



مرکز پژوهش مجلس از بررسی وضعیت تولید خرما در کشور:

ایران

دومین تولیدکننده خرما در جهان

تولید و عرضه صحیح آن می‌تواند عهده‌دار نقش مهمی در ارزآوری و اقتصاد کشور باشد. خرما میوه‌ای مورد تقاضای بازار است؛ ولی حجم تقاضا به تنهایی جهت صدور یک کالا کافی نیست، بلکه نحوه و چگونگی عرضه آن در بازار اهمیت فراوانی دارد. چه بسا کالاهایی با کیفیت بالا و مرغوبیت فراوان از ایران به بازارهای بین‌المللی عرضه می‌شود که به دلیل عدم بسته‌بندی صحیح و تبلیغات مناسب در درجه اول تقاضا قرار ندارد. بنابراین فرآوری و بسته‌بندی نامناسب خرما در کشور ما به هیچ‌وجه جوابگوی رقابت در بازارهای خارجی با دیگر کشورهای صادرکننده چون عربستان و کویت نخواهد بود.

طبق آخرین آمارهای صادراتی، صادرات اقلام مختلف خرما در ایران بدون انجام هیچ نوع فعالیت صنعتی بر روی آنها، ارزش افزوده‌ای معادل ۲ تا ۸ برابر قیمت خرما در داخل کشور را به همراه دارد و چنانچه به طرق بهداشتی و مطابق سلیقه مشتریان خارجی، بسته‌بندی و نگهداری شود، قریب به ۱۰ تا ۱۲ برابر ارزش صادرات خرما را افزایش می‌دهد و فرصت‌های شغلی متعددی ایجاد می‌کند. ایران یکی از مهمترین صادرکنندگان خرماست و این امر لزوم توجه بیشتر و اختیار کردن روش‌های نوین در کشت و فرآوری و بسته‌بندی، بازاریابی و تبلیغات این محصول را نمایان می‌سازد که می‌تواند نقش بسزایی در اشتغال، ایجاد صنایع تبدیلی و فرآوری ایفا کند. این گزارش بر آن است که با مروری بر مشکلات و تنگناهای تولید و صادرات خرما، آنها را شناسایی و ارائه کند و نهایتاً جهت رفع مسائل و مشکلات مذکور، ارائه طریق کند تا بدین ترتیب گامی در جهت توسعه اقتصادی کشور و همگرایی برنامه‌های پنج‌ساله توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی کشور با اهداف آنها برداشته شود.

برخی دانشمندان محل پیدایش نخل خرما را در کرانه‌های خلیج فارس و برخی دیگر زیستگاه آن را شمال آفریقا یا شبه قاره هند می‌دانند. اشاره‌هایی هم به وجود نخل خرما در مصر باستان شده است. در واقع شمال آفریقا و خاورمیانه از مهمترین مناطق پرورش درخت خرما در جهان

و صدور آن را می‌طلبید. در صورت مرتفع شدن مشکلات مختلف تولید و صادرات این محصول در تمام موارد ذکر شده، مزیت آن در اقتصاد کشور بیشتر شده و بر قابلیت رقابت بین‌المللی آن افزوده خواهد شد. بی‌تردید چالش‌های اصلی در زمینه تولید و صادرات خرما به شمار می‌رود. به نظر می‌رسد تنها راه حفظ جایگاه تولید و صادرات خرمای ایرانی، توجه به تمامی حلقه‌های تولید، آموزش، بسته‌بندی، ایجاد صنایع تبدیلی، بازاریابی و صادرات است.

خرما به عنوان دومین محصول باغی کشور به دلیل مزایای نسبی فراوانی که در مقایسه با دیگر محصولات کشاورزی دارد بسیار مورد توجه است. ارزآوری، ایجاد اشتغال مولد به طور مستقیم و غیرمستقیم در صنایع جانبی، تأمین امنیت غذایی و اجتماعی جامعه، حفظ و پایداری محیط زیست، تقویت قابلیت رقابت کشور در بازارهای جهانی و... از جمله ثمرات متعدد ناشی از تولید و صادرات خرماست. این در حالی است که به رغم داشتن قابلیت‌ها و مزیت‌های نسبی بسیار، هنوز مشکلات بسیاری زیادی در زمینه صادرات خرما وجود دارد. خرمای ایران به لحاظ مزه و طعم مورد علاقه مصرف‌کنندگان در سراسر جهان بوده و می‌تواند یکی از منابع عمده کسب درآمد ارزی در بخش کشاورزی باشد و ایران قادر است همچنان موقعیت خود را به عنوان یکی از بزرگ‌ترین تولیدکنندگان و صادرکنندگان خرما در جهان حفظ کند. درآمد ناشی از صادرات این محصول پرارزش می‌تواند بخشی از چالش‌های صادرات غیرنفتی را برطرف سازد و گام موثری در جهت بهبود اوضاع صادراتی ایران باشد. به علت کمبود کارخانجات فرآوری و بسته‌بندی، بخش قابل توجهی از خرمای تولیدی ایران ضایع می‌شود. بیشتر خشکبار ایران به صورت فله صادر شده و ارزش افزوده حاصل از بسته‌بندی‌های کوچک نصیب کشورهای صادرکننده می‌شود. علاوه بر موارد مذکور وجود واسطه بین صادرکننده و مصرف‌کننده باعث کاهش درآمد ارزی حاصل از صادرات این محصول می‌شود. با توجه به محدودیت کشت و برداشت این محصول در دنیا،

خرما یکی از محصولات باغی کشور است که تولید آن سالیانه به یک میلیون تن می‌رسد. بررسی میزان تولید محصول خرما در کشور نشان می‌دهد که در طی سال‌های زراعی ۱۳۸۵ و ۱۳۸۷ میزان تولید این محصول به ترتیب ۴ و ۷ درصد (نسبت به سال قبل خود) کاهش یافته است. این کاهش در میزان تولید محصول را می‌توان به عواملی چون خشکسالی‌های متوالی، شور شد آب‌ها، وجود گرد و خاک در مناطق غربی و جنوبی کشور و بروز عارضه خشکیدگی خوشه‌های خرما نسبت داد.

با وجود اینکه در زمینه تولید خرما ایران جزء چهار کشور اول دنیا است و حدود ۱۵ درصد خرمای جهان در ایران تولید می‌شود و از نظر کیفیت، برخی از گونه‌های خرمای تولیدی ایران در جهان بی‌نظیر است، اما در زمینه صادرات، این محصول کشور از رتبه و جایگاه مناسبی برخوردار نیست. اهمیت این محصول، سرمایه‌گذاری هر چه بیشتر در عرصه تولید و فرآوری، بسته‌بندی، بازاریابی



دجله و فرات در کشور عراق، شور و کم آب شده و این موضوع ضربات جبران ناپذیری بر کشاورزی منطقه و از جمله اقتصاد نخل داران وارد آورده است.

