

تولید و تجارت خرما، چالش ها و فرصت ها

مقدمه

خرمای یکی از محصولات است که سابقه تولید آن در کشور، به گذشته های بسیار دور برمی گردد. این محصول ارزشمند که میوه بهشتی نام گرفته و بارها در قرآن کریم از آن نام برده شده است، ارزش و جایگاه خاصی در بین مردم ایران دارد. شاید بشود گفت خرما از چند منظر، یک محصول استراتژیک محسوب میشود. در بحران هایی نظیر بلاهای طبیعی و یا در زمان جنگ ارزش این محصول برای حفظ سلامت مردم و تغذیه آنان دو چندان میگردد.

نخلستان ها معادن روباز تجدید پذیر هستند که اگر قدر بدانیم ارزش اقتصادی بالایی برای کشور داشته و هر نخل درآمدی معادل یک بشکه نفت به همراه خواهد داشت.

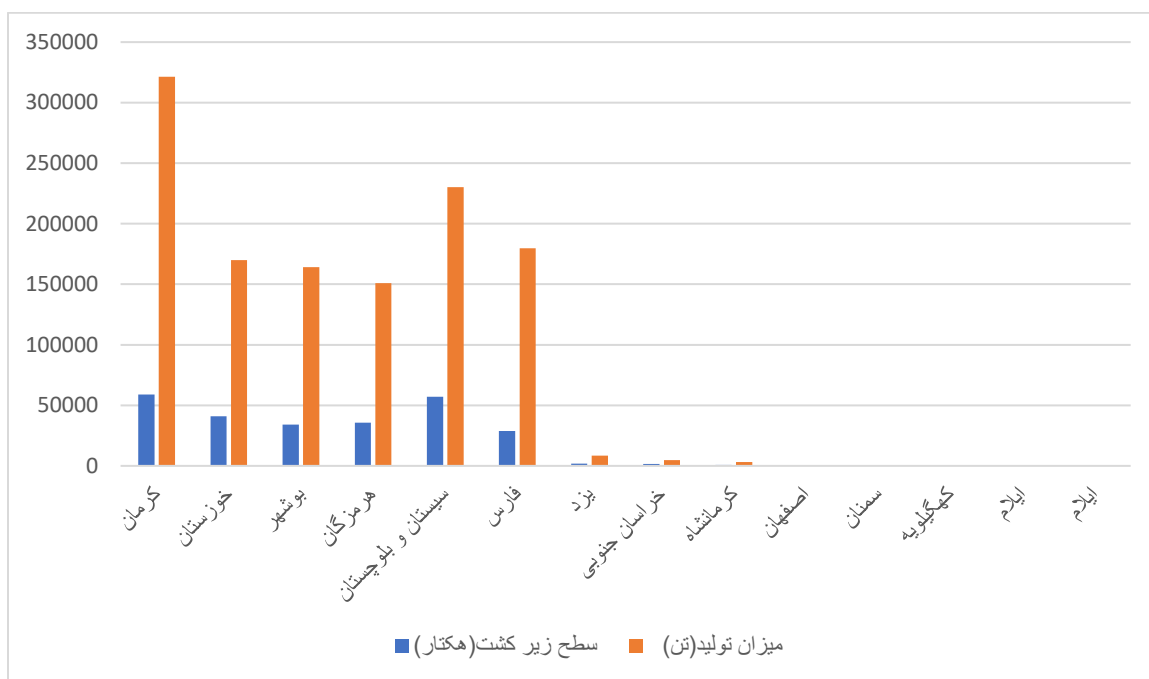
هزینه ایجاد شغل در صنعت خرما نسبت به صنایع دیگر بسیار پایین تر است.

میزان سطح زیر کشت خرما در کشور حدود ۲۶۰ هزارهکتار و میزان تولید آن حدود ۱/۳ میلیون تن برآورد میگردد (آمار فائو ۲۰۱۹) که به لحاظ سطح زیر کشت جایگاه نخست جهان و به لحاظ میزان تولید مقام دوم دنیا را داریم. در حال حاضر میزان صادرات خرمای ایران بین ۲۰۰ تا ۳۰۰ هزار تن در سال می باشد. ارزش صادراتی خرمای ایران به دلیل قیمت پایین خرما، قابل توجه نمی باشد. یعنی هرچند رتبه صادراتی ایران به لحاظ وزن در مقام دوم و سوم است ولی به لحاظ ارزش در مقام پنجم قرار داریم که علت این امر در قسمت های بعدی توضیح داده خواهد شد.

خرما در استانهای کرمان، خوزستان، سیستان و بلوچستان، هرمزگان، بوشهر و فارس جز محصولات اصلی بوده و نقش آن در زندگی مردم این مناطق بسیار اهمیت بسزایی دارد و بیشترین تولید در استان کرمان با ۳۲۱۴۴۹ تن می باشد. همچنین در استان های ایلام، اصفهان، یزد، خراسان جنوبی، لرستان، کهگیلویه و کرمانشاه نیز تولید میشود که جمع تولید در این استانها ۱۷۱۸۷ تن برآورد میگردد. (طبق آمار وزارت جهاد کشاورزی-۱۳۹۸)

بیش از ۵۰۰ هزار خانواده بطور مستقیم درگیر تولید خرما هستند (نخل داران) و همین تعداد خانوار در مراحل بعد تولید (صنایع جنبی، فرآوری بسته بندی و تجارت) مشغول به فعالیت می باشند.

