



اقتصاد و مدیریت بازرگانی

جایگاه ارزش تجاری محصولات باغی ایران در بازار مشترک اسلامی

امیرحسین چیدری

(دکترای اقتصاد، گروه اقتصاد کشاورزی دانشگاه تربیت مدرس)

رضا نجارزاده

(دکترای اقتصاد، موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی)

همان شیوه سنتی و با ارزش‌افزایی کمتر به بازارهای بین‌المللی صادر شده‌اند. از طرف دیگر شرکای تجاری ایران در محصولات کشاورزی نیز محدود به چند کشور است؛ همین‌طور فعالیت ایران در صادرات محصولات کشاورزی به کشورهای عضو بازار مشترک اسلامی محدود است و از روند صعودی پیروی نمی‌کند؛ میزان صادرات محصولات کشاورزی ایران به کشورهای عضو این بازار با نوساناتی مواجه بوده است. نکته جالب توجه دیگر این که برخی از کشورهای واردکننده اسلامی مانند امارات، ترکیه و کشورهای غیراسلامی چون اسپانیا با انجام عملیات اضافی فرآوری و بسته‌بندی مناسب محصولات ایران را با ارزش‌افزایی بالاتری به صورت صادرات مجدد به بازارهای جهانی روانه می‌کنند.

افزایش صادرات محصولات کشاورزی ایران طی چند سال گذشته قابل توجه و دال بر ظرفیت بالای صادراتی این بخش است، با وجود این بازاریابی و بازار رسانی در صادرات محصولات کشاورزی کاستی‌های بسیاری دارد. برای دستیابی به وضع مطلوب صادرات و ارائه سیاست‌های مناسب در کشورهای اسلامی نیازمند بررسی وضع موجود ایران در میان کشورهای عضو و غیرعضو هستیم. بنابراین، در ادامه به بررسی این وضع به تفکیک کالایی می‌پردازیم.

نتایج تحقیق

در جدول شماره (۱) مقادیر مربوط به این متغیرها در ۱۲ کشور بهره‌مند از بیشترین و کمترین میانگین تولید ناخالص داخلی واقعی سرانه (برحسب برابری قدرت خرید) در دوره زمانی سال‌های ۹۸-۱۹۹۰ نشان داده شده است. ملاحظه می‌شود که بیشترین میانگین تولید ناخالص داخلی واقعی سرانه به کشورهای برونی دارالاسلام، کویت، قطر، امارات عربی متحده و بحرین اختصاص دارد و از سوی دیگر کمترین مقادیر این متغیر در کشورهای مالی، نیجر، سیرالئون،

این مقاله با استفاده از داده‌های موجود معتبر، بازار محصولات کشاورزی (پسته، خرما، سیب درختی، انگور و کشمش) را در کشورهای عضو بازار مشترک اسلامی بررسی می‌کند و به سهم و جایگاه ایران در این بازار می‌پردازد.

مقدمه

از آنجایی که نوسانات بازار نفت موجب تغییر در میزان درآمد کشور می‌شود و بالطبع بر سایر فعالیت‌های کشور نیز تاثیر می‌گذارد، جان‌نشین‌سازی درآمدهای نفتی با درآمد حاصل از صادرات غیرنفتی تنها راه مبارزه با اقتصاد تک محصول نفت است. طبیعی است تامین نیاز عظیم ارزی کشور در شرایط فعلی فقط با تاکید بر توسعه صادرات بخش‌های مختلف اقتصادی به ویژه کشاورزی امکان‌پذیر است.

تا قبل از برنامه پنج ساله اول، بیش از ۵۰ درصد صادرات غیرنفتی کشور را صادرات محصولات کشاورزی تشکیل می‌داد. با سیاست‌های تشویق صادرات در طی برنامه اول هر چند از لحاظ مقدار و ارزش شاهد رشد بالایی در صادرات بخش کشاورزی بوده‌ایم اما سهم صادرات کشاورزی از کل صادرات غیرنفتی از ۴۷/۰۱ درصد در سال ۱۳۶۸ به ۲۳/۵۵ درصد در سال ۱۳۷۲ کاهش یافت. () البته طبق نظریه‌های توسعه اقتصادی، در حرکت کشور به سوی صنعتی شدن چنین رویدادی قابل پیش‌بینی است، یعنی سهم بخش کشاورزی از کل صادرات کاهش می‌یابد و در عوض ارزش‌افزایی محصولات صادراتی کشاورزی و قیمت آن‌ها روند صعودی می‌یابد. هر چند کاهش سهم بخش کشاورزی از صادرات غیرنفتی با چنین منطقی قابل توجیه است اما متأسفانه طی برنامه‌های اول و دوم توسعه محصولات صادراتی کشور بیشتر به

و چاد می باشد.

با اندکی دقت در جدول ۱ این نکته مشخص می شود که هم گام با افزایش تولید ناخالص داخلی واقعی سرانه از سهم بخش کشاورزی از ارزش افزوده کل کاسته و بر سهم بخش صنعت افزوده می شود. در این راستا، در حالی که در کشورهای سیرالئون، نیجر و مالی با کمترین تولید ناخالص داخلی واقعی سرانه سهم بخش کشاورزی از ارزش افزوده کل به ترتیب ۴۳، ۴۹، ۹۰/۴۵ درصد می باشد. در کشورهای امارات عربی متحده، کویت و برونی دارالاسلام با بیشترین تولید ناخالص داخلی واقعی سرانه سهم همین بخش به ترتیب معادل ۲/۸، ۰/۱۵، ۲ درصد می باشد.

همچنین سهم بخش صنعت از ارزش افزوده کل در کشورهای سیرالئون، نیجر، و مالی به ترتیب معادل ۲۵/۵، ۱۷/۵، ۱۶/۷ درصد می باشد. (۱) و این در حالی است که در کشورهای امارات عربی متحده، کویت، برونی دارالاسلام، به ترتیب ۵۹/۳، ۷۴/۲، ۴۸/۱ درصد از ارزش افزوده کل در بخش صنعت تحقق یافته است. در این گروه از کشورها ایران با بیشترین سهم بخش کشاورزی از کل ارزش افزوده جای دارد. کشورهای اسلامی بهره‌مند از بیشترین تولید ناخالص واقعی سهم بخش کشاورزی از ارزش افزوده کل در مقایسه با ایران بسیار ناچیز است. اما این گروه از کشورهای اسلامی از تولید ناخالص داخلی واقعی سرانه بالایی برخوردار می باشند. این مطلب نشانگر این موضوع است که ایران می تواند با برنامه ریزی های مناسب شرایط مزیت های نسبی بیشتری را برای محصولات باغی در میان کشورهای اسلامی بوجود آورد.

