



شناسه	تاریخ تهیه گزارش	رویه اجرائی	۱۴۰۳/۰۴/۳۰
عنوان موضوع	بررسی و جمع بندی پیشنهادات مربوط به کالاهای مزیت دار صادراتی استان		
مرجع طرح موضوع	اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی اصفهان		
شرح موضوع	<p>ارزش صادرات ایران از ۴۴ میلیارد دلار در سال ۱۳۹۵ به ۵۴ میلیارد دلار در سال ۱۴۰۱ رسیده است. بررسی روند سهم صادرات کل کشور از صادرات جهانی نشان می دهد متوسط این سهم طی سالهای ۱۳۹۵ تا ۱۴۰۱ ۴۴/۰ درصد بوده و روندی رو به کاهش داشته است، بطوریکه از ۶۱/۰ درصد سال ۱۳۹۵ به ۳۱/۰ درصد در سال ۱۴۰۱ رسیده است. این رقم شامل درآمدهای نفتی می باشد و چنانچه تنها صادرات غیرنفتی ملاک قرار گیرد متوسط سهم صادرات کشور از صادرات تنها ۲۳/۰ درصد خواهد بود. صادرات در استان اصفهان با چالش های متعددی روبروست که بخشی از آن به نوع کالاهایی که صادر میشود برمیگردد و باید با انتخابی هوشمندانه و کارشناسی دقیق این کالاها اولویت بندی شود و برنامه ریزی استان برای گام های بعدی توسعه صادرات استان بیشتر روی آن کالاها متمرکز شده و سرمایه گذاری ها در حوزه آن کالاها اتفاق افتد که تیم مجری پروژه این طرح که طرح شناسایی مزیت های عمده صادراتی و رشد آفرین استان از سوی اتاق نامگذاری و کلید خورده است این کالاها را بعنوان یکی از فازهای این طرح با بررسی های دقیق کارشناسی مورد شناسایی قرار داده و اولویت بندی نموده است. به عبارت خلاصه تر، هدف از طرح این موضوع اختصاص توان و ظرفیت های محدود استان به صادرات کالاهای اولویت دار (۶۰ کالا) به جای انبوهی از کالاهای صادراتی است (بیش از پانصد کالا).</p>		
ایرادات و مشکلات مطروحه	<p>۱- عدم تنوع محصولات صادراتی اصلی: در استان اصفهان آهن و فولاد (۴۵ درصد) بعلاوه سایر فلزات مثل مس، سرب، روی و آلومینیوم نزدیک به نیمی از صادرات استان را به خود اختصاص داده است حدود ۲۵ درصد آن نیز فرآورده های نفتی می باشد. (یعنی ۷۵ درصد صادرات استان)</p> <p>۲- عدم تنوع بازارهای صادراتی: تنوع کالاهای صادراتی استان بسیار کم می باشد به گونه ای که تعداد کالای خاص به کشورهای متعددی صادر می شوند.</p> <p>۳- حجم کم صادرات- درونگرایی بالای اقتصاد استان: گرایش و تمرکز اقتصاد استان به بازار های داخلی</p> <p>۴- پایین بودن و ثابت بودن متوسط قیمت: دلیل و معیار خلق ارزش افزوده ی محدود توسط کالاهای اصلی صادراتی استان</p> <p>۵- اتکای قابل توجه و بیش از اندازه به صادرات منابع طبیعی و خام فروشی و سهم کم کالاهای با پیچیدگی و فناوری و با ارزش افزوده بالا در سبد صادراتی استان (اختصاص بیش از ۷۷ درصد از صادرات استان به محصولات با پیچیدگی کم)</p> <p>۶- فقدان برنامه مشخص در استان برای جهش صادراتی</p> <p>۷- فقدان اولویت بندی برای حمایت از کالاهای صادراتی</p>		



بر اساس دعوت نامه های شماره ۳۸/ص ۱۴۰۳ مورخ ۱۴۰۳/۰۱/۱۴ و شماره ۱۳۱۵/ص ۱۴۰۳ مورخ ۱۴۰۳/۰۴/۲۷ جلسات کارگروه کارشناسی به ترتیب در تاریخ های ۱۴۰۳/۰۱/۱۸ و ۱۴۰۳/۰۴/۲۸ با حضور رئیس دبیرخانه شورای گفت و گو، مدیرکل دفتر سرمایه گذاری و اشتغال استانداری و سایر مدعوین ذریبط از دستگاه های خصوصی و دولتی برطبق لیست صورتجلسات ارسالی برگزار شد.