واحد شمارش نخل همانند انسان نفر است و این نشان از شباهت این درخت ارزشمند با انسان دارد. در بعضی مناطق کلمه کشتن به حذف نخل اطلاق می‌گردد.



نمودار شماره یک - سطح زیر کشت و میزان تولید خرما در ایران در سال ۱۳۹۸ به تفکیک استانها (آمار وزارت جهاد کشاورزی)

صنایع دستی تولید شده از سرشاخه های خرما و از هسته خرما بسیار دیدنی و ارزشمند بوده و اشتغال زایی مناسبی ایجاد کرده است که نیازمند حمایت دولت و مردم دارد.

تهدیدات بخش تولید:

هرچند تولید خرما در ایران دارای سابقه طولانی است ولی اکنون بدلیل مشکلات پیش آمده حال و روز این صنعت خوب نیست و با تهدیدات ، چالش ها و فرصت هایی روبروست.

- بحران کمبود آب و آبیاری غیر اصولی (هدر رفت آب).

- آفات

- خشکسالی

- تغییرات آب و هوایی و اقلیمی

خشکسالی و تغییرات اقلیمی باعث کاهش بهره‌وری باغات به نسبت زیادی شده است و میزان تولید در هکتار را کاهش داده است.

- خرده مالکی نخلستان ها

- سنتی بودن مراحل کاشت و داشت و برداشت

- ضایعات بیش از حد در تولید

- عدم وجود نقشه راه تولید

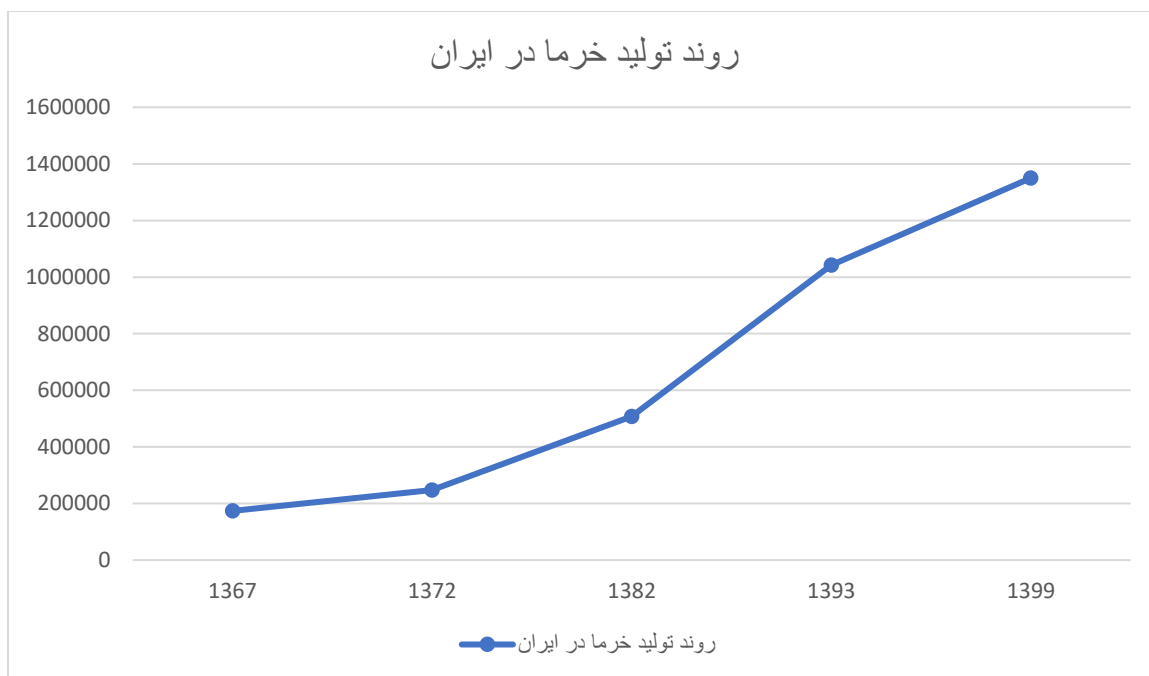
- کهنسال شدن نخلستان ها

- عدم وجود مرکز تحقیقات نخیلات و بازار در بخش خصوصی

از جمله چالش هایی است که صنعت خرماي کشور با آن مواجه است.

اگر بخواهيم تهديدات فوق را ريشه يابی کنیم بايد گفت ريشه چالش ها و تهديدات در عدم وجود نقشه راه در بخش های مختلف صنعت خرما است. سال های زیادی است که اين صنعت مسيری را بدون برنامه و هدف و سرخود طی کرده است که نتیجه حرکت در اين مسير تاریک، تهديدات و چالش هایی است که با آنها روبرو شده است و برای مقابله با آنها نیازمند برنامه و نقشه راهی است که بتوانند در بخش های مختلف راه و مسير حرکت را نشان دهد و همچنین میان بخش تولید و بخش های دیگر ارتباط و هماهنگی و پیوستگی ایجاد نماید.

