



جمهوری اسلامی ایران  
وزارت جهاد کشاورزی

موسسه پژوهش‌های برنامه‌ریزی،  
اقتصاد کشاورزی و توسعه روستایی



## یادداشت هفتگی

### سیاست‌گذاری اقتصاد و توسعه کشاورزی و روستایی

سال ۱ / شماره ۹ / ۱۳۹۹

۱۳۹۹/۰۹/۲۲

مطالب این شماره

بررسی پتانسیل‌های صادراتی و وارداتی  
محصولات کشاورزی ایران و کشورهای  
همسایه ..... ۲

تهیه و تحلیل: کتابون شمشادی

چالش‌ها و راهکارهای توسعه صادرات  
کشاورزی ..... ۵

تهیه و تحلیل: احسان رجبی



این موسسه با کمال احترام و سپاس، بذیرای نظرات ارزشمند  
خوانندگان این اثر می‌باشد

تلفن: ۴۲۹۱۶۰۰۰ نمابر: ۸۸۹۶۶۶۰ صندوق پستی: ۱۵۱۵-۱۵۸۱۵  
کدپستی: ۳۷۳۱۳-۱۵۹۸۶

E-mail: [aperi@agri-peri.ac.ir](mailto:aperi@agri-peri.ac.ir)  
<http://www.agri-peri.ac.ir>

**عنوان خبر:** بررسی پتانسیل‌های صادراتی و وارداتی محصولات کشاورزی ایران و کشورهای همسایه

**تهیه و تحلیل:** کتابون شمشادی

**کد:** PN-AFP-13990922-(18)

**تاریخ انتشار:** ۱۳۹۹/۰۹/۱۹

**خلاصه متن خبر:** توسعه بخش کشاورزی و تجارت آن، به منظور رهایی از اقتصاد تک محصولی و وابستگی به درآمدهای نفتی، می‌تواند راهگشای بحران‌های اقتصادی کشور باشد. در این میان، تجارت با کشورهای همسایه، به دلیل نزدیکی مسافت و کاهش هزینه‌های حمل و نقل، وجود مرز مشترک، مشابهت فرهنگی و مذهبی و بسیاری موارد دیگر از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است. همچنین شناسایی فرصت‌های تجاری در منطقه، لازمه توسعه تجارت محصولات کشاورزی می‌باشد. در ادامه وضعیت تجارت بخش کشاورزی با کشورهای دارای مرز خاکی با ایران (عراق، ترکیه، افغانستان، پاکستان، آذربایجان، ارمنستان، ترکمنستان) و همچنین کشورهای دارای مرز دریایی (روسیه، امارات و قزاقستان به عنوان بهترین کشورهای تجاری با ایران) ارائه شده است.

**تحلیل و پیشنهاد سیاستی:** بررسی وضعیت تجارت محصولات کشاورزی ایران با همسایگان در سال ۱۳۹۸ نشان می‌دهد که عمده‌ترین گروه کالایی صادراتی به کشورهای همسایه با توجه به تقاضای وارداتی و سهم ایران در بازار وارداتی آنان، میوه‌های خوراکی و سبزیجات می‌باشد. حدود ۳۵ درصد از ارزش صادرات محصولات کشاورزی به کشورهای همسایه مربوط به میوه‌های خوراکی و ۲۱ درصد آن مربوط به سبزیجات می‌باشد. پس از آن، مهمترین گروه صادراتی به کشورهای همسایه شیر و محصولات لبنی می‌باشد که ۱۱ درصد از کل صادرات محصولات کشاورزی به کشورهای همسایه را به خود اختصاص داده است. محصولات صنایع غذایی نیز از جمله اقلام عمده صادراتی به کشورهای همسایه می‌باشد. بنابراین توسعه صنایع فرآوری در کشور علاوه بر ایجاد اشتغال و ارزش افزوده در داخل کشور، منجر به افزایش درآمدهای ارزی ناشی از صادرات می‌شود.

