

اشاره:

تنوع آب و هوایی، خاک مناسب برای کشت شمار بسیاری از محصولات زراعی و باغی، موقعیت جغرافیایی و دسترسی به بازارهای پرتقاضای منطقه و... از مزیت‌های نسبی برای گسترش صادرات محصولات کشاورزی ایران است.

با این وجود سهم ایران در تجارت محصولات جهانی، چندان درخور توجه نمی‌باشد. بر اساس گزارش سازمان خواربار و کشاورزی (فائو)، ایران پانزدهمین صادرکننده محصولات باغی در جهان است و سهم آن در تجارت جهانی این محصولات به ۱/۷ درصد می‌رسد. سهم ایران در تجارت محصولات باغی ۱۵ کشور عمده صادرکننده این محصولات ۲/۵ درصد می‌باشد.

با وجود توانمندی‌های موجود برای رشد تولید محصولات باغی، سهم ایران در تجارت جهانی، قابل افزایش تا دو برابر می‌باشد. این ادعای بزرگی نیست، زیرا کشور هلند با توجه به وسعت خاک، سهمی برابر با ۳/۴ درصد در تجارت جهانی محصولات باغی دارد و سالانه بیش از ۱/۱ میلیون تن انواع این محصولات را به دنیا صادر می‌کند، اما ایران در سال ۱۹۹۵ فقط ۵۶۶ هزار تن محصولات باغی به بازارهای خارجی صادر کرد.

در این گزارش نگاهی به وضعیت صادرات میوه و تره‌بار ایران در سال‌های اخیر داریم و جایگاه آن را در بازار جهانی این محصولات مورد ارزیابی قرار می‌دهیم.

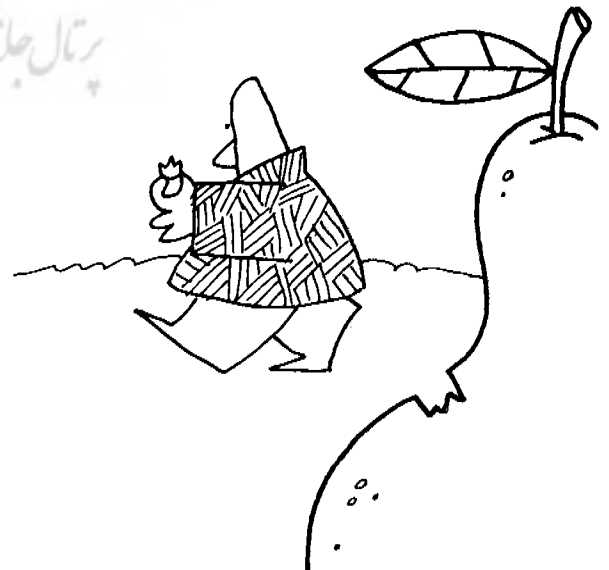
سهم ایران در تجارت جهانی محصولات باغی ۱/۷ درصد است

صادرات میوه و تره‌بار ایران در سال‌های اخیر

با وجود افزایش تولید محصولات باغی، میوه و تره‌بار، در سال‌های اخیر اتخاذ سیاست‌های ارزی بر صادرات این محصولات تأثیر منفی داشت.

سیاست‌های جدید در زمینه سپردن پیمان ارزی، بازگشت ارز در زمان مقرر و کوتاه، تعیین قیمت‌های صادراتی و... که در اوایل سال ۷۴ اتخاذ شد، صدور بسیاری از اقلام میوه و تره‌بار را با کاهش روبه‌رو ساخت، اگر چه این روند نزولی در سال گذشته تا حدودی مرتفع شد و رشد تدریجی صادرات این اقلام آغاز شد.

