

سری گزارش‌های تحلیلی اقتصاد استان خراسان جنوبی

عنوان گزارش

ارزیابی راهکارهای توسعه تجارت خارجی در استان خراسان جنوبی با تمرکز بر افغانستان



معاونت اقتصادی - اسفندماه ۱۴۰۱

به نام خدا

شناسنامه گزارش

ارزیابی راهکارهای توسعه تجارت خارجی در استان خراسان جنوبی با تمرکز بر افغانستان	عنوان گزارش
اداره کل امور اقتصادی و دارایی خراسان جنوبی	مجری
محسن مودی	مدیر طرح
حسین شرفی، امین خادم، مجتبی رسولی	همکاران
۱۴۰۱/۱۲/۲۰	تاریخ انتشار

فهرست مطالب

۵.....	چکیده
۶.....	مقدمه
۶.....	بیان مسأله
۷.....	تعریف واژگان
۷.....	ضرورت و اهداف تحقیق
۹.....	پیشینه تحقیق
۱۱.....	روش تحقیق
۱۱.....	وضعیت اقتصادی افغانستان، پتانسیل ها، فرصت ها و تهدیدها
۱۳.....	وضعیت تجارت خارجی استان با کشور افغانستان
۱۴.....	نیازهای آتی بازار افغانستان در حوزه واردات کالاها و خدمات فنی-مهندسی
۲۴.....	نتیجه گیری
۲۵.....	منابع و مآخذ

فهرست جداول

- جدول ۱. مبادلات تجاری افغانستان با جهان از سال ۲۰۰۹ تا ۲۰۱۸ ۱۲
- جدول ۲. کالاهای صادر شده به افغانستان از ایران و دیگر کشورهای جهان ۱۳
- جدول ۳. وضعیت تجارت خارجی استان با کشور افغانستان ۱۳
- جدول ۴. ارزش صادرات کشور های هدف صادراتی استان خراسان جنوبی ۱۴

فهرست شکل ها

- شکل ۱. نمودار مزیت رقابتی آشکار شده محصولات صادراتی ایران و افغانستان ۱۲
- شکل ۲. وضعیت موسسات بین المللی فعال در امور بشر دوستانه ۱۶
- شکل ۳. از مزایای استان در زمینه جذب توریسم سلامت از افغانستان ۲۰
- شکل ۴. چارچوبی برای بررسی و اجرای برنامه جذب توریست سلامت در استان خراسان جنوبی ۲۱

چکیده

در این گزارش به بررسی اقتصاد افغانستان، تجزیه تحلیل بازار و فعالیت های مرتبط با تجارت خارجی این کشور و وضعیت موجود تجارت با خراسان جنوبی مدنظر قرار گرفته است و بر مبنای فرصت ها و تهدیدات موجود به ارائه راهکارهای عملیاتی جهت توسعه تجارت با افغانستان پرداخته ایم. وضعیت کنونی تجارت خارجی افغانستان، محصولات عمده صادراتی و وارداتی آن و مبادی و مقاصد مهم وارداتی و صادراتی این کشور ارائه شده است. مزیت نسبی آشکار شده برای اقلام عمده صادراتی و وارداتی افغانستان ارائه گردیده است که می تواند جهت تعیین پتانسیل های صادراتی و وارداتی به این کشور مورد استفاده قرار گیرد. همچنین عملکرد استان خراسان جنوبی و راهکارهای عملیاتی جهت بهبود تجارت با کشور افغانستان ازجمله توسعه توریسم سلامت، توسعه خوشه صنعتی خشکبار با تمرکز بر واردات خشکبار خام و میوه های تازه، بهبود تفکر سیستمی در تجارت و فرایندهای عملیاتی ارائه داده ایم.

واژگان کلیدی: تجارت خارجی، شاخص مزیت نسبی آشکار شده، خوشه صنعتی، صادرات و واردات

به منظور ایجاد زیرساختهای توسعه تجارت خارجی به عنوان مولد رشد اقتصادی در منطقه شرق کشور، نیاز به اجرای سیاستهای اقتصادی دقیق و بررسی علمی تمامی جنبه‌های تئوریک و ارزیابی عملکرد نهادهای اقتصادی موثر در توسعه تجارت و برخورد با چالش‌های اقتصادی می‌باشد. به دلیل وجود عوامل درونی و بیرونی موثر هنوز صادرات استان خراسان جنوبی نتوانسته است جایگاه واقعی خود را پیدا نماید. در این خصوص شناخت فرصت‌های بازرگانی و تجاری کشورهای همسایه بویژه کشور افغانستان می‌تواند کمک شایانی در توسعه تجارت بنماید و نیز با اطلاع‌رسانی دقیق و به موقع می‌توان تهدیدهای منطقه‌ای از قبیل تحریم را به فرصت‌های تجاری مطلوب تبدیل نمود. استان خراسان جنوبی، شرقی‌ترین استان ایران می‌باشد که بدلیل موقعیت جغرافیای خاص خود از اهمیت ویژه‌ای برخوردار بوده که می‌تواند در حوزه تجارت خارجی بسیار فعال عمل نماید. وجود مرز مشترک طولانی با کشور افغانستان و امکان حمل و نقل ترانزیتی به افغانستان و کشورهای آسیای میانه از مسیر راه‌های این استان، وجود بازارچه‌ها و پایانه‌های مرزی موجود در استان، قرار گرفتن استان در مسیر کریدور شمال- جنوب و شرق- غرب و وجود زمینه جابجایی کالاهای ترانزیتی، استقرار در مسیر شبکه بزرگراه‌های آسیایی، وجود منابع غنی معدنی، تولید محصولات کشاورزی استراتژیک کشور مانند زعفران و ... از مزیت‌های نسبی استان در کشور می‌باشد که بایستی در جهت رشد استان مورد توجه قرار گیرد. در حال حاضر یکی از استراتژی‌های مهم در توسعه استان، توسعه تجارت خارجی است که همواره در برنامه‌های توسعه اقتصادی مورد تأکید قرار گرفته است. در این میان صادرات یکی از مهم‌ترین منابع درآمد ارزی محسوب می‌شود که در بعضی از کشورها به فرایند پیچیده‌ای تبدیل شده است که نیازمند اتخاذ سیاست‌های بلند مدت صحیحی است که بتواند بازار خارجی را بطور مداوم در دست داشته باشد.

بیان مسأله

با توجه به همجواری استان خراسان جنوبی با کشور افغانستان و وجود ظرفیت‌های بالقوه در خصوص تجارت خارجی و فرصت‌های پیش روی استان، متأسفانه تا کنون توفیق چندانی در کسب منافع مناسب از این حوزه حاصل نشده است. دلایلی که می‌تواند در خصوص این عدم توفیق مد نظر قرار گیرد را می‌توان در موارد زیر خلاصه نمود:

- ۱- نبود سند راهبردی و تمرکز بر راهکارهای موقت و کوتاه مدت است که در افق زمانی مناسب تعریف پذیر نیست و نتایج مناسبی نیز از آن متصور نمی‌باشد و یک بررسی اجمالی از آمار و ارقام موجود بیانگر این مهم است.
- ۲- عدم وجود تعریف مناسبی از سیستم تجارت خارجی استان که سازمانهای دولتی متولی و بخش خصوصی و تعاونیهای استان و همچنین فرایندها و سازوکارهای ارتباطی آنها با یکدیگر را شامل می‌شود.
- ۳- عدم وجود درک مناسبی از مزیت‌های نسبی استان در صادرات (در بخش‌های مختلف کشاورزی، صنعتی، معدنی و ...) و واردات اقلام لازم که ارزش افزوده بیشتری ایجاد می‌کنند.

۴- نبود شناخت دقیق از بازارهای هدف برای محصولاتی که می تواند با تامین مواد اولیه از کشور افغانستان و فراوری آنها در استان با وجود ظرفیت هایی که در منطقه ویژه اقتصادی وجود دارد.

یکی از موضوعاتی که بایستی توسط مدیران ارشد استان مورد توجه قرار گیرد عارضه یابی فرایندهای مرتبط با تجارت خارجی در استان و تعیین و اولویت بندی زمینه های صادرات و واردات و همچنین ارائه اطلاعات مختصر و مفیدی در چهارچوب برنامه کسب و کار برای طرح های مرتبط با تجارت خارجی در استان می باشد که می تواند کمک شایانی به تجار و فعالان استان جهت توسعه هر چه بیشتر تجارت خارجی در استان باشد. در این تحقیق به این موضوعات پرداخته شده است.

تعریف واژگان

تجارت خارجی: به داد و ستد کالا یا خدمت دارای ارزش فراسوی مرز های بین المللی گفته می شود که در بسیاری از کشور ها نمایانگر میزان تولید ناخالص داخلی است.

شاخص مزیت نسبی آشکار شده: نظریه مزیت نسبی بیان می دارد اگر کشوری در تولید هر دو کالا، دارای عدم مزیت مطلق در مقایسه با کشور دیگر باشد، باز داد و ستدی که حاوی منافع متقابل است می تواند انجام شود در این شرایط کشوری که دارای عدم مزیت مطلق در هر دو کالا است باید در تولید و صدور کالایی تخصص یابد که در آن عدم مزیت مطلق کمتر یا به عبارت دیگری مزیت نسبی دارد و کالایی را وارد کند که در آن عدم مزیت مطلق بیشتر یا به عبارت دیگر عدم مزیت نسبی دارد.

خوشه صنعتی: خوشه صنعتی را می توان به صورت شبکه هایی از بنگاه های به هم وابسته، نهاده های تولید دانش (دانشگاهها، موسسات تحقیقاتی)، سازمان های میانجی (نظیر ارائه دهندگان خدمات فنی و مشاوره) و مشتریان که در زنجیره تولید ارزش افزوده با هم مرتبط شده اند تعریف کرد.

صادرات: در تجارت بین الملل صادرات کالا یا خدماتی است که در یک کشور تولید می شود و به کشور دیگر فروخته می شود فروشنده این کالاها و خدمات یک صادرکننده است. خریدار خارجی واردکننده است.

واردات: به کالاهایی که در کشور یا کشور هایی ساخته شده یا فراهم شده و از راه تجاری به یک کشور دیگر وارد گردد واردات گفته می شود.

