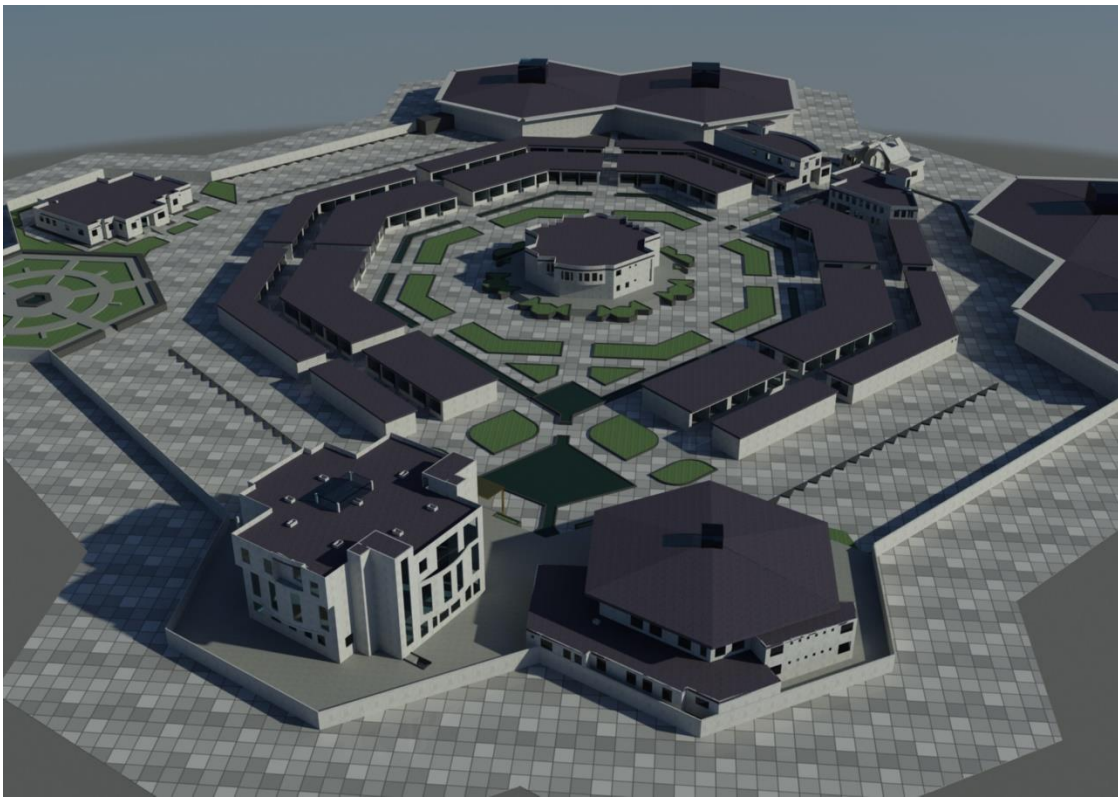


گزارش طرح توجیهی ایجاد بازارچه مرزی جزیره لارک (بازارچه ملوانان)



مجری طرح: شرکت

مشاور طرح: شرکت تسکو (تدبیرگران آتی نگر سهند سیما)

محل اجرای طرح: جزیره لارک

بهار ۱۳۹۹



بِسْمِ اللَّهِ

كُنْ بِعِيدِ الْهَمِّ إِذَا طَلَبْتَ كَرِيمَ الظَّفَرِ إِذَا غَلَبَتْ

هر گاه در پی چیزی هستی ، بلند همت باش و آن گاه که چیره شدی ، در پیروزی کریم باش.

حضرت علی (ع)

