

# برنامه‌های پیشنهادی انجمن خرمای استان کرمان برای

## توسعه صنعت خرمای شرق

### استان کرمان (بم، ریگان، نرماشیر و فهرج)

#### < محسن رشیدفرخی

عضو هیئت‌رئیس اتاق کرمان و رئیس  
انجمن ملی خرمای ایران و کرمان



#### < مقداد تکلوزاده

دبیر کمیسیون کشاورزی اتاق کرمان  
و دبیر انجمن خرمای استان کرمان



(رطب و خرمای مضافتی) را درجه‌بندی و بسته‌بندی می‌نمایند هم‌چنین تعداد دو واحد کارخانه صنعتی تولید فرآورده‌های خرما (شیره خرما) در سطح خوشه موجود است که تولید بسیار محدودی را دارا می‌باشند ولی با توجه به ۲۰ هزار تن ضایعات خرمای مضافتی قابلیت ایجاد دسته محصول فراوری با ایجاد ارزش‌افزوده مناسب از خرمای درجه ۴ وجود دارد. علاوه بر موارد بالا از شاخ و برگ بریده‌شده درخت خرما که بیش از ۲۰۰ هزار تن در سال می‌باشد می‌توان به‌عنوان مواد اولیه در تولید نئوپان و کود آلی و همچنین در صنایع دستی استفاده نمود.

#### تحلیل زنجیره ارزش کسب‌وکار خرمای بم (سال ۱۳۹۶)

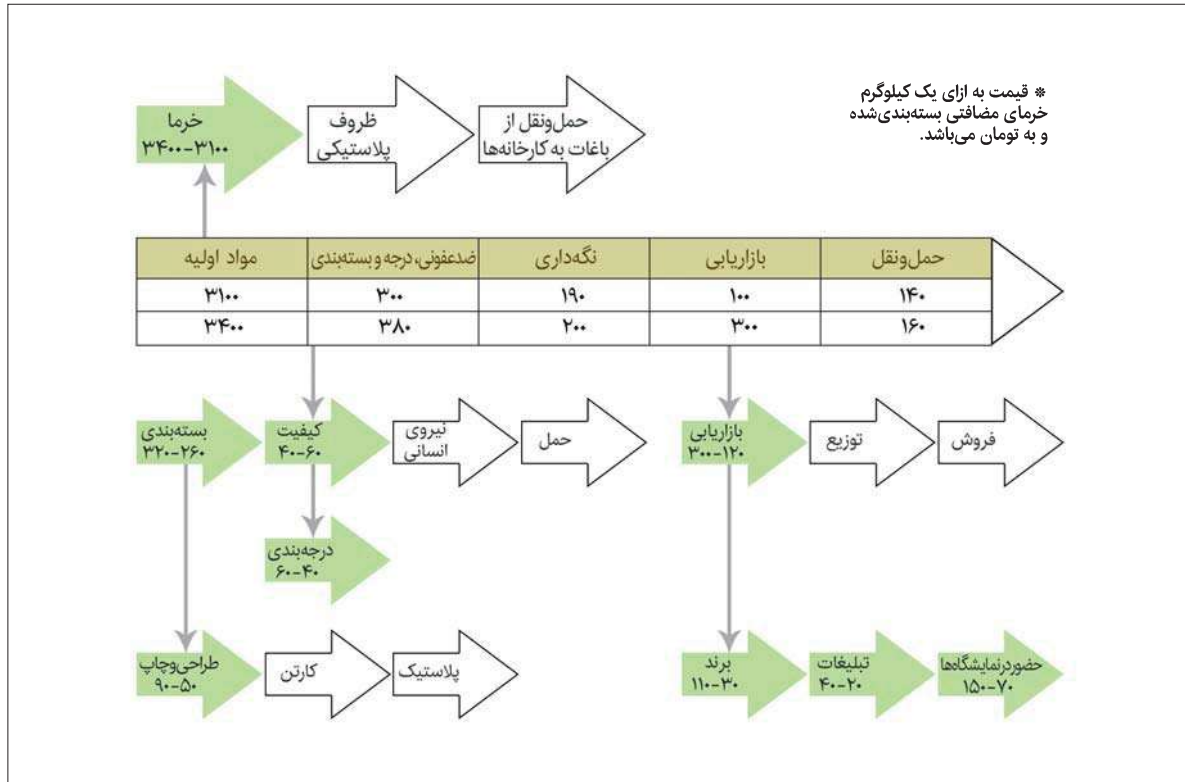
##### خرمای مصرف داخلی:

برای تحلیل زنجیره ارزش واحدهای صنعتی خوشه صنعتی خرمای بم، هزینه‌های یک واحد را مورد آنالیز درصد قرار می‌دهیم و سپس در بازارهای داخلی، خوشه صنعتی خرمای بم (عدد اول) را با واحد نمونه فعال خوشه (عدد دوم) مقایسه می‌کنیم تا نقاط فشار و نقاط ورود مناسب برای مداخله جهت توسعه و بهبود زنجیره ارزش مشخص شود.

خرمای بم با توجه به سطح زیر کشت بالا و مزیت نسبی مناسب جهت تازه خوری مهر و موم‌هاست که مورد توجه بازارهای هدف قرار گرفته است، اما به دلیل عدم وجود تنوع کیفیت و اوزان بسته‌بندی و درجه‌بندی به جایگاه واقعی خود دست نیافته است، همچنین وجود رقابت منفی باعث کاهش ارزش‌افزوده محصول گردیده است به‌نحوی که بیشتر سود نصیب فروشندگان نهایی گردیده است.

با توجه به مصرف خرما در مناسبت‌های مذهبی همواره دارای بازار داخلی و خارجی در بسیاری از کشورهای مسلمان می‌باشد که این مسئله همواره فرصت تولید را به وجود می‌آورد و با این‌حال واحدهای فعال سطح خوشه هزینه و برنامه‌ریزی مناسبی را جهت بازاریابی و فروش دارا نمی‌باشند، به همین دلیل دارای بازارهای محدودی بوده و در مقابل توان چانه‌زنی خریداران باوجود تولید محدود خرمای مضافتی در شهرستان بم و حومه بسیار بالا می‌باشد و بعضاً سوء استفاده‌هایی نیز صورت پذیرفته است که در نهایت باعث کاهش ارزش‌افزوده محصول و کاهش ارزش صادرات برای فعالان اصلی گردیده است.

در شهرستان‌های شرق استان کرمان (بم، ریگان، نرماشیر و فهرج) در مجموع بیش از ۱۹۰ واحد نگهداری و بسته‌بندی خرما وجود دارد که تولید بیش از ۱۵۰ هزار تن خرمای منطقه



جدول ۱: مقایسه هزینه‌های خوشه با واحد نمونه در خوشه، در بازارهای داخلی (قیمت به تومان در سال ۱۳۹۶)