ضرورت و اهداف تحقیق

یکی از اهداف کشورهای در حال توسعه، دستیابی به رشد اقتصادی پایدار است. در این راستا شناخت عوامل مؤثر بر رشد اقتصادی اهمیت ویژه ای دارد (چیزری و همکاران، ۱۳۹۰). تجارت خارجی ایران با صادرات تک محصولی و وابستگی شدید اقتصاد آن به درآمدهای ارزی حاصل از صدور نفت شناخته می شود. از همین رو از دیر باز نوسانات شدید درآمدهای حاصل از صدور نفت خام، افزایش جمعیت کشور و از همه مهم تر پایان پذیر بودن منابع نفتی،

سیاست‌گذاران و برنامه‌ریزان کشور را به این باور رسانده است که توسعه‌ی صادرات غیرنفتی و رهایی از اقتصاد تک محصولی، ضرورتی اجتناب‌ناپذیر می‌باشد. در راستای افزایش سیاست صادرات غیرنفتی، شناخت محصولات و فعالیت‌های تولیدی کشور که شرایط لازم جهت نفوذ در بازارهای جهانی را دارا باشند، امری ضروری به نظر می‌رسد. جهت دستیابی به این امر لازم است، اولاً ساختار فعلی اقتصاد کشور از حالت نامتوازن خارج شود، ثانیاً اقدامات صادراتی مزیت‌دار مشخص گردد و ثالثاً بازارهای بالقوه صادراتی به لحاظ پتانسیل وارداتی جهت هر محصول خاص شناخته شوند و نهایتاً این صادرات به طور همه جانبه مورد حمایت دولت قرار گیرد (دشتی و همکاران؛ ۱۳۹۰).

شناسایی بازارهای هدف به دلایل زیادی حائز اهمیت و درخور توجه می‌باشد، از جمله مهم‌ترین آن‌ها می‌توان به چند مورد زیر اشاره داشت:

۱- یکی از عوامل مؤثر در اجرای صحیح راهبرد وابستگی به صادرات (نوعی راهبرد توسعه صادرات) تولید متناسب با نیازها و ترجیحات و سلیقه‌های مصرف کنندگان خارجی می‌باشد. به عبارت دیگر در جهان امروز به جهت رقابت شدید بین عرضه کنندگان متعدد محصولات در بازار جهانی، در واقع مصرف کنندگان هستند که بر بازار حاکمیت داشته و نقش تعیین کننده را در تقاضای جهانی محصولات ایفا می‌کنند. از این رو توجه به عوامل مؤثر بر تقاضای مصرف کنندگان خارجی می‌تواند در امکان تأمین خواسته‌ها و انتظارات خریداران وسعت پیدا کند و ارائه‌ی کالاهای مناسب، مطابق با نیازها و علایق مصرف کنندگان خارجی نیز شکلی پویا و مناسب پیدا کند.

۲- شناسایی بازار هدف این امکان را می‌دهد که تلاش‌های بازاریابی متمرکز شده و حتی در زمینه فعالیت‌های تولیدی نیز از پراکنده نگری و عمل کردن در رشته‌های متعدد که ما را از دستیابی به تخصص دور ساخته و استفاده بهینه از منابع و امکانات را تحت تأثیر قرار می‌دهد، پرهیز کنیم. فعالان اقتصادی نیازمند آن هستند که تلاش‌های تبلیغی خود را توسعه دهند، ارتباط قوی‌تری با بازارهای هدف ایجاد کنند و در واقع به بهترین نحو اطلاعات مفیدی از تولیدات خود را در اختیار بازارهای مذکور قرار داده و محصولات خود را به نحو درستی معرفی کنند (ولی بیگی؛ ۱۳۸۵).

در یک کار پژوهشی، عمده چالش‌های موجود در مسیر توسعه صادرات غیر نفتی به شرح زیر معرفی شده است (تاجیک؛ ۱۳۹۵):

- کمبود اطلاعات تجاری و اقتصادی در خصوص بازارهای مختلف صادراتی
- کیفیت نسبتاً پایین برخی از محصولات صادراتی و عدم تداوم در ارائه محصولات کیفی
- عدم نوآوری تولید کنندگان در تغییر مدل و طراحی محصول متناسب با خواست و سلیقه مصرف کنندگان و کیفیت نامناسب بسته‌بندی
- قیمت نسبتاً بالای برخی از محصولات صادراتی ایران
- عدم توجه کافی به رعایت استانداردهای کشورهای مقصد
- توجه نسبتاً کم به ارائه خدمات پس از فروش

- قابل استفاده نبودن بروشورها و کاتالوگ‌های برخی از کالاهای ایرانی به دلیل محتوای آن‌ها به زبان فارسی
- هزینه بالای تبلیغات و بازاریابی و ناتوانی صادرکنندگان در تأمین هزینه‌های آن در کشورهای هدف
- ورود برخی از افراد سودجو و غیرمتخصص در عرصه صادرات کشور و صدور برخی کالاهای نامرغوب
- بی‌ثباتی و تغییرات مکرر در بخشنامه‌ها و مقررات صادرات به همراه تشریفات اداری زائد و وقت‌گیر
- مشکلات قانونی در خصوص آمد و رفت سریع و آسان بازرگانان خارجی به ایران
- کمبود کارشناس ماهر و متخصص در امر صادرات و بازاریابی
- صدور بی‌رویه کالاهای معیوب و غیراستاندارد در سال‌های گذشته از طریق بازارچه‌های مرزی
- مشکلات موجود در روابط خارجی ایران بعد از انقلاب و کارشکنی قدرت‌های سلطه‌گر در سطح جهان
- عدم عضویت و مشارکت کافی در سازمان‌های تجاری و گمرکی جهانی
- فقدان و یا کمبود تسهیلات اعتباری مناسب برای خریداران خارجی

به کارگیری یک روش اصولی و مدرن در راستای شناسایی و یا اصطلاحاً تعیین و اولویت‌بندی بازارهای هدف صادراتی از جمله الزامات دستیابی به هدف جهش صادراتی محسوب شده و همچنین فرصتی برای رشد و توسعه می‌باشد. چه بسا یک کشور در تولید و صدور کالایی از مزیت نسبی برخوردار باشد، اما عدم شناخت از بازارهای صادراتی مناسب (بازارهای هدف)، مانع از صدور کالا به بازارهای هدف گردد. بنابراین یکی از محوری‌ترین مباحث در تجارت بین‌الملل، شناسایی بازارهای هدف کالاهای صادراتی است تا بدین ترتیب با آگاهی از شرایط عرضه و تقاضا، نیازهای وارداتی، کمیت و کیفیت بازارهای وارداتی و سرانجام مجموعه قوانین و مقررات حاکم بر این بازارها و ساختارهای متفاوت اجتماعی و فرهنگی آن‌ها، زمینه‌های بازاریابی برای صدور کالاهای صادراتی مورد نظر به این بازارها فراهم شود (فائی، ۲۰۰۲). شناخت بازارهای هدف و اولویت‌بندی بازارهای بالقوه می‌تواند نقش مهمی در تدوین استراتژی بازاریابی کارآمد برای صادرات این محصول ایفا نماید. در فرآیند اولویت‌بندی، اولویت یک گزینه یا هدف نسبت به دیگری تعیین می‌شود. شناخت بازارهای هدف و اولویت‌بندی بازارهای بالقوه برای یک محصول خاص در نهایت می‌تواند برای استراتژی‌های کارآمد در حال توسعه بازاریابی مربوط به تصمیم‌گیرندگان و مدیران مفید باشد. با توجه به سودآوری معاملات جهانی، مزایای پیوستن به روند جهانی شدن می‌تواند قابل توجه باشد. برای ورود به این جریان، ارزیابی سطح رقابت لازم است. علاوه بر این، نگرانی در حال پیشرفت در میان کشورهای کمتر توسعه یافته در مورد تهدید به افزایش سهم صادرات اقتصادهای قوی و تشدید ناشی از رقابت در میان تولیدکنندگان وجود دارد (براتا و خان؛ ۲۰۰۹).

پیشینه تحقیق

مطالعات مختلفی در راستای اولویت‌بندی کالاهای صادراتی در داخل و خارج از کشور انجام شده است که در ادامه به ارائه نتایج برخی از این مطالعات می‌پردازیم:

چیذری و همکاران در مقاله‌ای با عنوان بررسی مزیت نسبی و اولویت‌بندی بازارهای هدف کیوی صادراتی ایران، با استفاده از روش غربالگری و تحلیل تاکسونومی عددی به این نتیجه رسیدند که اصلی‌ترین کشورهای واردکننده کیوی

از ایران طی دوره ۱۹۹۶-۲۰۰۵ ترکیه، آذربایجان، روسیه، امارات متحده عربی، عراق، ارمنستان، کویت، عربستان سعودی و قطر بوده ولی بازارهای هدف بالقوه ایران در صادرات کیوی، کشورهای اسپانیا، هلند، فرانسه، استرالیا، انگلستان، نروژ، سوئد، اتریش، پرتغال و آلمان بوده‌اند (چیزی و همکاران؛ ۱۳۹۰).

امجدی و همکاران در مقاله‌ای با عنوان تعیین بازارهای هدف صادرات پسته و خرما ایران با استفاده از الگوی تقاضای صادرات و روش غربالگری نشان دادند که کشورهای غیرآسیایی با درآمد بالاتر، بازار مناسب‌تری برای خرما صادراتی ایران می‌باشند. همچنین در بلندمدت، بازار مناسب پسته صادراتی، کشورهای آسیایی و غیرآسیایی با درآمد بالاتر هستند. افزایش قیمت خرما صادراتی باید معقولانه و توأم با ارتقای سطح بهداشتی خرما صادراتی و بسته‌بندی مناسب باشد. افزایش قیمت صادرات پسته صادراتی در بلندمدت نیز با توجه به ظهور و گسترش احتمالی صادرکنندگان جدید مخاطره‌آمیز خواهد بود (امجدی و همکاران؛ ۱۳۸۹).

صادقی و همکاران به تعیین مزیت نسبی و ساختار بازار صادرات و وادرات جهانی زعفران طی دوره ۲۰۰۴-۲۰۰۸ پرداخته‌اند. به منظور تعیین مزیت نسبی از دو شاخص مزیت نسبی آشکار شده و مزیت نسبی آشکار شده متقارن و برای تعیین ساختار بازار از شاخص‌های هرفیندال و نسبت تمرکز استفاده شده است (صادقی و همکاران، ۱۳۹۰).