در جدول ۱ میزان سطح زیر کشت و تولید محصول خرما به تفکیک هر یک از استان‌ها طی دوره‌های ۱۳۸۰ تا ۱۳۸۷ بیان شده است:

بررسی چالش‌های موجود در تولید و صادرات خرما ایران

از بین کشورهای تولیدکننده خرما در جهان، ۵ کشور تولیدکننده اصلی خرما در دنیا هستند. مصر با تولید ۱ میلیون و ۱۱۳ هزار تن در رتبه اول، ایران با تولید ۱ میلیون تن در رتبه دوم، عربستان با تولید ۹۸۲ هزار تن در رتبه سوم و کشورهای امارات و پاکستان به ترتیب با تولید ۷۵۵ هزار تن و ۵۰۰ هزار تن در رتبه‌های چهارم و پنجم تولید خرما قرار گرفته‌اند، اما در وضعیت کنونی جایگاه

ایران متزلزل شده و با کاهش تولید در یکی دو سال اخیر نیز باعث کاهش مزیت نسبی تولید و صادرات خرما شده است. مزیت نسبی با استفاده از هزینه‌های تولید محصول محاسبه می‌شود. بر اساس مطالعات انجام شده، خرما از محصولات باغی دارای مزیت نسبی در تولید و صادرات است، ولی با توجه به مبنای محاسباتی مزیت نسبی که همان هزینه‌های تولید است، این شاخص پایدار نبوده، با توجه به افزایش هزینه‌های تولید روند کاهشی دارد. در این شرایط، با دور باطل افزایش

۱۳۸۵ و ۱۳۸۷ اتفاق افتاده است. در سال ۱۳۸۵ میزان تولید محصول به میزان ۰/۷ درصد نسبت به سال ۱۳۸۴ و در سال ۱۳۸۷ نیز ۴ درصد نسبت به سال ۱۳۸۶ کاهش یافته است که این میزان کاهش به دلایل مختلف روی داده است.

گفته می‌شود بیش از هر عاملی موضوع گرد و خاک باعث کاهش محصول خرما در مناطق خرماخیز شده است. پدیده گرد و خاک علاوه بر کاهش میزان برداشت محصول، سبب کاهش

در حال حاضر خرما در ۱۵ استان کشور کشت و پرورش داده می‌شود که از ۵ استان عمده تولیدکننده خرما در کشور، جیرفت ۱۹/۷۹ درصد، خوزستان ۱۵/۱۴ درصد، سیستان و بلوچستان ۱۵/۰۶ درصد، بوشهر ۱۳/۴۷ درصد و هرمزگان ۱۳/۰۸ درصد از کل تولید خرمای کشور را تشکیل می‌دهند

جدی کیفیت این محصول نیز شده است. گرد و غبار باعث هجوم انواع آفت به نخلستان‌ها می‌شود و همین امر کاهش جدی کمی و کیفی محصول خرما را به دنبال می‌آورد.

در همین حال رودخانه اروند به علت خشکسالی دو سال اخیر استان خوزستان و کاهش محسوس براندگی در این مدت و توأم شدن آن با کاهش خروجی آب پشت سد های کارون و همچنین کاهش آب رودخانه‌های

به شمار می‌آیند. مدارک باستان‌شناسی موجود نشان می‌دهد که قدمت کشت نخل خرما در ایران به ویژه در مناطق جنوب غربی کشور و در اطراف مناطق فعلی آبادان، خرمشهر و شادگان به بیش از ۶۰۰۰ سال قبل برمی‌گردد. ۵۳ درصد از خاک کشور ایران مستعد کشت و پرورش نخل‌های خرماست. اراضی قابل توجهی در مناطق جنوب، جنوب غربی و همچنین شرق کشور مستعد کاشت، پرورش و باروری نخل است و سالیان درازی است که در این مناطق کشت این محصول انجام می‌شود، در حال حاضر خرما در ۱۵ استان کشور کشت و پرورش داده می‌شود که از ۵ استان عمده تولیدکننده خرما در کشور، جیرفت ۱۹/۷۹ درصد، خوزستان ۱۵/۱۴ درصد، سیستان و بلوچستان ۱۵/۰۶ درصد، بوشهر ۱۳/۴۷ درصد و هرمزگان ۱۳/۰۸ درصد از کل تولید خرمای کشور را تشکیل می‌دهند که به طور کلی دو سوم تولید خرمای کشور را به خود اختصاص داده‌اند.

بالاترین سطح زیر کشت مربوط به استان سیستان و بلوچستان است و خوزستان با سطح زیر کشت ۳۷۴۵۲ هکتار، استان‌های بوشهر با سطح زیر کشت ۳۶۹۳۴ هکتار، هرمزگان با سطح زیر کشت ۳۴۱۶۹ هکتار و منطقه جیرفت با سطح زیر کشت ۳۰۷۹۷ هکتار در مقام‌های بعدی از نظر سطح زیر کشت قرار دارند.

آمار اعلام شده در مورد میزان تولید محصول خرما بین سال‌های ۱۳۸۰ تا ۱۳۸۷ نشان می‌دهد که کاهش تولید محصول در سال‌های

