



شماره دوم

شرح مختصری از بازار: انگور

این نشریه را برنامه تقویه قرضه های زراعتی اداره ایالات متحده امریکا برای انکشاف بین المللی در همکاری با دبیرتمنت احصاییه و معلومات مارکیت ریاست پالیسی و پلانگذاری تحت وزارت زراعت، مالداري و آبچري افغانستان تهیه نموده است.



**USAID** AGRICULTURAL CREDIT  
FROM THE AMERICAN PEOPLE **ENHANCEMENT**

Statistics & Marketing Information Dept.

MINISTRY of AGRICULTURE,  
IRRIGATION and LIVESTOCK



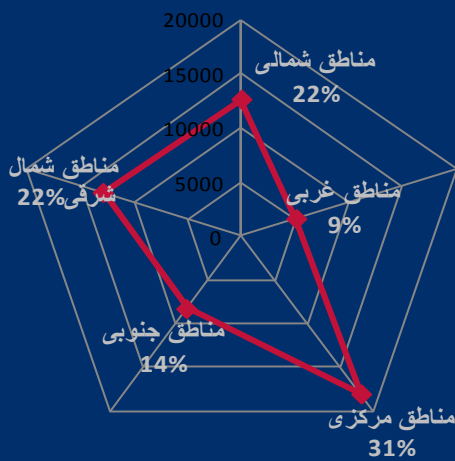
تشریح مختصر هذا کاوشی است در مورد امکانات صادرات انگور که توسط ارزیابی عوامل مختلف، مانند تولیدات داخلی و بین المللی و تهیه گراف های تجارتي و قيم، آماده شده است تا به سوالات کلیدی ذیل جواب ارایه نماید:

(۱). آیا صادرات انگور میتواند دارای قیمت رقابتي باشد (۲). کدام کشور ها بای بازار های تجارتي تاسیس کند (۳). چه زمانی و در کجا فرصت خوبی در بازار موجود است؟

جواب به این سوالات بخاطري مهم است که: (۱). انگور بیشترین تولید میوه را در کشور داراست، در حدود ۷۵٪ تولیدات میوه را تشکیل میدهد و تعداد قابل ملاحظه از خانوار فارم های آنرا در کشور دارند.

(۲). درک و تعقیب موفقانه فرصت های بازار میتواند تاثیر مثبتی بالای این بخش سکتور زراعت داشته باشد.

شکل ۱: تولیدات کشمش فی ولایت، ۲۰۰۹



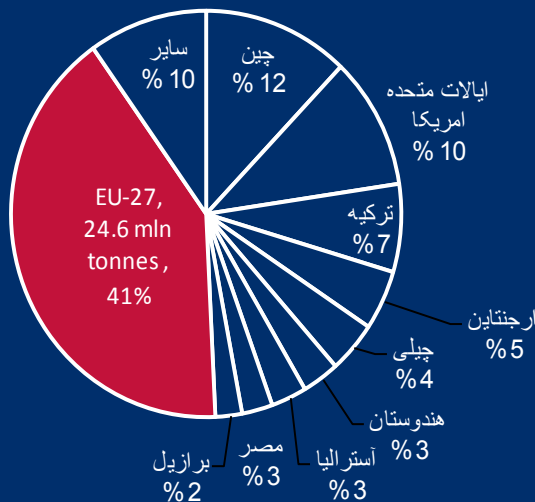
منبع: ریاست احصایه مرکزی

### تولیدات داخلی

تولیدات داخلی انگور در سال ۲۰۰۹ تقریباً به ۵۸۰۰۰ تن میرسد که نشاندهنده ۱۲٪ افزایش تولید در ده سال گذشته است (ریاست احصایه مرکزی). تولید داخلی انگور در مناطق جنوب غربی به خصوص قندهار منحصبت تولید کننده اصلی و مناطق شمالی و مرکزی بخصوص ولایات سرپل، کابل، و پروان منحصبت تولید کنندگان اصلی متمرکز بوده و غرب کشور نیز سهم بزرگی دارد قسمیکه در شکل ۱ هم دیده میشود.

بیشترین قسمت از تولیدات داخلی در داخل به مصرف میرسد، بنابراین مقدار کمی وارد میگردد.

شکل ۲: کشورهای عمده تولید کننده انگور ۲۰۰۹



منبع: سازمان غذا و زراعت ملل متحد.