**کشور عراق:** این کشور ۳۰ درصد از ارزش و ۴۷ درصد از مقدار صادرات محصولات کشاورزی ایران را در سال ۱۳۹۸ به خود اختصاص داده است. محصولات آرد گندم، شیرینی، فرآورده‌های غذایی و پنیر از جمله محصولات عمده وارداتی کشور عراق است که ایران در تامین

تقاضای وارداتی آن به ترتیب سهمی برابر ۱۵، ۳۵، ۱۳ و ۶۸ درصد دارد. اولویت‌های صادراتی به کشور عراق شامل میوه‌های خوراکی و سبزیجات (۲۵ درصد)، شیر و محصولات لبنی (۱۵ درصد)، فرآورده‌ها از سبزیجات (۸ درصد)، فرآورده‌های غلات (۸ درصد)، فرآورده‌های خوراکی گوناگون ۴ درصد، قند و شکر شیرینی (۴ درصد) و ماهی‌ها (۳ درصد) می‌باشد. از این رو، صنایع لبنی، صنایع فرآوری و شیلات از جمله زمینه‌هایی است که با توجه به نیاز وارداتی کشور عراق به این محصولات می‌توان ترکیب صادرات به عراق را به سمت محصولات فرآوری شده با ارزش بالاتر سوق داد. لازم به ذکر است که عمده‌ترین رقیب ایران در صادرات به کشور عراق، کشور ترکیه می‌باشد. **کشور افغانستان:** این کشور، ۹ درصد از ارزش و ۱۱ درصد از مقدار صادرات محصولات کشاورزی ایران را در سال ۱۳۹۸ به خود اختصاص داده است. محصولات عمده صادراتی به کشور افغانستان شامل فرآورده‌ها از سبزیجات (۲۳ درصد)، میوه‌های خوراکی (۲۳ درصد)، شیر و محصولات لبنی (۱۲ درصد)، فرآورده‌های غلات (۱۰ درصد)، سبزیجات (۸ درصد)، قند و شکر و شیرینی (۶ درصد)، قهوه، چای، ماته و ادویه (۴ درصد)، چربی‌ها و روغن‌های حیوانی (۳ درصد)، فرآورده‌های خوراکی گوناگون (۲ درصد)، کاکائو و فرآورده‌های آن (۲ درصد) و محصولات صنعت آردسازی (۲ درصد) می‌باشد. در بیشتر محصولاتی که افغانستان از ایران وارد می‌کند، ایران بین رقبای پیشرو بوده و سهم بیشتری از بازار محصول در افغانستان را در اختیار دارد.

**کشور امارات:** این کشور ۷ درصد از ارزش و ۱۰ درصد از مقدار صادرات محصولات کشاورزی ایران را در سال ۱۳۹۸ به خود اختصاص داده است. محصولات یونجه به صورت زبره و جبه، گوشت مرغ و محصولات علوفه‌ای از جمله اقلام عمده وارداتی کشور امارات است که ایران سهم اندکی در تامین آن دارد. اقلام عمده صادراتی به کشور امارات شامل میوه‌های خوراکی (۴۴ درصد)، سبزیجات (۲۸ درصد)، قهوه، چای، ماته و ادویه (۱۵ درصد)، ماهی‌ها (۳ درصد) و فرآورده‌های غلات (۲ درصد) می‌باشد. بر اساس فهرست محصولات وارداتی امارات از ایران که عمدتاً شامل انواع میوه‌ها و سبزیجات می‌شود و همچنین

۱. ارقام داخل پرانتز برای تمامی کشورها، نشان دهنده سهم گروه کالایی مورد نظر از کل ارزش صادرات بخش کشاورزی ایران به آن کشورها می‌باشد. به عبارت دیگر، ارقام مذکور نشان دهنده سهم ارزشی صادرات گروه کالایی مورد نظر از کل صادرات بخش می‌باشد.

سهام ایران در تامین آن، با در نظر گرفتن توان تولید داخل، امکان افزایش صادرات و همچنین افزایش سهم ایران در بازار وارداتی کشور امارات وجود دارد. همچنین شیلات نیز از جمله مواردی است که با توجه به تقاضای وارداتی آن (۲۵۸ هزار تن به ارزش ۷۸۰ میلیون دلار) و توسعه پرورش آبزیان در کشور، می‌تواند بازار مناسبی برای ایران باشد.