جدول ۱. میزان سطح زیر کشت و تولید محصول خرما از سال ۱۳۸۰ تا ۱۳۸۷

استان	۱۳۸۰		۱۳۸۱		۱۳۸۲		۱۳۸۳		۱۳۸۴		۱۳۸۵		۱۳۸۶		۱۳۸۷	
	تولید	سطح زیر کشت	تولید	سطح زیر کشت	تولید	سطح زیر کشت	تولید	سطح زیر کشت	تولید	سطح زیر کشت	تولید	سطح زیر کشت	تولید	سطح زیر کشت	تولید	سطح زیر کشت
کرمانشاه	۲۸۳	۵۰۰	۲۸۴	۶۰۰	۳۹۱	۵۱۰	۵۲۸	۶۵۶	۵۸۸	۱۰۱۵	۴۲۰	۵۳۵	۱۲۵۴	۴۸۱	۷۴۸	
خوزستان	۲۹۸۱	۷۰۴۸۶	۴۲۲۵۴	۱۰۲۴۹۲	۳۴۷۳۴	۱۲۶۶۶۷	۳۵۸۲۲	۱۴۲۵۲۹	۳۷۷۴۱	۱۴۵۰۷۱	۴۰۰۰۰	۱۵۰۰۰۰	۴۰۲۹۶	۳۷۴۵۲	۱۵۲۴۷۶	
فارس	۲۴۶۹۸	۱۶۶۲۲۲	۲۷۴۶۰	۱۳۱۳۳۱	۲۹۳۲۴	۱۳۰۲۰۵	۲۷۸۱۸	۱۲۰۲۳۶	۲۹۳۶۱	۱۲۳۳۸۷	۲۷۱۵۰	۱۲۵۰۰۰	۲۹۰۷۷	۲۴۷۷۰	۹۸۶۶۸	
کرمان	۲۲۷۰۱	۹۵۰۱۵	۲۳۰۷۶	۱۳۵۲۹۴	۲۳۹۶۱	۱۵۹۹۱۷	۲۴۱۵۳	۱۳۶۷۹۲	۲۴۶۱۶	۱۳۹۰۰۵	۲۵۵۱۷	۹۸۰۰۰	۲۶۹۷۶	۱۴۷۲۸۷	۱۲۳۰۱۰	
خراسان جنوبی	۱۱۸۰	۳۱۹۲	۲۲۲	۴۲۰	۲۵۰	۴۵۰	۳۰۴	۳۹۸	۳۶۵	۳۵۷	۱۰۱	۱۰۰	۶۲	۱۴۹	۳۷۸	
اصفهان	۷۵۰	۲۶۸۴	۷۸۵	۲۳۰۲	۷۸۰	۲۲۲۲	۷۸۰	۱۸۰۶	۷۸۰	۲۳۸۰	۳۸۰	۱۴۲۰	۵۳۵	۱۴۵۸	۹۰	
سیستان و بلوچستان	۳۵۶۰۳	۱۳۱۵۳۶	۳۵۴۴۵	۱۴۴۹۹۲	۳۶۹۰۰	۱۳۷۳۳۳	۳۶۷۶۴	۱۴۲۷۳۸	۳۷۸۱۹	۱۴۸۷۶۸	۳۷۸۰۰	۱۴۹۰۰۰	۴۴۱۹۰	۱۶۷۷۶۳	۱۵۱۶۱۱	
ایلام	۱۲۱	۵۰	۱۳۴	۳۸	۱۳۶	۱۴۷	۱۳۶	۱۵۰	۱۳۸	۱۵۷	۱۴۳	۱۶۰	۱۹۹	۷۴	۵۸	
کهگیلویه و بویراحمد	۱۶	۲۶	۴۴	۲۸	۴۴	۲۸	۴۴	۲۸	۴۸	۸۴	۵۲	۸۵	۶۶	۸۸	۶۷۴	
بوشهر	۳۴۴۱۱	۱۱۶۵۱۳	۳۴۴۸۴	۱۱۵۳۹۹	۳۴۴۹۴	۱۲۲۶۹۲	۳۴۳۷۸	۱۴۶۶۱۵	۳۴۷۸۶	۱۴۷۰۰۰	۳۴۷۵۰	۱۴۷۱۰۰	۴۷۲۶۵	۱۵۱۷۵۷	۱۳۵۶۶۲	
سمنان	۹۲	۲۰	۴۹	۳۰	۷۹	۴۲	۷۸	۴۴	۱۰۲	۱۱۰	۱۰۲	۱۰۸	۱۰۴	۱۱۵	۱۲۰	
یزد	۲۲۷۳	۱۵۵۸	۳۱۰۴	۶۴۴۲	۲۳۸۷	۵۵۵۷	۳۴۴۶	۵۵۵۲	۳۵۸۰	۵۵۶۰	۳۶۱۳	۶۹۰۰	۳۷۰۰	۶۸۰۰	۱۹۹۸	
هرمزگان	۳۵۶۵	۲۳۳۲۸۴	۳۶۷۴۸	۱۴۵۲۸۸	۳۷۵۲۵	۱۴۱۶۵۶	۳۹۳۷۵	۱۵۱۸۷۳	۳۹۱۱۸	۱۴۳۰۳۰	۳۷۳۲۰	۱۴۳۵۰۰	۳۶۹۷۸	۱۴۳۳۱۷	۱۴۱۶۹۹	
لرستان	۲	۰	۲	۰	۲	۰	۲	۰	۲	۰	۲	۰	۲	۰	۰	
جیرفت	۲۸۱۵۳	۸۰۸۲۳	۲۸۵۱۹	۹۲۴۰۵	۲۹۳۱۰	۱۳۷۱۹۸	۲۹۳۶۶	۱۴۰۳۰۸	۲۹۸۲۱	۱۴۷۹۴	۳۰۷۷۰	۱۶۶۴۵۰	۳۳۹۵۲	۱۵۵۰۰۰	۱۹۹۱۹۲	
جمع	۲۱۸۵۵۹	۸۶۲۶۰۹	۲۲۴۵۱۰	۸۷۵۰۶۳	۲۲۹۹۴۴	۹۶۶۳۴۱۴	۲۳۲۹۸۴	۹۸۹۶۲۵	۲۳۸۸۶۵	۹۹۶۶۹۸	۲۳۸۱۲۰	۹۸۸۹۳۳	۲۵۳۹۳۷	۱۰۵۳۸۶۵	۱۰۰۳۸۶	

هزینه‌های تولید در داخل کشور و سایر عوامل، کاهش مزیت نسبی تولید و صادرات ادامه می‌یابد که به همراه آن کاهش میزان تولید در هکتار رانیز باید به آن افزود به طوری که ایران با وجود داشتن رتبه اول در سطح زیر کشت در جهان از نظر میزان عملکرد (تن در هکتار) در رتبه چهارم قرار گرفته است. به علاوه برای صادرات محصولات مانند خرما، راهبرد صادراتی مشخصی وجود ندارد و مزیت نسبی این محصول بر اساس مطالعات رو به کاهش است که نشان می‌دهد قدرت رقابتی خرماهای ایران در بازارهای جهانی در حال کم‌رنگ شدن است. این محصولات همچنان با کیفیت نازل و در مورد خرما گاه به صورت فله‌ای، بدون بسته‌بندی نامناسب با سلیقه متقاضیان در بازارهای هدف، صادر و در کشورهای دیگر به صورت مناسب بسته‌بندی و مجدداً صادر می‌شود. بنابراین ضروری است با تقویت پیوند بخش‌های صادرات و تولید و برنامه‌ریزی مناسب، زمینه برای «تولید برای صادرات» فراهم شود.

مهمترین چالش‌های تولید و صادرات خرما در کشور

۱. پایین بودن عملکرد که ناشی از عواملی مانند استفاده از ارقام نامناسب، سنتی بودن ساختار تولید، نبود الگوی مناسب کشت، عدم رعایت اصول فنی به زراعی، عدم آبیاری مناسب، عدم تغذیه بهینه در نخلستان‌ها، عدم کارایی روش‌های کنترل عوامل زیان‌آور زنده و غیرزنده (آفات، بیماری‌ها و علف‌های هرز، عدم کارایی روش‌های کنترل خسارات ناشی از شرایط نامناسب خاک، عوامل جوی، خاک و...) می‌باشد که به اختصار به بعضی از این موارد می‌پردازیم:

۱-۱. استفاده از ارقام نامناسب: یکی از مهمترین عواملی که می‌تواند در بهبود کیفیت محصول و در نتیجه رونق دادن به صنعت خرما در جهان مؤثر باشد، استفاده از ارقام برتر و تجاری است. در کتاب‌های قدیمی که حدود ۲۰۰ سال قبل نوشته شده‌اند از ۲۵ رقم درخت خرما که در عراق و اطراف خرمشهر کشت می‌شده نام برده شده است که امروزه نیز به همان نام‌ها شناخته می‌شوند، اما آمارهای موجود نشان می‌دهند که

بالغ بر ۳۰۰۰ رقم خرما در دنیا شناخته شده‌اند که بخش عمده‌ای از آن متعلق به ایران است، از ۳۰۰۰ رقم شناخته شده خرما در دنیا ۴۰۰ رقم آن متعلق به ایران است. بیشتر این ارقام در ۶ استان خوزستان، هرمزگان، کرمان، بوشهر، فارس و سیستان و بلوچستان پراکنده شده‌اند که اسامی ارقام غالب ایران و منطقه کشت این ارقام در جدول ذیل آمده است.

