



جشن تولد

باتکیه بر طرفیت



جهش تولید با تکیه بر ظرفیت‌ها

سید محمد حسین راجی

Error! Bookmark not defined.....	رونق تولید صنعت آبمیوه و کنسانتره
4	اهمیت
10.....	صنعت آبمیوه و کنسانتره در ایران
10.....	گردش مالی جهانی
10.....	ظرفیت داخلی
11.....	مشکلات
12.....	پسته
13.....	اهمیت
13.....	حرکت دنیا به سمت تولید پسته
13.....	وضعیت ایران
14.....	صادرات ایران
14.....	ظرفیت ایران
14.....	مشکلات
16.....	تجهیزات پزشکی
17.....	تعریف
17.....	ظرفیت عظیم ایران
18.....	وضعیت فعلی
18.....	تجارت جهانی و سهم ایران
18.....	سخن آخر
20.....	خدمات فنی و مهندسی
21.....	تعریف
21.....	اهمیت
21.....	فرصت مغتنم برای ایران
22.....	چرا صادرات خدمات فنی و مهندسی

23.....	وضعیت فعلی
23.....	حوزه‌های صادرات خدمات فنی و مهندسی
23.....	ظرفیت
24.....	مشکل
25.....	خرما
26.....	ظرفیت متنوع
26.....	ضعف در بسته بندی و فرآوری
26.....	وضعیت جهانی
27.....	تجارت جهانی و سهم ایران
27.....	مشکلات
27.....	موانع و مشکلات توسعه صادرات خرماي ایران
28.....	راهکارها جهت توسعه صادرات خرماي ایران
29.....	رونق تولید شیرینی و شکلات سازی
30.....	ظرفیت
30.....	صادرات
31.....	مشکلات
32.....	رونق تولید صنعت شیللات
32.....	معرفی
32.....	ایران از نگاه آمارهای جهانی در صنعت شیللات
32.....	ظرفیت
33.....	تراز تجاری مثبت
33.....	اشتغال
35.....	رونق تولید در زمینه صنایع دستی
36.....	تعریف
36.....	ویژگی
37.....	ظرفیت

37.....	ظرفیت اشتغال
37.....	کمک به اشتغال زنان
37.....	مشکلات
37.....	صنعت دام، طیور و آبزیان
39.....	اهمیت روزافزون
39.....	ظرفیت
39.....	اشتغال
40.....	گردش مالی جهانی
41.....	کشورهای آسیایی، بزرگ ترین بازارهای مصرف
41.....	مشکلات
42.....	رونق تولید صنعت لبنیات
43.....	صنعت استراتژیک
43.....	اشتغال
43.....	ظرفیت
44.....	مشکلات
46.....	رونق تولید صنعت نساجی
47.....	مزیت های صنعت نساجی
47.....	اشتغال
47.....	گردش مالی جهانی
48.....	ظرفیت ها و گردش مالی داخلی
48.....	مشکلات
49.....	رونق تولید گازوئیل
50.....	اهمیت
50.....	وضعیت همسایه ها
50.....	کاهش مصرف داخلی
51.....	ظرفیت

52.....	گردشگری سلامت
53.....	تعریف
53.....	صنعت رقابتی
53.....	سهم ایران از بازار جهانی
54.....	منابع ارزشمند ایران
54.....	قابلیت‌های ایران
55.....	صلاحیت‌های متمایز ایران
55.....	مزیت‌های ویژه ایران
55.....	موانع
57.....	رونق تولید صنعت گل و گیاهان زینتی
58.....	ویژگی
58.....	ظرفیت
58.....	گردش مالی جهانی
59.....	صادرات
60.....	مشکلات اصلی
61.....	گیاهان دارویی
62.....	اهمیت
62.....	اقتصاد سریع‌الرشد
63.....	گیاهان دارویی در ایران
63.....	میزان تجارت جهانی و سهم ایران
64.....	مشکلات
65.....	حرف‌نهایی
66.....	مرکبات
67.....	ظرفیت عظیم در ایران
67.....	میزان تولید
67.....	صادرات

75.....	مشکلات و راه حل ها
76.....	آموزش
76.....	وجود دلالت ها
76.....	واردات
76.....	بسته بندی نامناسب
77.....	حمل و نقل
77.....	بازاریابی
69.....	رونق تولید صنایع غذایی
70.....	ویژگی
70.....	اشتغال
70.....	گردش مالی جهانی
70.....	درآمد حاصل از صادرات
71.....	مشکلات اصلی
72.....	رونق تولید صنعت میگو
73.....	ویژگی
73.....	اشتغال
74.....	ظرفیت

رونق تولید صنعت

آبمیوه و کنسانتره

اهمیت

صنعت آبمیوه و کنسانتره در ایران

در کشور ما عمر صنعت آبمیوه و کنسانتره بیش از 20 سال است ولی در همین مدت کوتاه نیز این صنعت به لحاظ کمی و کیفی از رشد قابل ملاحظه‌ای برخوردار بوده است به گونه‌ای که روزگاری ایران بزرگ‌ترین تولیدکننده و صادرکننده کنسانتره پرتقال در جهان بود اما متأسفانه وجود مشکلات جدی در بخش کشاورزی و باغداری کشور موجب شده که در حال حاضر میزان تولید و صادرات انواع آبمیوه و کنسانتره از کشور چندان دلگرم‌کننده نباشد. این در حالی است که ایران جزو ۵ کشور برتر تولیدکننده میوه در دنیا است و متقاضیان زیادی برای خرید میوه‌های باکیفیت و خوش طعم ایران وجود دارد اما متأسفانه تاکنون نتوانسته‌ایم از این مزیت در تولید کنسانتره و آبمیوه استفاده کافی را ببریم.

گردش مالی جهانی

صنعت آبمیوه در هر کشوری از صنایع اساسی در بخش غذایی به شمار می‌رود و این موضوع موجب شده تا بازار جهانی انواع آبمیوه و کنسانتره بسیار پررونق و گرم باشد. برزیل، هلند، بلژیک، آمریکا و آلمان بزرگ‌ترین صادرکنندگان آبمیوه و کنسانتره در جهان هستند که گردش مالی جهانی صادرات این محصول بیش از **14 میلیارد دلار** می‌باشد.

ظرفیت داخلی

در حال حاضر 10 تا 20 درصد صنعت آبمیوه کشور به واردات مواد اولیه متکی است و مابقی از داخل تأمین می‌شود و چنانچه ظرفیت‌های بخش کشاورزی در این زمینه فعال شود امکان رشد صنعت آبمیوه و تأمین میزان بیشتری از مواد اولیه از طریق تولیدکنندگان داخلی فراهم خواهد شد. ترکیه، عراق، افغانستان، پاکستان و روسیه کشورهای مقصد صادرات آبمیوه و کنسانتره ایران هستند، مقدار صادرات سالانه ایران بیش از **60 هزار تن** و به ارزش بیش از **72 میلیون دلار** می‌باشد. **اهمیت صنعت آبمیوه و کنسانتره در تحقق اقتصاد مقاومتی و نیز**

افزایش ارزش آوری برای کشور به اندازه‌ای مهم است که بدانیم صادرات یک بشکه کنسانتره انار برابر با فروش 15 بشکه نفت خام است. فروش هر بشکه کنسانتره آلبالو از کشور برابر با فروش 23/5 بشکه نفت در بازارهای جهانی است. به طور کلی ارزش صادرات ناشی از انواع کنسانتره در بازارهای جهانی بسیار بیشتر از فروش و صادرات نفت خام است.

مشکلات

گران شدن زمین در شمال کشور موجب شد تا بسیاری از کشاورزان با فروش و تغییر کاربری این زمین‌ها از کشاورزی- باغی به مسکونی- ویلایی عملاً موجب شوند تا بخش زیادی از کنسانتره پرتقال مورد نیاز در صنعت آبمیوه از خارج وارد شود. کاهش میزان تولید انواع میوه در کشور موجب رونق گرفتن سیستم دلالی در بخش عرضه و توزیع میوه‌های مخصوص صنعت آبمیوه شده است به گونه‌ای که واسطه‌ها با پیش خرید کردن انواع میوه از کشاورز و فروختن آن به کارخانجات تولید آبمیوه و کنسانتره به چند برابر قیمت واقعی زمینه گران شدن انواع آبمیوه در کشور را فراهم کرده‌اند. به گفته دبیر انجمن آبمیوه و کنسانتره سالانه حدود 12 هزار تن کنسانتره پرتقال در کشور مصرف می‌شود در حالی که تولید داخلی آن 3 تا 4 هزار تن است و چنانچه دولت با اعمال یک سری سیاست‌های حمایتی بتواند از کشاورز و نیز کارخانجات داخلی حمایت به عمل آورد قطعاً امکان تولید 12 هزار تن کنسانتره پرتقال در کشور وجود خواهد داشت.

در سال، حدود 140 هزار تن آبمیوه در کشور تولید می‌شود که 60 هزار تن مصرف داخلی است. متأسفانه این مقدار به دلیل قاچاق افسارگسیخته در حال کاهش است و بیش از 30 برند خارجی به ایران قاچاق می‌شود. عدم خلاقیت و نیازسنجی، عدم مدرنیزه کردن کشاورزی، بالا بودن قیمت تمام شده محصولات ایرانی در قیاس با محصولات مشابه خارجی، افزایش قیمت مواد اولیه و همچنین بالا رفتن هزینه‌های حمل و نقل از دیگر مشکلات پیش روی این صنعت مهم می‌باشد.

پستہ

اهمیت

پسته از جمله مهم‌ترین محصولات صادراتی بخش کشاورزی ایران به شمار می‌آید. پسته به دلیل ایجاد ارزش افزوده در اقتصاد کشور به عنوان یک محصول صادراتی بسیار با اهمیت بوده و به همین دلیل مورد توجه بازرگانان، تجار و سرمایه‌گذاران زیادی می‌باشد. حدود 80 درصد پسته تولیدی کشور صادر می‌گردد و مابقی آن مصرف کشوری می‌باشد.

حرکت دنیا به سمت تولید پسته

در سال جاری بر اساس گزارشات با عرضه محصول پسته در دنیا مواجه می‌باشیم به گونه‌ای که 400 هزار تن تولید پسته آمریکا در سال جاری می‌باشد که 3 برابر تولید ایران است. کشورهای استرالیا، ترکیه، اسپانیا و حتی برخی از کشورهای اروپا به توسعه سطح زیرکشت پسته پرداخته‌اند، بنابراین باغداران و صادرکنندگان پسته به این موضوع باید توجه نمایند که با تولید انبوه مواجه و رقابت‌ها بسیار شدید می‌باشند.

وضعیت ایران

ایران در تولید و صادرات پسته در جهان مقام دوم را دارد و این درحالی است که سال‌های گذشته ایران مقام اول را به خود اختصاص داده بود، اما آمریکا با افزایش تولید و تجهیزات مکانیزه توانسته است رتبه اول را نصیب خود کند. دبیر انجمن پسته ایران یکی از مشکلات سد راه صادرات پسته را این گونه بیان کرد:

ایران در سازمان تجارت جهانی عضویت ندارد و صادرات پسته به کشورهای مختلف جهان به صورت فله‌ای صورت می‌گیرد و کشورهای دیگر با نام و برند خود محصولات را با ارزش افزوده به دیگر نقاط جهان صادر می‌کنند.

صادرات ایران

صادرات پسته ایران بر اساس آمار منتشر شده توسط گمرک، **یک میلیارد و ۱۸۱ میلیون دلار** بوده که به ۷۵ کشور جهان صادر شده است. آمار نشان می‌دهد که کشور ویتنام با خرید ۱۸۵ میلیون دلار اصلی‌ترین مشتری پسته ایران می‌باشد. بعد از این کشور هنگ کنگ به میزان ۱۴۵ میلیون دلار پسته از ایران خریداری کرده است. آلمان نیز با خرید ۱۴۴ میلیون دلار اولین مشتری مهم پسته ایران در اروپا می‌باشد. و در رتبه سوم جهان قرار دارد.

ظرفیت ایران

کشور ایران با توجه به ظرفیت‌های فراوانی که در تولید پسته دارد می‌تواند با بازاریابی و بسته‌بندی مناسب جایگاه خود را در صادرات پسته جهان تقویت نماید و با توجه به سهم عمده‌ای که از بازار صادرات پسته در جهان دارد ارزش افزوده بیشتری را نصیب خود گرداند. کشورهای همسایه مانند قزاقستان، عراق و پاکستان به همراه چین، روسیه، هند و ترکیه در کنار کشورهای اروپایی و آمریکایی همگی ظرفیت فراوانی در واردات پسته از ایران دارند. اما برای افزایش میزان صادرات پسته به این کشورها، لازم است در کنار بازاریابی و بسته‌بندی مناسب محصولات، مشکلاتی مانند وضع تعرفه بالا بر واردات پسته ایران توسط این کشورها نیز با رایزنی دیپلماتیک مرتفع گردد.

