

گروه کشاورزی



خلاصه تحلیل آماری وضعیت صادرات اقلام عمده گروه کشاورزی طی ۱۲ ماهه سال ۱۳۹۵

میزان صادرات اقلام عمده کشاورزی طی ۱۲ ماهه سال ۱۳۹۵ به ارزش ۳۷۹۵ میلیون دلار و به وزن ۴۴۵۵ هزار تن صورت پذیرفته است که در مقایسه با مدت مشابه سال قبل ۱ درصد از نظر ارزشی کاهش و به لحاظ وزنی ۱۷ درصد افزایش داشته است.

مرتضی کاکوند
رئیس گروه محصولات کشاورزی

مهمترین محصولات عمده بخش صادراتی بخش کشاورزی شامل پسته و مغز پسته، میوه های تازه، محصولات حیوانی، زعفران، کشمش، سیب زمینی، خرما و محصولات آبریان میباشند

عملکرد صادرات اقلام عمده محصولات کشاورزی طی ۱۲ ماهه سال ۱۳۹۵ و مقایسه آن با مدت مشابه سال قبل

ارزش: میلیون دلار وزن: هزارتن

درصد تغییرات		۱۲ ماهه سال ۱۳۹۴		۱۲ ماهه سال ۱۳۹۵		گروه کالایی
		وزن	ارزش	وزن	ارزش	
۳۲	-۲	۲۳۳۳	۹۲۷	۳۰۸۳	۹۰۶	میوه و تره بار
۴	۳	۱۳۰	۱۲۰۲	۱۳۵	۱۲۴۰	پسته و مغز پسته
-۴۲	-۱۸	۲۷۲	۵۳۱	۱۵۹	۴۳۷	محصولات حیوانی
۲۹	۴۳	۷۷	۲۲۹	۹۹	۳۲۷	آبریان
۱۶	۷	۱۱۲	۲۵۳	۱۳۰	۲۷۱	کشمش
۶۵	۶۰	۱۱۳ تن	۱۶۵	۱۸۷ تن	۲۶۴	زعفران
۱۸	-۱۴	۱۷۱	۲۳۳	۲۰۱	۲۰۰	خرما
-۷	-۵۲	۶۷۹	۲۲۲	۶۲۹	۱۰۷	سیب زمینی
-۲۹	-۲۶	۷	۳۱	۵	۲۳	گل و گیاه
-۴۴	-۳۵	۲۵	۳۱	۱۴	۲۰	چای
۱۷	-۱	۳۸۰۶	۳۸۲۴	۴۴۵۵	۳۷۹۵	جمع اقلام عمده

پسته و مغز پسته

میزان عملکرد صادرات این محصول طی ۱۲ ماهه سال ۹۵ از لحاظ ارزش ۱۲۴۰ میلیون دلار و به لحاظ وزنی ۱۳۵ هزار تن گزارش شده است که در مقایسه با مدت مشابه سال قبل از نظر ارزشی ۳ درصد و از نظر وزنی ۴ درصد افزایش داشته است.



ارایه راهکار و الزامات توسعه صادرات محصول پسته:

– اطلاع رسانی موثر به صادرکنندگان در رابطه با منابع موجود بانکی و ضوابط و مقررات

– ایجاد تنوع بیشتر در تسهیلات اعطایی بانک ها

– زمان اعطای تسهیلات صادراتی متناسب با نیاز صادرکننده و تسهیل بازپرداخت

– بانک توسعه صادرات ایران نسبت به اجرای طرح هجینگ براساس نرخ ارز در بازار آزاد اقدام نماید

– ارزیابی وثائق ملکی بر اساس قیمت های روز صورت پذیرد.