### تولیدات بین المللی

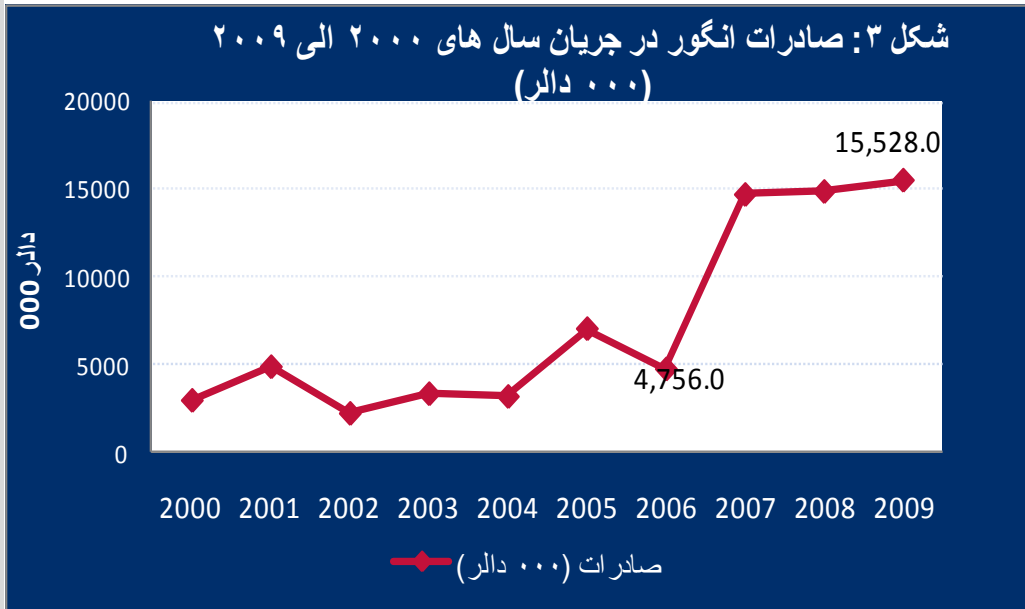
باوجود این که انگور بیشترین تولید را در مقابل دیگر میوه جات و سبزیجات در کشور دارد، افغانستان تولید کننده کوچکی در مقایسه با اتحادیه اروپا که عرضه کننده ۴۱٪، چین عرضه کننده ۱۲٪، ایالات متحده امریکا ۱۰٪ و ترکیه عرضه کننده ۷٪ جهانی در سال ۲۰۰۹، است.

تشریحات بیشتر در مورد تولید کنندگان جهانی در شکل ۲ ارایه گردیده است، که نشاندهنده سطح بلند از رقابت در بازار جهانی است.

\*

## جریان تجارت

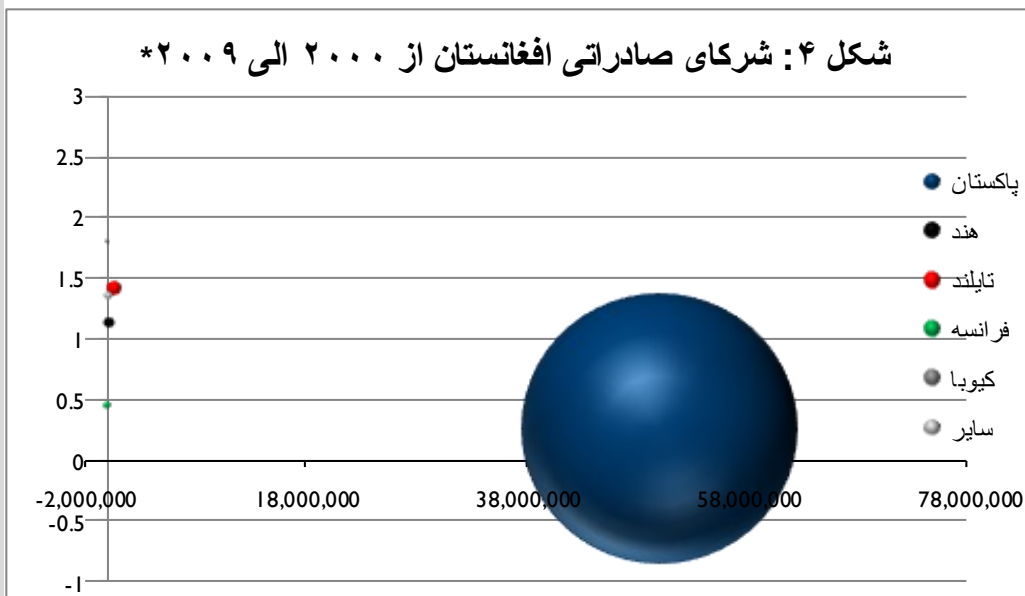
## صادرات



منبع: ریاست احصائیه مرکزی (بالا) Unstat online (پائین)