به گفته کارشناسان، ایران قادر است ارزش صادرات محصولات کشاورزی (زراعی و باغی) را با اتخاذ سیاست‌های ارزی و پولی مناسب، رفع موانع گمرکی، بهبود و شیوه‌های فرآوری و بسته‌بندی، تبلیغات و بازاریابی مناسب به سهولت به ۲ میلیارد دلار در سال برساند. در حال حاضر درآمد حاصل



کشمش، زعفران، گوجه‌فرنگی و سیب‌زمینی که در سال ۷۴ نسبت به سال ۷۳ کاهش داشت، در سال گذشته با افزایش روبه‌رو شد.

○ با اتخاذ سیاست‌های مناسب ارزی و پولی، رفع موانع گمرکی، بهبود شیوه‌های فرآوری و بسته‌بندی، تبلیغات و بازاریابی در بازارهای خارجی، می‌توان سالانه ۲ میلیارد دلار محصولات کشاورزی به دنیا صادر کرد.

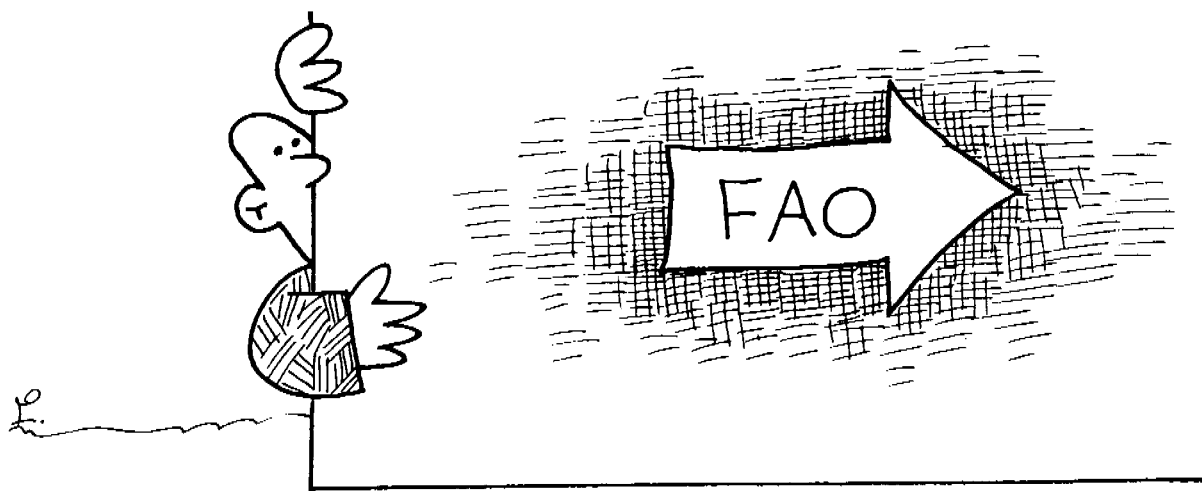
در جدول ذیل می‌توان میزان صادرات میوه و تره‌بار ایران را به دقت بررسی و ارزیابی نمود.

از صادرات محصولات زراعی کمتر از یک میلیارد دلار می‌باشد.

بسیاری از محصولات باغی ایران مانند سیب درختی، مرکبات، پسته، انار، خرما، انگور و... و نیز محصولات جالیزی مانند تره‌بار و سبزی، خربزه، طالبی، هندوانه، گوجه‌فرنگی و نظایر آن، متقاضیان بسیاری در بازارهای دور و نزدیک دارد. کشورهای حاشیه جنوبی خلیج فارس، آسیای میانه و اروپا در ردیف مشتریان میوه و تره‌بار و نیز خشکبار ایران قرار دارند که تقاضا در این کشورها رو به افزایش است.

