

بررسی بازار گوجه‌فرنگی در جهان و ایران و ارائه رهنمودهایی جهت کاهش تهدیدهای پیش‌روی آن در ایران

سمانه قلی‌پور
gholipoorsamane@yahoo.com

رویا محمدزاده

کارشناسی ارشد اقتصاد و کشاورزی
royaamohamadzadeh@yahoo.com

حد قیمت محصول و جبران نشدن هزینه تولید گوجه‌کاران را با کاهش درآمد مواجه ساخته است.

بر این اساس در این مطالعه به صورت مختصر روند تولید، تجارت، قیمت و سایر موارد مرتبط با بازار جهانی گوجه‌فرنگی بررسی و با روندهای مرتبط در بازارهای داخلی مقایسه شده است. همچنین در بخش دیگر از این مقاله عمده‌ترین چالش‌های نظام تهیه، تدارک و توزیع گوجه‌فرنگی به صورت اجمالی تحلیل و بررسی شده و در نهایت پیشنهادهایی در قالب توصیه‌های سیاستی برای تنظیم بازار این محصول ارائه شده است. به علاوه این مطالعه با استفاده از منابع کتابخانه‌ای به روش تحلیلی و توصیفی با بهره‌گیری از اطلاعات، گزارش‌های موجود و داده‌های داخلی و بین‌المللی معتبرترین مراجع آماری انجام گرفته است.

لازم به ذکر است این مقاله از طرح مطالعه تنظیم بازار گوجه‌فرنگی در موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی در سال

چکیده

گوجه‌فرنگی یکی از محصولات عمده کشاورزی در رده محصولات زراعی است که در بسیاری از کشورهای جهان و همچنین ایران از جنبه‌های مختلف دارای اهمیت می‌باشد. بازار گوجه‌فرنگی کشور علی‌رغم وجود استعدادهای بالقوه در زمینه تولید، فرآوری و تجارت، طی سالیان گذشته نتوانسته جایگاه خود را در صنعت جهانی تثبیت کند. همچنین از آنجا که این محصول در جیره غذایی خانوارها بالنسبه از اهمیت برخوردار است، در عین حال جزء محصولاتی است که از آن به طور گسترده در صنایع مختلف نیز استفاده می‌شود، در نتیجه از یکسو افزایش قیمت این محصول و کاهش عرضه آن به خصوص در فصول غیربرداشت، مشکلاتی در بعد مصرف خانوار و صنایع مرتبط با فرآوری به وجود آورده و از سوی دیگر در فصول برداشت کاهش بیش از

۱۳۹۰ انجام گرفته، استخراج گردیده است. در نتیجه در برخی قسمت‌ها از مجموع نتایج به دست آمده از گزارش اصلی استفاده و به طور اجمالی ارائه شده است بر این اساس در صورت نیاز به کسب اطلاعات بیشتر می‌توان به گزارش اصلی طرح مراجعه کرد.

مقدمه

گوجه‌فرنگی یکی از محصولات عمده کشاورزی است که در بسیاری از کشورهای جهان و همچنین ایران از جنبه‌های مختلف دارای اهمیت می‌باشد. در این ارتباط تحقیقات به عمل آمده حاکی از وجود مجموعه‌ای از عناصر ارزشمند نظیر املاح معدنی، ویتامین‌ها و انواع آنتی‌اکسیدان‌ها برای انسان در این گیاه می‌باشد، در طب سنتی نقاط مختلف جهان نیز، برای گوجه‌فرنگی اثراتی در جهت تسکین و بهبود بعضی بیماری‌ها نظیر آسم، سرفه، آنفلوآنزا، امراض چشم، گوش درد، حصبه و... قابل می‌باشند. علاوه بر این دانه‌های گوجه‌فرنگی دارای روغن می‌باشند که در بسیاری از مناطق جهان از آن برای تهیه مارگارین و صابون استفاده می‌شود. علاوه بر ویژگی‌های غذایی و درمانی مختلفی که برای گوجه‌فرنگی ذکر شد این محصول به عنوان یکی از محصولات عمده کشاورزی از بعد اقتصادی نیز در سراسر جهان از جایگاه ویژه‌ای برخوردار بوده و ضمن اهمیت آن در رژیم غذایی خانوارها، از آن به طور گسترده در صنایع مختلف مرتبط با فرآوری و توزیع نیز استفاده می‌شود.

اما در ایران اگرچه این محصول مشمول الگوی مصرفی خانوارها است و در عین حال می‌تواند از بعد اقتصادی نیز منفی را در بازار محصولات کشاورزی عاید فعالان عرضه تولید، فرآوری و تجارت این محصول نماید، اما متأسفانه بازار محصول گوجه‌فرنگی هر ساله به خصوص در فصول سرد سال با چالش‌های عدیده‌ای در زمینه تولید و مصرف مواجه می‌گردد. البته گوجه‌فرنگی یکی از محصولات کشاورزی است که در سال‌های اخیر به واسطه کشت گلخانه‌ای محصول تقریباً در فصول غیربرداشت سال نیز وجود دارد، اما عمدتاً تولید آن فصلی بوده و مجموعه علل و عواملی منجر شده تا قیمت آن در طول سال نوسانات چشمگیری را تجربه کند. به طوری که بر اساس بررسی‌های انجام شده، در سال‌های

گذشته گوجه‌فرنگی جز محصولاتی بوده که دارای بالاترین نوسان و افزایش قیمت در بین محصولات کشاورزی بوده است. در عین حالیکه این محصول در جیره غذایی خانوارها بالنسبه از اهمیت برخوردار بوده و از آن به طور گسترده در صنایع مختلف نیز استفاده می‌شود، در نتیجه با افزایش قیمت این محصول و کاهش عرضه آن، هر ساله مشکلاتی در بعد مصرف خانوار، تولیدکنندگان و صنایع مرتبط به وجود آمده است. به عبارت دیگر باید گفت بازار گوجه‌فرنگی کشور علی‌رغم وجود پتانسیل‌های بالقوه در زمینه تولید، فرآوری و تجارت، طی سالیان گذشته وضعیت باثباتی نداشته و نتوانسته جایگاه خود را در صنعت جهانی تثبیت کند. به عبارت دیگر باید گفت صنایع مرتبط با تولید، نگهداری، بسته‌بندی، فرآوری و توزیع گوجه‌فرنگی نقش مهمی در ایجاد اشتغال، ارزش افزوده، و تجارت کشورهای درگیر با آن و در کل در تمام دنیا ایفا می‌نمایند. اما متأسفانه سهم ایران در تجارت این محصول در مقیاس جهانی اندک و ناچیز است، از آن مهمتر هر ساله بازار تهیه تدارک و توزیع این محصول در فصول مختلف سال با چالش‌های متعدد در میان فعالان بازار (تولیدکنندگان و مصرف‌کنندگان) روبه‌رو است. لذا این مقاله به دنبال آن است تا ضمن مروری مختصر بر بازار جهانی و داخلی گوجه‌فرنگی با تأکید بر روند متغیرهای عمده بازار شامل تولید، مصرف، تجارت و قیمت در دوره زمانی مورد بررسی، جایگاه و وضعیت ایران در هر یک از این موارد با کشورهای عمده و جهان مورد مقایسه اجمالی قرار گیرد تا با توجه به فرصت‌ها و امکانات و موانع و تهدیدهایی که در حال حاضر این بخش با آن مواجه است، عمده‌ترین راهکارها در قالب توصیه‌های سیاستی در جهت بهبود وضعیت تنظیم بازار این محصول مطرح و ارزیابی گردد.

۱. مروری بر روند تولید و تجارت گوجه‌فرنگی در

جهان

بررسی روند تولید جهانی گوجه‌فرنگی در دوره ۱۹۹۹ تا ۲۰۰۹ بیانگر آن است که طی این دوره تولید این محصول همواره روندی افزایشی داشته و تولید نسبت به ابتدای دوره بیش از ۳۰ درصد رشد داشته است. به علاوه در این دوره زمانی میانگین

رشد سالانه تولید گوجه‌فرنگی برابر با ۲/۶ درصد و میانگین تولید جهانی این محصول در این دوره ۱۲۳/۶ میلیون تن بوده است. در این دوره چین همواره به عنوان عمده‌ترین تولیدکننده این

محصول و سپس ایالات متحده در سطح جهان مطرح بوده‌اند. پس از این دو کشور، در سال ۲۰۰۹ کشورهای هند، ترکیه، مصر، ایتالیا، ایران و سپس اسپانیا و برزیل در رده‌های بعدی قرار دارند.