دشتی و همکاران در مقاله‌ای با عنوان ساختار بازار و اولویت‌بندی بازارهای هدف صادرات پسته ایران با استفاده از روش‌های غربالگری و تحلیل تاکسونومی عددی به این نتیجه رسیدند که صادرات پسته ایران از حالت انحصار چندجانبه بسته به انحصار چندجانبه باز تغییر یافته است و کشورهای امارات، هنگ‌کنگ، آلمان، اسپانیا، ایتالیا و روسیه از بزرگ‌ترین شرکای تجاری ایران می‌باشند. بر اساس نتایج تحلیل تاکسونومی نیز کشورهای هنگ‌کنگ، لبنان، پرتغال، اوکراین، کره جنوبی، اردن، مجارستان، ایتالیا، یونان و لهستان به ترتیب به عنوان بالاترین اولویت‌های بازارهای هدف صادرات پسته ایران انتخاب شدند (دشتی و همکاران؛ ۱۳۹۰).

متفکر آزاد و همکاران در تحقیقی با استفاده از تحلیل تاکسونومی عددی به بررسی مزیت نسبی و اولویت‌بندی بازارهای هدف صادرات صنایع پوست و چرم ایران پرداختند و به این نتیجه رسیدند که ایران در صادرات پوست و چرم دارای مزیت نسبی است و رقبای عمده ایران در این گروه کالایی، عمدتاً کشورهای در حال توسعه نظیر اتیوپی، پاراگوئه، هائیتی و آرژانتین هستند. همچنین کشورهای هنگ‌کنگ، برزیل، اروگوئه و چین به عنوان بازارهای اولویت‌دار برای صادرات این محصول شناسایی شدند (متفکر آزاد و همکاران، ۱۳۹۰).

خاکسار آستانه و همکاران در مقاله‌ای با عنوان شناسایی و اولویت‌بندی بازارهای هدف صادرات میوه‌های هسته‌دار ایران از روش تاکسونومی عددی به اولویت‌بندی بازارهای هدف پرداخته‌اند. مهم‌ترین بازارهای هدف صادرات این محصولات به ترتیب اولویت کشورهای آلمان، انگلیس، فرانسه، ایتالیا، هلند، روسیه، عربستان، بحرین، سوئیس، امارات و افغانستان هستند، که در بین این کشورها در حال حاضر روسیه، فرانسه، آلمان، عربستان، بحرین، امارات و افغانستان جزو بزرگ‌ترین واردکنندگان این محصولات از ایران می‌باشند (خاکسار آستانه و دیگران؛ ۲۰۱۴).

در این گزارش جهت تعیین پتانسیل های صادراتی و وارداتی کشور افغانستان از مزیت نسبی آشکار شده برای اقلام عمده صادراتی و وارداتی افغانستان بکار گرفته شده است و با بررسی های انجام شده توسط تیم مجری، از فرصت های پیش روی استان خراسان جنوبی در بهبود شاخص های تجارت خارجی (صادرات و واردات) استفاده شده است و بر مبنای فرصت ها و تهدیدات موجود به ارائه راهکارهای عملیاتی جهت توسعه تجارت با افغانستان پرداخته ایم.

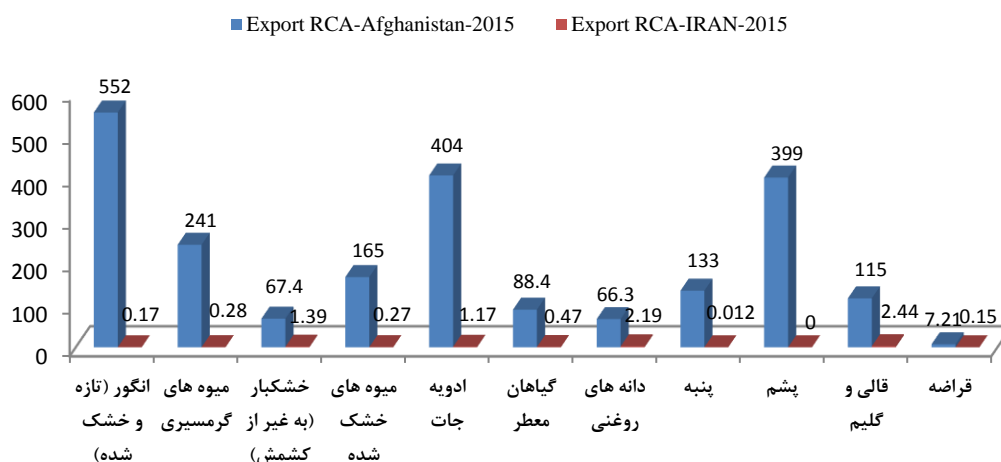
وضعیت اقتصادی افغانستان، پتانسیل ها، فرصت ها و تهدیدها

افغانستان کشوری محصور در خشکی در آسیای میانه است. این کشور حد فاصل آسیای میانه، جنوب غربی آسیا و خاورمیانه می باشد. همسایگان افغانستان، پاکستان در جنوب و شرق، ایران در غرب، تاجیکستان و ازبکستان و ترکمنستان در شمال و چین در شمال شرقی هستند. مساحت این کشور بیش از ۶۵۲۰۰۰ کیلومتر مربع است و از نظر وسعت در جایگاه چهل و یکم جهان و یازدهم آسیا قرار می گیرد. افغانستان ۳۴ استان (ولایت) دارد و پس از کابل که پایتخت افغانستان است؛ مزارشریف، هرات، قندهار، بامیان و غزنی از مهم ترین شهرهای آن می باشد. افغانستان رتبه ۱۶۹ در بین ۱۷۶ کشور دنیا را از شاخص بین المللی شفافیت اداری^۱ دارد که وضعیت شفافیت اداری را در این کشور نشان می دهد که بسیار نامناسب است و فعالیت را برای تجار خارجی در این کشور بسیار سخت خواهد کرد. از نظر شاخص سهولت کسب و کار^۲، این کشور رتبه ۱۸۳ را در بین ۱۸۹ کشور دنیا به خود اختصاص داده که همه اینها نشان از سخت بودن فعالیت تجاری در این کشور دارد. از نظر ریسک اقتصادی - سیاسی افغانستان رتبه E را در جهان دارد که ریسک خیلی زیاد را نشان می دهد. سنتی بودن اقتصاد افغانستان و اقتصادی مبتنی بر کشاورزی و دامپروری، فرصت مناسبی را برای استان خراسان جنوبی جهت بهره برداری از مواد اولیه ارزان برای فراوری در داخل استان و صادرات مجدد به افغانستان و کشورهای دیگر قرار می دهد که می توان با برنامه ریزی مناسب از آن استفاده کرد. نمودار بسیار مهم مقایسه مزیت نسبی آشکار شده RCA^۳ اقلام مهم صادراتی افغانستان و همان اقلام در ایران در نمودار ۱ ارائه می گردد. همانطور که مشاهده می شود در تمام اقلام فوق مزیت نسبی صادراتی افغانستان بسیار بیشتر از ایران است و این بدین معنی است که واردات کالاهای فوق توسط ایران (و از طریق خراسان جنوبی) و استفاده از آنها برای فراوری می تواند ارزش افزوده فراوانی برای استان ایجاد نماید. بنابراین بایستی نگاه دولت به واردات از افغانستان تغییر کرده و اجازه واردات بسیاری از اقلام فوق و استفاده از آنها در فراوری در واحدهای مستقر در استان را صادر نماید.

^۱- Transparency International's corruption perception index (CPI).

^۲- Ease of Doing Business index.

^۳- Revealed comparative advantage



شکل ۱. نمودار مزیت رقابتی آشکار شده محصولات صادراتی ایران و افغانستان

داده های سازمان تجارت جهانی نشان می دهد که پاکستان و هندوستان با اختلاف بسیار زیاد نسبت به سایر کشورها، دو مورد از اصل ترین مقاصد کالاهای تولیدی کشور افغانستان به شمار می روند. این دو کشور به ترتیب هر کدام به میزان ۴۳ و ۴۲ درصد از کالاهای صادراتی افغانستان را پذیرا هستند. بعد از هند می توان به کشورهایی هم چون ایران (۲ درصد)، عربستان (۲ درصد)، عراق (۲ درصد)، ترکیه (۲ درصد)، امارات متحده عربی (۲ درصد) و چین (۳ درصد) اشاره کرد.

جدول ۱. مبادلات تجاری افغانستان با جهان از سال ۲۰۰۹ تا ۲۰۱۸ (مبلغ به میلیارد دلار)

سال	۲۰۱۰	۲۰۱۱	۲۰۱۲	۲۰۱۳	۲۰۱۴	۲۰۱۵	۲۰۱۶	۲۰۱۷	۲۰۱۸
صادرات	۳۸۸	۳۴۱	۴۰۱	۴۶۴	۵۷۰	۵۷۱	۵۹۶	۱۰۴۴	۱۰۸۱
واردات	۵۱۵۴	۶۱۳۰	۷۷۹۴	۷۵۵۸	۷۷۲۹	۷۷۲۲	۶۵۳۴	۱۰۸۷۳	۵۶۶۹
تراز تجاری	-۴۷۶۶	-۵۷۸۹	-۷۳۹۳	-۷۰۹۴	-۷۱۵۹	-۷۱۵۱	-۵۹۳۸	-۹۸۲۹	-۴۵۸۸
حجم مبادلات	۵۵۴۲	۶۴۷۱	۸۱۹۵	۸۰۲۲	۸۲۹۹	۸۲۹۳	۷۱۳۰	۱۱۹۱۷	۶۷۵۰

منبع : سازمان توسعه تجارت ایران

در جدول ۱ مبادلات تجاری افغانستان با جهان از سال ۲۰۰۹ تا ۲۰۱۸ نشان داده شده است. در سال ۲۰۱۸ مجموع صادرات کشور افغانستان ۱۰۸۱ میلیارد دلار و مجموع واردات کشور افغانستان در سال ۲۰۱۸، ۵ میلیارد دلار بود که همین امر این کشور را به ۱۲۲ مین وارد کننده بزرگ جهان تبدیل کرد. بیشترین کالای وارداتی افغانستان به ترتیب شامل واردات محصولات گیاهی، واردات حمل و نقل، واردات مواد غذایی، واردات ماشین آلات، واردات منسوجات، واردات مواد معدنی، واردات مواد شیمیایی، واردات فلزات، واردات چربی ها و روغن های نباتی، واردات محصولات حیوانی، واردات پلاستیک و لاستیک، واردات محصولات چوبی، واردات کفش و کلاه، واردات سازه ها، واردات متفرقه، واردات کالاهای کاغذی، واردات سنگ و شیشه، واردات فلزات گرانبها، واردات اسلحه و پوست حیوانات می باشد. کالاهای وارداتی افغانستان (به صورت درصدی) در نمودار زیر قابل مشاهده می باشند. با کلیک کردن روی هر محصول در نمودار می توانید در خصوص واردات آن محصول اطلاعات بیشتر دریافت نمایید. کشورهای برتر صادرکننده به افغانستان عبارتند از: پاکستان، ایالات متحده، هند، قزاقستان و چین. بیشترین مبدا واردات به ترتیب در قاره های آسیا، آمریکای شمالی، اروپا، آفریقا، آمریکای جنوبی و اقیانوسیه می باشد.

