



## خلاصه بازار: تربوز و خربوزه نگاهی به ظرفیت صادراتی



MARKET BRIEF

## تربوز و خربوزه

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



PAYWAND

پیوند

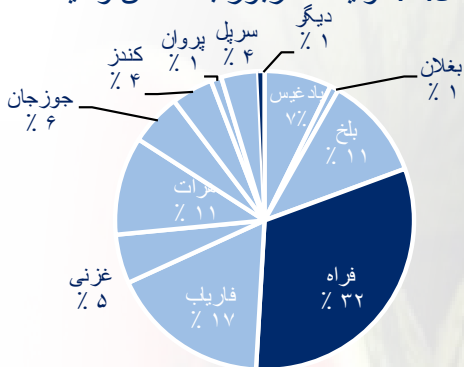


# تربوز و خربوزه

## تولید

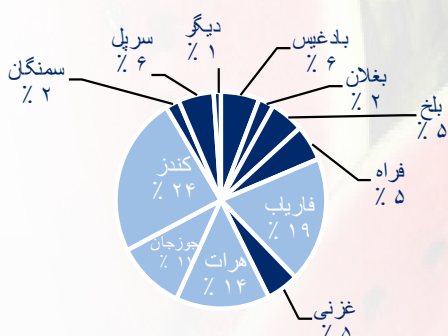
تولیدات تربوز در سال ۲۰۰۸ به ۸۰۰ هزار تن تخمین زده شده بود. ولایات عمده و اصلی تولید کننده تربوز فراه و فاریاب میباشند قسمیکه در شکل اول نشان داده شده است. توقع میرفت که درآمد و عاید تولیدات به ۱۴۳ میلیون دالر برسد. ساحه تحت کشت تربوز نیز ۳ برابر شده و از سال ۲۰۰۰ بدینسو به ۲۰۰۰۰ هکتار رسیده است. این همه تخمین ها نشان میدهد که تولیدات تربوز از نگاه مقدار قابل مقایسه با تولیدات انگور میباشد که خود تربوز را یک میوه پر مصرف با سطح کشت وسیع در افغانستان ثابت مینماید.

شکل ۱: تولیدات تربوز به اساس ولایت



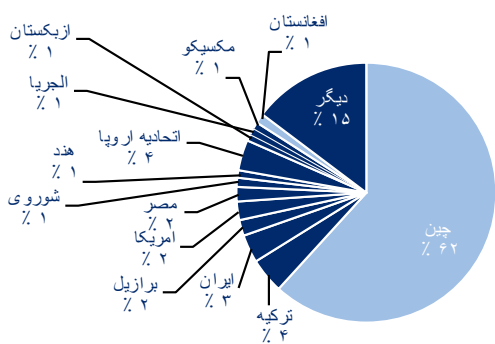
منبع: ریاست احصاییه مرکزی

شکل ۲: تولیدات خربوزه به اساس ولایت



منبع: ریاست احصاییه مرکزی

شکل ۳: ممالک تولید کننده تربوز و خربوزه در سال ۲۰۰۹



منبع: شکل ۱ و ۲ معلومات زراعتی، برنامه ASAP ۲۰۰۹، ذخیره معلومات سازمان FAO.

موضوع اصلی این خلاصه بازار تربوز و خربوزه میباشد. تمام مراحل مربوط به یک برنامه بازاریابی کامیاب مانند تولید، مصرف، جریانات تجارت و قیمت ها به سطح ملی و بین المللی با در نظر داشت سولات ذیل تحلیل و تجزیه میشوند. ۱) آیا تربوز و خربوزه افغانی در سطح منطقه و یا فرا تر از مرز های کشور رقابت نموده میتواند؟ اگر بلی ۲) در کدام کشورها باید بازار های آن تاسیس و ایجاد شود و ۳) برای دستیابی به مارکیت های صادراتی جدید کدام نکات را باید در نظر گرفت.

ارایه پاسخ به این سولات مهم میباشد چون: ۱) تربوز و خربوزه تولید افغانستان بخاطر اقلیم مناسب دارای کیفیت عالی میباشد و شرایط ابتدایی یک قلم صادراتی به بازار های سطح بلند را نیز تکمیل نموده است. ۲) ایجاد و افزایش صادرات تربوز و خربوزه میتواند در کامیابی طویل المدت تشبثات زراعتی سهم داشته و میتواند مثالی برای سایر اقلام زراعتی مشابه باشد. تولیدات تربوز و خربوزه به سطح جهانی در سال ۲۰۰۹ به ۱۲ میلیون تن تخمین زده شده بود. تربوز ۸۰ فیصد تولیدات و خربوزه ۲۰ فیصد سهم بیان شده را دارا است. شکل سوم ممالک عمده و اصلی تولید کننده را به سطح جهانی نشان میدهد. چین با ۶۲ فیصد تولید به سطح جهانی بلندترین سهم و ممالک دیگر مانند ترکیه، اتحادیه اروپا و برازیل سهم پایین تر تولید را دارا هستند. نظر به آخرین ارقام، افغانستان میتواند در جمله بزرگترین تولید کنندگان باشد و ۱٪ کل تولیدات تربوز و خربوزه جهان را تشکیل دهد. اشکال تولیداتی نشان میدهند که چین عمده ترین تولید کننده در جمله کشور های جهانی به شمار میرود ممالک و کشور های دیگر کم و بیش از نظر سطح بین المللی در تولید و متحرک ساختن قیمت اجسام سهم خود را دارا میباشند. مکسیکو، اتحادیه اروپا، گوآتمالا، برازیل و امریکا از جمله بلندترین سهم داران صادراتی به شمار میروند.