شرح کالا	۵ کشور هدف اصلی	۱۲ ماهه سال ۱۳۹۵ (میلیون دلار)	۱۲ ماهه سال ۱۳۹۴ (میلیون دلار)	درصد تغییرات
پسته و مغز پسته	هنگ کنگ	۲۳۹	۳۱۶	-۲۴
	ویتنام	۱۶۴	۱۳۸	۱۹
	امارات	۱۲۷	۱۴۳	-۱۱
	آلمان	۱۱۶	۱۱۹	-۳
	هند	۹۰	۵۴	۶۶

کشمش

طی ۱۲ ماهه سال ۱۳۹۵ میزان صادرات کشمش از نظر ارزش ۲۷۱ میلیون دلار و به لحاظ وزنی ۱۳۰ هزار تن بوده است که نسبت به مدت مشابه سال گذشته از لحاظ ارزشی ۷ درصد و از نظر وزنی ۱۶ درصد افزایش داشته است.



ارایه راهکار و الزامات توسعه صادرات محصول کشمش:

- تجهیز و مدرن نمودن کارخانجات کشمش پاک کنی
- اصلاح استانداردهای موجود در زمینه کشمش
- کاهش قیمت تمام شده و هزینه های لجستیک ، بسته بندی و فرآوری
- ایجاد کنسر سیوم صادراتی کشمش (۸ استان) به محوریت استان قزوین
- ایجاد انبار توزیع کشمش در خارج از کشور (ارمنستان- ازبکستان) به منظور دسترسی آسانتر به بازارهای اروپایی و روسیه
- ایجاد تشکل صادراتی منسجم و قوی

شرح کالا	۵ کشور هدف اصلی	۱۲ ماهه سال ۱۳۹۵ (میلیون دلار)	۱۲ ماهه سال ۱۳۹۴ (میلیون دلار)	درصد تغییرات
کشمش	امارات	۵۰	۴۰	۲۵
	عراق	۴۲	۲۹	۴
	روسیه	۲۳	۱۱	-۷۷
	قزاقستان	۲۳	۱۶	۴۴
	اسپانیا	۱۸	۱۳	۳۸

آبزیان

میزان صادرات انواع آبزیان طی ۱۲ ماهه سال ۱۳۹۵ از نظر ارزشی بمیزان ۳۲۷ میلیون دلار و از نظر وزنی ۹۹ هزار تن بوده است که در مقایسه با مدت مشابه سال قبل از نظر ارزشی ۴۳ درصد و از نظر وزنی ۲۹ درصد افزایش داشته است.



ارایه راهکار و الزامات توسعه صادرات آبزیان:

- افزایش تولید و تنوع بازارهای هدف در صادرات میگوی پرورشی
- تولید قزل آلائی پرورشی با سایز بیش از ۱٫۵ کیلو گرم
- تجهیز مراکز فرآوری آبزیان به تکنولوژی ماشین آلات و ادوات جدید فراورزی و بسته بندی

شرح کالا	۵ کشور هدف اصلی	۱۲ ماهه سال ۱۳۹۵ (میلیون دلار)	۱۲ ماهه سال ۱۳۹۴ (میلیون دلار)	درصد تغییرات
آبزیان	عراق	۱۳۳	۱۰۰	۳۳
	ویتنام	۱۱۹	۸۴	۴۲
	چین	۲۶	۱۰	۱۶۰
	امارات	۱۲	۱۷	-۲۹
	تایلند	۱۲	۲	۵۰۰

میوه و تره بار

صادرات انواع میوه تازه طی ۱۲ ماهه سال ۱۳۹۵ به ارزش ۹۰۶ میلیون دلار و به میزان ۳۰۸۳ هزار تن صورت پذیرفته است که در مقایسه با مدت مشابه سال گذشته از نظر ارزشی ۲ درصد کاهش و از نظر وزنی ۳۲ درصد افزایش یافته است.



