

تجارت خرمای ایران: فرصت ها و چالش ها

سحر جوکار^۱، علی رضا کرباسی^۲

۱- دانشجوی اقتصاد کشاورزی دانشگاه فردوسی مشهد (Saharjkr111@gmail.com)

۲- عضو هیات علمی دانشگاه فردوسی مشهد

چکیده

منشا تولید و مصرف خرما در ایران به حدود ۴۰۰۰ سال پیش از میلاد بر می گردد. رایج ترین و محبوب ترین نوع خرما در ایران مانند مضافتی، زاهدی، پیارم و کیکاب معرفی شدند. بازرگانان زیادی در کشورمان وجود دارند که اقدام به صادرات خرما برای کشورهای دیگر می کنند، این محصول ایرانی با توجه به کیفیت بسیار عالی که دارد، جزو نمونه های شناخته شده صادرات ایران در بازارهای جهانی می باشد که استقبال زیادی نیز از این محصول ایرانی به عمل می آید. ایران با دارا بودن بزرگترین باغات خرما در دنیا و بزرگترین ترمینال ضبط و فرآوری و صادرات خرما این محصول کشاورزی و مقوی در جنوب کشور، یکی از بزرگترین تولید کنندگان خرما به شمار می رود و بازرگانان فراوانی وجود دارند که هر ساله صادرات خرما و تجارت این محصول را به خوبی با کشورهای خریداران خرمای ایران انجام می دهند. این بازرگانان با سابقه چند ساله در صادرات خرما به کشورهای آسیایی و اروپایی، آماده همکاری با صادرکنندگان و تجار در نقاط مختلف می باشد.

کلمات کلیدی: انواع خرما، تجارت در ایران، تجارت خرما.

مقدمه

خرما یکی از رایج ترین مواد تشکیل دهنده غذاهای ملی ایران است. خرما یکی از محصولات مهم میوه در مناطق گرم بیابانی (مناطق نیمه خشک و خشک) جهان محسوب می شود که غنی از مواد مغذی خاص است و به طور گسترده به عنوان یک ماده غذایی با ارزش بالا به بازار عرضه می شود. مهم ترین جز خرما، کربوهیدرات (۷۰٪) است. بیشتر آن ها به شکل گلوکز و فروکتوز هستند. این قندها می توانند به سرعت توسط بدن انسان جذب شوند. تخمین زده می شود که ۱۰۰ گرم از این محصول میوه می تواند ۳۰۰ کیلوکالری انرژی داشته باشد. خرما همچنین شامل پروتئین ها، پکتین، لیپیدها، نمک ها و مواد معدنی است. (اشجاری ۱۳۸۵)

مصر بزرگ ترین تولید کننده خرما در جهان است و پس از آن ایران، الجزایر، عربستان سعودی، عراق و پاکستان قرار دارند. تولید جهانی خرما از ۶,۷ میلیون تن در سال ۲۰۰۴ به ۷,۵ میلیون تن در سال ۲۰۱۴ افزایش یافته است. براساس گزارش سازمان خواربار و کشاورزی ملل متحد، ایران تولید کننده در سال ۲۰۱۴، ۱,۱۵ میلیون تن خرما که در میان کشورهای آسیایی در جایگاه نخست قرار داشت. (حاجیان و محمدزاده، ۱۳۸۴)