در سالهای گذشته نبود برنامه و نقشه باعث رشد غير اصولی یک بخش و عدم سرمایه گذاری در بخش دیگر شده است. بعنوان مثال سطح زیر کشت نخلستان در بعضی مناطق بطور غير اصولی و علمی و بدون در نظر گرفتن اینکه چه وارितه ای مناسب کشت است، رشد داشته است ولی در کنار توسعه نخلستان ها هیچ برنامه ای برای ایجاد صنایع جنبی بعد از تولید و همچنین توسعه بازار وجود نداشته است و اگر هم بوده تک بعدی بوده است و همه جانبه نگری وجود نداشته است. همانطور که در نمودار شماره ۲ مشاهده مینمایید، تولید حدود ۱۷۴ هزارتنی در سال ۱۳۶۷ به حدود یک میلیون و سیصدو پنجاه هزار تن در سال ۱۳۹۹ رسیده است یعنی طی ۳۲ سال تولید خرما رشدی حدود ۸ برابری داشته است، در حالیکه صنایع جنبی و بازار از چنین رشدی برخوردار نبوده اند.



نمودار شماره ۲ - میزان تولید خرما از سال ۱۳۶۷ تا ۱۳۹۹ طبق آمار وزارت جهاد کشاورزی

نخلستان ها اکثرا شرایط اجرای عملیات مکانیزه را ندارند و معنی این سخن این است که متولیان امر برنامه ای برای نخلستان های در حال ایجاد و اصلاح نخلستان های قدیمی نداشته و ندارند.

در سال های اخیر وزارت جهاد کشاورزی تسهیلاتی را برای اصلاح نخلستان ها در نظر گرفته است که با استقبال باغداران مواجه نشد زیرا سود بالا و دوره بازپرداخت کوتاه مدت این تسهیلات باعث عدم توجه استفاده از این تسهیلات بود. دوره به ثمر رسیدن نخل حداقل ۱۰ سال است در صورتیکه دوره بازپرداخت تسهیلات ۵ سال می باشد. مسلما باغداران نمیتوانند از این تسهیلات استفاده نمایند.

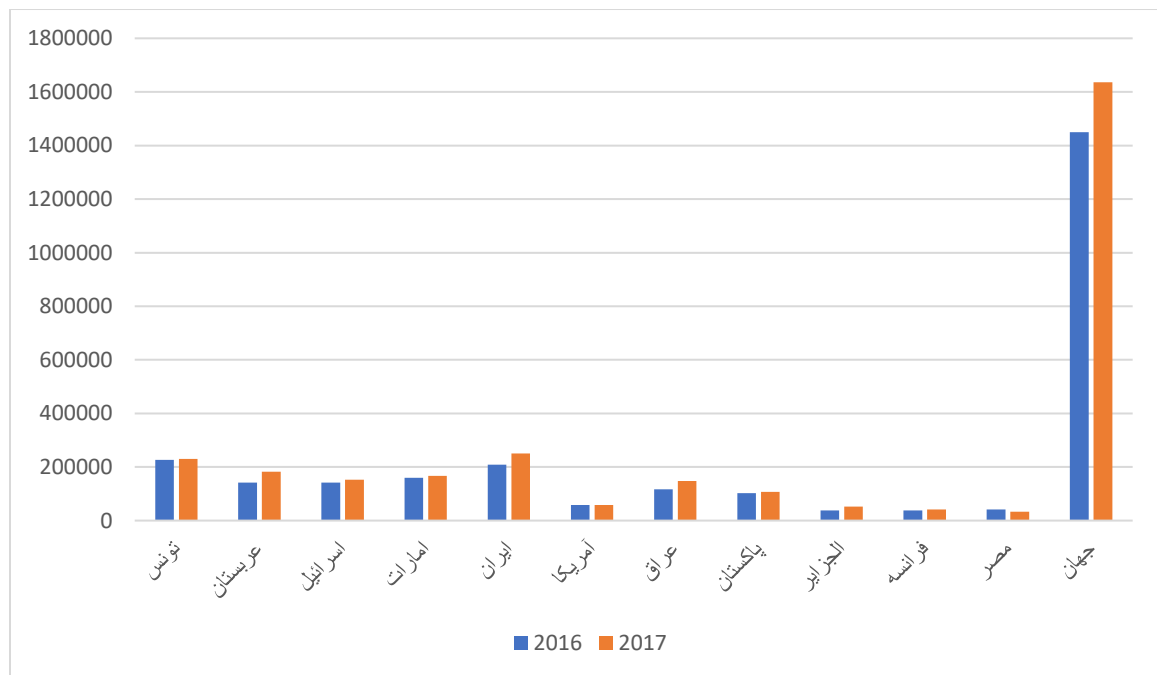
آفات زیادی نخلستان ها را تهدید میکند. بعضی از این آفات از کشورهای دیگر وارد کشور میشوند که نیاز است قوانین قرنطینه ای سختگیرانه تر اجرا شوند. بعضی آفات مهمان چندین ساله نخلستان ها هستند که عدم برنامه ریزی برای مبارزه با این آفات و آنها را به میهمان های ناخوانده همیشگی تبدیل کرده است. هم روش های مبارزه با این آفات سخت تر کرده و هم هزینه مبارزه را بالا برده است.