جدول ۲. کالاهای صادر شده به افغانستان از ایران و دیگر کشورهای جهان

واردات به کشور افغانستان از ایران	واردات به کشور افغانستان از جهان
روغن های سبک، سیب تازه، هیدروکربن های، حلقوی غیر از سیکلات ها، میله کفپوش های آهنی یا فولادی گازهای نفتی، گوجه فرنگی، خامه شیر پروفیل فرآورده های غیر مذکور، نفت یا روغن های معدنی، پیاز، موسیر، هندوانه، رب گوجه فرنگی، سیمان، زعفران فله شیرینی بدون کاکائو، آبمیوه، هادی های برقی ف خوراک دام، بیسکوئیت	مواد سوختی، حلال ها و رقیق کننده های آلی سایر هیدروکربون های حلقوی، سایر فرآورده های نفت یا روغن های معدنی قیری، محصولات ساختمانی، سیمان، لوازم برقی، میله های آهنی یا فولادی، آرد، روغن های خوراکی، انواع خودرو، قطعات خودرو، شیرینی و شکلات، فرآورده های لبنی، صابون و مواد شوینده، کاغذ و مقوا، رب گوجه فرنگی، پلاستیک و مصنوعات پلاستیکی، پوشاک، الیاف مصنوعی

منبع : سازمان توسعه تجارت ایران

اگرچه در بحث صادرات، افغانستان بیشتر بر روی دو کشور هند و پاکستان تمرکز کرده بود، اما در خصوص واردات تا حدود زیادی این موضوع متفاوت است هر چند که باز هم دو کشور مذکور سهم قابل توجهی در واردات این کشور دارند، اما در اینجا سایر کشورها از جمله ایران نیز نقش زیادی دارند. براساس آمارهای سازمان تجارت جهانی (WTO) در سال ۲۰۱۸ افغانستان بیشترین واردات کالا را از کشور ایران (۱۷ درصد)، چین (۱۵)، پاکستان (۱۴)، قزاقستان (۱۰ درصد)، ازبکستان (۷ درصد)، ترکمنستان (۵ درصد) و هندوستان (۴ درصد) به ترتیب بیشترین نقش را در خصوص تامین کالاهای وارداتی کشور افغانستان داشته‌اند.

وضعیت تجارت خارجی استان با کشور افغانستان

تجارت خارجی استان با کشور افغانستان از ۲۰۳ میلیون دلار در سال ۱۳۹۹ به ۱۲۱ میلیون دلار در سال ۱۴۰۰ معادل ۴۰ درصد کاهش ارزش داشته است. همچنین میزان کالای صادراتی در ۱۰ ماهه سال ۱۴۰۱ نشان می دهد ۸۳ میلیون دلار کالای به کشور افغانستان صادر شده است که نسبت به دوره مشابه سال قبل ۱۵ درصد کاهش ارزش داشته است. در مقابل واردات استان در سال ۱۳۹۹ از کشور افغانستان از ۲ میلیون دلار به ۲۵ میلیون دلار رشد داشته است. در ۱۰ ماه سال ۱۴۰۱ ارزش واردات استان از افغانستان ۶ میلیون دلار بوده است که نسبت به دوره مشابه سال قبل ۶۹ درصد ارزش واردات کاهش یافته است.

جدول ۳. وضعیت تجارت خارجی استان با کشور افغانستان

رشد نسبت به دوره مشابه سال قبل (درصد)	رشد				تجارت خارجی (میلیون دلار)
	۱۰ ماهه ۱۴۰۱	سالانه (درصد)	۱۴۰۰	۱۳۹۹	
۱۵-	۸۳	۴۰-	۱۲۱	۲۰۳	صادرات
۶۹-	۶	۱۱۶۲	۲۵	۲	واردات

- صادرات غیر نفتی با احتساب میعانات گازی (به جز نفت و گاز و تجارت چمدانی)
مأخذ: اداره کل گمرکات خراسان جنوبی

ترانزیت کالا از طریق مرز ماهیرود در ۱۰ ماهه سال ۱۴۰۱ برابر ۳۷۹۳ دستگاه کامیون با وزن ۱۰۵ هزار تن بوده که از کشورهای روسیه، هند، اندونزی، جمهوری آذربایجان و ترکیه به کشور افغانستان ترانزیت گردیده که نسبت به مدت مشابه سال قبل از نظر تعداد کامیون ۳۶ درصد و از لحاظ وزن ۳۰ درصد افزایش داشته است. یکی از مهمترین دلایل افزایش ترانزیت کالا از طریق مرز ماهیرود اخذ مجوز ترانزیت عام و افزایش اقلام قابل ترانزیت از این مرز به ویژه با توجه به استقرار دستگاه ایکس ری کامیونی در مرز هست. لذا لازم است با پیگیری و اتخاذ تدابیر مقتضی، از مزیت مرز ماهیرود جهت توسعه ترانزیت از استان به کشور افغانستان و کشورهای آسیای میانه استفاده لازم و بهینه صورت پذیرد. در ۹ ماهه اول سال ۱۴۰۱ آمار کل صادرات ایران به افغانستان ۱۲۵۲ میلیون ریال بوده که نسبت به مدت مشابه سال قبل (۱۲۷۰ میلیون ریال) حدود ۱۵ درصد کاهش داشته است. همچنین صادرات استان به کشور افغانستان در این مدت ۳۳۴ میلیون دلار بوده که نسبت به مدت مشابه سال قبل ۴۰ درصد کاهش داشته است. و سهم صادرات استان به کشور افغانستان در این مدت ۲۷ درصد ارزش کل صادرات ایران به افغانستان می باشد. در حالیکه در سالهای گذشته به صورت میانگین حدود ۳۵ درصد صادرات ایران به افغانستان از طریق استان خراسان جنوبی بوده است. بنابراین لازم است اقدام لازم جهت رفع برخی موانع و مشکلات موجود و توسعه و تسهیل صادرات به افغانستان صورت پذیرد. واردات افغانستان در سال حدود ۶ تا ۷ میلیارد دلار می باشد و در برخی سالها حدود ۵۰ درصد کل واردات افغانستان از ایران بوده است اما در حال حاضر سهم ایران از واردات افغانستان به میانگین ۲۵ تا ۳۰ درصد رسیده است. همچنین حداقل در ۱۰ سال اخیر، افغانستان همواره در ردیف ۵ کشور اول صادراتی ایران بوده و رتبه های چهارم یا پنجم صادرات ایران به این کشور اختصاص داشته است اما طبق آمار ۹ ماهه تجارت خارجی ایران، کشور هند جایگزین افغانستان در ۵ کشور اول مقصد صادراتی ایران شده و افغانستان رتبه ششم را دارد.

جدول ۴. ارزش صادرات کشور های هدف صادراتی استان خراسان جنوبی در سال های ۱۳۹۹ و ۱۴۰۰

کشور مقصد	سال ۱۳۹۹			سال ۱۴۰۰		
	ارزش صادرات (هزار دلار)	مقدار (تن)	سهم (ارزش)	کشور مقصد	ارزش صادرات (هزار دلار)	مقدار (تن)
افغانستان	۱۹۴۹۲۴	۱۴۶۳۹۱۰	۹۷٪	افغانستان	۱۰۴۷۲۲	۷۴۱۸۴۱
عراق	۳۱۳۸	۵۱۵۴۹	۲٪	عراق	۵۵۲۲	۹۱۱۱۴
پاکستان	۲۶۶۷	۶۲۰۵۸	۱٪	پاکستان	۳۶۳۱	۴۰۱۹۳
ترکیه	۳۵۷	۴۰۱۱	۰.۱۷٪	ترکمنستان	۸۸۰	۱۵۳۸۰
ترکمنستان	۳۰۵	۵۳۶۵	۰.۱۵٪	چین	۳۴۰۱	۱۲۰۱۰
جمع	۲۰۱۳۹۱	۱۵۸۶۸۹۳	۱۰۰٪	جمع	۱۱۸۱۵۶	۹۰۰۵۳۸