شماره صفحه	فهرست موضوعات
۷	بخش اول: مشخصات متقاضی طرح و بررسی توانمندی های متقاضی.....
۸	۱-۱- مشخصات مجری طرح.....
۸	۱-۲- توانمندی های سرمایه گذاران.....
۹	بخش دوم: معرفی بازارچه مرزی و گردشگری خرید.....
۱۰	۱-۲- مقدمه.....
۱۰	۲-۲- گردشگری خرید.....
۱۱	۳-۲- خرید در بازارچه های مرزی.....
۱۲	۴-۲- سابقه شکل گیری بازارچه های مرزی در ایران.....
۱۲	۲-۵- بازارچه های مرزی.....
۱۴	۶-۲- اهداف تشکیل بازارچه های مرزی.....
۱۵	۷-۲- مزایا بازارچه های مرزی.....
۱۵	۲-۷-۱- مشکلات تجارت خارجی از طریق بازارچه های مرزی.....
۱۶	۸-۲- قوانین بازارچه های مرزی.....
۱۶	۲-۹- نحوه اداره بازارچه های مرزی.....
۱۷	۲-۱۰- منطقه مورد مطالعه جهت احداث بازارچه مرزی.....
۱۸	بخش سوم: جزیره لارک.....
۱۹	۱-۳- جزیره لارک.....
۱۹	۲-۳- موقعیت جغرافیایی جزیره لارک.....
۲۰	۳-۳- جزیره لارک در گذر تاریخ.....
۲۱	۴-۳- جاذبه های فرهنگی، تاریخی و طبیعی لارک.....
۲۱	۳-۴-۱- قلعه پرتغالی ها.....
۲۲	۳-۴-۲- شب های کهکشانی.....
۲۲	۳-۴-۳- برج فانوس دریایی.....
۲۳	۴-۴-۳- سایت های غواصی جزیره لارک.....
۲۶	۳-۵- آب و هوا و دسترسی به جزیره لارک.....
۲۷	بخش چهارم: معرفی پروژه.....
۲۸	۱-۴- بازارچه مرزی ملوانان.....
۲۸	۲-۴- موقعیت طرح.....
۲۹	۳-۴- پلان پیشنهادی بازارچه مرزی.....
۳۱	۴-۴- بخش های اصلی بازارچه.....
۳۲	۴-۵- مجوزهای مورد نیاز.....
۳۳	۲-۶- برنامه عملیاتی و زمان بندی اجرای طرح.....
۳۴	۴-۷- مدت زمان بهره برداری پروژه.....
۳۴	۴-۸- درآمد طرح.....

۳۵	بخش پنجم: مطالعات فنی
۳۶	۵-۱- هزینه های سرمایه‌گذاری طرح
۳۸	۵-۱-۱- زمین
۳۸	۵-۱-۲- محوطه سازی
۳۹	۵-۱-۳- ساختمان سازی
۴۰	۵-۱-۴- ماشین آلات
۴۱	۵-۱-۵- تأسیسات
۴۱	۵-۱-۶- وسایط نقلیه
۴۲	۵-۱-۷- تجهیزات اداری
۴۲	۵-۱-۸- هزینه های قبل از بهره‌برداری
۴۲	۵-۱-۹- متفرقه و پیش بینی نشده
۴۲	۵-۲- هزینه های تولید
۴۳	۵-۲-۱- مواد اولیه
۴۳	۵-۲-۲- حقوق و دستمزد نیروی انسانی
۴۴	۵-۲-۳- انرژی
۴۵	۵-۲-۴- تعمیر و نگهداری
۴۵	۵-۲-۵- استهلاک
۴۶	بخش ششم: تحلیل های مالی

ردیف	خلاصه طرح
۱	عنوان طرح ایجاد بازارچه مرزی جزیره لارک (بازارچه ملوانان)
۲	مجری طرح شرکت
۳	مشاور طرح گروه پژوهشی - صنعتی تسکو (تدبیرگران آتی نگر سهند سیما)
۴	محل اجرای طرح جزیره لارک
۵	زمین ۳۹۱۹۸ مترمربع (استیجاری)
۶	زیر بنا ۴۰۴۱۰ متر مربع
۷	سرمایه گذاری ثابت طرح ۱۶۶.۱۵۳ میلیون ریال
۸	سرمایه در گردش ۶.۳۲۷ میلیون ریال
۹	سرمایه گذاری کل طرح ۱۷۷.۶۰۰ میلیون ریال
۱۰	آورده متقاضی ۱۷۷.۶۰۰ میلیون ریال
۱۱	تسهیلات بلند مدت (۵ ساله) ۰ میلیون ریال
۱۲	تسهیلات سرمایه در گردش (یکساله) ۰ میلیون ریال
۱۳	شاغلین طرح ۳۲ نفر
۱۴	فروش سالیانه ۹۳.۶۰۰ میلیون ریال
۱۵	نقطه سر به سر ٪ ۳۳
۱۶	نرخ بازده داخلی سرمایه گذاری (IRR) ٪ ۲۸
۱۷	خالص ارزش فعلی کل سرمایه گذاری (٪ ۱۸) ۸۵.۴۷۵
۱۸	دوره بازگشت سرمایه عادی ۴/۵۸
۱۹	دوره بازگشت سرمایه متحرک ۷/۰۸