جدول شماره (۱) - سهم بخش های کشاورزی، صنعت و خدمات از ارزش افزوده کل در دوره زمانی سالهای ۱۹۹۰-۱۹۹۸ در کشورهای عضو سازمان کنفرانس اسلامی بهره مند از کمترین و بیشترین میانگین تولید ناخالص واقعی سرانه

ارقام دلار (مجموعه برابری دلار - هر دلار)

کشور اسلامی بهره مند از بیشترین تولید ناخالص داخلی واقعی سرانه	کشور اسلامی بهره مند از کمترین تولید ناخالص داخلی واقعی سرانه			کشور اسلامی بهره مند از بیشترین تولید ناخالص داخلی واقعی سرانه	کشور اسلامی بهره مند از کمترین تولید ناخالص داخلی واقعی سرانه		
	GDP	کشور	سرانه		GDP	کشور	سرانه
۵۸۲۶	۲۵۸	۱۹۹۰	۲۸۸	۲۱۹۵/۱۲	۲۸	۱۹۹۰	۲۸۸
۷۲۲۳	۲۸	۱۹۹۰	۲۸۸	۱۹۴۵/۱۱	۱۵	۱۹۹۰	۲۸۸
۷۲۷۸	۲۳	۱۹۹۰	۲۸۸	۱۸۸۵/۱۰	—	—	—
۷۶۶۲	۲۱	۱۹۹۰	۲۸۸	۱۸۴۵/۱۰	۲	۱۹۹۰	۲۸۸
۷۹۱۸	۲۲/۸	۱۹۹۰	۲۸۸	۱۲۱۵/۰۵	۱	۱۹۹۰	۲۸۸
۷۹۲۶	۲۲/۸	۱۹۹۰	۲۸۸	۱۰۰۰/۰۰	۱	۱۹۹۰	۲۸۸
۸۱	۲۲/۸	۱۹۹۰	۲۸۸	۱۰۰۰/۰۰	۱	۱۹۹۰	۲۸۸
۱۰۵۲	۲۲/۸	۱۹۹۰	۲۸۸	۸۰۰/۰۰	۱	۱۹۹۰	۲۸۸
۱۱۰۰	۲۲/۸	۱۹۹۰	۲۸۸	۸۰۰/۰۰	۱	۱۹۹۰	۲۸۸
۱۱۷۷	۲۲/۸	۱۹۹۰	۲۸۸	۵۲۰/۰	—	—	—
۱۱۸۲	۲۲/۸	۱۹۹۰	۲۸۸	۵۱۲/۰	—	—	—

منبع: <http://www.undp.org/>

صادراتی بهره مند بوده است. صادرات پسته تا سال ۱۳۵۲ روند بسیار ملایمی را طی کرده و به تدریج جایگاهی در بین محصولات صادرات کشاورزی به دست آورده است. البته، ایران تا سال ۱۳۶۱ در بازار جهانی پسته تقریباً بدون رقیب بود.

از سال ۱۳۶۱ به بعد ایالات متحده آمریکا که تا آن زمان صرفاً واردکننده پسته بود با عرضه محصول ایالت کالیفرنیا، با کیفیت قابل رقابت و بسته بندی و تبلیغات قوی، به عنوان رقیب بالقوه ای پا به بازار جهانی پسته نهاد.

پس از انقلاب و تا سال ۱۳۶۶ پسته ایران بیشتر به دو کشور آلمان غربی و امارات متحده عربی صادر می شد. به وضوح معلوم است که این کشورها به ویژه ایالات متحده عربی در داخل توانایی جذب این حجم از پسته را ندارد؛ بنابراین اقدام به صادرات مجدد می کرده اند. پس از سال ۱۳۶۷ دامنه صادرات پسته به کشورهای بیشتری گسترش یافت، اما خریداران اصلی دوباره به چند کشور خلاصه شده است. بازار مشترک اروپا همچنان بازار اصلی پسته ایران به شمار می رود.

بر مبنای محاسبات انجام شده در جدول (۲)، ارزش تجارت محصول پسته در میان کشورهای صادرکننده عضو و غیره عضو بازار مشترک اسلامی به کشورهای واردکننده عضو این بازار نشان داده شده است. کشورهای اسلامی واردکننده پسته عبارتند از: عربستان سعودی، مالزی، مصر، عمان، ترکیه، تونس، الجزایر، اندونزی، بنگلادش، گابن کامرون و مراکش. کل تقاضای محصول پسته کشورهای اسلامی اندونزی و گابن را کشورهای صادرکننده غیرعضو این بازار تامین می کنند؛ کل بازار تقاضای کشورهای اسلامی ترکیه و تونس را کشورهای صادرکننده اسلامی تامین می کنند.

حدود ۹۶ درصد سهم ارزش تجاری بازار واردات کشور عربستان سعودی که معادل ۸ میلیون دلار است را کشورهای صادرکننده اسلامی عضو این بازار تامین می کنند که سهم ایران از آن ۹۴ درصد (معادل ۸/۷ میلیون دلار) است؛ مابقی تقاضای بازار عربستان سعودی را کشورهای غیرعضو مانند هند، چین، آمریکا و سنگاپور تامین می کنند که ارزش تجاری آن ۳۷۲ هزار دلار است. حدود ۱۷ درصد از واردات پسته کشور مالزی به ارزش ۴۱۲ هزار دلار را ایران و حدود ۸۳ درصد مابقی به ارزش ۱/۹ میلیون دلار را آمریکا تامین می کنند.

حدود ۸۴ درصد از واردات پسته مصر به ارزش ۱/۲ میلیون دلار متعلق به کشورهای صادرکننده عضو این بازار است؛ سهم ایران از آن ۶۷ درصد (۸۱۵ هزار دلار) است؛ مابقی به ارزش ۲۳۵ هزار دلار متعلق به کشورهای صادرکننده غیراسلامی است. در بازار وارداتی پسته کشورهای الجزایر، بنگلادش و مراکش به ترتیب سهم ارزش تجاری کشورهای صادرکننده اسلامی حدود ۶۲، ۴۱ و ۳۶ درصد است؛ مابقی سهم متعلق به کشورهای صادرکننده غیرعضو است.

از کل بازار تقاضای کشورهای اسلامی عضو بازار مشترک اسلامی حدود ۸۲ درصد به ارزش ۱۴۲ میلیون دلار متعلق به کشورهای صادرکننده اسلامی و ۱۷/۹ درصد به ارزش ۳/۸ میلیون دلار متعلق به کشورهای غیرعضو است. از کل ارزش تجارت کشورهای صادرکننده عضو این بازار سهم ایران ۸۰ درصد است. در میان کشورهای اسلامی صادرکننده، کشورهای ایران و امارات بیشترین سهم ارزش تجاری را به خود اختصاص داده اند. اما در مجموعه کل کشورهای صادرکننده عضو و غیرعضو این بازار سهم ایران در بازار محصول

بازار پسته

ایران به عنوان موطن اصلی پسته، مهمترین تولیدکننده این محصول است. در حال حاضر بیش از ۶۰ درصد پسته دنیا در ایران تولید می شود. پسته به عنوان محصول مهم صادراتی تقریباً در تمامی سالها در کانون توجه قرار داشته و از امکانات و تسهیلات مناسب تری نسبت به دیگر محصولات