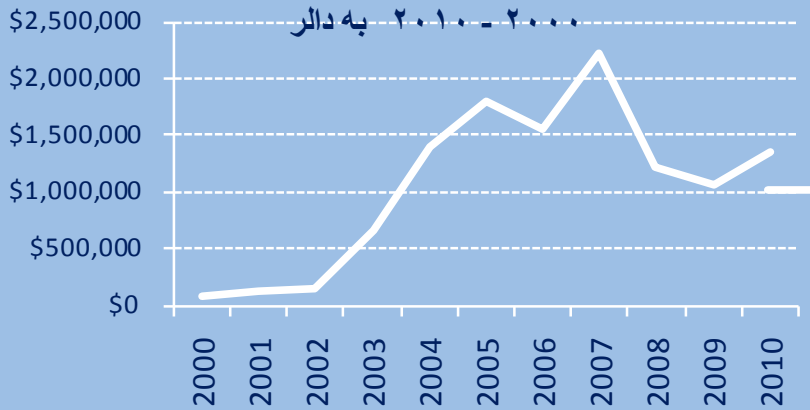
تولیدات خربوزه در حدود ۶۴۰ هزار تن تخمین زده شده بود. تولیدات خربوزه کم و بیش در سراسر کشور توسعه یافته که ولایت اصلی تولید کننده آن کنز، فاریاب، هرات، جلال آباد و غیره میباشند که اینها سهم بزرگ در تولید آن دارند. ارزش اقتصادی تولید خربوزه در حدود ۱۲۶ میلیون دالر تخمین زده شده بود. خربوزه از نقطه نظر تولید و مقدار ارزش بلند دارد. مطابق ارقام وزارت زراعت افغانستان، خربوزه بعد از انگور دوم بزرگترین ساحه تحت کشت را در بین میوه جات دارا میباشد.

# جریان تجارت

## صادرات

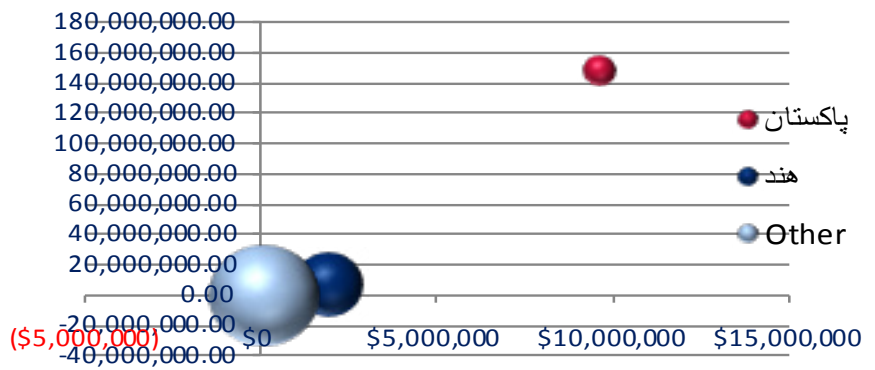
صادرات خربوزه و تربوز در سال ۲۰۱۰ به ارزش ۱,۳۶ میلیون دالر میرسید. ارزش صادرات این اجناس و محصولات با ۲,۲ میلیون در سال ۲۰۰۷ به بلندترین سطح خود رسیده بود و در سال ۲۰۱۰ دوباره به این بلندی نایل گشت. از سال ۲۰۰۰ بدینسو رشد و روند صادرات در مجموع در این دهه ۱۵ برابر افزایش یافته است. شکل ۴ چاه های را نشان میدهد که درین دوره تربوز و خربوزه صادر شده بودند. پاکستان همراه اصلی و عمده صادراتی با بلندترین ارزش و مقدار واردات از افغانستان شناخته شده است. قیمت وسطی صادراتی پایین ترین میباشد و مفاد فی واحد صادراتی به این کشور نیز پایتترین میباشد. هند همراه و شریک دیگر صادراتی میباشد که ارزش صادرات به آن کشور ۱۰ مرتبه کمتر از پاکستان است. صادرات به ممالک دیگر مانند امارات متحده عربی، کویت و پولند با یک قیمت اوسط بهتر اما به شکل متفرقه و پراکنده به پیش میرود. یک نظر دقیق به پیشرفت صادرات نشان میدهد که از نظر جغرافیایی صادرات بیشتر به ممالک همسایه تمرکز داده شده نسبت صادرات بر تولیدات فقط ۱۰٪ میباشد. آیا این راه و استراتژی درستی است برای افزایش مفاد و ایجاد تجارت بیشتر تولیدات تربوز و خربوزه؟ شکل ۵ نشان دهنده موقعیت جغرافیوی جریانات تجارت بین المللی و عمده ترین ممالک وارد کننده تربوز و خربوزه میباشد. ممالکی که در شکل ۵ ظاهر شده اند در شکل ۴ موجود نیستند. این بدین معنی است که فعلاً هیچ یک از صادر کننده گان بازار های بزرگ بین المللی مانند اتحادیه اروپا، روسیه و کانادا را هدف قرار نمی دهند. تمام کوشش های صادراتی فعلاً بر منطقه بوده و باید در آینده تغییر کند.