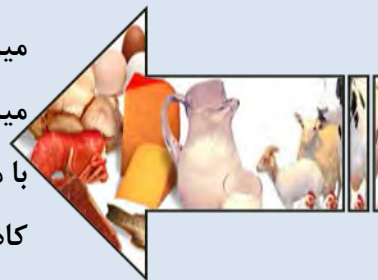
✓ **ارایه راهکار و الزامات توسعه صادرات محصولات میوه و تره بار:**

- ✓ کمک به ایجاد انبار و سردخانه های مجهز برای نگهداری در مناطق تولید و مبادی خروجی
- نهایی نمودن پایانه های صادراتی در حال احداث
- توجه به ایجاد زیر ساختها جهت صادرات محصول بصورت بسته بندی
- ایجاد انبارهای مناسب جهت نگهداری محصول در بازارهای هدف
- ✓ تخصیص تسهیلات جهت خرید کانتینر های یخچال دار

شرح کالا	۵ کشور هدف اصلی	۱۲ ماهه سال ۱۳۹۵ (میلیون دلار)	۱۲ ماهه سال ۱۳۹۴ (میلیون دلار)	درصد تغییرات
میوه	عراق	۲۰۸	۲۰۳	۲
	امارات	۴۱	۵۱	-۲۰
	روسیه	۳۶	۱۳	۱۷۷
	افغانستان	۳۲	۲۹	۱۰
	پاکستان	۱۹	۱۵	۲۷
تره بار	عراق	۳۳۱	۳۱۳	۶
	امارات	۴۹	۸۰	-۳۹
	روسیه	۴۹	۴۴	۱۱
	افغانستان	۲۰	۲۰	۰
	ترکمنستان	۸	۱۳	-۳۸

محصولات حیوانی

میزان صادرات محصولات حیوانی طی ۱۲ ماهه سال ۱۳۹۵ از نظر ارزشی به میزان ۴۳۷ میلیون دلار و از لحاظ وزنی ۱۵۹ هزار تن بوده است که در مقایسه با مدت مشابه سال قبل از نظر ارزشی ۱۸ درصد و از نظر وزنی ۴۲ درصد کاهش داشته است. محصولات حیوانی شامل انواع حیوانات زنده، گوشت، احشاء خوراکی، روده، تخم مرغ و... می باشد.



موضوع مهم:

در حال حاضر صادرکنندگان تخصصی کالاهای کشاورزی (خصوصاً محصولات حیوانی نظیر مرغ، تخم مرغ، روده و...) به دلیل افزایش هزینه‌های داخلی ناشی از محدودیت‌ها در پرداخت تسهیلات بانکی و عدم تامین مالی به موقع سرمایه در گردش و اعمال مقررات دست و پاگیر برخی دستگاه‌ها، در مسیر انجام تعهدات صادراتی خود با مشکلاتی مواجهند. چالش دیگر در مسیر توسعه صادرات محصولات مذکور کشورمان عدم تطابق سیاست‌ها و برنامه‌های تولیدی با سیاست‌های کلان صادراتی است. نگاه کلان دولت به تولید با رویکرد صرفاً تامین نیاز داخلی نبوده و نیست

شرح کالا	۵ کشور هدف اصلی	۱۲ ماهه سال ۱۳۹۵ (میلیون دلار)	۱۲ ماهه سال ۱۳۹۴ (میلیون دلار)	درصد تغییرات
محصولات حیوانی	عمان	۱۷۹	۷۸	۱۲۹
	عراق	۸۴	۱۹۱	-۵۶
	آلمان	۵۵	۴۵	۲۲
	افغانستان	۴۰	۲۶	۵۴
	ویتنام	۲۵	۱۶	۵۶

زعفران

صادرات زعفران طی ۱۲ ماهه سال ۱۳۹۵ از نظر ارزش ۲۶۴ میلیون دلار و به لحاظ وزنی ۱۸۷ تن بوده است. در مجموع صادرات زعفران از لحاظ ارزشی ۶۰ درصد و از لحاظ وزنی ۶۵ درصد افزایش نشان میدهد.