مهمترین ارقامی که در کشور تولید می‌شود را رقم سایر (یا استعمران) در خوزستان، رقم مضافتی در کرمان و بم و ارقام زاهدی و پیام در حاجی‌آباد هرمزگان تشکیل می‌دهد.

۱-۲. سنتی بودن ساختار تولید: بر اساس بررسی انجام شده در سال ۱۳۸۴ از کل بهره‌برداری‌های خرماهای کشور به طور میانگین مساحت ۳۳ درصد از نخلستان‌های کشور کمتر از ۵/۵ هکتار و فقط ۱ درصد نخلستان‌های کشور بیش از ۱۵ هکتار مساحت دارند که این امر نشان‌دهنده سنتی بودن ساختار تولید خرما در کشور است.

۱-۳. عدم تغذیه بهینه در نخلستان‌ها: بیشتر نخلداران کشور کود را بر حسب سلیقه، توان مالی و وضعیت بازار (وجود یا عدم وجود کود) در نخلستان‌ها استفاده می‌کنند. در بررسی‌های انجام شده مشخص شده است که در ۷۸ درصد نخیلات هرمزگان و ۷۲ درصد نخیلات منطقه جیرفت هیچ‌گونه کودی مصرف نمی‌شود و به طور کلی می‌توان گفت در بیش از ۵۰ درصد نخلستان‌ها هیچ‌گونه کودی مصرف نمی‌شود. در نخلستان‌هایی هم که تغذیه صورت می‌گیرد فقط کودهای ازته مصرف می‌شود.

۱-۴. عدم آبیاری مناسب: نخل خرما بر خلاف تحمل نسبتاً بالا نسبت به شرایط نامساعد محیطی نظیر خشکی و کم‌آبی، برای تولید محصول با کیفیت و کمیت مناسب نیاز به آب کافی و با کیفیت مطلوب دارد. بر اساس گزارش‌های موجود حدود ۹۵ درصد اراضی نخلستان‌های کشور باروش‌های آبیاری سطحی نظیر روش‌های کرتی، نواری، شیاری، تشتکی و جزرومدی آبیاری می‌شوند.

۱-۵. عدم کارایی روش‌های کنترل خسارات ناشی از شرایط نامناسب (عوامل جوی و...): در سال جاری بروز دو پدیده خشکسالی و گرد و خاک در استان‌های خرماخیز علاوه بر کاهش کمی تولید، کاهش کیفیت این محصول رانیز به همراه داشته است. به دلیل خشکسالی دو سال اخیر استان خوزستان و کاهش محسوس بارندگی در این مدت و توأم شدن آن با کاهش خروجی آب پشت سدهای کارون و همچنین کاهش آب رودخانه‌های دجله و فرات در کشور عراق، آب اروندرود شور و کم‌آب شده است که این شوری بیش از حد باعث ضررهای زیادی به نخل‌داران و تولید محصول خرما در کناره‌های این رود شده است. همچنین بعضی از کارشناسان دلیل دیگر شور و کم‌آب شدن اروندرود و در نتیجه تأثیر سوء آن بر نخلستان‌ها را آلودگی شیمیایی و سرریز شدن پساب‌های صنعتی کارخانجات در آن می‌دانند.

۲. پایین بودن کیفیت محصول: کیفیت پایین خرماهای تولیدی در کشور به دلیل عواملی چون استفاده از ارقام نامناسب، مدیریت نامطلوب نخلستان، شیوه نامناسب برداشت و حمل و نقل، شیوه نامناسب فرآوری و بسته‌بندی، نبود استانداردهای کیفی ارقام، کمبود انبارها و سردخانه، نبود استاندارد بهداشتی و نبود فرآیند کنترل کیفی و ضعف قوانین در زمینه مقررات و موازین بهداشتی در هنگام برداشت و پس از برداشت و عدم وجود قوانین و مقررات جامع در جهت ارتقای سطح بهداشتی خرماهای صادراتی و نحوه بسته‌بندی آن مطابق با معیارهای بهداشتی اتحادیه اروپا و جهان حاصل شده است.

۱-۲. نبود استاندارد بهداشتی: از دیگر دلایل عمده عدم پیشرفت صادرات خرما در کشور این است که روش‌های شستشو و پاکسازی و ضدعفونی خرما به صورتی که قابلیت آنها را تا حد قابل قبولی افزایش دهد، به طور دقیق و اصولی اشاعه نیافته است و اغلب نخل‌کاران و یا کارگاه‌های بسته‌بندی خرما به قدیمی‌ترین و ساده‌ترین روش این کار را انجام می‌دهند. مهمترین هدف از شستشوی خرما کاهش

جدول ۴. تعداد ارقام خرما موجود در کشورهای مهم خرماخیز جهان

نام کشور	تعداد ارقام
ایران	۴۰۰
عراق	۳۷۰
تونس	۲۵۰
مراکش	۲۴۴
آمریکا	۱۹۶
مصر	۲۶
سودان	۲۲
جهان	بیش از ۳۰۰۰

جدول ۳. ارقام خرما مورد استفاده در ایران

نام رقم	محل کاشت
خرمای خارک	استان هرمزگان
خرمای پیام	جیرفت و کهنوج
خرمای ربی	خوزستان
خرمای سایر (استعمران)	استان کرمان (بم)
خرمای کروت	جیرفت و کهنوج
خرمای کلوته	استان کرمان (بم)
خرمای مضافتی	جیرفت و کهنوج و بم
خرمای هلیله‌ای	استان فارس
خرمای شاهانی	سیستان و بلوچستان
خرمای خاصه	خرمای قصب (زاهدی)
خرمای خشک	خرمای کیکاب
خرمای قصب (زاهدی)	بوشهر
خرمای کیکاب	بوشهر

جدول ۲. سطح زیر کشت، تولید و عملکرد محصول خرما در جهان بر اساس آمار فائو (۲۰۰۷)

کشور	تولید (تن)	رتبه	سطح زیر کشت (هکتار)	رتبه	عملکرد (تن/هکتار)	رتبه
مصر	۱۱۳۰۰۰۰	۱	۳۳۵۰۰	۶	۳۳۷۳۱	۱
ایران	۱۰۰۰۰۰۰	۲	۲۴۰۰۰۰	۱	۴۱۶۶	۴
پاکستان	۵۰۰۰۰۰	۵	۸۵۰۰۰	۵	۵۸۸۲	۳
عربستان	۹۸۲۵۴۶	۳	۱۵۵۷۳۴	۳	۶۰۳۹	۲
امارات	۷۵۵۰۰۰	۴	۱۸۷۶۰۰۰	۲	۴۰۵۹	۵
الجزایر	۵۰۰۰۰۰	۵	۱۵۵۰۰۰	۴	۳۲۲۵	۶
جهان	۶۶۳۸۷۷۴		۱۲۰۰۹۶۱		۵۵۲۷	

مأخذ: وزارت جهاد کشاورزی، ۱۳۸۹.



