها با تعرفه صفر وارد این اتحادیه شده است. چنین توزیع مناسب تعرفه‌ای به افزایش میانگین تعرفه وزنی به ۲۲ درصد افزایش یافته است. در دورن گروه‌های کالایی نیز تعرفه متناسب با شرایط کالاها تعیین شده است، به گونه‌ای که در گروه گل‌ها، سبزیجات و میوه تعرفه ۱۸۲ درصدی برای برخی کالاها انتخاب شده است. حتی در گروه دانه‌های روغنی و روغن‌ها که ۷۶ درصد واردات آن با تعرفه صفر انجام شده، برای برخی کالاهای مهم تعرفه ۱۷۶ درصد وضع شده است.

۳-۲-۷-۲-سیاست های تجاری ناظر بر صادرات کالا در اتحادیه اروپا

بطور عمومی سیاست های ناظر بر صادرات شبیه به سیاست های ناظر بر واردات است. معمولا اتحادیه اروپا از رویه های ساده شده در فرایند صادرات تبعیت می کند و چنین رویه هایی را در اختیار صادرکنندگان قرار می دهد.

تجار یا نمایندگان آنها موظفند به طور کتبی یا به صورت درگاه الکترونیکی و قبل از حمل کالا نسبت به ملاحظات سلامت و امنیت کالا تعهد سپارند. درخصوص مالیات بر صادرات، اتحادیه اروپا همه صادرکنندگان اروپایی را از پرداخت هر نوع مالیات صادراتی معاف کرده است.

در خصوص ممنوعیت های صادراتی باید گفت تعداد محدودی ممنوعیت صادراتی وجود دارد. صادرات کالاهای با مصرف دو منظوره و مقررات مربوط به تجارت افراد دیپلماتیک به تفصیل در این بخش از سیاست های تجاری بحث شده اند. کنترل صادرات محصولات با مصارف چند گانه ناظر بر اجرای تعهدات بین المللی اتحادیه اروپا نسبت به منع تکثیر سلاح های کشتار جمعی^۱ است. این موافقت نامه ها بیش از همه ناظر به قطعنامه شماره ۱۵۴۰ شورای امنیت، موافقت نامه های بین المللی همچون کنوانسیون سلاح های شیمیایی^۲، کنوانسیون سلاح های بیولوژیک و سمی^۳، عهد نامه عدم تکثیر سلاح های هسته ای^۴ و نظام های چند جانبه کنترل صادرات همچون موافقت نامه واسنار^۵، گروه عرضه کننده مواد هسته ای در جهان^۶، گروه استرالیا و رژیم کنترل تکنولوژی موشک^۷ است. اعضای اتحادیه اروپا به طور استثناء ممکن است کنترل مضاعفی را بر روی کالاهای لیست نشده با مصارف دوگانه اعمال کنند. این سخت گیری ممکن است به دلیل امنیت عمومی و یا مسایل مربوط به حقوق بشر باشد.

در مجموع مقررات مربوط به کنترل صادرات، مقرراتی تثبیت شده و لایتغیر است که در سرتاسر قلمرو اروپا اجرایی می شود. بدین ترتیب کشورهای عضو برای اعمال بعضی از روش های خود لازم است رویه های

1. Weapons of Mass Destruction (WMD),
2. Chemical Weapons Convention (CWC),
3. Biological and Toxin Weapons Convention (BTWC)
4. Nuclear Non-Proliferation Treaty (NPT),
5. Wassenaar Arrangement (WA),
6. Nuclear Suppliers Group (NSG),
7. Missile Technology Control Regime (MTCR)

خاص و پیچیده ای را طی کنند. در کل و در نظام نظارت بر صادرات محصولات اروپا ۴ نوع مقام مجاز شناخته شده اند. سیستم عمومی اروپا در اعطای مجوز صادرات^۱ که اجازه صادرات محصولات با مصارف چند گانه را به مقاصد خاص و تحت شرایط خاص صادر می کند، در حال حاضر تنها ۶ کشور در این لیست وجود دارند. سیستم اعطای مجوز صادرات در سطح ملی، که در صورت وجود تناقض با مفاد اجرایی و لیست کالایی اتحادیه اروپا، توسط کشور عضو اتحادیه اروپا صادر شده باشد. چنین مجوزی در حال حاضر تنها در اختیار کشور های فرانسه، آلمان، یونان، ایتالیا، هلند و انگلستان است.

مجوزهای جهانی که ممکن است از سوی یک مقام مجاز ملی به یک صادر کننده اعطا گردد و ممکن است پوشش دهنده کالاهای متعدد، کشورهای متعدد با مقاصد صادراتی متعدد باشد. مجوزهای موردی که ممکن است از سوی یک مقام مجاز ملی به فقط یک صادر کننده اعطا گردد و ممکن است پوشش دهنده صادرات یک محصول یا چند محصول دو منظوره به مصرف کننده نهایی در کشور ثالث باشد.

بر اساس آخرین گزارش یارانه های صادراتی اتحادیه اروپا در سال ۲۰۱۳ نشان می دهد یارانه صادراتی از نظر تخصیص بودجه و پوشش کالایی در حال کاهش است. در جولای ۲۰۱۳ یارانه های صادراتی به صفر رسیده است.

۳-۲-۷-۳- سیاست های تجاری بخش کشاورزی در اتحادیه اروپا

در دوره ۲۰۱۱-۱۳ بخش کشاورزی سهم ۱/۴ درصدی در تولید ناخالص داخلی اتحادیه اروپایی داشته است. سهم این بخش از ۱ درصد در کشورهایمانند بلژیک و آلمان تا ۴ درصد در کشورهایمانند بلغارستان و رومانی متفاوت است. در سال ۲۰۱۰ بخش کشاورزی برای ۲۵ میلیون نفر در اتحادیه اروپا شغل ایجاد کرده است، اگرچه تنها برای کمتر از نیمی از آن اشتغال دائم بود و اشتغال دائم بخش ۹/۸ میلیون نفر بود. این بخش ۵ درصد اشتغال کل را در این اتحادیه ایجاد کرده است. تجارت کشاورزی در اقتصاد این اتحادیه بسیار

^۱EU General Export Authorizations (EUGEAs),

مهم است و ۶/۶ درصد کل صادرات و ۵/۵ درصد کل واردات کالا در این اتحادیه را شامل می‌شود. صادرات کشاورزی این اتحادیه بیشتر محصولات فرآوری شده و مواد خام و غذای دام بیشترین واردات این اتحادیه است.

سیاست کشاورزی این اتحادیه ذیل سیاست مشترک کشاورزی اجرایی می‌شود. این سیاست مشترک دارای دو رکن پرداخت مستقیم و بازار و توسعه روستایی است. صندوق ضمانت کشاورزی اروپا (EAGF^۱) بودجه ابزار پرداخت مستقیم و اقدام‌های بازاری و صندوق کشاورزی اروپا برای توسعه روستایی (EAFRD^۲) برنامه‌های توسعه روستایی را تامین می‌کند.

پرداخت مستقیم ابزاری غیرقیمتی است که در آن یارانه به صورت مستقیم به کشاورز پرداخت می‌شود. در پرداخت‌های مستقیم محصولی (CDP)، مقدار پرداخت رابطه مستقیمی با تولید محصول دارد و بازار کالای مشمول را از تعادل رقابتی منحرف می‌کند. این نوع پرداخت در واقع نوعی پرداخت جبرانی است که سیاست‌گذار برای جبران زیان قیمتی تولیدکننده وضع می‌کند. در پرداخت‌های جداشده از محصول (DDP) هدف سیاست‌گذار افزایش توانایی درآمدی کشاورزان بدون توجه به سطح تولید محصول است. این پرداخت بر اساس اطلاعات تاریخی سطوح زیرکشت و میانگین تولید صورت می‌گیرد و ارتباطی با سطح جاری تولید محصول ندارد. پرداخت جدا شده از محصول (DDP) بر تصمیم تولیدی زارع اثر ندارد، در بازارهای کشاورزی انحراف ایجاد نمی‌کند. مفهوم جدا شده از محصول از معیاری‌های عمومی ضمیمه دوم موافقتنامه دور اروگوئه (جعبه سبز) الهام گرفته شد. این مفهوم اولین بار در سال ۱۹۹۸ توسط کمیته کشاورزی سازمان همکاری‌های اقتصادی (OECD) تعریف شد. ابزار پرداخت مستقیم (DP)^۳ به عنوان جایگزین برنامه قیمت حمایتی در اتحادیه اروپا، به سیاست مشترک کشاورزی اتحادیه اروپا (CAP) اضافه شد. این ابزار جزء اصلی سیاست مشترک کشاورزی اتحادیه اروپا است و دوسوم هزینه CAP و نزدیک به ۶۰ درصد برآورد حمایت از تولیدکننده

^۱The European Agriculture Guarantee Fund (EAGF)

^۲the European Agricultural Fund for Rural Development (EAFRD)

^۳Direct Payments

(PSE^۱) در این اتحادیه به آن اختصاص دارد (استفان، ۲۰۱۳). برای تامین مالی برنامه سیاست‌های بازار و پرداخت مستقیم ۴۳ میلیارد یورو در سال ۲۰۱۱ توسط صندوق ضمانت کشاورزی اروپا (EAGF^۲) بخش هزینه شده است. در اصلاحیه سال ۲۰۰۳ پرداخت‌های مستقیم به شکل جدا شده از محصول تغییر کرد و با دو طرح پرداخت واحد (SPS^۳) و طرح پرداخت ناحیه‌ای واحد (SAPS^۴) اجرایی شد. طرح (SPS) به سه حالت اجرایی شد. مدل تاریخی^۵، که در آن پرداخت مستقیم به کشاورز بر اساس مقدار دریافتی کشاورز طی دوره مرجع (۲۰۰۰-۲۰۰۲) انجام می‌شود. مدل منطقه‌ای^۶ که در آن نرخ ثابتی بر اساس سطوح زیر کشت در هر منطقه و میزان دریافتی منطقه در دوره پایه به کشاورزان پرداخت می‌شود. در مدل تاریخی کشاورزانی که در دوره مرجع مشمول پرداخت متصل به محصول نبوده‌اند، از طرح کنار گذاشته می‌شوند و مدل ترکیبی^۷ برای رفع این مشکل اجرایی شد. کل زمین‌های کشاورزی به استثنای زمین‌های زیر کشت محصولات دائمی و جنگل‌ها مشمول پرداخت مستقیم هستند و عدم کاشت زمین اثری بر پرداخت مستقیم جدا شده از محصول ندارد. اما برای دریافت کامل آن باید شرایط تضمین کننده حفظ محیط زیست و کشاورزی خوب تامین شود. انتقادهایی به کاربرد ابزار پرداخت مستقیم جدا شده از محصول وارد شده است. بر این اساس اتحادیه اروپا در اصلاحیه جدید سیاست کشاورزی مشترک (CAP) تلاش کرده است تا پرداخت‌های مستقیم را هدفمندتر نماید. پرداخت مستقیم در اصلاحیه جدید تحت عناوین پرداخت سبز (برای حفاظت از محیط زیست)، پرداخت به کشاورزان جوان، پرداخت به کشاورزان کوچک، پرداخت به نواحی دارای محدودیت طبیعی و پرداخت به کشاورزی مشارکتی برای تقویت زنجیره تامین به طور کامل هدفمند شده است. این ابزار ابزار اصلی حمایت

^۱ Producer Support Stimulate

^۲ European Ag-ricultural Guarantee Found (EAGF)

^۳ Single Payment Scheme

^۴ Single Area Payment Scheme

^۵ Historical Model

^۶ Regional model

^۷ Hybrid Model

داخلی از کشاورزی در اتحادیه اروپا است و بودجه سالانه بیش از ۴۳ میلیارد یورویی برای اجرای آن تا سال ۲۰۱۹ در نظر گرفته شده است.

برای تنظیم بازار داخلی طی دوره ۲۰۱۲-۱۴ مساعدت به انبارداری خصوصی برای گندم، ذرت، جو، سورگوم، برنج، کره، شیر، روغن زیتون، گوشت گاو، خوک، گوسفند و بز ادامه یافته است و سهمیه‌های تولیدی برای شیر و شکر در نظر گرفته شده است. تعیین قیمت مداخلاتی برای محصولاتمانند گندم، جو، ذرت، برنج، گوشت گاو، کره و شیر از دیگر سیاست‌های اجرایی در این اتحادیه است. همچنین در اصلاحیه آخر سیاست مشترک کشاورزی علاوه بر مداخلات دولتی و مساعدت به انبارداری خصوصی صندوقی برای مواجهه با تهدات بازاری ایجاد شده است که بودجه آن در سال ۲۰۱۴ ۴۲۴ میلیون یورو بود. تامین مالی این صندوق از طریق کاهش بودجه پرداخت مستقیم جبران می‌شود. برای میوه‌جات نیز حمایت‌های متنوعی مانند اختصاص ۱۵۰ میلیون یورو برای توزیع میوه در مدارس در سال ۲۰۱۵ در نظر گرفته شده است. همچنین هر یک از دولت‌های عضو اتحادیه ۸۰ درصد هزینه ایجاد صندوق تشکل تولیدکنندگان میوه را تقبل می‌کنند. برای لبنیات سهمیه تولیدی ۱۵۱ میلیون تنی برای سال ۲۰۱۴ تعیین شد، اما در آخرین اصلاحیه سیاست مشترک کشاورزی سیاست تعیین سهمیه در آوریل ۲۰۱۵ کنار گذاشته شد. در ۱۲ ماهه سال ۲۰۱۳ مبلغ ۱۹۸/۵ میلیون یورو برای طرح شیر مدارس هزینه شده است. بسته شیر که در سال ۲۰۱۲ نهایی شد دولت‌های عضو مجاز به عقد قرارداد اجباری بین تولیدکنندگان شیر و کارخانه‌جات فراوری هستند. این بسته همچنین به کشاورزان اجازه می‌دهد تا به صورت دسته جمعی با کارخانه‌جات مذاکره کرده و اقدام جمعی کنند.

برای شکر نیز سهمیه تولیدی ۱۳/۳ میلیون تنی تا پایان سال ۲۰۱۷ به همراه قیمت مداخلاتی ۲۶/۲۹ یورویی/تن برای چغندر، مساعدت به انبارداری خصوصی و عقد قرارداد بین تولیدکنندگان و صنایع فراوری در نظر گرفته شده است.

۳-۲-۷-۴ ترتیبات تجاری اتحادیه اروپا

با توجه به سیاست های اقتصادی اتحادیه اروپا ، این اتحادیه سازمان جهانی تجارت و نظام تجارت چند جانبه را در مرکز سیاست های تجاری خود قراردادده است و نقطه اتکا خود را بر روی نتایج مذاکرات دور دوحه قرار داده است. در این راستا اتحادیه اروپا اهمیت زیادی برای برنامه توافق شده در مذاکرات دور بالی در اندونزی قرار داده تا قبل از موعد تعیین شده به نتایج پیش بینی شده در این دور دست یابد .

اتحادیه اروپا از اعضای اصلی سازمان جهانی تجارت و کشور های این اتحادیه نیز هر کدام عضو سازمان یاد شده می باشند. کمیسیون اروپا معتقد است WTO بزرگترین منبع در تعامل اروپا با پدیده جهانی شدن و به ویژه در رویارویی با بحران های جهانی است. اتحادیه اروپا از طریق کمیسیون اروپا به نمایندگی از کلیه کشور های اروپایی در WTO ظاهر می شود . اتحادیه اروپا طرف اصلی قرارداد در موافقت نامه خرید های دولتی ، در موافقت نامه فن آوری اطلاعات و امضاء کننده موافقت نامه مربوط به هواپیماهای مسافربری است. سیاست های تجاری اتحادیه اروپا تا سال ۲۰۱۳ ، ۱۳ بار توسط WTO مورد بررسی قرار گرفته است.

جدول کنونی تایید شده تعرفه ها در اتحادیه مربوط به ۱۵ عضو اتحادیه بوده و از ۲۰۱۲ به عنوان آخرین نسخه از جدول تعرفه اروپا در دسترس کشور های عضو WTO قرار دارد. بنابراین ترجیحات جدید تعرفه ای ، تعهدات مربوط به دسترسی به بازار بخش کشاورزی ، حمایت های داخلی و یارانه های کشاورزی که منعکس کننده نظام تجاری ۲۸ کشور اتحادیه (به انضمام اعضای جدید در اتحادیه) هنوز در WTO مورد توافق قرار نگرفته است.

در فوریه ۲۰۱۵ ، اتحادیه اروپا فرایند پذیرش پروتکل مربوط به اصلاحات موافقت نامه مراکش را آغاز کرد. اتحادیه اروپا اظهارنامه های زیادی را در خلال بررسی پروتکل که بخش های زیادی را من جمله بخش کشاورزی را در بر می گیرد به سازمان جهانی تجارت ارائه داده است.

در خلال این زمان اتحادیه اروپا ، در هفت مورد حل و فصل اختلافات تجاری به عنوان متشاکلی حضور داشته است . همچنین اتحادیه اروپا در ۹ مورد نیز طرف ثالث دعوی تجاری بوده است.

الف: موافقت نامه های تجاری منطقه ای و ترجیحی

۱- ترجیحات دوجانبه

موافقت نامه های تجاری دوجانبه اتحادیه اروپا با شرکای اصلی تجاری اولویتی کلیدی برای ایجاد فرصت های تجاری و ایجاد اشتغال برای اتحادیه اروپا محسوب می شود. تا سال ۲۰۱۴ اتحادیه اروپا نسبت به ۳۷ موافقت نامه تجاری منطقه ای فعال واکنش رسمی نشان داده است.

مجموعه موافقت نامه جامع تجارت آزاد اروپا با کشورها از جمله گرجستان و مولداوی از سپتامبر ۲۰۱۴ اجرایی شده است. این موافقت نامه فراتر از تجارت تمام عیار است یعنی حذف کامل تعرفه های واراتی و صادراتی و حذف موانع تجاری است. این موافقت نامه به طور جامعی کلیه سیاست های تجاری از جمله استانداردهای بهداشتی و رویه های گمرکی شرکای تجاری اروپا را در بر می گیرد .

همچنین اجرایی شدن موافقت نامه های اتحادیه اروپا با منطقه امریکای مرکزی (کاستاریکا ، السالوادور ، گواتمالا ، هندوراس ، پاناما) از سال ۲۰۱۳ آغاز شد. این موافقت نامه اولین موافقت نامه بین منطقه ای است که مبتنی بر سه محور اصلی است. این سه محور شامل گفتمان سیاسی ، همکاری ها و موافقت نامه تجاری است. همکاری تجاری در بر دارنده امتیازات تعرفه ای ، اقدامات مربوط به SPS ، خرید های دولتی و حمایت از حقوق مالکیت معنوی است .

موافقت نامه آزاد تجاری با کلمبیا و پرو از ۲۰۱۳ اجرایی شده است. این موافقت نامه دربردارنده بندهایی در مورد ترجیحات تعرفه ای ، اقدامات بهداشتی ، خرید های دولتی ، اقدامات فنی ، حمایت مالکیت معنوی و روش های حل و فصل اختلافات تجاری است.

اتحادیه اروپا مذاکرات تجاری با کانادا را در ۲۰۱۴ با اکوادور در سال ۲۰۱۴ و سنگاپور در سال ۲۰۱۴ را به پایان برد. در عین حال اروپا مذاکرات با ژاپن را در سال ۲۰۱۳ ، با آمریکا ۲۰۱۳ ، تایلند ۲۰۱۳ ، موراگو ۲۰۱۳ ادامه داده و در عین حال بر اساس آخرین گزارش WTO ، اتحادیه اروپا مذاکرات خود را با هند ، مالزی ، مرکوزور و ویتنام ادامه داده است.

ارتباط تجاری دوجانبه اتحادیه اروپا با کشورهای آفریقا و حوزه دریای کارائیب و اقیانوس آرام تابع موافقتنامه‌های همکاری‌های اقتصادی موسوم به موافقتنامه ترجیحی خاص (EPA) است.

از پایان ۲۰۱۴، موافقتنامه ترجیحی خاص با سایر اعضای موافقتنامه CARIFORUM به غیر از کشورهای هائیتی، ۴ کشور عضو ESA، گینه نو، فیجی، و کامرون برقرار شده است. علاوه بر این موافقتنامه ترجیحی خاص با آفریقای غربی، SADC و EAC در ۲۰۱۴ به مرحله نهایی رسیده است. این موافقتنامه با موافقتنامه ترجیحی موقت که قبلا با این کشورها امضاء شده است جایگزین خواهد شد. کشورهایی که موافقتنامه ترجیحی خاص اروپا را در ESA، آفریقای مرکزی و حوزه اقیانوس آرام اجرایی نکرده اند از ترجیحات یک جانبه اروپا در ذیل برنامه ترجیحات عمومی تعرفه بهره مند خواهند شد. کشور های کمتر توسعه یافته همچنان می توانند از سیستم تعرفه صفر و سهمیه صفر در دسترسی با بازار اتحادیه اروپا بهره مند گردند.

اتحادیه اروپا همچنین به اجرای موافقتنامه منطقه‌ای همکاری اقتصادی اروپا و وفادار خواهند ماند. این موافقتنامه مربوط به کشور های ایسلند، لیختنشتاین، و نروژ است و اجازه می دهد کشور های یاد شده در بازار های داخلی یکدیگر وارد شده و قادر به جابجایی کالا سرمایه و نیروی کار باشند.

اتحادیه اروپا همچنین دارای اتحادیه گمریکی با کشورهای ترکیه، آندورا و سن مارینو است. اتحادیه اروپا دارای چندین موافقتنامه دوجانبه با کشور سوئیس برای مبادله کالاهای کشاورزی، خرید کالاهای عمومی، موانع فنی فراراه تجارت حمل و نقل، تحقیقات و مبارزه با رشوه و تقلب است.

۳-۲-۸- بررسی سیاست‌های تجاری سوئیس

سوئیس کشوری مرفح در جامعه جهانی است و درآمد سرانه این کشور ۷۰۳۵۰ دلار در سال است. بخش خدمات و صنعت بخش‌های اصلی اقتصاد این کشور هستند و ۷۲ درصد شاغلین این کشور در بخش خدمات

^۱European Economic Area (EEA)

حضور دارند و ۶۸ درصد تولید ناخالص داخلی این کشور در بخش خدمات تولید می‌شود. بخش کشاورزی در این کشور سهم ۸٪، درصدی در تولید ناخالص داخلی و سهم ۳/۸ درصدی در اشتغال کل دارد. این بخش مشمول حمایت‌های بالای تعرفه‌ای و غیر تعرفه‌ای است و در مجموع ۲/۸ برابر متوسط کشورهای OECD حمایت دریافت می‌کند. بر این اساس سطح قیمت داخلی محصولات کشاورزی در این کشور به نسبت قیمت‌های جهانی بالا است.

۳-۲-۸-۱ بررسی رویه‌ها و سیاست‌های تجاری در سوئیس

رویه‌های گمرکی سوئیس در جهت تسهیل تجارت و تضمین مرزها، سلامت مصرف‌کننده و محیط زیست در حال بهبود است. اظهارنامه‌های گمرکی از روش الکترونیکی ارائه می‌شوند. به طور معمول این رویه الکترونیکی برای واردات کالاهای کشاورزی مشمول تعرفه سهمیه‌ای نیز اجرایی می‌شود. با این وجود روش غیرالکترونیکی برای مواقع ضروری نیز در اختیار است. بر اساس اعلام گمرک این کشور در سال ۲۰۱۳ اظهارنامه‌های گمرکی باید بر اساس فرمت الکترونیکی متناسب با سیستم جدید با عنوان e-dec-web ارائه شوند. این سیستم جدید هزینه‌ای ندارد. اسناد گمرکی برای صادرات و واردات شامل اظهارنامه، فاکتور تجاری، بارنامه و تاییدیه برای تعرفه ترجیحی، سلامت و کنترل کیفی است. گمرک تنها اداره مستقر در مرز سوئیس بوده و پنجره واحد تجاری در این کشور وجود ندارد. با توجه به موقعیت جغرافیایی و زیرساخت‌های مناسب سوئیس یک کشور ترانزیتی است.

الف: روش ارزش‌یابی گمرکی در سوئیس

در این کشور تعرفه‌های مقداری اخذ می‌شود و دستیابی به ارزش گمرکی کالا برای اعمال مالیات‌های داخلی است، چرا که مالیات بر ارزش افزوده به صورت ارزشی اخذ می‌شود.

ب: سایر عوارض موثر بر واردات در سوئیس

علاوه بر تعرفه وارداتی در این کشور کالاهای وارداتی مشمول مالیات بر ارزش افزوده هستند. مالیات بر ارزش افزوده بر ارزش سبف کالا به علاوه تعرفه وضع می‌شود. مالیات بر ارزش افزوده در حالت استاندارد ۸ درصد است که برای خدمات هتلداری به ۳/۸ درصد و برای آب، نوشیدنیها، مواد غذایی، دام زنده، غلات، گل‌ها، بذور، دارو، روزنامه، مجله و کتاب ۲/۵ درصد است.

ج: ممنوعیت‌ها و محدودیت‌های وارداتی

ممنوعیت‌های وارداتی در این کشور در راستای ملاحظات امنیت غذایی، قرنطینه‌ای، سیاستی و زیست محیطی است. در بین کالاهای کشاورزی واردات سیب‌زمینی و بوته آن، شراب، درخت میوه از خارخ اتحادیه اروپا در سال ۲۰۱۲ در راستای ملاحظات قرنطینه‌ای ممنوع بود. در این کشور رژیم مجوز برای محصولات کشاورزی ذیل قانون فدرال در زمینه کشاورزی مصوب آوریل ۱۹۹۸ و بخشنامه واردات محصولات کشاورزی مصوب ۲۶ اکتبر ۲۰۱۱ اجرا می‌شود. مجوزهای خودکار که به عنوان اجازه عمومی واردات تلقی می‌شوند برای همه کالاهای مشمول قیمت آستانه‌ای و ذخیره احتیاطی اجباری اعمال می‌شود. این مجوزها قابل انتقال و زمان دار نیستند.

در کنار مجوزهای خودکار، مجوزهای غیرخودکار برای مدیریت تعرفه سهمیه‌ای استفاده می‌شوند. مجوزهای اجرای ابزار سهمیه تعرفه‌ای در این کشور به روش‌های حراج، شیوه نوبتی، روش تاریخی و بر اساس میزان خرید داخلی از کالای مشابه اعطا می‌شوند. مجوزهای تعرفه سهمیه‌ای قابل انتقال هستند.

برای برخی از کالاهای کشاورزی مانند شکر، برنج، روغن خوراکی، قهوه و انواع غلات ابزار ذخیره احتیاطی اجباری وضع شده است و واردات این کالاها تحت رژیم مجوزهای خودکار صورت می‌گیرد. طرح ذخیره احتیاطی از طریق عوارض وارداتی تامین مالی می‌شود. میزان ذخیره احتیاطی اجباری برابر با میزان مصرف ۴ ماهه کالاها است. اما میزان این ذخیره برای قهوه برابر با میزان مصرف ۳ ماهه این کالا است. همچنین سیستم واردات به شرط خرید داخلی کالای مشابه برای کالاهای کشاورزی مشمول تعرفه سهمیه‌ای استفاده می‌شود.

د: وضعیت تعرفه کشاورزی در سوئیس

تعرفه‌ها در این کشور به صورت مقداری وضع می‌شود و حمایت بالای تعرفه‌ای از بخش کشاورزی صورت می‌گیرد. وضع تعرفه بر کالاها مطابق با قانون تعرفه گمرکی دولت فدرال وضع می‌شوند. در این کشور برای ۹۵ محصول کشاورزی (میوه و سبزی) تعرفه فصلی اعمال می‌شود که چنین محصولات در کنار تعرفه فصلی به زور معمول مشمول تعرفه سهمیه‌ای نیز هستند. تعرفه سهمیه‌ای برای ۳/۸ درصد کل خطوط تعرفه در این کشور اعمال می‌شود. محصولاتی مانند حیوانات زنده، تخم مرغ، اسپرم گاو، شاخه گل، سیب‌زمینی، سبزیجات تازه و یخ زده، میوه‌های تازه، غلات خاص و شراب مشمول تعرفه سهمیه‌ای هستند.

میانگین ساده تعرفه کشاورزی در این کشور بیش از ۳۶ درصد است و سطح حمایت تعرفه‌ای بسیار بالا از کشاورزی در این کشور رانشان می‌دهد. با وجود واردات ۱۲/۵ میلیارد دلاری میانگین وزنی تعرفه کشاورزی در این کشور حدود ۳۰ درصد است. در کنار سطح بالای تعرفه، ابزار تعرفه سهمیه‌ای برای ۱۷/۵ درصد خطوط تعرفه کشاورزی اعمال می‌شود. سطح بالای تعرفه وزنی نیز بیانگر پراکنش مناسب تعرفه در این کشور است.

جدول (۳-۳۳): خلاصه وضعیت تعرفه کشاورزی در سوئیس

شرح	سال	کل	کشاورزی	غیرکشاورزی	عضویت در سازمان جهانی تجارت	۱۹۹۵
میانگین ساده تعرفه تثبیت شده		۸/۰	۴۶/۱	۲/۲	درصد تثبیت	۹۹/۷
میانگین ساده تعرفه مورد عمل	۲۰۱۴	۶/۷	۳۶/۱	۱/۸	کل	۹۹/۷
متوسط تعرفه وزنی	۲۰۱۳	۲/۹	۲۹/۹	۱/۱	غیرکشاورزی	۱۷/۵
واردات (میلیارد دلار)	۲۰۱۳	۲۰۰/۷	۱۲/۵	۱۸۸/۲	درصد تعرفه سهمیه‌ای کشاورزی	۳۶/۸
					درصد رفتار ویژه در کشاورزی	

ماخذ: وبگاه سازمان جهانی تجارت

در بخش کشاورزی این کشور ۲۱۳۴ کد تعرفه و ۱۵۵۸ طبقه تعرفه‌ای وجود دارد که در ۸ دامنه تعرفه‌ای توزیع شده‌اند. یک سوم خطوط تعرفه و ۲۰ درصد واردات این کشور تعرفه صفر درصد دارند. حدود ۷۰ درصد خطوط تعرفه و ۶۸ درصد واردات این کشور مشمول تعرفه کمتر از ۵ درصد هستند. در مقابل ۱۰ درصد خطوط تعرفه و ۷ درصد واردات در این کشور مشمول تعرفه بیش از ۱۰۰ درصد هستند. در این کشور استفاده

از تعرفه رزشی بسیار محدود است و ۷۰ درصد خطوط تعرفه در این کشور از ابزار تعرفه غیر ارزشی (تعرفه مقداری) استفاده می‌کند.

جدول (۳-۳۴): وضعیت پراکنش و توزیع تعرفه کشاورزی در سوئیس

NAV in %	> 100	50 <= 100	25 <= 50	15 <= 25	10 <= 15	5 <= 10	0 <= 5	Duty-free	فراوانی توزیع
	Tariff lines and import values (in %)								
۷۷,۳	۱۲,۵	۱۱,۷	۱۰	۵,۴	۴,۴	۹,۵	۲۲,۸	۲۲,۷	کالاهای کشاورزی سال
۶۹,۷	۹,۸	۷,۳	۶,۸	۳,۸	۴,۲	۹,۳	۲۸,۳	۳۰,۳	تعرفه تثبیت شده
۸۰,۵	۷,۲	۵,۶	۵,۹	۶,۲	۷,۲	۲۲,۵	۲۶	۱۹,۵	تعرفه مورد عمل ۲۰۱۴
									واردات ۲۰۱۳

ماخذ: وبگاه سازمان جهانی تجارت

تعرفه کشاورزی در این کشور بین صفر تا ۱۶۷۶ درصد پراکنده است. در این کشور برای گروه کالایی لبنیات متوسط تعرفه ۱۴۸ درصد وضع می‌شود و برخی از کالاهای این گروه تعرفه ۸۲۹ درصد وضع می‌شود. برای گروه کالایی تولیدات دامی نیز میانگین تعرفه ۱۱۸ درصد و تعرفه برخی کالاها فراتر از ۱۰۰۰ درصد (۱۶۷۶ درصد) است.

جدول (۳-۳۵): وضعیت حمایت تعرفه‌ای از گروه‌های مختلف کالایی در بخش کشاورزی سوئیس

گروه‌های تولیدی	تعرفه تثبیت شده			تعرفه مورد عمل			واردات		
	میانگین گروه	تعرفه صفر	بیشینه تعرفه	درصد تثبیت	میانگین گروه	تعرفه صفر	بیشینه تعرفه	سهم	تعرفه صفر
تولیدات دامی	۱۳۲٫۹	۱۱٫۳	۱۰۰۰ <	۱۰۰	۱۱۸٫۲	۱۴٫۹	۱۰۰۰ <	۰٫۵	۲٫۱
تولیدات لبنی	۱۵۲٫۹	۰	۸۳۳	۱۰۰	۱۴۸٫۳	۰	۸۲۹	۰٫۳	۰
گل‌ها، سبزیجات و میوه‌ها	۲۳٫۱	۲۵٫۱	۱۰۰۰ <	۱۰۰	۱۸٫۲	۲۸٫۶	۱۰۰۰ <	۱٫۵	۱۶٫۴
قهوه و چای	۸٫۱	۲۶٫۴	۱۷۷	۱۰۰	۳٫۸	۳۶٫۱	۶۰	۰٫۷	۵۸٫۶
غلات و فرآورده‌ها	۴۴٫۵	۵٫۹	۷۷۵	۱۰۰	۲۳٫۲	۱۱٫۲	۲۶۵	۱٫۱	۹٫۴
دانه روغنی و روغن‌ها	۵۷٫۲	۱۱٫۱	۲۳۴	۱۰۰	۲۳٫۹	۳۹	۲۳۴	۰٫۳	۳۷٫۹
شکر و شیرینی	۳۰٫۱	۳٫۱	۲۷۸	۱۰۰	۱۲٫۹	۱۰٫۶	۲۷۸	۰٫۲	۳٫۷
نوشیدنی و تنباکو	۳۱٫۲	۸٫۷	۳۹۰	۱۰۰	۲۸٫۸	۱۰٫۶	۳۹۰	۱٫۲	۸
پنبه	۰	۱۰۰	۰	۱۰۰	۰	۱۰۰	۰	۰	۱۰۰
سایر کالاهای کشاورزی	۱۴٫۸	۴۹٫۸	۳۷۳	۱۰۰	۷٫۵	۶۳٫۸	۳۷۳	۰٫۵	۴۵٫۸
ماهی و فرآورده‌ها	۱	۷۲٫۸	۹۲	۱۰۰	۰٫۲	۷۸٫۲	۱۳	۰٫۴	۷۳٫۳

ماخذ: وبگاه سازمان جهانی تجارت

در گروه گل‌ها، سبزیجات و میوه‌ها با وجود میانگین تعرفه ۱۸ درصدی برای برخی از کالاها تعرفه فراتر از ۱۰۰۰ درصد وضع می‌شود. در سایر گروه‌های کالایی نیز برای کالاهای حساس و نیازمند حمایت تعرفه بسیار بالا وضع شده است.