جدول ۱- روند تولید جهانی گوجه‌فرنگی و نرخ رشد سالانه آن در سالهای ۱۹۹۹ تا ۲۰۰۹ بر حسب میلیون تن

شرح	۱۹۹۹	۲۰۰۰	۲۰۰۱	۲۰۰۲	۲۰۰۳	۲۰۰۴	۲۰۰۵	۲۰۰۶	۲۰۰۷	۲۰۰۸	۲۰۰۹
جهان	۱۰۹/۱۲	۱۰۹/۹۹	۱۰۷/۹۴	۱۱۶/۲۴	۱۱۹/۲	۱۲۷/۴۵	۱۲۷/۸۲	۱۳۰/۶	۱۳۴/۵۲	۱۳۶/۲۳	۱۴۱/۴۰
نرخ رشد سالانه (درصد)		۰/۸	-۱/۸۶	۷/۶۹	۲/۳۹	۷/۰۸	-۰/۲۹	۱/۷۵	۳/۴۳	۱/۲۷	۳/۸۰

ماخذ: <http://faostat.fao.org>

میانگین مصرف جهانی گوجه‌فرنگی در سالهای ۱۹۹۹ تا ۲۰۰۹ نیز ۱۰۰/۳ میلیون تن و نرخ رشد متوسط سالانه مصرف جهانی گوجه‌فرنگی در دوره مورد بررسی برابر با ۴/۱۳ درصد بوده است. بر این اساس با مقایسه روند تولید و مصرف

گوجه‌فرنگی می‌توان اذعان داشت در این سالها، به‌طور متوسط جهان با ۲۳/۳ هزارتن افزایش عرضه این محصول مواجه بوده است.

جدول ۲- بررسی روند مصرف گوجه‌فرنگی در جهان بر حسب میلیون تن

نام کشور	۱۹۹۷	۱۹۹۸	۱۹۹۹	۲۰۰۰	۲۰۰۱	۲۰۰۲	۲۰۰۳	۲۰۰۴	۲۰۰۵	۲۰۰۶	۲۰۰۷
جهان	۷۸/۹۰	۸۳/۱۴	۹۴/۷۹	۹۴/۹۲	۹۲/۷۶	۱۰۰/۲۸	۱۰۴/۱۳	۱۱۱/۱۵	۱۱۱/۲۴	۱۱۴/۱۳	۱۱۸/۲۷
نرخ رشد سالیانه (درصد)	-	۵/۳۷	۱۴/۰۱	۰/۱۳	-۲/۲۷	۸/۱۱	۳/۸۴	۶/۷۴	۰/۰۸	۲/۵۹	۳/۶۳

ماخذ: <http://faostat.fao.org>

به علاوه در سال ۲۰۰۷ چین، آمریکا، هند، مصر و ترکیه و ایران به ترتیب با سهم ۱۲، ۹، ۸، ۵ و ۴/۴ درصدی، بالاترین مصرف کنندگان جهانی گوجه‌فرنگی قلمداد می‌شوند. همچنین میانگین صادرات جهانی گوجه‌فرنگی در دوره زمانی ۱۹۹۸ تا ۲۰۰۸، ۴/۸ میلیون تن و نرخ رشد متوسط سالانه صادرات این محصول در جهان در دوره مورد بررسی برابر با ۴/۶ درصد بوده است. به علاوه در دوره مذکور عمده‌ترین سهم از صادرات جهانی این محصول به ترتیب به کشورهای مکزیک، اسپانیا و هلند تعلق داشته و که سهمی معادل ۴۰

تا ۵۰ درصد از صادرات جهانی گوجه‌فرنگی را به خود اختصاص داده‌اند. از سوی دیگر میانگین واردات جهانی گوجه‌فرنگی در دوره زمانی ۱۹۹۸ تا ۲۰۰۸، ۴/۵ میلیون تن و نرخ رشد متوسط سالانه واردات جهانی گوجه‌فرنگی در این دوره برابر با ۴/۵ درصد بوده است. ایالات متحده آمریکا همواره بزرگترین واردکننده این محصول محسوب شده و پس از آن کشورهای فدراسیون روسیه، آلمان، فرانسه و بریتانیای کبیر از نظر میزان واردات، در رده‌های بعدی قرار گرفته‌اند.

جدول ۳- روند میزان واردات جهانی گوجه‌فرنگی در جهان طی دوره ۱۹۹۸ تا ۲۰۰۸ بر حسب میلیون تن

نام کشور	۱۹۹۸	۱۹۹۹	۲۰۰۰	۲۰۰۱	۲۰۰۲	۲۰۰۳	۲۰۰۴	۲۰۰۵	۲۰۰۶	۲۰۰۷	۲۰۰۸
جهان	۳/۶۸	۳/۵۶	۳/۶۲	۳/۹۳	۴/۱۱	۴/۳۴	۴/۶۳	۴/۷۶	۵/۴۳	۶/۱۱	۵/۷۳

نرخ رشد سالیانه (درصد)	-	-۳/۲۶	۱/۶۸	۸/۵۶	۴/۵۸	۳/۱۶	۹/۱۹	۲/۸۱	۱۴/۰۷	۱۲/۵۲	-۶/۲۲
------------------------	---	-------	------	------	------	------	------	------	-------	-------	-------

ماخذ: faostat.fao.org

جدول ۸- روند میزان صادرات جهانی گوجه فرنگی در جهان طی دوره ۱۹۹۸ تا ۲۰۰۸ برحسب میلیون تن

نام کشور	۱۹۹۸	۱۹۹۹	۲۰۰۰	۲۰۰۱	۲۰۰۲	۲۰۰۳	۲۰۰۴	۲۰۰۵	۲۰۰۶	۲۰۰۷	۲۰۰۸
جهان	۳/۸۹	۳/۸۶	۳/۸۰	۴/۲۲	۴/۲۹	۴/۵۶	۴/۸۷	۴/۹۹	۵/۷۰	۶/۲۵	۶/۱۱
نرخ رشد سالیانه (درصد)	-	-۰/۷۷	-۱/۵	۱۱/۰۵	۱/۶۶	۶/۳۰	۶/۸۰	۲/۴۶	۱۴/۲۳	۹/۶۵	-۲/۲۴

ماخذ: faostat.fao.org

را در تولید این محصول دارا بوده است. همچنین عملکرد هر هکتار تولید گوجه‌فرنگی در ایران نیز طی دوره مورد بررسی افزایشی بوده و با رشد سالانه‌ای معادل ۲/۴ درصد همراه بوده است. همچنین مقایسه میزان عملکرد هر هکتار گوجه در ایران و جهان در سال ۲۰۰۸ میلادی (تقریباً مصادف با سال ۱۳۸۷) نشان می‌دهد میزان عملکرد در هر هکتار گوجه در ایران از میانگین جهانی آن بالاتر است به طوری که در سال ۲۰۰۸ متوسط عملکرد جهانی هر هکتار از این محصول حدود ۲۸ تن و میانگین عملکرد در ایران ۳۶ تن در هر هکتار بوده است.

۲. مروری بر روند تولید و تجارت گوجه فرنگی در ایران

تولید گوجه فرنگی در ایران از ۹۳۱ هزار تن در سال زراعی ۶۱-۶۲ به حدود ۵/۹ میلیون تن در سال زراعی ۸۷-۸۸ با رشد سالانه‌ای معادل ۸/۳ درصد افزایش یافته و میانگین تولید گوجه‌فرنگی در این دوره برابر با ۲/۹۹ میلیون تن بوده است. به علاوه بر اساس اعلام فائو، ایران با تولید حدود ۵/۹ میلیون تن گوجه‌فرنگی در سال ۲۰۰۹ در میان کشورهای جهان مقام هفتم

جدول ۶- روند عرضه گوجه‌فرنگی طی سالهای ۱۳۷۹-۱۳۸۶ و سهم تولید از عرضه

سال	(۲۰۰۰)	۱۳۷۹	۱۳۸۰	۱۳۸۱	۱۳۸۲	۱۳۸۳	۱۳۸۴	۱۳۸۵	(۲۰۰۷)	۱۳۸۶	میانگین
میزان عرضه (تن)	۲۵۶۸۱۰۷	۲۵۱۷۱۷۰	۲۶۰۹۳۱۹	۳۶۰۰۰۱۷	۳۴۳۰۳۷۹	۴۱۷۰۹۱۴	۴۱۸۳۳۱۴	۴۴۲۷۹۹۳	۴۴۲۷۹۹۳	۴۴۲۷۹۹۳	۲۵۶۳۴۰۵
تولید (تن)	۳۱۹۰۹۹۹	۳۰۰۹۴۵۴	۴۱۰۹۰۰۰	۴۴۲۹۴۲۶	۴۰۲۲۸۷۸	۴۷۱۱۰۸۸	۵۰۶۴۵۷۱	۵۵۳۴۲۶۶	۵۵۳۴۲۶۶	۵۵۳۴۲۶۶	۲۵۶۳۴۰۵
صادرات تن	۱۲۸۴۸	۱۶۳۱۸	۶۱۳۶	۵۶۷۴۵	۱۸۷۴۴	۲۸۷۶۲	۱۳۶۸۴۸	۲۹۵۱	۲۹۵۱	۲۹۵۱	۲۴۷۶۸۰
واردات	۰	۰	۱۱	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰
سهم تولید از عرضه (درصد)	۱۲۴	۱۲۰	۱۱۴	۱۲۳	۱۱۷	۱۱۵	۱۲۱	۱۲۵	۱۲۵	۱۲۵	۱۲۰

ماخذ: FAO/محاسبات محقق

نشان می‌دهد تولید حدود ۲۰ درصد بیشتر از عرضه بوده و یا مازاد تولید وجود داشته است. نتایج بررسی صادرات گوجه‌فرنگی در ایران نشان می‌دهد که روند صادرات بر حسب شرایط زمانی در نوسان بوده چراکه صادرات گوجه در دهه ۶۰ با روندی کاهشی مواجه بود و حتی در برخی سالها به صفر رسید و این روند تقریباً تا سالهای ۷۴ و ۷۵

بر اساس نتایج مندرج در این جدول طی سالهای ۲۰۰۰ تا ۲۰۰۷ میلادی معادل سالهای ۱۳۷۹ تا ۱۳۸۶ سهم تولید از عرضه گوجه‌فرنگی در ایران از ۱۲۴ درصد در سال ۲۰۰۰ میلادی به ۱۱۵ درصد تا سال ۲۰۰۵ کاهش یافته و مجدداً در سال ۲۰۰۷ به ۱۲۵ درصد رسیده است، به عبارت دیگر نرخ یا شاخص خودکفایی محصول همواره طی سالهای مورد مطالعه

صادراتی در دیگر کشورهای صادرکننده این محصول قیمت ناچیزی می‌باشد.