**کشور روسیه:** این کشور ۵ درصد از ارزش و ۶ درصد از مقدار صادرات محصولات کشاورزی ایران را در سال ۱۳۹۸ به خود اختصاص داده است. محصولات نارنگی، سیب، گوجه‌فرنگی، سیب‌زمینی، پرتقال و انگور از جمله محصولات عمده وارداتی کشور روسیه است که ایران در تامین تقاضای وارداتی آن به ترتیب سهمی برابر ۰/۰۸، ۰/۰۷، ۰/۰۲، ۱/۲ و ۴ درصد دارد. اقلام عمده صادراتی به کشور روسیه شامل میوه‌های خوراکی (۵۳ درصد)، سبزیجات (۲۴ درصد)، شیر و محصولات لبنی (۱۵ درصد) و فرآورده‌ها از سبزیجات (۴ درصد) می‌باشد. بنابراین، توسعه صادرات شیر و محصولات لبنی و همچنین صنایع فرآوری از جمله سبزیجات به کشور روسیه می‌تواند به عنوان پتانسیل‌های صادراتی به این کشور به شمار رود. عمده‌ترین محصولات وارداتی ایران از روسیه شامل ذرت، جو، روغن آفتابگردان، گوشت گوسفند و عدس بوده که روسیه دارای سهمی معادل ۱۵، ۳۹، ۵۶، ۳۳ و ۱۸ درصد در تامین نیاز وارداتی آنها می‌باشد. با توجه به اقلام صادراتی کشور روسیه که عمدتاً جزو نیازهای وارداتی ایران می‌باشد، لزوم برنامه‌ریزی به منظور تامین نیازهای داخلی از آن کشور اهمیت دارد.

**کشور پاکستان:** این کشور ۴ درصد از ارزش و ۳ درصد از مقدار صادرات محصولات کشاورزی ایران را در سال ۱۳۹۸ به خود اختصاص داده است. اقلام عمده صادراتی به کشور پاکستان شامل میوه‌های خوراکی (۳۸ درصد)، فرآورده‌ها از سبزیجات (۱۵ درصد)، سبزیجات (۱۲ درصد)، شیر و محصولات لبنی (۷ درصد)، فرآورده‌های غلات (۷ درصد)، کاکائو و فرآورده‌های آن (۶ درصد)، قهوه، چای، ماته و ادویه (۶ درصد)، قند و شکر و شیرینی (۴ درصد) و فرآورده‌های خوراکی گوناگون (۲ درصد) می‌باشد. عمده‌ترین محصول وارداتی ایران از کشور پاکستان شامل محصول برنج بوده که مقدار واردات آن حدود ۳ هزار تن بوده است.

**کشور ترکیه:** این کشور ۳ درصد از ارزش و مقدار صادرات محصولات کشاورزی ایران را در سال ۱۳۹۸ به خود اختصاص داده است. محصولات سیوس گندم، لپنت پنبه و دانه آفتابگردان از جمله اقلام وارداتی کشور ترکیه بوده که ایران سهمی برابر ۰/۱۳، ۰/۱ و ۰/۲ درصد در بازار وارداتی آن دارد. اولویت‌های صادراتی به کشور ترکیه شامل میوه‌های خوراکی (۷۱ درصد)، فرآورده‌ها از سبزیجات (۱۲ درصد)، مواد قابل بافت و سایر محصولات نباتی (۴ درصد)، سبزیجات (۳ درصد) و محصولات صنعت آرد سازی (۲ درصد) می‌باشد. طیف کالاهای وارداتی از کشور ترکیه متنوع بوده که عمده‌ترین آنها شامل تخم مرغ، توتون و تنباکو، کاکائو، روغن ذرت، روغن زیتون، شیرینی، ویفرها و نخود بوده است.

**کشور ترکمنستان:** سهم این کشور از ارزش و مقدار صادرات محصولات کشاورزی ایران در سال ۱۳۹۸ به ترتیب ۱ و ۲ درصد بوده است. اقلام عمده صادراتی به کشور ترکمنستان شامل میوه‌های خوراکی (۳۸ درصد)، سبزیجات (۲۵ درصد)، قند و شکر و شیرینی (۹ درصد)، فرآورده‌های غلات (۷ درصد)، فرآورده‌ها از سبزیجات (۴ درصد)، فرآورده‌های خوراکی گوناگون (۳ درصد)، قهوه، چای، ماته و ادویه (۲ درصد)، شیر و محصولات لبنی (۲ درصد)، نباتات زنده و محصولات گلکاری (۲ درصد)، آخال و تفاله صنایع خوراک سازی (۲ درصد) و نوشابه‌ها (۲ درصد) می‌باشد.