۳-۲-۸-۲-۳- اقدام‌های موثر بر صادرات کالا در سوئیس

در این کشور رویه‌ها، روش و اسناد مورد نیاز برای صادرات مشابه واردات است. اظهارنامه گمرکی برای اهداف امارتی است و کالاها در روزی که به گمرک تحویل می‌شوند باید صادر شوند. اما برای دام زنده و تولیدات دامی اجازه‌نامه صادراتی نیاز است. در این کشور عوارض و مالیاتی بر صادرات وضع نمی‌شود. در این کشور ممنوعیت‌ها و محدودیت‌های صادراتی برای دستیابی به اهداف امنیت غذایی، سلامت، حفظ محیط زیست و تطابق با تعهدات بین‌المللی با ابزار مجوز اجرایی می‌شود. در این کشور به عنوان بخشی از اصلاحات کشاورزی یارانه صادراتی محصولات اصلی و پایه کشاورزی از سال ۲۰۰۹ حذف شده است، اما این کشور همچنان به پرداخت یارانه صادراتی به تولیدات لبنی و شیر و همه آردها ادامه می‌دهد. اداره گسترش تجارت سوئیس

(OSEC^۱) مستول گسترش صادرات سوئیس است. این اداره ۱۹ نمایندگی در سرتاسر جهان دارد که به انتقال اطلاعات، مشاوره و خدمات بازاریابی برای صادرکنندگان سوئیسی می‌پردازند. بودجه گسترش صادرات این کشور ۸۴ میلیون فرانک سوئیس است. مساعدت دیگری که برای صادرکنندگان در این کشور صورت می‌گیرد، بیمه و تضمین صادراتی است.

۳-۲-۸-۳- سیاست‌های خاص بخش کشاورزی در سوئیس

بخش کشاورزی سوئیس با سهم حدود ۱ درصدی در تولید ناخالص داخلی و سهم ۳/۸ درصدی در اشتغال ملی است. ۵۸۰۰۰ شاغل بخش کشاورزی کشاورزانی با متوسط ۱۸ هکتار زمین هستند و تنها ۱۰۰ کشاورز زمین بیش از ۱۰۰ هکتار در اختیار دارند. بیش از نیمی از کشاورزان سوئیسی در مناطق کوهستانی زندگی می‌کنند. به همراه پرداخت مستقیم به کشاورزان (۵۰ هزار فرانک سوئیس برای هر کشاورز) کشاورزان مبالغ جبرانی برای تولید کالای عمومی مانند امنیت غذایی دریافت می‌کنند. مهمترین تولیدات پایه در این کشور شیر، گوساله و خوک است. این کشور واردکننده خالص مواد غذایی است.

ابزارهای اصلی این کشور برای حمایت داخلی از کشاورزی شامل: ۱- یارانه‌ها و دیگر هزینه‌های دولتی برای حمایت از بازار و ۲- پرداخت مستقیم است. این کشورها برای گوشت گوساله، پوست خوک، شیر و ۱۶ محصول پایه‌ای کشاورزی اقدام به وضع قیمت مداخلاتی می‌کند. با این وجود بر اساس گزارش این کشور به سازمان جهانی تجارت این کشور قیمت‌های مدیریت شده را اجرایی نکرده است. در اصلاحات اخیر سیاست کشاورزی در این کشور در سال ۲۰۱۱ پرداخت‌های مستقیم جایگزین حمایت بازاری شده و بودجه حمایت بازار به نصف کاهش یافته است و یارانه صادراتی محصولات پایه کشاورزی حذف شده است. ۸۰ درصد هزینه پرداخت مستقیم، به شکل عمومی پرداخت می‌شود و ۲۰ درصد باقیمانده منوط به تامین شرایط در زمینه حفظ محیط زیست و رفاه حیوانات است. حداکثر پرداخت مستقیم ۷۰ هزار فرانک سوئیس برای یک سال است. کشاورزان

^۱The Swiss Office of Commercial Expansion (OSEC)

سوئسی به اعتبارات سرمایه‌گذاری با بهره‌ صفر برای ایجاد ساختمان جدید یا بهبود ساختمان‌های موجود، مزرعه و ساختمان‌های منطقه آلپ دسترسی دارند.

۳-۳- بررسی تحولات در موافقت‌نامه‌های دو یا چندجانبه تجارت کشاورزی ایران و شرکای تجاری

موافقتنامه‌های تجارت ترجیحی و آزاد در واقع توافق‌های بین‌المللی میان کشورها به منظور تسهیل تجارت و در نتیجه افزایش حجم تجارت میان کشورهای طرف تجاری است. در این قبیل موافقتنامه‌ها، دولت‌ها تسهیلاتی را در فرایند تجارت بین‌المللی برای یکدیگر به وجود می‌آورند که در مورد سایر کشورها قائل نمی‌شوند. در بخش از گزارش تحولات و آثار موافقتنامه‌های تجاری ایران با سیر کشورها بررسی می‌شود. در طول برنامه سوم توسعه حرکت به سمت امضای موافقتنامه‌های تجاری سرعت گرفت و ایران با طیف وسیعی از کشورها وارد مذاکره تجاری شد. اما برخی از موافقتنامه‌ها به مرحله امضا نرسیدند، برخی امضا شده و اجرایی نشدند و تعدادی نیز اجرایی شدند. در شرایط حاضر موافقتنامه‌های تجارت ترجیحی و آزاد با کشورهای ازبکستان، کوبا، بوسنی و هرزگوین، ترکیه، قرقیزستان، پاکستان، تونس، سوریه و بلاروس وارد مرحله اجرا شده است که در ادامه وضعیت این موافقتنامه‌ها بررسی شده است.

۳-۳-۱- بررسی موافقتنامه تجارت ترجیحی بین جمهوری اسلامی ایران و کوبا

موافقتنامه تجارت ترجیحی بین ایران و کوبا در ۱۳۸۷/۲/۲۹ به تصویب مجلس و تایید شورای نگهبان قانون اساسی رسید. این موافقتنامه مشتمل بر یک مقدمه، سی و یک ماده و دو پیوست است. فهرست کالاهای مبادله شده بین ایران و کوبا در پیوست‌های این موافقتنامه گنجانده شده است. بر پایه فهرست ترجیحات دریافتی ایران از کشور کوبا ۸۸ کالای کشاورزی و صنعتی مشمول دریافت تخفیف تعرفه وارداتی شدند. اما تنها ۸ قلم از این کالاها، محصولات کشاورزی و مواد غذایی است و ۸۰ قلم باقیمانده محصولات صنعتی هستند.

جدول (۳-۳۶): کالاهای کشاورزی و مواد غذایی جمهوری اسلامی ایران جهت اخذ تعرفه ترجیحی از کوبا

ردیف	شرح کالا	کد تعرفه	درصد کاهش تعرفه
۱	پسته	۸۰۲۵۰	۱۰
۲	خرما	۸۰۴۱۰	۱۰
۳	کشمش	۸۰۶۲۰	۱۰
۴	زعفران	۹۱۰۲۰۹۰	۲۵
۵	خاویار	۱۶۰۴۳۰۰۰	۱۰
۶	آب سیب	۲۰۰۹۷۱۰۰	۱۰
۷	سایر تغلیظ شده	۲۰۰۹۸۰۰۰	۱۰
۸	مخلوط آب میوهها	۲۰۰۹۹۰۰۰	۱۰

ماخذ: قانون موافقتنامه بازرگانی بین دولت جمهوری اسلامی ایران و دولت جمهوری کوبا

همانگونه که جدول (۳-۳۶) نشان می‌دهد کالاهای پسته، خرما، کشمش، خاویار، آب سیب، سایر آب میوه‌های تغلیظ شده و مخلوط آب میوه‌ها مشمول دریافت ۱۰ درصد تخفیف تعرفه و زعفران مشمول دریافت ۲۵ درصد تخفیف تعرفه شده‌اند. در مقابل دریافت این تخفیف تعرفه‌ای برای ۴ قلم کالای کشاورزی و صنعتی تخفیف تعرفه‌ای برای واردات از کشور کوبا در نظر گرفته شده است که از این تعداد ۳۴ قلم کالای آن مربوط به محصولات کشاورزی و مواد غذایی است. در واقع موافقتنامه تجارت ترجیحی از نگاه کلی به نفع بخش صنعت و زیان بخش کشاورزی تدوین شده است.

از بین ۳۴ قلم کالای کشاورزی و مواد غذایی، محصولاتی مانند عسل، پرتقال، آب گوجه فرنگی و انواع آب میوه دارای تولید داخل اقلامی هستند که واردات آنها تولید داخل را تهدید می‌کند. سایر کالاهایی که در لیست تخفیف تعرفه‌ای کشور برای واردات از کوبا گنجانده شده است، کالاهایی است که حساسیت زیادی در مورد آنها وجود نداشته و یا تولید داخلی آنها اندک است.

برای بررسی آثار چنین موافقتنامه‌ای بر تجارت کشاورزی ایران متوسط تجارت کشاورزی برای محصولات مهم فهرست ترجیحات تعرفه‌ای دو کشور در دو دوره (۹۳-۱۳۸۳) بررسی می‌شود. بررسی صادرات کشاورزی

و مواد غذایی کشور در اقلام فهرست ترجیحات تعرفه‌ای کوبا به ایران نشان می‌دهد تنها در سال ۱۳۸۹ حدود ۴۴۳ تن آب میوه (۲۰۰۹۸۰۹۰) و ۴۴۱ تن مخلوط آب میوه (۲۰۰۹۹۰۰۰) به کشور کوبا صادر شده است. از این رو موافقتنامه تجارت ترجیحی اثری بر صادرات کشاورزی و مواد غذایی ایران به کوبا نداشته است.

جدول (۳-۳۷): کالاهای کشاورزی و مواد غذایی کوبا جهت اخذ تعرفه ترجیحی از جمهوری اسلامی ایران

ردیف	شرح کالا	کد تعرفه‌ای	درصد کاهش	ردیف	شرح کالا	کد تعرفه‌ای	درصد کاهش
۱	خرچنگ دم کوتاه	۳۰۶۱۴۰۰	۲۵	۱۸	سایر میوه های محفوظ شده	۲۰۰۸۹۹	۱۰
۲	خرچنگ صخره‌ای و سایر خرچنگها دریایی	۳۰۶۲۱۰۰	۲۵	۱۹	آب پرتقال یخ زده	۲۰۰۹۱۱۰۰	۱۰
۳	عسل	۴۰۹۰۰۰۰	۱۰	۲۰	آب پرتقال یخ زده با بریکس کمتر از ۲۰	۲۰۰۹۱۲۰۰	۱۰
۴	پرتقال	۸۰۵۱۰۰۰	۱۰	۲۱	سایر آب پرتقال	۲۰۰۹۱۹۰۰	۱۰
۵	گریپ فروت	۸۰۵۴۰۰۰	۲۵	۲۲	آب گریپ فروت	۲۰۰۹۲۱۰۰	۱۰
۶	قهوه بو نداده در بسته بندی آماده	۹۰۱۱۱۱۰	۳۰	۲۳	سایر آب گریپ فروت	۲۰۰۹۲۹۰۰	۱۰
۷	قهوه بو نداده در بسته بندی غیرخرده فروشی	۹۰۱۱۱۲۰	۳۰	۲۴	آب هر یک از مرکبات	۲۰۰۹۳۱۰۰	۱۰
۸	سایر قهوه	۹۰۱۱۱۹۰	۳۰	۲۵	سایر آب هر یک از مرکبات	۲۰۰۹۳۹۰۰	۱۰
۹	قهوه بو داده	۱۹۰۱۲۱۰۰	۲۵	۲۶	آب آناناس	۲۰۰۹۴۱۰۰	۲۵
۱۰	سایر	۱۲۱۱۹۰۰۰	۳۵	۲۷	سایر آب میوه تغلیظ شده	۲۰۰۹۴۹۱۰	۲۵
۱۱	سایر	۱۲۱۲۲۰۰۰	۳۵	۲۸	آب گوجه فرنگی	۲۰۰۹۵۰۰۰	۱۰
۱۲	سایر سبزیجات	۲۰۰۵۹۰۰	۲۵	۲۹	آب میوه تغلیظ شده	۲۰۰۹۸۰۱۰	۱۰
۱۳	پوره میوه های گرمسیری	۲۰۰۷۱۰۰۰	۲۵	۳۰	سایر آب میوه	۲۰۰۹۸۰۹۰	۱۰
۱۴	پودر موز	۲۰۰۷۹۹۱۰	۱۰	۳۱	مخلوط های آب میوه	۲۰۰۹۹۰۰۰	۱۰
۱۵	سایر	۲۰۰۷۹۹۹۰	۱۰	۳۲	مواد پروتئینی تکستوره سویا	۲۱۰۶۱۰۲۰	۳۰
۱۶	مرکبات آماده یا محفوظ شده	۲۰۰۸۳۰۰۰	۱۰	۳۳	بهبود دهنده	۲۱۰۶۹۰۶۰	۳۰
				۳۴	سایر	۲۱۰۶۹۰۹۰	۳۰

ماخذ: قانون موافقتنامه بازرگانی بین دولت جمهوری اسلامی ایران و دولت جمهوری کوبا

در زمینه واردات کشاورزی از کشور کوبا نیز چنین موافقتنامه‌ای اثری بر تجارت کشاورزی و مواد غذایی بین دو کشور نداشته است و وارداتی از اقلام موجود در فهرست تخفیف‌های تعرفه‌ای از کشور کوبا در زمینه کشاورزی و مواد غذایی در دوره مورد بررسی انجام نشده است.

۳-۲-۳- بررسی موافقتنامه تجارت ترجیحی بین جمهوری اسلامی ایران و ازبکستان

موافقتنامه تجارت ترجیحی بین ایران و ازبکستان موضوع تفاهمنامه همکاری بازرگانی و اقتصادی ۲۷ خرداد ۱۳۸۲ و مصوبه ۲۳۷۸۶/ت ۳۳۲۰۴ مورخ ۱۳۸۴/۳/۲۱ مشتمل بر ۱۳ ماده و دو پیوست است. فهرست کالاهای ایران برای اخذ تعرفه ترجیحی از جمهوری ازبکستان شامل ۲۷ ردیف تعرفه (۶رقمی) که در بین آنها تنها شیرینی بدون کاکائو (۱۷۰۴۹۰) و بیسکویت (۱۹۰۵۳۱) جزء اقلام مواد غذایی هستند و سایر کالاها مربوط به بخش صنعت است. برای اقلام مذکور ۵۰ درصد برای وارد شدن به کشور ازبکستان در نظر گرفته شده است. فهرست کالاهای جمهوری ازبکستان برای اخذ تعرفه ترجیحی از ایران نیز شامل ۲۷ ردیف تعرفه (۶رقمی) شامل الیاف نخی، منسوجات، فرش و مواد نفتی و روغنی است. در بین این اقلام تخفیف تعرفه‌ای برای پنبه حلاجی نشده (۵۲۰۱۰۰) برای بخش کشاورزی دارای اهمیت فراوان است. برای واردات پنبه از این کشور ۵۰ درصد تخفیف تعرفه‌ای در نظر گرفته شده است.

شیرینی بدون کاکائو و بیسکویت به عنوان دو قلم کالایی که کشور ازبکستان تخفیف تعرفه‌ای ۵۰ درصدی برای آنها در نظر گرفته است و این کالاها را با تعرفه ۳۰ درصد به جای تعرفه ۶۰ درصد وارد می‌کند. قبل و بعد از امضای موافقتنامه ترجیحی بین دو کشور این دو کالا در فهرست کالاهای صادراتی ایران به این کشور قرار نگرفته‌اند. در واقع تخفیف تعرفه گشایش بازاری برای این دو کالا ایجاد نکرده است. در مورد شیرینی کشورهای عراق (۳۶ درصد)، افغانستان (۳۴ درصد)، تاجیکستان (۱۵ درصد) و ترکمنستان (۶ درصد) مهمترین مقصدهای صادراتی شیرینی ایران هستند و در مورد بیسکویت نیز مقصدهای اصلی صادراتی

بیسکویت ایران دو کشور عراق و افغانستان هستند. ۶۶ درصد بیسکویت کشور به عراق و ۱۹ درصد آن به افغانستان صادر می‌شود.

برای بررسی آثار موافقتنامه تجارت ترجیحی با ازبکستان بر واردات پنبه ایران، روند واردات این محصول مهم بررسی شده است. وضعیت واردات پنبه طی دو دهه گذشته نشان می‌دهد که تا میانه های برنامه سوم توسعه اقتصادی کشور واردات انواع پنبه به کشور محدود بوده است. در واقع روند واردات جدی پنبه به کشور از سال ۱۳۸۲ شروع شده است. واردات پنبه تا سال ۱۳۸۶ همواره آهنگی افزایشی داشته است و تنها در سالها ۱۳۸۷ و ۱۳۸۸ روند افزایشی آن متوقف شده است.

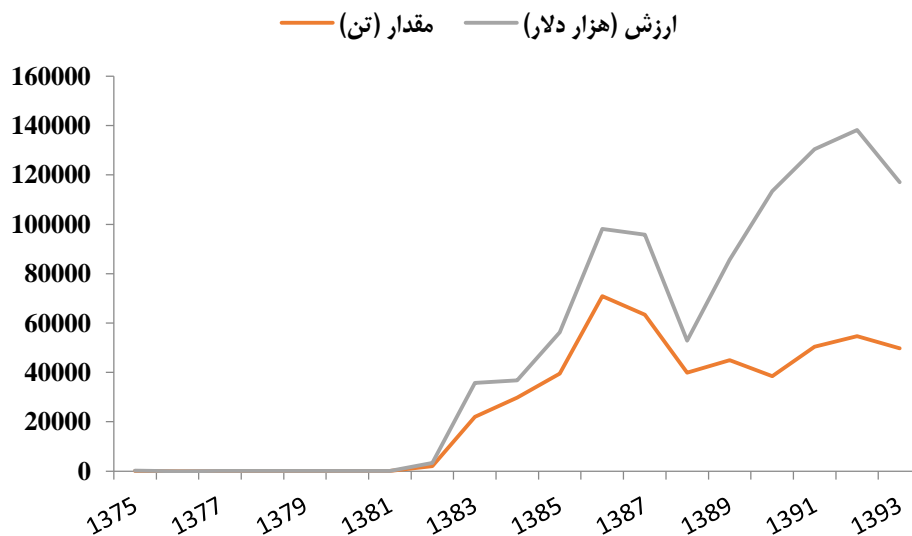
جدول (۳-۳۸): واردات انواع پنبه به تفکیک نوع آن

جمع کل واردات		واردات پنبه حلاجی شده		واردات پنبه حلاجی نشده		سال
ارزش (هزار دلار)	مقدار (تن)	ارزش (هزار دلار)	مقدار (تن)	ارزش (هزار دلار)	مقدار (تن)	
۲۶۲	۷۵	۰	۰	۲۶۲	۷۵	۱۳۷۵
۰	۰	۰	۰	۰	۰	۱۳۷۶
۳۰	۴	۳۰	۴	۰	۰	۱۳۷۷
۶۵	۱۰	۶۵	۱۰	۰	۰	۱۳۷۸
۳۷	۵	۳۷	۵	۰	۰	۱۳۷۹
۱۳۱	۵۱	۸۰	۱۳	۵۱	۳۸	۱۳۸۰
۱۰۳	۲۲	۱۰۳	۲۲	۰	۰	۱۳۸۱
۳۲۸۰	۲۰۷۰	۶۰	۱۵	۳۲۲۰	۲۰۵۵	۱۳۸۲
۳۵۷۰۸	۲۲۰۱۷	۳۵۳۱	۲۲۸۸	۳۲۱۷۷	۱۹۷۲۹	۱۳۸۳
۳۶۸۳۱	۲۹۷۳۱	۵۴۶۹	۳۷۵۰	۳۱۳۶۲	۲۵۹۸۱	۱۳۸۴
۵۶۲۷۶	۳۹۴۴۶	۳۲۷۶	۲۲۵۸	۵۳۰۰۰	۳۷۱۸۸	۱۳۸۵
۹۸۱۹۵	۷۰۹۵۹	۲۰۷۶	۱۴۲۳	۹۶۱۱۹	۶۹۵۳۶	۱۳۸۶
۹۵۸۰۱	۶۳۳۱۶	۵۹۹	۵۰۳	۹۵۲۰۲	۶۲۸۱۳	۱۳۸۷
۵۲۹۳۲	۳۹۸۹۸	۱۰۳۵	۵۰۶	۵۱۸۹۷	۳۹۳۹۲	۱۳۸۸
۸۵۶۹۲	۴۵۰۰۵	۳۴۷۸	۱۷۹۱	۸۲۲۱۴	۴۳۲۱۵	۱۳۸۹
۱۱۳۴۱۷	۳۸۴۹۲	۹۹۲	۲۸۰	۱۱۲۴۲۵	۳۸۲۱۱	۱۳۹۰
۱۳۰۳۸۹	۵۰۴۶۱	۵۹۸	۱۴۶	۱۲۹۷۹۱	۵۰۳۱۶	۱۳۹۱
۱۳۸۲۳۶	۵۴۶۸۵	۴۸۳	۹۴۰	۱۳۷۷۵۲	۵۴۵۹۱	۱۳۹۲
۱۱۷۱۰۹	۴۹۷۴۹	۹۵۶	۳۳۱	۱۱۶۱۵۳	۴۹۴۱۷	۱۳۹۳

ماخذ: گمرک جمهوری اسلامی ایران و محاسبات گزارش

*آمار مربوط به پنبه حلاجی نشده و حلاجی شده است و آخال و سایر ضایعات در بر نمی گیرد.

تا ابتدای سال ۱۳۸۳ واردات پنبه به تفکیک واردات پنبه حلاجی نشده و حلاجی شده صورت می گرفت. از ابتدای سال ۱۳۸۳ به این سو با توجه به نوع پنبه تولیدی در ایران و نیاز کارخانجات صنایع نساجی به انواع دیگر پنبه واردات این محصول با توجه به طول تار نیز تفکیک شد. آمار واردات نشان می دهد که در سال ۱۳۸۳ کل واردات پنبه حلاجی نشده طول تار بلند بوده است اما از واردات حلاجی شده ۲۲۶۹ تن به ارزش ۳۴۶۴ هزار دلار طول تار بلند بوده است و بقیه آن از سایر انواع پنبه حلاجی شده بوده است. در سال ۱۳۸۴ نیز کل واردات پنبه حلاجی نشده طول تار بلند بوده و از واردات حلاجی شده ۳۷۱۰ تن به ارزش ۵۲۹۴ هزار دلار طول تار بلند بوده است. در سال ۱۳۸۵ نیز از واردات حلاجی نشده ۳۴۹۴۴ تن به ارزش ۴۹۸۶۹ هزار دلار طول تار بلند بوده است و کل واردات حلاجی شده تار بلند بوده است. از کل واردات پنبه حلاجی نشده در سال ۱۳۸۶، ۶۴۰۸۷ تن به ارزش ۸۸۷۴۳ هزار دلار طول تار بلند بوده است و کل واردات پنبه حلاجی شده تار بلند بوده است. در سالهای ۱۳۸۷ و ۸۸ نیز کل واردات پنبه حلاجی شده تار بلند بوده و از واردات پنبه حلاجی نشده به ترتیب ۵۸۴۹۵ تن به ارزش ۸۷۶۴۰ هزار دلار و ۳۸۷۸۳ تن به ارزش ۵۱۲۰۴ هزار دلار طول تار بلند بوده است.



نمودار (۳-۲): مقدار و ارزش واردات پنبه

از نظر تعداد کشورهای صادر کننده پنبه به ایران تا سال ۱۳۸۲ طرف‌های معاملاتی ایران محدود بوده است. اما از سال ۱۳۸۳ به این سو بر تعداد کشورهای صادر کننده پنبه به ایران افزوده شده است تا جایی که در مورد پنبه حلاجی نشده تعداد آنها به ۱۴ کشور رسیده است. وضعیت واردات پنبه در ۳ ساله اخیر به تفکیک کشورهای طرف معامله نشان می دهد که کشور ازبکستان به عنوان یکی از شرکای تجاری ایران همواره سهم اصلی را در صادرات انواع پنبه به کشور در اختیار داشته است.

جدول (۳-۳۹): حجم و سهم ازبکستان در کل واردات پنبه ایران

سال	شرح	پنبه با طول تار بلند حلاجی نشده (یا شانه نزده (۵۲۰۱۰۰۱۰))
۱۳۸۳	وزن	۱۲۲۱۳
	سهم	۶۲
۱۳۸۴	وزن	۱۸۸۳۰
	سهم	۷۲
۱۳۸۵	وزن	۲۵۴۹۴
	سهم	۷۰
۱۳۸۶	وزن	۴۶۳۹۱
	سهم	۷۲
۱۳۸۷	وزن	۳۷۵۳۰
	سهم	۶۴
۱۳۸۸	وزن	۲۸۵۲۴
	سهم	۷۴
۱۳۸۹	وزن	۲۲۲۱۶
	سهم	۶۰
۱۳۹۰	وزن	۳۱۵۲۵
	سهم	۸۵
۱۳۹۱	وزن	۳۷۳۶۱
	سهم	۷۹
۱۳۹۲	وزن	۳۴۱۹۲
	سهم	۶۴
۱۳۹۳	وزن	۱۲۵۱۰

۲۵	سهم	
----	-----	--

ماخذ: گمرک جمهوری اسلامی ایران و محاسبات تحقیق

همانگونه که اطلاعات جدول (۳-۳۹) نشان می دهد از کل واردات پنبه حلاجی نشده با طول تار بلند طی دوره ۹۲-۱۳۸۴ همواره بیش از ۷۰ درصد آن مربوط به کشور ازبکستان است. توجه به قیمت سیف وارداتی از این کشور نشان می دهد که این کشور دارای توان رقابتی مناسبی است و برخورداری این کشور از ترجیحات تجاری در مورد پنبه تسلط این کشور را در بازار پنبه ایران در پی داشته است. از این رو با وجود موافقتنامه تجاری با این کشور اعمال تعرفه بالا بر واردات این محصول در سطوح موجود عملاً به معنای خارج کردن سایر کشورهای صادر کننده این محصول به ایران از چرخه رقابت به نفع ازبکستان است. اگرچه قبل از شروع موافقتنامه (سال ۱۳۸۳) نیز ازبکستان سهم بالایی در بازپنبه ایران داشته است (۶۲) درصد، اما روند بعد از اجرای موافقتنامه واردات از این کشور ۵۵ درصد رشد کرد و از ۱۲۲۱۳ به ۱۸۸۳۰ تن افزایش یافت و فشار زیادی به تولید داخلی این محصول وارد شد.

۳-۳-۳- بررسی موافقتنامه تجارت ترجیحی بین جمهوری اسلامی ایران و ترکیه

کالاهای مبادلات تجاری در سقف پنجاه میلیون دلار بین جمهوری اسلامی ایران و کشور ترکیه، متضمن ترجیحات و تخفیفات تعرفه‌ای اعطایی به طرفین می‌باشد. این ترجیحات تحت موافقتنامه تجاری بین دو کشور (مصوبه شماره ۲۴۲۰۸/ت/۳۱۱۸۱ مورخ ۸۳/۶/۱ کمیسیون اصل ۱۳۸ قانون اساسی) برای ورود کالاهای دو طرف در نظر گرفته شد. در این موافقتنامه بر اساس کدهای ۴ رقمی ترکیه برای ۶۸ کد تعرفه وارداتی از ایران تخفیف تعرفه برای واردات اعطا و در مقابل برای ۶۰ کد تعرفه از ایران تخفیف تعرفه دریافت می‌کند. طبق این موافقتنامه ترکیه برای واردات ۵۳ قلم کالای کشاورزی از ایران تخفیف تعرفه اعطا کرده است و در مقابل برای سه قلم کالای مواد غذایی از ایران تخفیف تعرفه‌ای دریافت کرده است. ترجیحات تعرفه‌ای طرف ترکیه‌ای به ایران طیف وسیعی از کالاهای کشاورزی شامل، ماهی و میگو، لبنیات، گل‌ها و سبزیجات، میوه و ادویه، دانه‌های روغنی و روغن‌ها و محصولات صنایع تبدیلی و تکمیلی است. این موافقتنامه نیز مانند بسیاری

از موافقتنامه‌های امضاء شده بر روی کاغذ اجرایی شد، اما وارد فاز اجرای عملیاتی نشد. اجرای واقعی و عملی آن در دی ماه سال ۱۳۹۳ انجام گرفت. برای ارزیابی آثار این موافقتنامه بر تجارت کشاورزی ایران باید آثار آن بر اقلام عمده صادراتی کشاورزی و صنایع غذایی ارزیابی شود، اما زمان اجرای چنین موافقتنامه‌ای در مقطعی قرار گرفته است که امکان ارزیابی آن را محدود می‌کند.

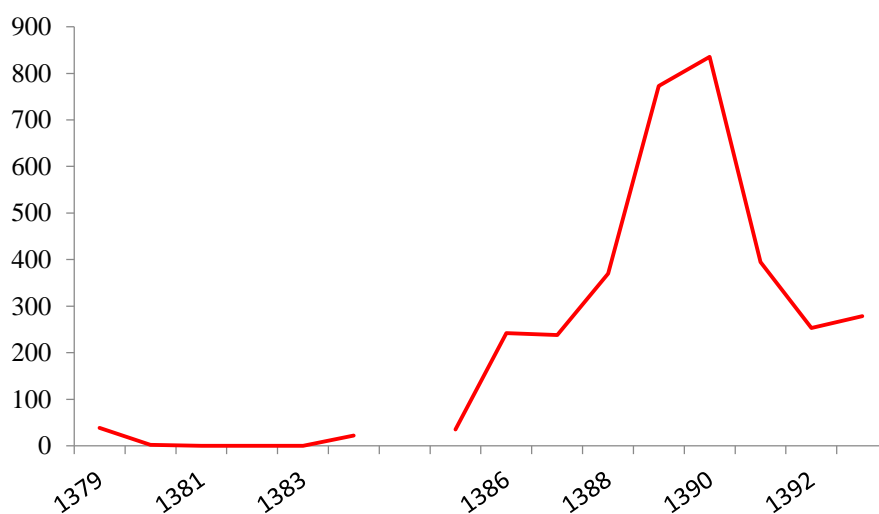
برای اقلام وارداتی ایران از ترکیه تحت رژیم تعرفه ترجیحی تنها ۳ قلم کالای تخم سبزیجات (۱۲۰۹۹۱)، یونجه (۱۲۱۴۱۰) و روغن آفتابگردان (۱۵۱۲۱۹) در فهرست ترجیحات قرار گرفته‌اند. تعرفه تخم سبزیجات و یونجه ۴ درصد است و در عمل امکان اعمال تخفیف بر روی آنها وجود ندارد و تنها امکان برخورداری از تخفیف تعرفه‌ای ۱۰ درصدی روغن آفتابگردان وجود دارد.

جدول (۳-۴۰): وضعیت تخفیف تعرفه‌ای برخی کالاهای صادراتی به ترکیه

ردیف	شرح کالا	کد تعرفه‌ای	میزان تخفیف		توضیحات
			حجم (تن)	تعرفه (درصد)	
1	روده	۵۰۴۰۰	نامحدود	۵۰	عوارض صندوق مسکن
2	سیب زمینی	۷۰۱۹۰	۵۰۰	۵۰	
3	گوجه	۷۰۲۰۰	۱۵۰۰	۵۰	۱۱ خرداد تا ۸ مهر
4	خرما	۸۰۴۱۰	۸۰۰۰	۱۰۰	
5	انگور	۸۰۶۱۰	۵۰۰	۵۰	
6	هندوانه	۸۰۷۱۱	۴۵۰۰	۵	
7	سیب	۸۰۸۱۰	۱۰۰۰	۵۰	
8	زعفران	۹۱۰۲۰	۵۰ (به همراه ۱۰ کد تعرفه دیگر)	۵۰	
9	رب گوجه	۲۰۰۲۹۰	۱۰۰	۵۰	
10	شیرینی	۱۷۰۴۹۰	نامحدود	۱۰۰	۵۰
11	بیسکویت	۱۹۰۵۱۳	نامحدود	۱۰۰	۵۰

ماخذ: موافقتنامه تجارت ترجیحی ایران و ترکیه

نگاهی به وضعیت ترجیحات تعرفه‌ای ترکیه برای ایران نشان می‌دهد در مورد محصولی مانند روده تعرفه وارداتی ۱۰-۰ درصد است، عوارض صندوق مسکن دریافت نمی‌شود و سهمیه وارداتی نیز وضع نشده است. اعطای تخفیف تعرفه‌ای ۵۰ درصدی تعرفه وارداتی برای روده صادراتی ایران را به ۵-۰ درصد کاهش می‌دهد. همانطور که نمودار (۳-۳) نشان می‌دهد. عدم پیچیدگی در حمایت مرزی از این کالا و عدم وضع سهمیه وارداتی می‌تواند بر تجارت این کالا به ترکیه اثر مثبتی داشته باشد. روند صادرات روده نشان می‌دهد قبل از سال ۱۳۸۴ صادرات این کالا بسیار ناچیز بود، بعد از امضای موافقتنامه تجارت ترجیحی صادرات این محصول رشد قابل ملاحظه‌ای داشته است که البته چنین روندی متأثر از موافقتنامه نبوده چرا که موافقتنامه وارد فاز اجرا نشده بود.



نمودار (۳-۳): وضعیت و سهم ترکیه در صادرات روده ایران (تن)

برای واردات سیب زمینی به این کشور تعرفه ۱۹/۳ درصدی در نظر گرفته شده است، بر این کالا عوارض صندوق مسکن نیز وضع نشده است. با ۵۰ درصد تخفیف تعرفه‌ای در نظر گرفته شده صادرات ایران به این کشور حدود ۱۰ درصد تعرفه پرداخت می‌کند. اما تعرفه ۱۰ درصدی و وضع سهمیه و محدود کردن تجارت ترجیحی این کالا به حداکثر ۵۰۰ تن امکان استفاده ایران را محدود خواهد کرد.

