**از اقتصاد زراعتی تا زراعت اقتصادی**

تحولات جهانی به سرعت اقتصاد همه کشورها را تحت تاثیر قرار داده است. از این جهت افزایش مبادلات تجاری از طریق رشد صادرات و نفوذ در بازارهای جهانی و بین المللی برای رسیدن به انکشاف اقتصادی پایدار در سر لوحه اهداف اقتصادی همه کشورها قرار دارد.

از آن جای‌که، تولیدات زراعتی محور اصلی اقتصاد ملی افغانستان را تشکیل میدهد، بر اساس گزارش اداره همکاری بین المللی امریکا USAID)) و هم‌چنان آمار زراعتی ۸۰ فیصد مردم افغانستان به زراعت و مالداری اشتغال دارند و ۳۱ فیصد درآمد نا خالص ملی از محصولات زراعتی بدست می‌آید، با این وجود می‌توانیم ادعا کنیم که اقتصاد افغانستان یک ***اقتصاد زراعتی*** است.

آیا با وجود این‌که اقتصاد افغانستان زراعتی است، ***زراعت کشور نیز اقتصادی*** می‌باشد؟

واقعیت این است، که اگر به مفهوم زراعت اقتصادی از نظر متخصصین نگاه کنیم"وقتی تولیدات زراعتی یک کشور یا منطقه بتواند اولا تامین کننده رفاه اقتصادی برای مولدین بوده و دوما تضمین‌کننده انکشاف پایدار در کشور باشد و سوما تولید کننده بتواند محصولات خود را به قیمت دل‌خواه و در زمان مناسب از طریق ***بازاریابی جدید*** به طور مستقیم در اختیار مصرف کننده قرار دهد" به این نتیجه می‌رسیم، که زراعت افغانستان عمدتا مصرفی بوده و با زراعت اقتصادی به مفهوم واقعی هنوز فاصله زیادی دارد.

امروز بازاريابي مدرن از محدوده توليد، قيمت‌گذاري، شناسايي بازار و توزيع كالا فراتر رفته و شركت‌ها را مجبور به ايجاد تماس و ارتباط مستقیم با خريداران بالقوه و بالفعل مي‌نمايد.

در حال حاضر چالش و مانع عمده که تولید کنندگان کشور با آن مواجه هستند نحوه‌ی بازاریابی و فروش تولیدات شان در بازارهای جهان می‌باشد. بطور مثال قیمت پرچون فی گرام زعفران در بازارهای جهانی بسته به نوع برند، بسته بندی و کیفیت آن ۵ تا ۴۰ دالر گزارش شده است، در حالی‌که، تولید کنندگان و صادرکنندگان افغانستان به دلیل عدم آشنایی با سلیقه و نیازهای مشتریان در بازارهای جهانی، نداشتن برند، ضعف تبلیغات و بسته‌بندی نا مناسب زعفران را بطور عمده فی کیلو حدود ۹۵۰ دالر یعنی فی گرام حدود ۰.۹۵ دالر بفروش می‌رسانند.

وزارت زراعت، آبیاری و مالداری همواره تلاش نموده تا از طریق کمک به دهاقین برای افزایش کمی و کیفی تولیدات و همکاری با سکتور خصوصی جهت ارتقاء پروسس و بسته‌بندی و افزایش صادرات، این مشکل را برطرف نموده و زراعت مصرفی کشور را به زراعت اقتصادی تغییر بدهد.

در اولین قدم، وزارت زراعت، آبیاری و مالداری تلاش نموده است، تا با ایجاد زیرساخت‌ها هم‌چون، احداث سرد خانه‌ها ، ایجاد و تجهیز مراکز پروسس به شکل معیاری، تاسیس لابراتوارهای کنترول کیفیت، کمک به فراهم ساختن تسهیلات ترانسپورتی، ایجاد دهلیزهای هوایی، باز نمودن مسیرهای ترانزیت زمینی مانند راه ابریشم و امضای تفاهم‌نامه های تجارتی با کشورهای منطقه و جهان و خصوصا ایجاد زمینه اشتراک تولیدکنندگان و صادرکنندگان در نمایش‌گاه‌های بین المللی، شرایط حضور مقتدر تولیدکننده‌گان افغانستان را در بازارهای جهانی فراهم سازد.

اشتراک و سهم‌گیری تولیدکنندگان و صادرکنندگان محصولات زراعتی در نمایشگاه‌های مختلف فرصت‌های خیلی خوب و مناسب را برای افزایش و توسعه صادرات محصولات زراعتی کشور فراهم می‌سازد. هم‌چنان تولیدکننده‌گان و صادرکننده‌گان با شرکت در این‌گونه نمایش‌گاه‌ها ضمن ارتباط مستقیم با خریداران و مصرف کنندگان از نظریات، سلیقه‌ها و خواسته‌های شان اگاه شده، با مقررات، سیستم بازار و روش‌های پروسس و بسته‌بندی تولید کنندگان آن کشورها آشنا گردیده و با عقد قراداد رو در روی با اطمینان خاطر می‌توانند نسبت به فروش و صادرات تولیدات شان تصمیم‌گیری کنند.

بر اساس گزارش‌های نشر شده تنها در نمایش‌گاه، که در دهلی و ممبی کشور هندوستان و دوبی طی یک‌سال برگذار شده است صادر کنندگان افغانستان توانسته اند حدود ۳۶۲ میلیون دالر قرارداد فروش محصولات زراعتی شامل زعفران، گیاهان دارویی، میوه‌جات تازه و خشک بدست آورند. هم‌چنان سهم ۷۰ فیصدی محصولات زراعتی در صادرات افغانستان در سال گذشته نشان میدهد، که توجه به سکتور زراعت و سهم گیری صادرکنندگان و تولید کنندگان عرصه محصولات زراعتی در نمایشگاه‌های محلی و بین المللی می‌تواند افغانستان را در رسیدن به خود کفایی اقتصادی و نجات از بحران عدم توازن در صادرات و واردات کمک کند.

منابع:

* هفته نامه دهقان سال 1398
* دكتر ميرزا حسن حسيني بازاريابي بين‌المللي، ، دانشگاه پیام نور
* ضیا دانش ، هشت صبح - چهارشنبه، ۱۷ اسد ۱۳۹۷
* جایگاه زراعت در اقتصاد افغانستان بی بی سی 2013
* دکتر محمود دانشور کاخکی استاد اقتصاد توسعه کشاورزی، دانشگاه فردوسی مشهد