توسعه صنایع تبرید، ضرورت افزایش صادرات مواد غذایی

نرجه، کامران

رشد جمعیت جهانی و ضرورت تامین‏ خوراک انسانها در سالهای اخیر بر اهمیت‏ تولید،نگهداری و مصرف مواد غذایی‏ افزوده است،به طوری که مساله تامین‏ غذا باعث شده تا اغلب جوامعی که امکان‏ افزایش تولید محصولات غذایی ندارند به‏ واردکنندگان خوراک از کشورهای‏ تولیدکننده تبدیل و بخشهای تولیدی‏ صنایع غذایی به اتخاذ کارآمدترین‏ شیوه‏های تولید،نگهداری،بازاریابی و صادرات موادغذایی ترغیب گردند.

تلاش برای کسب مهارتهای تولید و نگهداری ثروتهای غذایی در جهان طی‏ دو دهه گذشته به صورت یک برنامه‏ اقتصادی مهم و حیاتی در راس استراتژی‏ دولتها درآمده است و می‏توان پیش‏بینی‏ کرد که اقتصاد غالب آینده در گرو فروش‏ موادغذایی به کشورهای نیازمند است و جوامع پیشتاز در تولید و صدور محصولات‏ غذایی،ابزارهای سیاسی و اقتصادی‏ حاکمیت بر جهان را در دست خواهند داشت.

در این میان کشور ما به دلیل موقعیت‏ خاص جغرافیائی و امکانات مناسب‏ خدادای دارای ظرفیت توسعه تولیدات‏ کشاورزی و شیلاتی است و اتخاذ یک‏ برنامه جامع اقتصادی می‏تواند ایران را در زمره بزرگترین صادرکنندگان موادغذایی‏ قرار دهد.

در حال حاضر میزان ارزش صادرات مواد غذایی از جمهوری اسلامی ایران حدود 800 میلیون دلار در سال است،ولی‏ با همین امکانات موجود نیز می‏توان ارزش‏ صدور محصولات غذایی را تا 2 برابر افزایش داد.

با توجه به تمام مواهب و استعدادهای‏ اقتصادی فوق آنچه که موجب عدم ارتقا تولید و صدور محصولات غذایی کشور در حال حاضر می‏شود مشکل عدم‏ استفاده بهینه از منابع موجود و بالا بودن‏ ضایعات محصول است.

زیان افزایش ضایعات غذایی در کشور امروز نه تنها بازارهای داخلی را با نوسان‏ شدید قیمت مواد غذایی در یک دوره‏ تولیدی روبه‏رو کرده،بلکه موجب تضییع‏ فرصت حضور بازرگانان در عرصه‏های‏ جهانی شده است.از سوی دیگر نبود برنامه منظم تولید محصولات کشاورزی و شیلاتی در کشور بر شدت نوسانات فوق‏ افزوده است.

به بیان ساده صنایع غذایی ما در ابعاد ملی‏ برای جلوگیری از اتلاف محصولات‏ غذایی و تامین بهداشت تولیدات قابل‏ صدور به اندازه کافی رشد نکرده است و قدرت رقابت تجاری یا صنایع غذایی‏ جهانی را ندارد.این مشکل مربوط به‏ کیفیت تولیدات غذایی ایران نیست،زیرا به شهادت تمام مصرف‏کنندگان داخلی‏ و خارجی،صنایع غذایی ما از کیفیت بالایی‏ برخوردار است.آنچه که میزان ضایعات‏ محصولات غذایی ایران را افزایش‏ می‏دهد،عدم هماهنگی میان میزان‏ مصرف بازارهای داخلی و خارجی با برنامه‏ تولید محصولات غذایی و نبود امکانات‏ نگهداری و حمل‏ونقل مناسب آنها در داخل کشور است.یعنی صنایع غذایی‏ ایران در بخش تولید و بازاریابی با مشکلی‏ روبه‏رو نیست و عمده ناتوانی رقابت آن‏ در عرصه‏های جهانی ناشی از ضعف‏ بخشهای خدمات بازرگانی است.

شاید همین مشکل بر روند تولیدات‏ کشاورزی ما تاثیر می‏گذارد و تولیدکنندگان‏ را نسبت به تنظیم برنامه‏های تولیدی‏ خود با میزان نیاز مصرف‏کننده بی‏رغبت‏ می‏سازد.

طبق آخرین آمار هر سال حدود 300 هزار تن سیب‏درختی در ایران هدر می‏رود. همچنین میزان برداشت انگور در سال‏ 1372 معادل 3/1 میلیون تن بود که‏ 50 درصد ضایعات داشت.سال قبل نیز 48 درصد از سیب‏زمینی استحصال شده‏ به علت ضایعات از چرخه مصرف خارج‏ شد و برخی از صنایع غذایی به ناچار تولیدات اضافی را به چیپس تبدیل کردند. این وضع اسفبار در مورد محصول گوجه‏ فرنگی در سال گذشته نیز اتفاق افتاد و باعث شد که کشاورزان نسبت به کشت‏ سیب‏زمینی و گوجه‏فرنگی در سال جاری‏ تمایل زیادی نشان ندهند و قیمت‏ محصولات فوق در بازارهای داخلی به‏ شدت افزایش یابد.ضمن اینکه بازارهای‏ جهانی در سال جاری خالی از محصول‏ سیب‏زمینی و گوجه‏فرنگی ایران بود و رقبای خارجی بدون هیچ اضطرابی‏ موقعیت مناسب تجاری کشورمان را تصاحب کردند.

