

۸۰ درصد اهداف برنامه برای صادرات محصولات کشاورزی محقق شد

اشاره:

جهش صادرات غیرنفتی از اهداف اصلی و محور فعالیت در سومین برنامه پنجساله توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی کشور (۸۳-۱۳۷۹) معرفی شده است. در راستای تحقق این هدف، اقدامات وسیعی در سال‌های اخیر به منظور آزادسازی و مقررات‌زدایی در تجارت خارجی صورت گرفته، اما هنوز کافی نیست و می‌بایست تداوم پیدا کند.

بخش کشاورزی با سهم ۲۶ درصدی در تولید ناخالص داخلی ایران، از بخش‌های مهم اقتصادی تلقی می‌شود که تقریباً یک‌چهارم نیروی کار کشور را به خود مشغول ساخته است. با توجه به اهمیت این بخش در ایجاد امنیت غذایی پایدار، استعدادها و توانمندی‌ها و نیز مزیت‌های نسبی موجود در این بخش برای رشد تولید و صادرات، یافتن راهکارهای مناسب برای توسعه آن ضروری است.

ایران در ردیف کشورهای معتبر عرضه‌کننده محصولات باغی است و تاکنون عملکرد درخورد توجهی در صادرات اینگونه محصولات با وجود تنگناها و معضلات، از خود بجا گذاشته، اما همانگونه که اشاره شد، می‌تواند نقش وسیع‌تری در توسعه بازار محصولات صادراتی خود ایفا کند.

در این مقاله به بررسی صادرات محصولات کشاورزی و راهکارهای توسعه پایدار آن می‌پردازیم.

صادرات بخش کشاورزی ایران در چند محور خشکبار، میوه و تره‌بار، گیاهان دارویی، محصولات دریایی، محصولات حیوانی و دیگر تولیدات این بخش قابل بررسی است.	۱۶/۵ درصد و از نظر ارزش ۲۰ درصد افزایش داشت.	کارشناسان عقیده دارند که ارزش صادرات محصولات کشاورزی ایران در سال جاری به حدود ۸۰۰ میلیون دلار خواهد رسید و در نتیجه اهداف مورد نظر در برنامه برای سال ۱۳۸۰ به طور کامل تحقق پیدا نخواهد کرد.
بر اساس آمار گمرک جمهوری اسلامی ایران، طی هشت ماه نخست سال جاری ۵۴۴/۱ میلیون دلار محصولات کشاورزی به خارج از کشور صادر شد که در مقایسه با مدت مشابه سال قبل از لحاظ وزن	در قیاس با عملکرد مورد انتظار در برنامه سوم برای سال ۱۳۸۰، طی هشت ماه نخست سال جاری تقریباً ۸۰ درصد اهداف صادراتی (در این مدت) تحقق پیدا کرده است.	صادرات محصولات کشاورزی ایران در هشت ماه نخست سال گذشته به ۴۵۴ میلیون دلار بالغ شد.
	بر اساس برنامه، ارزش کل صادرات محصولات زیر بخش کشاورزی ایران در سال جاری باید به یک میلیارد و ۲۴۰ میلیون دلار برسد.	تحقق ۸۰ درصد برنامه صادرات محصولات کشاورزی در ماه‌های

فروردین تا آبان سال جاری و دست نیافتن به تمام اهداف پیش‌بینی شده، می‌بایست مورد توجه کارشناسان و مسؤولان این بخش قرار گیرد و علل آن به روشنی بررسی و تجزیه و تحلیل شود و در نهایت راهکارهای مناسب اتخاذ گردد.

بنا بر گزارش مرکز توسعه صادرات ایران، ارزش صادرات خشکبار ایران در هشت ماه نخست سال جاری به ۲۸۹/۴ میلیون دلار بالغ شد که با وجود رشد ۱۷ درصدی نسبت به دوره مشابه سال قبل، تنها توانسته است ۷۵/۴ درصد اهداف کمی برنامه برای مدت یاد شده را محقق سازد. طبق برنامه سوم، ارزش صادرات خشکبار ایران در سال جاری می‌بایست به ۵۷۶ میلیون دلار برسد که این رقم از کل صادرات محصولات کشاورزی کشور در هشت ماه نخست امسال بیشتر است. خشکبار مهمترین زیربخش محصولات کشاورزی صادراتی ایران است و می‌بایست بیش از نیمی از صادرات این بخش را تأمین کند. با توجه به سابقه دیرینه صادرات خشکبار ایران، بررسی علل تحقق نیافتن یک چهارم اهداف صادراتی در این بخش در مدت یاد شده الزامی است. به عقیده برخی کارشناسان، رکود نسبی اقتصاد جهانی، تغییرات درآمدی در جامعه اروپا (به ویژه منطقه یورو) در سال ۲۰۰۱ میلادی، حوادث تروریستی ۱۱

