



## نخلستان‌ها؛ معادن روباز تجدیدپذیر



### محمدحسین اکبری

عضو هیئت نمایندگان اتاق کرمان و نایب‌رئیس انجمن ملی خرمای ایران

#### مقدمه

خرما یکی از محصولات است که سابقه تولید آن در کشور به گذشته‌های بسیار دور برمی‌گردد. این محصول ارزشمند که میوه بهشتی نام گرفته و بارها در قرآن کریم از آن نام برده شده است، ارزش و جایگاه خاصی در بین مردم ایران دارد. شاید بشود گفت خرما از چند منظر یک محصول استراتژیک محسوب می‌شود. در بحران‌هایی نظیر بلاهای طبیعی و یا در زمان جنگ ارزش این محصول برای حفظ سلامت مردم و تغذیه آنان دوچندان می‌گردد، نخلستان‌ها معادن روباز تجدیدپذیر هستند که اگر قدر بدانیم ارزش اقتصادی بالایی برای کشور داشته و هر نخل درآمدی معادل یک بشکه نفت به همراه خواهد داشت، هزینه ایجاد شغل در صنعت خرما نسبت به صنایع دیگر بسیار پایین‌تر است.

میزان سطح زیر کشت خرما در کشور در حدود ۲۶۰ هزار هکتار و میزان تولید آن در حدود ۱,۳ میلیون تن برآورد می‌گردد (آمار فائو ۲۰۱۹) که به لحاظ سطح زیر کشت جایگاه نخست جهان و به لحاظ میزان تولید مقام دوم دنیا را داریم. در حال حاضر میزان صادرات خرمای ایران بین ۲۰۰ تا ۳۰۰ هزار تن در سال است. ارزش صادراتی خرمای ایران به دلیل قیمت پایین خرما، قابل توجه

### تهدیدات بخش تولید

هرچند تولید خرما در ایران دارای سابقه طولانی است ولی اکنون به دلیل مشکلات پیش آمده حال‌وروز این صنعت خوب نیست و با تهدیدات و چالش‌هایی روبروست:

- بحران کمبود آب و آبیاری غیراصولی (هدر رفت آب)،
- آفات،
- خشک‌سالی، خشک‌سالی و تغییرات اقلیمی باعث کاهش بهره‌وری باغات به نسبت زیادی شده است و میزان تولید در هکتار را کاهش داده است،
- تغییرات آب و هوایی و اقلیمی،
- خرده مالکی نخلستان‌ها،
- سنتی بودن مراحل کاشت و داشت و برداشت،
- ضایعات بیش‌ازحد در تولید،
- عدم وجود نقشه راه تولید،
- کهنسال شدن نخلستان‌ها،
- عدم وجود مرکز تحقیقات نخیلات و بازار در بخش خصوصی، از جمله چالش‌هایی است که صنعت خرمای کشور با آن مواجه است.
- اگر بخواهیم تهدیدات فوق را ریشه‌یابی کنیم باید گفت ریشه چالش‌ها و تهدیدات در عدم وجود نقشه راه در بخش‌های مختلف صنعت خرما است. سال‌های زیادی است که این صنعت مسیری را بدون برنامه و هدف و

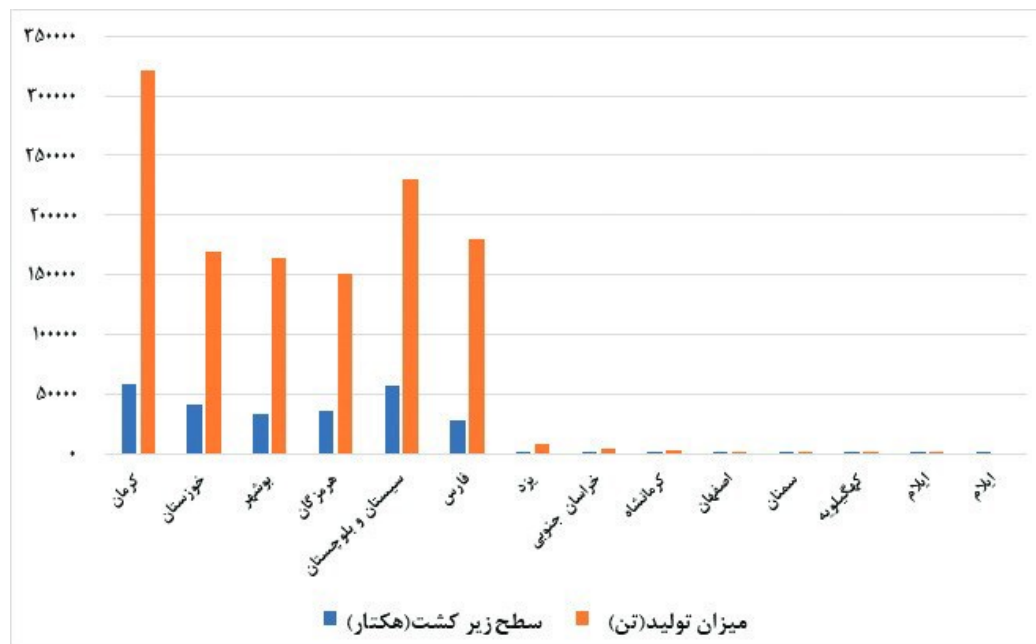
نمی‌باشد؛ یعنی هرچند رتبه صادراتی ایران به لحاظ وزن در مقام دوم و سوم است ولی به لحاظ ارزش در مقام پنجم قرار دارد که علت این امر در قسمت‌های بعدی توضیح داده خواهد شد.

