

بررسی وضعیت تولید خرما در کشور

کد موضوعی: ۲۵۰

شماره مسلسل: ۱۰۳۴۵

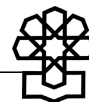
مردادماه ۱۳۸۹

دفتر: مطالعات زیربنایی

به نام خدا

فهرست مطالب

۱	چکیده
۱	مقدمه
۳	بررسی وضعیت موجود تولید خرما در ایران و جهان
۶	بررسی چالش‌های موجود در تولید و صادرات خرمای ایران
۷	مهمترین چالش‌های تولید و صادرات خرما در کشور
۱۴	جمع‌بندی
۱۷	منابع و مأخذ



بررسی وضعیت تولید خرما در کشور

چکیده

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 ۰/۷ و ۴ درصد (نسبت به سال قبل خود) کاهش یافته است. این کاهش در میزان تولید محصول را می‌توان به عواملی چون خشکسالی‌های متوالی، شور شدن 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 دنیاست 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 هرچه بیشتر در عرصه تولید و فرآوری، بسته‌بندی، بازاریابی و صدور آن را می‌طلبد. 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 صرفاً محدود به بسته‌بندی، نداشتن سیستم حمل‌ونقل و پایین بودن قیمت آن در مقایسه با محصول سایر کشورها نمی‌شود، بلکه فقدان یک برنامه جامع و مدون صادراتی چالش 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.

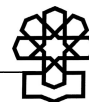
مقدمه

خرما به‌عنوان دومین محصول باغی کشور به‌دلیل مزایای نسبی فراوانی که در مقایسه با دیگر محصولات کشاورزی دارد بسیار مورد توجه است. ارزآوری، ایجاد اشتغال مولد به‌طور 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 درحالی است که به‌رغم داشتن قابلیت‌ها و مزیت‌های نسبی بسیار، هنوز مشکلات بسیار زیادی در زمینه صادرات خرما وجود دارد. خرمای ایران به‌لحاظ 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 به‌عنوان 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 مؤثری در جهت بهبود اوضاع صادراتی ایران باشد. به‌علت کمبود کارخانجات فرآوری و بسته‌بندی، بخش قابل توجهی از خرمای تولیدی ایران ضایع می‌شود. بیشتر خشکبار ایران به‌صورت فله صادر شده و ارزش‌افزوده 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، 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 به‌دلیل عدم بسته‌بندی صحیح و تبلیغات مناسب در درجه اول تقاضا قرار ندارد. بنابراین فرآوری و بسته‌بندی نامناسب خرما در کشور ما به‌هیچ‌وجه 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، ارزش‌افزوده‌ای معادل ۲ تا ۸ برابر قیمت خرما در داخل کشور را به همراه دارد و چنانچه به‌طریق 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.



بررسی وضعیت موجود تولید خرما در ایران و جهان

برخی دانشمندان محل پیدایش نخل خرما را در کرانه‌های خلیج فارس و برخی دیگر زیستگاه آن را شمال آفریقا یا شبه‌قاره 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 به‌شمار می‌آیند. مدارک باستان‌شناسی موجود نشان می‌دهد که قدمت کشت نخل خرما در ایران به‌ویژه 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 خرما در کشور را تشکیل می‌دهند که به‌طور کلی دوسوم تولید خرما در کشور را به خود اختصاص داده‌اند.^۱ بالاترین سطح زیرکشت مربوط به استان سیستان و بلوچستان است و خوزستان با سطح زیرکشت ۳۷۴۵۲ هکتار، استان‌های بوشهر با سطح زیرکشت ۳۶۹۳۴ هکتار، هرمزگان با سطح زیرکشت ۳۴۱۶۹ هکتار و منطقه جیرفت با سطح زیرکشت ۳۰۷۹۷ هکتار در مقام‌های بعدی از نظر سطح زیرکشت قرار دارند.

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

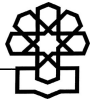
گفته می‌شود بیش از هر عاملی موضوع گردو خاک باعث کاهش محصول خرما در مناطق خرماخیز شده است. پدیده گردو خاک علاوه بر کاهش میزان برداشت محصول، سبب کاهش جدی کیفیت این محصول نیز شده است. گردو غبار باعث هجوم انواع آفت به نخلستان‌ها می‌شود و همین امر کاهش جدی کمی و کیفی محصول خرما را به دنبال می‌آورد.