**کشور قزاقستان:** این کشور ۱ درصد از ارزش و مقدار صادرات محصولات کشاورزی ایران را در سال ۱۳۹۸ به خود اختصاص داده است. محصولات پیاز خشک، سیب و فرآورده‌های غذایی از اقلام عمده وارداتی کشور قزاقستان است که سهم ایران در تامین تقاضای وارداتی آن به ترتیب برابر ۱/۴ درصد، ۹ و ۰/۶ درصد بوده است. اولویت‌های صادراتی به کشور قزاقستان شامل میوه‌های خوراکی (۹۱ درصد)، سبزیجات (۳ درصد) و شیر و محصولات لبنی (۲ درصد) می‌باشد. جو، دانه آفتابگردان، روغن آفتابگردان، برنج، عدس و مشروبات غیر الکلی محصولات عمده وارداتی ایران هستند که در زمره عمده محصولات صادراتی کشور قزاقستان بشمار می‌روند. سهم کشور قزاقستان در تامین نیازهای وارداتی ایران بسیار ناچیز می‌باشد.

چندان آسانی نیست و نیازمند صرف زمان، هزینه و کسب تجربه در خصوص حضور در بازارهای جدید است. از این رو، در وهله اول تمرکززدایی از صادرات بر یک کشور، تنوع بخشیدن به بازارهای صادراتی از طریق رایزنی‌های بازرگانی و ارتقای کیفیت محصولات صادراتی می‌تواند به عنوان یک راهکار برای شناسایی فرصت‌های تجاری و جلوگیری از آسیب‌پذیری صادرات جدید مد نظر قرار بگیرد.

۲. با توجه به توان کشور در تولید محصولات زراعی و باغی که جزو عمده اقلام صادراتی به کشورهای همسایه نیز می‌باشند، باید توجه ویژه‌ای به توسعه صنایع لبنی و صنایع فرآوری از جمله صنایع فرآوری سبزیجات، غلات (انواع نان و بیسکویت)، صنایع فرآوری خوراکی‌های گوناگون از جمله انواع آمیوه، رب گوجه‌فرنگی، بستنی، فرآورده‌هایی از میوه مانند انواع مربا، مارمالاد، پوره و غیره و صنعت قند و شکر و شیرینی داشت تا علاوه بر بهره بردن از مزایای آن برای داخل کشور، از ارزش‌آوری بیشتر و افزایش سهم ایران در بازارهای وارداتی کشورهای همسایه نیز بهره جست.

۳. شیلات نیز از جمله گروه‌های کالایی صادراتی به کشورهای همسایه است که با توجه به توسعه آبی‌پروری در کشور می‌تواند در زمره پتانسیل‌های صادراتی بخش کشاورزی محسوب شود. با توجه به آمار و اطلاعات، کشورهای عراق، امارات و آذربایجان بازار مناسبی برای بخش شیلات می‌باشند.

۴. صادرات ماشین‌آلات و انواع کودهای شیمیایی و معدنی کشاورزی نیز از جمله پتانسیل‌های صادراتی ایران است که لازم است مورد توجه قرار گیرد. بررسی آمار صادرات به کشورهای همسایه حاکی از آن است که کشور افغانستان بازار مناسبی برای صادرات این اقلام می‌باشد. صادرات انواع ماشین‌آلات کشاورزی به این کشور در سال ۱۳۹۸، ۵/۶ میلیون دلار و صادرات انواع کود ۵۲ میلیون دلار برای ایران درآمد ارزی به همراه داشته است. پس از آن، کشور عراق بازار مناسبی برای صادرات ماشین‌آلات و انواع کود می‌باشد که ارزش صادرات آنها به ترتیب برابر ۱/۳ و ۲/۴ میلیون دلار بوده است. کشورهای آذربایجان، امارات و ترکمنستان نیز بازار مناسبی برای صادرات ماشین‌آلات کشاورزی محسوب می‌شوند. لازم به ذکر است ارزش صادرات انواع مختلف ماشین‌آلات کشاورزی به کشورهای مذکور به ترتیب برابر ۱/۶ میلیون دلار، ۱/۲ و ۱/۲ میلیون دلار بوده است.