در واقع بالاترین میزان صادرات گوجه از ایران مربوط به سال ۱۳۸۹ با حدود ۲۴۸ هزار تن بوده و عمده صادرات محصول در سال مزبور به کشورهای افغانستان، امارات، روسیه، آذربایجان و عراق صورت گرفته است. نوسانات زیاد قیمت داخلی گوجه‌فرنگی و وجود مشکلات موجود در نظام توزیع سنتی از بزرگترین مشکلاتی است که عمدتاً در زمینه صادرات این محصول از کشور وجود داشته و برنامه‌ریزی برای صادرات را بعضاً با مشکل مواجه می‌کند. بالا بودن هزینه‌های تولید در ایران، کمبود یا بعضاً نبود امکانات سردخانه‌ای استاندارد و همچنین شیوه‌های نامناسب حفظ و نگهداری محصولات کشاورزی در برخی مناطق تولید در کشور، ضعف در ناوگان‌های حمل و نقل استاندارد، همچنین سیستم‌های بسته‌بندی و عدم استفاده از تکنولوژی‌های نوین در این ارتباط از دیگر علل پایین بودن صادرات گوجه فرنگی ایران بوده است.

ادامه یافت. از سال ۱۳۷۵ تا ۱۳۷۸ این روند افزایشی بوده و مجدداً در سال ۱۳۷۹ و ۱۳۸۰ به ترتیب کاهش و افزایش یافته است. از سال ۱۳۸۰ تا ۱۳۸۵ این روند به صورت یک سال در میان با کاهش - افزایش همراه بوده تا اینکه در سال ۱۳۸۷ تحت تاثیر مشکلات نظام توزیع و تعدد واسطه‌ها در امر بازررسانی و در نتیجه نوسانات قیمت داخلی، صادرات آن به یکباره با کاهش جدی به کمتر از ۲ هزار تن رسیده و با یک جهش به بیش از ۱۵۶ هزارتن در سال ۱۳۸۸ و ۲۴۸ هزار تن در سال ۱۳۸۹ افزایش یافت. مقایسه قیمت‌های صادراتی گوجه‌فرنگی در ایران نسبت به سایر کشورها نشان می‌دهد به دلیل مشکلات موجود در عرضه و صادرات این محصول، در دوره مذکور ایران جزء کشورهایی بوده که گوجه‌فرنگی خود را با پایین‌ترین قیمت صادر کرده، چراکه قیمت صادراتی هر تن گوجه‌فرنگی در دهه ۸۰ - ۱۳۷۰ تنها در سال ۱۳۸۰ به ۱۵۰ دلار رسید و در این دوره همواره قیمتی کمتر از ۱۲۵ دلار داشته است، تا اینکه در سال ۱۳۸۶ قیمت صادراتی گوجه‌فرنگی به اوج مقدار خود یعنی ۹۱۷ دلار در هر تن افزایش یافت که هنوز در مقایسه با قیمت‌های

جدول ۷- روند صادرات گوجه‌فرنگی در ایران طی سالهای ۱۳۶۷ تا ۱۳۸۹ برحسب تن

سال	۱۳۶۷ (۱۹۸۸)	۱۳۶۸	۱۳۶۹	۱۳۷۰	۱۳۷۱	۱۳۷۲	۱۳۷۳	۱۳۷۴	۱۳۷۵	۱۳۷۶	۱۳۷۷	
مقدار صادرات	۸۳۶	۰	۰	۸۰۰۰	۱۵۰۰	۰	۶۸۷۲	۰	۰	۳۴۰۹	۶۸۴۲	
سال	۱۳۷۸	۱۳۷۹	۱۳۸۰	۱۳۸۱	۱۳۸۲	۱۳۸۳	۱۳۸۴	۱۳۸۵	۱۳۸۶	۱۳۸۷	۱۳۸۸	۱۳۸۹
مقدار صادرات	۱۵۹۰۰	۱۲۸۴۸	۱۶۳۱۸	۶۱۳۶	۵۶۷۴۵	۱۸۷۴۴	۲۸۷۶۲	۱۳۶۸۴۸	۲۹۵۱	۱۸۱۲	۱۵۶۳۳۶	۲۴۷۶۸۰

ماخذ: ۱- سازمان جهانی خوارو بار و کشاورزی/ پایگاه آماری اطلاعات سالهای ۱۳۶۷-۱۳۸۷.

۲- گمرک جمهوری اسلامی ایران آمارهای مربوط به سالهای ۸۸ و ۸۹

** آمار سال ۱۳۸۹ به صورت کارشناسی نشده است.

حدود ۰/۲ کیلوگرم کاهش در دهک اول شهری روبرو بوده، در حالی که برای دهک دهم شهری مصرف این کالا ۲/۳ کیلوگرم در سال ۱۳۸۷ افزایش داشته است. همچنین طی دوره مورد بررسی مصرف سرانه گوجه‌فرنگی در میان خانوارهای شهری در کليه دهکهای درآمدی به غیر از دهک نهم و دهم با کاهش مواجه بوده است.

میانگین مصرف گوجه فرنگی در ایران در دوره ۱۳۸۳ تا ۱۳۸۷ برابر با ۱۹/۲ کیلوگرم بوده، به علاوه بررسی مصرف سرانه گوجه‌فرنگی در ایران نشان می‌دهد طی دوره زمانی مذکور میزان مصرف در خانوارهای شهری به طور متوسط از ۱۸/۸ کیلوگرم برای هر نفر در سال ۱۳۸۳ به ۱۸/۵ کیلوگرم در سال ۱۳۸۷ کاهش یافته است. در عین حال بر اساس جدول (۸)، به طور میانگین مصرف گوجه‌فرنگی در سال‌های ۸۷-۱۳۸۳ با

جدول ۸- مصرف سرانه گوجه فرنگی در جامعه شهری به تفکیک دهک‌های مختلف درآمدی طی سالهای

۱۳۸۳ تا ۱۳۸۷ برحسب کیلوگرم

شرح	میانگین	دهک اول	دهک دوم	دهک سوم	دهک چهارم	دهک پنجم	دهک ششم	دهک هفتم	دهک هشتم	دهک نهم	دهک دهم
۱۳۸۳	۱۸/۸۳	۱۱/۲۰	۱۴/۳۹	۱۷/۲۰	۱۶/۷۳	۱۸/۴۰	۱۹/۶۸	۱۹/۹۹	۲۳/۲۵	۲۳/۰۵	۲۴/۴۳
۱۳۸۴	۲۱/۱۹	۱۲/۸۵	۱۵/۱۲	۱۷/۲۵	۲۰/۰۴	۲۰/۹۹	۲۲/۲۲	۲۵/۲۶	۲۷/۲۸	۲۴/۳۹	۲۶/۵۲
۱۳۸۵	۱۸/۰۴	۱۰/۸۴	۱۳/۳۴	۱۴/۷۷	۱۷/۶۴	۱۶/۸۷	۱۷/۵۳	۲۰/۰۹	۲۰/۴۹	۲۵/۱۷	۲۳/۶۰
۱۳۸۶	۱۹/۴۴	۱۲/۶۵	۱۴/۲۸	۱۶/۴۰	۱۷/۹۸	۱۷/۸۶	۱۸/۹۷	۲۱/۵۷	۲۱/۸۱	۲۷/۱۷	۲۵/۶۷
۱۳۸۷	۱۸/۴۷	۱۱/۰۵	۱۳/۸۱	۱۶/۲۴	۱۵/۴۱	۱۷/۹۹	۱۸/۵۹	۱۹/۹۴	۲۰/۲۱	۲۴/۷۲	۲۶/۷۱

ماخذ: مرکز آمار ایران

مواجهه بوده است. در مجموع در این دوره زمانی مصرف سرانه گوجه فرنگی در میان خانوارهای روستایی بیشتر از خانوارهای شهری بوده که با توجه به اینکه خواستگاه تولید گوجه فرنگی عمدتاً روستاهای کشور هستند، امری طبیعی به نظر می‌رسد البته باید گفت هنوز دهک اول روستایی مصرفی کمتر از دهک اول شهری دارد.

