

دبیرکل اتحادیه صادرکنندگان خشکبار ایران: کاهش ۵۰ درصدی صادرات خشکبار ایران



زین العابدین هاشمی گفت: سیاست های اشتباه ارزی باعث کاهش ۵۰ درصدی صادرات خشکبار ایران شده است.

به گزارش پایگاه خبری صنعت غذا و کشاورزی (اگرو فود نیوز)، دبیرکل اتحادیه صادرکنندگان خشکبار ایران در خصوص کاهش صادرات خشکبار گفت: خشکبار بعد از محصولات پتروشیمی تقریباً یک محصول ارزآور در سالهای گذشته بوده و یکی از مزیت‌های کشور ما هم خشکبار است، اما تقریباً از سال ۹۷ با توجه به سیاست‌های ارزی که در حوزه صادرات گذاشته شد شاید سال‌های متفاوت عاملی شده که این سیاست‌های اشتباه ارزی صادرات خشکبار را هم با چالش مواجه کرد.

هاشمی بیان کرد: تقریباً طرف دو سال گذشته بیشترین کاهش را نسبت به سال‌های گذشته داشتیم که یکی از مهمترین عواملش هم سیاست‌های غلط ارزی کشور است. حالا بخشناه‌ها و قوانین متعدد دیگری با توجه به این که خشکبار یک محصول صادراتی است و، چون بحث صادرات مطرح است و همه سازمان‌ها هم تقریباً سیاست هایشان در این راستا متاثر از سیاست‌های ارزی کشور است آن‌ها هم قوانینی که متاسفانه می‌نویسند الان ما را دچار مشکل کردند و ما امسال به نسبت سال گذشته بیش از

۵۰ درصد، اما به نسبت سال ۹۹ بیش از ۷۰ درصد کاهش صادرات خشکبار داریم.

وی در خصوص احتمال کمبود خشکبار در بازار گفت: محصول صادراتی خشکبار با محصول مصرف داخل متفاوت است یعنی شما محصول پسته‌ای که در داخل استفاده می‌کنید غالباً محصول آجیلی است و محصولات صادراتی پسته متفاوت است و همین‌طور کشمش و خرما و بقیه محصولات دیگر، اما طبیعی است که بالاخره قیمت همه محصولات کشور ما تبعیت از وابستگی که به قیمت ارز دارند که حالا در قیمت داخلش من خیلی تخصصی در این حوزه ندارم و، اما نوع محصولی که ما صادر می‌کنیم با محصولی که در داخلی مصرف می‌شود متفاوت است و تقریباً با هم همخوانی هم ندارند.

وی در ادامه گفت: غالباً محصولات خشکبار برای مصرف داخلی کیفیت بهتری نسبت به محصولات مصرفی خارجی دارند.

هاشمی در خصوص قیمت خشکبار گفت: من در حوزه داخلی خیلی اطلاعی ندارم نه این که اطلاع نداشته باشم طبیعی است که، چون قیمت ارز هر روز تغییر می‌کند و خشکبار هم محصول صادراتی است غالباً و، چون با این دید نگاه می‌کنند خوب همه محصولات الان در کشور ما متاثر از قیمت ارز شده و ناخودآگاه وقتی قیمت ارز بالا می‌رود این محصولات هم نوسان دارند، اما آن چیزی که مهم است ظرف دو سال گذشته خصوصاً صادرات پسته بیش از ۷۵ درصد کاهش داشته یعنی قطعاً عامل صادرات باعث افزایش قیمت نبوده است.

وی درباره حجم صادرات در سال آینده عنوان کرد: با این سیاست‌هایی که الان وجود دارد اگر ادامه پیدا کند ببینید ما سال ۹۹ حدوداً ۲ و نیم میلیارد دلار صادرات بوده و سال ۱۴۰۰ این عدد به یک و نیم میلیارد کاهش یافته و الان ده ماهه امسال که الان هنوز آمارش استخراج نشده ۷۹۰ میلیون دلار بوده، پیش‌بینی ما اینست که امسال صادرات خشکبار زیر یک میلیارد دلار باشد و با این اتفاقاتی که دارد می‌افتد قطعاً بازارهای هدف صادراتی که سال‌ها هم برای آن تلاش شده و به سختی به دست آوردیم را از دست دادیم.

هاشمی در ادامه گفت: اگر همین سیاست‌ها و همین نگاه برای صادرات وجود داشته باشد با توجه به این که پیش‌بینی می‌شود سال آینده هم سال پررونقی از لحاظ تولید محصولات خشکبار باشد امکان این که ما دچار چالش بیشتری شویم قطعاً وجود دارد مگر این که برای خشکبار به

عنوان یک محصول استراتژیک، سیاست‌های خاصی مثل سال‌های قبل که وجود داشته، تدوین و برنامه ریزی شود که بتواند این محصول استراتژیک هم مثل فرش ما نشود که یک روزی ما کل بازارها را از دست بدهیم.

دبیرکل اتحادیه صادرکنندگان خشکبار ایران در خصوص صادرات پسته عنوان کرد: پسته به نسبت ده ماهه سال ۹۹ که یک میلیارد و ۱۰۴ میلیون دلار صادرات پسته بوده که سال ۱۴۰۰ هفتصد و هفتاد و نه میلیون دلار شده و در ده ماهه امسال ۳۲۸ میلیون دلار یعنی حدود ۷۵ درصد کاهش صادرات در این محصول شاخص داشتیم و با توجه به این که کشور ما کشوریست که در زمینه خشکبار ما معذوریت داریم به نسبت کشورهای دیگر، این شرایط خیلی خوبی را نشان نمی‌دهد و بحرانی در صادرات محصولات خشکبار به وجود آمد که امیدواریم مسئولان با درایتی که دارند و برنامه ریزی و حداقل مشورتی که با بخش خصوصی انجام می‌دهند بتوانیم مشکل را حل کنیم.

وی خاطر نشان کرد: در حوزه خارجی می‌خواهم بگویم که اگر ما برنامه ریزی نکنیم برای صادرات، قطعاً سال آینده کشاورزان و تولیدکنندگان و صادرکنندگان محصولات خشکبارمان دچار مشکلات جدی خواهند شد و آسیب زیادی به این صنعت وارد خواهد شد.

هاشمی با بیان اینکه تقریباً خشکبار ایران به اکثر دنیا صادر می‌شود، گفت: منتها کم و زیاد دارد. غالباً اروپا، روسیه، عراق و هندوستان متناسب با خود محصول بازارهایش متفاوت است یعنی شما نگاه کنید هر محصول ما بازار خاص خودش را دارد و کشمش، پسته، انجیر بازار چین است که به عنوان یک بازار اصلی و شاخص در صادرات محصولات خشکبار است که ظرف یکی دو سال گذشته کاهش شدیدی پیدا کرده، ما سال ۹۹، هشتاد و پنج هزارتن به چین صادرات داشتیم الان کل صادرات ده ماهه ما به چین حدود ۶ هزار تن است یعنی به عنوان یک بازار اصلی ما یک روزی با آمریکایی‌ها در آن بازار توانستیم رقابت کنیم آمریکا را از آن بازار خارج کنیم، اما الان آمریکایی‌ها مجدد برگشتند و بازار را به دست گرفتند و این که چقدر زمان ببرد تا دوباره بتوانیم بازارهای بین‌المللی را به دست بیاوریم خیلی مهم است و من فکر می‌کنم حداقل چندین سال زمان خواهد برد. /صداوسیما