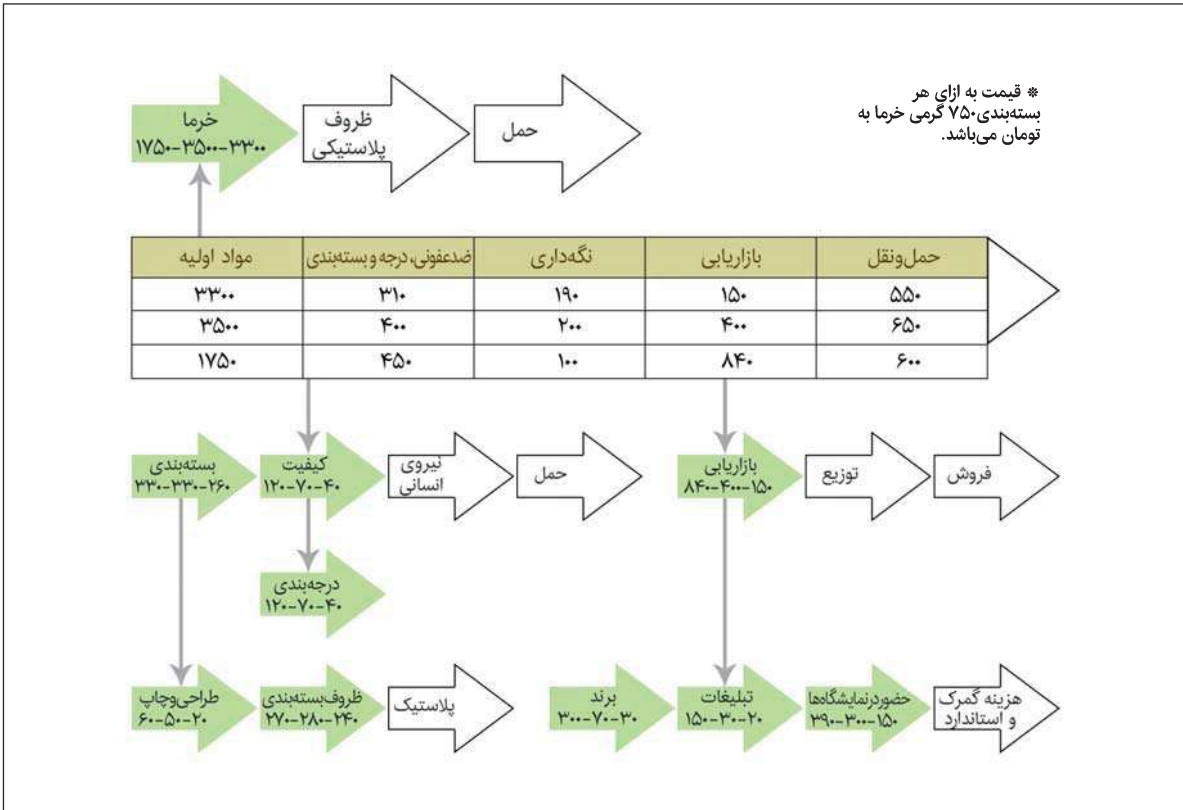
محصول	صنعت	مواد اولیه	درجه و بسته‌بندی	نگهداری	بازاریابی	حامل و نقل	قیمت تمام شده	فروش	سودآوری	درصد سود
یک کیلوگرم	خوشه بم	۳۱۰۰	۳۰۰	۱۹۰	۱۰۰	۱۴۰	۳۸۳۰	۴۵۰۰	۶۷۰	۱۴٪
		۰/۶۸۸	۰/۰۶۶	۰/۰۴۲	۰/۰۲۲	۰/۰۳۱	---	---		
	واحد نمونه	۳۴۰۰	۳۸۰	۲۰۰	۳۰۰	۱۶۰	۴۴۴۰	۵۸۰۰	۱۳۶۰	۲۳/۴٪
		۰/۶۵۵	۰/۰۶۵	۰/۰۳۴	۰/۰۵۱	۰/۰۲۴	---	---		



### خرمای صادراتی

در بازار صادراتی، هزینه‌های خوشه (عدد اول)، واحد نمونه (عدد دوم) و کشور تونس به‌عنوان کشور موفق (عدد سوم) را با هم مقایسه می‌کنیم.