مبارزه با آفات مختلف نخل و همچنین استفاده از ماشین آلات برای مراحل داشت و برداشت که باعث افزایش بهره وری باغات خواهد شد، اصلاح نخلستان ها را ضروری و واجب مینماید. تبدیل روش های سنتی به روش

های جدید و مکانیزه ، نیازمند اصلاح نخلستان هاست.در حال حاضر بسیاری از نخلستان ها به دلیل شرایط فیزیکی موجود قادر به استفاده از روش های جدید داشت و برداشت نیستند. ادوات کشاورزی قادر به کار در این نخلستان ها نمی باشند که همین امر باعث شده بهره وری این نخیلات بسیار پایین باشد و قیمت تمام شده محصول افزایش یافته و با قیمت فروش هیچ هم خوانی نداشته باشد و ادامه این روند انگیزه ادامه فعالیت را از نخل داران خواهد گرفت.

در حال حاضر میزان ضایعات خرما در مراحل مختلف حدود ۲۰ درصد است که کاهش این میزان ایجاد ثروت زیادی برای کشور به همراه دارد و این تهدیدی است که میتواند به فرصت تبدیل گردد.

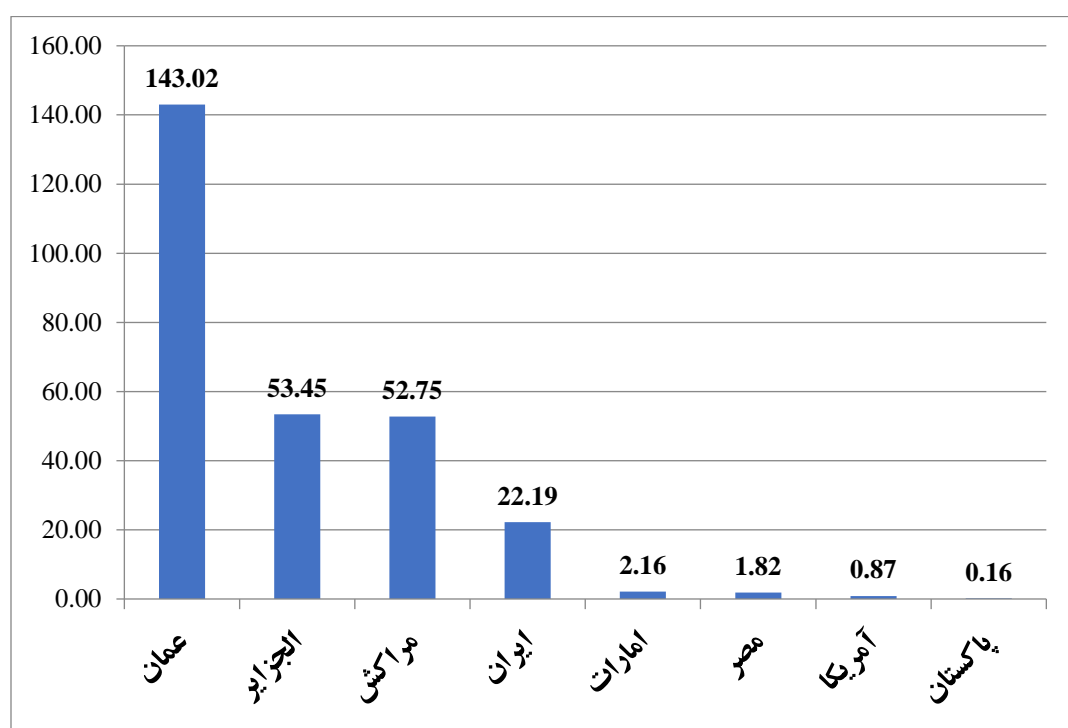
همانطور که در ابتدای گفتار بیان شد سابقه تولید خرما در ایران طولانی است به همین علت بسیاری از نخلستان های ما دارای عمری بیش از ۵۰ سال می باشند که ادامه کار این نخلستان ها توجیه اقتصادی برای نخل داران ندارد،لذا نیاز است این نخلستان ها جوان سازی شوند که اگر این امر صورت نگیرد میزان زیادی از نخلستان ها از گردونه تولید خارج خواهند شد و زمین های این نخلستان ها تغییر کاربری پیدا خواهند کرد و متاسفانه تاثیر منفی بر بخش های مختلف صنعت بزرگ خرما خواهد گذاشت.



نمودار شماره ۳- میزان ارزش صادرات خرما ۱۱ کشور در سال ۲۰۱۶ و ۲۰۱۷ به دلار

فرصت های بخش تولید:

- ایران در تولید خرما دارای مزیت نسبی است به دیگر سخن تولید خرما در ایران در مقایسه با بسیاری از کشورهای دیگر ارزانتر است و قدرت رقابت ما را در بازارها بالاتر می باشد. هرچند به عللی که در بالا آمد این مزیت نسبی رو به کاهش است و با تهدید روبروست. البته بیان این نکته حائز اهمیت است که بعضی از کشورهای رقیب به دلیل سیاست های حمایتی دولیشان، دارای مزیت نسبی بهتری نسبت به ما هستند. اینجاست که تاثیر وجود نقشه راه و سیاست های حمایتی دولت مشخص تر میشود.



نمودار شماره ۴ - متوسط مزیت نسبی صادرات خرما در طول دوره زمانی ۱۹۹۱-۲۰۱۱

- با تغییر رویکر از تولید سنتی به تولید صنعتی و افزایش بهره وری در بخش های مختلف که باعث کاهش قیمت تمام شده و افزایش توان رقابتی خواهد شد، یک فرصتی است که در آینده باید از آن استفاده نمود.
- نیروی انسانی متخصص که علم و تجربه را در هم آمیخته است و با وجود آنها میتوان آینده خوبی را برای صنعت خرما رقم زد.

