



اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی کرمان

تحلیل صادرات استان کرمان

معصومه سعید

شیما ملک پورزاده

مقدمه

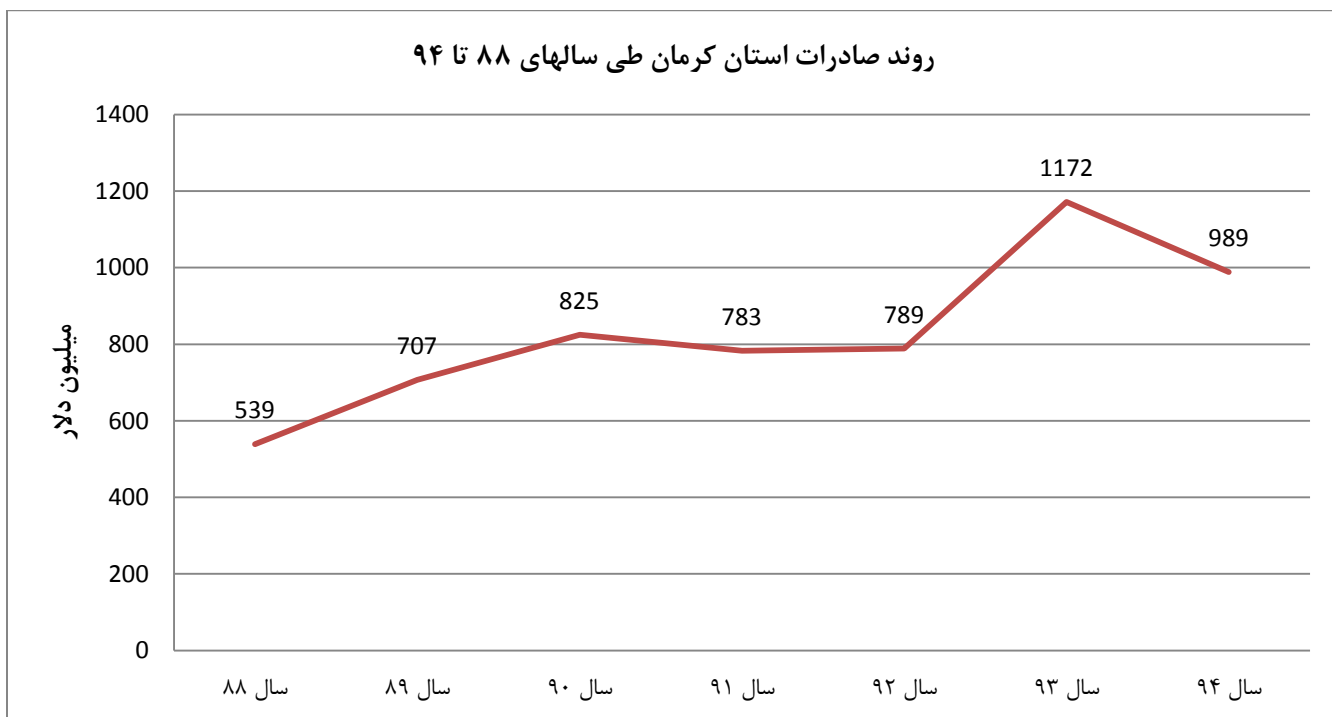
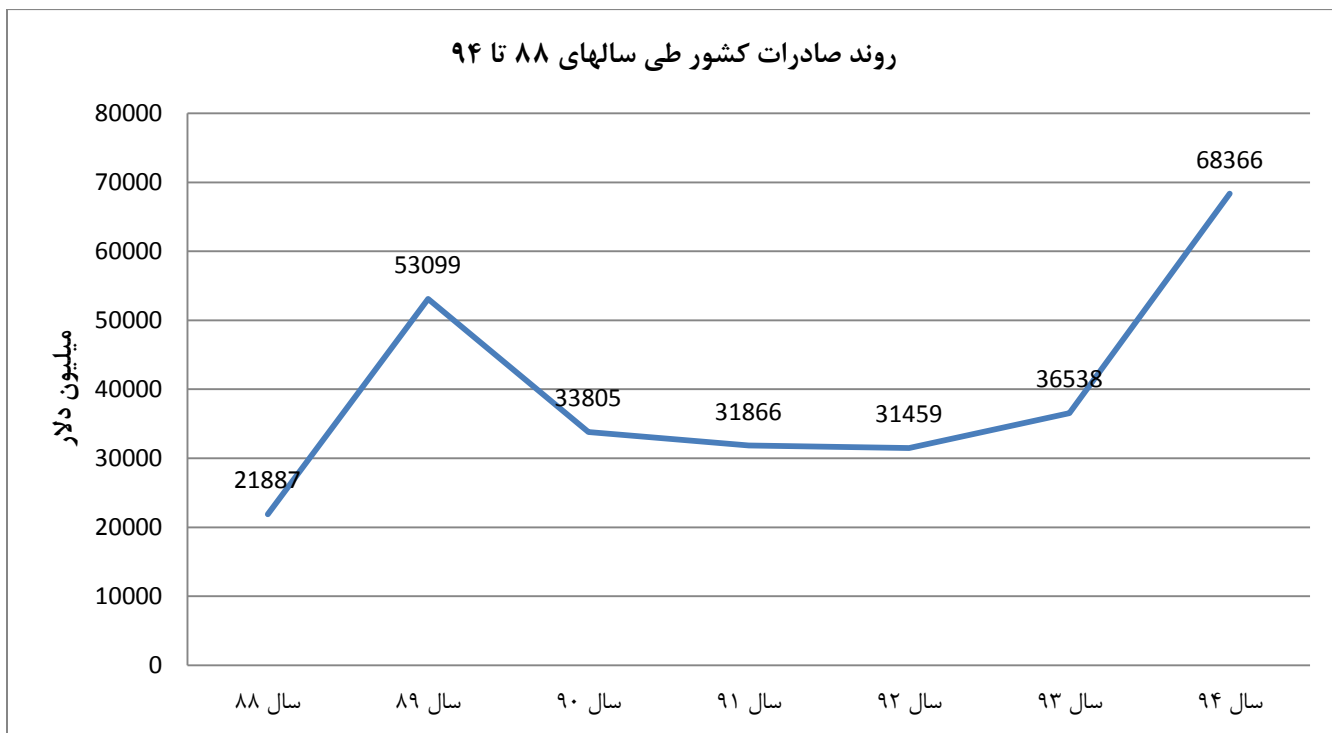
تحولات سالهای اخیر بازرجهانی نفت، افت شدید قیمت آن و غیر قابل اتکا بودن درآمدهای نفتی کشور در برنامه ریزی ها، لزوم توجه به توسعه صادرات غیر نفتی را بیش از پیش نشان می دهد. علاوه بر این نیاز مبرم کشور به ارز خارجی برای پیشبرد برنامه های توسعه و از همه مهمتر پایان پذیر بودن منابع نفتی زنگ خطر را برای مسؤلان کشور به صدا در آورده است تا هر چه سریعتر تدابیر موثری را جهت توسعه صادرات غیر نفتی کشور بیندیشند. جای هیچ شک و شبه ای نیست که لزوم صادرات غیر نفتی و عبور از اقتصاد نفتی در زمان حاضر بیش از هر زمان دیگر احساس می شود. برای این عبور همواره تغییر رویکرد به توسعه صادرات غیرنفتی مطرح است. لذا بررسی وضع موجود صادرات و آسیب شناسی آن و برنامه ریزی توسعه صادرات در سطح ملی و استانی بسیار حائز اهمیت است.

در این گزارش ابتدا روند صادرات استان کرمان، مقایسه تطبیقی صادرات استان و کشور و ترکیب کالاهای صادراتی بررسی می شوند و در هر بخش مسائل و مشکلات و راهکارهای پیشنهادی ارائه می گردند و در نهایت جمعبندی در این خصوص صورت می پذیرد.

روند صادرات کشور و استان طی سال های ۱۳۸۸ الی ۱۳۹۴

جدول شماره ۱

صادرات کشور و استان کرمان (میلیون دلار)							
ردیف	سال ۸۸	سال ۸۹	سال ۹۰	سال ۹۱	سال ۹۲	سال ۹۳	سال ۹۴
۱	۲۱۸۸۷	۵۳۰۹۹	۳۳۸۰۵	۳۱۸۶۶	۳۱۴۵۹	۳۶۵۳۸	۶۸۳۶۶
۲	۵۳۹	۷۰۷	۸۲۵	۷۸۳	۷۸۹	۱۱۷۲	۹۸۹
۳	۴۷۳	۵۹۵	۶۹۸	۶۸۱	۶۸۶	۱۰۷۴	۷۰۴
۴	۹	۱۸	۱۷	۱۵	۱۶	۸	۷
۵	۶	۶	۶	۷	۱۰	۱۳	۱۳
۶	۳	۸	۹	۷	۸	۱۱	۱۲
۷	۰,۰۵	۰,۹	۰,۴۳	۳	۱۲	۱۱	۹



جدول و نمودارهای فوق نشان می دهد که در سال ۸۹ افزایش صادرات را داشته ایم. این در حالیست که ترکیب صادرات عمدتاً معطوف به کالاهای با ارزش افزوده اندک می باشد. همچنین در این سال، مورد توجه قرار گرفتن توسعه صنایع پایین دستی نفت و گاز، منجر به توسعه تولید و صادرات محصولات شیمیایی و پتروشیمی شده است، و از سال ۸۹ لغایت سال ۹۲، صادرات روند نزولی را طی کرده است.

تا قبل از سال ۹۲، تجارت خارجی و به تبع آن صادرات عمدتاً تحت تاثیر دو عامل اساسی تحریم های بین المللی و افزایش نرخ ارز بوده است.

بر اساس نمودار شماره ۱، از سال ۹۲ همزمان با شروع دولت یازدهم و با کاهش ریسک نوسانات نرخ ارز شاهد افزایش صادرات بوده ایم و این روند در صادرات استان کرمان با توجه به نمودار شماره ۲، صدق می کند البته با این تفاوت که صادرات استان در سال ۹۴ عمدتاً به دلیل مشکلات مربوط به عمده بازار هدف صادراتی پسته (هنگ کنگ) کاهش داشته است.

ترکیب کالاهای صادراتی استان طی سال های ۱۳۸۸ الی ۱۳۹۴ و نه ماهه ۱۳۹۵

جدول شماره ۲

سال ۹۱		سال ۹۰	
صادرات از کل استان (میلیون دلار)	کالاهای عمده صادراتی استان	صادرات از کل استان (میلیون دلار)	کالاهای عمده صادراتی استان
۶۸۲	پسته	۶۹۹	پسته
۲۳	مس و مصنوعات آن	۴۳	مس و مصنوعات آن
۹	سنگ و کنسانتره مولیبدن	۳۱	سنگ و کنسانتره مولیبدن
۶	کاشی و سرامیک	۱۷	تایر و تیوپ
۶	خرما خشک و تازه	۹	خرما خشک و تازه
۶	آهن آلات	۶	کاشی و سرامیک
۵۱	سایر کالاها	۲۰	سایر کالاها
۷۳۲	جمع کالاهای عمده	۸۰۵	جمع کالاهای عمده

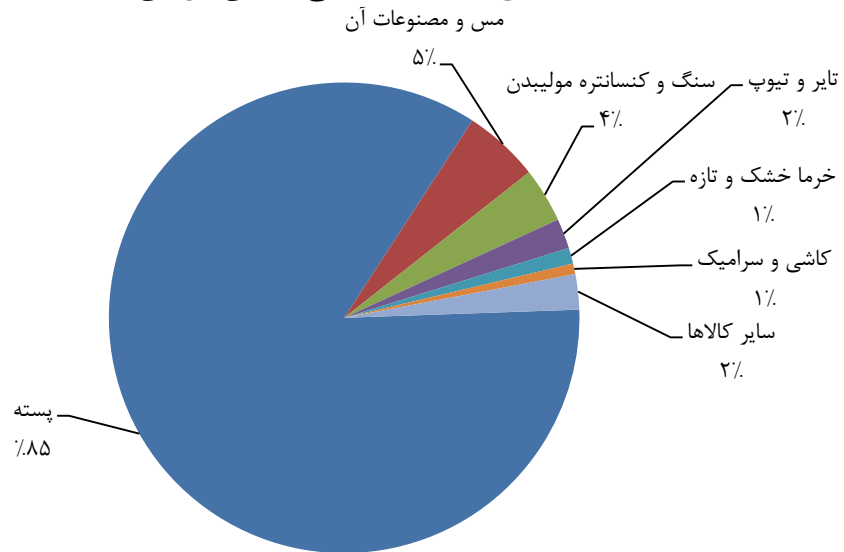
جدول شماره ۳

سال ۹۳		سال ۹۲	
صادرات از کل استان (میلیون دلار)	کالاهای عمده صادراتی استان	صادرات از کل استان (میلیون دلار)	کالاهای عمده صادراتی استان
۱۰۷۴	پسته	۶۸۶	پسته
۱۶	مس و مصنوعات آن	۴۴	کاشی و سرامیک
۱۳	کاشی و سرامیک	۱۶	فرمولیبدن
۱۱	خرما خشک و تازه	۱۲	سیمان
۱۱	سیمان	۸	خرما
۸	فرمولیبدن	۳	چدن، آهن، فولاد و مصنوعات آن
۳۹	سایر کالاها	۳	مس و مصنوعات آن
		۱۸	سایر کالاها
۱۱۳۳	جمع کالاهای عمده	۷۷۲	جمع کالاهای عمده