جدول (۲). ارزش تجاری و سهم بازار پسته در میان کشورهای صادرکننده عضو و غیرعضو

بازار مشترک اسلامی											
کشور	ارزش	سهم	کشور	ارزش	سهم	کشور	ارزش	سهم	کشور	ارزش	سهم
ایران	۸۷۵۲	۴۱٪	مصر	۸۱۵	۳٪	عمان	۱۰۰	۰٪	سودان	۱۰۰	۰٪
اندونزی	۱۲۱	۰٪	بنگلادش	۱۳	۰٪	کامرون	۱۳	۰٪	فرانسه	۱۳	۰٪
سوریه	۲۸	۰٪	تونس	۲۹۵	۱٪	عراق	۲۹۵	۱٪	ایران	۲۹۵	۱٪
ترکیه	۲۸	۰٪	الجزایر	۱۸۷	۰٪	مراکش	۱۸۷	۰٪	ایران	۱۸۷	۰٪
افغانستان	۲۴	۰٪	سودان	۱۸۷	۰٪	کامرون	۱۸۷	۰٪	ایران	۱۸۷	۰٪
مصر	۲۱	۰٪	بنگلادش	۱۳	۰٪	کامرون	۱۳	۰٪	فرانسه	۱۳	۰٪
سهم	۴۲۷۵	۲۰٪	مصر	۷۷۹	۳٪	عمان	۱۰۰	۰٪	سودان	۱۰۰	۰٪
عضو OIC	۹۶/۱۲	۰٪	بنگلادش	۲۰۰	۰٪	کامرون	۲۰۰	۰٪	فرانسه	۲۰۰	۰٪
درصد	۱۷/۳۵	۰٪	بنگلادش	۲۰۰	۰٪	کامرون	۲۰۰	۰٪	فرانسه	۲۰۰	۰٪
عضو OIC	۹۶/۱۲	۰٪	بنگلادش	۲۰۰	۰٪	کامرون	۲۰۰	۰٪	فرانسه	۲۰۰	۰٪
سهم	۱۷۷	۰٪	بنگلادش	۱۳	۰٪	کامرون	۱۳	۰٪	فرانسه	۱۳	۰٪
غیر OIC	۱۷۷	۰٪	بنگلادش	۱۳	۰٪	کامرون	۱۳	۰٪	فرانسه	۱۳	۰٪
هند	۱۱	۰٪	بنگلادش	۱۳	۰٪	کامرون	۱۳	۰٪	فرانسه	۱۳	۰٪
سنگاپور	۱۱	۰٪	بنگلادش	۱۳	۰٪	کامرون	۱۳	۰٪	فرانسه	۱۳	۰٪
مالزی	۱۷	۰٪	بنگلادش	۱۳	۰٪	کامرون	۱۳	۰٪	فرانسه	۱۳	۰٪
اسپانیا	۱۷	۰٪	بنگلادش	۱۳	۰٪	کامرون	۱۳	۰٪	فرانسه	۱۳	۰٪
هند	۱۱	۰٪	بنگلادش	۱۳	۰٪	کامرون	۱۳	۰٪	فرانسه	۱۳	۰٪
اسرائیل	۵۳	۰٪	بنگلادش	۱۳	۰٪	کامرون	۱۳	۰٪	فرانسه	۱۳	۰٪
ایران	۴۷	۰٪	بنگلادش	۱۳	۰٪	کامرون	۱۳	۰٪	فرانسه	۱۳	۰٪
سودان	۲۱	۰٪	بنگلادش	۱۳	۰٪	کامرون	۱۳	۰٪	فرانسه	۱۳	۰٪
سودان	۲۱	۰٪	بنگلادش	۱۳	۰٪	کامرون	۱۳	۰٪	فرانسه	۱۳	۰٪
مصر	۳۲	۰٪	بنگلادش	۱۳	۰٪	کامرون	۱۳	۰٪	فرانسه	۱۳	۰٪
درصد	۳۵۸	۱۶٪	بنگلادش	۱۳	۰٪	کامرون	۱۳	۰٪	فرانسه	۱۳	۰٪
غیر OIC	۴۶۷	۲۲٪	بنگلادش	۱۳	۰٪	کامرون	۱۳	۰٪	فرانسه	۱۳	۰٪
سهم	۲۳۸۸	۱۱٪	بنگلادش	۱۳	۰٪	کامرون	۱۳	۰٪	فرانسه	۱۳	۰٪
غیر OIC	۴۶۷	۲٪	بنگلادش	۱۳	۰٪	کامرون	۱۳	۰٪	فرانسه	۱۳	۰٪
سهم	۲۳۸۸	۱۱٪	بنگلادش	۱۳	۰٪	کامرون	۱۳	۰٪	فرانسه	۱۳	۰٪

UNCTAD TRAINS

کشورهای مصر، مراکش عمان، سودان و چاد را کشورهای صادرکننده بازار مشترک اسلامی تامین می کنند و کل بازار تقاضای وارداتی کشورهای کامرون و الجزایر را کشورهای صادرکننده غیر عضو این بازار تامین می کنند. کشور بنگلادش حدود ۱۱/۴۹ درصد از واردات خرما به ارزش ۴۱۲ هزار دلار را از کشورهای صادرکننده عضو این بازار تامین می کند؛ کشورهای مهم صادرکننده به این بازار امارات، پاکستان و مصر هستند. ۸۸/۵۱ درصد از واردات به ارزش ۳/۸ میلیون دلار از صادرکننده غیر عضو تامین می شود که هلند است.

در دو بازار تقاضای وارداتی کشورهای کامرون و الجزایر، فرانسه کل تقاضای وارداتی این دو کشور را تامین می کند. ۹۳/۶ درصد از بازار تقاضای وارداتی کشور اندونزی به ارزش تجاری ۱/۵ میلیون دلار متعلق به کشورهای عضو بازار مشترک اسلامی است؛ سهم ایران در این بازار ۷۸۲ هزار دلار است. ۶/۳۹ درصد سهم ارزش وارداتی این کشور متعلق به کشورهای صادرکننده غیر عضو یعنی استرالیا و آمریکا است.

کل تقاضای وارداتی خرمای کشور مراکش را کشورهای اسلامی صادرکننده خرما تامین می کنند؛ کل ارزش تجاری این بازار ۱/۷ میلیون دلار است؛ سهم ایران از حدود ۴ درصد بیشتر نیست؛ دو کشور صادرکننده اسلامی مهم در این بازار تونس و الجزایر هستند.