خرما در استان‌های کرمان، خوزستان، سیستان و بلوچستان، هرمزگان، بوشهر و فارس جزو محصولات اصلی بوده و نقش آن در زندگی مردم این مناطق اهمیت بسزایی دارد و بیشترین تولید در استان کرمان با ۳۲۱۴۴۹ تن می‌باشد. همچنین در استان‌های ایلام، اصفهان، یزد، خراسان جنوبی، لرستان، کهگیلویه و کرمانشاه نیز تولید می‌شود که جمع تولید در این استان‌ها ۱۷۱۸۷ تن برآورد می‌گردد. (طبق آمار وزارت جهاد کشاورزی-۱۳۹۸)

بیش از ۵۰۰ هزار خانواده به‌طور مستقیم درگیر تولید خرما هستند (نخل‌داران) و همین تعداد خانوار در مراحل بعد تولید (صنایع جنی، فرآوری بسته‌بندی و تجارت) مشغول به فعالیت می‌باشند.

واحد شمارش نخل همانند انسان نفر است و این نشان از شباهت این درخت ارزشمند با انسان دارد. در بعضی مناطق کلمه کشتن به حذف نخل اطلاق می‌گردد.

صنایع‌دستی تولیدشده از سرشاخه‌های خرما و از هسته خرما بسیار دیدنی و ارزشمند بوده و اشتغال‌زایی مناسبی ایجاد کرده است که نیاز به حمایت دولت و مردم دارد.



نمودار شماره ۱- سطح زیر کشت و میزان تولید خرما در ایران در سال ۱۳۹۸ به تفکیک استان‌ها (آمار وزارت جهاد کشاورزی)

معنی این سخن آن است که متولیان امر برنامه‌های برای نخلستان‌های در حال ایجاد و اصلاح نخلستان‌های قدیمی نداشته و ندارند.

در سال‌های اخیر وزارت جهاد کشاورزی تسهیلاتی را برای اصلاح نخلستان‌ها در نظر گرفته است که با استقبال باغداران مواجه نشد؛ زیرا سود بالا و دوره بازپرداخت کوتاه‌مدت این تسهیلات باعث عدم توجیه استفاده از این تسهیلات بوده است. دوره به ثمر رسیدن نخل حداقل ۱۰ سال است در صورتی‌که دوره بازپرداخت تسهیلات ۵ سال می‌باشد. مسلماً باغداران نمی‌توانند از این تسهیلات استفاده نمایند.

آفات زیادی نخلستان‌ها را تهدید می‌کند. بعضی از این آفات از کشورهای دیگر وارد کشور می‌شوند که نیاز است قوانین قرنطینه‌ای سخت‌گیرانه‌تر اجرا شوند. بعضی آفات مهمان چندین ساله نخلستان‌ها هستند که عدم برنامه‌ریزی برای مبارزه با این آفات، آن‌ها را به میهمان‌های ناخوانده همیشگی تبدیل کرده است؛ هم روش‌های مبارزه با این آفات را سخت‌تر کرده و هم هزینه مبارزه را بالا برده است.