اطلاعات جدول (۳-۴۱) نشان می‌دهد که صادرات ایران بعد از اجرای امضای موافقتنامه نیز افزایش نسبی یافته است و در ۱۰ ماهه سال ۱۳۹۴ به ۱۱۷۱۵ تن افزایش یافته است. البته برای ارزیابی دقیق آثار این موافقتنامه نیاز به زمان بیشتری است.

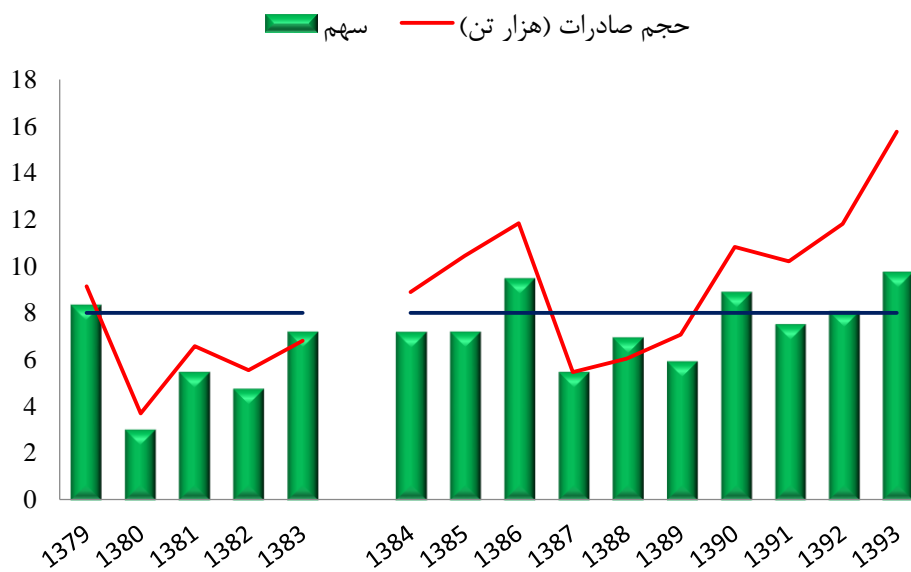
برای صادرات گوجه فرنگی به این کشور نیز تعرفه ۴۸/۶ درصدی وضع می‌شود. برای واردات تحت رژیم تعرفه سهمیه‌ای محدودیت زمانی و فصلی در نظر گرفته شده است. سقف صادرات ترجیحی به این کشور ۱۵۰۰ تن و زمان ورود ۱۱ خرداد تا ۸ مهر در نظر گرفته شده است. در چنین چارچوبی تخفیف ۵۰ درصدی تعرفه و کاهش تعرفه به حدود ۲۳ درصد، قادر به اثرگذاری بر تجارت این محصول نیست. طی دوره ۸۸-۱۳۸۴ صادرات این محصول بسیار ناچیز است و تنها طی دوره ۹۳-۱۳۸۹ به طور متوسط حدود ۳۱۵ تن از این محصول صادر شده است، اما در سال‌های اجرای موافقتنامه (سه ماهه آخر ۱۳۹۳ و ۱۰ ماهه سال ۱۳۹۴) صادرات این محصول نسبت به سال ۱۳۹۲ کاهش یافته است.

جدول (۳-۴۱): روند صادرات محصولات صادراتی مهم برخوردار از تخفیف تعرفه به ترکیه تن

سال	خیار	سیب زمینی	گوجه فرنگی	سیب	هندوانه	کشمش	روده	رب گوجه	شیرینی	بیسکویت	زعفران
۱۳۷۹	۶	۰	۳۴	۱۰۸۶	۱۴۷۳	۰	۳۸	۳۴	۱۸	۴	۲۱
۱۳۸۰	۱	۰	۰	۱۵۵	۱۴۷	۰	۲	۱	۱۵	۲	۰
۱۳۸۱	۰	۰	۰	۶۰۴	۵۷	۰	۰	۰	۰	۰	۶۹
۱۳۸۲	۱۳۳	۰	۴	۵۷	۹۲۰	۰	۰	۱۸	۰	۰	۰
۱۳۸۳	۷۰	۰	۵	۰	۱۶۵۵	۰	۰	۰	۱۵	۰	۱۵
۱۳۸۴	۲۹	۲۱	۱	۰	۵۸۷۹	۰	۲۲	۰	۰	۰	۰
۱۳۸۵	۱۳	۱	۳	۶۱	۳۵۸۱	۰	۳۵	۰	۰	۹	۰
۱۳۸۶	۱۳	۰	۴	۳۰	۲۲۷۴	۰	۲۴۲	۰	۱	۰	۰
۱۳۸۷	۸	۲۳	۲	۰	۶۹۹	۰	۲۳۸	۰	۲۲	۰	۰
۱۳۸۸	۰	۰	۰	۲۲	۱۰۵۹۸	۰	۳۷۰	۹	۲	۰	۵
۱۳۸۹	۱	۰	۸۰۱	۰	۱۰۵۱۲	۰	۷۷۳	۹	۰	۰	۱۲۸
۱۳۹۰	۲۱	۳۳	۱	۰	۱۸۴۶۸	۰	۸۳۶	۰	۸	۰	۳۲
۱۳۹۱	۳۲۱	۰	۳۸۷	۴۰۲۰	۲۳۳۴۴	۱۴۰۰۴	۳۹۴	۲۴	۸۳	۰	۱۲۳
۱۳۹۲	۲۰۵	۱۶۵	۲۱۶	۳۲۹	۲۷۵۴۵	۲۷۶۰۵	۲۵۳	۵۴	۲۸۰	۰	۱۴۵
۱۳۹۳	۴۰۲	۲۱۱۶	۱۷۴	۸۰۱	۴۸۰۴۰	۱۰۹۳۳	۲۷۸	۱۹۸	۱۲۸	۴۸	۲۱۳
ده ماهه ۱۳۹۴	۹	۱۱۷۱۵	۱۵	۳۲	۴۳۷۲۴	۷۳۸۲	۱۶۳	۲۱۸	۴۶	۷/۷	۳۹

ماخذ: گمرک جمهوری اسلامی ایران و محاسبات تحقیق

سطح تعرفه پایه برای صادرات خرما به ترکیه ۲۵ درصد است و در چارچوب موافقتنامه این کشور متحد به حذف کامل و صفر کردن تعرفه وارداتی این محصول تحت رژیم تعرفه سهمیه‌ای شده است. اما سقف واردات این محصول در ۸۰۰۰ تن محدود شده است و این محدودیت اثر قابل ملاحظه‌ای بر صادرات ایران خواهد داشت. واردات ایران در ۱۰ ماهه سال ۱۳۹۴ به حدود ۱۷/۵ هزار تن افزایش یافته است. همانطور که نمودار (۳-۴) نشان می‌دهد در دوره ۹۳-۱۳۸۴ به جز در مقطعی که صادرات بخش کشاورزی به سبب خشکسالی دچار افت شد در بقیه دوره بالای ۸ هزار تن است و در انتهای دوره نیز با توجه به اثر کاهش ارزش پول ملی و اثر موافقتنامه رشد مضاعفی را تجربه کرده است و در ده ماهه سال ۱۳۹۴ به ۱۷/۵ هزار تن افزایش خواهد یافت.



نمودار ۳-۴- وضعیت و سهم ترکیه در صادرات خرمای ایران

در مورد انگور تعرفه حدود ۵۵ درصدی وضع می‌شود و صادرات تحت رژیم تعرفه ترجیحی به ۵۰۰ تن محدود شده است. با توجه به سطح بالای پایه تعرفه‌ای این محصول و محدودیت سهمیه‌ای امکان افزایش صادرات انگور بعد از اعطای تخفیف تعرفه‌ای اندک است. صادرات این محصول نیز تنها در دوره ۹۴-۱۳۹۱ نشان می‌دهد با اجرایی شدن موافقتنامه صادرات کشمش نسبت با سال ۱۳۹۲ کاهش یافته است.

برای سیب نیز محدودیت و سهمیه وارداتی تحت رژیم تجارت ترجیحی در نظر گرفته شده است که امکان صادرات این کشور را محدود می‌کند.

برای رب گوجه فرنگی سطح بالای تعرفه وارداتی (۱۳۶ درصد) و برای شیرینی و بیسکویت سطح بالای عوارض صندوق مسکن اعمال می‌شود. صادرات رب گوجه فرنگی در سال‌های ۱۳۹۳ و ۱۳۹۴ افزایش نسبی دارد و فراتر از دو برابر سهمیه تعیین شده رب به ترکیه صادر شده است و کاهش تعرفه وارداتی از ۱۳۶ درصد به ۶۸ درصد به رشد صادرات منجر شده است. اما در مورد دو کالای شیرینی و بیسکویت کاهش ۵۰ درصدی عوارض صندوق مسکن هم قادر به افزایش صادرات نبوده است.

در مجموع بررسی آثار موافقتنامه تجارت ترجیحی بین ایران و ترکیه نشان می‌دهد در بسیاری از کالاهای کشاورزی به دلیل پیچیدگی سیستم تعرفه کشاورزی ترکیه امکان برخورداری از امتیازات اعطا شده وجود ندارد. اما در مورد معدودی از کالاها مانند روده و خرما خفیف تعرفه‌ای ممکن است اثر مثبتی بر تجارت کشاورزی ایران داشته باشد. واردات تحت رژیم تجارت ترجیحی برای بسیاری از کالاهای صادراتی ایران سقف‌های محدود کننده در نظر گرفته شده است. در شرایطی هم که سهمیه وارداتی اعمال نشده است، سقف تعرفه کالای مربوطه به حدی بالا است که تخفیف ۵۰ درصدی نیز قابلیت رقابت برای کالای ایرانی ایجاد نمی‌کند. در مواردی هم که سقف تعرفه پایین است، سطح عوارض صندوق مسکن بالا است. در مجموع نظام تعرفه این کشور تحت چهار ابزار سهمیه وارداتی، سطح بالای تعرفه، سطح بالای عوارض صندوق مسکن و سهمیه فصلی، ترکیبی پیچیده ایجاد کرده است و تخفیف‌های اعطا شده با سایر ابزارهای حمایتی پوشش داده می‌شوند و به طور عملی امکان کمی برای فضای رقابتی برای کالای ایرانی فراهم می‌کنند.

۳-۳-۴- بررسی موافقتنامه تجارت ترجیحی بین جمهوری اسلامی ایران و پاکستان

موافقتنامه تجارت ترجیحی بین دولت جمهوری اسلامی ایران و دولت جمهوری اسلامی پاکستان مشتمل بر یک مقدمه و ۲۱ ماده و پروتکل اصلاحی برخی مواد آن به شرح پیوست تصویب و در سال ۱۳۸۵ اجرایی

شده است. فهرست کالاهای مشمول ترجیحات تعرفه ای اعطا شده جمهوری اسلامی ایران به جمهوری پاکستان شامل ۳۰۹ ردیف تعرفه (۶رقمی) که ۹ کد تعرفه ای آن مربوط به محصولات کشاورزی و مواد غذایی است. همچنین فهرست کالاهای مشمول ترجیحات تعرفه ای اعطا شده توسط جمهوری اسلامی پاکستان به ایران نیز شامل ۳۳۸ ردیف تعرفه (۶رقمی) که ۹۹ ردیف آن کالای کشاورزی و مواد غذایی است. میگو، لبنیات و تخم مرغ، روده، گل، سبزیجات و میوه‌ها، ادویه و دانه‌های روغنی، دانه‌های روغنی و روغن‌ها، کنسروها، آب و میوه‌ها و سایر صنایع تبدیلی و تکمیلی است.

جدول (۳-۴۲): وضعیت تخفیف تعرفه‌ای برخی کالاهای صادراتی به پاکستان

شرح کالا	کد تعرفه‌ای	تعرفه پایه (درصد)	درصد کاهش
روده	۵۰۴۰۰	۲۰	۱۰
خیار	۷۱۱۴۰	۲۰	۵
پسته	۸۰۵۰	۲۵	۱۰
خرما	۸۰۴۱۰	۲۵	۱۰
انگور	۸۰۶	۲۵	۱۰
هندوانه	۸۰۷۱۱	۲۵	۱۰
سیب	۸۰۸۱۰	۲۵	۱۰
زعفران	۹۱۰۲۰	۲۰	۱۰
رب گوجه	۲۰۰۲۹۰	۲۵	۱۰
شیرینی	۱۷۰۴۹۰	۲۵	۱۰
بیسکویت	۱۹۰۵۳۱	۲۵	۱۰

ماخذ: ضمائم کتاب مقررات صادرات و واردات سال ۱۳۹۴

در فهرست ترجیحات دریافتی ایران برخی کالاها مانند دانه‌های روغنی و روغن‌ها از جمله کالاهایی هستند که امکان صادرات ایران محدود است، چرا ایران مزیت چندانی در تولید چنین کالاهایی ندارد. برای ارزیابی آثار این موافقنامه وضعیت صادرات اقلام عمده صادراتی ایران به این کشور بررسی می‌شود.

اطلاعات جدول (۳-۴۲) نشان می‌دهد اگرچه اقلام عمده صادراتی کشور در فهرست ترجیحات دریافتی از پاکستان قرار دارند، اما درصد بسیار ناچیز تخفیف تعرفه در عمل قادر به ایجاد شرایط رقابتی برای کالاهای ایران نسبت به شرایط سال پایه نیست. سطح تعرفه کالاهای مذکور ۲۰ تا ۲۵ درصد و حداکثر تخفیف تعرفه‌ای



۱۰ درصد (۲ تا ۲/۵ درصد) است. انتظار نمی‌رود چنین سطح نازلی از کاهش تعرفه قادر به افزایش قابل ملاحظه صادرات کالاهای مشمول شود..

جدول (۳-۴۳): روند صادرات محصولات صادراتی مهم برخوردار از تخفیف تعرفه به پاکستان تن

سال	خيار	پسته	خرما	سيب	هندوانه	كشمش	روده	رب گوجه	شيريني	بيسكويت	زعفران
۱۳۷۹	۰	۲۳۷۴	۱۳۱۰۱	۸	۱	۰	۰	۱۴۳	۱۲	۱۸۳	۰
۱۳۸۰	۰	۱۸۱۶	۲۰۳۳۱	۵۹	۰	۰	۰	۴۳۶	۱۹	۱۸۴	۵
۱۳۸۱	۰	۳۴۷۱	۱۷۷۹۴	۰	۰	۰	۰	۳۱۷	۲۹	۱۹۴	۳۹,۴۶
۱۳۸۲	۰	۲۴۲۴	۱۶۶۸۶	۰	۱	۰	۰	۶۶۶	۲	۱۳۸	۱۱۰
۱۳۸۳	۰	۲۳۴۹	۲۲۳۹	۰	۲	۰	۰	۲۷۷	۱۹	۲۷۳	۱۳۴
۱۳۸۴	۹	۳۷۲۱	۱۴۰۸۷	۱۱	۶	۰	۰	۳۷۱	۲۷	۰	۵۶
۱۳۸۵	۷۶	۳۸۶۲	۱۵۸۸۹	۵	۴	۰	۰	۴۸۹	۳۶	۶۵۱	۵,۹۴
۱۳۸۶	۷۸	۴۱۷۵	۹۵۹۸	۱۱	۲	۰	۰	۸۶۴	۲۷	۱۰۹۵	۰
۱۳۸۷	۰	۲۲۶۶	۷۴۵۴	۱۳۹	۱	۰	۰	۱۳۶	۳۵	۲۰۶	۰
۱۳۸۸	۱۱	۲۳۶۴	۶۱۸۲	۷۶	۱۱	۰	۱۰۹	۱۵۷	۲۱	۲۲۷	۰
۱۳۸۹	۰	۴۵۲۲	۱۱۶۴۷	۰	۱۱	۰	۳۷۳	۵۶۳	۳۱۸	۶۹۱	۰
۱۳۹۰	۴۹۲	۳۳۵۸	۱۲۹۸۲	۵۲۷۹	۱۸	۰	۵۲۴	۴۰۵	۴۳۵	۹۲۲	۷۰
۱۳۹۱	۲۶۵	۲۵۸۰	۱۵۰۰۳	۱۷۶۲۸	۲۳	۵۶۷۹	۹۶۱	۳۵	۴۰۸	۱۹۰	۰
۱۳۹۲	۲۸	۲۷۶۴	۱۹۳۳۷	۱۳۷۴	۲۸	۳۸۶۱	۸۴۵	۱۸۷	۱۲۸	۳۸۷	۰
۱۳۹۳	۷۵	۳۵۲۲	۱۸۷۳۶	۲۴۱۳۸	۴۸	۶۱۵۶	۸۰۶	۳۳۳	۱۴۳۹	۲۱۳۸	۰

ماخذ: گمرک جمهوری اسلامی ایران و محاسبات تحقیق

اطلاعات جدول (۳-۴۳) به خوبی نشان می‌دهد، تخفیف تعرفه‌ای اعمال شده به افزایش صادرات محصولات عمده صادراتی کشور منجر نشده است. صادرات بیشتر کالاها از سال ۱۳۸۹ به بعد افزایش قابل ملاحظه‌ای یافته است که این رشد صادرات بیشتر ناشی از افت ارزش پول ملی در این دوره است.

در مقابل ۹۹ قلم کالای کشاورزی که از سوی پاکستان تخفیف تعرفه‌ای به طرف ایرانی اعطا شده است، ۹ قلم کالای کشاورزی و مواد غذایی ایران نیز مشمول تخفیف تعرفه واردات از پاکستان شده‌اند.

در فهرست تخفیف‌های ایران برای واردات کشاورزی و مواد غذایی از پاکستان میگو، نارنگی و برنج کالاهای حساس‌تری برای بخش کشاورزی هستند. اما با توجه به اینکه واردات برنج فراتر از یک میلیون تن در سال است، واردات ۱۰۰ هزار تن از این کالا با تخفیف تعرفه‌ای ۱۰ درصد تهدیدی برای تولید داخل نیست. اگرچه سیاست‌هایی که در سال ۱۳۹۴ برای واردات برنج در نظر گرفته شد (ممنوعیت واردات در دوره ورود محصول داخلی به بازار) اعتراض طرف پاکستانی را در پی داشت. در مورد میگو نارنگی نیز سطح تخفیف تعرفه به حدی نیست که برای تولید داخل آسیب‌زا باشد.

جدول (۳-۴۴): وضعیت تخفیف تعرفه‌ای برخی کالاهای وارداتی از پاکستان

شرح کالا	کد تعرفه‌ای	تعرفه پایه (درصد)	درصد کاهش	توضیحات
فیله ماهی	۳۰۴۹۰	۴۰	۱۶/۵	
لابستر	۳۰۶۱۲	۳۰	۶۱/۵	
میگو	۳۰۶۱۳	۴۰	۱۶/۵	
موز	۸۰۳۰۰	۷۰	۲۴	
گلایه هندی	۸۰۴۵۰	۵۰	۳۴/۵	
نارنگی	۸۰۵۲۰	۵۰	۱۳	
برنج	۱۰۰۶۳۰	۱۰۰	۱۰/۵	تاسقف ۱۰۰ هزار تن در سال
سایر فرآورده های غذایی	۲۱۰۶۹۰	۳۰	۱۵	
غذای حیوان	۲۳۰۵۹۰	۱۵	۱۵	

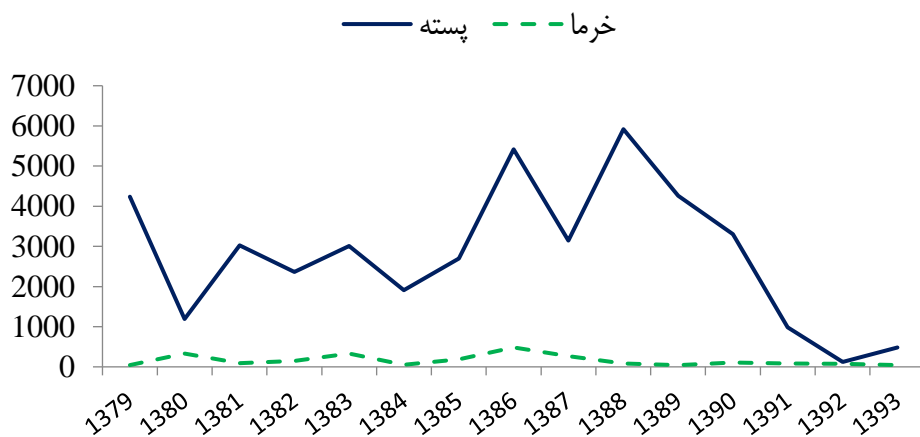
ماخذ: ضمائم کتاب مقررات صادرات و واردات سال ۱۳۹۴

۳-۳-۵- بررسی موافقتنامه تجارت ترجیحی بین جمهوری اسلامی ایران و تونس

موافقتنامه تجارت ترجیحی بین ایران و تونس در تاریخ ۱۳۸۶/۸/۲۷ به تصویب مجلس شورای اسلامی رسیده است. کالاهای مبادلات ترجیحی بین ایران و تونس متضمن ترجیحات و تخفیفات تعرفه ای اعطایی به طرفین است. فهرست تعرفه های ترجیحی اعطا شده توسط ایران به تونس شامل ۲۴۸ ردیف تعرفه شامل ترکیبات شیمیایی، انواع دارو، فلزات، انواع میوه، مواد شوینده، انواع کاغذ، الیاف نخی، مصالح ساختمانی، مواد رنگی است. فهرست تعرفه های ترجیحی اعطا شده توسط تونس به ایران نیز شامل ۱۷۲ ردیف تعرفه شامل فرآورده های پتروشیمی، چرم، شیشه، لوازم آزمایشگاهی، انواع آلیاژها و ماشین آلات راهسازی است. کالاهای کشاورزی و مواد غذایی وارد فهرست دو طرفه ترجیحات تعرفه‌ی موافقتنامه بین ایران و تونس نشده‌اند و آثاری نیز بر این بخش ندارد.

۳-۳-۶- بررسی موافقتنامه تجارت آزاد بین جمهوری اسلامی ایران و سوریه

موافقتنامه ترجیحی ایران و سوریه در قالب سه حوزه صنعتی، کشاورزی و منسوجات است و دو کشور فهرستی از کالاها را مشمول تعرفه ترجیحی برای یکدیگر ساخته اند. این موافقتنامه مصوب ۱۳۸۷/۵/۶ مجلس شورای اسلامی است. در این موافقتنامه از طرف ایران ۸۸ کد تعرفه ۸ رقمی برای اعطای تخفیف تعرفه به سوریه تعیین شده است. ۱۴ کد تعرفه‌ای مربوط به اقلام کشاورزی و مواد غذایی است. فهرست کالاهای سوریه‌ای برای آزادسازی تجارت با ایران نیز ۸۸ کد تعرفه‌ای است که ۴۴ کد آن کالاهای کشاورزی و مواد غذایی است. در این موافقتنامه برای هر کشور دو فهرست ارائه شده است. فهرست ترجیحات تعرفه مربوط به کالاهایی است که مقرر شده است طی دوره ۵ ساله تعرفه آنها به ۴ درصد کاهش یابد (با توجه به اینکه امکان حذف حقوق پایه مصوب مجلس شورای اسلامی وجود ندارد، حداقل تعرفه در رژیم تجاری ایران به جای صفر، ۴ درصد است) و فهرست استثنائات که از شمول حذف تدریجی تعرفه معاف هستند. در فهرست کالاهای معاف از کاهش طرف سوری کالاهای صادراتی مهمی مانند سیب، سیب زمینی، پیاز و گوجه فرنگی از آزادسازی تدریجی تجارت معاف شدند، اما تعرفه کالاهایی مانند روده، پسته، کشمش، خیار، هندوانه، زعفران، بیسکویت و شیرینی به همراه سایر کالاهای خرج از فهرست استثنائات به تدریج طی ۵ سال به ۴ درصد کاهش می‌یابد.



نمودار ۳-۵- روند صادرات پسته و خرما به سوریه

ماخذ: گمرک جمهوری اسلامی ایران

طبق موافقتنامه تجارت آزاد بین دو کشور در تاریخ ۱۳۹۲/۵/۶ تعرفه کالاهای مشمول تجارت آزاد به ۴ درصد کاهش می‌یابد، اما با توجه به درگیر شدن ایران در پروسه تشدید تحریم‌های هسته‌ای و درگیر شدن سوریه در جنگ داخلی، آثار اجرایی شدن این موافقتنامه کاهش یافت. در دوره زمانی موافقتنامه تا پایان سال ۱۳۹۳، از بین کالاهای عمده صادراتی تنها ۲ کالای پسته و خرما به مقدار قابل ملاحظه‌ای به سوریه صادر شدند. در مورد این دو کالا نیز روند صادرات نشان می‌دهد این موافقتنامه اثری بر صادرات آنها نداشته است. در بین کالاهای ایران برای آزادسازی تجاری عسل، زیره، سیب، گردو، سیر و پنیر دارای تولید داخلی هستند که با توجه به درگیری سوریه در جنگ داخلی تهدیدی متوجه تولید داخلی آنها نیست.

۳-۳-۷- موافقت نامه ترجیحی ایران و بوسنی و هرزگوین

موافقتنامه تجارت ترجیحی بین جمهوری اسلامی ایران و بوسنی و هرزگوین مصوب ۱۳۸۸/۶/۱۵ مجلس شورای اسلامی است. فهرست کالاهای پیشنهادی طرف بوسنیایی برای اخذ تعرفه ترجیحی از ایران، شامل ۱۷۰ ردیف تعرفه بوده شامل انواع میوه و سبزیجات، فراورده های نفتی و گازی و پتروشیمی، لباس، فلزات، لوازم خانگی و مبیل است. فهرست کالاهای ایران برای اخذ تعرفه از بوسنی و هرزگوین نیز شامل ۱۷۰ ردیف تعرفه شامل انواع میوه و شیرینی، خاویار، توتون و تنباکو، انواع رنگ، مواد شوینده، فرش، مصالح ساختمانی، لوازم خانگی و وسایل نقلیه موتوری است. از ۱۷۷ کد تعرفه‌ای بوسنی برای اخذ ترجیحات تعرفه ۲۶ کد تعرفه‌ای آن مربوط به کالاهای کشاورزی و مواد غذایی است. از بین ۱۷۷ کد تعرفه‌ای ایران برای دریافت ترجیحات تعرفه‌ای ۳۲ کد تعرفه‌ای مربوط به کالاهای کشاورزی و مواد غذایی است. در فهرست ترجیحات طرف بوسنیایی به ایران کالاهای صادراتی مهمی مانند سیب، انگور، شیرینی، بیسکویت و رب گوجه فرنگی وجود دارد. در بین این کالاها انگور به فهرست کالاهای صادراتی ایران به این کشور در سال‌های ۹۳-۱۳۹۱ وارد شده است، که ورود این کالا همزمان با افت شدید ارزش پول ملی است. اما در مورد سایر کالاها صادر صفر یا ناچیز است.

۳-۳-۸- پروتکل اجرایی یادداشت تفاهم ترجیحات تجاری متقابل بین ایران و قرقیزستان

ترجیحات تجاری متقابل بین جمهوری اسلامی ایران و جمهوری قرقیزستان، موضوع مصوبه مورخ ۱۳۸۸/۹/۳۰ کمیسیون اصل ۱۳۸ قانون اساسی است. فهرست کالاها و نرخ تعرفه های گمرکی در ارتباط با کالاهایی که از جمهوری قرقیزستان به ایران وارد می شود، شامل ۲۹۴ ردیف تعرفه شامل حیوانات زنده، میوه، سبزیجات، انواع پارچه، لباس، شیشه و لوازم برقی است. ۴۵ ردیف تعرفه ای این فهرست مربوط با کالاهای کشاورزی و مواد غذایی است. ضمیمه دو پروتکل فوق الذکر نیز شامل فهرست کالاها و نرخ تعرفه های گمرکی در ارتباط با کالاهایی است که از ایران به قرقیزستان وارد می شود. این فهرست مشتمل بر ۳۰۲ ردیف تعرفه شامل مواد خوراکی و میوه، شیرینی، دارو، مواد شوینده، فراورده های پتروشیمی، مواد لاستیکی، لباس، مصالح ساختمانی و لوازم خانگی است. ۶۴ ردیف کالای تعرفه ای از این اقلام مربوط به کالاهای کشاورزی و مواد غذایی است.

در فهرست ترجیحات قرقیزستان به ایران کالاهای صادراتی مهم شامل سیب زمینی، گوجه فرنگی، سیب، خرما، پسته، خیار، کشمش، شیرینی، بیسکویت و رب گوجه فرنگی وجود دارد. بررسی روند صادرات این کالاها نشان دهنده افزایش صادرات برخی از این کالاها در سال های اخیر است که با توجه به افت شدید ارزش پول ملی همین دوره آثار موافقتنامه چندان روشن نیست و آثار آن در سال های آینده مشخص می شود.

در مجموع روند تحولات موافقتنامه های تجاری ایران با سایر کشورها نشان می دهد که تعداد بسیار زیادی موافقتنامه تجاری بین ایران به صورت دو یا چند جانبه به امضا رسیده است. اما بسیاری از این موافقتنامه ها در مرحله امضا و یا اجرایی صوری باقی ماندند. به عنوان نمونه ایران با کشورهای عضو اکو، کشورهای بزرگ اسلامی (D8) و کشورهای عضو سازمان کشورهای اسلامی دارای موافقتنامه تجاری چند جانبه است، اما چنین موافقتنامه های در مراحل مختلف متوقف شده اند و در عمل کمکی به بهبود تجارت ایران نداشته اند. همچنین یادداشت تفاهم تجاری و موافقتنامه های زیادی با کشورهای مختلفی مانند اندونزی، سنگاپور، ونزوئلا و ... به امضا رسیده است که هیچکدام وارد فاز اجرایی نشدند. موافقتنامه های تجاری نیز که اجرایی شدند، اثر

محدودی بر تجارت ایران دارند. بخش عمده‌ای از عدم اجرای موافقتنامه‌های تجاری کشور ورود به دوره تحریم‌های اقتصادی است.

۴-۳- بررسی تأثیر تغییرات نرخ ارز بر روند صادرات و واردات محصولات کشاورزی ایران

سیاست‌های ارزی و نرخ ارز از متغیرهای کلیدی در اقتصاد هر کشوری است که تعیین آن کار ساده‌ای نیست. در بحث تجارت سیاست ارزی بر صادرات و واردات موثر است و انحراف مدیریت شده آن از مسیر تعادلی دو سیاست متناقض را در پیش روی سیاست‌گذاران قرار می‌دهد. اگر نرخ ارز حقیقی پایین‌تر از نرخ تعادلی ارز باشد، نرخ ارز در جهت گران کردن پول ملی "بیش از حد ارزش‌گذاری پول ملی"^۱ منحرف شده است و اگر نرخ ارز حقیقی بیش از نرخ تعادلی ارز باشد، پول ملی تضعیف و "کمتر از حد ارزش‌گذاری"^۲ شده است. نظریه عمومی پذیرفته شده در مورد انحراف نرخ ارز بیان می‌کند که ارزش‌گذاری بیش از حد پول ملی کاهش رقابت‌پذیری کالاهای صادراتی و افزایش واردات و تضعیف پول ملی افزایش رقابت‌پذیری صادراتی و کاهش تقاضای وارداتی را در پی دارد.

نرخ ارز حقیقی بر اساس قدرت برابری پول با توجه به سطح عمومی قیمت در ایران و آمریکا محاسبه شده است.

$$Re x = fex \times \frac{P_{ir}}{P_{us}} \quad (۱-۳)$$

که در آن $Re x$ نرخ حقیقی ارز، fex نرخ ارز آزاد، P_{ir} سطح قیمت‌ها در ایران و P_{us} سطح قیمت‌ها در آمریکا است. البته این نکته قابل ذکر است که در اینجا تمرکز بحث بر روند ارز حقیقی است و در شرایطی که مقدار مطلق نرخ ارز حائز اهمیت باشد، در انتخاب سبد قیمت‌های خارجی باید دقت شود. روند نرخ ارز حقیقی محاسبه شده در این مطالعه با روند نرخ ارز حقیقی محاسبه شده در پژوهش صابونی‌ها، ۱۳۹۴ و محمدی و نبی‌زاده، ۱۳۹۲ یکسان است. با توجه به اینکه تمرکز مطالعه بر روند نرخ ارز حقیقی است برای کاهش

^۱Over valuation

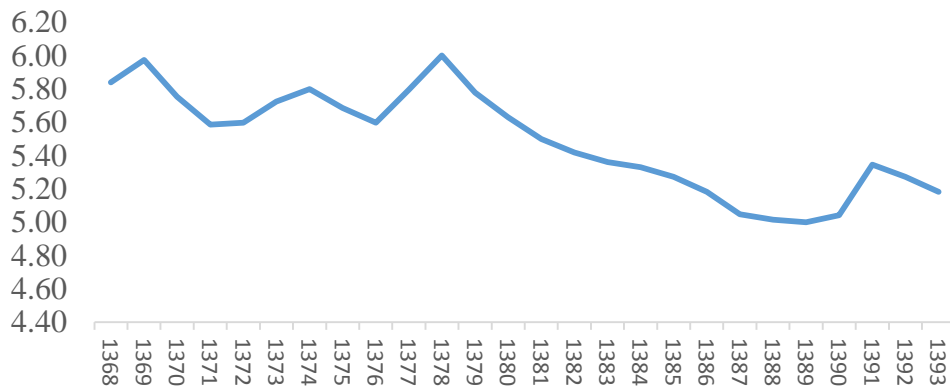
^۲Under valuation

نوسان‌های جزئی نرخ ارز و دریافت دقیق روند آن، نرخ محاسبه شده بر اساس فرمول زیر نرمال شده است تا اعداد در دامنه محدودتری قرار گرفته و نمودار هموارتر شود.

$$NRe_x = \frac{(Re_{x_i} - mnRe_x)}{(mxRe_x - mnRe_x)} \quad (2-3)$$

که در آن NRe_x نرخ ارز نرمال شده، Re_{x_i} نرخ ارز حقیقی در سال مورد نظر، $mxRe_x$ بیشینه نرخ ارز در دوره مورد بررسی و $mnRe_x$ کمینه نرخ ارز در دوره مورد بررسی است. البته با توجه به اینکه نرمال‌سازی با این روش اعداد را بین صفر و یک قرار می‌دهد برای فاصله گرفته نمودار از محور افقی به همه اعداد ۵ واحد اضافه شده است.