شکل ۴: صادرات خربوزه و تربوز از افغانستان در جریان ۲۰۰۰-۲۰۱۰ به دالر



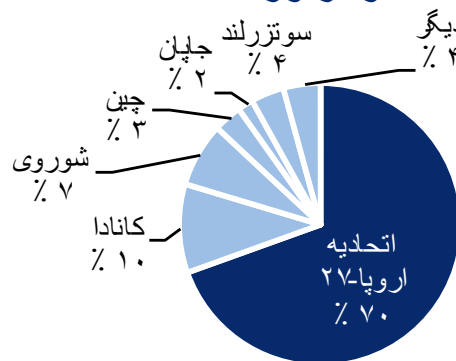
منبع: شکل بالایی کتاب احصاییوی سالانه CSO، ذخیره معلومات KMF، شکل پایانی: ذخیره معلومات UNSTAT

شکل ۵: صادر کننده های اصلی خربوزه و تربوز در جریان ۲۰۰۰-۲۰۱۰



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

شکل ۶: ممالک اصلی وارد کننده های خربوزه و تربوز



منبع: Unstat online

# تربوز و خربوزه

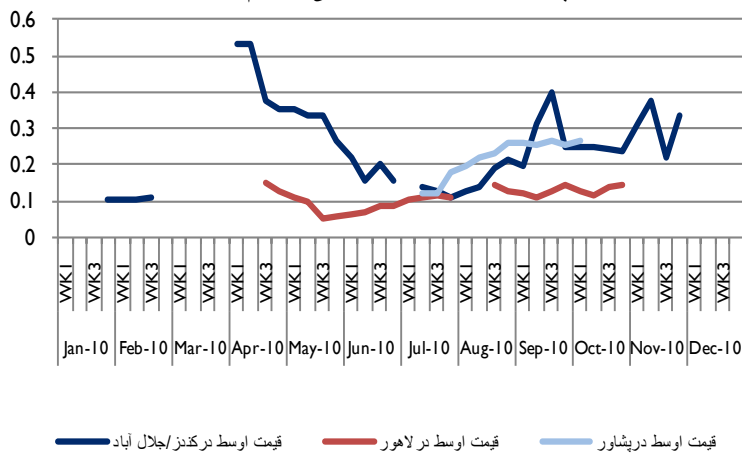
این فرصت کوتاه مدت بوده و صادرکننده گان فقط عین مفادی را بدست خواهند آورد که در بازار های داخلی به دست میاورند تنها مفادی را که بدست آورده میتوانند این است که مقداری زیادی به فروش میرسانند. اولاً به خاطریکه جلب و جذب واردات این اجناس و محصولات در این ساحات کم بوده و اثر مستقیم بالای حجم صادرات دارد. دوم اینکه قیمت اوسط صادرات تربوز و خربوزه قسمیکه در شکل ۴ بررسی گردیده پاینتر از جاهای دیگر میباشد. سوم مقدار و قیمت تاثیر مستقیم بالای تولیدات داخلی، عایدات صادراتی و مفاد ممکن دارد.

## بازار های موجود و جدید—تربوز

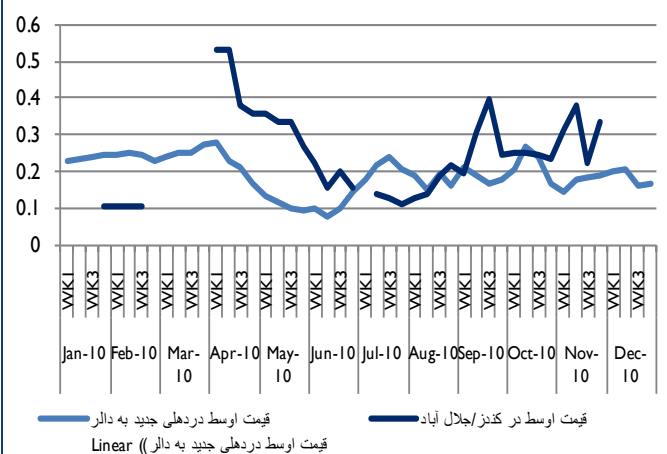
ما تقاضای داخلی و بازار های موجود صادراتی را از لحاظ تولید و جریان تجارت بررسی کردیم حالا ما با توضیحات بیشتر فواید مثبت و تولید کننده از آوردن اقلام زراعتی شان به بازار های موجود را به مقایسه سایر بازار ها سنجش میکنیم. در رابطه به تربوز ما برابری و مشابهت قیمت های صادراتی و آوردن اجناس را به دو مملکت ساحوی هند و پاکستان و دو بازار جدید روسیه و پولند متمرکز میسازیم.