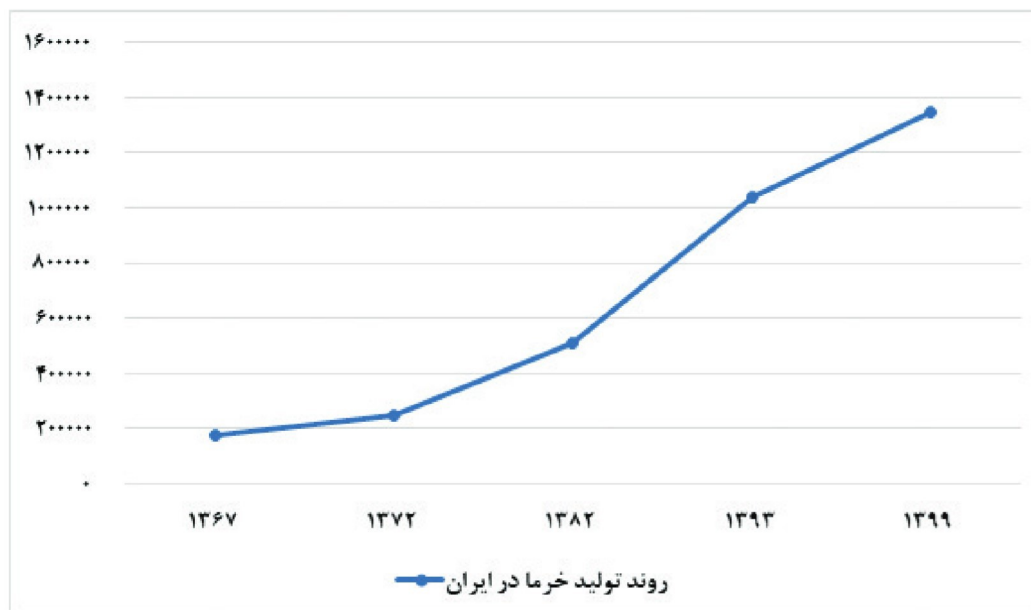
مبارزه با آفات مختلف نخل و همچنین استفاده از ماشین‌آلات برای مراحل داشت و برداشت که باعث افزایش بهره‌وری باغات خواهد شد، اصلاح نخلستان‌ها را ضروری و واجب می‌نماید. تبدیل روش‌های سنتی به

سرخود طی کرده است که نتیجه حرکت در این مسیر تاریک، تهدیدات و چالش‌هایی است که با آن‌ها روبرو شده است و برای مقابله با آن‌ها نیازمند برنامه و نقشه راهی است که بتواند در بخش‌های مختلف راه و مسیر حرکت را نشان دهد و همچنین میان بخش تولید و بخش‌های دیگر ارتباط و هماهنگی و پیوستگی ایجاد نماید.

در سال‌های گذشته نبود برنامه و نقشه باعث رشد غیراصولی یک بخش و عدم سرمایه‌گذاری در بخش دیگر شده است؛ به‌عنوان مثال، سطح زیر کشت نخلستان در بعضی مناطق به‌طور غیراصولی و علمی و بدون در نظر گرفتن اینکه چه وارته‌ای مناسب کشت است، رشد داشته است ولی در کنار توسعه نخلستان‌ها هیچ برنامه‌ای برای ایجاد صنایع جنبی بعد از تولید و همچنین توسعه بازار وجود نداشته است و اگر هم بوده نك‌بعدی بوده است و همه‌جانبه نگری وجود نداشته است. همان‌طور که در (نمودار ۲) مشاهده می‌نمایید، تولید حدود ۱۷۴ هزار تنی در سال ۱۳۶۷ به حدود یک‌میلیون و سیصد و پنجاه‌هزار تن در سال ۱۳۹۹ رسیده است؛ یعنی طی ۳۲ سال تولید خرما حدوداً رشدی ۸ برابری داشته است، در حالی‌که صنایع جنبی و بازار از چنین رشدی برخوردار نبوده‌اند.

نخلستان‌ها اکثراً شرایط اجرایی عملیات مکانیزه را ندارند و

علت دیگر کمی ارزش‌صادراتی خرما، عدم برند سازی در بازارهای خارج می‌باشد که باعث شده نتوانیم در فروشگاه‌های معتبر خارج از کشور حضور خوب و دائمی داشته باشیم. حضور در این بازارها، نیازمند خواست و توانایی بخش خصوصی و حمایت دولت است. در حال حاضر خرما ایران همچون زعفران ایران با نام و برندهای سایر کشورها در بازارهای دنیا عرضه می‌شود و متأسفانه ارزش افزوده این محصول نصیب تجار غیر-ایرانی می‌گردد.



نمودار شماره ۲ - میزان تولید خرما از سال ۱۳۶۷ تا ۱۳۹۹ طبق آمار وزارت جهاد کشاورزی

### فرصت‌های بخش تولید

- ایران در تولید خرما دارای مزیت نسبی است به دیگر سخن تولید خرما در ایران در مقایسه با بسیاری از کشورهای دیگر ارزان‌تر است و قدرت رقابت ما را در بازارها بالاتر می‌باشد. هرچند به عللی که در بالا آمد این مزیت نسبی رو به کاهش است و با تهدید روبروست. البته بیان این نکته حائز اهمیت است که بعضی از کشورهای رقیب به دلیل سیاست‌های حمایتی دولتشان، دارای مزیت نسبی بهتری نسبت به ما هستند. اینجاست که تأثیر وجود نقشه راه و سیاست‌های حمایتی دولت مشخص‌تر می‌شود.