- وجود صنایع فرآوری در کنار تولیدات خوب یک فرصتی است که در آینده میتواند به رشد و توسعه صنعت خرما کمک کند.

- ارگانیک بودن خرمای ایران و همچنین سالم بودن تولیدات.

تهدیدات و چالش های صنایع جنبی :

صنایع جنبی خرما شامل صنایع بسته بندی و فرآوری و صنایع دستی, بخش های بعد از تولید و تکمیل کننده تولید هستند که اگر به آنها توجه نشود در حقیقت به تولید ضربه وارد خواهد شد. با وجود صنایع تبدیلی میتوان ضایعات خرما و نخل را به ثروت تبدیل کرد.

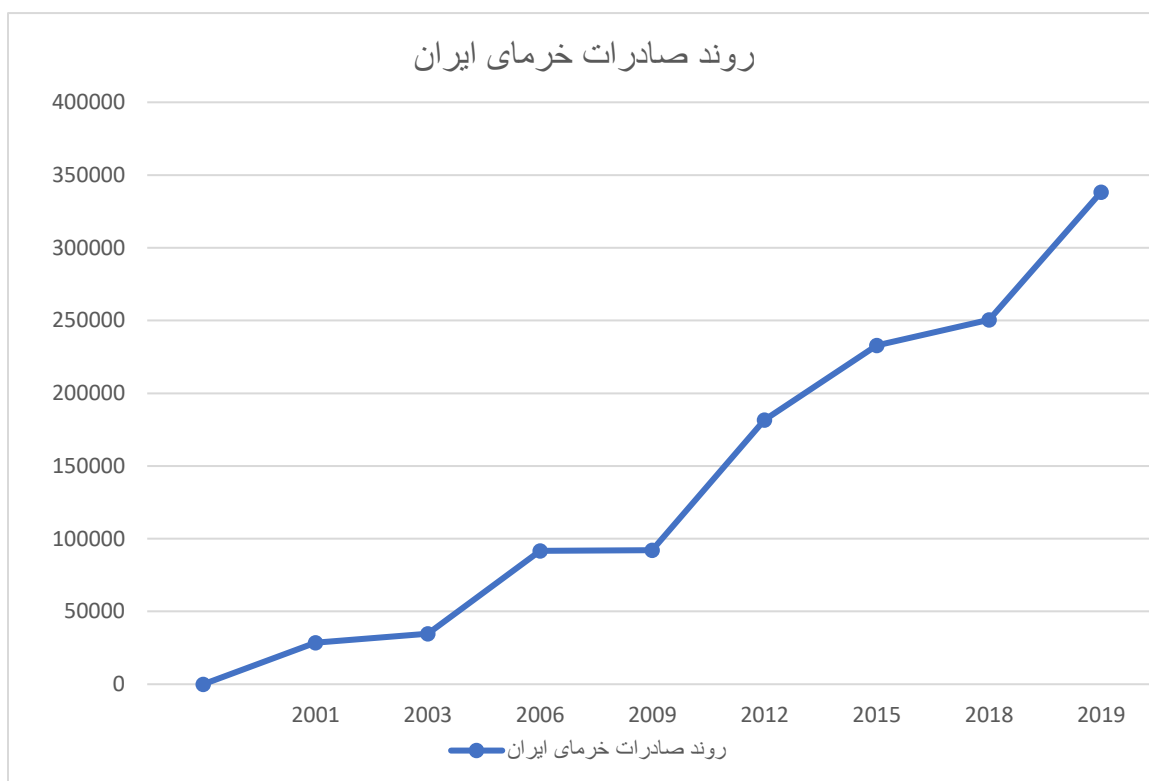
امروزه از ضایعات سرشاخه های خرما و همچنین ضایعات خرما محصولاتی با ارزش افزوده بالا تولید میشود. این صنایع در استان های مختلف خصوصا در آذربایجان شرقی ایجاد شده است ولی هنوز ظرفیت برای سرمایه گذاری در این زمینه وجود دارد. در حال حاضر محصولاتی مثل شیر خرما, عسل خرما, قند مایع خرما, قند حبه خرما, خمیر خرما, مارمالاد, سس, شکلات , بیسکویت , کیک, کلوچه , لواشک , ترافل و چند محصول دیگر از خرما فرآوری میگردد و همچنین از ضایعات خرما و نخل, در صنایع کود سازی , خوراک دام , صنایع کاغذ سازی و حتی صنعت اتومبیل استفاده میشود. ولی بدایلی بعضی از صنایع فوق ایجاد نشده است و فعالیت بعضی از کارخانه های ایجاد شده با حداقل ظرفیت صورت میپذیرد که نیازمند حمایت می باشند.

کمبود نقدینگی و سرمایه در گردش, هزینه های بالای بازاریابی , بالا بودن نرخ تسهیلات بانکی , عدم شناخت بازار مصرف نسبت به بعضی محصولات , تحریم های ظالمانه بین المللی و عدم حمایت دولت از این بخش , مشکلاتی است که صنایع جنبی خرما را تهدید میکند.

یکی از حمایت هایی که از صنایع جنبی, میتواند صورت پذیرد, هدفمند کردن یارانه ها به نفع این تولیدات است. همچنین اصلاح فرهنگ مصرف مردم به سوی مصرف محصولات جانبی سالم خرما که تغذیه بسیار مناسبی محسوب میشوند میتواند بازار دائمی در داخل کشور برای این محصولات بوجود آورد.