۱. طبق آمار وزارت جهاد کشاورزی در سال زراعی ۱۳۸۷ به ترتیب منطقه جیرفت با تولید ۱۹۹۱۹۴ تن مقام اول، استان خوزستان با تولید ۱۵۲۴۷۶ تن مقام دوم، سیستان و بلوچستان با تولید ۱۵۱۶۱۱ تن مقام سوم و بوشهر و هرمزگان به ترتیب با تولید ۱۲۵۶۶۲ و ۱۳۱۶۹۹ مقام‌های چهارم و پنجم تولید خرما در کشور را از آن خود کرده‌اند و استان‌های کرمان و فارس، در مقام‌های بعدی از نظر تولید خرما قرار دارند.



در همین حال رودخانه اروند به علت 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، شور و کم‌آب شده و این موضوع ضربات جبران‌ناپذیری بر کشاورزی منطقه و از جمله اقتصاد نخل‌داران وارد آورده است.

در جدول ۱ میزان سطح زیرکشت و تولید محصول خرما به تفکیک هریک از استان‌ها طی دوره‌های ۱۳۸۰ تا ۱۳۸۷ بیان شده است:



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

(واحد: سطح زیرکشت: هکتار/ تولید: تن)

۱۳۸۷		۱۳۸۶		۱۳۸۵		۱۳۸۴		۱۳۸۳		۱۳۸۲		۱۳۸۱		۱۳۸۰		استان
تولید	سطح زیرکشت	تولید	سطح زیرکشت	تولید	سطح زیرکشت	تولید	سطح زیرکشت	تولید	سطح زیرکشت	تولید	سطح زیرکشت	تولید	سطح زیرکشت	تولید	سطح زیرکشت	
۷۴۸	۴۸۱	۱۲۵۴	۵۲۵	۱۱۰۰	۴۲۰	۱۰۱۵	۵۸۸	۶۵۶	۵۲۸	۵۱۰	۳۹۱	۶۰۰	۲۸۴	۵۰۰	۲۸۳	کرمانشاه
۱۵۲۴۷۶	۳۷۴۵۲	۱۵۱۷۸۰	۴۰۲۹۶	۱۵۰۰۰۰	۴۰۰۰۰	۱۴۵۰۷۱	۳۷۷۴۱	۱۴۲۵۲۹	۳۵۸۲۲	۱۲۶۳۶۷	۳۴۷۳۴	۱۰۲۴۹۲	۴۲۳۵۴	۷۰۴۸۶	۲۹۸۱۱	خوزستان
۹۸۶۶۸	۲۴۷۷۰	۱۲۷۹۴۳	۲۹۰۷۷	۱۲۵۰۰۰	۲۷۱۵۰	۱۲۳۳۸۷	۲۹۳۶۱	۱۲۰۲۳۶	۲۷۸۱۸	۱۳۰۲۰۵	۲۹۲۲۴	۱۳۱۲۳۱	۲۷۴۶۰	۱۲۶۸۲۲	۲۷۴۹۸	فارس
۱۲۳۰۱۰	۲۵۲۰۷	۱۴۷۲۸۷	۲۶۹۷۶	۹۸۰۰۰	۲۵۵۱۷	۱۳۹۰۰۵	۲۴۶۱۶	۱۳۶۷۹۲	۲۴۱۵۳	۱۵۹۹۱۷	۲۳۹۶۱	۱۳۵۲۹۴	۲۳۰۷۶	۹۵۰۱۵	۲۲۷۰۱	کرمان
۳۷۸	۲۴۶	۱۴۹	۶۲	۱۰۰	۱۰۱	۳۵۷	۳۶۵	۳۹۸	۳۰۴	۴۵۰	۲۵۰	۴۲۰	۲۲۲	۳۱۹۲	۱۱۸۰	خراسان جنوبی
۹۰	۲۴۳	۱۴۵۸	۵۳۵	۱۴۲۰	۳۸۰	۲۳۸۰	۷۸۰	۱۸۰۶	۷۸۰	۲۳۲۲	۷۸۰	۲۳۰۳	۷۸۵	۲۶۸۴	۷۵۰	اصفهان
۱۵۱۶۱۱	۴۴۸۵۵	۱۶۷۷۶۳	۴۴۱۹۰	۱۴۹۰۰۰	۳۷۸۰۰	۱۴۸۷۴۸	۳۷۸۱۹	۱۴۲۷۳۸	۳۶۷۶۴	۱۳۷۳۳۳	۳۶۲۹۰	۱۴۴۸۹۲	۳۵۴۴۵	۱۳۱۵۳۶	۳۵۶۰۳	سیستان و بلوچستان
۵۸	۲۲۴	۷۴	۱۹۹	۱۶۰	۱۴۳	۱۵۷	۱۳۸	۱۵۰	۱۳۶	۱۴۷	۱۳۶	۳۸	۱۳۴	۵۰	۱۲۱	ایلام
۶۷۴	۷۰	۸۸	۶۶	۸۵	۵۲	۸۴	۴۸	۲۸	۴۴	۲۸	۴۴	۲۸	۴۴	۲۶	۱۶	کهگیلویه و بویر احمد
۱۳۵۶۶۲	۳۶۹۳۴	۱۵۱۷۵۷	۴۷۲۶۵	۱۴۷۱۰۰	۳۴۷۵۰	۱۴۷۰۰۰	۳۴۷۸۶	۱۴۶۴۱۵	۳۴۳۷۸	۱۲۲۶۹۲	۳۴۲۹۴	۱۱۵۳۹۹	۳۴۲۸۴	۱۱۶۵۱۳	۳۴۳۱۱	بوشهر
۱۲۰	۲۸	۱۱۵	۱۰۴	۱۰۸	۱۰۲	۱۱۰	۱۰۲	۴۴	۷۸	۴۲	۷۹	۳۰	۴۹	۲۰	۹۲	سمنان
۱۹۹۸	۳۹۰۰	۶۸۹۰	۳۷۰۰	۶۹۰۰	۳۶۱۳	۵۵۶۰	۳۵۸۰	۵۵۵۲	۳۴۳۶	۵۵۵۷	۲۳۸۷	۴۶۴۳	۳۱۰۴	۱۵۵۸	۲۲۷۳	یزد
۱۴۱۶۹۹	۳۴۱۶۹	۱۴۲۳۱۷	۳۶۹۷۸	۱۴۳۵۰۰	۳۷۳۲۰	۱۴۳۰۳۰	۳۹۱۱۸	۱۵۱۸۷۳	۳۹۳۷۵	۱۴۱۶۵۶	۳۷۵۲۵	۱۴۵۲۸۸	۳۶۷۴۸	۲۳۳۳۸۴	۳۵۶۶۵	هرمزگان
۰	۲	۰	۲	۰	۲	۰	۲	۰	۲	۰	۲	۰	۲	۰	۲	لرستان
۱۹۹۱۹۲	۳۰۷۹۷	۱۵۵۰۰۰	۳۳۹۵۲	۱۶۶۴۵۰	۳۰۷۷۰	۱۴۷۹۴	۲۹۸۲۱	۱۴۰۳۰۸	۲۹۳۶۶	۱۳۷۱۹۸	۲۹۲۱۰	۹۲۴۰۵	۲۸۵۱۹	۸۰۸۲۳	۲۸۲۵۳	چیرفت
۱۰۰۶۳۸۶	۳۴۹۳۸۸	۱۰۵۳۸۶۵	۲۵۳۹۳۷	۹۸۸۹۲۳	۲۳۸۱۲۰	۹۹۶۶۹۸	۲۳۸۸۶۵	۹۸۹۶۲۵	۲۳۲۹۸۴	۹۶۶۳۴۱۴	۲۲۹۹۴۴	۸۷۵۰۶۳	۲۴۲۵۱۰	۸۶۲۶۰۹	۲۱۸۵۵۹	جمع