الگوی مصرف مواد غذایی مردم ایران نشان می‌دهد که آن‌ها به طور متوسط ۷ کیلوگرم خرما در سال مصرف می‌کنند. با این حال، مصرف سرانه سالانه خرما در استان‌های جنوبی ایران ۲۵ کیلوگرم است، در حالی که ارزش تقریبی ۱۰۰ گرم آن برای اتحادیه اروپا در سال ۲۰۱۲ ثبت شده است. دلایل مختلفی وجود دارد که چرا مصرف سرانه خرما در ایران بالا است. یکی از دلایل اصلی در این واقعیت است که این محصول ارزان است (حسین زاده و همکاران)، با توجه به میزان بالای تولید آن در دسترس می‌باشد. دومین نکته مهم توجه مردم به طب سنتی است که مصرف خرما در رژیم غذایی روزانه را توصیه می‌کند. دلیل بعدی رابطه محکم و عمیق بین مردم ایران و فرهنگ اسلامی است. به دلیل نرخ بالای تولید خرما و تمایل مصرف‌کننده به استفاده از آن‌ها، انواع مختلفی از غذاهای بر پایه خرما تولید می‌شوند. شیره خرما، شهد خرما، آرد دانه خرما و کنساتره تخمیر خرما، مواد غذایی مهمی هستند که می‌توان از خرما به دست آورد. با وجود تلاش‌های قابل توجه برای معرفی خرما های ایران، گزارش‌های علمی اندکی در این زمینه منتشر شده است (Brasili2010). هدف از این تحقیق معرفی محبوب‌ترین انواع خرما و تجارت انواع مختلف محصولات مبتنی بر تولیدات مصرفی خرما در ایران است. هم‌چنین جنبه‌های فرهنگی و اجتماعی این غذاهای مغذی و همچنین مروری بر سابقه تاریخی آن‌ها مورد بررسی قرار می‌گیرد.

تجارت خرما در ایران

صادرات خرما

در رتبه بندی جهانی صادرات خرما ایران با صادرات خرما سالانه بیش از ۴۰۰ هزار تن در رتبه سوم جهان قرار گرفته است. ایران از نظر سطح زیر کشت خرما در جهان مقام اول را دارد و سالانه مقادیر زیادی از این محصول تولیدی به بازارهای دیگر کشورها راه پیدا کرده و صادرات خرما بسیار پر رونق می‌باشد. از این رو ایران با تولید انواع خرماهای مرغوب صادراتی مانند ارقام مضافتی، پیارم و... از کشورهای مهم تولیدکننده خرما به شمار می‌رود (سلامی ۱۳۹۳). فرآیند صادرات کالا نیازمند رعایت قوانین بسیار و گرفتن مجوزهایی است که در این مقاله به معرفی آن‌ها مانند مجوز صادرات خرما می‌پردازیم. صادرات کالا یک فرآیند پیچیده می‌باشد که از گرفتن سفارش خارجی یا نیاز بازار خارجی آغاز شده و با تحویل کالا در مقصد و تسویه پول به درازا می‌انجامد. انجام این فرآیند نیازمند تجربه و دقت بسیار بالایی است که در صورت خطا در آن می‌تواند خسارات زیادی به بار آورد. (حاجیان و محمدزاده، ۱۳۸۴)

اولین گام برای شروع صادرات خرما، اطلاع کامل از بازار هدف است که جز مهم‌ترین بخش‌های این فرآیند محسوب می‌شود. اطلاع از میزان صادرات به بازار هدف و وجود رقبا در این بازار و همچنین اطلاع از قیمت خرما در بازار هدف کمک بزرگی به برنامه ریزی برای صادرات خرما می‌کند. اطلاعات از نحوه بسته بندی و قیمت در بازار به ما کمک می‌کند با واقعیت‌های بازار جدید آشنا شده و محصولی متناسب با بازار هدف آماده کنیم. برای آشنایی با بازار هدف راه‌های زیادی وجود دارد که از رایج‌ترین آن‌ها استفاده از شرکت‌های واسط و جمع‌آوری میدانی اطلاعات از

بازار هدف می باشد. گاهی یک سفر به کشور مورد نظر و دیدن بازار به ما کمک فراوانی در شناخت فرهنگ، بازار و شناسایی موقعیت های تجاری می کند (حاجیان و محمدزاده، ۱۳۸۴).

