

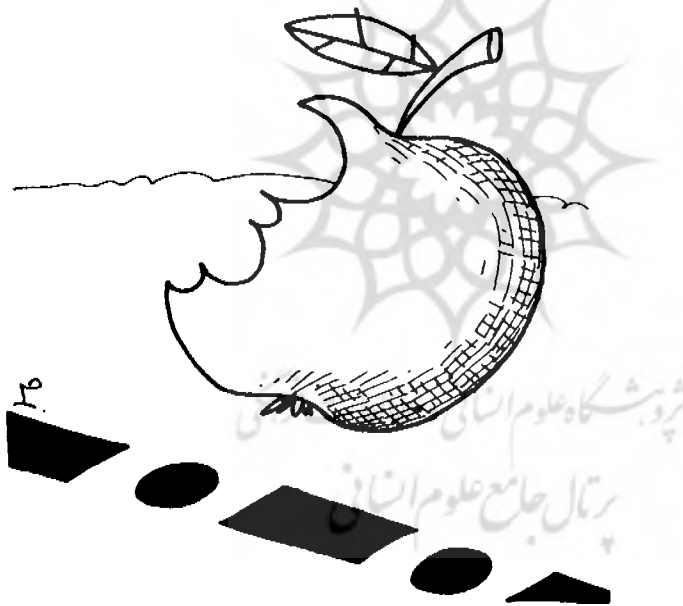
می توان از صدور محصولات زراعی و باغی بیش از ۲ میلیارد دلار درآمد کسب کرد

اشاره:

بازرگانان ایرانی در صدور محصولات کشاورزی به خارج از کشور، تجربه‌ای طولانی دارند. صادرات انواع میوه و تره‌بار به بازارهای حاشیه جنوبی خلیج فارس، کشورهای همسایه و نیز تعدادی از کشورهای اروپایی، سالهاست که ادامه دارد، اگرچه با نوسان‌های زیادی در این دوران مواجه بوده است.

اگر چه صدور محصولات کشاورزی تا حد زیادی تابع تولید و تقاضای داخلی است، اما سیاست‌های منطقی و زودگذر، نوسان مقررات و نظایر آن، فعالیت صادرکنندگان محصولات کشاورزی در بازارهای خارجی را دستخوش تغییرات زیادی می‌کند، به گونه‌ای که برنامه‌ریزی برای بلندمدت در این زمینه را مختل می‌سازد.

در این گزارش، نگاهی به صادرات محصولات کشاورزی و مشکلات صادرکنندگان این کالاها داریم.



تره‌بار، گل و گیاه، گیاهان دارویی و... را دربرمی‌گیرد.

صادرات محصولات کشاورزی

تنوع آب و هوا، وسعت زمین‌های زیرکشت محصولات کشاورزی، وجود حدود نیمی از جمعیت کشور در روستاها، تأسیس یک‌چهارم ارزش تولید ناخالص داخلی از بخش کشاورزی، اشتغال نزدیک به یک‌سوم جمعیت فعال در این بخش و... از مزیت‌های نسبی بخش کشاورزی است که تولید و تجارت محصولات کشاورزی و باغی را میسر می‌سازد.

محصولات کشاورزی ایران به لحاظ تنوع شرایط آب‌وهوایی کشور، مجموعه وسیعی از میوه‌ها، صیفی و

○ به لحاظ تنوع آب و هوا در ایران، مجموعه وسیعی از محصولات زراعی و باغی در کشور، قابل کشت و صدور می‌باشد.

سابقه طولانی تجارت محصولات کشاورزی به کشورهای دور و نزدیک، سبب شده است که صادرکنندگان ایرانی در

بازارهای خارجی از شهرت و اعتبار برخوردار باشند.

○ سالانه بیش از ۲۰ میلیون تن محصولات زراعی و باغی (میوه و تره‌بار و صیفی) در کشور تولید می‌شود، اما کمتر از ۵ درصد آن صادر می‌گردد. بخش قابل‌توجهی از این تولیدات در کشور مصرف و ضایع می‌شود.