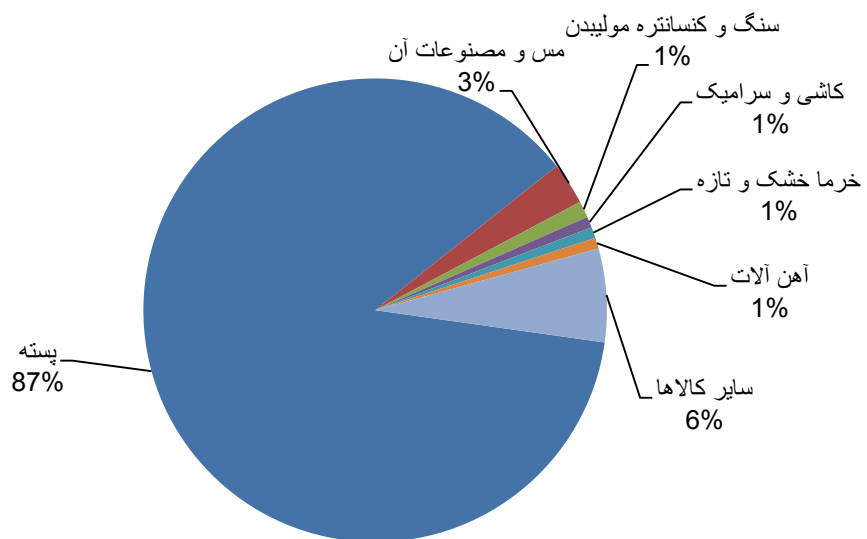
جدول شماره ۴

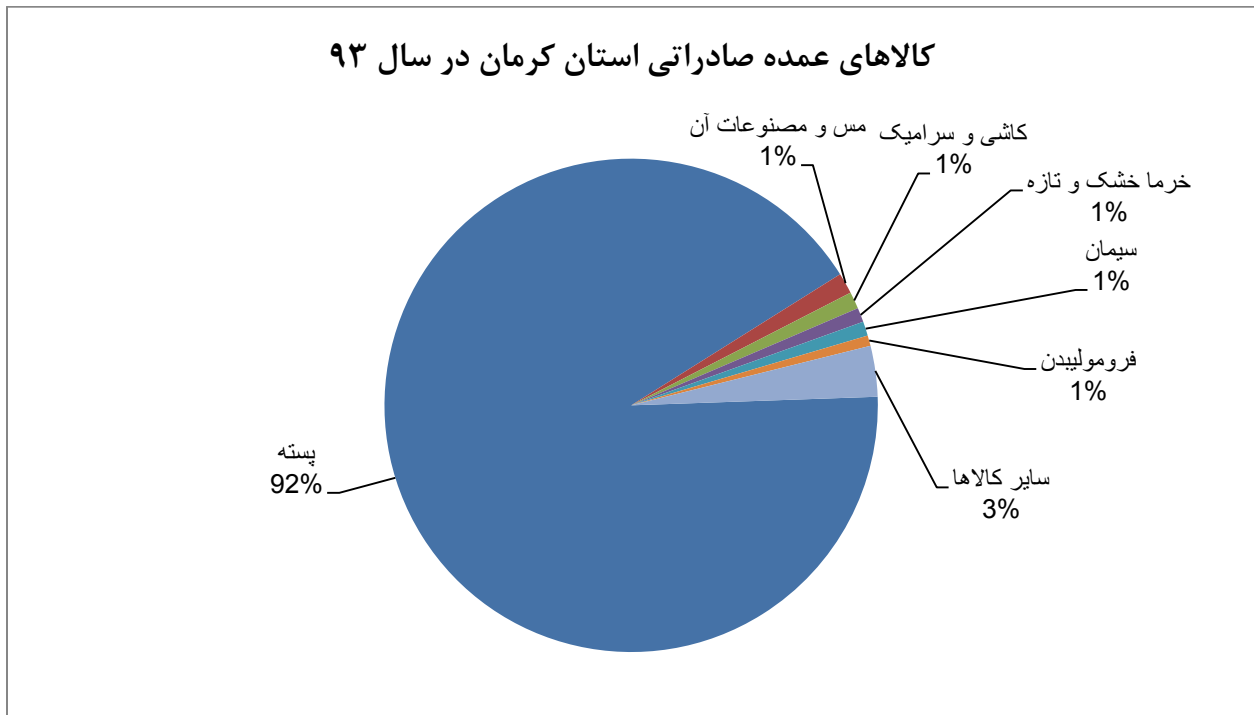
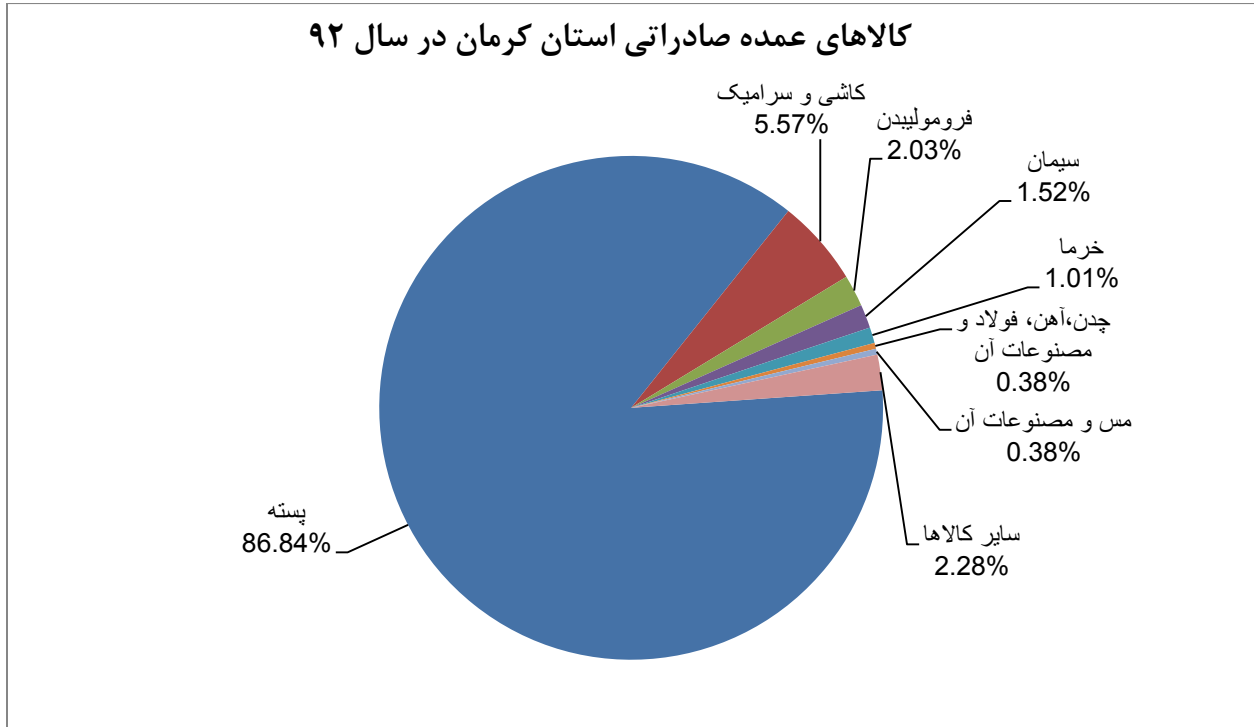
۹ ماهه نخست سال ۹۵		سال ۹۴	
صادرات از کل استان (میلیون دلار)	کالاهای عمده صادراتی استان	صادرات از کل استان (میلیون دلار)	کالاهای عمده صادراتی استان
۵۷۵	پسته	۷۰۴	پسته
۲۲۲	نانوکامپوند مستریج گرانول	۱۸۹	مواد پلاستیکی
۱۰	مس و مصنوعات آن	۱۶	روغن خوراکی
۸	لوازم صنعتی و برقی	۱۳	کاشی و سرامیک
۷	کاشی و سرامیک	۹	سیمان
۷۴	سایر کالاها	۱۲	خرما خشک و تازه
		۱۲	مس و مصنوعات آن
		۳۵	سایر کالاها
۸۲۲	جمع کالاهای عمده	۹۵۵	جمع کالاهای عمده

کالاهای عمده صادراتی استان کرمان در سال ۹۰



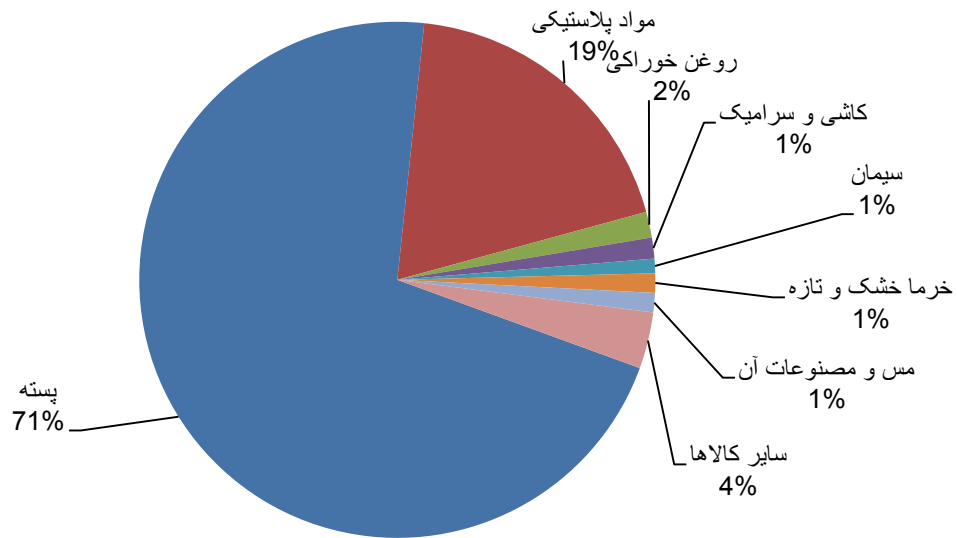
کالاهای عمده صادراتی استان کرمان در سال ۹۱





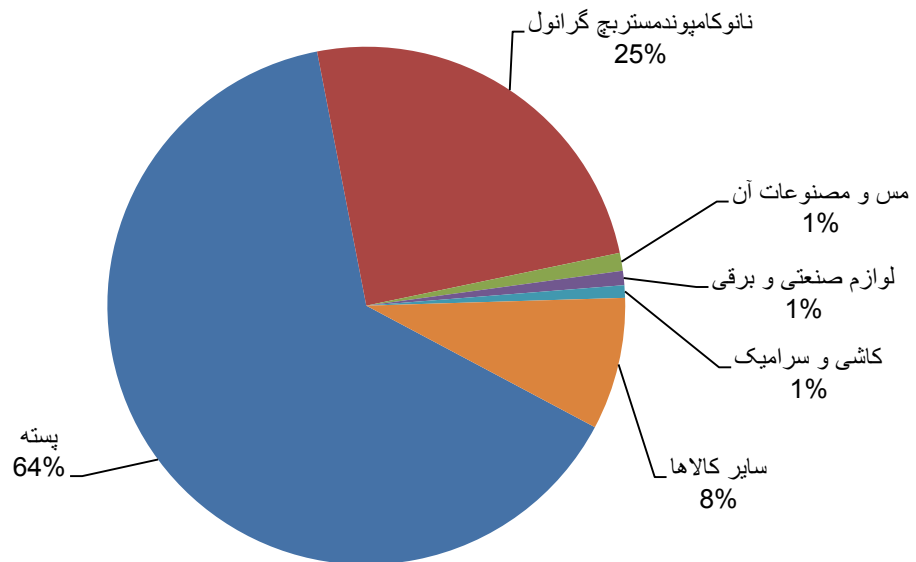
نمودار شماره ۷

کالاهای عمده صادراتی استان کرمان در سال ۹۴



نمودار شماره ۸

کالاهای عمده صادراتی استان کرمان در ۹ ماهه نخست سال ۹۵



نمودارهای فوق طی سال های ۹۴-۹۲، میزان سهم هر یک از عمده محصولات صادراتی استان نسبت به کل ارزش صادراتی محصولات استان نشان می دهد. همانگونه که مشاهده می شود، پسته سهم قابل توجهی از صادرات عمده کالاهای صادراتی استان را طی سال های یاد شده دارد. پس از آن با اختلاف بسیار زیاد مس و مصنوعات آن، فرمولیبدن، کاشی و سرامیک، خرما، سیمان، روغن خوراکی و مواد پلاستیکی بیشترین سهم از صادرات استان را به خود اختصاص می دهند.

