



شرح مختصری از بازار: بادام  
نظری بر رشد صادرات



# بادام

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.

# MARKET BRIEF

شماره

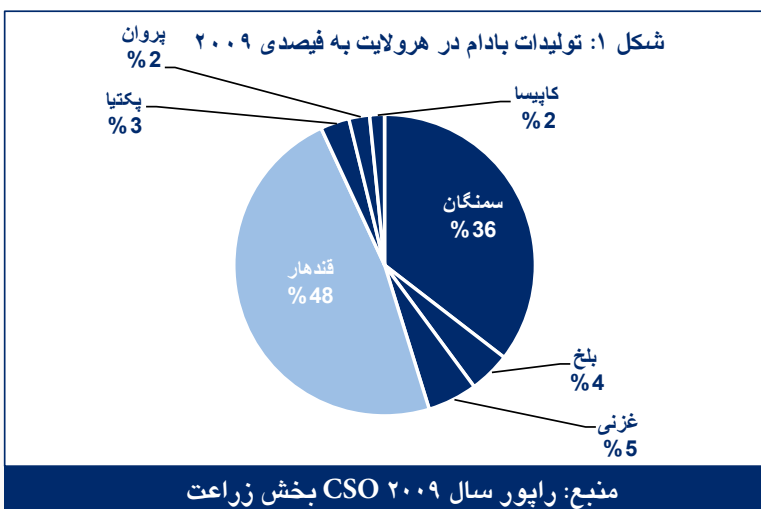
# PAYWAND

پیوند

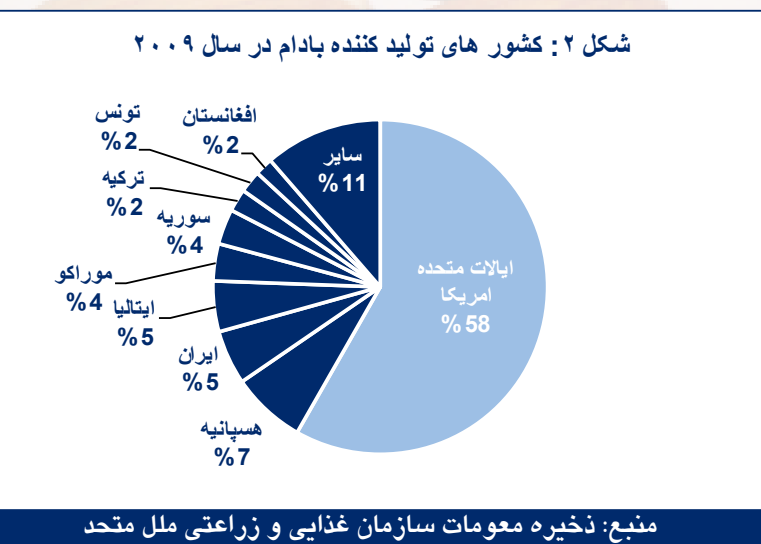


## بادام

تولید بادام طی دهه اخیر در کشور رشد دوامدار داشته است. این تولید یک سیر صعودی داشته و در طول مدت با وجود یک نزول اندکی در سال ۲۰۰۴ به اندازه ۲,۵ بار افزایش نموده است. معلومات بیشتر تولید سالانه و روند رشد آن در شکل ۳ نشان داده شده است. تولید داخلی بادام در مناطق جنوب غربی و شمالی تمرکز یافته که به ترتیب تقریباً ۴۸٪ و ۳۶٪ مجموع تولیدات را تشکیل داده و ولایات قندهار و سمنگان تولید کننده ان عمده میباشد، قسمیکه در شکل ۱ مشاهده میشود.



تولید جهانی بادام در سال ۲۰۰۹ به ۲۴۲۰ هزار تن رسیده بود که ۵۸٪ و یا ۱۱۴۱۰ تن آنرا ایالات متحده امریکا به خود تخصیص داده است. طبق بانک اطلاعات سازمان غذایی و زراعتی ملل متحد افغانستان از جمله ده کشور عمده تولید کننده بادام است که یونان، استرالیا و چیلی را به عقب گذاشته ولی با انهم تولید داخلی آن فقط ۲٪ تولیدات جهان را تشکیل میدهد.



موضوع اصلی این خلاصه بازار صنعت بادام میباشد. ما تولید و مصرف جریان تجارت و قیمت ها را به سطح ملی و بین المللی تحلیل مینمائیم، تا به سوالات ذیل پاسخ دهیم: (۱). آیا صنعت بادام افغانی به سطح منطقه و یا فرا تر از مرز های کشور رقابت نموده میتواند اگر بلی (۲). در کدام کشورها باید بازار های تاسیس و یا ایجاد شود (۳). برای دستیابی به مارکیت صادراتی جدید کدام نکات را باید در نظر گرفت.

