



بررسی چشم انداز خرما

در استان کرمان،
ایران و جهان



ارزش صادراتی خرمای ایران در سال های گذشته همواره در جایگاه اول تا سوم جهان قرار داشته است. نکته قابل توجه در این رده بندی، رشد و ارتقاء جایگاه کشورهای هم مانند امارات، عربستان سعودی، رژیم اشغالگر و حتی تونس است. البته نکته مهمی که نباید از نظر دور داشت این است که در سال ۲۰۲۰، خرمای صادراتی ایران از نظر وزنی در رتبه دوم بعد از عربستان قرار داشت.

/// بررسی چشم انداز خرما در استان کرمان، ایران و جهان

محصول خرما پنجمین محصول باغی کشور می باشد. کل تولید محصولات باغی ۲۵/۶ میلیون تن در سال ۱۴۰۲ و سهم خرما ۶/۷۶ درصد می باشد که در سال ۱۴۰۲ استان کرمان با ۱۳/۳۹ درصد باغات کشور در سطح بارور رتبه اول کشور را داشته است. استان فارس و خراسان رضوی رتبه دوم و سوم کشور را در تولید محصولات باغی دارند. از ۱/۷ میلیون تن تولید خرمای ایران؛ استان فارس ۲۱/۳ درصد، خوزستان ۱۸/۲۸ درصد، سیستان و بلوچستان ۱۶/۷ درصد، کرمان ۱۴/۱۷ درصد و بوشهر ۱۰/۷۲ درصد رتبه اول تا پنجم کشور را از لحاظ تولید

خرما دارند. این پنج استان ۸۱/۱۷ درصد کل محصول خرمای ایران را تولید می کنند. ارزش اقتصادی محصول خرما در استان به احتساب هر تن ۱۰۰۰ دلار حدود ۲۵۰ میلیون دلار برآورد می شود که قابل توجه است.

چشم انداز تولید خرما

بنا بر آمار منتشر شده فائو FA*، میزان تولید خرما در جهان طی سال های گذشته دارای روند افزایشی بوده است؛ به گونه ای که این رقم در سال ۲۰۲۵ به رقمی حدود ۱۰ میلیون تن رسیده است. سهم کشور ایران از این میزان تولید حدود ۴۰ درصد است. نمودار شماره (۱).