همچنین بر اساس جدول (۹) در خصوص مصرف سرانه گوجه فرنگی در جامعه روستایی باید گفت هر فرد روستایی طور میانگین در سال ۱۳۸۳، ۱۹/۵ کیلوگرم گوجه فرنگی مصرف کرده که این رقم در سال ۱۳۸۷ به حدود ۲۱ کیلوگرم افزایش یافته همچنین مصرف سرانه گوجه فرنگی در میان خانوارهای روستایی در کلیه دهک‌های درآمدی به غیر از دهک سوم و هفتم با افزایش

جدول ۹- مصرف سرانه گوجه فرنگی در جامعه روستایی به تفکیک دهک‌های مختلف درآمدی طی سالهای

۱۳۸۳ تا ۱۳۸۷ برحسب کیلوگرم

شرح	میانگین	دهک اول	دهک دوم	دهک سوم	دهک چهارم	دهک پنجم	دهک ششم	دهک هفتم	دهک هشتم	دهک نهم	دهک دهم
۱۳۸۳	۱۹/۵۲	۸/۶۲	۱۱/۹۶	۱۵/۸۸	۱۵/۹۹	۱۷/۵۶	۱۸/۹۹	۲۲/۳۹	۲۲/۴۷	۲۸/۵۳	۳۲/۸۱
۱۳۸۴	۲۴/۶۸	۱۰/۱۶	۱۴/۸۴	۱۶/۴۹	۲۰/۱۷	۲۳/۲۰	۲۵/۱۵	۲۴/۲۷	۳۱/۲۷	۳۶/۹۳	۴۴/۲۸
۱۳۸۵	۱۸/۹۲	۹/۶۷	۱۲/۰۳	۱۵/۲۵	۱۵/۷۶	۱۶/۴۴	۱۷/۴۳	۱۹/۶۳	۲۰/۹۸	۲۷/۱۴	۳۴/۸۹
۱۳۸۶	۲۰/۲۵	۱۰/۶۲	۱۳/۷۵	۱۵/۹۷	۱۷/۱۷	۱۹/۵۷	۱۸/۴۶	۲۱/۷۸	۲۲/۱۱	۲۶/۱۵	۳۶/۹۰
۱۳۸۷	۲۰/۹۰	۱۰/۱۵	۱۴/۶۳	۱۵/۰۵	۱۶/۳۸	۱۹/۷۸	۲۱/۶۰	۲۱/۵۱	۲۵/۰۵	۲۹/۶۹	۳۵/۱۴

ماخذ: مرکز آمار ایران

بودن تقریبی مصرف، دلالت بر افزایش قیمت این محصول طی دوره زمانی ۱۳۸۳ تا ۱۳۸۷ دارد. در نتیجه بر اساس آنچه گفته شد وزنه اهمیتی گوجه فرنگی در میان روستائیان اندکی بیشتر از شهرنشینان است. این موضوع بیشتر مربوط به الگوی تغذیه و خواستگاه تولید گوجه فرنگی در مناطق روستایی کشور می‌باشد. در خصوص شاخص بهای عمده‌فروشی گوجه فرنگی باید

با بررسی سهم گوجه فرنگی از هزینه خوراکی در جوامع شهری و روستایی می‌توان اذعان داشت که در فاصله سالهای ۱۳۸۳ تا ۱۳۸۷، به طور میانگین سهم هزینه‌ای مخارج گوجه فرنگی در سال ۱۳۸۳ برای خانوارهای شهری و روستایی به ترتیب حدود ۱/۵ درصد و ۱/۶ درصد بوده و در سال ۱۳۸۷ به ۱/۷ درصد و ۱/۸ درصد رسیده است. این مساله با توجه به ثابت

گفت بر اساس جدول (۱۰)، میانگین این شاخص بها در دوره زمانی ۸۶-۱۳۷۶ به طور میانگین سالانه نرخ رشدی برابر با ۱۰ درصد داشته و به استثنای سال‌های ۱۳۷۸، ۱۳۸۱ و ۱۳۸۶

همواره شاخص قیمت عمده‌فروشی گوجه فرنگی دارای روندی صعودی بوده است.

جدول ۱۰- میانگین سالانه شاخص بهای عمده‌فروشی گوجه‌فرنگی در دوره ۱۳۷۶ تا ۱۳۸۶ (۱۰۰=۱۳۷۶)

نام اقلام / سال	۱۳۷۶	۱۳۷۷	۱۳۷۸	۱۳۷۹	۱۳۸۰	۱۳۸۱
گوجه‌فرنگی	۱۰۰	۱۰۴/۹۱	۸۷/۸۹	۹۴/۹۶	۱۲۰/۹	۱۱۶/۶
نام اقلام / سال	۱۳۸۲	۱۳۸۳	۱۳۸۴	۱۳۸۵	۱۳۸۶	میانگین نرخ رشد سالانه (درصد)
گوجه‌فرنگی	۱۴۴/۸	۲۱۶	۲۴۸/۳	۲۸۸/۴	۲۶۰/۳	۱۰/۰۳

ماخذ: بانک مرکزی، اداره اطلاعات و آمارهای اقتصادی

علاوه بر این جدول (۱۱) روند شاخص بهای عمده‌فروشی گوجه‌فرنگی را به تفکیک ۱۲ ماه طی سال‌های ۱۳۷۶ تا ۱۳۸۶ نشان می‌دهد. براساس این جدول شاخص بهای عمده‌فروشی گوجه‌فرنگی طی ماه‌های خرداد تا آبان هر سال با کمترین مقدار شاخص روبرو بوده و در نتیجه کمترین میزان نوسانات بر بازار این محصول حاکم است. اما شاخص بها تقریباً از آبان ماه هر سال رو به افزایش گذارده تا اینکه در ماه‌های دی و بهمن بالاترین سطح را تجربه کرده و این وضعیت تقریباً تا اردیبهشت سال بعد ادامه می‌یابد. به عبارت دیگر بالاترین شاخص قیمت عمده‌فروشی در طول سال به سه ماهه زمستان و اوایل بهار و کمترین شاخص قیمت به سه ماهه تابستان و نیمه اول پاییز و همزمان با فصل برداشت محصول گوجه مربوط می‌شود در

نتیجه بهای عمده‌فروشی این محصول در ماه‌های مصادف با فصل برداشت با نازلترین قیمت و در ماه‌های خارج از فصل (آذر تا اردیبهشت سال بعد) با بالاترین قیمت مواجه بوده است. همچنین مقایسه شاخص مذکور در ماه‌های مشابه سال ۱۳۷۶ و ۱۳۸۶ نشانگر اختلاف فاحش شاخص بهای محصول مورد نظر طی این دو مقطع زمانی است.

در نتیجه با توجه به تکرار این روند در بازار گوجه‌فرنگی طی سال‌های متمادی، دولت می‌تواند از این مساله استفاده کرده و با اعمال تعرفه فصلی بر واردات محصول از تولیدکنندگان حمایت به عمل آورد و این تعرفه را در دوره زمانی خرداد تا آذر ماه وضع نماید و در فصل غیربرداشت یعنی دی تا اردیبهشت کمترین تعرفه فصلی را به منظور حمایت از مصرف‌کنندگان اعمال نماید.

جدول ۱۱- روند شاخص بهای ماهانه عمده‌فروشی گوجه‌فرنگی طی سال‌های ۱۳۷۶ تا ۱۳۸۶

شرح	فروردین	اردیبهشت	خرداد	تیر	مرداد	شهریور	مهر	آبان	آذر	دی	بهمن	اسفند
۱۳۷۶	۸۴/۷	۹۲/۲	۸۱/۸	۳۵/۳	۳۴	۳۳/۳	۴۹/۷	۵۴/۲	۸۰/۴	۱۸۲/۶	۲۷۱	۲۰۰/۹
۱۳۷۸	۱۳۹/۵۸	۸۴/۲۱	۵۳/۲۳	۵۴/۶۲	۳۴/۹۷	۳۰/۴۵	۳۲/۶۲	۶۰/۸۷	۱۲۸/۴۰	۱۵۴/۱۷	۱۷۷/۹۶	۱۰۳/۵۹
۱۳۸۰	۱۲۷	۱۱۶/۹	۶۸/۳	۷۹/۶	۷۳/۹	۸۱/۹	۱۰۲/۲	۱۵۷/۳	۱۹۰/۴	۲۲۹/۷	۱۴۹/۷	۱۲۰/۹
۱۳۸۲	۱۱۷/۶	۱۲۲/۱	۱۱۶	۸۶/۳	۵۹/۳	۶۸/۷	۷۱/۶	۸۶/۷	۲۲۶/۵	۲۹۰/۵	۲۵۰/۴	۲۴۲/۳
۱۳۸۴	۷۰۳/۸	۳۱۵/۱	۱۷۹/۸	۱۵۴/۱	۹۸/۵	۱۱۸	۱۱۳/۲	۱۸۳/۸	۲۸۳	۲۹۹/۶	۳۱۱/۲	۲۱۹/۹
۱۳۸۵	۲۶۳/۲	۲۷۵/۳	۱۸۲/۷	۱۶۷/۶	۱۲۱/۷	۱۲۳/۶	۱۲۱/۸	۱۵۱/۳	۴۸۴/۲	۷۲۷/۷	۵۵۳/۸	۲۸۷/۸
۱۳۸۶	۴۲۸/۲	۲۵۳/۸	۲۰۵/۶	۱۸۳/۴	۱۵۴/۱	۱۸۲/۳	۱۶۶/۶	۲۳۳/۹	۳۴۲/۸	۴۵۲/۷	-	-

ماخذ: بانک مرکزی، اداره اطلاعات و آمارهای اقتصادی

۱۳۸۹ رسیده که نشانگر افزایش قیمت‌ها با نرخ رشد متوسط سالانه ۱۸ درصد می‌باشد.

