



انجمن دانشمندان صنایع کشاورزی ایران



مرکز ملی مطالعات راهبردی کشاورزی و آب

آسیب‌شناسی صادرات محصولات کشاورزی (خرما)

مرکز ملی مطالعات راهبردی کشاورزی و آب



شناسنامه گزارش
عنوان: آسیب‌شناسی صادرات محصولات کشاورزی (خرما)
تهیه کننده: حامد رفیعی ناظر پروژه: بهزاد فکاری تأییدکننده نهایی: عباس کشاورز تاریخ انتشار: آذر ۱۴۰۲
طبقه بندی موضوعی: اقتصاد کشاورزی واژه های کلیدی: خرما، صادرات، ارقام، کشور هدف، رقبا، تعرفه، برنامه اقدام
نشانی: تهران، خیابان طالقانی، نبش خیابان موسوی (فرصت)، پلاک ۱۷۵



چکیده

در راستای اهداف صادرات محوری تولید و دستیابی به رشد پایدار اقتصادی در کشور و همچنین به منظور تسهیل، تقویت و حمایت از حضور محصولات ایرانی در بازارهای جهانی و جذب سهم اقتصادی ممکن از بازارهای بین‌المللی، مجموعه‌ای از مطالعات در مرکز ملی مطالعات راهبردی کشاورزی و آب شکل گرفته که می‌تواند راهنمای بخش دولتی و خصوصی در بازار صادراتی محصولات کشاورزی باشد. براین اساس این مطالعه به بررسی بازار صادراتی خرما می‌پردازد. خرما همواره یکی از مهمترین محصولات صادراتی ایران در سبد محصولات کشاورزی بوده است. بطوریکه این محصول در سال ۱۴۰۱، بیش از ۶ درصد ارزش صادرات محصولات کشاورزی ایران را به خود اختصاص داده است. در این گزارش به آسیب شناسی صادرات محصول خرما از طریق بررسی شاخص‌های مختلف صادراتی و تحلیل در بازارهای هدف و مقایسه با رقبا طی سال‌های ۱۳۸۰ تا ۱۴۰۱ پرداخته شده است. نتایج به تفکیک چالش‌های مقدار، قیمت و ارزش خرما در بازارهای جهانی و به اجزای بازارهای هدف و رقبا پرداخته شده است. در نهایت آنچه که مشخص است مهمترین چالش‌های تجارت خرما در ایران می‌توان به عدم وجود برنامه اقدام (Action Plan) کوتاه‌مدت، میان مدت و بلندمدت در تجارت خرما اشاره نمود. همچنین عدم وجود برنامه اقدام مشخص در بخش زنجیره ارزش صادرات در بخش فرآوری خرما نیز از چالش‌های اساسی صادرات این محصول ارزشمند است؛ بطوریکه پایش سالانه این برنامه سبب خواهد شد انحراف از برنامه در هر سال اصلاح شود.

کلمات کلیدی: خرما، صادرات، ارقام، کشور هدف، رقبا، تعرفه، برنامه اقدام



فهرست مطالب

خلاصه مدیریتی	۱
۱- خرما	۵
۱-۱- بررسی سهم خرما در سبد صادراتی ایران	۵
۱-۲- بررسی روند مقدار تولید و صادرات خرما	۵
۱-۳- بررسی روند ارزش صادراتی خرما در ایران	۶
۱-۴- مقایسه سهم تولید و سهم صادرات خرما از جهان	۸
۱-۵- بررسی وضعیت صادرکنندگان بزرگ خرما و جایگاه ایران	۹
۱-۶- معرفی واردکنندگان بزرگ خرما در جهان	۱۳
۱-۷- بررسی جایگاه ایران از نظر مقداری و ارزشی در بازار جهانی خرما و تغییر جایگاه ایران در کشورهای هدف ۱۴	
۱-۸- بررسی روند تغییر شاخص قیمت تولیدکننده خرما در ایران و کشورهای رقیب به عنوان نماینده هزینه تولید خرما	
۱۷.....	۱۷
۱-۸-۱- تحلیل روند شاخص قیمت تولیدکننده در ایران و کشورهای صادرکننده خرما	۱۷
۱-۸-۲- بررسی و مقایسه میانگین تورم سالانه تولید و نوسان شاخص قیمت تولیدکننده	۱۸
۱-۹- بررسی ارتباط بین مقادیر صادراتی ایران و قیمتهای صادراتی در بازارهای جهانی خرما	۱۹
۱-۱۰- بررسی جایگاه ایران در بازارهای اصلی واردکننده خرما و تحلیل مقایسه‌ای قیمت صادراتی ایران در مقابل رقبا	
در این بازارها	۱۹
۱-۱۱- بررسی جایگاه ایران در بازارهای هدف خود و تحلیل مقایسه‌ای قیمت صادراتی خرما در مقابل رقبا در	
این بازارها	۲۰
۱-۱۲- بررسی روند تغییر کشورهای هدف خرما در ایران و مقایسه با رقبا	۲۲
۱-۱۳- بررسی روند کلی تغییر سهم کشورهای هدف صادراتی خرما در ایران	۲۸
۱-۱۴- نقشه تعرفه وارداتی در کشورهای هدف ایران	۲۹
۱-۱۵- تحلیل وضعیت ارقام صادراتی ایران	۳۷
۱-۱۵-۱- سهم مقداری و ارزشی ارقام صادراتی ایران	۳۷
۱-۱۶- برخی از اصلی‌ترین چالش‌ها در بازار خرما	۴۳



فهرست جداول

- جدول ۱-۱- مقدار صادراتی ۱۰ کشور اصلی صادرکننده خرما - هزار تن..... ۹
- جدول ۲-۱- سهم مقدار صادراتی ۱۰ کشور اصلی صادرکننده خرما-درصد..... ۱۰
- جدول ۳-۱- ارزش صادراتی ۱۰ کشور اصلی صادرکننده خرما-میلیون دلار..... ۱۱
- جدول ۴-۱- سهم ارزشی صادراتی ۱۰ کشور اصلی صادرکننده خرما-درصد..... ۱۲
- جدول ۵-۱- رتبه ایران در بازارهای جهانی خرما..... ۱۳
- جدول ۶-۱- سهم مقداری ۱۰ کشور واردکننده اصلی در بازارهای جهانی (درصد)..... ۱۴
- جدول ۷-۱- رتبه ایران در مقدار صادرات خرما به جهان و بزرگترین بازارهای هدف (۲۰۲۱-۲۰۰۱)..... ۱۵
- جدول ۸-۱- رتبه ایران در ارزش صادرات خرما به جهان و بزرگترین بازارهای هدف (۲۰۲۱-۲۰۰۱)..... ۱۶
- جدول ۹-۱- جایگاه ۱۰ صادرکننده اصلی خرما به لحاظ مقادیر صادرات در بازار جهانی..... ۱۷
- جدول ۱۰-۱- جایگاه ایران در کشورهای واردکننده اصلی خرما..... ۲۰
- جدول ۱۱-۱- جایگاه ایران در مقایسه با رقبای مهم ترین بازارهای هدف خود در سال ۲۱-۲۰۱۹..... ۲۲
- جدول ۱۲-۱- میانگین وضعیت صادرات و ریسک صادراتی انواع ارقام خرما..... ۴۱

فهرست شکل‌ها

- شکل ۱-۱- نقشه کشورهای هدف ایران در سال ۲۰۰۱ (منبع: ITC, 2023) ۲۳
- شکل ۱-۲- نقشه کشورهای هدف ایران در سال ۲۰۰۵ (منبع: ITC, 2023) ۲۳
- شکل ۱-۳- نقشه کشورهای هدف ایران در سال ۲۰۱۰ (منبع: ITC, 2023) ۲۴
- شکل ۱-۴- نقشه کشورهای هدف ایران در سال ۲۰۱۲ (منبع: ITC, 2023) ۲۴
- شکل ۱-۵- نقشه کشورهای هدف ایران در سال ۲۰۱۴ (منبع: ITC, 2023) ۲۵
- شکل ۱-۶- نقشه کشورهای هدف ایران در سال ۲۰۱۶ (منبع: ITC, 2023) ۲۵
- شکل ۱-۷- نقشه کشورهای هدف ایران در سال ۲۰۱۷ (منبع: ITC, 2023) ۲۶
- شکل ۱-۸- نقشه کشورهای هدف ایران در سال ۲۰۱۸ (منبع: ITC, 2023) ۲۶
- شکل ۱-۹- نقشه کشورهای هدف ایران در سال ۲۰۱۹ (منبع: ITC, 2023) ۲۷
- شکل ۱-۱۰- نقشه کشورهای هدف ایران در سال ۲۰۲۰ (منبع: ITC, 2023) ۲۷
- شکل ۱-۱۱- نقشه کشورهای هدف ایران در سال ۲۰۲۱ (منبع: ITC, 2023) ۲۸
- شکل ۱-۱۲- بازارهای هدف ایران برای محصول خرما (منبع: ITC, 2023) ۲۹
- شکل ۱-۱۳- مشخصات بازار کشور هدف هند برای محصول خرما (منبع: ITC, 2023) ۲۹
- شکل ۱-۱۴- مشخصات بازار کشور هدف امارات برای محصول خرما (منبع: ITC, 2023) ۳۰
- شکل ۱-۱۵- مشخصات بازار کشور هدف اندونزی برای محصول خرما (منبع: ITC, 2023) ۳۰
- شکل ۱-۱۶- مشخصات بازار کشور هدف ترکیه برای محصول خرما (منبع: ITC, 2023) ۳۱
- شکل ۱-۱۷- مشخصات بازار کشور هدف افغانستان برای محصول خرما (منبع: ITC, 2023) ۳۱
- شکل ۱-۱۸- مشخصات پتانسیل صادراتی تانزانیا برای محصول خرما (منبع: ITC, 2023) ۳۲
- شکل ۱-۱۹- مقایسه مقدار صادراتی محقق نشده هند توسط دو کشور رقیب ایران برای محصول خرما (منبع: ITC, 2023) ۳۲
- شکل ۱-۲۰- مشخصات پتانسیل صادراتی عربستان سعودی برای محصول خرما (منبع: ITC, 2023) ۳۳
- شکل ۱-۲۱- مقایسه مقدار صادراتی محقق نشده امارات توسط دو کشور رقیب عربستان و ایران برای محصول خرما (منبع: ITC, 2023) ۳۳
- شکل ۱-۲۲- مقایسه مقدار صادراتی محقق نشده هند توسط دو کشور رقیب عربستان و ایران برای محصول خرما (منبع: ITC, 2023) ۳۴
- شکل ۱-۲۳- مشخصات پتانسیل صادراتی امارات برای محصول خرما (منبع: ITC, 2023) ۳۴
- شکل ۱-۲۴- مقایسه مقدار صادراتی محقق نشده و تعرفه وارداتی هند توسط دو کشور رقیب امارات و ایران برای محصول خرما (منبع: ITC, 2023) ۳۵
- شکل ۱-۲۵- مقایسه مقدار صادراتی محقق نشده اندونزی توسط دو کشور رقیب امارات و ایران برای محصول خرما (منبع: ITC, 2023) ۳۵

- شکل ۱-۲۶- اولویت‌بندی کشورهای واردکننده از هند برای محصول خرما (منبع: ITC, 2023) ۳۶
- شکل ۱-۲۷- تعرفه کشورهای هدف در صادرات خرما ایران (منبع: ITC, 2023) ۳۶

فهرست نمودارها

- نمودار ۱-۱- روند سهم ارزشی صادرات خرما از سبد صادرات کشاورزی ایران (منبع: ITC, 2023 و یافته‌های پژوهش) ۵
- نمودار ۱-۲- روند مقدار تولید خرما ایران (وزارت جهاد کشاورزی، ۱۴۰۱) ۶
- نمودار ۱-۳- روند مقدار صادرات خرما ایران (منبع: ITC, 2023) ۶
- نمودار ۱-۴- روند ارزش صادرات خرما ایران (منبع: ITC, 2023) ۷
- نمودار ۱-۵- روند قیمت صادراتی خرما ایران (منبع: ITC, 2023) ۷
- نمودار ۱-۶- روند سهم تولید خرما ایران در جهان (وزارت جهاد کشاورزی، ۱۴۰۱ و FAO, 2023) ۸
- نمودار ۱-۷- روند سهم مقداری و ارزشی صادراتی خرما ایران در جهان (منبع: ITC, 2023 و یافته‌های پژوهش) ۸
- نمودار ۱-۸- روند شاخص قیمت تولیدکننده خرما ایران و بزرگترین صادرکنندگان جهانی (منبع: FAO, 2023) ۱۸
- نمودار ۱-۹- میانگین تورم سالانه و نوسان شاخص قیمت تولیدکننده خرما ایران ۱۸
- نمودار ۱-۱۰- ارتباط بین قیمت صادراتی و مقدار صادرات خرما ایران ۱۹
- نمودار ۱-۱۱- وضعیت روند نوسانی صادرات به کشورهای هدف خرما ایران ۲۸
- نمودار ۱-۱۲- روند سهم و مقداری و ارزشی خرما استعمران از سبد صادراتی خرما ایران (منبع: ITC, 2023 و یافته‌های پژوهش) ۳۷
- نمودار ۱-۱۳- روند سهم و مقداری و ارزشی خرما کبکاب از سبد صادراتی خرما ایران (منبع: ITC, 2023 و یافته‌های پژوهش) ۳۸
- نمودار ۱-۱۴- روند سهم و مقداری و ارزشی خرما مضافتی از سبد صادراتی خرما ایران (منبع: ITC, 2023 و یافته‌های پژوهش) ۳۹
- نمودار ۱-۱۵- روند سهم و مقداری و ارزشی خرما شاهانی از سبد صادراتی خرما ایران (منبع: ITC, 2023 و یافته‌های پژوهش) ۳۹
- نمودار ۱-۱۶- روند سهم و مقداری و ارزشی خرما زاهدی از سبد صادراتی خرما ایران (منبع: ITC, 2023 و یافته‌های پژوهش) ۴۰
- نمودار ۱-۱۷- روند سهم و مقداری و ارزشی خرما پیارم از سبد صادراتی خرما ایران (منبع: ITC, 2023 و یافته‌های پژوهش) ۴۱
- نمودار ۱-۱۸- روند قیمت و سهم صادراتی ارقام خرما ایران (منبع: ITC, 2023 و یافته‌های پژوهش) ۴۲



خلاصه مدیریتی

هرچند سهم ارزش صادرات خرما از ارزش صادرات کشاورزی بطور کلی در سال‌های اخیر افزایش یافته و به مقدار ۶/۱ درصد در سال ۱۴۰۱ رسیده است اما این سهم نوسانی بوده و بیانگر آن است که جایگاه خرما در سبد صادراتی ایران ثبات مناسبی نداشته است. هرچند مقادیر صادرات خرمای ایران در سال‌های اخیر صعودی بوده و به مقدار ۳۶۶ هزار تن در سال ۱۴۰۱ رسیده است اما قیمت‌های صادراتی خرمای ایران در سال‌های اخیر افت قابل توجهی داشته، بطوریکه در سال ۱۴۰۱ هر کیلو خرمای صادراتی ایران کمتر از ۰/۹ دلار در حال عرضه به بازارهای جهانی است. این در حالی است که روند تولید خرمای ایران صعودی بوده و ایران بیش از ۱۵ درصد تولید خرمای جهان را در اختیار داشته و لذا می‌توان به برنامه‌ریزی مناسب‌تر در راستای صادرات محوری تولید، به صادرات باثبات‌تری نیز دست یافت. ضمن اینکه مطابق نتایج مشخص است که همبستگی قوی بین قیمت و مقدار صادرات خرمای ایران مشاهده نمی‌شود و نمی‌توان بیان نمود که با افزایش قیمت صادراتی، لزوماً مقادیر صادراتی نیز افزایش یافته است.

نکته امیدوارکننده در مورد مقادیر صادرات در بازارهای جهانی این است که ایران جایگاه اول صادرات خرما قرار داشته است و نوسان مقادیر صادراتی نیز در ایران کمتر از میانگین جهانی بوده که بیانگر ریسک کمتر صادرکنندگان ایرانی نسبت به سایر کشورهای صادرکننده اصلی می‌باشد. در سال ۲۰۲۱ ایران بعد از عربستان و رژیم اشغالگر قدس رتبه دوم ارزش صادراتی را به خود اختصاص داده است. همچنین ریسک ارزش صادراتی ایران براساس ضریب نوسان، بیشتر از ریسک مقادیر صادراتی بوده است. همین موضوع نیز تأکید روی توجه بیشتر به ارزش‌های کسب شده از بازارهای هدف و قیمت‌های صادراتی دارد. در مورد بازارهایی مثل روسیه و اخیراً اکراین نیز ایران جایگاه اول ارزش صادراتی نداشته، هرچند که به لحاظ مقادیر صادراتی ایران حائز رتبه اول بود. که این موضوع اهمیت توجه بیشتر به قیمت‌های صادراتی را یکبار دیگر تأکید می‌کند.

نتایج نشان داد در مقابل صادرکنندگان رقیب خرما، ایران علاوه بر اینکه بیشترین سطح تورم در تولید را در بین تجربه کرده، بیشترین ریسک قیمتی در سطح تولید نیز در ایران رخ داده و لذا وضعیت در سطح تولیدکننده ناکارآمد بوده و همین وضعیت می‌تواند در بلندمدت به صادرات خرمای ایران در بازارهای جهانی آسیب وارد سازد. همچنین نتایج نشان داد که ایران در بازارهای اصلی واردکننده خرما (به غیر از ترکیه و تا حدودی هند) نتوانسته جایگاه مناسبی داشته باشد به ویژه اینکه در تمام این بازارها از جمله ترکیه و هند به لحاظ قیمتی نیز جایگاه مناسبی نداشته و عمدتاً رتبه قیمتی بالای ۱۰ داشته است. هرچند برخی از این تفاوت قیمتی مربوط به نوع رقم خرمای صادراتی است اما بخش دیگر این تفاوت قیمتی می‌تواند در مفاهیم بازاریابی و انتخاب بازارهای هدف نهفته باشد.

در سال ۲۰۱۹ و ۲۰۲۰ و ۲۰۲۱ نیز ایران در این کشور به ترتیب حدود ۹۵ و ۹۷ درصد بازار این کشور را از آن خود کرده اما در سال ۲۰۲۱ سهم ایران در پاکستان به حدود ۸۷ درصد کاهش یافته است. پاکستان در مجموع در سال ۲۰۱۶، ۲۰۱۷، ۲۰۱۸، ۲۰۱۹، ۲۰۲۰ و ۲۰۲۱ به ترتیب ۱۴/۰۴، ۱۷/۲۲، ۱۷/۶۰، ۱۲/۵، ۲۱/۳ و ۲۰/۳ درصد سبد صادراتی ایران را به خود اختصاص داده است. مشخص است که از این جهت وزن پاکستان در کشورهای هدف ایران افزایش یافته است. در هند هرچند ایران نفوذ قابل توجهی نداشته اما این کشور از سبد صادراتی ایران سهم قابل توجهی را داشته است. بطوریکه دومین کشور هدف ایران در سال‌های ۲۰۱۶، ۲۰۱۷، ۲۰۱۹ و ۲۰۲۰ و اولین کشور هدف ایران در سال‌های ۲۰۱۸ و ۲۰۲۱ بوده است. در سال ۲۰۱۹ ایران بیش از ۳۳ درصد بازار هند را به خود اختصاص داده اما در سال ۲۰۲۰ سهم ایران در بازار هند به کمتر از ۱۴ درصد تنزل یافت. همچنین در سال ۲۰۲۱ مجدداً ایران بیش از ۴۰ درصد بازار هند را به خود اختصاص داده است. هند نیز در مجموع در سال‌های ۲۰۱۹، ۲۰۲۰ و ۲۰۲۱ به



ترتیب ۲۱/۳، ۱۸ و ۲۲/۸ درصد سبد صادراتی ایران را به خود اختصاص داده است. ایران در قزاقستان تقریباً بدون رقیب بوده و طی سال‌های ۲۰۱۹، ۲۰۲۰ و ۲۰۲۱ به ترتیب ۹۶/۷، ۹۶/۹ و ۹۷ درصد بازار این کشور در اختیار صادرکنندگان ایرانی بوده و به ترتیب در همین سال‌ها ۱۲/۵۲، ۱۰/۸ و ۱۰/۰۳ درصد سبد صادراتی خرمای ایران به این کشور اختصاص یافته است. ایران در امارات نیز در سال‌های اخیر حائز رتبه دوم و سوم بوده و بزرگترین رقیب ایران در این کشور، عربستان بوده است. این در حالی است که قیمت صادراتی ایران از عربستان پایین‌تر است که احتمالاً به دلیل نوع رقم صادراتی عربستان به امارات می‌باشد. در هر صورت طی سال‌های ۲۰۱۶، ۲۰۱۷، ۲۰۱۸، ۲۰۱۹، ۲۰۲۰ و ۲۰۲۱ به ترتیب ۴۲، ۲۵/۸، ۳۳، ۱۷/۱، ۱۰/۱ و ۱۰/۸ درصد بازار این کشور در اختیار صادرکنندگان ایرانی بوده و مشخص است که ایران در حال از دست دادن بازار این کشور به رقبا است. به ترتیب در همین سال‌ها ۹/۹، ۵/۷، ۶/۷، ۶/۲۳، ۴/۵ و ۵/۱ درصد سبد صادراتی خرمای ایران به این کشور اختصاص یافته است.

ایران در ترکیه نیز به عنوان صادرکننده اول همواره مطرح بوده است و ایران طی سال‌های ۲۰۱۹، ۲۰۲۰ و ۲۰۲۱ به ترتیب ۵۵/۸، ۵۱/۲ و ۵۵/۴ درصد بازار ترکیه را در اختیار داشته و به ترتیب در همین سال‌ها ۹/۹، ۸/۷ و ۸/۱ درصد سبد صادراتی خرمای ایران را تشکیل داده است. عراق خود به عنوان یکی از بزرگترین کشورهای صادرکننده بوده اما همزمان واردکننده خرما از ایران نیز می‌باشد و مشخص است که ایران در عراق طی سال‌های ۲۰۱۹، ۲۰۲۰ و ۲۰۲۱ به ترتیب ۸۱/۷، ۷۰/۲ و ۷۴/۳ درصد بازار عراق را در اختیار داشته و مشخص است که نفوذ ایران در عراق پس از یک افزایش در حال کاهش است. همچنین عراق در همین سال‌ها به ترتیب ۲/۵۳، ۴/۳ و ۲/۴ درصد سبد صادراتی خرمای ایران را تشکیل داده است. در نهایت ایران در روسیه به لحاظ مقادیر صادراتی همواره رتبه اول را داشته و طی سال‌های ۲۰۱۹، ۲۰۲۰ و ۲۰۲۱ به ترتیب ۴۰/۶، ۴۷ و ۴۲/۶ درصد بازار این کشور در اختیار صادرکنندگان ایرانی بوده است. البته لازم به ذکر است که مطلق میزان صادرات ایران به روسیه در این سال‌ها نوسانی است. به ترتیب در همین سال‌ها ۴/۰۵۰۴، ۳/۰۱ و ۴/۰۴ درصد سبد صادراتی خرمای ایران به این کشور اختصاص یافته است.

بطور کلی روند میزان صادرات خرمای ایرانی در کشورهای هدف اصلی تقریباً روندی صعودی بوده است. مشخص است که در هند و پاکستان روند افزایش مقادیر صادراتی مشخص‌تر می‌باشد. بازم تأکید می‌شود که آنچه اهمیت دارد توجه به قیمت و ارزش صادراتی خرما در کشورهای هدف است. مطابق بررسی‌های انجام شده در مرکز بین‌المللی تجاری ITC، ایران در هند ظرفیت خالی ۳۸ میلیون دلاری، در امارات ظرفیت خالی ۶۸ میلیون دلاری، در اندونزی ظرفیت خالی ۴۰ میلیون دلاری و در ترکیه ظرفیت خالی ۳/۲ میلیون دلاری وجود دارد و این در حالی است که در افغانستان بیش از ظرفیت این کشور، صادرات انجام شده است. نتایج نشان می‌دهد که کشور هند بیش از تونس، در اختیار ایران بوده و ایران در کشور هند ظرفیت خالی مانده بیش از ۲ برابری نیست به تونس دارد. هرچند امارات و عربستان بیش از ایران بازار هند را در اختیار داشته است. نکته قابل توجه در هند آن است که امارات در صادرات به هند با تعرفه صفر درصدی روبروست اما ایران مجبور به پرداخت تعرفه ۲۵ درصدی است که قدرت رقابتی از صادرکننده ایرانی خواهد کاست. لازم است در این خصوص رایزنی و مکانیزم تعرفه ترجیحی مورد بررسی قرار گیرد.

کشور امارات نیز بیش از ایران در اختیار عربستان بوده است. هرچند همچنان ایران در امارات نیز ظرفیت قابل دستیابی (معادل ۶۸ میلیون دلار (علاوه بر میزان صادرات فعلی) دارد. بررسی سهم ارقام خرما در سبد صادراتی ایران نشان می‌دهد که از سال ۲۰۰۱ تا ۲۰۲۱، سهم ارقام استعمران، کبکاب و شاهانی نزولی بوده و سهم ارقام مضافتی، بویژه زاهدی و تا حدودی پیارم از سبد صادراتی خرمای ایران صعودی بوده است.

به لحاظ بررسی مقدار، قیمت و ارزش صارتی انواع ارقام خرمای صادراتی ایران مشخص است که بیشترین ضریب نوسان مقادیر صادراتی مربوط به خرمای زاهدی و پس از آن مرتبط با خرمای مضافتی بوده است. لذا نوسان



مقادیر صادرات در مورد این دو رقم از سایر ارقام بیشتر می‌باشد. این در حالی است که خرمای مضافتی در سال‌های اخیر با حدود ۴۶ درصد سبد مقداری خرمای صادراتی ایران، جزو ارقام اصلی صادراتی ایران بوده است. کمترین نوسان در مقادیر صادراتی نیز مربوط به خرمای شاهانی و بیشترین ضریب نوسان قیمت صادراتی مربوط به خرمای مضافتی و شاهانی است. در واقع در یکی از مهمترین ارقام صادراتی خرمای ایران (مضافتی) هم ریسک مقداری قابل توجه بوده و هم ریسک قیمتی بیشتر از سایر ارقام بوده است. کمترین نوسان در قیمت صادراتی نیز مربوط به خرمای کبکاب و زاهدی بوده است.