نمودار ۱- تحلیل تطبیقی زنجیره ارزش خرمای خوشه با واحد نمونه، برای بازار داخلی



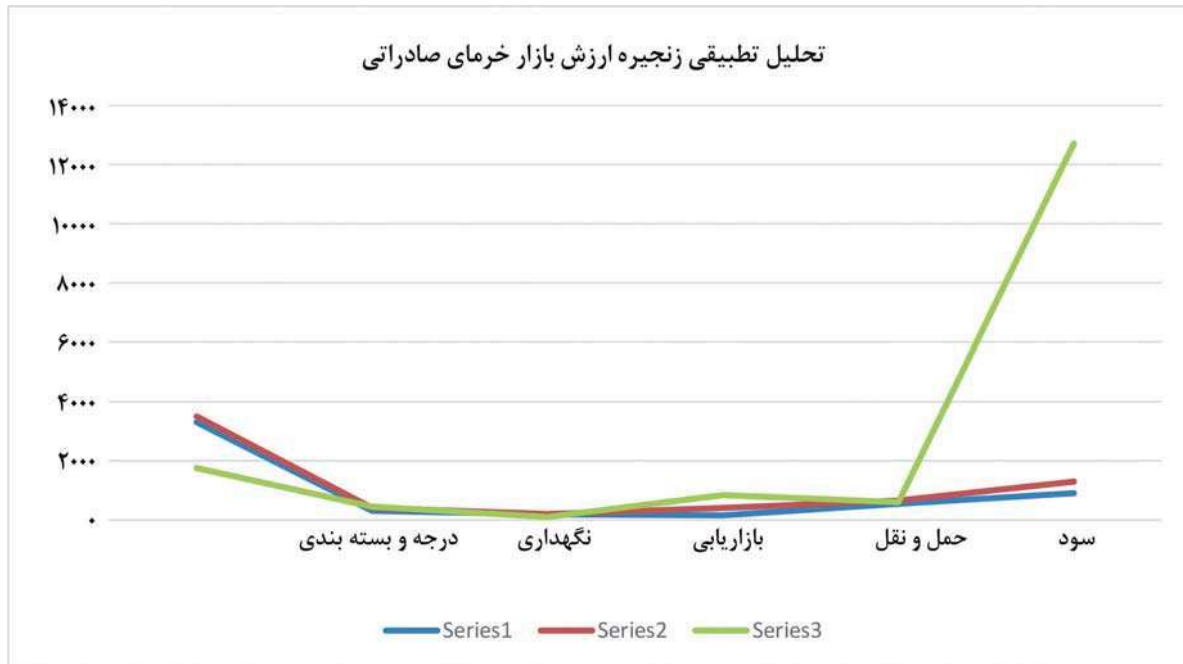
جدول ۲: مقایسه هزینه‌های خوشه با واحد فعال در خوشه و تونس در بازارهای صادراتی / (قیمت به تومان در سال ۱۳۹۶ است)

محصول	صنعت	مواد اولیه	درجه‌بندی و بسته‌بندی	نگهداری	بازاریابی	حمل و نقل	قیمت تمام‌شده	قیمت فروش	سود	درصد سود
یک کیلوگرم	خوشه	۳۳۰۰	۳۱۰	۱۹۰	۱۵۰	۵۵۰	۴۵۰۰	۵۴۰۰	۹۰۰	%۱۶/۶
		۰/۶۱	۰/۰۶	۰/۰۳۵	۰/۰۲۵	۰/۱	---	---		
یک کیلوگرم	نمونه	۳۵۰۰	۴۰۰	۲۰۰	۴۰۰	۶۵۰	۵۱۵۰	۶۴۵۰	۱۳۰۰	%۲۰/۱
		۰/۵۴	۰/۰۶	۰/۰۳۵	۰/۰۶۵	۰/۱	---	---		
یک کیلوگرم	تونس	۱۷۵۰	۴۵۰	۱۰۰	۸۴۰	۶۰۰	۲۲۹۰	۱۵۰۰۰	۱۲۷۱۰	%۸۵
		۰/۰۲	۰/۰۳	۰/۰۰۶	۰/۰۵۶	۰/۰۴	---	---		

۴- اعطای بیش‌ازحد نیاز جواز تأسیس سردخانه نگهداری خرما که باعث فعالیت این واحدها با ۶۰-۵۰ درصد ظرفیت آنها گردیده است،  
 ۵- ناکارآمدی تعاونی‌های روستایی موجود به علت اختلاف سلیقه‌ها و منفعت طلبی برخی از اعضا،  
 ۶- ناکارآمدی کانال‌های توزیع و وجود واسطه‌ها و دلال‌ها بین تولیدکنندگان و مصرف‌کنندگان،  
 ۷- مشکلات ناشی از کمبود نقدینگی واحدهای بسته‌بندی خرما