با وجود آنکه سالانه بیش از ۲۰ میلیون تن میوه، تره‌بار و صیفی در کشور تولید می‌شود، اما کمتر از ۵ درصد آن به خارج کشور صادر می‌شود. بخش قابل‌توجهی از تولیدات کشاورزی و باغی کشور، در بازار داخلی مصرف یا ضایع می‌شود، در حالی که می‌توان با الگوی صحیح تولید، توزیع و مصرف مواد کشاورزی، میوه و تره‌بار، صیفی و نظایر آن، بخش بیشتری از این تولیدات را به صادرات اختصاص داد.

نبود فرهنگ صادرات در میان عامه مردم، بزرگ‌ترین مشکل صدور تولیدات کشاورزی و باغی است. متأسفانه مردم، الگوی صحیح تغذیه را نمی‌شناسند و قادر نیستند که مواد قابل جایگزین برای هر محصولی را شناسایی کنند که در صورت کمبود، بتوان از تولیدات مشابه جایگزین استفاده نمایند و روند صادرات محصولات کشاورزی را زیر سؤال نبرند.

گسترش فرهنگ صادرات در میان مردم، بزرگ‌ترین وظیفه سیاست‌گزاران، برنامه‌ریزان و رسانه‌های جمعی است. در کنار آن می‌بایست الگوی تغذیه صحیح به مردم آموزش داده شود.

با توجه به حجم زیاد تولیدات کشاورزی و باغی، صدور فقط ۵ درصد تولیدات، هرگز نباید واکنش اجتماعی به دنبال داشته باشد، در حالی که بارها شاهد بوده‌ایم که به‌منظور رفع کمبود عرضه داخلی، صدور برخی محصولات کشاورزی، ممنوع اعلام شده است.

با وجود این شرایط بسیار متغیر، به‌طور میانگین در نخستین برنامه پنج‌ساله توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی کشور، سالانه بیش از ۵۰۰ میلیون دلار، درآمد ارزی از صدور میوه و تره‌بار کسب شد.

ذکر این نکته ضروری است که ۷۰ درصد تولیدات بخش کشاورزی را محصولات باغی تشکیل می‌دهد. با توجه به این امر که تولید محصولات زراعی و باغی ایران در واحد سطح در

سال ۷۴ نسبت به شروع نخستین برنامه پنج‌ساله توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی کشور (سال ۶۸) بین ۵۰ تا ۲۰۰ درصد رشد یافته، لیکن تحرک لازم در صادرات این محصولات به چشم نمی‌خورد.

این در حالی است که به گفته وزیر کشاورزی، با برنامه‌های تدوین شده، پیش‌بینی می‌شود تا پایان دومین برنامه پنج‌ساله توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی یک تراز تجاری مثبت در صادرات و واردات کالاهای کشاورزی و مواد غذایی به دست آید.