مأخذ: وزارت جهاد کشاورزی، ۱۳۸۷.



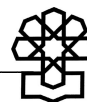
بررسی چالش‌های موجود در تولید و صادرات خرماى ایران

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. براساس 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 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 را نیز 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 محصولاتی مانند خرما، راهبرد صادراتی مشخصی وجود ندارد و مزیت نسبی این محصول براساس مطالعات رو به کاهش است که نشان می‌دهد قدرت رقابتی خرماى 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 نامتناسب 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.

جدول ۲. سطح زیرکشت، تولید و عملکرد محصول خرما در جهان براساس آمار فائو (۲۰۰۷)

کشور	تولید (تن)	رتبه	سطح زیرکشت (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	۲۲۲۵	۶
جهان	۶۶۳۸۷۷۴		۱۲۰۰۹۶۱		۵۵۲۷	

مأخذ: وزارت جهاد کشاورزی، ۱۳۸۹.



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 به‌زراعی، 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 پیارم در حاجی‌آباد هرمزگان تشکیل می‌دهد.

جدول ۳. ارقام خرمای مورد استفاده در ایران

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

مأخذ: وزارت جهاد کشاورزی، ۱۳۸۸.



جدول ۴. تعداد ارقام خرماي 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

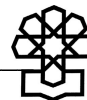
مأخذ: همان.