#### چالش‌های صنعت خرمای بم بر اساس تحلیل تطبیقی زنجیره ارزش با واحد مرجع داخلی و تونس:

- ۱- خرده مالگی و نبود سازمان و تشکل مناسب برای مدیریت تولید و قیمت تمام‌شده،
- ۲- کمبود آب و افت آبدهی قنوات که منبع اصلی آبیاری باغات خرمای بم هستند،
- ۳- کمبود بازاریابی منسجم و هدفمند و جریان اطلاعات به باغداران و واحدهای بسته‌بندی،



نمودار ۲- تحلیل تطبیقی زنجیره ارزش خرماهای صادراتی با واحد نمونه خوشه و تونس به عنوان کشور پیشرو

هزینه‌ها.

استراتژی توسعه صنعت خرما می‌باشد:

با در نظر گرفتن تحلیل زنجیره ارزش و جدول SWOT و نقطه‌های فشار خوشه استراتژی‌های ذیل پیشنهاد می‌گردد:

### توسعه بازار با تأکید بر مدیریت یکپارچه و ساماندهی کیفیت و قیمت تمام‌شده محصول

برنامه‌های پیشنهادی انجمن خرما استان کرمان برای توسعه صنعت خرما می‌باشد به همراه مجریان هر برنامه با توجه به تحلیل تطبیقی زنجیره ارزش:

#### کوتاه‌مدت (یک‌ساله)

- ۱- ایجاد گروه‌های تجاری - صادراتی در سطح استان کرمان (اتاق بازرگانی- انجمن خرما استان کرمان)
- ۲- ایجاد شرکت‌های خدمات کشاورزی در سطح استان (اتاق بازرگانی- انجمن خرما استان کرمان)
- ۳- برگزاری تورهای صنعتی در راستای حضور هیئت‌های تجاری در نمایشگاه‌های بین‌المللی (اتاق بازرگانی- انجمن خرما استان کرمان)

در فصل برداشت برای تأمین مالی باغداران و خرید وسایل اولیه جهت تأمین بهداشت محصول (ضرورت تأمین سرمایه در گردش جهت تجهیز بهداشتی واحدها و کارگاه‌ها)،

۸- درجه‌بندی و بسته‌بندی غیربهداشتی و غیراصولی خرما که به کاهش کیفیت و ارزش خرما منجر می‌شود،

۹- عدم الزام قانونی به رعایت دستورالعمل بهداشت مواد غذایی برای محصول خرما (ضرورت الزام ۵ مرحله‌ای)،

۱۰- عدم دسترسی به تکنولوژی روز در فرایند تولید و بسته‌بندی و نیز کمبود صنایع جنبی اعم از صنایع دستی و تبدیلی با توجه به حجم بالای ضایعات خرما و شاخ و برگ آن،

۱۱- آفت رو به گسترش زنجیره در سطح خوشه که در نهایت موجبات کاهش کمی و کیفی محصول را منجر خواهد شد و استفاده از سموم شیمیایی جهت دفع آفات و در نتیجه غیر ارگانیک شدن بیشتر محصول تولیدی خوشه و ناکارآمدی مرکز تحقیقات کشاورزی در سطح خوشه جهت شناسایی آفات و روش مقابله با آن‌ها به دلیل کمبود منابع مالی و تجهیزات آزمایشگاهی،

۱۲- حمایت‌های پراکنده، سازمان نیافته و غیر هدفمند دولت که برنامه خاصی را دنبال نمی‌کند و دخالت سازمان تعاون روستایی و بعضی ارگان‌های دولتی در امر قیمت‌گذاری که موجب اختلال در بازار و در نهایت ضرر به تولیدکنندگان به‌ویژه خرده‌مالکان می‌شود. مهم‌ترین نقاط فشار صنعت خرما می‌باشد:

۱- کمبود ارتباط با بازارهای هدف و عدم الزام به رعایت تقاضای آن‌ها،

۲- قیمت تمام‌شده بالا به دلیل خرده مالکی و غیراقتصادی بودن ابعاد باغات، افزایش قیمت نهاده‌های تولید و عدم مدیریت