نقش صدا و سیما و رسانه ها در حمایت از این صنایع بر کسی پوشیده نیست. فرهنگ سازی برای مصرف محصولات خرمایی میتواند این صنایع را سرپا نگه دارد خصوصا اینکه محصولات تولید شده از خرما به سلامت جامعه کمک خواهد نمود.

یکی از راه های دیگر برای کمک به این صنایع , سهام کردن باغداران در تولید این محصولات است . این امر باعث میشود که نیاز به نقدینگی تا حد قابل ملاحظه ای کاهش یابد و بر درآمد باغداران نیز خواهد افزود.



نمودار شماره ۵ - روند صادرات خرمای ایران طی سال های ۲۰۰۱ تا ۲۰۱۹

نرخ سود بانکی تسهیلات اعطایی به این بخش ها متناسب با سود حاصل از فعالیت این بخش نیست و نیاز است که این نرخ ها بازبینی شده یا از یارانه های دولتی برخوردار گردند.

فرصت پیش روی صنایع جنبی:

- افزایش توجه مردم به مصرف محصولات ارگانیک و سالم فرصتی است که با اصلاح فرهنگ مصرف و روی آوردن مردم به سمت مصرف این محصولات میتوان آینده روشنی را برای این صنایع انتظار داشت.
- بدلیل کمبود نیروی انسانی در بسته بندی سنتی خرما ، سرمایه گذاری در بسته بندی مدرن ، فرصت مناسبی برای صنعت بسته بندی است.

- افزایش میزان تولید خرما در کشورهای همسایه درآینده ، میتواند در تامین مواد اولیه این صنایع تاثیر مثبت داشته باشد.

تهدیدات بخش تجارت:

بواسطه میزان تولید زیاد و همچنین علاقه و رغبت مردم ایران به مصرف خرما، تجارت خرما نیز دارای سابقه طولانی است اما تجارت این محصول ارزشمند مانند تولید آن دارای چالش هایی است که باید دیده شود و برای برداشتن این چالش ها و تهدیدات راه حل هایی اندیشیده گردد.

- سنتی بودن سیستم تجارت .

- عدم برنامه ریزی میان مدت و بلند مدت .

- بی سرو سامان بودن بازار و عدم نظارت دولت بر فروش و صادرات خرما.

- بالا بودن هزینه های بازاریابی و تبلیغات و عدم حمایت دولت از این بخش.

- بالا بودن نرخ تسهیلات اعطایی در بخش صادرات. نرخ سود تسهیلات به شرکتهای در کشورهای رقیب بسیار پایین تر از کشور ماست.

- تحریم های بین المللی.

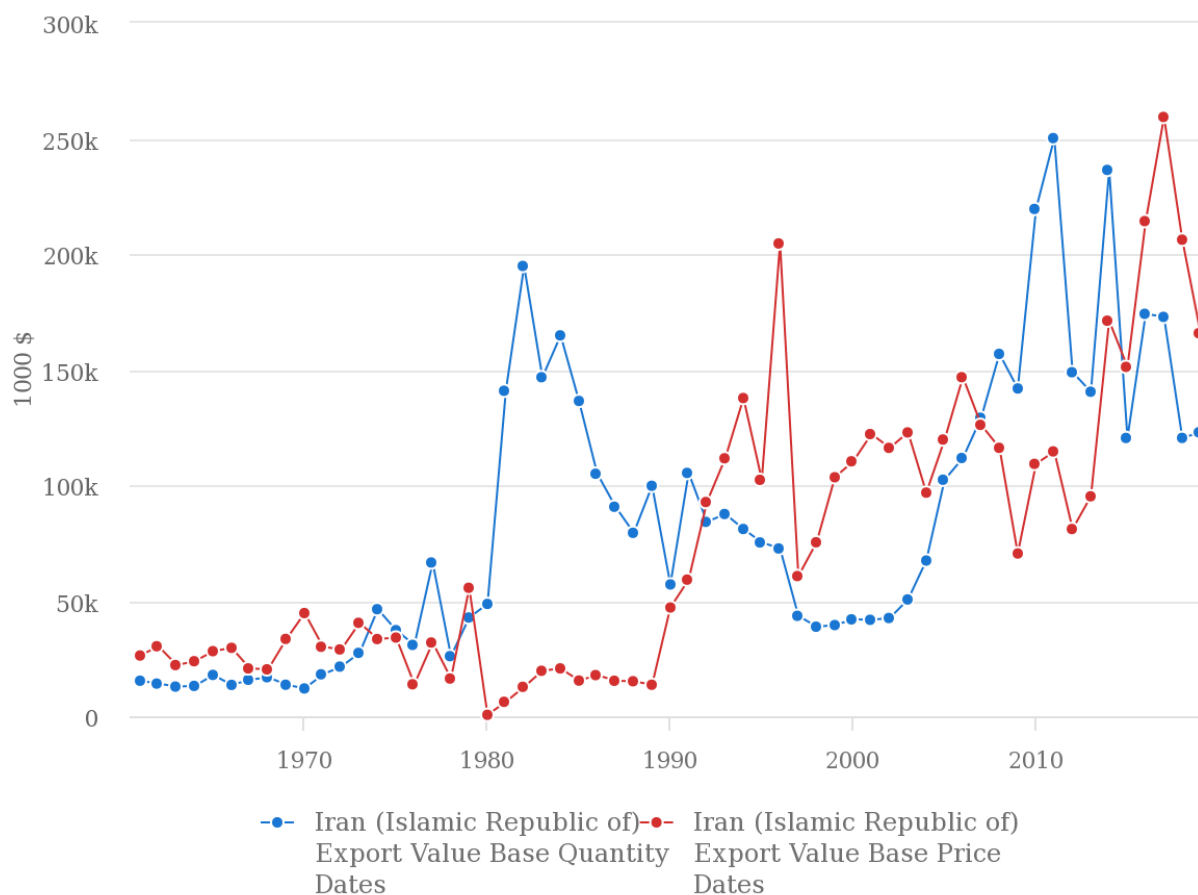
- تصمیمات غیر کارشناسی و خلق ساعه دولت.