۵۵/۶ درصد از تقاضای وارداتی خرمای مالزی به ارزش ۷/۳ میلیون دلار متعلق به کشورهای صادرکننده عضو بازار مشترک اسلامی است؛ از این میزان، سهم ایران به تنهایی ۴۷ درصد به ارزش ۳/۴ میلیون دلار است. سهم باقیمانده به ارزش ۵/۸ میلیون دلار متعلق به کشورهای صادرکننده غیر عضو این بازار است. در میان کشورهای صادرکننده غیر عضو چین به

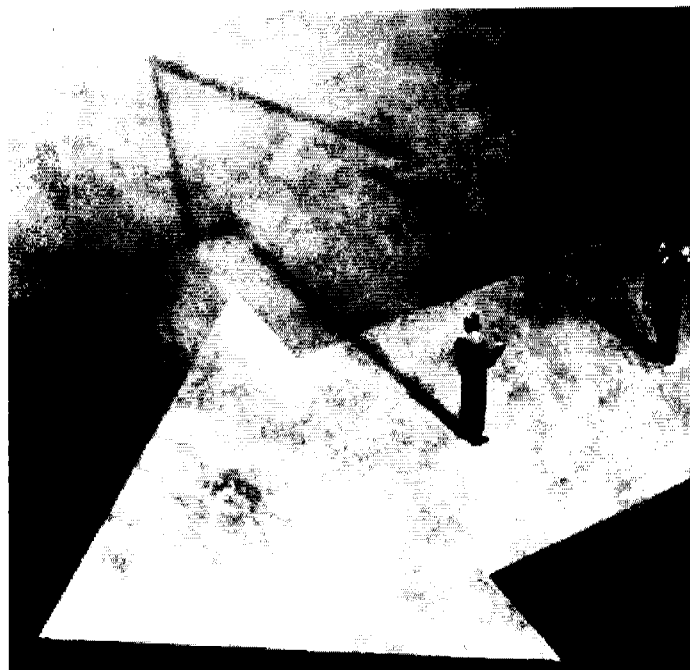
پسته، بر حسب ارزش، ۷۵ درصد است. در میان کشورهای صادرکننده غیراسلامی، آمریکا نسبت به دیگر صادر کنندگان غیر عضو بیشترین سهم را به میزان ۶۶ درصد دارد. با توجه به این که در سال های اخیر آمریکا و چین میزان سطح زیر کشت پسته خود را افزایش داده اند و در آینده نزدیک بازار جهانی خود را افزایش خواهند داد، می توان گفت که ایران باید در بازارهای کشورهای مالزی، بنگلادش و مراکش سهم خود را افزایش دهد و وارد بازارهای کشورهای الجزایر، اندونزی، گابن شود. در بازارهای کشورهای عربستان سعودی، مصر و مالزی یکی از رقبای ایران آمریکاست؛ در نتیجه، ایران باید فعالانه در این بازارها شرکت کند.

بازار خرما

بر اساس آمارنامه فائو تولید کنندگان خرما بالغ بر ۳۰ کشور هستند. البته، تولید اکثر آن ها آنچنان نیست که در سطح جهانی مطرح باشند. کشورهای مهم تولیدکننده در قاره آفریقا و آسیا واقع شده اند. بیش از ۹۹ درصد تولید جهانی خرما در این دو قاره صورت می گیرد. کشورهای عمده تولیدکننده بر حسب تولیدشان عبارتند از: ایران، عربستان، عراق، پاکستان، مصر، الجزایر، سودان، مراکش و تونس؛ حدود ۶۵ درصد تولید در آسیا و ۳۴ درصد به قاره آفریقا تعلق دارد.

رشد افزایش تولید خرما در ایران به ویژه پس از پایان جنگ ایران و عراق بسیار سریع بوده است به نحوی که در سال ۱۳۷۴ به بیش از ۷۸۰ هزار تن رسید. هر چند قبل از جنگ نیز صادرات خرمای ایران نسبت به صادرات جهانی این محصول اندک بود، اما صادرات آن با روند مناسبی در حال رشد بود. با شروع جنگ در سال ۱۳۵۹ و جنگ زدگی مناطق خرماخیز کشور، صادرات ایران از ۵۴ هزار تن در سال ۱۳۵۸ به نزدیک ۵۵۰ تن در سال ۱۳۵۹ کاهش یافت و در طول سال های ۱۳۵۹ تا ۱۳۶۷ در حدود ۱۵ هزار تن در سال باقی ماند، اما، از سال ۱۳۶۹ به سرعت رشد یافت به نحوی که در سال ۱۳۷۳ به حدود ۵۰ درصد از صادرات جهانی رسید. اما سیاست های بازدارنده ای چون پیمان ارزی و تثبیت نرخ ارز، صادرات خرما را با بحران جدیدی روبه رو کرد.

بر مبنای محاسبات انجام شده کشورهای واردکننده اسلامی خرما عبارت اند از: بنگلادش، کامرون، الجزایر، مصر، گابن، اندونزی، مراکش، مالزی، عربستان سعودی، سودان، چاد و ترکیه. کل بازار تقاضای وارداتی خرمای



کشور اسلامی صادرکننده، امارات است. سهم کشورهای صادرکننده غیر عضو در این بازار ۹۹/۸۸ درصد، به ارزش ۴۱ میلیون دلار است. در میان نه کشور صادرکننده غیر عضو به بازار اندونزی، کشورهای آمریکا، استرالیا، فرانسه و کانادا بیشترین سهم را به خود اختصاص داده‌اند. صادرات سیب آمریکا به تنهایی به ۳۲/۷ میلیون دلار است.

ارزش بازار تقاضای کشور مالزی برای کشورهای صادرکننده عضو بازار مشترک اسلامی بسیار ناچیز است؛ تنها کشور اسلامی صادرکننده ایران است که سهم آن ۱۲ هزار دلار است. سهم کشورهای صادرکننده غیر عضو بازار مشترک اسلامی، ۹۹/۹۵ درصد به ارزش ۲۳ میلیون دلار است. در میان هشت کشور صادرکننده غیر عضو، آمریکا، استرالیا و شیلی به ترتیب ۱۸، ۴۵ و ۱۱ درصد از سهم صادرات را به خود اختصاص داده‌اند.

کل ارزش بازار وارداتی سیب درختی کشور عربستان سعودی ۴۸/۹ میلیون دلار است. حدود ۳۲ درصد از این بازار به ارزش ۱۵ میلیون دلار متعلق به کشورهای صادرکننده اسلامی است. سهم ایران در میان کشورهای صادرکننده اسلامی ۶۳ درصد به ارزش ۹/۸ میلیون دلار است. اما حدود ۶۹ درصد به ارزش ۳۳ میلیون دلار متعلق به کشورهای صادرکننده غیر اسلامی است؛ بیشترین این سهم مربوط به کشورهای آمریکا با ۱۱/۱ میلیون دلار و

شیلی با ۱۶/۶ میلیون دلار است.

در بازار تقاضای کشور ترکیه، سهم کشورهای صادرکننده اسلامی ۳/۰۶ درصد است؛ ایران تنها کشور صادرکننده اسلامی در این بازار است؛ حدود ۹۷ درصد این بازار به ارزش ۸۸۷ هزار دلار؛ از سوی دو کشور غیر اسلامی شیلی و ایتالیا تامین می‌شود.

از کل بازار تقاضای سیب درختی کشورهای اسلامی حدود ۲۳ درصد به ارزش ۳۴/۲ میلیون دلار متعلق به کشورهای صادرکننده عضو بازار مشترک اسلامی و حدود ۷۷ درصد آن به ارزش ۱۱۴/۳ میلیون دلار متعلق به کشورهای صادرکننده غیر عضو است. در میان کشورهای صادرکننده اسلامی، سهم ایران از ارزش تجارت محصول سیب درختی حدود ۳۲ درصد به ارزش ۱۱ میلیون دلار است. در میان کشورهای صادرکننده عضو بازار مشترک حدود ۷/۵ درصد است. در میان کشورهای صادرکننده عضو بازار مشترک اسلامی بیشترین ارزش متعلق به کشورهای ایران و امارات است. در میان کشورهای صادرکننده غیر عضو بیشترین ارزش متعلق به کشورهای آمریکا و شیلی است.