- تغییر رویکرد از تولید سنتی به تولید صنعتی و افزایش بهره‌وری در بخش‌های مختلف که باعث کاهش قیمت تمام شده و افزایش توان رقابتی خواهد شد، یک فرصتی است که در آینده باید از آن استفاده نمود.

- نیروی انسانی متخصص که علم و تجربه را در هم آمیخته است و با وجود آن‌ها می‌توان آینده خوبی را برای صنعت خرما رقم زد.

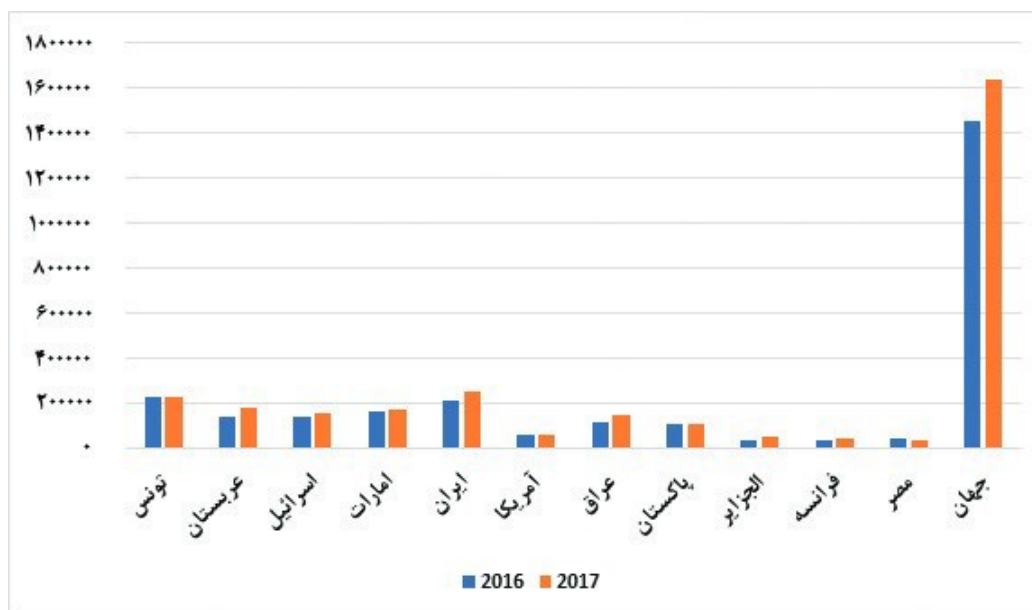
- وجود صنایع فرآوری در کنار تولیدات خوب، فرصتی است که در آینده می‌تواند به رشد و توسعه صنعت خرما کمک کند.

- ارگانیک بودن خرمای ایران و همچنین سالم بودن تولیدات.

روش‌های جدید و مکانیزه، نیازمند اصلاح نخلستان‌هاست. در حال حاضر بسیاری از نخلستان‌ها به دلیل شرایط فیزیکی موجود قادر به استفاده از روش‌های جدید داشت و برداشت نیستند. ادوات کشاورزی قادر به کار در این نخلستان‌ها نمی‌باشند که همین امر باعث شده بهره‌وری این نخیلات بسیار پایین باشد و قیمت تمام شده محصول افزایش یافته و با قیمت فروش هیچ هم‌خوانی نداشته باشد و ادامه این روند انگیزه ادامه فعالیت را از نخل‌داران خواهد گرفت.

در حال حاضر میزان ضایعات خرما در مراحل مختلف حدود ۲۰ درصد است که کاهش این میزان ایجاد ثروت زیادی برای کشور به همراه دارد و این تهدیدی است که می‌تواند به فرصت تبدیل گردد.

همان‌طور که در ابتدای گفتار بیان شد سابقه تولید خرما در ایران طولانی است، به همین علت بسیاری از نخلستان‌های ما دارای عمری بیش از ۵۰ سال می‌باشند که ادامه کار این نخلستان‌ها توجیه اقتصادی برای نخل‌داران ندارد، لذا نیاز است این نخلستان‌ها جوان‌سازی شوند که اگر این امر صورت نگیرد میزان زیادی از نخلستان‌ها از گردونه تولید خارج خواهند شد و زمین‌های این نخلستان‌ها تغییر کاربری پیدا خواهند کرد و متأسفانه تأثیر منفی بر بخش‌های مختلف صنعت بزرگ خرما خواهد گذاشت.