ماخذ: اداره کل گمرکات استان خراسان جنوبی

نیازهای آتی بازار افغانستان در حوزه واردات کالاها و خدمات فنی-مهندسی

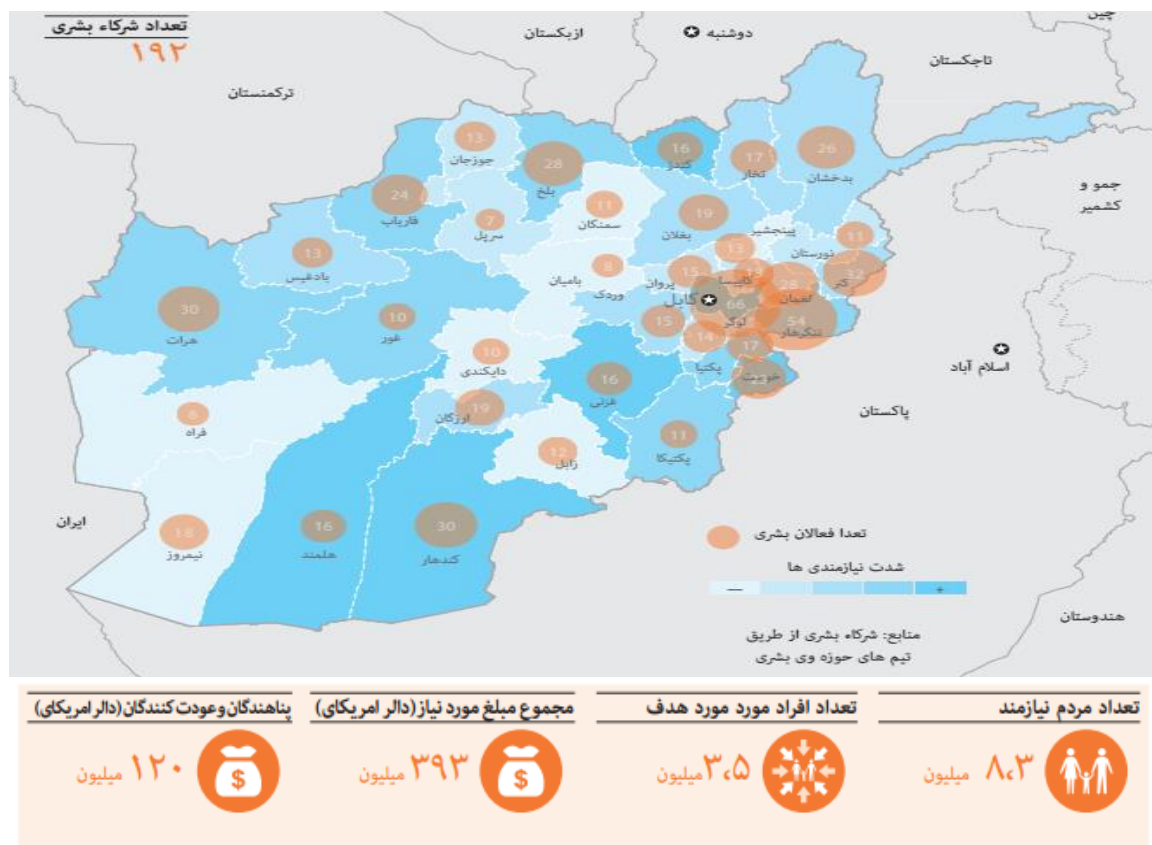
توجه به توسعه زیرساخت ها و عدم وجود توان فنی و مهندسی بومی زمینه مناسبی را برای صادرات خدمات فوق به این کشور فراهم کرده است و نکته مهم اینجاست که این بخش در حال حاضر بسیار مورد توجه دولت افغانستان است. پس زمان مناسبی است که در بخش خدمات، از بازار پرقابله داخل استان کمی خارج شده و فضای کار در افغانستان

را نیز مورد بررسی قرار دهیم. یکی از اولویت های دولت افغانستان تغییر جهت تقاضا برای واردات به سمت تولید داخلی است خصوصاً در حوزه هایی که پتانسیل های داخلی جهت عرضه وجود دارد. همچنین افزایش صادرات افغانستان، اقتصاد این کشور را قادر خواهد ساخت که از مزایای تقاضای خارجی استفاده کرده و تولید داخلی و درآمد حاصل از آن را تقویت نماید. چنین جهت گیری در آینده باعث خواهد شد که هزینه صادرات کالاهای نهایی به افغانستان بیشتر شود (مثلاً با افزایش میزان تعرفه). قرار دادن تعرفه های واقعی بر روی کالاهایی که نیازمند فراوری محدود می باشند (مانند مربا) باعث افزایش تولید چنین محصولاتی در افغانستان خواهد شد که این موضوع در دستور کار دولت افغانستان است. بنابراین بایستی توجه جدی به سرمایه گذاری در بخش تولید افغانستان و ایجاد شهرک های صنعتی در مناطق مرزی با مدیریت و سرمایه گذاری مشترک تجار ایرانی شود.

کشاورزی یکی از محرک های اقتصاد افغانستان است ولی به دلایلی پتانسیل های این بخش به طور کامل درک نشده است. در مطالعه ای مواردی از کمبود ظرفیت نگهداری محصولات کشاورزی تولیدی در افغانستان به عنوان یکی از معهود مزیت های رقابتی این کشور، و عوامل فصلی در این کشور که در مواردی منجر به وادرات مجدد محصولات کشاورزی صادراتی از افغانستان می شود (با قیمت بالاتر)، ضعف در زیرساخت های حمل نقل از مزرعه به بازار و سایر موانع داخلی به عنوان دلایل عدم بهره برداری از پتانسیل های بخش کشاورزی اشاره شده اند که دولت افغانستان در آینده به سمت برطرف کردن آن خواهد رفت. بنابراین جهت گیری به سمت صادرات خدمات فنی- مهندسی در حوزه کشاورزی در ساخت انبارها، سیلوها و سردخانه ها و زیرساخت های مرتبط با آن یکی از اولویت های اصلی برای تجار ایرانی است. در گزارشی دیگر از موارد زیر به عنوان فرصت های کسب و کار در افغانستان نام برده شده است^۴ که می تواند به عنوان موارد مهم برای صادرات خدمات فنی- مهندسی مورد توجه قرار گیرد:

۱- نیاز افغانستان به نوسازی زیرساخت های خود که در نتیجه سالیان طولانی جنگ داخلی تضعیف شده فرصت های کسب و کار خوبی را فراهم ساخته است. فرصت های فوق بایستی در ارتباط با سازمانهای نظامی و موسسات مالی بین المللی از جمله بانک جهانی و بانک توسعه آسیایی که در قالب کمک های بلاعوض تامین مالی، پروژه های فوق را انجام می دهند مورد بهره برداری قرار گیرند. بنابراین رصد برنامه های موسسات فوق می تواند پتانسیل های مناسبی را فراهم نماید. بودجه زیادی که در اختیار موسسات فوق است (۳۹۳ میلیون دلار در سال ۲۰۱۶) جهت تامین کالاها و خدمات مورد نیاز مردم نیازمند بایستی هزینه گردد و بنابراین رصد فعالیت موسسات فوق و ارتباط سیستماتیک با آنها می تواند استان خراسان جنوبی را به عنوان شریک موسسات فوق در تامین کالاها و خدمات مطرح نماید.

^۴ - <https://www.export.gov/article?id=Afghanistan-market-opportunities>



شکل ۲. وضعیت موسسات بین المللی فعال در امور بشر دوستانه (ماخذ: www.export.gov)

- ۲- با توجه به کاهش حضور نظامی آمریکا و کشورهای هم پیمان و همچنین کاهش کمک های مالی بین المللی جهت تامین مالی پروژه ها در افغانستان، بخش مهمی از فرصت های کسب و کار در افغانستان در بخش خصوصی و پروژه های دولتی یافت می شود و بنابراین بایستی ارتباط سیستماتیک با بخش خصوصی افغانستان برقرار نمود.
- ۳- اقتصاد امنیت افغانستان تقاضای مناسبی را برای کالاها و خدمات، تجهیزات و تعمیر و نگهداری تجهیزات نظامی ارتش و پلیس افغانستان ایجاد کرده است که می تواند مورد توجه قرار گیرد.
- ۴- کشاورزی همچنان یک محرک بازار قوی با فرصت هایی در زمینه خرید و فروش، توزیع و زیرساخت کشاورزی می باشد. با اینحال صادرات محصولات تازه کشاورزی افغانستان ۶ درصد حجم تجارت افغانستان را تشکیل می دهد که به دلیل نبود زیرساخت های فراوری محصولات کشاورزی از جمله سردخانه ها و انبارهای استاندارد می باشد. در این زمینه فرصت های مناسبی در صادرات خدمات فنی به افغانستان وجود دارد.
- ۵- در ۵ سال گذشته بخش خدمات در افغانستان سهم پنجاه درصدی از تولید ناخالص داخلی (GDP) این کشور را به خود اختصاص داده است. پویاترین بخش های خدماتی در این کشور اطلاعات و ارتباطات، تکنولوژی، مالی و بیمه، حمل و نقل و ساخت و ساز می باشند. اگر چه رشد صنایع مرتبط با استخراج معادن در این کشور کاهش یافته ولی برآوردهای اخیر از منابع معدنی و طبیعی باعث ایجاد اطمینان برای این بخش

از خدمات به عنوان یکی از بازیگران اصلی در رشد بلند مدت افغانستان شده است. در این زمینه این کشور متعهد شده است قراردادهای همکاری با شرکت های فعال در حوزه معدن داشته باشد. در آینده دولت افغانستان سیگنالی قوی و مثبت به سرمایه گذاران بالقوه معدنی خواهد فرستاد که اگر بتوانند استانداردهای EITI (ابتکارات شفافیت صنایع استخراجی) را محقق نمایند امتیازات مناسبی را در این حوزه بدست خواهند آورد.

همچنین در گزارشی دیگر، فرصت های سرمایه گذاری در بخش کشاورزی افغانستان بررسی شده است (مبین شاه، ۲۰۱۵). طبق برآوردهای انجام شده بیش از ۱ میلیون مزرعه و حدود ۲۰۰۰ عمده فروش محصولات باغی و کشاورزی در افغانستان وجود دارد. اکثریت کارآفرینان بخش خصوصی در افغانستان را کشاورزان تشکیل می دهند که در زمینه فراوری محصولات کشاورزی مشغول به فعالیت می باشند و فرصت های بسیار خوبی در این کشور جهت صادرات خدمات فنی- مهندسی و سرمایه گذاری در زمینه فراوری محصولات فوق وجود دارد که تعدادی از آنها معرفی می شوند:

- ۱- یکی از زمینه های مرتبط با این بخش، صنایع بسته بندی می باشند که فرصت های مناسبی را برای سرمایه گذاری فراهم ساخته است. با توجه به اینکه حدود ۲۰ تا ۴۰ درصد ضایعات محصولات کشاورزی و باغی افغان دلیل بسته بندی نامناسب است، ضرورت سرمایه گذاری در این بخش شدت احساس می شود.
- ۲- فراوری محصولات کشاورزی فرصت مهم دیگر جهت سرمایه گذاری در این حوزه است. تقاضای بسیار زیاد بازار برای محصولات فراوری شده (از جمله اسنک، بیسکویت، آمیوه، مربا و ...) سودآوری بالای سرمایه گذاری فوق را تضمین می کند.
- ۳- تولید داخلی ماشین آلات کشاورزی (برای برداشت و فراوری محصولات) نیز یکی از فرصت های مناسب برای سرمایه گذاران می باشد. تقاضا برای ماشین آلات جدید از قبیل برداشت غلات (کمباین و تراکتور)، تجهیزات غربالگری برای آرد و ... همچنان در حال رشد بود و در بلند مدت صنایع سازنده تجهیزات فوق سودآوری بسیار خوبی خواهند داشت. در حوزه محصولات لبنی تجهیزات فراوری شیر و ماشین آلات تولید پنیر، کره، ماست، پودر شیر، بستنی و دیگر محصولات لبنی مورد نیاز است و بایستی در افغانستان تولید شود. رشد بازار داخلی افغانستان در مصرف محصولات لبنی بطور متوسط ۴ درصد بوده است و مصرف سرانه نیز به حدود ۶۰ کیلو رسیده است و با توجه به افزایش قیمت ۲۱۵ درصدی شیر در ۵ سال گذشته سرمایه گذاری در این بخش را سودده می نماید.
- ۴- فرصت های سرمایه گذاری در صنعت محصولات زنبور عسل بدلیل دسترسی به مواد اولیه خوب و همچنین تقاضای زیاد در بازار بطوری که در ولایات بزرگی چون بدخشان و شمال افغانستان تقاضا بسیار بیشتر از عرضه می باشد.
- ۵- فرصت های سرمایه گذاری در تولید، فراوری و فروش بادام. با توجه به فراوری خانگی بادام در ولایات افغانستان، زمینه مناسبی برای سرمایه گذاری در مواردی همچون سورتینگ، پوست گیری، روغن گیری و بسته بندی وجود دارد. با توجه به وجود نمونه های بسیار با کیفیت بادام در افغانستان سرمایه گذاری در این حوزه خصوصاً در فراوری و بسته بندی می تواند بازار صادراتی بسیار خوبی داشته باشد.

۶- فرصت های سرمایه گذاری در بخش افتابگردان (دانه، روغن، بیودیزل و ...). با وجود تقاضایی در حدود ۳۲ میلیون آفتابگردان در بازار داخلی و رشد ۴ درصدی این بخش در سال، سرمایه گذاری در این بخش بازده بالایی خواهد داشت.

۷- فرصت های سرمایه گذاری در زمینه چغندر قند و استخراج شکر و محصولات جانبی (مانند بیو دیزل) از آن، با وجود تولید بالای چغندر در این کشور.

همچنین با توجه به وجود منابع معدنی غنی در افغانستان زمینه مناسبی برای صادرات خدمات فنی- مهندسی در این زمینه به این کشور وجود دارد. از شرکت های مطرح فعال در بخش معدن افغانستان می توان موارد ذیل را نام برد^۵:

۱- شرکت متالوژی چین (MCC-JCL) که در زمینه استخراج معدن مس عینک^۶ قراردادهایی به ارزش ۳۶۰ میلیون دلار با دولت افغانستان منعقد نموده است.

۲- شرکت سرمایه گذاری افغان (AIC) که در سال ۲۰۰۶ توسط نیروهای متخصص افغان تاسیس شده و در زمینه استخراج معدنی فعالیت گسترده ای انجام می دهد. تاسیس کارخانه سیمان کری^۷ از اقدامات این شرکت بوده است و در حال حاضر دو کارخانه بزرگ تولید سیمان را در اختیار داشته و در زمینه استخراج ذغال سنگ نیز فعال است.

۳- شرکت منابع طبیعی کریستان افغان (AKNR) متعلق به سید سادات منصور نادری بوده و هدف سرمایه گذاری ۵ میلیون دلاری در معادن طلای قرزقان در بغلان را دارد و توافقنامه ای در سال ۲۰۱۰ با دولت افغانستان منعقد کرده است.

۴- شرکت سرمایه گذاری WLGT متعلق به حاج عبدالکبیر، که در زمینه استخراج طلا فعال بوده و در سال ۲۰۰۸ قراردادهایی با دولت افغانستان منعقد نموده است.

۵- شرکت ترکیه ای TPAO که در زمینه حفاری، تسویه و تولید نفت و هیدروکربن های آن قراردادهایی با دولت افغانستان منعقد نموده است.

با توجه به حجم سرمایه گذاری در بخش معادن افغانستان و توجه ویژه دولت این کشور به این بخش، صادرات خدمات فنی- مهندسی و مشاوره ای در زمینه استخراج و فراوری معدنی می تواند مورد توجه قرار گیرد. تشکیل کنسرسیوم های معدنی در استان با هدف صادرات خدمات اقدامی مهمی است که بایستی مورد توجه قرار گیرد و در صورت غفلت عرصه به شرکت های چینی و ترک واگذار خواهد شد.

^۵ - <http://mines.pajhwok.com/introduction-mining-companies-working-afghanistan>

^۶ - Aynak

^۷ - Chori

راهکارهای بهبود عملکرد تجارت خارجی استان با کشور افغانستان

با بررسی‌های انجام شده توسط تیم مجری، از فرصت‌های پیش روی استان خراسان جنوبی در بهبود شاخص‌های تجارت خارجی (صادرات و واردات) به موارد زیر اشاره می‌شود:

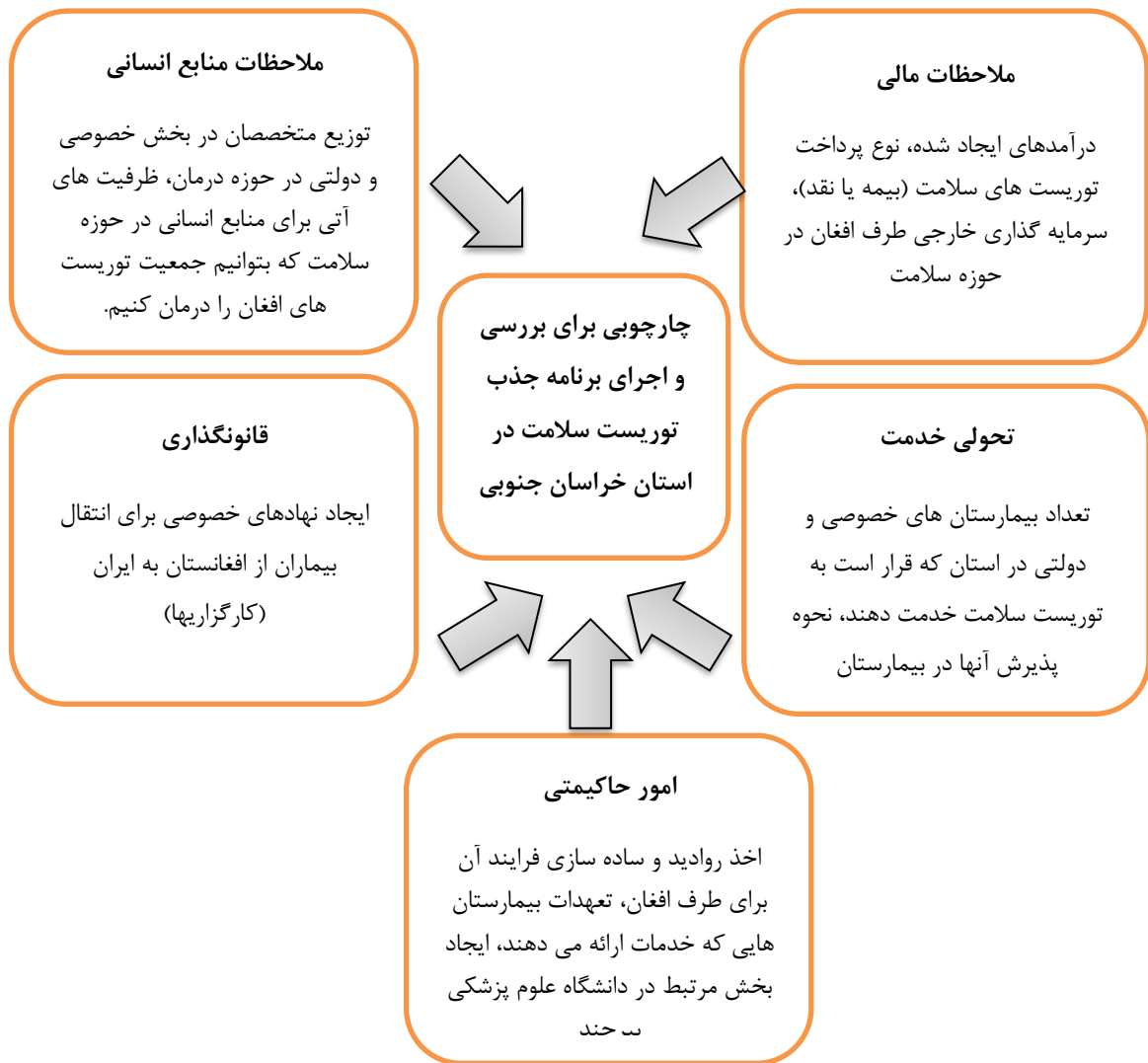
- استفاده از فرصت همکاری مشترک با منطقه آزاد چابهار و معرفی منطقه ویژه اقتصادی بیرجند به عنوان مکمل منطقه آزاد چابهار در جهت تجارت با کشورهای افغانستان و آسیای میانه (CIS).
- ارتباط سیستماتیک میان منطقه ویژه اقتصادی بیرجند و مرکز خدمات سرمایه‌گذاری استان و سایر دستگاه‌های مرتبط در استان: این ارتباط موجب تسهیل ورود و اقامت تجار خارجی به استان خواهد شد. همچنین طراحی مکانیزم سپرده‌گذاری سرمایه‌گذار برای اخذ اقامت در کشور نیز بایستی توسط مرکز خدمات سرمایه‌گذاری انجام شود که بایستی سازوکار اجرایی آن را فراهم آورد.
- فعال کردن تعاونی‌های مرزنشین خراسان جنوبی و ارائه سهم مرزنشینان از مبادلات مرزی: فعال کردن بازارچه‌های مرزی استان با ارائه سهم مرزنشینان خصوصاً در فروش سوخت از مبادلات مرزی اتفاق خواهد افتاد و با این امر سود ناشی از تجارت خارجی استان نصیب مردم استان خواهد شد. این در حالی است که مشاهدات تیم مجری از مرز ماهیرو و شهرستان سربیشه که مهم‌ترین بازارچه مرزی استان با افغانستان را در خود دارد نشان از رکود در فعالیت‌های تجاری مرزنشینان با تجار افغانستان دارد.
- تحلیل زنجیره ارزش و تدوین استراتژی مناسب کشت جایگزین در استان و استفاده از مزیت نسبی وارداتی محصولات کشاورزی افغانستان: افغانستان یکی از تولیدکنندگان عمده میوه و خشکبار در منطقه بوده و از مزیت صادراتی نیز برخوردار است که بایستی مورد توجه استان خراسان جنوبی قرار گیرد. زنجیره ارزش تولید خشکبار و میوه‌های خشک افغانستان بایستی در هر بخش این زنجیره ارزش مشخص نماییم چه مزیت‌هایی وجود دارد که در استان می‌توانیم از آن استفاده کنیم. با شکل‌دهی خوشه صنعتی و نقش‌دهی موثر به دانشگاه‌های استان در سراسر خوشه می‌توان تحرک جدی در صنعت و دانشگاه ایجاد نمود. ایجاد خوشه خشکبار و استقرار زنجیره ارزش فراوری و تولید خشکبار در استان خراسان جنوبی با تاکید بر محصولات کلیدی استان و محصولات وارداتی از افغانستان می‌تواند ارزش افزوده فراوانی برای استان ایجاد نماید. در این زمینه بایستی مطالعه مناسبی در مورد محصولاتی که می‌توان فراوری و تولید نمود انجام شود.
- لزوم نهادسازی جهت توسعه تجارت خارجی در استان خراسان جنوبی با تمرکز بر افغانستان: با توجه به این تعریف می‌توان خراسان جنوبی را نمونه مناسبی از یک بازار نوظهور در رابطه با تجارت با افغانستان در نظر گرفت که بسیاری از نهادهای واسطه‌ای لازم برای تسهیل مبادلات تجاری میان تجار ایران و افغانستان در آن وجود ندارد و یا کارکرد ضعیفی دارد. مثلاً می‌توان به عدم وجود مجموعه‌های قابل اطمینان تحقیقات بازار در استان خراسان جنوبی اشاره کرد که بتوانند مشاوره‌های کاملی در زمینه ورود به بازار افغانستان را به تجار ایرانی ارائه دهند.
- فعال کردن جایزه‌های صادراتی برای تجار استان که به افغانستان و کشورهای دیگر کالا صادر می‌کنند.

