کاهش قیمت زعفران فرصت یا چالش؟

اگر چه زعفران افغانستان در مدت کوتاهی توانسته از نظر کمیت و کیفیت رشد چشم‌گیری را داشته و توجه جهانیان را به خود جلب نماید؛ اما کاهش قیمت زعفران و حضور کم‌رنگ زعفران افغانستان در بازارهای بین‌المللی خصوصا کشورهای اروپایی طی دو سال اخیر چالش جدید است، که سعی شده در این مقاله به بحث گرفته شود .

سطح زیر کشت زعفران در افغانستان که تا سال ۲۰۰۴ حدود ۱۶ هکتار بود امروزه به حدود بیشتر از ۶۰۰۰ هکتار افزایش یافته است. هم‌زمان با رشد تولید، مقایسه قیمت زعفران نیز طی ۱۶ سال گذشته در جهان نشان می‌دهد، که سیر صعودی داشته، به طوری که در سال ۲۰۰۰ که میزان تولید ان ۱۹۰ متریک تن بوده، قیمت عمده فروشی فی کیلو زعفران ۲۰۰ دالر امریکایی بوده است. در حالیکه در سال ۲۰۱۸ با افزایش تولید به حدود ۴۳۰ متریک تن اوسط ارزش فی کیلو به ۱۲۰۰- ۱۴۰۰ دالر افزایش یافته است.

اما در سال جاری علیرغم اینکه اوسط قیمت عمده فروشی زعفران در بازار جهانی حدود ۱۲۰۰-۱۴۰۰ دالر فی کیلو و قیمت خورده فروشی ( ۵ الی ۴۰ دالر فی گرام ) گزارش شده است؛ اما متاسفانه قیمت فروش زعفران افغانستان در بازار داخلی بطور تا مرز ۵۰۰۰۰-۶۰۰۰۰ افغانی و در بازارهای جهانی ۹۰۰ - ۹۵۰ دالر کاهش یافته است.

چرا ؟

صنعت زعفران متشکل از سه بخش می‌باشد :

1. تولید
2. پروسس
3. بازاریابی

۱- تولید

اگر چه حد اکثر تولید زعفران فی هکتار در سال ۲۰۰۶ در ولسوالی پشتون زرغون ولایت هرات توسط یک دهقان حدود ۳۰ کیلوگرام ثبت شده؛ ولی اوسط تولید زعفران در همان زمان حدود 5 کیلو در هکتارگزارش شده که متاسفانه طی سالهای اخیر به دلیل تمرکز و توجه دهاقین بر خرید و فروش پیاز زعفران به جای تار زعفران اوسط تولید به حدود ۲.۶ کیلو کاهش یافته است .

یکی از علل ان این است که دهاقین به جای توجه به تولید زعفران مشغول خرید و فروش پیاز زعفران شده اند و پیازهای زعفران را که باید حد اقل ۴ الی ۵ سال در زمین بماند، حتی در سال دوم از زمین کشیده و به فروش می‌رسانند، که این موضوع تاثیر منفی بر عملکرد مزارع زعفران داشته که علاوه بر کاهش تولید زعفران در واحد سطح باعث کاهش کیفیت زعفران نیز گردیده است.

۲- پروسس و بسته بندی

متاسفانه پروسس زعفران، چه از نظر تسهیلات و زیر ساخت‌ها و چه از نظر دانش و تخصص و تجربه در مقایسه با کشورهای رقیب به دلیل عدم سرمایه گذاری لازم توسط سکتور خصوصی از رشد قناعت‌بخش برخوردار نبوده است. به این دلیل با انکه از آغاز تولید زعفران در افغانستان و حتی تا دو سال قبل علاقمندی به خرید زعفران افغانستان در سطح جهانی در مقایسه با تولیدات کشورهای دیگر بیشتر بود؛ اما بررسی‌ها نشان می‌دهد، که به دلیل بی توجهی

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| سال | | واحد | کشور |
| 1397 | 1394 |
| ۶۰۰۵ | ۱۱۹۷ | کیلو گرام | هند |
| ۱۹۹ | ۱۸۶ |  | امارات متحده عرب |
| ۹ | ۱۵ |  | جرمنی |
| ۳ | ۲۲۰ |  | هسپانیا |
| ۳۰۴۲ | ۱۰۴ |  | عربستان سعودی |
| ۸۵ | ۰ |  | ترکیه |
| ۵ | ۰ |  | اتریش |
| ۱۶ | ۰ |  | کانادا |
| ۴ | ۴ |  | هالند |
| ۱۷ | ۶۸ |  | ایالات متحده امریکا |
| ۱ | ۰ |  | سویدزیرلند |
| ۹ | ۰ |  | استرالیا |
| ۱ | ۰ |  | انگستان |
| ۶ | ۰ |  | کویت |
| ۲ | ۰ |  | هانگ کانگ |
| ۱۰ | ۰ |  | قطر |
| ۲ | ۰ |  | جاپان |
| ۱ | ۰ |  | پولند |
| . | ۲۸۰ |  | چین |
| ۰ | ۲۰ |  | ایتالیا |
| ۰ | ۱ |  | تاجکستان |
| ۰ | ۴۰ |  | فرانسه |

پروسس کنندگان زعفران در امر پروسس و بسته‌بندی و عدم سرمایه گذاری هدفمند بالای انکشاف بازار زعفران افغانستان این علاقمندی کاهش یافته، که مقایسه جدول صادرات زعفران افغانستان نیز این ادعا را تائید می‌کند.