عمدتاً ارقامی که با قیمت رو به صعودی در بازارهای صادراتی ایران روبرو بوده‌اند، با کاهش سهم در سبد صادراتی ایران مواجه شده‌اند و در عوض به عنوان نمونه خرمای مضافتی که یکی از مهمترین ارقام سبد صادراتی ایران است، با گذشت زمان، سهم بیشتری در سبد صادراتی ایران به خود اختصاص داد. اما روند قیمت صادراتی این رقم پس از سال ۲۰۱۱ کاملاً کاهش یافته است. در مورد خرمای زاهدی همسویی مناسبی بین سهم از سبد صادراتی و قیمت‌های صادراتی در سال‌های اخیر ایجاد شده است. در مورد خرمای استعمران به عنوان یکی از مهمترین ارقام دیگر صادراتی ایران نیز در سال‌های ابتدایی ارتباط مناسبی بین قیمت صادراتی با سهم از سبد صادراتی این رقم وجود داشته است. اما در سال‌های پایانی با افزایش قیمت این رقم، سهم این رقم از سبد صادراتی ایران کاهش یافته و جای خود را به خرمای مضافتی داده است. در هر صورت مشخص است که الگوی صادراتی ارقام مختلف خرمای ایران منطبق با الگوی قیمتی در بازارهای جهانی نبوده است.

از مهمترین چالش‌های اصلی بازار خرما در بخش صادرات عبارتند از:

۱. تصمیمات غیر کارشناسی و خلق‌الساعه دولت بدون مشارکت نمایندگان بخش خصوصی بویژه در خصوص ممنوعیت‌ها و محدودیت‌های صادراتی گذشته
 ۲. عدم مشخص بودن قیمت تمام شده تولید و تجارت خرما در مناطق مختلف و عدم توجه سیاستگذار به ارائه برنامه اقدام جهت کاهش هزینه‌های تولید به ازای هر واحد محصول
 ۳. عدم استفاده کارآمد از استفاده از شرکت‌های دانش بنیان و پارک‌های علم و فناوری در راستای تحول در زنجیره تأمین و ارزش خرما و بویژه در بخش صادرات
 ۴. عدم توجه سیاستگذار به حمایت از ایجاد و توسعه پایانه صادراتی و پایانه حمل و نقل توسط بخش خصوصی و با همکاری کامل دستگاه‌های متولی در مناطق قطب تولید
 ۵. وجود قوانین و تشریفات گمرکی زمان‌بر و کمبودهای لجستیکی در بخش صادرات
 ۶. عدم دسترسی کافی صادرکنندگان به قوانین صادرات و واردات کشور مقصد و رورت حمایت سازمان توسعه تجارت در این بخش
 ۷. عدم انجام مطالعات کاربردی در خصوص نیاز و سلايق مشتریان خرما در بازارهای هدف صادراتی
 ۸. هزینه‌های بسته بندی بالا در ایران و لزوم استفاده از ظرفیت شرکت‌های دانش بنیان جهت کاهش این هزینه و افزایش کیفیت بسته‌بندی
 ۹. عدم برندسازی صحیح خرمای ایرانی به دلیل بالا بودن هزینه‌های بازاریابی و تبلیغات بویژه جهت حضور در نمایشگاه‌های خارجی (لزوم ورود کارآمد سازمان توسعه تجارت در این بخش)
 ۱۰. تحریم‌ها و مشکلات بازگشت ارز به کشور و همزمان چالش جدی تعهد ارزی و چالش‌های گذشته و پیش روی آن (بویژه در بخش کشاورزی لازم است بازنگری جدی شود)
 ۱۱. تنوع پایین بازارهای هدف اصلی و ضرورت تنوع بخشی در این بخش
- همچنین در بحث تولید نیز چالش‌هایی مطرح شده که شامل موارد زیر است:



۱. عدم وجود نقشه راه و برنامه اقدام تولید، مدیریت ارقام، جایگزینی نخلستان های کهنسال و ...
۲. عدم مشخص بودن قیمت تمام شده خرما و محصولات فرآوری شده در مناطق مختلف قطب
۳. عدم توجه به استقرار نظام کیفی سازی تولید محصول
۴. عدم توجه به حمایت از تأمین و نوسازی دستگاه های صنایع بسته بندی و فرآوری خرما
۵. چالش ضریب نفوذ دانش در باغات
۶. چالش های نقدینگی در زنجیره تأمین خرما و تسهیلات ناکافی، ناکارآمد و با هزینه مبادله بالا
۷. کمبود صنایع اقتصادی در خلق ارزش ضایعات خرما و خلاء مشوق های سیاستی در این زمینه
۸. عدم وجود نقشه راه و برنامه اقدام تولید، مدیریت ارقام، جایگزینی نخلستان های کهنسال و ...
۹. عدم برنامه ریزی مشخص در حوزه زنجیره تأمین خرما (این در حالی است که دنیا به توسعه اینترنت اشیا (IOT) و زنجیره بلوکی (Block Chain) دز زنجیره تأمین می رود)
۱۰. عدم مشخص بودن قیمت تمام شده خرما و محصولات فرآوری شده در مناطق مختلف قطب
۱۱. چالش مدیریت آفات در باغات خرما
۱۲. خرده مالکی نخلستان ها و چالش های مرتبط با آن
۱۳. نمایشی بودن برنامه ارتقای بهره وری وزارت کشاورزی و عدم برنامه مشخص عملیاتی در نخلستان ها
۱۴. عدم برنامه ریزی برای برند جغرافیایی در تولید و ایجاد ارزش افزوده بالاتر ناشی از آن

به نظر می رسد در خصوص رفع همزمان چالش های تولید و صادرات و یا به حداقل رساندن این چالش ها ضرورت دارد برنامه اقدام (Action Plan) در این بازار مشخص بوده و وظایف بخش خصوصی و دولتی در اجرای این برنامه اقدام تبیین شود. این برنامه هسچگاه در بازار خرمای ایران مشابه سایر محصولات صادراتی تدوین نشده و نیاز جدی برای تدوین و اجرای آن احساس می شود.

در واقع از مهمترین چالش های تجارت خرما در ایران می توان به عدم وجود برنامه اقدام (AP) کوتاه مدت، میان مدت و بلندمدت در تجارت خرما اشاره نمود. همچنین عدم وجود برنامه اقدام مشخص در بخش زنجیره ارزش صادرات در بخش فرآوری خرما نیز از چالش های اساسی صادرات این محصول ارزشمند است؛ بطوریکه پایش سالانه این برنامه سبب خواهد شد انحراف از برنامه در هر سال اصلاح شود. از جمله پیشنهادات برای تدوین برنامه اقدام تجارت خرما می توان به موارد زیر اشاره نمود:

• **بند اول:** تدوین نقاط ضعف، قوت، تهدید و فرصت بخش کشاورزی در راستای رسیدن به تجارت پایدار خرما و زنجیره ارزش مرتبط با آن

• **بند دوم:** تدوین استراتژی های خرد و کلان تجرت خرمای ایران جهت دستیابی پایدار به بازارهای جهانی براساس **بند اول**

• **مهمترین بند؛ بند سوم:** تدوین برنامه اقدام (Action Plan) یکساله، سه ساله و پنج ساله جهت دستیابی به اهداف رشد و همسوی با استراتژی های تعیین شده در بند دوم

• **بند چهارم:** مشخص نمودن مسئول اقدام در ادامه بند سوم

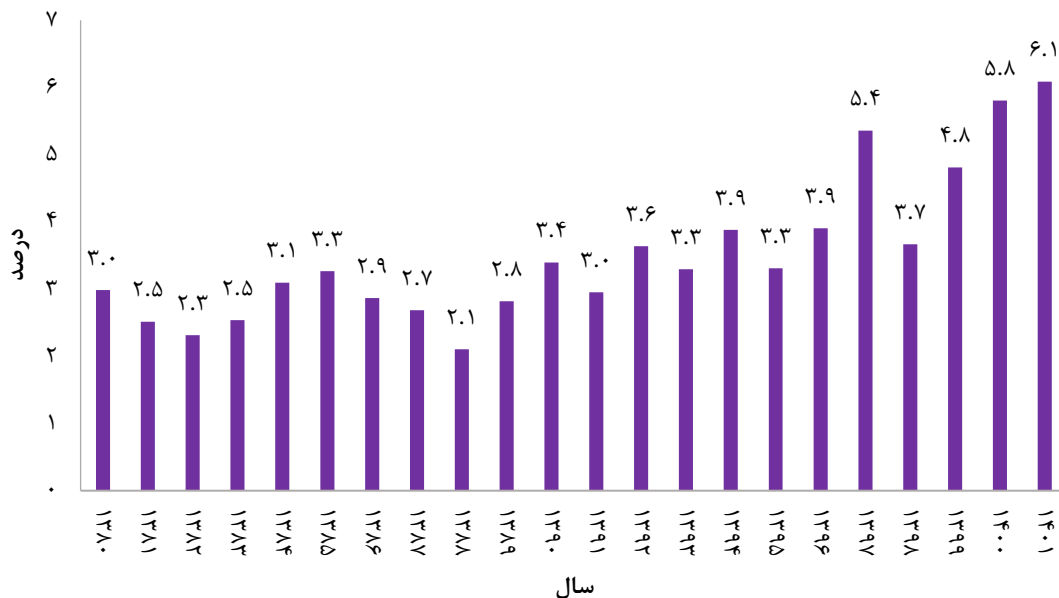
• **بند پنجم:** تعیین مسئول پایش برنامه های اقدام در بدنه سیاستگذار و همزمان در بدنه بخش خصوصی

• **بند ششم:** ارزیابی سالانه برنامه های اقدام و تصحیح انحرافات احتمالی جهت دستیابی به هدف دستیابی به تجارت پایدار خرما و زنجیره ارزش مرتبط با آن

۱- خرما

۱-۱- بررسی سهم خرما در سبد صادراتی ایران

در نمودار ۱-۱ روند سهم ارزش خرما از کل ارزش صادرات بخش کشاورزی ایران نشان داده شده است. از این نمودار مشخص است که روند کلی سهم خرما از سبد صادراتی ایران افزایشی بوده هرچند که این روند همراه با نوسان‌های متعدد و تقریباً سینوسی می‌باشد. سهم ارزش صادرات خرما در سبد صادراتی کشاورزی، از سهم کمتر از ۳ درصدی در سال ۱۳۸۰ به سهم حدود ۶ درصدی در سال ۱۴۰۱ رسیده است.

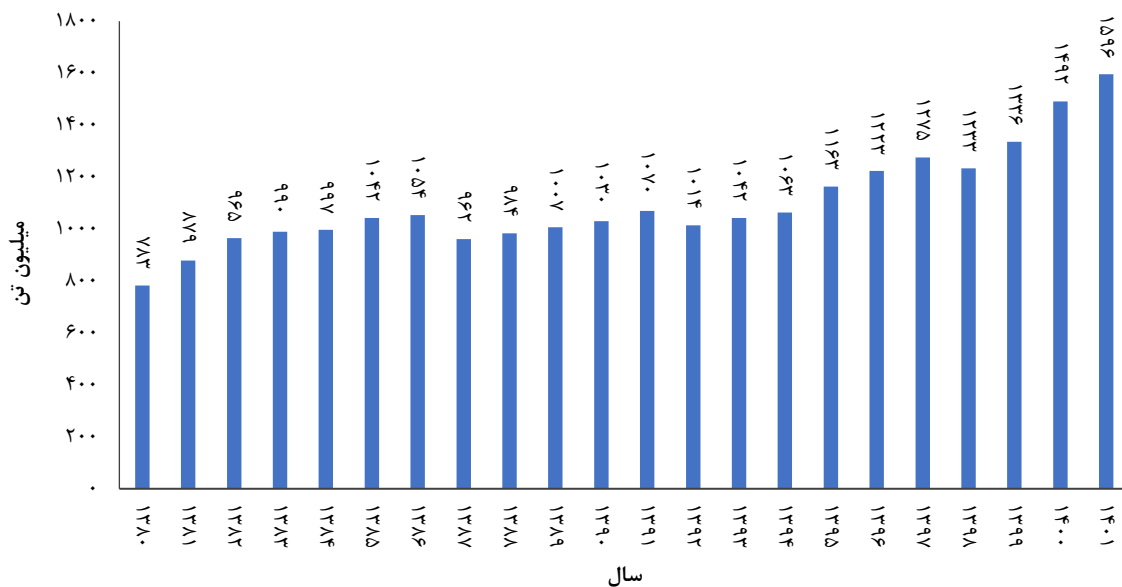


نمودار ۱-۱- روند سهم ارزشی صادرات خرما از سبد صادرات کشاورزی ایران

(منبع: ITC, 2023 و یافته‌های پژوهش)

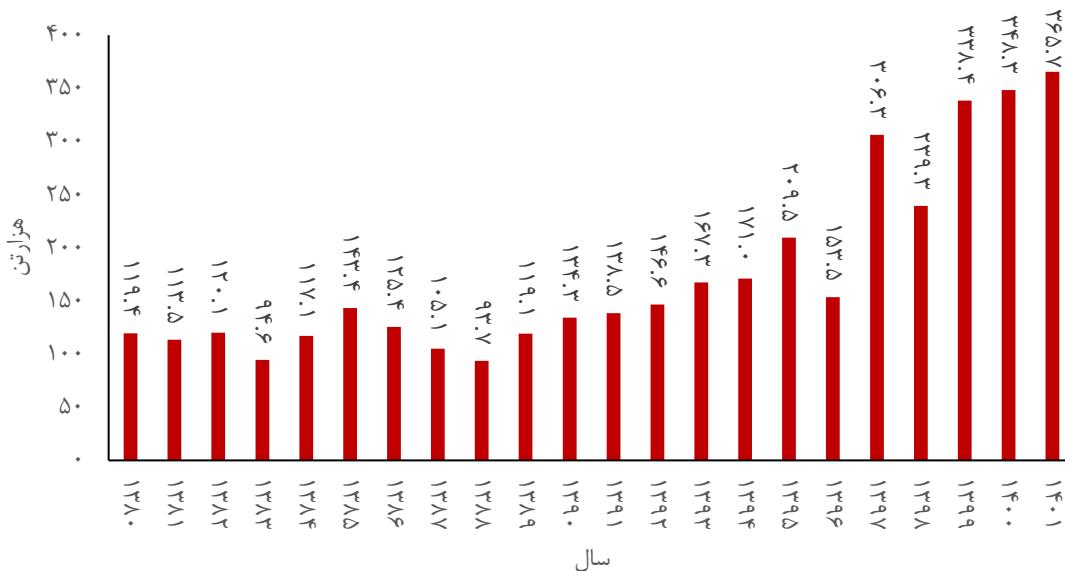
۲-۱- بررسی روند مقدار تولید و صادرات خرما

بررسی روند مقادیر تولید خرما براساس گزارشات وزارت جهاد کشاورزی (۱۴۰۱)، بیانگر روند رو به رشد و کم نوسان تولید طی سال‌های مورد بررسی است. بطوریکه تولید خرما در سال ۱۴۰۱ نسبت به سال ۱۳۸۰ حدود ۱۰۴ درصد رشد داشته و از ۷۳۸ هزار تن به ۱۵۹۶ هزار تن رسیده است.



نمودار ۱-۲- روند مقدار تولید خرما ایران (وزارت جهاد کشاورزی، ۱۴۰۱)

روند مقادیر صادراتی خرمای ایران تا سال ۱۳۸۸ نوسانی و رو به افول بوده اما پس از این سال این روند کاملاً صعودی است و در سال ۱۴۰۱ مقادیر صادراتی خرمای ایران به حداکثر مقدار خود معادل ۳۶۶ هزار تن رسید که نسبت به سال ۲۰۰۱ حدود ۲۰۶ درصد و نسبت به سال ۱۴۰۱ نیز حدود ۵ درصد رشد داشته است.

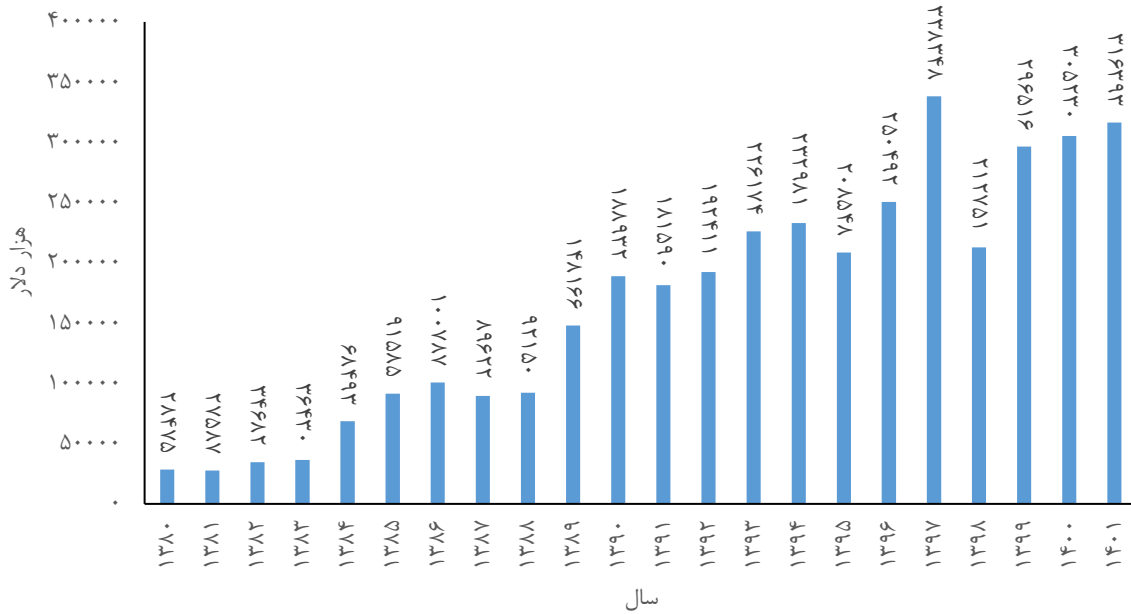


نمودار ۱-۳- روند مقدار صادرات خرمای ایران (منبع: ITC, 2023)

۳-۱- بررسی روند ارزش صادراتی خرمای ایران

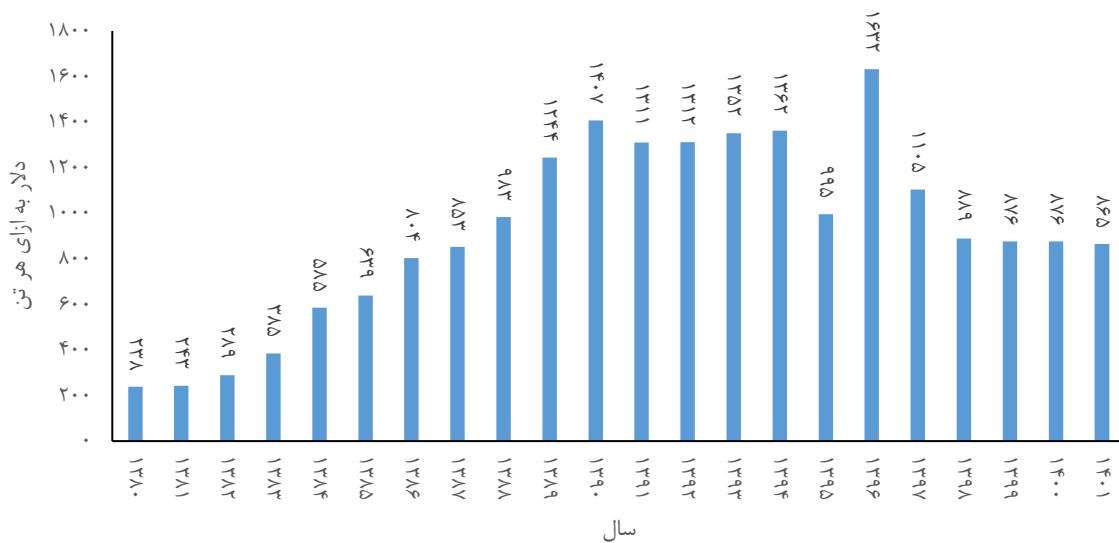
روند کلی ارزش صادراتی خرمای ایران صعودی بوده و مشخص است که علیرغم اینکه مطابق نمودار قبل در سال‌های ابتدایی مقادیر صادراتی روند کلی نزولی داشت اما روند ارزش صادراتی در همین سال‌ها صعودی بوده و این به دلیل

افزایشی بودن روند کلی قیمت‌های صادراتی بوده است. این روند قیمت‌های صادراتی در نمودار آتی نیز مشخص است. ارزش صادرات در سال ۱۴۰۱ نسبت به سال ۱۴۰۰ حدود ۱۱ برابر شده است.



نمودار ۱-۴- روند ارزش صادرات خرما ایران (منبع: ITC, 2023)

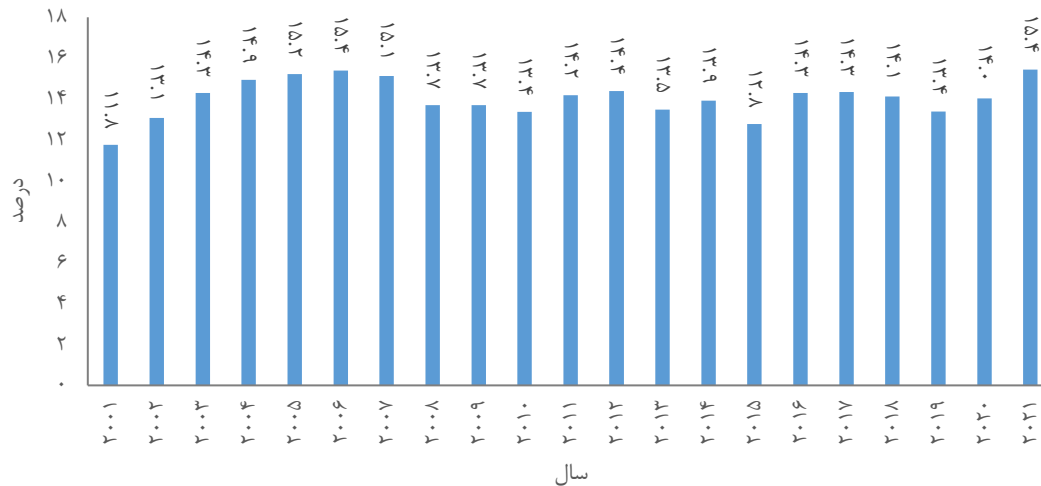
همانگونه که پیش‌تر بیان شد، روند قیمت‌های صادراتی خرمای ایران تا سال ۱۳۹۰ صعودی بوده و پس از این سال روند کلی نزولی داشته است. بطوریکه قیمت صادراتی خرمای ایران در سال ۱۳۹۰ نسبت به سال ۲۰۰۱ حدود ۶ برابر شده ولی پس از این سال روند نزولی قیمت‌ها مشخص است. بطوریکه در سال ۱۴۰۱ نسبت به سال ۱۳۹۰ قیمت صادراتی خرمای ایران ۳۸/۵ درصد افت کرده است.



نمودار ۱-۵- روند قیمت صادراتی خرمای ایران (منبع: ITC, 2023)

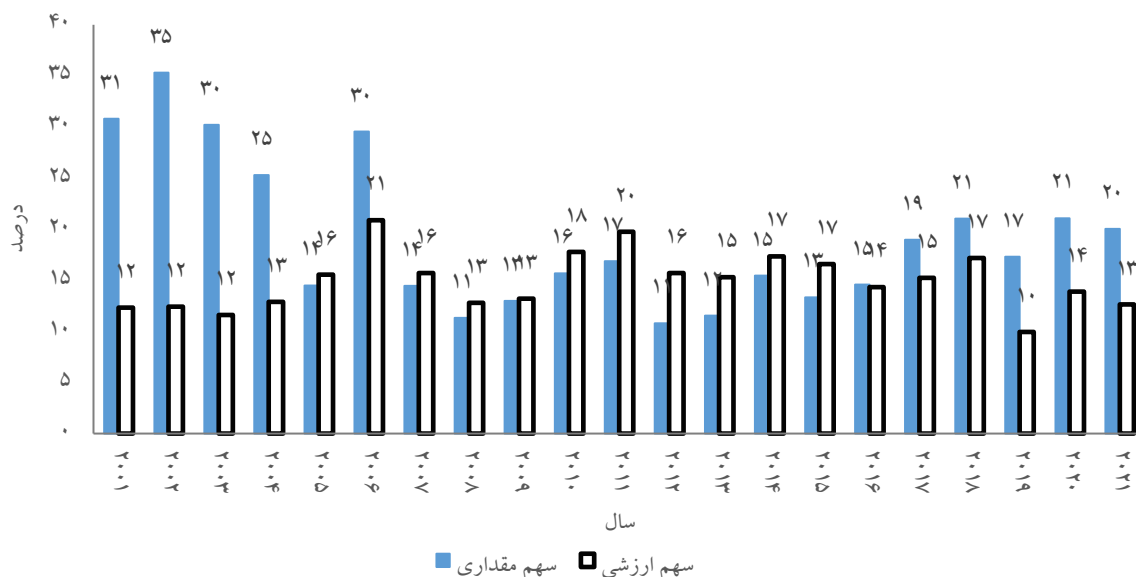
۴-۱- مقایسه سهم تولید و سهم صادرات خرما از جهان

بررسی سهم تولید خرما از تولیدات جهانی نیز نشان می‌دهد به لحاظ وزنی، سهم ایران در تولیدات جهانی بین ۱۲ تا ۱۵ درصد بوده است. بطوریکه در سال ۲۰۲۱ این سهم معادل ۱۵/۴۵ درصد برآورد می‌شود. هرچند به لحاظ کیفیت و نوع رقم خرما کشورهای مختلف تولیدکننده متفاوت می‌باشند.



نمودار ۱-۶- روند سهم تولید خرما ایران در جهان (وزارت جهاد کشاورزی، ۱۴۰۱ و FAO, 2023)

بررسی سهم مقداری و ارزشی خرما صادراتی ایران نشان می‌دهد که در سال ابتدایی سهم مقداری از سهم ارزشی بیشتر بوده اما پس از آن روند معکوس شده و سهم ارزشی بیشتر از سهم مقداری شد و از سال ۲۰۱۶ تا ۲۰۲۱ مجدداً سهم مقداری بیشتر از سهم ارزشی بوده است. در سال ۲۰۲۱ سهم مقداری صادرات خرما از صادرات جهانی، ۲۰ درصد بوده و در همین سال ۱۲/۶ درصد ارزش صادرات خرما از سهم صادرات جهانی نصیب صادرکننده ایرانی شده است.