رعایت قوانین کشورهای مقصد در صادرات خرما

نکته بسیار مهم در صادرات خرما توجه به قوانین کشور مقصد و رعایت استاندارد های غذایی در آن کشور است. کشورهای اروپایی یکی از مهم ترین بازار های صادرات خرما ایران هستند که سالانه مقادیر زیادی از انواع خرما های ایرانی مانند خرما مضافتی، خرما پیارم، خرما کبکاب و خرما زاهدی از مهم ترین آن ها هستند. قوانین اروپا نسبت به واردات مواد غذایی بسیار سخت گیرانه است و قبل از ورود کالا به این کشور ها باید آزمایش های زیادی برای تعیین میزان سموم و کیفیت محصول انجام شود. قبل از ارسال محصول خود با دقت قوانین واردات کشور مقصد را بررسی کنید زیرا هزینه های مرجوعی و نابودی محصول در این مرحله بسیار بالاست. نوع بسته بندی محصول در فروش آن به شدت تاثیرگذار است، استفاده از بسته بندی های مناسب برای صادرات خرما یک اهرم بسیار قدرتمند در بازاریابی آن به حساب می آید که می تواند تمایز بسیار مشخصی با دیگر محصولات مشابه در عرصه رقابت بین المللی به وجود آورد. ضرورت بسته بندی در صادرات خرما از آن جا نمود پیدا می کند که این بسته بندی هم به عنوان یک اهرم قوی بازاریابی به کار می رود و هم به عنوان حفاظی برای نگهداری بهتر محصول به کار می رود.

بهترین روش صادرات خرما در ایران بعلت اینکه خرما یکی دیگر از محصولات کشاورزی صادراتی ارزآور و درآمد زای ایران محسوب می شود و صادرات خرما جزء ۵ محصول صادراتی کشاورزی محسوب می شود. صادرات خرما در ایران در هفت دسته ی مضافتی، استعمران، شاهانی، زاهدی، کبکاب، پیارم و سایر خرما قرار دارد. از این میان خرما مضافتی به صورت ساده و خشک بیشترین صادرات را به خود اختصاص داده است. خرما پیارم گران ترین خرما صادراتی ایران محسوب می شود. (اشجاری ۱۳۸۵)

مهمترین مشکلاتی که در صادرات خرما در ایران وجود دارد :

- بالا بودن مبلغ پیمان ارزی
- نبود کانترهای یخچال دار
- تشریفات گمرکی دست و پا گیر
- بسته بندی نامناسب
- هدر رفتن وقت در مسیرهای مربوط به گمرک در بنادر
- مرزها و فرودگاهها
- وجود رقبای سرسخت در بازارهای جهانی