آمارهای منتشره از سوی نهادهای رسمی نشان می‌دهد که صادرات سیب، انگور و تره‌بار و سبزی در دو سال گذشته سیر نزولی داشته است، اما صدور مرکبات و پسته در این مدت رو به افزایش بوده است. در همین حال صدور انار، خرما،

درصد تغییرات ۷۵ نسبت به ۷۴	درصد تغییرات ۷۴ نسبت به ۷۳	۱۳۷۵ (تن)	۱۳۷۴ (تن)	۱۳۷۳ (تن)	اقلام صادر شده
-۱	-۶۳	۱۱۶۰۲۳	۱۱۷۳۲۳	۱۸۹۷۴۰	سیب درختی
۲۲	-۵۵	۱۲۵۹۲	۱۰۳۶۱	۱۸۵۵۵	انار
۶۰	-۶۵	۵۱۱۵۶	۳۱۸۱۴	۱۳۴۵۰۸	خرمای تازه و خشک
۱۴	۱۵	۱۳۹۱۵۴	۱۳۲۵۳۵	۱۰۷۸۸۴	پسته
۵۵	-۵۶	۴۸	۳۱	۶۵	زعفران
-۱/۹	-۳۰	۱۳۱۵۵۵	۱۴۲۲۴۹	۱۸۳۵۳۷	خربزه، طالبی و هندوانه
-۴	-۳۳	۳۹۸۳۸	۴۰۱۳۰	۶۰۵۳۲	تره‌بار و سبزی
۱۲۰/۲	-۷۱/۱	۷۰۷۹	۵۲۸	۱۸۷۱	گوجه‌فرنگی
۹۰/۳	-۸۷	۱۲۱۷۲	۱۱۷۳	۱۰۳۱۴۰	سیب‌زمینی
-۵۶/۵	-۵۰	۸۹	۲۰۵	۳۹۰	انگور



نشینند.

از سوی دیگر بانک مرکزی مقررات مربوط به زمان بازگشت ارز حاصل از صادرات و برخورداری از بخشی از درآمد ارزی صادرات برای صادرکنندگان، تغییراتی ایجاد می‌کند که مانع از فعالیت مستمر صادرکنندگان است.

از آن گذشته با افزایش قیمت محصولات کشاورزی در دو سال گذشته در سطحی بین ۵۰ تا ۷۰ درصد، تثبیت نرخ ارز صادراتی در سطح هر دلار برابر با ۲۰۰۰ ریال، در عمل صدور محصولات زراعی و باغی را مانند دیگر کالاهای غیرنفتی، تحت تأثیر قرار داده است. به عبارت دیگر صادرات این اقلام، چندان صرفه اقتصادی ندارد.

گذشته از این موارد، بانک مرکزی نسبت به موضوع صدور امانی محصولات کشاورزی به ویژه میوه و تره‌بار، کاملاً بی‌اعتنا می‌باشد و در اخذ پیمان از صادرکنندگان فقط به قیمت‌های تعیین و اعلام شده از سوی مرکز توسعه صادرات، توجه دارد.

شیوه‌های نوین تجاری (استفاده از اعتبار اسنادی) در تجارت محصولات کشاورزی ایران هنوز جا نیفتاده است. خریداران خارجی پس از دریافت محموله‌های کالا و رؤیت جنس و نیز تأیید کیفیت و سلامت آن، اقدام به پرداخت وجه کالا می‌نمایند. در این شرایط، میزان سالم رسیدن و کیفیت و شرایط بازار و فصل در قیمت محصول کمابیش اثر دارد. اما نرخ‌های صادراتی برای یک دوره یک‌ساله بدون توجه به فصلی بودن محصولات زراعی تعیین می‌شود. به همین جهت صادرکنندگان کالا با مشکل روبه‌رو می‌شوند.

از سوی دیگر صادرکنندگان محصولات کشاورزی فقط از ۵۰ درصد ارز حاصل از صادرات برای واردات اقلام مجاز، برخوردار می‌شوند، در حالی که ضرورت دارد این نسبت به ۱۰۰ درصد افزایش یابد تا صادرکنندگان بتوانند با بهره‌گیری از ارز حاصل از صادرات خود به تأمین ماشین‌آلات موردنیاز دسته‌بندی و بسته‌بندی محصولات مبادرت ورزند.

○ ارزش افزوده بسته‌بندی محصولات کشاورزی ایران در دیگر کشورهای جهان گاه به ۵۰ درصد قیمت فروش آن در بازارها می‌رسد که این سود سرشار می‌تواند نصیب صنایع بسته‌بندی مشتریان ایران شود.