**کشور آذربایجان:** این کشور ۱ درصد از ارزش و مقدار صادرات محصولات کشاورزی ایران را در سال ۱۳۹۸ به خود اختصاص داده است. محصولات سبزمینی، مشروبات غیر الکلی و شکر تصفیه شده از جمله اقلام عمده وارداتی کشور آذربایجان می‌باشد که سهم ایران در تامین تقاضای وارداتی آن به ترتیب برابر ۳۶ درصد، ۰/۳ درصد و ۰/۰۳ درصد می‌باشد. اولویت‌های صادراتی به کشور آذربایجان شامل سبزیجات (۲۳ درصد)، فرآورده‌های غلات (۱۰ درصد)، قند و شکر و شیرینی (۹ درصد)، کاکائو و فرآورده‌های آن (۶ درصد)، توتون و تنباکو (۶ درصد)، شیر و محصولات لبنی (۴ درصد)، فرآورده‌ها از سبزیجات (۲ درصد)، فرآورده‌های گوشت و ماهی‌ها (۲ درصد)، چربی‌ها و روغن‌های حیوانی (۲ درصد) و ماهی‌ها (۱ درصد) می‌باشد. بنابراین، صنایع فرآوری محصولات کشاورزی نیز از جمله گروه‌های کالایی است که دارای پتانسیل صادراتی به کشور آذربایجان می‌باشد. همچنین شیلات از جمله موارد مهمی است که با توجه به توسعه پرورش آبزیان در کشور و وجود بازار ۲۹ میلیون دلاری در کشور آذربایجان، از پتانسیل‌های مهم صادراتی بشمار می‌رود.

**کشور ارمنستان:** سهم این کشور از ارزش صادرات محصولات کشاورزی ایران در سال ۱۳۹۸، حدود ۰/۳ درصد و از مقدار صادرات ۰/۴ درصد بوده است. اولویت‌های صادراتی به کشور ارمنستان شامل سبزیجات (۶۱ درصد)، نباتات زنده و محصولات گلکاری (۲۲ درصد)، فرآورده‌های خوراکی گوناگون (۵ درصد)، حیوانات زنده (۳ درصد)، قهوه، چای، ماته و ادویه (۲ درصد) و سایر محصولات حیوانی (۲ درصد) می‌باشد. تنها محصول وارداتی ایران از ارمنستان گوشت گوسفند بوده که سهم ارمنستان در تامین تقاضای وارداتی ایران ۶ درصد بوده است.

### پیشنهادهایی به منظور توسعه صادرات با کشورهای همسایه

۱. تمرکز بیش از حد بر یک کشور (عراق) به عنوان بازار صادراتی می‌تواند به شدت صادرات کشور را آسیب‌پذیر کند. تحولات سیاسی در کشور مقصد و یا تغییر قوانین و مقررات در آن کشور، صادرات را دستخوش تغییراتی خواهد کرد که زیان آن متوجه تولیدکنندگان داخلی و صادرکنندگان خواهد شد. چرا که شناسایی بازارهای هدف جدید و ورود به آن با توجه به کیفیت و قیمت محصولات کشورهای رقیب کار

## عنوان خبر: چالش‌ها و راهکارهای توسعه صادرات کشاورزی

تهیه و تحلیل: احسان رجبی

کد: PN-AFP-13990922-(19)

تاریخ انتشار: ۱۳۹۹/۰۹/۱۹

**خلاصه متن خبر:** مرکز پژوهش‌های مجلس در گزارشی تحت عنوان «چالش‌ها و راهکارهای توسعه صادرات غیرنفتی» به موضوع تنگنای صادرات غیرنفتی برای جبران صادرات نفتی پرداخته است و این اقدام را از ضروریات اقتصاد کشور برای گذار به یک اقتصاد سالم و با درآمدهای پایدار دانسته است. در این گزارش نکاتی به شرح زیر مطرح شده است:

۱- شتاب بخشیدن به صادرات غیرنفتی، کاهش تقاضای کل (ناشی از تحریم‌های خارجی و همچنین انتشار ویروس کرونا) را تا حدودی تقویت و همچنین کمبود ارز ناشی از کاهش صادرات نفتی را جبران نمود و در نتیجه تا حدود زیادی مشکلات فعلی و نیاز به منابع ارزی را برطرف کرد.