سپتامبر ۲۰۰۱ (حمله به شهرهای امریکا)، رقابت فزاینده دیگر عرضه‌کنندگان خشکبار به بازار اروپا و امریکا و ... می‌توانند از علل این امر باشند. با این حال کارشناسان تأکید دارند، آنچه مایه ضعف در صادرات خشکبار است، بازاریابی نامناسب، رقابت ناسالم میان صادرکنندگان ایرانی، فقدان توجه کافی به بازارهای قابل نفوذ و اتکای بیش از حد به بازارهای سنتی، ضعف در بسته‌بندی و حمل و نقل (ارسال به موقع محموله‌های صادراتی) و ... می‌باشد، صرف نظر از آنکه خشکسالی‌های پی در پی خود موجبات افت کمی و کیفی محصولات را فراهم آورده است.

در میان اقلام خشکبار، پسته و مغز پسته سهم بسزایی دارد. بر اساس اطلاعات منتشره از سوی مرکز توسعه صادرات ایران طی هشت ماه نخست سال جاری ۷۳/۹ هزار تن از این محصول به ارزش ۲۸۸/۸ میلیون دلار به بازارهای جهانی عرضه شد که در قیاس با دوره مشابه سال قبل بیش از ۲۴ درصد افزایش داشت. سهم پسته در صادرات محصولات کشاورزی طی این مدت به ۴۲ درصد و در مجموعه خشکبار صادراتی کشور به بیش از ۷۹ درصد رسیده است.

با این وجود توجه به بازرگانی برای صدور پسته حایز اهمیت است. پسته ایران اعتماد مشتریان اروپایی را

جلب کرده است و از نظر طعم، مزه و اندازه نسبت به پسته امریکا که رقیب جدی محصول ایران است، برتری دارد. با این حال اتکای بیش از حد به بازار سنتی اروپا سبب شده است که رکود نسبی این بازار تأثیر بسزایی در صادرات پسته ایران داشته باشد. به عقیده کارشناسان نفوذ در بازارهای رو به توسعه شرق آسیا و اقیانوسیه، کشورهای تازه استقلال یافته شوروی سابق، کشورهای اروپای شرقی و برخی بازارهای افریقایی که از قدرت خرید بالاتر برخوردار می‌باشند، الزامی است. هنوز جمع کثیری از مردم شرق آسیا که از قدرت خرید به نسبت مناسبی برخوردار هستند، پسته را نمی‌شناسند.

بنا توجه به سودآوری قابل توجه صادرات پسته (تقریباً ۲ برابر نسبت به قیمت خرید پسته از پسته‌کاران)، ضرورت دارد تمهیدات بیشتری برای بازاریابی این محصول صورت بگیرد.

به عقیده کارشناسان، با وجود رواج کاشت و پرورش پسته در قسمت‌های وسیعی از کشور، رشد صادرات این محصول حتی به بهای افت قیمت آن در بازارهای خارجی، سبب خواهد شد که سهم ایران در بازار جهانی پسته افزایش یابد و منابع لازم برای سرمایه‌گذاری در این بخش (به ویژه مبارزه با شوری زمین در باغ‌های پسته) فراهم شود.

نکته دیگر، توسعه صادرات دیگر اقلام خشکبار است. کشمش، خرما، بادام و مغز بادام و انواع تخمه از دیگر خشکبار صادراتی ایران هستند که در هشت ماه نخست سال جاری به ترتیب ۳۰/۵، ۱۴/۶، ۶/۴ و ۲/۳ میلیون دلار، درآمد ارزی نصیب صادرکنندگان کرده‌اند. با توجه به آنکه مزیت ایران در بخش کشاورزی بیشتر در زمینه محصولات باغی است، ضرورت دارد که در راستای توسعه کاشت، به‌سبب فرآوری، بسته‌بندی، بازاریابی و حمل و نقل به موقع و مطمئن اینگونه محصولات نیز توجه و تلاش بیشتری می‌ذول گردد تا اهداف صادراتی تحقق پیدا کند.

بر اساس گزارش مرکز توسعه صادرات ایران، طی هشت ماه نخست سال جاری ۲۶۶ هزار تن انواع میوه‌های تازه و سبزی به ارزش ۲۷ میلیون دلار به خارج از کشور صادر شد که نسبت به مدت مشابه سال قبل ۱۴/۵ درصد افزایش داشت.