- محدود بودن صادرات به چند کشور خاص.

علی رغم روند صعودی صادرات خرمای ایران طی ۲۰ سال گشته (نمودار ۵) ولی سهم کشورمان از ارزش صادرات خرما قابل توجه نبوده است و ارزش افزوده قابل انتظار را تامین نکرده است بطوریکه کشور ما به لحاظ تناژ صادراتی مقام اول را دارد ولی به لحاظ ارزش صادراتی مقامی بهتر از پنجم کسب نکرده است. (نمودار ۶) این مسئله ناشی از عدم نظارت کافی دولت و تشکل های بخش خصوصی نظیر انجمن ملی خرمای ایران بر صادرات خرما و همچنین رقابت منفی صادرکنندگان است. عدم حضور انجمن ملی خرما ایران در امر تصمیم گیری در تدوین سیاست های کلان صادراتی کشور و نداشتن قدرت لازم برای کنترل صادرات و بازار داخل باعث رها بودن بازار خرمای ایران شده است.

علت دیگر ارزش صادراتی خرما، عدم برند سازی در بازارهای خارج می باشد که باعث شده نتوانیم در فروشگاه های معتبر خارج از کشور حضور خوب و دائمی داشته باشیم. حضور در این بازارها ، نیازمند خواست و توانایی

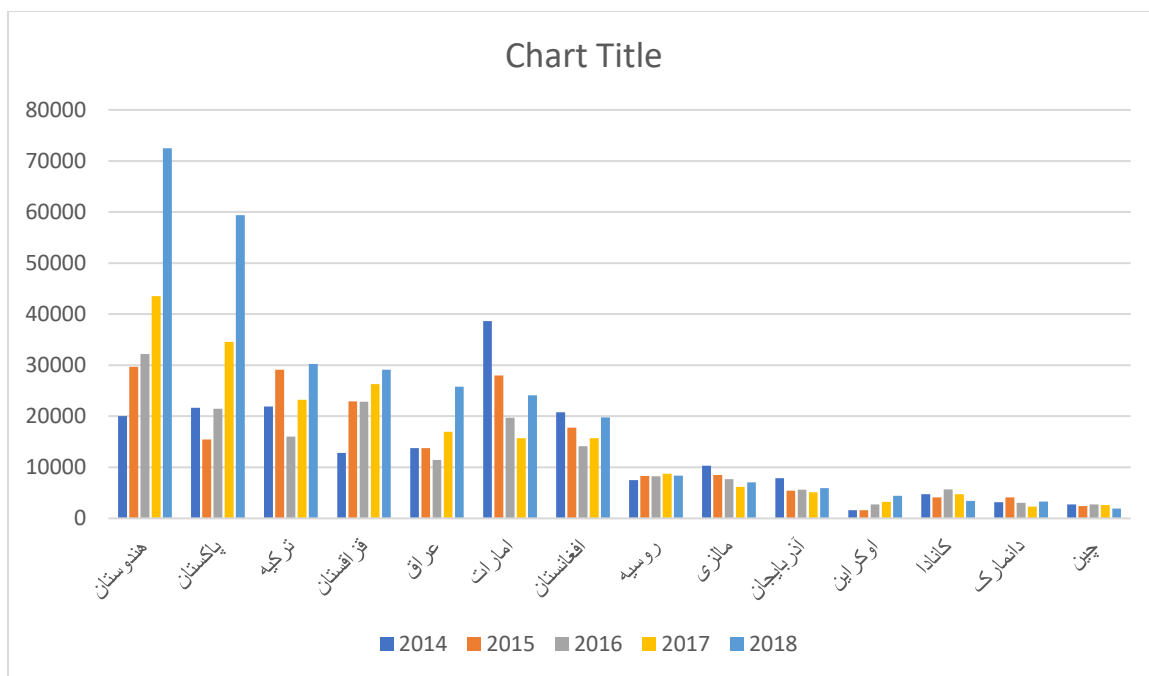
بخش خصوصی و حمایت دولت است. در حال حاضر خرماى ایران همچون زعفران ایران با نام و برندهای سایر کشورها در بازارهای دنیا عرضه میشود و متأسفانه ارزش افزوده این محصول نصیب تجار غیر ایرانی میگردد.



