



شرح مختصری از بازار: انگور
نظری بر رشد صادرات

MARKET BRIEF



انگور

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

شماره

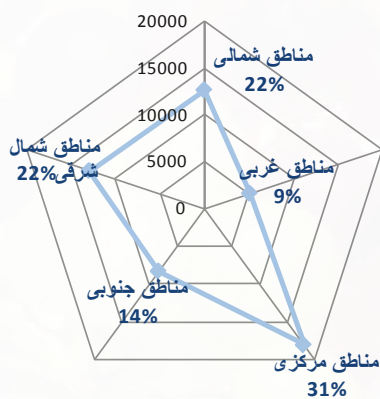


انگور

تولیدات داخلی

تولیدات داخلی انگور در سال ۲۰۰۹ تقریباً به ۶۴۰۰۰ تن میرسد که نشاندهنده ۱۲٪ افزایش تولید در ده سال گذشته است (ریاست احصائیه مرکزی). تولید داخلی انگور در مناطق جنوب غربی به خصوص قندهار منحصراً تولید کننده اصلی و مناطق شمالی و مرکزی بخصوص ولایات سرپل، کابل، و پروان منحصراً 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 ۱: تولیدات کشمش فی ولایت، ۲۰۰۹



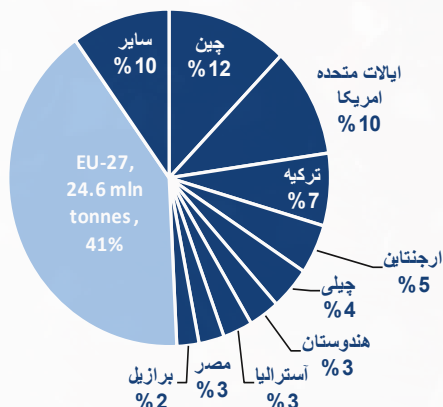
منبع: ریاست احصائیه مرکزی

تولیدات بین المللی

با وجود 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 ارائه گردیده است، که نشاندهنده سطح بلند از رقابت در بازار جهانی است.

شکل ۲: کشور های عمده تولید کننده انگور ۲۰۰۹



منبع: سازمان غذا و زراعت ملل متحد.

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 باید 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، که ۱ بر سه * تمام تولید میوه کشور را تشکیل میدهد.

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

جریانات تجارت

صادرات

در سطح ملی، صادرات انگور در دهه اخیر رشد بیسابقه نموده و به ۴۲۳٪ رسیده است، که در سال ۲۰۰۹ به ۹ میلیون دلار 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 ۳٪ از ۸٪ صادرات میوه است. آیا امکانی برای توسعه صادرات آن وجود دارد؟

در کجا؟

شکل ۴ تجارت موجود انگور را در بازار های منطوقی عمده به شکل خاص آن ارایه میکند. شریک اصلی صادرات پاکستان است که ۵۰،۲ میلیون دلار 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.

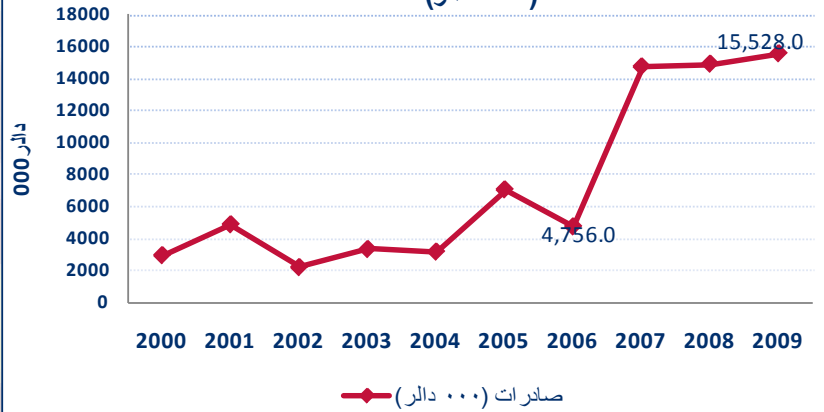
با توجه به عوامل مختلف، فعالیت های صادرات، در کوتاه مدت باید در کدام ساحه متمرکز گردد؟

گراف ۴ نشاندهنده جغرافیای صادرات انگور است. که شریک اصلی صادراتی پاکستان است که با داشتن ۵۰،۲ میلیون دلار صادرات ۹۷٪ تمام صادرات را در جریان این دهه تشکیل میدهد.