- نبود تبلیغات درست و به موقع در مورد خرمای ایران
- درجه بندی نامناسب

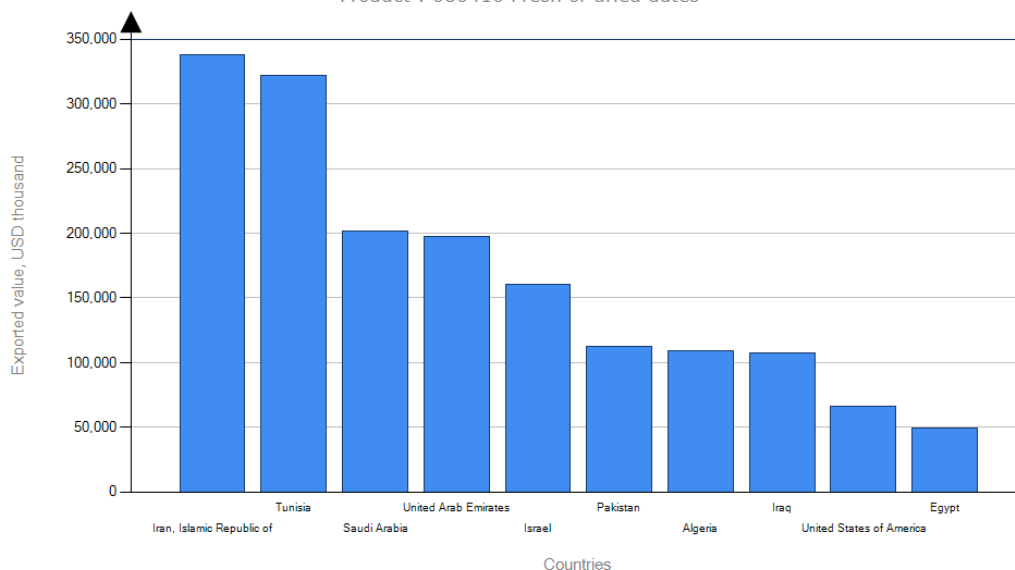
با توجه به اینکه خرمای ایران به ۵۲ کشور جهان صادر می شود و باعث ارز آوری می شود باید به نکاتی که باعث صادرات بهتری می شود توجه کرد. خرما را در بسته بندی کوچک در بازارهای اروپایی ارائه نمود. این کار نیاز به بسته بندی بسیار مناسب و رعایت استانداردهای مواد غذایی کشورهای خریدار دارد. باید تولید کنندگان روی محصولات فرآوری شده خرما برنامه ریزی کنند زیرا دارای ارزش افزوده بالاتری است. (Banterle ۲۰۰۷)

خرما (Dates) در گمرک جهانی با کد تعرفه (HS Code) به شماره ۰۸۰۴۱۰ شناخته می شود. این کد شامل انواع خرما چه به صورت تازه چه خشک کرده می باشد (اشجاری ۱۳۸۵). کشورهای صادرکننده خرما

ایران با صادرات ۱۷ درصد از سهم بازار جهان عمده ترین صادرکننده خرما در جهان است. تونس، عربستان، امارات و اسرائیل به ترتیب با ۱۶، ۱۰ و ۸ درصد از سهم صادرات در جهان در رتبه های بعدی قرار می گیرند.

با ارزش ترین خرمای صادراتی در جهان متعلق به سریلانکا با قیمت واحد ۱۵۰۰۰ هزار دلار است (حاجیان و محمدزاده، ۱۳۸۴).

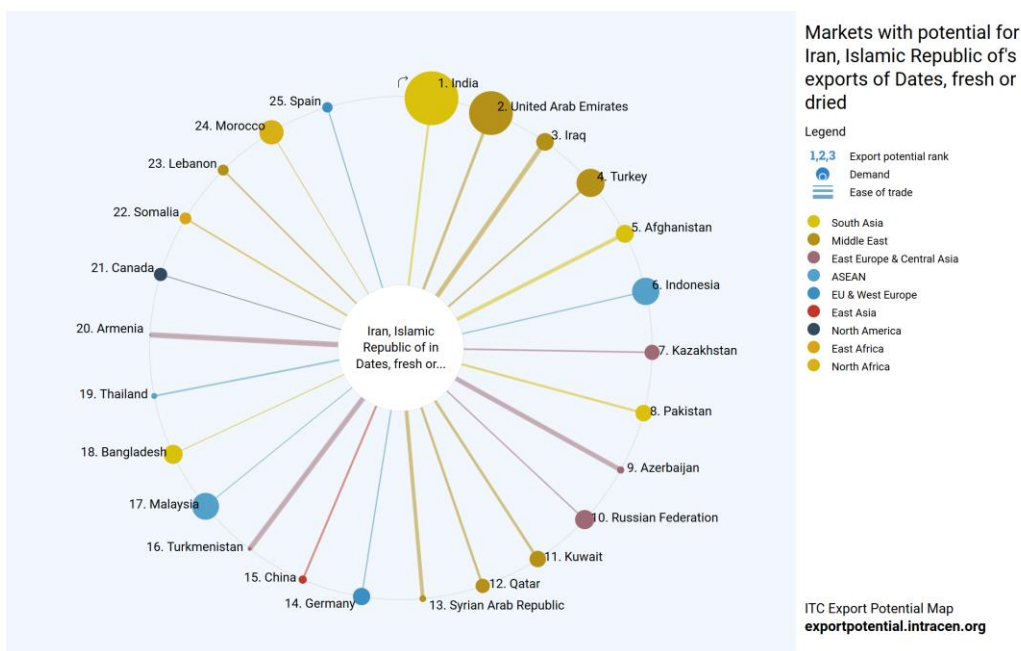
List of exporters for the selected product in 2018
Product : 080410 Fresh or dried dates