به علاوه روند شاخص قیمت خرده‌فروشی (مصرف‌کننده) گوجه‌فرنگی، از حدود ۴۵ در سال ۱۳۷۹ به بیش از ۲۳۶ در سال

جدول ۱۲- میانگین سالانه بهای مصرف‌کننده گوجه‌فرنگی در دوره ۱۳۷۹ تا ۱۳۸۹ (۱۳۸۳=۱۰۰)

نام اقلام/ سال	۱۳۷۹	۱۳۸۰	۱۳۸۱	۱۳۸۲	۱۳۸۳	۱۳۸۴
گوجه‌فرنگی	۴۴/۷	۵۶/۹	۵۷/۷	۷۱/۳	۱۰۰	۱۰۹/۹
نام اقلام/ سال	۱۳۸۵	۱۳۸۶	۱۳۸۷	۱۳۸۸	۱۳۸۹	میانگین نرخ رشد سالانه (درصد)
گوجه‌فرنگی	۱۳۸/۱	۱۴۴/۵	۲۱۷/۵	۱۶۰/۴	۲۳۶/۲	۱۸

ماخذ: بانک مرکزی، اداره اطلاعات و آمارهای اقتصادی

میزان) ۵۳۰ در آذرماه این سال رسیده است. بر این اساس و با توجه به موارد پیش گفته باید گفت این امر نشانگر نوسانات زیاد قیمتی در ماههای برداشت و غیربرداشت این محصول در طول یک سال می‌باشد [۱] همچنین میانگین شاخص قیمت مصرف‌کننده گوجه‌فرنگی در سال ۱۳۸۹، برابر با ۲۳۶ بوده است.

در همین ارتباط بررسی روند شاخص قیمت مصرف‌کننده (خرده‌فروشی) گوجه‌فرنگی به تفکیک ماههای فروردین تا اسفند در مناطق شهری ایران طبق جدول (۱۳)، دلالت بر آن دارد که در سال ۱۳۸۹ شاخص قیمت خرده‌فروشی گوجه‌فرنگی از ۱۵۱/۳ در خردادماه سال ۱۳۸۹ (حداقل میزان) با ۳/۵ برابر رشد به (حداکثر

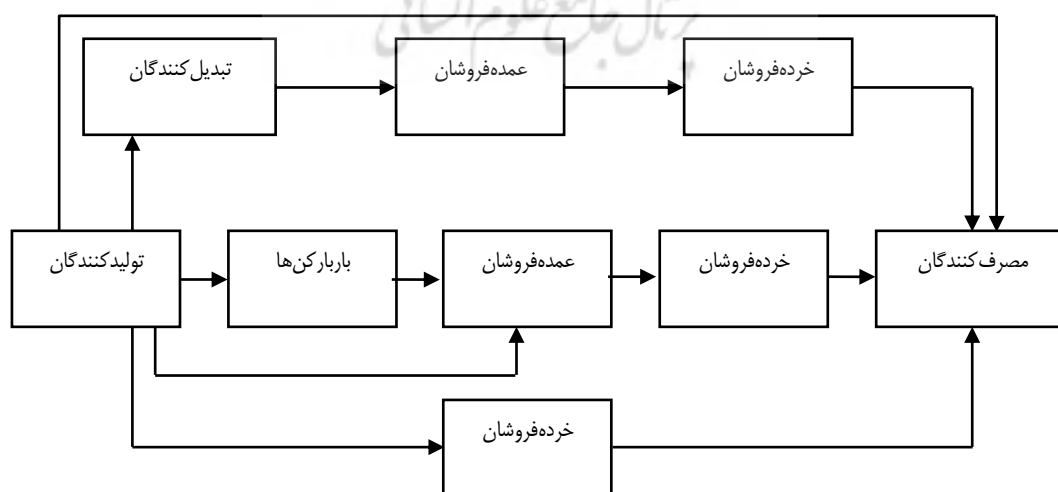
جدول ۱۳- روند شاخص قیمت مصرف‌کننده گوجه‌فرنگی در مناطق شهری ایران در سال ۱۳۸۹

شرح	فروردین	اردیبهشت	خرداد	تیر	مرداد	شهریور	مهر	آبان	آذر	دی	بهمن	اسفند	متوسط
گوجه‌فرنگی	۲۳۱/۶	۱۸۹/۴	۱۵۱/۳	۱۵۸/۲	۱۸۰/۴	۱۷۵/۱	۱۷۹	۲۴۱/۱	۵۳۰	۳۲۰/۱	۲۴۰	۲۳۷/۸	۲۳۶/۲

ماخذ: بانک مرکزی، اداره اطلاعات و آمارهای اقتصادی

عمومی مسیر بازاریابی گوجه‌فرنگی آورده شده است. در این نمودار علاوه بر مسیر تازه خوری، مسیر تبدیلی محصول نیز آورده شده است.

به دلیل اهمیت و گستردگی مسأله توزیع و نقش آن در امر بازاریابی به خصوص در امر بازاریابی گوجه‌فرنگی و مشکلات پیش روی نظام توزیع سنتی این محصول در ادامه نمودار



نمودار ۱- مسیر بازاریابی گوجه‌فرنگی در فصل برداشت

۳. مهمترین تهدیدها در بازار داخلی گوجه‌فرنگی

به طور کلی نظام تهیه و توزیع گوجه‌فرنگی در ایران با چالش‌های عدیده‌ای در بخش تولید تا مصرف روبه‌رو می‌باشد که عمده‌ترین آنها به طور خلاصه به شرح ذیل است:

بر اساس آمار شاخص قیمت مصرف‌کنندگان، قیمت گوجه‌فرنگی در ماه‌های برداشت و غیربرداشت این محصول نوسانات زیادی را در طول یکسال تجربه نموده و در نتیجه تفاوت قابل توجه قیمت برای مصرف‌کنندگان در بخش‌های مختلف منجر به ایجاد نارضایتی در این بخش شده است. به علاوه از مقایسه شاخص قیمت تولیدکننده و مصرف‌کننده در یک دهه اخیر مشخص گردید شاخص قیمت مصرف‌کننده گوجه‌فرنگی طی یک دهه اخیر به طور میانگین سالانه ۱۸ درصد نرخ افزایشی داشته و از حدود ۴۵ در سال ۱۳۷۹ به رقمی معادل ۲۳۶ در سال ۱۳۸۹ رسیده که نشان دهنده افزایش بیش از پنج برابری شاخص قیمت مصرف‌کننده است. در حالیکه شاخص قیمت تولیدکننده که بیانگر هزینه تمام شده محصول برای کشاورز است در این دوره زمانی با رشد حدود ۴/۵ برابری همراه بوده به طوریکه از ۵۵/۲۴ در سال ۱۳۷۹ به ۲۴۷/۲ در سال ۱۳۸۹ افزایش یافته است. در نتیجه باید گفت در این دوره بخش مصرف متحمل ضرر بیشتری نسبت به بخش تولید شده است.