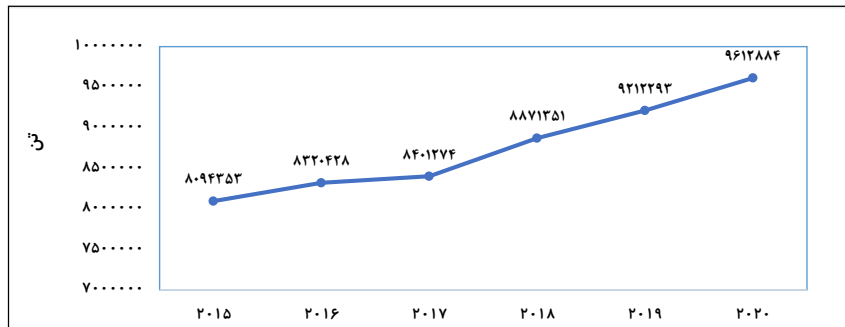
دکتر علیرضا شکیبایی

عضو هیئت علمی گروه اقتصاد دانشگاه شهید باهنر کرمان

می‌دهد که ارزش صادرات خرما در جهان، طی سال‌های اخیر تقریباً روند صعودی داشته است؛ به طوری که ارزش صادرات این محصول از رقم ۱/۴۵ میلیارد دلار در سال ۲۰۱۶ به عدد ۲/۱۷ میلیارد دلار در سال ۲۰۲۰ رسیده است، نمودار شماره (۲). از طرفی بررسی این آمار در نمودار شماره (۳) نشان می‌دهد که وزن کل خرماهای صادر شده در بین سال‌های ۲۰۱۶ تا ۲۰۲۰ تقریباً رقمی ثابت است. این واقعیت می‌تواند بیان‌کننده دو نکته باشد؛ از طرفی بیانگر تلاش کشورها برای ایجاد ارزش افزوده بیشتر در محصولات صادراتی است و از سوی دیگر تأکیدی بر این نکته است که نیاز بازار جهانی خرما تقریباً رقم ثابتی حدود ۱/۵ تا ۱/۷ میلیون تن است. نمودار شماره (۴) کشورهای برتر و مهم صادرکننده خرما را برحسب ارزش صادرات در سال ۲۰۲۰ نشان می‌دهد. طبق اطلاعات این نمودار رتبه نخست برترین صادرکننده خرما به کشور تونس اختصاص دارد و بعد از آن کشورهای ایران، رژیم اشغالگر (اسرائیل)، عربستان و امارات به ترتیب در رتبه‌های دوم تا پنجم قرار دارند. ارزش صادراتی خرمای ایران در سال‌های گذشته همواره در جایگاه اول تا سوم جهان قرار داشته است. نکته قابل توجه در این رده‌بندی، رشد و ارتقاء جایگاه کشورهای همانند امارات، عربستان سعودی، رژیم اشغالگر و حتی تونس است. البته نکته مهمی که نباید از نظر دور داشت این است که در سال ۲۰۲۰، خرمای صادراتی ایران از نظر وزنی در رتبه دوم بعد از عربستان قرار داشت، نمودار شماره (۵).

۲- قیمت

مقایسه متوسط قیمت هر تن خرمای صادراتی ایران با متوسط قیمت جهانی و کشورهای عمده صادرکننده در نمودار شماره (۶) نشان می‌دهد که قیمت هر تن خرمای صادراتی به ترتیب در هلند، آمریکا، رژیم اشغالگر اسرائیل، فرانسه و تونس بیشتر از بقیه کشورها است. در این رتبه‌بندی، ارزش خرمای صادراتی چهار کشور امارات، ایران، پاکستان و عراق نیز کمتر از یک دلار در هر کیلو است.



نمودار شماره (۱) چشم‌انداز و روند تولید خرما در جهان (مأخذ: فائو، ۲۰۲۵)

چشم‌انداز بازار خرما

۱- بررسی تجارت جهانی خرما

الف) وضعیت صادرات و واردات خرما در جهان
آمار مرکز تجارت بین‌الملل (ITC) نشان

بنا بر گزارش فائو در سال ۲۰۲۰، کشورهای مصر، عربستان سعودی و ایران سه کشور برتر تولیدکننده خرما در جهان بودند، جدول شماره (۱).

جدول شماره (۱) کشورهای مهم تولیدکننده خرما ۲۰۲۰ (مأخذ: فائو، ۲۰۲۰)

کشور	تولید (میلیون تن)	سطح زیر کشت (هکتار)	عملکرد (تن در هکتار)
مصر	۱/۶۹	۵۰۸۳۴	۳۳/۲۶
عربستان سعودی	۱/۵۴	۱۵۲۷۰۵	۱۰/۱
ایران	۱/۲۸	۱۵۴۱۴۵	۸/۳
الجزایر	۱/۱۵	۱۷۰۰۸۲	۶/۷
عراق	۰/۷۴	۴۳۸۱۹۱	۳
پاکستان	۰/۵۴	۱۰۴۸۳۶	۵/۱
سودان	۰/۴۷	۳۷۰۰۰	۱۱/۸۸
عمان	۰/۳۷	۲۵۶۳۰	۱۴/۹۷
امارات متحده عربی	۰/۳۳	۳۸۴۲۲	۹/۵
تونس	۰/۳۳	۷۲۲۰۵	۴/۶
لیبی	۰/۱۸	۳۲۸۶۸	۵/۴
چین	۰/۱۶	۱۲۴۰۰	۱۲/۷
جهان	۹/۴۵	۱۲۳۵۶۰۱	۷/۶

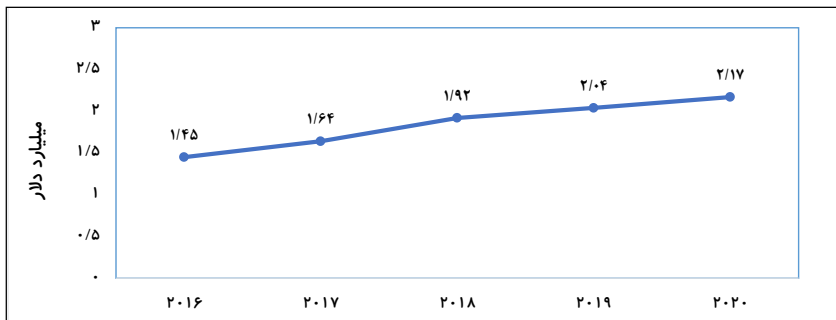
۳- تحلیل روندها و چشم‌انداز

در رویکرد صادراتی، تفاوت‌های قابل توجهی در نوع محصول و بازار هدف میان این کشورها دیده می‌شود. در جدول شماره (۲)، خلاصه‌ای از مشخصات و ویژگی‌های مهم کشورهای برتر صادرکننده خرما ارائه شده است.