Source: FAOSTAT (Aug 22, 2021)

نمودار شماره ۶ - میزان صادرات خرماى ایران به لحظ تناژ و ارزش طی سالهای ۱۹۷۰ تا ۲۰۱۹ برگرفته از سایت FAO

در سالهای گذشته بخش خصوصی تلاشی برای توسعه بازار و ایجاد بازارهای جدید نکرده است. بطوریکه از ۱۹۰ کشور جهان ما فقط به ۷۲ کشور صادرات خرما داشته ایم ولی عمده صادرات ما به ۷ کشور بوده است بعنوان مثلا در سال ۲۰۱۸ حدود ۸۰ درصد صادرات خرماى ایران به کشورهای هندوستان، پاکستان، ترکیه، قزاقستان، عراق، امارات و افغانستان بوده است و این یک چالش بزرگ برای صادرات خرما محسوب میگردد و بازار خرما را دچار بی ثباتی مینماید.



نمودار شماره ۷ - کشورهای هدف صادراتی عمده و میزان صادرات طی سالهای ۲۰۱۴ تا ۲۰۱۸

فرصت ها:

- روند رو به رشد صادرات خرما

اما با وجود تهدیدات، تجارت خرمای ایران با فرصت هایی روبروست. طی بیست سال گذشته صادرات خرمای ایران روند افزایشی داشته است (نمودار ۴). معنی آن استقبال مصرف کنندگان خارجی از خرمای ایران است و به این استقبال باید بعنوان یک فرصت نگاه شود. هرچند که قیمت صادراتی خرمای ایران در سال ها مختلف متفاوت بوده است (نمودار ۵) که میشود با توسعه بازار و نظارت قیمت صادراتی خرمای ایران را بالا برد و از ثبات نسبی برخوردار نمود.

- انحصار در تولید برخی ارقام مثل رقم مضافتی.

- استقبال روزافزون بازارهای داخلی و خارجی از خرمای ایران.

- مزیت نسبی تولید خرما در ایران.

- وجود صنایع پیشرفته تبدیلی و فراوری و محصولات متنوع بدست آمده از خرما در کشور که قابلیت صادرات دارد.

پیشنهادات:

تجارت بین المللی و کسب درآمدهای ارزی در دنیای اقتصادی کنونی از اهمیت قابل ملاحظه و غیر قابل انکاری برخوردار می باشد. در این راستا، یکی از مسایل مهم به منظور کسب موفقیت یک کشور در امر تجارت خارجی، کمک به افزایش مزیت نسبی محصولات صادراتی آن کشور است.

پیشنهادات زیر به منظور بالا بردن مزیت نسبی صادراتی خرما میتوان مطرح نمود:

ایجاد خانه تجارت

در کشورهای هدف صادراتی به جهت کمک به کاهش هزینه های مختلف صادرکنندگان و ایجاد ارتباط آسان بین تجار دو کشور و همچنین جمع آموری اطلاعات تجاری مورد نیاز صادرکنندگان ایجاد مکانی بنام خانه تجارت که خدمات خوب به تجار کشورمان ارائه نماید ضروری است .

تجارت دو جانبه

تجار ما باید بدانند که تجارت دو جانبه سودآوری بیشتری به همراه خواهد داشت همچنین بر تداوم و حفظ تجارت بین دو کشور موثر خواهد بود.

خلق بازار های جدید

پایداری در تجارت و ایجاد ثبات در بازار نیازمند توسعه بازار است. چنانچه بسنده به بازار چند کشور خاص نمایید، قطعاً شرایط ثبات را از بازار گرفته ایم. طی سالیان گذشته عمده صادرات خرما به چند کشور خاص بوده است. (نمودار ۵). این شرایط باعث میشود تجارت خرما از عدم ثبات برخوردار شود و پایه های لرزانی داشته باشد. لذا میطلبید صادرکنندگان با حمایت دولت به فکر ایجاد بازارهای جدید باشند تا هم میزان صادرات این محصول افزایش یابد و هم ثبات بازار تضمین گردد و هم بر میزان مزیت نسبی خرما کشور افزوده شود.

اصلاح نرخ و شرایط تسهیلات بانکی

تسهیلات بانکی باید متناسب با وضعیت صنعت خرما، میزان سودآوری، نرخ تسهیلات بانکی در کشورهای رقیب اصلاح گردد، خصوصاً تسهیلات مربوط به اصلاح نخیلات.

تدوین نقشه راه خرما . همانگونه که قبلا بیان شد, نبود نقشه راه صنعت خرما تهدیدی جدی برای این صنعت است. بنابراین هم دولت و هم بخش خصوصی باید در جهت تدوین این نقشه گام بردارند. همه عوامل تاثیرگذار باید مشارکت فعال داشته باشند(تولید کنندگان بزرگ و مطلع,صنایع فراوری,تجار,مراکز علمی و تحقیقاتی,تشکل های بخش خصوصی و کارشناسان خبره دولتی و خصوصی). این نقشه راه شامل برنامه های کوتاه مدت,میان مدت و بلند مدت خواهد بود. قبل از برنامه ریزی باید یک مطالعه جامعه از شرایط گذشته و وضعیت موجود صورت بگیرد.عوامل ایجاد کننده وضعیت موجودشناسایی شوند(آسیب شناسی).آمارگیری جدید و صحیح از تمامی بخش های صنعت خرما صورت پذیرد,نقاط قوت و ضعف شناسایی شوند.تهدیدها و فرصت ها به درستی مشخص گردند و در تدوین نهایی نقشه راه از تجربیات کشورهای دیگر بهره گرفته شود.