مقدمه

مرزها^۱ نقاط حساس و استراتژیک یک کشور و دروازه ارتباط آن با کشورهای هم جوار هستند. امنیت تضمین حیات بشری و ضامن توسعه پایدار است. امنیت مرزها تاثیری فزاینده در امنیت مرکز و کل کشور دارد ازین رو ارتقای امنیت مرزها امری حیاتی و اساسی به شمار می آید. یکی از بهترین راههای ارتقای امنیت در این مناطق مرزی ایجاد و بهره برداری از بازارچه های مرزی است. بازارچه هایی که امکان مبادله و تجارت کالاها را برای مرزنشینان و هموطنان فراهم می کنند و در عین حال باعث رونق و اشتغال ساکنان آن می گردند. این مبادله به دلیل مزیت قیمتی و کالاهای خاص و منحصر به فردی که برای هم وطنان فراهم می کند باعث تشکیل نوعی از گردشگری می شود که به گردشگری خرید در مناطق مرزی^۲ معروف است. خرید از رایج ترین و محبوب ترین فعالیتهای گردشگری است که عمده ترین اقلام هزینه گردشگر را به خود اختصاص می دهد. سه عامل کلیدی که در رونق گردشگری خرید موثر است مزیت قیمتی، کالاها و مقصد است. با ایجاد بازارچه مرزی در جزیره مرزی لارک می توان پتانسیل بالایی که برای گردشگری خرید ایجاد کرد و این جزیره را به یکی از جذاب ترین مقصدهای گردشگری خرید در تمام کشور تبدیل کرد.

در این گزارش، مطالعات امکان سنجی به منظور ایجاد بازارچه مرزی ساحلی در جزیره لارک می باشد، صورت گرفته است. توضیح اینکه محاسبات مالی و اقتصادی با ارزیابی های انجام شده و با توجه به بودجه پیش بینی شده توسط مجری طرح با فرض تحقق برآوردهای انجام شده در بودجه سنوات آتی، انجام شده است. اشاره به این مطلب ضرورت دارد به دلیل برآوردی بودن بودجه پیش بینی شده توسط مجری طرح طی دوره زمانی فوق الذکر، تحقق درآمدهای مندرج در بودجه ارائه شده وابسته به ثبات شرایط اقتصادی و دسترسی به منابع مالی لازم است. از آنجایی که برآوردهای بعمل آمده لزوماً به صورت صددرصد با واقعیات موجود در آینده مطابقت نخواهد داشت، نتیجتاً شرایط پیش بینی شده لزوماً به طور کامل، قابل تحقق نیست.

^۱ borders

^۲ Shopping tourism in border areas

بخش اول: مشخصات متقاضی طرح و بررسی توانمندی های متقاضی

۱-۱- مشخصات مجری طرح

- نام و نوع شرکت:
- شماره ثبت شرکت:
- شناسه ملی شرکت:
- تاریخ ثبت شرکت:
- موضوع فعالیت: خرید و فروش و واردات و صادرات کلیه کالاهای مجاز بازرگانی، اخذ وام و اعتبارات بانکی به صورت ارزی و ریالی از کلیه بانک ها و موسسات مالی دولتی و خصوصی، شرکت در کلیه نمایشگاه های معتبر داخلی و خارجی، گشایش اعتبارات و ال سی برای شرکت نزد بانک ها و ترخیص کالا از گمرکات داخلی، شرکت در کلیه مناقصات و مزایده دولتی و خصوصی
- مدت فعالیت: از تاریخ ثبت به مدت نامحدود
- مرکز اصلی شرکت: استان تهران، شهر تهران، داودیه،
- کد پستی:
- تلفن تماس:
- سرمایه اولیه ثبت شرکت: ۵۰۰۰۰۰۰۰۰ ریال
- آخرین تغییرات شرکت:

۱-۲- توانمندی های سرمایه گذاران

بخش دوم: معرفی بازارچه مرزی و گردشگری خرید

۲-۱- مقدمه

تبیین نقش و میزان اثر گذاری بازارچه های مرزی باعث شناسایی نقش و میزان تاثیر سه عامل قیمت ، کالاها و مقصد در انتخاب این مقصد خرید شده و به مدیریت بهینه مقصد و برنامه ریزی درست ان کمک شایانی می کند . فعالیت بازارچه های مرزی و اثر جانبی ان که رونق گردشگری خرید یکی از انهاست موجب جلوگیری از مهاجرت بومیان ، از بین رفتن قاچاق و فقر از طریق اشتغال زایی و درآمد زایی قابل توجه گردشگری و ایجاد امنیت در مرزها و آثار تکاثری ان در کل کشور می گردد .

ایجاد بازارچه مرزی و فعالیت ان در مرزهای دریایی بستگی به وضعیت سیاسی و اقتصادی کشورهای همسایه و بالطبع کل کشور دارد و از انجا که شهر جزیره لارک به عمان و امارات (دبی) نزدیکی مرزی دارد فعالیت بازارچه می تواند به ایجاد خرید میان مرزی^۳ ما بین امارات و عمان و ایران در جزیره لارک منجر شود.

۲-۲- گردشگری خرید

خرید از رایج ترین و لذت بخش ترین فعالیتهایی است که مردم در تعطیلات انجام می دهند و در بیشتر موارد انگیزه ابتدایی سفر را ایجاد می کند . با رشد صنعت حمل و نقل و فناوری و نیز استفاده فراگیر از کارتهای اعتباری مردم قادر شده اند مسافت بیشتری را برای خرید طی کنند . در اکثر موارد روشهای جدید جا به جایی باعث شده اند مردم در مکانهایی دورتر از محل سکونت خود به خرید بپردازند . در مقیاس نسبتا کوچکی این شکل از خرید چندین قرن سابقه دارد ولی با اختراعات جدید که جوامع را متحرک تر و مرفه تر کرده است ، فرصتهای بسیار بیشتری برای خرید در فاصله های دور حتی در خارج از کشور به وجود آمده است

باتلر^۴(۱۹۹۱) از اولین کسانی بود که به رابطه بین گردشگری و خرید اشاره کرد . او اذعان کرد که دو نوع رابطه بین گردشگری و خرید وجود دارد :

- زمانی که خرید انگیزه اصلی مسافرت است و ماهیت خرید فراغتی و غیر اجباری است .

^۳ Cross-border shopping

^۴R.W.Buttler

- زمانی که خرید انگیزه ثانویه مسافرت است و در کنار تماشای سایتها^۵، تورهای تفریحی و سایر فعالیتهای فراغتی خرید نیز به شکلی جانبی و فرعی انجام می گیرد

۲-۳- خرید در بازارچه های مرزی

یکی از انواع گردشگری خرید که در دهه های اخیر توجه زیادی را به خود جلب کرده ، خرید در بازارچه های مرزی^۶ است . این نوع خرید در نزدیک مرزهای بین المللی اتفاق می افتد و سه عامل مزیت قیمتی ، کالاهای مورد نظر و مقاصد انتخاب شده بر ان تاثیر می گذارند که البته این سه عامل بر تمام مقاصد خرید تاثیر گذارند.



این نوع گردشگری خرید نوعی از خرید خارجی یا بیرون از خانه است که به خرید گردشگری بیرون از مرزهای استانی ، منطقه ای و یا بین المللی اشاره دارد .

^۵Sightseeing

^۶Cross-border shopping

۲-۴- سابقه شکل گیری بازارچه های مرزی در ایران

اساسا شکل گیری بازارچه مرزی نتیجه یک اقتصاد بسته با قوانین صادرات و واردات دست و پاگیر است. زیرا در شرایط فعلی بسیاری از کشورهای دنیا در اتحاد منطقه‌ای فضای اقتصادی و تجاری خود را باز کرده و تلاش جهت پیوستن به تجارت جهانی هستند. اما به هر ترتیب ایجاد بازارچه‌های مرزی هم در ایجاد تعادل اقتصادی و رونق منطقه‌ای و محلی موثر بوده و می‌تواند در رفع محرومیت مناطق مرزی و ایجاد اشتغال و درآمد و پویایی اقتصادی موثر واقع شود.