در بررسی دقیق تر نمودارهای فوق، چندین موضوع قابل تامل را نشان می دهد:

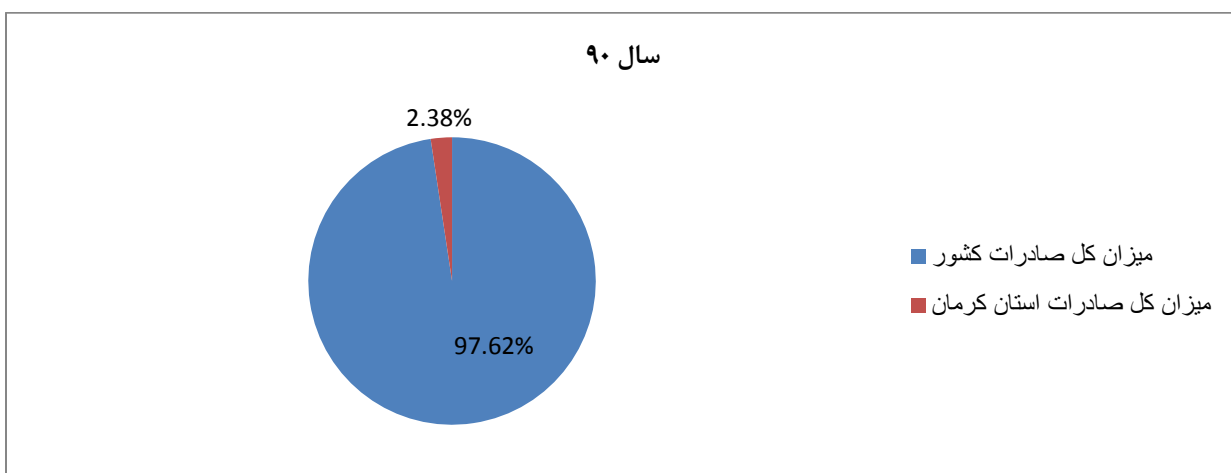
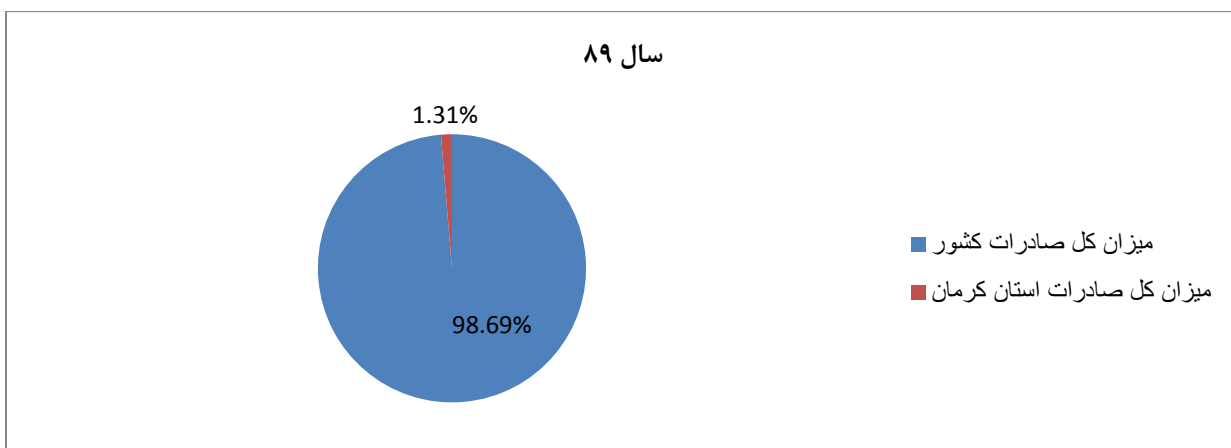
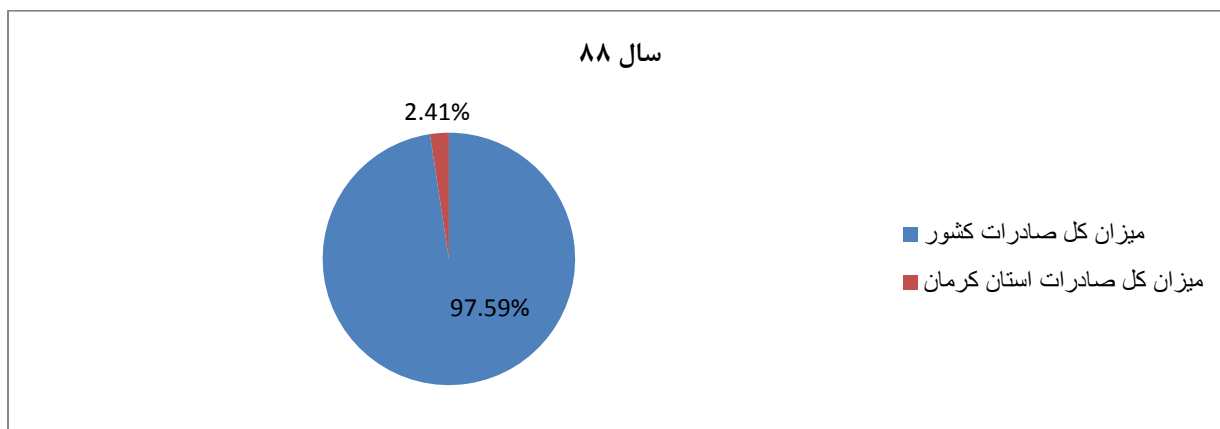
۱- در سالیان اخیر همواره پسته بعنوان عمده کالای صادراتی استان که سهم بسیار قابل توجهی در صادرات استان و کشور ایفا می نماید را نشان می دهد. این در حالی است که بر متخصصان امر روشن است که پسته کالایی با مزیت رقابتی صادراتی نمی باشد چرا که به ازای تولید هر کیلو از آن هفت مترمکعب آب مصرف می شود و در کنار این موضوع مسائلی منجمله کاهش قیمت جهانی پسته، نوسانات قیمت داخلی، مشکلات نقل و انتقالات ارز و... بر مشکلات صادرات این محصول دامن می زند. یکی از راهکارهای منطقی برای حل این مساله و توسعه صادرات استان و کشور، **توسعه محصولات صادراتی** استان می باشد اما علیرغم اینکه در سالیان اخیر همواره صورت مساله بطور کامل روشن بوده است، اما آمار صادرات نشان می دهد هیچ اقدام عملی جدی برای حل این مساله در نظر گرفته نشده است و ترکیب کالاهای صادراتی استان تقریباً ثابت بوده است.

۲- شاید چنین بنظر برسد که با توجه به اینکه در سال ۹۴، سهم پسته نسبت به سایر محصولات کاهش یافته، بنابراین می توان نتیجه گرفت که سایر محصولات افزایش صادرات داشته اند. اما چنین نیست بلکه دلیل آن عمدتاً کاهش صادرات پسته بدلیل مشکلات صادرات پسته به هنگ کنگ بوده است و در اینجا یک مساله قابل تامل است که اختلال در یک بازار صادراتی چگونه می تواند نقش بسیار پررنگی را در کاهش مجموع صادرات استان ایفا نماید. حال سوال اینجاست که بعد از این مساله چه تدابیری برای توسعه بازارهای صادراتی این محصول جهت جلوگیری از وقوع مجدد این مشکل اندیشیده شده است.

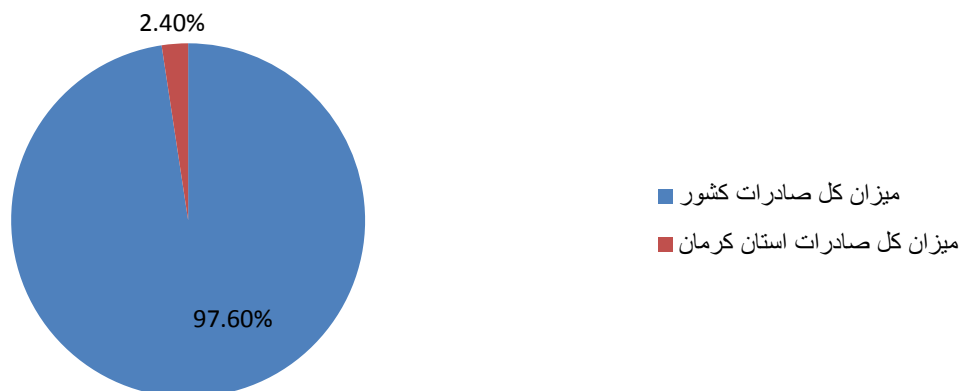
۳- مساله پراهمیت دیگر جایگاه بسیار ضعیف محصولات با ارزش افزوده بالا منجمله محصولات فرآوری شده و دانش بنیان در ردیف های بالای عمده کالاهای صادراتی است. اگر چه یکی از دلایل آن عدم عضویت ایران در سازمان تجارت جهانی (WTO) می باشد، اما مواردی همچون مشکلات تامین مالی تولید با نرخ غیرقابل رقابت، سرمایه گذاری خارجی کم، نبود نظام مالیاتی تشویق کننده تولید، عدم موافقت نامه های تجارت آزاد و موافقت نامه های تعرفه های ترجیحی و... نیز باعث نقش کم رنگ محصولات با ارزش افزوده بالا در سبد صادراتی استان

است که می‌تواند مسئولین امر با اتخاذ راهکارهایی برای رفع مشکلات در حیطه اختیاراتشان، گامی در توسعه صادرات این محصولات بردارند.