بازار انگور

بر مبنای محاسبات انجام شده ارزش تجارت محصول انگور در میان کشورهای صادرکننده عضو و غیر عضو و همینطور کشورهای واردکننده عضو بازار مشترک اسلامی در جدول (۵) مشخص شده است. کشورهای واردکننده اسلامی در بازار انگور عبارت‌اند از: بنگلادش، کامرون، الجزایر، مصر، گابن، اندونزی، مراکش، مالزی، عمان، عربستان سعودی، سودان، چاد و ترکیه. کل بازار تقاضای وارداتی کشورهای اسلامی کامرون، الجزایر، گابن، مراکش، مالزی و چاد را کشورهای صادرکننده غیر عضو تامین می‌کنند. در بازار واردات کشور بنگلادش فقط ۰/۹۷ درصد از بازار را کشور صادرکننده اسلامی پاکستان و حدود ۹۹ درصد به ارزش ۲/۷ میلیون دلار را کشورهای صادرکننده غیر اسلامی هند و یونان تامین می‌کنند.

در بازار تقاضای انگور کشور مصر، ۲۴/۲۹ درصد به ارزش ۱۷ هزار دلار را کشور اسلامی لبنان و ۷۵/۷۱ درصد به ارزش ۵۳ هزار دلار را کشور شیلی تامین می‌کنند.

در بازار کشور اندونزی، ۲/۹۶ درصد به ارزش ۲۹۴ هزار دلار را کشورهای عضو تامین می‌کنند. کشورهای عمده صادرکننده اسلامی در این بازار عبارت‌اند از: پاکستان و اردن. در بازار کشور اندونزی ۹۷/۰۴ درصد سهم ارزش تجاری آن که معادل ۴/۶ میلیون دلار است متعلق به کشورهای صادرکننده غیر عضو است؛ کشورهای غیر اسلامی عمده صادرکننده در این بازار، آمریکا با ۴/۲ میلیون دلار، استرالیا با ۳/۴ میلیون دلار و شیلی با ۱/۷ میلیون دلار هستند.

در بازار کشور عمان، ۹۹/۸۷ درصد از سهم به ارزش ۱۱ میلیون دلار متعلق به کشورهای صادرکننده عضو بازار مشترک اسلامی است. کشور عمده صادرکننده اسلامی در این بازار امارات است. بازار تقاضای انگور کشور عربستان سعودی، حدود ۶۵ درصد به ارزش ۱۲ میلیون دلار، متعلق به کشورهای صادرکننده اسلامی است. کشورهای اسلامی صادرکننده مهم لبنان با ۲ میلیون دلار، سوریه با ۹/۵ میلیون دلار، ترکیه با ۲۵۸ هزار دلار، یمن با ۶۱۲ هزار دلار، ایران با ۸۰ هزار دلار و اردن با ۶۷ هزار دلار هستند.

شایان ذکر است که بیشترین سهم متعلق به کشور سوریه و کمترین



کشور	۲۰۰۸	۲۰۰۹	۲۰۱۰	۲۰۱۱	۲۰۱۲	۲۰۱۳	۲۰۱۴	۲۰۱۵	۲۰۱۶	۲۰۱۷	۲۰۱۸	۲۰۱۹	۲۰۲۰
ایران	۱۷	۱۷	۱۷	۱۷	۱۷	۱۷	۱۷	۱۷	۱۷	۱۷	۱۷	۱۷	۱۷
اسپانیا	۱۷	۱۷	۱۷	۱۷	۱۷	۱۷	۱۷	۱۷	۱۷	۱۷	۱۷	۱۷	۱۷
ایالات متحده آمریکا	۱۷	۱۷	۱۷	۱۷	۱۷	۱۷	۱۷	۱۷	۱۷	۱۷	۱۷	۱۷	۱۷
ژاپن	۱۷	۱۷	۱۷	۱۷	۱۷	۱۷	۱۷	۱۷	۱۷	۱۷	۱۷	۱۷	۱۷
آلمان	۱۷	۱۷	۱۷	۱۷	۱۷	۱۷	۱۷	۱۷	۱۷	۱۷	۱۷	۱۷	۱۷
فرانسه	۱۷	۱۷	۱۷	۱۷	۱۷	۱۷	۱۷	۱۷	۱۷	۱۷	۱۷	۱۷	۱۷
ایتالیا	۱۷	۱۷	۱۷	۱۷	۱۷	۱۷	۱۷	۱۷	۱۷	۱۷	۱۷	۱۷	۱۷
برزیل	۱۷	۱۷	۱۷	۱۷	۱۷	۱۷	۱۷	۱۷	۱۷	۱۷	۱۷	۱۷	۱۷
مکزیک	۱۷	۱۷	۱۷	۱۷	۱۷	۱۷	۱۷	۱۷	۱۷	۱۷	۱۷	۱۷	۱۷
هند	۱۷	۱۷	۱۷	۱۷	۱۷	۱۷	۱۷	۱۷	۱۷	۱۷	۱۷	۱۷	۱۷
چین	۱۷	۱۷	۱۷	۱۷	۱۷	۱۷	۱۷	۱۷	۱۷	۱۷	۱۷	۱۷	۱۷
رومانی	۱۷	۱۷	۱۷	۱۷	۱۷	۱۷	۱۷	۱۷	۱۷	۱۷	۱۷	۱۷	۱۷
ترکیه	۱۷	۱۷	۱۷	۱۷	۱۷	۱۷	۱۷	۱۷	۱۷	۱۷	۱۷	۱۷	۱۷
کشورهای دیگر	۱۷	۱۷	۱۷	۱۷	۱۷	۱۷	۱۷	۱۷	۱۷	۱۷	۱۷	۱۷	۱۷
جمع کل	۱۷	۱۷	۱۷	۱۷	۱۷	۱۷	۱۷	۱۷	۱۷	۱۷	۱۷	۱۷	۱۷

منبع: سازمان بازرگانی بین‌المللی

بازارهای جهانی تقاضا دارند که می‌توانند بازارهای بسیار مناسبی برای صادر کنندگان ایرانی می‌باشند.