نمودار ۱-۷- روند سهم مقداری و ارزشی صادراتی خرما ایران در جهان (منبع: ITC, 2023 و یافته‌های پژوهش)



۵-۱- بررسی وضعیت صادرکنندگان بزرگ خرما و جایگاه ایران

روند مقادیر صادراتی در کشورهای اصلی صادرکننده نشان داد که به لحاظ مقادیر صادراتی بویژه در سال‌های پایانی ایران در جایگاه اول صادرات خرما قرار داشته است و نوسان مقادیر صادراتی نیز در ایران کمتر از میانگین جهانی بوده که بیانگر ریسک کمتر صادرکنندگان ایرانی نسبت به سایر کشورهای صادرکننده اصلی می‌باشد. هرچند که ریسک مقادیر صادراتی امارات، عراق، پاکستان، تونس و فرانسه از ایران کمتر بوده است.

جدول ۱-۱- مقدار صادراتی ۱۰ کشور اصلی صادرکننده خرما - هزار تن

سال	جهان	ایران	عراق	امارات	عربستان	پاکستان	تونس	الجزایر	مصر	عمان	فرانسه
۲۰۰۱	۳۸۷/۵۵	۱۱۹/۳۷	***	***	۲۷/۳۷	***	۴۷/۰۴	۷/۸۵	۱/۱۹	۱۲/۶۹	۸/۳۴
۲۰۰۲	۳۲۱/۳۶	۱۱۳/۵۳	***	***	۲۹/۴۱	***	۴۱/۸۹	۱۱/۰۴	۴/۵۵	۵/۰۳	۷/۵۴
۲۰۰۳	۳۹۷/۳۴	۱۲۰/۰۵	***	***	۳۰/۳۸	۷۱/۹۸	۳۷/۰۸	۱۰/۲	۱/۷۸	۰/۰۱	۸/۱۳
۲۰۰۴	۳۷۳/۸۷	۹۴/۵۸	***	***	۴۱/۶۱	۶۵/۴۳	۴۰/۴۳	۸/۱۳	۲/۴	۴/۷۵	۸/۰۵
۲۰۰۵	۸۰۷/۵۴	۱۱۷/۰۵	***	۲۷۴/۲۱	۴۲/۸۲	۸۵/۳۳	۵۰/۱۶	۱۱/۲۶	۴/۰۸	۴/۰۸	۸/۷۶
۲۰۰۶	۴۸۴/۹۹	۱۴۳/۳۵	***	***	۳۸/۸۶	۱۰۳/۰۶	۳۷/۶۳	۱۲/۳۳	۵/۰۹	۴/۱	۷/۹۱
۲۰۰۷	۸۶۷/۲۸	۱۲۵/۳	***	۲۳۴/۱۳	۴۱/۴۵	۹۸/۱۵	۶۸/۸۶	۱۳/۳۶	۴/۷	۹/۳۳	۱۰/۲
۲۰۰۸	۹۲۸/۱۸	۱۰۵/۱۴	***	۲۳۷/۹	۵۸/۸۱	۹۵/۷	۶۹/۴۹	۱۰/۰۶	۸/۳۳	۷	۸/۶۶
۲۰۰۹	۷۲۱/۸	۹۳/۷۲	***	***	۵۶/۰۹	۱۲۴/۸	۷۷/۲۵	۸/۹۵	۱۴/۶۶	۷/۳۳	۱۱/۰۳
۲۰۱۰	۷۶۰/۰۸	۱۱۹/۰۹	***	***	۶۸/۱۸	۱۱۴/۹۵	۸۴/۲۸	۱۶/۰۴	۲۰/۵۵	۶/۷۸	۱۱/۲۷
۲۰۱۱	۷۹۶/۷۵	۱۳۴/۳	***	***	۷۱/۶۹	۱۱۳/۳۶	۸۶/۹۱	۲۸/۱۴	۲۳/۷۹	۷/۱۷	۱۱/۵۸
۲۰۱۲	۱۲۸۴/۶	۱۳۸/۵۴	***	۳۰۴/۰۹	۶۴/۳	۱۶۴/۰۲	۱۰۱/۱۲	۲۰/۴۴	۱۱/۲۸	۵/۸۲	۱۱/۷۵
۲۰۱۳	۱۲۶۹/۶	۱۴۶/۶۱	***	۲۶۷/۳۶	۹۵/۷۳	۱۶۹/۱۶	۱۰۵/۸	۲۰/۶۸	۲۴/۵۹	۸/۹۹	۱۰/۹۸
۲۰۱۴	۱۰۸۲/۵۲	۱۶۷/۳۲	۲۱/۱۲	۳۱۴/۰۹	۱۳۱/۹۸	۱۱۸/۰۴	۸۷/۱۳	۲۶	۳۷/۶۳	۱۵/۱۵	۱۲/۵۹
۲۰۱۵	۱۲۸۳/۱۲	۱۷۰/۹۹	۳۰۴/۹۲	۳۰۹/۷۸	۱۲۵/۱۵	۱۳۱/۱۷	۱۰۳/۰۶	۲۸/۶۵	۲۵/۹۹	۹/۱۴	۱۲/۴۲
۲۰۱۶	۱۴۳۶/۲۹	۲۰۹/۴۶	۳۲۲/۵۳	۲۷۵/۸۶	۱۱۶/۹۹	۱۶۳/۱۸	۱۱۳/۷۹	۳۱/۱۱	۴۰/۵	۱۵/۴۲	۱۳/۰۳
۲۰۱۷	۱۳۳۵/۸۲	۲۵۳/۵۲	۲۵۳/۰۴	۲۱۷/۹۸	۱۳۹/۲۷	۱۷۵/۱۳	۱۰۴/۳۶	۴۶/۶۲	۳۸/۰۵	۱۱/۷۷	۱۳/۲۵
۲۰۱۸	۱۴۵۵/۵	۳۰۶/۲۹	۲۶۵/۳۵	۲۰۰/۸۹	۱۶۲	۱۳۶/۴۸	۱۲۹/۶۸	۸۵/۰۴	۵۰/۷۸	۱۳/۰۱	۱۲/۶
۲۰۱۹	۱۳۸۲/۹۹	۲۳۹/۳۱	۲۲۷/۹۶	۲۱۲/۸۳	۱۸۲/۳۸	۹۵/۳۱	۱۱۳/۹۹	۱۲۰/۴۴	***	۲۱/۷۶	۱۷/۸۶
۲۰۲۰	۱۶۰۶/۴۱	۳۳۸/۴۱	۲۰۹/۳۲	۲۴۰/۶۵	۲۱۳/۴۱	۱۱۶/۰۷	۱۰۹/۲۷	۱۳۰/۳۲	۹/۷۱	۲۰/۷۴	۱۸/۱۶
۲۰۲۱	۱۷۴۰/۰۵	۳۴۸/۳۲	۳۱۳/۰۸	۲۶۱/۴۲	۲۲۴/۲۶	۱۲۱/۲۴	۱۱۸/۶۷	۱۶۰/۳۹	۱۱/۳۸	۱۴/۸۹	۱۲/۷۰
میانگین	۹۸۶/۸	۱۷۱/۶	۲۳۹/۷	۲۵۷/۸	۹۳/۴	۱۱۹/۱	۸۲/۳	۳۸/۴	۱۷/۱	۹/۸	۱۱/۳
ضریب نوسان	۰/۴۵	۰/۴۶	۰/۴۱	۰/۱۵	۰/۶۶	۰/۲۷	۰/۳۷	۱/۱۸	۰/۸۸	۰/۵۷	۰/۲۶

(منبع: ITC, 2023 و یافته‌های پژوهش)

*** داده‌ای ثبت نشده است.

روند مقادیر سهم صادراتی در کشورهای اصلی صادرکننده نشان داد که به لحاظ سهم مقادیر صادراتی نیز ایران در سال‌های پایانی در جایگاه اول قرار داشته است. براساس ضریب نوسان محاسباتی نیز مشخص است که هرچند



نوسان سهم مقادیر صادراتی ایران کمتر از نوسان سهم مقادیر صادراتی عراق، الجزایر، مصر و عمان بوده است، اما نوسان سهم صادراتی ایران بیشتر از کشورهای امارات، عربستان، پاکستان، تونس و فرانسه می‌باشد.

جدول ۱-۲- سهم مقدار صادراتی ۱۰ کشور اصلی صادرکننده خرما-درصد

سال	ایران	عراق	امارات	عربستان	پاکستان	تونس	الجزایر	مصر	عمان	فرانسه
۲۰۰۱	۳۰/۸	***	***	۷/۰۶	***	۱۲/۱۴	۲/۰۳	۰/۳۱	۳/۲۸	۲/۱۵
۲۰۰۲	۳۵/۳۳	***	***	۹/۱۵	***	۱۳/۰۳	۳/۴۳	۱/۴۱	۱/۵۶	۲/۳۵
۲۰۰۳	۳۰/۲۱	***	***	۷/۶۵	۱۸/۱۱	۹/۳۳	۲/۵۷	۰/۴۵	***	۲/۰۵
۲۰۰۴	۲۵/۳	***	***	۱۱/۱۳	۱۷/۵	۱۰/۸۱	۲/۱۸	۰/۶۴	۱/۲۷	۲/۱۵
۲۰۰۵	۱۴/۴۹	***	۳۳/۹۶	۵/۳	۱۰/۵۷	۶/۲۱	۱/۳۹	۰/۵	۰/۵۱	۱/۰۹
۲۰۰۶	۲۹/۵۶	***	***	۸/۰۱	۲۱/۲۵	۷/۷۶	۲/۵۴	۱/۰۵	۰/۸۴	۱/۶۳
۲۰۰۷	۱۴/۴۵	***	۲۷	۴/۷۸	۱۱/۳۲	۷/۹۴	۱/۵۴	۰/۵۴	۱/۰۸	۱/۱۸
۲۰۰۸	۱۱/۳۳	***	۲۵/۶۳	۶/۳۴	۱۰/۳۱	۷/۴۹	۱/۰۸	۰/۹	۰/۷۵	۰/۹۳
۲۰۰۹	۱۲/۹۸	***	***	۷/۷۷	۱۷/۲۹	۱۰/۷	۱/۲۴	۲/۰۳	۱/۰۲	۱/۵۳
۲۰۱۰	۱۵/۶۷	***	***	۸/۹۷	۱۵/۱۲	۱۱/۰۹	۲/۱۱	۲/۷	۰/۸۹	۱/۴۸
۲۰۱۱	۱۶/۸۶	***	***	۹	۱۴/۲۳	۱۰/۹۱	۳/۵۳	۲/۹۹	۰/۹	۱/۴۵
۲۰۱۲	۱۰/۷۸	***	۲۳/۶۷	۵/۰۱	۱۲/۷۷	۷/۸۷	۱/۵۹	۰/۸۸	۰/۴۵	۰/۹۱
۲۰۱۳	۱۱/۵۵	***	۲۱/۰۶	۷/۵۴	۱۳/۳۲	۸/۳۳	۱/۶۳	۱/۹۴	۰/۷۱	۰/۸۶
۲۰۱۴	۱۵/۴۶	۱/۹۵	۲۹/۰۲	۱۲/۱۹	۱۰/۹	۸/۰۵	۲/۴	۳/۴۸	۱/۴	۱/۱۶
۲۰۱۵	۱۳/۳۳	۲۳/۷۶	۲۴/۱۴	۹/۷۵	۱۰/۲۲	۸/۰۳	۲/۲۳	۲/۰۳	۰/۷۱	۰/۹۷
۲۰۱۶	۱۴/۵۸	۲۲/۴۶	۱۹/۲۱	۸/۱۵	۱۱/۳۶	۷/۹۲	۲/۱۷	۲/۸۲	۱/۰۷	۰/۹۱
۲۰۱۷	۱۸/۹۸	۱۸/۹۴	۱۶/۳۲	۱۰/۴۳	۱۳/۱۱	۷/۸۱	۳/۴۹	۲/۸۵	۰/۸۸	۰/۹۹
۲۰۱۸	۲۱/۰۴	۱۸/۲۳	۱۳/۸	۱۱/۱۳	۹/۳۸	۸/۹۱	۵/۸۴	۳/۴۹	۰/۸۹	۰/۸۷
۲۰۱۹	۱۷/۳۰	۱۶/۴۸	۱۵/۳۹	۱۳/۱۸	۶/۸۹	۸/۲۴	۸/۷۱	***	۱/۵۷	۱/۲۹
۲۰۲۰	۲۱/۰۷	۱۳/۰۳	۱۴/۹۸	۱۳/۲۸	۷/۲۳	۶/۸۰	۸/۱۱	۰/۶۰	۱/۲۹	۱/۱۳
۲۰۲۱	۲۰/۰۲	۱۷/۹۹	۱۵/۰۲	۱۲/۸۹	۶/۹۷	۶/۸۲	۹/۲۲	۰/۶۵	۰/۸۶	۰/۷۳
میانگین	۱۹/۱	۱۶/۶	۲۱/۵	۹/۰	۱۲/۵	۸/۹	۳/۳	۱/۶	۱/۱	۱/۳
ضریب نوسان	۰,۳۸	۰,۴۱	۰,۳۰	۰,۲۹	۰,۳۲	۰,۲۱	۰,۷۶	۰,۶۹	۰,۵۵	۰,۳۷

(منبع: ITC, 2023 و یافته‌های پژوهش)

*** داده‌ای ثبت نشده است.

ارزش صادراتی ۱۰ کشور اول صادرکننده نیز بیانگر آن است که ایران در سال ۲۰۲۱ حائز رتبه سوم بوده است. این در حالی است که ریسک ارزش صادراتی ایران براساس ضریب نوسان، بیشتر از ریسک مقادیر صادراتی بوده است. در مورد ارزش صادراتی، ریسک ارزش صادراتی ایران کمتر از ریسک ارزش صادراتی عربستان، رژیم اشغالگر، الجزایر، عراق، امریکا و مصر بوده و از سایر کشورهای اصلی صادرکننده بیشتر بوده است.



جدول ۱-۳ - ارزش صادراتی ۱۰ کشور اصلی صادرکننده خرما-میلیون دلار

سال	جهان	ایران	تونس	عربستان	امارات	رژیم اشغالگر	پاکستان	الجزایر	عراق	آمریکا	مصر
۲۰۰۱	۲۳۱/۰۳	۲۸/۴۸	۷۳/۴۵	۱۶/۷۳	***	۶/۳۲	***	۱۰/۴۵	***	۱۱/۷۹	۰/۲۹
۲۰۰۲	۲۲۲/۲۱	۲۷/۵۹	۶۸/۶۹	۲۱/۸۸	***	۱۲/۴۲	***	۱۶/۳۶	***	۱۱/۲۹	۲/۱۲
۲۰۰۳	۲۹۸/۵۶	۳۴/۶۸	۷۳/۸۸	۲۲/۱۳	***	۳۳/۵۹	۲۴/۹۵	۱۶/۴۸	***	۱۴/۲۱	۰/۶۳
۲۰۰۴	۲۸۲/۸۹	۳۶/۴۳	۸۴/۴۱	۲۹/۷	***	***	۲۲/۴۷	۱۴/۵۶	***	۱۳/۳۹	۱/۲۱
۲۰۰۵	۴۴۰/۱۶	۶۸/۴۹	۱۰۰/۶۸	۲۹/۶۳	۴۷/۸۷	۴۰/۸۴	۳۰/۳۹	۱۹/۱۴	***	۱۳/۷۶	۲/۴۶
۲۰۰۶	۴۳۹/۰۱	۹۱/۵۹	۸۷/۹۲	۳۳/۴۵	***	۴۹/۱۲	۳۷/۶۶	۲۰/۰۴	***	۱۶/۹۸	۳/۱۵
۲۰۰۷	۶۴۱/۹۲	۱۰۰/۷۹	۱۶۴/۸۵	۳۸/۰۲	۶۳/۳۶	۵۲/۵۹	۳۸/۶۹	۲۳/۰۸	***	۱۸/۸۶	۳/۰۱
۲۰۰۸	۶۹۹/۷	۸۹/۶۲	۱۷۱	۶۸/۹۷	۶۹/۰۶	۵۰/۷۷	۳۹/۸	۲۰/۰۱	***	۲۱/۲۱	۷/۲۱
۲۰۰۹	۶۹۸/۴۴	۹۲/۱۵	۱۷۶/۳۷	۶۳/۴۵	***	۵۹/۱۷	۵۰/۳۷	۱۴/۳۱	***	۲۲/۳	۱۷/۵۴
۲۰۱۰	۸۳۴/۰۵	۱۴۸/۱۷	۱۹۹/۷۸	۷۵/۰۸	***	۶۳/۳۸	۵۲/۴۱	۲۲/۶۲	***	۲۵/۳۶	۲۲/۷۶
۲۰۱۱	۹۵۶/۶۸	۱۸۸/۹۳	۲۱۱/۶	۸۲/۹	***	۸۵/۸۷	۶۴/۰۸	۲۵/۳۶	***	۳۳/۴۶	۲۸/۲۱
۲۰۱۲	۱۱۵۶/۶۳	۱۸۱/۵۹	۲۲۰/۶۲	۷۴/۸۶	۱۲۹/۱۸	۱۱۱/۸۱	۸۰/۸۴	۲۶/۲۱	***	۳۹/۴	۲۸/۷۲
۲۰۱۳	۱۲۵۷/۵۵	۱۹۲/۴۱	۲۳۳/۹۷	۱۰۲/۹۴	۱۳۳/۵۸	۱۳۲/۴	۸۵/۷۲	۲۹/۷۷	***	۴۵/۹۷	۳۳/۴
۲۰۱۴	۱۳۰۳/۷۲	۲۲۶/۱۷	۲۲۹/۱۲	۱۲۹/۶۷	۱۶۱/۱۲	۱۵۰/۶۲	۷۹/۹۸	۳۹	۶/۳۱	۴۷/۳۴	۴۷/۳۲
۲۰۱۵	۱۴۰۵/۷۱	۲۳۲/۹۸	۲۲۷/۰۱	۱۴۰/۱۴	۱۷۱/۹	۱۳۸/۷۳	۸۳/۲۱	۳۴/۸	۱۰۸/۳۱	۵۴/۹	۳۲/۸۵
۲۰۱۶	۱۴۵۵/۵۲	۲۰۸/۵۵	۲۲۶/۶۱	۱۴۱/۵۶	۱۶۰/۲۲	۱۴۱/۵۴	۱۰۲/۶	۳۷/۵	۱۱۶/۸۴	۵۸/۶۸	۴۱/۳۹
۲۰۱۷	۱۶۴۴/۵۵	۲۵۰/۴۹	۲۲۹/۹۹	۱۸۲/۳۸	۱۶۷/۵۲	۱۵۲/۴۹	۱۰۷/۶۵	۵۲/۳۴	۱۴۷/۱۲	۵۸/۳	۳۳/۳۵
۲۰۱۸	۱۹۷۰/۴۵	۳۳۸/۳۵	۳۲۱/۲	۲۰۱/۳۹	۱۹۷/۵۵	۱۶۰/۹۹	۱۱۳/۴۴	۱۰۸/۶۱	۱۰۷/۴۹	۶۶/۱۴	۵۰/۰۱
۲۰۱۹	۲۱۳۸/۱۹	۲۱۲/۷۵	۲۶۵/۸۸	۲۲۹/۸۳	۲۱۸/۵۷	۲۰۳/۳۸	۷۱/۸۱	۱۱۱/۸۹	۳۶۹/۳۰	۷۴/۵۲	۴۳/۰۰
۲۰۲۰	۲۱۳۴/۸۶	۲۹۶/۵۲	۲۶۱/۷۴	۲۴۵/۹۷	۲۲۸/۷۷	۲۵۰/۸۹	۶۰/۲۹	۱۳۸/۰۹	۹۰/۸۲	۸۹/۵۰	۴۱/۴۲
۲۰۲۱	۲۴۱۷/۰۶	۳۰۵/۲۳	۲۵۵/۹۰	۳۲۲/۸۴	۲۷۲/۰۲	۳۱۷/۰۷	۵۲/۱۱	۱۴۱/۸۵	۱۲۴/۴۶	۱۱۶/۷۹	۴۹/۷۶
میانگین	۱۰۷۷/۶	۱۵۹/۶	۱۸۵/۰	۱۰۷/۳	۱۵۵/۴	۱۱۰/۷	۶۳/۱	۴۳/۹	۱۳۳/۸	۴۰/۷	۲۳/۳
ضریب نوسان	۰/۶۴	۰/۶۱	۰/۴۱	۰/۸۰	۰/۴۳	۰/۷۴	۰/۴۴	۰/۹۶	۰/۷۸	۰/۷۱	۰/۸۰

(منبع: ITC, 2023 و یافته‌های پژوهش)

*** داده‌ای ثبت نشده است.

سهم ارزش صادراتی ۱۰ کشور اول صادرکننده نیز نشان می‌دهد که ایران بویژه در سال‌های پایانی (غیر از سال ۲۰۲۱) حائز رتبه اول بوده است. براساس محاسبه ضریب نوسان نیز نوسان سهم صادراتی ایران در وضعیت مطلوبی قرار داشته و این نوسان از نوسان کشورهای تونس، عربستان، رژیم اشغالگر، پاکستان، الجزایر، عراق و مصر کمتر بوده و نوسان سهم ارزش صادراتی امارات نسبت به ایران در وضعیت مطلوب‌تر قرار داشته است.



جدول ۱-۴- سهم ارزشی صادراتی ۱۰ کشور اصلی صادرکننده خرما-درصد

صادرکننده	ایران	تونس	عربستان	امارات	رژیم اشغالگر	پاکستان	الجزایر	عراق	آمریکا	مصر
۲۰۰۱	۱۲/۳۳	۳۱/۷۹	۷/۲۴	***	۲/۷۳	***	۴/۵۲	***	۵/۱	۰/۱۲
۲۰۰۲	۱۲/۴۱	۳۰/۹۱	۹/۸۴	***	۵/۵۹	***	۷/۳۶	***	۵/۰۸	۰/۹۵
۲۰۰۳	۱۱/۶۲	۲۴/۷۵	۷/۴۱	***	۱۱/۲۵	***	۵/۵۲	***	۴/۷۶	۰/۲۱
۲۰۰۴	۱۲/۸۸	۲۹/۸۴	۱۰/۵	***	***	***	۵/۱۵	***	۴/۷۳	۰/۴۳
۲۰۰۵	۱۵/۵۶	۲۲/۸۷	۶/۷۳	۱۰/۸۸	۹/۲۸	۶/۹	۴/۳۵	***	۳/۱۳	۰/۵۶
۲۰۰۶	۲۰/۸۶	۲۰/۰۳	۷/۶۲	***	۱۱/۱۹	۸/۵۸	۴/۵۷	***	۳/۸۷	۰/۷۲
۲۰۰۷	۱۵/۷	۲۵/۶۸	۵/۹۲	۹/۸۷	۸/۱۹	۶/۰۳	۳/۶	***	۲/۹۴	۰/۴۷
۲۰۰۸	۱۲/۸۱	۲۴/۴۴	۹/۸۶	۹/۸۷	۷/۲۶	۵/۶۹	۲/۸۶	***	۳/۰۳	۱/۰۳
۲۰۰۹	۱۳/۱۹	۲۵/۲۵	۹/۰۸	***	۸/۴۷	۷/۲۱	۲/۰۵	***	۳/۱۹	۲/۵۱
۲۰۱۰	۱۷/۷۶	۲۳/۹۵	۹	***	۷/۶	۶/۲۸	۲/۷۱	***	۳/۰۴	۲/۷۳
۲۰۱۱	۱۹/۷۵	۲۲/۱۲	۸/۶۷	***	۸/۹۸	۶/۷	۲/۶۵	***	۳/۵	۲/۹۵
۲۰۱۲	۱۵/۷	۱۹/۰۷	۶/۴۷	۱۱/۱۷	۹/۶۷	۶/۹۹	۲/۲۷	***	۳/۴۱	۲/۴۸
۲۰۱۳	۱۵/۳	۱۸/۶۱	۸/۱۹	۱۰/۶۲	۱۰/۵۳	۶/۸۲	۲/۳۷	***	۳/۶۶	۲/۶۶
۲۰۱۴	۱۷/۳۵	۱۷/۵۷	۹/۹۵	۱۲/۳۶	۱۱/۵۵	۶/۱۳	۲/۹۹	۰/۴۸	۳/۶۳	۳/۶۳
۲۰۱۵	۱۶/۵۷	۱۶/۱۵	۹/۹۷	۱۲/۲۳	۹/۸۷	۵/۹۲	۲/۴۸	۷/۷	۳/۹۱	۲/۳۴
۲۰۱۶	۱۴/۳۳	۱۵/۵۷	۹/۷۳	۱۱/۰۱	۹/۷۲	۷/۰۵	۲/۵۸	۸/۰۳	۴/۰۳	۲/۸۴
۲۰۱۷	۱۵/۲۳	۱۳/۹۸	۱۱/۰۹	۱۰/۱۹	۹/۲۷	۶/۵۵	۳/۱۸	۸/۹۵	۳/۵۴	۲/۰۳
۲۰۱۸	۱۷/۱۷	۱۶/۳	۱۰/۲۲	۱۰/۰۳	۸/۱۷	۵/۷۶	۵/۵۱	۵/۴۵	۳/۳۶	۲/۵۴
۲۰۱۹	۹/۹۵	۱۲/۴۳	۱۰/۷۵	۱۰/۲۲	۹/۵۱	۳/۳۶	۵/۲۳	۱۷/۲۷	۳/۴۹	۲/۰۱
۲۰۲۰	۱۳/۸۹	۱۲/۲۶	۱۱/۵۲	۱۰/۷۲	۱۱/۷۵	۲/۸۲	۶/۴۷	۴/۲۵	۴/۱۹	۱/۹۴
۲۰۲۱	۱۲/۶۳	۱۰/۵۹	۱۳/۳۶	۱۱/۲۵	۱۳/۱۲	۲/۱۶	۵/۸۷	۵/۱۵	۴/۸۳	۲/۰۶
میانگین	۱۴/۹	۲۰/۷	۹/۲	۱۰/۸	۹/۲	۶/۲	۴/۰	۷/۲	۳/۸	۱/۸
ضریب نوسان	۰/۱۸	۰/۳۰	۰/۲۰	۰/۰۸	۰/۲۵	۰/۲۸	۰/۳۹	۰/۶۸	۰/۱۸	۰/۶۰

(منبع: ITC, 2023 و یافته‌های پژوهش)

*** داده‌ای ثبت نشده است.

مشخص است که رتبه ایران در بازارهای جهانی در خصوص مقادیر صادراتی بین رتبه اول تا سوم بوده است. رتبه ارزش صادراتی نیز به همین صورت بین رتبه دوم تا اول بوده است. در سال ۲۰۲۰ و ۲۰۲۱ رتبه مقدار صادراتی ایران اول بوده اما رتبه ارزش صادرات ایران در سال ۲۰۲۰ اول و در سال ۲۰۲۱ پنجم بوده است. و هم رتبه ارزش صادراتی ایران در جهان رتبه اول بوده است.



جدول ۱-۵- رتبه ایران در بازارهای جهانی خرما

سال	مقدار صادرات	ارزش صادراتی
۲۰۰۱	۱	۲
۲۰۰۲	۱	۲
۲۰۰۳	۱	۲
۲۰۰۴	۱	۲
۲۰۰۵	۲	۲
۲۰۰۶	۱	۱
۲۰۰۷	۲	۲
۲۰۰۸	۲	۲
۲۰۰۹	۲	۲
۲۰۱۰	۱	۲
۲۰۱۱	۱	۲
۲۰۱۲	۳	۲
۲۰۱۳	۳	۲
۲۰۱۴	۲	۲
۲۰۱۵	۳	۱
۲۰۱۶	۳	۲
۲۰۱۷	۱	۱
۲۰۱۸	۱	۱
۲۰۱۹	۱	۵
۲۰۲۰	۱	۱
۲۰۲۱	۱	۳

(منبع: ITC, 2023 و یافته‌های پژوهش)

۱-۶- معرفی واردکنندگان بزرگ خرما در جهان

کشورهای اصلی وارد کننده بصورت جدول زیر بوده که نکته مهم در این جدول در خصوص کشورهای امارات، فرانسه و امریکا است که این کشورها جزو صادرکنندگان اصلی محصول نیز بوده اند. بیشترین سهم واردات خرما مربوط به هند و پس از آن مرتبط با امارات و مراکش است.



جدول ۱-۶- سهم مقداری ۱۰ کشور واردکننده اصلی در بازارهای جهانی (درصد)

سال	هند	امارات	مراکش	یمن	فرانسه	اندونزی	ترکیه	آمریکا	قزاقستان	بنگلادش
۲۰۰۱	۴۳/۴۸	***	۲/۱۷	***	۳/۹۳	۱/۶۶	۱/۳۸	۰/۵۵	۰/۱	۴/۲۸
۲۰۰۲	۳۴/۳	***	۶/۶۴	***	۴/۵	۱/۹۵	۲/۵۴	۰/۶۲	۰/۲۶	۲/۸۲
۲۰۰۳	۳۱/۷۵	***	۴/۳۴	***	۳/۸۹	۱/۷۲	۱/۳۴	۰/۶۹	۰/۳۲	۳/۷۹
۲۰۰۴	۳۰/۹۸	***	۵/۰۲	۵/۸	۳/۹۸	۱/۷۵	۱/۳۶	۰/۶۶	۰/۳۴	۲/۹۲
۲۰۰۵	۳۲/۶۵	۲۲/۰۲	۴/۱۸	۲/۸۹	۲/۸۵	۱/۲۸	۱/۲۸	۰/۴	۰/۱۷	۲/۲۳
۲۰۰۶	۴۰/۴۶	***	۴/۸۴	۳/۲۱	۳/۷۶	۱/۹۵	۱/۵۵	۱/۰۲	۰/۴۲	۲/۷۷
۲۰۰۷	۲۸/۱۵	۲۵/۴۷	۵/۶۳	۲/۳۷	۳/۰۷	۱/۷۳	۱/۴۶	۰/۹۶	۰/۲۶	۳
۲۰۰۸	۲۷/۷۱	۲۵/۲۱	۴/۵۵	۲/۷۹	۲/۷۴	۱/۵۴	۱/۳۶	۰/۵۴	۰/۲۵	۲/۰۱
۲۰۰۹	۳۹/۴۲	***	۶/۹۴	۳/۲۹	۳/۳۲	۲/۲۶	۱/۴۳	۲/۱۸	۰/۲۸	۳/۹۳
۲۰۱۰	۳۴/۱۷	***	۶/۷۳	۲/۹	۳/۶۹	۲/۲۲	۱/۷۲	۱/۵۷	۰/۳۵	۴/۴
۲۰۱۱	۳۲/۶۵	***	۵/۱۱	۳/۸۷	۳/۳۱	۲/۵۷	۱/۹۶	۲/۷۳	۰/۴	۴/۴۴
۲۰۱۲	۲۵/۱۵	۲۴/۶۱	۵/۹۴	۲/۸۱	۲/۸۹	۲/۲۹	۱/۵۱	۲/۳۲	۰/۳۶	۳/۷۸
۲۰۱۳	۲۹/۷۱	۲۱/۱۹	۴/۵۲	۲/۷۴	۳/۰۶	۲/۷۸	۱/۷۱	۲/۳۴	۰/۹۶	۱/۹۹
۲۰۱۴	۲۸/۳۸	۲۰/۵	۵/۲	۲/۹۲	۲/۵	۲/۵۷	۱/۹۷	۲/۵۸	۰/۹۱	***
۲۰۱۵	۲۷/۳۳	۱۷/۶۹	۶/۰۴	۲/۹	۲/۸۴	۱/۸۳	۲/۲۳	۴/۳۷	۱/۶	۲/۴۵
۲۰۱۶	۲۹/۷۵	۱۸/۱۸	۵/۸۹	۱/۶۷	۲/۸۸	۱/۹۷	۲/۲۸	۲/۴۳	۱/۹۵	۳/۳۱
۲۰۱۷	۲۹/۷۱	۱۳/۰۳	۵/۵۷	۱/۴۶	۲/۹۸	۲/۷۵	۲/۷۲	۱/۶۴	۲/۰۴	۳/۵۸
۲۰۱۸	۲۹/۰۲	۱۰/۵۱	۶/۸۲	۳/۰۸	۲/۹۵	۲/۷۹	۲/۷۵	۲/۶۱	۲/۳	۲/۱۸
۲۰۱۹	۲۱/۱۲	۱۲/۸۹	۷/۴۱	۳/۵۵	۳/۲۲	۲/۷۱	۳/۰۸	۱/۸۸	۲/۰۹	۲/۵۶
۲۰۲۰	۲۴/۵۰	۱۰/۸۱	۵/۱۵	۳/۲۱	۳/۴۲	۳/۵۵	۳/۲۹	۱/۵۵	۲/۴۸	۲/۸۳
۲۰۲۱	۲۶/۸۹	۱۰/۲۶	۶/۴۰	۳/۳۳	۲/۶۲	۲/۸۴	۳/۱۷	۱/۵۱	۲/۴۴	۲/۹۰

(منبع: ITC, 2023 و یافته پژوهش)

۱-۷- بررسی جایگاه ایران از نظر مقداری و ارزشی در بازار جهانی خرما و تغییر جایگاه ایران در کشورهای هدف

به لحاظ مقادیر صادرات، مشخص است که ایران در کشورها هدف خود عمدتاً حائز رتبه اول بوده و بازارهای فعلی هدف بیش از آنکه در اختیار رقبا باشد، در اختیار صادرکننده ایرانی بوده است. تنها در مورد هند و اخیراً امارات، ایران نتوانسته حائز رتبه اول شود.



جدول ۱-۷-رتبه ایران در مقدار صادرات خرما به جهان و بزرگترین بازارهای هدف (۲۰۰۱-۲۰۲۱)

سال	جهان	هند	پاکستان	قزاقستان	ترکیه	افغانستان	امارات	عراق	روسیه	آذربایجان	اکراین
۲۰۰۱	۱	۲	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱
۲۰۰۲	۱	۲	۱	۱	۱	۱	۱	***	۱	۱	۱
۲۰۰۳	۱	۲	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۲
۲۰۰۴	۱	۳	۱	۱	۱	۱	۱	۲	۱	۱	۳
۲۰۰۵	۲	۵	۲	۱	۱	۱	۱	۲	۱	۱	۱
۲۰۰۶	۱	۲	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱
۲۰۰۷	۲	۵	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱
۲۰۰۸	۲	۴	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱
۲۰۰۹	۲	۳	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱
۲۰۱۰	۱	۲	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱
۲۰۱۱	۱	۲	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱
۲۰۱۲	۳	۳	۲	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱
۲۰۱۳	۳	۳	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱
۲۰۱۴	۲	۳	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱
۲۰۱۵	۳	۳	۲	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱
۲۰۱۶	۳	۳	۱	۱	۱	۱	۲	۱	۱	۱	۱
۲۰۱۷	۱	۳	۱	۱	۱	۱	۲	۱	۱	۱	۱
۲۰۱۸	۱	۲	۱	۱	۱	۱	۲	۱	۱	۱	۱
۲۰۱۹	۱	۲	۱	۱	۱	۱	۳	۱	۱	۱	۱
۲۰۲۰	۱	۲	۱	۱	۱	۱	۳	۱	۱	۱	۱
۲۰۲۱	۱	۲	۱	۱	۱	۱	۳	۱	۱	۱	۱

*** داده‌ای ثبت نشده است.

(منبع: ITC, 2023 و یافته پژوهش)

به لحاظ ارزش صادرات نیز مشخص است که ایران در کشورها هدف خود عمدتاً حائز رتبه اول بوده و نکته مهم آن است که در هند نیز در سال ۲۰۲۱ ایران حائز رتبه اول ارزش صادراتی است که دلیل آن قیمت مناسب‌تر ایران نسبت به رقبا در بازار این کشور است. همچنین ایران در روسیه و اخیراً اکراین نیز جایگاه اول ارزش صادراتی نداشته، هرچند که به لحاظ مقادیر صادراتی ایران حائز رتبه اول بود. لذا می‌توان نتیجه گرفت که قیمت‌های صادراتی ایران در روسیه و اکراین کمتر از رقبا بوده است.



جدول ۸-۱-رتبه ایران در ارزش صادرات خرما به جهان و بزرگترین بازارهای هدف (۲۰۰۱-۲۰۲۱)

سال	جهان	هند	پاکستان	قزاقستان	ترکیه	افغانستان	امارات	عراق	روسیه	آذربایجان	اکراین
۲۰۰۱	۲	۲	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱
۲۰۰۲	۲	۲	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱
۲۰۰۳	۲	۲	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۳
۲۰۰۴	۲	۳	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱
۲۰۰۵	۲	۴	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱
۲۰۰۶	۱	۲	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱
۲۰۰۷	۲	۴	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱
۲۰۰۸	۲	۴	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱
۲۰۰۹	۲	۳	۱	۱	۱	۱	۲	۱	۱	۱	۱
۲۰۱۰	۲	۲	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱
۲۰۱۱	۲	۲	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱
۲۰۱۲	۲	۳	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱
۲۰۱۳	۲	۳	۱	۱	۱	۱	۱	۲	۱	۱	۱
۲۰۱۴	۲	۳	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۳	۱	۱
۲۰۱۵	۱	۳	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۲	۱	۱
۲۰۱۶	۲	۳	۱	۱	۱	۱	۲	۱	۲	۱	۱
۲۰۱۷	۱	۳	۱	۱	۱	۱	۲	۱	۲	۱	۱
۲۰۱۸	۱	۲	۱	۱	۱	۱	۲	۱	۲	۱	۱
۲۰۱۹	۵	۲	۱	۱	۱	۱	۳	۱	۲	۱	۱
۲۰۲۰	۱	۲	۱	۱	۱	۱	۳	۱	۲	۱	۱
۲۰۲۱	۳	۱	۱	۱	۱	۱	۳	۱	۲	۱	۲

(منبع: ITC, 2023 و یافته پژوهش)

در این قسمت کشورهایی که به لحاظ مقادیر صادراتی در جایگاه مناسب‌تری بودند، به لحاظ ارزشی نیز جایگاه آنها بررسی شد. مشخص است که تونس به لحاظ ارزشی با ایران در رقابت جایگاه اول و دوم بوده است. پس از تونس و ایران، کشورهای امارات، عربستان و پاکستان قرار داشته‌اند. البته در سال ۲۰۲۱ این عربستان است که رتبه اول ارزش صادراتی را از آن خود کرده و ایران حائز رتبه سوم بوده است.



جدول ۱-۹- جایگاه ۱۰ صادرکننده اصلی خرما به لحاظ مقادیر صادرات در بازار جهانی

سال	ایران	عراق	امارات	عربستان	پاکستان	تونس	الجزایر	مصر	عمان	فرانسه
۲۰۰۱	۲	***	***	۳	***	۱	۶	۲۴	۸	۴
۲۰۰۲	۲	***	***	۳	***	۱	۴	۱۱	۱۰	۵
۲۰۰۳	۲	***	***	۵	۴	۱	۷	۲۰	***	۶
۲۰۰۴	۲	***	***	۳	۴	۱	۶	۱۷	۱۲	۵
۲۰۰۵	۲	***	۳	۶	۵	۱	۸	۱۵	۱۹	۷
۲۰۰۶	۱	***	***	۵	۴	۲	۷	۱۳	۱۷	۶
۲۰۰۷	۲	***	۳	۶	۵	۱	۸	۱۶	۱۳	۷
۲۰۰۸	۲	***	۳	۴	۶	۱	۹	۱۱	۱۳	۷
۲۰۰۹	۲	***	***	۳	۵	۱	۹	۸	۱۳	۶
۲۰۱۰	۲	***	***	۳	۵	۱	۹	۸	۱۳	۶
۲۰۱۱	۲	***	***	۴	۵	۱	۹	۸	۱۱	۶
۲۰۱۲	۲	***	۳	۶	۵	۱	۱۰	۹	۱۳	۸
۲۰۱۳	۲	***	۳	۵	۶	۱	۱۰	۸	۱۲	۹
۲۰۱۴	۲	۲۰	۳	۵	۶	۱	۹	۸	۱۴	۱۰
۲۰۱۵	۱	۶	۳	۴	۷	۲	۹	۱۱	۱۴	۱۰
۲۰۱۶	۲	۶	۳	۴	۷	۱	۱۱	۹	۱۵	۱۰
۲۰۱۷	۱	۶	۴	۳	۷	۲	۹	۱۲	۱۵	۱۰
۲۰۱۸	۱	۸	۴	۳	۶	۲	۷	۱۰	۱۵	۱۱
۲۰۱۹	۵	۱	۴	۳	۹	۲	۷	۱۱	۱۵	۱۰
۲۰۲۰	۱	۷	۶	۴	۱۰	۲	۶	۱۳	۱۶	۱۱
۲۰۲۱	۳	۷	۴	۱	۱۰	۵	۵	۱۲	۱۹	۱۴

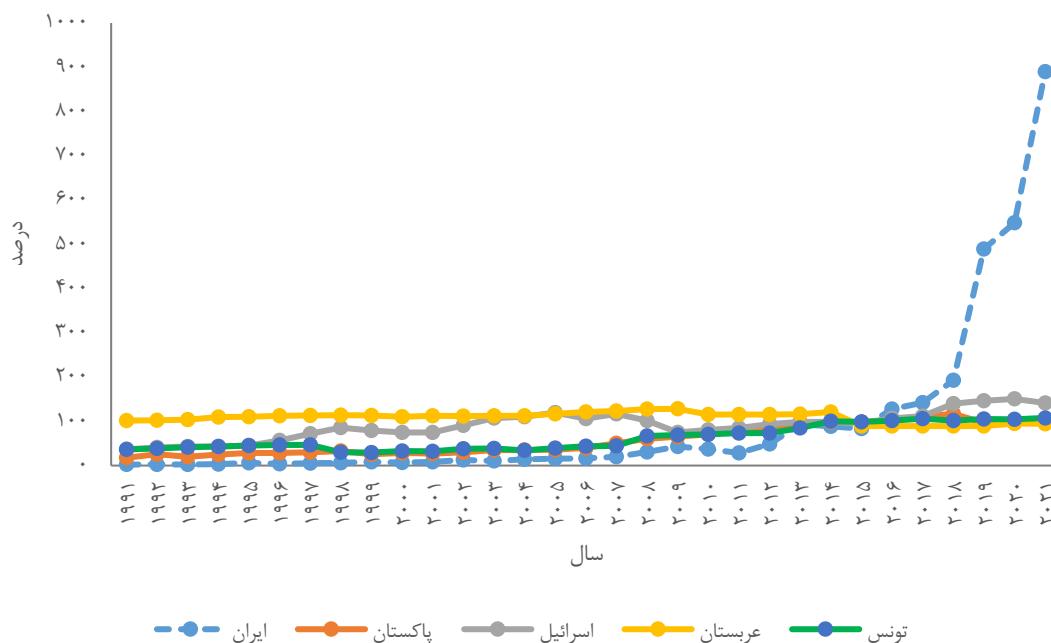
*** داده‌ای ثبت نشده است.

(منبع: ITC, 2023 و یافته پژوهش)

۱-۸- بررسی روند تغییر شاخص قیمت تولیدکننده خرما در ایران و کشورهای رقیب به عنوان نماینده هزینه تولید خرما

۱-۸-۱- تحلیل روند شاخص قیمت تولیدکننده در ایران و کشورهای صادرکننده خرما

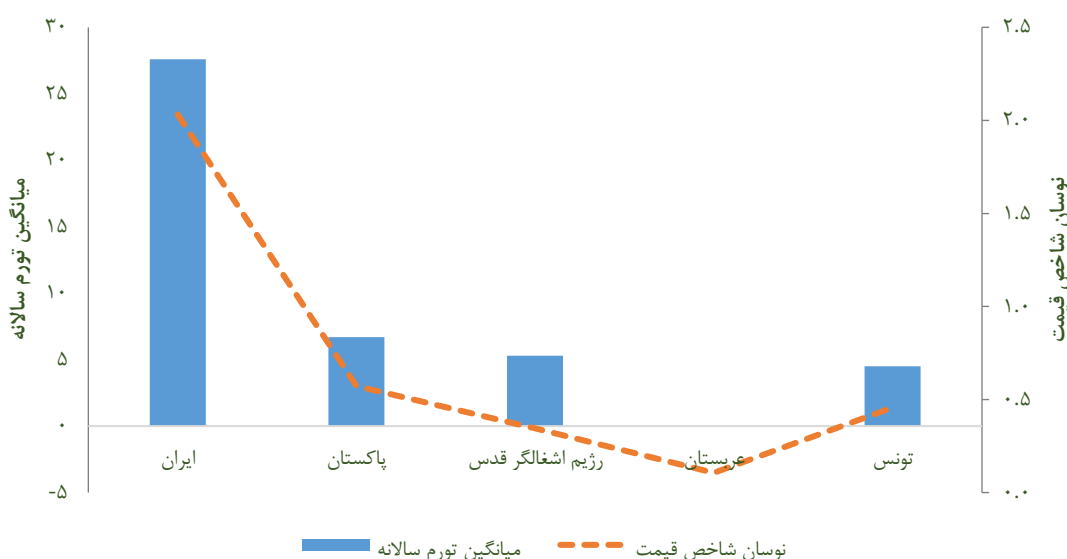
بررسی شاخص قیمت تولیدکننده خرما بیانگر آن است که بیشترین روند افزایشی مربوط به شاخص قیمت تولیدکننده ایران بوده و بویژه در سال‌های پایانی، این شاخص برای ایران روند فزاینده‌ای داشته که بیانگر افزایش تورم در سطح تولیدکننده در ایران می‌تواند باشد. البته بیش از سطح مطلق این شاخص، میزان رشد آن که بیانگر تورم بوده مهم خواهد بود.



نمودار ۸-۱- روند شاخص قیمت تولیدکننده خرما ایران و بزرگترین صادرکنندگان جهانی (منبع: FAO, 2023)

۲-۸-۱- بررسی و مقایسه میانگین تورم سالانه تولید و نوسان شاخص قیمت تولیدکننده

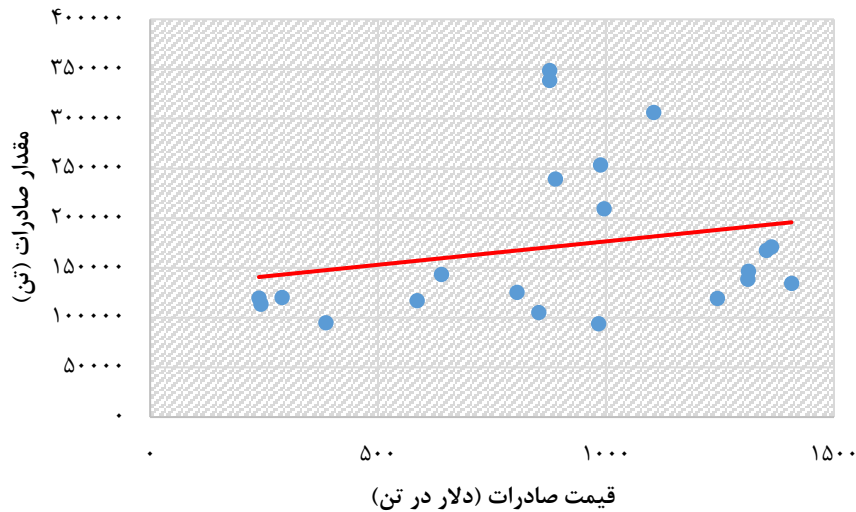
مطابق نمودار زیر مشخص است که ایران علاوه بر اینکه بیشترین سطح تورم در تولید را در بین صادرکنندگان اصلی خرما تجربه کرده، بیشترین ریسک قیمتی در سطح تولید نیز در ایران رخ داده و لذا وضعیت در سطح تولیدکننده ناکارآمد بوده و همین وضعیت می‌تواند در بلندمدت به صادرات خرمای ایران در بازارهای جهانی آسیب وارد سازد. مشخص است که عربستان هم از حیث تورم و هم از حیث ریسک قیمت‌های تولید، مناسب‌ترین وضعیت را داشته است.



نمودار ۹-۱- میانگین تورم سالانه و نوسان شاخص قیمت تولیدکننده خرما ایران

۹-۱- بررسی ارتباط بین مقادیر صادراتی ایران و قیمت‌های صادراتی در بازارهای جهانی خرما

مطابق نمودار ۱-۱۰-۱ مشخص است که همبستگی قوی بین قیمت و مقدار صادرات خرما ایران مشاهده نمی‌شود و نمی‌توان بیان نمود که با افزایش قیمت صادراتی، لزوماً مقادیر صادراتی نیز افزایش یافته است.



نمودار ۱-۱۰-۱- ارتباط بین قیمت صادراتی و مقدار صادرات خرما ایران

۱۰-۱- بررسی جایگاه ایران در بازارهای اصلی واردکننده خرما و تحلیل مقایسه‌ای قیمت صادراتی ایران

در مقابل رقبا در این بازارها

در ادامه بزرگترین کشورهای واردکننده خرما در جهان طی سال‌های ۲۰۱۷ تا ۲۰۲۱ مورد بررسی قرار گرفت. نتایج نشان داد که در سال‌های ۲۰۱۷ و ۲۰۱۸ ایران در اکثر این کشورها (بجز مراکش و یمن) صادرات خرما داشته و در ترکیه و قزاقستان رتبه اول مقدار و ارزش صادراتی را نسبت به رقبا داشته است. هرچند که قیمت ایران در این دو بازار کمتر از رقبا بوده که آن هم به دلیل نوع ارقام خرما صادراتی ایران بوده که در بخش‌های بعدی به این ارقام پرداخته خواهد شد.

در امارات، هند و اندونزی نیز ایران نسبت به رقبای خود رتبه ۳ تا ۴ را در مقدار و ارزش صادراتی داشته و تنها در امریکا جایگاه ایران تنزل داشته که به دلیل محدودیت روابط بین این دو کشور بوده است. در نهایت مشخص است که ایران به لحاظ مقداری و حتی ارزشی جایگاه مناسبی بین کشورهای اصلی واردکننده داشته اما به لحاظ قیمتی (با توجه به نوع رقم صادراتی ایران)، جایگاه مناسبی در بازار نداشته است. در سال‌های ۲۰۱۹ تا ۲۰۲۱ نیز تقریباً روند سال‌های گذشته برقرار است؛ با این تفاوت که امریکا نیز دیگر جزو کشورهای هدف ایران نبوده است. همچنین جایگاه ایران در هند بهبود یافته است.



جدول ۱-۱- جایگاه ایران در کشورهای واردکننده اصلی خرما

بزرگترین واردکنندگان		جایگاه ارزش صادرات ایران					جایگاه مقدار صادرات ایران					جایگاه قیمت صادراتی ایران				
کشور/سال	۲۰۱۷	۲۰۱۸	۲۰۱۹	۲۰۲۰	۲۰۲۱	۲۰۱۷	۲۰۱۸	۲۰۱۹	۲۰۲۰	۲۰۲۱	۲۰۱۷	۲۰۱۸	۲۰۱۹	۲۰۲۰	۲۰۲۱	
هند	۳	۳	۲	۲	۲	۱۳	۱۳	۱۲	۱۲	۱۲	۱۳	۱۳	۱۲	۱۲	۱۰	
امارات	۲	۲	۳	۳	۳	۱۳	۱۲	۱۵	۱۴	۱۴	۱۳	۱۲	۱۵	۱۴	۱۴	
مراکش	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	
یمن	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	
فرانسه	۱۲	۹	۱۲	۱۲	۱۱	۲۴	۲۷	۲۶	۲۷	۲۴	۸	۹	۹	۹	۲۴	
اندونزی	۴	۴	۵	۶	۶	۵	۱۴	۱۴	۱۸	۹	۵	۴	۴	۴	۱۱	
ترکیه	۱	۱	۱	۱	۱	۱۲	۱۳	۱۹	۱۵	۱۳	۱	۱	۱	۱	۱۳	
آمریکا	۱۱	۱۹	*	*	*	۱۷	۱۷	*	*	*	*	*	*	*	*	

(منبع: ITC, 2023 و نتایج پژوهش)

جزو کشورهای هدف ایران نبوده است.

۱۱-۱- بررسی جایگاه ایران در بازارهای هدف خود و تحلیل مقایسه‌ای قیمت صادراتی خرما ایران در مقابل رقبا در این بازارها

در این بخش، وضعیت ایران در بزرگترین کشورهای هدف مورد بررسی قرار گرفته است. مقایسه وضعیت ایران در کشورهای هدف در برابر کشورهای رقیب در این قسمت قابل بررسی است. اما قیمت صادراتی در مورد خرما بسته به ارقام صادراتی بوده و نمی‌توان در مورد علت پایین یا بالاتر بودن قیمت‌ها نظر قطعی داد. با توجه به اینکه ارقام صادراتی سایر کشورها در دسترس نیست، نمی‌توان در این مقایسه را انجام داد. اما در مورد ارقام صادراتی ایران و وضعیت مقدار و قیمتی آن در انتهای این قسمت توضیحات لازم ارائه خواهد شد. بطوریکه در سال ۲۰۱۶، ایران در کشور پاکستان با رتبه اول مقادیر صادراتی، ۵۸ درصد بازار این کشور را در اختیار داشته است. در سال ۲۰۱۷ ایران در پاکستان نفوذ بیشتری داشته و ۹۱ درصد بازار این کشور را در اختیار گرفت. در سال ۲۰۱۸ نفوذ ایران در پاکستان بیشتر از قبل شد و حدود ۹۷ درصد بازار پاکستان در اختیار ایران قرار گرفت. در سال ۲۰۱۹ و ۲۰۲۰ و ۲۰۲۱ نیز ایران در این کشور به ترتیب حدود ۹۵ و ۹۷ درصد بازار این کشور را از آن خود کرده اما در سال ۲۰۲۱ سهم ایران در پاکستان به حدود ۸۷ درصد کاهش یافته است. پاکستان در مجموع در سال ۲۰۱۶، ۲۰۱۷، ۲۰۱۸، ۲۰۱۹، ۲۰۲۰ و ۲۰۲۱ به ترتیب ۱۴/۰۴، ۱۷/۲۲، ۱۷/۶۰، ۱۲/۵، ۲۱/۳ و ۲۰/۳ درصد سبد صادراتی ایران را به خود اختصاص داده است. مشخص است که از این جهت وزن پاکستان در کشورهای هدف ایران افزایش یافته است.

در هند هرچند ایران نفوذ قابل توجهی نداشته اما این کشور از سبد صادراتی ایران سهم قابل توجهی را داشته است. بطوریکه دومین کشور هدف ایران در سال‌های ۲۰۱۶، ۲۰۱۷، ۲۰۱۹ و ۲۰۲۰ و اولین کشور هدف ایران در سال‌های ۲۰۱۸ و ۲۰۲۱ بوده است. صادرکنندگان ایرانی در سال ۲۰۱۶، حدود ۸ درصد بازار این کشور را در اختیار داشته‌اند. در سال ۲۰۱۷ ایران در هند نفوذ بیشتری داشته و ۱۳/۳ درصد بازار این کشور را در اختیار گرفت. در سال ۲۰۱۸ نیز نفوذ ایران در هند بیشتر شده و حدود ۲۵ درصد این بازار را در اختیار گرفت. در سال ۲۰۱۹ ایران بیش از



۳۳ درصد بازار هند را به خود اختصاص داده اما در سال ۲۰۲۰ سهم ایران در بازار هند به کمتر از ۱۴ درصد تنزل یافت. همچنین در سال ۲۰۲۱ مجدداً ایران بیش از ۴۰ درصد بازار هند را به خود اختصاص داده است. هند نیز در مجموع در سال‌های ۲۰۱۶، ۲۰۱۷، ۲۰۱۸، ۲۰۱۹، ۲۰۲۰ و ۲۰۲۱ به ترتیب ۱۲/۲، ۱۵/۴، ۱۹/۳، ۲۱/۳، ۱۸ و ۲۲/۸ درصد سبد صادراتی ایران را به خود اختصاص داده است.

ایران در قزاقستان تقریباً بدون رقیب بوده و طی سال‌های ۲۰۱۶، ۲۰۱۷، ۲۰۱۸، ۲۰۱۹، ۲۰۲۰ و ۲۰۲۱ به ترتیب ۹۸/۹، ۹۸/۸، ۹۹/۹، ۹۶/۷، ۹۶/۹ و ۹۷ درصد بازار این کشور در اختیار صادرکنندگان ایرانی بوده و به ترتیب در همین سال‌ها ۱۲/۰۶، ۱۰/۸۷، ۱۰/۶۵، ۱۲/۵۲، ۱۰/۸ و ۱۰/۰۳ درصد سبد صادراتی خرمای ایران به این کشور اختصاص یافته است.

ایران در امارات نیز در سال‌های اخیر حائز رتبه دوم و سوم بوده و بزرگترین رقیب ایران در این کشور، عربستان بوده است. این در حالی است که قیمت صادراتی ایران از عربستان پایین‌تر است که احتمالاً به دلیل نوع رقم صادراتی عربستان به امارات می‌باشد. در هر صورت طی سال‌های ۲۰۱۶، ۲۰۱۷، ۲۰۱۸، ۲۰۱۹، ۲۰۲۰ و ۲۰۲۱ به ترتیب ۲۵/۸، ۳۳، ۱۷/۱، ۱۰/۱، ۱۰/۸ درصد بازار این کشور در اختیار صادرکنندگان ایرانی بوده و مشخص است که ایران در حال از دست دادن بازار این کشور به رقبا است. به ترتیب در همین سال‌ها ۹/۹، ۵/۷، ۶/۷، ۶/۲۳، ۴/۵ و ۵/۱ درصد سبد صادراتی خرمای ایران به این کشور اختصاص یافته است.

ایران در ترکیه نیز به عنوان صادرکننده اول همواره مطرح بوده است و ایران طی سال‌های ۲۰۱۶، ۲۰۱۷، ۲۰۱۸، ۲۰۱۹، ۲۰۲۰ و ۲۰۲۱ به ترتیب ۴۰/۱، ۴۵/۹، ۶۴، ۵۵/۸، ۵۱/۲ و ۵۵/۴ درصد بازار ترکیه را در اختیار داشته و به ترتیب در همین سال‌ها ۷/۶، ۹/۳، ۹/۲، ۹/۹، ۸/۷ و ۸/۱ درصد سبد صادراتی خرمای ایران را تشکیل داده است.

عراق خود به عنوان یکی از بزرگترین کشورهای صادرکننده بوده اما همزمان واردکننده خرما از ایران نیز می‌باشد و مشخص است که ایران در عراق طی سال‌های ۲۰۱۶، ۲۰۱۸، ۲۰۱۹، ۲۰۲۰ و ۲۰۲۱ به ترتیب ۶۸، ۸۹/۹، ۹۰/۲، ۸۱/۷ و ۷۰/۲ درصد بازار عراق را در اختیار داشته و مشخص است که نفوذ ایران در عراق پس از یک افزایش در حال کاهش است. همچنین عراق در همین سال‌ها به ترتیب ۴/۴۴، ۵/۰۲، ۶/۴۶، ۲/۵۳، ۴/۳ و ۲/۴ درصد سبد صادراتی خرمای ایران را تشکیل داده است.

در نهایت ایران در روسیه به لحاظ مقادیر صادراتی همواره رتبه اول را داشته و طی سال‌های ۲۰۱۶، ۲۰۱۷، ۲۰۱۸، ۲۰۱۹، ۲۰۲۰ و ۲۰۲۱ به ترتیب ۳۱/۲، ۴۰، ۵۴/۹۷، ۴۰/۶، ۴۷ و ۴۲/۶ درصد بازار این کشور در اختیار صادرکنندگان ایرانی بوده است. البته لازم به ذکر است که مطلق میزان صادرات ایران به روسیه در این سال‌ها نوسانی است. به ترتیب در همین سال‌ها ۴/۰۵، ۳/۶۹، ۲/۷۱، ۴/۰۴، ۳/۰۱ و ۴/۰۴ درصد سبد صادراتی خرمای ایران به این کشور اختصاص یافته است.

جدول ۱۱-۱- جایگاه ایران در مقایسه با رقبای مهم ترین بازارهای هدف خود در سال ۲۰۱۹-۲۱

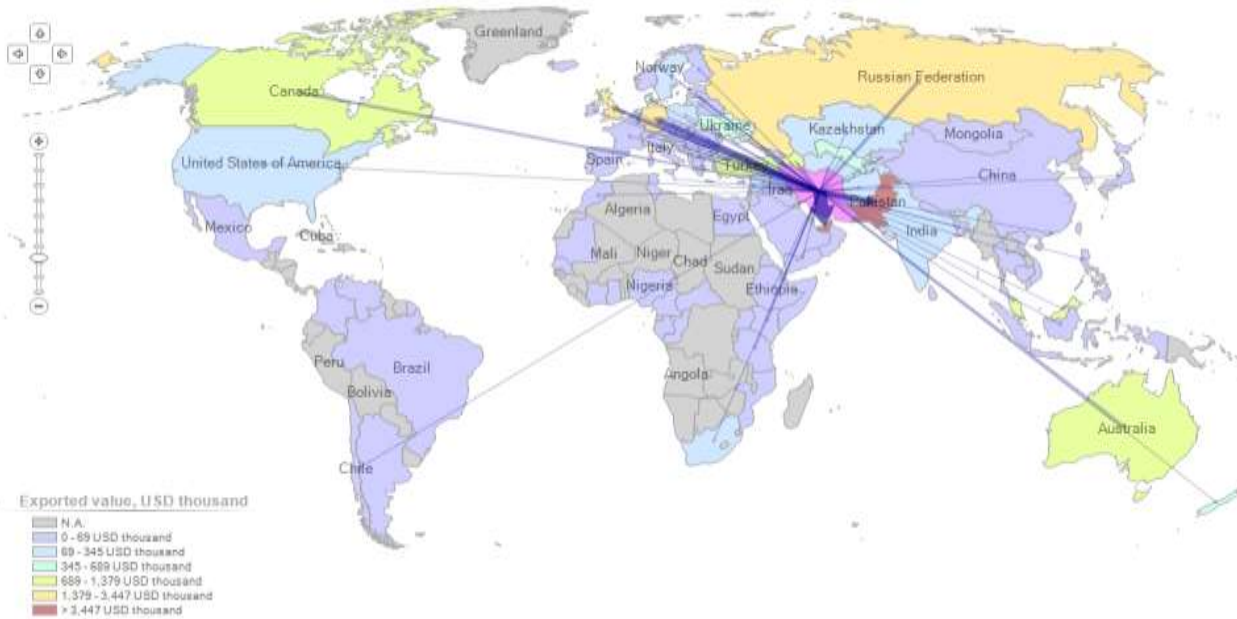
بازار هدف	سال/کشور	هند	پاکستان	قزاقستان	افغانستان	ترکیه	امارات	روسیه	عراق
مقدار صادرات ایران	۲۰۱۹	۲۹۹۹۹	۵۰۹۰۵	۲۹۹۵۶	۱۴۹۰۹	۱۶۹۸۶	۲۳۶۱۱	۶۰۶۴	۹۶۸۶
	۲۰۲۰	۷۲۲۲۲	۶۰۷۸۷	۳۶۷۲۵	۳۳۰۸۲	۲۹۶۱۲	۱۵۲۸۶	۱۴۵۶۳	۱۰۲۰۸
	۲۰۲۱	۷۹۳۹۷	۷۰۸۰۵	۳۴۹۵۶	۳۱۶۷۸	۲۸۳۵۴	۱۷۸۳۹	۹۲۷۶	۸۳۸۷
رتبه مقدار صادرات ایران	۲۰۱۹	۱	۲	۱	۳	۱	۱	۱	-
	۲۰۲۰	۱	۲	۱	۱	۱	۳	۱	۱
	۲۰۲۱	۲	۱	۱	۱	۱	۳	-	-
قیمت صادراتی ایران	۲۰۱۹	۸۷۰	۹۲۲	۶۸۳	۱۰۵۹	۸۲۲	۸۹۳	۱۱۵۵	۷۹۵
	۲۰۲۰	۸۰۲	۹۲۱	۷۶۰	۷۴۰	۹۵۰	۱۰۴۱	۱۰۱۵	۸۳۶
	۲۰۲۱	۹۰۵	۸۳۹	۷۱۰	۷۹۹	۹۴۹	۱۰۷۷	۷۵۷	۱۰۴۰
رتبه قیمت صادراتی ایران	۲۰۱۹	۳	۱۲	۷	۱۵	۴	۱۹	۴	۱۵
	۲۰۲۰	۲	۱۲	۸	۴	۱۵	۱۴	۴	۱۷
	۲۰۲۱	۱۰	۴	۷	۵	۱۳	۱۴	۱۷	۴
سهم ایران (درصد)	۲۰۱۹	۹۵,۵	۳۳,۱	۹۶,۷	۱۷,۱	۹۷,۱	۵۵,۸	۸۱,۷	۴۰,۶
	۲۰۲۰	۹۷,۳	۱۳,۶	۹۶,۹	۹۷,۸	۵۱,۲	۱۰,۱	۷۰,۲	۴۷
	۲۰۲۱	۴۱,۶	۸۶,۴	۹۷	۹۷,۳	۵۵,۴	۱۰,۸	۴۲,۶	۷۴,۳
سهم از صادرات ایران (درصد)	۲۰۱۹	۱۲,۵۳	۲۱,۲۷	۱۲,۵۲	۶,۲۳	۷,۰۹	۹,۸۶	۲,۵۳	۴,۰۴
	۲۰۲۰	۲۱,۳	۱۸	۱۰,۸	۹,۸	۸,۷	۴,۵	۴,۳	۳,۰۱
	۲۰۲۱	۲۲,۸	۲۰,۳	۱۰,۰۳	۹,۱	۸,۱	۵,۱	۲,۶	۲,۴

(منبع: ITC, 2020 و یافته پژوهش)

۱۲-۱- بررسی روند تغییر کشورهای هدف خرمای ایران و مقایسه با رقبای

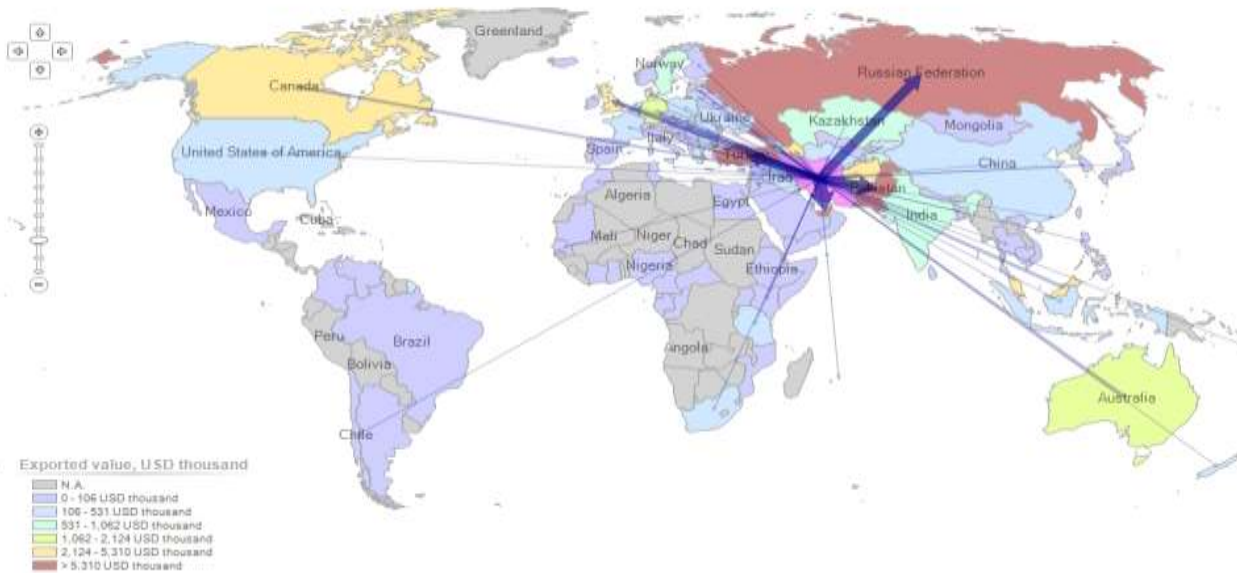
مطابق شکل های ۱-۱ تا ۱۱-۱ مشخص است که تنوع بازارهای صادراتی خرمای ایران مناسب بوده و بازارهای اصلی ایران تقریباً ثابت نسبی داشته اند. لذا از این جهت می توان بازارهای هدف خرمای ایران را بازارهای باثباتی دانست. در بازارهای روسیه، ترکیه و هند با توجه به سهم پایین تر ایران از بازارهای این کشورها، می تواند افزایش نفوذ در این بازارها قابل برنامه ریزی باشد.

List of importing markets for a product exported by Iran, Islamic Republic of in 2001
Product : 080410 Fresh or dried dates



شکل ۱-۱- نقشه کشورهای هدف ایران در سال ۲۰۰۱ (منبع: ITC, 2023)

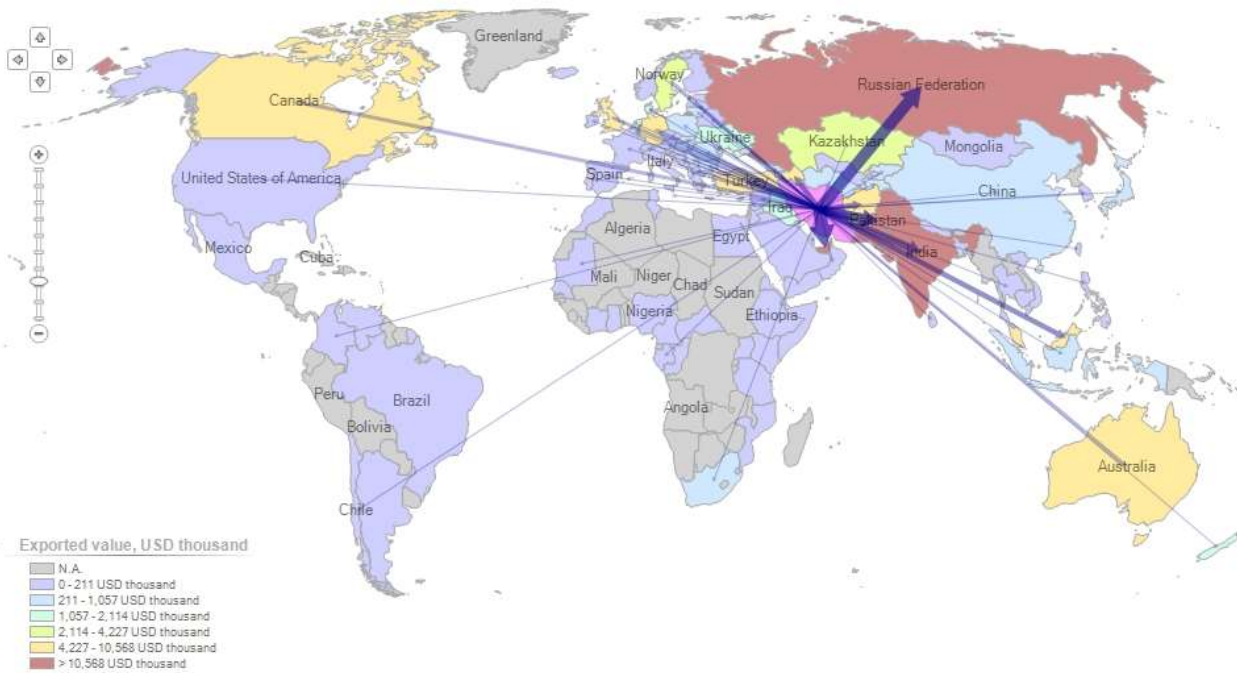
List of importing markets for a product exported by Iran, Islamic Republic of in 2005
Product : 080410 Fresh or dried dates



شکل ۱-۲- نقشه کشورهای هدف ایران در سال ۲۰۰۵ (منبع: ITC, 2023)

List of importing markets for a product exported by Iran, Islamic Republic of in 2010

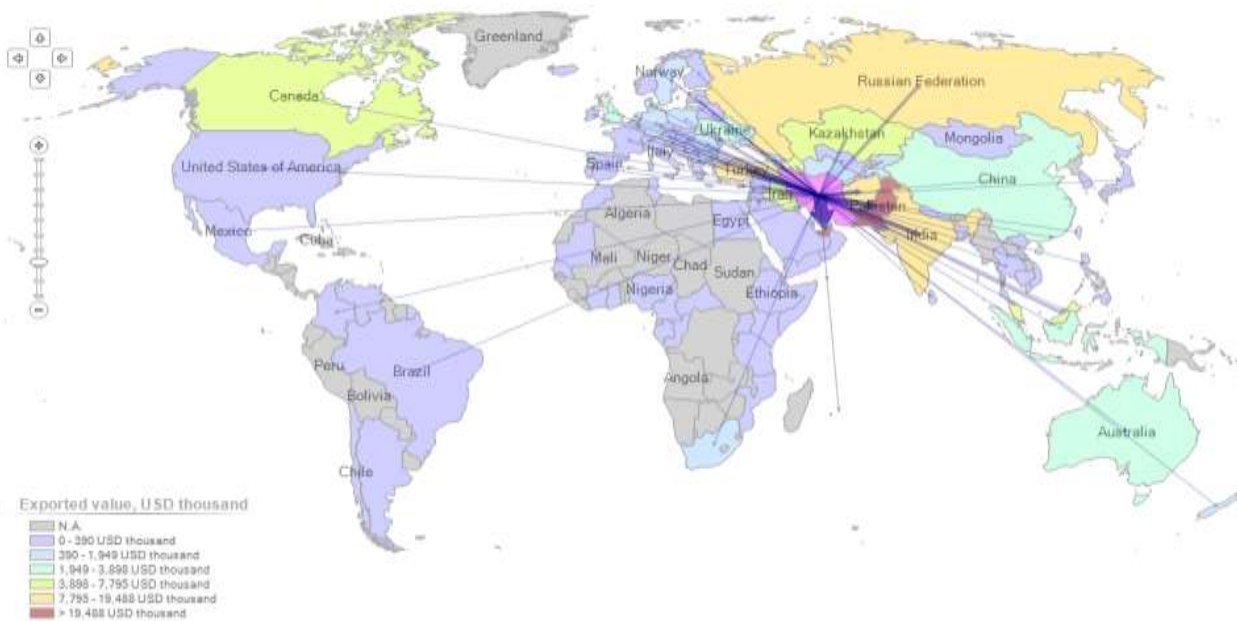
Product : 080410 Fresh or dried dates



شکل ۱-۳- نقشه کشورهای هدف ایران در سال ۲۰۱۰ (منبع: ITC, 2023)

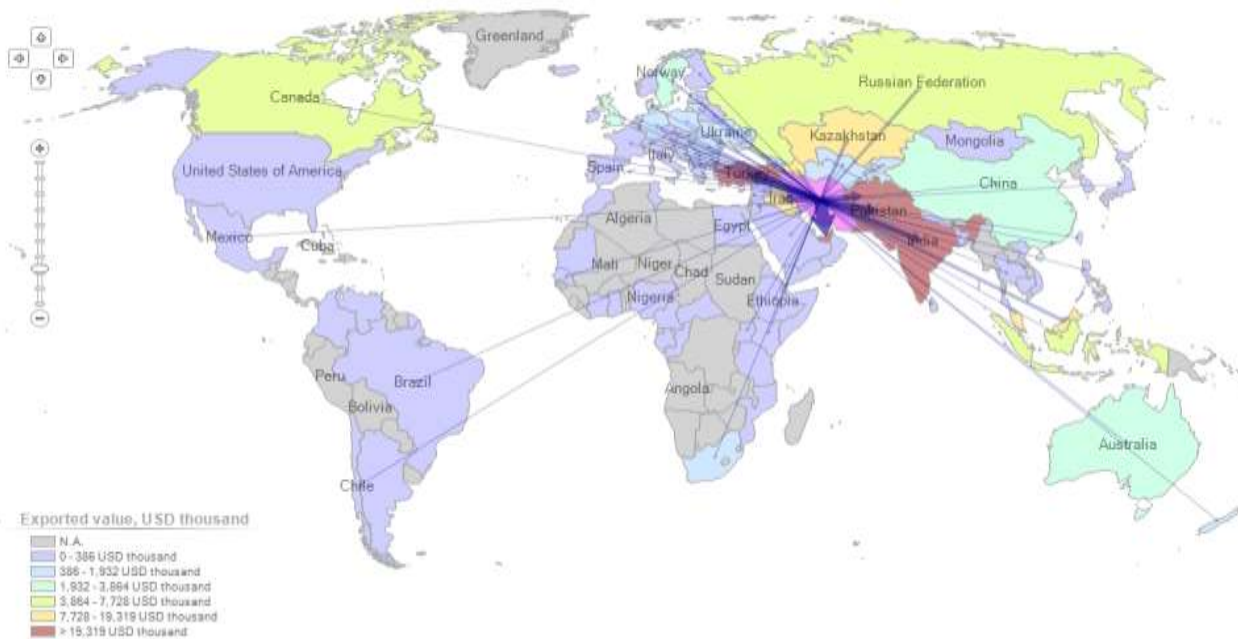
List of importing markets for a product exported by Iran, Islamic Republic of in 2012

Product : 080410 Fresh or dried dates



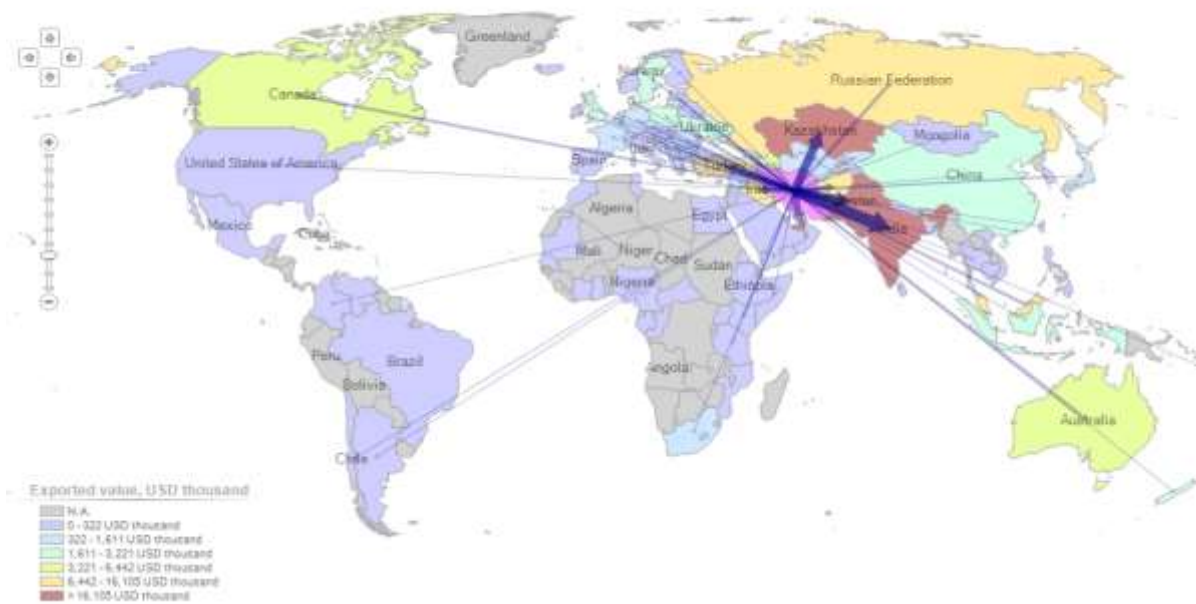
شکل ۱-۴- نقشه کشورهای هدف ایران در سال ۲۰۱۲ (منبع: ITC, 2023)