صادرات نیز گاهی اوقات به کشورهای دیگر منطقه ای مثل هندوستان پرواز میکند و دیگر ممالک اروپایی.

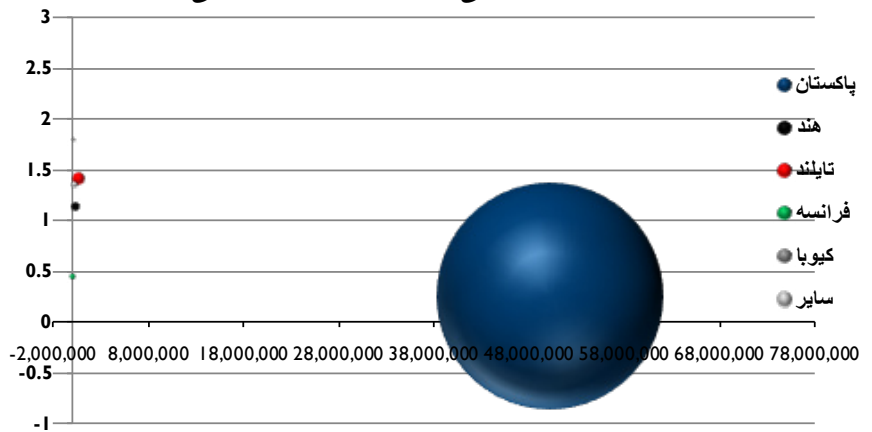
طرف دیگر شکل ۵ نشان میدهد که جریان عمده (تجارت بین المللی) در کدام کشور ها متمرکز گردیده است. بسیار دلچسپ است که کشور های عمده تولید کننده مانند اتحادیه اروپا، ایالات متحده امریکا و چین همچنان کشور های وارد کننده اند.

شکل ۳: صادرات انگور در جریان سال های ۲۰۰۰ الی ۲۰۰۹ (۰۰۰ دلار)



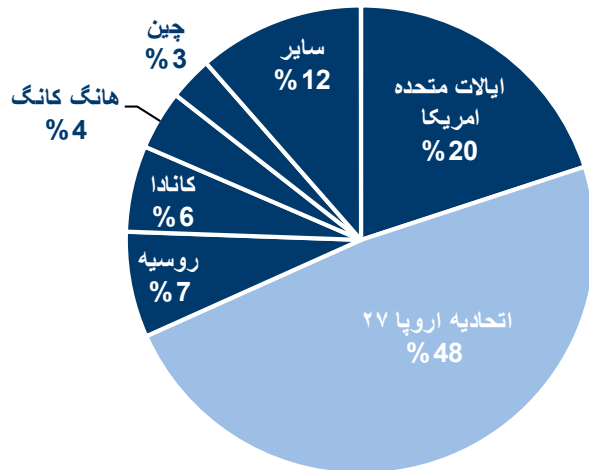
منبع: ریاست احصائیه مرکزی

شکل ۴: شرکای صادراتی افغانستان از ۲۰۰۰ الی ۲۰۰۹*



منبع: UNSTAT database, *X = Value in US\$ Y = Export Price in US\$/Kg Size = Quantity in Kg

شکل ۵: کشور های عمده واردکننده انگور ۲۰۰۹



منبع: Unstat online

انگور

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

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 برعلاوه 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 متشبهت 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