اهم مذاکرات این جلسات پس از طرح موضوع به شرح ذیل است:

سرکار خانم امینی، رئیس محترم کمیسیون توسعه صادرات و مدیریت واردات اتاق:

شاخص پیچیدگی محصول تنوع و پیچیدگی دانش تولیدی مورد نیاز برای تولید یک محصول را محاسبه و مقایسه می کند.

پیچیده ترین محصولات (تنها چند کشور قادر به تولید است) شامل ماشین آلات پیچیده الکترونیک و مواد شیمیایی است، در مقایسه محصولات با پیچیدگی کمتر (اکثر کشورها قادر به تولید هستند) از جمله مواد خام و محصولات کشاورزی ساده. ماشین آلات تخصصی به این دلیل پیچیده هستند که در تولید آنها به دانش فنی بالا از جمله هماهنگی طیف وسیعی از دانش افراد بسیار ماهر نیاز دارند و بررسی این شاخص در کالاهای صادراتی استان نشان میدهد که بیش از ۷۷ درصد از صادرات استان به محصولات با پیچیدگی کم اختصاص دارد البته تعدادی محصولات جدید در سبد صادراتی استان با پیچیدگی متوسط در سالهای اخیر اضافه شده است اما در کل سهم کالاهای با پیچیدگی بیشتر و با ارزش افزوده ی بالا در ترکیب صادرات استان بسیار کم است و به تبع اثر کمی هم در ایجاد رشد اقتصادی استان خواهد گذاشت. با گذشت زمان، مزیت نسبی یک منطقه در تولید محصولات مختلف، برحسب تغییرات در عرضه عوامل تولید، کیفیت و قیمت عوامل، فن آوری، نوآوری و... تغییر می کند پس تلاش برای دستیابی به کارایی و تخصیص بهینه منابع ضروری است. یک کشور یا منطقه در حال صنعتی شدن تلاش می کند تا از تولید و صادرات کالاهای وابسته به منابع طبیعی، به محصولات کاربر، سرمایه بر و دانش بر حرکت کند. اولویت های استان در کالاها به ترتیب: ۱- صنایع منبع پایه- کشاورزی پایه شامل نه فعالیت (غذایی، آشامیدنی، توتون و تنباکو منسوجات چرم، چوب، کاغذ و چاپ). ۲- صنایع منبع پایه- معدن پایه شامل چهار فعالیت (کک، مواد شیمیایی، معدنی غیر فلزی و فلزات پایه) ۳- صنایع ساخت پایه- علم محور شامل چهار فعالیت (داروها، رایانه، تجهیزات حمل و نقل و تعمیر و نصب ماشین آلات). ۴- صنایع ساخت پایه- سایر نیز شامل هفت فعالیت (لاستیکی، فلزی، تجهیزات برقی، ماشین آلات طبقه بندی نشده وسایل نقلیه، مبلمان). رویه انتخاب این کالاها مراحل ذیل را طی کرده است: انتخاب کد کالاهای دارای ارزش صادرات بیش از ۲۰,۰۰۰ دلار از ۵۰۹ کد مزیت دار (شامل ۲۵۱ کد هشت رقمی)، استخراج کد های شش رقمی ۲۵۱ کد کالای هشت رقمی با شاخص مزیت نسبی بالاتر از یک دارای ارزش صادرات بیشتر از ۲۰,۰۰۰ دلار (شامل ۲۳۰ کد)، تجمیع کدهای با نام کالای مشابه در کدهای ۶ و ۴ رقمی، حذف کد کالاهای مواد اولیه و با پیچیدگی خیلی کم و تک تولید کننده در بخش صنعت و نیز کالاهایی که در حال حاضر صادرات داشته اما توسعه آنها از منظر ملاحظات زیست محیطی و آمایشی در اولویت استانی باشد، با لحاظ نقطه نظرات مشورتی برخی از کمیسیون های تخصصی اتاق و با نظر جمعی شورای توسعه صادرات، اضافه نمودن پتانسیل

جمع بندی
جلسات کارگروه
تخصصی
(کارشناسی) به
تاریخ های
۱۴۰۳/۰۱/۱۸
و
۱۴۰۳/۰۴/۲۸



های پنهان اولویت دار و دارای سابقه صادراتی در استان به لیست و نهایتاً انتخاب تعداد ۶۰ عدد کد کالا در سطح کد های ۶ رقمی و یا ۴ رقمی بعنوان کالاهای دارای مزیت استان.