امکان بسته‌بندی صحیح و ظرفیت سردخانه‌ها وجود ندارد، احداث این گونه واحدها سبب جذب ارزش افزوده زیادی خواهد شد. صنایع تبدیلی و تکمیلی یکی از حلقه‌های مهم زنجیر بازاریابی است که با ایجاد شرایط مطلوب، سهم بسیار زیادی را در ارزش افزایی محصولات خام دارد. در صورتی که امکان تبدیل محصول خرما فراهم شود، افزون بر اینکه پاسخی به نیاز مصرف‌کننده است، بلکه باعث ایجاد تعادل بین عرضه و تقاضا شده و نه تنها مصرف‌کننده از این موضوع سود می‌برد، بلکه تولیدکننده نیز از کاهش قیمت زیان کمتری می‌بیند. بر پایه آمار و ارقام موجود، بخش قابل توجهی از خرما تولیدی ایران از نوع نامرغوب است و نمی‌تواند مستقیماً وارد بازار شود. از طرفی نبود زمینه مناسب برای مصرف این نوع خرما، نه تنها درآمد کشاورزان را کاهش می‌دهد، بلکه مشکلات محیط زیستی فراوانی پدید می‌آورد و منجر به بالا رفتن هزینه تمام شده برای کشاورزان و واحدهای بسته‌بندی می‌شود. برخی محققین بر این عقیده‌اند که یکی از راه‌های ممکن و موجود برای استفاده از خرما نامرغوب تولید شده خرما، قند مایع و خوراک دام است. حضور در بازارهای جهانی نیازمند کسب اطلاع از سلیقه مصرف‌کنندگان کشورهای خریدار است، بنابراین عرضه محصول خرما به شکل کنونی نه تنها غیربهداشتی و مخالف سلیقه مشتریان خارجی است، بلکه قدرت رقابت با سایر تولیدکنندگان خرما را ندارد. از این رو بهتر است به موازات افزایش تولید برای گسترش صنایع بسته‌بندی و تبدیلی خرما اقدام شود.

۳. پایین بودن قیمت: پایین بودن قیمت به دلیل عواملی مانند استفاده از ارقام نامناسب،

می‌شود در صورتی که کشورهای نظیر فرانسه، انگلیس و هلند بدون آنکه تولیدکننده خرما باشند با وارد کردن خرما از کشورهای تولیدکننده و پس از فرآوری و بسته‌بندی مناسب، آن را با ارزش افزوده بیشتر روانه بازارهای جهانی می‌نمایند. وجود تعرفه‌ها و حقوق گمرکی بالا برای واردات کارتن و مواد اولیه بسته‌بندی خرما صادراتی نیز موجب بالا بودن هزینه بسته‌بندی خرما در ایران در مقایسه با سایر کشورها شده و چون هزینه بسته‌بندی در سایر کشورها مانند دومی بسیار پایین‌تر از ایران است، لذا صادرکنندگان ایرانی، خرما صادراتی خود را به صورت فله‌ای به آنجا ارسال و پس از بسته‌بندی مجدد به بازارهای هدف صادر می‌کنند که این امر ارزش افزوده زیادی را نصیب کشورهای دیگر می‌کند.

متأسفانه هنوز استفاده از روش‌های سنتی و غیرمکانیزه در ایران بسیار متداول است و به علت عدم زیبایی و غیربهداشتی بودن بسته‌بندی‌ها، رغبت خرید و عرضه آن را به طور چشمگیری کاهش می‌دهد و درصد قابل توجهی از این محصول با ارزش، ضایع و غیرقابل مصرف می‌شود. تسریع در امر به کارگیری روش‌های مکانیزه فرآوری و بسته‌بندی خرما و استفاده از روش‌های ضدعفونی و بهداشتی یکی از نیازهای عمده صنعت صادرات خرماست. این امکانات سبب افزایش نرخ و دلگرمی کشاورزان در جهت ترویج کشت پرورش نخلستان‌ها شده و عاملی در جهت به کارگیری استعدادهای واقعی در کشاورزی و صنعت خواهد بود. در زنجیره به هم پیوسته تولید و صادرات خرما، بسته‌بندی نقطه عطفی است که هم مرتبط با تولید و هم پاری‌دهنده تبلیغات و بازاریابی است.

۲-۳. شیوه نامناسب فرآوری و ضعف صنایع تبدیلی: بخش صنایع تبدیلی و تکمیلی با توجه به جایگاه مهم و نقش مؤثر خود به عنوان حلقه رابط بین مراحل تولید تا مصرف خرما می‌تواند از طریق عملیات و مراحل مختلف دریافت، فرآوری، بسته‌بندی، انبارداری، بازاریابی و فروش، محصول خام اولیه را به صورت محصول (یا محصولات) غذایی با ارزش افزوده تبدیل نموده و به بازار مصرف عرضه نماید. با توجه به تنوع محصول خرما و وجود خرماهایی با درجات پایین‌تر به لحاظ کیفیت و خوش طعمی، که جهت عرضه مستقیم در بازار مناسب نخواهد بود؛ در صورت تأمین صنایع تبدیلی می‌توان از آنها به عنوان مواد اولیه در صنایع تبدیلی مانند شیر خرما، قند مایع، سرکه، مواد صنعتی مثل الکل و غیره استفاده کرد و از تقاله و هسته آن جهت خوراک دام بهره جست. سالیانه حدود ۳۰ درصد از خرما تولیدی کشور قابل استفاده در صنایع تبدیلی می‌باشد که در صورت تأمین اعتبارات جهت خرید ماشین‌آلات و احداث واحدهای صنعتی تبدیلی می‌تواند اهمیت زیادی در اقتصاد کشور داشته باشد که با توجه به شرایط فعلی که

آلودگی اولیه خرما و کم کردن بار میکروبی آن است تا بدین وسیله از فساد خرما و ترش شدن آن و ایجاد بیماری در مصرف‌کنندگان جلوگیری شود. البته باید توجه داشت که انجام شستشوی فقط بر روی برخی ارقام امکانپذیر است. برای موفقیت در صادرات خرما باید روش‌های مختلف شستشو و پاکسازی به منظور کاهش ضایعات و افزایش مدت نگهداری را به کار برد تا با از بین بردن مشکلات نظافت و حفظ شکل ظاهری خرما سرمایه‌گذاری بر روی تولید و صادرات آن گسترش یابد. باغ‌های خرماي کشور، اکثراً به صورت سنتی احداث و نگهداری می‌شوند و حتی در عملیات داشت و برداشت نیز بیشتر از روش‌های سنتی و نیمه‌سنتی پیروی می‌شود و تعداد کمی از باغ‌ها به صورت نیمه‌مکانیزه هستند. در باغ‌های سنتی عملیات برداشت و بسته‌بندی توأماً انجام می‌شود و خرماي چیده شده مستقیماً وارد کارتن و سپس به بازار عرضه می‌شود و هیچ‌گونه عملیات آماده‌سازی خرما انجام نمی‌شود. به منظور حفظ کیفیت محصول خرما و جلوگیری از ضایعات و آلودگی در زمان برداشت محصول بهتر است طرح بهبود مدیریت برداشت محصول خرما توسط سازمان‌های کشاورزی استان‌های خرماخیز کشور به نحو مؤثر پیگیری و اجرا شود.