مشکلات

مشکلات موجود بر سر راه صادرات پسته ایران:

1- بیشتر خشکبار ایران به صورت فله و در نتیجه ارزان صادر می‌شود که در نتیجه ارزش افزوده بسته‌بندی آن عاید کشورهای صادر کننده یا وارد کننده مستقیم شود.

2- وجود تجار غیر حرفه‌ای در صادرات پسته و خشکبار مشکلات فراوانی را ایجاد کرده است.

3- نداشتن تبلیغات برای محصولات صادراتی ایران در سطح جهانی از مشکلات دیگر است.

4- بسته‌بندی نامناسب پسته، مشکل دیگر آن است، در حال حاضر که قیمت جهانی پسته رو به کاهش گذارده عملیات بسته‌بندی، رعایت نکات بهداشتی و استانداردها، صادرات پسته ایران را دچار مشکل کرده است.

تجهيزات پزشکی

تعریف

تجهیزات پزشکی به هرگونه وسایل، تجهیزات، ابزار، لوازم، ماشین آلات، وسایل کاشتنی، مواد، معرفها یا کالیبراتورهای آزمایشگاهی و نرم افزارها اطلاق می شود که توسط تولیدکننده برای انسان (به تنهایی یا در تلفیق با سایر وسایل) جهت حداقل یکی از اهداف زیر ارائه می گردد:

- ✓ تشخیص، پیشگیری، پایش، درمان یا کاهش بیماری
- ✓ تشخیص، پایش، درمان، تسکین، جبران یا به تعویق انداختن صدمه یا معلولیت
- ✓ تحقیق و بررسی، جایگزینی، اصلاح آناتومی یا یک فرایند فیزیولوژیک
- ✓ حمایت کننده یا پشتیبانی کننده حیات
- ✓ کنترل بارداری
- ✓ تمیز یا ضدعفونی کننده یا استریل کننده وسایل یا محیط برای اهداف پزشکی

ظرفیت عظیم ایران

وجود ظرفیت های فکری و عملی جوان در ایران که توانایی تبدیل ایده به محصول تجاری را دارند، بهترین فرصت برای ورود به عرصه های دانش بنیانی چون صنعت تجهیزات پزشکی است که در آن استعداد های علمی و فنی، حرف نخست را در رقابت تجاری می زند زیرا نخبگان ایرانی ثابت کرده اند که می توانند در سخت ترین شرایط نیز سهم خود را از این فضای کسب و کار بین المللی به چنگ آورند. این صنعت نوپا نیازمند توجه و حمایت بیشتر دولت در جهت رفع موانع نرم و سخت در تجارت خارجی و اعتماد بیشتر برای معرفی این دانش و توانمندی تولید تجهیزات پزشکی در محیط های درمانی و بیمارستانی داخل و خارج از کشور است و باید زمینه حضور جدی تر واحدهای صادراتی رقابت پذیر را در بازارها و نمایشگاه های بین المللی تخصصی فراهم کرد تا بتوانند این قابلیت ها و ظرفیت های صادراتی را به خوبی به دنیا معرفی کنند.

وضعیت فعلی

ایران با داشتن بیش از یک‌هزار تولیدکننده تجهیزات پزشکی، حدود ۲۰۰۰ گونه انواع مختلف تجهیزات و ملزومات پزشکی نظیر انواع وسایل یک بار مصرف استریل گرفته تا دستگاه‌های آزمایشگاهی و بیمارستانی و انواع بیومتریال‌ها و ایمپلنت‌های دندانی و ارتوپدی و ... را تولید می‌کند. محصولات تجهیزات پزشکی ایرانی بر اساس ضوابط و استانداردهای اتحادیه اروپایی تولید می‌شود بطوری که کیفیت محصولات، نیروی کار متخصص، دسترسی به تکنولوژی‌های روز دنیا و پائین بودن قیمت تمام شده محصولات نسبت به کشورهای اروپایی از جمله شاخصه‌های مهم این محصولات است و از این جهات با محصولات کشورهای اروپایی قابل رقابت است. 105 محصول تجهیزات پزشکی ایرانی که توسط ۲۳ شرکت ایرانی تولید می‌شود، به ۵۵ کشور جهان از جمله کشورهای روسیه، آلمان، ایتالیا، بلژیک، هلند و کرواسی صادر می‌شود.

تجارت جهانی و سهم ایران

در سال 2018 ارزش بازار تجهیزات پزشکی جهان بیش از 400 میلیارد دلار بوده است و پیش بینی می‌شود در سال ۲۰۲۰ به ۴۳۰ میلیارد دلار برسد، سهم ایران از تجارت جهانی تجهیزات پزشکی با میزان صادرات 24 میلیون دلار سهم اندکی می‌باشد که با توجه به ظرفیت موجود در کشور و به گفته کارشناسان، می‌تواند در کوتاه مدت صادرات تجهیزات پزشکی ایران با رشد 10 برابری به 240 میلیون دلار برسد.

سخن آخر

به اعتقاد کارشناسان، توان تولیدکنندگان در حوزه تولید تجهیزات پزشکی قابل توجه است. اما برای حفظ توانایی تولیدکنندگان دولت باید بیشتر از آنها حمایت کند تا در سایه حمایت‌های دولت بازارهای بیشتری از آن تولیدکنندگان ایرانی شود. یکی از حمایت‌های دولت کاهش هزینه تولید است چون بالا بودن نرخ تولیدات ایرانی باعث می‌شود خریداران تمایل چندانی برای خرید محصولات ایرانی از خود نشان ندهند. به اعتقاد کارشناسان اتاق اصناف اگر می‌خواهیم این روند موفقیت‌آمیز همچنان ادامه‌دار باشد، باید دولت شرایط صادرات را برای

تولیدکنندگان تسهیل کند و همچنین نظارت بر تولیدات آنها را افزایش دهد که کیفیت تولید را ارتقا دهیم چون در سایه بالا رفتن کیفیت تولیدات خواهیم توانست بازارهای خود را در کشورهای خارجی حفظ کنیم.

خدمات فنی

و مهندسی

در اقتصاد ایران به عنوان یکی از کشورهای مهم صادرکننده نفت، سهم زیادی از منابع درآمدی دولت را صادرات نفت تشکیل می‌دهد. بنابراین، امروزه مشکلات ناشی از اقتصاد تک محصولی و اتکای بیش از حد به درآمدهای نفتی، اقتصاد کشور را به شدت تحت تأثیر عوامل خارجی از جمله نوسانات قیمت جهانی نفت قرار داده است. علاوه بر این عدم تحقق درآمدهای پیش‌بینی شده‌ی دولت از محل صادرات نفت، اثرات منفی بر اجرای طرح‌های عمرانی و زیربنایی می‌گذارد. این در حالی است که یکی از عوامل مهم رهایی وابستگی اقتصاد ایران از درآمدهای ارزی حاصل از صادرات نفت خام و ایجاد رشد و توسعه‌ی اقتصادی پایدار، رونق صادرات غیرنفتی مانند خدمات فنی و مهندسی است.

تعریف

ارائه خدمات طراحی، مدیریت، تدارک، اجرا و یا طرح و ساخت توسط شرکت‌ها و موسسه‌های ایرانی به متقاضیان خارج از کشور، صادرات خدمات فنی و مهندسی نامیده می‌شود.

اهمیت

امروزه عرضه توان فنی و مهندسی و اجرای طرح‌های مختلف در صنایع گوناگون، نقش قابل توجهی در مبادلات کشورها و تحکیم روابط اقتصادی آنها یافته است. خدمات فنی و مهندسی که یکی از ستون‌های اصلی توسعه اقتصادی کشورها است، مجموعه‌ای از روش‌ها و ابزارهایی است که با استفاده بهینه از منابع و عوامل تولید شامل سرمایه، مواد اولیه و نیروی انسانی، امکان ارائه کالاها و خدمات را در جامعه فراهم می‌کند.

فرصت مغتنم برای ایران

ارزش افزوده‌ای که در صدور خدمات فنی و مهندسی وجود دارد، همراه با نیاز روز افزون اقتصاد جهانی به توسعه عمرانی و زیرساختی، یک فرصت جهانی است و برای ایرانی که از سرمایه‌های انسانی قابل توجهی برخوردار است، فرصتی مغتنم به حساب می‌آید تا با تدبیر و مدیریت صدور خدمات فنی و مهندسی میزان

بهره‌مندی خود را از فرصت‌های بین‌المللی افزایش دهد. ضرورت دیگر، توجه ویژه به صادرات خدمات فنی و مهندسی، حمایت از سازندگان داخلی و استفاده از سرمایه‌های کلانی است که در سال‌های پیش در کشور سرمایه‌گذاری شده است. کشور ما به جهت برخورداری از موقعیت استراتژیکی ویژه‌اش در منطقه می‌تواند از مزیت همجواری و مشترکات فرهنگی با کشورهایی که توان تکنولوژی کمتری نسبت به کشور ما دارند، استفاده نموده و با ارائه برنامه ریزی جامع برای حضور هدفمند، ایجاد بازار مناسب را در اولویت قرار دهد.

چرا صادرات خدمات فنی و مهندسی

دلایل زیر را می‌توان از جمله مزیت‌های صادراتی در حوزه خدمات فنی و مهندسی دانست:

- 1- ارزش افزوده بالا که در نهایت به معنی سودآوری بیشتر است
- 2- امکان صادرات کالا در پی صادرات خدمات
- 3- انعطاف‌پذیری به مراتب بیشتر در حوزه خدمات تا تولید کالا
- 4- گستردگی و تنوع خدمات
- 5- تکیه بر توان منابع انسانی داخلی
- 6- قابلیت بسیار زیاد رشد و توسعه فعالیت‌های مهندسی در عرصه بین‌المللی
- 7- گردش مالی قابل توجه
- 8- تنوع حمایت‌های بین‌المللی در عرصه خدمات فنی و مهندسی
- 9- بازار رو به رشد خدمات فنی و مهندسی

بر اساس مطالعه‌ای که در بانک جهانی انجام شده است به طور متوسط میانگین رشد صادرات خدمات در کشورهای توسعه یافته 6/9 درصد و در کشورهای در حال توسعه 8/1 درصد بوده است. برخی از تحلیل‌گران معتقدند تا سال 2020، بازار بزرگ خدمات تا 50 درصد از تجارت جهانی را تشکیل خواهد داد.

وضعیت فعلی

در سال ۹۰ مجموع صادرات خدمات فنی و مهندسی به ۵ میلیارد دلار رسیده است، در سال 95 نیز این عدد به بیش از 5 میلیارد و 200 میلیون دلار رسیده است اما به دلیل مشکلات گوناگون روند نزولی داشته و صادرات خدمات فنی و مهندسی در 8 ماه ابتدایی سال 97، 500 میلیون دلار بوده است.

حوزه‌های صادرات خدمات فنی و مهندسی

در حال حاضر خدمات فنی و مهندسی کشور در بخش‌های زیر به کشورهای آسیای میانه، آمریکای لاتین و آفریقا، خاورمیانه و کشورهای اروپایی صادر می‌شود. خطوط انتقال نیرو و احداث نیروگاه آبی و نیروگاه حرارتی، شبکه‌های آبرسانی (انتقال آب، تصفیه خانه)، پروژه‌های عمرانی و ساختمانی، راه و فرودگاه، نفت، گاز و پتروشیمی، پروژه‌های صنعتی، خدمات نرم‌افزاری و IT.

ظرفیت

علی‌رغم آنکه از لحاظ فنی و مهندسی، شرکت‌های ایرانی قوی‌تر از شرکت‌های ترکیه‌ای هستند ولی صادرات خدمات فنی و مهندسی ترکیه در سال بیش از 25 میلیارد دلار است. با محاسبه دقیق ظرفیت آزاد کشور برای صادرات خدمات فنی و مهندسی و با توجه به بازارهای هدف در کشورهایی که قابلیت کار برای مهندسان ایرانی وجود دارد، ظرفیت صادرات خدمات فنی و مهندسی ما می‌تواند هدف 35 میلیارد دلار را محقق کند که در این صورت معادل 75 درصد از فروش نفت سالیانه می‌باشد.

مشکل

یکی از اصلی ترین موانع صادرات خدمات فنی و مهندسی این است که صادرکننده خدمات فنی و مهندسی برای دریافت ضمانت نامه پروسه سختی را باید طی کند، این پروسه که از سفارت خانه آغاز می شود در وزارت امور خارجه، کمیته ماده ۱۹، بانک عامل و بانک مرکزی ادامه می یابد.