بازار کشمش

کشمش گرچه از نقطه نظر حجم تولید در خانواده خشکبار بعد از خرما قرار دارد اما از لحاظ تجارت بین‌المللی و حجمی که وارد بازار جهانی می‌شود مهمترین محصول این خانواده به شمار می‌آید. تولید کنندگان اصلی کشمش کشورهای ترکیه، ایالات متحده آمریکا، یونان، ایران، استرالیا و آفریقای جنوبی هستند. هرچند ایران یکی از صادر کنندگان قدیمی این محصول است، در تجارت جهانی کشمش چندان نقشی ندارد؛ بر مبنای محاسبات انجام شده در مورد ارزش تجارت محصول کشمش در میان کشورهای صادرکننده عضو و غیرعضو بازار مشترک اسلامی (جدول ۶)، کشورهای واردکننده اسلامی در این بازار عبارت‌اند از: بنگلادش، کامرون، الجزایر، مصر، گابن، اندونزی، مراکش، مالزی، عمان، عربستان سعودی، سودان، تونس، ترکیه و چاد. کل بازار تقاضای وارداتی کشورهای بنگلادش، عمان و سودان را کشورهای صادرکننده عضو و کل بازار تقاضای وارداتی کشورهای کامرون، گابن و چاد را کشورهای صادرکننده غیرعضو تامین می‌کنند. بازار تقاضای وارداتی کشور بنگلادش را دو کشور امارات و پاکستان تامین می‌کنند که کل ارزش آن ۱۱۵ هزار دلار است. در بازار تقاضای وارداتی الجزایر، ۹۲/۴ درصد آن به ارزش ۱۲۱۹ هزار دلار متعلق به کشورهای صادرکننده اسلامی است که دو کشور مهم به ترتیب ترکیه با ۸۰۴ هزار دلار و ایران با ۴۱۵ هزار دلار هستند. در بازار الجزایر، ۷/۶ درصد سهم به ارزش ۱۰۰ هزار دلار متعلق به فرانسه است.

در بازار تقاضای مصر، ۹۲/۵ درصد به ارزش ۸۸۶ هزار دلار متعلق به کشورهای اسلامی ایران، ترکیه و امارات است. حدود ۹۰ درصد این ارزش تجاری به ایران اختصاص دارد.

در بازار تقاضای محصول کشمش کشور اندونزی، ۲۰/۹ درصد سهم متعلق به کشورهای ایران و ترکیه است؛ سهم ایران حدود ۱۸ درصد به ارزش ۱۶ هزار دلار است؛ حدود ۷۹ درصد سهم به ارزش ۳۲۵ هزار دلار متعلق به کشورهای غیرعضو است.

در بازار وارداتی کشور مراکش، ۹۸/۴ درصد سهم به ارزش ۱/۹ میلیون دلار متعلق به کشورهای اسلامی ایران و ترکیه است که از این مقدار سهم ایران ۸۰ درصد به ارزش ۱/۵ میلیون دلار است. تنها صادرکننده غیرعضو در این بازار آمریکا است که سهم آن بسیار ناچیز و در حدود ۱/۶ درصد به ارزش ۳۲ هزار دلار است. در بازار مالزی کشورهای صادرکننده عمده عضو بازار مشترک اسلامی عبارت‌اند از: ایران، ترکیه و امارات که حدود ۱۹/۶ درصد سهم به ارزش ۸۰۳ هزار دلار را دارند. حدود ۸۰/۴ درصد سهم به ارزش ۳ میلیون دلار از آن کشورهای غیرعضو است، ۷۰ درصد این سهم متعلق به کشور آمریکا است. دیگر کشورهای غیراسلامی صادرکننده این بازار آفریقای جنوبی، ایتالیا، یونان و استرالیا هستند.

۸۲/۷ درصد بازار تقاضای وارداتی کشور عربستان سعودی به ارزش پنج میلیون دلار متعلق به کشورهای اسلامی ایران، یمن،

سهم در این بازار متعلق به کشورهای ایران و اردن است. حدود ۳۴ درصد سهم تجاری به ارزش ۶/۶ میلیون دلار متعلق به کشورهای صادرکننده غیرعضو است. در میان شش کشور غیراسلامی صادرکننده کشورهای آفریقای جنوبی با ۱/۲ میلیون دلار و شیلی با ۴/۶ میلیون دلار بیشترین سهم را به خود اختصاص داده‌اند.

در بازار تقاضای انگور ترکیه حدود ۴۶ درصد سهم به ارزش ۱۱۳ هزار دلار، تنها کشور صادرکننده ایران است. حدود ۵۳ درصد سهم ارزش تجاری دیگر آن به ارزش ۱۳۱ هزار دلار متعلق به کشورهای صادرکننده غیراسلامی است؛ اسپانیا ۴۵ هزار دلار و شیلی ۸۶ هزار دلار به این کشور صادرات دارند.

از کل بازار تقاضای وارداتی کشورهای اسلامی، حدود ۴۰/۸ درصد سهم به ارزش ۲۴ میلیون دلار متعلق به کشورهای صادرکننده عضو است؛ از این مقدار بیشترین سهم مربوط به کشورهای امارات با ۱۱/۲ میلیون دلار و سوریه با ۹/۶ میلیون دلار و کمترین سهم مربوط به کشورهای پاکستان و اردن هر یک با ۸۸ هزار دلار و ایران با ۱۹۳ هزار دلار است. سهم ایران در میان کشورهای صادرکننده اسلامی فقط ۸ درصد است. سهم کشورهای صادرکننده غیرعضو ۵۹ درصد به ارزش ۳۵ میلیون دلار است. بیشترین سهم متعلق به کشورهای آمریکا با ۱۳/۳ میلیون دلار، شیلی با ۹/۷ میلیون دلار و استرالیا با ۷/۲ میلیون دلار است. در مجموع میان کشورهای صادرکننده عضو و غیرعضو سهم ایران فقط ۰/۳۲ درصد است.

با توجه به بررسی بازار تقاضای کشورهای اسلامی که نشانگر فعالیت نسبتاً ضعیف کشورهای عمده صادرکننده عضو بازار مشترک اسلامی است؛ و نظر به اینکه ایران یکی از مناطق بسیار مستعد برای تولید انگور و صادرات است و حدود ۶۰ نوع گونه انگور مختلف شناسایی شده متأسفانه سهم بسیار ناچیزی به ارزش ۵۹ میلیون دلار در این بازار دارد.

کشورهای اسلامی واردکننده انگور مانند عربستان سعودی، مالزی و اندونزی در مجموع سالیانه بیش از ۳۲ میلیون دلار محصول از

جدول ۱: سهم بازار کشورهای صادرکننده عضو و غیرعضو بازار مشترک اسلامی (درصد از ارزش کل صادرات)

