

بررسی ارزیابی صادرات گیاهان دارویی ایران در تجارت جهانی

ملیکا ملک آرا^۱

تاریخ دریافت: ۱۳۹۹/۱۰/۲۴ تاریخ چاپ: ۱۳۹۹/۱۱/۰۹

چکیده

مقاله حاضر از نوع مروری می باشد که با توجه به پژوهش های محققان در این زمینه جمع آوری شد. در راستای سیاست افزایش صادرات غیرنفتی، شناخت محصولات و فعالیتهای تولیدی کشور که شرایط لازم جهت نفوذ در بازارهای جهانی را دارا باشند، امری ضروری به نظر می رسد، چشم انداز تمام شدن منابع نفتی و وجود مشکلات ناشی از اقتصاد تک محصولی، سیاست گذاری هایی را در راستای افزایش صادرات غیرنفتی از جمله محصولات کشاورزی موجب شده است. صادرات گیاهان دارویی یکی از منابع سرشار ارزی برای کشور مان است. در ایران اکثر گونه های گیاهان دارویی امکان کشت و تولید دارد. گام اول برای ورود به بازارهای جهانی، شناسایی بازارهای هدف صادراتی محصولات هست. ارائه راهکارهای علمی به صادرکنندگان گیاهان دارویی در زمینه انتخاب بازار هدف صادرات، ضرورت انجام چنین پژوهشهایی را مشخص می کند. هدف این مقاله بررسی ارزیابی صادرات گیاهان دارویی ایران در تجارت جهانی می باشد.

واژگان کلیدی

گیاهان دارویی، تجارت جهانی، صادرات.

۱. دانشجوی پسا دکترا مدیریت کسب و کار آموزشگاه عالی مدیریت تهران، ایران. (mlym803@gmail.com)

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی

مقدمه

جهت گیری سیاست های اقتصادی دولت در سالهای اخیر به صورت عدم اتکای کشور صرفا به درآمدهای حاصل از صادرات نفت خام و گرایش به سمت توسعه و گسترش صادرات غیرنفتی از جمله بخش کشاورزی و منابع طبیعی بوده است، بنابراین بخش کشاورزی یکی از بخش های اقتصادی است که میزان بالایی از اشتغال و سطح اندکی از سرمایه گذاری را نسبت به بخش های دیگر به کار می گیرد. کشور ایران در زمینه تولید محصولات مختلف کشاورزی از جمله گیاهان دارویی به لحاظ آب و هوایی دارای موقعیت مناسبی می باشد که زمینه را برای تولید محصولات مختلف فراهم آورده است (خداوردیزاده و قبله، ۱۳۹۶). توسعه صادرات غیرنفتی و رهایی از درآمد تک محصولی از اهداف نظام اقتصادی ایران در جهت استقلال، خودکفایی و تحصیل ارز است. در این راستا، توجه به کالاهایی که امکان بالقوه برای صادرات آنها وجود دارد، ضروری است. از آن جمله می توان به گیاهان دارویی اشاره کرد. گیاهان دارویی یکی از منابع بسیار ارزشمند در گستره وسیع منابع طبیعی ایران است که در صورت شناخت علمی، کشت، توسعه و بهره برداری صحیح، می تواند نقش مهمی در سلامت جامعه، اشتغال زایی و افزایش صادرات غیرنفتی ایفا نماید. تقریبا بیش از ۸۰ درصد گیاهان دارویی مشهور و قابل مصرف در دنیا در اکثر نقاط ایران کشت می شود. کشت و برداشت گیاهان دارویی نسبت به دیگر محصولات کشاورزی دارای هزینه کمتری است. ضمنا بازدهی آن نیز زودرس است. در نهایت می توان چنین نتیجه گرفت سرمایه گذاری روی گیاهان دارویی برای کشور سودآوری کلانی داشته باشد (کشفی بناب، ۱۳۸۸). از دیرباز نوسان های شدید درآمدهای ناشی از صدور نفت خام، افزایش جمعیت کشور و از همه مهم تر پایان پذیر بودن منابع نفتی، سیاست گذاران و برنامه ریزان کشور را به این باور رسانده که توسعه صادرات غیر نفتی و رهایی از اقتصاد تک محصولی، ضرورتی اجتناب ناپذیر هست. چشم انداز تمام شدن منابع نفتی و وجود مشکلات ناشی از اقتصاد تک محصولی، سیاست گذاری هایی را در راستای افزایش صادرات غیرنفتی از جمله محصولات کشاورزی موجب شده است (خداوردیزاده و محمدی، ۱۳۹۶). در این مقاله هدف بررسی جایگاه صادرات گیاهان دارویی ایران در تجارت جهانی و ارزآوری آن می باشد. مشکلاتی که در حوزه تجارت گیاهان دارویی وجود دارد شناسایی شده و راهکارها و پیشنهاداتی جهت بهبود وضعیت آن و همچنین راهکارهایی جهت بازاریابی بین المللی صادرات گیاهان دارویی ارائه می گردد.

مزیت ایران در صادرات گیاهان دارویی

وجود ۱۱ اقلیم از ۱۴ اقلیم شناخته شده جهان، برخورداری از ۳۰۰ روز آفتابی در سال و اختلاف دمای ۴۰ تا ۵۰ درجه سانتیگرادی میان سردترین و گرم ترین نقطه در کشور، شرایط مساعدی برای کشور پهناور ایران به لحاظ بهره مندی از یک اکولوژی منحصر به فرد فراهم کرده است، این شرایط زمینه رشد و نمو گیاهان وحشی و دارویی را در کشور مساعد نموده، به طوری که هم اکنون بیش از ۹۰ درصد گونه های گیاهی جهان در ایران وجود دارد و همین امر کشور ما را در زمره مستعدترین کشورهای جهان برای تولید گیاهان دارویی قرار داده است. کشور ایران با موقعیت خاص آب و هوایی خود بیش از ۷۵۰۰ گونه گیاهی را در خود جای داده است که دو الی سه برابر پوشش گیاهی تمامی قاره اروپاست و پیش بینی می شود که بیش از ۷۵۰ گونه دارویی در پوشش گیاهی ایران وجود داشته باشد. به رغم این توان بالقوه، سطح زیر کشت گیاهان دارویی مهم در ایران در سال ۱۳۸۱ کمتر از ۱۰ هزار هکتار و از حیث تنوع گونه های زیر کشت، این رقم به حدود ۴۰ گونه محدود می شد، در حالی که این عدد در کشور چین به حدود ۲۰۰ گونه می رسید. از طرف دیگر تعداد کل داروهای گیاهی ثبت شده در کشور حدود ۱۰۰ نوع بود که کمتر از ۴ درصد داروهای موجود در بازار را تشکیل میداد، در حالی که این نسبت در کشورهای اروپایی به بیش از ۳۵ درصد می رسید. خوشبختانه کشت و صادرات گیاهان دارویی طی ۱۰ سال اخیر رشدی حدود ۴ برابر را نشان می دهد. عمده اقلام صادراتی گیاهان دارویی ایران عبارتند از: شیرین بیان، زعفران، مصطکی، رازیانه، حنا، بادام کوهی، وشا، اقلام سزیزجات خشک شده، عصاره ها و عرقیات است (رفیعی الحسینی و شمسی، ۱۳۹۲).

ارزش‌آوری صادرات گیاهان دارویی ایران

در کشورهای در حال توسعه، صادرات محصولات کشاورزی جهت تامین ارز مورد نیاز صنعت و بخش مصرف جامعه مورد توجه است. صادرات محصولاتی مانند گیاهان دارویی، خشکبار و محصولات باغی از مواردی هستند که ارزش‌آوری قابل ملاحظه‌ای در بین فعالیت‌های اقتصادی دارند. گیاهان دارویی در مناطق وسیعی از ایران مانند استان‌های خراسان، فارس، آذربایجان شرقی و غربی، کرمان، گیلان، مازندران، ایلام، اصفهان، لرستان، همدان و اردبیل تولید می‌شوند. گیاهان دارویی از جمله محصولاتی می‌باشند که پرداختن به موقعیت صادراتی آن‌ها می‌تواند گامی در جهت تامین هدف توسعه صادرات غیر نفتی باشد (دیلیمی و همکاران، ۱۳۸۷).

در راستای سیاست افزایش 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 اقلام صادراتی مزیت دار مشخص گردد و ثانیاً 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. با توجه به قابلیت‌های کشور، چنین به نظر می‌رسد که کشور ایران هنوز نتوانسته از ظرفیت‌ها و پتانسیلهای موجود به خوبی بهره‌برداری کند و جایگاه مناسبی در عرصه تجارت در بازارهای جهانی گیاهان دارویی بیابد؛ به عبارت دیگر مسأله اصلی این است که در سطح کلان هنوز معلوم نیست که با اولویت‌ترین بازارهای هدف گیاهان دارویی منتخب ایران که در عین حال بالاترین عایدی را نصیب کشور نماید کدام بازارها هستند تا با پاسخ علمی به این مسأله بتوان به بهینه‌سازی صادرات این محصول و درآمدهای ارزی حاصل از آن پرداخت. چه بسا یک کشوری که در تولید و صدور کالاهایی از مزیت نسبی برخوردار باشد، اما عدم شناخت از بازارهای صادراتی مناسب (بازارهای هدف) مانع از صدور مؤثرتر کالا به بازارهای هدف گردد. هر چند که انتخاب یک بازار مناسب با هدف گسترش صادرات گیاهان دارویی جهت کسب بیشتر و جلوگیری از خروج ارز مهم می‌باشد، ولی حضور فعال و مستمر صادرکنندگان ایران با استفاده از روشهای نوین بازاریابی در بازارهای هدف صادرات شرط ماندگاری در آن محسوب می‌شود. بدین ترتیب، گام اول برای ورود به بازارهای جهانی، شناسایی بازارهای هدف صادراتی محصولات است.

ارائه راهکارهای علمی به صادرکنندگان گیاهان دارویی در زمینه انتخاب بازار هدف صادرات، ضرورت انجام چنین پژوهشهایی را مشخص می‌کند (خداوردیزاده و محمدی، ۱۳۹۵).

مشکلات شناسایی شده در حوزه تجارت گیاهان دارویی

*ضعف در برندینگ: با توجه به پتانسیل‌های بالای کشور در زمینه تولیدات گیاهان دارویی، یکی از مشکلات اصلی کشور در زمینه تولید گیاهان دارویی نبود "برند" است. این در حالیست که در سایر کشورها از گیاهان داخلی ما برند می‌سازند و با هزینه‌ای دو برابر صادر می‌کنند.

*ضعف در بسته‌بندی: به دلیل عدم توجه در بخش بسته‌بندی، صادرات این گیاهان فقط به صورت فله‌ای در ایران با سود بسیار اندک انجام می‌شود و در کشورهای دیگر بسته‌بندی شده و با نام همان کشور، مثال کشور امارات با قیمت بالاتری به بازارهای جهانی عرضه می‌شود. عدم بسته‌بندی مناسب با هر گیاه در طول فرآیند توزیع و حمل و نقل و صادرات گیاهان دارویی باعث کاهش کیفیت گیاهان دارویی ایران در مقایسه با تولیدات سایر کشورها می‌گردد و همین امر از دست دادن بازارهای سودآور و پویای جهانی را برای کشورمان به همراه دارد.

*ناشناخته بودن محصولات ایران: عدم شناخت کافی مسئولین از قابلیت‌های صنعت گیاهان دارویی، از مهم‌ترین مشکلات توسعه صنعت گیاهان دارویی در کشور می‌باشد. برخی گیاهان دارویی از جمله مورنیگا دارای خواص بهداشتی، غذایی، دارویی است و درآمدزایی بالایی برای کشورهای تولیدکننده آن دارد اما در ایران ناشناخته مانده و تنها به صورت محلی در برخی استان‌های کشور به طور بی‌رویه مورد بهره‌برداری قرار می‌گیرد و در برخی مناطق موجب انقراض آن شده است.

* خام فروشی: بی توجهی به صنعت گیاهان دارویی به گونه ای است که گیاهان خام دارویی به کشورهای دیگر صادر و سپس به صورت محصولات فرآوری شده و داروهای گیاهی به کشور وارد می شود این در حالی است که قانونمند و ضابطه مند کردن نحوه تولید و عرضه گیاهان دارویی می تواند برای کشور ارزآوری مناسبی را داشته باشد.

* عدم شناخت تولیدکننده، مصرف کننده و بازرگان این بخش از یکدیگر

* گیاهان دارویی بدون شناسنامه در داخل عطاری ها و عدم نظارت بر عطاری ها

* هزینه بالای تولید و قیمت تمام شده

* انقراض بسیاری از گونه های گیاهان دارویی ارزشمند (سبزواری، ۱۳۹۷).

راهکارها و پیشنهاداتی جهت بهبود وضعیت و ساماندهی تجارت گیاهان دارویی

نگاهی به چالشهای پیش روی تولید گیاهان دارویی نشان دهنده این است که تاکنون برنامه ریزی منسجمی برای استفاده از پتانسیلهای موجود در کشور و رفع چالشها وجود نداشته است و با وجود حرکتها مناسبی که در سالهای اخیر در کشور در زمینه حمایت و توسعه از این صنعت شکل گرفته تا زمانی که این حمایتها طبق استراتژی مشخصی در کشور پیگیری نشود، حصول به نتایج مناسب بسیار مشکل خواهد بود. راهکارهای پیشرو شامل موارد زیر است:

- سامان دهی تحقیقات، ترویج و آموزش گیاهان دارویی به منظور توسعه سطح دانش و آگاهی بهره برداران؛

- امکان سنجی مناسب جهت توسعه سطح زیر کشت گیاهان دارویی با هدف افزایش تولید، ایجاد اشتغال مولد و توسعه صادرات؛

- معرفی گیاهان دارویی ایران در بازارهای داخلی و بین المللی؛

- حمایت از بخش خصوصی جهت تولید، فرآوری، بسته بندی و صادرات گیاهان دارویی؛

- رعایت استانداردهای بین المللی در تولید گیاهان دارویی و داروهای گیاهی برای حضور در بازار جهانی؛

- بازاریابی و شناسایی بازار هدف به منظور حضور موثر در تجارت بین المللی گیاهان دارویی؛

- ساماندهی کشت و فرآوری گیاهان دارویی؛

- توسعه تولید زراعی گیاهان دارویی در سطوح صنعتی در مقایسه با برداشت بی رویه از طبیعت؛

- حفظ و حراست از گونه های موجود در طبیعت و محیط زیست؛

- کاشت گیاهان دارویی که در اقلیم ایران وجود ندارد؛

- حمایت دولت از تولید انبوه گیاهان دارویی منتخب با خرید تضمینی و رفع خلأهای قانونی در زمینه کشت گیاهان دارویی؛

- جلوگیری از قاچاق کالا؛

- تشکیل شرکتهای بازرگانی، جهت صدور محصولات تولید کنندگان با هدف فروش و افزایش قدرت رقابت پذیری در

بازارهای بین المللی؛

- اصلاح قوانین دست و پاگیر صادراتی؛

- ارتباط با بازارهای نوپا و جدی؛

- نفوذ به بازارهای هدف کشورهای رقیب؛

- ایجاد نمایشگاه گیاهان دارویی منتخب در کشورهای مصرف کننده خارجی؛

- جلوگیری از فروش گیاهان دارویی به کشورهایی که با هدف صادرات دوباره اقدام به وارد کردن گیاهان میکنند

- صادر کردن گیاهان به کشورهایی که مصرف کننده نهایی باشند (حبیب وند کهریزی و اسکو، ۱۳۹۷).

راهکارهای بازاریابی بین‌المللی صادرات گیاهان دارویی

خردیداران آن سوی مرز، بسته به نوع کالا شامل تولیدکنندگان، تجار، توزیع‌کنندگان و تأمین‌کنندگان می‌باشند و روش‌های گوناگونی جهت یافتن آنها وجود دارد که در ادامه، بر مبنای ترتیب کم‌ترین هزینه‌ترین به سوی پرهزینه‌ترین به بیان آنها می‌پردازیم:

*بازاریابی اینترنتی: پیشرفت و توسعه روزافزون فناوری اطلاعات و ارتباطات، تأثیرات عمیق و گسترده‌ای در فرایندهای تجاری به وجود آورده و اینترنت به عنوان مؤثرترین بستر بازاریابی الکترونیکی با پوشش جهانی امکان رسیدن شرکت‌ها به بازارهای بین‌المللی را فراهم ساخته است.

*رایزنان تجاری: برای دستیابی به اطلاعات بیشتر و همچنین کسب آگاهی از کسب و کار در کشورهای مختلف از لحاظ فعالیت‌های بازرگانی، می‌توان از کمک رایزنان بازرگانی نیز استفاده کرد.

* دفاتر بازرگانی (سازمان توسعه تجارت): این دفاتر زیرمجموعه‌ای از معاونت بازاریابی و تنظیم روابط سازمان توسعه تجارت کشور می‌باشند و بر حسب قاره به سه دفتر کلی شامل کشورهای اروپایی و آمریکایی، عربی و آفریقا و همچنین آسیا و اقیانوسیه تقسیم‌بندی شده‌اند.

*اتاق‌ها و شوراهای بازرگانی مشترک

*اتحادیه‌ها

*بازارچه‌های مرزی

*شرکت در هیأت‌های اعزامی یا مشارکت در جلسات هیأت‌های تجاری در کشور

*نمایشگاه‌های بین‌المللی

*مطالعه میدانی - منطقه‌ای (طیبی ابوالحسنی و همکاران، ۱۳۹۵).