بازار های موجود - پشاور، لاهور پاکستان قیمت اوسط در بازار های عمده فروشی داخلی در سال ۲۰۱۰، ۴۰،۲ دالر فی کیلوگرام بود. بلندترین قیمت آن که ۵۰،۵۰ دالر فی کیلوگرام میرسید در اوایل ماه اپریل در آغاز فصل ثبت گردیده بود. پاینترین ارزش تربوز در اول فصل حاصل گیری جریان ماه جولای و اگست بیان گردیده است. مقایسه قیمت های عمده در دو مارکیت پشاور و لاهور در پاکستان تفاوت زیادی را در قیمت بازار را نشان نمیده. قیمت بازار های عمده در لاهور در حقیقت ۵۰ فیصد پایین تر از قیمت تربوز داخلی میباشد در حالیکه قیمت در پشاور به طور اوسط فقط ۷ فیصد بلند تر است. تعرفه وارداتی ۳۵ فیصد و مصارف ترانسپورتی که از ۱۰ الی ۴۰ سنت فی میباشد باعث افزایش قیمت های تعادلی شده که با وجود قیمت های رقابتی لاهور، بازار های لاهور را به تولید کنندگان داخلی غیر مجذوب میسازد. تولید کننده گان باید به قیمت کم و یا حتی به نقص و تاوان در بازار لاهور محصولات خویش را به فروش برسانند. بازار پشاور یک فرصت وسیعی را در جریان هفته آخر جولای الی آخر هفته اگست بمیان میآورد. در جریان این دوره قیمت تربوز در بازار های داخلی به طور اوسط ۳۰ فیصد پایینتر از پشاور میباشد.

شکل ۷: حد اوسط قیمت تربوز در مارکیت های داخلی و در مارکیت های پاکستان در جریان سال ۲۰۱۰ فی کیلوگرام به دالر



شکل ۸: قیمت تربوز در مارکیت داخلی و دهلی جدید در جریان سال ۲۰۱۰ فی کیلوگرام به دالر



## بازارهای جدید

### بازارهای موجود - دهلی جدید هند

شکل ۸ نشان دهنده قیمت تربوز در دهلی جدید و بازارهای داخلی مربوط جلال آباد و کندز میباشد. قیمت اوسط در تمام سال در بازارهای عمده فروشی دهلی جدید ۰,۱ ۹ دالر فی کیلوگرام میباشد در حالیکه در بازارهای داخلی ۰,۲ ۴ دالر فی کیلو گرام است. تنها یک دوره است که تربوز به قیمت پر مفاد به فروش میرسد آنهم در فصل زمستان به خاطر فایده و برتری اقلیمی تربوز در ساحات گرمسیر مانند جلال آباد کشت میگردد تا اینکه این محصول تا نیم ماه فبروری آماده عرضه شود. با وصف اینکه هند ۱۰۰ فیصد تعرفه وارداتی را بر تربوز وضع کرده است تربوز با قیمت تعادلی صادراتی ۰,۳ ۵ دالر فی کیلوگرام توسط بازارهای این کشور جذب شده میتواند. در جریان فصل فرصت های کم و کوچک وجود دارد که تفاوت قیمت ها حتی برای پوشش تمام مصارف مربوط به صادرات کافی نمیشد. نتیجه گیری: محاسبات قیمت های تعادلی صادراتی نشان میدهد که بازارهای ساحوی خیلی پرقابلیت بوده و فرصت اندکی مفاد برای متشبت یا صادرکننده وجود دارد. امکانات مفاد بدست آوردن وجود دارد ولی معلومات در باره تحرکات بازارهای و زمان بندی دخول به این بازارها امر مهم در کامیابی چنین تجارت میباشد.