خوما

ظرفیت متنوع

ایران یکی از تولید کنندگان و صادرکنندگان عمده خرما در سطح جهان است. صادرات خرماي ایران از محصولات کشاورزی صادراتی، برای ارزآوری و درآمدزایی کشور می‌باشد. خرما مصارف بسیار متنوعی دارد. از جمله آن در برخی غذاها، به صورت شیر، سس خرما، کمپوت و مربا و نیز در صنایع الکل سازی، تولید اسید سیتریک، مخمرها استفاده می‌شود، به همین دلیل بازار مصرف این کالا حتی در مصارف صنعتی هم در حال گسترش می‌باشد. خرما در طول سال حجم بالایی از صادرات کشاورزی را به خود اختصاص می‌دهد و جزء پنج محصول عمده کشاورزی صادراتی محسوب می‌شود.

ضعف در بسته بندی و فرآوری

خرما یکی از محصولات استراتژیک کشاورزی ایران به شمار می‌رود که به دلیل اشتغال‌زایی و البته ارزآوری بالا در سبد صادرات غیرنفتی کشور جایگاه ویژه‌ای دارد، با این حال به دلیل ضعف در مراحل فرآوری و بسته‌بندی، ارزش افزوده این محصول نصیب کشورهای می‌شود که به تکنیک‌های جدید کاشت، برداشت، نگهداری، فرآوری و بسته‌بندی مجهز شده‌اند. بسیاری از کشورها با اطلاع از ذائقه مصرف کنندگان و عرضه محصولات در بسته‌بندی‌های مرغوب و مشتری پسند، بسیاری از بازارهای هدف را در اختیار خود گرفته‌اند.

وضعیت جهانی

طبق آمارهای جهانی سالانه بیش از ۷ میلیون تن خرما در بیش از ۳۸ کشور دنیا تولید می‌شود که عمده تولیدکنندگان خرما، کشورهای غرب آسیا و شمال آفریقا هستند. کشور ایران نیز با تولید سالانه بیش از ۱ میلیون تن خرما، در کنار کشورهای مصر، عربستان و الجزایر در بین کشورهای اصلی تولیدکننده خرما قرار دارد و ایران دومین کشور تولیدکننده خرما در جهان می‌باشد. ایران ۱۵ درصد تولید و ۲۱ درصد سطح زیر کشت خرماي دنیا را به خود اختصاص داده است. طبق اطلاعات مرکز آمار ایران، طی ۲۵ سال گذشته میزان تولید خرما در کشور

بیش از ۵ برابر افزایش یافته است و از ۱۷۳،۹۴۰ تن در سال ۱۳۷۰ به ۱،۰۴۲،۲۷۷ تن در سال ۱۳۹۶ رسیده است.

تجارت جهانی و سهم ایران

حجم تجارت خرما در جهان سالانه بیش از ۱/۲ میلیارد دلار است و ایران نیز یکی از بزرگ‌ترین صادرکنندگان خرما در جهان به شمار می‌رود. در ایران سالانه ۳۰۰ میلیون دلار خرما صادر می‌شود که با توجه به ظرفیت‌های موجود، امکان افزایش این رقم به **یک میلیارد دلار وجود دارد که معادل بیش از ۲ درصد فروش نفت سالانه کشور می‌باشد**. کشورهای هند، مالزی، روسیه و اندونزی با توجه به جمعیت بالای خود ظرفیت زیادی در واردات خرما دارند و تولیدکنندگان ایرانی می‌توانند با انجام اقدامات مناسب و بازاریابی، صادرات خرمای ایران به این کشورها را افزایش دهند.

مشکلات

از مشکلات اساسی صادرات خرمای ایران، کیفیت پایین بسته‌بندی آن است، به طوری که این محصول غالباً در بسته‌های بزرگ و فله‌ای به کشورهای همسایه نظیر امارات متحده عربی، پاکستان و ترکیه صادر می‌شود و در آن کشورها، به صورت مناسب بسته‌بندی و با قیمت بالاتر به بازارهای مصرف نهایی صادر می‌شود و به این ترتیب بخش مهمی از ارزش افزوده این محصول لذیذ، مقوی و سرشار از ویتامین نصیب این کشورها می‌گردد. علاوه بر این، کمبود امکانات حمل و نقل و نبود صنایع فراوری مناسب و شناخت ناکافی از بازارهای مصرف خرما در کاهش قیمت صادراتی خرمای ایران اثرگذارند.

موانع و مشکلات توسعه صادرات خرمای ایران

- کمبود ارتباط با بازارهای هدف و عدم الزام به رعایت تقاضای ایشان
- عدم ثبات نرخ ارز و قوانین رایج مملکتی در مورد صادرات

- عدم اعطای جوایز صادراتی و پرداخت سرمایه در گردش جهت خرید محصول از باغداران
- حمایت ناکافی از بخش خصوصی جهت حضور در نمایشگاه‌های تخصصی خارج از کشور
- مشکلات و محدودیت‌های بازگشت درآمد حاصل از صادرات به دلیل مشکلات بانکی

راهکارها جهت توسعه صادرات خرمای ایران

- 1- ایجاد گروه های تجاری - صادراتی در سطح هر استان
- 2- حمایت مادی و معنوی از برگزاری تورهای صنعتی در راستای حضور هیأت‌های تجاری در نمایشگاه‌های بین

المللی

- 3- اعطای وام کم بهره و طول مدت جهت خرید خرما به تجار با نظارت انجمن ملی خرمای ایران

رونق تولید شیرینی

و شکلات سازی

خوشبختانه قدمت نسبی صنعت شیرینی و شکلات در ایران باعث شده که بخش زیادی از زنجیره ارزش افزوده این صنعت از مواد و ماشین آلات تولید و بسته‌بندی تا امکانات توزیع و فروش و منابع انسانی در ایران خصوصا در گروه‌های صنعتی که در این زمینه بستر سازی نموده‌اند به حد قابل قبولی برسد. مراجعه به آمارها و برآوردهای منتشره جهانی نشان می‌دهد که ارزش بازار محصولات شیرینی و شکلات در منطقه خاورمیانه و آسیای میانه و شمال آفریقا بیش از ۱۰ میلیارد دلار و سهم ایران از این بازار ۵ درصد تخمین زده شده است و با توجه به ظرفیت‌های خالی موجود، این نسبت تا ۲۰ درصد نیز می‌تواند افزایش یابد.

ظرفیت

مصرف شیرینی و شکلات در ایران یک‌پنجم دنیا بوده و مصرف سرانه هر نفر نیز ۲ کیلوگرم است، ولی در کشورهای اروپایی این میزان حدود ۹ تا ۱۰ کیلوگرم است بنابراین با توجه به میزان مصرف شکلات در بازارهای هدف می‌توان از این فرصت برای افزایش حجم صادرات و ارزآوری شکلات ایرانی بهره کافی را برد. به اعتقاد فعالان این صنعت، کشورهای حاشیه خلیج فارس، استرالیا، امریکا، کشورهای اروپایی و ژاپن خریداران و واردکنندگان اصلی شکلات از ایران هستند اما کشورهای عراق و افغانستان بازارهای ثابت ایران برای صادرات این محصول محسوب می‌شوند. گفته می‌شود براساس آمار، میزان صادرات این محصول ۲ برابر صادرات خودرو و قالی دستباف ایرانی است.

صادرات

صادرات این محصول پرترفدار به ۶۶ کشور انجام می‌شود، این در حالی است که زمینه رقابت در اروپای شرقی به علت توان مالی کمتر نسبت به اروپای غربی بیشتر است و ایران بازار موفقی را در این کشورها تجربه می‌کند. از طرفی ارزش افزوده صنعت شیرینی و شکلات و میزان اشتغال‌زایی آن نسبت به صنایع دیگر و تراز تجاری سالانه این صنعت ارزآوری بالایی داشته و از نظر جنبه‌های مختلف صاحب جایگاه مناسبی است. در حال حاضر میزان تولید شیرینی و شکلات نسبت به ظرفیت آن پایین است و از میزان تولید این بخش، بیش از ۲۰۰ هزار تن

صادر و بقیه آن همراه با مقدار جزیی واردات به میزان حدود یک میلیون و 300 هزار تن در بازار داخلی عرضه می‌شود. در سال 96 یک میلیون و 600 هزار تن محصول صنعتی شیرینی و شکلات در کشور تولید شده، که 240 هزار تن به ارزش 700 میلیون دلار آن صادر، و چیزی کمتر از 1 میلیون و 400 هزار تن آن در داخل کشور، مصرف شده است. سال‌هاست که صنایع شیرینی و شکلات، تراز سالانه مثبت بالای 30 الی 40 درصد، دارد. رتبه صادرات این صنعت در میان صنایع غذایی، همواره اول یا دوم بوده است. اگر دولت از این صنعت، حمایت کند، ظرفیت سالانه یک و نیم تا 2 میلیارد دلار را نیز دارد یعنی حدود 5 درصد از فروش سالانه نفت. هم اکنون یک ظرفیت اسمی سالانه حدود 2 میلیون و 400 هزار تن و یک ظرفیت خالی 700 الی 800 هزار تن در این حوزه وجود دارد. برای پر شدن ظرفیت‌های خالی تولید، لازم است تجدید نظر اساسی، در بحث نیازهای مواد اولیه صنف و صنعت شیرینی و شکلات انجام شود. در حال حاضر 33 هزار واحد تولیدی شیرینی سنتی در کشور وجود دارد که تقریباً 500 هزار نفر اشتغال مستقیم ایجاد کرده است.

مشکلات

بالا بودن هزینه‌های تولید در صنعت شکلات و شیرینی و واردات بی‌رویه آن، عرصه را برای تولیدکننده داخلی این محصول تنگ کرده و باعث کاهش تولید و درنهایت افت صادرات در این صنعت شده است. مواد اولیه به عنوان یکی از زنجیره‌های اصلی فرآیند تولید شیرینی و شکلات از اهمیت بسزایی برخوردار است بنابراین تامین اقلام کیفی با هزینه مناسب توجه و حمایت دولت را می‌طلبد. بازاریابی ایران برای تصاحب بازارهای بین‌المللی ضعیف است چون افراد متخصص این صنعت که به فنون بازاریابی و زبان مورد نظر و همچنین قوانین تجارت مسلط باشند تعداد کمی هستند در نتیجه به اهداف قابل توجهی دست نیافته و هنوز ظرفیت‌های سایر بازارهای هدف را درنیافته‌ایم.

رونق تولید صنعت شیلات

معرفی

صنعت شیلات یکی از ظرفیت‌های بالقوه و بالفعلی است که از دیرباز نقش مهمی در تامین معاش خانواده‌ها و اقتصاد کشور داشته و برداشت از منابع آبی و آبزیان حوزه جغرافیای کشورمان یکی از منابع مهم درآمدی محسوب می‌شود. ظرفیت‌های شیلاتی می‌تواند اشتغال، تولید و ارزآوری قابل توجهی برای کشور داشته باشد و باید بستر مناسب برای ایجاد زنجیره شیلاتی از تولید تا بازار فراهم شود.

ایران از نگاه آمارهای جهانی در صنعت شیلات

بر اساس آمار سال 2015 فائو ایران در پرورش ماهیان سردآبی (قزل آلا) در آب شیرین جایگاه نخست جهان، در مجموع تولیدات شیلاتی در رتبه 27 جهان، در تولید آبزی پروری رتبه 19، در بخش صید رتبه 29 و در تجارت آبزیان به لحاظ مقدار و ارزش رتبه 71 جهانی را کسب کرده است. همچنین در تولید میگوی پرورشی ایران مقام دوازدهم را در دنیا دارد و در تولید ماهی‌های خاویاری جزء چهار کشور اول جهان می‌باشد. در اقیانوس پس از اندونزی ایران بزرگ‌ترین ناوگان صیادی دنیا را دارد و توانسته است مقام اول صید تن ماهی در اقیانوس آرام را کسب کند.

ظرفیت

در سال 96، یک میلیون و 170 هزار تن انواع محصولات شیلاتی در کشور تولید شده است که ارزش صادراتی آن 507 میلیون دلار بود. ایران در حال حاضر به بیش از 40 کشور دنیا محصولات کشاورزی و شیلات صادر می‌کند. محصولات شیلات ایران اکنون به ژاپن، کره جنوبی، بریتانیا و فرانسه و دیگر کشورها صادر می‌شود.

➤ گردش مالی در حوزه صید 4 هزار و 600 میلیارد تومان است.

➤ بیش از ۳ هزار میلیارد تومان گردش مالی جاری قزل آلا در کشور است.

➤ بیش از ۱۲۵ میلیارد تومان گردش مالی تولید ماهی‌های خاویاری در کشور است.