جناب آقای میرزا امیری، رئیس محترم دبیرخانه شورای گفتگوی استان:

در خصوص موضوع صادرات تحت عنوان تدوین سند توسعه صادرات استان سال گذشته جلسات کارشناسی برگزار شد و جدای از پروژه‌ای که در اتاق تعریف شد نکاتی در راستای تکمیل طرح در جلسه مطرح شد و جمع‌بندی را با نظر و تایید رئیس اتاق قرار است به صحن شورا ببریم. در بحث نهایی سازی کالا و کشور این مهم است که بدانیم وقتی با هر مکانیزی لیستی از کالاها و کشورها انتخاب شد گام بعدی چیست، هر یک از ذینفعان در استان چه دولتی چه خصوصی چه نقشی را باید ایفا کنند مثلاً تفاوت کالای با اولویت ۶ با کالایی در اولویت ۸۰ چیست؟ در بطن کار چه اتفاقی قرار است روی آن بیفتد؟ یا کشوری که حذف شد علاقمندان به آن کشور چه چیزی را از دست دادند و کشوری که در صدر قرار گرفته چه مشوق‌هایی وجود دارد که تولیدکنندگان و صادرکنندگان را با آن مشوق‌ها و نقش ریگولاتوری حاکمیت و تسهیلگری اتاق به سمت آن کالاها یا کشورها سوق دهیم.

جناب آقای ایروانی، سرپرست امور اقتصادی سازمان مدیریت و برنامه ریزی استان:

عنوان طرح شناسایی مزیت‌های عمده صادراتی و رشد آفرین استان، تعیین بازارهای هدف، کالاهای مزیت‌دار و تدوین راهبردها و نقشه‌های توسعه صادرات استان است، پنج گام اصلی دارد: ۱- شناسایی کالاهای مزیت‌دار. ۲- شناسایی بازارهای جذاب و پتانسیل‌های بازارهای هدف. ۳- شناسایی تشکلهای و تجار پیشرو و دارای پتانسیل هستند برای اینکه نقاط قوت و ضعف کالاهای مزیت دار را شناسایی کنیم. ۴- تهیه برنامه و نقشه راه توسعه صادرات و در نهایت ایجاد سازوکاری برای اینکه اطلاعات بازارهای هدف و کالاهای مزیت‌دار را بتوانیم هم به بازارهای هدف هم به فعالان اقتصادی منعکس کنیم. در فرایند مثلاً یک کالای مزیت‌دار انتخاب می‌شود مثلاً محصولات پتروشیمی و بازارهای هدف را برایش شناسایی میکند، نگاه دیگری که برخی دوستان در اتاق داشتند این بود که ما چند کشور را انتخاب کنیم بعد ببینیم این کشورها چه کالاهایی نیاز دارند و کدام این‌ها را استان می‌تواند برایشان تولید کند. متوسط سهم صادرات دنیا در GDP کشورها ۳۰ درصد است یعنی یک سوم محصولاتی که تولید می‌شود به خارج از کشورها صادر می‌شود در استان ما در سال ۱۴۰۰، ۱۵ درصد است در کشور ۱۲/۸ درصد است، در حوزه صادرات چالش جدی داریم کالاهایی که صادر می‌کنیم نتوانسته به رشد اقتصادی ما کمک کند به دلیل اینکه کالاهای ما ارزش افزوده بالایی ندارند که معیار اندازه‌گیری آن شاخصی است به نام شاخص پیچیدگی یعنی هر کالایی که دانش و مهارت بیشتری نیاز داشته باشد ارزش افزوده بیشتری هم تولید می‌کند، قیمت کالاهای وارداتی به نسبت کالاهای صادراتی ۱۰ به یک است، نرخ مبادله در بازار جهانی به ضرر کشورهای در حال توسعه است چون صادرکننده کالاهایی هستند که قیمتش کم است و واردکننده کالاهایی هستند که قیمتش بالاست و مرتب هم تورم جهانی قیمتش را بالا می‌برد، بر اساس شاخص پیچیدگی و شاخص خلق ارزش افزوده سبد کالای صادراتی استانمان را تجزیه تحلیل کردیم، ما چیزی حدود ۷۰ تا ۸۰ درصد کالایمان پیچیدگی کم است میانگین هر کیلوگرم کالاهایی که پیچیدگی کم است ۴۵ سنت است اما همان ۸۵ صدم درصد کالای ما پیچیدگی