در سطح ملی، صادرات انگور در دهه اخیر رشد بیسابقه نموده و به ۴۲۳٪ رسیده است، که در سال ۲۰۰۹ به ۹ میلیون دالر امریکائی میرسید. انگور در سال ۲۰۰۹ عنصر اساسی میان میوه جات و سبزیجات تازه، در صادرات بود، که علامه ای از رشد ممکنه آن است. با این همه، از نگاه عواید صادراتی کشور یک قلم دارای اهمیت زیاد نیست. صادرات انگور تقریباً تشکیل دهنده ۴٪ از ۸٪ صادرات میوه است. آیا امکانی برای توسعه صادرات آن وجود دارد؟

## در کجا؟



شکل ۴ تجارت موجود انگور را در بازار های منطقوی عمده به شکل خاص آن ارایه میکند. شریک اصلی صادرات پاکستان است که ۵۰،۲ میلیون دالر انگور در جریان یک دهه به آن صادر گردیده و ۹۷٪ صادرات مجموعی است. طوریکه گراف نشان میدهد، بعضی اوقات صادرات انگور به کشور های دیگر مانند هندوستان و کشور های اتحادیه اروپا صادر میگردد.

طرف دیگر شکل ۵ نشان میدهد که

جریان عمده (تجارت بین المللی) در کدام کشور ها متمرکز گردیده است. قابل توجه است که کشور های عمده تولید کننده مانند اتحادیه اروپا، ایالات متحده امریکا و چین همچنان کشور های وارد کننده اند.

با توجه به عوامل مختلف، فعالیت های صادرات، در کوتاه مدت باید در کدام ساحه متمرکز گردد؟

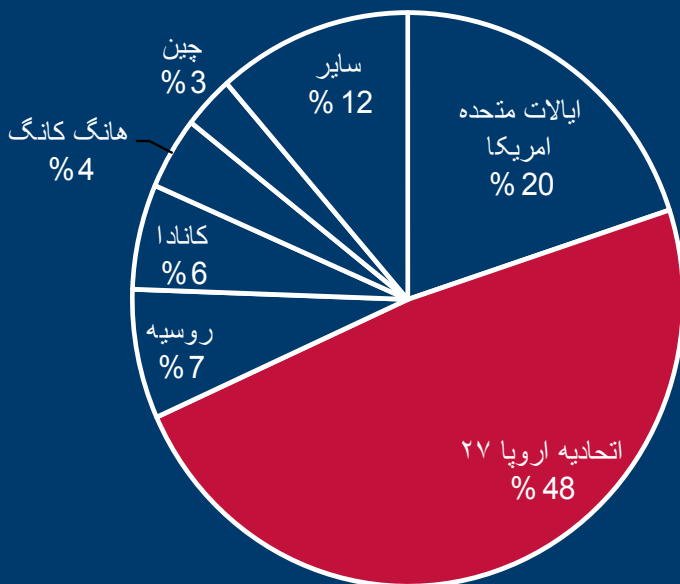
اتحادیه اروپا و امریکا بازار های بزرگی هستند، با وجود اینکه آنها تا حد معینی متکی به خود اند. ۶٪ واردات داخلی اتحادیه اروپا در داخل اتحادیه اروپا به مصرف میرسد. کشور های عمده عرضه کننده غیر اروپائی عبارت اند از چین (۱۱٪)، افریقای جنوب (۱۳٪)، برازیل (۳،۸٪)، ارجنتاین (۲،۴٪) و ترکیه (۱،۴٪).

سودمند است، طور مثال در یکی از مراکز مهم در روتردام اوسط قیمت انواع مختلف انگور از ۲ الی ۳،۲ دلار در سال ۲۰۰۹ بود (USDA). با این حال مسائلی مانند حفظ الصحه بهتر، استندرد های بسته بندی و محدودیت های تعرفوی مانند ناتوانی در سازگاری بازار های اروپائی و همچنان قیمت بلند حمل و نقل، بازار های اروپائی را در کوتاه مدت بازار های مشکلی میسازد. موضوع مشابه در بازار های میوه تازه ایالات متحده امریکا و کانادا منطقی است.

در کوتاه مدت، کوشش در صادرات باید متوجه بازار های شود که دارای مشکل و محدودیت های کم، از لحاظ جغرافیائی نزدیک، دارای استندرد های پائین اما دارای منفعت زیاد از نگاه مقدار و مفاد ممکن باشد. روسیه، هندوستان و حتی قزاقستان کشور های هستند که میتوانند درین محدوده قرار گیرند.

در گراف زیرین قابلیت رقابتی انگور افغانی در بعضی از این ساحات ارزیابی میگردد.

شکل ۵: کشور های عمده واردکننده انگور ۲۰۰۹



منبع: Unstat Online



## قیم

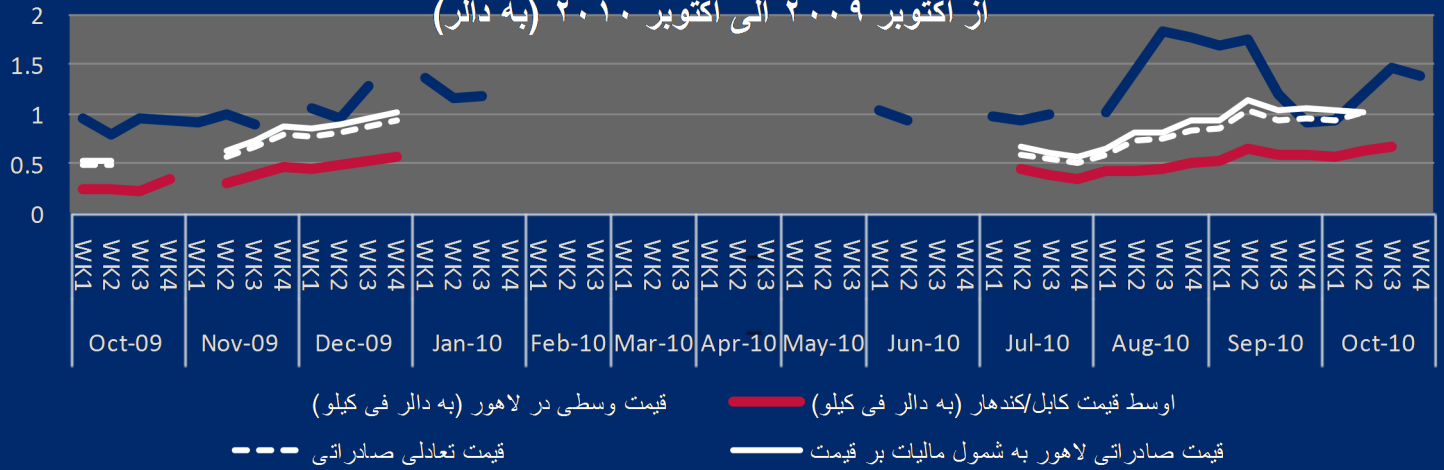
### بازار های موجود - پاکستان

انگور افغانی قیمت رقابتی در بازار های صادراتی موجود در پاکستان را داراست.

قیمت در بازار های کابل/قندهار و لاهور در عین زمان، اکتوبر ۲۰۰۹ - اکتوبر ۲۰۱۰ که در شکل ۶ نمایش داده شده است، تفاوت ۱۵۴٪ را در مقابل بازار های کابل نشان میدهد، ۰،۴۵ دلار امریکائی فی کیلو در کابل و اوسط قیمت آن در لاهور ۱،۱۵ دلار امریکائی فی کیلو. مصارف حمل و نقل بر علاوه گمرکات، بیمه و تعرفه ۳۵ فیصد واردات آن قیمت صادرات را به ۰،۷۵ دلار امریکائی بلند میبرد و تقریباً فضای ۶۲٪ را برای مفاد خالی میگذارد. اوسط قیمت تعادلی یکجا با مالیات بر قیمت به ۰،۸۱ دلار امریکائی میرسد که کاملاً پائین تر از اوسط قیمت در لاهور است. با در نظر داشت نوسانات در قیمت در هر بازار، زمان داخل شدن در بازار یکی از عوامل مهم در اعظمی ساختن مفاد است.

حتی اگر یک متشبت بتواند انگور را در بلند ترین حد اوسط قیمت به فروش برساند و قیمت عمده در بازار های لاهور ۰،۷۵ دلار امریکائی باشد، قیمت صادرات انگور کابل میتواند مقادی را الی ۱۴۵٪ بالا ببرد، در صورتیکه همزمان با بلند ترین قیمت در لاهور برابر شود (هفته سوم آگست ۲۰۱۰). به عبارت دیگر مفاد تحت صفر خواهد رفت وقتی که قیمت در لاهور در پائین حد ان باشد و در هفته اخیر سپتامبر و هفته اول اکتوبر متشبت کوشش به فروش انگور کند.