طوریکه در جدول فوق مشاهده می‌شود صادرات زعفران افغانستان در سال ۱۳۹۷ نسبت به ۱۳۹۴ به کشورهای پیشرفته کاهش یافته و به کشورهای مانند هندوستان که در مقایسه با کشور های اروپایی دارای استندردهای پایین‌تر و قیمت ارزان‌تر می‌باشد افزایش پیدا کرده است.

۳- بازاریابی

متاسفانه در بخش بازاریابی نه تنها سرمایه گذاری لازم نشده است، بلکه توجه کافی نیز صورت نگرفته است. حتی تدوین و تصویب استراتیژی ملی صادرات که یکی از سکتورهای آن زعفران می‌باشد، نیز نتوانسته است تا کنون عملاً به انکشاف بازار زعفران افغانستان مؤثر واقع شود.

کمک جامعه جهانی از طریق موسسات نیز در بخش بازاریابی مؤثر نه بوده و در مجموع خلاصه شده در تهیه ظروف غیر معیاری و بسته‌بندی به شکل ابتدایی بدون در نظرداشت سلیقه و علاقه خریداران و زمینه سازی اشتراک صادر کنندگان زعفران در نمایشگاه‌های کشورهای منطقه، که متاسفانه دست آورد عملی چندانی به همراه نداشته است. از طرفی هم تاهنوز زعفران افغانستان با برندهای افغانی بدست مصرف کنندگان خارجی نمی‌رسد و معمولا صادرکنندگان افغانی زعفران را به شکل عمده به قیمت ارزان به کمپنی‌های خارجی به فروش می‌رسانند و شرکت‌های خریدار زعفران ما را با برند شرکت و نام کشور خود در بسته‌های کوچک به قیمت بین ۵ تا ۴۰ دالر فی گرام بدست مصرف کننده می‌رسانند.

برای عبور از این چالش‌ها وزارت زراعت چه اقدامات را انجام داده یا روی دست دارد؟

* سرمایه گذاری جهت افزایش مولدیت و کیفیت زعفران تولیدی
* ممنوعیت واردات زعفران
* بلند بردن ظرفیت تخصصی شرکت‎ها
* تمرکز بر تولید زعفران به جای پیاز
* شناسایی بارازهای هدف
* تربیه نیروی انسانی ماهر و متخصص
* ایجاد بار کد و GI برای زعفران افغانستان
* انجام تحقیقات‌های هدفمند و کاربردی با توجه به نیاز دهاقین
* تبلیغات
* برند سازی
* تلاش برای شمولیت تدریس زعفران در دانشگاه‌ها
* نظارت و کنترول بیشتر کیفیت بر زعفران صادراتی
* تلاش برای جلب توجه بیشتر اتشه‌های تجارتی سفارتخانه‌ها در جهت معرفی زعفران افغانستان
* ایجاد تاسیسات زیر بنایی صنعتی و تخنیکی.
* ایجاد مراکز معیاری پروسس و بسته‌بندی
* Accreditation یا اعتبار دهی لابراتوارهای کنترول کیفیت زعفران افغانستان جهت صدور سرتفکیت‌های معتبر در سطح بین المللی
* ایجاد تسهیلات برای صادر کنندگان زعفران جهت دریافت سرتفکیت‌های تضمین کیفیت
* کمک به دهاقین جهت دسترسی به تکنالوژی‌های جدید در زمینه تولید ، پروسس و بسته بندی زعفران
* برگذاری نمایش‌گاه‌ها و جشنواره‌ها
* فراهم نمودن زمینه ملاقات‌های تبادلوی و آموزشی فی ما بین متخصصین وزارت زراعت و کشورهای تولید کننده زعفران
* ارتقای دانش مسلکی دست‌اندر کاران صنعت زعفران با استفاده از متخصصین بین المللی.
* نتیجه‌گیری :

با توجه به آنچه ذکر شد در بخش تولید دهاقین باید تلاش نمایند تا به کمک و راهنمایی وزارت زراعت، با افزایش تولید فی واحد سطح مصارف تولید را کاهش داده و کمیت و کیفیت زعفران مزارع خویش را افزایش دهند.

در بخش پروسس شرکت‌های صادر کننده متعهد گردند تا با سرمایه گذاری جهت ایجاد تاسیسات زیربنایی و افزایش ظرفیت تخنیکی توان رقابتی خویش را افرایش دهند و در بخش بازار یابی وزارت تجارت و ارگان‌های مسوول جهت حمایت از سکتور خصوصی ضمن تعریف و تعین بازارهای هدف زمینه حضور قدرتمند محصولات زراعتی افغانستان را در بازارهای جهانی فراهم سازند.

محمد هاشم اسلمی مشاور ارشد انکشاف زعفران

وزارت زراعت و ابیاری و مالداری

وسکرتر کمیته ملی حمایت از انکشاف زعفران​