به علاوه نارسایی‌های موجود در نظام توزیع سنتی کشور به دلیل وجود واسطه‌های غیرضروری و تعیین قیمت توسط آنها موجب کاهش درآمد در فصل برداشت برای گوجه‌کاران و در نتیجه عدم رضایتمندی آنان از یکسو و مواجه شدن مصرف‌کنندگان با قیمت‌های بالاتر در فصول غیربرداشت از سوی دیگر شده است، این در حالی است که در کشور ما شرایط تولید و کشت حتی در خارج فصل نیز وجود دارد، به عنوان مثال امکان کشت گوجه‌فرنگی در برخی استانهای گرمسیری نظیر استان هرمزگان به دلیل شرایط خاص آب و هوایی حاکم در آن، موجب گردیده تا حتی در فصول سرد سال در این استان بتوان به کشت و برداشت پرداخت، اما کیفیت پایین محصول به دلیل آنکه تنها انواع خاصی از این محصول در منطقه مورد نظر کشت می‌شود

بر این اساس عموماً فعالان در نظام بازاریابی محصول گوجه‌فرنگی عبارتند از: باربارکن‌ها، عمده‌فروشان، تبدیل‌کنندگان و خرده‌فروشان. در مسیری که در آن محصول به طور مستقیم و بدون واسطه از تولیدکننده به دست مصرف‌کننده می‌رسد، حاشیه‌های بازاریابی مربوط به واسطه‌های بازاریابی و اختلاف قیمت ناشی از وجود این حاشیه‌ها صفر است و مصرف‌کننده دقیقاً قیمت فروش تولیدکننده را می‌پردازد. قیمت یاد شده کمترین قیمت پرداختی مصرف‌کننده و نیز بیشترین قیمت دریافتی تولیدکننده در میان مسیرهای بازاریابی چهارگانه مورد نظر است. در مسیر دیگری که تنها یک واسطه بازاریابی یعنی خرده‌فروشان وجود دارد، به خاطر کاهش واسطه‌ها و هزینه‌های بازاریابی، حاشیه بازاریابی نیز نسبت به دو مسیر دیگر خیلی کمتر است. اما در دو مسیر مذکور به دلیل وجود واسطه‌های زیاد بازاریابی، حاشیه بازاریابی بسیار افزایش می‌یابد. [۲] تعدد دلالتان و واسطه‌های غیر ضروری باعث کاهش قدرت چانه زنی تولیدکنندگان، افزایش هزینه‌های بازاریابی و افزایش قیمت برای مصرف‌کنندگان می‌گردد. در عین حال تاثیر این نوسانات به دلیل نواقص سیستم توزیع سنتی، بر برنامه‌ریزی در بخش مصرف شامل مصرف خانوارها، مصرف صنعتی و صادرات نیز موثر است. در عین حال علاوه بر نظام توزیع سنتی محصولات کشاورزی، نبود تشکل صنفی منسجم تولید و فرآوری گوجه‌فرنگی در کشور و در نتیجه نبود حمایت‌های صنفی از تولیدکنندگان و فرآوری‌کنندگان به خصوص در فصول برداشت به منظور جلوگیری از نوسانات اختلاف قیمت تولید تا مصرف، همچنین توان مالی ضعیف کشاورزان موجب شده تا دلالتان و واسطه‌گران از این شرایط بهره برده و کشاورزان به ناچار در زمان برداشت محصولات خود را به قیمتی نازل به واسطه‌گران و دلالتان به فروش رسانده و از این جهت متحمل ضرر و زیان گردند و از سوی دیگر مصرف‌کنندگان هم در فصول غیربرداشت با افزایش قابل توجه قیمت‌ها مواجه گردند و در معرض اجحاف قرار گیرند.

که مناسب فرآوری و تبدیل نمی‌باشد نیز، باعث شده تا تولیدات این استان و سایر مناطق مشابه قادر به تامین نیاز بازار و رفع کمبود در فصول غیربرداشت حتی در بخش فرآوری نباشد، در حالیکه در صورت بهبود شرایط توزیع سنتی، بازاریابی مناسب، استفاده از ارقامی که خواص مطلوب‌تری از لحاظ انبارداری و استفاده در صنایع فرآوری دارند و توجه بیشتر به سرمایه‌گذاری در وسایل بازرسانی مناسب محصولات فسادپذیر نه تنها می‌توان مشکلات عرضه را تا حدی مرتفع نمود بلکه می‌توان درآمد خوبی نصیب کشاورزان نمود.

وجود نوسانات تولید گوجه فرنگی در کشور و تاثیر این نوسانات بر برنامه‌ریزی در بخش مصرف شامل خانوارها، مصرف صنعتی و صادرات که به نظر می‌رسد عمده این مشکل، به دلیل مسایل پیش گفته در ارتباط با نارسایی‌های نظام توزیع محصولات کشاورزی و از جمله گوجه فرنگی در کشور است نیز به عنوان عامل ضدانگیزه برای تولیدکنندگان عمل می‌کند.

عدم وجود روند باثبات در صادرات گوجه فرنگی ناشی از مشکلات نظام تهیه و توزیع آن، نوسانات موجود در بخش تولید و در نتیجه نوسان قیمت داخلی و عدم امکان برنامه‌ریزی مناسب برای صادرات این محصول و همچنین نبود زیرساخت‌های مناسب برای صادرات مشکل دیگری است که در این بخش بیشتر به چشم می‌خورد. لذا برنامه‌ریزی دقیق برای تولید پایدار محصول از طریق ایجاد تقویم منظم کشت، تمرکز بیشتر بر مناطق تولید و توسعه کشت گلخانه‌ای بر اساس نیاز بازار و در مناطق مناسب، همچنین تعیین سهم مصارف بخش‌های مختلف و افزایش سرمایه‌گذاری در بسترهای صادراتی در این ارتباط ضروری به نظر می‌رسد.

محدود بودن امکانات و توان مالی ضعیف کشاورزان معضل دیگری است که پیش روی بازار این محصول وجود دارد، به طوری که این مساله کشاورزان را در موقعیت ضعیفتری نسبت به دلالتان و عمده‌فروشان قرار می‌دهد و امکان اعمال اجحاف را از سوی آنها فراهم می‌سازد، در واقع آنها با قدرت انحصاری خود در موقعیتی قرار می‌گیرند که امکانات مورد نیاز کشاورز را که در واقع می‌بایست از طریق دولت و یا تشکل‌های مربوطه تامین

می‌شد تا حدودی فراهم آورده مثلا با پرداخت مساعده و یا تهیه برخی نهاده‌ها، زارعین نیز به ناچار در برابر تصمیمات و اطلاعاتی که در مورد قیمت فروش محصول اعلام می‌شود، تسلیم شده و در نهایت قدرت چانه‌زنی پایینی خواهند داشت.

همچنین عدم توجه به شکل‌گیری تشکل صنفی منسجم تولید و فرآوری گوجه‌فرنگی تا کنون به منظور اعمال حمایت‌های صنفی از تولیدکنندگان و فرآوری‌کنندگان و جلوگیری از نوسانات اختلاف قیمت تولید تا مصرف منجر به بهره‌گیری دلالتان و واسطه‌گران از این شرایط و اجحاف به تولیدکنندگان و مصرف‌کنندگان شده است.

از سوی دیگر، علیرغم افزایش تولید گوجه‌فرنگی طی دوره مورد مطالعه در این بررسی، یکی از مهمترین معضلات پیش رو در بازار گوجه‌فرنگی به عدم اعمال سیاست‌های حمایتی مشخص از این محصول مربوط می‌باشد، به خصوص که این امر با توجه به بالا بودن هزینه‌های تولید آن در مقام مقایسه با سایر محصولات زیرگروه سبزیجات و در نتیجه کاهش درآمد تولیدکنندگان ضروری‌تر به نظر می‌رسد. به طوری که مقایسه بهای تمام شده گوجه‌فرنگی با سایر محصولات جالیزی و گروه سبزیجات در ایران نشان می‌دهد هزینه تمام شده تولید گوجه‌فرنگی هر چند نسبت به سایر کشورها به خصوص کشورهای تولیدکننده این محصول کمتر است، اما در ایران در مقایسه با سایر محصولات این گروه (جالیزی) هزینه‌های تولید گوجه‌فرنگی بسیار بالاتر است. مطابق این بررسی در ایران هزینه تمام شده یک تن گوجه‌فرنگی در سال ۲۰۰۸ (۱۳۸۷) ۲۵۸ دلار بوده در حالیکه در همین سال هزینه تولید هر تن سیب‌زمینی، پیاز و خیار به ترتیب ۱۳۸ دلار، ۱۷۳ دلار و ۲۲۶ دلار بوده است. این در حالی است که در کشور ما علیرغم وجود مشکلات عدیده تولیدکنندگان و مصرف‌کنندگان، به بهانه غیراستراتژیک بودن این محصول تاکنون سیاست حمایتی روشنی از آن از سوی دولت اعمال نشده، [۳] همین موضوع سبب شده تا قیمت خرید این محصول به خصوص در فصل برداشت و با توجه به عرضه زیاد آن، توسط دلالتان و کارخانجات فرآوری گوجه‌فرنگی در سطح پایینی تعیین گردد که در نتیجه باعث متضرر شدن

کشاورزان از کشت این محصول می‌گردد، از سوی دیگر در فصول غیربرداشت نیز بازار با کمبود عرضه نسبت به تقاضا و در نتیجه نوسانات قیمتی قابل توجهی مواجه گردد.

فراهم نبودن شرایط بازررسانی، انبارداری و امکانات تبدیل و فرآوری در استانهای گرمسیری به خصوص استان هرمزگان و کرمان که پتانسیل تولید و کشت خارج فصل گوجه را در فصول کمبود عرضه دارند و در این استانها می‌توان از طریق توسعه کشت گلخانه‌ای کمبود بازار را تا حدودی مرتفع نمود و بازار را به تعادل رساند.