شکل ۶: قیمت های عمده انگور در لاهور، کابل و قیمت صادراتی کابل-لاهور  
از اکتوبر ۲۰۰۹ الی اکتوبر ۲۰۱۰ (به دلار)



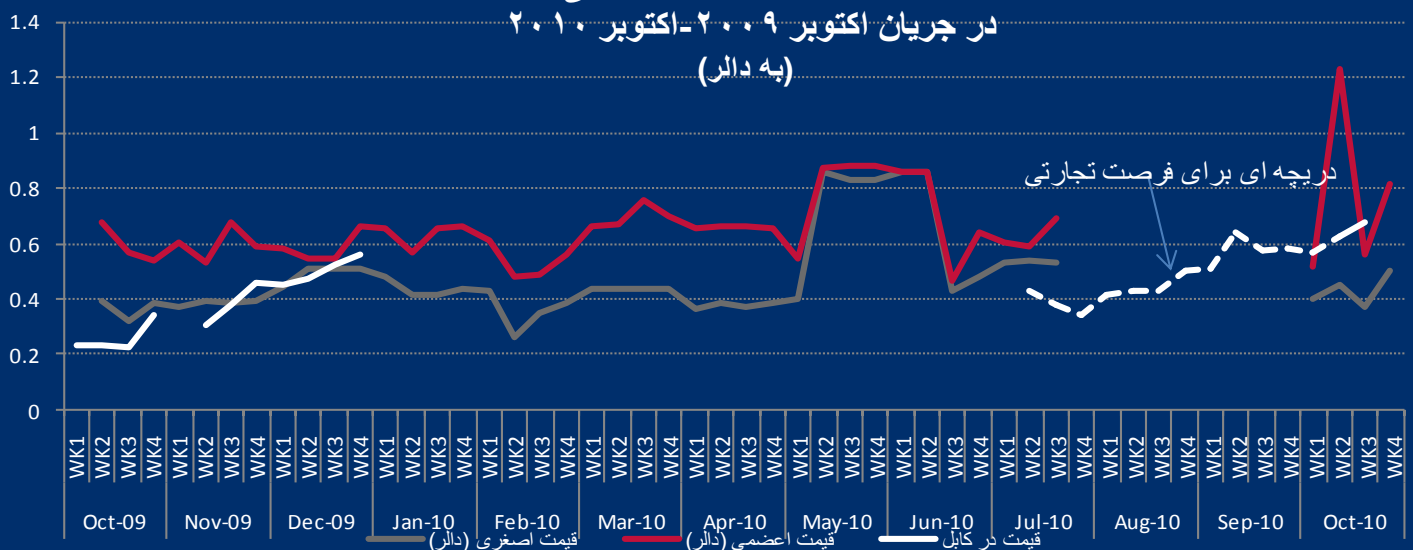
منبع: AMIS، TAMAS، www.agmarknet.nic.in، برنامه معلومات روشن MALOMAT-Roshan. \*قیمت صادراتی شامل مصارف ترانسپورت، گمرک و تعرفه وارداتی (در پاکستان ۳۵٪ بر انگور) میباشد.

### بازار های جدید: هندوستان

گراف های ۷ و ۸ قیمت های عمده فروشی را در دو بازار هندوستان، راجستان و دهلی جدید و بر علاوه چنین قیمت ها را در بازار های کابل/قندهار در سال های ۲۰۰۹-۲۰۱۰ نشان میدهد. یک روند مشابه را میتوان در هر دو فصل مشاهده کرد که قیمت ها در اخیر فصل رو به افزایش میگذارد. افزایش ۱۳۹ فیصد قیم از آغاز دوره مورد نظر در اکتوبر ۲۰۰۹ الی اخیر سال احتمالاً به خاطر کاهش عرضه و تقاضای فصلی بوده در حالیکه تغییر عمومی قیم در سال ۲۰۱۰ همچنان توسط اسعار قویتر صورت گرفته است.

مقایسه قیمت های عمده فروشی با قیم راجستان نشان میدهد که این قیمت ها در دو بازار عمده فروشی تفاوت قابل ملاحظه ای ندارند. پایینترین قیمت وسطی در راجستان ۰،۴۵ دلار فی کیلو گرام در حالیکه بلند ترین قیمت وسطی ۰،۶۵ دلار فی کیلوگرام میباشد.

شکل ۷: قیمت انگور در بازار های عمده فروشی راجستان هند و کابل  
در جریان اکتوبر ۲۰۰۹- اکتوبر ۲۰۱۰ (به دلار)



منبع: TAMAS، برنامه USAID ADP/E، برنامه معلومات روشن MALOMAT-Roshan و برنامه USAID IDEA NEW. \*قیمت صادراتی شامل مصارف ترانسپورت، گمرک و تعرفه وارداتی (در هند ۴۰٪ بر انگور) میباشد.

مقایسه قیمت های عمده فروشی با قیم راجستان نشان میدهد که این قیمت ها در دو بازار عمده فروشی تفاوت قابل ملاحظه ای ندارند. پایینترین قیمت وسطی در راجستان ۰،۴۵ دلار فی کیلو گرام در حالیکه بلند ترین قیمت وسطی ۰،۶۵ دلار فی کیلوگرام میباشد. تفاوت کم بین قیمت های این دو منطقه نشان میدهد که صادرات انگور به راجستان تقریباً نا ممکن میباشد چون قیمته صادراتی از قیمت های بازار یاد شده اکثراً بلند تر خواهد بود. با این همه در شروع فصل در سال ۲۰۱۰ فرصتی موجود بوده است. از ماه جولای الی اکتوبر انگور به اندازه کافی به بازار راجستان عرضه نشده بود در حالیکه قیمت های صادراتی به راجستان در حدود ۰،۸ دلار فی کیلوگرام میباشد. باوجودیکه این قیمت های صادراتی آنقدر قابلیت رقابت را نمیتوانست داشته باشد ولی بازار راجستان میتواندست که این قیمت ها را جذب کند. با سنجش برابری نرخ ها در پایتخت هندوستان، دهلی جدید، میتوان ظرفیت صادرات را به شکل بهتری درک کرد. به طور اوسط، قیمت های عمده فروشی در دهلی بین بلند ترین قیمت ۱،۳ دلار فی کیلوگرام و پایینترین آن ۰،۷۳ دلار فی کیلوگرام در حال تغییر بود. یک تفاوت -۶۳٪ تا ۱۸۰٪ قیمت دهلی با سطح قیم در بازار کابل/کندهار امکان عرضه به بازار عمده دهلی جدید را با قیمت صادراتی بلند تری نشان میدهد. بعد از علاوه نمودن مصارف وسطی انتقال و گمرک و تعرفه وارداتی (۴۰٪ بر انگور)، قیمت صادراتی که میتوان با آن انگور را به بازار دهلی جدید عرضه کرد به ۰،۹۱ دلار فی کیلو میرسد. قیمت صادراتی کابل/کندهار بلند تر از پایینترین سطح قیم بوده در حالیکه پایینتر از بلند ترین قیمت وسطی در دهلی میباشد. درین حالت زمان بندی عرضه به بازار دهلی ارزش نهایت زیاد پیدا میکند. قسمیکه شکل ۸ نشان میدهد حاشیه مفاد در جریان یک و نیم ماه از اکتوبر الی نومبر ۲۰۰۹ و در جریان اولین دو ماه فصل ۲۰۱۰ بلند بوده است. به طور اوسط، حاشیه مفاد از اکتوبر الی نومبر ۲۰۰۹ بین ۲۰٪ و ۷۵٪ تفاوت نموده بود حالانکه از جولای الی اگست ۲۰۱۰ این تفاوت مفاد بین ۲۰٪ و ۷۳٪ بود. مقدار و عرضه انگور نیز در جریان این ماه ها در دهلی جدید کم میشود. تحلیل این دو بازار عمده فروشی هندوستان در جریان سال های ۲۰۰۹-۲۰۱۰ سه عامل مهم و عمده را به ارتباط صادر کردن انگور به این بازار ها آشکار میسازد. اول، تفاوت عمده بین یک کشور بزرگ چون هندوستان و انتخاب یک بازاری که انجام صادرات به آن پر مفاد باشد را باید در نظر داشت. دوم باید زمان صادرات طوری تعیین گردد که مفاد آن اعظمی گردد. عامل سوم در نظر داشتن قابلیت رقابت اجناس کامل میباشد.