۱-۲. سنتی بودن ساختار تولید: براساس بررسی انجام شده در سال ۱۳۸۴ از کل بهره برداری‌های خرماي کشور به‌طور میانگین مساحت ۳۳ درصد از نخلستان‌های کشور کمتر از ۰/۵ 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 به‌طور کلی می‌توان گفت در بیش از ۵۰ درصد نخلستان‌ها هیچ‌گونه کودی مصرف نمی‌شود. در نخلستان‌هایی هم که تغذیه صورت می‌گیرد فقط کودهای ارته 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. براساس گزارش‌های موجود حدود ۹۵ درصد اراضی نخلستان‌های کشور با روش‌های آبیاری سطحی نظیر روش‌های کرتی، نواری، شیاری، تشتکی و جزر و مدی آبیاری می‌شوند.

۱-۵. عدم کارایی روش‌های کنترل خسارات ناشی از شرایط نامناسب (عوامل جوی و...): در سال جاری بروز دو پدیده خشکسالی و گردوخاک در استان‌های خرماخیز علاوه بر کاهش کمی تولید، کاهش کیفیت این محصول را نیز 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



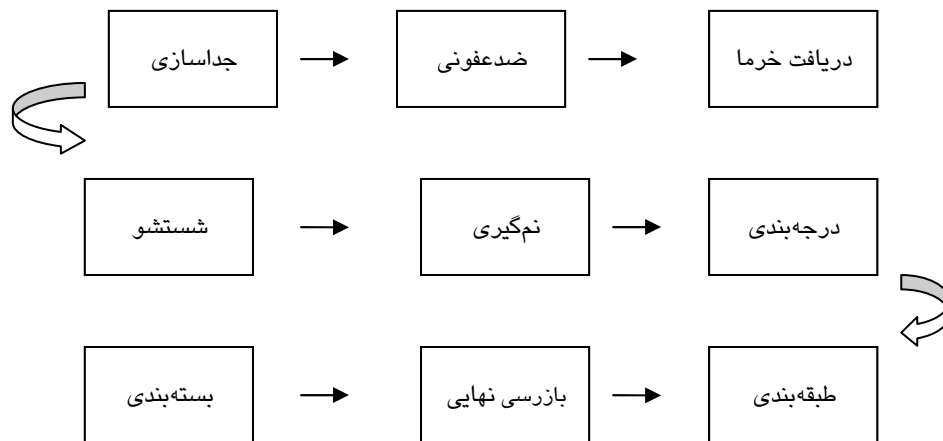
محصول خرما در کناره‌های این رود شده است. همچنین بعضی از کارشناسان دلیل دیگر شور و کم‌آب شدن اروندرود و در نتیجه تأثیر سوء آن بر نخلستان‌ها را آلودگی شیمیایی و سرریز شدن پساب‌های صنعتی کارخانجات در آن می‌دانند.

۲. **پایین بودن کیفیت محصول:** کیفیت پایین خرما 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 استاندارد کیفی ارقام، کمبود انبارها و سردخانه، نبود استاندارد بهداشت 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 خرما صادراتی و نحوه بسته‌بندی آن مطابق با معیارهای بهداشتی اتحادیه اروپا و جهان حاصل شده است.

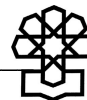
۲-۱. **نبود استاندارد بهداشت:** از دیگر دلایل عمده عدم پیشرفت صادرات خرما در کشور این است که روش‌های شستشو و پاکسازی و ضدعفونی خرما به صورتی که قابلیت آنها را تا حد قابل قبولی افزایش دهد، به طور دقیق و اصولی اشاعه نیافته است و اغلب نخل‌کاران و یا کارگاه‌های بسته‌بندی خرما به قدیمی‌ترین و ساده‌ترین روش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