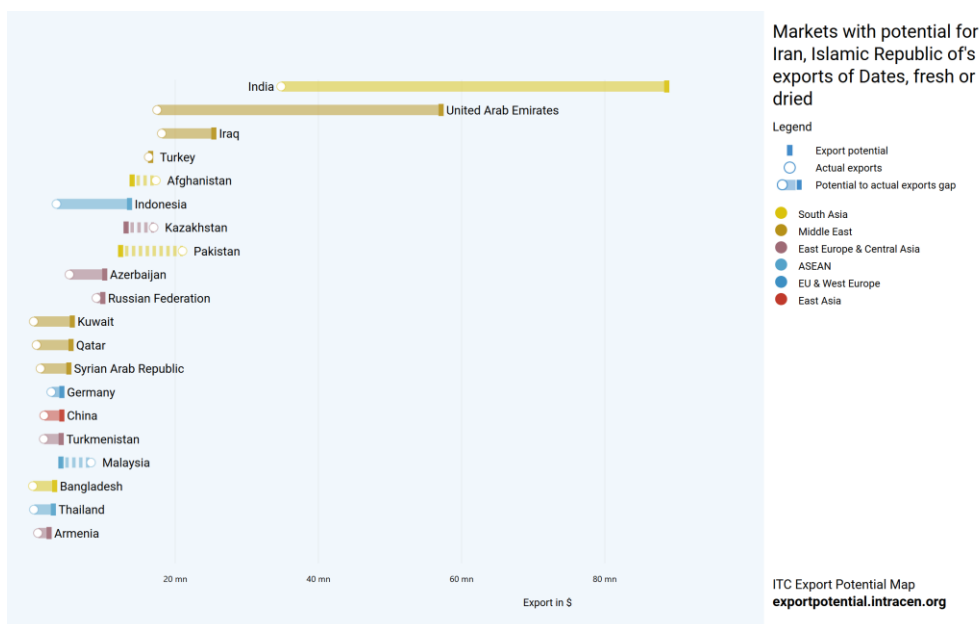
در واردات این محصول کشور هند با ۱۵ درصد بیشترین میزان واردات در جهان را داراست. مراکش و امارات در رتبه های بعدی واردات خرما قرار دارند. بنظر می رسد امارات بخشی از خرمای صادراتی خود را از طریق واردات آن تامین می کند. این کشور خرما را از کشورهای دیگر وارد کرده و مجدد آن را صادر یا به اصطلاح Re Export می کند (حاجیان و محمدزاده، ۱۳۸۴).

تحلیل پتانسیل صادراتی خرما

هند، امارات، عراق، ترکیه، افغانستان، اندونزی، قزاقستان، پاکستان، کویت و قطر در آسیا مقصد های صادراتی مناسبی برای صادرات خرما از ایران می باشند. روسیه نیز می تواند مقصد مناسبی برای صادرات باشد.



میزان ظرفیت صادراتی خرما



افغانستان، قزاقستان، پاکستان و مالزی از بازار اشباع شده برای صادرات خرما برخوردار هستند و انتخاب آن ها به عنوان مقصد صادراتی ارزیابی خوبی ندارد. در مقابل هند، امارات و عراق دارای ظرفیت باقیمانده ی زیادی هستند. اندونزی، آذربایجان، کویت، قطر و سوریه نیز می تواند مورد توجه تجار قرار گیرند. بهترین مقصدهای صادرات خرما از ایران با توجه به میزان پتانسیل صادراتی و آسان بودن روابط تجاری دو کشور را کشورهای هند، امارات و عراق دارا هستند. ایران نزدیکترین ارتباط صادراتی را با ارمنستان دارد.