- راهاندازی توریسم سلامت در استان با هدف‌گیری افغانستان و تاسیس درمانگاه‌های مرزی جهت ارائه خدمات درمانی و دارویی به مردم افغانستان: با توجه به عدم تعریف فرایندی مناسب برای جذب توریسم سلامت از افغانستان، هم‌اکنون برای صدور ویزا از سوی ایران زمان زیادی صرف می‌شود و این در حالی است که ورود بیماران افغان برای سیر مراحل درمانی به ایران برای آن‌ها مسافت و هزینه کمتری را به همراه دارد و توسعه توریسم درمانی در ایران می‌تواند به سود دو کشور همسایه ایران و افغانستان باشد. به نظر می‌رسد که هدف استان باید فعالسازی گردشگری درمانی برای مردم افغانستان خصوصاً غرب افغانستان و استفاده از ظرفیت بیمارستان‌های مجهز در شهر بیرجند باشد. شکل زیر بخشی از مزایای استان در زمینه جذب توریسم سلامت را نشان می‌دهد.

<p>کیفیت بالا</p> <p>بیرجند دارای بیمارستان‌های مجهز و باکیفیتی است که از تجهیزات با تکنولوژی بالا استفاده می‌کنند و خدمات پزشکی و زیبایی با کیفیت بالایی ارائه می‌شود.</p>	<p>قیمت مناسب</p> <p>هزینه‌ی خدمات پزشکی در بیرجند برای مردم غرب افغانستان خصوصاً استان فراه به نسبت به پاکستان و هند بسیار پایین‌تر است. با توجه به نبود راه مناسب دسترسی به این کشورها برای مردم فراه بسیار سخت و پرهزینه است.</p>
<p>موقعیت جغرافیایی</p> <p>راه دستیابی مردم فراه افغانستان به استان خراسان جنوبی بسیار راحت‌تر و کم‌هزینه‌تر از هند و پاکستان به عنوان رقبای استان در زمینه جذب توریسم سلامت است.</p>	<p>پزشکان برجسته و خوشنام</p> <p>پزشکان و اساتید زیادی در بیرجند فعالیت می‌کنند که در ایران صاحب نام هستند و حسن شهرت‌شان به جذب توریسم کمک می‌کند.</p>

شکل ۳. از مزایای استان در زمینه جذب توریسم سلامت از افغانستان

شکل ۴ چارچوب مفهومی که می‌تواند پایه‌ای برای مطالعات بیشتر در جهت توسعه خدمات گردشگری سلامت در استان خراسان جنوبی قرار گیرد را نشان می‌دهد.



شکل ۴. چارچوبی برای بررسی و اجرای برنامه جذب توریست سلامت در استان خراسان جنوبی

- راه اندازی فروشگاه های بزرگ خرده فروشی با حضور برندهای ایرانی در بازارچه مرزی ماهیرود: این کار علاوه بر ایجاد اشتغال برای مرزنشینان، زمینه فروش مناسب محصولات ایرانی مورد نیاز مردم افغانستان را نیز فراهم می کند. خوشبختانه مجوزهای این کار گرفته شده است و بایستی امور اجرایی آن با همکاری نهادهای مربوطه در استان انجام شود. به عبارت دیگر می توانیم منطقه "درج" نزدیک ماهیرود را به بانه شرق کشور تبدیل کنیم. اداره امور اقتصادی و استانداری باید برنامه مناسبی در این زمینه تدوین کرده و جهت تصمیم گیری به مقامات بالاتر ارائه دهند
- تاسیس پردیس بین الملل در منطقه ویژه اقتصادی بیرجند برای دانشجویان افغان.
- سرمایه گذاری در زمینه تولید و صادرات محصولات غذایی و مصرفی متناسب با نیاز بازار کشور افغانستان با توجه به مرز مشترک و وجود بازارچه ها و گمرک مرزی؛
- صدور خدمات فنی و مهندسی و پشتیبانی توسعه کشور افغانستان با تکیه بر صدور خدمات فنی - مهندسی و سرمایه گذاریهای مشترک اقتصادی و افزایش تعاملات با کشور پاکستان؛

- افزایش اقلام قابل ترانزیت از استان به کشور افغانستان با عنایت به موقعیت و ظرفیتهای مرز ماهیرود از جمله؛ لوازم یدکی خودرو، لوازم یدکی ماشین آلات سبک و سنگین، پارچه، پوشاک و ...
- پوشش ریسک بازار افغانستان توسط صندوق ضمانت صادرات پیگیری گردد و همچنین تأسیس نمایندگی بیمه محصولات صادراتی تجار به منظور کاهش ریسک تجار و فعالان اقتصادی طرفین؛
- رفع تعهد ارزی پبله وران با میسر شدن امکان واردات کالا با کارت پبله وری یا بازرگانی از سایر گمرکات کشور، امکان واگذاری پروانه (اظهارنامه) صادراتی کارت های پبله وری به اشخاص دیگر و تفویض اختیار اقلام وارداتی مورد نیاز مرز نشینان به گمرکات استان؛
- انعقاد تفاهم نامه ایجاد بازارچه های خرده فروشی مرزی با افغانستان با هدف بهبود معیشت مردم ساکن مناطق مرزی دو کشور؛
- عمده ترین محصولات صادراتی کشور افغانستان خشکبار، سنگهای قیمتی، فرش و گلیم دستباف، پشم و محصولات گوسفند، زعفران، میوه و پنبه می باشد که جهت برقراری توازن تجاری بین استان و کشور افغانستان و حفظ بازار صادراتی این کشور پیشنهاد می گردد امکان افزایش واردات محصولات کشاورزی از کشور افغانستان جهت فرآوری و صادرات مجدد در منطقه ویژه اقتصادی بیرجند فراهم گردد؛
- سرمایه گذاری درمعدن فلزات و سنگهای قیمتی کشور افغانستان و تامین نیاز واحد های تولیدی استان از این کشور؛
- توسعه همکاری های تجاری از جمله در زمینه های حمل و نقل کالا، تهاتر محصولات، کاهش تعرفه ها (برقراری تعرفه های ترجیحی) بین ایران و افغانستان؛
- یکی از موانع توسعه صادرات استان؛ فراهم نبودن زیرساخت های گمرکی در مرزهای استان می باشد. برای بسط و توسعه همکاری تجاری بین دو کشور ایران و افغانستان ضروری است برنامه ایجاد و توسعه زیرساختهای لازم در منطقه ویژه ماهیرود و بازارچه های مرزی استان از جمله ساخت جاده ماهیرود (جاده مواصلاتی بین بیرجند و شهر فراه)، ایجاد دفتر صدور روادید، راه اندازی صرافیه، تامین برق گمرک، استقرار آزمایشگاه، افزایش نیروی انسانی گمرک و تامین مسکن کارکنان در دستور کار قرار گیرد. قابل ذکر است که ساخت جاده مواصلاتی بین بیرجند و شهر فراه که نقش مهمی در توسعه ترانزیت دارد، سالهاست که به علت عدم تامین بودجه توسط وزارت راه و شهرسازی، به تاخیر افتاده است که در این خصوص نیاز است بودجه کافی تخصیص پیدا کند.
- تأمین سوخت جایگزین: بسیاری از واحدهای تولیدی بخصوص تولید کنندگان صنعت سیمان، به دلیل قطعی گاز و عدم در اختیار قرار گرفتن به موقع سوخت جایگزین گاهها نمی توانند با تمام ظرفیت تولید نمایند و این مسئله نه تنها بر صادرات اثر گذاشته، بلکه تامین بازار داخلی را نیز دچار چالش نموده است. بنابراین، توجه به مسائل و مشکلات واحدهای تولیدی از جمله تامین سوخت جایگزین در جهت عدم تعطیلی این واحدها و توسعه صادرات استان موثر خواهد بود.
- ایجاد صندوق ضمانت صادرات: عدم اعتبار سنجی تجار افغانی، ریسک فعالیت های صادراتی را افزایش داده است. در این خصوص پیشنهاد می شود صندوق ضمانت صادرات این ریسک ها را پوشش دهد.