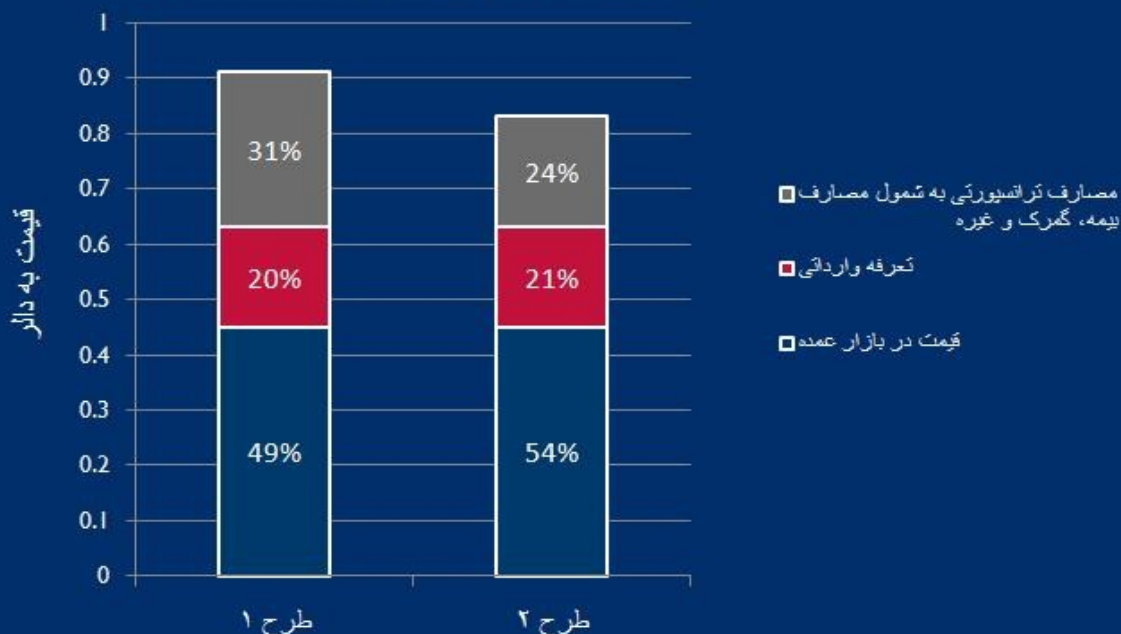
شکل ۸: قیمت های عمده انگور در دهلی جدید، کابل و قیمت های صادراتی کابل-دهلی جدید از اکتوبر ۲۰۰۹ الی اکتوبر ۲۰۱۰



منبع: TAMAS، برنامه USAID ADP/E، برنامه معلومات روشن MALOMAT-Roshan و برنامه USAID IDEA NEW. \*قیمت صادراتی شامل مصارف ترانسپورت، گمرک و تعرفه وارداتی (در هند ۴۰٪ بر انگور) میباشد.

T شکل نهم دو طرح را در مورد اجزای قیمت صادراتی نشان میدهد، بخش اول آن مصارف انتقال ۹۰۰۰ دلار فی کانتنر ۴۰ انچ را در نظر گرفته و بخش دوم آن این مصارف را ۳۰٪ پایینتر (۶۴۰۰ دلار) در نظر گرفته است. تعرفه پایینتر بر انتقال قیمت وسطی صادراتی را با اندازه ۱۰٪ کاهش میدهد و سهم مصارف ترانسپورتی در قیمت صادراتی را نیز کمتر میسازد. این همه مفاد بلندتر را به تجار به بار می آورد بناً حجم تجارت نیز در بازار مورد نظر بیشتر میشود.

شکل ۹: قیمت انگور فی کیلو گرام با اجزای متشکله آن



## بازار های جدید: روسیه

فرصت های بیشتر را میتوان با مشاهده بازار مسکو تشخیص کرد. در بازار عمده دیمتروسکی انگور به اندازه ای به قیمت بلند فروخته میشود که حتی مصارف بی نهایت بلند ترانسپورتی تقریباً ۰،۵ دلار فی کیلو گرام نمی تواند قابلیت رقابت قیمت های انگور افغانی را در آن بازار صدمه بزند. به طور اوسط قیمت های عمده فروشی در بازار مسکو ۲،۸۸ دلار فی کیلو گرام در طول سال میباشد. این قیمت تقریباً شش برابر قیمت های عمده در کابل میباشد. عمدتاً به خاطر مصارف بلند انتقال قیمت وسطی صادراتی به ۰،۹۵ دلار فی کیلو گرام میرسد که تفاوت بین قیمت صادراتی و قیمت های بازار مسکو را به ۸۲٪ میرساند. قسمیکه در شکل دیده میشود، عواید ازین درک در صورتی بسیار بلند میباشد که صادرات در جریان ماه های جنوری الی اپریل صورت گیرد. درین حالت زمان بندی صادرات فقط برای ایجاد مفاد نه بلکه برای فایده گرفتن بیشتر مهم میباشد.