پاسخ به این سوالات نظر به دلایل آتی مهم است: (۱). صنایع داخلی کشور ظرفیت کافی برای اتخاذ موقف خوبی در میان ده کشور عالی تولید کننده بادام در جهان را دارد، بادام از جمله اقلام مهم صادراتی میوه خشک است، که ۲۲٪ میوه خشک و خسته باب در سال ۲۰۰۹ بود (۳). مجاورت مارکیتهای بزرگ و وجود صادرات یک فرصتی است که مفیدیت های بیشتری را برای تولید کننده گان بادام پیشکش میکند و نباید از دست داده شود.

# جریانات تجارت

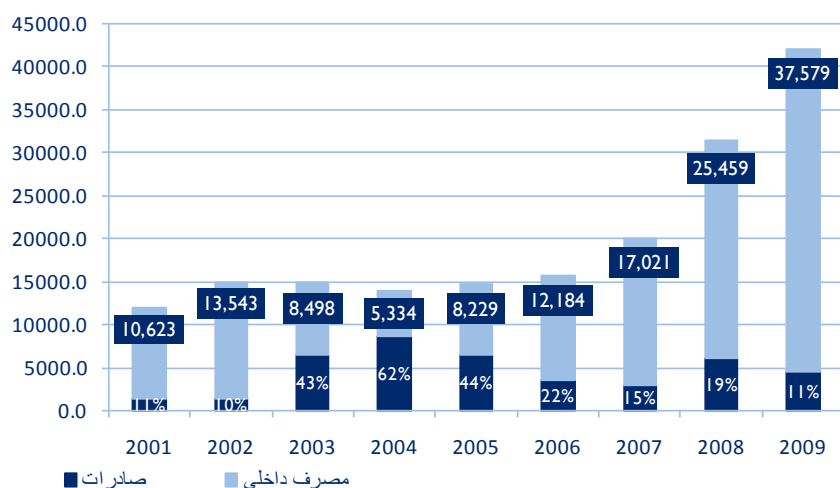
## صادرات

۲۰۰۷ به ۱۵٪ کاهش و بعداً در سال ۲۰۰۸ با افزایش کمی به ۱۹٪ تغییر نمود و بعداً در سال ۲۰۰۹ شاهد کاهش آن بودیم. ارزش صادرات سیر همسانی را تعقیب مینمایند، اگرچه ارتباط ارزش/مقدار صادرات صرف به اندازه ۰،۵ میباشد، ارتباط تغییر سالانه مقدار/ ارزش تنها ۰،۲۷ میباشد. این همه نشان دهنده این است که فکتورهای دیگری موجود است که ارتباط ارزش و مقدار صادرات را متأثر میسازد.

ارتباط بین مقدار و ارزش صادرات با تغییر کم، متأثر از فکتورهای مختلف مانند تغییر تقاضا و عرضه در مارکیت های صادراتی به هر دو جهت و عواملی که تاثیر مستقیم بر قیمت صادرات دارد، میباشد. انکشافات خوبی چون افزایش تولید و صادرات بادام درین سکتور ملاحظه شده است، مصرف جهانی در دهه اخیر دو برابر شده که از ۱۰۰۰ میلیون پوند در سال ۲۰۰۱ به ۲۰۰۰ میلیون پوند-