در کاهش عمده میزان صادرات محصولات باغی و جالیزی ایران در سال ۷۴ نسبت به سال ۷۳، اتخاذ سیاست‌های جدید تنظیم بازار مؤثر بوده است.

○ سیاست‌های اتخاذ شده در سال ۷۴ در زمینه سپردن پیمان ارزی و برگرداندن ارز حاصل از صادرات در موعد مقرر، صدور بسیاری از اقلام میوه و تره‌بار را با کاهش روبه‌رو ساخت.

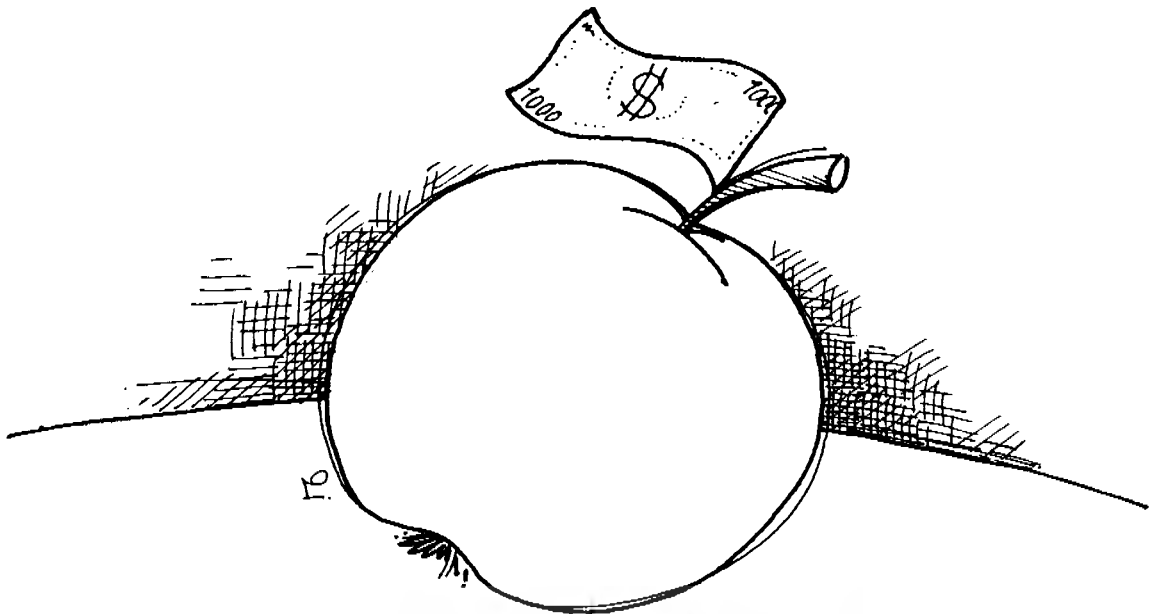
صادرکنندگان میوه و تره‌بار به مسایل و مشکلات صادرات میوه و تره‌بار ایران اشاره می‌کنند و کمک و هدایت دولت برای رفع معضلات را درخواست می‌کنند.

مشکلات صادرات و میوه و تره‌بار از جنبه‌های مختلف قانونی، حمل‌ونقل، بسته‌بندی، تبلیغات و بازاریابی و... قابل بررسی است.

تغییرات مستمر مقررات حاکم بر صادرات انواع میوه و تره‌بار، از عمده‌ترین مشکلات می‌باشد. معمولاً خریداران خارجی تمایل دارند که نسبت به حصول محموله‌های درخواستی خود به‌طور مرتب و در زمان مقرر، اطمینان داشته باشند. اما صادرکنندگان ایرانی به لحاظ مقررات حاکم بر صادرات محصولات کشاورزی، نه تنها قادر نیستند قراردادهای کلانی با طرف‌های خارجی منعقد سازند، بلکه در ارایه چند محموله مرتب نیز غالباً با مشکل روبه‌رو می‌شوند.