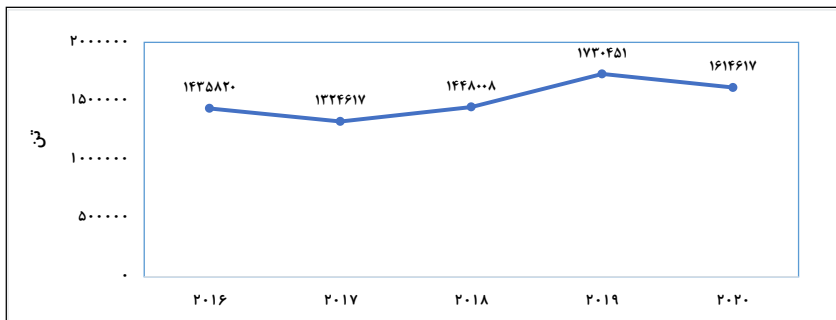
مصر و ایران با وجود رقابت نزدیک، رویکرد متفاوتی دارند؛ مصر بر تولید انبوه با قیمت پایین تمرکز کرده، درحالی‌که ایران در بازار خرما با کیفیت و تنوع بالا فعال است. عربستان و تونس دو قطب برندینگ و کیفیت بالا محسوب می‌شوند و موفق شده‌اند با تمرکز بر بازارهای لوکس غربی، قیمت بالاتری برای محصول خود دریافت کنند. امارات با استفاده از زیرساخت‌های صادرات مجدد، بدون تولید گسترده، جایگاه خود را به‌عنوان واسطه تجاری تثبیت کرده است. کشورهایی مانند سودان، عراق و پاکستان در حال طی مسیر رشد صادراتی هستند، اما هنوز نیاز به بهبود زیرساخت، بسته‌بندی و بازاریابی دارند. در مجموع، آینده بازار خرما وابسته به توان کشورهای در ارزش افزوده، استانداردسازی، توسعه برند و بهره‌گیری از توافق‌نامه‌های تجاری بین‌المللی خواهد بود.

شایان توجه است که امارات کشوری است که در زمینه صادرات مجدد خرما نیز بسیار فعال است؛ به عبارت بهتر کشورهایی همانند عراق و تا حدود خیلی کمی ایران، خرماهای خود را به این کشور صادر کرده و از آنجا مجدداً به سایر مقاصد و بازارهای هدف، بارگیری و ارسال می‌شود، همین مسئله ممکن است دلیلی برای پایین بودن قیمت خرماهای صادراتی آن کشور باشد، چرا که امارات قدم‌های بسیار ارزشمند و قابل توجهی در زمینه بسته‌بندی و ایجاد ارزش افزوده روی خرماهای بومی خود برداشته است.

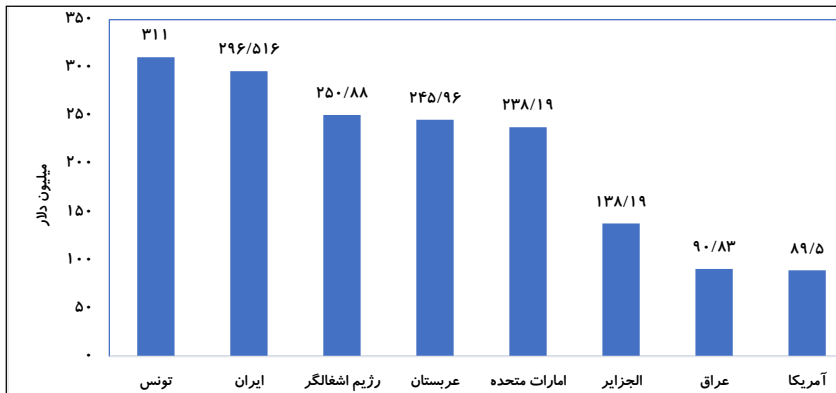
آمار مرکز تجارت بین‌الملل نشان می‌دهد که «صادرات مجدد» کشور امارات در سال ۲۰۱۹ رقمی معادل ۳۴ میلیون دلار بود که عمدتاً به کشورهای نظیر هندوستان، بنگلادش، کانادا، مراکش، سنگال و غیره ارسال شد. عمده‌ترین صادرکنندگان خرما به امارات در سال ۲۰۲۰، به