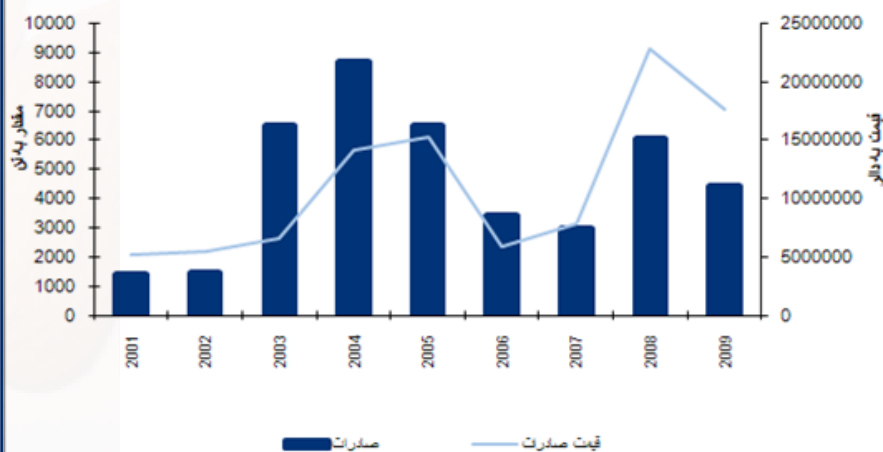
ارزش صادرات کشور در سال ۲۰۰۹ به اساس بانک معلومات ملل متحد به ۱۷ میلیون دالر امریکایی میرسد که در شکل ۴ نیز نشان داده شده است. به اساس منابع محلی (CSO) ارزش این صادرات ۳ برابر بیشتر شده است. بادام یکی از اقلامی است که راه خود را در مارکیت های محلی و بین المللی یافته است. طوریکه شما در شکل ۳ مشاهده مینمائید فیصدی صادرات برتولیدات سال به سال تغییر مینماید. هرچه اندازه تولید دیما بیشتر شده است اما اندازه صادرات این تمایل را تعقیب ننموده است، قسمیکه در شکل ۳ مشاهده میشود. در نتیجه گفته میتوانیم که سهم صادرات به تولید کلی از یک کشور به دیگر کشور نظر به سال متفاوت است، به تفصیل این گفته میتوانیم که فیصدی تمام صادرات در جریان سالهای ۲۰۰۴-۲۰۰۱ به اندازه ۶۲٪ افزایش نموده است که در سال-

شکل ۳: صادرات، مصرف داخلی و تولیدات بادام در سالهای ۲۰۰۱-۲۰۰۹ به تن



منبع: ذخیره معلومات UNSTAT و FAO

گراف 4 صادرات افغانستان به اساس مقدار و قیمت - 2009 - 2001



منبع: ذخیره معلومات UNSTAT

# بادام

## بازار - هند

با افزایش قیمت های داخلی کشور این تفاوت به مقایسه کمترین قیمت بازار به ۱۷۲ فیصد و به مقایسه بلندترین قیمت بازار به ۱۲۹ فیصد رسید.

در صورت سنجش قیمت صادراتی حد اقل قیم با افزایش ۷۴٪ به ۲،۴ دلار فی کیلو و قیمت حد اکثر با ۶۲٪ افزایش به ۴ دلار فی کیلوگرام میرسد. با وجود نرخ تعرفه بلند وارداتی و مصارف ترانسپورتهی هنگفت، فاصله آزاد ۲۱۳٪ بین حد اقل قیمت صادرات و ۷۸٪ حد اکثر قیمت بین مارکیت عمده فروشی دهلی جدید و قیمت صادرات بادام داخلی باقی میماند. استراتیژی های مختلفی برای استفاده از قیمت های رقابتی بادام کشور به اشکال مختلف جهت نفوذ در مارکیت مورد استفاده قرار گرفته میتواند. صادر کننده میتواند در صدد مفاد بیشتر تر باشد و قیمت های بلندی را تعیین کند و یا هم در صورت پیشنهاد کردن قیمت های نازلتر و ترک مفاد بلند به تجار محلی حالت رقابتی را به خود اختیار مینماید. با قیمت های فایده آور صادراتی به هند و موجودیت رقابتی دوردست تمرکز بیشتر را باید بر بازار های بادام هند کرد و باید دلایل سطح پایین پوشش در این بازار دانسته شود.

## بازار های جدید - اتحادیه اروپا

تقاضای این بازار برای میوه خشک به ۲،۲ میلیون تن در سال ۲۰۰۹ رسیده که بادام جایگاه دوم را بعد از مغززمینی بدست آورده که ۲۵٪ مصرف مجموعی مغزیات را تشکیل داده یا ۵۵۰ هزار تن میشود. طبق راپور مشابه CBI مقدار بیشتر بادام در صنعت قنادی مورد استفاده صورت میگیرد در حالیکه باقیمانده آن به منظور خوراک روزمره مورد استفاده قرار میگیرد.