نتیجه‌گیری

گیاهان دارویی از جمله محصولات می‌باشند که پرداختن به موقعیت صادراتی آن‌ها می‌تواند گامی در جهت تأمین هدف توسعه صادرات غیرنفتی باشد. با توجه به قابلیت‌های کشور، چنین به نظر می‌رسد که کشور ایران هنوز نتوانسته از ظرفیت‌ها و پتانسیل‌های موجود به خوبی بهره‌برداری کند و جایگاه مناسبی در عرصه تجارت در بازارهای جهانی گیاهان دارویی بیابد. از طرفی مشکلاتی نیز در حوزه تجارت گیاهان دارویی شناخته شده از جمله: ضعف در برندینگ، ضعف در بسته‌بندی، ناشناخته بودن محصولات ایران، خام‌فروشی، عدم شناخت تولیدکننده، مصرف‌کننده، گیاهان دارویی بدون شناسنامه در داخل عطاری‌ها و عدم نظارت بر عطاری‌ها، هزینه بالای تولید و قیمت تمام‌شده، انقراض بسیاری از گونه‌های گیاهان دارویی ارزشمند.

منابع

- ۱- کشفی بناب، علیرضا، ۱۳۸۸، مزیت نسبی اقتصادی کشت و تجارت گیاهان دارویی در ایران و ارزش آن در بازارهای جهانی، مجله سبز زیست، شماره ۲.
- ۲- خداوردیزاده، محمد، محمدی، سمیه، ۱۳۹۶، تعیین مزیت نسبی و ساختار بازار صادرات جهانی گیاهان دارویی (مطالعه موردی: رازیانه، بادیان، انیسون و گیشیز). تحقیقات اقتصاد کشاورزی، جلد ۹، شماره ۲.
- ۳- دیلمی، احترام، محمدی، حمید، برجیان، امیر، بررسی روند و عوامل مؤثر بر صادرات گیاهان دارویی شیرین بیان و زیره در ایران، ۱۳۸۷، مجله دانش نوین کشاورزی، سال چهارم، شماره ۱۱.
- ۴- خداوردیزاده، محمد، محمدی، سمیه، ۱۳۹۵، بررسی ساختار بازار و اولویت‌بندی بازارهای هدف صادرات گیاهان دارویی منتخب ایران، فصلنامه علمی - پژوهشی مطالعات اقتصادی کاربرد ایران، سال پنجم، شماره ۲۰.

- ۵- سبزواری، سمیرا، ۱۳۹۷، مروری بر روند تجارت گیاهان دارویی، کمیسیون کشاورزی، آب و صنایع غذایی.
- ۶- حبیب وند کهریزی، مرضیه، اسکو، مژده، ۱۳۹۷، بررسی عوامل تاثیرگذار بر صادرات گیاهان دارویی، هفتمین کنفرانس ملی مرتع و مرتعداری.
- ۷- خداوردیزاده، محمد و قبله، پریا، ۱۳۹۶، بررسی عوامل موثر بر صادرات گیاهان دارویی ایران، دومین همایش ملی گیاهان دارویی دیم ایران، ارومیه.
- ۸- رفیعی الحسینی، محمد و شمسی، فاطمه، ۱۳۹۲، گیاهان دارویی و نقش آن در صادرات ایران، همایش ملی پدافند غیر عامل در بخش کشاورزی، قشم.
- ۹- طیبی ابوالحسنی، سیدامیرحسین و اسماعیل پور چرندابی، سینا و نفری، جاوید، ۱۳۹۵، راهکارهای بازاریابی بین المللی با نگاهی به وضعیت صادرات گیاهان دارویی ایران، دومین کنفرانس بین المللی مدیریت و علوم انسانی.



Investigating the export value of Iranian medicinal plants in world trade

Melika Molkara¹

Date of Receipt: 2021/01/13 Date of Issue: 2021/01/28

Abstract

The present article is a review that was collected according to the research of researchers in this field. In line with the policy of increasing non-oil exports, recognizing the country's products and production activities that have the necessary conditions to penetrate global markets, it seems necessary, the prospect of depleting oil resources and the problems caused by the single-product economy, policies has led to an increase in non-oil exports, including agricultural products. Export of medicinal plants is one of the rich sources of currency for our country. In Iran, most species of medicinal plants can be grown and produced. The first step to entering global markets is to identify the target markets for the export of products. Providing scientific solutions to exporters of medicinal plants in selecting the target market for export highlights the need for such research. The purpose of this article is to investigate the exchange rate of Iranian medicinal plants exports in world trade.

Keywords

Medicinal plants, world trade, exports.

1. Postdoctoral student in Business Management, Tehran School of Management, Iran. (mlym803@gmail.com)