1/2 میلیون تن انواع آبزیان دریایی و پرورشی در کشور تولید می‌شود و از این میزان تولید، حدود ۳۵۰ هزار تن آبی در کشور فرآوری می‌شود. از ۳۵۰ هزار تن آبی فرآوری شده ۱۸۰ تا ۱۹۰ هزار تن فقط مربوط به تن ماهیان صنعتی است که در صنایع کنسرو استفاده می‌شود، بخشی مربوط به ماهیان ریز شمال و جنوب کشور مانند کیلکا و ساردین است که قسمتی از آن به صورت کنسرو در اختیار مصرف کنندگان قرار می‌گیرد و سایر آن هم به صورت ساده، خشک شده و یا برای تولید پودر ماهی استفاده می‌شود. این در حالی است که سالانه یک میلیون و ۲۰۰ هزار تن ماهی و میگو در کشور پرورش و استحصال می‌شود. ۷۲۵ هزار تن از این تولیدات از طریق صید و مابقی با پرورش آبی به دست می‌آید. به گفته کارشناسان با تمرکز بیشتر در این حوزه می‌توان میزان تولید و صید آبزیان کشور به **یک میلیون و ۵۰۰ هزار تن** برسد.

تراز تجاری مثبت

بخش شیلات و آبزیان از بخش‌هایی است که تراز تجاری آن مثبت است و در سال **کمتر از ۸۰ میلیون دلار** واردات در این بخش صورت می‌گیرد در حالی که ارزش صادرات چندین برابر واردات است. صادرات هر **۱۵ ماهی کپور** به کشورهای همسایه معادل **یک بشکه نفت** برای کشورمان ارز آوری دارد.

اشتغال

اشتغال در بخش آبزیان رقم قابل توجهی است و به ازای هر **هکتار** تقریباً **۳** نفر مشغول به کار می‌شوند. استفاده از ظرفیت‌های عظیم صنعت شیلات در کشور می‌تواند کمک بسیار زیادی به رونق تولید و ایجاد اشتغال کند برای نمونه در حال حاضر بیش از **۱۱۳ هزار** نفر در بندر چابهار مشغول به کار در حوزه صید و صیادی و آبی پروری هستند. اگر از تمام ظرفیت سواحل مکران در بخش شیلات استفاده شود زمینه اشتغال‌زایی برای **۳۰۰ هزار** نفر فراهم می‌شود، با توجه به اهمیت سواحل مکران، بهترین پتانسیل استان سیستان و بلوچستان، صید و صیادی و آبی پروری است. یکی از مهم‌ترین تولیدات استان خوزستان در بخش آبزیان است که چرخه تولید تا

صادرات را در برمی‌گیرد و اشتغال در این حوزه شامل 16 هزار و 628 نفر است، در بخش ماهیان گرمابی 14 هزار و 497 نفر، در بحث ماهیان سردابی 65 نفر، در بحث میگو و ماهی دریایی 250 نفر، خاویار 17 نفر، صیادی 1600 نفر و ماهیان زینتی 109 مشغول به کار هستند.

رونق تولید در زمینه صنایع دستی

تعریف

صنایع دستی به مجموعه‌ای از دست ساخته‌های بشری اطلاق می‌شود که در آن به کمک هنر و ذوق و سلیقه و به پشتوانه فرهنگ و تمدن مردم آن منطقه محصولی تولید می‌شود. در حال حاضر در عرصه بین المللی شاهد آن هستیم که صنایع دستی نه تنها از جهات فرهنگی به عنوان معرف پیشینه و قدمت فرهنگی یک ملت، بلکه بیشتر از آن در جهت پیشرفت و توسعه اقتصادی در کشورهای جهان مورد توجه ویژه قرار گرفته است. چرا که وجود مزیت‌های فراوان اقتصادی از جمله ظرفیت‌های صنایع دستی در ایجاد اشتغال پایدار موجبات توجه بیشتر کشورها برای بهره‌گیری از ظرفیت‌های بالقوه آن، نظیر افزایش درآمد ملی و ارزآوری فراوان، حل مشکل اشتغال به ویژه در بخش روستایی و ... را سبب شده است.

ویژگی

تجارت صنایع دستی سهم بالایی در ایجاد اشتغال داشته و هزینه‌های تولید آن پایین بوده و بدون نیاز به زیرساخت‌های گسترده و حجم بالای سرمایه‌گذاری می‌تواند تولیدات متنوعی داشته و به عنوان یکی از ارکان رشد اقتصادی و افزایش درآمدهای ارزی کشور از محل صنایع غیرنفتی مورد توجه قرار گیرد. **تهیه مواد اولیه نیز هیچ گونه وابستگی خارجی ندارد** و از مزایای نسبی داخلی و ملی برخوردار است. صنایع دستی به عنوان ظرفیتی گسترده و دارای قابلیت آموزش و توسعه، با اندک سرمایه نقش مهمی در کمک و ایجاد اشتغال پایدار بویژه در مناطق روستایی دارد. صادرات صنایع دستی علاوه بر درآمدزایی مطلوب برای کشور، یکی از اساسی‌ترین مسیرها برای معرفی فرهنگ اصیل ایرانی و اسلامی به کشورهای دیگر است و نشانه‌ای از سابقه دیرین تمدنی ایرانیان محسوب می‌شود و همین موضوع باعث شده تا ایران به عنوان **سومین تولیدکننده صنایع دستی و سی و نهمین صادرکننده جهان** مطرح شود که این خود نشان می‌دهد تا رسیدن به شرایط مطلوب در صادرات این نوع کالاها فاصله داریم و به ویژه در شرایط موجود باید تلاش بیشتری برای عرضه این گونه محصولات در بازارهای جهانی

داشته باشیم. حمایت از هنرمندان صنایع دستی کشور علاوه بر ایجاد مشاغل پایدار با صرف پایین‌ترین هزینه‌ها، می‌تواند بالاترین درآمد را به واسطه **گران بودن این محصولات در بازارهای جهانی** نصیب کشور کند.

ظرفیت

به گفته رئیس سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری میزان صادرات صنایع دستی از ایران طی سال گذشته ۶۰۰ میلیون دلار بوده و ایران ظرفیت صادرات صنایع دستی تا سقف **دو میلیارد دلار** در سال را داراست که این مقدار **چهار و هفت دهم درصد از فروش سالانه نفت** می‌باشد.

ظرفیت اشتغال

در حوزه صنایع دستی با اعتباری بین ۵۰ تا ۷۰ میلیون تومان می‌توان برای یک نفر شغل ایجاد کرد اما این رقم در سایر بخش‌های مختلف از جمله حوزه صنعت بیش از ۵۰۰ میلیون تومان برای هر نفر است.

کمک به اشتغال زنان

یکی از مهم‌ترین ظرفیت‌های اشتغال‌زایی برای زنان، حوزه صنایع دستی است. یکی از مزیت‌های برجسته اشتغال زنان در صنایع دستی، سازگاری با دیگر وظایف آنان در خانواده است. زنان هنرمند در این عرصه می‌توانند در کارگاه‌های خانگی به تولید صنایع دستی مشغول شوند و در اقتصاد خانواده نیز نقش پررنگی داشته باشند.

مشکلات

توجه ناکافی به کیفیت و تنوع، عدم بسته‌بندی، نداشتن تناسب تولیدات با نیازهای بازارهای هدف، عدم برندسازی برای محصولات و واردات قاچاق صنایع دستی به کشور توانایی حضور در بازارها و نمایشگاه‌های بین‌المللی را از فعالان این عرصه سلب کرده است.

صنعت دام،

طيور و آبزیان

اهمیت روزافزون

افزایش تقاضای جهانی برای مصرف گوشت یکی از عوامل کلیدی و مهم در بالا رفتن میزان تقاضا برای خوراک دام و طیور است، از طرفی نگرانی‌های جامعه جهانی نسبت به شیوع انواع بیماری‌های مربوط به حیوانات باعث اهمیت دادن به میزان آنزیم خوراک دام و طیور شده است که افزایش واکنش شیمیایی در خوراک حیوانات، باعث کیفیت بهتر آن می‌شود. بنابراین می‌توان گفت افزایش جمعیت جهان به بالا رفتن مصرف جهانی گوشت منجر شده است، به طوری که مصرف سرانه گوشت در جهان برای هر نفر 87/7 پوند تخمین زده شده است. از سوی دیگر خوراک دام از جمله مهم‌ترین عوامل در تولید گوشت محسوب می‌شود و طبیعی است که بالا رفتن تقاضا برای گوشت، باعث بالا رفتن تقاضا برای خوراک حیوانات شود.

ظرفیت

صنعت خوراک دام، طیور و آبزیان در ایران با ظرفیت اسمی 23 میلیون تن تولید سالیانه می‌تواند در ارتقای تولید، اشتغال و ارزآوری نقش بسزایی داشته باشد؛ در حالی که به گفته کارشناسان، اکنون این صنعت با 10 میلیون تن ظرفیت، یعنی 50 درصد توان خود کار می‌کند. با این حال، ۹۸ درصد خوراک آماده دام کشور در کارخانه‌های خوراک دام، طیور و آبزیان و بخشی در واحدهای پرورشی تولید می‌شود و فقط ۲ درصد آن وارداتی است. طبق آمارها، نیاز سالیانه کشور به انواع خوراک دام، طیور و آبزیان 19 میلیون تن است.

اشتغال

صنعت خوراک دام، طیور و آبزیان کشور دارای 70 سال قدمت است. 645 واحد تولیدی در این زمینه فعالیت دارند و این صنعت توانسته است برای 399 دامپزشک، 492 متخصص تغذیه دام، دامپروری و علوم دامی، یک هزار و 100 تکنسین فنی و 12 هزار کارگر به طور مستقیم شغل ایجاد کند که 89 درصد شاغلان را مردان و 11 درصد را بانوان تشکیل می‌دهند.

گردش مالی جهانی

10 کشور بزرگ دنیا، تولید کننده عمده خوراک دام، طیور و آبزیان هستند و تامین بیش از 60 درصد خوراک دنیا را بر عهده دارند که چین در رتبه اول تولیدکنندگان قرار دارد. امریکا، فرانسه، اسپانیا، مکزیک، روسیه، هندوستان و آلمان به ترتیب از دیگر تولیدکنندگان عمده خوراک آماده دام هستند که چین و امریکا یک سوم این خوراک را تولید می کنند. بزرگ ترین صادرکنندگان خوراک دام و طیور در جهان به ترتیب پنج کشور هلند، ایالات متحده امریکا، بلژیک، آلمان و چین هستند. در سال 2016، ارزش صادرات این محصولات در جهان بالغ بر 13/8 میلیارد دلار بوده است.

طبق پیش بینی سایت «GLOBE NEWSWIRE» اندازه مواد افزودنی خوراک حیوانات تا سال 2022 به ارزش 22میلیارد دلار می رسد. این در حالی است که در سال 2014 این مقدار برابر با 16/11 میلیارد دلار بوده است و در همان سال پیش بینی شده بود که تا سال 2022 با نرخ رشد سالانه 4 درصد به رشد خود ادامه دهد. در این میان آبی پروری نیز از بخش های مهم تجارت جهانی محصولات حیوانی است که طبق نظر تحلیل گران انتظار می رود بازار خوراک این بخش نیز تا سال 2022 با نرخ رشد سالانه 4/2 درصد به رشد قابل توجهی رسیده و بخشی از درآمد جهانی تجارت خوراک دام و طیور را شامل شود. گردش مالی صنعت دامپروری در ایران بیش از 50 میلیارد دلار است اما این صنعت کاستی هایی دارد و کشورهای دیگر می توانند در زمینه تبادل فناوری و سرمایه گذاری با ما همکاری داشته باشند. در ایران صادرات انواع خوراک دام، طیور و آبزیان در سال ۲۰۱۶ به بیش از ۲۰۰ هزار تن و به ارزش بیش از ۶۸ میلیون دلار رسیده و محصولات به ۱۱ کشور جهان صادر شده است و روند صعودی ای را در طول ۵ سال گذشته نشان می دهد. اغلب این صادرات به کشورهای امارات متحده عربی، ترکمنستان، قطر، عراق عمان و ترکیه است.

کشورهای آسیایی، بزرگ‌ترین بازارهای مصرف

افزایش جمعیت جهانی یکی از عوامل کلیدی در بالا رفتن میزان تقاضای گوشت در جهان بوده است، بنابراین بسیاری از کشورهای در حال توسعه آسیایی، خصوصاً هند و چین از مصرف‌کنندگان عمده گوشت در جهان هستند که علاوه بر جمعیت زیاد آنها، رشد سرانه درآمد طبقه متوسط در این کشورها نیز در افزایش تقاضای آنها برای محصولات دامی بی‌تاثیر نبوده است. در این میان کشورهای آسیایی و به طور عمده چین و هند، بزرگ‌ترین صنعت را در منطقه خود، در بازار خوراک دام و طیور دارند. برای مثال در سال 2014 درآمد چین در این بخش نزدیک به 3/2 میلیارد دلار بوده است و پیش‌بینی می‌شود در دوره مورد پیش‌بینی (2022) به سود بسیار بالاتری نیز برسد.