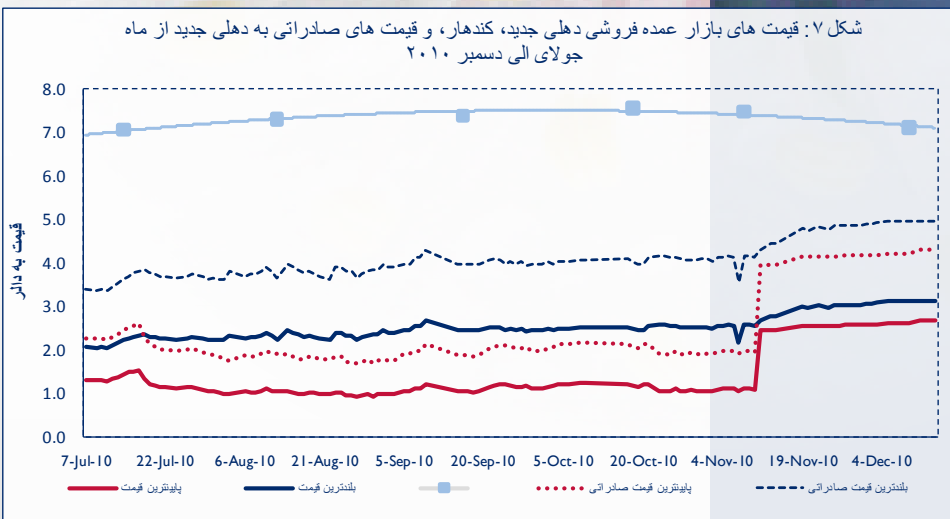
تقاضای داخلی برای بادام در هند به شکل ثابت افزایش نموده است. توقع برده میشود که تقاضای داخلی هند به اندازه ۵،۶٪ فیصد به ۵۶۰۰۰ تن در ۲۰۱۱/۲۰۱۰ و ۵٪ فیصد به ۵۸۰۰۰ تن در سال ۲۰۱۲/۲۰۱۱ خواهد رسید و طبق گزارش Tree Nuts ۲۰۱۰ GAIN هند وارد کننده خالص بادام فقط ۲٪ فیصد تقاضای خود را از داخل هند تهیه میکند. تقاضای داخلی هند عمدتاً توسط واردات از ایالات متحده امریکا برآورده میشود، که ۷۴٪ فیصد تمام واردات هند را تشکیل میدهد. افغانستان از همین منبع تنها ۵ فیصد تمام واردات را به دست میآورد. از طرف دیگر قیمت رقابتی بین قیمت های عمده فروشی در مارکیت عمده فروشی داخل کشور و مارکیت عمده فروشی دهلی جدید تفاوتی را نشان میدهد که فرصت عمده ای برای تولیدات افغانی میباشد.

## به تفصیل:

قیمت ها در بازار عمده فروشی داخل قندهار در جریان نیمه دوم سال ۲۰۱۰ نوسان کمی داشته و الی هفته اول ماه نومبر پایتترین قیمت در حدود ۱،۱۱ دلار فی کیلو و سطح اعظم آن ۲،۳۹ دلار فی کیلو بود. تا اینکه به شکل ناگهانی پایتترین سطح قیمت ها ۱۲۴٪ افزایش نمود و تفاوت بین پایتترین و بلندترین قیمت به ۱۷ فیصد رسید. مقایسه این قیم با قیمت های عمده فروشی در دهلی جدید نشان دهنده تفاوت بزرگی است.

نظر به راپور که بالای درخت های میوه خشک تهیه شده است نشان میدهد که، قیمت اوسط بادام در این جریان ۷ دلار فی کیلو بود. قیمت ها در دهلی جدید از ۲۱۸ الی ۴۶۰ فیصد بالاتر از قیمت بازار عمده فروشی در قندهار در ماه جولای بود.

شکل ۷: قیمت های بازار عمده فروشی دهلی جدید، قندهار، و قیمت های صادراتی به دهلی جدید از ماه جولای الی دسامبر ۲۰۱۰



منبع: معلومات اداره انکشاف زراعت ایالات متحده (GAIN) اداره گمرکات پاکستان. \*قیمت صادراتی شامل مصارف ترانسپورت، گمرک و تعرفه وارداتی میباشد (تعرفه هند بر بادام ۵۰٪).



راه های صادراتی به تمام بازار های مهم مانند چین یا اتحادیه اروپا نرسیده بلکه به شکل منطقه ای متمرکز بوده است. هند از جمله بزرگترین شرکای صادراتی تولیدات افغانستان بوده و یک بازار پر منفعت است ولی بازار های کشف نشده دیگر نیز وجود دارد.

آیا قیمت بادام داخلی در مقابل مصارف گزاف ترانسپورت، تعرفه و موانع غیر تعرفوی رقابت نموده میتواند؟

در صفحات بعدی ما بر فرصت ها در بازار های موجود و مارکیت های جدید تمرکز خواهیم نمود.