نواحی مرزی کشور از گذشته به دلیل فاصله جغرافیایی با مراکز خدماتی از امکانات محروم مانده و اغلب جزء نواحی عقب مانده محسوب می‌شود لذا ایجاد بازارچه‌های مرزی به شکل درست و اصولی و کنترل همه جانبه آن می‌تواند در رونق این نواحی مفید باشد.

بر اساس ماده ۱۱ قانون صادرات و واردات به دولت اختیار داده میشود در هر یک از مناطق مرزی که ایجاد بازارچه مرزی را مفید میدانند با رعایت اولویت نظیر استعداد محلی، ضرورت اشتغال و توسعه روابط تجاری با کشور همسایه نسبت به ایجاد آن اقدام نماید.

بر اساس این قانون اولین بازارچه مرزی در سال ۱۳۶۸ در نقطه مرزی (ساریسو) بین ایران و ترکیه ایجاد گردید سپس گسترش این بازارچه‌ها ادامه یافت و در حال حاضر ۵۲ بازارچه مرزی بین ایران و کشورهای همجوار فعالیت دارند.

صادرات بازارچه های مرزی کم کم افزایش یافت و از کل صادرات غیر نفتی در سال ۱۳۷۵ سهم یک درصد و در سال ۱۳۸۰ سهم ۱۵ درصدی را به خود اختصاص داد ارزش صادراتی این بازارچه‌ها نیز از ۲۰ میلیون دلار در سال ۷۵ به ۲۹۰ میلیون دلار در سال ۱۳۸۰ رسید.

۲-۵- بازارچه های مرزی

بازارچه های مرزی محوطه ای محصور در نقاط صفر مرزی و در جوار گمرکات مجاز به انجام تشریفات ترخیص کالاها یا مکانهایی که طبق تفاهم نامه منعقد شده بین جمهوری اسلامی ایران و کشورهای همجوار تعیین می شود و اهالی دو طرف مرز می توانند محصولات محلی خود را با رعایت مقررات صادرات و واردات جهت داد و ستد در این بازارچه ها عرضه کنند

این تعریف از بازارچه های مرزی به خوبی نقش آنها را در عاملی برای صادرات و واردات کالاهای مرز نشینان روشن می سازد.

اولین بازارچه مرزی ساری سرو در بازرگان، هم مرز با ترکیه بود که در سال ۱۳۶۷ تاسیس شد. از سال ۱۳۶۸ تا سال ۱۳۷۳

اقداماتی جهت گشایش بازارچه های رازی و سرو انجام گرفت . روند قانونی کردن بازارچه های مرزی در تاریخ ۱۳۷۱/۵/۱۱ توسط هیات وزیران وقت آغاز شد . در نهایت ماده ۲۲ قانون صادرات و واردات در سال ۱۳۷۴ به تصویب هیات وزیران رسید و تعداد ۴۲ بازارچه مرزی در مرزهای ایران گشایش یافت.

در جدول زیر تمام بازارچه های مرزی ایران همراه با استانهای مربوط آمده است:

ردیف	نام بازارچه	محل بازارچه	نام استان	کشور هم مرز بازارچه
۱	تمرچین	پیرانشهر	اذربایجان غربی	عراق
۲	قاسم رش	سردشت	اذربایجان غربی	عراق
۳	صنم بلاغی	پلدشت	اذربایجان غربی	نخجوان
۴	ساری سو	بازرگان	اذربایجان غربی	ترکیه
۵	رازی	مرز رازی	اذربایجان غربی	ترکیه
۶	سرو	مرز سرو	اذربایجان غربی	ترکیه
۷	اشنویه	اشنویه	اذربایجان غربی	عراق
۸	جلفا	مرز جلفا	اذربایجان شرقی	اذربایجان
۹	نور دوز	مرز نور دوز	اذربایجان شرقی	ارمنستان
۱۰	سیران بند	بانه	کردستان	عراق
۱۱	باشماق	مریوان	کردستان	عراق
۱۲	سیف	سقز	کردستان	عراق
۱۳	شوشمی	پاوه	کرمانشاه	عراق
۱۴	شیخ صالح	جوانرود	کرمانشاه	عراق
۱۵	پرویز خان	قصر شیرین	کرمانشاه	عراق
۱۶	تيله کوه	سر پل ذهاب	کرمانشاه	عراق
۱۷	خسروی	خسروی	کرمانشاه	عراق
۱۸	مرکز تجاری قطر	بوشهر	بوشهر	قطر
۱۹	کنگان	کنگان	بوشهر	
۲۰	میلک	زابل	سیستان و بلوچستان	افغانستان
۲۱	میر جاوه	میر جاوه	سیستان و بلوچستان	پاکستان
۲۲	کوهک	سراوان	سیستان و بلوچستان	پاکستان
۲۳	پشینین	ایرانشهر	سیستان و بلوچستان	پاکستان
۲۴	پسابندر	بندر پسابندر	سیستان و بلوچستان	پاکستان
۲۵	دوغارون	مرز دوغارون	خراسان	افغانستان
۲۶	باجگیران	مرز باجگیران	خراسان	ترکمنستان