سیاست‌های ارزی کشور دوره‌های متفاوتی را پشت سر گذاشته است. در برنامه اول دولت با سیاست ارز دولتی (رسمی) ۷۰ ریالی در پی تامین نیازهای وارداتی کالاهای اساسی و نهاده‌های سرمایه‌ای با قیمت ارزان بود. چنین سیاستی به فضای چند نرخ ارز دامن زده بود. در طول این برنامه بجز در سال ۱۳۶۹ تورم در کشور بین ۱۷ تا ۲۶ درصد در نوسان بود. با وجود فشار رو به افزایش تقاضای ارز سیاست‌های کنترلی دولت، به روند نزولی نرخ ارز حقیقی منجر شد. با شروع برنامه دوم توسعه و فشار رو به افزایش تقاضای ارزی، سیاست‌گذار نرخ رسمی ارز را تعدیل و به ۱۷۵۰ ریال افزایش داد و نرخ حقیقی ارز با نوساناتی در مسیر افزایش قرار گرفت. با شروع برنامه سوم توسعه، رشد صادرات نفت و درآمدهای نفتی و ثبات بیشتر محیط کلان اقتصادی، به موفقیت دولت در سیاست کنترل ارزی منجر شد. در سال ۱۳۸۱ دولت اقدام به تغییر و یکسان‌سازی نرخ ارز کرد و با سیاست مدیریت ارزی و اتکا به ذخایر ارزی قابل توجه مانع افزایش واقعی نرخ ارز شد. در طول برنامه‌های سوم و چهارم توسعه نرخ ارز حقیقی مسیر کاهشی داشت.



نمودار ۳-۶- روند نرخ ارز حقیقی در ایران^۱

اما فشار تشدید تحریم‌های هسته‌ای و مشکل صادرات نفتی و انتقال ارزی در سال‌های ۱۳۹۰ و ۱۳۹۰ دولت را در تنگنای شدید ارزی قرار داد و نرخ ارز از کنترل خارج شد، خروج نرخ ارز از دایره کنترل سیاست‌گذار به افزایش شوک‌وار نرخ ارز و افزایش نرخ حقیقی ارز منجر شد. اما با تغییر دولت، مذاکرات هسته‌ای و نهایی شدن برجام، بار دیگر دولت به سیاست تک‌نرخی کردن ارز و مدیریت شناور ارز روی آورد که نتیجه چنین سیاستی تغییر مسیر نرخ ارز حقیقی و روند کاهشی آن در سال‌های ۱۳۹۲ و ۱۳۹۳ بود که به نظر می‌رسد در صورت موفقیت سیاست‌گذار در کنترل نرخ ارز به مسیر کاهشی خود ادامه دهد.

ماهیت دوره‌ای نرخ ارز این فرضیه را که صادرات و واردات کشاورزی را نیز به صورت دوره‌ای متاثر کرده است قوت می‌بخشد. برای بررسی چنین فرضیه در این مطالعه متغیرهای صادرات و واردات کشاورزی و مواد غذایی تجزیه و رفتار دوره‌ای آنها (سیکل) شناسایی شد. هر سری زمانی سالانه از سه جزء سیکل، روند و جزء تصادفی و غیرقابل پیش‌بینی تشکیل شده است^۲. جزء سیکل هر سری از رفتارهای دوره‌ای محیط اقتصاد کلان متاثر شده و بیانگر رویدادها و تحولات کلان در دوره‌ای مشخص است.

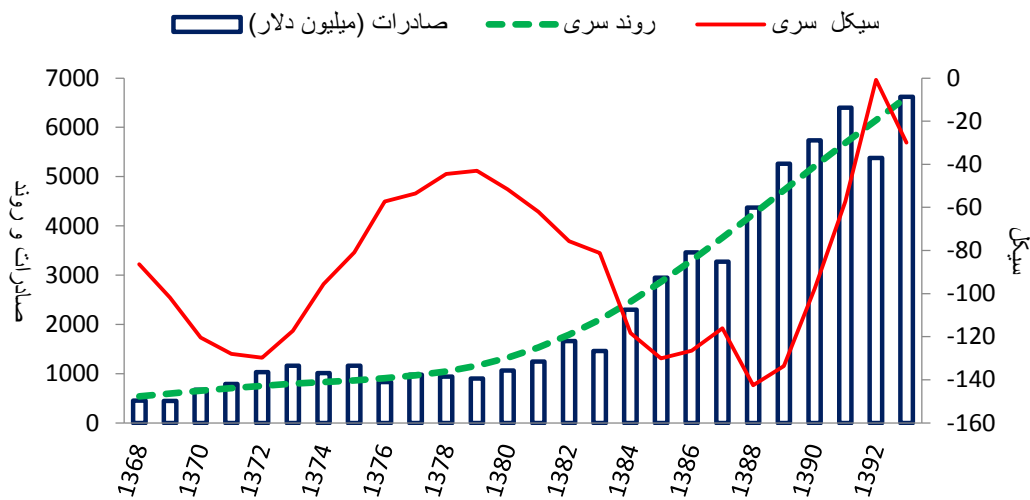
^۱ نرخ ارز محاسباتی برای هموار شدن و مشخص شدن روند آن در دوره‌های مختلف نرمال شده است.
^۲ در این مطالعه برای تجزیه سری‌های زمانی صادرات و واردات کشاورزی و مواد غذایی از فیلتر هودریک - پرسکات استفاده شده است.

برای این منظور سری زمانی متغیرهای صادرات و واردات کشاورزی و مواد غذایی با فیلتر هودریک - پرسکات تجزیه شده است. فیلتر هودریک - پرسکات با حداقل کردن مجموع مجذور انحراف متغیر Y از روند آن به دست می آید. در واقع مقادیر روند فیلتر هودریک - پرسکات مقادیری هستند که رابطه زیر را حداقل کند.

$$\min \sum_{t=1}^T (y_t - y_t^*)^2 + \lambda \sum_{t=2}^{T-1} [(y_{t+1}^* - y_t^*) - (y_t^* - y_{t-1}^*)]^2 \quad (1-3)$$

در حالیکه T تعداد مشاهدات و پارامتر λ عامل موزون است که میزان هموار بودن روند را تعیین می کند. برای $\lambda=1600$ آمار فصلی و $\lambda=100$ برای آمار سالانه استفاده می شود. بر پایه این فیلتر سری زمانی تجزیه و جزء روند و سیکل سری مشخص می شود.

بررسی رفتار بلندمدت سری زمانی صادرات کشاورزی و مواد غذایی نشان می دهد، دارای رفتار دوره ای منطبق بر روندهای نرخ ارز حقیقی است. اگرچه روند کلی این متغیر افزایشی است، اما همانگونه که نمودار (۷-۳) نشان می دهد، در دوره ای که نرخ ارز حقیقی روند کاهشی دارد، رفتار دوره ای صادرات کشاورزی و مواد غذایی نیز کاهشی است. به عنوان نمونه در دهه ۸۰ (۱۳۷۹-۱۳۸۹) و دوره ای که دولت با اتکای به ذخایر ارزی قابل اتکا سیاست کنترل ارزی را با موفقیت پیگیری و نرخ ارز حقیقی در مسیر کاهش قرار گرفته است، صادرات کشاورزی نیز وارد دوره کاهشی شده است. همچنین در دوره تشدید تحریم ها و خروج نرخ ارز از کنترل دولت صادرات کشاورزی وارد دوره افزایشی شده است.

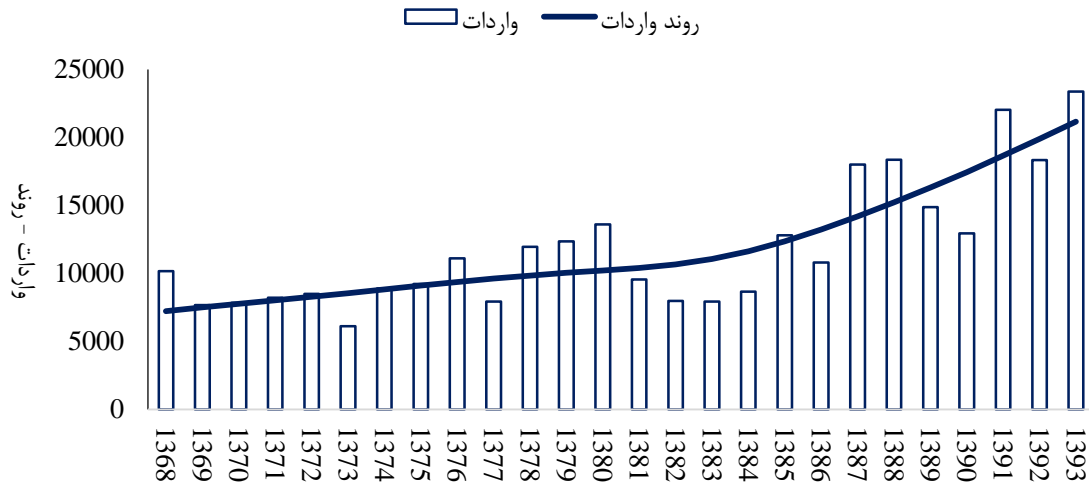


نمودار ۳-۷- بررسی رفتار متغیر صادرات کشاورزی و مواد غذایی میلیون دلار

ماخذ: گمرک جمهوری اسلامی ایران و یافته‌های تحقیق

مقایسه نمودارهای (۳-۶) و (۳-۷) به خوبی نشان می‌دهد که سیاست ارزی دولت بر صادرات کشاورزی و مواد غذایی موثر است و صادرات این کالاها رابطه مستقیمی با نرخ ارز حقیقی دارد. کاهش نرخ ارز حقیقی و تقویت پول ملی صادرات کشاورزی و مواد غذایی را کاهش می‌دهد و در مقابل افزایش نرخ ارز حقیقی و تضعیف پول ملی صادرات این کالاها را افزایش خواهد داد. در بحث آثار سیاست‌ارزی بر واردات کشاورزی و مواد غذایی فرض محتمل آن است که این متغیر روند نرخ ارز حقیقی را به قدرت صادرات این کالاها تعقیب نکند، چرا که بخش عمده‌ای از واردات کالاهای کشاورزی و مواد غذایی، کالاهای اساسی و درگیر ملاحظات امنیت غذایی است. روشن است که سیاست‌گذار تحت هر شرایطی تلاش می‌کند کمبود چنین کالاهایی را از طریق واردات تامین کند. نگاهی به نمودار (۳-۸) به خوبی چنین فرضیه‌ای را تایید می‌کند. رفتار دوره‌ای واردات کشاورزی در برنامه اول توسعه که نرخ ارز حقیقی در مسیر کاهش نسبی قرار داشت، مطابق با انتظارات تئوریک وارد دوره افزایش شده است. اما در برنامه دوم توسعه و با ورود نرخ ارز حقیقی به دوره افزایش نسبی، متغیر واردات از رفتار نرخ ارز حقیقی تبعیت چندانی نکرده و به رفتار افزایشی ادامه داده است. در دهه ۸۰ ورود دوباره نرخ ارز حقیقی به دوره کاهش، متغیر واردات کشاورزی و مواد غذایی تغییر رفتار داده و به جای مسیر افزایشی وارد دوره کاهشی شده

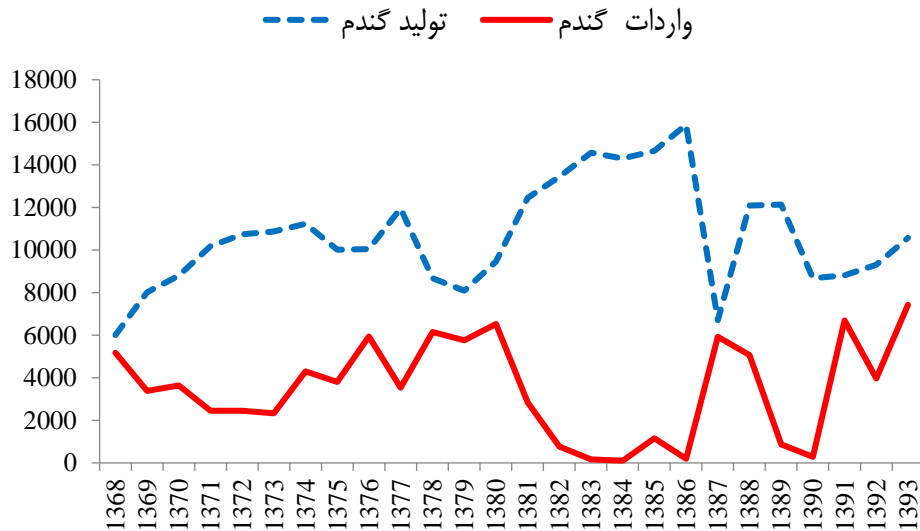
است. با تشدید تحریم و افزایش نرخ ارز حقیقی، متغیر واردات به مسیر افزایشی برگشته و رفتاری خلاف تئوری بروز داده است.



نمودار ۳-۸- بررسی رفتار متغیر واردات کشاورزی و مواد غذایی - میلیون دلار

ماخذ: گمرک جمهوری اسلامی ایران و یافته‌های تحقیق

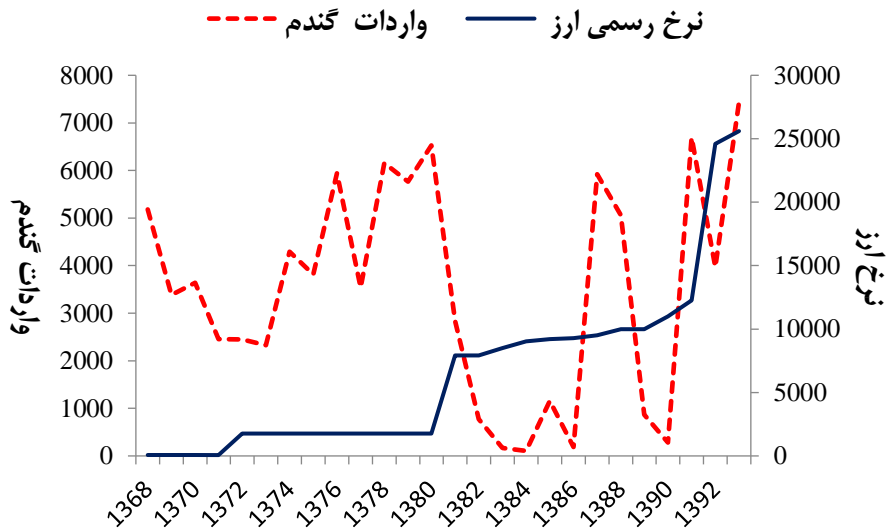
در مجموع می‌توان اذعان کرد که واردات کشاورزی تبعیت چندانی از رفتار دوره‌ای نرخ ارز حقیقی ندارد. نگاهی به وضعیت تولید و واردات چند محصول عمده وارداتی به خوبی نشان می‌دهد که واردات کشاورزی و مواد غذایی تابع ملاحظات امنیت غذایی است و بیش از هر متغیر دیگری از میزان تولید داخل و کمبود عرضه داخلی متأثر می‌شود.



نمودار ۳-۹- روند تولید و واردات گندم هزار تن

ماخذ: گمرک جمهوری اسلامی ایران، مرکز آمار و فناوری وزارت جهاد کشاورزی و یافته‌های تحقیق

نمودار (۳-۹) به خوبی نشان می‌دهد که واردات گندم به عنوان یکی از عمده‌ترین اقلام وارداتی به طور کامل از میزان تولید این محصول تبعیت می‌کند و هر زمان که تولید داخلی گندم افزایش یابد واردات این کالا کاهش و کاهش تولید به افزایش واردات آن می‌انجامد. مقایسه نمودار (۳-۱۰) و (۳-۱۱) بخشی از رفتار متغیر کل واردات کشاورزی و مواد غذایی را نشان می‌دهد. به عنوان نمونه ورود این متغیر در دهه ۸۰ با وجود روند کاهشی نرخ ارز حقیقی به دوره کاهشی ناشی از افزایش قابل ملاحظه تولید گندم و کاهش زیاد واردات این محصول است. ورود کالایی استراتژیک مانند گندم همانگونه که در نمودار (۳-۱۲) مشخص است ارتباطی با نرخ ارز ندارد و روند متغیر نرخ ارز اثر چندانی بر واردات آن نخواهد گذاشت.

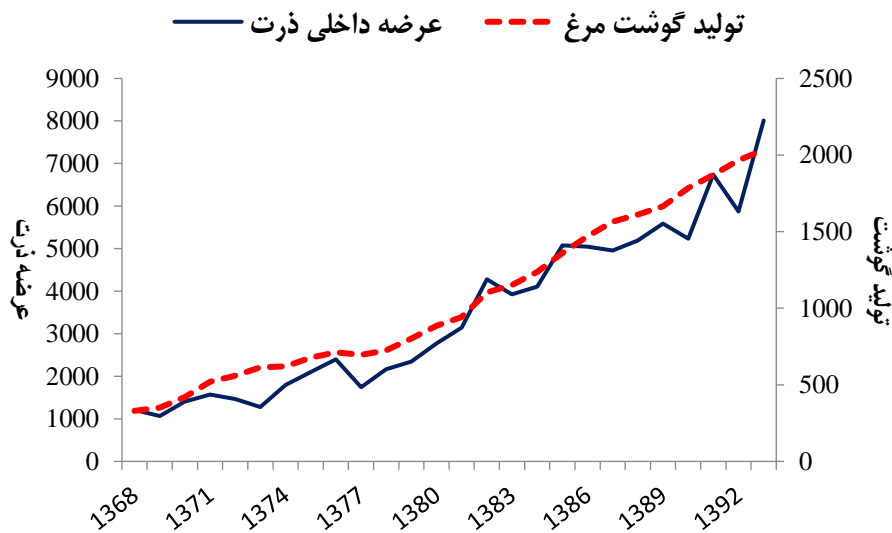


نمودار ۳-۱۰- روند نرخ ارز رسمی و واردات گندم ریال- هزار تن

ماخذ: گمرک جمهوری اسلامی ایران، بانک مرکزی و یافته‌های تحقیق

بررسی وضعیت واردات ذرت به عنوان دیگر کالای عمده وارداتی بخش کشاورزی نیز نشان می‌دهد واردات

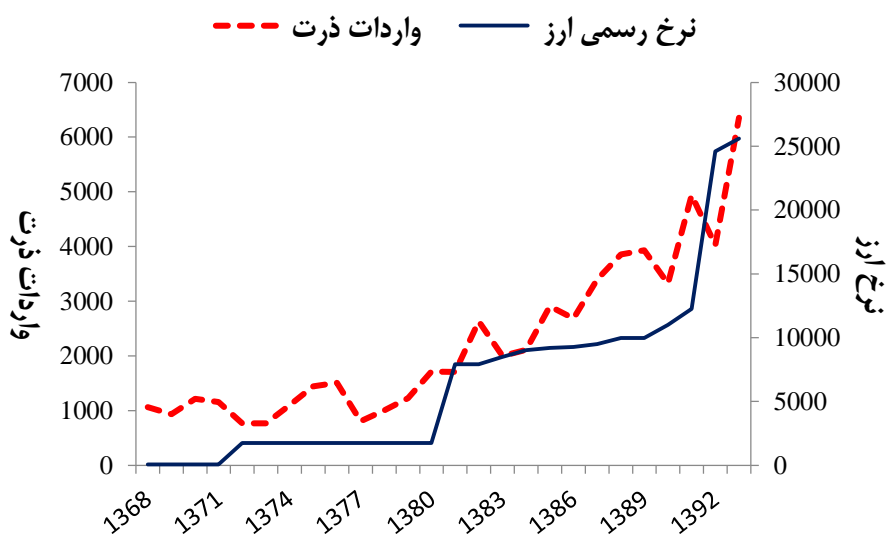
این کالا برای جبران مازاد تقاضای داخلی صنعت طیور انجام می‌شود.



نمودار ۳-۱۱- روند تولید گوشت مرغ و عرضه داخلی ذرت هزار تن

ماخذ: گمرک جمهوری اسلامی ایران، مرکز آمار و فناوری وزارت جهاد کشاورزی و یافته‌های تحقیق

نمودار (۳-۱۱) نشان می‌دهد واردات ذرت برای تضمین عرضه کافی این کالا برای پایداری تولید صنعت طیور انجام می‌شود و متغیر عرضه داخلی ذرت رفتار سری زمانی تولید داخلی گوشت مرغ را به طور کامل دنبال می‌کند. واردات این کالا برای جبران و تکمیل تولید داخلی ذرت برای پوشش تقاضای داخلی صنعت طیور رخ می‌دهد و همانگونه که نمودار (۳-۱۲) نشان می‌دهد واردات ذرت از روند نرخ ارز تبعیت نمی‌کند و با وجود روند افزایشی نرخ ارز رسمی واردات ذرت نیز روندی افزایشی دارد.



نمودار ۳-۱۲- روند نرخ ارز رسمی و واردات ذرت ریال- هزار تن

ماخذ: گمرک جمهوری اسلامی ایران، بانک مرکزی و یافته‌های تحقیق

در مجموع آنچه که از تحلیل حاصل نتیجه‌گیری می‌شود این است که صادرات کالاهای کشاورزی و مواد غذایی اثرپذیری قوی از سیاست‌های ارزی دولت دارد و سیاست‌های ارزی دولت که به شکل کم و بیش ارزش‌گذاری نرخ ارز بروز می‌کند، صادرات کشاورزی و مواد غذایی صادرات کشاورزی را متاثر می‌کند. زمانی که دولت تثبیت مدیریت شده نرخ ارز را در پیش می‌گیرد، چنانچه محیط اقتصاد کلان و شرایط ارزی دولت موفقیت دولت را در اجرای سیاست تضمین کند، ارز حقیقی وارد دوره کاهشی شده و تقویت مدیریت شده پول ملی صادرات کشاورزی را وارد سیکل کاهشی می‌کند. در دوره‌هایی که دولت به دلایلی (تشدید تحریم،

کمبود ارزی و شرایط کلان اقتصادی) قادر به اجرای سیاست تثبیت مدیریت شده نرخ ارز نبوده و ارز حقیقی وارد دوره افزایشی شده است، صادرات کشاورزی نیز وارد دوره افزایشی شده است.

اما با توجه به ترکیب خاص واردات کشاورزی و مواد غذایی و سهم بالای کالاهای اساسی در واردات کشاورزی و مواد غذایی، رفتار سری زمانی واردات این کالاها تبعیت چندانی از رفتار نرخ ارز ندارد و بیشتر تابع ملاحظات امنیت غذایی است. در واقع در زمانی که نرخ ارز حقیقی وارد دوره افزایشی می‌شود (مانند دوره تشدید تحریم) و قدرت رقابتی کالاهای خارجی برای ورود به ایران کاهش می‌یابد، دولت برای تضمین امنیت غذایی اقدام به واردات با نرخ‌های ارز رسمی می‌کند و در عمل مانع از تقویت تولید داخلی و کاهش واردات می‌شود.

۳-۵- بررسی کیفیت و بسته بندی کالاهای صادراتی کشاورزی و نقش آن در قیمت گذاری به

صورت کلان

۳-۵-۱- مقدمه

بسته بندی جزء لازم و ضروری زندگی مدرن است. هرچه یک کشور صنعتی تر و مدرن تر باشد، به همان نسبت اهمیت و گستردگی کالاهائی که دارای بسته بندی هستند نیز بیشتر است. (سعیدیان، ۱۳۸۱). بسته بندی یکی از حساس ترین و در عین حال تعیین کننده ترین مراحل عرضه و مصرف کالا است. اهمیت آن تا بدان جاست که حتی کیفیت و محتوای بعضی از مواد را تحت تاثیر قرار می دهد و بسیاری از مصرف کنندگان بخشی از کیفیت را به بسته بندی آن نسبت می دهند. بسته بندی می تواند عامل تمایز از رقبا و نوعی مزیت رقابتی باشد، یک بسته بندی نوآورانه می تواند حتی ادراکات مصرف کنندگان را نسبت به محصول تغییر دهد و یک موقعیت خرید در بازار ایجاد کند. در ادبیات بازاریابی بسته بندی نقش با اهمیتی را به عنوان یکی از ابزار بازاریابی از طریق حفاظت، ترفیع و آسایش مصرف کنندگان بازی می کند. امروزه در سراسر دنیا، صنایع این حقیقت را دریافتند که چنانچه بسته بندی، با کیفیت خوبی ارائه شود می تواند لبه برنده سلاح رقابت آنها باشد (فیض و سلحشور، ۱۳۸۷).

نقش صنعت بسته‌بندی به عنوان تکمیل‌کننده کلیه بخش‌های تولیدی اعم از صنعت و کشاورزی به ویژه در زمینه کشاورزی و صنایع وابسته به آن که خود تبدیل مواد خام کشاورزی به مواد غذایی می‌باشد از جایگاه والایی برخوردار است.

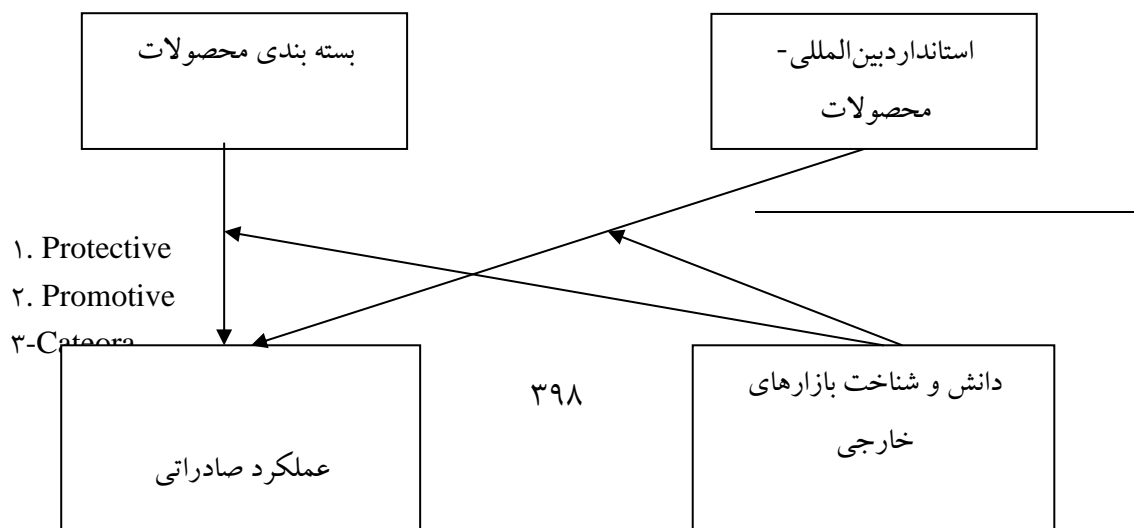
تولید هنگامی به گونه‌ای ارزشمند ارائه می‌شود که از طریق بسته‌بندی اصولی به مرکز ارزش‌گذاری خود منتقل گردد. بنابراین یکی از فاکتورهای افزایش توان رقابت در بازارهای بین‌المللی صنعت بسته‌بندی به شمار می‌آید.

افزایش جهانی سازی سازمانها را مجبور نموده است که به بازبینی و بازتعریف از مواردی که به ایجاد مزیت رقابتی آنها کمک می‌کند بپردازند. در محیطی که بمباران آگهی، ترفیعات و تخفیفات هفتگی و با حتی روزانه صورت می‌گیرد و کیفیت محصولات خروجی از خطوط تولید شرکتها همگرایی شگفت‌آوری را تجربه می‌کند، اهمیت مبحث بسته‌بندی را بیش از پیش آشکار می‌سازد و توجه و بازاندیشی در سازوکارهای آن را ضرورتی غیر قابل انکار معرفی می‌نماید (شایانگ ۲۰۰۴). با وجود آنکه اهمیت و ضرورت توجه به بسته‌بندی در کشورهای در حال توسعه و بازارهای غیر رقابتی آنها نمود چندانی ندارد؛ اما ارزش بازار بسته‌بندی جهانی در حدود ۵۰۰ میلیارد دلار تخمین زده می‌شود که اغلب آن مربوط به کشورهای صنعتی می‌شود (راند، ۲۰۰۵).

بسته‌بندی به عنوان یک ابزار کارآمد سالهاست که مورد نظر کارشناسان علم بازاریابی قرار گرفته است. استفاده از انواع مختلف بسته‌بندی ضمن اینکه قابلیت نگهداری بهتری را به کالا می‌بخشد در کسب سهم بالاتری از بازار، برای کالای مورد نظر نیز مؤثر است.

نظریه پردازان بازاریابی، دو نقش مهم برای بسته بندی متصور هستند که عبارتند از نقش حمایتی^۱ و نقش تشویقی^۲. چنانکه از واژه به کار گرفته شده برای این نقش ها نیز برمی آید نقش نخست به وجه نگهداری و دوام حاصل از بسته بندی و نقش دوم به جنبه آگاهی دهنده و پیش برنده بسته بندی اشاره دارد. از دیگر سو توجه ناکافی به موازین بسته بندی بهداشتی موجب گشته است که محصولات مختلف غذایی کشور علیرغم دارا بودن کیفیت بسیار خوب در بدو تولید به دلیل پیدایش پاره ای آلودگی های ثانویه و یا عرضه در اندازه ها و اشکالی خارج از استاندارد یا پسند بازار هدف نتوانند به بازارهای جهانی راه یافته و مسیر را برای افزایش سطح تولید داخلی هموار نمایند. بدیهی است با اجرای طرح های فرآوری و بسته بندی بهداشتی ، محصولات غذایی تولیدی کشور ، قابلیت رقابت با محصولات مشابه خارجی را در بازارهای جهانی خواهند داشت. در بسیاری از تولیدات، بسته بندی سودآورتر و ارزآورتر از خود محصول است، لیکن این موضوع در ایران بسیار کم مورد توجه قرار می گیرد و علی رغم تحول و رشد صنعت بسته بندی در سال های اخیر در ایران، همچنان صنعت بسته بندی ما فاصله چشمگیری با کشورهای رقیب توسعه یافته دارد (وظیفه دوست، ۱۳۹۴).

بر اساس مطالعه و بررسی ادبیات موضوع و با اقتباس از مدل ترکیبی کاتنورا^۳(۱۹۹۳)، کاوسگیلوزو^۴(۱۹۹۴)، ابیواسلاتر^۵(۱۹۸۹)، مدلی برای بررسی تاثیر بسته بندی و استاندارد بین المللی محصولات کشاورزی بر عملکرد صادراتی با توجه به نقش تعدیل گری دانش و شناخت بازارهای خارجی که در آن بسته بندی و استاندارد بین المللی محصولات (متغیر مستقل) ، عملکرد صادراتی (متغیر وابسته) و دانش و شناخت بازارهای خارجی (متغیر تعدیل گر) می باشد ، به صورت زیر مطرح می شود :



شکل (۳-۱): مدل مفهومی تحقیق (با اقتباس از مدل کاتئورا (۱۹۹۳)، کاتسیکیس و همکاران (۱۹۹۵)، اییواسلاتر (۱۹۸۹)

اوپنی و اموتایو (۲۰۰۹) در مطالعه خود به این نتیجه رسیدند که بسته بندی استاندارد بین المللی محصولات از طریق افزایش میزان توانمندی و مزیت رقابتی شرکت های صادر کننده در مقایسه با رقبای اصلی در بازارهای صادراتی موجب ارتقای عملکرد صادراتی این گونه شرکت ها می شود.

۳-۵-۲- انواع بسته بندی

بسته بندی یکی از حساس ترین و تعیین کننده ترین مراحل عرضه و مصرف کالا می باشد و می تواند عامل تمایز از رقبا و نوعی مزیت رقابتی باشد. انتخاب بسته بندی مناسب مواد غذایی سبب می گردد تا این اطمینان حاصل شود که کالاهای صادراتی بدون هیچ ایرادی به مقصد مورد نظر ارسال گردد. همچنین بسته بندی مطلوب کالا و رضایت مصرف کننده، سبب رونق فروش محصول در بازارهای هدف می شود. بنابراین سرمایه گذاری در بخش بسته بندی می تواند سهم بازار را افزایش دهد. یکی از روش هایی که جهت جلوگیری از ضایعات و جلب رضایت مشتری همواره در حال تحول بوده، بسته بندی محصولات غذایی می باشد. در واقع بسته بندی نقش اصلی را در ایجاد ارزش افزوده ایفا می کند. از جمله مهمترین مشخصات یک بسته بندی مناسب، دارا بودن تناسب بین بسته بندی اولیه، ثانویه، حمل و نقل، انبارداری و توزیع در بازارهای هدف، قابلیت رقابت در بازار هدف با توجه به شاخص های

تعیین کننده مصرف، سهولت مصرف کالا، تطابق با مسائل زیست محیطی، سازگاری با قوانین مورد درخواست بازار، اطلاع رسانی پویا و اعتمادپذیر، می باشد.

بسته‌ها انواع متفاوت دارند. برای مثال یک بسته انتقالی یا بسته توزیعی نوعی از بسته‌بندی است که برای حمل در کشتی و جابه‌جایی در فروشگاه استفاده می‌شود. بعضی مواقع بسته‌ها را بر اساس لایه موجود و عملکرد به دسته‌های اولیه، ثانویه و ... تقسیم می‌کنند.

بسته‌بندی اولیه: معمولاً کوچک‌ترین واحد توزیع یا بکارگیری است و اولین لایه در برگزیده محصول است که در تماس مستقیم با محصول می‌باشد و آن را در بر می‌گیرد.

بسته‌بندی ثانویه: بیرون از بسته‌بندی اولیه است و می‌تواند برای گروه‌بندی کردن بسته‌های اولیه باشد. بسته‌بندی سوم: برای حمل در کشتی و توزیع عمده بکار گرفته می‌شود.

۳-۵-۳- صنعت بسته بندی در ترکیه

صنعت بسته بندی ترکیه با نیازهای بسته بندی محصولاتی که به شکل بسته بندی وارد می شود و جایگزین محصولات داخلی و بومی این کشور می شود، توسعه یافته است. همچنین پتانسیل صادراتی محصولات داخلی این کشور به صورت موازی با بهبود کیفیت و تنوع بسته بندی رشد می کند. رشد بخش بسته بندی ترکیه با وضع قوانینی که به طور مستقیم از سلامت عمومی جامعه و مصرف کنندگان حمایت می کند، ارتقاء یافته است. در طول ۱۵ سال گذشته، صنعت بسته بندی کشور ترکیه رشد سالیانه ۶۷ درصدی را تجربه کرده است. این درحالی است که رشد بسته بندی ۲ تا ۳ درصد از رشد GNP این کشور بیشتر است. گردش مالی صنعت بسته بندی ترکیه معادل ۲/۵۸ میلیارد دلار تخمین زده شده است. در میان ۱۰۰۰ شرکت برتر ترکیه که هر ساله معرفی شده و جوایزی دریافت می دارند، نام ۵۶ شرکت بسته بندی، به چشم می خورد

(www.myindustry.ir, 2015).