در این زمینه ۶۹ درصد اهداف صادراتی برای هشت ماه نخست سال جاری، طبق برنامه سوم تحقق یافته است. در سال جاری می‌بایست ۸۰ میلیون دلار میوه و تره‌بار به خارج از کشور صادر شود تا اهداف برنامه برای این بخش در سال ۱۳۸۰ تحقق پیدا کند که به عقیده کارشناسان بعید به نظر می‌رسد و حداکثر ۸۰ درصد اهداف مربوطه تحقق خواهد یافت.

باتوجه به آب و هوای ایران و اقلیم‌های گوناگون کشور، توسعه پرورش میوه و تره‌بار و تلاش برای رشد صادرات این محصولات نه تنها به حفظ و توسعه اشتغال در این بخش کمک بسزایی خواهد داشت، بلکه درآمد ارزی مناسبی را می‌تواند برای کشور تأمین کند.

بررسی کارشناسان نشان می‌دهد که در زمینه صدور میوه و تره‌بار، همچنان اتکا به بازار دبی حفظ شده است، در حالی که با ایجاد تسهیلات مناسب در بخش حمل و نقل سریع و مطمئن محصولات فسادپذیر، بازاریابی و توسعه بازارهای فروش، توجه به کیفیت محصولات و بسته‌بندی مناسب آنها، می‌توان توسعه صادرات این محصولات را تداوم بخشید.

با عنایت به آنکه جامعه جهانی نسبت به مصرف محصولات باغی غیرژنتیکی علاقه وافری دارد، می‌توان توسعه صادرات این بخش از طریق بازاریابی وسیع را فراهم ساخت و تبلیغات مناسبی را در خصوص کیفیت تولیدات کشور (میوه و تره‌بار) به عمل آورد.

حضور در نمایشگاه‌های بین‌المللی تخصصی ویژه مواد غذایی، تبلیغات مناسب در خصوص کیفیت تولیدات میوه و تره‌بار در این نمایشگاه‌ها، مشتری‌یابی و انجام به موقع تعهدات الزامی است و در کنار آن می‌بایست تمهیدات لازم در

خصوص حمل و نقل کالاهای فسادپذیر اتخاذ گردد.

کارشناسان عقیده دارند که با وجود تولید سالانه حدود ۲۰ میلیون تن انواع میوه و تره‌بار در کشور و عرضه فقط ۱۰ درصد این محصولات به بازارهای خارجی (حدود ۲ میلیون تن) دست کم می‌توان سالانه ۳۰۰ میلیون دلار از صدور این محصولات بدست آورد. این مقدار صادرات تقریباً معادل ضایعات میوه و تره‌بار ایران است که چنانچه با این امر مقابله جدی صورت گیرد، نه تنها در عرضه محصول به بازار داخلی هیچگونه تغییری حاصل نخواهد شد، بلکه درآمدهای مورد انتظار به چهار برابر رقم مورد نظر در برنامه سوم برای سال جاری خواهد رسید.

در زیرمجموعه گیاهان دارویی، آمار عملکرد صادرات نشان می‌دهد که طی هشت ماه نخست سال جاری بالغ بر ۸۸/۸ میلیون دلار انواع گیاهان دارویی و صنعتی به خارج از کشور صادر شده که نسبت به مدت مشابه سال قبل ۱۲۵ درصد افزایش نشان می‌دهد و در قیاس با اهداف برنامه برای مدت یاد شده نیز ۴ درصد بیشتر است. طبق برنامه در سال جاری می‌بایست ۱۲۸ میلیون دلار گیاهان دارویی و صنعتی به خارج صادر شود که کارشناسان تحقق آن را محتمل می‌دانند.

در بین این اقلام صادرات نخود و انواع بنشن با ۶۹۸ درصد رشد،

زعفران با ۳۱/۴ درصد و ریشه شیرین بیان با ۴۷۲ درصد رشد نسبت به مدت مشابه سال قبل، بالاترین میزان رشد را به ثبت رسانده‌اند.

زعفران ایران به لحاظ طعم، رنگ و کیفیت از مرغوبیت لازم برخوردار است، اما همچنان به لحاظ بسته‌بندی نامناسب و بازاریابی نچندان قوی (به ویژه در بازارهای نو) نتوانسته از مزیت‌های نسبی خود در بازارهای خارجی به خوبی دفاع کند. زعفران ایران از طریق کشورهای واسطه (ترکیه، اسپانیا و ...) به نام غیرایرانی به بازارهای اروپایی عرضه می‌شود و ضرورت دارد در این زمینه تمهیدات لازم در خصوص تبلیغات مناسب و بازاریابی هدفمند صورت پذیرد.