بالا متوسط قیمت هر کیلو صادرات آن ۱/۴ دلار است، در حوزه مزیت نسبی هم دو عنوان داریم مزیت نسبی آشکار شده و مزیت نسبی پنهان، آشکار شده مزیت‌هایی که آمار و ارقام صادرات ما تاییدش می‌کند مثل ورق، فلفل و غیره، پنهان پتانسیلش را داریم ولی تا امروز نتوانسته‌ایم صادر کنیم و تولید کنندگان را به مرز تولید برای صادرات به بازارهای جهانی برسانیم مثلاً شاید به دلیل عدم حمایت‌ها، در گام اول مزیت‌های آشکار شده را در نظر گرفتیم و مزیت‌های پنهان را هم تا حدی توانستیم شناسایی کنیم، در حدود ۱۷۰ هزار کوتاژ صادراتی را بررسی کردیم و جمع کردیم رسیدیم به ۴۳۵۲ کد و برای این تعداد شاخص مزیت نسبی را محاسبه کردیم رسیدیم به ۵۰۰ کالایی که مزیت نسبی به ما نشان می‌داد، ۷۰ درصد صادرات ما مربوط به دو فعالیت آهن و فولاد و محصولات نفتی است (در کشور ۷۴ درصد در استان ۷۰ درصد)، بنابراین محصولات صادراتی ما تنوع ندارند و در ادامه خواهیم دید بازارهای صادراتی ما هم تنوع ندارند، این ۵۰۰ را نه می‌توانیم و نه درست است که حمایت کنیم، از جمله دلایل موفقیت ژاپن و کشورهای پیروی کننده تبعیت از مزیت‌های نسبی پویا بوده است یعنی در یک دهه از صنعت نساجی حمایت و در دهه‌های بعد صنایع ساخت سنگین به ویژه اتومبیل و دهه‌های بعد روی چیزهای دیگر متمرکز کرد، در جای دیگر چین مثلاً ۲۵۸ گروه کالایی دارد که تعداد گروه کالایی پیشران آن ۶۳ عدد است. در اولویت بندی کالاهای مزیت‌دار استانی این مراحل طی شده است: ۱- انتخاب کد کالاهای دارای ارزش صادراتی بیش از ۲۰ هزار دلار از ۵۰۹ کد مزیت‌دار شامل ۲۵۱ کد ۸ رقمی.