مقررات مربوط به ممنوعیت صدور محصولات کشاورزی که به‌طور مقطعی و تحت تأثیر عوامل بازار داخلی صورت می‌گیرد، عمده‌ترین دلیل بر استمرار نداشتن فعالیت صادراتی در این بخش است.

بروز کمبودهای مقطعی در بازار داخلی و افزایش قیمت محصولات کشاورزی، سبب می‌شود که مسئولان دولتی بدون توجه به ضرورت استمرار در صادرات و تأمین تقاضای مشتری خارجی، یکباره صدور کالای ویژه‌ای را برای مدت زمانی ممنوع اعلام کند. از این‌رو صادرکنندگان برای حفظ اعتبار خود در بازارهای خارجی معمولاً از عقد قراردادهای کلان طفره می‌روند. اگر رشد صادرات محصولات کشاورزی (زراعی و باغی) منظور نظر باشد، ضرورت دارد که در این زمینه مقررات دست‌کم برای سه سال از ثبات برخوردار باشد تا تلاش‌های صادرکنندگان در زمینه بازاریابی و تبلیغ به‌ثمر



قابل توجهی را متحمل گردید.

وی افزود: بسیاری از محصولات باغی ایران در ترکیه و برخی کشورهای اروپایی مانند آلمان، بار دیگر بسته‌بندی متناسب با تقاضای بازار می‌شود و صادر می‌گردد. ارزش افزوده این بسته‌بندی که گاه به ۵۰ درصد قیمت جنس در بازار می‌رسد، به جیب خریداران خارجی می‌رود، در حالی که با سرمایه‌گذاری در این رشته، ضمن ایجاد اشتغال، در کشور درآمد ارزی مناسبی را نیز فراهم می‌سازد.

وی معتقد است که تداوم سیاست‌های صادراتی و مقررات حاکم بر صادرات محصولات کشاورزی، برخورداری از تمام ارز حاصل از صادرات این کالاها، بهبود شبکه‌های حمل و نقل کانتینری پخچال‌دار و بسته‌بندی مناسب، در کنار فعالیت خوب بازاریابی و تبلیغ می‌تواند درآمد ناشی از صادرات این کالاها در شرایط کنونی را دو برابر کند.

○ برای انجام فعالیت‌های بازاریابی و تبلیغات، حضور در نمایشگاه‌های مواد غذایی و کشاورزی معتبر جهان، ضرورت دارد، اما صادرکنندگان ارز کافی برای تأمین هزینه‌های نمایشگاهی در اختیار ندارند.

○ اختصاص تمام ارز حاصل از صادرات محصولات کشاورزی به صادرکنندگان، امکان تأمین تجهیزات و ماشین‌آلات صنایع فرآوری و بسته‌بندی کشاورزی را فراهم می‌سازد.

در حال حاضر بسته‌بندی کالاهای صادراتی بخش کشاورزی بسیار نامناسب و گاه به صورت فله می‌باشد که مورد قبول مشتریان خارجی نیست. ضرورت دارد تسهیلات ارزی و ریالی برای سرمایه‌گذاری در صنایع تبدیلی، فرآوری و بسته‌بندی محصولات باغی، تأمین گردد و با ارایه این تسهیلات به شرایط آسان، امکان رشد سرمایه‌گذاری فراهم شود.

بخشی از مشکلات صادرکنندگان نیز مربوط به شبکه حمل‌ونقل و ترابری میوه و تره‌بار می‌باشد که صدور به موقع محصولات کشاورزی فاسدشدنی را گاه با دشواری و ضرر و زیان صادرکننده مواجه می‌سازد.

به گفته یک صادرکننده خرما، بسته‌بندی‌های کنونی در ایران ضمن آنکه قادر نیست کیفیت این محصول را حفظ کند، حتی از وزن استاندارد نیز برخوردار نمی‌باشد.