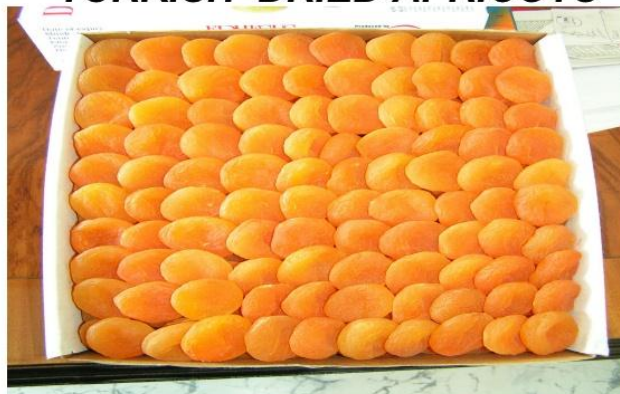
تخمین زده می شود که در حدود ۵۰۰۰ شرکت در ترکیه مواد بسته بندی تولید می کنند. در حدود ۲۶۵۰ شرکت از آنها در کاتالوگی که توسط ASD، اتحادیه تولیدکنندگان بسته بندی ترکیه تهیه شده است، نام برده شده است. در این کاتالوگ زمینه فعالیت، نشانی و لوگوی این شرکت ها درج شده است. البته تعداد تولیدکنندگان بسته بندی، بیش از تعداد ذکر شده است چرا که تنها شرکت هایی که فقط در بخش بسته بندی به فعالیت مشغولند در این کاتالوگ نام برده شده است. اما شرکت هایی وجود دارند که در بخش های مختلفی فعال هستند اما سفارش هایی برای بسته بندی نیز دریافت میکنند. بخش عمده این شرکت ها، در مقیاس کوچک و متوسط فعالیت دارند (www.myindustry.ir, 2015).

شرکت های بسته بندی به طور عمده در شهرهای استانبول، ازمیر، آدانا، آنکارا، کونیا و... فعالیت دارند. در حدود ۸۰ تا ۱۰۰ هزار نفر در بخش بسته بندی مشغول به کار هستند. درصد بالایی از نیروی کار بخش بسته بندی در جایی هستند که تکنولوژی نسبتاً پیشرفته تولید مورد نیاز است (http://www.euromonitor.com, 2014). ۲۵ درصد از صادرکنندگان ترکیه به کشورهای آلمان، انگلستان و فرانسه که کشورهای پیشرفته اتحادیه اروپا هستند، محصولات خود را صادر می کنند. به دنبال این ۳ کشور، ایالات متحده و فدراسیون روسیه در مکان های چهارم و پنجم قرار دارند. (http://www.euromonitor.com, 2014).

Sadettin SAMRIOĞLU
 Hazelnuts Products Manufacturing & Foreign Trade Co.
 Rıza Samrioğlu Caddesi No:1 Kocaali 54800 Sakarya Türkiye
 Your Hazelnuts Supplier since 1940



TURKISH DRIED APRICOTS



PRODUCT : World best and most delicious **Dried apricots** grown in Malatya (TURKEY), processed by the sun, and preservative sulphur dioxide, processed in hygienic conditions in Modern Plant, which are intended for direct consumption

شکل (۳-۲): نمونه‌ای از بسته بندی صادراتی در ترکیه

در کوششی که توسط اتحادیه تولید کنندگان بسته بندی ترکیه (ASD) انجام شد، تعداد ۲۶۵۰ شرکت در صنعت بسته بندی ترکیه از سراسر این کشور، اطلاعات آنها جمع آوری شد. نشانی دفاتر و کارخانه شرکت ها، حضور در همه نمایشگاه های بسته بندی ترکیه و زمینه فعالیت این شرکت ها هر ساله به روز می شود و در قالب یک CD به صنعت بسته بندی ارائه می شود. خریداران و تولید کنندگان به سادگی به این اطلاعات دسترسی دارند و از طریق اینترنت نیز اطلاعات تولید کنندگان را می توانند مشاهده کنند. این بانک اطلاعاتی اولین پایه توسعه تجارت در صنعت بسته بندی ترکیه خواهد بود.

۳-۵-۴- بسته بندی در استرالیا

در جامعه امروز استرالیا بسته بندی یک امر ضروری است و بخش جدایی ناپذیر از زندگی روزمره می باشد. بسته بندی نقش کلیدی در تولید، توزیع و بازاریابی کالاها را در بازار ایفا می کند. ایمنی، مناسب بودن و رعایت مسائل زیست محیطی از پیش نیازهای ضروری برای بسته بندی می باشد. تقاضای مشتریان از بسته بندی بطور روزافزون در حال تغییر است. این تغییرات برگرفته از تغییرات اجتماعی جغرافیایی، توسعه تکنولوژی و ملاحظات محیطی می باشد. تولیدکنندگان بسته بندی نیازمند پاسخ به این فشارها از طریق ایجاد ارزش افزوده در بسته بندی هایشان می باشند.

اولین پیمان ملی بسته بندی در کشور استرالیا و در سال ۱۹۹۹ بسته شد. این معاهده در سال ۲۰۰۴ مورد بازبینی قرار گرفت و در سال ۲۰۰۵ یک پیمان موثق تر و جدیدتر با کمی تغییر نسبت به قبل برای عملکرد بهتر در بسته بندی منعقد شد. در حال حاضر بیشتر از ۴۰۰ کمپانی و شرکت های صنعتی در زنجیره تامین بسته بندی در کشور استرالیا مشغول فعالیت هستند. ارزش تولید بسته بندی در استرالیا حدود ۱۰ تا ۱۰/۵ میلیارد دلار می باشد و حدود ۳۰,۰۰۰ نفر بطور مستقیم در صنعت بسته بندی فعالیت می کنند. ۶۵ تا ۷۰ درصد از مواد بسته بندی در استرالیایی در صنعت غذایی و نوشیدنی مصرف می شوند که بیشترین مواد مورد نیاز آن از کاغذ و مقوا در ادامه پلاستیک، فلز، شیشه و دیگر مواد می باشد. صاحبان شرکت های استرالیایی جز تولیدکنندگان برجسته در صنعت بسته بندی می باشند (The Packaging Council of Australia, 2015).

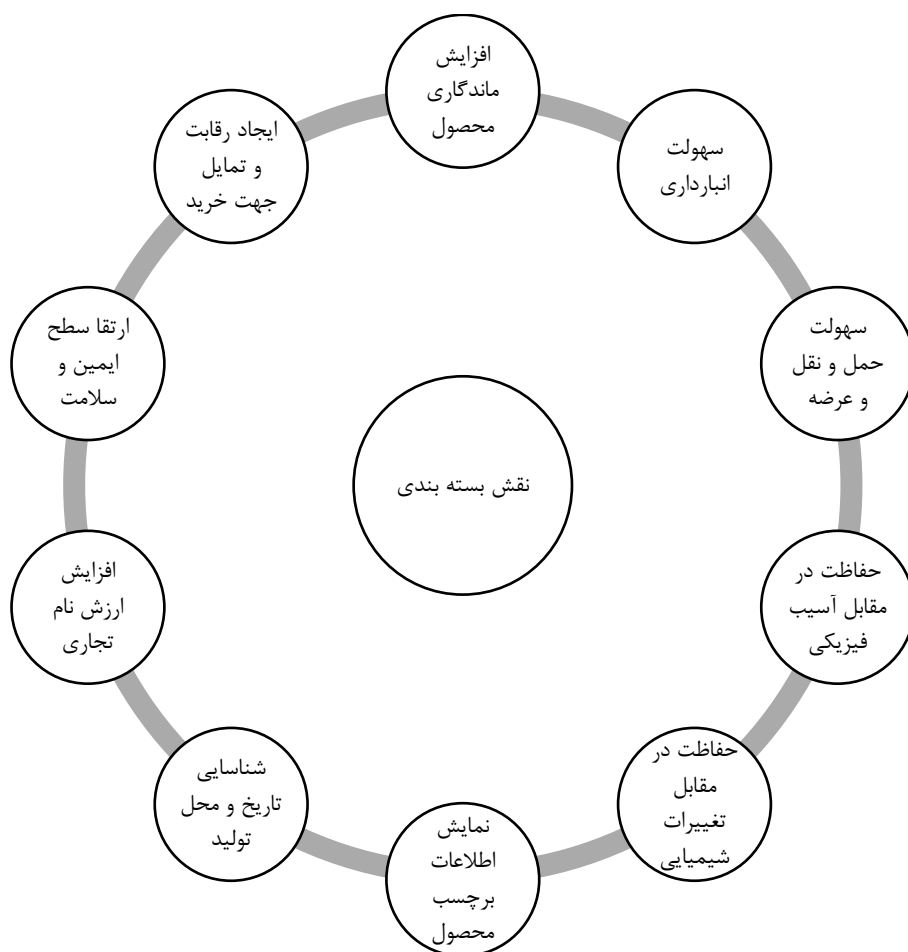


شکل (۳-۳): نمونه‌ای از بسته بندی برگزیده در استرالیا

کمک به خودکفایی، کمک به کاهش ضایعات به ویژه در محصولات کشاورزی، بازگشت ارزش افزوده محصولات کشاورزی، پشتیبانی از فعالیت های بخش تولیدی کشور، ایجاد اشتغال، بر خورداری از مزیت رقابتی، ایجاد تنوع بیشتر در تولید، حفظ و ذخیره سازی طولانی تر، کمک به افزایش کیفیت کالاهای غیر نفتی و ... ضرورت توجه به بسته بندی صادراتی محصولات تولیدی کشور را تبیین می کند.

۳-۵-۵- نقش اقتصادی بسته بندی و سهم آن در قیمت گذاری

نقش و اهمیت بسته بندی بعنوان یکی از ابزارهای مهم بازاریابی سبب شده است تا تولید کنندگان و صادرکنندگان محصولات، توجه ویژه ای به آن به جهت افزایش توان رقابتی خود در بازارهای بین المللی داشته باشند. امروزه از مهمترین عوامل ارائه محصول در بازار های بین المللی، توجه به هنر طراحی بسته بندی است. بسته بندی می تواند بعنوان نوعی مزیت رقابتی، درک مصرف کنندگان را نسبت به محصول تغییر داده و شانس خرید آن را در بازار افزایش دهد. استفاده از مواد با پایه نشاسته، قند و فیبر گیاهی در بسته بندی تولیدات کشاورزی، سبب توسعه صنعت بسته بندی شده و همچنین مقرون به صرفه تر خواهد بود. این مواد به راحتی قابل دسترس بوده و معمولاً با هزینه کمتری تولید می شوند (WPO, 2011) و سازمان توسعه تجارت ایران، (۱۳۹۰).



شکل (۳-۴): نقش بسته بندی در تجارت

یکی از مهمترین نقش های بسته بندی ایجاد ارزش افزوده در محصولات تولیدی می باشد. بر اساس آمار و اطلاعات موجود، متوسط هزینه بسته بندی در جهان ۱۰ درصد قیمت تمام شده کالاهای صادراتی می باشد ولی تا حدود ۹۰ درصد می تواند سبب ایجاد ارزش افزوده گردد (WPO, 2011) و سازمان توسعه تجارت ایران، (۱۳۹۰). این در حالی است که هزینه بسته بندی در ایران در مطالعات داخلی ۳۵ تا ۵۰ درصد قیمت تمام شده برآورد شده است (صنایع بسته بندی پارس کیمیا سلولز، ۱۳۹۳).

۳-۵-۶- موسسه بسته بندی هند

موسسه بسته بندی هند، یک نهاد مستقل زیر نظر وزارت بازرگانی و صنایع و دولت هند، همکاری نزدیکی با سازمان های دولتی مختلف و صنایع بسته بندی خصوصی به منظور بهبود بازارهای صادرات و بهبود استانداردهای بسته بندی دارد. این موسسه بویژه در تهیه مواد بسته بندی نوین و آزمون خطای هر یک

فعالیت دارد. این سازمان ۹۰ درصد صنایع کوچک و متوسط را پوشش می دهد. بخش بسته بندی در هند در حال توسعه بوده و رشد سالانه معادل ۱۳ تا ۱۵ درصد دارد. بنا به گزارش سازمان جهانی بسته بندی (WPO)^۱ بسته بندی در جهان ارزشی معادل ۷۵۰ میلیارد دلار در سال تولید می کند که سهم هند از این میزان ۲۴/۶ میلیارد دلار بوده است. مصرف سرانه مواد بسته بندی در هند ۱۲ کیلوگرم بوده که نسبت به متوسط جهانی بسیار کمتر است. در واقع متوسط مصرف سرانه بسته بندی در امریکا ۷۱ کیلوگرم و برای آلمان ۴۱ کیلوگرم بوده است. لذا هند نیز توجه به بازارهای جهانی داشته و بسته بندی را جهت عرضه به بازارهای جهانی با وجود ارزش آفرینی بالایی که بیان گردید، در دستور کار خود قرار داده است.

چین و تایلند مالیات بسیار کمی بر محصولات بسته بندی دارند این در حالی است که هند مالیات غیرمستقیم از مواد بسته بندی دریافت میکند.

۳-۵-۷- تجربیات مرکز تجارت بین المللی و سازمان خوار و بار جهانی در توسعه صنعت بسته

بندی در آفریقا

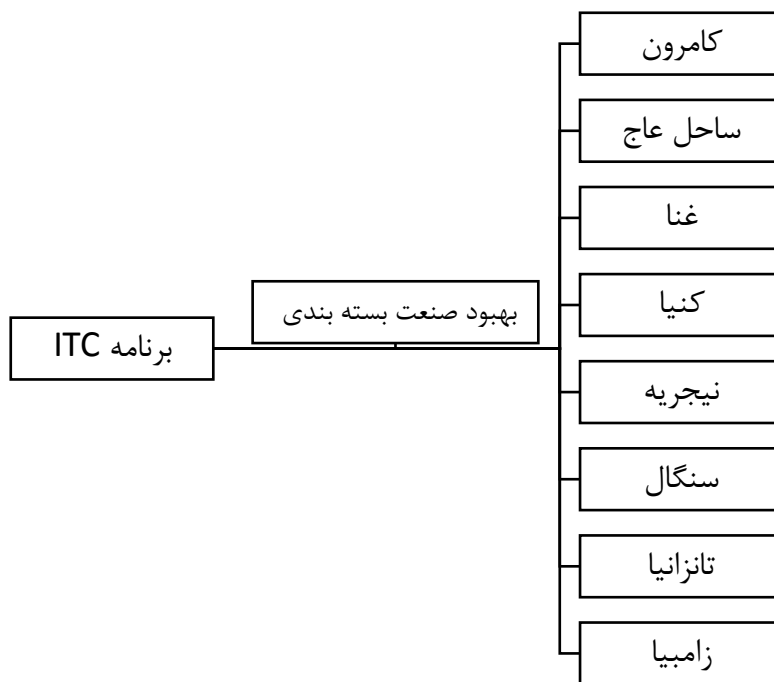
بسته بندی یکی از الزامات اساسی برای موفقیت صادرات است. محصولات لازم است تا زمان رسیدن به مقصد بخوبی حفظ و حراست شوند تا در شرایط ایده الی به مقصد برسند. عمدتاً تولیدکنندگان بویژه در مورد صنایع کوچک و متوسط، بسته بندی را به عنوان هزینه تلقی میکنند، در حالی که بسته بندی، ایجاد ارزش افزوده در محصول کرده و به نوعی سرمایه گذاری است. در مرکز تجارت بین المللی (ITC) بیش از ۴۰ سال است که گسترده ترین پایگاه اطلاعات با دانش تخصصی برای کمک به دولت ها جهت توسعه صادرات کالاهای بسته بندی شده فراهم نموده است. این مرکز همچنین دوره های تخصصی و آموزش های ویژه ای در این زمینه تدارک دیده است. بویژه اینکه این مرکز جامع ترین پایگاه تخصصی دانش بسته بندی صادرات را برای کشورهای در حال توسعه ارائه می دهد (ITC, 2017)^۲.

^۱ World Packaging Organization

^۲ . <http://www.intracen.org>

بسته بندی مواد غذایی از این جهت بسیار مهم است که تفاوت با بسته بندی مواد غیر غذایی و صنعتی دارد و در مورد آن سلامت غذا بسیار مهم است و بسته بندی نه تنها نباید منجر به آلوده شدن محصول گردد، بلکه خود باید علاوه بر شکل بودن، محافظ سلامت مواد غذایی نیز باشد. چنانچه این بسته بندی برای مواد غذایی ارگانیک باشد، این نگرانی دو چندان خواهد شد.

تولیدکنندگان غذای آفریقای جنوبی در بازارهای رقابتی خود رو به بهبود بسته بندی آورده‌اند. در واقع شرکت‌های کوچک و متوسط در کشورهای جنوب صحرای آفریقا در سال‌های اخیر توسط برنامه مشترک ITC و FAO، آموزش‌های تخصصی را در راستای استفاده از بسته بندی با کیفیت و شکل برای افزودن ارزش افزوده به محصولات صادراتی خود و اطمینان از افزایش توان رقابتی در بازارهای جهانی دریافت نموده‌اند.



شکل (۳-۵): برنامه ITC و FAO در کشورهای آفریقایی جهت بهبود صنعت بسته بندی

در این کشورها طرح مقابله با بسته بندی ضعیف انجام شده است. بسته بندی ضعیف در این کشورها یکی از دلایل اصلی عدم توان رقابت با محصولات وارداتی بوده است و همین موضوع می‌تواند اهمیت توسعه بسته بندی را بخوبی نشان دهد.

بسته بندی تا جایی اهمیت دارد که ITC پیشنهاد جمع‌آوری دانش بسته بندی محصولات صادراتی را داده و این موارد در بسته‌ای به نام PACKit جمع‌آوری شده است که شامل تکنولوژی مواد بسته بندی، حمل و نقل آن، برچسب زنی مواد بسته بندی، موارد قانونی، نام تجاری و لوگو، طراحی بسته بندی و الزامات واردات مواد بسته بندی است.

بطور کلی در قاره آفریقا توجه به صنعت بسته بندی در خصوص شرکت‌های کوچک و متوسط در حال توسعه است. در ۱۴ تا ۱۷ نوامبر ۲۰۱۶ نمایشگاه بین‌المللی بسته بندی با نام "همه برای بسته بندی" برگزار شد و مرکز تجارت بین‌المللی (ITC) نیروهای خود را برای برجسته تر نمودن چالش‌ها و فرصت‌های بسته بندی در قاره آفریقا به این نمایشگاه فرستاد.

۳-۵-۸- تجربه امریکا

مطالعات در امریکا نشان داد که ۵۴ درصد ضایعات در طول فرایند پس از تولید تا رسیدن به بازار ایجاد می‌شود. این موضوع اهمیت بسته بندی را نشان می‌دهد. در واقع بسته بندی به حفظ و حراست از مواد غذایی کمک کرده و هزینه حمل و نقل را کاهش خواهد داد و همچنین به نام تجاری کمک قابل ملاحظه‌ای خواهد نمود. ضمن اینکه ضایعات را تا ۵۴ درصد می‌تواند کنترل نماید. با این حال لازم است تا بسته بندی علاوه بر تشکیل بودن و دوام داشتن، مقرون به صرفه نیز باشد.

بسته بندی مواد غذایی به اضافه نوشیدنی‌های ترکیبی، بیش از ۵۰ درصد تمام بسته بندی در سراسر امریکا را به خود اختصاص داده است. در واقع ۶۶ درصد از کارتن‌های بسته بندی صرف بسته بندی مواد غذایی مرتبط بویژه محصولات تولید شده سر مزرعه می‌شود. در امریکا تأکید روی بسته بندی میوه‌های صادراتی است. بطوریکه مطالعات در این کشور نشان می‌دهد که با بسته بندی مناسب و توجه به دمای مطلوب می‌توان فساد و پیری میوه را تا ۸۰۰ درصد کاهش داد. این به معنی آن است که داشتن بسته بندی درست برای صنعت میوه و صادرات آن ضروری است.

۳-۵-۹- تجربیات منطقه منا

بازار بسته بندی در خاورمیانه و شمال آفریقا (منطقه منا)، در حدود ۴۱,۱ میلیارد دلار در سال ۲۰۱۴ بوده که پیش بینی می شود در سال ۲۰۱۹ به ۵۲,۴ میلیارد دلار (به قیمت ثابت سال ۲۰۱۳) برسد (Smithers Pira, 2017).

محصولات غذایی بزرگترین استفاده کننده بسته بندی به شمار می رود که ۳۳,۸ درصد سهم از ارزش ایجاد شده را در سال ۲۰۱۴ ایجاد نموده است. صنایع در جایگاه دوم با ۲۶,۴ درصد و بازار نوشابه با ۲۵,۲ درصد در جایگاه سوم است. مشخص است که جایگاه بسته بندی در ایجاد ارزش افزوده در بازار محصولات غذایی بیش از سایر قسمت‌ها بوده که توجه به این صنعت در صادرات محصولات کشاورزی را بیش از پیش نمایان می سازد. براساس تحقیقات انجام شده منطقه منا در ۵ سال آینده تا سال ۲۰۱۹ به عنوان بازار پیشرو در ایجاد ارزش افزوده صنعت بسته بندی خواهد بود و لذا بازار پر سودی برای صادرکنندگان ایجاد خواهد نمود.

۳-۵-۱۰- تقاضای بسته بندی جهانی

فروش بسته بندی در جهان با رشد ۳ درصدی سالانه در سال ۲۰۱۳ معادل ۷۹۷ میلیارد دلار بوده که این میزان به رشد سالانه ۴ درصد تا سال ۲۰۱۸ همراه خواهد بود. در سال ۲۰۱۲ آسیا بیشترین سهم را داشته که معادل ۳۶ درصد بوده و آمریکای شمالی و غرب اروپا به ترتیب سهم ۲۳ و ۲۲ درصدی داشته اند. در سال ۲۰۱۲ شرق اروپا چهارمین مصرف کننده بسته بندی با سهم جهانی ۶ درصدی بوده و آمریکای جنوبی و مرکزی نیز سهم ۵ درصدی داشته اند.

خاورمیانه ۳ درصد از تقاضای جهانی برای بسته بندی را داشته در حالیکه آفریقا و استرالیا هر کدام سهم ۲ درصد از تقاضای جهانی داشته اند (قبلا هم بیان گردید که منطقه منا خود در ایجاد ارزش بسته بندی سهم بالایی دارد و لذا خود تقاضاکننده نیست). پیش بینی شده است که آسیا تا سال ۲۰۱۸ بیش از ۴۰ درصد

سهام تقاضای جهانی را داشته باشد در حالیکه این سهم در آمریکا و غرب اروپا در حال کاهش است (Smithers, Pira, 2017).

۳-۶- جمع‌بندی

بررسی تحول سیاست‌های تجاری محصولات کشاورزی و مواد غذایی نشان می‌دهد برای دوره‌ای طولانی و قبل از اصلاح ساختار حمایت‌های مرزی کشور در برنامه سوم توسعه، موانع غیر تعرفه‌ای (ممنوعیت و مجوز وارداتی) ابزارهای اصلی حمایت مرزی از این کالاها بودند. استفاده از همزمان از موانع تعرفه‌ای و غیر تعرفه‌ای در برنامه اول و دوم توسعه و قبل از آن برای حمایت از محصولات کشاورزی در مقابل واردات باعث شد تا سهم اصلی حمایت مرزی به موانع غیرتعرفه‌ای منتقل شود. در اجرای ماده ۱۱۵ قانون برنامه سوم حذف موانع غیرتعرفه‌ای بخش کشاورزی به تدریج شروع شد و در سال ۱۳۸۲ کلیه موانع غیرتعرفه‌ای غیرشرعی و غیر فنی حذف شدند. اما با وجود تصریح روشن تبصره ذیل این ماده قانونی بر جایگزینی تعرفه به جای موانع غیر تعرفه‌ای سیاست‌گذار تنها اقدام به حذف موانع غیرتعرفه‌ای کرد و سطح قابل قبولی از تعرفه را جایگزین آن نکرد. سطح و پراکنش نامناسب ابزار تعرفه محصولات کشاورزی به همراه افزایش درآمدهای ارزی دولت در سال‌های برنامه چهارم توسعه به افزایش واردات محصولات کشاورزی و مواد غذایی منجر شد. چنین تغییری سرانجام قانون‌گذار را ناگزیر به اصلاح قوانین موضوعه و بازگرداندن حق وضع موانع غیرتعرفه‌ای ذیل ماده ۱۶ قانون افزایش بهره‌وری کشاورزی و ماده ۱۰۳ قانون برنامه پنجم توسعه کرد. روند تحولات تعرفه‌ای بخش کشاورزی نیز به طور عمده تابع تحولات ارزی است و در سال‌هایی که نرخ ارز رسمی تغییر کرده است سطح کلی تعرفه کشاورزی نیز کاهش یافته است. در بحث تحول رویه‌ها نیز پیگیری اصلاح تعداد طبقات تعرفه‌ای در سال‌های اخیر به کاهش تعداد طبقات تعرفه منجر شده است. روندهای متضادی اصلاح و تغییر نظام حمایت مرزی از بخش کشاورزی باعث شده است که با گذشت نزدیک به ۴ دهه هنوز ساختار حمایت مرزی بخش کشاورزی تطابق اندکی با ساختارها و قواعد جهانی دارد و به جای استفاده موثر و هدفمند از ابزارهای تعرفه به موانع غیرتعرفه‌ای متکی است. بررسی وضعیت سیاست‌های تجاری و تعرفه‌ای شرکای تجاری کشور

نشان می‌دهد به طور عموم میانگین تعرفه ساده این کشورها از ایران کمتر است، اما میانگین وزنی تعرفه در آنها وضعیت بهتری از ایران دارد. این کشورها همچنین از سایر ابزارهای تعرفه غیر ارزشی به تناسب استفاده می‌کنند، در حالیکه نظام تعرفه در ایران متکی به ابزار تعرفه ارزشی است. تعدد طبقات تعرفه نیز از دیگر مشخصه‌های ساختار تعرفه‌ای شرکای تجاری بخش کشاورزی است، در حالیکه در ایران تاکید بر کاهش طبقات تعرفه است. بررسی موافقتنامه‌های تجاری کشور نیز نشان می‌دهد بسیاری از این موافقتنامه‌ها اجرایی نشده‌اند و متاثر از تحریم‌های هسته‌ای بر روی کاغذ باقی مانده‌اند. بررسی اثر نرخ ارز و سیاست‌های ارزی بر صادرات و واردات کشاورزی و مواد غذایی نشان داد واردات کشاورزی اثر چندانی از نرخ ارز نمی‌پذیرد و با توجه به ترکیب واردات کشاورزی و مواد غذایی که سهم عمده آن کالاهای اساسی است واردات این کالاها تابع سطح تولید و تقاضای داخلی به منظور تضمین امنیت غذایی است. در واقع واردات این کالاها تابع نرخ ارز نبوده و بر اساس ملاحظات امنیت غذایی هر زمان که ضرورت داشته باشد، چنین کالاهایی در حجم زیاد وارد کشور می‌شوند. اما صادرات کشاورزی و مواد غذایی تابع روندهای طی شده در نرخ ارز حقیقی است و در شرایطی که نرخ ارز حقیقی در مسیر کاهش قرار گرفته است، صادرات کشاورزی و مواد غذایی نیز وارد سیکل کاهش شده است و چنانچه به دلایلی (مانند تحریم و خروج نرخ ارز از نظام کنترلی) نرخ ارز حقیقی روند افزایشی داشته است، صادرات کشاورزی و مواد غذایی نیز وارد سیکل افزایش شده است. از این رو سیاست ارزی و روند نرخ ارز حقیقی به عنوان متغیری اثرگذار بر صادرات کشاورزی و مواد غذایی باید همواره مدنظر قرار گرفته و آثار آن بر صادرات کشاورزی و مواد غذایی با سیاست‌های مکمل کنترل شود. همانگونه که بررسی شد، بسته بندی به عنوان یکی از مهمترین ارکان رشد تولیدات غذایی و کشاورزی همواره مطرح بوده و پرداختن به آن علاوه بر افزایش ارزش افزوده در کشورها منجر به افزایش چشمگیر اشتغالزایی و رشد اقتصادی شده است. همانگونه که بیان شد صنعت بسته بندی در کشورهایی که به آن توجه نموده‌اند، گردش مالی چند میلیارد دلاری در سال دارند. مشاهده شد که بیشترین سهم ایجاد ارزش بسته بندی در مورد محصولات غذایی



بوده و صنعت در جایگاه دوم قرار داشته است که این موضوع پتانسیل استفاده از صنعت بسته بندی در بخش صادرات محصولات کشاورزی را نشان خواهد داد.

فصل چهارم:

بررسی فرصت‌های تجاری حاصل از تیره شدن روابط روسیه و غرب و پتانسیل بالای صادراتی محصولات کشاورزی



۴-۱- مقدمه

از نقطه نظر اقتصادی، روشن است که روسیه یک شریک تجاری مهم برای اتحادیه اروپا است، این کشور یک کشور همسایه با یک بازار بزرگ و رو به گسترش برای صادرات از بسیاری از کشورهای عضو اتحادیه اروپا، از جمله استونی است. همچنین روسیه به عنوان تامین کننده مواد معدنی، مواد اولیه و سوخت است. این کشور بعد از آمریکا و چین سومین شریک تجاری اتحادیه اروپا است. تجارت بین اروپا و روسیه تا سال ۲۰۰۸ به سرعت در حال رشد بود و در این سال به واسطه بحران اقتصادی و سیاست‌های حمایت‌گرانه روسیه کند شد. در ماه اوت سال ۲۰۱۲ روسیه به سازمان جهانی تجارت ملحق شد و اتحادیه اروپا به فرایند الحاق این کشور به منظور دسترسی بیشتر به بازار این کشور کمک زیادی کرد. الحاق به سازمان جهانی تجارت به معنی کاهش عوارض وارداتی کالاهای صنعتی و کشاورزی و عوارض صادراتی مواد خام بود که هر دو به نفع اتحادیه اروپا بود. با وجود عضویت در سازمان جهانی تجارت سطح حمایت در این کشور همچنان بالا است و اروپا علیه این کشور در بدنه حل اختلاف سازمان جهانی تجارت شکایت کرده است. گزارش کمیسیون اروپا، روسیه را به عنوان کشوری با بیشترین سیاست‌های حمایت‌گرانه که محدودیت زیادی بر تجارت وضع کرده، طی دوره جولای ۲۰۱۳ تا ۲۰۱۴ معرفی کرد. روسیه در سال ۲۰۱۴ بر علیه برخی از کالاهایی که حین عضویت در سازمان جهانی تجارت متعهد به باز کردن بازار برای آنها شد، مانند حیوانات زنده و گوشت خوک محدودیت وضع کرد که برخی از کشورها مانند استونی از این اقدام آسیب دیدند. این کشور به همراه محدودیت فنی و محدودیت بر صادرات مواد خام ۳۱ مورد محدودیت بر تجارت وضع کرد. محدودیت‌های وارداتی در ماه اوت ۲۰۱۴ در مقیاسی وسیع‌تر افزایش یافت.

بحث تحریم‌های بین روسیه و اتحادیه اروپا بحثی سیاسی است. قطع‌نامه تحریمی اتحادیه اروپا بر ضد روسیه در جولای ۲۰۱۴ در پی الحاق شبه جزیره کریمه و بی‌ثباتی در شرق اوکراین تصویب شد. چنین تحریم‌های به گونه‌ای طراحی شدند که بیشترین آسیب را به اقتصاد روسیه و کمترین تاثیر منفی را برای اتحادیه اروپا داشته باشند. این تحریم‌ها در ۴ بخش حساس انرژی، امور مالی، صنایع دفاعی و فناوری‌های

حساس وضع شدند. در مواجهه با این تحریم‌ها روسیه نیز در ماه آگوست تحریم‌های شدیدی بر واردات محصولات کشاورزی از اتحادیه اروپا وضع کرد. برخی برآوردها نشان می‌دهد این تحریم آثار منفی بر رفاه مصرف‌کنندگان روسیه داشته و این کشور در پی جبران این آثار منفی است. ممنوعیت واردات روسیه بر بخش زیادی از محصولات کشاورزی، از جمله گوشت گاو، گوشت خوک، مرغ، میوه و سبزیجات، شیر و فراورده های لبنی، ماهی و سایر غذاهای دریایی وضع شده است. اگرچه محصولات مشمول ممنوعیت تنها ۴/۲ درصد کل صادرات کشاورزی اتحادیه اروپا را شامل می‌شود، اما چنین ممنوعیتی برای برخی کالاها و بعضی از کشورهای اتحادیه اروپا مشکل‌زا است. صادرات لبنیات، میوه و گوشت به روسیه یک چهارم کل صادرات اروپا را شامل می‌شود و برای بعضی کشورها ممنوعیت واردات این کالاها نگرانی جدی ایجاد کرده است. کشورهای حوزه بالتیک، لهستان و فنلاند که روسیه بازار سنتی محصولات کشاورزی آنها است، آسیب بیشتری از وضع ممنوعیت می‌بینند. اگرچه با توجه به یکپارچه بودن بازار اتحادیه اروپا سایر کشورها نیز فشار بر قیمت کالاهای مذکور را در نتیجه عدم صادرات احساس می‌کنند. اتحادیه اروپا در مواجهه با تحریم روسیه بسته بزرگی از مساعدت‌ها، شامل یارانه برای میوه و سبزی و لبنیات تدارک دید. با توجه به آسیب‌پذیری بیشتر کشورهای حوزه بالتیک در بخش تحریم لبنیات اتحادیه اروپا در ماه نوامبر ۲۰۱۴ مبلغ ۲۸ میلیون یورو برای حمایت از تولیدکنندگان لبنیات در استونی، لتونی و لیتوانی در نظر گرفت که ۶/۹ میلیون یورو از آن به کشاورزان استونی پرداخت شد. در کنار این حمایت‌ها این اتحادیه طی دو مرحله ۹۰ میلیون یورو برای توسعه بازار محصولات دارای ممنوعیت ورود به روسیه هزینه کرد. ضمن اینکه این اتحادیه تلاش کرد محدودیت‌های مربوط به سلامت غذا که از سوی سایر کشورها بر صادرات این اتحادیه اعمال می‌شد را مرتفع نماید. در نتیجه چنین تلاش‌هایی گلابی بلژیکی و سیب لهستانی به بازار کانادا، گوشت اسکاتلندی به بازار آمریکا و گاو زنده به بازار ترکیه راه پیدا کردند. در پایان سال ۲۰۱۴ نیز تلاش‌های کمیسیون اروپا به از سرگیری صادرات به بازار ژاپن برای لبنیات و گوشت که محدودیت‌هایی بر آن وضع شده بود منجر شد.