نمودار شماره ۳- میزان ارزش صادرات خرمای ۱۱ کشور در سال ۲۰۱۶ و ۲۰۱۷ به دلار



### تهدیدات و چالش‌های صنایع جنبی

صنایع جنبی خرما شامل صنایع بسته‌بندی و فرآوری و صنایع دستی، بخش‌های بعد از تولید و تکمیل‌کننده تولید هستند که اگر به آن‌ها توجه نشود در حقیقت به تولید ضربه وارد خواهد شد. با وجود صنایع تبدیلی می‌توان ضایعات خرما و نخل را به ثروت تبدیل کرد.

امروزه از ضایعات سرشاخه‌های خرما و همچنین ضایعات خرما محصولاتی با ارزش افزوده بالا تولید می‌شود. این صنایع در استان‌های مختلف خصوصاً در آذربایجان شرقی ایجاد شده ولی هنوز ظرفیت برای سرمایه‌گذاری در این زمینه وجود دارد. در حال حاضر محصولاتی مثل شیره خرما، عسل خرما، قند مایع خرما، قند حبه خرما، خمیر خرما، مارمالاد، سس، شکلات، بیسکویت، کیک، کلوچه، لواشک، ترافل و چند محصول دیگر از خرما فرآوری می‌گردد و همچنین از ضایعات خرما و نخل در صنایع کود سازی، خوراک

دام، صنایع کاغذسازی و حتی صنعت اتومبیل استفاده می‌شود. ولی به دلایلی بعضی از صنایع فوق ایجاد نشده است و فعالیت بعضی از کارخانه‌های ایجاد شده با حداقل ظرفیت صورت می‌پذیرد که نیازمند حمایت می‌باشند.

کمبود نقدینگی و سرمایه در گردش، هزینه‌های بالای بازاریابی، بالا بودن نرخ تسهیلات بانکی، عدم شناخت بازار مصرف نسبت به بعضی محصولات، تحریم‌های ظالمانه بین‌المللی و عدم حمایت دولت از این بخش، مشکلاتی است که صنایع جنبی خرما را تهدید می‌کند. یکی از حمایت‌هایی که می‌تواند از صنایع جنبی، صورت پذیرد، هدفمند کردن یارانه‌ها به نفع این تولیدات است. همچنین اصلاح فرهنگ مصرف مردم به سوی مصرف محصولات جانبی سالم خرما، که تغذیه بسیار مناسبی محسوب می‌شوند می‌تواند بازار دائمی در داخل کشور برای این محصولات به وجود آورد.

نقش صداوسیما و رسانه‌ها در حمایت از این صنایع بر کسی پوشیده نیست. فرهنگ‌سازی برای مصرف محصولات خرمایی می‌تواند این صنایع را سرپا نگه دارد خصوصاً این که محصولات تولیدشده از خرما به سلامت جامعه کمک خواهد نمود.

یکی از راه‌های دیگر برای کمک به این صنایع، سهیم کردن باغداران در تولید این محصول است. این امر باعث می‌شود که نیاز به نقدینگی تا حد قابل‌ملاحظه‌ای کاهش یابد و بر درآمد باغداران نیز خواهد افزود.

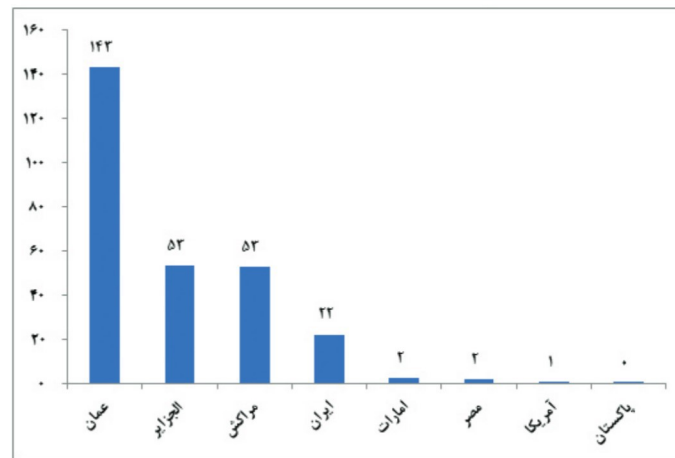
نرخ سود بانکی تسهیلات اعطایی به این بخش‌ها متناسب با سود حاصل از فعالیت این بخش نیست و نیاز است که این نرخ‌ها بازبینی شده یا از یارانه‌های دولتی برخوردار گردند.