۲- موانع پیمان‌سپاری ارزی، نوسانات بالای نرخ ارز، نبود نظام ارزی مشخص، افزایش هزینه تولید، عدم بازاریابی مناسب و مستمر و ضعف دستگاه دیپلماسی اقتصادی، از مشکلات صادرات غیرنفتی است. تعیین راهبرد مناسب تجاری برای کشور در جهت اجرای سیاستهای تجاری باثبات و بلندمدت و برای تعامل بیشتر با کشورهای هدف تجاری و اقتصاد جهانی، از گام‌های مهم سیاست‌گذاری تجاری کشور است.

**تحلیل و پیشنهاد سیاستی:** هم‌راستا با تحلیل‌های ارائه شده در گزارش مرکز پژوهش‌های مجلس، برای تقویت جایگاه بخش کشاورزی در صادرات غیرنفتی متناسب با ظرفیت‌های بالقوه بخش کشاورزی در زیربخش‌های دارای مزیت نسبی و افزایش سهم محصولات فناور و دانش بنیان، نکات زیر ارائه می‌شود:

عموماً کشورها برای توسعه اقتصادی یکی از دو سیاست «جانشینی واردات» یا «توسعه صادرات» را در تجارت خارجی انتخاب می‌کنند. تجربیات کشورهای شرق آسیا نشان می‌دهد که مجموعه‌ای از سیاستهای اقتصادی در کنار منتخبی از سیاست‌های توسعه صادرات (متناسب با الگوی اقتصادی کشورها)، سبب تسهیل صادرات و رشد اقتصادی در کشورهای شرق آسیا شده است و در بستر ثبات در محیط اقتصاد کلان ملی، سیاستهای تشویق صادرات عملیاتی شده است.

این کشورها از این جهت که در فهرست اقتصادهای نوظهور قرار دارند و سابقاً صادرات تک محصولی داشتند به اقتصاد ایران نزدیک هستند. علاوه بر آن ترکیب سیاست‌های واردات و صادرات بستگی به حجم اقتصاد و سطح صنعتی شدن کشورها و عوامل بیرونی (مانند تحریم) دارد. در نتیجه سیاست تجاری متناسب با الگوی اقتصادی باید اتخاذ شود و ممکن است یک سیاست در دو کشور موفق نباشد. ترکیه با اتخاذ اصلاحات اقتصادی (از سیاست جانشینی واردات به جای توسعه صادرات) توسعه اقتصادی را شروع کرد. در این کشور، پس از افزایش سهم بخش صنعت در ارزش افزوده تولیدات (رونق تولیدات صنعتی)، سیاست توسعه صادرات و تغییر در ساختار صادراتی (رژیم تجارت حمایتی به اقتصاد صادرات‌محور و برون‌گرا) اتخاذ و اساساً جایگزینی واردات به عنوان راهبرد کوتاه‌مدت مورد استفاده قرار گرفته است. در واقع در عمق بخشی به تولیدات صنعتی با هدف ارتقای درون‌زایی نقشی محوری داشته و به تدریج در مسیر اقتصاد باز حرکت کرد.

از آنجا که توسعه صادرات منجر به هدایت و تخصیص منابع به تولید کالاهای دارای مزیت نسبی، تامین ارز برای رفع نیازها و کمبودهای ارزی مربوط به مصرف داخلی، افزایش مقیاس بازار تا سطح کارا (صرفه‌های ناشی از مقیاس) می‌شود، در اقتصادهای متکی به نفت و تک‌محصولی، تنوع‌بخشی تجاری از مهمترین عوامل رشد اقتصادی و افزایش اندازه اقتصاد (تولید با مقیاس انبوه) است.