بازار هند بیشترین ظرفیت تقاضا را برای صادرات این محصول دارد. هند بیشترین تفاوت بین پتانسیل صادرات و صادرات واقعی را از نظر ارزش نشان می دهد، ظرفیت باقیمانده صادرات به ارزش ۵۳۰۰ میلیون دلار است. با پیشرفت صنعت کشاورزی و باغداری در کشورمان نسبت به سال های قبل، در پیچه ای به روی ما باز شده تا صادرات خرما به قیمت ارزان را به کشورهای دیگر بتوانیم انجام دهیم. صادرات خرما می تواند ارز آوری خوبی برای کشورمان نیز به همراه داشته باشد. روش های گوناگونی برای صادرات خرما در کشورمان وجود دارد که برای انتخاب بهتر است با افراد متخصص مشورت کنیم. (اشجاری ۱۳۸۵)

در سال های گذشته جایگاه ایران در بین کشورهای تولید کننده و صادرات خرما، جایگاه خوبی بود اما اکنون کشورمان در بین ده کشور اول تولید کننده خرما جهان قرار دارد. در سال جاری آمار نشان می داد که صادرات خرما با کیفیت به کشورهای مثل؛ عراق و ترکیه آن هم در انواع درجه ۱ و مرغوب است. از طرفی بازار قطر و و کشورهای شرقی را نیز داریم (حاجیان و محمدزاده، ۱۳۸۴).

۲-۶ عمده ترین کشور های صادر کننده

سال 2016		سال 2017		سال 2018		کشورهای عمده	رتبه در سال 2018
سهم از کل (%)	ارزش میلیون دلار	سهم از کل (%)	ارزش میلیون دلار	سهم از کل (%)	ارزش میلیون دلار		
15/6	227	13/9	230	21/2	315	تونس	1
9/7	141	11	181	10/8	161	اسرائیل	2
14/3	209	15/2	251	9/6	142	ایران	3
7/1	103	6/5	107	7/6	113	پاکستان	4
2/6	37	3/2	52	6/8	100	الجزایر	5
11	160	10/1	168	6/4	95	امارات متحده عربی	6
60/3	877	59/9	989	62/4	926	جمع 6 کشور	
100	1454	100	1652	100	1484	جمع کل	

۲-۷ عمده ترین کشورهای وارد کننده

سال 2016		سال 2017		سال 2018		کشورهای عمده	رتبه در سال 2018
سهم از کل (%)	ارزش	سهم از کل (%)	ارزش	سهم از کل (%)	ارزش		
28/2	3388	29/9	4225	28/3	3958	آمریکا	1
10/4	1249	9/4	1333	9/7	1356	هلند	2
6/3	752	6	843	6	843	فرانسه	3
5/3	638	5/3	751	5/9	828	آلمان	4

3	364	3	426	5	695	چین	5
5/3	631	4/9	690	4/8	671	انگلستان	6
59	7022	59	8268	60	8350	جمع 6 کشور	
100	12001	100	14127	100	13962	جمع کل	

نتیجه گیری

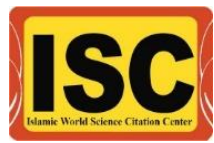
روش های زیادی برای صادرات خرما از کشورمان به سایر کشور ها وجود دارد؛ مانند صادرات از طریق پایانه های مرزی، صادرات از طریق خطوط هوایی، صادرات از طریق بازرگانان و تجار که هر یک مزیت هایی دارند. بازرگانان زیادی در کشورمان وجود دارند که اقدام به صادرات خرما برای کشورهای دیگر می کنند، این محصول ایرانی با توجه به کیفیت بسیار عالی که دارد، جزو نمونه های شناخته شده صادرات ایران در بازار های جهانی می باشد که استقبال زیادی نیز از این محصول ایرانی به عمل می آید.