نودار عملیات فرآوری بهداشتی خرما تا بسته‌بندی

دریافت خرما ← ضدعفونی ← جداسازی درجه‌بندی ← نم‌گیری ← شستشو طبقه‌بندی ← بازرسی نهایی ← بسته‌بندی

۲-۲. شیوه نامناسب بسته‌بندی: بسته‌بندی می‌تواند به عنوان یک اهرم حمایتی مؤثر در کنار قیمت عمل کند و ارزش افزوده قبل از صدور را حفظ کند. مهمترین صنعت مورد نیاز در توسعه صادرات خرما صنعت فرآوری و بسته‌بندی است. بر اساس آمار (FAO) کشورهای نظیر تونس و الجزایر که سهم اندک در تولید جهانی خرما دارند با اعمال مدیریت مناسب و سرمایه‌گذاری هدفمند در صنایع فرآوری و بسته‌بندی این محصول از بیشترین عایدات ارزی برخوردار می‌باشند. با اینکه ایران جزء برترین صادرکنندگان خرماي جهان است ولی ارزش صادراتی هر کیلوگرم خرماي ایران در سطح بسیار نازلی قرار دارد. در این خصوص باید از تجربه کشورهای پیشرویی از جمله تونس و مصر برای افزایش ارزش افزوده محصول خرما و توسعه صنعت بسته‌بندی و فرآوری خرما استفاده شود. مهمترین عامل در افزایش درآمدهای حاصل از صدور محصولات کشاورزی از جمله خرما فرآوری و بسته‌بندی مناسب این محصول است در حالی است که حدود ۹۰ درصد خرماي صادراتی ایران به صورت فله بدون انجام فعالیت‌های بسته‌بندی و فرآوری و با ارزش افزوده پایین به بازارهای جهانی عرضه

سنتی بودن ساختار تولید، عدم تنوع در تولید، پایین بودن کیفیت، عدم بازاریابی و بازرسانی مطلوب بوده است.

۱-۳. بازاریابی و بازرسانی و قیمت خرما در بازارهای جهانی: مسئله حائز اهمیت در صادرات انواع خشکبار مسئله بازرسانی آنهاست. بازرسانی خشکبار به مراحل اطلاق می شود که جریان حرکت کالا از کشور تولیدکننده تا دریافت آن توسط مصرف کننده نهایی در بازار مصرف را شامل می شود. بازرسانی خشکبار به طور عمده شامل مباحث حمل و نقل، توزیع، بسته بندی و تبلیغات می باشد. از جمله عواملی که در بهبود اوضاع اقتصادی و بالا بردن درآمد کشاورزی و افزایش قدرت چانه زنی نقش مهم داشته و همگام با سایر تحولات در حال تغییر و تکامل است، مسئله بازاریابی محصولات کشاورزی است. بازاریابی، جریان انتقال کالا یا خدمات را از مرکز تولید تا مرکز مصرف فراهم می سازد و عوامل بازاریابی با انجام خدماتی مطلوبیت مکان، زمان، مالکیت و شکل را در کالا ایجاد می کند. بر اساس تعریف گسترده، بازاریابی همه عملیات و خدماتی را که از مرحله تولید محصول و تصمیم گیری برای تولید شروع می شود تا زمانی که محصول به دست مصرف کننده می رسد در بر می گیرد. با وجود اینکه ایران از نظر نوع خرما در جهان از موقعیت مطلوبی برخوردار است، ولی به سبب بی توجهی و نبود سرمایه گذاری در بازاریابی این محصول تولیدکنندگان با مسائل گوناگونی در بازار داخلی روبرو بوده و در بازار خارجی نیز در موقعیت ضعیف تری نسبت به کشورهای تولیدکننده دیگر قرار دارند. عدم شفافیت و پایین بودن قیمت صادرات محصول خرما در

ایران در مقایسه با سایر کشورهای خرماخیز از چالش های عمده صادرات این محصول به شمار می آید به طوری که هر کیلو خرما ایران در بازارهای جهانی با قیمت ۳۰ تا ۴۰ سنت و در سایر کشورها ۲/۵ تا ۱۲/۵ دلار به فروش می رسد.

مطابق آمارهای سازمان خواربار جهانی (FAO) متوسط فروش صادراتی هر تن خرما ایران طی سال ۲۰۰۳ میلادی، ۲۸۹ دلار بوده است که نسبت به متوسط نرخ فروش سه کشور عمده تولیدکننده خرما نظیر عربستان (۵۳۵ دلار)، پاکستان (۳۵۷ دلار) و امارات (۲۸۰ دلار) در مرتبه سوم و بر اساس شاخص فوق در میان ۲۰ کشور صادرکننده خرما در سطح جهان در مرتبه هجدهم جدول قرار دارد. آمار فوق نشانگر پایین بودن نرخ سرمایه گذاری

مهمترین و اصلی ترین تنگناهای بازاریابی و فروش محصولات نخیلات، از عدم وجود تشکیلات و سازماندهی مناسب در بین تولیدکنندگان ناشی می شود؛ زیرا تاکنون هیچ تشکل یا شرکت با برنامه ای مناسب و یا حتی حرکت گروهی چشمگیر و مؤثری بدین منظور تحقق نیافته است

مؤثر و عدم سیاستگذاری های مطلوب در صنعت خرما ایران است که با توجه به رفع موجود و سهم ایران از ظرفیت های متنوع بازارهای هدف به ویژه فرآورده های جانبی این محصول بسیار ناچیز است.

مهمترین و اصلی ترین تنگناهای بازاریابی و فروش محصولات نخیلات، از عدم وجود تشکیلات و سازماندهی مناسب در بین تولیدکنندگان ناشی می شود؛ زیرا تاکنون هیچ تشکل یا شرکت با برنامه ای مناسب و یا حتی حرکت گروهی چشمگیر و مؤثری بدین منظور تحقق نیافته است. فقدان فعالیت مستمر مؤسسات و شرکت های دست اندر کار بازاریابی و خریداران منفرد جهت تنظیم یک برنامه مدون خرید محصول در نقاط مختلف کشور و آغاز فعالیت های مناسب صادراتی از مسائل اصلی در بازاریابی خرماست.