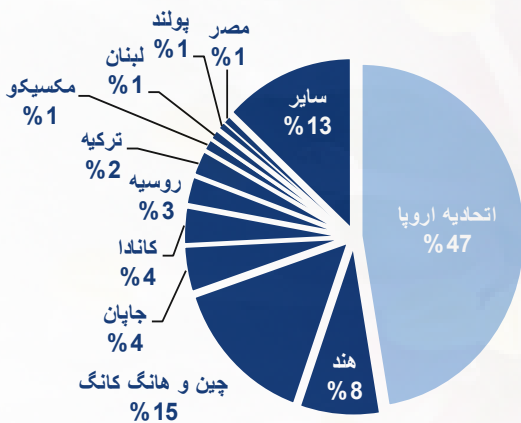
در سال ۲۰۰۹ رسیده است. منابع مختلف پذیرفته است که افزایش در تقاضا برای تغذیه صحت نه تنها در ممالک سنتی بلکه در بازار های جدید چون چین، آسیای میانه و کشورهای رو به انکشاف بوجود آمده است. ممالک که بیشترین مصرف کننده بادام میباشند عبارت اند از اتحادیه اروپا با ۴۷٪ یا ۱۱۰۶ میلیون دلار تمام واردات، چین و هانگ کانگ به ارزش ۳۳۷ میلیون دلار، هند و کشورهای دیگر به ارزش ۱۸۷،۹ میلیون دلار طوریکه در شکل ۶ نشان داده شده است. با این همه آیا ما همه عواملی را که بر این سکتور تاثیرگذار اند و فکتور های که در عقب این انکشافات هستند میدانیم؟ آیا مفیدیت های ممکنه از فرصت های بازار یابی بین المللی بشکل کامل آن تشخیص و به حد اعظمی آن رسیده است؟

برای پاسخ به این سوالات باید بر انکشافات اخیر در بازار های جهانی و موقف صنعت بادام افغانستان در این بازار ها تمرکز صورت گیرد.

شکل ۶ نشان میدهد که صنایع داخلی به کدام بخش تخصیص داده شده است. در جریان دهه گذشته بیشترین ارزش تولیدات به کشور هند صادر شده است که قیمت وسطی این صادرات ۳،۸ دلار فی کیلو گرام بوده است. مقدار زیاد این تولیدات به ارزش بسیار کم (۰،۳ دلار فی کیلو) به کشور پاکستان صادر شد. این دو مارکیت عمده ترین بازار ها برای تولیدات بادام افغانی میباشند. بعضا بادام افغانی به کشور جرمنی نیز صادر میگردد جائیکه به بهترین قیمت یعنی ۵،۸ دلار فی کیلو به فروش میرسد.

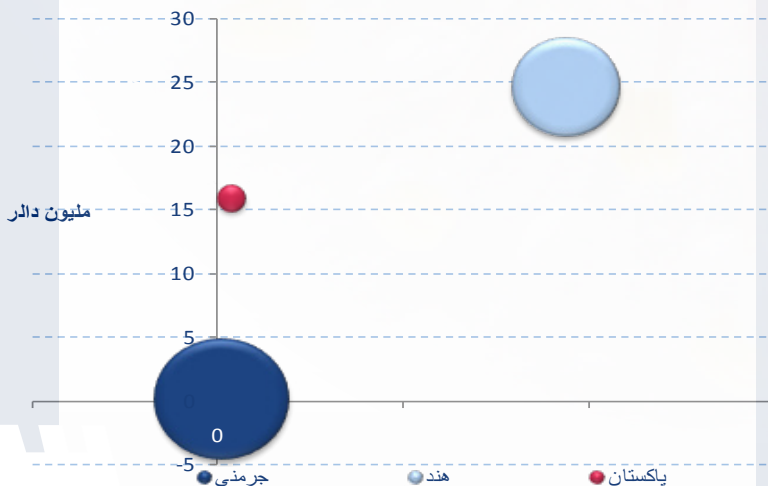
تحلیل تمام فکتور ها در این مورد مانند عرضه داخلی، عرضه جهانی، تقاضا و جریانات تجارت نشان دهنده این است که افغانستان رول عمده را در بین ده مملکت بزرگ تولید کننده بادام بازی نموده میتواند.

شکل ۵: سهم کشور های وارد کننده بادام در سال ۲۰۰۹



منبع: ذخیره معلومات FAO

شکل ۶: شرکای صادرات بادام افغانستان از ۲۰۰۱ الی ۲۰۰۹



منبع: ذخیره معلومات UNSTAT

\* X = Value US\$ Y = Quantity in Kg Size = Average Export Price US\$/Kg

## بادام

هانکانگ و چین در سال ۲۰۰۹ به اندازه ۱۵ فیصد بادام جهان را وارد نمود که ۶۸٪ (۲۳۰ میلیون دالر) تقاضای آن توسط ایالات متحده امریکا عرضه شده بود.