- ایجاد، توسعه و تقویت خوشه های صادراتگرای محصولات استراتژیک استان ضمن بکارگیری فنون نوین بازاریابی و تولید براساس استانداردهای روز دنیا و مطابق با نیاز مصرف کننده از جمله: توسعه خوشه های صادراتی فرش دستباف (فرش دستباف مود) و سنگ به عنوان قابلیت های صادراتی شهرستان
- تجارت یکطرفه با کشور افغانستان موجب از دست دادن بازار صادراتی آن کشور می گردد. لذا جهت رونق مبادلات در بازارچه های مرزی و توسعه و توازن تجاری با کشور افغانستان ضروری است واردات برخی کالاهای کشاورزی، صنعتی، معدنی از طریق تفویض اختیار برخی مجوز ها از جمله صدور مجوز واردات کالاهای محصولات بخش کشاورزی (اعم از خام و یا فرآوری شده) با تعیین سقف مشخص، با رعایت اعمال مقررات قرنطینه ای به گمرکات و بازارچه های مرزی استان صورت گیرد.
- تسهیل در فرآیند معافیت های موضوع ماده ۱۱۹ که با نظر وزارت صنعت، معدن و تجارت و دفاتر تخصصی آن اعمال می گرددو مستلزم ثبت اطلاعات در سامانه بهین یاب و طی مراحل طولانی می باشد.
- سیاست گذاری و جهت دهی بازارچه های مرزی به سمت مشاغل خدماتی که می تواند راهگشایی مناسب برای ارتقای شغلی مرزنشینان باشد، که لازمه این امر بهبود زیرساخت هایی همچون راه های ارتباطی به بازارچه بویژه امکانات حمل و نقل جادهای، ایجاد غرفه های متعدد، تامین اعتبارات به منظور استقرار خدمات رفاهی در بازارچه
- مشارکت دادن افراد بومی و محلی نیز در مبادلات تجاری به گونه ای که تمام افراد و گروه ها از فعالیت های بازارچه سود ببرند، از دیگر راهکارهای مهم در این زمینه می باشد.
- ایجاد، توسعه و تقویت خوشه های صادراتگرای محصولات استراتژیک استان ضمن بکارگیری فنون نوین بازاریابی و تولید براساس استانداردهای روز دنیا و مطابق با نیاز مصرف کننده.
- رایزنی با دولت افغانستان برای موافقت با بازگشایی بازارچه های مرزی ۳ گانه مسدود شده گلورده، دوکوهانه و یزدان.
- جهت توسعه صادرات و رونق بازارچه های مرزی استان خصوصاً با کشور افغانستان نیاز است روابط تجاری بین دو کشور دو سویه شود، تحقق این امر از طریق امکان واردات از کشور افغانستان مانند واردات برخی محصولات کشاورزی و ... برای تجار افغانی میسر می گردد. در این خصوص، استقرار آزمایشگاه و سیستم بهداشتی در گمرک ماهیروود جهت فراهم شدن امکان واردات محصولات کشاورزی و دیگر تولیدات مزیت دار افغانستان و برقراری توازن تجاری با این کشور ضروری است.
- استان خراسان جنوبی مشمول مصوبه شماره ۵۴۲۳۱ت۵۳۲۴هـ مورخ ۱۳۹۶/۵/۷ هیات محترم وزیران و معافیت های آن گردد.
- ثبت برند شرکت های تولیدی ایرانی و ایجاد نمایندگی فروش در کشور افغانستان در سه سطح محصول بنگاه و ملی و بالعکس تسهیل و عملیاتی گردد.
- سرمایه گذاری مشترک خارجی در حوزه فرآوری مواد معدنی و محصولات ساختمانی و صادرات مجدد محصولات معدنی در منطقه ویژه اقتصادی بیرجند و منطقه ویژه اقتصادی گمرک ماهیروود بین سرمایه گذاران ایرانی و ولایت فراه افغانستان صورت گیرد.

- ایجاد دفتر نمایندگی فروش محصولات استان و تهیه بانک اطلاعات محصولات واحدهای تولیدی با مشارکت سازمان صنعت، معدن و تجارت، سازمان جهاد کشاورزی، شرکت شهرک های صنعتی و دستگاه های ذیربط.
- ایجاد دفتر صادرات خدمات فنی- مهندسی و انتقال دانش و تکنولوژی با مشارکت کلیه سازمان های نظام مهندسی، اتاق اصناف، بنیاد نخبگان، شرکت های دانش بنیان استان و سایر دستگاه های ذیربط.
- راه اندازی پرواز مستقیم به کشور افغانستان.
- گسترش فعالیت های تولیدی کوچک مقیاس مطابق با ویژگی های انسانی و محیطی منطقه از جمله صنایع فرآوری محصولات کشاورزی، صنایع دستی و ... می تواند از طریق صادرات محصولات به کشورهای همجوار و مسئله اشتغال زایی خانوارهای روستایی و مرزنشینان را تا حدودی برطرف نماید.
- توسعه و بهبود امکانات حمل و نقل جادهای با توجه به حجم بالای صادرات به کشور افغانستان و تردد روزانه مسافران و کامیونها و عریض نمودن جاده های ارتباطی در مرز ماهیرو؛
- برگزاری نشست های مشترک اقتصادی با کشور افغانستان با همکاری و هماهنگی بیشتر اتاق های بازرگانی دو طرف و برگزاری نمایشگاه های محصولات تولیدی و فرصت های سرمایه گذاری.
- ایجاد زمینه های مناسب به منظور بهره وری هر چه بیشتر مردم بومی و محلی از طریق مشارکت دادن آنها در مبادلات تجاری به گونهای که تمام افراد و گروهها از فعالیتهای بازارچه سود ببرند، میتواند به بهبود وضعیت معیشتی خانوارهای روستایی منطقه کمک قابل توجهی بنماید.
- موضوع سرمایه گذاری در صنعت توریسم زیارتی و توریسم درمانی جهت افزایش صادرات خدمات به کشور افغانستان و پاکستان مد نظر قرار گیرد.
- حضور بیش از پیش سرمایه گذاران ایرانی در بازار بکر مواد سوختی و نفتی افغانستان و استفاده بهینه تر از فرصتهای موجود در این بازار بر اساس پیشنهاد اعضای اتحادیه مواد نفتی منطقه غرب افغانستان.
- تدوین برنامه عملیاتی توسعه صادرات به افغانستان با هماهنگی استان های خراسان رضوی و سیستان و بلوچستان
- با توجه به وجود زمین های قابل کشت در کشور افغانستان انعقاد موافقت نامه کشت فراسرزمینی محصولات کشاورزی بویژه زعفران پیشنهاد می گردد.

نتیجه گیری

در این تحقیق به موضوع تجارت خارجی استان خراسان جنوبی با افغانستان به عنوان عامل مهم توسعه پایدار و متوازن استان پرداخته شد. موضوعاتی همچون ارائه راهکارهای توسعه صادرات (کالا و خدمات) استان خراسان جنوبی به افغانستان و بررسی قابلیتهای وارداتی با رویکرد محصولات خام و فرآوری نشده جهت فراوری آنها به منظور ایجاد ارزش افزوده بیشتر بررسی گردید که فرصتهایی چون ایجاد خوشه صنعتی خشکبار در استان با تمرکز بر واردات مواد خام از افغانستان، ضرورت ایجاد زیرساخت های نهادی در زمینه توسعه تجارت و ... ارائه گردید. امید است که تصمیم گیران در این زمینه با بکارگیری راهکارهای فوق گام مهمی در جهت توسعه تجارت در استان خراسان جنوبی بردارند.

منابع و مآخذ

- صادقی سیدکمال، خداوردی زاده صابر خداوردی زاده محمد. (۱۳۹۰)، "تعیین مزیت نسبی صادراتی و ساختار بازار صادرات و واردات جهانی زعفران"، مجله تحقیقات اقتصاد کشاورزی.
- چیذری، امیرحسین و یاسوری، سمیه ابوالحسنی، "بررسی مزیت های نسبی واولویت بندی بازارهای هدف کیوی صادراتی ایران"، اقتصادکشاورزی و توسعه، سال نوزدهم، شماره ۷۰.
- دشتی، قادر؛ خداوردیزاده، محمد، محمدرضایی، رسول و فتحی، یحیی، (۱۳۹۰)، "بازار و اولویت بندی بازارهای هدف پسته ایران"، مجله دانش کشاورزی، جلد ۱۹.
- ولی بیگی، حسن، (۱۳۸۵)، "اولویتبندی بازارهای هدف صادراتی و موانع حضور در آنها مطالعه مورد: منتخبی از محصولات صادراتی مواد غذایی"، فصلنامه پژوهشنامه بازرگانی، شماره ۴۱.
- امجدی، افشین؛ محمدزاده، رویا و باریکانی، الهام، (۱۳۸۹)، "تعیین بازارهای هدف صادرات پسته و خرمای ایران با استفاده از الگوی تقاضای صادرات و روش غربالگری"، مجله اقتصادکشاورزی و توسعه، سال هجدهم، شماره ۷۰.
- متفکرآزاد، محمدعلی؛ غالبی، صادق و جهانگیری، خلیل، (۱۳۹۰)، "بررسی مزیت نسبی و اولویت بندی بازارهای هدف صادرات صنایع پوست و چرم ایران"، پژوهشنامه علوم اقتصادی ۶-۱۱.
- تاجیک، مهدی، (۱۳۹۲)، "گزارش نظر سنجی ماهانه از هیات نمایندگان اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی ایران با موضوع نگاهی به چالش های توسعه صادرات غیر نفتی کشور".
- سازمان توسعه تجارت ایران
- اداره کل گمرکات استان خراسان جنوبی
- Fathi, Y(۲۰۰۲), "Tariffs and non-tariffs barriers of Iran's export in goal markets", Institute of commerce research and study, Tehran, Iran.
- Khaksar Astaneh, H; Yaghoubi, H., and Kalateharabi, V (۲۰۱۴), Determining Revealed Comparative Advantage and Target Markets for Iran's Stone Fruits. Journal of Agricultural Science and Technology (JAST). ۱۶: ۲۵۳-۲۶۴.
- Mubin Shah ,S. (۲۰۱۵); "Main Investment Opportunities In Afghanistan", Afghanistan Investment Support Agency .Research and Policy Department.

منابع اینترنتی

- <https://www.export.gov/article?id=Afghanistan-market-opportunities>
- <http://mines.pajhwok.com/introduction-mining-companies-working-afghanistan>