گروهی از کارشناسان برای رهایی از عواقب ناهماهنگی برنامه‏های تولید و صدور محصولات غذایی با میزان مصرف‏ بازارهای داخلی و خارجی پیشنهاد توسعه‏ صنایع تبدیلی را ارائه می‏کنند.البته شکی‏ نیست که این راه‏حل علاوه بر جمع‏آوری‏ ما زاد تولید محصولات غذایی و ایجاد اشتغال مولد برای تبدیل آنها به گونه‏های‏ دیگری از محصولات،بر میزان صادرات‏ کالاهای غیرنفتی ایران می‏افزاید، اما هزینه بالای تاسیس صنایع تبدیلی‏ و عدم رغبت برخی از مصرف‏کنندگان نسبت‏ به استفاده از گونه‏ای تبدیلی محصولات‏ غذایی بزرگترین مشکل در راه توسعه‏ صنایع فوق است.

اینجاست که مساله حفظ و نگهداری‏ تولیدات موجود از طریق توسعه صنایع‏ تبرید(سردسازی)اهمیت می‏یابد. پیشینه نگهداری موادغذایی برای‏ جلوگیری از فساد با شیوه‏های خشک‏ کردن و نمک‏سود کردن،در میان ملل‏ مختلف به هزاران سال قبل بازمی‏گردد ولی صنعت سردسازی با انجماد موادغذائی بخصوص در ایران یک صنعت‏ نوپاست.

امروزه به دلیل اهمیت ویژه موادغذایی‏ و توان نگهداری آن پس از تولید و مشکلات موجود برای حفظ کیفیت آنها در مسیر حمل‏ونقل تولیدات کشاورزی،از واحدهای تولید تا بازارهای مصرف، صنایع تبرید از اهمیت بالایی برخوردار شده‏اند،اما اغلب تولیدکنندگان،بازرگانان‏ و دست‏اندرکاران صنایع غذایی ایران‏ نسبت به این امر بی‏اطلاع هستند.

یکی از متخصصان صنایع تبرید کشور معتقد است که با بهره‏گیری از امکانات‏ سردخانه‏ای در حاشیه مراکز تولید محصول غذایی می‏توان ظرفیت‏ نگهداری تولیدات را بدون تغییر در کیفیت‏ محصول تا چند برابر افزایش داد،بدون‏ اینکه مجبور باشیم تولیدات کشاورزی و شیلاتی را به محصولات دیگری تبدیل کنیم‏ یا اینکه از ترس فساد و ضایع شدن آنها، تمام توان تولیدی خود را به یکباره در زمان اشباع بازار مصرف با قیمت نازل به‏ فروش برسانیم.

در بخش تولیدات دامی نیز گاهی کمبود علوفه و مرتع یا وحشت ناشی از شیوع‏ پاره‏ای از بیماریهای مسری و تغییر ناگهانی آب و هوای مراکز تولید منجر به‏ عرضه اجباری و بیموقع محصولات شده‏ یا نبود امکانات سردخانه‏ای باعث می‏شود که تولیدکنندگان،دام خود را به صورت‏ زنده و نه به صورت گوشت منجمد بسته‏بندی شده به بازار عرضه کنند و هزینه بالاتری برای حمل دام تا بازار مصرف بپردازند ضمن اینکه سود کمتری‏ نیز به دست بیاورند.

از سوی دیگر بسیاری از تجار موادغذایی‏ به دلیل عدم آگاهی از مزایای سردسازی‏ کالاهای صادراتی،درست هنگامی اقدام‏ به عرضه محصولات خود در بازارهای‏ خارجی می‏کنند که آن محصول ویژه از زمان دریافت سفارش خرید تا هنگام‏ ترخیص کالا در بازار هدف اشباع میزان‏ مصرف روبه‏رو شده یا به دلیل طولانی‏ شدن زمان صدور،به ضایعات تبدیل‏ می‏شود.

متاسفانه به دلیل همین ناآگاهی‏ بخشهای تولیدی و تجاری از مزایای‏ ایجاد سردخانه‏های صنعتی در کنار واحدهای تولیدی،مطابق آخرین آمار تاکنون میزان کسری ظرفیت سردخانه‏ای‏ کشور به قریب یک میلیون و 400 هزار تن‏ بالغ شده و با رشد بخشهای تولیدی‏ از یکسو و رشد جمعیت با نرخ فعلی از سوی‏ دیگر این رقم در آینده نزدیک،افزایش‏ چشمگیری خواهد یافت.

ولی چنانچه هریک از واحدهای تولیدی‏ یا جمعی از تجار صادرکننده موادغذایی‏ در غالب اتحادیه‏های صادراتی اقدام به‏ تاسیس یک سردخانه مشترک برای‏ صدور محصولات خود کنند،علاوه بر اینکه‏ هزینه احداث آن سردخانه در هزینه‏های‏ جمعی سرشکن می‏شود،از این پس‏ تولیدکنندگان و بازرگانان محصولات‏ غذایی،کالای خود را با یک برنامه منظم‏ مطابق با نیاز بازارهای مصرف داخلی و خارجی و براساس شیوه‏های بهداشتی، بدون تلفات و ضایعات و با سود بیشتر به‏ مصرف‏کنندگان عرضه می‏کنند.این‏ همان راهی است که قطب‏های عظیم‏ تولیدی و صادراتی محصولات غذایی‏ برای پیروزی در رقابت‏های جهانی‏ پیموده‏اند.