در بسیاری مناطق تولیدکننده فقدان انبارهای مناسب باعث ایجاد ضایعات در مراحل مختلف و بالطبع زیان عرضه‌کنندگان به دلیل عدم دسترسی به انبار و کاهش عرضه و افزایش هزینه‌های بازاریابی و ضایعات و در نهایت ضرر مصرف‌کنندگان بوده است. در نتیجه عدم توجه به سرمایه‌گذاری در وسایل بازررسانی مناسب محصولات فسادپذیر و ماشین‌آلات مخصوص و کانتینرهای یخچالدار و نوسازی تجهیزات موجود جهت حمل و در ضمن عدم وجود سردخانه‌ها و انبارهای مناسب و استاندارد در محل تولید و برداشت و حمل آن تا مقصد، از دیگر معضلات این بخش به شمار می‌رود.

وجود مشکلات در سیستم بسته‌بندی و ضعف در استفاده از تکنولوژیهای نوین و همچنین عدم توجه کافی به شناسایی و رعایت استانداردهای سایر کشورها در ارتباط با بحث صادرات از دیگر تنگناهای موجود است.

توصیه‌های سیاستی

برای اصلاح نظام تهیه و توزیع گوجه فرنگی کشور جهت بهبود و توسعه تولید و بازاریابی محصول و حمایت از اشتغال در تولید، فرآوری، بسته‌بندی و دیگر موارد مرتبط با بازار گوجه فرنگی در جهت حمایت از مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان موارد ذیل پیشنهاد می‌شود:

۱. با توجه به نوسانات تولید و قیمت گوجه فرنگی در داخل و تاثیر آن بر سایر مولفه‌های اقتصادی، می‌باید یکی از اقدامات اساسی دولت در این زمینه، حمایت از تولید داخلی و مصرف

از طریق سیاستهای حمایتی نظیر خرید تضمینی محصول یا ذخیره‌سازی به موقع به خصوص در فصل برداشت و همزمان با کاهش قیمت فروش برای کشاورزان باشد، تا از این طریق کشاورزان در فصل برداشت و عرضه با افت شدید قیمت و تبعات ناشی از آن و مصرف‌کنندگان با افزایش قیمت‌ها در فصول غیربرداشت مواجه نگردند. چرا که در مورد گوجه‌فرنگی سیاستهایی که به طور مستقیم بر تولید محصولات کشاورزی و به خصوص گروه سبزیجات در سالهای گذشته موثر بوده نظیر خرید تضمینی، ذخیره‌سازی، توزیع و... به کار گرفته نشده و تنها سیاست‌های حمایتی دولت از محصول در قالب اعطای یارانه به نهاده‌های تولید آن (کود و سم و بذر) و تا حدودی بیمه محصول کشاورزی بوده که پس از اتخاذ سیاست‌های آزادسازی نهاده‌ها، بسیار محدودتر شده است.

۲. با توجه به وابستگی حجم تولید به فصل برداشت و ایجاد نوسانات هر ساله تولید و در نتیجه قیمت گوجه فرنگی در فصل زمستان که برنامه‌ریزی برای مصرف و صادرات را طی سال‌های مورد بررسی با اختلال مواجه نموده، لذا یکی از راهکارهای عملی در این ارتباط استفاده از ظرفیت‌های موجود عرضه محصول در مناطق گرمسیری به دلیل یکسان نبودن زمان عرضه در این مناطق با عرضه در سایر نقاط کشور است که با یک برنامه‌ریزی مناسب و در عین حال اصلاح نواقص سیستم توزیع فعلی از طریق کوتاه کردن دست واسطه‌ها می‌توان از موقعیت این گونه بازارها در جهت به تعادل رساندن بازار استفاده کرد. در این ارتباط به تولید گوجه در برخی مناطق جنوبی کشور نظیر هرمزگان باید اشاره نمود که می‌تواند با ایجاد تعادل در قیمت محصول در فصول زمستان و اوایل بهار و به منظور حمایت از کشاورزان و از نوسان شدید تولید و قیمت محصول، جلوگیری کند. بر این اساس می‌باید برنامه‌ریزی منسجمی برای تولید و بازاریابی گوجه فرنگی این گونه مناطق، بر اساس شناسایی پتانسیلهای منطقه و خصوصیات محصول از نظر خواص انبارداری، فرآوری و... در کشور به عمل آید.

۳. تشکیل تعاونی‌های تولید و توزیع (بازاریابی) محصول شامل تولیدکنندگان و عمده‌فروشان با توجه به نقش پررنگ عوامل واسطه‌ای غیرضروری در برخی مناطق تولید به منظور تعدیل سهم هر یک از عوامل بازاریابی و همچنین افزایش قدرت چانه زنی تولیدکنندگان و کاهش هزینه‌های بازاریابی که در نهایت هم منافع تولیدکننده و هم منافع مصرف‌کنندگان را به دنبال دارد. لذا با توجه به نبود تشکلی منسجم در امر تولید و فرآوری گوجه فرنگی در حال حاضر می‌باید برای مدیریت تولید از مرحله تولید تا فروش در مناطق تولید یک برنامه‌ریزی جامع بر اساس نیازسنجی بازار و پتانسیل‌های تولید منطقه تدوین و اجرا شود. به طوری که با حداکثرسازی سود کشاورزان و تولیدکنندگان محصول و حمایت از درآمد حاصل از کشاورزی شرایطی فراهم گردد که فعالیت واسطه‌گران محدود گردیده و نتوانند از نوسانات حاکم بر بازار سوءاستفاده نمایند.

۴. با توجه به نوسانات قیمت گوجه فرنگی در فصول برداشت و غیربرداشت و تکرار این روند طی سال‌های متمادی، دولت می‌تواند از این مساله استفاده کرده و با انجام کارشناسی‌های دقیق با اعمال تعرفه فصلی بر واردات محصول در زمان برداشت و فراوانی عرضه (تقریباً طی ماه‌های خرداد تا آذر) از تولیدکنندگان حمایت به عمل آورد و در فصل غیر برداشت (تقریباً دی تا اردیبهشت) به منظور حمایت از مصرف‌کنندگان تعرفه فصلی را در کمترین میزان اعمال نماید تا به این طریق بتواند نوسانات بازار را نیز کنترل نماید، البته این روش به عنوان یکی از راهکارهای فرعی پیشنهادی مطرح است.

۵. با توجه به وجود مزیت نسبی تولید گوجه فرنگی در داخل و بالاتر بودن عملکرد تولید گوجه فرنگی در کشور نسبت به میانگین جهانی آن، می‌توان راهبرد توسعه تولید و صادرات محصول را نیز پیشنهاد داد. البته در این ارتباط باید توجه داشت که با توجه به نیازمندی بالای محصول گوجه فرنگی به آب در تولید و از سوی دیگر محدودیت منابع آبی کشور، این پیشنهاد زمانی می‌تواند به عنوان یک راهبرد بلندمدت مطرح گردد که افزایش بهره‌وری در مصرف آب قبلاً به

عنوان یک استراتژی اساسی در سیاست‌های کلان بخش کشاورزی تامین و محقق گردد. در هر حال به منظور توسعه صادرات گوجه فرنگی علاوه بر مورد مذکور می‌باید بر تولید گوجه فرنگی مناسب برای صادرات تاکید گردد، در واقع زنجیره تامین گوجه فرنگی مخصوص صادرات، نیازمندی‌های به خصوصی دارد که شامل انتخاب نوع بذور مناسب صادرات و کاشت آن تا تقسیم و تخصیص اراضی مناسب برای کاشت و تامین سایر شرایط فنی کشت می‌باشد، البته نکته مهم دیگری که در این ارتباط می‌باید مدنظر قرار گیرد وجود مشکلاتی است که در حال حاضر در سیستم توزیع این محصول و سایر محصولات کشاورزی در کشور وجود دارد، به طوریکه تعدد وجود دلالان و واسطه‌ها در بازارهای سرمرزعه و... در کنار عدم حمایت‌های دولت همچنین در روند انجام این فرآیند سرمایه‌گذاری‌های خاص در بخش تحقیق و توسعه نوع صادراتی، توجه به مقوله بسته‌بندی، درجه‌بندی، بازاریابی و بازاریابی مناسب و... نیز می‌باید مورد توجه قرار گیرد. نکته دیگر در این خصوص توجه به توسعه تولید و صادرات گوجه فرنگی مبتنی بر الگوهای کشت سبزی و توجه به جنبه‌های اساسی در بهینه‌سازی مصرف سموم و کودهای شیمیایی دفع آفات و استفاده مناسب از آنها به منظور توسعه کشت پایدار محصول است. همچنین در این راستا، دولت می‌تواند برای حمایت از صادرات گوجه فرنگی و فرآورده‌های آن سیاست‌های تشویقی مناسب اعمال نماید. مثلاً با در اختیار گذاشتن تسهیلات بانکی با بهره پایین از تولیدکنندگان صادرکننده حمایت نماید و یا به منظور تشویق تولیدکنندگانی که محصولات آنها صادر می‌گردد، معادل ارزش صادرات آنها، بخشی از تسهیلات بانکی برای آنها بدون بهره در نظر گرفته شود.