به جهت تقویت و توسعه صادرات محصولات کشاورزی در ترکیب صادرات غیرنفتی، پیشنهادها و دلالت‌های سیاستی برای بخش کشاورزی ایران به شرح زیر ارائه می‌شود:

الف- چالش‌های توسعه صادرات پایدار کشاورزی:

۱- نبود تصمیم‌گیری استراتژیک و برنامه صادرات مدون، مبتنی بر تولید رقابت‌پذیر و نوآور با هدف جلوگیری از صادرات منابع طبیعی و خام فروشی

۲- نبود الگوی صادرات متوازن و متعادل از نظر شرکای تجاری و کالایی (تنوع بخشی صادرات) در سطح کالاهای کشاورزی.

۳- نیاز به تقویت در مدیریت ساختار نظام‌مند بین صادرات و تولید بازار داخلی در سطح کلان بخش کشاورزی مبتنی بر شناسایی

مزیت‌های کالایی و کاربرد فناوری برای افزایش رقابت‌پذیری و افزایش کیفیت تولیدات داخلی و رفع نیاز داخلی.

۴- عدم توجه به بازارگرایی (توجه به فرصت‌های بازارهای هدف)

توأم با بهره‌گیری از مزیت‌های صادراتی در تنظیم روابط تجاری

۵- ضعف در حمایت از واردات کالاهای سرمایه‌ای با فناوری برتر (برای گواهی محصول سالم، مبارزه با آفت‌ها، سیستم‌های آبیاری، بسته‌بندی و نشان‌گذاری محصولات برای تولید کالای صادراتی به ویژه کالاهای معتبر و دارای برند جهانی)

۶- ضعف در عملیات بازاریابی شامل فعالیت‌های جمع‌آوری، بسته‌بندی، درجه‌بندی، حمل‌ونقل، انبارداری، فرآوری، برقراری استانداردهای بهداشتی و کیفی، تبلیغات ناشی از نقصان سطح تکنولوژی، استانداردها، گواهی‌ها و عوامل مدیریتی.

ب- راهکارهای ارتقای صادرات کشاورزی:

۱- تدوین برنامه نفوذ و توسعه صادرات در بازارهای هدف صادراتی مبتنی بر تولید محصولات صادرات‌محور باغی، گیاهان دارویی و شیلات (خداوردی‌زاده و محمدی، ۱۳۹۶ و عزیزی و یزدانی، ۱۳۸۴)

۲- حضور اشخاص فاقد اهلیت تجاری در بین دارندگان کارت‌های بازرگانی یک بار مصرف که منجر به ایفای تعهدات ارزی (واسپاری ارزی) نمی‌شود، نه‌تنها باعث برهم خوردن نظم بازار داخلی و افزایش قیمت داخلی (فشار تورمی) کالاهای کشاورزی می‌شود، بلکه کمکی به تامین منابع و ذخایر ارز (در اختیار بانک مرکزی و سامانه نیما) نمی‌کند.

۳- اصلاح نظام ارزش صادراتی گروه‌های کالایی کشاورزی برحسب HS و افزایش تطابق قیمت واقعی کالا با ارزش کالایی گمرک برای جلوگیری از کم‌اظهاری و بداظهاری و بیش‌اظهاری کالاهای صادراتی. ارزش‌های کالایی گمرک با قیمت واقعی کالا انحراف زیادی دارد.

۴- ایجاد و توسعه زیرساخت‌ها، تجهیزات و ملزومات مناسب فرآوری و حمل‌ونقل محصولات کشاورزی

۵- توسعه خوشه‌های تجاری (کنسرسیوم‌های صادراتی و شرکت‌های مدیریت صادرات) و برندسازی در طول زنجیره ارزش محصولات کشاورزی.



تهران - بلوار کریمخان زند - انتهای خیابان شهید عضدی (آبان) جنوبی - خیابان رودسر - پلاک ۵  
تلفن: ۴۲۹۱۶۰۰۰ نمابر: ۸۸۹۶۶۶۰ صندوق پستی: ۱۵۱۵-۱۵۸۱۵ کدپستی: ۳۷۳۱۳-۱۵۹۸۶

E-mail: [aperi@agri-peri.ac.ir](mailto:aperi@agri-peri.ac.ir)  
ECE: [ece.aperi@agri-peri.ac.ir](mailto:ece.aperi@agri-peri.ac.ir)  
<http://www.agri-peri.ac.ir>