### بازارهای جدید - ماسکو روسیه

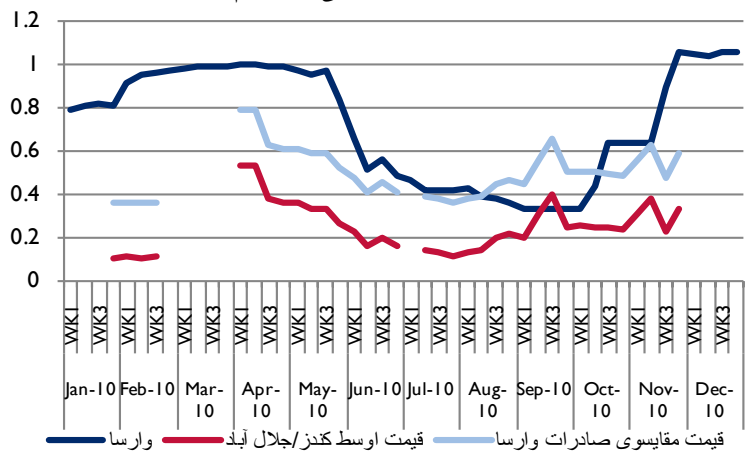
گراف ۹ و جدول ۱ نشان دهنده قیمت برابر صادرات و محاسبات در دو بازار جدید روسیه ماسکو و پولند ورسا میباشد. علت انتخاب روسیه و پولند این است که ۱) تربوز به طور متفرقه و پراکنده به این ساحات صادر میگردد. ۲) آنها خوب ترین حالات اقلیمی را برای تولید میوه خوش رنگ و خوش مزه مانند تربوز ندارند و ۳) داخل شدن به بازار در پولند به معنی داخل شدن در بازار اتحادیه اروپامیباشد، روسیه و اتحادیه اروپا در بین پر تقاضا ترین بازارها به سطح جهانی به شمار میروند قسمیکه درگراف ۳ نشان داده شده است.

گراف ۸ نشان دهنده قیمت تربوز در بازار عمده فروشی وارسا و بازار داخلی و همچنان قیمت تعادلی صادراتی در تمام سال ۲۰۱۰ میباشد. قیمت در بازار عمده فروشی وارسا % به ۰,۷۲ دالر فی کیلوگرام میرسد که به طور اوسط ۱۹۲ بلندتر یا سه برابر قیمت های داخلی میباشد. قیمت وسطی صادراتی ۰,۵۰ دالر فی کیلوگرام میباشد. ۱۰۰ فیصد افزایش قیمت درین بازار بخاطر مصارف ترانسپورت بوده که تعرفه وارداتی درینجا %۰ میباشد. در این بازار صادرکننده گان باید وقت داخل شدن را به بازار به منظور به دست آوردن مفاد بیشتر دقیقاً انتخاب نمایند. بهترین وقت برای فروشات آغاز و یا اواخر فصل میباشد در حالیکه در جریان ماه اگست و سپتمبر قیمت ها در بازارهای مورد هدف بی اندازه رقابتی میگرددند. قیمت ها در فصل زمستان میتوانند تا به ۰,۶ دالر فی کیلوگرام و یا تا ۱۵۰۰۰ دالر در هر لاری آنهم که تربوز با قیمت عمده وارسا و به فروش برسند بالا بروند. در حالیکه در آغاز فصل به ۱۰۰۰۰ دالر فی لاری میرسد. این همه ارزش ها معنی خودشان را دارا میباشدند.

جدول ۱: قیمت تعادلی صادراتی به مسکو در جریان حاصل گیری ۲۰۱۰

قیمت ها/ تعرفه/ ترانسپورت	دالر فی کیلو
قیمت وسطی مطی - عمده	0.2
مصارف ترانسپورت	0.4
تعرفه وارداتی به مسکو %۵	0.01
قیمت تعادلی صادراتی تخمین شده ( قیمت عمده + ترانسپورت + تعرفه وارداتی)	0.61
قیمت وسطی مسکو - عمده	0.8
مفاد ممکنه	فیصدی
تربوز	۳۱% قیمت تعادلی صادراتی
مفاد ممکنه	ارزش حقیقی

گراف ۹: قیمت تربوز در مارکیته داخلی در وارسا و EPP - وارسا در جریان سال ۲۰۱۰ فی کیلوگرام به دالر



منبع: USDA، معلومات روشن و برنامه IDEA NEW اداره USAID. \* قیمت صادراتی شامل مصارف ترانسپورت، گمرکات و تعرفه وارداتی میباشد (روسیه ۵، پولند ۰)

## تربوز و خربوزه

صادر کننده میتواند تصمیم گیرد تا با قیمت های موجود بازار عمده فروشی موجود رقابت کرده و اجناس خود را به قیمت پایین به فروش برساند. و این خود یک اثر منفی بالای مفاد در هر فی کیلوگرام وارد میکند اما مقدار زیادی را به فروش رسانیده میتواند. بازار دیگر تحت بررسی بازار عمده فروشی ماسکو میباشد. در جریان فصل حاصل گیری تربوز به قیمت ۰,۸ دالر فی کیلوگرام یا ۴ مرتبه بلندتر از قیمت داخلی به فروش میرسید. محاسبه قیمت تعادلی صادراتی در ماسکو ۲۰۰ فیصد افزایش را نسبت به قیمت داخلی که ۰,۶۱ دالر فی کیلوگرام میباشد نشان میدهد. با وصف این افزایش بودیجه احتیاطی مفاد در هر فی کیلوگرام ۳۱ فیصد کمتر از قیمت صادرات میباشد و این به معنی اینست که مفاد ۵۷۰۰ دالر در هر لاری میباشد آنهم اگر تربوز به قیمت بازار عمده به فروش برسد.