نمودار عملیات فرآوری بهداشتی خرما تا بسته‌بندی



۲-۲. شیوه نامناسب بسته‌بندی: بسته‌بندی می‌تواند به‌عنوان یک اهرم حمایتی مؤثر در کنار قیمت عمل کند و ارزش‌افزوده قبل از صدور را حفظ کند. مهمترین صنعت مورد نیاز در توسعه صادرات خرما صنعت فرآوری و بسته‌بندی است. براساس 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 خرمای جهان است ولی ارزش صادراتی هر کیلوگرم خرمای ایران در سطح بسیار نازلی قرار دارد. در این خصوص باید از تجربه کشورهای پیشرویی از جمله تونس و مصر برای افزایش ارزش‌افزوده 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 این درحالی است که حدود ۹۰ درصد خرمای صادراتی ایران به‌صورت فله بدون انجام فعالیت‌های بسته‌بندی و فرآوری و با ارزش‌افزوده پایین به بازارهای جهانی عرضه می‌شود در صورتی‌که 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 ارزش‌افزوده بیشتر روانه بازارهای جهانی می‌نمایند. وجود تعرفه‌ها و حقوق گمرکی بالا برای واردات کارتن و مواد اولیه بسته‌بندی خرمای صادراتی نیز موجب بالابودن هزینه بسته‌بندی خرما در ایران در مقایسه با سایر کشورها شده و چون هزینه بسته‌بندی در سایر کشورها مانند دوبی بسیار پایین‌تر از ایران است، لذا صادرکنندگان ایرانی، خرمای صادراتی خود را به‌صورت فله‌ای به آنجا ارسال و پس از بسته‌بندی مجدد به بازارهای هدف صادر می‌کنند که این امر ارزش‌افزوده 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 به‌کارگیری 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 و پرورش نخلستان‌ها شده و عاملی در جهت به‌کارگیری استعداد‌های واقعی در کشاورزی و صنعت خواهد بود. در زنجیره به‌هم پیوسته تولید و صادرات خرما، بسته‌بندی نقطه عطفی است که هم مرتبط با تولید و هم یاری‌دهنده 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 به‌عنوان 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 به‌صورت محصول (یا محصولات) غذایی با ارزش‌افزوده 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 به‌عنوان مواد اولیه در صنایع تبدیلی مانند شیره خرما، قند مایع، سرکه، مواد صنعتی مثل الکل و غیره استفاده کرد و از تفاله و هسته آن جهت خوراک دام بهره جست. سالیانه حدود ۳۰ درصد از خرمای 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 امکان بسته‌بندی صحیح و ظرفیت سردخانه‌ها وجود ندارد، احداث این‌گونه واحدها سبب جذب ارزش‌افزوده زیادی خواهد شد. صنایع تبدیلی و تکمیلی یکی از حلقه‌های مهم زنجیر بازاریابی است که با ایجاد شرایط مطلوب، سهم بسیار زیادی را در ارزش‌افزایی 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 خرمای 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 بالارفتن هزینه تمام شده برای کشاورزان و واحدهای بسته‌بندی می‌شود. برخی محققین بر این عقیده‌اند که یکی از راه‌های ممکن

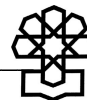


و موجود برای استفاده از خرماي نامرغوب توليد شهد خرما، قند مایع و خوراک دام است. حضور در بازارهای جهانی نیازمند کسب اطلاع از سلیقه مصرف‌کنندگان کشورهای خریدار است، بنابراین عرضه محصول خرما به شکل کنونی نه تنها غیربهداشتی و مخالف سلیقه مشتریان خارجی است، بلکه قدرت رقابت با سایر تولیدکنندگان خرما را ندارد. 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، سنتی بودن ساختار تولید، عدم تنوع در تولید، پایین بودن کیفیت، عدم بازاریابی و بازرسانی مطلوب بوده است.

۳-۱. **بازاریابی و بازرسانی و قیمت خرما در بازارهای جهانی:** مسئله حائز اهمیت در صادرات انواع خشکبار مسئله بازرسانی آنهاست. بازرسانی خشکبار به مراحل اطلاق می‌شود که جریان حرکت کالا از کشور تولیدکننده تا دریافت آن توسط مصرف‌کننده نهایی در بازار مصرف را شامل می‌شود. بازرسانی خشکبار به طور عمده شامل مباحث حمل‌ونقل، توزیع، بسته‌بندی و تبلیغات می‌باشد. از جمله عواملی که در بهبود اوضاع اقتصادی و بالا بردن درآمد کشاورزی و افزایش قدرت چانه‌زنی 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 می‌سازد و عوامل بازاریابی با انجام خدماتی مطلوبیت مکان، زمان، مالکیت و شکل را در کالا ایجاد می‌کند. براساس تعریف گسترده، بازاریابی همه عملیات و خدماتی را که از مرحله تولید محصول و تصمیم‌گیری برای تولید شروع می‌شود تا زمانی که محصول به دست مصرف‌کننده می‌رسد دربرمی‌گیرد. با وجود اینکه ایران از نظر نوع خرما در جهان از موقعیت مطلوبی برخوردار است، ولی به سبب بی‌توجهی و نبود سرمایه‌گذاری در بازاریابی این محصول تولیدکنندگان با مسائل گوناگونی در بازار داخلی روبرو بوده و در بازار خارجی نیز در موقعیت ضعیف‌تری 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 چالش‌های عمده صادرات این محصول به‌شمار می‌آید به طوری که هر کیلو خرماي ایران در بازارهای جهانی با قیمت ۳۰ تا ۴۰ سنت و در سایر کشورها ۲/۵ تا ۱۲/۵ دلار به فروش می‌رسد.