۶. البته بر اساس موارد پیش گفته، تشویق صادرات نیازمند فراهم بودن ساختارهای صادراتی مناسب نظیر توجه به ناوگان‌های مناسب حمل و نقل و سرمایه‌گذاری در زمینه بهسازی و نوسازی ماشین‌آلات مخصوص حمل محصول و همچنین ایجاد انبارها و سردخانه‌های مناسب در مبادی تولید

و عرضه آن است که در بندهای پیشین به آن اشاره شد و پیش شرط دیگر در این زمینه به حداقل رساندن نوسانات قیمت گوجه‌فرنگی است که از طریق ایجاد تقویم منظم کشت و برنامه‌ریزی در زمینه تولید محصول به شکل پایدار، و ارائه راهکارهایی جهت محدود نمودن فعالیت واسطه‌گران در نظام توزیع می‌توان به آن دست یافت.

۷. افزایش نقش نظارتی نهادهایی مانند شهرداری‌ها و همچنین شرکت نماینده شرکت‌های تعاونی شامل تولیدکنندگان در تصمیم‌گیریهای کمیته نرخ‌گذاری میادین میوه و تره‌بار به منظور افزایش قدرت چانه‌زنی تولیدکنندگان در مقابل میدانداران. چرا که در بسیاری از استان‌هایی که محصول گوجه‌فرنگی تولید می‌شود در بازارهای سر مزرعه و میادین گوجه‌فرنگی، به دلیل پایین بودن قدرت نفوذ کشاورزان در تعیین قیمت‌ها به آنها اجحاف صورت می‌گیرد و روابط ناعادلانه‌ای در خرید محصول از کشاورزان حاکم است. مثلاً از آنجا که تقریباً بیشتر تولیدکنندگان گوجه‌فرنگی منبع تامین سرمایه‌ای به جز سرمایه شخصی نداشته و به منظور تامین نیاز مالی، کشاورز ناچار است به سایر عوامل بازاررسانی نظیر میدان‌داران مراجعه نماید در این صورت اگرچه میدانداران با ارائه منابع مالی بدون اخذ بهره به کشاورزان کمک می‌کنند اما به طور کاملاً غیرمستقیم از طریق تعیین افت بیشتر و افزایش درصد حق‌العمل، در بیشتر موارد این بهره جبران می‌گردد.

۸. به طور کلی از آنجا که وضعیت فعلی نظام تهیه و توزیع گوجه‌فرنگی بر اساس مجموعه سیاست‌گذاری‌های گذشته شکل گرفته است، لذا اصلاح آن نیز نه در کوتاه‌مدت بلکه می‌باید به صورت سیستماتیک همراه با اصلاح سیاست‌ها و جهت‌گیری‌ها و تدوین قوانین و مقررات لازم برای فعالیت در زمینه تولید تا مصرف صورت گیرد.

پی‌نوشت

۱. برای مثال در استانهای خراسان و هرمزگان به عنوان استانهای عمده تولیدکننده، زمان کشت به ترتیب در فاصله

نیمه بهمن تا نیمه اردیبهشت و مرداد تا شهریور می‌باشد. برداشت و فروش محصول نیز در استان خراسان تقریباً در ماههای مرداد، شهریور و مهر و در استان هرمزگان تقریباً از اردیبهشت تا آذر و حتی در برخی مناطق دیرتر صورت می‌گیرد.

۲. فلاحی و مرتضوی (۱۳۸۷)

۳. به‌علاوه مجموعه سیاستهایی که طی دوره مورد بررسی در این طرح به طور خاص در مورد محصول گوجه‌فرنگی از سوی دولت اعمال شده صرفاً شامل اقدامات صندوق بیمه کشاورزی و پوشش زمین‌های کشت گوجه‌فرنگی در فضای باز و گلخانه‌ای و دیگری پرداخت یارانه به نهادهای تولید بوده است. بر این اساس برای تولید آن بر طبق کیفیت و کمیت مشخص و معین هیچ آیین‌نامه و یا مقررات حمایتی وجود نداشته است. سیاست دولت در زمینه کشت و تولید گوجه‌فرنگی و به تبع آن خرید این محصول از جانب کارخانجات همواره بر اساس عدم مداخله دولت در این صنعت بوده است. که آن هم پس از اتخاذ سیاست‌های آزادسازی نهاده‌ها، به صورت محدود بوده و تبعاتی نظیر خرید نهاده‌های تولید از بازار آزاد توسط تولیدکنندگان و بعضاً عدم آشنایی آنها با بذور مناسب، یا استفاده از بذور خودمصرفی و در نتیجه افزایش آلودگی و شیوع بیماری‌ها، نبود یک قیمت استاندارد و افزایش قیمت، کاهش مصرف را در امر تولیدات کشاورزی به همراه داشته است.

منابع

ارزیابی رقابت‌پذیری و مزیت نسبی تولید محصولات زراعی با استفاده از ماتریس تحلیل سیاستی در استان لرستان، ۱۳۸۹. اشکواری، محمد، "بررسی تجارت بین‌المللی محصولات گوجه‌فرنگی فرآوری شده در جهان و جایگاه ایران"، ۱۳۸۷.

آمارنامه‌های وزارت جهاد کشاورزی، سالهای مختلف
برادران نصیری، مهران و وهب میرباقری، مشکلات، چالش‌ها و سیاست‌های توسعه زیربخش زراعت و باغبانی (تولیدات گیاهی)، مرکز پژوهش‌های مجلس، دفتر مطالعات زیربنایی.

عملکرد اجرایی صندوق بیمه محصولات کشاورزی از آغاز تاکنون
هفته‌نامه "برنامه" از انتشارات معاونت برنامه‌ریزی و
نظارت راهبردی رییس‌جمهور شماره ۳۴۳- آذر ۱۳۸۸.

مرتضوی، ابوالقاسم و فلاحی، اسماعیل، ارزیابی اقتصادی
مسیرهای بازررسانی گوجه‌فرنگی شهرستان مرودشت،
اقتصاد کشاورزی و توسعه، ش ۶۲، تابستان ۱۳۸۷.

مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی، گزارش مشکلات،
چالش‌ها و سیاست‌های توسعه زیربخش زراعت و باغبانی
(تولیدات گیاهی) ۱۳۸۹.

مهرآبادی بشرآبادی، ح.، بررسی آثار سیاستی و مزیت نسبی
محصولات زراعی در استان کرمان. *مجله اقتصاد و
کشاورزی*، ۴۰۱-۳۸۹.

موسسه پژوهش‌های برنامه‌ریزی و اقتصاد کشاورزی، بررسی جامع
بازاریابی برخی محصولات زراعی ایران، جلد هشتم بازاریابی
گوجه فرنگی، ۱۳۸۱.

FAO stat, FAOStatistics, version 2011.

Food and Agricultural Policy Research Institute.

J. Rickard Bradely and A. Summer Daniel, "EU
Support of processing tomato industry and the
competitive consequences for California"
January 28, 2006.

United States Department of Agriculture,
Vegetables and Melones: Tomatoes, 2011.

United States Department of Agriculture: National
Agricultural Statistics Services. Agricultural
Statistics. Washington, D.C, various issues.

جمالی، ف. رهیافتی ریاضی- اقتصادی برای تخصیص بهینه آب
بین اراضی زیر سدها: مطالعه موردی سد میرزای شیرازی
(کوآر). پایان نامه کارشناسی ارشد اقتصاد کشاورزی، دانشگاه
تهران، دانشکده کشاورزی. ۱۳۷۶.

جولایی، ر. و ع.ر. جیران، مزیت نسبی یا خود کفایی؟ مطالعه‌ای
کاربردی در تعیین استراتژی تولید گندم در کشور. مجموعه
مقالات ششمین کنفرانس دو سالانه اقتصاد کشاورزی ایران،
مشهد. ۱۳۸۶.

چراغی، داود، مطالعه پشتیبان تنظیم بازار گوشت قرمز، موسسه
مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی، ۱۳۸۷.

چیانی، فریبرز، گزارش بررسی و وضعیت سموم کشاورزی در
سال ۱۳۸۷، «تولید، توزیع، واردات، یارانه، قیمت و قاچاق»،
سازمان حمایت مصرف کنندگان و تولیدکنندگان، معاونت
نظارت بر کالاهای سرمایه‌ای و خدمات زیربنایی. ۱۳۸۸.

حسین‌زاد، و ج. اصفهانی، بررسی رابطه الگوی کشت با شاخص
مزیت نسبی و ضریب حمایت موثر (مطالعه موردی
محصولات کشاورزی در استان آذربایجان شرقی). *مجله
اقتصاد و کشاورزی*، ۲۷۸-۲۷۱. ۱۳۸۶.

خادمی پور، غ.ر. و ب. نجفی، اثر سیاست‌های حمایتی دولت بر
انگیزه تولید محصولات عمده زراعی: کاربرد ماتریس تحلیل
سیاستی. مجموعه مقالات ششمین کنفرانس دو سالانه
اقتصاد کشاورزی ایران، مشهد. ۱۳۸۶.

دهمرد، ن. و م. فقیه‌زاده، بررسی تأثیر سیاست‌های حمایتی
دولت در مزیت نسبی به روش ماتریس تحلیل سیاستی:
مطالعه موردی محصولات منتخب زراعی استان سیستان و
بلوچستان. مجموعه مقالات ششمین کنفرانس دو سالانه



پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی