

صادرات میوه و تره‌بار

امکان سرمایه‌گذاری برای نوین‌سازی تولید آنها را فراهم می‌سازد

اشاره:

تولید و تجارت، دو بازاری قوی توسعه پایدار اقتصادی است که با برنامه‌ریزی علمی و جامع و با نگاه به رویکردهای جهانی می‌تواند سرانجامی موفقیت‌آمیز داشته باشد. مطالعه دقیق روی اقلیم‌ها، شرایط آب و هوایی، خاک، تجهیزات و فناوری موجود و قابل حصول و استعدادهای نیروی انسانی، زمینه‌هایی را در فعالیت‌های اقتصادی پویا و با بازده مناسب پیش‌رو قرار می‌دهد که می‌تواند برای سال‌ها درآمد ارزی، رشد تولید ملی و اشتغال‌کافی را تضمین کند.

بخش کشاورزی بدون توجه به مطالعات لازم در خصوص توانمندی‌ها، استعدادهای بالقوه و بالفعل، روند تقاضای بازارهای جهانی و برنامه‌ریزی مناسب و جامع نمی‌تواند به تولید محصولات قابل رقابت در عرصه بین‌المللی نایل آید و در نهایت ورشکستگی کشاورزان، نابودی این بخش و مهاجرت‌های بی‌رویه به شهرها و اشتغال‌کاذب را به دنبال خواهد داشت. از این رو مطالعه جامع در این زمینه و تدوین برنامه‌ای همه‌جانبه برای بهره‌گیری از مزیت‌های نسبی موجود و قابل خلق در بخش کشاورزی ضروری است. در خصوص مزیت‌های تولید و تجارت محصولات باغی و جالیزی ایران و مشکلات فراروی این بخش، خبرنگار نشریه «بررسی‌های بازرگانی» با آقای دکتر حمید برادران شرکا، رییس دانشکده اقتصاد دانشگاه علامه طباطبائی گفت‌وگویی دارد که با هم می‌خوانیم.

■ آیا برای میوه و تره‌بار ایران مشتری در بازارهای جهانی وجود دارد؟
 | | به نظر من، در بخش محصولات کشاورزی، ایران به لحاظ قیمت و کیفیت، دارای موقعیت ممتازی است. به‌طور اصولی دو عامل «کیفیت» و «قیمت» در صادرات غیرنفتی از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است. شرایط آب و هوایی ایران باعث شده است کیفیت محصولات باغی و جالیزی بسیار خوب باشد و طعم میوه ایران زبانزد خاص و عام باشد.

در ضمن چون هنوز کشاورزی ایران به محصولات شیمیایی و سمومی که در بسیاری از کشورها مورد استفاده قرار می‌گیرد، وابسته نیست، سلامت میوه و تره‌بار ایران در حد بالایی است.

را به کلی از دست می‌دهد، در صورتی که انواع محصولات مرکبات ایرانی می‌تواند به روز وارد بازار کشورهای حاشیه جنوبی خلیج فارس شود.

حمل کالا به بازارهای عربی منطقه به دلیل نزدیکی به ایران هزینه پائینی دارد، اما باید استانداردهای لازم رعایت شود.

■ وضعیت تولید میوه و تره‌بار با توجه به کشت سنتی آن در ایران را چگونه ارزیابی می‌کنید؟

|| به طور اصولی، کالاهای بخش کشاورزی به دلیل آنکه قیمت پائینی دارند، تکافوی هزینه‌های کشاورزان و باغداران را نمی‌کند. در این رهگذر شاید صادرات این گونه محصولات به ویژه میوه و تره‌بار بهترین عامل برای تأمین هزینه‌های نوین‌سازی (مکانیزه کردن) کشاورزی باشد.

در اثر صادرات محصولات کشاورزی و باغی، درآمدهای کشاورزان به حدی خواهد شد که می‌توانند هزینه‌های ثابت و متغیر نوین‌سازی (مکانیزاسیون) کشاورزی را بپوشاند و آن را تأمین کنند.

تصور می‌کنم بهترین راه تأمین هزینه نوین‌سازی کشاورزی آن است که بازار صادراتی این گونه محصولات، به ویژه میوه و تره‌بار گسترش یابد. در اثر صادرات، وضعیت کشاورزان بهتر می‌شود و کشاورزان به سمت تولید میوه‌هایی می‌روند که دارای کیفیت یکسان و اندازه برابر باشند.