List of importing markets for a product exported by Iran, Islamic Republic of in 2014
Product : 080410 Fresh or dried dates



شکل ۱-۵- نقشه کشورهای هدف ایران در سال ۲۰۱۴ (منبع: ITC, 2023)

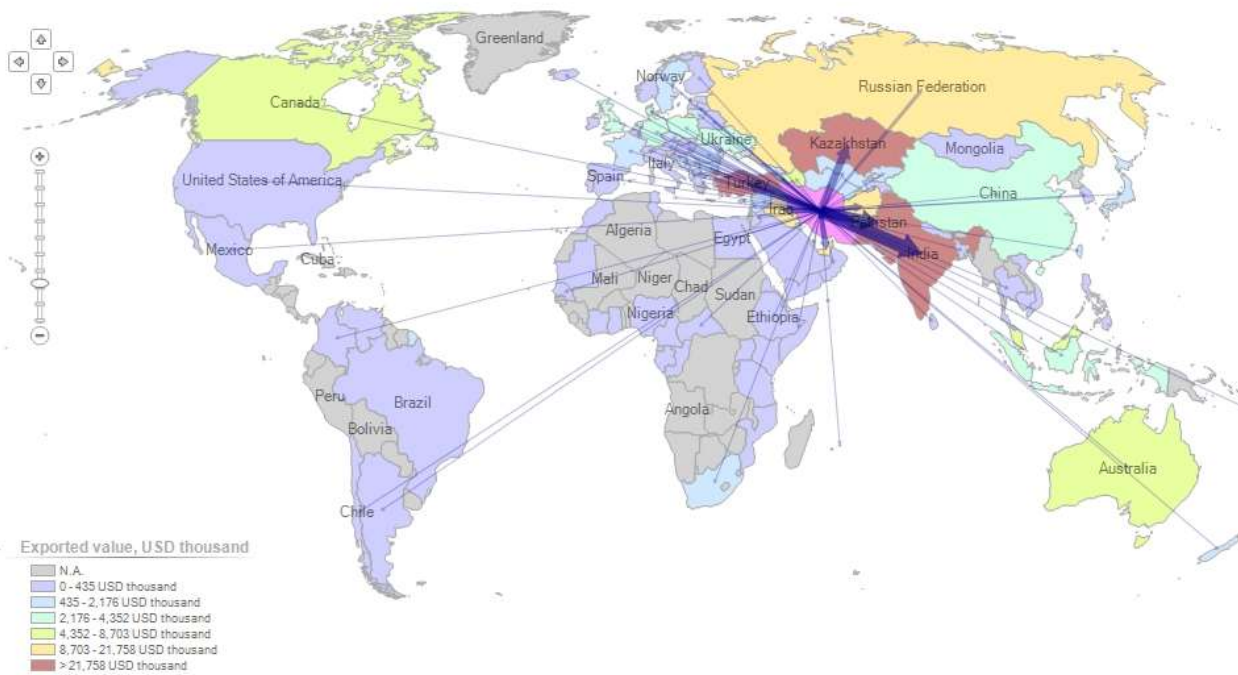
List of importing markets for a product exported by Iran, Islamic Republic of in 2016
Product : 080410 Fresh or dried dates



شکل ۱-۶- نقشه کشورهای هدف ایران در سال ۲۰۱۶ (منبع: ITC, 2023)

List of importing markets for a product exported by Iran, Islamic Republic of in 2017

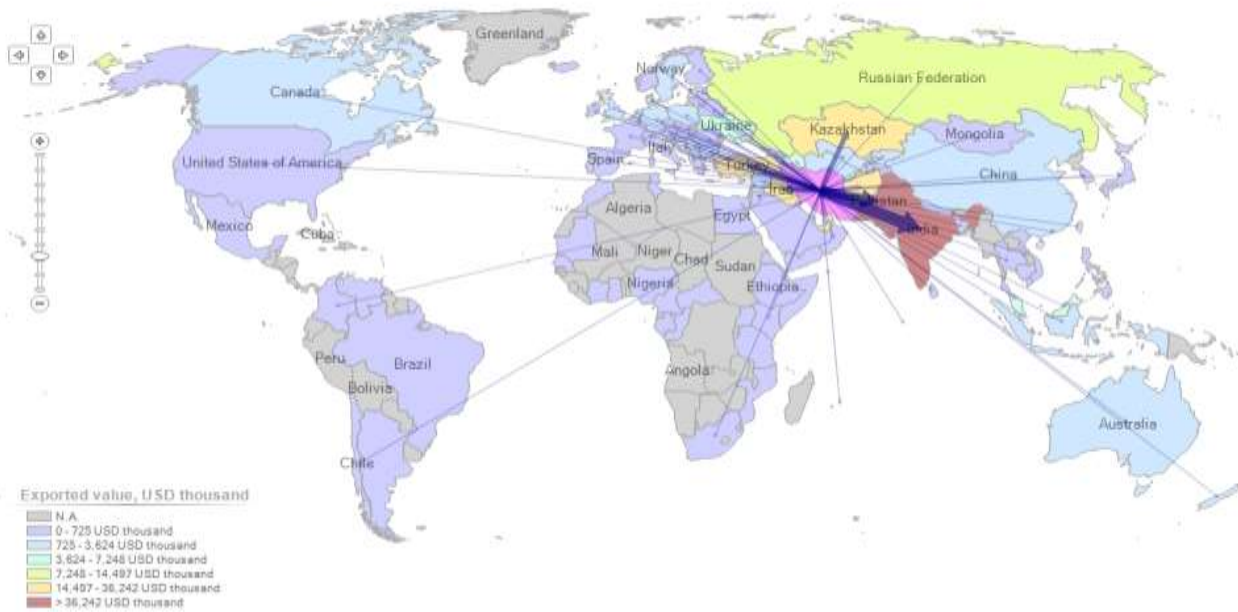
Product : 080410 Fresh or dried dates



شکل ۱-۷- نقشه کشورهای هدف ایران در سال ۲۰۱۷ (منبع: ITC, 2023)

List of importing markets for a product exported by Iran, Islamic Republic of in 2018

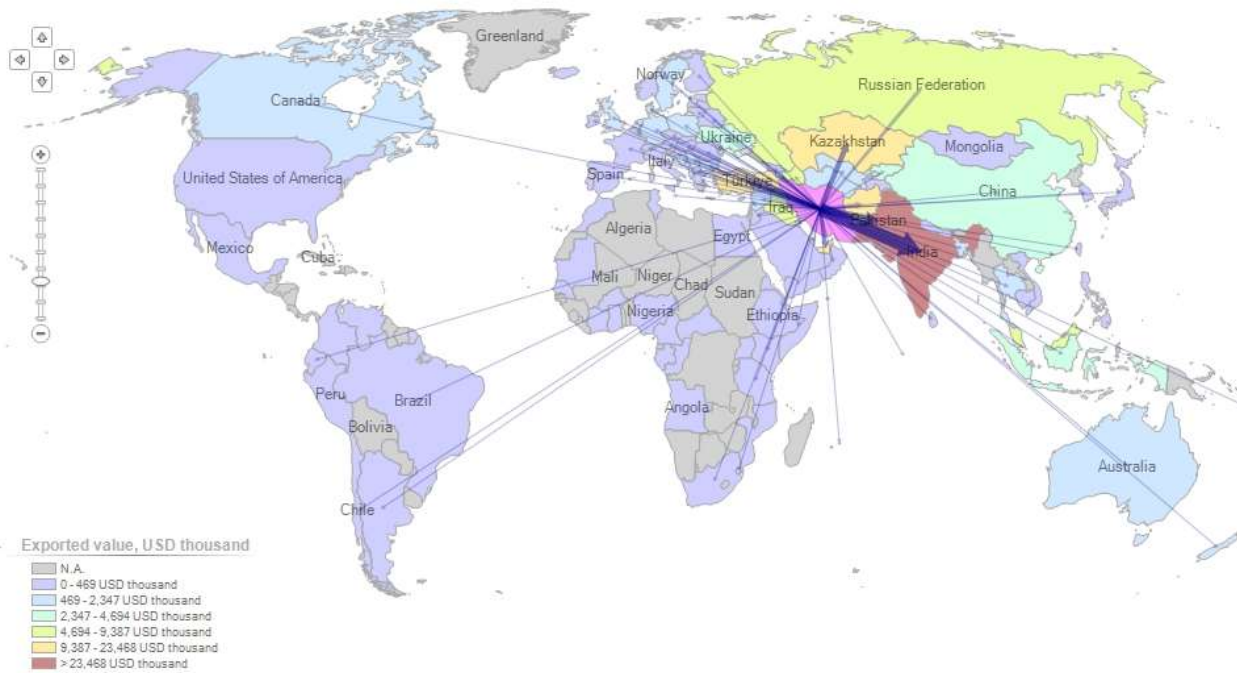
Product : 080410 Fresh or dried dates



شکل ۱-۸- نقشه کشورهای هدف ایران در سال ۲۰۱۸ (منبع: ITC, 2023)

List of importing markets for a product exported by Iran, Islamic Republic of in 2019

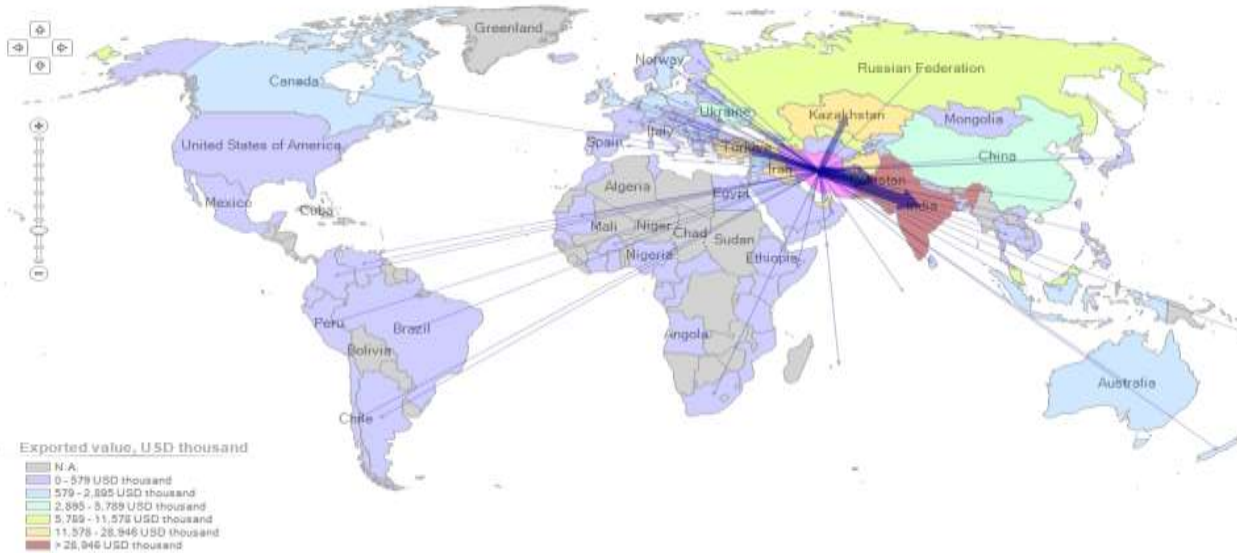
Product : 080410 Fresh or dried dates



شکل ۹-۱- نقشه کشورهای هدف ایران در سال ۲۰۱۹ (منبع: ITC, 2023)

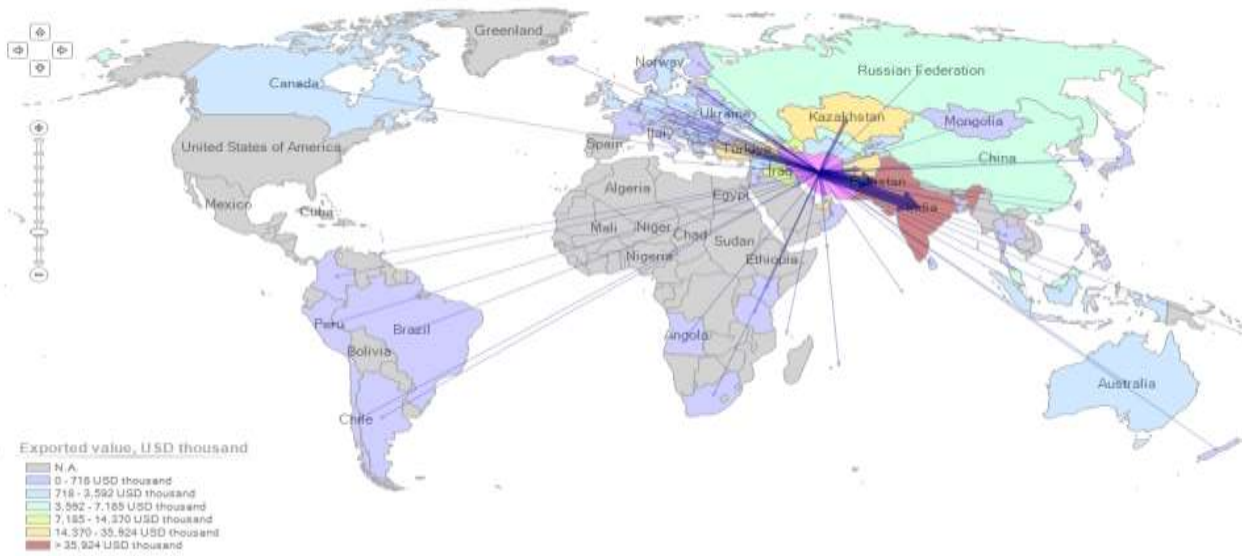
List of importing markets for a product exported by Iran, Islamic Republic of in 2020

Product : 080410 Fresh or dried dates



شکل ۱۰-۱- نقشه کشورهای هدف ایران در سال ۲۰۲۰ (منبع: ITC, 2023)

List of importing markets for a product exported by Iran, Islamic Republic of in 2021
Product : 080410 Fresh or dried dates

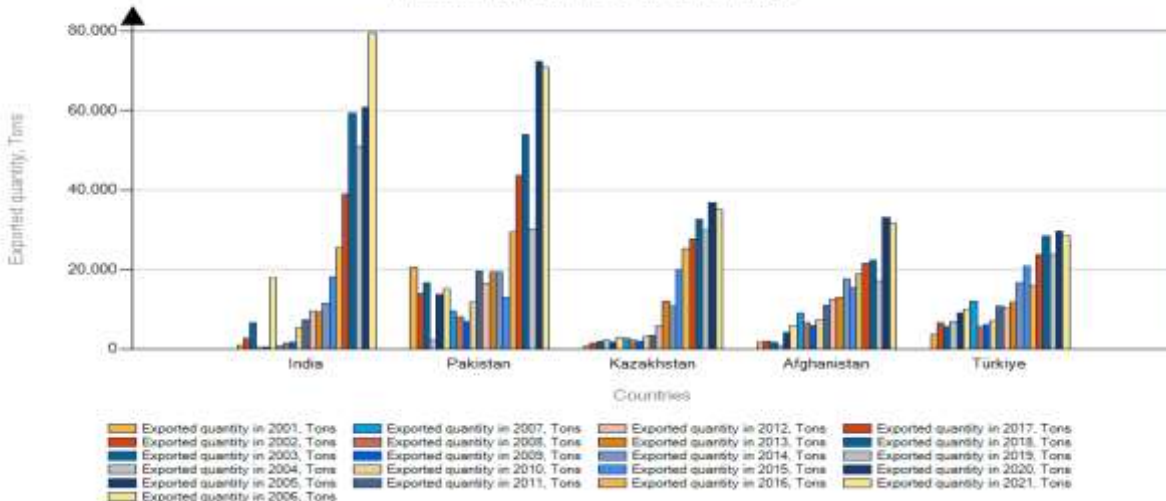


شکل ۱-۱۱- نقشه کشورهای هدف ایران در سال ۲۰۲۱ (منبع: ITC, 2023)

۱۳-۱- بررسی روند کلی تغییر سهم کشورهای هدف صادراتی خرماي ایران

همانگونه که نمودار ۱-۱۱ نیز نشان می‌دهد، تنوع بازارهای صادراتی خرماي ایران مناسب بوده و روند میزان صادرات خرماي ایرانی در کشورهای هدف اصلی تقریباً روندی صعودی بوده است. مشخص است که در هند و پاکستان روند افزایش مقادیر صادراتی مشخص‌تر می‌باشد.

List of importing markets for a product exported by Iran, Islamic Republic of
Product: 080410 Fresh or dried dates

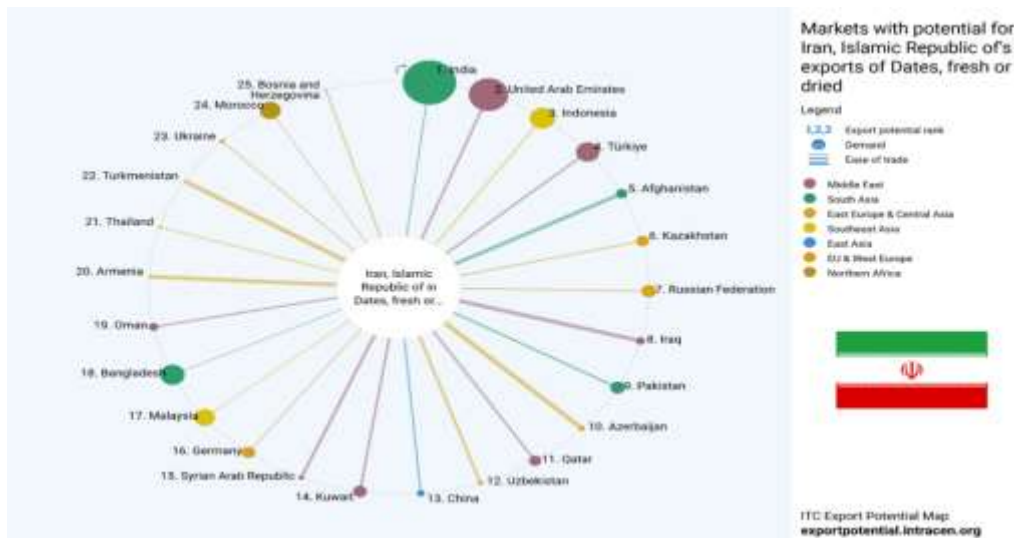


(منبع: ITC, 2023)

نمودار ۱-۱۱- وضعیت روند نوسانی صادرات به کشورهای هدف خرماي ایران

۱۴-۱- نقشه تعرفه وارداتی در کشورهای هدف ایران

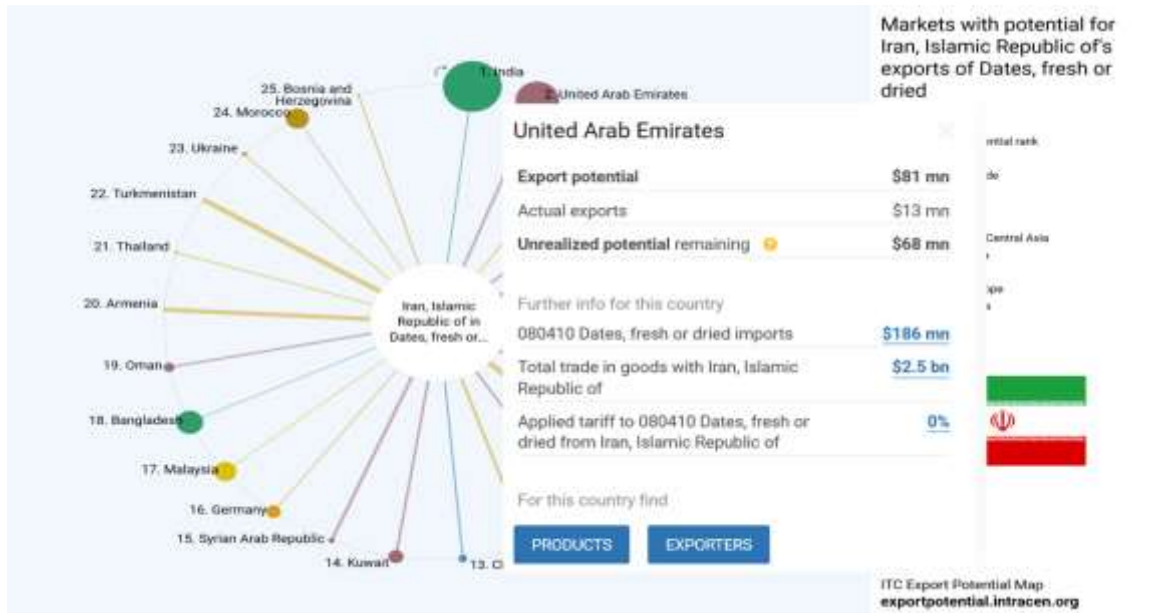
مطابق بررسی‌های انجام شده در مرکز بین‌المللی تجاری ITC، ایران در هند ظرفیت خالی ۳۸ میلیون دلاری، در امارات ظرفیت خالی ۶۸ میلیون دلاری، در اندونزی ظرفیت خالی ۴۰ میلیون دلاری و در ترکیه ظرفیت خالی ۳/۲ میلیون دلاری وجود دارد و این در حالی است که در افغانستان بیش از ظرفیت این کشور، صادرات انجام شده است. نتایج نشان می‌دهد که کشور هند بیش از تونس، در اختیار ایران بوده و ایران در کشور هند ظرفیت خالی مانده بیش از ۲ برابری نیست به تونس دارد. هرچند امارات و عربستان بیش از ایران بازار هند را در اختیار داشته است. نکته قابل توجه در هند آن است که امارات در صادرات به هند با تعرفه صفر درصدی روبروست اما ایران مجبور به پرداخت تعرفه ۲۵ درصدی است که قدرت رقابتی از صادرکننده ایرانی خواهد کاست. لازم است در این خصوص رایزنی و مکانیزم تعرفه ترجیحی مورد بررسی قرار گیرد. کشور امارات نیز بیش از ایران در اختیار عربستان بوده است. هرچند همچنان ایران در امارات نیز ظرفیت قابل دستیابی (معادل ۶۸ میلیون دلار) علاوه بر میزان صادرات فعلی دارد.



شکل ۱-۱۲- بازارهای هدف ایران برای محصول خرما (منبع: ITC, 2023)



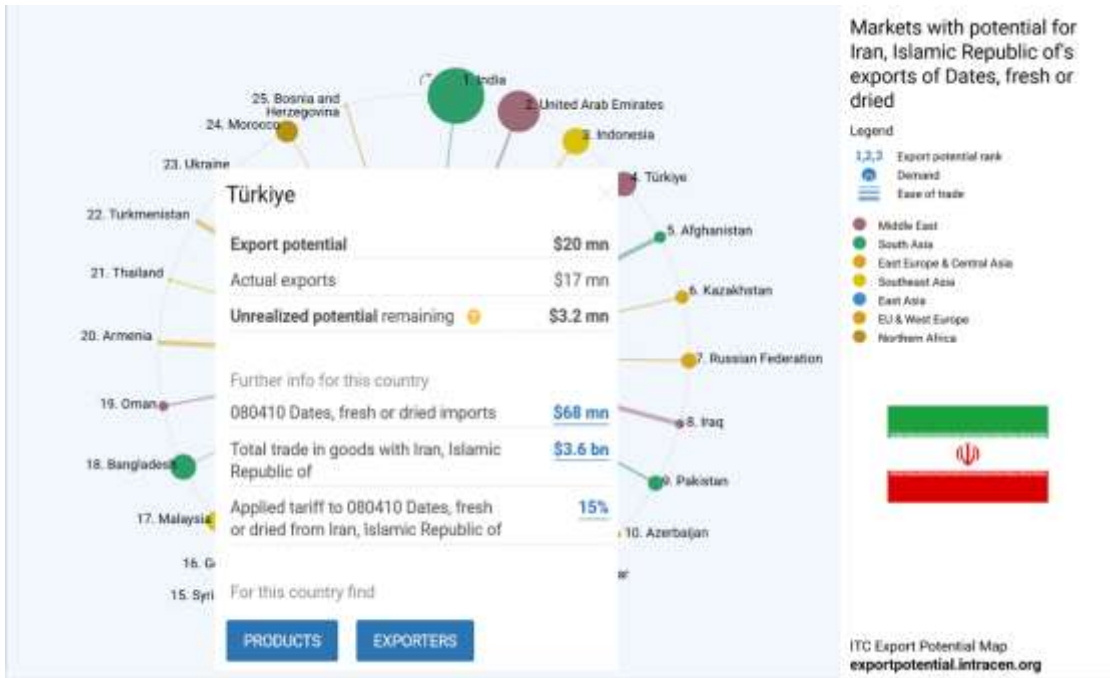
شکل ۱-۱۳- مشخصات بازار کشور هدف هند برای محصول خرما (منبع: ITC, 2023)



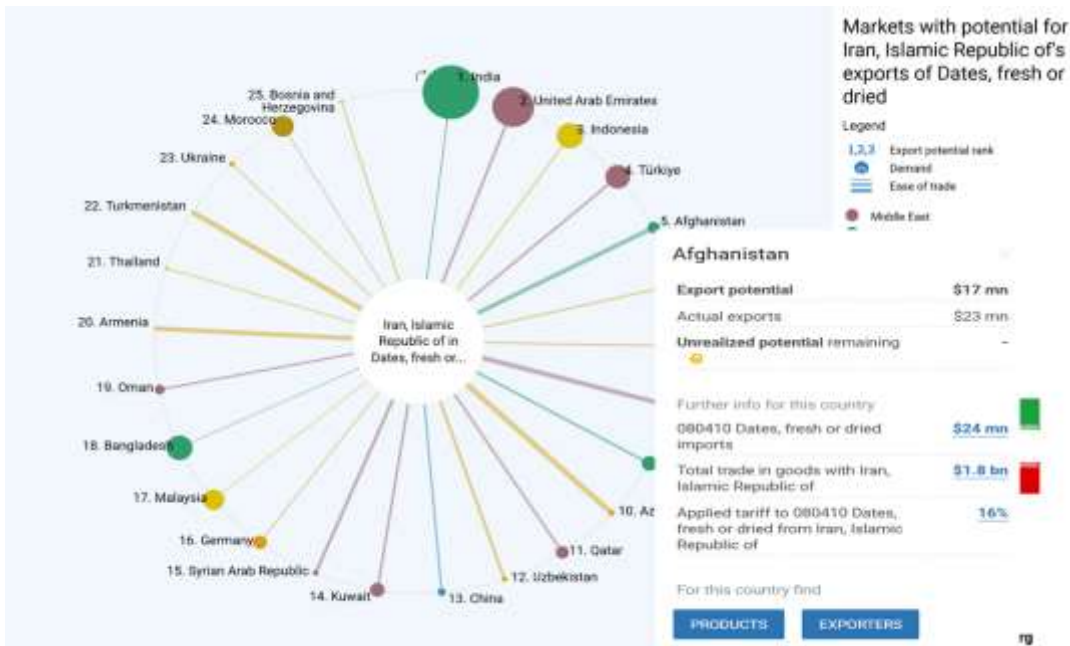
شکل ۱-۱۴- مشخصات بازار کشور هدف امارات برای محصول خرما (منبع: ITC, 2023)