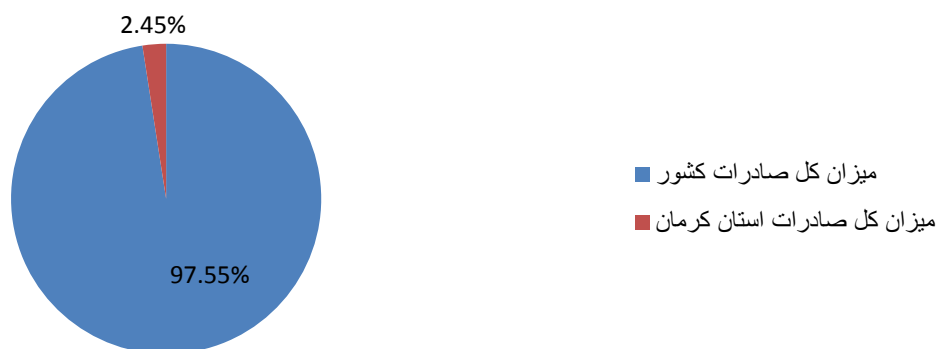
سهم صادرات استان از صادرات کل کشور طی سال‌های ۱۳۸۸ الی ۱۳۹۴ و نه ماهه ۱۳۹۵



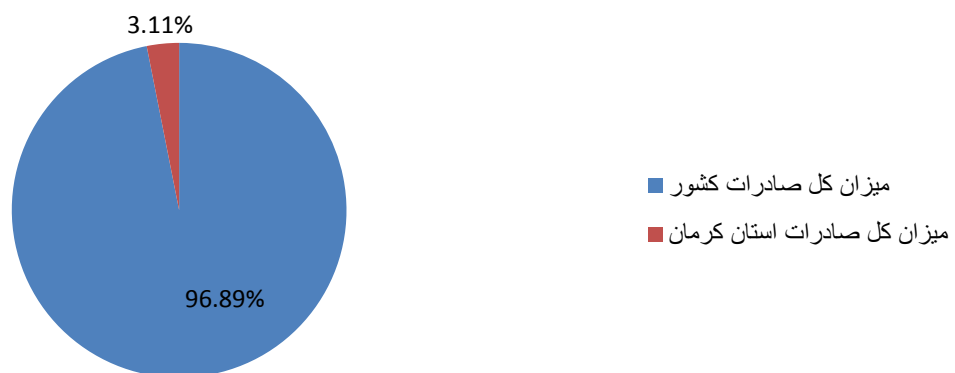
سال ۹۱

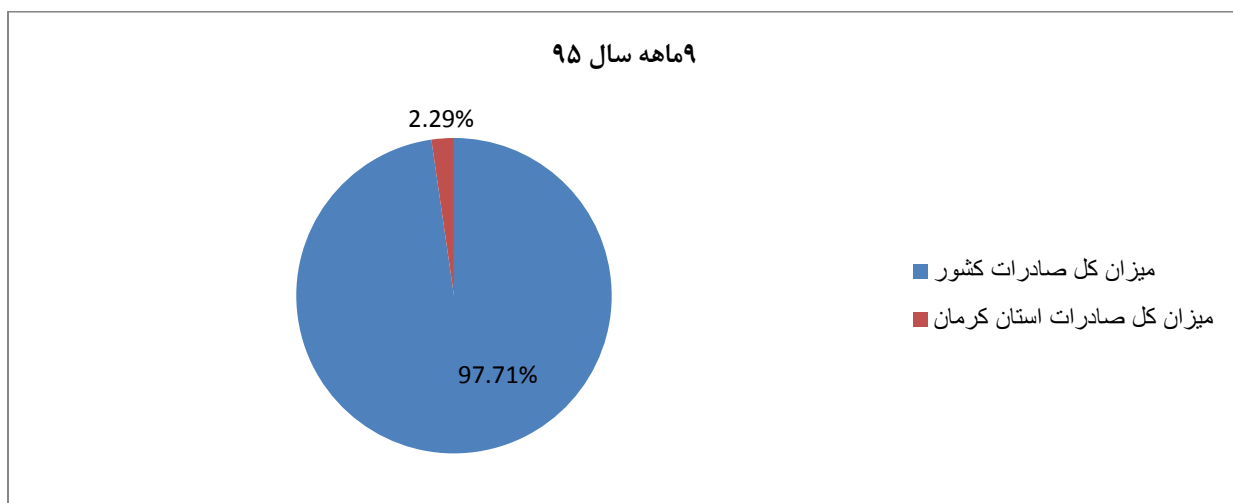
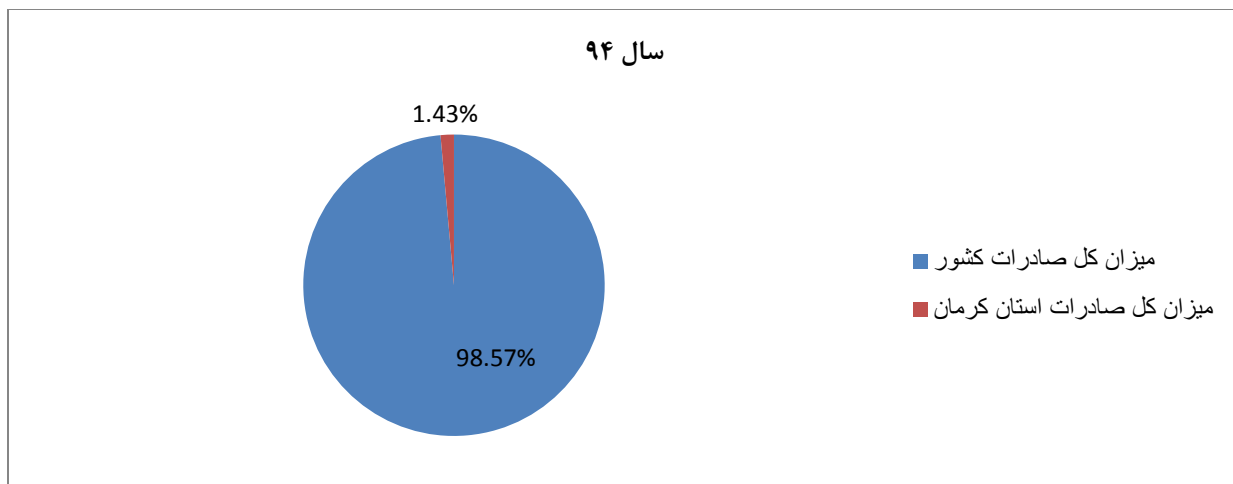


سال ۹۲



سال ۹۳

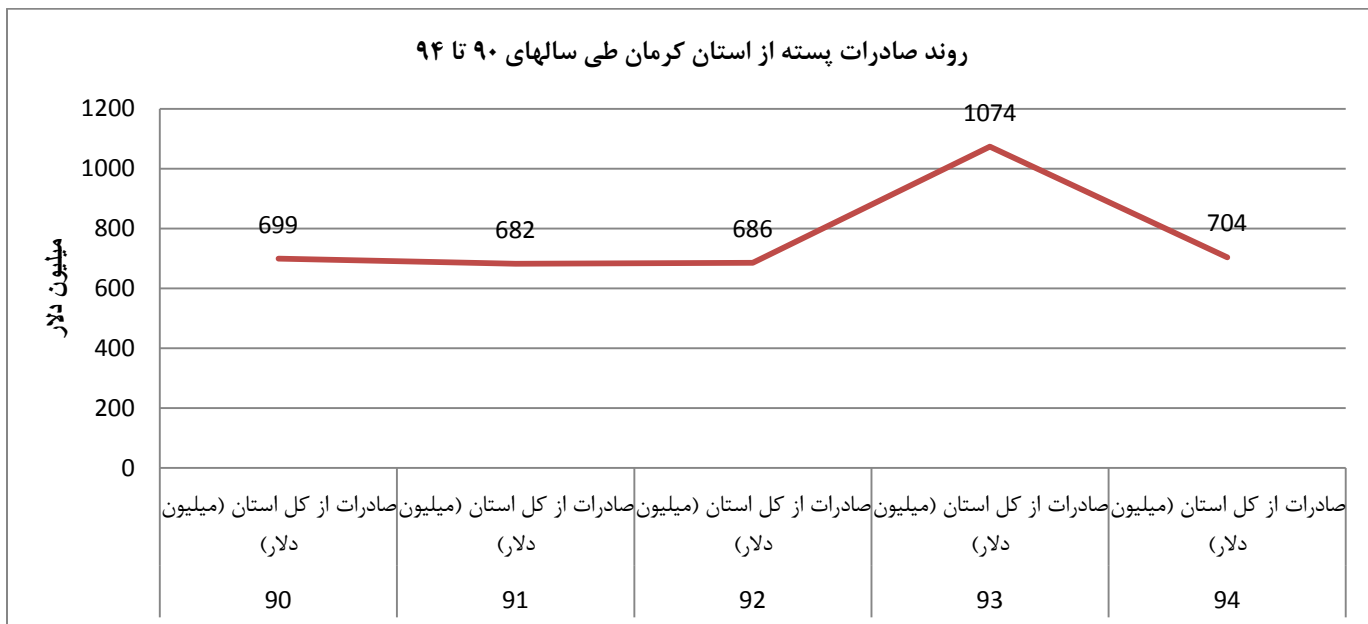




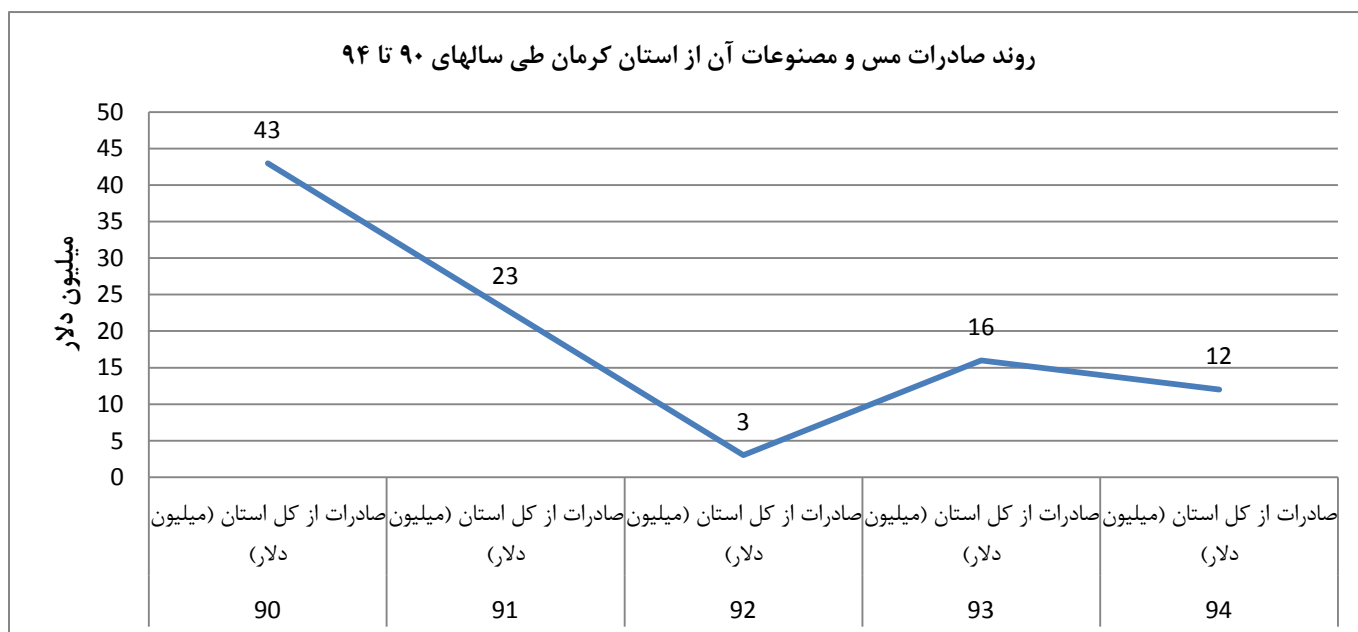
با بررسی آمارهای مربوط به صادرات کشور و استان بطور میانگین طی سالیان اخیر سهم استان کرمان از صادرات کل کشور حدود ۲ الی ۲/۵ درصد بوده است.