مجموعه تلاش‌های اتحادیه اروپا و گسترش بازارهای جدید باعث شد، این اتحادیه آسیب اندکی از ممنوعیت صادرات به روسیه متحمل شود. صادرات به بازارهای ایالات متحده آمریکا، سوئیس، هنگ کنگ، چین، ترکیه، کره جنوبی، نیجریه، برزیل، آفریقای جنوبی، استرالیا و امارات متحده عربی افزایش یافت. محصولات لبنی استونی نیز بیشتر به بازارهای آسیایی، شمال آفریقا و خاورمیانه صادر می‌شود. روسیه نیز برای کاهش آثار زیانبار ممنوعیت‌ها بر رفاه مصرف‌کنندگان در پی جبران کمبود عرضه داخلی واردات از کشورهای دیگر را در دستور کار قرار داده است.

۴-۲- بررسی وضعیت مهمترین گروه‌های کالایی صادراتی به روسیه از مبدأ اروپا

گوشت یکی از اقلام اصلی صادراتی اروپا به روسیه بود که در سال ۲۰۱۳ اروپا بیش از ۲ میلیارد دلار از این کالا را به روسیه صادر کرد. این میزان صادرات ۴ درصد کل صادرات گوشت اتحادیه اروپا و ۳۲ درصد کل واردات روسیه را شامل می‌شود. با شروع تحریم‌های روسیه بر ضد مواد غذایی وارداتی با مبدأ اروپا در سال ۲۰۱۴، مقدار واردات این کالا از اروپا به ۳۶۳ میلیون دلار کاهش یافت و روسیه تنها ۷ درصد گوشت مورد نیاز خود را از طریق این اتحادیه تامین کرد. در سال ۲۰۱۵ نیز سهم اتحادیه اروپا در تامین گوشت روسیه به نزدیک صفر کاهش یافت.

جدول (۴-۱): وضعیت صادرات محصولات کشاورزی و مواد غذایی اروپا به روسیه هزار دلار - درصد

شرح	۲۰۱۳	۲۰۱۴	۲۰۱۵
گوشت و فرآورده‌های آن	۲۱۳۷۳۷۴	۳۷۰۲۷۰	۱۲۶۶۱
سهم از صادرات اروپا	۴	۱	۰
سهم از واردات روسیه	۳۲	۷	۰
ماهی و فرآورده‌های دریایی	۲۰۸۵۲۹	۱۵۰۶۲۳	۴۸۳۶۴
سهم از صادرات اروپا	۱	۱	۰
سهم از واردات روسیه	۷	۶	۰
لبنیات	۱۹۴۴۳۴۳	۱۲۴۹۸۴۶	۲۲۴۴۷۰
سهم از صادرات اروپا	۳	۲	۱
سهم از واردات روسیه	۴۴	۳۳	۱۱
سبزیجات	۱۰۱۶۸۴۷	۶۸۰۲۱۶	۵۸۲۶۴
سهم از صادرات اروپا	۴	۳	۱

۳	۲۳	۳۵	سهم از واردات روسیه
۴۷۳۲۷	۱۰۸۱۶۹۵	۱۶۸۷۷۳۷	میوه‌ها
۰	۳	۵	سهم از صادرات اروپا
۱	۲۰	۲۶	سهم از واردات روسیه

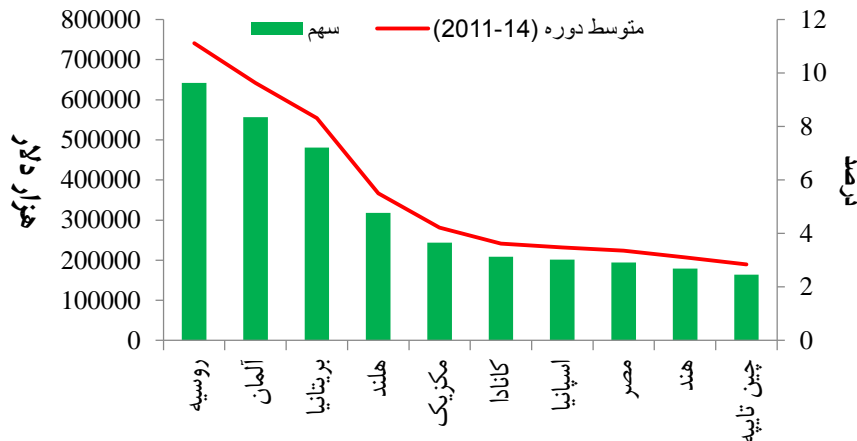
ماخذ: www.trademap.org

تولیدات لبنی گروه کالایی دیگری است که در سال ۲۰۱۳ حدود ۱/۹ میلیارد دلار از آن از اتحادیه اروپا به روسیه صادر شد. این حجم از صادرات ۳ درصد کل صادرات اروپا و ۴۰ درصد واردات لبنیات وارداتی روسیه را شامل می‌شد. در سال ۲۰۱۴ و با شروع تحریم اقتصادی روسیه حجم صادرات اروپا به ۱/۲ میلیارد دلار کاهش یافت که ۲ درصد صادرات اروپا و ۳۳ درصد واردات روسیه را شامل می‌شد. در سال ۲۰۱۵ نیز تنها ۲۲۴ میلیون دلار از این گروه کالایی به روسیه صادر شد که سهم یک درصدی در صادرات اروپا و ۱۱ درصدی در واردات روسیه دارد. همچنین ۳۵ درصد سبزیجات روسیه (بیش از یک میلیارد دلار) در سال ۲۰۱۳ از طریق اروپا تامین شد که تنها سهم ۴ درصدی در کل صادرات این اتحادیه دارد. حجم صادرات این محصول به روسیه در سال ۲۰۱۵ به ۵۸ میلیون دلار کاهش یافت و تنها ۳ درصد واردات روسیه از اتحادیه اروپا تامین شد. میوه گروه کالایی عمده دیگری است که حجم تجارت آن بین اروپا و روسیه بالا است. در سال ۲۰۱۳ حدود ۱/۷ میلیارد دلار میوه از اروپا به روسیه صادر شد که ۵ درصد صادرات اتحادیه اروپا و ۲۶ درصد واردات روسیه را شامل می‌شد. واردات این محصول از مبدأ اروپا در سال ۲۰۱۵ به صفر نزدیک شده است.

۴-۳- بررسی فرصت‌های ایران در بازار روسیه

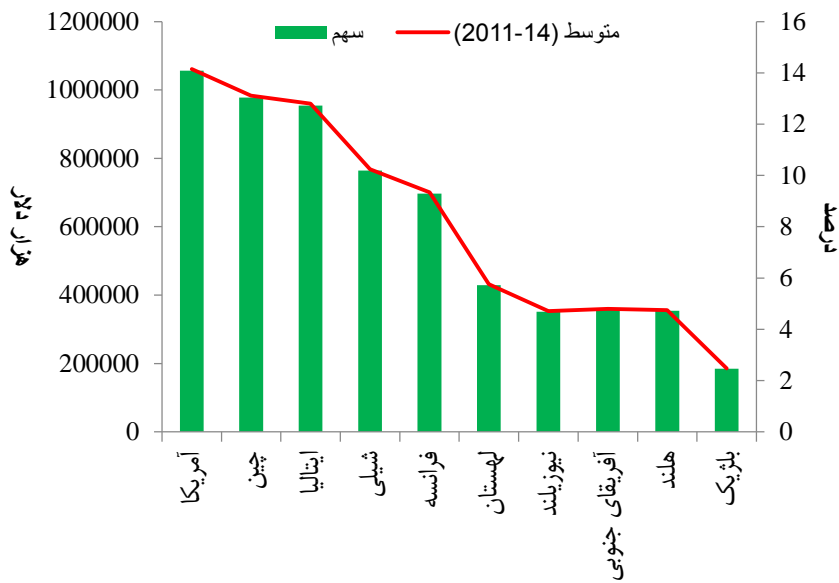
انواع گوشت، میوه‌ها، تولیدات لبنی و سبزیجات مهمترین گروه کالایی وارداتی روسیه در بین محصولات کشاورزی و مواد غذایی (۲۴ فصل اول) هستند. در سال ۲۰۱۳ بیش از ۶/۷ میلیارد دلار (۱۶ درصد) انواع گوشت ، ۶/۴ میلیارد دلار (۱۵ درصد) انواع میوه، ۴/۴ میلیارد دلار (۱۰ درصد) لبنیات و ۲/۹ میلیارد دلار (۷ درصد) سبزیجات وارد روسیه شده است. در واقع حدود ۵۰ درصد کل واردات محصولات کشاورزی و مواد غذایی این کشور در این ۴ گروه کالایی قرار دارد که در سال ۲۰۱۴ واردات آنها از اروپا تحریم شد. صادرات ۱/۷ میلیارد دلاری میوه اروپا به روسیه بعد از وضع تحریم‌های روسیه علیه اروپا به صفر نزدیک شده است.

سیب، گلابی، زردآلو، شلیل و هلو، توت فرنگی، مرکبات و انگور مهمترین میوه‌های صادراتی اروپا به روسیه است. روسیه بزرگترین وارد کننده سیب در جهان است و طی دوره ۱۴-۲۰۱۱ حدود ۷۴۰ میلیون دلار سیب وارد کرده است.



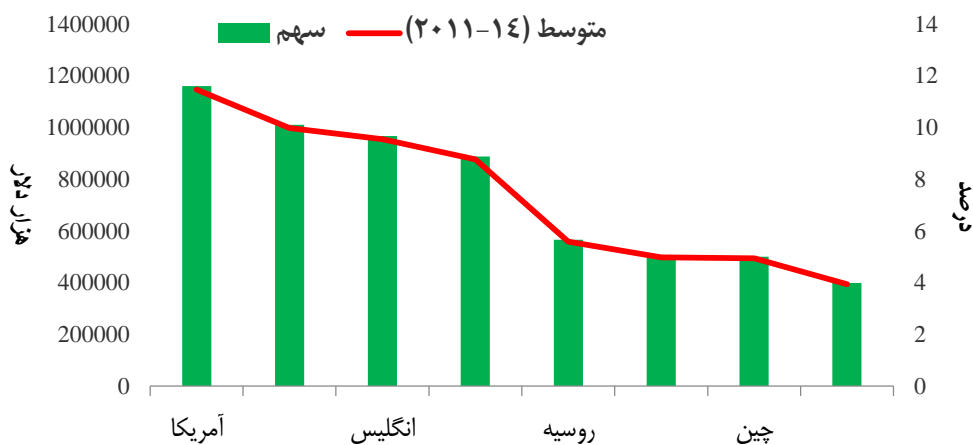
نمودار ۴-۱- مقدار و سهم روسیه در واردات سیب در سطح جهان

در اتحادیه اروپا کشورهای ایتالیا، فرانسه، لهستان، هلند و بلژیک از صادرکنندگان بزرگ سیب در جهان هستند. حذف واردات سیب از مبدأ این کشورها فرصت جدیدی برای صادرات سیب به روسیه ایجاد کرده است و بازار سیب در این کشور قدرت جذب بخش عمده‌ای از سیب صادراتی ایران را دارد. این کشور به تنهایی ۱۰ درصد از واردات جهانی سیب را به خود اختصاص داده است و فرصت تحریم میوه وارداتی از اروپا و حذف تحریم‌های ایران امکان ورود ایران به این بازار را افزایش می‌دهد. در سال ۲۰۱۳ بیش از ۴۵۸ میلیون دلار سیب از اروپا به روسیه صادر شده است که این مقدار در سال ۲۰۱۵ به حدود ۲۱ میلیون دلار کاهش یافت.



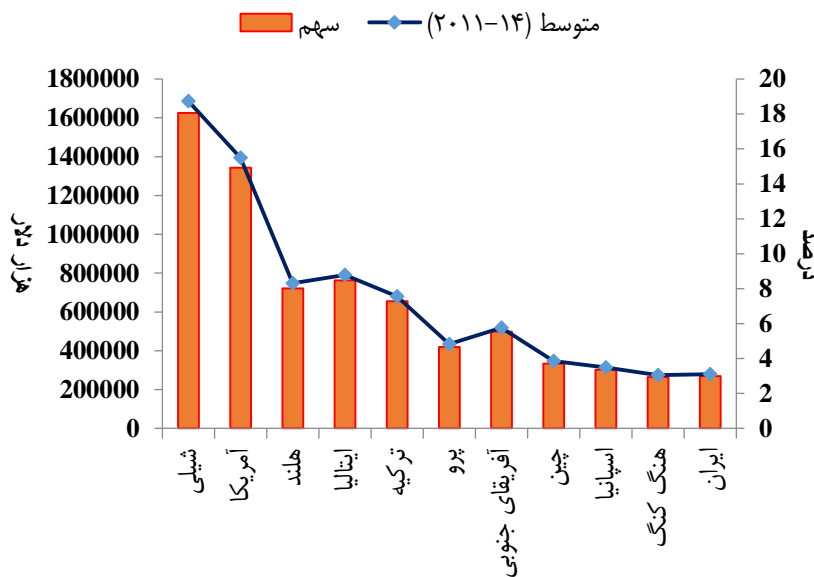
نمودار ۴-۲- مهم‌ترین کشورهای صادرکننده سیب و سهم آنها

در واقع سیب اروپا ۵۸ درصد سیب وارداتی روسیه در سال ۲۰۱۳ را تامین کرد که این مقدار به ۵ درصد در سال ۲۰۱۵ کاهش یافت. از بین گروه میوه دیگر کالای صادراتی اروپا به روسیه زردآلو، شلیل و هلو است که در سال ۲۰۱۳ بیش از ۳۲۸ میلیون دلار از این کالاها به اروپا صادر شده که در سال ۲۰۱۵ به حدود ۱ میلیون دلار کاهش یافت.



نمودار ۳-۴- کشورهای مهم واردکننده انگور در جهان و سهم آنها

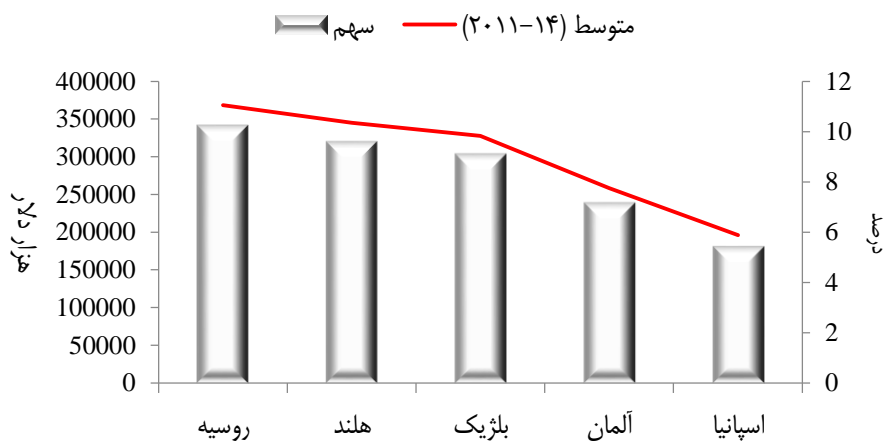
انگور به عنوان یکی از محصولات عمده صادراتی ایران است که طی دوره ۱۴-۲۰۱۱ روسیه به طور متوسط ۵۵۹ میلیون دلار از آن را وارد کرده است. در شرایطی که هلند، ایتالیا و اسپانیا با صادرات ۷۹۱، ۷۴۸ و ۷۱۳ میلیون دلار از بزرگترین صادرکنندگان انگور در جهان هستند، تنها ۸۴ میلیون دلار انگور از اتحادیه اروپا به روسیه صادر شد. اما در این سال ۲۵۲ میلیون دلار گلابی، ۲۴۰ میلیون دلار هلو، حدود ۱۶۰ میلیون دلار مرکبات و ۹۰ میلیون دلار توت فرنگی از اروپا به روسیه صادر شد که تحریم این کالاها فرصت مناسبی برای ایران ایجاد کرده است. در واقع ۶۵ درصد کل واردات گلابی، ۷۰ درصد کل واردات توت فرنگی و ۷۵ درصد کل واردات هلو روسیه از مبدأ اروپا تامین شد و حذف اروپا از این بازار فرصت مناسبی برای صادرات میوه به روسیه است.



نمودار ۴-۴- کشورهای مهم صادرکننده انگور در جهان و سهم آنها

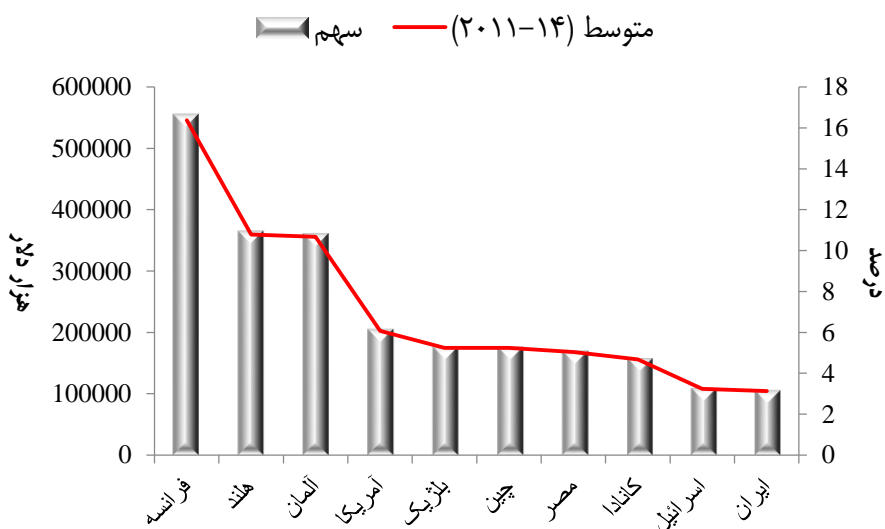
سبزیجات یکی از مهمترین گروه‌های کالایی واردتی روسیه است. در سال ۲۰۱۳ بیش از یک میلیارد دلار انواع سبزیجات وارد روسیه شده است. سیب‌زمینی یکی از عمده‌ترین اقلام وارداتی این گروه کالایی است و

۳۶۸ میلیون دلار از این کالا طی این دوره ۲۰۱۱-۱۴ وارد این کشور شد. طی این دوره روسیه رتبه نخست واردات سیب‌زمینی را در سطح جهان داشت.



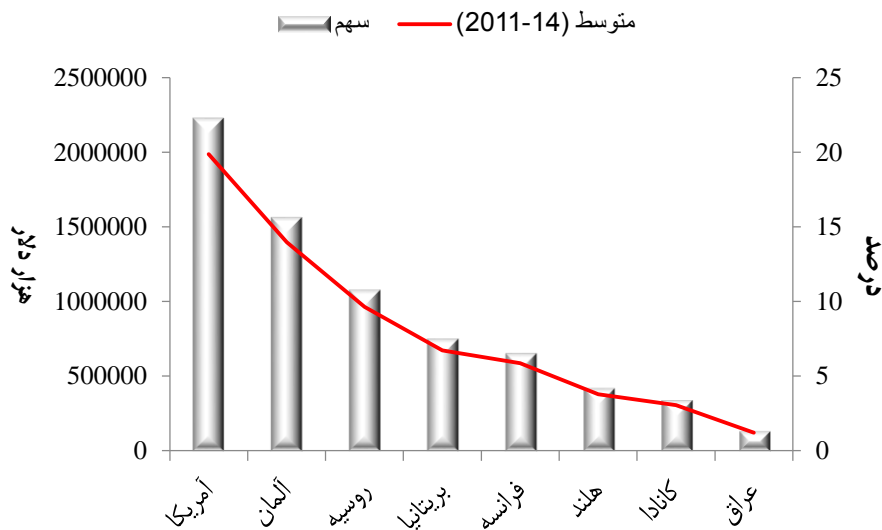
نمودار ۴-۵- کشورهای مهم وارد کننده سیب زمینی در جهان و سهم آنها

در بین کشورهای اتحادیه اروپا فرانسه، هند، آلمان و بلژیک از مهمترین کشورهای صادرکننده سیب‌زمینی هستند و در مجموع حدود ۴۵ درصد صادرات سیب‌زمینی جهان از این کشورها صادر شده است. فرانسه ۵۴۶ میلیون دلار، هند ۳۵۹ میلیون دلار، آلمان ۳۵۶ میلیون دلار و بلژیک ۱۷۵ میلیون دلار سیب زمینی صادر کردند. با این وجود تنها ۵۳ میلیون دلار سیب‌زمینی از اروپا به روسیه در سال ۲۰۱۳ صادر شد که سهم اندکی در واردات روسیه دارد.

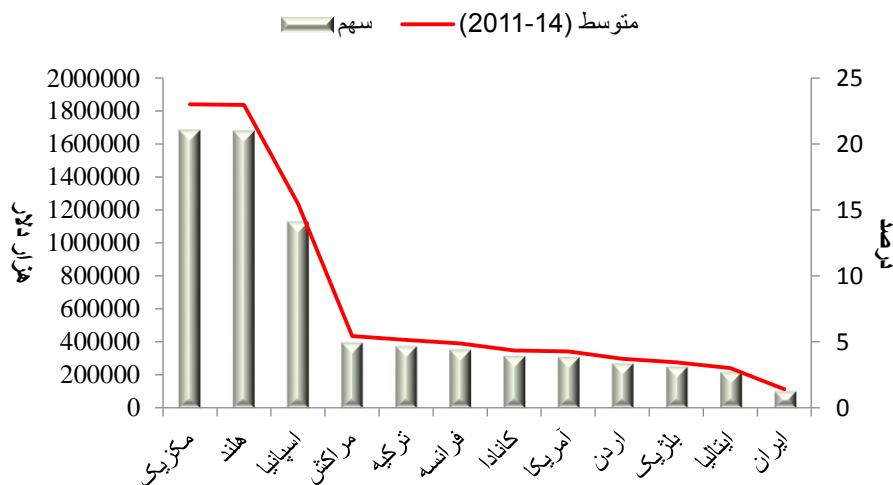


نمودار ۴-۶- کشورهای مهم صادر کننده سیب زمینی در جهان و سهم آنها

بر اساس متوسط واردات دوره ۲۰۱۱-۱۴ روسیه با وارد کردن بیش از ۹۶۳ میلیون دلار گوجه فرنگی سومین واردکننده عمده این محصول در سطح جهان است. کشورهای اروپایی هلند، اسپانیا، فرانسه، ایتالیا و بلژیک از صادرکنندگان عمده گوجه در سطح جهان هستند.



نمودار ۴-۷- کشورهای مهم وارد کننده گوجه فرنگی در جهان و سهم آنها



نمودار ۴-۸- کشورهای مهم صادرکننده گوجه فرنگی در جهان و سهم آنها

این محصول اصلی ترین قلم صادراتی اروپا از گروه سبزیجات به روسیه است و در سال ۲۰۱۳ بیش از ۳۳۵ میلیون دلار از این کالا وارد روسیه شده است. صادرات این محصول در سال ۲۰۱۵ به کمتر از ۹ میلیون دلار محدود شده و فرصت مناسبی برای سایر کشورها برای ورود به بازار روسیه ایجاد شده است.

۴-۵- جمع بندی

در مجموع ممنوعیت صادرات کشاورزی و مواد غذایی اروپا به روسیه فرصت‌های قابل ملاحظه‌ای برای ایران ایجاد کرده است. با تحریم واردات از اتحادیه اروپا حدود ۲ میلیارد دلار برای بازار گوشت، ۱/۷ میلیارد دلار برای لبنیات، ۱/۶ میلیارد دلار برای میوه، حدود ۹۵۰ میلیون دلار برای سبزیجات و ۱۵۰ میلیون دلار برای ماهی و فرآورده‌های آن فرصت بازار ایجاد شده است. از حیث کالایی نیز ۴۵۸ میلیون دلار برای سیب، ۳۲۸ میلیون دلار برای زردآلو، هلو و شلیل، ۲۵۲ میلیون دلار برای گلابی، ۱۶۰ میلیون دلار برای گلابی، ۸۴ میلیون دلار برای انگور، ۹۰ میلیون دلار برای توت فرنگی، ۳۳۵ میلیون دلار برای گوجه فرنگی و ۵۳ میلیون دلار برای سیب زمینی فرصت بازاری ایجاد شده است. اما با توجه به وضعیت نظام‌مند و پیچیده بازار مواد غذایی در روسیه و کاهش شدید ارزش روبل بعد از وضع تحریم بر علیه این کشور، ایران به واسطه لجستیک ضعیف در تجارت مواد غذایی قادر به ورود و استفاده از این فرصت نبوده است. اگرچه تلاش‌های زیادی برای ورود به این بازار در جریان است، اما افزایش صادرات ایران کمتر از حد قابل انتظار است. در کنار لجستیک ضعیف تجاری تحولات ارزی روسیه و ایران (کاهش شدید ارزش روبل و توقف افت شدید ریال) به همراه سیاست تبعیض آمیز تعرفه‌ای برای برخی کالاها به خاطر عدم عضویت در سازمان جهانی تجارت عوامل دیگری است که امکان اثرگذاری آنها بر صادرات کشاورزی ایران به روسیه وجود دارد.



فصل پنجم جمع‌بندی و پیشنهادهای سیاستی و کاربردی

۵-۱- مقدمه

گزارش تجارت کشاورزی و مواد غذایی طیف متنوعی از موضوعات تجارت کشاورزی را پوشش می‌دهد. برخی از موضوعات مسائل سیاستی تجارت کشاورزی و مواد غذایی هستند و نتایج برخی موضوعات نیز قابل استفاده برای فعالان بخش خصوصی است. بر این اساس در جمع‌بندی این گزارش سعی شده است مسائل و یافته‌های اساسی گزارش برای دو گروه یاد شده احصاء و به تفکیک ارائه شود.

۵-۲- جمع‌بندی یافته‌های برای سیاست‌گذاران و فعالان اقتصادی

نتایج این مطالعه در قسمت ساختار بازارهای وارداتی نشان داد که واردات محصولات گندم، جو، برنج، ذرت، گوشت گاو، روغن و چای ایران با بازار وارداتی انحصاری روبروست و لذا این بازار انحصاری تهدیدی برای تأمین محصولات با قیمت‌های مناسب برای ایران به شمار خواهد رفت. لذا در همین قسمت، ضرورت پرداختن به تولیدات داخلی و توجه به اصل اقتصاد مقاومتی با تأکید بر بهبود بهره‌وری تولید محصولات کشاورزی، بیش از پیش نمایان می‌شود.

در مورد بازارهای هدفی که ایران در آن‌ها حائز تداوم مناسب بازاری بوده است، می‌توان چنین استنباط کرد که این بازارهای هدف بازارهای کمر ریسک‌تری برای صادرکنندگان ایرانی خواهند بود. لذا انتشار این اطلاعات و آگاهی دهی به صادرکنندگان محصولات می‌تواند، علاوه بر کاهش ریسک بازاری صادرکنندگان، منافع پایدارتری را نصیب صادرکنندگان ایرانی در بلندمدت نماید.

نتایج تحلیل بازار پسته ایران در اسپانیا نشان می‌دهد که ایران در مقابل امریکا و آلمان طی سال‌های گذشته مزیت صادراتی به اسپانیا داشته است اما در ادامه این مزیت مناسب ایران تحلیل رفته و در انتها طی سال‌های آخر، کشورهای رقیب ایران در اسپانیا، بویژه امریکا مزیت رقابتی بیشتری از ایران بدست آوردند. این نتیجه در سال‌های آتی تهدیدی برای پسته ایرانی بوده و موقعیت ایران را در بازارهای تراز اول جهان متزلزل خواهد کرد.

بطور کلی در مورد صادرات پسته، روند نزولی مزیت صادراتی ایران در مقابل رقبا کاملاً محسوس بوده و ادامه روند موجود، خروج ایران از بازارهای تراز اول جهان منجر خواهد شد.

در بازار روسیه به عنوان فرصتی برای حضور ایران در سال‌های اخیر نیز کاملاً مشخص است که ایران نتوانسته مزیت قابل توجه خود در مقایسه با آمریکا را حفظ نموده و در نهایت مزیت نسبی ایران نسبت به صادرات رقیب سنتی خود از دست رفته و بازار روسیه علی‌رغم مسائل و تنش‌های ایجاد شده بین این کشور و آمریکا، مزیت نسبی مناسب‌تری را برای صادرکنندگان آمریکایی نسبت به صادرکنندگان ایرانی ایجاد کرده است. در چه محصولی؟

در مورد سایر محصولات نیز، افت شاخص‌های مزیت صادرات محصولات کشاورزی در مقایسه با رقبا محسوس است، این نتیجه حتی در مورد محصولاتی مانند زعفران و کیوی نیز مشخص است. لزوم بررسی چرایی این موضوع و تبیین استراتژی مناسب در بازار صادراتی به منظور حفظ بازارهای صادراتی و گسترش آنها و تداوم مزیت‌های صادراتی ایران در بازارهای هدف، ضروری خواهد بود.

ضعف صنعت بسته‌بندی در ایران و عدم برندسازی مناسب جهت ایجاد برند ملی در کشور، مزید بر علت خواهد بود تا بازارهای صادراتی ایران نصیب کشورهای رقیب که تلاش زیادی در این زمینه داشته‌اند، گردد. در حدود ۵۰۰۰ شرکت بسته‌بندی در ترکیه، بطور مشخص استراتژی صادراتی این کشور را برای حضور موفق در بازارهای جهانی نشان می‌دهد. در استرالیا نیز ۴۰۰ کمپانی و شرکت‌های صنعتی در زنجیره تامین بسته‌بندی مشغول فعالیت هستند. لذا همانگونه که بیان شد، دستیابی به ضرایب مناسب خودکفایی، کاهش ضایعات به ویژه در محصولات کشاورزی، بهبود ارزش افزوده محصولات کشاورزی، پشتیبانی از فعالیت‌های بخش تولیدی کشور، ایجاد اشتغال، برخورداری از مزیت رقابتی، ایجاد تنوع بیشتر در تولید، حفظ و ذخیره‌سازی طولانی‌تر و ضرورت توجه به بسته‌بندی صادراتی محصولات تولیدی کشور را تبیین می‌کند.

بررسی تجارت جهانی کشاورزی و مواد غذایی نشان می‌دهد تجارت این کالاها کمتر از ۱۰ درصد تجارت جهانی کالاها است. این یافته که در مطالعات بسیار دیگری نیز بر آن تاکید شده است، بیانگر این واقعیت است

که کشاورزی تا حد زیادی به عنوان موضوعی غیرتجاری نگریسته می‌شود و تلاش عموم کشورها برای خوداتکایی در تولید کالاهای کشاورزی باعث شده است که سهم عمده‌ای از تولید این محصولات در مناطق تولیدی مصرف و وارد چرخه تجارت نشوند. در مقام مقایسه نگاهی به وضعیت تجارت کشاورزی در ایران نشان دهنده روند رو به تزاید کسری تراز تجارت کشاورزی و مواد غذایی در ایران است و واردات فراتر از ۲۳ میلیون تن از این اقلام در سال ۱۳۹۳ (اگرچه بخشی از آن برای پوشش کاهش ذخایر استراتژیک وارد شده است) سطح بالای وابستگی امنیت غذایی کشور به تجارت غذا را نشان می‌دهد تا جایی که ۵۴ درصد واردات کالایی ایران مربوط به واردات کشاورزی و مواد غذایی است. اگر امنیت غذایی موضوعی مهم است، وابستگی غذایی کشور به خارج کشور نیز به عنوان مساله‌ای اساسی مد نظر سیاست‌گذاران قرار گیرد و تلاش شود حجم وابستگی غذایی کشور کاهش یابد.

نگاهی به ساختار بازار مهمترین محصولات اساسی کشاورزی ایران نشان داد که ساختار عمده این کالاها ساختاری انحصاری بوده و صادرات آنها در انحصار چند کشور است. از سویی نگاهی به کشورهای طرف تجاری کشور در واردات نشان داد در ۴ ساله منتهی به سال ۱۳۹۳ در کالایی مانند گندم حدود ۶۵ درصد واردات از ۴ کشور (امارات، سوئیس، روسیه و هلند)، در گوشت گاو ۸۵ درصد واردات از ۴ کشور (برزیل، امارات، هلند و هند)، ۸۵ درصد واردات ذرت از ۴ کشور (امارات، سوئیس، هلند و انگلستان)، در برنج ۹۲ درصد واردات از ۳ کشور (هند، امارات و پاکستان) و در واردات شکر نیز سه کشور امارات، سوئیس و برزیل مبدأ ۹۰ درصد بودند. تمرکز و انحصار در بازارهای صادراتی کالاهای اساسی وارداتی از یک سو و وابستگی بالای کشور در واردات به چند کشور محدود شاخص‌های رضایت‌بخشی در زمینه امنیت غذایی و وابستگی غذایی نیستند.

روند ناپایدار و کاهشی مزیت‌های صادراتی کشور در بسیاری از کالاهای مهم صادراتی و معدود بودن شرکای اصلی صادراتی کشور در این کالاها، پایداری صادرات کشور را تهدید می‌کند. در کالایی مانند پسته کشورهای هنگ‌کنگ، آلمان، ویتنام و روسیه مقصد ۶۵ درصد صادرات، برای کشمش کشورهای امارات، اسپانیا، روسیه، عراق و ترکیه مقصد ۶۳ درصد صادرات، برای زعفران امارات و اسپانیا مقصد ۶۱ درصد صادرات و ۶۰ درصد

سیب، ۵۳ درصد خیار و ۹۰ درصد گوجه‌فرنگی فقط به عراق صادر می‌شود. در چنین شرایطی به دنبال هر تنش اقتصادی، سیاسی و یا هر تصمیم تجاری در هر یک از این کشورها سهم عمده‌ای از صادرات کشور با چالش روبه‌رو می‌شود.