افغانستان	خراسان	بیرجند	میل ۷۳	۲۷
افغانستان	خراسان	نهبندان	دو کوهانه	۲۸
افغانستان	خراسان	یزدان	یزدان	۲۹
ترکمنستان	گلستان	اینچه برون	بازارچه پل	۳۰
اذربایجان	گیلان	استارا	استارا	۳۱
اذربایجان	اردبیل	اردبیل	پيله سوار	۳۲
اذربایجان	اردبیل	اردبیل	پارس اباد	۳۳
اذربایجان	اردبیل	اردبیل	بازارچه گرمی	۳۴
عراق	خوزستان	آبادان	آبادان	۳۵
عراق	خوزستان	خرمشهر	خرمشهر	۳۶
	هرمزگان	جاسک	بندر جاسک	۳۷
	هرمزگان	جزیره هرمز	جزیره هرمز	۳۸
	هرمزگان	تیاب	منطقه تیاب	۳۹
	هرمزگان	کنگ	بندر کنگ	۴۰
عراق	ایلام	مهران	مهران	۴۱
افغانستان	خراسان	بیرجند	میل ۷۵	۴۲

۲-۶- اهداف تشکیل بازارچه های مرزی

- ۱) امکان استفاده بهتر از مبادلات مرزی برای مرز نشینان و توزیع صحیح کالا
- ۲) سوق دادن مرزنشینان از قاچاق به سمت یک فعالیت مثبت اقتصادی
- ۳) شکستن بازار سیاه مواد غذایی و کالاهای ضروری در مناطق مرزی
- ۴) جلوگیری از مهاجرت مرز نشینان به شهرها به دلیل عدم وجود اشتغال
- ۵) بهبود وضع مردم منطقه از طریق تامین درآمد برای آنان
- ۶) تامین مواد اولیه کارخانجات صنعتی
- ۷) رونق صنایع کوچک و تازه تاسیس
- ۸) صرف درآمدهای مرزی در جهت محرومیت زدایی از منطقه
- ۹) ایجاد اشتغال و رونق بازرگانی داخلی و خارجی
- ۱۰) ایجاد درآمد ارزی و ریالی

۲-۷- مزایا بازارچه های مرزی

- ۱) ایجاد اشتغال در مناطق مرزی
- ۲) گردش نقدینگی
- ۳) جریان داد و ستد تجاری
- ۴) تامین امنیت اقتصادی
- ۵) تامین امنیت سیاسی مرزهای زمینی
- ۶) تامین امنیت اجتماعی
- ۷) افزایش تولید
- ۸) افزایش سرمایه گذاری محلی خارجی
- ۹) افزایش رفاه در مناطق مرزی

۲-۷-۱- مشکلات تجارت خارجی از طریق بازارچه های مرزی

- ۱) عدم تمرکز نهادهای ذی ربط در برخی از بازارچه ها
- ۲) فقدان امکانات رفاهی و سکونت مناسب و یا حصارکشی و آلات توزین و بارکشی در محدوده بازارچه
- ۳) ابهامات قانونی در صدور و ورود کالا در بازارچه های مرزی
- ۴) عدم وجود امکانات بسته بندی مناسب در محل
- ۵) حضور نهادهای ذی ربط در محل بازارچه
- ۶) روابط دیپلماتیک کشور مبدا با همسایگان
- ۷) عدم تطابق قوانین بازارچه با شرایط حاکم بر بازارچه برای نمونه تعداد متقاضیان بازارچه
- ۸) هزینه های گمرکی بالا کارایی پيله وران مرزی را پایین آورده است