#### کوتاه‌مدت (یک‌ساله)

- ۱- حمایت‌های مادی و معنوی در توسعه این گروه‌ها (شرکت شهرک‌های صنعتی استان کرمان و سازمان توسعه تجارت)
- ۲- حمایت‌های مادی و معنوی توسعه این شرکت‌ها (سازمان جهاد کشاورزی استان کرمان)
- ۳- فعال‌سازی مرکز تحقیقات خرما در شهرستان بم (سازمان جهاد کشاورزی کرمان)
- ۴- افزایش نظارت و آموزش جهت ارتقاء سطح بهداشتی واحدهای بسته‌بندی و نگهداری خرما (دانشگاه علوم پزشکی)

- کشورهای هدف (بازارهای جدید) با نظارت اتاق بازرگانی و انجمن خرما (شرکت شهرک‌های صنعتی استان کرمان و سازمان صنعت معدن تجارت)
- ۳- اصلاح روش‌های حمایت مادی و معنوی در راستای حضور هیئت‌های تجاری و اخذ غرفه در نمایشگاه‌های صنایع غذایی معتبر با نظارت انجمن خرما (شرکت شهرک‌های صنعتی استان کرمان و سازمان صنعت معدن تجارت)
- ۴- اعطای وام کم‌بهره و طولانی به تجار جهت خرید خرما با نظارت انجمن خرمای استان کرمان (بانک‌های عامل و استانداری)
- ۵- حمایت از توسعه مکانیزاسیون در هرس، برداشت، گرده‌افشانی و استفاده از پوشش خوشه خرما (کاهش قیمت تمام‌شده محصول) (سازمان جهاد کشاورزی)
- ۶- اعمال نظارت اداره استاندارد بر واحدهای سردخانه و بسته‌بندی خرمای بم (اداره استاندارد)
- ۷- اعطای تسهیلات کم‌بهره و طولانی مدت جهت تجهیز و ارتقای شرایط بهداشتی واحدهای سردخانه‌ای موجود (بانک‌های عامل - سازمان جهاد کشاورزی)

#### میان‌مدت (یک تا سه ساله)

- ۱- انجام مطالعات در زمینه تهیه نقشه راه خرمای استان کرمان (اتاق بازرگانی - انجمن خرمای استان کرمان)
- ۲- انجام آموزش‌های موردنیاز بخش خصوصی در سطح منطقه (اتاق بازرگانی- انجمن خرمای استان کرمان)
- ۳- تهیه بروشورهای اصلاح مسائل بهداشتی و ارتقاء کیفیت کالا (اتاق بازرگانی- انجمن خرمای استان کرمان)
- ۴- ایجاد شرکت‌های سهامی و انجام فعالیت‌های مشترک جهت جلوگیری از خرد شدن باغات (اتاق بازرگانی- انجمن خرمای استان کرمان)

#### بلندمدت (سه تا ده ساله)

- ۱- پس از تهیه نقشه راه توسعه کیفی و ایجاد ارزش افزوده خرمای استان کرمان (در ۴ بخش تولید، درجه‌بندی و بسته‌بندی، فرآوری و بازاریابی)، پیشنهادها دقیق و طولانی مدت کارشناسی ارائه می‌گردد.

#### میان‌مدت (یک تا سه ساله)

- ۱- انجام تبلیغات جهت معرفی ارزش غذایی خرما در بازارهای داخلی در راستای افزایش سرانه مصرف خرما (استانداری - سازمان جهاد کشاورزی - دانشگاه علوم پزشکی - سازمان صداوسیما - شرکت شهرک‌های صنعتی استان کرمان)
- ۲- اصلاح روش‌های پرداخت هزینه مطالعات بازار در

#### بلندمدت (سه تا ده ساله)

- ۱- پس از تهیه نقشه راه توسعه کیفی و ایجاد ارزش افزوده خرمای استان کرمان (در ۴ بخش تولید، درجه‌بندی و بسته‌بندی، فرآوری و بازاریابی)، پیشنهادها دقیق و طولانی مدت کارشناسی ارائه می‌گردد. ●