### فرصت پیش‌روی صنایع جنبی

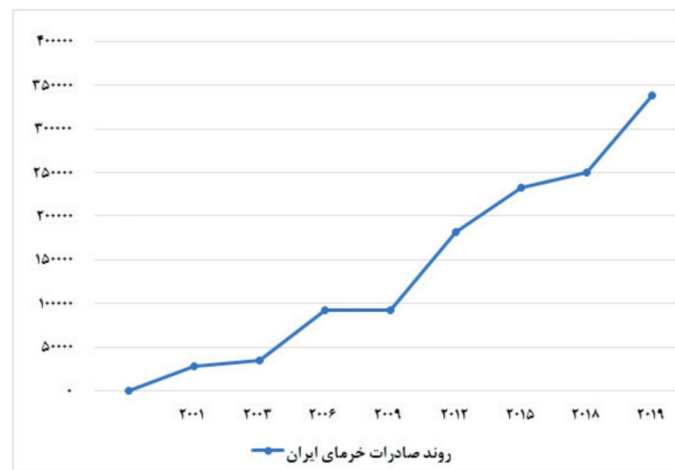
- افزایش توجه مردم به مصرف محصولات ارگانیک و سالم فرصتی است که با اصلاح فرهنگ مصرف و روی آوردن مردم به سمت مصرف این محصولات می‌توان آینده روشنی را برای این صنایع انتظار داشت.

- به دلیل کمبود نیروی انسانی در بسته‌بندی سنتی خرما، سرمایه‌گذاری در بسته‌بندی مدرن، فرصت مناسبی برای صنعت بسته‌بندی است.

- افزایش میزان تولید خرما در کشورهای همسایه در آینده، می‌تواند در تأمین مواد اولیه این صنایع تأثیر مثبت داشته باشد.



نمودار شماره ۴ - متوسط مزیت نسبی صادرات خرما در طول دوره زمانی ۱۹۹۱ تا ۲۰۱۱



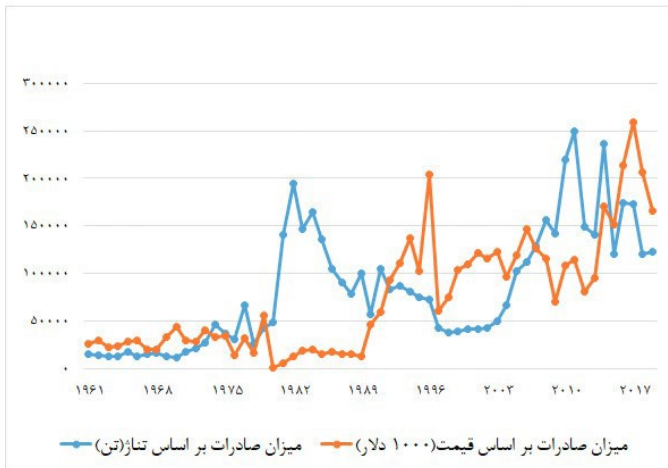
نمودار شماره ۵ - روند صادرات خرمای ایران طی سال‌های ۲۰۰۱ تا ۲۰۱۹

### تهدیدات بخش تجارت

به واسطه میزان تولید زیاد و همچنین علاقه و رغبت مردم ایران به مصرف خرما، تجارت خرما نیز دارای سابقه طولانی است. اما تجارت این محصول ارزشمند مانند تولید آن دارای چالش‌هایی است که باید دیده شود و برای برداشتن این چالش‌ها و تهدیدات راه‌حل‌هایی اندیشیده گردد، این چالش‌ها عبارتند از:

- سنتی بودن سیستم تجارت،
- عدم برنامه‌ریزی میان‌مدت و بلندمدت،
- بی‌سروسامان بودن بازار و عدم نظارت دولت بر فروش و صادرات خرما،
- بالا بودن هزینه‌های بازاریابی و تبلیغات و عدم حمایت دولت از این بخش،
- بالا بودن نرخ تسهیلات اعطایی در بخش صادرات، به طوری که نرخ سود تسهیلات به شرکت‌ها در کشورهای رقیب بسیار پایین‌تر از کشور ماست،
- تحریم‌های بین‌المللی،
- تصمیمات غیر کارشناسی و خلق‌الساعه دولت،
- محدود بودن صادرات به چند کشور خاص.