### بازار های موجود - خربوزه

حالا ما بر قیمت های داخلی خربوزه و در بازار های موجود پون پاکستان تمرکز مینماییم. شکل ۹ نشان دهنده قیمت عمده خربوزه در بازار های داخلی و همچنان در لاهور میباشد. قیمت خربوزه در بازار های داخلی به طور اوسط به ارزش ۰,۲ ۸ دالر فی کیلوگرام بیان گردیده بود. این بدین معنی است که قیمت عمده خربوزه در داخل فقط ۱۵ فیصد پایین تر از قیمت در لاهور میباشد. با این هم یکبار دیگر وقت و زمان یک عامل عمده و ضروری است که میتواند تغییری عمده ای را در بین مفاد و ضرر به میان آورد. در آغاز فصل قیمت خربوزه در بازار های داخلی بلندتر از قیمت بازار ها در لاهور میباشد. این خود بیانگر این است که قیمت خربوزه در آن دوره غیر قابل رقابت میباشد و احتمالاً تقاضای بیشتر برای صادرات را بدست نخواهد آورد. با وجودیکه اوسط قیمت صادراتی به لاهور ۰,۴۸ دالر فی کیلوگرام میباشد، قیمت تعادلی صادراتی در جریان فصل حاصل گیری ۰,۷۵ دالر فی کیلوگرام بوده که بسیار بلند تر قیمت خربوزه در عین زمان در لاهور میباشد. امکانات صادرات کمی افزایش میابد وقتی که در جریان فصل حاصل گیری قیمت ها در لاهور بلند رفته و قیمت های داخلی پایین میانند.

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 در دهلی بین بلند ترین قیمت ۱,۳ دالر فی کیلوگرام و پایینترین آن ۰,۷۳ دالر فی کیلوگرام ۱۸۰٪ قیمت دهلی - در حال تغییر بود. یک تفاوت ۶۳ با سطح قیم در بازار کابل/کندهار امکان عرضه به بازار عمده دهلی جدید را با قیمت صادراتی بلند تری نشان میدهد. بعداز 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 دالر 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. در این جا فاصله زیادی در بین قیمت بازار در وارسا و قیمت محاسبه شده صادرات که شامل تمام مصارف آوردن تربوز در این بازار میباشد وجود دارد. این فایده ها به شکل استراتژیکی در چندین راه قابل استفاده میباشد. صادرکنندگان قیمت صادراتی را با در نظر داشت قیمت های عمده فروشی تعیین کنند که درین حالت مفاد فی کیلوگرام بلندتر خواهد بود با امکان فروش مقدار کمتر (چون واردکننده در خرید تربوز افغانی به مقایسه عرضه کنندگان دیگر با خاطر قیمت بلند تر نمی بیند).

بازار جدید یک حالت بی نهایت پرسود و فایده مند را برای صادر کننده نظر به بازار موجود صادراتی پیشکش میدارد. این بازار مفاد و بودیجه بلند تر را برای شرکت های که خطر آوردن محصولات خویش را آنسوی ممالک ساحوی به گردن میگیرند پیش کش می نماید تقاضا و مفاد شامل نمونه های موجود صادراتی میباشد با این هم حالت در بازار های جدید بهتر خواهد بود جایکه کوشش های بیشتر سبب پرداخت بهتر میگردد. به هر حال روش مشتری و برتری محصول از لحاظ شکل، رنگ و مزه بیشتر باید قبل از دخول به این بازار مورد بررسی قرار گیرد.

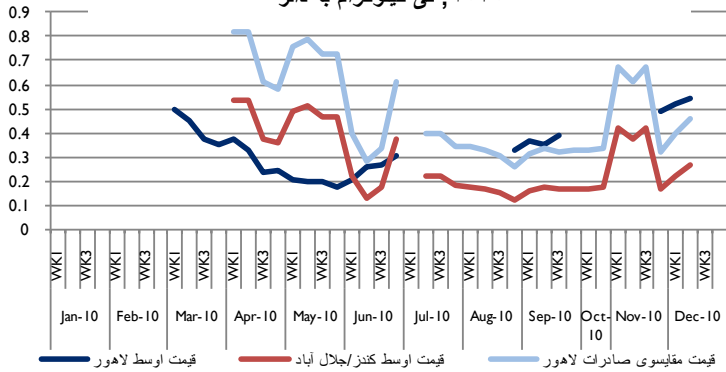
# بازارهای جدید

بخصوص در جریان ماه های آگست و سپتمبر سنجش قیمت تعادلی در لاهور نشان میدهد که خربوزه میتواند با قیمت نسبتاً پایتتر نظر به قیمت های عمده فروشی لاهور میتواند برسد. با این همه حتی حاشیه مفاد در جریان این فرصت ۰,۰۴ دالر فی کیلوگرام بوده که حداعظم مفاد فی لاری ۱۴۰۰ دالر فی کیلوگرام میباشد البته در صورتیکه خربوزه به قیمت وسطی بازار عمده فروشی لاهور به فروش برسد.