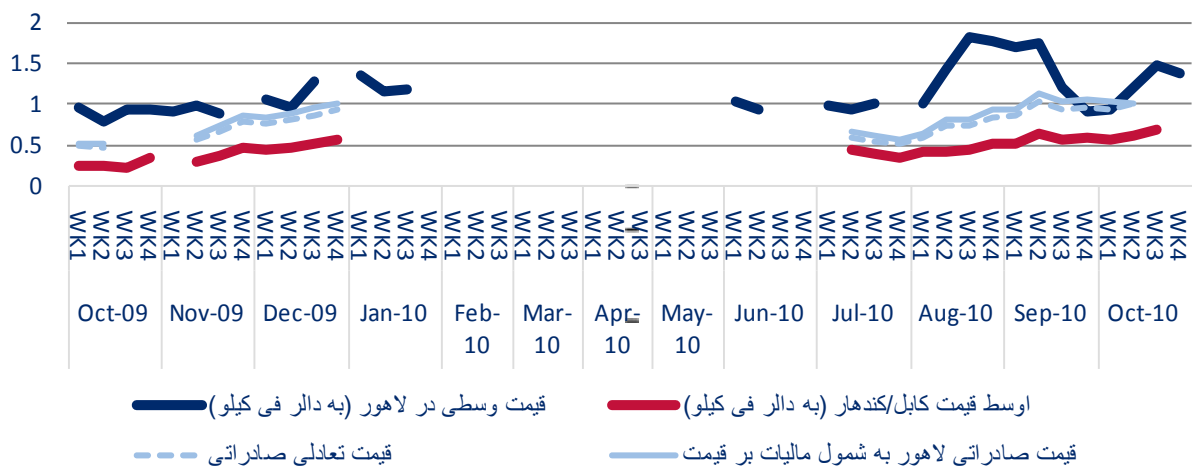
اتحادیه اروپا و امریکا بازار های بزرگی هستند، با وجود اینکه آنها تا حد معینی متکی به خود اند. ۶۰٪ واردات داخلی اتحادیه اروپا در داخل اتحادیه اروپا به مصرف میرسد.

کشور های عمده عرضه کننده غیر اروپائی عبارت اند از چیلی (۱۱٪)، افریقای جنوبی (۱۳٪)، برازیل (۳،۸٪)، ارجنتاین (۲،۴٪) و ترکیه (۱،۴٪)*.

از نگاه قیم اروپا یک مارکیت سودمند است، طور مثال در یکی از مراکز مهم در روتردام اوسط قیمت انواع مختلف انگور از ۲ الی ۳،۲ دالر 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 به تجارهای افغانی بمیان می آورد تا بتوانند تهیه کننده دایمی به مارکیت های اروپایی بمانند. 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 ستندرد 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.

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



منبع: MALOMAT-Roshan، برنامه معاملات روشن * قیمت صادراتی شامل مصارف ترانسپورت، گمرک و تعرفه وارداتی (در پاکستان ۳۵٪ بر انگور) میباشد.

بازار های جدید

راجستان ۰،۴۵ دالر فی کیلو گرام در حالیکه بلند ترین قیمت وسطی ۰،۶۵ دالر فی کیلوگرام 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 دالر فی کیلوگرام حالیکه بلند ترین قیمت وسطی ۰،۶۵ دالر فی کیلوگرام میباشد. تفاوت کم بین قیمت های این دو منطقه نشان میدهد که صادرات انگور به راجستان تقریباً نا ممکن میباشد چون قیمت 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 دالر فی کیلوگرام میباشد. باوجودیکه این قیمت های صادراتی آنقدر قابلیت رقابت را نمیتوانست داشته باشد ولی بازار راجستان میتواند 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

میتواند مفاد قیمت های داخلی 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 آن باشد و در هفته اخیر سپتامبر و هفته اول اکتوبر متشبهت کوشش به فروش انگور کند.

بازار های جدید: هندوستان:

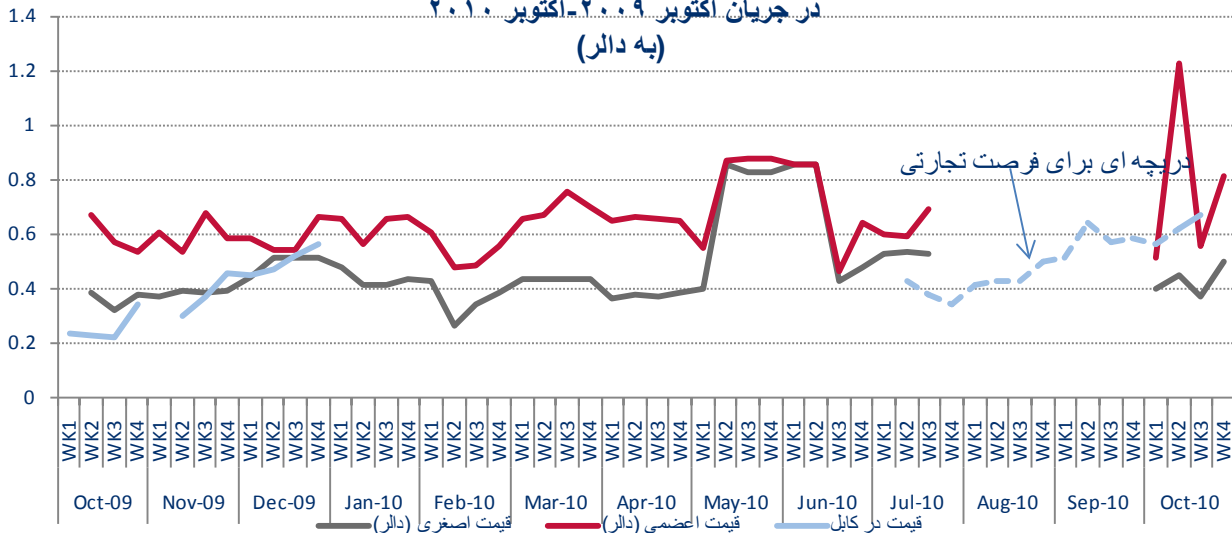
گراف های ۷ و ۸ قیمت های عمده فروشی را در دو بازار هندوستان، راجستان و دهلی جدید و بر علاوه چنین قیمت ها را در بازار های کابل/قندهار در سال های ۲۰۰۹-۲۰۱۰ نشان میدهد. یک روند مشابه را میتوان در هر دو فصل مشاهده کرد که قیمت ها در اخیر فصل رو به افزایش میگنارد. افزایش ۱۳۹ فیصد قیم از آغاز دوره مورد نظر در 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

شکل ۷: قیمت انگور در بازار های عمده فروشی راجستان هند و کابل

در جریان اکتوبر ۲۰۰۹ - اکتوبر ۲۰۱۰

(به دالر)



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

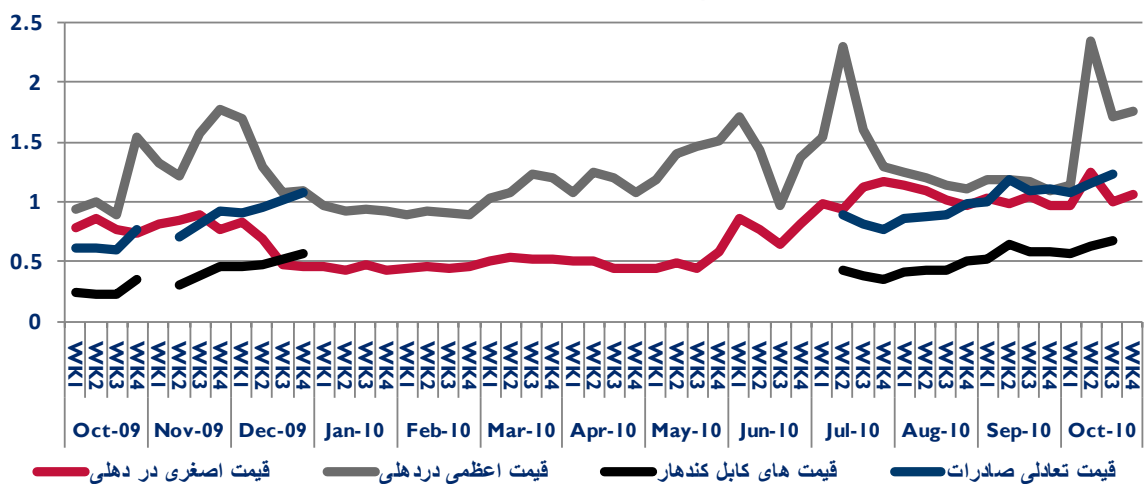
انگور

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 نظرداشتن قابلیت رقابت اجناس مکمل می باشد.

شکل نهم دو طرح را در مورد اجزای قیمت صادراتی نشان میدهد، بخش اول آن مصارف انتقال ۹۰۰۰ دلار فی کانتینر 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.