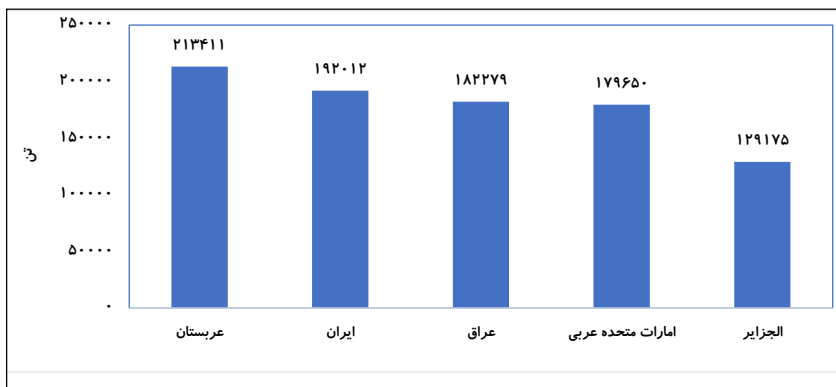
نمودار شماره (۲) روند جهانی صادرات خرما برحسب ارزش صادرات (مأخذ: مرکز تجارت بین‌الملل، ۲۰۲۰)



نمودار شماره (۳) روند جهانی صادرات خرما از نظر وزن (مأخذ: مرکز تجارت بین‌الملل، ۲۰۲۰)

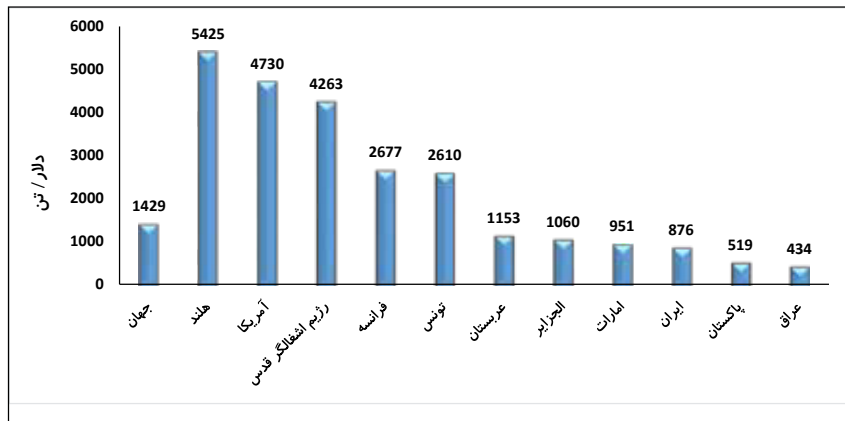


نمودار شماره (۴) کشورهای برتر صادرکننده خرما در سال ۲۰۲۰ از نظر ارزش صادرات (مأخذ: مرکز تجارت بین‌الملل، ۲۰۲۰)



نمودار شماره (۵) پنج کشور برتر صادرکننده خرما از نظر وزنی در سال ۲۰۲۰ (مأخذ: مرکز تجارت بین‌الملل، ۲۰۲۰)

ترتیب عربستان سعودی با سهم ۵۷/۶ درصد، پاکستان با سهم ۴۳/۴ درصد و اردن با سهم چهار درصد می‌باشند. این در حالی است که در سال ۲۰۱۹، عراق و عربستان به همراه پاکستان و ایران اصلی‌ترین صادرکنندگان خرما به امارات بودند. سهم ایران در آن زمان کمتر از دو درصد بود. از نظر واردات خرما، بنا بر آمار منتشره مرکز تجارت بین‌الملل (ITC)، در سال ۲۰۲۰، ۱۸۵ کشور جهان واردکننده خرما بودند که هند، امارات، مراکش، نیجر و اندونزی به ترتیب پنج کشور اصلی‌ترین واردکنندگان خرما به شمار می‌آمدند، نمودار شماره (۷).