• **ارایه راهکار و الزامات توسعه صادرات محصول زعفران:**

کاهش و یا حذف تعرفه ورود زعفران ایران به کشورهای هدف از جمله هند و چین می باشد. حمایت از سرمایه گذاری در راستای ایجاد و توسعه خطوط سورت و بسته بندی صادراتی در مبادی تولید

شرح کالا	۵ کشور هدف اصلی	۱۲ ماهه سال ۱۳۹۵ (میلیون دلار)	۱۲ ماهه سال ۱۳۹۴ (میلیون دلار)	درصد تغییرات
زعفران	امارات	۸۶	۶۵	۳۲
	اسپانیا	۶۵	۳۹	۶۷
	هنگ کنگ	۵۵	۳	۱۷۳۳
	افغانستان	۱۵	۸	۷۸,۵
	چین	۱۳	۱۸	-۲۷

خرما

براساس آمار موجود، میزان صادرات خرمای تازه و خشک طی ۱۲ ماهه سال ۱۳۹۵ از لحاظ ارزشی ۲۰۰ میلیون دلار و از لحاظ وزنی ۲۰۱ هزارتن بوده است که نسبت به مدت مشابه سال گذشته از لحاظ ارزش ۱۴ درصد کاهش و از لحاظ وزنی حدود ۱۸ درصد افزایش داشته است.



علل کاهش:

بالا رفتن قیمت تمام شده داخلی

کمبود تولید محصول داخل (حدوداً ۳۰ درصد)

ارایه راهکار و الزامات توسعه صادرات محصول خرما:

برنامه ریزی جهت کاهش هزینه حمل و نقل و افزایش عمر ناوگان حمل و نقل منطقه
برند سازی با دیدگاه برند محصولی - برند منطقه ای و برند بنگاهی
بررسی و شناسایی انواع خرمای صادراتی مورد علاقه و نیاز بازارهای خارجی و اطلاع رسانی و هدایت کاشت و تولید به سمت انواع وارسته های بازارپسند و صادراتی

شرح کالا	۵ کشور هدف اصلی	۱۲ ماهه سال ۱۳۹۵ (میلیون دلار)	۱۲ ماهه سال ۱۳۹۴ (میلیون دلار)	درصد تغییرات
خرما	هند	۳۱	۳۰	۳
	قزاقستان	۲۲	۲۳	-۴
	پاکستان	۲۱	۱۵	۴۰
	امارات	۱۹	۲۸	-۳۲
	ترکیه	۱۵	۲۹	-۴۸

سیب زمینی



صادرات این محصول طی ۱۲ ماهه سال ۱۳۹۵ به ارزش ۱۰۷ میلیون دلار و به لحاظ وزنی ۶۲۹ هزارتن و بوده است که در مقایسه با مدت مشابه سال گذشته از نظر ارزشی ۵۲ درصد و از نظر وزنی ۷ درصد کاهش داشته است.

علل کاهش:

- صدور محصولات غیریکنواخت در اندازه های مختلف
- نوسانات شدید تولید و قیمت داخلی محصول
- **ارایه راهکار و الزامات توسعه صادرات محصول سیب زمینی:**

برای تقویت و پایداری طرح استمرار تولید محصول سیب زمینی و ماندگاری محصول ایران در بازارهای هدف ضرورت دارد:

وزارت جهاد کشاورزی برنامه راهبردی و عملیاتی تولید سیب زمینی را برای تأمین مستمر بازارهای خارجی با کنترل فرآیند کمی و کیفی تولید و حفظ سهم بازار مصرف تدوین و اجرایی نماید. بخشی از اراضی سیب زمینی کشور با مدیریت وزارت جهاد کشاورزی و مشارکت صادرکنندگان بایستی به کشت اقلام و وارپته های صادراتی اختصاص یابد. تعیین میزان سهم هراستان در تولید محصول و کنترل بازار داخلی، ثبات بازار را در پی خواهد داشت

شرح کالا	۵ کشور هدف اصلی	۱۲ ماهه سال ۱۳۹۵ (میلیون دلار)	۱۲ ماهه سال ۱۳۹۴ (میلیون دلار)	درصد تغییرات
سیب زمینی	عراق	۶۱	۱۲۲	-۵۰
	ترکمنستان	۲۳	۵۶	-۵۹
	افغانستان	۱۲	۳	۳۰۰
	آذربایجان	۸	۶	۳۳
	امارات	۲	۴	-۵۰