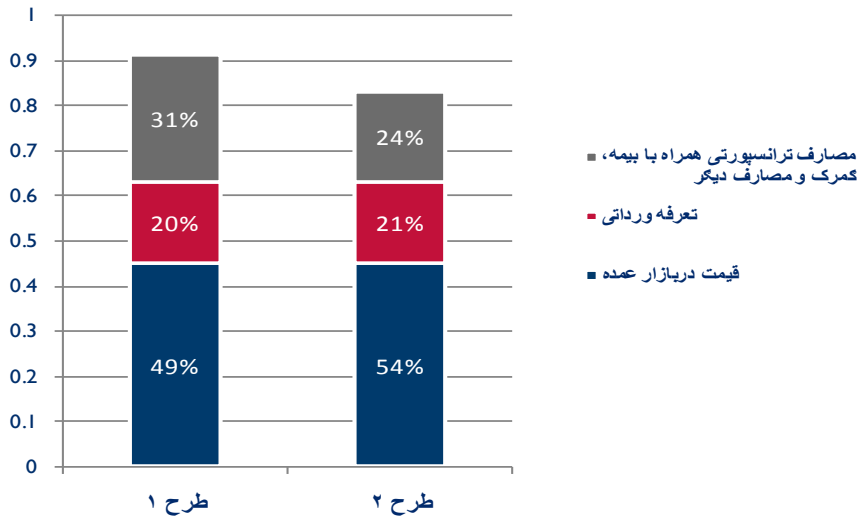
در دهلی بین بلند ترین قیمت ۱،۳ دلار فی کیلوگرام و پایینترین آن ۰،۷۳ دلار فی کیلو گرام در حال تغییر بود. یک تفاوت ۶۳-۱۸۰٪ قیمت دهلی با سطح قیم در بازار کابل/کندهار امکان عرضه به بازار عمده دهلی جدید را با قیمت صادراتی بلند تری نشان میدهد. بعد از علاوه نمودن مصارف وسطی انتقال و گمرک و تعرفه وارداتی (۴۰٪ 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 می باشد. 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 ۲۸٪ و ۷۳٪ بود. مقدار و عرضه انگور نیز در جریان این ماه ها در دهلی جدید کم میشود.

گراف ۸: قیمت عمده انگور در کابل و دهلی جدید، و قیمت صادرات کابل - دهلی جدید (دلار امریکایی) ماه اکتوبر ۲۰۰۹ و ۲۰۱۰



بازار های جدید

گراف ۹: قیمت انگور با اجزا متشکله آن



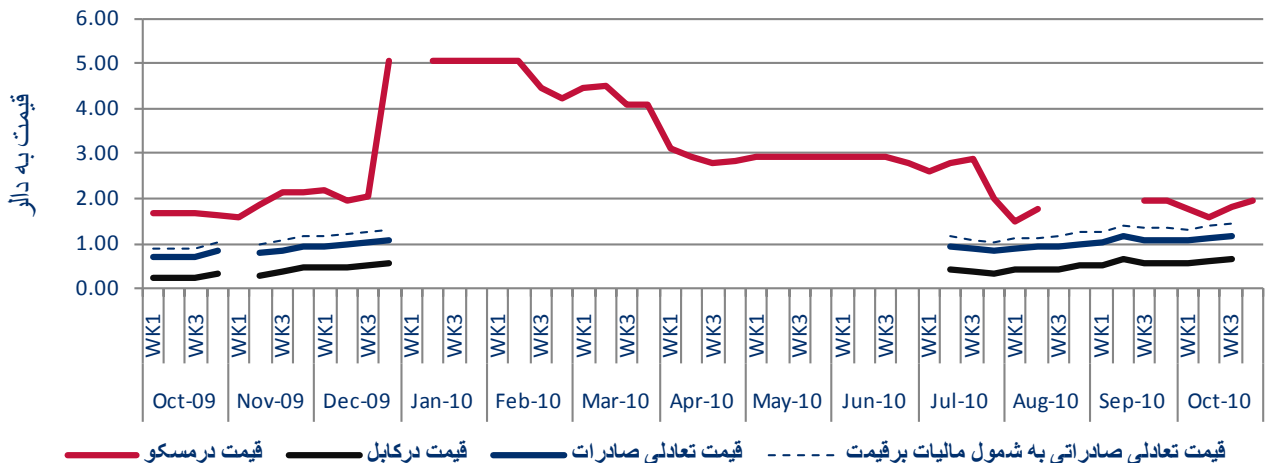
منبع: TAMAS، www.agmarknet.nic.in، برنامه USAID ADP/E، برنامه معاونات روشن MALOMAT-Roshan و برنامه USAID IDEA NEW. * قیمت صادراتی شامل مصارف ترانسپورت، گمرک و تعرفه وارداتی (در هند ۴۰٪ بر انگور) میباشد.