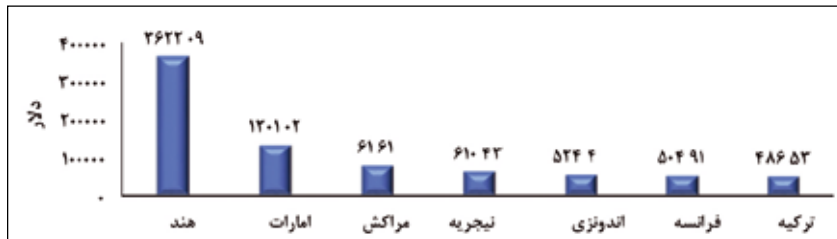
نمودار شماره (۶) متوسط قیمت هر تن خرمای صادراتی در کشورهای صادرکننده در ۲۰۲۰ (مأخذ: مرکز تجارت بین‌الملل ۲۰۲۰)

جدول شماره (۲) مشخصات و ویژگی‌های مهم کشورهای برتر صادرکننده خرما

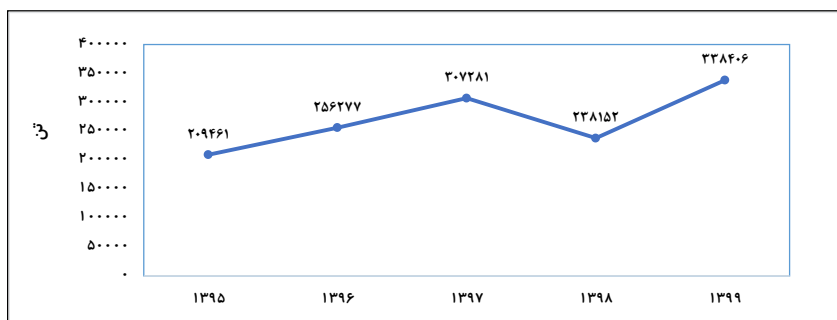
ردیف	کشور	میانگین صادرات سالانه (تن)	نوع ارقام برجسته	بازارهای هدف اصلی	مزیت رقابتی اصلی
۱	مصر	حدود ۳۰۰,۰۰۰	سیوی، زاهدی، سمیری	مالزی، ترکیه، اندونزی، هند	تولید انبوه + قیمت پایین
۲	ایران	حدود ۲۵۰,۰۰۰	مضافتی، پیارم، زاهدی	هند، مالزی، روسیه، امارات	تنوع رقم + کیفیت ممتاز
۳	عربستان سعودی	حدود ۱۵۰,۰۰۰	عجوه، صفوی، برنی	آمریکا، انگلستان، اندونزی	برندینگ قوی + بسته‌بندی صنعتی
۴	تونس	حدود ۱۲۰,۰۰۰	دگلگ نور	فرانسه، آلمان، کانادا	تخصص در یک رقم لوکس
۵	امارات متحده عربی	حدود ۱۰۰,۰۰۰ (صادرات مجدد)	-	آسیا، اروپا	لجستیک قوی + صادرات مجدد
۶	پاکستان	حدود ۹۰,۰۰۰	بیگان، اصیل، کبکاب	هند، بنگلادش، مالزی	قیمت رقابتی + دسترسی به بازار آسیا
۷	الجزایر	حدود ۸۵,۰۰۰	دگلگ نور	فرانسه، اسپانیا، عربستان	کیفیت نزدیک به تونس + بازار سنتی اروپا
۸	عراق	حدود ۷۰,۰۰۰	زاهدی، خضراوی	ایران، ترکیه، اردن	سابقه تاریخی + صادرات منطقه‌ای
۹	عمان	حدود ۵۰,۰۰۰	خلاص، خنبیزی	قطر، کویت، هند	کیفیت بالا + بازار هدف مشخص
۱۰	سودان	حدود ۴۵,۰۰۰	برنی، ابریمی	عربستان، مصر، اروپا	منابع گسترده + هزینه تولید پایین