مشکلات

کارخانه‌های تولیدی این صنعت توان بسیار بالایی در زمینه صادرات دارند اما قیمت تمام شده تولید در کشور نسبت به سایر کشورها بالاست و این موضوع به یک مانع و محدودیت در زمینه صادرات خوراک دام و طیور محسوب می‌شود. مشکلات مالیاتی، هزینه‌های گزاف حامل‌های انرژی که کماکان به صورت صنعتی محاسبه می‌شوند، از جمله مشکلات و تنگناهایی هستند که بار سنگینی بر بخش‌های تولیدی وارد می‌کنند. وی تصریح کرد: با توجه وارداتی بودن بخش بزرگی از مواد اولیه صنعت خوراک دام و طیور، فعالان در این بخش از جانب دولت انتظار حمایت دارند. با وجود ظرفیت‌های بالای تولید و صادرات، هنوز طرحی در قالب یک سیاست کلی برای حمایت از این صنعت وجود ندارد، در نتیجه عامل ریزش تولید در واحدهای مرغداری، دامداری و آبی‌پرور می‌شود.

دوقت تولید صنعت لبنیات

صنعت لبنیات با زنجیره‌ی ارزش طولانی و حلقه‌های متعددی که دارد می‌تواند صنعتی مؤثر و کارآمد در هر اقتصادی باشد. صنعتی که می‌تواند با ایجاد ارزش افزوده‌ی اقتصادی و خلق شغل‌های متنوع و گوناگون راه حلی بی‌بدیل برای حل مشکلات کلان و خرد اقتصادی جوامع باشد.

صنعت استراتژیک

صنعت شیر یک صنعت استراتژیک است و کشورهای پیشرفته دنیا به شیر تنها به عنوان یک ماده غذایی توجه نمی‌کنند، بلکه در دنیا یارانه‌هایی به صادرکننده، تولیدکننده و مصرف‌کننده شیر می‌دهند و از آن به عنوان یک صنعت استراتژیک حمایت می‌کنند.

اشتغال

در زمینه اشتغال‌زایی در این صنعت به صورت مستقیم ۳ میلیون نفر در ایران در صنعت شیر از دامداری تا واحدهای تولیدکننده، توزیع‌کننده و فروش مشغول به کار هستند.

ظرفیت

امروزه صنعت شیر در جهان نیاز ۷ میلیارد مصرف‌کننده لبنیات را تامین می‌کند و در حدود یک میلیارد نفر به طور مستقیم و غیر مستقیم از این صنعت امرار معاش می‌کنند. نمایندگان خرید و فروش تجهیزات، دامپزشکان، مشاوران تغذیه و انتقال دهندگان شیر، نمونه‌ای از حامیان مهم صنعت محسوب می‌شوند. بر اساس آمارگیری سال ۹۶ ایران ۴۰ میلیون راس گوسفند، ۱۵ میلیون و ۷۰۰ هزار راس بز و ۴ میلیون و ۹۰۰ هزار راس گاو دارد و سالانه در حدود ۸ میلیون تن شیر تولید می‌کند. فراورده‌هایی که از شیر به دست می‌آید شامل ماست، پنیر، خامه، کره، کشک و دوغ می‌شود.

ایران ۱/۲ تولید جهانی شیر را به خود اختصاص داده و در تولید فراورده‌های لبنی در رتبه ۴۷ دنیا است.

۸۰ درصد شیر خام مورد نیاز کارخانه‌های لبنی کشور از طریق دامداری‌های صنعتی و ۲۰ درصد از واحدهای

دامداری روستایی و عشایری تامین می‌شود که در کنار تامین نیاز داخل حدود **یک میلیارد دلار** صادرات را به خود اختصاص داده است که بیش از **2 درصد فروش سالانه نفت** می‌باشد. عراق و افغانستان همچنان بازار اصلی محصولات لبنی کشور هستند، البته محصولات لبنی به روسیه نیز صادر می‌شود که آرام آرام در حال رشد است. میزان تولید شیر خام کشور طبق آمار وزارت جهاد کشاورزی 8 میلیون تن در سال است و گردش مالی شیر خام **24 هزار میلیارد تومان** است.

مشکلات

- 1- 7 درصد از تولید لبنیات کشور صادر شده و 93 دیگر از تولید کشور با مشکل بازار مواجه هستند.
- 2- قیمت تمام شده و قیمت فروش شیر خام و محصولات لبنی در چند سال اخیر، بزرگ‌ترین مشکل این صنعت بوده است.
- 3- صنعت دامپروری در بیشتر کشورهای توسعه یافته دنیا از صنایع پایه‌ای محسوب می‌شود. و با توجه به اهمیت بالای سرانه مصرف شیر و لبنیات در سلامت جامعه، اغلب کشورهای پیشرفته، بخش مهمی از یارانه‌های خود را به این مهم اختصاص می‌دهند؛ چرا که معتقدند کاهش سرانه مصرف شیر و لبنیات قطعاً در سال‌های آینده، هزینه‌های بیشتری را برای درمان به دولت و جامعه تحمیل می‌کند. این هزینه‌ها به قدری سنگین است که به هیچ وجه با هزینه‌هایی که دولت می‌تواند در قالب یارانه به صنعت شیر و لبنیات بپردازد، قابل مقایسه نخواهد بود.
- شیر باید به صورت ویژه در سبد مصرفی مردم قرار گیرد و بحث فرهنگی مصرف روزانه شیر، باید در برنامه دولت باشد. مصرف شیر نوعی سرمایه‌گذاری برای سلامتی جامعه است. متأسفانه با بروز مشکلات اقتصادی اولین محصولی که از سبد کالایی حذف می‌شود، شیر است در حالی که نوشابه با تمام مضراتش همچنان جایگاه خود را در خرید مردم از دست نداده است. برای گسترش مصرف شیر نیازمند حمایت از تولیدکنندگان و فرهنگ‌سازی

به صورت همزمان هستیم. در صورت حمایت از تولیدکنندگان دامی و فرهنگ‌سازی برای ترغیب مردم به مصرف شیر و مواد لبنی قطعاً شاهد افزایش میزان مصرف مردم و به تبع آن افزایش سطح سلامتی جامعه خواهیم بود.

دوقت تولید

صنعت نساجی

صنعت نساجی در ایران با توجه به ظرفیت‌های موجود می‌تواند زمینه بسیار خوبی برای کاهش آمار بیکاری و راهکاری مناسب برای جبران بخشی از کاهش درآمدهای ارزی ناشی از تحریم‌های ظالمانه باشد.

مزیت‌های صنعت نساجی

پایین بودن قیمت تمام شده کالا، بازار خوب صادرات، وجود کارگر و انرژی ارزان، نیاز اندک به ارز، نبود آلودگی زیست محیطی، کم آبخواه بودن (جز مرحله رنگرزی و تکمیل) و ارزش افزوده بالا از مزایای این صنعت است.

اشتغال

در حالی که نساجی با حدود یک قرن سابقه در کشورمان، پنج درصد سرمایه‌گذاری‌های بخش صنعت را در اختیار دارد، 13 درصد اشتغال واحدهای صنعتی نیز مربوط به این حوزه است. متوسط هزینه مورد نیاز به منظور ایجاد اشتغال برای یک نفر در صنعت نساجی حدود 25 درصد از متوسط هزینه ایجاد اشتغال یک نفر در کل صنعت کشور است. هزینه ایجاد شغل در صنعت پوشاک 25 تا 30 میلیون تومان، یعنی یک چهارم متوسط صنایع پایین‌دستی است اما به گفته کارشناسان، حدود 60 درصد ظرفیت فعلی کارخانجات این صنعت در کشورمان خالی است. در صنایع نساجی، نسبت میزان اشتغال به حجم سرمایه‌گذاری بالاست و به ازای تولید هر کیلو گرم پارچه پیراهنی، 15 نفر مشغول کار می‌شوند. تعداد شاغلین این صنعت، 300 هزار نفر است با این میزان نیروی کار، حدود 40 درصد پوشاک کشور را تولید می‌کند این یعنی 60 درصد این بازار خالی است و می‌توان این خلاء را عامل اصلی ورود پوشاک قاچاق به کشور قلمداد کرد. اگر توجه ویژه‌ای بشود ظرفیت افزایش نیروی کار در این صنعت تا ۱ میلیون نفر وجود دارد.

گردش مالی جهانی

بر اساس اعلام سازمان تجارت جهانی حجم گردش تجاری منسوجات و پوشاک در جهان، سالانه بالغ بر 1500 میلیارد دلار تخمین زده می‌شود و سهم ارزآوری این محصولات از کل تجارت کشورهای صاحب نام این

صنعت همچون چین، ترکیه، هند، اندونزی و ویتنام بالغ بر 20 درصد است. همچنین سهم ارزآوری این بخش برای کشورهایی همچون بنگلادش، سریلانکا، پاکستان و کامبوج هم بیش از 50 درصد و بعضا تا 80 درصد از کل صادرات را شامل می‌شود.

ظرفیت‌ها و گردش مالی داخلی

در صورت استفاده از ظرفیت‌ها در داخل کشور، بازار این صنعت 14 تا 15 میلیارد دلار ارزش دارد که حدود 28 درصد فروش سالانه نفت می‌باشد. در حال حاضر گردش مالی بازار این صنعت در ایران حدود ۷۵۰ میلیون دلار است.

مشکلات

واردات بی رویه انواع محصولات تولیدی نساجی و قاجاق، اصلی‌ترین مشکل و عارضه پیش روی صنعت نساجی می‌باشد. قاجاق پوشاک کشورمان، 2/6 تا 2/8 میلیارد دلار در سال است.

رونق تولید

گازوئیل

اهمیت

صادرات نفت خام طی سالیان متمادی و تزریق درآمد آن به بودجه عمومی کشور، از دید اغلب کارشناسان به بلای جان اقتصاد ایران تبدیل شده است. رکود در تولید داخلی، محرومیت از سود فراورده های نفتی و وابستگی درآمد کشور، برخی از نقاط سیاه مولود خام فروشی نفت است. وابستگی ایجاد شده از درآمدهای نفتی باعث شده تا غرب حساب ویژه ای بر این نقطه ضعف باز کند و با اعمال تحریم، کشور را تحت فشار قرار دهد. سیاست مقابل خام فروشی، پالایش نفت در داخل کشور و تبدیل آن به فرآورده های متنوع است. مطابق اظهار نظر مسئولان سابق و فعلی نفتی و دلایل کارشناسی متعدد، موقعیت جغرافیایی ایران و تنوع بازار فرآورده ها، فرصتی است که باعث بی اثر شدن تحریم خام فروشی، ارتقای دیپلماسی منطقه ای و رشد اقتصادی کشور می شود. همزمان با اعمال تحریم های غیر قانونی آمریکا علیه تجارت و صادرات نفت ایران، یکی از سناریوهای روی میز به منظور جبران بخشی از کاهش درآمدهای حاصل از فروش نفت، صادرات فرآورده های نفتی به ویژه گازوئیل است.

وضعیت همسایه ها

از لحاظ جغرافیایی ایران با حدود 20 کشور از طریق مرزهای خاکی و آبی ارتباط دارد. اغلب این کشورها وابسته به واردات فرآورده های نفتی هستند و به علت به دلیل درگیر بودن با جنگ های داخلی، توان توسعه ی زیرساخت های پالایشی و پتروشیمیایی خود را ندارند و یک بازار مطلوب برای ایران به حساب می آیند. طبق آمارهای جهانی در سال 2017 فقط چهار کشور عراق، ترکیه، افغانستان و پاکستان، روزانه 143 میلیون لیتر واردات فرآورده های نفتی داشته اند.

کاهش مصرف داخلی

در طول پنج سال گذشته تاکنون مصرف گازوئیل در ایران روندی کاهشی داشته به طوری که بر اساس آمارنامه مصرف سوخت کشور متوسط مصرف روزانه گازوئیل در سال 92 حدود 105 میلیون لیتر، سال 93 حدود

100 میلیون لیتر، سال 94 حدود 81/1 میلیون لیتر، سال 95 حدود 80/4 میلیون لیتر و پارسال 82/7 میلیون لیتر بوده است.