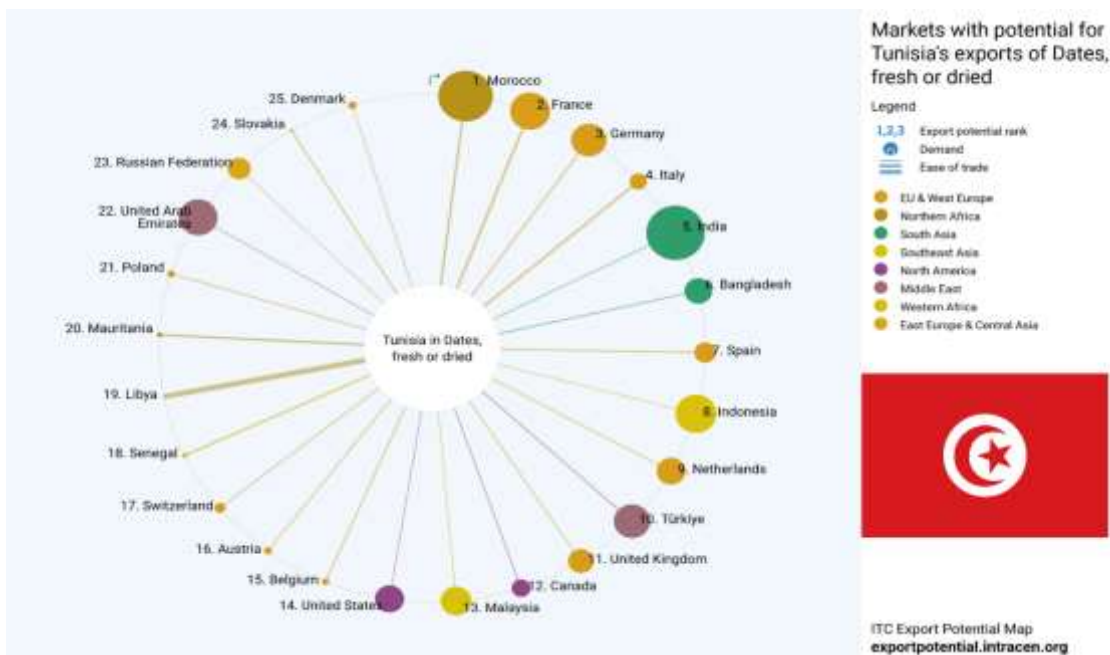
شکل ۱-۱۵- مشخصات بازار کشور هدف اندونزی برای محصول خرما (منبع: ITC, 2023)



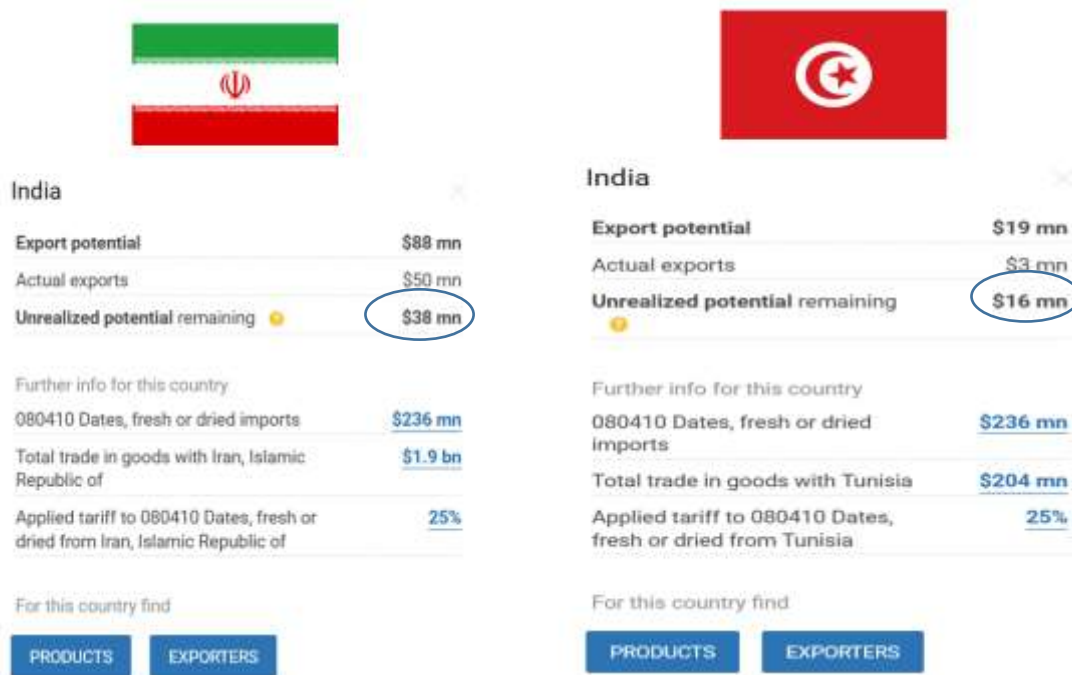
شکل ۱-۱۶- مشخصات بازار کشور هدف ترکیه برای محصول خرما (منبع: ITC, 2023)



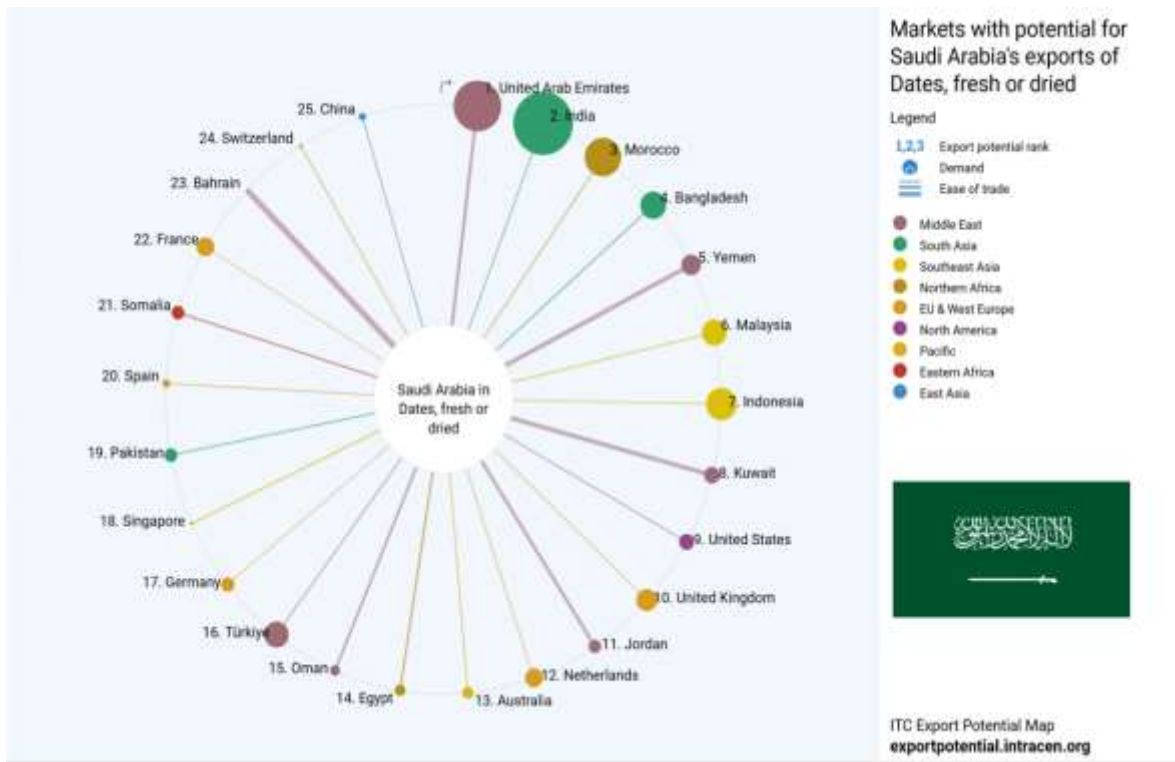
شکل ۱-۱۷- مشخصات بازار کشور هدف افغانستان برای محصول خرما (منبع: ITC, 2023)



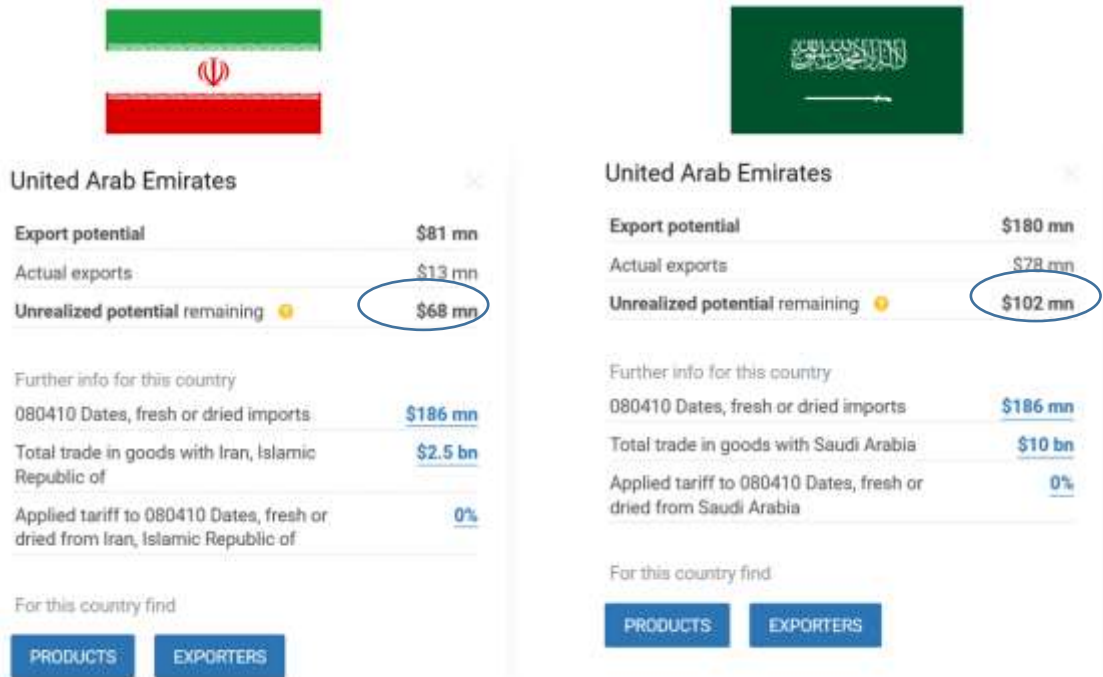
شکل ۱-۱۸- مشخصات پتانسیل صادراتی تانزانیا برای محصول خرما (منبع: ITC, 2023)



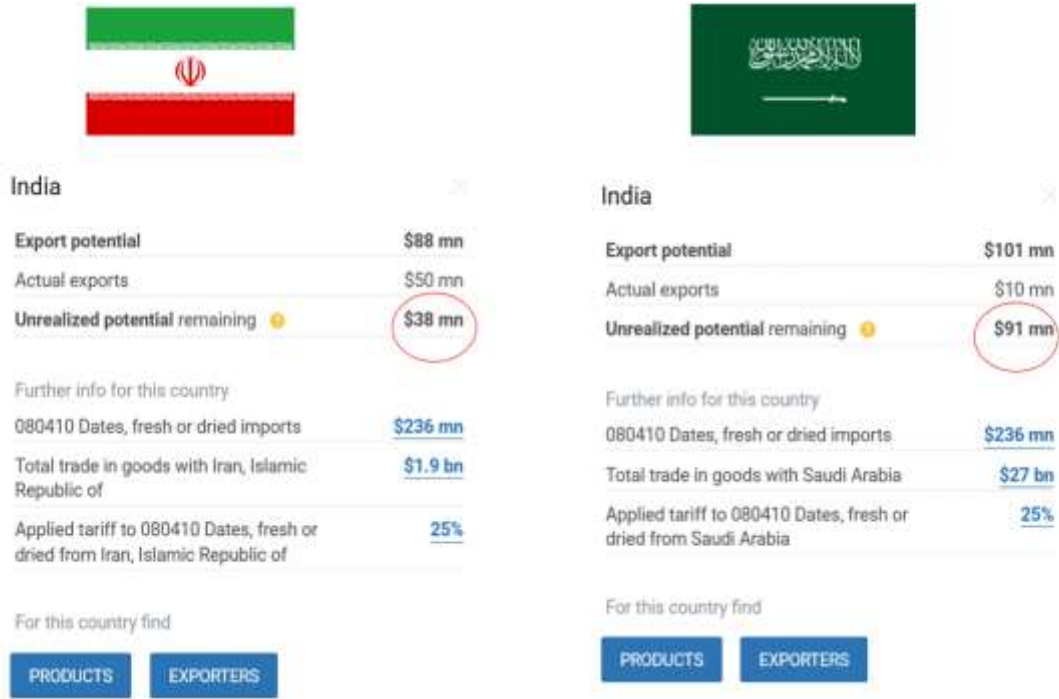
شکل ۱-۱۹- مقایسه مقدار صادراتی محقق نشده هند توسط دو کشور رقیب ترکیه و ایران برای محصول خرما (منبع: ITC, 2023)



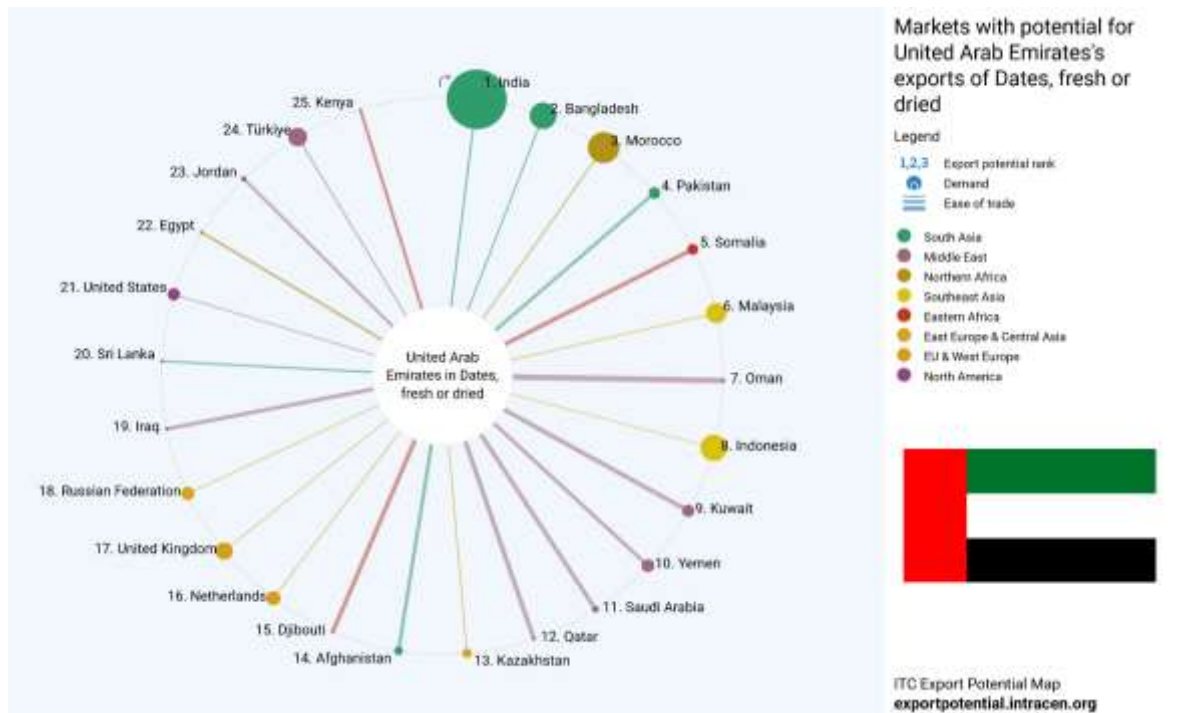
شکل ۱-۲۰- مشخصات پتانسیل صادراتی عربستان سعودی برای محصول خرما (منبع: ITC, 2023)



شکل ۱-۲۱- مقایسه مقدار صادراتی محقق نشده امارات توسط دو کشور رقیب عربستان و ایران برای محصول خرما (منبع: ITC, 2023)



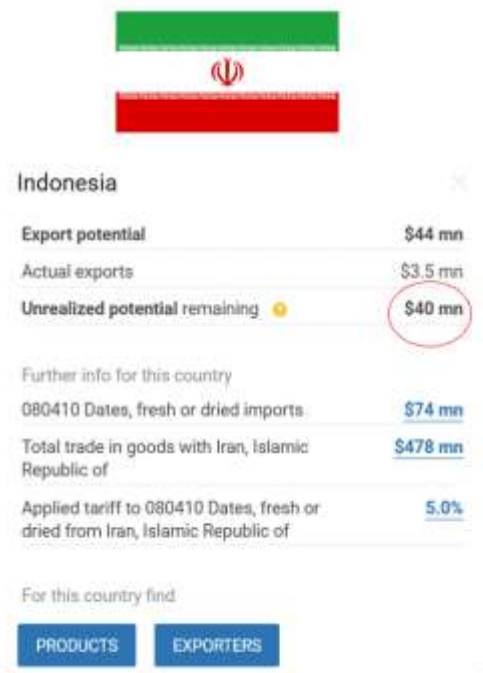
شکل ۱-۲۲- مقایسه مقدار صادراتی محقق نشده هند توسط دو کشور رقیب عربستان و ایران برای محصول خرما (منبع: ITC, 2023)



شکل ۱-۲۳- مشخصات پتانسیل صادراتی امارات برای محصول خرما (منبع: ITC, 2023)



شکل ۱-۲۴- مقایسه مقدار صادراتی محقق نشده و تعرفه وارداتی هند توسط دو کشور رقیب امارات و ایران برای محصول خرما (منبع: ITC, 2023)



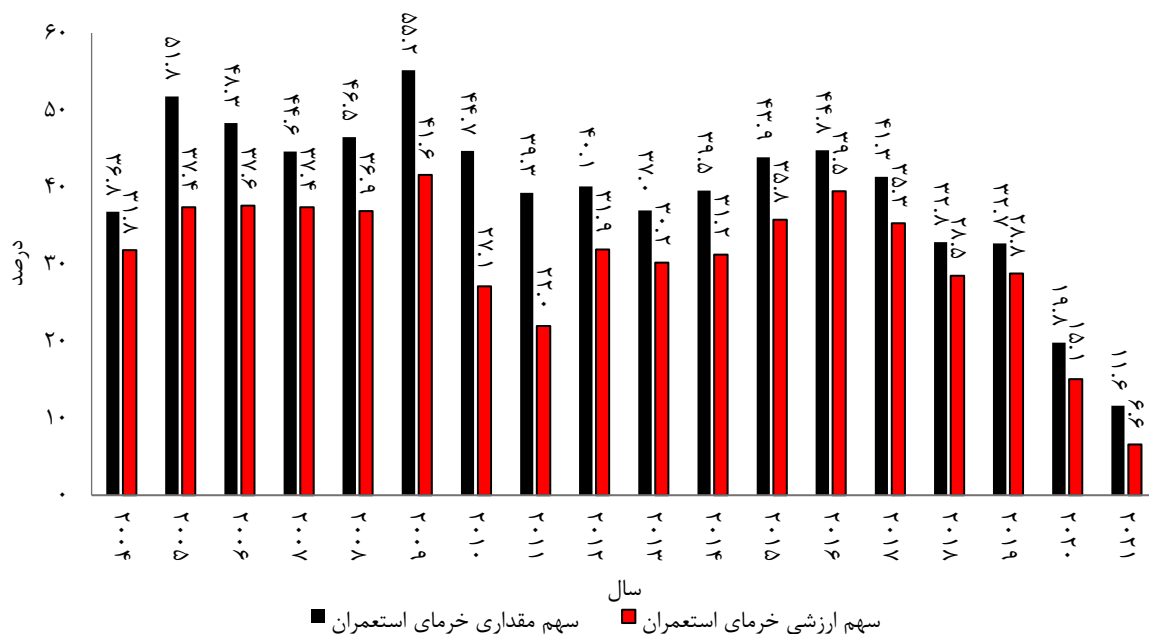
شکل ۱-۲۵- مقایسه مقدار صادراتی محقق نشده اندونزی توسط دو کشور رقیب امارات و ایران برای محصول خرما (منبع: ITC, 2023)

۱۵-۱- تحلیل وضعیت ارقام خرمای صادراتی ایران

۱-۱۵-۱- سهم مقداری و ارزشی ارقام خرمای صادراتی ایران

در این قسمت از گزارش همانگونه که پیش تر بیان شد، به بررسی وضعیت ارقام مختلف خرما پرداخته شده است. همانگونه که مشخص است، سهم ارزشی و مقداری خرمای استعمران از سبد خرمای صادراتی ایران روندی نوسانی و رو به افول داشته است. بطوریکه در سال ۲۰۰۴ سهم مقداری معادل ۵۲/۷ درصد بوده که در سال ۲۰۲۱ به ۱۱/۶ درصد تنزل داشته است. بیشترین سهم مقداری در سال ۲۰۰۹ با مقدار ۵۵ درصد تحقق یافته است.

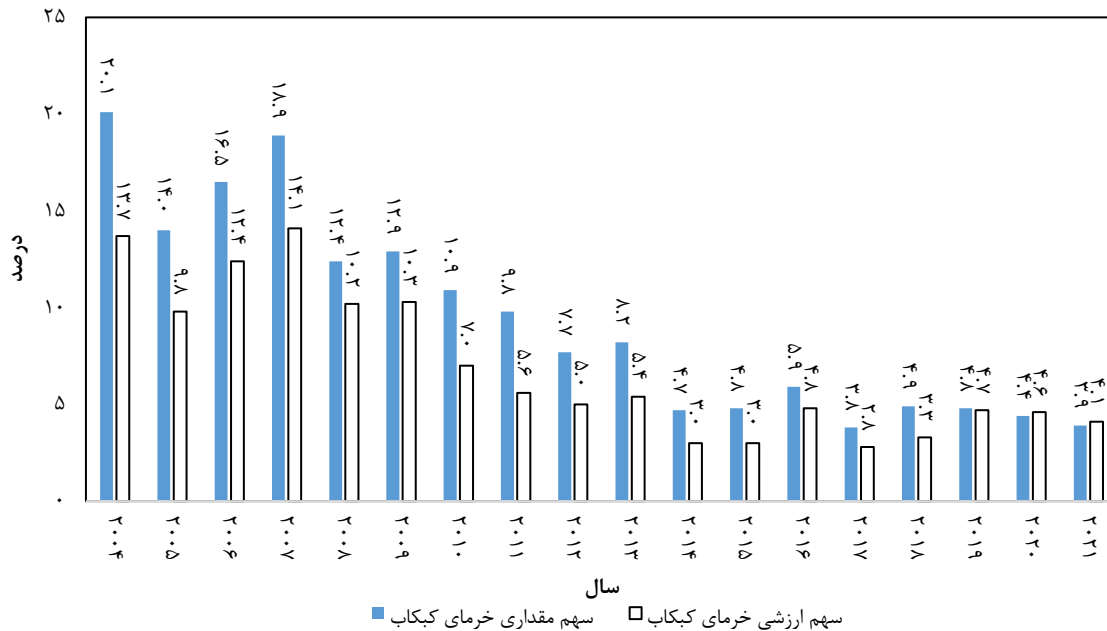
سهم ارزشی خرمای استعمران از کل سبد صادراتی خرمای ایران، نیز در سال ۲۰۰۴ معادل ۴۵/۲ درصد بوده که در سال ۲۰۲۱ به ۶/۵۷ درصد تنزل یافته است. بیشترین سهم ارزش صادرات استعمران نیز در همان سال ۲۰۰۹ تحقق یافته که معادل ۴۱/۶ درصد بوده است. نکته مهم در این نمودار کاهش فاصله سهم ارزش صادرات و مقدار صادرات در سال های اخیر بوده است و این به معنی افت بیشتر قیمت استعمران در مقایسه با سایر ارقام خرمای صادراتی ایران است.



نمودار ۱-۱۲- روند سهم و مقداری و ارزشی خرمای استعمران از سبد صادراتی خرمای ایران (منبع: ITC, 2023 و یافته های پژوهش)

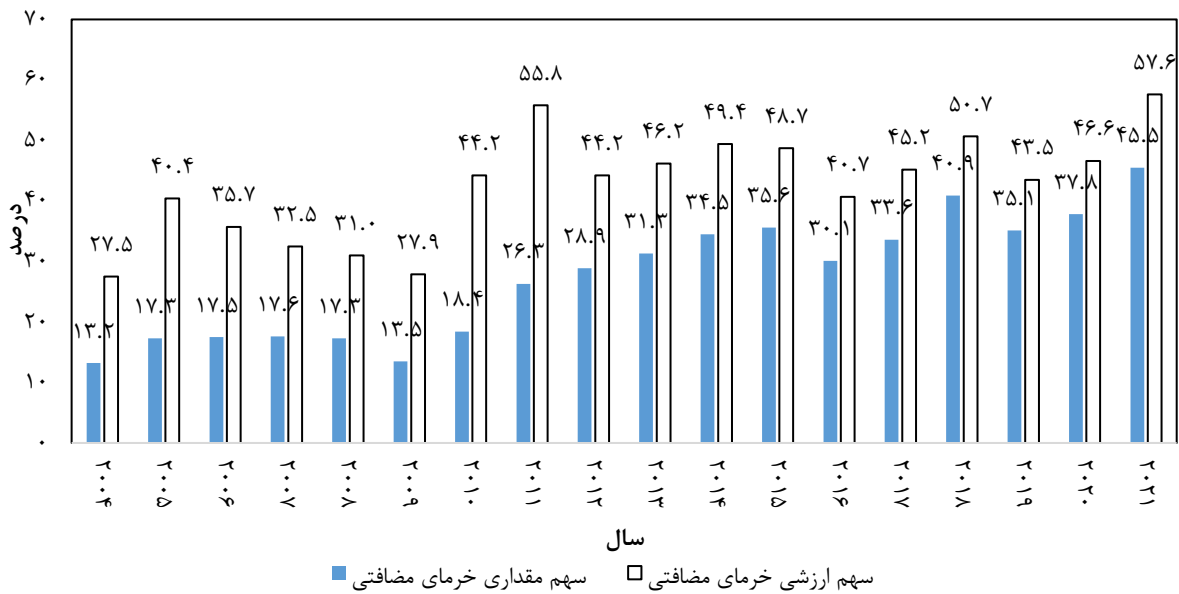
در خصوص خرمای کبکاب مشخص است که هم سهم مقداری خرمای کبکاب از کل سبد مقدار صادرات خرمای ایران کاهش یافته و هم سهم ارزشی خرمای کبکاب از سبد ارزش صادراتی خرمای ایران کاهش یافته است. بطوریکه صادرات خرمای کبکاب ۲۰ درصد خرمای صادراتی ایران را در سال ۲۰۰۱ تشکیل میداده و این در حالی است که در سال ۲۰۲۱ این عدد به کمتر از ۴ درصد تنزل یافته است. سهم ارزش صادراتی نیز از ۱۳/۷ درصد در سال ۲۰۰۱ به

حدود ۴ درصد در سال ۲۰۲۱ کاهش یافت. کم شدن فاصله سهم ارزشی از سهم مقداری و حتی بیشتر شدن سهم ارزشی در سال‌های آخر بیانگر رشد قیمت این نوع رقم در بازار خرما نسبت به سایر ارقام خواهد بود.