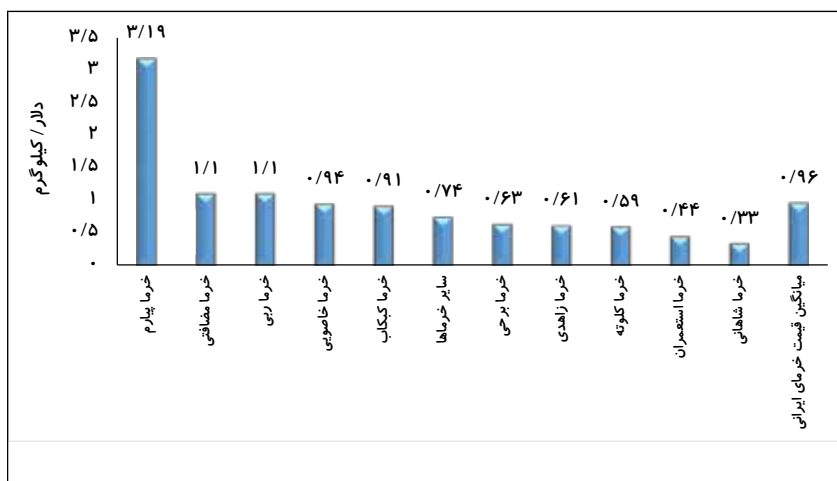
آمار مرکز تجارت بین‌الملل نشان می‌دهد که «صادرات مجدد» کشور امارات در سال ۲۰۱۹ رقمی معادل ۳۴ میلیون دلار بود که عمدتاً به کشورهای نظیر هندوستان، بنگلادش، کانادا، مراکش، سنگال و غیره ارسال شد. عمده‌ترین صادرکنندگان خرما به امارات در سال ۲۰۲۰، به ترتیب عربستان سعودی با سهم ۵۷/۶ درصد، پاکستان با سهم ۴۳/۴ درصد و اردن با سهم چهار درصد می‌باشند. این در حالی است که در سال ۲۰۱۹، عراق و عربستان به همراه پاکستان و ایران اصلی‌ترین صادرکنندگان خرما به امارات بودند. سهم ایران در آن زمان کمتر از دو درصد بود.



نمودار شماره (۷) کشورهای عمده واردکننده خرما-۲۰۲۰ (مأخذ: مرکز تجارت بین‌الملل، ۲۰۲۰)



نمودار شماره (۸) روند صادرات خرمای ایران از نظر وزنی (مأخذ: گمرک جمهوری اسلامی ایران، ۱۳۹۹)



نمودار شماره (۹) ارزش هر کیلوگرم خرمای صادراتی ایران (مأخذ: گمرک جمهوری اسلامی ایران، ۱۳۹۹)

یکی از مهم‌ترین حلقه‌های زنجیره ارزش خرما، فروش محصول در بازارهای بین‌المللی یا صادراتی است. همان‌طور که آمار نشان

ایرانی کاهش پیدا کرده است. از طرفی صادرات این محصول نیز ممکن است در افزایش قیمت و کاهش مصرف تأثیرگذار بوده باشد.

ب) وضعیت صادرات خرما در ایران

در این بخش، برای بررسی بازار صادراتی خرمای ایران از آمار ارائه شده گمرک ایران استفاده شده است. بر اساس نمودار شماره (۸) بررسی این آمار نشان می‌دهد که صادرات خرمای ایران از سال ۱۳۹۵ تا ۱۳۹۹ از نظر وزنی از یک روند صعودی برخوردار بوده و طی سال‌های مذکور ۱۲۸/۹ هزار تن افزایش داشته است.

متوسط ارزش انواع خرماهای صادراتی ایران در سال ۱۳۹۹ در نمودار شماره (۹) نشان داده شده است. همان‌طور که مشخص است متوسط ارزش انواع خرماهای ایرانی کمتر از یک دلار به ازای هر کیلوگرم است. با ارزش‌ترین خرمای صادر شده ایران خرمای پیارم است که ارزش هر کیلوگرم آن بالغ بر سه دلار است. خرماهای مضافتی، ربی، خاصویی و کبکاب در رتبه‌های بعدی قرار دارند. کمترین ارزش خرماهای صادراتی ایران به دو خرمای استعمران و شاهانی اختصاص دارد. نمودار شماره (۹).