ظرفیت

از ابتدای سال 97 روزانه 98 میلیون و 200 هزار لیتر نفت گاز (گازوئیل) در کشور تولید شده که با توجه به مصرف روزانه 81 میلیون و 800 هزار لیتری این فرآورده، امکان صادرات بیش از 16 میلیون لیتر در روز وجود دارد چون روزانه بیش از 16 میلیون لیتر گازوئیل مازاد در کشور تولید می‌شود. **در این صورت ایران با صادرات دست کم روزانه 10 میلیون لیتر گازوئیل می‌تواند درآمد روزانه 6 تا 6/5 میلیون دلاری کسب کند.** به عبارت دقیق‌تر ارزش گازوئیل صادراتی ایران سالانه حدود **2 تا 2/3 میلیارد دلار** تخمین زده می‌شود که حدود 5 درصد فروش سالانه نفت می‌باشد. هم اکنون گازوئیل از دو مسیر دریایی و خشکی به کشورهای همجوار و بازارهای جهانی صادر می‌شود. افغانستان، تاجیکستان، پاکستان، عراق، اقلیم کردستان عراق و برخی از کشورهای منطقه آسیای میانه و حوزه قفقاز بازارهای منطقه‌ای صادرات گازوئیل ایران هستند علاوه بر این، چندین محموله گازوئیل از مسیر دریایی توسط امور بین‌الملل شرکت نفت به بازارهای جهانی صادر شده است. با توجه به تولید مازاد بر نیاز گازوئیل در کشور، این مقدار صادرات را می‌توان تا 50 درصد افزایش داد.

گردشگری

سلامت

تعریف

گردشگری سلامت، سفری سازمان یافته از محیط زندگی فرد به مکان دیگر است که به منظور حفظ بهبود و دستیابی مجدد به سلامت جسمی و روحی فرد صورت می پذیرد.

صنعت رقابتی

بازار گردشگری سلامت به عنوان یکی از صنایع درآمدزا و رقابتی در دنیا مطرح شده و از حوزه های نوین گردشگری پیشرفته است. در سطح کلان، دولت ها علاقه مند به بهره مندی از مزایای اقتصادی ناشی از این صنعت هستند. رقابت فزاینده ای میان کشورهای مختلف به ویژه کشورهای در حال توسعه آسیایی برای جذب گردشگران سلامت وجود دارد. گردشگری سلامت به دلیل نیاز نداشتن به خروج نیروهای تخصصی از کشور و ایجاد اشتغال غیر مستقیم در سایر بخش ها، برای کشورهای در حال توسعه که دارای مزیت های منطقه ای و فرهنگی، زیر ساخت های کافی و منابع طبیعی و انسانی مناسب هستند توصیه می شود. نتایج مطالعات نشان می دهد که افزایش هزینه های درمانی در ایالات متحده و لیست های طولانی در انگلستان و کانادا، باعث شده است که بسیاری از بیماران ایالات متحده و اروپا به منظور دریافت خدمات پزشکی به کشورهای در حال توسعه جنوب شرقی آسیا سفر کنند.

سهم ایران از بازار جهانی

سهم کنونی ایران از صنعت گردشگری سلامت جهان بسیار ناچیز بوده و بر اساس آمار سال 2017 میلادی در آمد حاصل از این حوزه مهم در سطح جهان ۴۰۰ میلیارد دلار اعلام شد که از این میزان سهم ایران یک میلیارد و ۲۰۰ میلیون دلار بوده است که معادل 0/3 درصد گردش مالی جهانی می باشد. بنا به گفته رئیس اداره گردشگری سلامت وزارت بهداشت، درمان و آموزش پزشکی در سال 98، با برنامه ریزی منسجم می توان سهم ایران از صنعت گردشگری سلامت جهان را در یکسال آینده به پنج میلیارد دلار رساند که تحقق این مهم به واسطه ظرفیت های کشورمان امکان پذیر است و درآمد حاصل از آن، معادل 10 درصد از فروش نفت سالانه کشور می باشد. اهداف

اصلی گردشگران سلامت در ایران را می‌توان در درمان‌های ناباروری، دندانپزشکی، جراحی پلاستیک، چشم، قلب، بیماری‌های مرتبط با سرطان و گردشگری در آب‌های شفا بخش عنوان نمود. گردشگران سلامت بیشتر از کشورهای آذربایجان، عراق، ترکمنستان، افغانستان، کویت، سوریه، لبنان، بحرین، عربستان و ترکیه می‌باشند.

منابع ارزشمند ایران

- ❖ آزمایشگاه و ابزار ژنتیکی مجهز
- ❖ دراختیارداشتن جدیدترین تجهیزات تشخیصی و بهداشتی و درمانی مدرن
- ❖ وسایل دندانپزشکی
- ❖ بروز متخصصان با تجربه ملی و توانایی‌های بین‌المللی
- ❖ وجود مراکز درمانی متعدد تخصصی و فوق تخصصی در سطح بین‌المللی
- ❖ زیرساخت‌های فیزیکی (بیمارستان‌ها و مراکز تحقیقاتی و مکان‌های گردشگری) و دانشگاهی

قابلیت‌های ایران

- انجام پیشرفته‌ترین اعمال جراحی مانند جراحی‌های قلب باز، ستون فقرات، عنبیه و پلاستیک و پیوند اعضا.
- انجام روش‌های تولیدمثل پیشرفته

صلاحیت‌های متمایز ایران

- ✓ شهرت جهانی پزشکان ایرانی به ویژه در کشورهای منطقه دستیابی ایران به توفیقات جدید در عرصه پزشکی و سلول‌های بنیادی محیط فرهنگی مناسب برای کشورهای مسلمان مطرح بودن در سطح جهانی در تخصص‌های جراحی قلب، پیوند، چشم، پلاستیک و زیبایی، درمان ناباروری و دندان.
- ✓ هزینه‌های پایین تشخیص، درمان و اقامت.
- ✓ شرایط آب و هوایی مطلوب و گوناگون.
- ✓ جاذبه‌های گردشگری، تاریخی، فرهنگی و طبیعی.

مزیت‌های ویژه ایران

- نزدیکی جغرافیایی به آسیای مرکزی و خاورمیانه و بازار عرب.
- تجانس و مشابهت فرهنگی و زبانی با همسایه‌های خارجی سه میلیون ایرانی مقیم خارج متقاضی درمان‌های با کیفیت همراه با هزینه‌های مطلوب.
- تقاضای بالای بیماران کشورهای همسایه برای خدمات درمانی نجات بخش و زیبایی.
- تقاضای بیماران خارجی برای دریافت درمان‌های منحصر به فرد.

موانع

- ❖ ضعف ارتباط و هماهنگی بین سازمان‌های مرتبط با گردشگری سلامت (مانند: آژانس‌های مسافرتی، هتل‌ها و اماکن اقامتی، بیمارستان‌ها، شرکت‌های بیمه‌ای، اماکن فرهنگی و تاریخی)
- ❖ نبود مکانسیم درست انتقال بیمار از کشورهای دیگر
- ❖ نداشتن شرکت‌های تخصصی در زمینه گردشگری سلامت
- ❖ تبلیغات و معرفی ضعیف: بی تردید کشور ایران به دلیل دارا بودن هزاران متخصص و چهره برجسته پزشکی، وجود بیمارستان‌های مدرن و فوق تخصصی و همچنین هزینه‌های پایین درمانی نسبت به سایر

کشورهای منطقه، می‌تواند به قطب گردشگری خاورمیانه تبدیل شود ولی به دلیل ضعف در معرفی، این مهم تاکنون محقق نشده است. تحقیقات نشان داده است که از هر سه نفر یک نفر در فضای اینترنت درباره مشکل سلامتی خود جست و جو می‌کند که این امر نشان می‌دهد ساده ترین شیوه برای رونق کسب و کار پزشکان، حضور پررنگ آنها در بستر وب است در واقع اگر جامعه پزشکی ایران علاوه بر بازاریابی داخلی، نیم نگاهی به جذب توریسم سلامت نیز داشته باشند می‌توانند نقش بزرگی را در ارزآوری و رونق صنعت پزشکی ایفا کند.

بر اساس آمار 77 درصد بیماران؛ موتورهای جست و جو را برای پیدا کردن یک پزشک انتخاب می‌کنند و اگر پزشکان بتوانند فعالیت‌های خود را به چند زبان ارائه کنند می‌توانند از ملیت‌های مختلف مراجعه کننده بپذیرند. واقعیت این است که برخی از کشورهای منطقه با وجودی که در حوزه پزشکی به هیچ وجه قابل مقایسه با متخصصان ایرانی نیستند ولی به دلیل تبلیغات گسترده و اثر بخش، توانسته‌اند در حوزه پزشکی برندسازی کنند که این امر قدرت رسانه و بازاریابی اینترنتی را نشان می‌دهد.

رونق تولید صنعت گل و گیاخانه زینتی

ویژگی

بدون تردید، سود آوری گل، به عنوان یکی از اقلام و محصولات غیر نفتی، بسیار چشمگیر خواهد بود و این ادعا با محاسبه سود حاصله از فعالیت از این محل در کشورهای همچون ژاپن، بلژیک، هلند و... قابل اثبات خواهد بود.

ظرفیت

ایران از حیث اقلیمی و جغرافیایی از توانمندی‌های بالقوه متعدد و متنوعی برخوردار است و به واقع، چهار فصل بودن این مرز و بوم، مزیتی است که با بهره‌گیری سازنده از آن قادر خواهیم بود، روند پیمایش توسعه و شکوفایی اقتصادی را با سرعت و شتاب هر چه بیشتری طی کنیم. رفع قوانین دست و پاگیر، کاهش حداکثری دریافت هزینه از صادرکنندگان داخلی، افزایش وسعت گلخانه‌ها، راه اندازی پایانه‌های مناسب، ارائه تسهیلات ویژه و کم سود، دستیابی به علم روز و آموزش حرفه‌ای پرورش گل و گیاه از نمونه مولفه‌هایی است که با اتکال به آن، قادر خواهیم بود، بسیاری از بازارهای منطقه را تسخیر نماییم.

گردش مالی جهانی

میزان گردش مالی صادرات گل در جهان، ۲۰ میلیارد دلار برآورد می‌شود، رقمی که سهم ایران از این بازار تنها ۲۴ میلیون دلار است. از حیث تولید گل و گیاه، ایران در رتبه هفدهم دنیا قرار دارد اما از منظر صادرات، حائز رتبه صد و هفتمی جهان هستیم. بیش از 73 درصد صادرات جهانی گل در کشورهای آلمان 22 درصد، ایالات متحده 15 درصد، فرانسه 10 درصد، انگلیس 10 درصد، هلند 9 درصد، ژاپن شش درصد، ایتالیا و سوئیس هر کدام پنج درصد عرضه و مصرف و یا بخشی از آن به صورت صادرات مجدد به سایر کشورها فرستاده می‌شود. این در حالی است که تعداد کشورهای مطرح در صادرات جهانی، از انگلستان دست تجاوز نمی‌کند. هلند به تنهایی هر سال بیش از هفت میلیارد دلار از محل صادرات گل درآمد دارد و میزان آن از طریق صادرات بذر و پیاز گل،

ارائه کمک‌های فنی و مشورتی، خدمات مرتبط با پرورش گل و گیاهان زینتی و تجهیزات باغبانی به صدها میلیون دلار در سال می‌رسد.

صادرات

صادرات گل، از نمونه ظرفیت‌های سودآور و اشتغال‌زایی به شمار می‌رود که با برنامه‌ریزی مناسب و هدفمند و سرمایه‌گذاری مناسب بخش خصوصی، می‌توان در صادرات این محصول به توفیقات بسیار ارزنده‌ای نائل شد. رئیس انجمن گل و گیاهان زینتی ایران **ظرفیت صادرات گل و گیاه زینتی کشور را یک میلیارد دلار** در سال و میزان تحقق آن را فقط پنج درصد اعلام کرده است. به دلیل نبود شرایط مناسب و امکانات برای صادرات سالانه تعداد زیادی شاخه گل در کشور از بین می‌رود. در حال حاضر ایران هفدهمین کشور تولیدکننده گل و گیاه جهان است اما رتبه صد و هفتم بازارهای صادراتی را به خود اختصاص داده است و علیرغم بالا بودن کیفیت گل‌های تولیدی به دلیل بالا بودن قیمت آن مشتری در بازارهای جهانی ندارد. کارشناسان عقیده دارند که ایران توانایی صادرات سالانه حداقل 300 تا 500 میلیون دلار گل‌های زینتی (به صورت شاخه بریده و گلدانی)، درخت و درختچه را دارد. باید این نکته را در نظر گرفت ارزش اقتصادی **۱۰۰ شاخه گل رز** معادل **یک بشکه نفت** است. بزرگ‌ترین مشتری‌های ایران در سال گذشته برای خرید شاخه‌های گل از کشور عراق، آذربایجان، اوکراین، مولداوی، بلاروس، گرجستان، ارمنستان، تاجیکستان، قرقیزستان، ازبکستان، ترکمنستان، قزاقستان و روسیه بوده‌اند. مشتریانی که تعدادی از آن‌ها مانند گرجستان، روسیه و بلاروس در واقع محل ترانزیت گل‌های صادراتی ایران به کشورهای دیگر هستند و گل‌های ایران بعد از ورود به این کشورها دوباره در بسته‌بندی‌های جدید و به نام‌های جدید از سوی این کشورها صادر می‌شوند. بیشترین گل‌هایی که از ایران صادر می‌شود شامل گلابول، رز، میخک، داوودی، مریم، آنتوریوم، لاله، نرگس، سوسن، مارگریت، پرنده بهشتی، ژربرا و آلسترومریا است.