۲- استخراج کدهای شش رقمی ۲۵۱ کد کالای ۸ رقمی با شاخص مزیت نسبی بالاتر از یک دارای ارزش صادراتی بیش از ۲۰ هزار دلار شامل ۲۳۰ کد. ۳- جمع کدهای با نام کالای مشابه در کدهای ۶ و ۴ رقمی. ۴- حذف کد کالاهای مواد اولیه و با پیچیدگی خیلی کم و تک تولید کننده در بخش صنعت و نیز کالاهایی که در حال حاضر صادرات داشته اما توسعه آنها از منظر ملاحظات زیست محیطی و آمایشی در اولویت استانی باشد با لحاظ نقطه نظرات مشورتی برخی از کمیسیون‌های تخصصی اتاق و با نظر جمعی شورای توسعه صادرات. ۵- اضافه نمودن پتانسیل‌های پنهان اولویت‌دار و دارای سابقه صادراتی در استان به لیست. ۶- انتخاب تعداد ۶۰ کد کالا در سطح کدهای ۶ رقمی و یا چهار رقمی به عنوان کالاهای مزیت‌دار استان. نهایتاً شناسایی کالاهای مزیت‌دار استان با این شاخص‌ها شناسایی شده است: ۱- فراوانی تولید کنندگان. ۲- سهم در صادرات استان. ۳- ارزش صادرات محصول از استان. ۴- سهم استان در صادرات کشور. ۵- ارزش واردات جهانی. ۶- نرخ رشد واردات جهانی. ۷- RCA یا مزیت نسبی آشکار. ۸- PCI یا پیچیدگی محصول. این شاخص‌ها برخی کمی و برخی کیفی است. الان ۱۱ طبقه داریم: کشاورزی ۶ محصول دارد، صنایع غذایی ۹ محصول، صنایع شیمیایی و پلاستیکی ۹ محصول، صنایع دستی و طلا ۵ محصول، نساجی سه محصول، مصالح ساختمانی ۵ محصول، صنایع معدنی فلزی مصنوعات فلزی و کانی‌های غیر فلزی ۱۰ محصول، ماشین آلات ابزارآلات تجهیزات صنعتی و قطعات خودرویی ۹ محصول، تجهیزات الکترونیکی روشنایی و برقی سه محصول، لوازم خانگی دو محصول. هر محصول یک اچ اس کد ۶ رقمی دارد.

جناب آقای ابراهیم شهیر، نایب رئیس محترم کمیسیون توسعه صادرات و مدیریت واردات اتاق:



در جدول حاضر در اولین ستون کالاها را می‌بینیم و در ردیف‌ها ردیف اول نام کشورهاست و یک ماتریس است که مثلاً در ستون کالاها مصنوعات طلا و نقره رتبه ۱ در امارات است از لحاظ ارزش کالا برای صادرات که چهار شاخص ۲۵ صدمی این رتبه یک را تعیین کرده است: میزان واردات آن کالا به امارات، ارزش خود کالا، صادرات کشور ایران به امارات و صادرات استان به امارات (در دوره چهارساله).

یعنی در بین کالاهای مختلفی که ما به امارات صادر می‌کنیم طلا رتبه یک را دارد، در جدول رتبه دادیم برای هر کشوری و ۶۰ کالا، یعنی هر کشوری ۶۰ کالا در آن کشور رتبه ۱ تا ۶۰ پیدا کرده است، مثلاً طلا در امارات رتبه ۱ در چین ۲ در عراق و روسیه ۲ در ترکیه ۱، اگر بر اساس جمع رتبه‌ها باز این جدول را سورت کنیم طلا و نقره بالاترین پتانسیل صادراتی را در مجموعه ۵ کشور از استان اصفهان را دارد چون ارزش طلا بالاست و واردات این کشورها در طلا بالا است، رتبه بعد روغن موتور صنعتی است و ورق گرم فولادی رتبه ۳ است. مثلاً رتبه روغن موتور در روسیه ۱۳ است، بر اساس این جدول و به ترتیب اولویت کالاهایی که مجموع رتبه ما را تعیین کرده طلا و نقره، روغن موتور، ورق گرم، دیسک و کاسه فلزی، گلیم فرش ماشینی، داروی گیاهی، سیم و کابل برق مسی و آلومینیومی، رول سلفون، سنگ ساختمانی بریده شده، کاشی سرامیک، انواع لوله، غذای آماده، چرخ دنده و گیربکس صنعتی و... سبب درختی، پودر شیر خشک، و قیر رتبه ۲۲ است، وازلین، باتری، لوله مسی، بیسکویت رتبه ۲۷، پنیر، خامه، کره حیوانی، پمپ هیدرولیک و همینطور به ترتیب سایر کالاها.

اگر مثلاً یک تیم اماراتی می‌خواهد بیاید بازدید از اتاق اگر جدول را برای امارات سورت کنیم ۳۰ کالای اولمان مشخص است که پتانسیل بالای استان اصفهان برای صادرات به امارات چه کالاهایی است. اگر تیم ترکیه قرار است بیاید یا بخواهیم نمایشگاه ترکیه را حمایت کنیم کالاهای اولویت ۱ تا ۳۰ با ترکیه را تنظیم می‌کنیم یعنی این جدول بر اساس هر کشور کالاهایش قابل سورت است و یک اولویت بندی کالاها بر اساس ۶ کشور هم داریم. اگر مثلاً در این جدول کالاها را روی کل سورت کنیم آخرین کالا پارچه قلمکار است و مصنوعات سنگی.