بررسی تحولات سیاست‌های تجاری کشور (تعرفه و موانع غیرتعرفه‌ای) در کنار تحلیل تحول تجارت کشاورزی و مواد غذایی نشان داد که تحولات و اصلاح نظام تعرفه کشاورزی در راستای افزایش هدفمندی و سطح حمایتی آن نبوده است و نظام تعرفه کشاورزی که تنها بر پایه ابزار تعرفه ارزشی، حمایت موثر و متوازی از کالاهای کشاورزی نمی‌کند. نگاهی مقایسه‌ای به نظام تعرفه کشاورزی در ایران و سایر کشورها (به ویژه کشورهای توسعه یافته) نشان می‌دهد تنوع ابزاری، کاربرد اقدام‌های فنی و بهداشتی، شکاف اندک میانگین ساده و وزنی تعرفه، تعدد طبقات تعرفه و وجود تعرفه‌های فراتر از ۱۰۰۰ درصد برای حمایت تعرفه‌ای هدفمند و موثر از شاخصه‌های آنها است. این در شرایطی است که ساختار حمایت تعرفه‌ای ایران چنین وضعیتی ندارد. دقت در مسیر تحول موانع غیرتعرفه‌ای نیز نشان می‌دهد وضع گسترده موانع غیرتعرفه‌ای قبل از سال ۱۳۸۲، حذف کامل این موانع بدون جایگزینی حمایت تعرفه‌ای مناسب در سال‌های برنامه چهارم و بازگشت مجدد ممنوعیت‌ها و مجوزها در راستای قوانین افزایش بهره‌وری و برنامه پنجم توسعه، اقدام‌هایی واکنشی است. چنین اقدام‌هایی باعث شده است تا بعد از یک دوره چند ساله ساختار تعرفه‌ای بخش کشاورزی مجدداً درگیر موانع غیرتعرفه‌ای گسترده شود و چنین روندی مانعی جدی برای اصلاح واقعی نظام تعرفه مطابق با معیارهای جهانی است. از این رو ضرورت دارد در شرایطی که اهرم‌های قانونی لازم برای وضع موانع غیرتعرفه‌ای در اختیار بخش کشاورزی قرار دارد و در مواقع ضروری می‌توان از آنها استفاده کند، اقدام به اصلاح نظام تعرفه کشاورزی نماید تا در صورت حذف موانع غیرتعرفه‌ای بخش کشاورزی با مشکلات چند ساله اخیر روبه‌رو نشود. بررسی وضعیت موافقتنامه‌های تجاری ایران نشان داد که بسیاری از آنها به دلایل مختلف وارد فاز اجرایی نشده‌اند و در معدود موافقتنامه‌های اجرایی نیز منافع چندانی نصیب بخش کشاورزی نشده است. بحث اجرایی نشده موافقتنامه‌ها به طور عمده به دلایل کلانی مانند تحریم‌های هسته‌ای باز می‌گردد، اما بحث ناکارا بودن

موافقتنامه‌های اجرا شده بیشتر به ساختار نامناسب نظام تعرفه کشاورزی در ایران برمی‌گردد. وضعیت نظام تعرفه کشاورزی در ایران به گونه‌ای است که در سال ۱۳۹۳ حدود ۷۳ درصد واردات کشاورزی و مواد غذایی با حداقل تعرفه (۴ درصد) وارد شده است. در چنین ساختار تعرفه‌ای که در آن کالاهای وارداتی با حداقل تعرفه وارد می‌شوند، وضع موافقتنامه و اعطای امتیاز برای دریافت امتیاز معادل برای کالاهای صادراتی با چالش جدی رو به رو است. از این رو پیشنهاد می‌شود در اصلاح نظام تعرفه کشاورزی تقویت قابلیت امضای موافقتنامه‌های تجاری موثر در بستر نظام تعرفه مد نظر قرار گیرد.

در مسیر تحول نظام تعرفه کشور طبق مصوبه تیرماه ۱۳۹۳ دولت مقرر شده است تعداد طبقات تعرفه تا سال ۱۳۹۶ به ۶ طبقه تعرفه کاهش یابد. این مصوبه در راستای افزایش شفافیت و ساده‌سازی رویه‌های ورود کالا است. تجربه اجرایی آن در دو سال اخیر نشان می‌دهد همراه با کاهش تعداد طبقات تعرفه سقف تعرفه نیز محدود می‌شود. در سال ۱۳۹۴ سقف تعرفه از ۱۰۰ درصد به ۷۵ درصد و در سال ۱۳۹۵ سقف تعرفه از ۷۵ به ۵۵ درصد محدود شد. مقایسه تعداد طبقات تعرفه ایران با دیگر کشورها نشان دهنده تعدد طبقات تعرفه در دیگر کشورها است و سایر کشورها بیش از آنکه درگیر اصلاحات شکلی نظام تعرفه باشند، هدفمندی و سطح حمایت موثر نظام تعرفه در عین شفافیت نظام تعرفه را دنبال می‌کنند. پیشنهاد می‌شود به جای پیگیری کاهش طبقات تعرفه که هدفمندی و سطح حمایتی آن را کاهش می‌دهد اصلاح پراکنش تعرفه برای افزایش شفافیت و جنبه حمایتی آن پیگیری شود.

بررسی اثر نرخ ارز و سیاست‌های ارزی بر صادرات و واردات کشاورزی و مواد غذایی نشان داد واردات کشور اثر چندانی از نرخ ارز نمی‌پذیرد و با توجه به ترکیب واردات کشاورزی و مواد غذایی که سهم عمده آن کالاهای اساسی است واردات این کالاها تابع سطح تولید و تقاضای داخلی به منظور تضمین امنیت غذایی است. در واقع واردات این کالاها تابع نرخ ارز نبوده و بر اساس ملاحظات امنیت غذایی هر زمان که ضرورت داشته باشد، چنین کالاهایی در حجم زیاد وارد کشور می‌شوند. اما صادرات کشاورزی و مواد غذایی تابع روندهای طی شده در نرخ ارز حقیقی است و در شرایطی که نرخ ارز حقیقی در مسیر کاهش قرار گرفته است، صادرات کشاورزی

و مواد غذایی نیز وارد سیکل کاهش شده است و چنانچه به دلایلی (مانند تحریم و خروج نرخ ارز از نظام کنترلی) نرخ ارز حقیقی روند افزایشی داشته است، صادرات کشاورزی و مواد غذایی نیز وارد سیکل افزایش شده است. از این رو سیاست ارزی و روند نرخ ارز حقیقی به عنوان متغیری اثرگذار بر صادرات کشاورزی و مواد غذایی باید همواره مدنظر قرار گرفته و آثار آن بر صادرات کشاورزی و مواد غذایی با سیاست‌های مکمل کنترل شود.

۱- برای تحلیل کالاها و بازارهای صادراتی محصولات کشاورزی و مواد غذایی در این مطالعه بررسی‌های امار و شاخص‌های متنوعی استفاده شده است. تلاش شده است تا ضمن تعیین مهمترین کالاهای صادراتی کشور، بازارهای صادراتی آنها شناسایی، وضعیت مزیت رقابتی و تداوم صادراتی در آن بازارها شناسایی و تهدید از ناحیه رقبا نیز ارزیابی شود. با توجه به گسترده بودن و پراکنده بودن مباحث مطروحه در این بخش جمع‌بندی از موارد مورد بررسی برای استفاده فعالین اقتصادی و تصمیم‌گیران بخش کشاورزی برای ۵ قلم از مهمترین محصولات صادراتی کشور ارائه شده است. بررسی وضعیت تجارت کشاورزی و مواد غذایی کشور نشان داد که محصول پسته، کشمش، زعفران، سیب، خرما، رب گوجه فرنگی، خیار، شیرینی، بیسکویت و سیب زمینی مهمترین محصولات صادراتی بخش کشاورزی و مواد غذایی از نظر ارزش صادرات هستند. در اینجا خلاصه وضعیت پنج محصول پسته، کشمش، زعفران، سیب و خرما بررسی و استفاده از نتایج سایر کالاها و بازارها در متن اصلی گزارش در دسترس شده است. محصول پسته با مجموع صادراتی به ارزش ۱۱۴۵۷ میلیون دلار در ۱۰ ساله اخیر (۹۳-۱۳۸۴) ۲۵ درصد ارزش صادراتی بخش کشاورزی و مواد غذایی را به خود اختصاص داده است و ارزش صادرات آن با افزایش فراتر از ۱۰۰ درصدی از ۸۱۷ میلیون دلار در ابتدای برنامه چهارم به ۱۶۴۹ میلیون دلار در پایان سال ۱۳۹۳ افزایش یافته است. پنج کشور هنگ کنگ (۳۱ درصد)، امارات متحده عربی (۱۳ درصد)، آلمان (۸ درصد)، ویتنام (۶ درصد) و فدراسیون روسیه (۶ درصد) مقصد ۶۴ درصد پسته کشور بودند. صادرات پسته به هنگ کنگ به عنوان اصلی ترین شریک تجاری کشور، روندی متناوب دارد و از ۱۸۰ میلیون دلار در سال ۱۳۸۸ به ۵۲۱ میلیون دلار در سال ۱۳۹۳ افزایش یافت

است. صادرات به امارات به عنوان دومین شریک تجاری ایران در صادرات پسته با شیب بسیار کمی از ۱۵۲ میلیون دلار در سال ۱۳۸۸ به ۱۹۳ میلیون دلار در سال ۱۳۹۳ افزایش یافته است. اما صادرات پسته به کشور آلمان با روندی نوسانی از ۱۳۷ میلیون دلار در سال ۱۳۸۸ به ۱۰۷ میلیون دلار در سال ۱۳۹۳ کاهش یافته است.

بررسی مزیت صادراتی ایران در کشورهای هدف و در مقایسه با رقبای ایران نشان داد در بازار آلمان رقیب اصلی ایران آمریکا بوده که ایران در اکثر سال‌ها نتوانسته مزیت رقابتی نسبت به آن بدست آورد. تنها طی سال‌های ۲۰۱۱ و ۲۰۱۲ ایران موفق به کسب مزیت صادراتی نسبت به آمریکا در آلمان شده است. در سال ۲۰۱۴ این عدم مزیت ایران در مقابل آمریکا در کشور هدف آلمان شدت یافته است. این عدم مزیت خود را در روند صادراتی پسته به آلمان نشان داده است و روند صادرات پسته ایران و آمریکا به بازار آلمان نیز نشان می‌دهد ایران در حال از دست دادن سهم خود در این بازار است. صادرات ایران از ۱۷۸ میلیون دلار در سال ۲۰۱۱ با روند کاهشی به ۹۴ میلیون دلار در سال ۲۰۱۴ کاهش یافت است و طی همین دوره صادرات آمریکا به آلمان از ۱۲۸ میلیون دلار در سال ۲۰۱۱ به ۲۰۴ میلیون دلار افزایش یافته است. در واقع حدود ۷۰ درصد بازار پسته آلمان در اختیار آمریکا قرار گرفته است. بررسی تداوم صادراتی ایران به آلمان نیز به عنوان یکی از شرکای اصلی نشان می‌دهد از حیث تداوم مقدار و سهم صادرات این کشور همچنان یکی از بازارهای مناسب برای صادرات پسته کشور است، اما از نظر تداوم قیمتی ایران در این بازار با مشکلاتی روبه‌رو است و همین امر مزیت صادراتی کشور را تهدید می‌کند.

بازار پسته روسیه نیز در اختیار دو کشور ایران و آمریکا است. در این بازار نیز ایران در حال واگذاری سهم خود به آمریکا است. در این بازار نیز ایران نتوانسته مزیت قابل توجه خود در مقایسه با آمریکا را حفظ نموده و در نهایت مزیت نسبی ایران نسبت به صادرات رقیب سنتی خود از دست رفته است. در سال ۲۰۱۰ ایران ۷۱ میلیون دلار پسته به این کشور صادر کرد درحالیکه آمریکا در این سال تنها ۱۰ میلیون دلار پسته به آمریکا صادر کرده است. اما طی یک روند کاهشی صادرات ایران به بازار روسیه در سال ۲۰۱۳ به ۵۰ میلیون

دلار کاهش یافت و صادرات آمریکا با روندی افزایشی به ۵۵ میلیون دلار افزایش یافت. در سال ۲۰۱۴ نیز ایران ۳۲ میلیون دلار و آمریکا ۴۲ میلیون دلار به این بازار پسته صادر کرد. از نظر شاخص‌ها تداوم، مقداری، قیمتی و سهم صادرات نیز روسیه بازار حائز رتبه‌ای برای ایران نبوده است.

بررسی بازار هنگ‌کنگ نشان می‌دهد تنها رقیب ایران در بازار این کشور آمریکا است و هر زمان که سهم ایران در این بازار افت کرده است، آمریکا جای ایران را پر کرده است. در سال ۲۰۱۰ ایران ۳۵۹ میلیون دلار پسته و آمریکا ۱۸۰ میلیون دلار پسته به این کشور صادر کرد. در این سال سهم ایران ۲ برابر آمریکا در این بازار بود و نزدیک به ۷۰ درصد بازار هنگ‌کنگ در اختیار ایران بود. اما در فاصله سال‌های ۲۰۱۱-۲۰۱۳ (به طور عمده به دلیل تحریم‌ها) آمریکا سهم بیشتری از بازار این کشور داشت. در سال ۲۰۱۱ ایران ۲۰۵ میلیون دلار پسته به هنگ‌کنگ صادر کرد و در مقابل آمریکا ۲۳۰ میلیون دلار پسته به این بازار صادر کرد. سهم آمریکا در این بازار به تدریج افزایش یافته به گونه‌ای که در سال ۲۰۱۳ سهم آمریکا به بیش از ۲ برابر ایران افزایش یافت و حدود ۷۵ درصد این بازار را در اختیار گرفت. در این سال آمریکا ۵۴۷ و ایران ۲۲۴ میلیون دلار پسته به بازار هنگ‌کنگ صادر کردند. اما در سال ۲۰۱۴ ایران سهم بیشتری از بازار هنگ‌کنگ را در اختیار گرفت و صادرات ایران به این بازار به ۴۸۴ میلیون دلار افزایش یافت، درحالی‌که صادرات آمریکا به این بازار با کاهش نزدیک به ۲ برابری به ۲۹۰ میلیون دلار افت کرد. در این بازار موقعیت مزیت نسبی ایران در مقابل آمریکا در اکثر سال‌ها برقرار بوده اما این شاخص نوسان قابل توجهی داشته است. بطوریکه در سال‌های ۲۰۰۱، ۲۰۱۱، ۲۰۱۲ و ۲۰۱۳، مزیت ایران نسبت به آمریکا تنزل یافته و کشور نسبت به رقیب سنتی خود فاقد مزیت صادراتی در این سال‌ها بوده است. از حیث شاخص‌های تداوم صادراتی نیز ایران دارای تداوم قیمتی و سهم صادرات در این بازار است و در مجموع هنگ‌کنگ از بازارهای مهم و اصلی صادرات پسته است. در بازار امارات نیز همانگونه که مشخص است، همواره ایران نسبت به رقیب سنتی خود یعنی آمریکا، حائز مزیت بوده است، هرچند که این مزیت در سال‌های اخیر روندی تقریباً کاهشی داشته است.

۲- کشمش با مجموع ارزش صادراتی برابر با ۲۴۳۰ میلیون دلار در دوره ۱۰ ساله (۹۳-۱۳۸۴) دومین محصول ارزآور بخش کشاورزی و مواد غذایی است و ارزش صادرات آن در سال ۱۳۹۳ به ۱۱۷ میلیون دلار رسیده است. در این دوره امارات متحده عربی (۱۷ درصد)، روسیه (۱۷ درصد)، عراق (۱۲ درصد)، اکراین (۸ درصد) و ترکیه (۶ درصد) مقصد ۶۰ درصد کشمش صادراتی ایران هستند. جایگاه بازارهای عمده صادراتی این محصول در طول زمان دچار تغییراتی شده است و در دوره (۹۳-۱۳۸۹) مقاصد صادراتی کشور تنوع بیشتری پیدا کرد و سهم امارات متحده عربی با واردات ۴۲۵ میلیون دلار به ۲۷ درصد، سهم اسپانیا نیز با واردات ۲۴۷ میلیون دلار کشمش به ۱۵ درصد و کشورهای ترکیه، عراق، و فدراسیون روسیه با واردات ۱۲۸، ۱۱۹ و ۹۶ میلیون دلار در مجموع ۲۱ درصد این محصول رسید. صادرات کشمش به امارات به عنوان شریک اصلی ایران در صادرات با روند افزایشی از ۶۳ میلیون دلار در سال ۱۳۸۸ به ۱۴۵ میلیون دلار در سال ۱۳۹۰ افزایش یافت، اما در ادامه صادرات به این کشور با روند کاهشی به ۶۰ میلیون دلار در سال ۱۳۹۳ افت کرد. صادرات کشمش به اسپانیا به عنوان دومین شریک تجاری کشور از ۷۰ میلیون دلار در سال ۱۳۸۸ به ۱۱۹ میلیون دلار در سال ۱۳۸۹ افزایش و در ادامه با روند کاهشی به ۵۶ میلیون دلار در سال ۱۳۹۲ کاهش یافت. در سال ۱۳۹۳ نیز صادرات به این کشور به رشد حدود دو برابری به ۱۰۴ میلیون دلار افزایش یافت. صادرات به کشور ترکیه نیز اگرچه در سال ۱۳۸۸ بسیار اندک بود اما با روند رو به رشد ۵۹ میلیون دلار در سال ۱۳۹۲ افزایش یافت، اگرچه در سال ۱۳۹۳ با کاهش بیش از دو برابری به ۲۹ میلیون دلار کاهش یافت.

صادرات انگور ایران به امارات رقبای متعددی دارد و کشورهایی که در آینده می‌توانند رقیبی جدی برای ایران در بازار امارات تلقی شوند اردن، سوریه، عربستان و تا حدودی لبنان هستند. شاخص‌ها تداوم صادراتی نشان می‌دهد امارات از نظر تداوم مقداری و سهم در صادرات جزء سه بازار دارای اولویت صادراتی برای انگور ایران است.

انگور ایران در بازار روسیه رقبای متعددی دارد. اما صادرات ایران در مقایسه با بسیاری از کشورهای رقیب حائز مزیت بوده اما کشورهایی که در آینده می‌توانند در صورت توسعه صادرات انگور رقیبی جدی برای ایران

در بازار روسیه تلقی شوند کشورهای افغانستان (۲۳ درصد)، ترکیه (۱۹ درصد)، شیلی (۱۵ درصد) و هند (۳ درصد) هستند. روند صادرات ایران به روسیه نشان می‌دهد صادرات ایران در سال ۲۰۱۰ حدود ۴۰ میلیون دلار بود که با کاهش ۲۵ درصدی به ۲۹ میلیون دلار در سال ۲۰۱۱ کاهش یافت. در ادامه صادرات ایران به روسیه ۴۴ میلیون دلار افزایش یافت. اما بعد از سال ۲۰۱۲ صادرات کشمش به روسیه وارد روندی کاهشی شده است و ۱۷ میلیون دلار در سال ۲۰۱۴ کاهش یافت. با وجود افت شدید صادرات ایران به روسیه، هنوز ایران رتبه نخست را در این بازار دارد. صادرات افغانستان به عنوان مهمترین رقیب کشور از ۱۹ میلیون دلار در سال ۲۰۱۰ با روند کاهشی به ۱۱ میلیون دلار در سال ۲۰۱۴ کاهش یافته است. صادرات شیلی نیز با روندی کاهشی از ۱۱ میلیون دلار در سال ۲۰۱۰ به ۷ میلیون دلار در سال ۲۰۱۴ افت کرده است. روسیه از نظر شاخص‌های تداوم قیمتی و سهم در صادرات جزء سه کشور دارای اولویت صادراتی برای انگور خشک کرده ایران است.

در بازار عراق، مزیت صادراتی انگور خشک کرده ایران نسبت به رقبای اصلی خود در این کشور یعنی ترکیه و چین همواره وجود داشته است (بجز سال ۲۰۱۳ در رقابت با چین) و لذا ایران در بازار عراق وضعیت باثبات تری نسبت به رقبا دارد. هرچند شاخص مزیت نسبی ایران در مقایسه با چین در بازار عراق رو به کاهش است که می‌تواند تهدیدی در صورت ادامه روند موجود، تلقی گردد. عراق مقصد صادراتی ۱۲ درصد کشمش صادراتی ایران است و درصد ناچیزی از کشمش وارداتی این کشور از سایر کشورها وارد شده است. اگرچه از حیث شاخص‌های تداوم صادراتی عراق در بین سه کشور اولویت دار برای صادرات انگور خشک کرده قرار نگرفته است.

تحلیل بازار صادراتی افغانستان نیز نشان می‌دهد که هرگاه پاکستان صادرات انگور خشک کرده به افغانستان داشته، مزیت صادراتی ایران در رقابت با پاکستان افت کرده است و لذا از این جهت صادرات پاکستان تهدید برای صادرات باثبات ایران به افغانستان در مورد محصول انگور خشک کرده خواهد بود. شاخص‌های

تداوم صادراتی نیز این کشور را در جایگاه سه کشور اول دارای اولویت صادراتی برای انگور خشک کرده قرار نمی‌دهد.

از نظر تداوم صادراتی در بین همین کشورها نیز کشورهای پاکستان، روسیه، و آذربایجان به ترتیب به لحاظ ثبات در قیمت‌ها مناسب‌ترین کشورهای هدف ایران بوده‌اند و از لحاظ ثبات در مقادیر صادراتی نیز امارات، کویت، آذربایجان و ترکیه مناسب‌ترین کشورها می‌باشند و در نهایت از لحاظ ثبات در سهم صادراتی از سبد صادرات ایران نیز کشورهای روسیه، امارات و آذربایجان رتبه اول تا سوم در ثبات سهم صادراتی به خود اختصاص داده‌اند. لذا مشخص است که کشورهای روسیه، امارات و آذربایجان مناسب‌ترین بازارهای هدف ایران در بازار جهانی انگور خشک کرده می‌باشند.

۳- محصول زعفران با مجموع ارزش صادراتی ۲۱۳۴ میلیون دلار در دوره (۹۳-۱۳۸۴) سومین محصول ارزآور بخش کشاورزی و مواد غذایی بوده و سهم ۵ درصدی در ارزش صادرات این بخش دارد. ارزش صادرات این محصول ۲۲۸ میلیون دلار در سال ۱۳۹۳ بود. کشورهای امارات متحده عربی (۴۰ درصد)، اسپانیا (۳۰ درصد)، عربستان (۶ درصد)، ایتالیا (۵ درصد) و هند (۳ درصد) مقاصد اصلی صادرات زعفران ایران هستند. امارات متحده عربی در برنامه‌های سوم، چهارم و پنجم توسعه مقصد ۴۰ درصد زعفران صادراتی کشور بود. در برنامه‌های سوم و چهارم توسعه در مجموع ۳۱۸ میلیون دلار زعفران به این کشور صادر شد که در دوره (۹۳-۱۳۸۹) با افزایش حدود ۲ برابری به ۶۱۲ میلیون دلار رسید. اسپانیا به عنوان دومین شریک تجاری ایران در صادرات زعفران در طول برنامه‌های سوم و چهارم توسعه با مجموع واردات ۲۷۴ میلیون دلار زعفران ۳۴ درصد این محصول را وارد کرده است. سهم این کشور در مقاصد صادراتی کشور در دوره (۹۳-۱۳۸۳) به ۴۴۵ میلیون دلار به ۲۹ درصد افت کرده است. در این دوره بر تنوع بازارهای صادراتی کشور افزوده شده و عربستان سعودی با واردات ۹۹ میلیون دلار سهم ۶ درصدی در واردات این محصول دارد. صادرات زعفران به امارات با روند افزایشی از ۶۳ میلیون دلار در سال ۱۳۸۸ به ۱۵۲ میلیون دلار در سال ۱۳۹۱ افزایش یافت و در ادامه با کاهش به ۸۰ میلیون دلار در سال ۱۳۹۲ افت کرد. در سال ۱۳۹۳ صادرات زعفران به ۱۰۵ میلیون

دلار در سال ۱۳۹۳ افزایش یافت. بیشترین مقدار صادرات به کشور اسپانیا در سال ۱۳۸۹ به ارزش ۱۱۹ میلیون دلار انجام شد و در ادامه با روند کاهشی به ۵۰ میلیون دلار در سال ۱۳۹۳ کاهش یافت. در بازار اسپانیا نسبت به رقیبانی همچون انگلیس و تا حدودی هلند، حائز مزیت صادراتی مناسب‌تری بوده است. این در حالی است که هرگاه فرانسه، آلمان و یونان به اسپانیا صادرات داشته‌اند، مزیت صادراتی ایران در مقایسه با این کشورها افت کرده و ایران فاقد مزیت صادراتی در رقابت با این کشورها بوده است. لذا توسعه صادرات این کشورها همواره به عنوان تهدیدی برای ایران در کشور هدف اسپانیا مطرح می‌باشد. در بازار امارات نیز ایران هرچند نسبت به اسپانیا مزیت صادراتی مناسبی داشته است اما شاخص مزیت صادراتی برای ایران در حال کاهش بوده و ادامه این روند تهدیدی برای صادرات زعفران ایران به امارات در رقابت با اسپانیا خواهد بود. اما بررسی کشورهای رقیبی مانند بنگلادش و عربستان نیز نشان می‌دهد که هرگاه این دو کشور بویژه در سال‌های اخیر صادرات به امارات داشته‌اند، منجر به عدم مزیت صادراتی ایران در امارات در رقابت مورد نظر شده‌اند، اگرچه این دو کشور تولیدکننده مهم زعفران نیستند. در بازار ایتالیا نیز ایران نسبت به اسپانیا مزیت صادراتی مناسبی دارد. اما این مزیت در حال کاهش بوده و ادامه این روند تهدیدی برای صادرات زعفران ایران به ایتالیا در رقابت با اسپانیا خواهد بود. در بازار عربستان، مزیت صادراتی ایران نسبت به رقیب اصلی خود یعنی اسپانیا، رشد تدریجی داشته است، اگرچه در سال ۲۰۱۴ این شاخص کاهش قابل توجهی نسبت به ۵ سال اخیر خود داشته است. در بازار هند ایران توانسته پس از سال ۲۰۰۳ که صادرات زعفران به هند را رونق بخشید، حائز مزیت صادراتی در بازار این کشور در مقایسه با رقیب سنتی خود یعنی اسپانیا شود.

صادرات سیب در مجموع با ارزش صادراتی ۱۷۸۶ میلیون دلار در دوره (۹۳-۱۳۸۴) و حجم ۲۹۲۸ هزار تن جایگاه چهارم از نظر ارزش صادرات و رتبه سوم از نظر وزن صادراتی را در بین کالاهای کشاورزی و مواد غذایی دارد. صادرات این کالا در سال ۱۳۹۳ به ۱۸۷ میلیون دلار رسید. در ۱۰ ساله اخیر (۹۳-۱۳۸۴) عراق (۶۷ درصد)، ترکمنستان (۱۲ درصد)، امارات (۷ درصد)، افغانستان (۵ درصد) و پاکستان (۳ درصد) شرکای اصلی ایران در صادرات سیب بودند. در دوره ۹۳-۱۳۸۹ نیز اگرچه سهم نسبی این کشور کاهش یافت، اما

۶۲۶ میلیون دلار سیب به عراق صادر شد و سهم این کشور در مقاصد صادراتی سیب به ۶۰ درصد افت کرد. ترکمنستان و امارات متحده عربی مقاصد بعدی سیب صادراتی ایران هستند که در مجموع کمتر از ۲۰ درصد سیب به این دو کشور صادر شده است. صادرات سیب به کشور عراق روندی نزولی را نشان می‌دهد و از ۱۹۶ میلیون دلار در سال ۱۳۸۸ با نوسان‌هایی به ۸۹ میلیون دلار در پایان سال ۱۳۹۳ افت کرده است. ضمن اینکه صادرات این کالا به کشور عراق در سال‌های اخیر روندی متناوب داشته است.

صادرات سیب ایران به عربستان رقباي متعددی در بازار این کشور دارد. بطوریکه صادرات ایران نسبت به نیوزلند همواره حائز مزیت در بازار عربستان بوده اما نسبت به رقیبی مانند ترکیه تنها در سال ۲۰۱۴ ایران حائز این مزیت در بازار عربستان نسبت به ترکیه بوده و در مورد اسپانیا علی‌رغم اینکه در سال‌های بسیاری ایران حائز مزیت صادراتی بوده اما در سال ۲۰۱۴ این مزیت به عدم مزیت تبدیل شده است. همچنین نسبت به سایر رقبا از جمله آمریکا، ایتالیا، شیلی، فرانسه لبنان، چین، آفریقای جنوبی و سوریه صادرات ایران بویژه در سال‌های اخیر فاقد مزیت صادراتی در بازار عربستان بوده است. لذا صادرات این کشورها با ادامه روند فعلی تهدیدی برای صادرات بلندمدت ایران به عربستان خواهد بود. این بازار از نظر شاخص تداوم مقداری در بین سه کشور مناسب برای صادرات سیب قرار دارد، اما شاخص تداوم قیمتی و سهم در صادرات این بازار را در سه اولیت اول قرار نمی‌دهد. در بازار هدف افغانستان جهت صادرات سیب نیز رقیب اصلی ایران، پاکستان بوده که ایران هیچگاه نتوانسته مزیت رقابتی نسبت به کشور پاکستان در افغانستان بدست آورد. هرچند روند شاخص مزیت صادراتی رو به بهبود بوده، اما همچنان نتوانسته در مقایسه با پاکستان به مزیت رقابتی مناسبی در افغانستان دست یابد. در بازار افغانستان از نظر شاخص تداوم قیمتی وضعیت ایران مناسب است، اما از نظر تداوم مقداری و سهم در صادرات این کشور در بین سه کشور اول برای ایران قرار ندارد. در بازار امارات ایران همواره نسبت به رقباي خود حائز مزیت بوده است. هرچند که روند شاخص مزیت صادراتی ایران قابل توجه می‌باشد. در این بازار شاخص‌های تداوم صادراتی نشان می‌دهد از نظر تداوم قیمتی، مقداری و سهم صادراتی امارات در بین سه کشور اول است و لذا بازاری پایدار برای صادرات سیب کشور است. ۷۶ درصد بازار عراق در

اختیار ایران است و ترکیه و مقدونیه سهم ۱۷ و ۴ درصدی در این بازار دارند. سهم سایر کشورها در این بازار اندک و در مجموع حدود ۳ درصد است. مقایسه قیمت صادراتی ایران به عراق با دو رقیب ایران نشان می‌دهد قیمت صادراتی ایران در سال ۲۰۱۱ حدود ۹۱۸ دلار/تن بوده که در سال ۲۰۱۴ به ۴۲۶ دلار/تن کاهش یافته است. در این بازار مزیت صادراتی ایران نسبت به کشورهای رقیب، روند نزولی داشته است و تنها در یکسال (۲۰۱۲) ایران نسبت به ترکیه فاقد مزیت مناسبی در عراق بوده است. در هر صورت افت ادامه دار شاخص مزیت صادراتی در آینده تهدیدی برای صادرات ایران به عراق خواهد بود. از حیث شاخص‌های تداوم صادراتی ایران در بازار عراق دارای تداوم در سهم صادراتی است، اما از نظر شاخص تداوم قیمتی و مقداری وضعیت مناسبی ندارد که تهدیدی جدی برای مهمترین بازار صادراتی سیب کشور است.

در بازار ترکمنستان، مزیت صادراتی سیب ایران نسبت به رقیب اصلی خود (ترکیه)، همواره وجود داشته است. در بازار ترکمنستان نیز ایران نقش مسلط را دارد و از ۳۲ میلیون دلار واردات سیب این کشور در سال ۲۰۱۰ بیش از ۳۱/۶ میلیون دلار آن از ایران وارد شده است. در سال ۲۰۱۴ نیز ۲۲/۹ میلیون دلار از کل واردات ۲۳/۴ میلیون دلاری سیب این کشور از ایران وارد شده است. ترکیه رقیب ایران در این بازار است که سهم اندکی از بازار را در اختیار دارد. شاخص تداوم صادراتی نیز نشان می‌دهد ترکمنستان از نظر شاخص تداوم قیمتی، مقداری و سهم در صادرات از مناسب‌ترین بازارهای هدف صادراتی برای سیب است.

۵ - طی دوره (۹۳-۱۳۸۴) در مجموع ۱۲۹۹ هزار تن خرما به ارزش ۱۴۲۹ میلیون دلار صادر شده است. این کالا با سهم ۳ درصدی در صادرات وزنی و ارزشی کالاهای کشاورزی و مواد غذایی، جایگاه پنجم از نظر ارزش و رتبه هفتم از نظر مقدار صادرات را دارد. ارزش صادرات این کالا به ۲۲۶ میلیون دلار در پایان سال ۱۳۹۳ رسید. این محصول تنوع قابل قبولی در مقاصد صادراتی دارد. در دوره ده ساله منتهی به سال ۱۳۹۳ امارات متحده عربی (۱۷ درصد)، پاکستان (۱۱ درصد)، روسیه (۹ درصد)، ترکیه (۷ درصد) و هند (۷ درصد) مقاصد اصلی صادرات خرمای ایران بودند. در دوره ۹۳-۱۳۸۹ سهم برخی کشورها افزایش یافت. سهم کشورهای هند و افغانستان در بین مقاصد اصلی صادراتی خرمای کشور افزایش یافت. در این دوره واردات

هند به ۸۴ میلیون دلار افزایش یافت و سهم آن نیز به ۹ درصد افزایش یافت. واردات خرما می افغانستان نیز به ۶۴ میلیون دلار و سهم آن به ۷ درصد افزایش یافت. صادرات خرما به پاکستان به عنوان یکی از شرکای اصلی کشور در این زمینه نشان دهنده روند افزایشی صادرات به این کشور در دوره ۹۱-۱۳۸۸ است و صادرات خرما از ۱۰ میلیون دلار در سال ۱۳۸۸ به ۳۹ میلیون دلار در سال ۱۳۹۱ افزایش یافت. در ادامه صادرات خرما به این کشور با کاهش اندکی به ۳۷ میلیون دلار در سال ۱۳۹۳ افت کرد. صادرات خرما به امارات متحده عربی با روند افزایشی آرامی از ۶ میلیون دلار در سال ۱۳۸۸ به ۲۲ میلیون دلار در سال ۱۳۹۳ افزایش یافت. صادرات خرما می ایران به روسیه رقبا می متعددی دارد. بطوریکه در سالهای اخیر صادرات ایران نسبت به کشورهای رقیبی مانند فلسطین، ترکیه و چین حائز مزیت در بازار روسیه بوده اما نسبت به کشورهای تونس و الجزایر نیز تنها در سالهای پایانی صادرات ایران فاقد مزیت صادراتی در بازار روسیه بوده است. لازم به ذکر است که صادرات ایران به بازار روسیه در سالهای بسیاری حائز مزیت نسبت به این رقبا نیز بوده است اما در سالهای ۲۰۱۲ تا ۲۰۱۴ ایران نسبت به الجزایر فاقد مزیت صادراتی شده و نسبت به تونس نیز در سال ۲۰۱۴ مزیت صادراتی ایران در بازار روسیه در رقابت با تونس از دست رفته است و لذا صادرات این کشورها با ادامه روند فعلی تهدیدی برای صادرات بلندمدت ایران به روسیه خواهد بود. روند صادرات خرما می ایران به روسیه روندی کاهشی دارد. صادرات خرما می ایران به روسیه از ۲۲ میلیون دلار در سال ۲۰۱۰ به ۸ میلیون دلار در سال ۲۰۱۴ کاهش یافت. این وضعیت باعث شده است تا ایران سهم بیش از ۷۵ درصدی خود در این بازار را با سهم ۳۰ درصدی در سال ۲۰۱۴ تقلیل دهد. در واقع در سال ۲۰۱۴ ایران به همراه تونس و الجزایر هر یک یک سوم بازار روسیه را در اختیار گرفته‌اند. با وجود کاهش سهم ایران، سهم تونس در این بازار رو به افزایش بود. صادرات تونس به روسیه از ۶ میلیون دلار در سال ۲۰۱۰ به ۱۰ میلیون دلار در سال ۲۰۱۳ افزایش یافته است و با توجه به افت کلی واردات روسیه در سال ۲۰۱۴ به ۷ میلیون دلار کاهش یافته است. سهم الجزایر نیز از ۳۲۵ هزار دلار در سال ۲۰۱۰ به ۷ میلیون دلار در سال ۲۰۱۴ افزایش یافته است. در واقع این دو کشور بخشی از سهم ایران را تصاحب کردند. شاخص تداوم قیمتی این کشور را در سه اولویت

اول کشور برای صادرات خرما قرار می‌دهد، اگرچه از نظر شاخص تداوم مقداری و سهم در صادرات این کشور در سه اولویت اول برای صادرات قرار ندارد.