چین یک بازار بزرگ با تقاضای رو به افزایش مصرفی بادام و مغزیات درختی دیگر میباشد. طبق یک راپور مشابه مصرف داخلی آن با ظرفیت جذب ۱۵٪ افزایش در واردات در جریان ۲۰۱۰-۲۰۱۱ تخمین زده شده است در حالیکه ارزش واردات طبق منابع مختلف به شکل ثابت افزایش نموده است.

با وجود بلند رفتن قیمت ها در سالهای گذشته وارد کننده گان و پروسس کننده گان مطمئن اند که فروشات شان افزایش خواهد کرد. این بازار با وجود قیمت بلند تولیدات کالیفورنیا عمدتاً توسط ایالات متحده امریکا عرضه میگردد. جدول ۲ قیمت تولید را در ایالات متحده امریکا در مقابل قیمت عمده فروشی در کندهار در نیمه دوم سال ۲۰۱۰ نشان میدهد. فرق بین این دو قیمت ها (به مقایسه سطح پایین و بلند قیمت ها) یک تغییر ۱۱۲٪-۳۷۳٪ در سپتامبر و ۹۲٪-۱۷۵٪ در نومبر را نشان میدهد.

پایینترین قیمت صادراتی ۲٫۲ دالر فی کیلو و بلندترین آن ۳٫۶ دالر فی کیلو سنجش شده است. قیمت صادراتی شامل ۲۴ فیصد تعرفه واردات و ۰٫۵ دالر فی کیلوگرام مصارف ترانسپورت میباشد. با وجود مشکلات متعدد و رقابت شدید در بازارهای بزرگ چینی، بادام افغانستان با داشتن یک ستراتیژی درست میتواند به شکل درست این بازارها را تسخیر کند. بطور مثال بادام با قیمت بسیار پاینتر از قیمت محلی هانگ کانگ که ۲٫۶ دالر فی کیلوگرام میباشد، میرسد (Food Processing Gain Report)، که این توانسته که بشکل قابل ملاحظه ای الی ۶۸ فیصد مارکیت را تسخیر نماید. قبل از داخل شدن به این بازار های باید معلومات بیشتر در مورد رقبا و بازار گرفته شود.

پیگیری و ردیابی: صادر کننده گان باید قادر باشند تا تجار و مسولین اروپایی را از مشخصات تولید و تاریخ مصونیت غذا آگهی دهند. آنها باید همیشه همراه با وارد کننده گان و متخصصین در ارتباط به ستندردهای تعیین شده مارکیت در تماس باشند.

ضد عفونی کردن مواد باقیمانده: حد اکثر سطح مواد باقیمانده (MRL's) توسط کمیته اروپا جهت محافظت مصرف کننده گان از سطح بلند دوا های زراعتی در غذا وضع شده و مستقیماً بر میوه خشک و سبزیجات تطبیق میگردد. قانون ۲۰۰۵/۳۹۶ در مورد ضد عفونی کردن مواد غذایی از ماه سپتامبر سال ۲۰۰۸ به این طرف قابل تطبیق است.

نشانه گذاری (Labeling) خوراکیه باب: این قانون عمومی در EC Council Directive/۱۳/۲۰۰۰ تصویب شد. ضروریات حد اقل نشانه گذاری عبارت اند از: معلومات در مورد کشور بنیاد گذار، تاریخ، ماه، سال بسته بندی و هم چنان اسم تولید کننده و صادر کننده میوه خشک. قانون جدید که تصویب شده خواستار معلومات بیشتر در لیبل است.

بازار های جدید - بازار چین: گزارش سالانه اداره انکشاف زراعت ایالات متحده در ارتباط مغزیات در چین، که در ماه اکتوبر ۲۰۱۰ نشر شد، مقدار واردات چین را ۷۰۰۰ تن در سال ۲۰۱۱/۲۰۱۰ تخمین کرده است. طبق بانک معلومات UNSTAT مقدار واردات در سال ۲۰۰۹ به ۵۰۰۰ تن رسیده بود. در حالیکه راپور قبلی (GAIN) نشان میدهد که اکثر مغزیات چین از طریق هانگ کانگ وارد میشود. واردات بادام پوستدار و بی پوست به هانکانگ و چین به ۳۳۷٫۵ میلیون دالر و ۷۵۷۲۸ تن میرسد که از انجمله ۷۰٪ آن پوستدار و باقیمانده آن بی پوست بود.