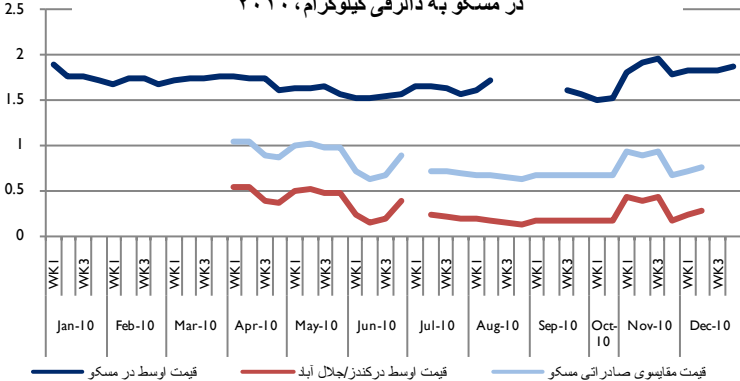
حالت مشابهی در بازار عمده فروشی امبورگ به نظر میرسد. اوسط قیمت فروش خوبوزه به طور عمده به ۱,۲ دالر فی کیلوگرام میرسد که ۳ برابر بلند تر از قیمت های عمده داخلی میباشد. قیمت صادراتی در امبورگ به علت کم بودن نرخ ترانسپورتی و نرخ وارداتی پایین میباشد. قیمت اوسط صادرات ۰,۵۳ دالر فی کیلوگرام میباشد که کمتر از نیم قیمت در بازارهای منتخب اروپایی است. اندازه بزرگ معامله برای صادر کننده اجازه مفاد ممکن و بودیجه احتیاطی را میدهد صادر کننده میتواند اجناس و محصولات خویش را به نرخ بازار به فروش برساند که امکان به دست آوردن زیادترین مقدار که ۲۰۰۰۰ دالر میباشد وجود دارد و یا اینکه کمی با نرخ پایین بفروش برساند تا باشد که توجه و جلب و جذب بیشتر را با مقایسه سایر رقبا در بازار به دست آورد.

نگاه قیمت وجود دارد مگر بسیار ناچیز به نظر میرسد و علت آن صادر نمودن به فاصله های دور و دراز و نرخ وارداتی و ترانسپورتی بیان گردیده میتواند. محاسبه قیمت تعادلی صادراتی برای مسکو در سال ۲۰۱۰ بالغ به ۰,۷۸ دالر بیان گردیده و این فرق بین این بازار ها در حدود ۱۰۰ فیصد قیمت بازار های فروشات به طور عمده میباشد. قیمت در هر دو بازار تا حدی ثابت میباشد بدین معنی که احتمالاً مفاد بالای وقت مساویانه تقسیم میگردد. حد اوسط مفاد بودیجه ۰,۹۱ دالر در هر فی کیلوگرام است این به معنی است که مفاد بیشتر صادر کننده در هر لاری وجود خواهد داشت آنهم که این محصول به قیمت عمده بازار مسکو به ۲۵۰۰۰ دالر به فروش برسد.

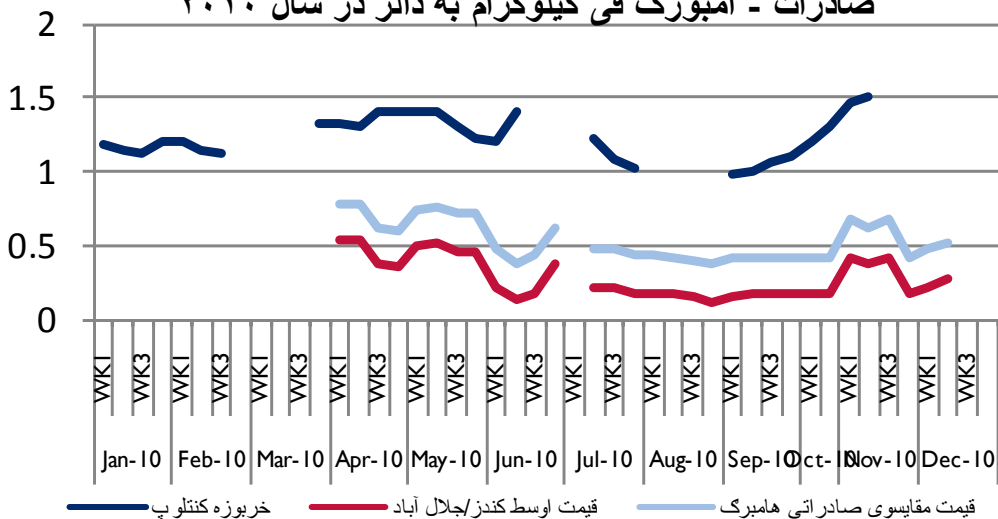
شکل ۱۰: قیمت خربوزه در مارکیت های داخلی در لاهور، در جریان سال ۲۰۱۰، فی کیلوگرام به دالر