۲- بررسی مصرف خرما در ایران

اطلاعات حاصل از «طرح هزینه و درآمد خانوار» مرکز آمار ایران در خصوص مقدار مصرف خرما، نشان می‌دهد که مصرف انواع خرماها (خشک و تازه) از سال ۱۳۹۵ تا سال ۱۳۹۸ از یک روند نزولی برخوردار بوده است به طوری که در مقایسه با سال ۱۳۹۵ این رقم در سال ۱۳۹۸ به نزدیک نصف رسیده است. اطلاعات «طرح شاخص قیمت کالاها و خدمات مصرفی» نشان می‌دهد قیمت خرما طی سال‌های مورد بررسی دارای سیر صعودی بوده است. افزایش قیمت این محصول بر مصرف خانوار تأثیر منفی گذاشته است به طوری که در سال ۱۳۹۸ مقدار مصرف سالیانه خرما در بین خانوارهای

اطلاعات «طرح شاخص قیمت کالاها و خدمات مصرفی» نشان می‌دهد قیمت خرما طی سال‌های مورد بررسی دارای سیر صعودی بوده است. افزایش قیمت این محصول بر مصرف خانوار تأثیر منفی گذاشته است به طوری که در سال ۱۳۹۸ مقدار مصرف سالانه خرما در بین خانوارهای ایرانی کاهش پیدا کرده است. از طرفی صادرات این محصول نیز ممکن است در افزایش قیمت و کاهش مصرف تأثیرگذار بوده باشد.



۷. عدم شناخت و برنامه‌ریزی برای بهبود حمل و نقل،
۸. تحقیقات ضعیف در حوزه بازار،
۹. ضعف در بسته‌بندی و کدینگ کالا،
۱۰. ضعف در تأسیس شرکت بین‌المللی (اقدام از طریق هم‌افزایی در تأمین مالی جمعی و اشتراکی - دفتر اداری مشترک - انبار مشترک و مشاورین مالی و حقوقی مشترک)،
۱۱. عدم آشنایی با سیاست‌های تنظیم بازار در کشورهای هدف - عدم آشنایی با سیاست‌های دفاعی کشورهای هدف با ارزان فروشی ایرانیان،
۱۲. کمبود نقدینگی،
۱۳. نبود تشکل یا اتحادیه حرفه‌ای،
۱۴. عدم وجود نخلستان‌های بزرگ،
۱۵. مشکل صدور گواهی سلامت و بهداشت محصول. III

در ترکیه به‌عنوان یک خرما ی ارزان شناخته می‌شود، این در حالی است که ویژگی‌های خرما ی دو کشور تفاوت چندانی با یکدیگر ندارند.

چالش‌های تولید و بازار خرما ی استان کرمان:

۱. ضعف فناوری فرآوری (شکاف فناوری زیاد)،
۲. ضعف استاندارد (نیاز به تدوین و آگاهی و چک‌لیست‌های گمرکی مورد نیاز استاندارد)،
۳. عدم وجود بانک اطلاعات (تولید و مصرف، صادرات و واردات بازیافت ذخیره تأمین مالی تجهیزات و فناوری)،
۴. مقیاس کوچک واحدهای اقتصادی و تعداد زیاد واحدهای سردخانه و فرآوری،
۵. عدم مطالعه بازار،
۶. نداشتن برند معتبر و ماندگار - عدم تولید محتوا برای تداوم برند،

می‌دهد، ارزش خرما ی صادراتی ایران، در مقایسه با رقبای منطقه‌ای، عملکرد قابل قبولی از خود برجای نگذاشته است؛ به طوری که بر اساس آمار مرکز تجارت بین‌الملل، قیمت هر کیلوگرم خرما ی ایران در بین ۱۰ کشور برتر صادرکننده خرما، با رقمی برابر ۰/۸۸ دلار، تنها از دو کشور پاکستان و عراق بالاتر بوده و با کشورهای برتر صادرکننده همانند آمریکا، هلند، تونس و فرانسه، اختلاف معناداری دارد، نمودار شماره (۶)؛ به‌عنوان مثال در بازار ترکیه، بررسی‌ها نشان می‌دهد که قیمت هر کیلوگرم انواع خرما های ایرانی در ترکیه بسیار کمتر از رقیب سنتی خود یعنی عربستان است. قیمت بهترین ارقام خرما ی صادراتی ایران به ترکیه کمتر از نصف قیمت خرما های صادراتی عربستان است. این وضعیت به‌گونه‌ای است که خرما ی ایران