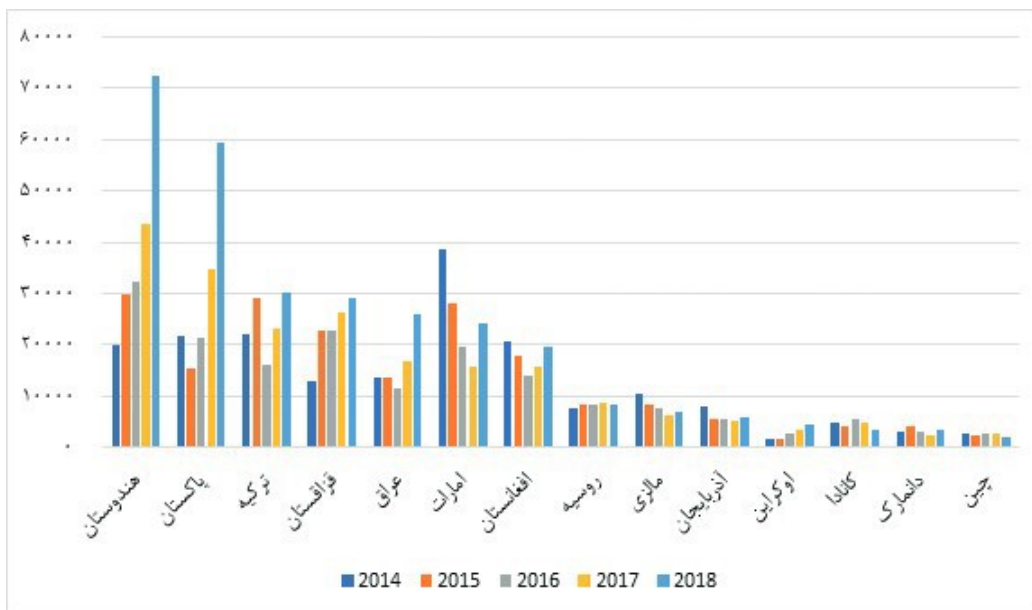
علی‌رغم روند صعودی صادرات خرمای ایران طی ۲۰ سال گذشته (نمودار ۵) ولی سهم کشورمان از ارزش صادرات خرما قابل‌توجه نبوده است و ارزش‌افزوده قابل‌انتظار را تأمین نکرده است، به طوری که کشور ما به لحاظ تناژ صادراتی مقام اول را دارد ولی به لحاظ ارزش صادراتی مقامی بهتر از پنجم کسب نکرده است (نمودار ۶). این مسئله ناشی



نمودار شماره ۶ - میزان صادرات خرمای ایران به لحاظ تناژ و ارزش طی سال‌های ۱۹۷۰ تا ۲۰۱۹ برگرفته از سایت FAO

از عدم نظارت کافی دولت و تشکل‌های بخش خصوصی نظیر انجمن ملی خرمای ایران بر صادرات خرما و همچنین رقابت منفی صادرکنندگان است. عدم حضور انجمن ملی خرما ایران در امر تصمیم‌گیری در تدوین سیاست‌های کلان صادراتی کشور و نداشتن قدرت لازم برای کنترل صادرات و بازار داخل باعث رها بودن بازار خرمای ایران شده است.

علت دیگر کسر ارزش صادراتی خرما، عدم برند سازی در بازارهای خارج می‌باشد که باعث شده نتوانیم در فروشگاه‌های معتبر خارج از کشور حضور خوب و دائمی داشته باشیم. حضور در این بازارها، نیازمند خواست و توانایی بخش خصوصی و حمایت دولت است. در حال حاضر خرمای ایران همچون زعفران



نمودار شماره ۷ - کشورهای هدف صادراتی عمده و میزان صادرات طی سال‌های ۲۰۱۴ تا ۲۰۱۸

اطلاعات تجاری موردنیاز صادرکنندگان و ایجاد مکانی به نام خانه تجارت که خدمات خوب به تجار کشورمان ارائه نماید ضروری است.

**- تجارت دوجانبه:** تجار ما باید بدانند که تجارت دوجانبه سودآوری بیشتری به همراه خواهد داشت همچنین بر تداوم و حفظ تجارت بین دو کشور مؤثر خواهد بود.

**- خلق بازارهای جدید:** پایداری در تجارت و ایجاد ثبات در بازار نیازمند توسعه بازار است. چنانچه به بازار چند کشور خاص بسنده شود، قطعاً شرایط ثبات را از بازار گرفته‌ایم. طی سالیان گذشته عمده صادرات خرما به چند کشور خاص بوده است (نمودار ۵). این شرایط باعث می‌شود تجارت خرما از عدم ثبات برخوردار شود و پایه‌های لرزانی داشته باشد. لذا می‌طلبید صادرکنندگان با حمایت دولت به فکر ایجاد بازارهای جدید باشند تا هم میزان صادرات این محصول افزایش یابد و هم ثبات بازار تضمین گردد و هم بر میزان مزیت نسبی خرمای کشور افزوده شود.