کشور	سال	۱۳۸۵	۱۳۸۶	۱۳۸۷	۱۳۸۸	۱۳۸۹	۱۳۹۰	۱۳۹۱	۱۳۹۲
ایران	۱۳۸۵	۱۳.۵	۱۳.۲	۱۳.۸	۱۳.۹	۱۳.۷	۱۳.۶	۱۳.۵	۱۳.۴
ایران	۱۳۸۶	۱۳.۵	۱۳.۲	۱۳.۸	۱۳.۹	۱۳.۷	۱۳.۶	۱۳.۵	۱۳.۴
ایران	۱۳۸۷	۱۳.۵	۱۳.۲	۱۳.۸	۱۳.۹	۱۳.۷	۱۳.۶	۱۳.۵	۱۳.۴
ایران	۱۳۸۸	۱۳.۵	۱۳.۲	۱۳.۸	۱۳.۹	۱۳.۷	۱۳.۶	۱۳.۵	۱۳.۴
ایران	۱۳۸۹	۱۳.۵	۱۳.۲	۱۳.۸	۱۳.۹	۱۳.۷	۱۳.۶	۱۳.۵	۱۳.۴
ایران	۱۳۹۰	۱۳.۵	۱۳.۲	۱۳.۸	۱۳.۹	۱۳.۷	۱۳.۶	۱۳.۵	۱۳.۴
ایران	۱۳۹۱	۱۳.۵	۱۳.۲	۱۳.۸	۱۳.۹	۱۳.۷	۱۳.۶	۱۳.۵	۱۳.۴
ایران	۱۳۹۲	۱۳.۵	۱۳.۲	۱۳.۸	۱۳.۹	۱۳.۷	۱۳.۶	۱۳.۵	۱۳.۴
ایران	۱۳۸۵	۱۳.۵	۱۳.۲	۱۳.۸	۱۳.۹	۱۳.۷	۱۳.۶	۱۳.۵	۱۳.۴
ایران	۱۳۸۶	۱۳.۵	۱۳.۲	۱۳.۸	۱۳.۹	۱۳.۷	۱۳.۶	۱۳.۵	۱۳.۴
ایران	۱۳۸۷	۱۳.۵	۱۳.۲	۱۳.۸	۱۳.۹	۱۳.۷	۱۳.۶	۱۳.۵	۱۳.۴
ایران	۱۳۸۸	۱۳.۵	۱۳.۲	۱۳.۸	۱۳.۹	۱۳.۷	۱۳.۶	۱۳.۵	۱۳.۴
ایران	۱۳۸۹	۱۳.۵	۱۳.۲	۱۳.۸	۱۳.۹	۱۳.۷	۱۳.۶	۱۳.۵	۱۳.۴
ایران	۱۳۹۰	۱۳.۵	۱۳.۲	۱۳.۸	۱۳.۹	۱۳.۷	۱۳.۶	۱۳.۵	۱۳.۴
ایران	۱۳۹۱	۱۳.۵	۱۳.۲	۱۳.۸	۱۳.۹	۱۳.۷	۱۳.۶	۱۳.۵	۱۳.۴
ایران	۱۳۹۲	۱۳.۵	۱۳.۲	۱۳.۸	۱۳.۹	۱۳.۷	۱۳.۶	۱۳.۵	۱۳.۴

دلار متعلق به کشورهای صادرکننده اسلامی و حدود ۶۵ درصد باقیمانده به ارزش ۲۰۸ هزار دلار متعلق به کشورهای صادرکننده غیراسلامی آفریقای جنوبی و فرانسه است.

در بازار وارداتی کشور مالزی، حدود ۱/۱۳ درصد سهم به ارزش ۲۸۸ هزار دلار متعلق به کشورهای صادرکننده اسلامی اندونزی، مصر و پاکستان و حدود ۹۸ درصد باقیمانده به ارزش ۲۵ میلیون دلار متعلق به کشورهای صادرکننده غیراسلامی است؛ در میان کشورهای غیرعضو بیشترین سهم به دو کشور آمریکا با ۱۲/۲ میلیون دلار و استرالیا با ۱۱/۹ میلیون دلار تعلق دارد.

در بازار واردات پرتقال کشور عربستان سعودی، حدود ۷۷ درصد سهم به ارزش ۵۵ میلیون دلار متعلق به کشورهای صادرکننده اسلامی است؛ سهم کشورهای اسلامی عمده صادرکننده به این بازار عبارت است از مصر (۴۲/۲ میلیون دلار) و لبنان (۴/۶ میلیون دلار)؛ اما حدود ۲۳ درصد باقیمانده به ارزش ۱۶/۴ میلیون دلار متعلق به کشور صادرکننده غیراسلامی آفریقای جنوبی است.

در بازار واردات پرتقال کشور عمان، سه کشور اسلامی صادرکننده، امارات، مصر و سوریه کل این بازار به ارزش ۱۷/۲ میلیون دلار را به خود اختصاص داده‌اند؛ در این میان سهم امارات ۹۹ درصد است.

در بازار واردات کشور ترکیه، بیش از ۹۵ درصد سهم به ارزش ۳۶۱ هزار دلار متعلق به کشورهای صادرکننده غیراسلامی و مابقی سهم به ارزش ۱۶ هزار دلار متعلق به کشور صادرکننده اسلامی ایران است.

امارات، پاکستان، و سوریه است. سهم ایران برابر با ۳/۷ میلیون دلار است. کشورهای غیراسلامی صادرکننده به این بازار، آمریکا، هند، چین و یونان هستند. سهم این کشورها از ارزش تجاری آن ۱/۳ درصد بیشتر نیست.

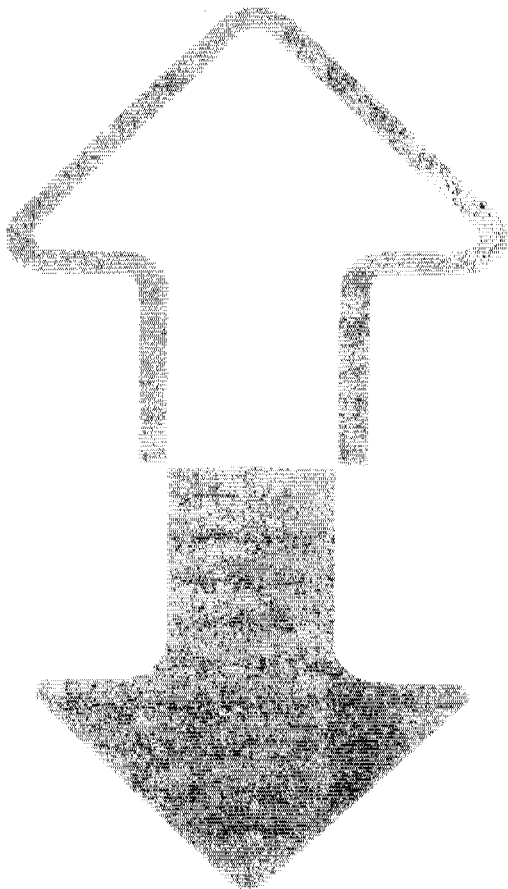
در بازار کشور سوئدان، ۱۰۰ درصد سهم به ارزش ۲۱۰ هزار دلار متعلق به کشورهای عضو بازار مشترک اسلامی است. در بازار کشور تونس، ۷۴/۹ درصد سهم متعلق به کشورهای عضو است؛ کشورهای عمده صادرکننده به این بازار ایران و ترکیه به ترتیب با ۹۲ و ۷۸ هزار دلار هستند؛ حدود ۳۵ درصد باقیمانده متعلق به کشورهای غیرعضو است.

ایران تنها کشور صادرکننده به بازار کشور ترکیه است؛ سهم ایران ۱۱/۵ درصد سهم و مابقی (۸۷/۵) به ارزش یک میلیون دلار متعلق به کشورهای صادرکننده غیرعضو است؛ در میان این کشورها یونان و آمریکا بیشترین سهم را به خود اختصاص می‌دهند.