مطابق آمارهای سازمان خواربار جهانی (FAO) متوسط فروش صادراتی هر تن خرماي 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 براساس شاخص فوق در میان ۲۰ کشور صادرکننده خرما در سطح جهان در مرتبه هجدهم جدول قرار دارد. آمار فوق نشانگر پایین بودن نرخ سرمایه‌گذاری مؤثر و عدم سیاست‌گذاری‌های



مطلوب در صنعت خرمای ایران است که با توجه به وضع موجود و سهم ایران از ظرفیت‌های متنوع بازارهای هدف به‌ویژه فرآورده‌های جانبی این محصول بسیار ناچیز است. مهمترین و اصلی‌ترین تنگنای بازاریابی و فروش محصولات نخیلات، از عدم وجود تشکیلات و سازماندهی مناسب در بین تولیدکنندگان ناشی می‌شود؛ زیرا تاکنون هیچ تشکل یا شرکت با برنامه‌ای مناسب و یا حتی حرکت گروهی چشمگیر و مؤثری بدین منظور تحقق نیافته است. فقدان فعالیت مستمر مؤسسات و شرکت‌های دست‌اندرکار بازاریابی و خریداران منفرد جهت تنظیم یک برنامه مدون خرید محصول در نقاط مختلف کشور و آغاز فعالیت‌های 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 به‌طور مؤثر است. هدف از تبلیغات افزایش فروش و سهم بازار بالابردن سطح سود و درآمد بیشتر، تقویت زمینه‌های موجود برای جلب افراد به ایده‌ها، کالاها و خدمات ارائه شده و همچنین جهت دادن به علایق و انگیزه‌ها و رفتار مصرف‌کنندگان به‌منظور ایجاد تقاضای بیشتر است. طبیعت اولیه تبلیغات این است که به مصرف‌کننده اطمینان داده شود محصول مورد نظر دارای ارزش مثبت است. کالاها و محصولات منحصر به‌فرد ایران مانند خاویار و کالاهای صنعتی خاص بدون نیاز به تبلیغ و تنها با صرف هزینه‌ای اندک به راحتی بازارهای جهانی را تسخیر می‌کنند؛ اما برای محصولاتی مانند خرما که جایگاه محکم و باثباتی را در بازارهای جهانی ندارد بدون کاربرد شیوه‌های صحیح تبلیغاتی نمی‌توان 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 درخصوص کیفیت خرمای ایران صورت گیرد و در همین حال مشکلات مربوط به تولید این محصول مرتفع گردد، صادرات خرما به سرعت افزایش خواهد یافت، به‌طوری که بیش از یک‌سوم خرمای تولیدی کشور را می‌توان روانه بازارهای خارجی کرد.

۴. **نبود مکانیزاسیون:** در فرآیند برداشت به‌علت کوچک بودن واحدهای تولیدی، سنتی بودن ساختار تولید، کمبود ادوات مکانیزه و نیز کمبود دانش فنی در بخش‌های مختلف و در فرآیند پس از برداشت نیز به‌دلیل کمبود وسایل حمل‌ونقل، کمبود سردخانه و انبارهای بهداشتی، ضعف تکنولوژی بسته‌بندی و صنایع تبدیلی و تکمیلی و کمبود دانش تولیدکنندگان در این زمینه باعث ضعف تولید از لحاظ مکانیزاسیون شده است.

۵. **بالا بودن ضایعات:** به‌دلیل 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.

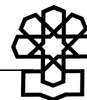
۶. **ناکارآمد بودن شیوه سیاستگذاری و مدیریت:** متأسفانه آمار و اطلاعات دقیق در رابطه با وضعیت تولید خرما در ایران و جهان وجود ندارد و این امر باعث بروز مشکلات و اشتباهات زیادی در سیاستگذاری برای وضعیت موجود تولید و صادرات، مصرف و در نتیجه ضعف مدیریت و غیرتخصصی در زمینه تولید این محصول ارزشمند است.