طبق آمارهای منتشره از سوی مرکز توسعه صادرات ایران، صادرات محصولات و فرآورده‌های دریایی در هشت ماه نخست سال جاری به ۷۰۷۵ تن به ارزش ۴۵/۲ میلیون دلار رسید که با وجود افت وزنی ۱۱/۲ درصدی نسبت به مدت مشابه سال قبل، از لحاظ ارزش ۴/۶ درصد افزایش داشت و حدود ۹۰ درصد اهداف کمی برنامه سوم برای این مدت را تحقق بخشید. طبق برنامه سوم، ارزش صادرات این بخش در سال جاری باید به ۷۵ میلیون دلار برسد که به عقیده کارشناسان تحقق آن نباید چندان دشوار باشد.

در زیرمجموعه محصولات دریایی، خاویار عمده‌ترین محصول صادراتی ایران است که مورد توجه

مشتریان خارجی به ویژه اروپایی به لحاظ کیفیت و بسته‌بندی می‌باشد. صادرات خاویار ایران در هشت ماه نخست امسال به ۵۴ تن به ارزش ۲۸/۵ میلیون دلار رسید که از رشد ۱۹/۳ درصدی نسبت به مدت مشابه سال قبل برخوردار بود.

ایران تنها کشور مجاز به صادرات خاویار به لحاظ مسایل ژنتیکی و زیست‌محیطی است. باید توجه داشت که روشن شدن رژیم حقوقی دریای خزر و مسؤلیت‌پذیری پنج کشور حاشیه این دریا در خصوص مسایل زیست‌محیطی و حفظ گونه‌های کم‌نظیر و در حال انقراض ماهیان خاویاری، حایز اهمیت است. با وجود آنکه ۹۰ درصد ذخایر ماهیان خاویاری جهان (تاسماهیان) اکنون در دریای خزر زیست می‌کنند، اما آلودگی‌های ناشی از فعالیت‌های اقتصادی کشورهای حاشیه خزر که وارد این دریا می‌شود، فقدان همکاری مناسب دیگر همسایگان در حفظ و گسترش ذخایر ماهیان خاویاری (تکثیر، پرورش و رهاسازی بچه‌ماهیان خاویاری به دریا و کنترل برداشت از ذخایر ماهیان مذکور و مبارزه جدی با صید بی‌رویه و غیرقانونی) از مباحثی است که می‌بایست مورد توجه مسؤولان کشور قرار گیرد و آنان را به مذاکره برای تعیین رژیم حقوقی دریای خزر وادار سازد.

گذشته از خاویار که محصولات عمده صادراتی در زیرمجموعه محصولات دریایی است، صادرات میگو نیز حایز اهمیت است. طی هشت ماه

نخست سال جاری بالغ بر ۳۱۵۰ تن میگو به ارزش ۱۰/۴ میلیون دلار به خارج از کشور صادر شد که نسبت به مدت مشابه سال قبل از نظر وزن ۴۰ درصد و از لحاظ ارزش ۲۶ درصد کاهش داشت. رکود اقتصادی در بازارهای صادراتی میگو از علل افت صادرات این محصول عنوان شده است.

در زمینه محصولات حیوانی نیز عملکرد صادرات کشور در هشت ماه نخست امسال نشان می‌دهد که ۸۲ درصد اهداف برنامه برای این مدت تحقق یافته است. طی دوره یاد شده ۲۷/۷ هزار تن انواع محصولات حیوانی به ارزش ۷۴/۹ میلیون دلار به خارج از کشور صادر شد که نسبت به هشت ماه نخست سال گذشته از نظر وزن ۲/۵ درصد و از لحاظ ارزش ۱۰/۵ درصد کاهش داشت. صادرات محصولات زیرمجموعه این گروه شامل عسل، تخم‌مرغ، پوست و سالامبور، روده، پشم، کرک و... کاهش و صادرات پرندگان افزایش داشت.

در همین حال ۸/۷ میلیون دلار از صادرات دیگر اقلام زیرمجموعه کشاورزی در هشت ماه نخست سال جاری تحصیل شد که نسبت به مدت مشابه سال قبل ۶/۹ درصد افزایش داشت، اما فقط ۴۷ درصد اهداف کمی برنامه سوم برای مدت یاد شده را محقق ساخت.