وی می‌گوید که محموله صادراتی وی به لحاظ نداشتن وزن موردنظر در بسته‌بندی، بازگشت داده شده و زیان

نارنگی ۲/۵ درصد، گریپ فروت ۱/۵ درصد، سایر مرکبات ۱/۹ درصد و در جمع ۲۵ محصول باغی ۲/۶ درصد می باشد. ایران در تولید آلو رتبه ششم، زرد آلو رتبه دوم، انگور رتبه هفتم، خرما رتبه اول، سیب رتبه ششم، پسته رتبه اول، فندق رتبه پنجم، بادام رتبه چهارم، گردو رتبه سوم، کشمش رتبه سوم، پرتقال رتبه هشتم، انواع لیمو رتبه چهارم، انواع نارنگی رتبه سوم، گریپ فروت رتبه چهارم و سایر مرکبات رتبه سوم را در میان ۱۰ کشور نخست تولیدکننده محصولات باغی دارد. اما در صادرات محصولات باغی در مجموع ایران رتبه پانزدهم را در سال ۱۹۹۵ کسب کرده است. با توجه به آنکه در تولید بسیاری از اقلام محصولات باغی، ایران صاحب رتبه و مقامی در جهان می باشد، ضرورت دارد که زمینه های لازم برای رشد صادرات و ایفای نقش بهتر در بازار جهانی محصولات باغی فراهم گردد.

یکی از راهکارهای قابل توجه برای بازاریابی و تبلیغ محصولات کشاورزی ایران، شرکت در نمایشگاه های معتبر مواد غذایی و کشاورزی در خارج از کشور می باشد.

متأسفانه به لحاظ هزینه سنگین حضور در این نمایشگاه ها و بنیه مالی ضعیف صادرکنندگان محصولات کشاورزی، در بسیاری از این مجامع حضور فعال نداریم.

ضرورت دارد دولت با ارایه ارز متناسب و ارزان برای حضور در نمایشگاه های خارجی و تبلیغ و بازاریابی محصولات کشاورزی، از تلاش های صادرکنندگان حمایت بیشتری به عمل آورد.

وی معتقد است که سهم ایران در تجارت جهانی محصولات کشاورزی با توجه به استعدادهای طبیعی موجود کشور، دست کم باید به ۵ درصد برسد. اما مشکلات موجود و مضایق ایجاد شرایط و تسهیلات مناسب، نه تنها به تولیدکنندگان و صادرکنندگان، بلکه به اقتصاد کشور صدمه می زند.

تغییرات مستمر مقررات حاکم بر صادرات محصولات کشاورزی، سبب می شود که صادرکنندگان برای حفظ اعتبار خود نزد مشتریان خارجی، از عقد قراردادهای بزرگ اجتناب ورزند.

وی با اشاره به ضایع شدن یک سوم تولیدات کشاورزی ایران در مراحل برداشت، حمل و نقل و مصرف افزود: با اندکی سرمایه گذاری در صنایع فرآوری و بسته بندی این محصولات، می توان میزان صادرات محصولات کشاورزی را در شرایط کنونی تا ۲۰ درصد تولیدات آنها افزایش داد.

جایگاه ایران در تجارت محصولات کشاورزی

بر مبنای گزارش سازمان خواربار و کشاورزی (فائو) وابسته به سازمان ملل، ایران در ردیف ۱۰ کشور عمده تولیدکننده محصولات کشاورزی قرار دارد.

بر اساس آمار ارایه شده از سوی این سازمان، سهم ایران در تولید آلو در میان ۱۰ کشور عمده تولیدکننده محصولات باغی در سطح ۱/۷ درصد، در تولید زرد آلو ۸/۵ درصد، انگور ۳/۵ درصد، خرما ۱۸/۷ درصد، سیب ۴ درصد، پسته ۵۹ درصد، فندق ۱/۹ درصد، بادام ۸ درصد، گردو ۱۱/۸ درصد، کشمش ۸/۵ درصد، پرتقال ۲/۷ درصد، انواع لیمو ۸ درصد، انواع