جدول دوم: قیمت های مولدین در امریکا و در افغانستان در سال ۲۰۱۰

	قیمت تولید کننده کالیفورنیا		قیمت تولید کننده در بازار داخلی به دالر فی کیلو	تفاوت به فیصدی
	به دالر فی پوند	به دالر فی کیلو		
جولای	2.05	4.6	2.22-1.27	%115 - 258
اگست	2.15	4.8	2.31-1.01	%93 - 333
سپتامبر	2.35	5.2	2.47-1.10	%112 - 373
اکتوبر	2.3	5.1	2.51-1.14	%103 - 347
نومبر	2.4	5.3	2.77-1.96	%92 - 175



بادام افغانستان به مقایسه تهیه کننده گان عمده دیگر دارای قیمت رقابتی است. ولی این بادام در بازار اروپا به ندرت دریافت میشود.

واضحاً باید به مشکلات غیر تعرفه ای چون شرایط دخول اموال از کشور های روبه انکشاف به بازار اروپا توجه و کار بیشتر صورت گیرد. مهمترین شرایط قانونی شامل مصونیت غذایی، پیگیری و ردیابی، حد اعظم مواد باقیمانده و اضافی، طرز نشانه گذاری (Labeling)، تعرفه و حد نهایی مقدار واردات میباشد.

قانون عمومی غذا: تصویب قوانین در این اواخر تمرکز بیشتر بر فروش اجناس و کالاهای مصون در بازارهای اروپایی داشته است. قانون عمومی غذا مسولیت بزرگی را به دوش تمام کسانی که در زنجیر عرضه غذا فعالیت دارند گذاشته است. این قوانین بر مواد غذایی تولید شده در کشورهای غیر اروپایی که در مارکیت های اروپا به فروش میرسد نیز تطبیق میشود.

سیستم HACCP : قانونا بر هر پروسس کننده و وارد کننده در اتحادیه اروپا است تا سیستم تصدیق خطرو تحلیل نقطه کنترل مهم و حساس داشته باشد. این سیستم کمک میکند تا مسولین متیقن شوند که مواد غذایی در صورت استفاده در حالت عادی به مصرف کننده هیچ ضرری نمی رسانند. تولید کننده گان و صادر کننده گان که میخواهند مواد غذایی را به اتحادیه اروپا صادر کنند باید سیستم HACCP را داشته باشند و یا شریک تجارت خود در اروپا را مطمئن سازند سیستم مشابهی را بکار ببرند.

اتحادیه اروپا بعد از ایالات متحده دومین بزرگترین بازار مصرف کننده بادام میباشد که هر نفر آن ۰٫۵ کیلوگرام بادام را مصرف میکند. ارزش واردات این بازار در سال ۲۰۰۸/۲۰۰۹ به ۸۹۳ میلیون یورو میرسید که ایالات متحده امریکا موفق بزرگترین تهیه کننده را با ۶۰٪ واردات بدست آورده و در ۳۰٪ آن از داخل اتحادیه اروپا تهیه میشد. وارد کنندگان اصلی این بازار عبارت از جرمنی (۲۶٪)، اسپانیا (۲۰٪)، فرانسه (۱۱٪) و ایتالیا (۱۰٪) میباشد.

قیمت های بادام در بازارهای اروپا معمولاً نوسانات قیمت های جهانی را که ارتباط نزدیک با عرضه و تقاضا دارد تعقیب میکند که عرضه کنندگان عمده چون ایالات متحده امریکا بیشترین تاثیر را برین قیمت ها دارد. جدول فوق نشان دهنده قیمت های صادراتی کشور به اروپا با اجزای متشکله آن بوده، و آنرا با قیمت های (CIF) عرضه کننده گان عمده قرار رسید بادام شان در اروپا مقایسه میکند. یکی از مشخصات این بازار برای تجارت نرخ پایین تعرفه آن است، خاصاً در مورد بادام افغانستان، که هیچ نوع تعرفه ای بالای آن وضع نشده است. بخاطر مصارف ترانسپورتی بلندتر اروپا نسبت به هند، سطح قیمت های صادراتی این دوبازار همسان شده اند. قیمت تخمین شده CIF، که شامل مصارف ترانسپورت، تعرفه، مصارف تولید و ۱۵٪ مفاد نهایی میباشد، بین ۲٫۲ و ۳٫۵ دلار فی کیلوگرام تفاوت میکند. از سوی دیگر قیمت های عرضه کننده گان ایالات متحده امریکا (CIF) بین ۳٫۵ الی ۴٫۹ دلار فی کیلوگرام تغییر نموده اند. تفاوت بین این دو تهیه کننده نظر به قیمت های CIF، ۴۰٪ تا ۶۰٪ یا در حدود ۱٫۳۵ دلار فی کیلوگرام میباشد.