۲-۳. تبلیغات در صادرات خرما: تبلیغات، هنر و فن رساندن یک پیام و القای یک فکر به افراد مورد نظر به طور مؤثر است. هدف از تبلیغات افزایش فروش و سهم بازار بالا بردن سطح سود و درآمد بیشتر، تقویت زمینه های موجود برای جلب افراد به ایده ها، کالاها و خدمات ارائه شده و همچنین جهت دادن به علایق و انگیزه ها و رفتار مصرف کنندگان به منظور ایجاد تقاضای بیشتر است. طبیعت اولیه تبلیغات این است که به مصرف کننده اطمینان داده شود محصول مورد نظر دارای ارزش مثبت است. کالاها و محصولات

منحصر به فرد ایران مانند خاویار و کالاهای صنعتی خاص بدون نیاز به تبلیغ و تنها با صرف هزینه ای اندک به راحتی بازارهای جهانی را تسخیر می کنند؛ اما برای محصولاتمانند خرما که جایگاه محکم و با ثباتی را در بازارهای جهانی ندارد بدون کاربرد شیوه های صحیح تبلیغاتی نمی توان انتظار فتح بازارهای جهانی را داشت. بنابراین یکی از دلایل عدم رشد مناسب صادرات خرما ناشی از عدم اعمال تبلیغات صحیح، فروش حضوری، پیشبرد فروش، روابط عمومی و بازاریابی مستقیم است.

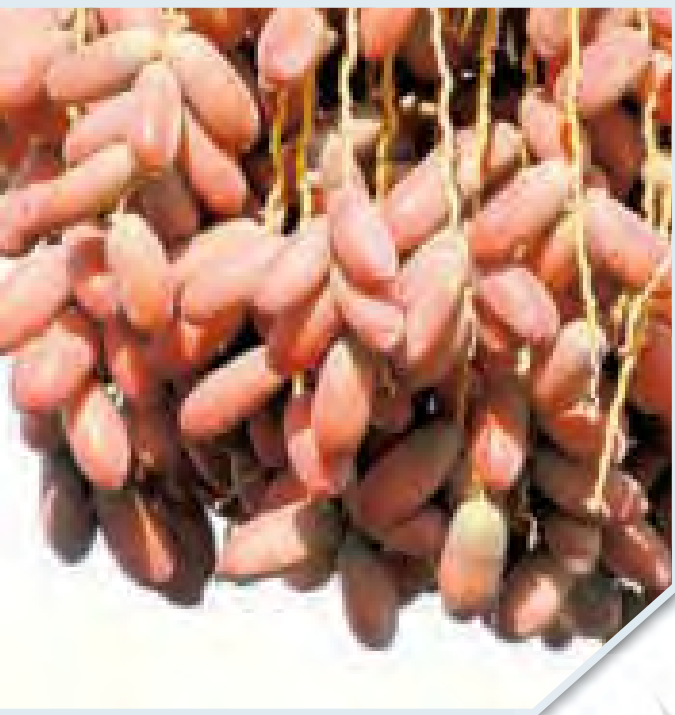
کارشناسان عقیده دارند با رفع شماری از موانع صادرات غیرنفتی، چنانچه بازاریابی و تبلیغات مؤثری در خصوص کیفیت خرما ایران صورت گیرد و در همین حال مشکلات مربوط به تولید این محصول مرتفع گردد، صادرات خرما به سرعت افزایش خواهد یافت، به طوری که بیش از یک سوم خرما تولیدی کشور را می توان روانه بازارهای خارجی کرد. ۴. نبود مکانیزاسیون: در فرآیند برداشت به علت کوچک بودن واحدهای تولیدی، سنتی بودن ساختار تولید، کمبود ادوات مکانیزه و نیز کمبود دانش فنی در بخش های مختلف و در فرآیند پس از برداشت نیز به دلیل کمبود وسایل حمل و نقل، کمبود سردخانه و انبارهای بهداشتی، ضعف تکنولوژی بسته بندی و صنایع تبدیلی و تکمیلی و کمبود دانش تولیدکنندگان در این زمینه باعث ضعف تولید از لحاظ مکانیزاسیون شده است.

۵. بالا بودن ضایعات: به دلیل استفاده از ارقام نامناسب با شرایط تولید، سنتی بودن ساختار تولید و خسارت عوامل زنده و غیرزنده و عدم استفاده بهینه از ضایعات در زمان قبل از برداشت و نیز به علت فرآیند برداشت نامناسب، حمل و نقل و نگهداری نامناسب، فرآوری و بسته بندی و بازاریابی نامناسب، ضایعات تولید خرما در کشور بسیار بالاست که این امر بر فرآیند تولید و صادرات تأثیر سوئی داشته است.

۶. ناکارآمد بودن شیوه سیاستگذاری و مدیریت: متأسفانه آمار و اطلاعات دقیق در رابطه با وضعیت تولید خرما در ایران و جهان وجود ندارد و این امر باعث بروز مشکلات و اشتباهات زیادی در سیاستگذاری برای وضعیت موجود تولید و صادرات، مصرف و در نتیجه ضعف مدیریت و غیر تخصصی در زمینه تولید این محصول ارزشمند است.

در حال حاضر خرما در ۱۵ استان کشور کشت و پرورش داده می شود که طبق آمار وزارت جهاد کشاورزی در سال ۱۳۸۷ از ۵ استان عمده تولیدکننده خرما در کشور، جیرفت، خوزستان، سیستان و بلوچستان، بوشهر و هرمزگان حدوداً ۵۳ درصد از سطح زیر کشت خرما کشور را به خود اختصاص داده و به طور کلی دو سوم خرما کشور در این مناطق تولید می شود. با توجه به





خرما، بهبود سیستم حمل و نقل، رعایت اصول بهداشتی در فرآیند داشت، برداشت، فرآوری و صادرات خرما، رعایت استانداردها در فرآیند درجه بندی و بسته بندی ارتقای سطح مهارت فنی تولیدکنندگان و صادرکنندگان تبلیغات وسیع و ایجاد سیستم اطلاع رسانی سریع و قوی به صادرکنندگان از مهمترین راهکارهای بهبود صنعت خرما کشور است.

اکثر مناطق خرماخیز کشورمان، از لحاظ موقعیت تولید و بهره برداری از محصولات کشاورزی خصوصاً محصول خرما، در مرتبه حائز اهمیتی قرار دارند تا آنجا که به اعتقاد کارشناسان صنایع غذایی، ایران می تواند بخش وسیعی از بازارهای صادراتی را در اختیار گیرد و در تأمین درآمد ارزی نقش مهمتری ایفا کند. با وجود همه مشکلات موجود در زمینه خرما وقتی آمار صادراتی محصولات را مرور می کنیم، مرتبه صادرات ایران، آخرین مقام رانداشته، بلکه مرتبه ای پایین را به خود اختصاص می دهد که در صورت رفع ضعف های بازاریابی، بسته بندی و صادراتی می توان در صدر و یا مقام های بالای صادراتی قرار گیرد.

لذا برای حل معضلات موجود در صنعت خرما کشور پیشنهاداتی به شرح زیر ارائه می شود:

- توسعه صنایع تبدیلی و فرآوری متناسب با میزان تولید،
- نوسازی واحدهای موجود،
- تجهیز مراکز تولید به سیستم های سردخانه ای،
- گسترش فعالیت های مکانیزه در نخلستان ها،
- تعیین استراتژی مشخص برای صادرات.