**- اصلاح نرخ و شرایط تسهیلات بانکی:** تسهیلات بانکی باید متناسب با وضعیت صنعت خرما، میزان سودآوری و نرخ تسهیلات بانکی در کشورهای رقیب اصلاح گردد، خصوصاً تسهیلات مربوط به اصلاح نخیلات.

**- تدوین نقشه راه خرما:** همان‌گونه که قبلاً بیان شد، نبود نقشه راه صنعت خرما تهدیدی جدی برای این صنعت است؛ بنابراین هم دولت و هم بخش خصوصی باید در جهت تدوین این نقشه گام بردارند. همه عوامل تأثیرگذار باید مشارکت فعال داشته باشند (تولیدکنندگان بزرگ و مطلع، صنایع فراوری، تجار، مراکز علمی و تحقیقاتی، تشکل‌های بخش خصوصی و کارشناسان خبره دولتی و خصوصی). این نقشه راه شامل برنامه‌های کوتاه‌مدت، میان‌مدت و بلندمدت خواهد بود. قبل از برنامه‌ریزی باید یک مطالعه جامع از شرایط گذشته و وضعیت موجود صورت بگیرد، عوامل ایجادکننده وضعیت موجود شناسایی شوند (آسیب‌شناسی)، آمارگیری جدید و صحیح از تمامی بخش‌های صنعت خرما صورت پذیرد، نقاط قوت و ضعف شناسایی شوند. تهدیدها و فرصت‌ها به‌درستی مشخص گردند و در تدوین نهایی نقشه راه از تجربیات کشورهای دیگر بهره گرفته شود. ♦♦

#### منابع

- پورتال سازمان تجارت جهانی
- پورتال سازمان خواربار و کشاورزی ملل متحد (فائو)
- پورتال سازمان جهاد کشاورزی

ایران با نام و برندهای سایرکشورها در بازارهای دنیا عرضه می‌شود و متأسفانه ارزش افزوده این محصول نصیب تجار غیرایرانی می‌گردد.

در سال‌های گذشته بخش خصوصی تلاشی برای توسعه بازار و ایجاد بازارهای جدید نکرده است. به طوری که از ۱۹۰ کشور جهان ما فقط به ۲۲ کشور صادرات خرما داشته‌ایم ولی عمده صادرات ما به هفت کشور بوده است به‌عنوان مثلاً در سال ۲۰۱۸ حدود ۸۰ درصد صادرات خرمای ایران به کشورهای هندوستان، پاکستان، ترکیه، قزاقستان، عراق، امارات و افغانستان بوده است و این یک چالش بزرگ برای صادرات خرما محسوب می‌گردد و بازار خرما را دچار بی‌ثباتی می‌نماید.

#### فرصت‌ها

- روند رو به رشد صادرات خرما: اما با وجود تهدیدات، تجارت خرمای ایران با فرصت‌هایی روبروست. طی بیست سال گذشته صادرات خرمای ایران روند افزایشی داشته است (نمودار ۴). معنی آن استقبال مصرف‌کنندگان خارجی از خرمای ایران است و به این استقبال باید به‌عنوان یک فرصت نگاه شود. هرچند که قیمت صادراتی خرمای ایران در سال‌ها مختلف متفاوت بوده (نمودار ۵) که می‌شود با توسعه بازار و نظارت قیمت صادراتی خرمای ایران را بالا برد و از ثبات نسبی برخوردار نمود.

- انحصار در تولید برخی ارقام مثل رقم مضافتی،  
- استقبال روزافزون بازارهای داخلی و خارجی از خرمای ایران،

- مزیت نسبی تولید خرما در ایران،  
- وجود صنایع پیشرفته تبدیلی و فراوری و محصولات متنوع به‌دست‌آمده از خرما در کشور که قابلیت صادرات دارد.

#### پیشنهادها

تجارت بین‌المللی و کسب درآمدهای ارزی در اقتصاد دنیا از اهمیت قابل‌ملاحظه و غیرقابل‌انکاری برخوردار می‌باشد. در این راستا، یکی از مسائل مهم به‌منظور کسب موفقیت یک کشور در امر تجارت خارجی، کمک به افزایش مزیت نسبی محصولات صادراتی آن کشور است. پیشنهادات زیر به‌منظور بالا بردن مزیت نسبی صادراتی خرما می‌توان مطرح نمود:

**- ایجاد خانه تجارت:** در کشورهای هدف صادراتی به جهت کمک به کاهش هزینه‌های مختلف صادرکنندگان و ایجاد ارتباط آسان بین تجار دو کشور، همچنین جمع‌آوری