اگر چه برای استانی که بیش از ۱۱/۵ درصد از خاک کشور را تشکیل می دهد و قابلیت های صادراتی بالقوه فراوان دارد، این رقم سهم، جای بسی تامل است و عزم جدی و همراهی و هماهنگی دستگاه های دولتی و خصوصی برنامه ریز و متولی صادرات را در برنامه ریزی جامع توسعه صادرات استان را می طلبد، اما نکته قابل توجه و حائز اهمیت در اینجا، این مساله است که بخشی از محصولات استان از طریق سایر گمرکات کشور، خصوصاً گمرکات هرمزگان انجام می شود. بنابراین مطمئناً سهم استان کرمان از صادرات کل کشور، بیش از این مقدار می باشد. سوالی که در اینجا مطرح می شود این است که مگر مبنای برنامه ریزی دقیق چیزی جز اطلاعات و آمار صحیح و دقیق نیست؟ و چرا تا کنون تدابیری برای رفع این نقیصه اتخاذ نگردیده است؟

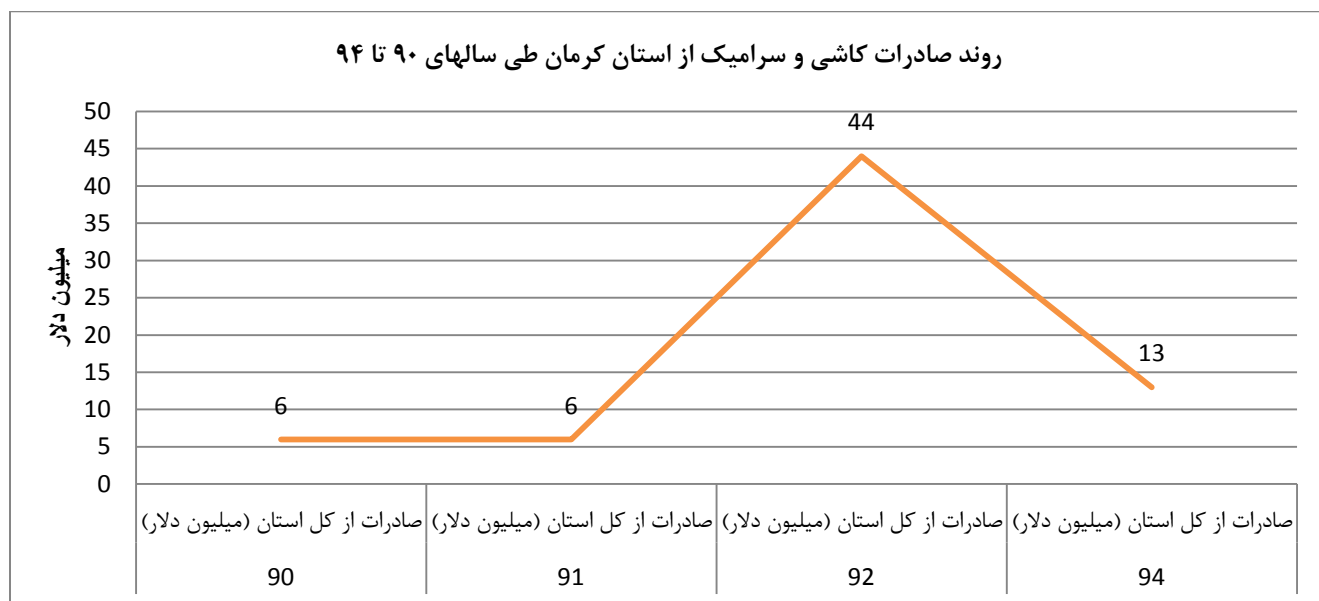
روند صادرات عمده کالاهای صادراتی استان



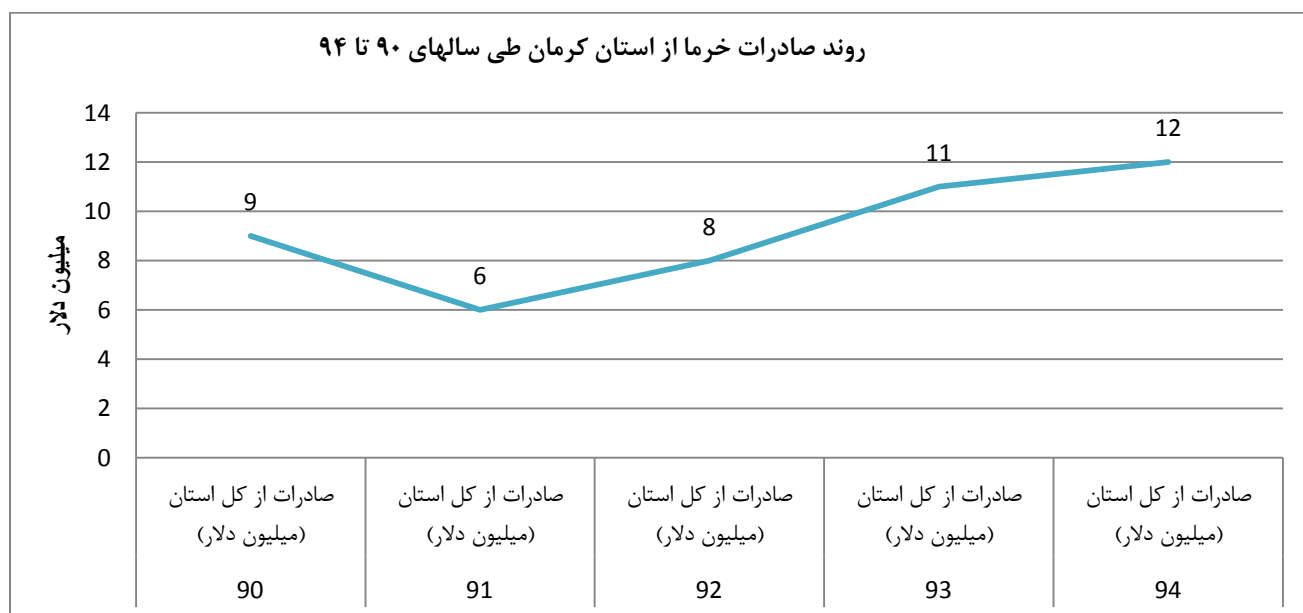
با توجه به نمودار فوق، در سال ۹۴ روند صعودی صادرات پسته از سال ۹۲ به روند نزولی در سال ۹۳ تغییر جهت پیدا کرد و همانطور که قبلا در این گزارش مطرح گردید، دلیل آن مشکلات ایجاد شده در هنگ کنگ بدلیل مساله غیرقانونی دور زدن تعرفه ها برای واردات این محصول از ایران بود. در اینجا علاوه بر توسعه بازار، مهم ترین راهکاری که در ذهن متبادر می شود مساله اهتمام دولت در امضاء توافقنامه های تجارت آزاد و تعرفه های ترجیحی با کشورهای هدف صادراتی می باشد تا از مشکلات کاهش صادرات به این نحو جلوگیری کرد.



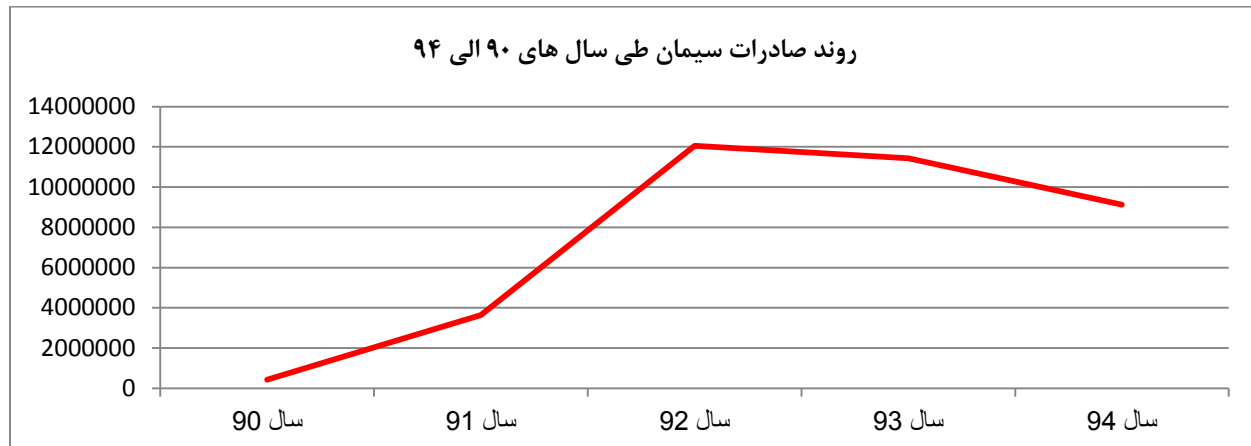
روند صادرات مس و مصنوعات مسی نشان می دهد که صادرات این محصول از سال ۹۰ شیب نزولی داشته است که دلیل آن عمدتاً مسائل مرتبط با تحریم و نوسانات و افت و خیزهای شدید در قیمت جهانی مس می باشد و از سال ۹۲، همزمان با شروع دولت یازدهم الی ۹۴ با شیب آرام صادرات مس روند صعودی داشته است.



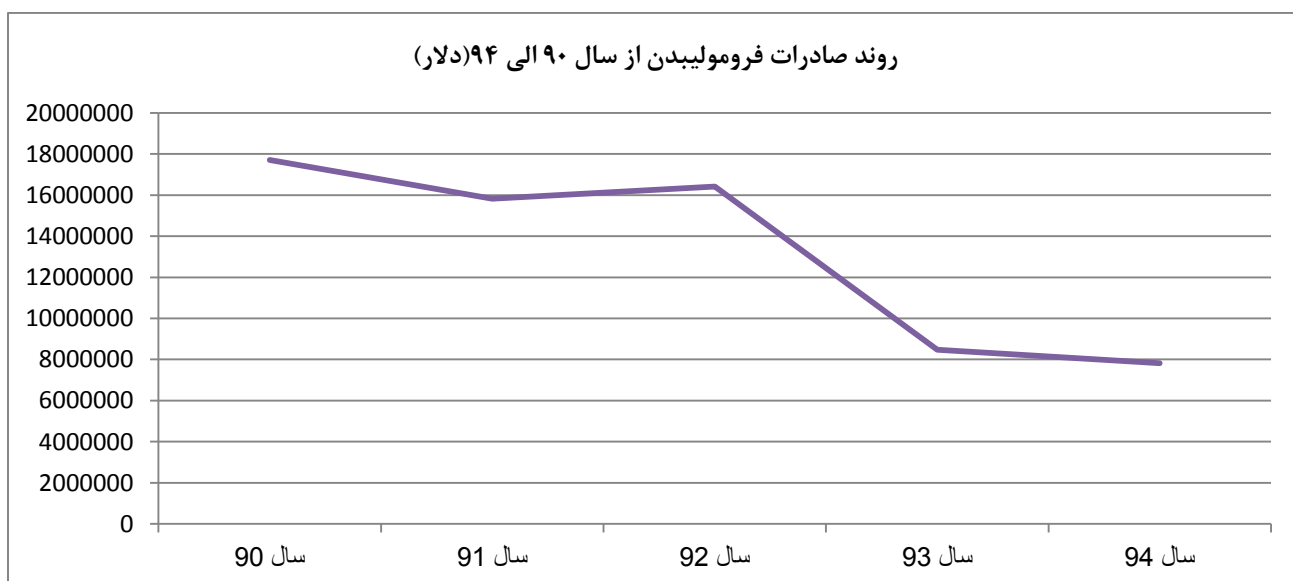
نمودار فوق صعود قابل توجه صادرات کاشی و سرامیک استان را در سال ۹۲ نشان می دهد و مجدداً نزول آن را در سال های بعد مشاهده می شود.



مهمترین مساله قابل توجه در مورد صادرات خرماي استان، تنوع بازارهاي هدف صادراتي اين محصول است. بنظر مي رسد كه اگر چه خرما محصولي است كه نيازمند توسعه بازار صادراتي بيشتري مي باشد اما صادركنندگان اين محصول عملکرد نسبتاً خوبي در خصوص سبد بازارهاي هدف صادراتي شان داشته اند.

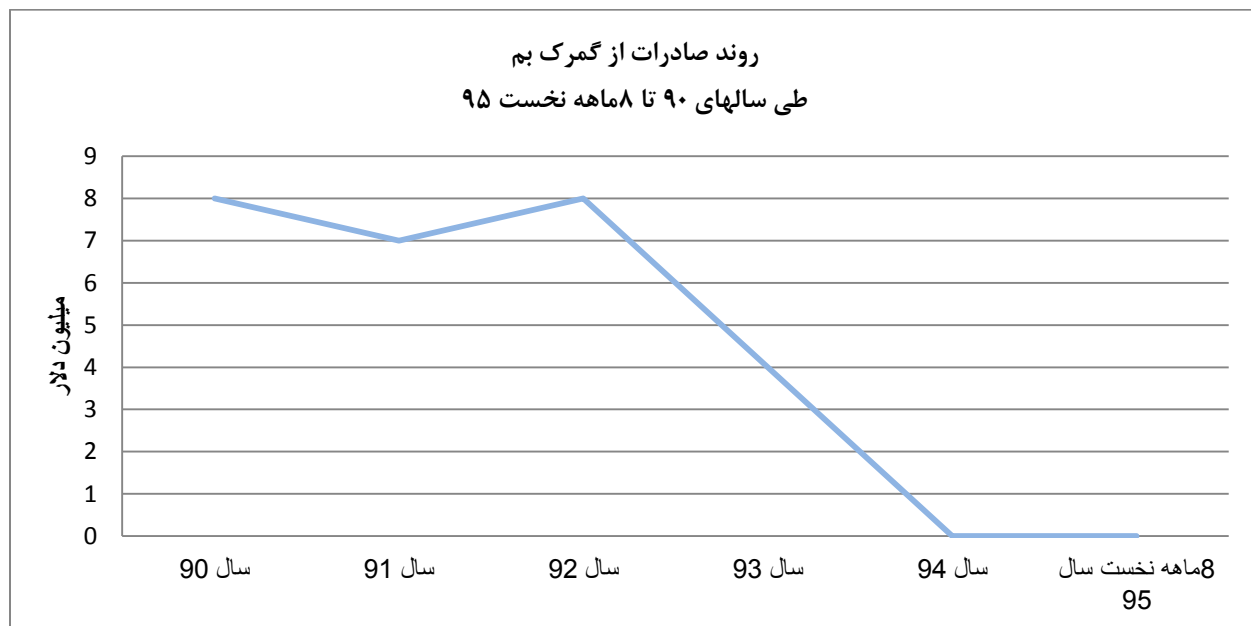


با توجه به اینکه بیش از نیمی از صادرات سیمان کشورمان به عراق است بنابراین هر تاثیر منفی در صادرات به عراق موجب کاهش کل صادرات سیمان می شود. علاوه بر آن نبود یک استراتژی واحد در کشور برای صادرات سیمان و در نتیجه رقابت های ناسالم و نزدیک شدن عراق به مرز خودکفایی در تولید سیمان (چرا که حدود ۷۰ درصد کارخانه های تولید سیمان در این کشور به بهره برداری رسیده است و وزارت صنایع عراق موانع تعرفه ای و غیر تعرفه ای را برای واردات سیمان در نظر گرفته است) از عوامل نزول تدریجی صادرات سیمان از سال ۹۲ است