تفاوت قیمت‌های بین‌المللی با بازار داخلی به اندازه‌ای بالا است که هر گونه

خوبی خواهد داشت. انار ایران امروز در ژاپن بازار بسیار خوبی پیدا کرده است، طوری که یک انار با کیفیت عالی حدود ۱۰۰۰ ین قیمت دارد.

رب انار، آب انار و میوه تازه انار در ژاپن خواهان زیادی دارد، زیرا فایده‌های پزشکی آن به تازگی برای مردم ژاپن روشن شده است.

چنانچه محصولات کشاورزی ایران به بازارهای جهانی صادر شود، وضعیت کشاورزان نیز بهبود چشمگیری می‌یابد و کشاورزی ایران به سوی نوین‌سازی (مکانیزاسیون) حرکت خواهد کرد و زندگی مطلوب‌تری در انتظار کشاورزان خواهد بود.

من معتقدم محصولات کشاورزی می‌تواند به تنهایی ارقام موردنظر برای صادرات غیرنفتی کشور را تأمین کند.

■ رعایت استاندارد در محصولات کشاورزی به ویژه میوه و تره‌بار ایران تا چه میزان صدور آنها را تسریع می‌کند؟

|| رعایت استاندارد محصولات کشاورزی به ویژه میوه و تره‌بار و بسته‌بندی مناسب آنها اهمیت بسیار زیادی دارد.

برخی میوه‌های ایرانی مانند مرکبات و افشره (کنساتره) آن امروز در بازارهای جهانی خواهان بسیاری دارد.

کشورهای حاشیه جنوبی خلیج فارس، مرکبات مصرفی خود را به طور عمده از برزیل وارد می‌کنند که حمل آن با کشتی متوسط ۴۰ روز طول می‌کشد و هنگامی که محصول برزیلی به بازار مصرف وارد می‌شود، کیفیت و طعم خود

از سوی دیگر، به دلیل وجود انرژی و کارگر ارزان و نیز پایین بودن قیمت زمین‌های کشاورزی، قیمت تمام شده محصولات کشاورزی در حدی است که به راحتی می‌تواند در بازارهای جهانی رقابت کند.

■ به نظر شما استاندارد و رعایت اصول بهداشتی و نیز بسته‌بندی میوه ایرانی باب بازارهای خارجی است؟

استاندارد و رعایت اصول بهداشتی به همراه بسته‌بندی میوه‌های تازه برای صادرات، اهمیت زیادی دارد و در این موارد باید فعالیت بیشتری صورت گیرد.

به گفته یکی از مسؤولان وزارت بازرگانی، یکی از تجار عمده میوه و تره‌بار که ایرانی است و در بازار عربستان سعودی فعالیت چشمگیری دارد، ورود محصولات میوه و تره‌بار ایران به بازار سعودی را جزو آرزوهای خود تلقی می‌کرد، اما وی تأکید داشت میوه‌هایی باید وارد بازار سعودی شود که از نظر کیفیت و بسته‌بندی بتواند با کشورهای صادرکننده صاحب‌نام در رشته میوه و تره‌بار به رقابت برخیزد. این تاجر معتقد بود، چنانچه استانداردهای لازم در زمینه میوه و تره‌بار ایران از نظر کیفیت، اندازه و بسته‌بندی رعایت شود، صادرکنندگان میوه‌های ایرانی به راحتی می‌توانند بازار سعودی را از آن خود سازند.

در میوه‌های صادراتی ایران چنانچه موارد بهداشتی، اصول استاندارد و بسته‌بندی رعایت شود، در بازارهای اروپا، شرق آسیا و خاورمیانه مشتریان

سرمایه‌گذاری و هزینه کردن را برای کشاورزان میسر می‌کند.

■ **به نظر شما اجرای این طرح که دولت سرمایه و زمین را در اختیار قشر تحصیل کرده قرار دهد تا این قشر با دید صادرات‌گرایی به تولید میوه و تره‌بار بپردازد و از این رهگذر به رفع مشکل اشتغال کمک شود، طرح قابل قبولی نیست؟**

|| در ایران مشکل اشتغال وجود دارد و برای حل آن چنین روشی به عنوان یک روش شناخته شده تلقی می‌شود.

در سطح جهان کشورها با تشکیل مؤسسات کوچک و متوسط اشتغال ایجاد می‌کنند.

مؤسسات کوچک و متوسط در بخش تولید محصولات کشاورزی در ایران نیز می‌توانند با حضور مهندسان این رشته تشکیل شوند. این مؤسسات می‌توانند اشتغال ایجاد کنند، درآمدزا باشند و در عین حال از امکانات طبیعی به حد معقولی استفاده کنند.