جمع بندی

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 زیرکشت خرما در کشور را به خود اختصاص داده و به طور کلی دوسوم خرما در این مناطق تولید می شود. با توجه به 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 گردوخاک 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 غیرمکانیزه و گاهاً غیربهداشتی، 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 در 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 فرآورده‌های جانبی خوراکی و همچنین حمل‌ونقل راحت‌تر و بهتر به‌ویژه برای مشتریان اروپایی و آمریکایی (بازارهای خارجی معتبر) می‌باشد. عدم حمایت کافی و پایین بودن دانش فنی برخی از دست‌اندرکاران بسته‌بندی و فرآوری خرما موجب شده تا نتوانند با حداکثر ظرفیت خود به تولید محصولات بسته‌بندی شده و یا فرآوری شده خرما بپردازند. بدون در نظر گرفتن ۵ استان عمده تولیدکننده خرما این محصول در ۷ استان دیگر کشور (اصفهان، ایلام، خراسان، سمنان، بوشهر، یزد و کرمانشاه) نیز تولید می‌گردد. اما عمده کارخانجات بسته‌بندی خرما در استان‌های تولیدکننده خرما قرار دارد و در سایر مناطق نیز کارگاه‌های بسته‌بندی خرما به‌صورت پراکنده، سنتی و نیمه‌سنتی وجود دارد. بسته‌بندی خرما در ایران دارای نظام و انضباط نیست. کارگاه‌های خرما آشفته و اصول بهداشتی در آنها رعایت نمی‌شود. کارگران نه تنها دارای اطلاعات لازم نیستند، بلکه نظافت و بهداشت را نیز رعایت نمی‌کنند، دیوارهای اکثر کارگاه‌های بسته‌بندی خرما گلی و خرما در کف سالن‌ها یا باغ‌ها برای بسته‌بندی ریخته می‌شود. از داخل سردخانه‌ها بوی خرمای ترشیده به مشام می‌رسد و در بعضی کارگاه‌ها سردخانه‌ها محل عبور است. بسته‌بندی اغلب به‌صورت سنتی توسط کارگر انجام می‌شود. تکنولوژی دستگاه‌های مورد استفاده نسبت به کشورهای مجاور و عرضه‌کننده خرما به جهان عقب است. در کارگاه‌هایی که از ماشین‌آلات آماده‌سازی و بسته‌بندی استفاده می‌کنند، معمولاً یک شیفت کاری وجود دارد که بسیار کم است. صنایع ساخت مواد بسته‌بندی خرما از دقت لازم برخوردار نیستند. هیچ‌گونه طراحی در شکل و فرم بسته‌ها وجود ندارد و چاپ روی بسته‌ها بسیار ابتدایی است. رنگ بسته‌ها براساس سلیقه کشورهای خریدار نیست. تعداد کارگران بی‌سواد زیاد و سرپرستان فقر اطلاعاتی دارند. بسته‌بندی خرما اکثراً به‌صورت بسته‌های ثانویه و به حالت فله است. تعداد محدودی از کارگاه‌ها، خرما را ضدعفونی می‌کنند. به‌طور کلی می‌توان گفت که بسته‌های خرمای ایران هیچ‌گونه جذابیتهایی نداشته و قابلیت رقابت با خرمای صادراتی سایر کشورها را ندارد.

۷۰ درصد شرکت‌های بسته‌بندی خرما به‌علت نداشتن امکانات و توان مالی کم، صادرکننده نیستند و در نتیجه از معایب کار خود مطلع نیستند و به همین سبب هرگز به فکر بهبود وضعیت بسته‌بندی خرمای صادراتی نمی‌افتند، 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، به‌عمل آورده نمی‌شود. در ۷۵ درصد موارد خود کشاورزان عمل بسته‌بندی را انجام می‌دهند. درحال حاضر ضعف درجه‌بندی و بسته‌بندی محصولات کشاورزی مشکل اصلی در صدور این محصولات به‌شمار می‌رود و این امر باعث شده که محصول با قیمتی به مراتب پایین‌تر از محصولات سایر کشورها فروخته شود. لذا اقدام دولت در سرمایه‌گذاری و یا واگذاری به بخش



خصوصی برای فراهم آوردن دستگاه‌های درجه‌بندی و تبدیل و تأمین مواد بسته‌بندی مناسب در کوتاه‌مدت و انجام تحقیقات در زمینه شیوه‌های نوین بسته‌بندی متناسب با تقاضای کشورهای واردکننده و تلاش وزارت کشاورزی در شناخت و ترویج رقم‌های بازار به‌منظور تولید محصولات یکنواخت و آموزش کشاورزان در کاربرد روش‌های زراعی نو توصیه می‌شود.

علاوه بر این بالا بودن هزینه‌های بازاریابی و بازاریاسانی، پایین بودن سطح دانش فنی و تخصصی تولیدکنندگان و صادرکنندگان، ناهماهنگی بین صادرکنندگان، وجود بوروکراسی پیچیده اداری، ضعف بنیه مالی بهره‌برداران، وجود رقبای سرسخت در بازارهای جهانی، عدم دسترسی مناسب به بازارهای اروپایی و عدم تبلیغات از مهمترین عوامل رضایت‌بخش نبودن وضعیت صنعت خرماي ایران است.