شکل ۱۱: قیمت تربوز در بازار های داخلی و مسکو و قیمت تعادلی صادراتی در مسکو به دالر فی کیلوگرام، ۲۰۱۰



شکل ۱۲: قیمت خربوزه در مارکیتهای داخلی و مسکو، بهای صادرات - امبورگ فی کیلوگرام به دالر در سال ۲۰۱۰



منبع: AMIS, USDA, د میو معلومات، MALOMAT روشن او USAID IDEA NEW  
 \* به صادراتی نرخ کی د ترانسپورت مصرف، گمرکی تصفیه او وارداتی تعرفه شامل دی. (روسیه ۵٪، پولند ۰٪، پاکستان ۳۵٪)



## نتیجه گیری

صادرات تریبوز متمرکز بر بازار های منطقه بوده که مصارف صادرات و امکانات مفاد هردو پایین میباشد. تحرک صادرات به بازار های جدید که شرایط ذکر شده را تکمیل میکند نشان داد که مفاد میتواند درین بازار ها بسیار زیاد باشد. از نقطه نظر قیمت بازار های اتحادیه اروپا و روسیه توانایی بیشتر مذاکره قیمت را داده و امکانات خوب مفاد را پیشکش میکند. صادر کننده میتواند تصمیم گیرد که آیا در هر واحد که میفروشد فایده حاصل کند (در صورتیکه به قیمت بازار مورد نظر بفروشد) و یا اینکه فایده خویش را از مقدار فروش زیاد بدست آرد (در صورتیکه به مقایسه قیمت رقابتی بازار مورد نظر به قیمت نازلتر بفروشد).

سایر عوامل به جز از رقابتی بودن قیم: روش مشتریان و بازار مورد نظر بر علاوه محدودیت های غیر تعرفوی مسایل دیگری اند که باید قبل از دخول به بازار مورد بررسی قرار گیرند.

**نظر متشبت:** مصارف داخلی عمدتاً توسط تولید داخلی تهیه شده به این لحاظ فرصت زیاد رشد سریع تجارت و عواید شاندر داخل کشور وجود ندارد. استراتژی منشبت باید براساس رشد در خارج و بازار های عمده پر عاید و با مفاد تعیین گردد و باید از بازار های عنعنوی منطقه ای به سوی سایر بازار های حرکت کرد. عوامل مهم که باید قبل از دخول به بازار های جدید به منظور مرفوع ساختن تقاضای مشتریان نهایی درین بازار ها در نظر گرفته شوند عبارت اند از محدودیت های غیر تعرفوی، شرایط و قواعد بازار های جدید و سایر عوامل بازاریابی.

**نگاه ملی:** تریبوز و خربوزه محصولات بسیار مهم هستند و از جمله میوه جات اصلی افغانستان شمرده میشوند. باوجودیکه در جریان دهه گذشته تولید و صادرات آن رشد سریعی کرده است، سهم شان در جمله تولیدات اقلام زراعتی بسیار کم است. تریبوز و خربوزه عمدتاً در داخل کشور به مصرف میرسد.

نگاه بازار جهانی: نظریه معلومات احصاییوی ما افغانستان یک کشور عمده تولید کننده شمرده شده که ۱٪ کل تولیدات جهان را تشکیل داده و با آنهم در سطح بین المللی به خاطر حجم کم صادرات مشهور نمیشد. از نقطه نظر صادرات تولیدکنندگان اصلی همیشه کامیاب نمیشاند. کشور چین بزرگترین تولیدکننده بوده ولی کشور های مکسیکو، برازیل، اتحادیه اروپا و گوآتیمالا با وجود سطح پایین تولید شان در کشف بازار های بین المللی بسیار کوشش شدید نموده اند. این کشور ها بیشترین ارزش صادرات را دارند و استراتژی صادراتی شان بازار های پرمفاد پون اتحادیه اروپا را با در نظر داشت مسایل دموگرافیک، سطح مصرف و رشد این کشور ها را هدف قرار میدهند.

نگاه صادراتی: سنجش قیمت های صادراتی نشان داد که در بازار های موجود صادراتی فرصت های محدود صادرات تریبوز وجود دارد: پاکستان و هند درین بازار ها قیمت تریبوز بسیار رقابتی است که ساحه مفاد کمی را برای صادرکننده دربردارد حتی اگر زمان بندی صادرات مناسب هم باشد. تحرک قیمت تعادلی صادراتی در بازار های جدید که از جمله عمده ترین کشور های وارداتی در جهان هستند و نمی توانند تقاضای داخلی شان را از داخل کشور های شان مرفوع سازند، که به شکل پراکنده به اینها صادرات صورت گرفته، نشان میدهد که صادرات تریبوز میتواند عایدات بیشتر را ایجاد کند. صادرات تریبوز به کشور های اتحادیه اروپا چون پولند و همچنان به روسیه باوجود قیمت های رقابتی امکانات مفاد بیشتر را پیشکش میکند.