صادرات چای طی ۱۲ ماهه سال ۱۳۹۵ از نظر ارزشی ۲۰ میلیون دلار و به لحاظ وزنی ۱۴ هزار تن بوده است و در مقایسه با مدت مشابه سال قبل از نظر ارزشی ۳۵ درصد و به لحاظ وزنی ۴۴ درصد کاهش داشته است.



علل کاهش:

قاجاق گسترده محصول به کشور که حجم قابل توجه آن وضعیت بازار داخلی و صادرات محصول را نیز مخدوش نموده است.

محدودیت بازارهای صادراتی برای این محصول

بالا بودن تعرفه گمرکی چای خشک و عدم ثبات قیمت آن در بازارهای صادرات

• **ارایه راهکار و الزامات توسعه صادرات محصول چای:**

- برند سازی و ارتقای کیفیت این محصول در جهات مختلف برای شناساندن و معرفی ویژگیهای منحصر بفرد چای ایرانی
- تدوین سند راهبرد کلان ملی برای صنعت چای کشور و توجه خاص به این صنعت بعنوان یک صنعت ارزآور و استراتژیک در بخش کشاورزی
- هدایت برنامه های تولید، فرآوری و بسته بندی این محصول در چارچوب استانداردهای صادراتی
- جلب مشارکت فعالان تخصصی و متخصصین با تجربه در جهت حمایت و تشویق در بحث تولید و فرآوری
- کمک به جلب سرمایه گذاری و مشارکت بیشتر بخش خصوصی و تولیدکنندگان به ایجاد ارزش افزوده چای ایرانی برای ارتقای عایدات اقتصادی آن
- سیاستگذاری برای حمایت از تولید چای در کل فرآیند به نحوی که موجودی سالیانه چای سنواتی در انبارها به حداقل برسد
- حذف تدریجی خرید تضمینی با تقویت بنگاههای صادراتی و تشویق آنها به خرید توافقی چای
- کمک به باغداران چای برای افزایش کیفی فرآیند داشت و برداشت محصول با قابلیت صادرات، در جهت حفظ زنجیره ارزش این محصول
- حذف تدریجی خرید تضمینی با تقویت بنگاههای صادراتی و تشویق آنها به خرید توافقی چای
- کمک به باغداران چای برای افزایش کیفی فرآیند داشت و برداشت محصول با قابلیت صادرات، در جهت حفظ زنجیره ارزش این محصول

شرح کالا	۵ کشور هدف اصلی	۱۲ ماهه سال ۱۳۹۵ (میلیون دلار)	۱۲ ماهه سال ۱۳۹۴ (میلیون دلار)	درصد تغییرات
چای	ترکیه	۹	۲۰	-۵۵
	ازبکستان	۲	۱	۱۰۰
	تاجیکستان	۳	۳	۰
	ترکمنستان	۲	۰,۸	۱۵۰
	آذربایجان	۰,۷	۰,۲	۲۵۰

گل و گیاه

صادرات گل و گیاهان زینتی طی ۱۲ ماهه سال ۱۳۹۵ از نظر ارزشی ۲۳ میلیون دلار و به لحاظ وزنی ۵ هزار تن بوده است و در مقایسه با مدت مشابه سال قبل از نظر ارزشی ۲۶ درصد و به لحاظ وزنی ۲۹ درصد کاهش داشته است



علل کاهش:

گرانی نرخ کرایه حمل هوایی

مشکلات مربوط به تنظیم زمانبندی تولید و حمل، متناسب با نیاز بازارهای خارجی

ورود انفرادی صادرکنندگان ایرانی به بازارهای جهانی و عدم پیروی از یک استراتژی مشترک.