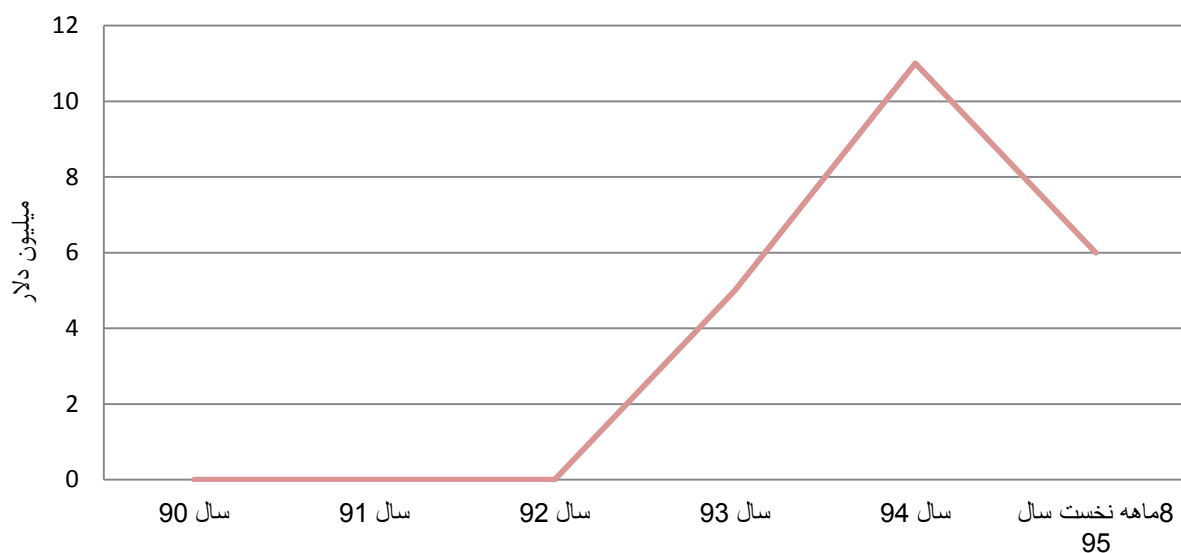
نمودار فوق نشان می دهد که صادرات فرمولیبدن از سال ۹۲ روند نزولی با شیب زیاد را تجربه کرده است که عمده دلیل آن افزایش عوارض ورود این محصول به ترکیه و برخی کشورهای اروپایی است. بنابراین از یک سو افزایش هزینه صادراتی فرمولیبدن بدلیل افزایش عوارض ورود به کشورهای هدف و از سوی دیگر حاشیه سود پائین این محصول صادراتی باعث گردیده که توجیه صادراتی آن بسیار کاهش یابد و در عوض صادرکنندگان این محصول، اکسید مولیبدن را که محصولی واسطه ای برای تولید فرمولیبدن است، را صادر می نمایند. قابل ذکر است ارزش افزوده ای این محصول واسطه ای بسیار کمتر از محصول نهایی یعنی فرمولیبدن است. باز در اینجا شاهدیم. عدم عضویت در WTO باعث می شود که برخی از کشورهای هدف صادراتی برای کسب ارزش افزوده بالاتر و حمایت از صنایع داخلی شان عوارض ورود محصولات را افزایش دهند.

میزان صادرات استان از هریک از گمرکات طی سال های ۱۳۹۰ الی هشت ماهه ۱۳۹۵

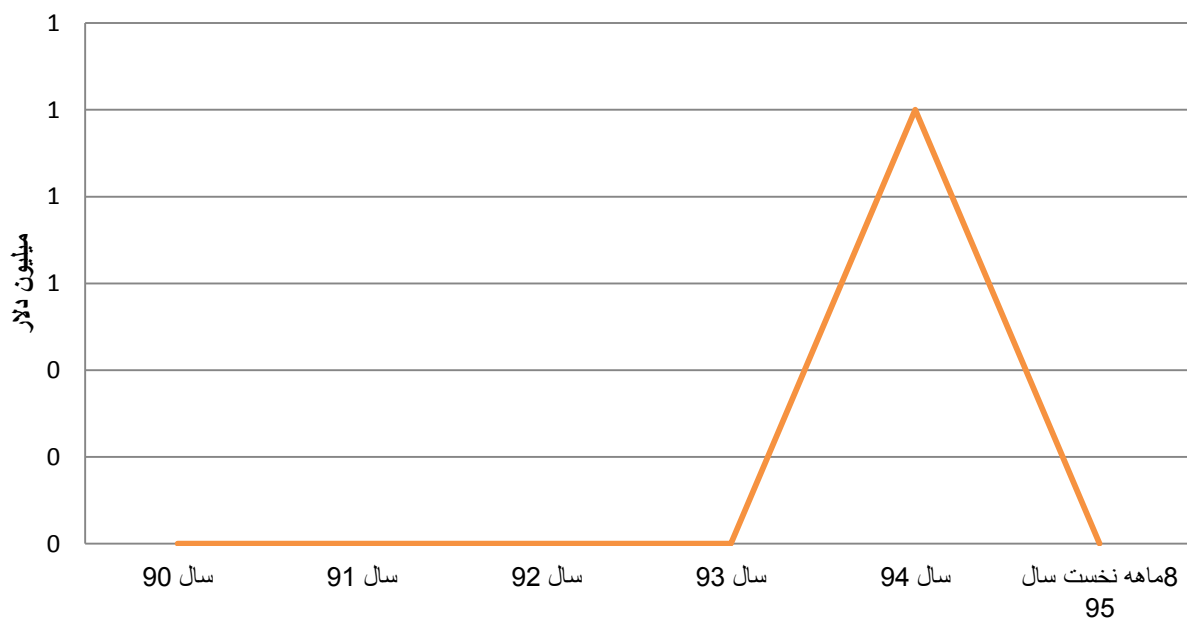


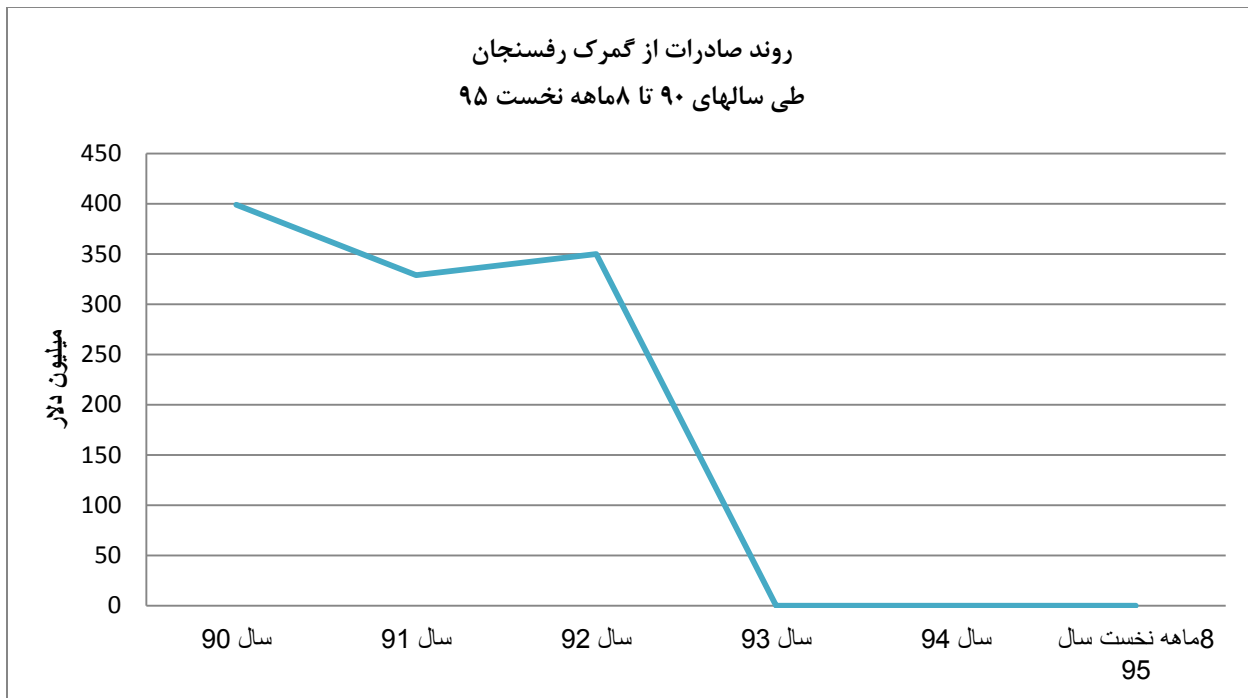
نمودار فوق نشان می دهد که صادرات از گمرک منطقه ویژه اقتصادی رفسنجان از سال ۹۳ آغاز گردیده است. البته این انتقال گمرک باعث نارضایتی صادرکنندگان پسته در رفسنجان می باشد.

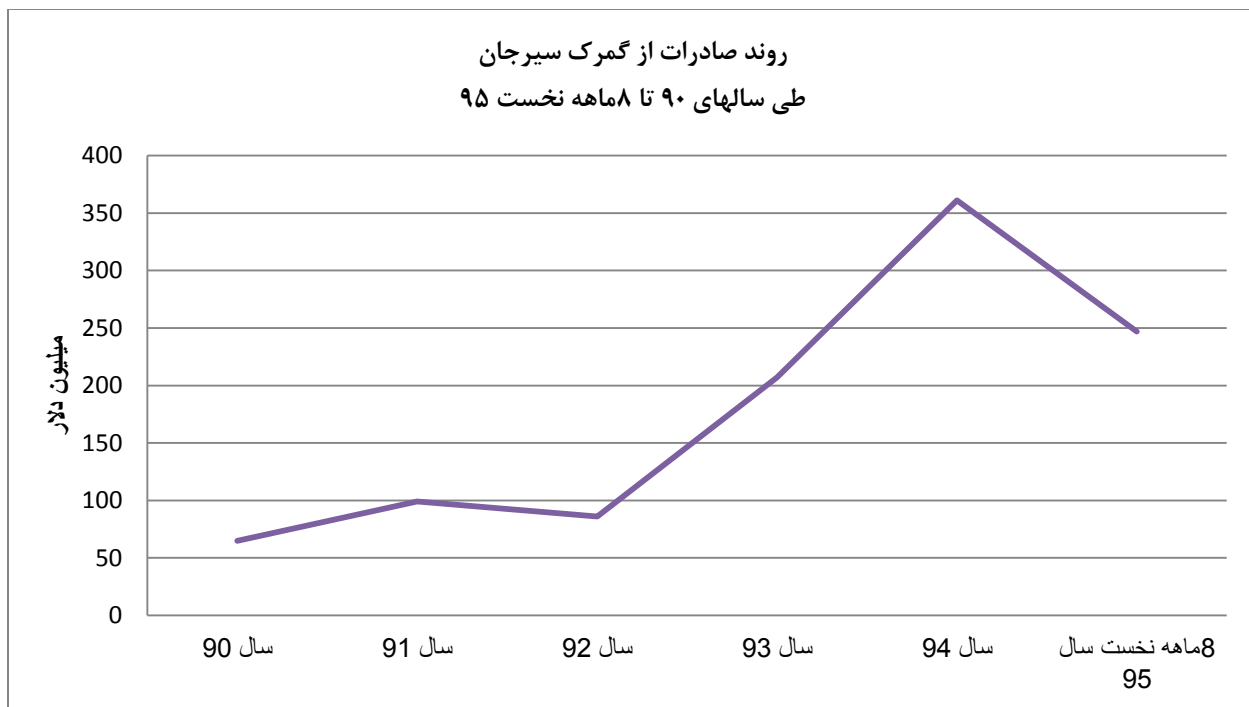
روند صادرات از گمرک منطقه ویژه اقتصادی ارگ جدید بم
 طی سالهای ۹۰ تا ۸ماهه نخست ۹۵