شکل ۱۰: قیمت های عمده در کابل، مسکو و قیمت تعادلی صادراتی کابل-مسکو از اکتوبر ۲۰۰۹-۲۰۱۰



منبع: TAMAS، برنامه USAID ADP/E، برنامه معلومات روشن MALOMAT-Roshan و برنامه USAID IDEA NEW. \*قیمت صادراتی شامل مصارف ترانسپورت، گمرک و تعرفه وارداتی (در روسیه ۵٪ بر انگور) میباشد.

**گیری:**

با وجودیکه افغانستان یک تولید کننده عمده انگور در سطح جهانی نمی باشد، این میوه به اندازه وسیع درین کشور زرع میشود. مقدار زیاد تولیدات آن به منظور پروسس بیشتر استفاده میشود. تولیدات داخلی توانسته است که قسمت زیاد تقاضای داخلی را مرفوع و صادراتی را هم به بازار های منطقه موفقانه انجام دهد.

امکانات خوبی برای توسعه صادرات انگور وجود دارد ولی باید بازار های مورد نظر باید به شکل استراتژیک تعیین شود. بازار های بزرگ چون اتحادیه اروپا، ایالات متحده امریکا و کانادا پر مفاد بوده ولی آنها استندرد های بلند دخول به بازار دارند که همراه با مصارف بلند خدمات مکمل میباشد و متشبینی که بتوانند این استندرد ها را برآورده سازند، نیز موجود نمیشد. بناً در کوتاه مدت کوشش ها به منظور صادرات باید متمرکز به بازار های نزدیکتر منطقه و با توقعات پایینتر باشد که از نگاه بزرگی وامکانات مفاد نیز سودآور باشند.

به هر حال این بازار های صادراتی منطقه در کوتاه مدت باید با دقت زیاد انتخاب شده و بررسی های اولیه به منظور دریافت خصوصیات دخول به این بازار ها ضروری بوده چون این خصوصیات در هر بازار متفاوت میباشد. در صورت صادر نمودن به بازار پاکستان مصارف پایین ترانسپورتی میتواند باعث مفاد بیشتر شود.

بازار هندوستان که در آن قیمت ها در بازار عمده فروشی بسیار بلند تر از قیمت ها در بازار محلی میباشد، تعرفه های بلند وارداتی را وضع کرده و مصارف بلند ترانسپورتی دارد. زمان دخول و انتخاب بازار در هندوستان برای ایجاد مفاد بسیار مهم میباشد.

در بازار مسکو قیمت ها بسیار بلند بوده که در جریان سال صادرات انگور میتواند باوجود مصارف بلند ترانسپورتی فایده هنگفتی را به میان آورد. از طرف دیگر تعرفه وارداتی روسیه بسیار پایینتر از تعرفه های موجود در منطقه میباشد.

یک موضوع مهم دیگری که باید مطرح شود قابلیت رقابت خدمات مکمل چون انتقال و رسیدگی های بعد از حاصل گیری مثل مارک (تجارتی) گذاری، بسته بندی و ذخیره در سراسر زنجیر زرعتی میباشد. عدم قابلیت رقابت این خدمات تاثیر منفی بر قابلیت رقابت انگور دارد. مفاد کمتر از این خدمات مکمل باعث ایجاد مفاد بیشتر برای تمامی به عوض مفاد برای هیچ یک از فاعلین پروسه صادرات به عوض مفاد برای هیچ یک میشود.

شرط عمده موفقیت در ورود به بازار های جدید صادراتی موجودیت متشبینین در زنجیر زراعتی میباشد، که فایده شان را تشخیص و اعظمی میسازند البته با در نظر داشت تمام مسایل ضروری چون هماهنگی سازی به شکل عمودی یا افقی، بازار یابی بهتر تولیدات، تصمیم گیری آگاهانه و/یا ایجاد استراتژی های جدید تجارتي که بتوانند تقاضای بازار های موجود و جدید را برآورده سازند. یک استراتژی صادراتی جدید به منظور بازار یابی میتواند ستون فقرات این بخش صادرات کشور را تشکیل داده و میتواند تمامی فاعلین این سکتور را در تقویه اساسات بازار یابی چون کیفیت بلند و پاکی تولیدات، بسته بندی منظم، نام گذاری موثر و پروسه های دیگر بعد از حاصل گیری به منظور ورود به بازار های بزرگ در طویل المدت کمک کند.