جدول ۱: مقایسه قیمت های CIF با قیمت های اتحادیه اروپا

واحد اندازه گیری	دلار فی کیلو
قیمت تولید کننده در قندهار به طور اوسط	۱٫۴-۲٫۵
مصارف ترانسپورت	۰٫۵
تعرفه وارداتی در اتحادیه اروپا (۰٪)	۰٫۰۰
قیمت تمام شد تولید کننده + ترانسپورت + تعرفه وارداتی + ۱۵٪ مفاد	۲٫۲-۳٫۵
بادام امریکایی (CIF)	۳٫۵-۴٫۹
تفاوت با قیمت های ایالات متحده (CIF)	فیصدی
قیمت های ایالات متحده با قیمت های افغانستان	۶۰٪-۴۰٪
تفاوت با قیمت های ایالات متحده (CIF)	دلار فی کیلو
قیمت های ایالات متحده با قیمت های افغانستان	۱٫۳-۱٫۴

منبع: CBI EU Price Development Report, MALOMAT Database

\*The Eligible Nuts and Dried Fruits Market in the EU, 2009), CBI

## نتیجه‌گیری

**چشم انداز متشبه‌ترین بادام:** برای جد و جهد شخصی به منظور انکشاف صادرات از شکل صادرات سنتی به شکل که دستیابی به فرصت های صادرات در بازار های محلی و یا خارجی صورت گیرد، امکان و گنجایش وجود دارد. فکتورهای مهم که قبل از داخل شدن به بازار باید در نظر گرفته شود عبارت اند از: (۱). موانع غیر تعرفوی و شرایط ضروری برای صادرات (۲). گرایش جهانی عرضه و تقاضا که قیمت موسمی را به شکل مثبت و یا هم منفی متاثر ساخته و بلاخره داخل شدن به بازار را تحت تاثیر قرار خواهد داد (۳). موضوعات دیگر بازار که بتواند تقاضای مشتریان نهایی را در بازار های مختلف به مقایسه بازار های سنتی مرفوع سازد.

**چشم انداز ملی:** بادام یکی از اقلام مهم تولید میوه خشک در افغانستان میباشد. تولید و صادرات بادام در دهه اخیر شدیداً رشد نمود. بادام سهم قابل ملاحظه ای از بازار صادرات میوه خشک کشور را تشکیل داده و مقدار زیاد آن در داخل کشور به مصرف میرسد.

**چشم انداز جهانی:** افغانستان از جمله ده کشور تولید کننده بادام در جهان است ولی بنابر صادرات کمی که دارد شهرت جهانی خوبی ندارد. کشورهای عمده مانند ایالات متحده امریکا که مقدار بیشتر را صادر میکند تاثیر عمده بر قیمت در بازار جهانی دارد که انهم پیوند محکم با عرضه و تقاضا دارد. ستراتیژی صادراتی آنها بسوی مارکیت های پر منفعت چون اتحادیه اروپا، چین و هند از نگاه نفوس و رشد متوقعه بازار ظرفیت خوبی دارند طرح شده است.

**چشم انداز صادرات:** اکثر قیمت های صادرات نشان داده که بادام از نگاه قیمت در فواصل جدید و موجود قابل رقابت میباشد. ارزیابی مارکیت هند بادام افغانی را به نمایش گذاشت که با قیمت کاملاً رقابتی و ظرفیت رشد صادرات سهم کمی داشت. مارکیت اروپا یکی از بازار های پر منفعت بوده که دارای مصرف سرانه بلند بوده و عاید یکه از فروش این قلم بدست میآید قابل ملاحظه میباشد و بر علاوه بادام افغانی میتواند درین بازار قیمت رقابتی داشته باشد. بهر حال ویژه گی های هر مارکیت باید بشکل مواظبانه تخمین و ارزیابی گردد. در قالب مارکیت اروپا تجارت افغانستان باید مبارزه خود را در مقابل موانع غیر تعرفوی در نیاز به رسیدن به مارکیت مانند امنیت، پیشرفت پروژه، عوامل ضد عفونی و قوانین بسته بندی مبارزه کند. مارکیت چین یکی از فرصت های غیر کشف شده دیگر میباشد که باید بشکل ستراتیژیکی بررسی شود تا بشکل موفقانه به ان دسترسی پیدا کرد.