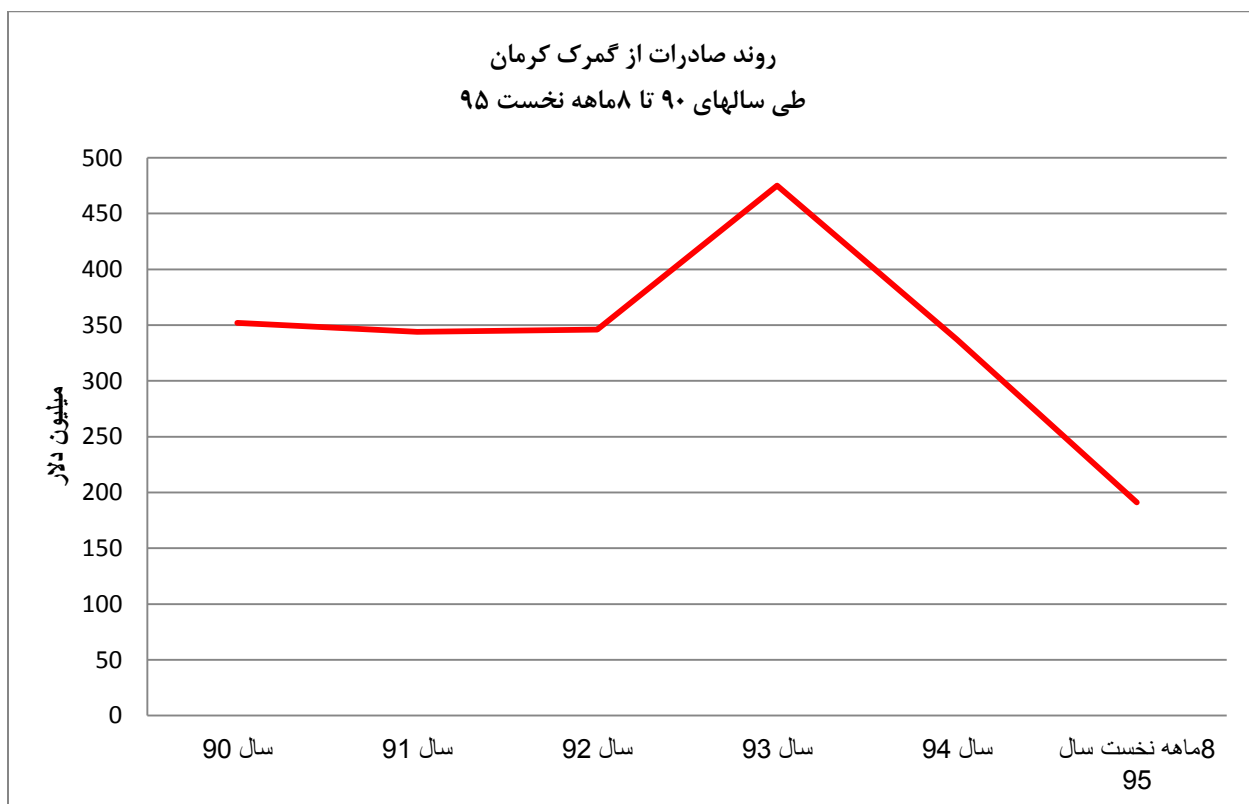
روند صادرات از گمرک منطقه ویژه اقتصادی بم
 طی سالهای ۹۰ تا ۸ماهه نخست ۹۵



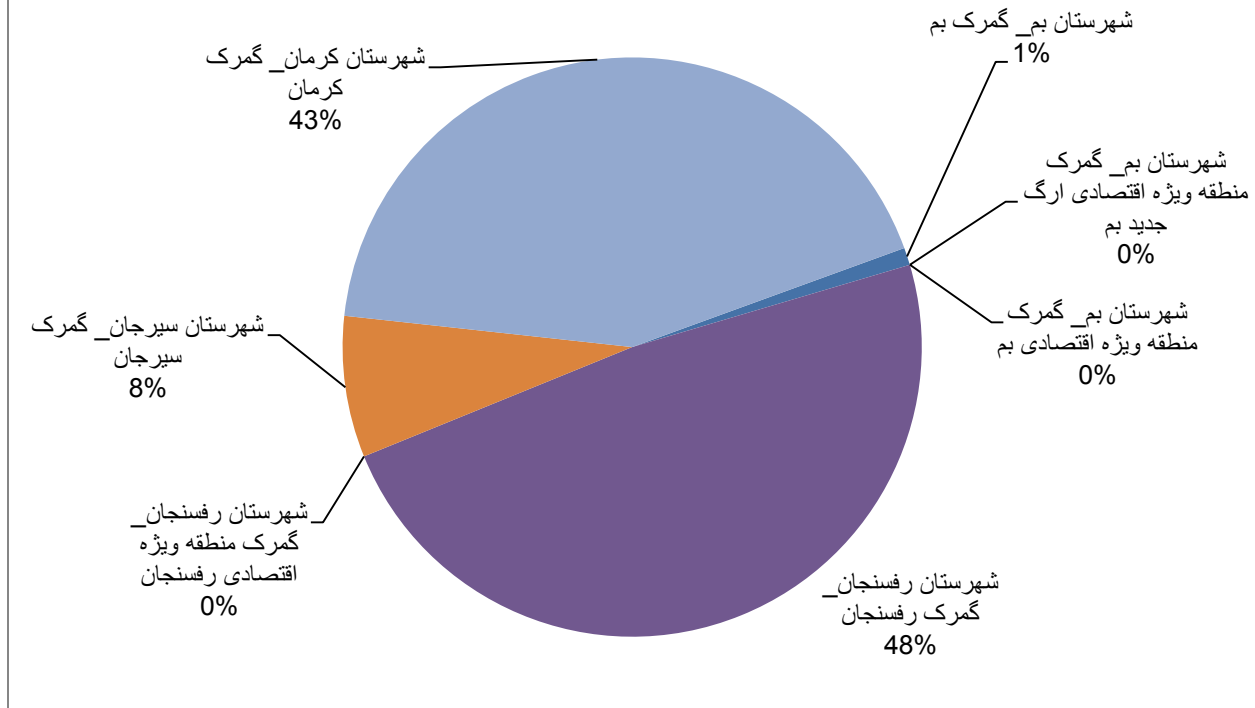




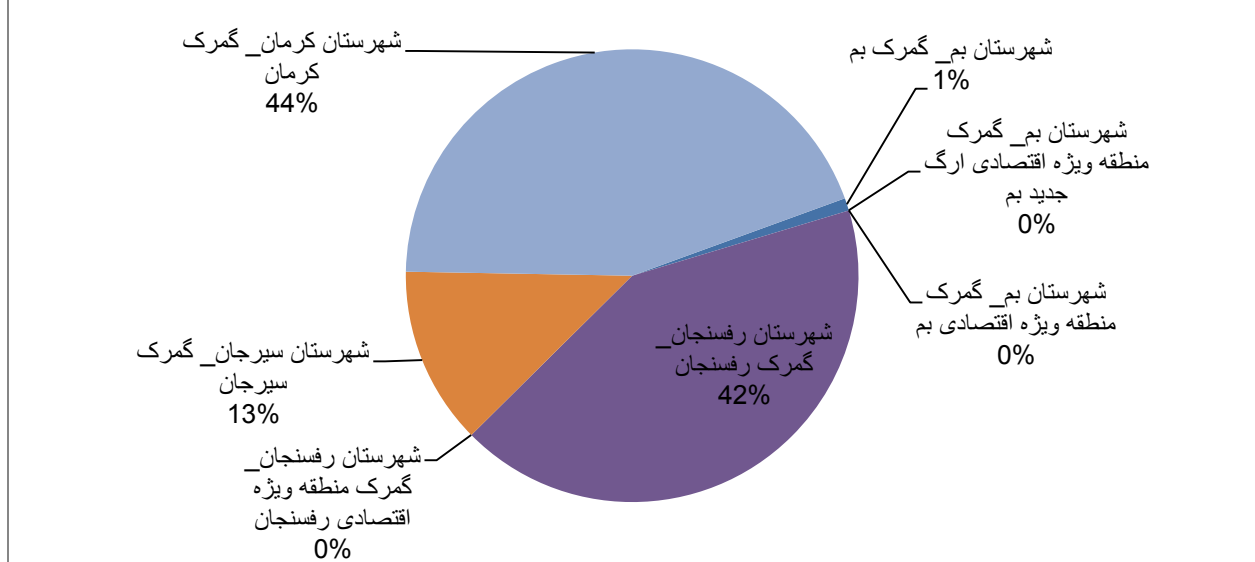
نمودار فوق روند مطلوب صادرات از گمرک سیرجان را نشان می دهد.