مشکلات اصلی

فقدان سیستم حمل و نقل مناسب برای جابه‌جایی گل‌ها، افزایش قیمت تمام‌شده، نبود گلخانه مدرن و صنعتی، نوسانات ارزی، نبود نظارت بر واردات گل و گیاه، بسته‌بندی نادرست، بالا بودن ضایعات 50 درصدی گل.

گياهان دارويی

اهمیت

میزان تجویز و مصرف داروهای شیمیایی یکی از مشکلات کشور در حوزه نظام سلامت است که علاوه بر تبعاتی که بر بدن انسان دارد، هزینه‌های مادی زیادی را نیز برای کشور ایجاد می‌کند. گیاهان دارویی در بسیاری از موارد به راحتی قابلیت جایگزینی با داروهای شیمیایی را دارند ضمن آنکه تقریباً هیچ یک از مضرات و عوارض داروهای شیمیایی را نداشته و در عین حال می‌توانند در درمان بسیاری از بیماری‌ها، موثرتر نیز عمل کنند. همین عوامل و محسنات باعث شده بسیاری از کشورها از جمله کشورهای اروپایی در کشت، تولید و فراوری گیاهان دارویی از یکدیگر پیشی بگیرند و به طبع آن، در کنار درآمد سرشار ارزی از این طریق، سرانه مصرف گیاهان دارویی در کشور خود به جای داروهای شیمیایی را به طرز چشمگیر افزایش دهند. آمار سازمان بهداشت جهانی گویای این است که بیش از **۷۵ درصد مردم** کشورهای در حال توسعه نیازهای اولیه بهداشتی و درمانی خود را با استفاده از گیاهان دارویی و مواد طبیعی مرتفع می‌کنند. از سوی دیگر تمرکز هر کشوری بر روی صنعت "گیاهان دارویی" به راحتی می‌تواند ارزش افزوده بسیار کلان و درآمد ارزی هنگفتی را نصیب آن کشور و به صورت سکوی پرش بسیار بلندی برای اقتصاد آن کشور عمل کند.

اقتصاد سریع‌الرشد

اقتصاد گیاهان دارویی در دنیا به اقتصاد نوین و سریع‌الرشد لقب گرفته است، کشورهای پیشرفته دنیا نظیر فرانسه، آلمان، کانادا، آمریکا و چین به سرعت در حال سرمایه‌گذاری روی این حوزه و حتی موج‌آفرینی حول آن هستند؛ براساس گزارش سازمان خواربار و کشاورزی سازمان ملل متحد (فائو) میزان تولید و مصرف گیاهان دارویی در جهان از ۱۴ میلیارد دلار در سال ۲۰۰۲ به ۱۲۴ میلیارد دلار در سال ۲۰۱۷ رسیده است و طبق پیش‌بینی‌ها در سال ۲۰۵۰ به ۵۰۰۰ میلیارد دلار خواهد رسید.

درآمد گیاهان دارویی آلمان دو برابر درآمد نفت ایران!

آلمان کشوری است که تقریباً از هیچ عقبه تاریخی قابل اتکایی در حوزه طب سنتی و به طبع آن گیاهان دارویی برخوردار نیست و به دلیل سردسیر بودن نیز در حوزه کشت و تولید گیاهان دارویی از مزیت نسبی و بالقوه‌ای برخوردار نیست. اما این کشور با تدوین برنامه‌ای دقیق و منسجم و با تمرکز هدفمند بر مقوله "گیاهان دارویی" توانسته خود را به عنوان یکی از کشورهای قطب و قدرتمند در این حوزه و در میان کشورهای اروپایی به ثبت برساند به گونه‌ای که در حال حاضر **درآمد ارزی آلمان صرفاً از طریق فرآوری و تولید گیاهان دارویی بیش از دو برابر درآمد ارزی ایران از طریق فروش نفت خام است!** در حال حاضر ترند مالی آلمان از گیاهان دارویی به مرز 60 میلیارد یورو نزدیک می‌شود در حالی که درآمد کشور ما با وجود اقلیم و پتانسیل‌های لازم در زمینه طب سنتی و گیاهان دارویی، تنها از بخش نفتی 32 میلیارد یورو است.

گیاهان دارویی در ایران

اقلیم و خاک ایران یکی از بهترین خاستگاه‌های جهان در رشد و تکثیر گیاهان دارویی است، تاکنون حدود 30 هزار گونه گیاهی در جهان شناخته شده که سهم ایران از این تعداد ۸ هزار و ۴۲۵ گونه گیاهی است و کشور ما به تنهایی از کل اروپا تنوع گیاهی بیشتری دارد. طبق بررسی علمی موسسه تحقیقات جنگل‌ها و مراتع کشور از ۸ هزار و ۴۲۵ گونه گیاهی که در منابع طبیعی ایران شناسایی شده، ۲ هزار و ۳۰۰ گونه از این گیاهان دارای خواص دارویی است که تنها روی 170 نوع داروی گیاهی سرمایه‌گذاری شده است و در بقیه آن‌ها یا گیاه اهلی نشده است یا اینکه هنوز وارد فرآیند توسعه وسیع نشده است و هنوز از همین ظرفیت، بهره کافی برده نشده و در اغلب موارد به خام فروشی یا فرآوری سنتی (عرق گیری) بسنده شده است.

میزان تجارت جهانی و سهم ایران

سهم تجارت جهانی از محصولات گیاهی دارویی حدود 124 میلیارد دلار است و کشور ایران با داشتن ۱۱ اقلیم از ۱۳ اقلیم جهان و دارا بودن تنوع گیاهی بیشتر از قاره اروپا، هم اکنون فقط 600 میلیون دلار از تجارت جهانی گیاهان دارویی را به خود اختصاص داده است که از این مقدار هم بخش عمده‌ای مربوط به صادرات زعفران به میزان حدود ۴۵۰ میلیون دلار است. در حال حاضر بیشترین حجم صادرات گیاهان دارویی ایران به

کشورهای پاکستان و امارات و پس از آن آلمان، ژاپن و چین انجام می‌شود. زعفران، شیرین بیان، صمغ‌های طبیعی و عرقیات و گلاب بیشترین ارقام صادراتی ایران به سایر کشورها محسوب می‌شود.

تجارت گیاهان دارویی در دست کدام کشورهاست؟

امروزه اغلب تولیدکنندگان گیاهان دارویی از جمله چین، آمریکا، ژاپن و آلمان به عمده واردکنندگان این گیاهان نیز تبدیل شده‌اند. درواقع، این کشورها گیاهان را از سایر کشورها خریداری کرده و پس از فراوری آن را مجدداً صادر کرده و از این طریق ارزش افزوده بسیاری کسب می‌کنند. به عنوان مثال، آمریکا سالانه ۵۱ هزارتن واردات گیاهان دارویی دارد و ۱۳ هزار تن صادرات انجام می‌دهد. اما اعتبار واردات و صادرات این تولیدات با یکدیگر برابر است. یعنی قیمت محصول فرآوری شده حدود ۴ برابر ماده خام بوده و از این طریق می‌توان به سود ۳۰۰ درصدی دست یافت.

مشکلات

کارشناسان معتقد هستند گیاهان دارویی ظرفیت جایگزینی نفت را دارند، اما به دلیل آماده نبودن بسترهای مناسب اغلب صادرات گیاهان دارویی ما از عرصه‌های طبیعی به صورت خام و فله‌ای صورت می‌گیرد که این کار علاوه بر تخریب طبیعت و از بین بردن ذخایر ژنتیکی، ارزش افزوده چندانی هم ندارد. از طرف دیگر بخشی از گیاهان دارویی صادراتی ما پس از فرآوری در بسته‌بندی‌های مناسب و با قیمت‌های بسیار بالاتر وارد کشور شده و برخی از ایرانی‌ها از این محصولات وارداتی استفاده می‌کنند. از نظر اقتصادی، مهم‌ترین چالش در این زمینه، فقدان تقاضای کافی و مؤثر برای تشویق و توجیه سرمایه‌گذاری است. دومین چالش سرمایه‌گذاری در صنایع گیاهان دارویی، ناکافی و ناپایدار بودن تولید گیاهان دارویی به‌عنوان نهاده اولیه برای مصرف در صنایع فرآوری است. سومین چالش نیز ناکافی بودن همکاری بین‌المللی ایران برای صادرات و سرمایه‌گذاری مشترک در این زمینه است. تولید خرد و کوچک مقیاس گیاهان دارویی و در برخی موارد تکیه صرف بر ذخایر طبیعی آن‌ها و پایین بودن کیفیت ماده مؤثره برخی از آن‌ها و بالا بودن هزینه تولید و قیمت تمام شده گیاهان دارویی در ایران

از دیگر معضلات و موانع سرمایه‌گذاری در زمینه صنایع گیاهان دارویی هستند. دولت می‌تواند با ارائه تسهیلات مناسب، نسبت به تولید انبوه این گیاهان کمک شایان توجهی کند.

حرف نهایی

تبدیل ایران به قطب تولید و صادرات گیاهان دارویی در سطح جهان به هیچ عنوان دور از دسترس نیست و ایران با توجه به عقبه تاریخی و فرهنگی خود در حوزه گیاهان دارویی می‌تواند با سرمایه‌گذاری حتی حداقلی و تدوین برنامه‌ای مدون و البته حمایت جدی از فعالان این حوزه با سرعتی مضاعف، عقب‌ماندگی گذشته خود در رقابت با کشورهای مطرح این حوزه را جبران کند و از همین رهگذر دستیابی به درآمد ارزی کلان بدون اتکا به نفت، داشته باشد.

مرکبات

ظرفیت عظیم در ایران

میوه‌های ایرانی از لحاظ کیفیت و مزه در جهان مرغوب بوده و تولیدات میوه ایران از لحاظ میزان تولید، کیفیت و سلامت از وضعیت مطلوبی برخوردار هستند، به طوری که بخشی از مازاد بر نیاز داخل این محصولات به برخی از کشورهای جهان صادر می‌شود. به لحاظ مزه، انار و لیموشیرین ایران در رتبه اول، خرما رتبه دوم، لیموترش رتبه چهارم، پرتقال رتبه هفتم و نارنگی در رتبه هشتم جهان قرار دارد. طولانی بودن میزان آفتاب آسمان ایران نسبت به دیگر مناطق تولید کننده، کاهش مصرف سم در باغات و پایین بودن میزان باقی مانده سموم مرکبات داخلی دلیل اصلی این تفاوت به شمار می‌رود.

میزان تولید

میزان تولید مرکبات در ایران بیش از 5 میلیون تن در سال می‌باشد. سرانه مصرف مرکبات کشور ما 5 برابر متوسط سرانه جهانی است؛ با توجه به تولید مرکبات داخل سرانه مصرف هر ایرانی بیش از 50 کیلو بوده در حالیکه متوسط سرانه جهانی 10 کیلو است. بیشترین حجم تولید مرکبات مربوط به پرتقال می‌باشد میزان تولید این محصول حدود 3 میلیون تن در سال می‌باشد. همچنین میزان تولید نارنگی در سال حدود 800 هزار تن می‌باشد. لیموشیرین و لیموترش نیز با تولید سالانه بیش از 500 هزار تن، سایر مرکبات پُر تولید کشور هستند.

صادرات

درحالی که میزان صادرات ایران در طول سال‌های گذشته حدود ۱۰۰ هزار تن بوده است اما ظرفیت صادراتی مرکبات کشور ۵۰۰ هزار تن است. عمده‌ترین بازارهای هدف ما کشورهای حاشیه خلیج فارس، آسیای میانه، روسیه، ژاپن و کره جنوبی است. روسیه سالانه ۵۰۰ تا ۶۰۰ هزار تن مرکبات وارد می‌کند و ما می‌توانیم بخشی از نیاز این کشور را تامین کنیم. حجم تجارت جهانی مرکبات در دنیا بیش از 15 میلیارد دلار است که اسپانیا با تولید ۶ میلیون و ۱۷۶ هزار تن مرکبات جهان ۵/۵ درصد تولید و ۲۷ درصد صادرات جهانی را به خود اختصاص داده است، درآمد سالانه اسپانیا از صادرات مرکبات ۱/۵ میلیارد دلار است. این درحالی است که ایران با

سه و نیم درصد تولیدات در بهترین شرایط تنها کمتر از یک درصد صادرات را داراست. ایران در بخش صادرات مرکبات در بین کشورهای صادرکننده مرکبات در جهان در رتبه ۳۱ قرار دارد.