ما یک فرم صادراتی را طراحی کردیم به عنوان SWOT محصولات منتخب در هر کالایی که hs کد صادراتی اش مشخص و کشور هدفش مشخص است در این فرم دنبال نقاط قوت و ضعف این کالایم، بازیگران اصلی در صادرات کالا در استان چه کسانی هستند؟ فرصتی که برای ما ایجاد می‌کند و تهدیداتش چیست؟ بررسی رقبا در بازار هدف و بعد استراتژی توسعه بازار، چالش‌های صادراتی آن کالا و پیشنهاد عملیاتی در راستای بهبود وضعیت موجود برای آن کالا. در نهایت می‌خواهیم به این برسیم که چه نقاط قوتی مثلاً برای عسل در اصفهان داریم و چه نقطه ضعفی؟ همه ۶۰ کالا در نظرسنجی آمده است تا صادر کنندگان عنوان کنند که چه مشکل صادراتی دارد و چه اقدامی در راستای توسعه صادراتی آن کالا می‌توان انجام داد تمام کمیسیون‌های اتاق باید این فرم را پر کنند می‌خواهیم همه نظرات جمع شود و SWOT عسل را مثلاً با دبیر کمیسیون صنایع قضایی اتاق تنظیم کنیم و فرم به ازای آن محصول تکمیل می‌شود و بعد در شورای گفتگو مثلاً بگوییم برای عسل نیازمند دادن سرمایه در گردش برای کندو داران هستیم و چالش صادراتی اش این است.

جناب آقای رئیسی، نماینده اداره کل صمت استان:



<p>پیشنهاد می‌شود این طرح در کارگروه توسعه صادرات مطرح شود و بعد در شورای برنامه‌ریزی و شورای گفتگو هم پشتوانه این موضوع باشد تا در دولت مشخص شود اولویت‌های سرمایه‌گذاری روی این کالاهاست و گذاری زمین و اختصاص سرمایه در گردش و ... برای این کالاها اتفاق افتد، شورای برنامه‌ریزی این صلاحیت را دارد که برای دستگاه‌ها تکالیفی مصوب کند. این ۶۰ کالا و شش کشور در سایت اتاق قرار داده شود تا به اعضا اطلاع رسانی شود و به نوعی مشاوره برای اعضاست و مکانیزم‌های تشویقی شورای برنامه‌ریزی هم در کنارش قرار گیرد.</p>	
<p>بر طبق مذاکرات جلسه کارشناسی و جلسات و بررسی‌های انجام شده توسط تیم مجری " پروژه شناسایی مزیت‌های عمده صادراتی و رشد آفرین استان " که در جلسه شورا ارائه شد بر اساس شاخص‌های تعیین‌کننده امتیازات به ترتیب شصت کالا بعنوان کالاهای مزیت دار صادراتی استان برای ادامه در فازهای بعدی پروژه توسعه صادرات استان انتخاب گردیدند (لیست کالاها در مذاکرات عنوان شده است) تا در صحن شورا مورد تصویب قرار گیرد و همچنین بطور موازی در کارگروه توسعه صادرات استان و شورای برنامه‌ریزی نیز این کشورها تصویب شوند.</p> <p>همچنین در مجموع از ترکیب کالاها و کشورهای اولویت دار یک ماتریس بدست آمد که ۶۰ کالای اولویت دار در کشورهای منتخب هریک دارای چه امتیازی میباشد و این ماتریس بعنوان نقشه راه گامها و فعالیت‌های بعدی در استان مورد استناد قرار گیرد.</p>	<p>پیشنهادات</p>
<p>۱- لیست ۶۰ کالای صادراتی منتخب ۲- لیست شاخص‌هایی که توسط آنها کالاهای صادراتی منتخب برگزیده شده اند</p>	<p>فهرست مستندات و مدارک پشتوانه</p>