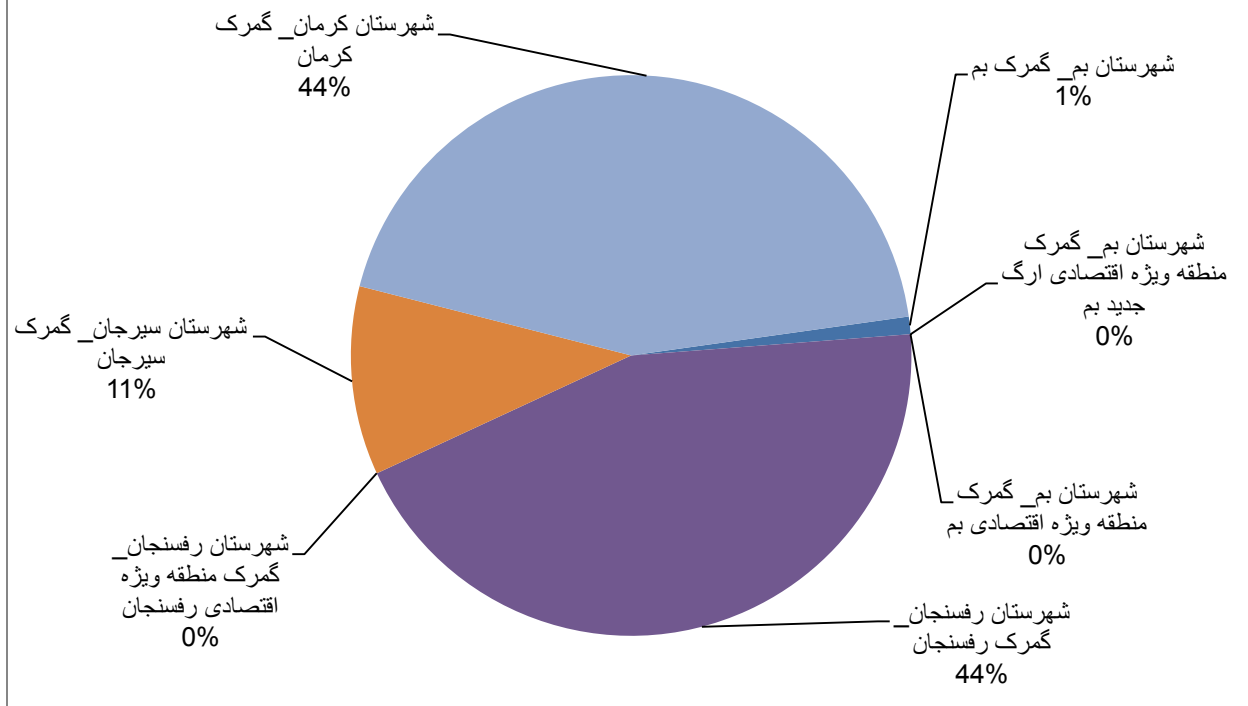
سهم گمرکات استان در صادرات سال ۹۰



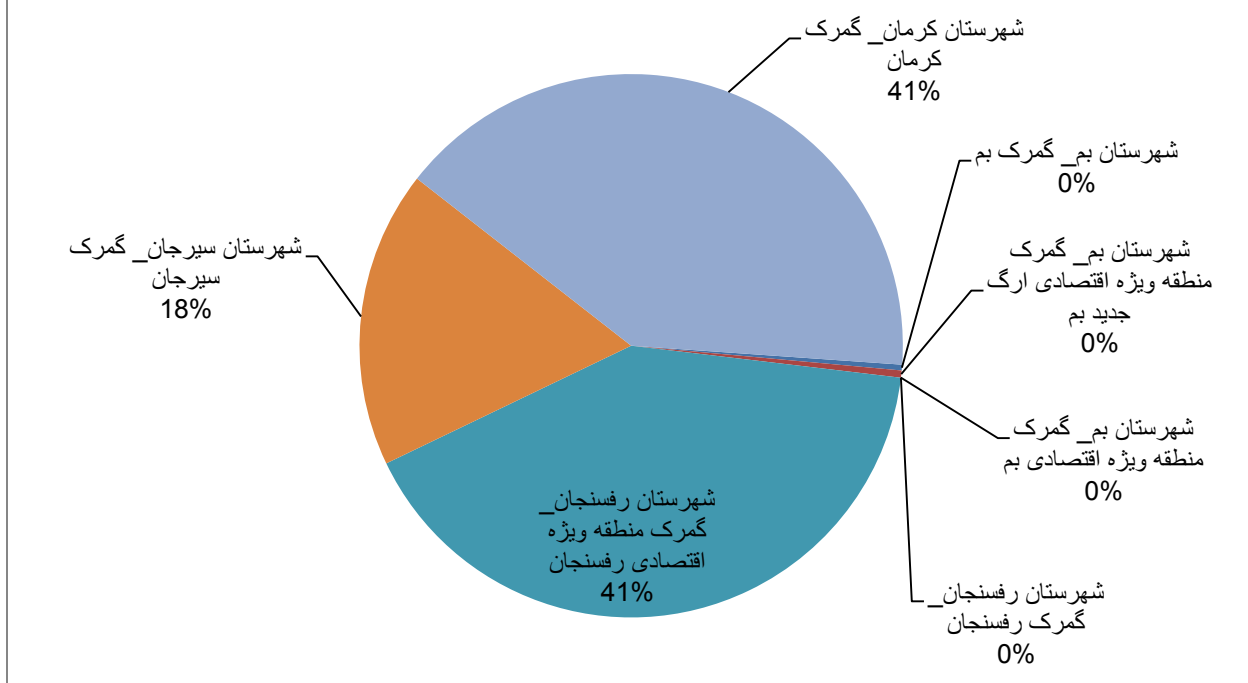
سهم گمرکات استان در صادرات سال ۹۱



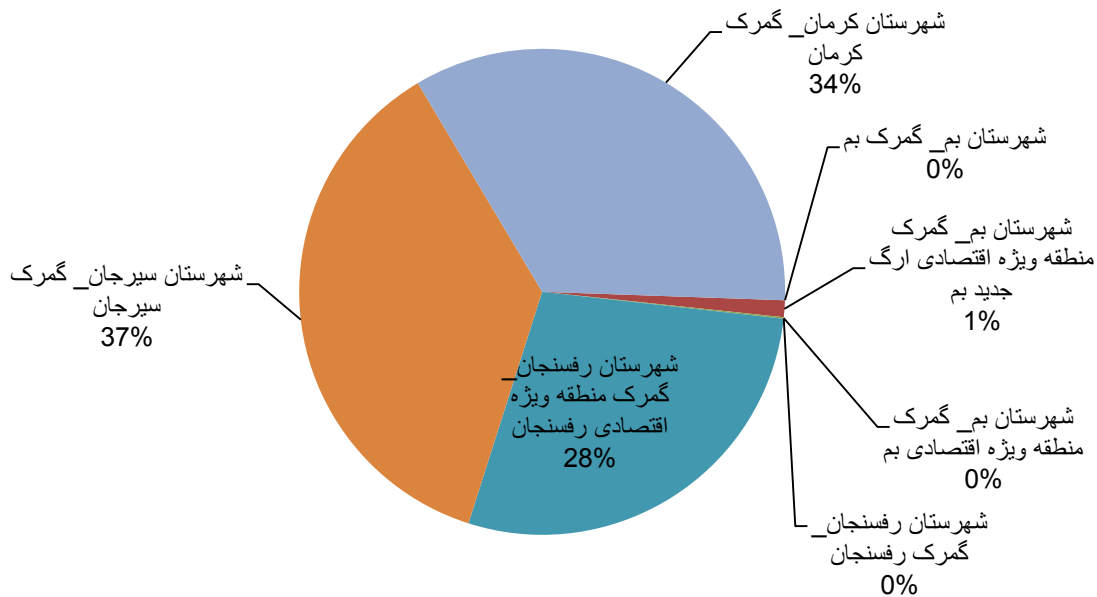
سهم گمرکات استان در صادرات سال ۹۲



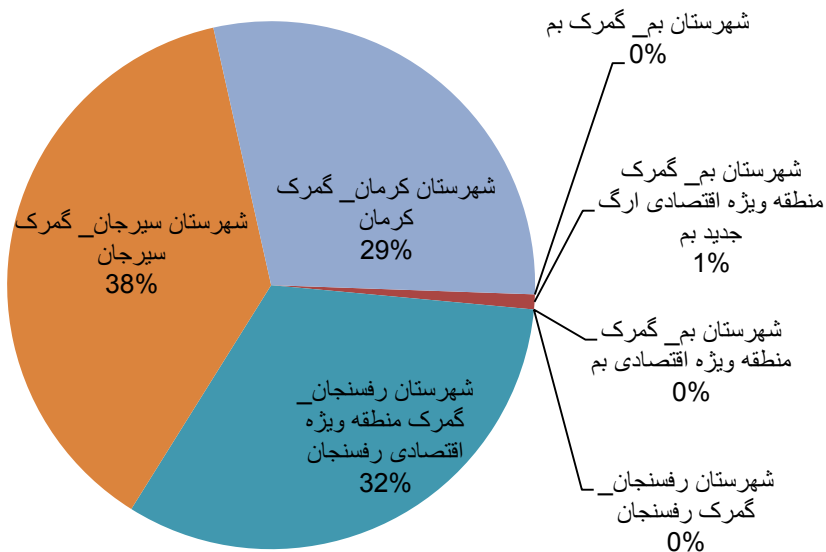
سهم گمرکات استان در صادرات سال ۹۳



سهم گمرکات استان در سال ۹۴



سهم گمرکات استان در صادرات ۸ ماهه نخست سال ۹۵



از بررسی سهم گمرکات استان طی چند سال اخیر چنین می توان نتیجه گرفت که شهرستان سیرجان توانسته است روند صعودی افزایش سهم گمرکات سیرجان را داشته باشد و تقریباً متناسب با آن سهم صادرات از گمرک رفسنجان کاهش یافته است.

نکته قابل تامل در اینجا سهم صفر درصدی گمرک جیرفت از گمرکات استان، علیرغم پتانسیل های بی نظیر این منطقه برای صادرات است.

جمع بندی

می توان چنین نتیجه گیری کرد که صادرات استان در درجه اول نیازمند استراتژی مشخص و هدفگذاری دقیق برای توسعه است و این موضوع نیازمند همراهی، همدلی و همکاری تمامی سازمان های خصوصی و دولتی متولی صادرات است علاوه بر سازمان ها، مردم هم باید خود را در امر صادرات دخیل و ذینفع دانسته و صادرات را جزیی از فلسفه زندگی روزمره خود بدانند. مردم باید این مطلب را با تمام وجود و از صمیم قلب درک کنند که صادرکننده یک سرمایه و قهرمان ملی است و صادرات، یعنی ایجاد درآمد، پول و بودجه برای مملکت و در نتیجه سربلندی و خودکفایی و استقلال. بنابراین توسعه فرهنگ صادرات باید در اولویت های برنامه جامع توسعه صادرات باشد .

اگر چه عمده ترین مشکلات صادراتی استان، مسائل مربوط به تامین مالی، تک نرخی نبودن ارز، تشریفات اداری نسبتاً زائد و وقت گیر، بالا بودن نرخ حمل و نقل، تورم بالای داخلی، تکنولوژی قدیمی و بالا بودن هزینه تولید و در نتیجه کاهش قدرت رقابت صادرکنندگان است، اما نباید از ضرر و زیان هایی که به تجارت بدلیل عدم عضویت ایران در سازمان تجارت جهانی وارد می آید، به راحتی گذشت و بنابراین امضا تفاهم نامه های تجارت آزاد و همچنین توافقنامه های تعرفه های ترجیبهی از اهمیت بسزایی برای ما برخوردار است.

در خاتمه، پیشنهادات زیر برای توسعه صادرات مطرح است:

۱- بازارهای هدف با توجه به معیارهای مختلف مانند اشتراکات، همسایگی، موافقت نامه ها، مزیت های اقتصادی، سطح روابط سیاسی و... اولویت بندی شوند.

۲- برای کالاهای صادراتی استان در سه سطح محصول، بنگاه و ملی برندسازی شود.

۳- تبلیغات و بازاریابی کلان در بازارهای هدف برای برندهای ملی توسط دولت انجام شود .

- ۴- نقدینگی و سرمایه در گردش واحدهای تولیدی و صادراتی توسط شبکه بانکی و به خصوص بانک‌های توسعه‌ای مانند بانک صنعت و معدن و بانک توسعه صادرات با نرخ بهره یک رقمی و رقابتی تامین شود.
- ۵- با استفاده از منابع صندوق توسعه ملی علاوه بر افزایش سرمایه‌های بانک توسعه صادرات ایران و صندوق ضمانت صادرات ایران، اعتبارات موردنیاز ارزی و ریالی واحدهای تولیدی و صادراتی پرداخت شود.
- ۶- به صادرکنندگان کالاها، خدمات فنی و مهندسی، ICT و فعالان اقتصادی حوزه توریسم جایزه و مشوق صادراتی موثر به صورت مستقیم و غیرمستقیم پرداخت شود.
- ۷- از ظرفیت‌های دیپلماسی سیاسی کشور و روابط خارجی وزارت امور خارجه و نمایندگی‌های سیاسی ایران در سراسر جهان و نیز ظرفیت رایزنان بازرگانی و فرهنگی کشور جهت توسعه صادرات استفاده شود.
- ۸- به هیات‌های تجاری اعزامی و دریافتی، واحدهای شرکت‌کننده در نمایشگاه‌های بین‌المللی و نمایشگاه‌های اختصاصی جمهوری اسلامی ایران در خارج از کشور و نیز حمل‌ونقل کالاهای صادراتی یارانه موثر پرداخت شود.
- ۹- استراتژی نفوذ و پایداری در بازارهای هدف صادراتی توسط وزارت صنعت، معدن و تجارت با مشورت اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی تدوین شود.
- ۱۰- قوانین و مقررات و فرآیندها و رویه‌های صادرات کالاها و خدمات در جهت تسهیل صادرات و اعمال شفافیت اصلاح و از ثبات لازم برخوردار شوند.
- ۱۱- تدوین قانون جدید صادرات و واردات برپایه اقتضات امروز اقتصاد جهانی و اصلاح فوری قانون کار، قانون تامین اجتماعی و قانون امور گمرکی بسیار ضروری به نظر می‌رسد.
- ۱۲- محیط کسب‌وکار از طریق کاهش اسناد، زمان و هزینه‌های صادرات اصلاح شود.
- ۱۳- تک‌نرخ شدن ارز و ثبات بازار ارز و پوشش نوسانات احتمالی نرخ ارز در برابر ریال با استفاده از سازوکار هجینگ الزامی است.
- ۱۴- در سفرهای مقامات بلند پایه کشور به بازارهای هدف صادراتی ضمن حضور صادرکنندگان در ترکیب هیات‌های اعزامی، صادرات در مذاکرات مورد توجه و حمایت جدی قرار داده شود.
- ۱۵- ارتقای سطح منزلت اجتماعی فعالان اقتصادی اعم از تولیدکنندگان و صادرکنندگان از اهمیت بسیار زیادی برخوردار است.