ایران با دارا بودن بزرگترین باغات خرما در دنیا و بزرگترین ترمینال ضبط و فرآوری و صادرات خرما این محصول کشاورزی و مقوی در جنوب کشور، یکی از بزرگترین تولید کنندگان خرما به شمار می رود و بازرگانان فراوانی وجود دارند که هر ساله صادرات خرما و تجارت این محصول را به خوبی با کشورهای خریداران خرما ایران انجام می دهند. این بازرگانان با سابقه چند ساله در صادرات خرما به کشورهای آسیایی و اروپایی ، آماده همکاری با صادرکنندگان و تجار در نقاط مختلف می باشد.

نکته دیگری که در این مورد وجود دارد این است که کشورهای خریدار خرما و بازارهای آنها هنوز سر و شکل لازم را برای فعالیت، جذب مشتری و فروش این محصولات پیدا نکرده اند.

البته این تنها مشکلات فعالان تجارت در بخش خشکبار و در حوزه صادرات نیست و ما در این مورد با معضلات دیگری نیز مواجه هستیم که مهم ترین آنها بازگرداندن ارزش حاصل از صادرات به کشور و رفع تعهدات ارزی مربوط به این موضوع است .

در ماه های اخیر و در کنار همه گیری ویروس کرونا در جهان، عامل دیگری که در بحث صادرات خرما کشور ایجاد اختلال کرد تشدید تحریم های دولت امریکا بود که باعث شده تا بازگشت ارز حاصل از صادرات به کشور به سختی و کندی انجام شود و حتی گاهی ارزی که باید به صادرکننده تعلق گیرد، به اصطلاح می سوزد و هیچ گاه به دست او نمی رسد.



در حال حاضر با اوج گرفتن شیوع ویروس کرونا در دنیا و بسته شدن مرزهای مبادلاتی، امکان صادرات این محصول نیز مانند بسیاری از کالاهای دیگر عملاً از بین رفت و فعالان این حوزه در تنگنای اقتصادی قرار گرفتند. البته در حال حاضر مرز ترکیه بازگشایی شده است و صادرات خرما از این طریق انجام می‌شود و امیدواریم که این مشکل در تمام مرزها برطرف شود و روزهای سخت زیان‌دهی در این حوزه به آخر برسد. از مشکلات دیگر ما که آن هم متعاقب اعمال تحریم‌ها بر حوزه صادرات حاکم شده، عدم امکان نقل و انتقال پول از طریق بانک‌هاست. بنابراین فعالان این حوزه ناچار هستند که این کار را از طریق واسطه‌هایی که در کشورهای هدف حضور دارند انجام دهند که این کار هم دشواری‌های مربوط به خود را دارد.

منابع

- تحلیلی کاربردی با استفاده از شاخصهای مزیت نسبی ابراز شده. فصلنامه اقتصاد 67-99 کشاورزی و توسعه، 34 (حاجیان، س. و محمد زاده، آ (1386). سیمای خرمای خوزستان. انتشارات کردگار، چاپ اول، اهواز.
- سلامی، ح. و پیش بهار، ا (1380). تغییرات الگوی مزیت نسبی محصولات کشاورزی در ایران: گمرک جمهوری اسلامی ایران، سالنامه‌های بازرگانی خارجی کشور.

Balassa, B. (۱۹۶۵) Trade liberalization and “revealed” comparative advantage, The Manchester School of Economics and Social Studies, ۲, ۳۳

Banterle, A. and Carraresi, L. (۲۰۰۷) Competitive performance analysis and European Union trade: The case of the prepared swine meat sector Food Economics, Acta Agricult Scand C. ۴: ۱۵۹-۱۷۲.