اجرای این برنامه برای ایجاد اشتغال در کشور، ارزش آن را دارد که اختیارات ویژه ایجاد شغل را جذب کند و در این بخش هزینه شود.

به نظر من، اگر کشت و صنعت کشور به صورت شرکت‌های تعاونی و یا سهامی کشاورزی اداره شود و کشاورزان و فارغ‌التحصیلان کشاورزی سهامدار آن باشند، هزینه‌های «تحقیق و توسعه» پوشش داده خواهد شد، زیرا مؤسسات کوچک و افراد نمی‌توانند هزینه‌های «تحقیق و توسعه» را پرداخت کنند.

کشورهای دیگر به سمت این موضوع حرکت و مجموعه‌های کوچک را به مجموعه‌های بزرگ تبدیل کرده‌اند و در این رهگذر با پوشش هزینه‌های «تحقیق و توسعه»، گام‌های اساسی در بهبود وضعیت کشاورزی خود و نوین‌سازی (مکانیزه کردن) آن برداشته‌اند. البته ویژگی‌های فرهنگی، اجتماعی و اقلیمی بخش کشاورزی باید در نظر گرفته شود و با حفظ آن می‌توان شرایطی را به وجود آورد تا به سمت کشت صنعتی حرکت کرد.

■ **به طور کلی تولید میوه و تره‌بار چقدر اشتغال‌زا است؟**

|| محصولات باغی و تره‌بار بیش از دیگر محصولات کشاورزی، افراد را به کار مشغول می‌کند. در یک هکتار مزرعه گندم به مراتب افراد کمتری نسبت به یک هکتار باغ به کار مشغول هستند. شاید بتوان گفت افراد شاغل در یک هکتار باغ ۵ برابر افراد شاغل در یک هکتار گندم کاری باشند. زیرا در باغ‌ها در مرحله داشت مراقبت لازم است و در مرحله برداشت نیز افراد بیشتری مورد نیاز است.

■ **بازاریابی محصولات کشاورزی از جمله میوه و تره‌بار چگونه باید انجام شود تا در جهت رشد صادرات این بخش باشد؟**

□ بحث بازاریابی محصولات کشاورزی در بازارهای بین‌المللی، موضوعی بسیار جدی است. در این زمینه دولت قادر است کارهای مثبتی انجام دهد. نباید توقع داشت یک کشاورز یا باغدار با درآمد اندک خود

به نکاتی چون بازاریابی بین‌المللی محصولات کشاورزی بپردازد. دولت باید اطلاعات و شیوه‌های ورود به بازارهای بین‌المللی را به کشاورزان منتقل کند.

اینکه کدام بازار برای فروش محصولات کشاورزی بهتر است، قیمت محصولات چه میزان است، میزان تقاضا برای محصولات تولیدی کشاورزی چقدر است، چگونه باید روی محصولات تبلیغ صورت گیرد و بسته‌بندی آن چگونه باید باشد، از جمله مواردی است که باید روی آن کار شود تا بستر لازم برای صادرات محصولات کشاورزی به ویژه میوه و تره‌بار پدید آید.

چنین بسترسازی باید از سوی دولت صورت گیرد. کمره و زاین کشورهایی هستند که با اعمال چنین سیاست‌هایی توانسته‌اند در بازار ایران با موفقیت عمل کنند. آنها با تشکیل دفاتری در ایران، مطالعات دقیقی را انجام داده‌اند و اطلاعات مربوط به سلیقه و نیازهای مصرف‌کننده ایرانی و نیز قیمت‌های قابل رقابت در بازار ایران را به تولیدکنندگان خود منتقل می‌کنند.

«جترو» و «کترا» مؤسساتی هستند که بازاریابی محصولات زاین و کره در ایران را انجام می‌دهند. دولت ایران نیز سعی بایست چنین سیاست‌هایی را به مرحله اجرا درآورد تا از این رهگذر شاهد توسعه صادرات از جمله صدور محصولات کشاورزی باشیم.

■ آیا تشکل‌های صادراتی می‌توانند

در توسعه صادرات میوه و تره‌بار مؤثر باشند؟

تشکل‌های صادراتی از اهمیت بسیار بالایی برخوردارند. آنها به دلیل انباشته شدن تجربه و توانی که دارند، می‌توانند قدم‌های مؤثری را برای کشاورزان جزء بردارند و در نهایت به صدور کالاهای کشاورزی و میوه و تره‌بار کمک کنند.

■ آیا از طریق صدور میوه و تره‌بار

می‌توان کمبود کالاهایی که نیاز کشور است را تأمین و وارد کرد؟

اگر راهبرد ما یک راهبرد با نگاه به بازارهای خارجی باشد، هم در زمینه محصولات صنعتی و هم در زمینه محصولات کشاورزی، این امر جوابگو خواهد بود.

اگر محصولات کشاورزی ایران بتوانند به راحتی به بازارهای جهانی صادر شوند، بسیاری از زمین‌های کشاورزی که در شرایط کنونی بازده زیادی ندارند را می‌توان به کشت و پرورش محصولاتی اختصاص داد که در بازارهای خارجی به فروش بروند و در مقابل صدور آنها کالاهایی که شرایط جغرافیایی و اقلیمی مساعدی برای آنها وجود ندارد را وارد کرد. این سیاست را بقیه کشورها انجام می‌دهند. این سیاست در واقع سیاست استفاده از مزیت نسبی است.

اگر در یک منطقه در زمینه تولید میوه و تره‌بار مزیت نسبی وجود دارد، می‌توان آن منطقه را به تولید میوه و تره‌بار اختصاص داد و با صدور آن

کالای دیگری که مورد نیاز است، وارد کرد.

اگر بتوان از محل صدور محصولات کشاورزی کسب درآمد کرد و بخشی از این درآمد را صرف ورود محصولات کشاورزی مورد نیاز کرد و از این رهگذر یک موازنه بازرگانی در بخش محصولات کشاورزی به وجود آورد، این امر قابل دفاع است.

به‌طور اصولی ورود یک‌طرفه محصولات ابراد دارد، اما صادرات و واردات کشاورزی به طوری که توازن تجاری داشته باشد، امری قابل دفاع است.

■ چرا سهم صادرات میوه و تره‌بار

ایران نسبت به حجم تولید ناچیز است؟

ا کمی سهم صادرات نسبت به تولید میوه و تره‌بار مربوط به مراحل پس از تولید است. محصولات کشاورزی به ویژه میوه، اگر دارای شکل ظاهری مطلوبی نباشد، تقاضا برای آن کاهش چشمگیری می‌یابد.

محصولات میوه‌ای باید سالم باشد و از کرم‌زدگی و آفت‌زدگی مصون بماند. اگر میوه ایران از این موارد دور باشد، مشتریان زیادی در سراسر جهان خواهد داشت.

استانداردهای بهداشتی در مورد میوه مانند هر محصول دیگری بسیار اهمیت دارد. بسته‌بندی میوه نیز باید به نوعی باشد که سالم به بازارهای مصرف برسد.

بسیاری از محصولات میوه‌ای ایران باید با هوایما به بازارهای مصرف برسند، زیرا باید تازه در اختیار مصرف‌کننده قرار گیرد. رقبای ایران در

بازارهای جهانی میوه و تره‌بار چنین اصولی را با جدیت رعایت می‌کنند.

میوه و تره‌بار وارداتی به بازارهای اروپا و آمریکا با شیوه‌هایی صورت می‌گیرد که سلامت آن همواره حفظ می‌شود. برای آنکه سهم صادرات میوه نسبت به تولید آن افزایش یابد، باید بسیاری از میوه‌ها را تبدیل کرد و سپس به صورت فرآوری شده صادر نمود.

انواع مرکبات، سیب، انگور و انار جزو محصولات هستند که می‌توان آنها را به صورت افشره (کنسانتره) وارد بازارهای جهانی کرد.

افشره این گونه میوه‌ها را می‌توان به صورت منجمد با کانتینرهای یخچال‌دار به بازارهای منطقه و حتی اروپا صادر کرد که به این ترتیب ارزش افزوده ناشی از فعالیت صنایع تبدیلی نیز در ایران باقی می‌ماند. گسترش صنایع تبدیلی در ایران سبب می‌شود که کارگر و مواد اولیه در کشور به کار گرفته شود و حمل آن نیز ساده‌تر است.

به‌طور اصولی نباید محصولات کشاورزی به صورت فله به بازارهای بین‌المللی صادر شود، بلکه باید تمیز و بهداشتی بسته‌بندی شود و مطابق سلیقه بازارهای خارجی صادر گردد. اتخاذ چنین راهبردی، ارزش افزوده ایجاد می‌کند و باعث رشد اشتغال در کشور می‌شود.