در بازار هند نیز مشاهده می‌شود که مزیت صادراتی خرمای ایران در رقابت با رقبایی مانند عراق، عمان و پاکستان از دست رفته و صادرات این کشورها تهدیدی برای صادرات با ثبات ایران به هند خواهد بود. در مورد رقیبی مانند امارات نیز پس از یک افت مزیت در سال ۲۰۱۴ مجدداً ایران حائز مزیت در رقابت با امارات در بازار هند بوده است. پاکستان (۴۹ درصد)، عراق (۳۱ درصد)، امارات (۷ درصد) و ایران (۷ درصد) بازار خرمای هند را در اختیار دارند و ۶ درصد بازار در اختیار سایر کشورها است. در این بازار سهم ایران اندک است و نزدیک به نیمی از بازار در اختیار پاکستان قرار دارد. این در شرایطی است که پاکستان یکی از مقاصد صادراتی خرمای ایران است. شاخص‌های تداوم صادراتی نشان می‌دهد هند در سه اولویت اول ایران برای صادرات خرما قرار ندارد.

در بازار ترکیه نیز جهت صادرات خرما نتایج بررسی نشان می‌دهد که ایران نسبت به رقبای خود در بیشتر سال‌ها حائز مزیت بوده است. روند بهبود مزیت صادراتی هرچند صعودی بوده اما همراه با نوسانات متعددی طی سال‌های مورد بررسی بوده است. در هر صورت وضعیت فعلی ایران در بازار ترکیه همراه با مزیت خواهد بود، لذا می‌توان با توسعه صادرات در این کشور به حضور بلندمدت صادرکنندگان ایرانی امیدوار بود. در بازار ترکیه ایران دارای رقبای جدی است و کشورهایمانند ایران، عربستان و تونس سهم برابری در این بازار دارند. روند صادرات ایران به ترکیه نشان دهنده رشد نسبی صادرات خرما به این کشور است. صادرات ایران از ۳ میلیون دلار در سال ۲۰۱۰ به ۴ میلیون دلار در سال ۲۰۱۴ افزایش یافت. تونس نیز صادرات پایداری به این بازار دارد و صادرات این کشور از ۴ میلیون دلار در سال ۲۰۱۰ به ۳/۸ میلیون دلار در سال ۲۰۱۴ کاهش یافت. از نظر شاخص تداوم قیمتی و مقداری ترکیه از سه کشور اولویت دار برای صادرات خرمای ایران است.

در بازار پاکستان نیز جهت صادرات خرما نتایج بررسی مشابه بازار هدف ترکیه بوده و نتایج نشان می‌دهد که ایران نسبت به رقبای خود در بیشتر سال‌ها حائز مزیت بوده است. روند مزیت صادراتی همچنان با نوسانات متعددی طی سال‌های مورد بررسی همراه بوده است. در هر صورت وضعیت فعلی ایران در بازار پاکستان نیز مشابه ترکیه همراه با مزیت خواهد بود، لذا می‌توان با توسعه صادرات در این کشور به حضور بلندمدت صادرکنندگان ایرانی امیدوار بود. از حیث شاخص‌های تداوم مقداری و سهم در صادرات پاکستان از سه کشور اولویت دار در صادرات خرمای ایران است.

در مورد صادرات خرمای ایران به امارات، هرچند ایران نسبت به یکی از رقبای خود یعنی عربستان، همواره حائز مزیت صادراتی شده است اما نسبت به رقیب دیگر خود یعنی عراق در این بازار بویژه از سال ۲۰۰۳ به بعد حائز مزیت صادراتی نبوده و در صورتی که صادرات عراق در مورد محصول خرما توسعه یابد، صادرات ایران به امارات با تهدید جدی روبرو خواهد شد. این بازار از نظر شاخص تداوم سهم صادراتی جزء سه کشور اولویت دار برای صادرات خرمای ایران است. اما در کشور افغانستان، مزیت صادراتی خرمای ایران نسبت به رقیب اصلی خود در این کشور یعنی پاکستان، همواره وجود داشته است ایران در بازار افغانستان وضعیت مناسب‌تری نسبت به رقیب خود داشته است و بازار این کشور نیز می‌تواند در بلندمدت منافع پایداری برای صادرکنندگان ایرانی به همراه داشته باشد.

تجربه تحریم کالاهای وارداتی روسیه که فرصت‌های قابل ملاحظه‌ای برای ایران ایجاد کرده است ضعف در برخی زیرساخت‌های صادراتی کشور را عیان کرد. با تحریم واردات از اتحادیه اروپا حدود ۲ میلیارد دلار برای بازار گوشت، ۱/۷ میلیارد دلار برای لبنیات، ۱/۶ میلیارد دلار برای میوه، حدود ۹۵۰ میلیون دلار برای سبزیجات و ۱۵۰ میلیون دلار برای ماهی و فرآورده‌های آن فرصت بازار ایجاد شده است. چنین فرصتی با استفاده حداقلی از سوی ایران روبه رو شد که لجستیک ضعیف و مشکلات عمده در کسب استانداردهای بازار روسیه از جمله دلایل اساسی است. بر این اساس به نظر می‌رسد برای پایداری صادرات کشور و امکان حضور



در بازارهای جدید و توسعه یافته (اتحادیه اورپا) ضرورت دارد در زمینه لجستیک و بحث استاندارد و بسته‌بندی محصولات کشاورزی تلاش‌های زیادی صورت گیرد.

فهرست منابع

- ۱- اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی تهران. ۱۳۹۴. سامانه www.tccim.ir
- ۲- پیری، م. و محمدرضایی، ر. و کرباسی، ع. (۱۳۸۹)، بررسی ساختار بازار و تحلیل بازارهای هدف زردآلوی ایران، فصلنامه بررسی های بازرگانی، شماره ۴۰، صفحات ۴۰ تا ۵۲.
- ۳- خداداد کاشی، ف. و شهیکی تاش، م. (۱۳۸۴)، سنجش درجه رقابت در بازار جهانی کالاهای منتخب سنتی و کشاورزی، فصلنامه اقتصاد کشاورزی و توسعه، صفحات ۱۳۵ تا ۱۶۴.
- ۴- سازمان توسعه تجارت ایران. ۱۳۹۰. گزارش وزارت بازرگانی، سازمان توسعه تجارت ایران، معاونت کمک‌های تجاری، دفتر بنگاه‌ها
- ۵- صنایع بسته بندی پارس کیمیا سلولز. ۱۳۹۳.
http://www.pkcco.ir/SC.php?type=component_sections&id=68&sid=6
- ۶- عبادی، ج. و شهیکی تاش، م. (۱۳۸۳)، بررسی ساختار بازارهای صنعتی صادراتی کالاهای منتخب، فصلنامه پژوهشنامه بازرگانی، شماره ۳۱، صفحات ۳۳ تا ۵۷.
- ۷- فریادرس، ولی الله (۱۳۹۳)، اصلاح نظام تعرفه واردات محصولات اساسی بخش کشاورزی، موسسه پژوهش‌های برنامه ریزی، اقتصاد کشاورزی و توسعه روستایی، در دست انتشار.
- ۸- فریادرس، ولی الله (۱۳۸۴)، کشاورزی و سازمان جهانی تجارت: مقررات دسترسی به بازار در بخش کشاورزی ایران، موسسه پژوهش‌های برنامه ریزی، اقتصاد کشاورزی و توسعه روستایی.
- ۹- فریادرس، ولی الله، فرازام، کامران و میرباقری وهب (۱۳۹۴). اثر تحریم و تحلیل شرایط پس از آن بر بخش کشاورزی ایران دفتر مطالعات زیربنایی، مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی.
- ۱۰- فیض، د و سلحشور، ا. ۱۳۸۷. نقش بسته بندی در بازاریابی، نشر دانشگاه سمنان.
- ۱۱- گمرک جمهوری اسلامی ایران. ۱۳۹۴.
- ۱۲- میرباقری، وهب (۱۳۹۴). ذخیره‌سازی محصولات اساسی در شرایط پسا تحریم، دفتر مطالعات زیربنایی، مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی.

- ۱۳- وظیفه دوست، ح. ۱۳۹۴. گزارش رییس انجمن علمی بازاریابی ایرانف گزارش تحلیلی خبری عصر ایران.
- 14- Aaby N.E, and S.F. Slater (1998). Management Influences on Export Performance; A Revive of the Empirical literature 1978-88. International marketing , Vol.3, No2PP.11-28 .
- 15- Cavusgil, S.T. and Zou, S. (1994). Marketing strategy – performance relationship: an investigation of the empirical link in export market ventures. Journal of Marketing, Vol 58. January .pp 1-21.
- 16- Center for Environment and Sustainable Development (2008), Russian Trade Policy.
- 17- <http://www.euromonitor.com>, 2014.
- 18- <http://www.myindustry.ir>, 2015.
- 19- Islam, Sadequl. 2001. Concentration of international trade in hightechnology products, Applied Economics Letters, Vol. 8. PP. 95-97.
- 20- ITC. 2017. <http://www.intracen.org>
- 21- Katsikeas, C.S., Piercy, N.F. and Ioannidis, C. (1995). Determinants of export permance in a European Context. European Journal of Marketing, Vol 30No 6. Pp6-35.
- 22- Maddala G.C., Dobson S. and Millen E. 1995. Microeconomics, The Regulation of Monopoly, Mc Grawhill Book Company Press. pp. 185-195.
- 23- Oyeniya, Omotayo. 2009. Effect of Marketing Strategy on Export Performance: Evidence from Nigerian Export Companies / Annals of University of Bucharest, Economic and Administrative Series, Nr.
- 24- Rundh. B, (2005), "The multi-faceted dimension of packaging: marketing logistic or marketing tool? ", British Food Journal, Vol. 107. No. 9, pp. 670-684

- 25- Sha Yang, (2004) , Can bottles speak volumes? The effect of package shape on how much to buy, PriyaRaghubir
- 26- Smithers Pira. 2017. <http://www.smitherspira.com>
- 27- Trademap.2016. <http://trademap.org/>.
- 28- WPO. 2011. <http://www.worldpackaging.org/i4a/pages/index.cfm?pageid=1#&panel1-1>
- 29- WTO, Trade Policy Review Body, HONG KONG Trade Policy Review, WT/TPR/S/306/Rev.1, 28 January 2015.
- 30- WTO, Trade Policy Review Body, India Trade Policy Review, WT/TPR/S/313, 28 April 2015.
- 31- WTO, Trade Policy Review Body, Pakistan Trade Policy Review, WT/TPR/S/311, 2 June 2015.
- 32- WTO, Trade Policy Review Body, SWITZERLAND AND LIECHTENSTEIN, Trade Policy Review, WT/TPR/S/280, 19 March 2013.
- 33- WTO, Trade Policy Review Body, THE EUROPEAN UNION, Trade Policy Review, WT/TPR/S/317, 18 May 2015.
- 34- WTO, Trade Policy Review Body, THE EUROPEAN UNION, Trade Policy Review, WT/TPR/S/317, 18 May 2015.
- 35- WTO, Trade Policy Review Body, Turkey Trade Policy Review, WT/TPR/S/259, 17 January 2012.



پیوست: آمار و اطلاعات گزارش

جدول ضمیمه (۱): روند مقدار صادرات کالاهای مهم کشاورزی هزار تن

سال	پسته (هزار تن)	کشمش (هزار تن)	زعفران (هزار تن)	سیب (هزار تن)	خرما (هزار تن)	رب گوجه (هزار تن)	خیار (هزار تن)	شیرینی (هزار تن)	بیسکویت (هزار تن)	سیب زمینی (هزار تن)	گوجه (هزار تن)	هندوانه (هزار تن)	پیاز (هزار تن)
۱۳۷۱	۱۰۴	۵۰	۰	۱۱۶	۹۱	۲	۰	۱	۲	۹	۱	۱۲۸	۷۲
۱۳۷۲	۱۱۸	۶۴	۰	۲۱۶	۱۰۹	۱۷	۰	۲	۳	۲۸	۳	۱۷۶	۱۴
۱۳۷۳	۱۱۰	۸۱	۰	۱۹۵	۱۳۷	۲۹	۰	۶	۱۱	۱۰۴	۷	۱۸۴	۹۸
۱۳۷۴	۱۲۴	۷۱	۰	۱۴۹	۷۰	۱۱	۰	۱۸	۲۳	۱	۴	۱۵۰	۲۳
۱۳۷۵	۱۳۹	۸۹	۰	۱۲۴	۶۲	۳۶	۱	۲۲	۰	۱۰	۶	۰	۰
۱۳۷۶	۵۸	۶۰	۰	۱۱۸	۵۹	۶۴	۱	۲۵	۰	۸۳	۳	۰	۷۴
۱۳۷۷	۱۲۵	۹۰	۰	۱۷۶	۷۴	۳۲	۲	۱۱	۰	۵۸	۷	۰	۱۲۰
۱۳۷۸	۱۰۱	۹۴	۰	۱۵۸	۱۰۱	۷۵	۳	۱۱	۰	۴۶	۱۶	۱۵۳	۸۰
۱۳۷۹	۱۰۳	۱۱۵	۰	۱۰۷	۱۱۰	۸۵	۴	۱۴	۰	۵۵	۱۲	۱۰۸	۴۱
۱۳۸۰	۱۲۰	۱۱۷	۰	۹۶	۱۲۲	۴۰	۶	۱۴	۰	۱۱۵	۱۶	۹۴	۸۱
۱۳۸۱	۱۵۲	۱۳۱	۰	۸۵	۱۲۰	۲۹	۵	۱۱	۰	۶۷	۷	۹۲	۵۷
۱۳۸۲	۱۷۳	۱۴۸	۰	۱۶۶	۱۱۷	۱۱۶	۲۰	۲۰	۲۸	۳۸	۶۳	۸۴	۷۹
۱۳۸۳	۱۳۷	۱۳۴	۰	۶۰	۹۵	۳۴	۳۲	۱۶	۲۳	۴۱	۱۷	۹۱	۳۸
۱۳۸۴	۱۴۲	۱۴۳	۰	۱۹۴	۱۲۴	۴۰	۵۹	۲۳	۵۱	۲۲۲	۳۰	۱۵۹	۲۳
۱۳۸۵	۱۷۳	۱۵۲	۰	۲۲۲	۱۴۵	۷۳	۱۱۶	۴۰	۶۱	۱۸۹	۱۴۳	۲۰۲	۱۵۶
۱۳۸۶	۲۰۳	۱۶۱	۰	۲۸۰	۱۲۵	۹۵	۱۸۸	۴۷	۵۲	۵۱	۱۵۱	۳۰۰	۲۱۹
۱۳۸۷	۱۰۶	۷۹	۰	۳۴۲	۱۰۵	۹۵	۲۶۶	۴۳	۴۷	۴۴۲	۹۴	۲۳۱	۱۰۵
۱۳۸۸	۱۱۹	۱۰۴	۰	۳۵۶	۹۴	۱۰۷	۳۰۳	۴۹	۶۶	۳۱۶	۱۵۶	۲۸۹	۶۵
۱۳۸۹	۱۵۱	۱۲۹	۰	۲۶۸	۱۱۹	۹۰	۲۰۵	۴۸	۸۵	۲۴۷	۲۵۵	۳۷۱	۱۲۸
۱۳۹۰	۱۳۹	۱۲۶	۰	۲۲۶	۱۳۴	۱۰۷	۱۹۰	۴۴	۸۲	۳۵۴	۱۹۹	۳۳۹	۱۰۶
۱۳۹۱	۱۲۹	۱۳۸	۰	۳۹۹	۱۳۹	۱۱۷	۱۵۷	۵۲	۶۷	۶۵۹	۲۹۴	۳۵۰	۱۵۹
۱۳۹۲	۱۲۱	۱۳۴	۰	۲۰۶	۱۴۷	۱۱۱	۱۷۳	۵۶	۷۱	۱۵۱	۲۵۳	۵۶۸	۲۵۲
۱۳۹۳	۱۸۳	۱۱۷	۰	۴۳۴	۱۶۷	۱۳۳	۲۴۹	۶۰	۷۳	۴۲۵	۴۸۸	۸۵۵	۲۷۹

ماخذ: گمرک جمهوری اسلامی ایران، ۱۳۹۴

جدول ضمیمه (۲): روند ارزش صادرات کالاهای مهم کشاورزی
میلیون دلار

سال	پسته (میلیون دلار)	کشمش (میلیون دلار)	زعفران (میلیون دلار)	سیب (میلیون دلار)	خرما (میلیون دلار)	رب گوجه (میلیون دلار)	خیار (میلیون دلار)	شیرینی (میلیون دلار)	بیسکویت (میلیون دلار)	سیب زمینی (میلیون دلار)	گوجه (میلیون تن)	هندوانه (میلیون تن)	پیاز (میلیون تن)
۱۳۷۱	۳۷۳	۳۵	۱۶	۱۲	۴۴	۱	۰	۲	۳	۱	۰	۱۶	۶
۱۳۷۲	۴۳۵	۴۳	۲۴	۲۳	۵۵	۱۰	۰	۴	۳	۲	۰	۲۲	۲
۱۳۷۳	۳۹۱	۵۳	۲۳	۲۰	۶۳	۱۷	۰	۸	۱۴	۹	۱	۲۲	۷
۱۳۷۴	۴۲۵	۴۵	۱۲	۱۵	۳۱	۶	۰	۱۹	۲۷	۰	۰	۱۷	۲
۱۳۷۵	۴۷۸	۴۹	۱۸	۱۲	۲۱	۱۸	۰	۲۳	۰	۱	۱	۰	۰
۱۳۷۶	۱۹۷	۲۵	۱۴	۱۲	۱۵	۳۲	۰	۲۷	۰	۸	۰	۰	۵
۱۳۷۷	۴۱۶	۳۸	۲۴	۲۰	۱۶	۱۶	۰	۱۳	۰	۶	۰	۰	۹
۱۳۷۸	۳۱۵	۵۴	۳۴	۱۷	۲۳	۳۷	۱	۱۲	۰	۵	۲	۱۵	۶
۱۳۷۹	۳۱۹	۵۵	۴۴	۱۳	۲۷	۴۱	۱	۱۵	۰	۶	۱	۱۱	۳
۱۳۸۰	۳۷۴	۵۹	۵۱	۱۴	۲۹	۱۷	۱	۱۱	۰	۱۳	۲	۱۰	۸
۱۳۸۱	۴۹۸	۷۵	۵۹	۱۳	۳۰	۱۴	۱	۱۰	۰	۸	۱	۱۰	۶
۱۳۸۲	۶۶۸	۹۳	۷۱	۳۲	۳۵	۶۱	۵	۲۲	۱۸	۶	۹	۱۳	۱۰
۱۳۸۳	۵۴۸	۱۱۲	۹۵	۲۰	۳۸	۱۸	۱۰	۱۷	۱۶	۸	۳	۱۵	۵
۱۳۸۴	۸۱۷	۱۱۹	۹۵	۶۹	۷۷	۲۰	۲۰	۴۱	۶۰	۴۳	۷	۲۴	۳
۱۳۸۵	۱۰۷۳	۱۳۶	۷۶	۸۱	۹۵	۳۷	۴۰	۷۳	۷۸	۳۹	۳۵	۳۱	۲۰
۱۳۸۶	۱۲۶۴	۱۶۳	۵۱	۱۰۴	۱۰۱	۴۹	۶۶	۸۳	۶۵	۱۰	۳۷	۴۵	۲۷
۱۳۸۷	۷۲۷	۱۳۴	۹۲	۱۷۶	۹۰	۱۰۰	۱۹۲	۹۰	۶۴	۱۲۷	۲۹	۴۰	۲۴
۱۳۸۸	۹۳۲	۲۴۶	۱۸۰	۲۷۷	۹۲	۱۲۹	۲۵۵	۱۳۱	۱۱۷	۱۱۴	۷۷	۷۲	۲۳
۱۳۸۹	۱۱۳۶	۳۰۸	۳۳۲	۲۳۸	۱۴۸	۱۱۱	۱۵۷	۱۲۶	۱۵۶	۹۸	۱۵۳	۹۶	۴۵
۱۳۹۰	۱۰۸۹	۳۰۴	۳۶۸	۱۹۱	۱۸۹	۱۶۳	۱۴۲	۱۲۱	۱۵۱	۱۴۱	۱۰۶	۸۶	۳۷
۱۳۹۱	۱۱۳۹	۳۵۴	۴۱۹	۳۳۱	۱۸۲	۱۹۶	۱۱۸	۱۳۰	۱۲۰	۲۲۸	۱۴۱	۸۹	۵۶

۸۷	۱۳۱	۸۹	۳۸	۱۲۷	۱۴۲	۸۲	۱۷۵	۱۹۲	۱۱۲	۲۰۰	۲۹۷	۱۰۸۲	۱۳۹۲
۱۰۵	۱۹۸	۱۷۱	۱۶۱	۱۳۴	۱۴۹	۱۱۶	۲۰۶	۲۲۶	۱۸۸	۲۲۸	۲۵۸	۱۶۴۹	۱۳۹۳

ماخذ: گمرک جمهوری اسلامی ایران، ۱۳۹۴

جدول ضمیمه (۳): روند مقدار واردات کالاهای مهم کشاورزی هزار تن

۱۳۹۳	۱۳۹۲	۱۳۹۱	۱۳۹۰	۱۳۸۹	۱۳۸۸	۱۳۸۷	۱۳۸۶	۱۳۸۵	۱۳۸۴	۱۳۸۳	۱۳۸۲	۱۳۸۱	۱۳۸۰	۱۳۷۹	محصولات اساسی کشاورزی
۱۲۰۷	۱۹۵۷	۱۲۹۷	۱۵۱۶	۱۰۸۶	۱۲۹۰	۱۳۸۹	۱۰۶۷	۱۲۲۱	۱۰۴۵	۱۱۴۲	۸۷۵	۱۰۴۸	۶۹۹	۱۱۶۷	برنج
۱۹۲۲	۶۵۳	۱۶۰۳	۱۱۳۱	۳۷۱	۱۲۹۶	۱۳۳۴	۲۰۰	۳۷۵	۱۲۰۹	۸۴۵	۱۹۱	۲۵	۹۲۴	۱۰۵۰	جو
۶۳۵۴	۴۰۲۶	۴۹۳۸	۳۳۲۵	۳۹۳۴	۳۸۵۴	۳۳۹۷	۲۶۸۳	۲۹۰۸	۲۱۱۴	۲۰۰۰	۲۶۳۰	۱۷۰۵	۱۷۱۱	۱۲۲۹	ذرت
۸۳۱	۸۳۰	۸۴۶	۶۰۶	۷۶۴	۵۴۶	۴۱۰	۷۳۴	۸۴۹	۸۱۸	۷۴۶	۹۶۱	۸۷۳	۸۶۶	۹۸۹	روغن خام سویا و آفتابگردان
۸۲۷	۱۵۷۹	۱۶۸۱	۱۲۳۴	۱۶۸۵	۸۸۱	۱۱۰۲	۱۲۳۶	۲۵۲۶	۷۰۷	۱۹۰	۲۸۸	۸۲۵	۹۳۹	۹۶۴	قندو شکر
۲۱۵۷	۲۱۰۹	۲۸۰۸	۲۳۷۶	۱۵۴۷	۱۹۱۸	۱۲۵۳	۱۰۲۷	۱۰۴۳	۸۶۲	۱۹۵	۹۰۴	۷۵۰	۹۵۴	۸۰۴	کنجاله سویا
۷۴۲۹	۳۹۶۸	۶۶۹۱	۲۸۲	۸۶۹	۵۰۶۰	۵۹۱۹	۱۸۹	۱۱۵۲	۱۰۵	۱۷۰	۷۳۳	۲۸۳۹	۶۷۷۱	۵۶۱۳	گندم
۶۸	۸۴	۱۰۰	۱۳۵	۱۸۵	۱۰۲	۷۲	۶۱	۴۵	۱۷	۴	۱۰۲	۱۶	۳۰	۱۳	گوشت گاو
۲۰۷۲۷	۱۵۱۲۲	۱۹۸۶۴	۱۰۴۷۱	۱۰۲۵۶	۱۴۸۴۵	۱۴۸۰۴	۷۱۳۷	۱۰۰۷۳	۶۸۶۰	۵۲۸۸	۶۵۸۲	۸۰۶۴	۱۲۸۶۵	۱۱۸۱۵	جمع

ماخذ: گمرک جمهوری اسلامی ایران، ۱۳۹۴



جدول ضمیمه (۴): روند ارزش واردات کالاهای مهم کشاورزی هزار دلار

۱۳۹۳	۱۳۹۲	۱۳۹۱	۱۳۹۰	۱۳۸۹	۱۳۸۸	۱۳۸۷	۱۳۸۶	۱۳۸۵	۱۳۸۴	۱۳۸۳	۱۳۸۲	۱۳۸۱	۱۳۸۰	۱۳۷۹	محصولات اساسی کشاورزی
۱۴۳۰	۲۳۰۹	۱۳۱۸	۱۲۵۶	۹۱۶	۱۰۷۴	۷۹۴	۴۲۹	۴۰۴	۳۴۴	۳۵۱	۲۵۲	۲۹۲	۱۹۰	۳۶۶	برنج
۵۲۸	۲۳۶	۶۱۵	۳۷۳	۷۴	۲۵۶	۴۴۹	۱۹	۷۸	۱۹۷	۱۰۷	۳۵,۴	۲,۷	۱۲۸	۱۹۰	جو
۱۸۲۰	۱۵۴۳	۱۸۱۸	۱۲۵۶	۱۰۶۷	۷۹۸	۹۹۷	۶۵۶	۵۸۰	۳۴۶	۳۷۷	۳۷۷	۲۲۰	۲۳۳	۱۵۱	ذرت
۸۵۵	۱۰۰۴	۱۱۰۹	۸۱۴	۷۶۳	۴۸۷	۴۷۲	۶۱۴	۴۷۹	۴۳۰	۴۷۰	۵۵۲	۴۲۲	۳۳۱	۳۷۴	روغن خام سویا و آفتابگردان
۳۷۹	۸۳۲	۱۰۷۲	۷۵۶	۷۰۵	۳۲۷	۳۲۵	۴۲۹	۱۰۱۷	۱۹۷	۴۱	۴۱	۱۵۸	۲۱۶	۲۱۷	قند و شکر
۱۲۶۳	۵۵۹	۴۷۷	۱۲۳۹	۱۸۲۷	۱۵۳۲	۸۵۳	۳۴۰	۲۰۰	۴۸	۲۹۳	۱۹۰	۱۹۶	۱۸۸	۱۱۹	کنجاله سویا
۲۴۳۵	۱۴۵۸	۲۵۷۸	۹۰	۱۹۳	۱۲۶۱	۲۰۸۵	۳۴	۱۸۹	۱۴	۲۴	۱۱۹	۳۸۰	۹۲۳	۷۵۹	گندم
۳۴۷	۴۱۵	۴۹۹	۷۲۵	۷۹۵	۴۰۸	۲۷۹	۱۷۱	۱۱۴	۳۳	۹۷	۵۸	۲۶	۶۴	۲۷	گوشت گاو



جدول ضمیمه (۵): وضعیت صادرات کالایی و کشاورزی و مواد غذایی

سال	ارزش (میلیون دلار)		مقدار (هزار تن)		سال
	کل	کشاورزی و مواد غذایی	کل صادرات غیرنفتی	کشاورزی و مواد غذایی	
۱۳۷۱	۲۷۲۱	۷۱۲	۲۴	۳۴۲۵	۸۳۴
۱۳۷۲	۳۷۴۷	۹۱۴	۲۳	۵۱۳۵	۱۱۹۸
۱۳۷۳	۴۹۸۴	۹۹۹	۱۹	۷۸۵۱	۱۴۷۳
۱۳۷۴	۳۲۵۱	۸۹۸	۱۶	۶۹۹۰	۱۱۲۵
۱۳۷۵	۳۱۰۶	۱۰۲۱	۱۸	۷۰۴۱	۱۲۴۸
۱۳۷۶	۲۸۷۳	۷۰۵	۱۵	۸۶۸۸	۱۳۱۵
۱۳۷۷	۳۰۱۳	۹۲۱	۱۱	۱۴۴۶۰	۱۵۳۱
۱۳۷۸	۳۳۶۱	۸۷۴	۸	۱۷۵۶۹	۱۴۶۵
۱۳۷۹	۳۷۶۳	۸۷۳	۹,۹	۱۴۲۸۱	۱۴۱۴
۱۳۸۰	۴۲۲۴	۱۰۲۰	۹,۹۸	۱۶۲۱۴	۱۶۱۸
۱۳۸۱	۴۶۰۸	۱۱۵۴	۱۱,۱۱	۱۳۳۶۲	۱۴۸۵
۱۳۸۲	۵۹۷۲	۱۵۷۸	۱۲,۵۴	۱۵۴۶۸	۱۹۴۰
۱۳۸۳	۶۸۴۷	۱۴۱۹	۹,۴۳	۱۸۰۷۷	۱۷۰۴
۱۳۸۴	۱۰۴۷۴	۲۲۷۷	۱۰,۰۴	۲۴۹۸۳	۲۵۰۸
۱۳۸۵	۱۲۹۹۷	۲۸۴۴	۱۱,۳۷	۲۷۷۶۶	۳۱۵۷
۱۳۸۶	۱۵۳۱۲	۳۵۱۷	۱۳,۱۷	۳۲۱۱۸	۴۲۲۸
۱۳۸۷	۱۵۷۰۸	۲۹۶۳	۱۰,۷۵	۲۸۷۹۳	۳۰۹۶
۱۳۸۸	۲۱۲۷۴	۴۱۷۵	۶,۵۶	۴۶۴۳۰	۳۰۴۴
۱۳۸۹	۲۶۳۱۶	۵۲۶۱	۷,۰۸	۵۹۸۶۷	۴۲۴۱
۱۳۹۰	۳۳۷۸۲	۵۵۶۷	۵,۶	۶۶۴۸۷	۳۷۲۵
۱۳۹۱	۳۲۵۶۷	۶۱۵۳	۶,۴۶	۶۹۹۳۶	۴۵۱۹
۱۳۹۲	۳۱۳۳۲	۵۲۹۰	۵,۰۸	۸۱۱۰۳	۴۱۲۴
۱۳۹۳	۳۶۵۵۵	۶۸۵۹	۷,۰۸	۸۱۶۳۴	۵۷۷۷

جدول ضمیمه (۶): وضعیت واردات کالایی و کشاورزی و مواد غذایی

سال	وزن (میلیون تن)		ارزش (میلیارد دلار)		سهم ارزشی از واردات غیرنفتی
	کشاورزی و مواد غذایی	کل کالاها	کشاورزی و مواد غذایی	کل کالاها	
۱۳۷۱	۷	۲۱	۳	۲۹	۹
۱۳۷۲	۷	۱۸	۳	۲۰	۱۵
۱۳۷۳	۶	۱۶	۲	۱۲	۱۶
۱۳۷۴	۹	۲۰	۳	۱۲	۲۴
۱۳۷۵	۹	۲۱	۳	۱۵	۲۳
۱۳۷۶	۱۱	۲۲	۳	۱۴	۲۱
۱۳۷۷	۸	۱۶	۲	۱۴	۱۶
۱۳۷۸	۱۲	۲۲	۳	۱۳	۲۱
۱۳۷۹	۱۳	۲۷	۳	۱۵	۱۸
۱۳۸۰	۱۴	۲۷	۳	۱۸	۱۵
۱۳۸۱	۱۰	۲۷	۲	۲۲	۱۱
۱۳۸۲	۸	۳۰	۳	۲۷	۱۰
۱۳۸۳	۸	۳۴	۳	۳۵	۹
۱۳۸۴	۹	۳۵	۳	۳۹	۸
۱۳۸۵	۱۳	۴۳	۵	۴۲	۱۲
۱۳۸۶	۱۱	۴۲	۵	۴۸	۱۱
۱۳۸۷	۱۸	۴۴	۹	۵۶	۱۶
۱۳۸۸	۱۸	۵۲	۸	۵۵	۱۵
۱۳۸۹	۱۵	۴۲	۹	۵۶	۱۶
۱۳۹۰	۱۳	۳۵	۱۰	۵۷	۱۷
۱۳۹۱	۲۲	۳۹	۱۴	۵۳	۲۶
۱۳۹۲	۱۸	۳۴	۱۳	۵۰	۲۷
۱۳۹۳	۲۳	۴۳	۱۲	۵۴	۲۳