ارتقا و بهبود کیفیت محصول تولیدی از طریق جایگزینی و توسعه کشت ارقام مرغوب تجاری، رعایت اصول صحیح به‌زراعی در نخلستان‌ها، رفع موانع سد راه مکانیزاسیون، احداث کارخانه‌های پیشرفته صنایع تبدیلی و تکمیلی خرما، بهبود سیستم حمل‌ونقل، رعایت اصول بهداشتی در فرآیند داشت، برداشت، فرآوری و صادرات خرما، رعایت استانداردها در فرآیند درجه‌بندی و بسته‌بندی ارتقای سطح مهارت فنی تولیدکنندگان و صادرکنندگان تبلیغات وسیع و ایجاد سیستم اطلاع‌رسانی سریع و قوی به صادرکنندگان از مهمترین راهکارهای بهبود صنعت خرماي کشور است.

اکثر مناطق خرماخیز کشورمان، از لحاظ موقعیت تولید و بهره‌برداری از محصولات کشاورزی خصوصاً محصول خرما، در مرتبه حائز اهمیتی قرار دارند تا آنجا که به اعتقاد کارشناسان صنایع غذایی، ایران می‌تواند 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 می‌کنیم، مرتبه صادرات ایران، آخرین مقام را نداشته، بلکه مرتبه‌ای پایین را به خود اختصاص می‌دهد که در صورت رفع ضعف‌های بازاریابی، بسته‌بندی و صادراتی می‌توان در صدر و یا مقام‌های بالای صادراتی قرار گیرد.

لذا برای حل معضلات موجود در صنعت خرماي کشور پیشنهاداتی به شرح زیر ارائه می‌شود:

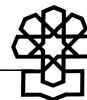
- توسعه صنایع تبدیلی و فرآوری متناسب با میزان تولید،

- نوسازی واحدهای موجود،

- تجهیز مراکز تولید به سیستم‌های سردخانه‌ای،

- گسترش فعالیت‌های مکانیزه در نخلستان‌ها،

- تعیین استراتژی مشخص برای صادرات.



منابع و مآخذ

۱. ایران‌منش. بسته‌بندی خرما در نقاط مختلف جهان، چاپ اول، تهران، ۱۳۸۰.
۲. بی‌نام. جواهرات کویر، خرما، نشریه اسوه، شماره ۶، ۱۳۷۸.
۳. بی‌نام. خرما، سازمان بازرگانی استان کرمان، ۱۳۸۷.
۴. دنیادیده. بررسی عوامل مؤثر بر صادرات غیرنفتی، مطالعه موردی پسته، خرما و کشمش، پژوهشنامه بازرگانی، شماره ۶، ۱۳۷۷.
۵. صفوی. بررسی تنگناها و مشکلات تولید و صادرات خرمای استان کرمان، مجموعه مقالات سمینار خرمای کرمان، ۱۳۷۷.
۶. طانی. خرما، نشریه چاپ و بسته‌بندی. شماره ۱، ۱۳۷۷.
۷. عبدالهی. صادرات خرما، موانع و راهکارها، زیتون، شماره ۱۴۴، ۱۳۸۰.
۸. کیانی‌راد و یزدانی. تحقیق پیرامون جایگاه ایرن در تجارت بین‌المللی خرما و مقایسه آن با سایر رقبای، توسعه، شماره ۲، ۱۳۸۰.
۹. گزارش تدوین برنامه راهبردی تحقیقات خرمای کشور، بررسی و معرفی وضعیت موجود، مؤسسه تحقیقات خرما و میوه‌های گرمسیری کشور.
۱۰. گسیلی، قاسم‌خانی و سی‌پور. بسته‌بندی و صادرات خرما، انتشارات آسیا و روابط عمومی و بین‌الملل سازمان توسعه تجارت ایران، ۱۳۸۵.
۱۱. گزارش‌های وزارت جهاد کشاورزی، ۱۳۸۹.



شماره مسلسل: ۱۰۳۴۵

شناسنامه گزارش

عنوان گزارش: بررسی وضعیت تولید خرما در کشور

نام دفتر: مطالعات زیربنایی (گروه کشاورزی، آب و منابع طبیعی)

تهیه و تدوین کنندگان: الهه سلیمانی، فاطمه حاجی زاده

ناظر علمی: محسن صمدی

متقاضی: سیدحسین دهدشتی (نماینده آبادان در مجلس شورای اسلامی)

ویراستار تخصصی: الهه سلیمانی

سروراستار: حسین صدری نیا

واژه‌های کلیدی:

۱. خرما

۲. تولید

تاریخ انتشار: ۱۳۸۹/۵/۱۱