■ بهترین نقاط پرورش میوه و

تره‌بار ایران کدام مناطق هستند؟

اا خوشبختانه در ایران به جز مناطق کویری، بقیه مناطق کشور با توجه به

تنوع اقلیمی که دارند، برای تولید میوه و تره‌بار مناسب هستند.

البته در آینده باید اقلیم‌ها شناسایی شوند و وضعیت خاک و آب و هوای هر منطقه مورد بررسی دقیق قرار گیرد تا مشخص شود که هر منطقه برای کشت چه محصولاتی مفید است.

برای مثال بدترین زمین‌های کشاورزی در ایران می‌تواند به کشت انار که جزو اقلام میوه صادراتی عمده است، اختصاص یابد.

باید شناسایی اقلیم‌ها به صورت علمی انجام گیرد و کشاورزان و باغداران به این امر تشویق شوند که محصولی را در هر منطقه بکارند که دارای ارزش بیشتری است و می‌تواند شرایط مناسب‌تری داشته باشد.

انتخاب این سیاست بر عهده دولت است تا افراد را در قالب سیستم‌های اعتباری و یارانه‌ای تشویق به تولید محصولات خاص در مناطق ویژه نماید. اگر چنین سیاستی تاکنون دنبال نشده است، ضرورت دارد یک تقسیم‌بندی اقلیمی و آب‌وهوایی محصولات باغی در کشور صورت گیرد تا متناسب با شرایط، بهترین محصول به دست آید.

■ با توجه به مزیت‌های نسبی میوه و تره‌بار ایران، چرا تجار این رشته حضور مستمری در بازارهای جهانی ندارند؟

□ این امر به رساندن به موقع محصول به بازار مصرف بازمی‌گردد. در کشور باید فرهنگ صادراتی به وجود آید. این فرهنگ باید به حدی باشد که کارگر، خدمه هوایما، راننده کامیون حمل بار و... همگی از آموزش‌های لازم در جهت سالم رساندن محصول میوه به بازارهای جهانی برخوردار شوند و تمامی این موارد باید دست به دست یکدیگر بدهند تا شرایط برای صادرات مهیا شود.

به دلیل آنکه در گذشته نگاه ما یک نگاه صادراتی نبوده، به این گونه موارد توجهی نشده است. در صادرات میوه، تمام فعالیت‌ها از چیدن تا رساندن آن به بازارهای جهانی اهمیت دارند. تمرکز در تولید باعث ایجاد تخصص‌ها، سرشکن شدن هزینه‌ها و حرکت به سوی تولید انبوه می‌شود.

■ **نمایشگاه‌های تخصصی میوه و تره‌بار چه نقشی در بازاریابی این نوع محصولات دارند؟**

|| یکی از شیوه‌هایی که امروزه در جهان مستداول شده، عرضه محصولات در نمایشگاه‌ها است. آنچه که در نمایشگاه‌ها در ایران به آن کمتر توجه می‌شود، دعوت از میهمانان خارجی است، در حالی که ضرورت دارد حتی با هزینه خود مدیران، نمایندگان شرکت‌های

خارجی معتبر در واردات میوه و تره‌بار را برای بازدید از نمایشگاه‌های داخلی تخصصی - صادراتی محصولات کشاورزی دعوت کنیم. باید آنها را از نزدیک با تمام مراحل تولید تا توزیع محصولات (میوه و تره‌بار) آشنا کنیم تا نسبت به رعایت اصول بهداشتی در ایران اطمینان پیدا کنند. تقبل چنین هزینه‌هایی در واقع نوعی سرمایه‌گذاری برای صادرات میوه و تره‌بار می‌باشد.

در همین حال تشکیل نمایشگاه‌های کالاهای صادراتی از جمله میوه و تره‌بار ایران در خارج از کشور نیز سبب می‌شود که مصرف‌کنندگان بازدیدکننده از این نمایشگاه‌ها از نزدیک با محصولات ایران آشنا شوند. آرایه نمونه‌های میوه ایران به‌طور رایگان به آنها سبب می‌شود که با طعم و کیفیت آنها آشنا شوند.

باید ذائقه مصرف‌کنندگان خارجی را به سوی طعم و مزه میوه‌های ایرانی کشاند و با استمرار و صادرات، آنها را به مصرف میوه و تره‌بار ایران عادت داد. البته تغییر ذائقه در مصرف‌کننده به زمان نیاز دارد، اما اگر استمرار در صادرات وجود نداشته باشد، هزینه‌های اولیه برباد خواهد رفت.