بازار های جدید: روسیه:

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.

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

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



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

نتیجه‌گیری

در بازار مسکو قیمت‌ها بسیار بلند بوده که در جریان سال صادرات انگور میتواند باوجود مصارف بلند ترانسپورتهی فایده‌هنگفتی را به میان آورد. از طرف دیگر تعرفه وارداتی روسیه بسیار پایینتر از تعرفه‌های موجود در منطقه میباشد.

یک موضوع مهم دیگری که باید مطرح شود قابلیت رقابت خدمات مکمل چون انتقال و رسیدگی‌های بعد از حاصل‌گیری مثل مارک (تجارتی) گذاری، بسته‌بندی و ذخیره در سراسر زنجیر زراعتی 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 بازارهای جدید صادراتی موجودیت متشبهین در زنجیر زراعتی میباشد، که فایده‌شان را تشخیص و اعظمی میسازند البته با در نظر داشت تمام مسایل ضروری چون هماهنگی سازی به شکل عمودی یا افقی، بازاریابی بهتر تولیدات، تصمیم‌گیری آگاهانه و یا ایجاد استراتژی‌های جدید تجارتهی که بتوانند تقاضای بازارهای موجود و جدید را برآورده سازند.

یک استراتژی صادراتی جدید به منظور بازاریابی میتواند ستون فقرات این بخش صادرات کشور را تشکیل داده و میتواند تمامی فاعلین این سکتور را در تقویه اساسات بازاریابی چون کیفیت بلند و پاکی تولیدات، بسته‌بندی منظم، نام گذاری موثر و پروسه‌های دیگر بعد از حاصل‌گیری به منظور ورود به بازارهای بزرگ در طویل‌المدت کمک کند.

باوجودیکه افغانستان یک صادرکننده عمده انگور در سطح جهانی نمی‌باشد، این میوه به اندازه وسیع درین کشور زرع میشود. تولیدات داخلی توانسته است که قسمت زیاد تقاضای داخلی را مرفوع و صادراتی را هم به بازارهای منطقه موفقانه انجام دهد.

امکانات خوبی برای توسعه صادرات انگور وجود دارد ولی بازارهای مورد نظر باید به شکل استراتژیک تعیین شود. بازارهای بزرگ چون اتحادیه اروپا، ایالات متحده آمریکا و کانادا پر مفاد بوده ولی آنها استندردهای بلند دخول به بازار دارند که همراه با مصارف بلند خدمات مکمل میباشد و متشبهینی که بتوانند این استندردها را برآورده سازند، نیز موجود نمیشود. بنا بر کوتاه مدت کوشش‌ها به منظور صادرات باید متمرکز به بازارهای نزدیکتر منطقه و با توقعات پایینتر باشد که از نگاه بزرگی و امکانات مفاد نیز سودآور باشند.

به هر حال این بازارهای صادراتی منطقه باید با دقت زیاد انتخاب شده و بررسی‌های اولیه به منظور دریافت خصوصیات دخول به این بازارها ضروری بوده چون این خصوصیات در هر بازار متفاوت میباشد. در صورت صادر نمودن به بازار پاکستان مصارف پایین ترانسپورتهی میتواند باعث مفاد بیشتر شود.

مارکیت‌های جدید:

انگور افغانی به اثبات رسانیده که درمارکیت‌های که تا حال مشاهده نگردیده رقابت خوبی داشته باشد.

درنتیجه محاسبه تجارتهی از دو مارکیت‌های هندوستان دیده میشود که منطقه را با نظر داشت سرزمین‌های مثل هند و روسیه به اساس آن مارکیت‌ها انتخاب شوند که اقتصادی باشند.