رونق تولید صنایع غذایی

ویژگی

انواع شیرینی، شکلات، بیسکویت و محصولات مشابه، انواع فرآورده‌های لبنی، رب گوجه فرنگی، انواع روغن نباتی، انواع آبمیوه و کنسانتره میوه‌ها، انواع کمپوت و کنسروهای غذایی، انواع آب معدنی، انواع خمیر مایع، انواع ماکارونی و خمیرهای غذایی در صدر جدول محصولات غذایی صادراتی کشورمان قرار دارد. صنایع غذایی یکی از مهم‌ترین گروه‌های صنعتی است که پراکندگی مناسبی در سطح کشور دارد، یعنی در یک منطقه به خصوص نبوده و پراکندگی آن تقریباً در همه جای کشور وجود دارد. این پراکندگی، ارزش زیادی برای صنعت و ایجاد فرصت‌های شغلی مناسب در نقاط مختلف دارد و به مکانیزم‌های کشاورزی آن استان‌ها کمک می‌کند و توانسته اشتغال‌های پایدار ایجاد کند چرا که بازار صنایع غذایی، بازار کوتاه مدت نیست و بازار یک یا دو سال نیست و حتی شرکت‌های کوچکی که رفتار درست اقتصادی دارند معمولاً عمرشان طولانی می‌شود.

اشتغال

تعداد شاغلان صنایع مواد غذایی و آشامیدنی بیش از 216 هزار نفر می‌باشد.

گردش مالی جهانی

ارزش بازار صنعت غذای حلال در جهان حدود چهار تریلیون دلار برآورد شده است که این حجم تجارت به طور مداوم در حال افزایش است اما متأسفانه ایران سهم ناچیزی در این تجارت دارد. براساس آمارهای ارایه شده مسلمانان بیش از 25 درصد جمعیت جهان را تشکیل می‌دهند و حدود 8/1 میلیارد نفر مسلمان در بیش از 100 کشور در جهان زندگی می‌کنند، که خود بیانگر پتانسیل و توانمندی بسیار بالای موجود در بازار تولید و تجارت محصولات حلال است.

درآمد حاصل از صادرات

سالانه حدود دو و نیم میلیارد دلار صادرات مواد غذایی به کشورهای مختلف داریم که این مقدار با توجه به پتانسیل‌ها و ظرفیت‌های کشور قابلیت رسیدن به 5 میلیارد دلار را هم دارد که معادل حدود 12 درصد از

فروش نفت می‌باشد. مواد غذایی ایران اکنون به کشورهای حوزه خلیج فارس، آسیای میانه، روسیه و حتی کشورهای اروپایی و آمریکایی صادر می‌شود که بیشترین حجم صادرات صنعت غذا مربوط به دو کشور همسایه عراق و افغانستان است. حدود 80 درصد صادرات مواد غذایی ایران به کشورهای عراق، امارات، کویت، چین، افغانستان، ترکیه، جمهوری کره، ترکمنستان، تاجیکستان آذربایجان، پاکستان و اندونزی انجام می‌شود که در این بین عراق در صدر قرار دارد.

مشکلات اصلی

➤ نبود بازاریابی مناسب

➤ عدم ساماندهی منسجم

➤ حمل و نقل

یک صنعت غذایی پیشرو و پویا و توسعه یافته، نیازمند حمل و نقل مناسب است تا به واسطه آن، مواد غذایی پیش و پس از فرآوری، در اسرع وقت به بازارهای هدف منتقل شود.

➤ ضعف در بسته‌بندی

بسته‌بندی مواد غذایی از دیگر مولفه‌های تعیین کننده در تسهیل و تسریع فروش محصولات این چینی به شمار می‌رود، زیرا بخش قابل توجهی از جذابیت اقلام تولید شده، (در کنار کیفیت مطلوب و قیمت مناسب)، به این اصل خطیر وابسته است.

رونق تولید صنعت میگو

ویژگی

قدمت پرورش میگو در دنیا طولانی بوده ولی پرورش تجاری آن به دهه 1970 در کشور ژاپن برمی گردد به طوری که هم اکنون از کشورهای چین، تایلند، فلیپین، اندونزی، سنگاپور، مالزی، هند در قاره آسیا، کشورهای مکزیک، پاناما، کاستاریکا و اکوادور در قاره آمریکا به عنوان مهم ترین تولیدکننده این آبزی نام برده می شود. پرورش میگو که زمین های شوره زار سواحل جنوب و شمال را به کانون تولید طلای صورتی ارز آور تبدیل کرده به عنوان صنعت مولود انقلاب اسلامی نقشی مهم در ایجاد اشتغال و اقتصاد ایران ایفا می کند. میگو گونه ای از سخت پوستان آبزی است که در بیشتر آب های جهان از شور گرفته تا شیرین، یافت می شود و منبع مهم غذایی همانند سایر آبزیان سرشار از کلسیم، ید، و پروتئین است و نقشی مهم در زنجیره غذایی دارد. میگو دارای فواید فراوانی شامل ضد فشار خون بودن، سرشار از سلنیوم (خاصیت اکسیدانی)، جلوگیری از آلزایمر و کم خونی و منبع پروتئین و کلسترول خوب است. میگو از نوع وانامی پاسبید غربی در مقابل بیماری ها مقاوم است و در ایران و 90 درصد کشورهای جهان از این نوع کشت می شود.

اشتغال

تولید میگو و پرورش این آبزی ارزشمند به ایجاد زنجیره ای بهم پیوسته از کسب و کارها منجر می شود که از صنایع پشتیبانی گرفته تا ایجاد صنایع تولید خوراک آبزیان و کارخانجات تولید نهاده های خوراکی، واحدهای تکثیر، فرآوری، عمل آوری و بسته بندی است. همچنین توزیع این محصول در 2 بخش بازارهای داخلی و جهانی صورت می گیرد که باز چرخه ای از کسب و کارها را رقم می زند. تعداد اشتغال مستقیم به ازای هر 2 هکتار مزرعه فعال پرورش میگو در هرمزگان یک نفر و اشتغال غیر مستقیم نیز بیش از 2 نفر اعلام شده است. پرورش میگو یکی از اهداف حوزه کشاورزی است که این روزها بیش از پیش مورد توجه قرار گرفته است؛ چرا که این فرصت شغلی، زودبازده و در عین حال سودآور است و می تواند در کنار سایر اقلام صادرات غیر نفتی، این محصول پرورشی آبی نیز جزو اقلام صادراتی باشد.

ظرفیت

پرورش میگو یکی از با صرفه‌ترین و سودآورترین شغل‌ها در کشور است، در تولید میگوی پرورشی ایران مقام دوازدهم را در دنیا دارد. صنعت پرورش میگو با هدف صادرات محصول در استان بوشهر کلید خورد و میزان صادرات در مرحله نخست 35 تن بود این درحالی است که امروز بیش از 80 درصد محصول به خارج از کشور صادر می‌شود و میزان ارزآوری آن به **160 میلیون دلار** رسیده است، این در حالی است که میانگین سهم ایران از بازار صادرات جهانی در سال‌های گذشته معادل 0/215 درصد بوده و حداکثر سهم ایران نیز از این بازار معادل 0/51 درصد بوده است که با برنامه‌ریزی و سرمایه‌گذاری بیشتر در این حوزه می‌توان آن را بهبود بخشید. گردش مالی صنعت میگو در ایران در سال 96 حدود **هزار میلیارد تومان** بوده است. بیشترین صادرات میگوی پرورشی استان بوشهر به مقصد کشورهای حاشیه خلیج فارس شامل قطر، کویت، امارات متحده عربی و عمان، آسیای جنوب شرقی ویتنام، چین، لبنان، مصر و به تازگی تلاش‌هایی برای صادرات محصول به روسیه نیز انجام می‌شود. در سال 97 از 11 هزار هکتار سطح زیرکشت، بیش از 47 هزار تن میگوی پرورشی تولید شده است. به گفته وزیر جهاد کشاورزی ظرفیت **یک میلیون تنی** در حوزه توسعه کشت ماهی در داخل دریا شناسایی شده است. رشد و توسعه تولید و تکثیر میگو در مزارع پرورش میگو نه تنها بازار داخلی را پوشش داده، بلکه صادرات بیش از **30 هزار تنی** در سال جاری را به ارمغان آورده است.

مشکلات و

راه حل‌ها

آموزش

تولیدکنندگان و صادرکنندگان مرکبات همچنین باید به اصول نگهداری و انبارداری میوه و مرکبات آگاه و آشنا باشند. ارائه آموزش، تکنیک‌های روز و بذره‌های اصلاح شده به کشاورزان از سوی وزارت جهاد کشاورزی کاملاً تاثیرگذار می‌باشد.

وجود دلال‌ها

بخش اعظم سود مرکبات به جیب مافیای میوه و دلال‌هایی می‌رود که انحصار بازار میوه را دست دارند؛ میوه‌ها را با قیمت نازل از باغداران خریداری و به چندین برابر قیمت در بازار عرضه می‌کنند. تنها راه حل رفع این معضل، ایجاد شرکت تعاونی توسط خود تولیدکنندگان مرکبات بوده که تولید و توزیع را مستقیماً بر عهده گرفته و دست واسطه‌های استثمارگر را قطع کنند.

واردات

با وجود محصولات غنی و باکیفیت داخلی شاهد واردات برخی محصولات به داخل کشور هستیم. واردات عمدتاً از طریق کشورهای مصر و ترکیه تامین می‌گردد. نکته جالب ماجرا آنجایی است که در چند سال اخیر واردات پرتقال ممنوع است ولی در بازار شاهد انواع فراوان میوه‌های وارداتی قاچاق می‌باشیم که عمدتاً هم توسط بازارچه‌های مرزی وارد می‌شود.

بسته‌بندی نامناسب

مرکبات را باید در کارخانجات مخصوص و مجهز شستشو و سپس بسته‌بندی نمود. امروزه بسته‌بندی خود جزء اصل کیفیت به حساب می‌آید. چه بسا محصولاتی که از جهت کیفیت در مقایسه با نوع مشابه در سطح پایین‌تری قرار داشته، اما به دلیل برخورداری از بسته‌بندی خوب، جذاب و مناسب، فروش و مصرف بالاتری را به دست آورده‌اند. به این نکته در ایران توجهی نمی‌شود و ما کمتر کارخانه مجهز و فعالی در کشور داریم و عموماً به

فرهنگ و سلیقه کشورهای مقابل توجه نمی‌شود. ارائه بسته‌بندی باید متناسب با فرهنگ کشورهای خریدار (عمدتاً کشورهای آسیای مرکزی و روسیه) بوده و به صورت منظم و شکیل باشد. (در ایران پرتقال در جعبه و به صورت کیلویی و فله مبادله می‌شود در حالی که در سایر کشورها عمدتاً به صورت عددی و در بسته‌ها و اندازه‌های یکسان انجام می‌شود. در خصوص بسته‌بندی کشورهایی مانند اسپانیا زعفران ایران را به صورت فله خریداری و با بسته‌بندی شیک به نام خودش به سایر کشورها صادر می‌کند یا کشور سوئیس که کاکائو و قهوه را از برزیل خریداری و به نام خودش صاحب معتبرترین برندهای شکلات و نسکافه شده است.

حمل و نقل

یکی از دلایل اصلی پایین بودن میزان صادرات مرکبات و کلا صادرات غیر نفتی کشور هزینه‌های بالای حمل و نقل و در نتیجه گران بودن قیمت تمام شده مرکبات برای عرضه در بازارهای خارجی است. با توجه به فسادپذیر بودن مرکبات و کم بودن تعداد کامیون‌های یخچال‌دار و به تبع آن هزینه کرایه بالای آنها، در داخل کشور شاهد مشکلات زیادی هستیم. لذا در صادرات مرکبات که باید کالا سریعاً بارگیری و در مقصد تخلیه گردد زمان بسیار مهم بوده و به همین علت همین کمی کامیون‌ها و کرایه‌های بالای آنها، باغداران از بازارهای دوردست چشم پوشی کرده و به بازارهای محلی و منطقه‌ای اکتفا می‌کنند.

بازاریابی

تولیدکنندگان مرکبات، از رقبا و بازارهای خارجی محصولات خود، محیط و خصوصیات آن بازارها و شناختی ندارند که این امر خود عدم توفیق در صادرات را به دنبال دارد؛ لذا صرفاً به بازارهای محلی توجه دارند.