از کل تقاضای وارداتی کشورهای عضو بازار مشترک اسلامی تنها ۶۴ درصد سهم به ارزش ۱۰/۶ میلیون دلار متعلق به کشورهای اسلامی است؛ سهم ایران ۶۷ درصد به ارزش ۷/۲ میلیون دلار است. در مجموع ارزش تجاری کشورهای صادرکننده عضو و غیرعضو، سهم ایران ۴۳ درصد بیشتر نیست. سهم ارزش تجاری کشورهای صادرکننده غیرعضو ۳۶ درصد به ارزش شش میلیون دلار است؛ بیشترین سهم متعلق به آمریکا و یونان است. در بازارهای وارداتی کشورهای مالزی و ترکیه حدود ۸۰ درصد سهم تجاری را کشورهای صادرکننده غیرعضو تامین می‌کنند.

بازار پرتقال

بر مبنای محاسبات انجام شده در بازار پرتقال، کشورهای واردکننده اسلامی عبارت‌اند از: بنگلادش، کامرون، گابن، اندونزی، مالزی، عمان، عربستان سعودی، چاد و ترکیه. کل بازار واردات کشورهای اسلامی بنگلادش و چاد را کشورهای صادرکننده غیرعضو بازار مشترک اسلامی و کل بازار واردات کشورهای اسلامی کامرون و عمان را کشورهای صادرکننده عضو تامین می‌کنند. در بازار کشور گابن، ۳۴/۴ درصد سهم به ارزش ۱۰۹ هزار



جدول (۷)- ارزش تجاری سهم بازار پرتقال در میان کشورهای صادرکننده عضو و غیر عضو بازار مشترک اسلامی
حد: هزار دلار

کشور	امارات	لبنان	سوریه	اردن	ترکیه	یمن	بحرین	ایران	مصر	پاکستان	سهم OIC	درصد OIC	یونان	هند	اسپانیا	فرانس	آمریکا	استرالیا	آفریقای جنوبی	چین	هنگ کنگ	فرانسه	هند	سهم غیر OIC	درصد غیر OIC	سهم کل
سنگاپور							۷				۷	۱۰۰														۳۵۰۸
کامرون											۷	۱۰۰														۷
کوبا											۳۲۰۲	۱۰۰														۳۱۷
اندونزی	۴۶	۱۳									۲۳۰۳	۱۲۱۹	۱۶۵	۱۱۹۲						۲۶۲	۲۳۸	۱۸				۶۰۷۰
مالزی											۱۰۱۲	۲۸۸	۳۱	۱۷												۲۵۷۷۷
عمان		۱۷۱۵۰									۱۰۰	۱۷۲۸۰	۱۰۰													۱۷۲۸۰
ترانسوا	۲۶۸۳										۷۷۰۵	۵۵۲۷۲	۲۶۶۰۹													۷۱۷۳۷
یاد																										۷۶
ترکیه											۲۰۲۲	۱۶														۳۷۷
مجموع	۴۷۲۸	۱۷۱۶۴	۲۴۰	۲۳۵	۱۰۰۱	۲۳۵	۲۳۲	۱۶	۷	۱۶	۲۷۲۸۸	۱۹۶	۲۷۵۷۷	۱۶	۲۳۸	۲۲۷	۱۴	۳۲۸۱	۲۲۷	۵۹۰۲	۷۲۳۸۸	۱۹۶	۲۷۵۷۷	۱۶	۲۳۸	۲۲۷

کشورهای امارات، ترکیه، اسپانیا و آلمان صادرات مجدد می‌کنند. استفاده از موقعیت‌های مناسب بخش کشاورزی به همراه ایجاد نظام بازاریابی کارا، نقطه قوتی در بخش صادرات محصولات کشاورزی در کشورهای اسلامی فراهم خواهد کرد.

از کل بازار تقاضای پرتقال کشورهای اسلامی، کشورهای صادرکننده عضو توانسته‌اند حدود ۵۹/۵ درصد سهم به ارزش ۷۴/۳ میلیون دلار را به خود اختصاص دهند؛ بیشترین سهم به ترتیب مربوط به کشورهای مصر (۶۳ درصد) و امارات (۲۳ درصد) و کمترین آن به ترتیب مربوط به کشورهای نیجریه، ایران و یمن است. کشورهای صادرکننده غیر عضو حدود ۴۱ درصد از سهم به ارزش ۵۰/۷ میلیون دلار را به خود اختصاص داده‌اند. بیشترین سهم به ترتیب مربوط به کشور آمریکا (۲۸ درصد) و استرالیا (۲۷ درصد) است.

خلاصه و پیشنهادها

در این مقاله ابتدا سهم بخش کشاورزی از لحاظ ارزش افزوده در برخی از کشورهای عضو مورد بررسی قرار گرفته و سپس جایگاه هر یک از محصولات کشاورزی از دیدگاه ارزش تجاری آن و سهم آن در بازارهای مختلف مورد ارزیابی قرار گرفت.

در زمینه اعمال سیاست‌های مناسب برای ادامه حضور ایران در بازارهای کشورهای عضو بازار مشترک اسلامی و همچنین ورود به بازارهای جدید این کشورها سیاست‌های زیر پیشنهاد می‌شود:

۱. صادرکنندگان ایرانی برای افزایش سهم صادرات محصولات باغی در کشورهای تقاضاکننده اسلامی با رقبای عمده صادرکننده غیراسلامی مواجه هستند. کشورهای رقیب ایران برای محصولات مختلف به این شرح است: در محصول پسته، سبب درختی و کشمش (آمریکا)، در محصول خرما (چین و هند)، در محصول زعفران (اسپانیا)، در محصول پرتقال (استرالیا و آمریکا) و در محصول نارنگی (چین).

۲. کشور ایران در زمینه صادرات محصولات باغی به کشورهای اسلامی می‌تواند با بازاریابی‌های مطلوب در بازار کشورهای اندونزی در زمینه محصولات پسته، کشمش و پرتقال، در کشور مالزی در زمینه محصولات کشمش، پسته، خرما، انگور و پرتقال، و در کشور ترکیه در زمینه کشمش و انگور به بازارهای بیشتری دست پیدا کند.

۳. اکثر محصولات کشاورزی صادراتی ایران در بازارهای اسلامی به‌رغم برخورداری از کیفیت مناسب از نبود راهبرد مطلوب بازاریابی رنج می‌برند؛ این از مهمترین دلایلی است که محصولات صادراتی ایران را

- منابع:**
۱. بانک مرکزی، گزارش اقتصادی و ترازنامه سال‌های مختلف.
 ۲. فوزی، نویسگرانی، یحیی، سازمان کنفرانس اسلامی، تهران، انتشارات مرکز اسناد انقلاب اسلامی، ۱۳۷۷.
 ۳. ممدوحی، فرزاد، سازمان کنفرانس اسلامی، تهران، موسسه چاپ و انتشارات وزارت امور خارجه، ۱۳۷۵.

Development Indicators (IIDI), Low
4. Anonymous, (1999). "Human Development Indicators (HDI), Midium
5. Anonymous, (1999). "Human Development Indicators (HDI), High
6. Anonymous, (1999), "Human Development Indicators (HDI), High
7. Anonymous, (1999), "Gender - Related Development index", on URL: <http://www.worldbank.org>. Available to the Selected World Development Indicators",
8. Anonymous, (2000), "Introduction to the Selected World Development Indicators", Available on URL: <http://www.worldbank.org>.