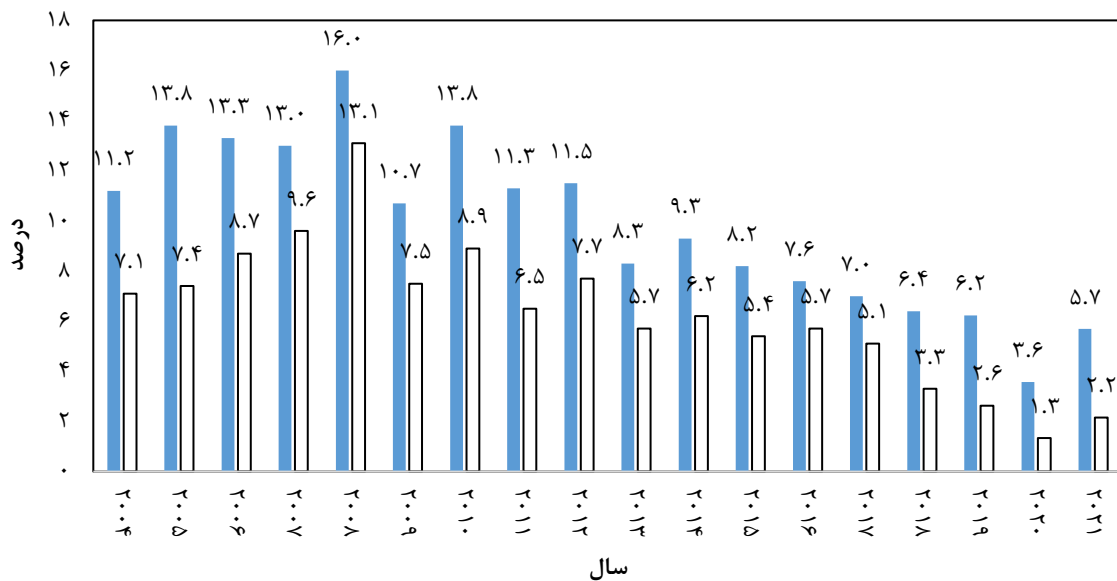
نمودار ۱-۱۳- روند سهم و مقداری و ارزشی خرمای کبکاب از سبد صادراتی خرمای ایران (منبع: ITC, 2023 و یافته‌های پژوهش)

در خصوص خرمای مضافتی روند معکوس خرمای کبکاب وجود داشته است. بطوریکه مشخص است که هم سهم مقداری خرمای مضافتی از کل سبد مقدار صادرات خرمای ایران و هم سهم ارزشی از سبد کل ارزش صادرات خرمای ایران افزایش یافته است. بطوریکه خرمای مضافتی ۱۳/۲ درصد خرمای صادراتی ایران را در سال ۲۰۰۱ تشکیل می‌داده و این در حالی است که در سال ۲۰۲۱ این عدد به نزدیک ۴۶ درصد افزایش و سهم ارزش صادراتی نیز از ۲۷/۵ درصد به ۵۷ درصد افزایش یافته است.



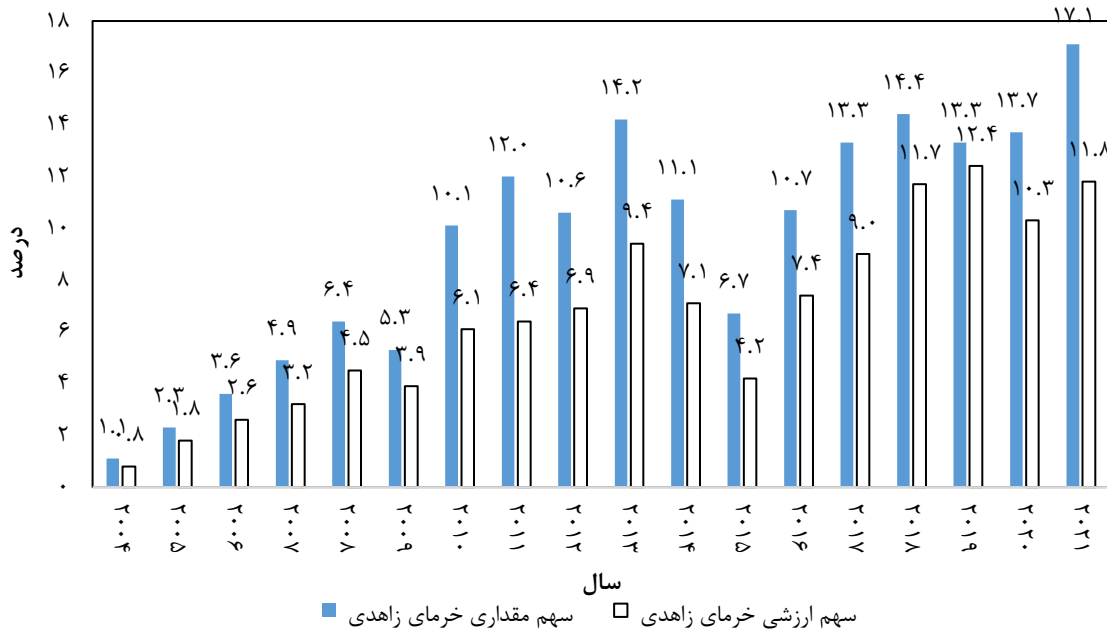
نمودار ۱-۱۴- روند سهم و مقداری و ارزشی خرماى مضافتى از سبد صادراتى خرماى ایران (منبع: ITC, 2023 و یافته‌های پژوهش)

مشابه خرماى کبکاب، در مورد خرماى شاهانى نیز مشخص است که هم سهم مقدارى خرماى کبکاب از کل سبد مقدار صادرات خرماى ایران و هم سهم ارزشى خرماى شاهانى از سبد ارزش صادراتى خرماى ایران کاهشى بوده است. بطوریکه خرماى شاهانى ۱۱/۲ درصد خرماى صادراتى ایران را در سال ۲۰۰۱ تشکیل مى‌داده و این در حالى است که در سال ۲۰۲۱ این عدد به ۵/۷ درصد تنزل یافته است. سهم ارزش صادراتى نیز از ۷ درصد در سال ۲۰۰۱ به ۲/۱۵ درصد کاهش یافت.



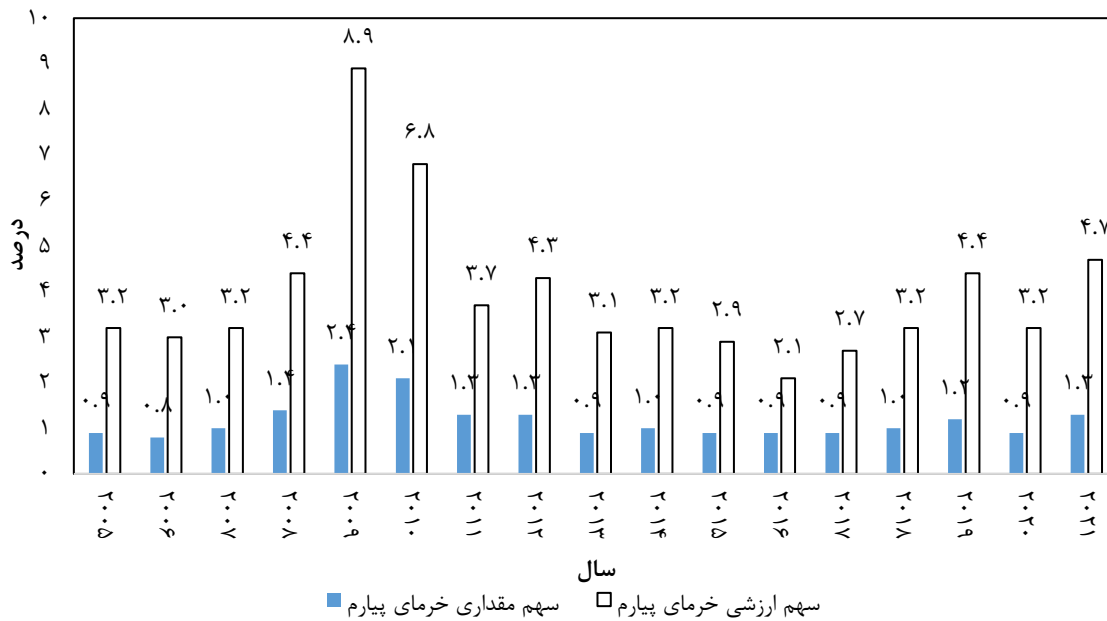
نمودار ۱-۱۵- روند سهم و مقداری و ارزشى خرماى شاهانى از سبد صادراتى خرماى ایران (منبع: ITC, 2023 و یافته‌های پژوهش)

در خصوص خرمای زاهدی مشخص است که هم سهم مقداری خرمای مضافتی از کل سبد مقدار صادرات خرمای ایران و هم سهم ارزشی از سبد کل ارزش صادرات خرمای ایران افزایش چشمگیری یافته است. بطوریکه خرمای زاهدی ۱/۱ درصد خرمای صادراتی ایران را در سال ۲۰۰۱ تشکیل می‌داده و این در حالی است که در سال ۲۰۲۱ این عدد به حدود ۱۷ درصد افزایش و سهم ارزش صادراتی نیز از ۰/۸ درصد به حدود ۱۲ درصد افزایش یافته است.



نمودار ۱-۱۶- روند سهم و مقداری و ارزشی خرمای زاهدی از سبد صادراتی خرمای ایران (منبع: ITC, 2023 و یافته‌های پژوهش)

در خصوص سهم خرمای پیارم مطابق نمودار ۱-۱۷ یک روند نوسانی، مشخص است. تا سال ۲۰۰۹ روند کلی سهم مقادیر و ارزش خرمای پیارم از سبد صادراتی خرمای ایرانی، صعودی بوده و پس از این سال روند نزولی داشته و همچنین در مورد سهم ارزش صادراتی خرمای پیارم از سبد صادراتی ایران نیز پس از سال ۲۰۱۶ روند افزایشی یافته است. بطوریکه سهم مقادیر خرمای پیارم ۱/۷ درصد خرمای صادراتی ایران را در سال ۲۰۰۱ تشکیل می‌داده و این در حالی است که در سال ۲۰۲۱ این عدد به حدود ۱/۳ درصد تنزل داشته و سهم ارزش صادراتی نیز از ۵/۷ درصد به ۴/۷ درصد افت کرده است. هرچند نسبت به سال ۲۰۱۶ این سهم افزایشی بوده است.



نمودار ۱-۱۷- روند سهم و مقداری و ارزشی خرمای پیارم از سبد صادراتی ایران (منبع: ITC, 2023 و یافته‌های پژوهش)

۱۲-۱۵-۲- مقایسه ریسک صادراتی ارقام خرمای صادراتی ایران

به لحاظ بررسی مقدار، قیمت و ارزش صادراتی انواع ارقام خرمای صادراتی ایران مشخص است که بیشترین ضریب نوسان مقادیر صادراتی مربوط به خرمای زاهدی و پس از آن مرتبط با خرمای مضافتی بوده است. لذا نوسان مقادیر صادرات در مورد این دو رقم از سایر ارقام بیشتر می‌باشد. این در حالی است که خرمای مضافتی در سال‌های اخیر با حدود ۴۶ درصد سبد مقداری خرمای صادراتی ایران، جزو ارقام اصلی صادراتی ایران بوده است. کمترین نوسان در مقادیر صادراتی نیز مربوط به خرمای شاهانی و بیشترین ضریب نوسان قیمت صادراتی مربوط به خرمای مضافتی و شاهانی است. در واقع در یکی از مهمترین ارقام صادراتی خرمای ایران (مضافتی) هم ریسک مقداری قابل توجه بوده و هم ریسک قیمتی بیشتر از سایر ارقام بوده است. کمترین نوسان در قیمت صادراتی نیز مربوط به خرمای کبکاب و زاهدی بوده است. مشخص است که بیش از ریسک قیمتی در مورد ارقام خرما، ریسک مقایسه صادراتی صادرکنندگان ایرانی را تهدید می‌کند.

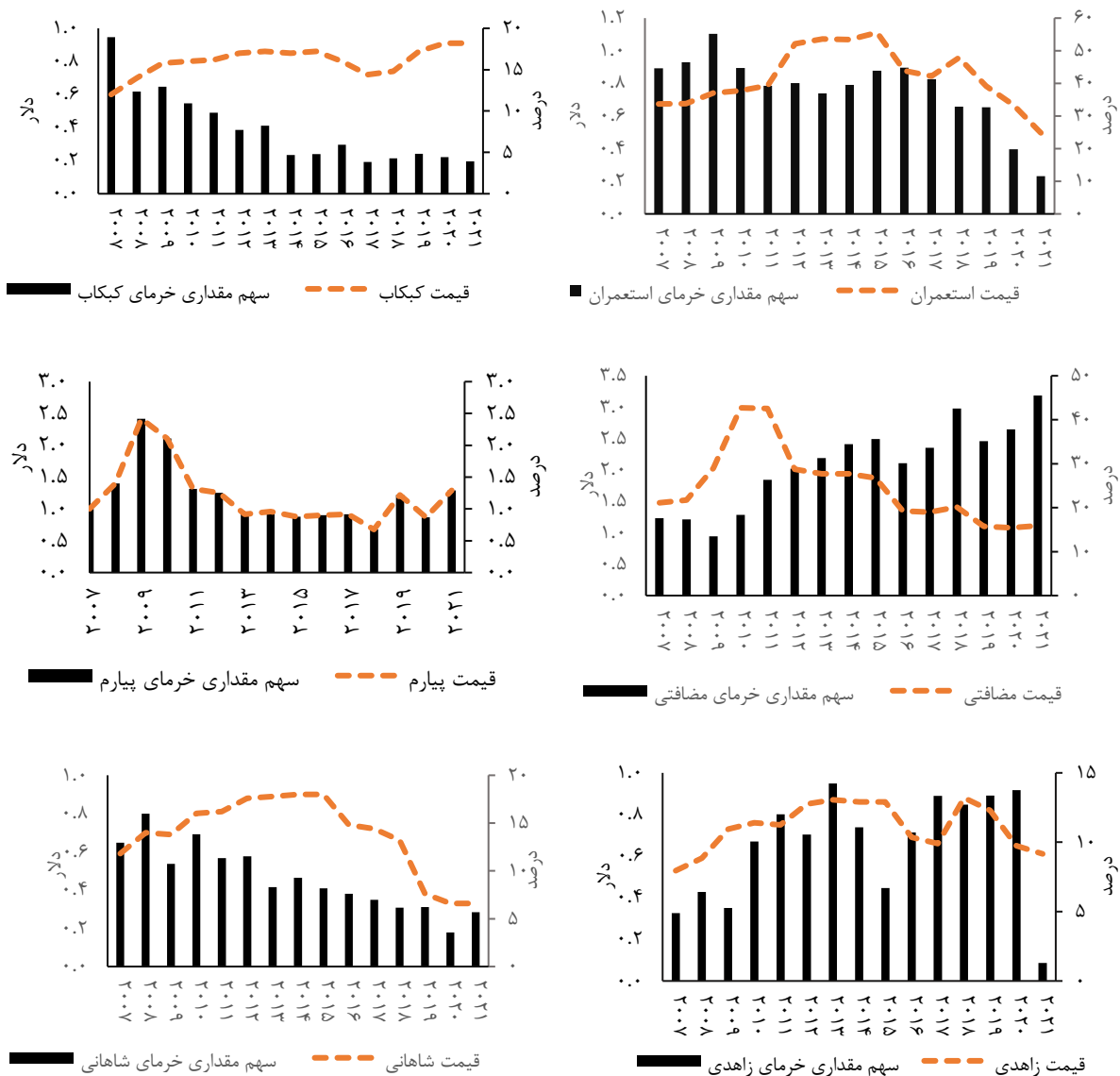
جدول ۱-۱۲- میانگین وضعیت صادرات و ریسک صادراتی انواع ارقام خرما

ویژگی	آماره	استعمران	کبکاب	پیارم	مضافتی	شاهانی	زاهدی
مقدار	میانگین (تن)	۶۰۷۴۷/۶۶	۱۲۴۸۰/۸۷	۱۹۲۶/۷۷	۵۵۳۵۸/۸۶	۱۴۳۶۴/۸۳	۱۹۳۶۵/۴۷
	ضریب نوسان	۰/۴۱	۰/۳۹	۰/۴۹	۰/۸۳	۰/۳۱	۰/۸۷
قیمت	میانگین (دلار به ازای هر کیلو)	۰/۷۸	۰/۷۵	۳/۳۳	۱/۶۶	۰/۶۴	۰/۶۹
	ضریب نوسان	۰/۲۹	۰/۲۴	۰/۲۸	۰/۳۷	۰/۳۶	۰/۲۵
ارزش	میانگین (هزار دلار)	۲۶۱۹۹/۷۹	۹۴۹۸/۴۷	۶۸۴۵/۴۷	۸۶۸۷۸/۷۶	۹۷۶۸/۵۳	۱۴۹۹۶/۸۲
	ضریب نوسان	۰/۹۸	۰/۲۶	۰/۴۶	۰/۵۹	۰/۳۹	۰/۷۷

(منبع: ITC, 2023 و یافته پژوهش)

۱-۱۵-۳- تحلیل روند قیمتی و سهم صادراتی ارقام خرمای صادراتی ایران

در نهایت مطابق نمودارهای ۱-۱۸ مشخص است که عمدتاً ارقامی که با قیمت رو به صعودی در بازارهای صادراتی ایران روبرو بوده‌اند، با کاهش سهم در سبد صادراتی ایران مواجه شده‌اند و در عوض به عنوان نمونه خرمای مضافتی که یکی از مهمترین ارقام سبد صادراتی ایران است، با گذشت زمان، سهم بیشتری در سبد صادراتی ایران به خود اختصاص داد. اما روند قیمت صادراتی این رقم پس از سال ۲۰۱۱ کاملاً کاهشی بوده است. در مورد خرمای زاهدی همسویی مناسبی بین سهم از سبد صادراتی و قیمت‌های صادراتی در سال‌های اخیر ایجاد شده است. در مورد خرمای استعمران به عنوان یکی از مهمترین ارقام دیگر صادراتی ایران نیز در سال‌های ابتدایی ارتباط مناسبی بین قیمت صادراتی با سهم از سبد صادراتی این رقم وجود داشته است. اما در سال‌های پایانی با افزایش قیمت این رقم، سهم این رقم از سبد صادراتی ایران کاهش یافته و جای خود را به خرمای مضافتی داده است. در هر صورت مشخص است که الگوی صادراتی ارقام مختلف خرمای ایران منطبق با الگوی قیمتی در بازارهای جهانی نبوده است.



نمودار ۱-۱۸- روند قیمت و سهم صادراتی ارقام خرمای ایران (منبع: ITC, 2023 و یافته‌های پژوهش)

۱-۱۶- برخی از اصلی‌ترین چالش‌ها در بازار خرما

از مهمترین چالش‌های اصلی بازار خرما در بخش صادرات عبارتند از:

۱۲. تصمیمات غیر کارشناسی و خلق‌الساعه دولت بدون مشارکت نمایندگان بخش خصوصی بویژه در خصوص ممنوعیت‌ها و محدودیت‌های صادراتی گذشته

۱۳. عدم مشخص بودن قیمت تمام شده تولید و تجارت خرما در مناطق مختلف و عدم توجه سیاستگذار به ارائه برنامه اقدام جهت کاهش هزینه‌های تولید به ازای هر واحد محصول

۱۴. عدم استفاده کارآمد از استفاده از شرکت‌های دانش بنیان و پارک‌های علم و فناوری در راستای تحول در زنجیره تأمین و ارزش خرما و بویژه در بخش صادرات

۱۵. عدم توجه سیاستگذار به حمایت از ایجاد و توسعه پایانه صادراتی و پایانه حمل و نقل توسط بخش خصوصی و با همکاری کامل دستگاه‌های متولی در مناطق قطب تولید

۱۶. وجود قوانین و تشریفات گمرکی زمان‌بر و کمبودهای لجستیکی در بخش صادرات

۱۷. عدم دسترسی کافی صادرکنندگان به قوانین صادرات و واردات کشور مقصد و رورت حمایت سازمان توسعه تجارت در این بخش

۱۸. عدم انجام مطالعات کاربردی در خصوص نیاز و سلايق مشتریان خرما در بازارهای هدف صادراتی

۱۹. هزینه‌های بسته بندی بالا در ایران و لزوم استفاده از ظرفیت شرکت‌های دانش بنیان جهت کاهش این هزینه و افزایش کیفیت بسته بندی

۲۰. عدم برندسازی صحیح خرماي ایرانی به دلیل بالا بودن هزینه‌های بازاریابی و تبلیغات بویژه جهت حضور در نمایشگاه‌های خارجی (لزوم ورود کارآمد سازمان توسعه تجارت در این بخش)

۲۱. تحریم‌ها و مشکلات بازگشت ارز به کشور و همزمان چالش جدی تعهد ارزی و چالش‌های گذشته و پیش روی آن (بویژه در بخش کشاورزی لازم است بازنگری جدی شود)

۲۲. تنوع پایین بازارهای هدف اصلی و ضرورت تنوع بخشی در این بخش

همچنین در بحث تولید نیز چالش‌هایی مطرح شده که شامل موارد زیر است:

۱. عدم وجود نقشه راه و برنامه اقدام تولید، مدیریت ارقام، جایگزینی نخلستان‌های کهنسال و ...

۲. عدم مشخص بودن قیمت تمام شده خرما و محصولات فرآوری شده در مناطق مختلف قطب

۳. عدم توجه به استقرار نظام کیفی‌سازی تولید محصول

۴. عدم توجه به حمایت از تأمین و نوسازی دستگاه‌های صنایع بسته بندی و فرآوری خرما

۵. چالش ضریب نفوذ دانش در باغات

۶. چالش‌های نقدینگی در زنجیره تأمین خرما و تسهیلات ناکافی، ناکارآمد و با هزینه مبادله بالا

۷. کمبود صنایع اقتصادی در خلق ارزش ضایعات خرما و خلاء مشوق‌های سیاستی در این زمینه

۸. عدم وجود نقشه راه و برنامه اقدام تولید، مدیریت ارقام، جایگزینی نخلستان‌های کهنسال و ...



۹. عدم برنامه‌ریزی مشخص در حوزه زنجیره تأمین خرما (این در حالی است که دنیا به توسعه اینترنت اشیا (IOT) و زنجیره بلوکی (Block Chain) دز زنجیره تأمین می‌رود)
۱۰. عدم مشخص بودن قیمت تمام شده خرما و محصولات فرآوری شده در مناطق مختلف قطب
۱۱. چالش مدیریت آفات در باغات خرما
۱۲. خرده مالکی نخلستان‌ها و چالش‌های مرتبط با آن
۱۳. نمایشی بودن برنامه ارتقای بهره‌وری وزارت کشاورزی و عدم برنامه مشخص عملیاتی در نخلستان‌ها
۱۴. عدم برنامه‌ریزی برای برند جغرافیایی در تولید و ایجاد ارزش افزوده بالاتر ناشی از آن

به نظر می‌رسد در خصوص رفع همزمان چالش‌های تولید و صادرات و یا به حداقل رساندن این چالش‌ها ضرورت دارد برنامه اقدام (Action Plan) در این بازار مشخص بوده و وظایف بخش خصوصی و دولتی در اجرای این برنامه اقدام تبیین شود. این برنامه هسچگاه در بازار خرمای ایران مشابه سایر محصولات صادراتی تدوین نشده و نیاز جدی برای تدوین و اجرای آن احساس می‌شود.

در واقع از مهمترین چالش‌های تجارت خرما در ایران می‌توان به عدم وجود برنامه اقدام (AP) کوتاه‌مدت، میان مدت و بلندمدت در تجارت خرما اشاره نمود. همچنین عدم وجود برنامه اقدام مشخص در بخش زنجیره ارزش صادرات در بخش فرآوری خرما نیز از چالش‌های اساسی صادرات این محصول ارزشمند است؛ بطوریکه پایش سالانه این برنامه سبب خواهد شد انحراف از برنامه در هر سال اصلاح شود. از جمله پیشنهادات برای تدوین برنامه اقدام تجارت خرما می‌توان به موارد زیر اشاره نمود:

- **بند اول؛** تدوین نقاط ضعف، قوت، تهدید و فرصت بخش کشاورزی در راستای رسیدن به تجارت پایدار خرما و زنجیره ارزش مرتبط با آن
 - **بند دوم؛** تدوین استراتژی‌های خرد و کلان تجرت خرمای ایران جهت دستیابی پایدار به بازارهای جهانی
- براساس بند اول**

- **مهمترین بند؛ بند سوم؛** تدوین برنامه اقدام (Action Plan) یکساله، سه ساله و پنج ساله جهت دستیابی به اهداف رشد و همسوی با استراتژی‌های تعیین شده در بند دوم
- **بند چهارم؛** مشخص نمودن مسئول اقدام در ادامه بند سوم
- **بند پنجم؛** تعیین مسئول پایش برنامه‌های اقدام در بدنه سیاستگذار و همزمان در بدنه بخش خصوصی
- **بند ششم؛** ارزیابی سالانه برنامه‌های اقدام و تصحیح انحرافات احتمالی جهت دستیابی به هدف دستیابی به تجارت پایدار خرما و زنجیره ارزش مرتبط با آن