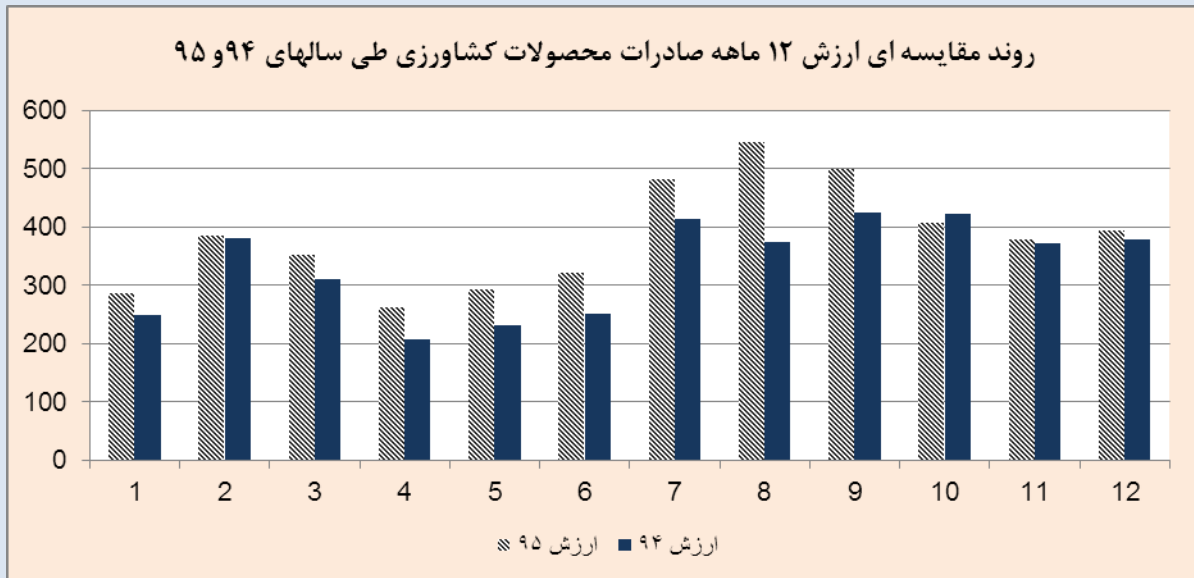
حضور کشورهای جدید و نوپا در عرصه صادرات گل و گیاه و فشرده تر شدن رقابت در بازارهای

جهانی

ارایه راهکار و الزامات توسعه صادرات محصولات گل و گیاه:

- ۱- ایجاد شبکه منسجم زنجیره تامین در واردات، تولید و صادرات گل و گیاه کشور
- ۲- تقویت شبکه حمل و نقل سریع و مکانیزه برای جمع آوری محصول و صادرات آن
- ۳- مدرن سازی زیرساختهای تولید گل و گیاه نظیر گلخانه های نسل جدید برای تولید انبوه گل شاخه بریده
- ۴- بسترسازی و حمایت دولت برای مشارکت سرمایه گذاران و خریداران خارجی در فرآیند تولید و صادرات گل و گیاه ایران
- ۵- ضرورت تکمیل و بهره برداری هرچه سریعتر پایانه های صادراتی تهران و تنکابن بمنظور تامین نیاز بازارهای مصرف در حوزة خلیج فارس، اروپا، CIS و روسیه

شرح کالا	۵ کشور هدف اصلی	۱۲ ماهه سال ۱۳۹۵ (میلیون دلار)	۱۲ ماهه سال ۱۳۹۴ (میلیون دلار)	درصد تغییرات
گل و گیاه	عراق	۷	۷	۰
	ترکمنستان	۷	۱۰	-۳۰
	ویتنام	۴	۵	-۲۰
	آذربایجان	۰,۸	۰,۵	۶۰
	افغانستان	۰,۶	۰,۶	۰



روند مقایسه ای ارزش ۱۲ ماهه صادرات محصولات کشاورزی طی سالهای ۹۴ و ۹۵