دستگاه های مورد استفاده نسبت به کشورهای مجاور و عرضه کننده خرما به جهان عقب است. در کارگاه هایی که از ماشین آلات آماده سازی و بسته بندی استفاده می کنند، معمولاً یک شیفت کاری وجود دارد که بسیار کم است. صنایع ساخت مواد بسته بندی خرما از دقت لازم برخوردار نیستند. هیچ گونه طراحی در شکل و فرم بسته ها وجود ندارد و چاپ روی بسته ها بسیار ابتدایی است. رنگ بسته ها بر اساس سلیقه کشورهای خریدار نیست. تعداد کارگران بی سواد زیاد و سرپرستان فقیر اطلاعاتی دارند. بسته بندی خرما اکثراً به صورت بسته های ثانویه و حالت فله است. تعداد محدودی از کارگاه ها، خرما را ضد عفونی می کنند. به طور کلی می توان گفت که بسته های خرما ایران هیچ گونه جذابیتی نداشته و قابلیت رقابت با خرما صادراتی سایر کشورها را ندارد.

۷۰ درصد شرکت های بسته بندی خرما به علت نداشتن امکانات و توان مالی کم، صادر کننده نیستند و در نتیجه از معایب کار خود مطلع نیستند و به همین سبب هرگز به فکر بهبود وضعیت بسته بندی خرما صادراتی نمی افتند، زیرا اولاً اطلاعات لازم را در اختیار ندارند، ثانیاً امکانات مالی لازم را در اختیار ندارند و ثالثاً کنترل دقیق از نظر رعایت استانداردهای صادراتی خرما، به عمل آورده نمی شود. در ۷۵ درصد موارد خود کشاورزان عمل بسته بندی را انجام می دهند. در حال حاضر ضعف درجه بندی و بسته بندی محصولات کشاورزی مشکل اصلی در صدور این محصولات به شمار می رود و این امر باعث شده که محصول با قیمتی به مراتب پایین تر از محصولات سایر کشورها فروخته شود. لذا اقدام دولت در سرمایه گذاری و یا واگذاری به بخش خصوصی برای فراهم آوردن دستگاه های درجه بندی و تبدیل و تأمین مواد بسته بندی مناسب در کوتاه مدت و انجام تحقیقات در زمینه شیوه های نوین بسته بندی متناسب با تقاضای کشورهای واردکننده و تلاش وزارت کشاورزی در شناخت و ترویج رقم های بازار به منظور تولید محصولات یکنواخت و آموزش کشاورزان در کاربرد روش های زراعی نو توصیه می شود.

علاوه بر این بالا بودن هزینه های بازاریابی و بازرسانی، پایین بودن سطح دانش فنی و تخصصی تولیدکنندگان و صادرکنندگان، ناهماهنگی بین صادرکنندگان، وجود بوروکراسی پیچیده اداری، ضعف بنیه مالی بهره برداران، وجود رقبای سرسخت در بازارهای جهانی، عدم دسترسی مناسب به بازارهای اروپایی و عدم تبلیغات از مهمترین عوامل رضایت بخش نبودن وضعیت صنعت خرما ایران است.

ارتقا و بهبود کیفیت محصول تولیدی از طریق جایگزینی و توسعه کشت ارقام مرغوب تجاری، رعایت اصول صحیح به زراعی در نخلستان ها، رفع موانع سدا راه مکانیزاسیون، احداث کارخانه های پیشرفته صنایع تبدیلی و تکمیلی

آمار اعلام شده بین سال های ۱۳۸۰ تا ۱۳۸۷ کاهش محصول در سال های ۱۳۸۵ و ۱۳۸۷ (نسبت به سال قبل خود) دیده می شود. در سال ۱۳۸۵ میزان تولید محصول به میزان بسیار کم ۰/۷ درصد و در سال ۱۳۸۷ نیز ۴ درصد کاهش یافته است.

کاهش محصول خرما تنها در سال ۱۳۸۷ به دلیل خشکسالی های متوالی، شور شدن آب ها، وجود گرد و خاک در مناطق غربی و جنوبی کشور و بروز عارضه خشکیدگی خوشه های خرما در منطقه جنوب کرمان (جیرفت) و استان کرمان بوده است.

علاوه بر موارد مذکور که باعث کاهش تولید خرما در کشور در طی سال های اخیر شده است، سنتی بودن ساختار تولید، کاشت ارقام نامرغوب، برداشت غیر مکانیزه و گاه غیر بهداشتی، ضعف تکنولوژی درجه بندی و بسته بندی، کمبود کارگاه های بسته بندی پیشرفته، کمبود نهاده های بسته بندی و گران بودن آنها، کمبود انبارها و سردخانه های بهداشتی، کمبود کارگاه های صنایع تبدیلی و تکمیلی پیشرفته، کمبود وسائل حمل و نقل مجهز به وسائل خنک کننده از مهمترین تنگناهای صنعت خرما کشور هستند. بررسی های انجام شده نشان می دهد تعداد شرکت های موجود بسته بندی خرما در کشور بیشتر از شرکت های فرآوری خرماست که به چند دلیل عمده از جمله تمایل مشتریان خارجی بر خرید محصول خام و بسته بندی شده، قیمت کمتر آنها در مقایسه با قیمت فرآورده های جانبی خوراکی و همچنین حمل و نقل راحت تر و بهتر به ویژه برای مشتریان اروپایی و آمریکایی (بازارهای خارجی معتبر) می باشد. عدم حمایت کافی و پایین بودن دانش فنی برخی از دست اندرکاران بسته بندی و فرآوری خرما موجب شده تا نتوانند با حداکثر ظرفیت خود به تولید محصولات بسته بندی شده و یا فرآوری شده خرما بپردازند. بدون در نظر گرفتن ۵ استان عمده تولیدکننده خرما این محصول در ۱۷ استان دیگر کشور (اصفهان، ایلام، خراسان، سمنان، بوشهر، یزد و کرمانشاه) نیز تولید می گردد. اما عمده کارخانجات بسته بندی خرما در استان های تولیدکننده خرما قرار دارد و در سایر مناطق نیز کارگاه های بسته بندی خرما به صورت پراکنده، سنتی و نیمه سنتی وجود دارد. بسته بندی خرما در ایران دارای نظام و انضباط نیست. کارگاه های خرما آشفته و اصول بهداشتی در آنها رعایت نمی شود. کارگران نه تنها دارای اطلاعات لازم نیستند، بلکه نظافت و بهداشت را نیز رعایت نمی کنند، دیوارهای اکثر کارگاه های بسته بندی خرما گلی و خرما در کف سالن ها یا باغ ها برای بسته بندی ریخته می شود. از داخل سردخانه ها بوی خرما ترشیده به مشام می رسد و در بعضی کارگاه ها سردخانه ها محل عبور است. بسته بندی اغلب به صورت سنتی توسط کارگر انجام می شود. تکنولوژی