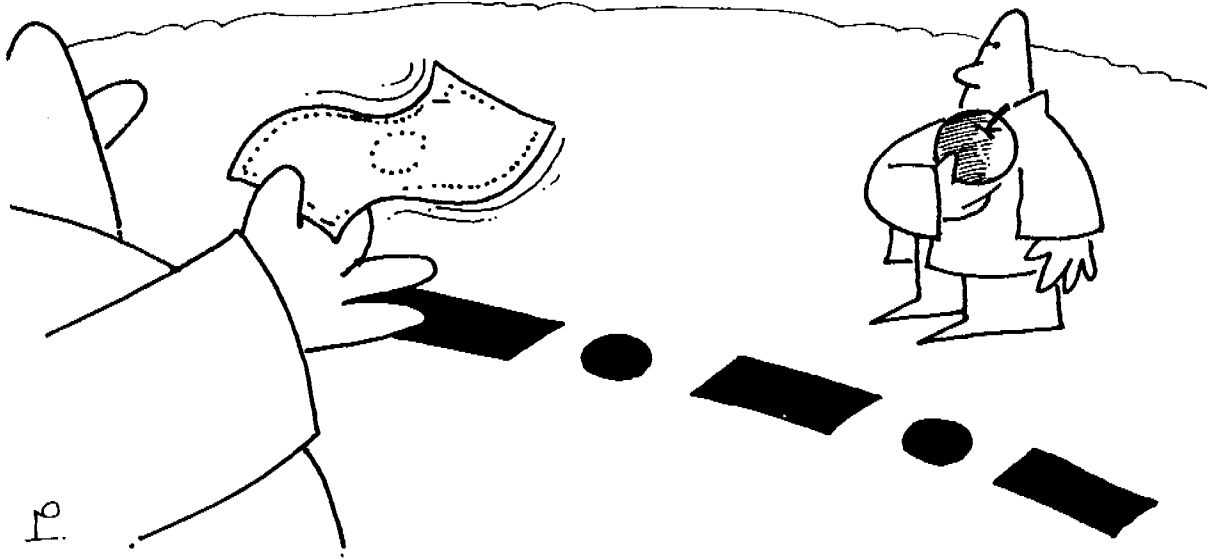
ارزش واردات مواد غذایی ایران سالانه حدود ۱/۷ میلیارد دلار و ارزش مجموع صادرات این بخش یک میلیارد دلار می‌باشد. به این ترتیب تراز تجارت محصولات کشاورزی ایران سالانه ۷۰۰ میلیون دلار کسری دارد. وزارت کشاورزی درصدد است از طریق رشد صادرات محصولات کشاورزی، این تراز را متوازن یا مثبت کند.

البته تجربه برنامه اول نشان می‌دهد که ارزش صادرات محصولات بخش کشاورزی در این برنامه به ۳/۵ میلیارد دلار رسید که از هدف برنامه (۳ میلیارد و ۲۴ میلیون دلار) بیشتر بود.

با این وجود، بحث عمده آن است که چگونه صادرات محصولات کشاورزی را باید افزایش داد و از چه استعدادها و توانمندی‌های بالقوه‌ای در این راستا می‌توان بهره گرفت.

کارشناسان کشاورزی اعتقاد دارند که آب و هوای اقلیمی گوناگون و قرار گرفتن ایران در منطقه معتدله شمالی (از مدار ۲۵ تا ۴۰ درجه شمالی)، یکی از مزیت‌های عمده است، زیرا شرایط مناسب جوی برای کشت و پرورش انواع میوه‌های سردسیری، نیمه سردسیری، گرمسیری و نیمه‌گرمسیری را دارد. در ضمن موقعیت جغرافیایی ایران و استقرار آن در مسیر کاروان تجاری آسیا-اروپا، از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است، چرا که در گذشته‌های دور نیز به همین دلیل، محصولات ایران در سطح وسیعی از آسیا و اروپا مبادله می‌شده است.

○ صدور کمتر از ۵ درصد میوه، تره‌بار و صیفی کشور نباید واکنش اجتماعی به دنبال داشته باشد، اما بارها مشاهده شده که برای رفع کمبودهای مقطعی در بازار داخلی، صدور برخی محصولات ممنوع شده است.



بازاریابی صادرکنندگان و... از وظایفی است که بخش دولتی در راستای تشویق صادرات محصولات زراعی و باغی برعهده دارد تا انگیزه افزایش تولید و صدور محصولات کشاورزی در بخش خصوصی تقویت شود.

کارشناسان اعتقاد دارند که با ایجاد تحول در صنایع فرآوری و آماده‌سازی مواد غذایی، بهبود کیفیت بسته‌بندی و افزایش میزان تولید برخی از محصولات کشاورزی مانند پسته و گیاهان صنعتی نظیر زعفران و زیره، قادر خواهیم بود دست‌کم سالانه ۲ میلیارد دلار از صدور همین محصولات کسب درآمد نماییم که این رقم نزدیک به دوسوم ارزش صادرات غیرنفتی کشور در سال گذشته می‌باشد.

آنها توصیه می‌کنند که ایجاد تسهیلات برای مشارکت فعال صادرکنندگان محصولات کشاورزی در نمایشگاه‌های بزرگ تخصصی جهان در زمینه محصولات کشاورزی و غذایی، تلاش برای عرضه محصولات مرغوب در بسته‌بندی‌های متناسب با تقاضای بازارهای خارجی، پیروی از سیاست بازاریابی فعال و... می‌تواند به رشد صادرات بخش کشاورزی کمک بسزایی کند.

بر اساس آخرین آمار منتشره از سوی منابع رسمی، ارزش کل صادرات محصولات غذایی کشاورزی و فرآورده‌های صنعت غذایی کشور در سال گذشته با ۲۲ درصد رشد نسبت به سال ۷۴-۸۹۲ میلیون دلار رسید. صادرات

کارشناسان بر این باور هستند که توان تولید و تجارت محصولات زراعی و باغی ایران بسیار بالاتر از حد کنونی است، لیکن از یک سو شرایط حاکم بر تجارت محصولات کشاورزی و از سوی دیگر فقدان انگیزه‌های لازم در این امر، سبب می‌شود که از مجموعه توانمندی‌های بخش تولید و تجارت محصولات کشاورزی به‌خوبی بهره‌برداری نشود.

○ تولید محصولات زراعی و باغی در سال‌های اخیر بین ۵۰ تا ۲۰۰ درصد افزایش یافته، لیکن تحرک لازم در صادرات این محصولات مشاهده نمی‌شود.

این ضرورت کاملاً ملموس است که دولت، مجلس شورای اسلامی، ارگان‌ها و نهادهای وابسته به دولت، بانک‌ها و... می‌بایست با همکاری و هماهنگی یکدیگر، صادرات بخش کشاورزی را تسهیل نمایند و موانع و مشکلات صادرکنندگان این کالاها را برطرف سازند.

رشد سرمایه‌گذاری در صنایع تبدیلی، بسته‌بندی و فرآیند محصولات کشاورزی، آموزش کشاورزان و صادرکنندگان محصولات کشاورزی، معرفی اصول و روش‌های بازاریابی و بازاریابی و تبلیغ به صادرکنندگان، ارایه تسهیلات ریالی و ارزی برای حمایت از فعالیت‌های تبلیغ و

هزینه‌های بیشتر در استخدام کارگر برای برداشت محصول، پفره می‌روند. این نابسامانی در تأمین نقدینگی در گردش صنایع تبدیلی محصولات کشاورزی، سرانجام به از دست رفتن آن می‌انجامد.

این در حالی است که انواع کنسانتره و آب‌میوه، رب کوجه‌فرنگی، میوه‌های تازه، خشکبار و... در بازارهای خارجی مشتریان پروپاقرصی دارد، مشروط بر آنکه با فرآوری مناسب و بسته‌بندی غیرقابل نفوذ و سالم ارایه شود.

○ واحدهای صنایع تبدیلی به لحاظ کمبود نقدینگی، قادر به خرید محصولات باغی در فصل برداشت نمی‌باشند و کشاورزان نیز نمی‌توانند هزینه‌های انبارداری را تحمل کنند، در نتیجه سالانه بخش قابل توجهی از تولیدات کشاورزی ضایع می‌شود.

تحمل چنین خساراتی نه تنها فرصت تجارت محصولات کشاورزی را از بین می‌برد، بلکه انگیزه برای استمرار تولید و عرضه محصولات کشاورزی را نیز تضعیف می‌کند. در حالی که بانک‌ها به ویژه بانک کشاورزی می‌تواند در تأمین نیازهای مالی بخش کشاورزی و صنایع مربوط به آن نقش حساسی ایفا کند و اقتصاد ملی را از ثمرات رشد صادرات این محصولات منتفع سازد، در حال حاضر با سیاست‌های انقباضی اعمال شده از سوی بانک مرکزی دست‌وپنجه نرم می‌کنند.

قدر مسلم آن است که رقابت در بازار محصولات کشاورزی، بسیار آسان‌تر از سایر محصولات به ویژه کالاهای صنعتی می‌باشد، مشروط بر آنکه حمایت دولت پشت قضیه باشد و تسهیلات لازم در اختیار تولیدکنندگان و صادرکنندگان محصولات کشاورزی قرار گیرد.

تشویق سرمایه‌گذاری در صنایع تبدیلی کشاورزی، بسته‌بندی و... از طریق اعطای تسهیلات با نرخ سود ترجیحی، امکان اتلاف منابع در بخش زراعی و باغی را کاهش می‌دهد و درآمد ارزی مناسبی برای کشور به ارمغان می‌آورد.

انواع خشکبار به ۵۶۸ میلیون دلار، میوه و تره‌بار به ۲۸ میلیون دلار، زیره و زعفران به ۲۷ میلیون دلار و مواد غذایی صنعتی و فرآورده‌های دریایی ۲۳۹ میلیون دلار بالغ شد. به این ترتیب صدور محصولات زراعی و باغی (شامل میوه و تره‌بار، خشکبار و گیاهان صنعتی) بالغ بر ۶۵۰ میلیون دلار بود.

○ تراز تجارت کالاهای کشاورزی و غذایی کشور سالانه ۷۰۰ میلیون دلار کسری دارد. انتظار می‌رود در پایان برنامه دوم، این کسری از بین برود.

بر اساس برآوردهای به‌عمل آمده، میانگین صادرات محصولات زراعی و باغی ایران بین ۵۰۰ تا ۶۵۰ میلیون دلار در سال می‌باشد که با توجه به توانایی‌ها و استعدادها موجود در کشور، بسیار ناچیز است. این امر نشان می‌دهد که به دلیل ضعف سرمایه‌گذاری در زیربنای کشاورزی، تحقیق و پژوهش‌های کشاورزی، صنایع تبدیلی و بسته‌بندی، فعالیت‌های بازاریابی و تبلیغ و نیز مقررات ناپایدار و اثرگذار، قادر به استفاده بهینه از مزیت‌های نسبی بخش کشاورزی در بازرگانی خارجی نمی‌باشیم.

با وجود آنکه برنامه تعدیل ساختار اقتصادی، موجب افزایش قیمت محصولات کشاورزی شده و تولید بسیاری از اقلام زراعی و باغی را با صرفه اقتصادی همراه ساخته است، لیکن فقدان امکانات سبب می‌شود که بخش قابل توجهی از تولیدات کشاورزی که می‌تواند به صادرات اختصاص پیدا کند، ضایع شود.

کمبود منابع ریالی موردنیاز واحدهای صنایع تبدیلی محصولات کشاورزی سبب می‌شود که این واحدها نتوانند در فصل برداشت میوه‌ها، خریدهای کلانی از کشاورزان و باغداران انجام دهند. بانک‌ها نیز در تأمین نقدینگی موردنیاز این واحدها، با مشکلاتی مواجه می‌باشند و به همین جهت بارها مشاهده شده که بخش قابل توجهی از تولیدات باغی در سر درخت ضایع می‌شود و سپس به مصرف دام یا تولید کود می‌رسد.

از سوی دیگر برای باغداران نیز انبارسازی میوه‌ها با توجه به هزینه‌های سنگین انبارهای سردخانه‌ای و قدرت مالی اندک آنها، دشوار و در بسیاری موارد ناممکن می‌باشد. باغداران مادامی که خریدار برای محصولات خود نمی‌یابند، از تحمل

