

## ارزیابی انتشار فضایی و عوامل تأثیرگذار بر بازاریابی بین‌المللی زعفران در افغانستان

محمودرضا میرلطفی<sup>۱</sup> - استادیار جغرافیا و برنامه‌ریزی روستایی، دانشگاه زابل، زابل، ایران  
سیدامیرمحمد علوی‌زاده - استادیار جغرافیا و برنامه‌ریزی روستایی، دانشگاه پیام نور، کاشمر، ایران  
نیما صفرپور - دانشجوی کارشناسی‌ارشد جغرافیا و برنامه‌ریزی روستایی، دانشگاه زابل، زابل، ایران  
تاریخ دریافت: ۱۳۹۱/۹/۲۵      صص ۹۷-۱۱۳      تاریخ تصویب: ۱۳۹۱/۱۲/۲۰

### چکیده

زعفران یکی از باارزش‌ترین محصولات کشاورزی و گران‌ترین ادویه جهان است. این گیاه از جمله گیاهانی است که با توجه به اقلیم و عرض جغرافیایی خاص و با نیاز آبی کم، اهمیت استراتژیک زیاد و تأثیرات اقتصادی و اجتماعی فراوانی که در کشورهای تولیدکننده، به‌ویژه کشور افغانستان دارد، می‌تواند اثرگذاری ویژه‌ای را در بازار بین‌المللی به‌خود اختصاص دهد. بنابراین، این گیاه می‌تواند آینده‌ای مناسب همراه با گسیل شدن سرمایه‌گذاری‌ها و حمایت‌ها به عرصه بازاریابی بین‌المللی زعفران، داشته باشد. هدف از انجام تحقیق حاضر، ارزیابی انتشار فضایی کشت زعفران در کشور افغانستان و هدف جزئی‌تر آن، بازاریابی مناسب این محصول به‌لحاظ کیفیت مناسب در عرصه بین‌المللی است. یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد که کشور افغانستان به دلیل شرایط جوی خاصی که دارد، دارای زمینه انتشار فضایی مناسبی برای کاشت زعفران است و به‌موازات ارزش اقتصادی بالای زعفران، افزایش تقاضای بازار بین‌المللی را با خود به‌همراه آورده است. از جمله عوامل تأثیرگذار در این زمینه را می‌توان از یک سو، مشترکات زیست‌محیطی (اکوسیستم)، قومی، فرهنگی و از سوی دیگر، حضور مدیریت توسعه‌یافته جهانی به‌عنوان پشتیبان توسعه زراعی، کاشت، برداشت، بازاریابی مدرن و توسعه یافته مبتنی بر فناوری اطلاعات و تجارت الکترونیک و سرمایه‌گذاری کلان، به‌ویژه در آموزش منابع انسانی نام برد. همه موارد ذکر شده افغانستان را به‌عنوان گزینه‌ای جدی در تجارت جهانی زعفران در سال‌های آینده مطرح خواهند کرد.

**کلیدواژه‌ها:** انتشار فضایی، زعفران، بازار بین‌المللی، افغانستان.

## ۱. مقدمه

## ۱.۱. طرح مسئله

کشت و تولید زعفران به دلیل شرایط اقلیمی خاص، در عرض‌های جغرافیای محدودی انجام می‌شود. با توجه به این شرایط اقلیمی، بازار گسترده، تقاضای فراوان و نیز قابلیت‌های زیاد این محصول، کشورهای صادرکننده رقابت اقتصادی تنگاتنگی را در عرصه جهانی، با سطح کشت بالای زعفران و کیفیت‌های متفاوت آن به‌نمایش می‌گذارند. با توجه به اسناد تاریخی که وجود دارد، ایرانیان نخستین زعفران‌زارهای جهان را در ایالت باستانی ماد، در نواحی الوند و دامنه‌های زاگرس ایجاد کرده‌اند که بعدها به دیگر نواحی زعفران‌خیز گذشته و جدید ایران و نیز سایر نقاط دنیا تسری یافته است (ابریشمی، ۱۳۸۳: ۱۱۹). کشورهای عمده تولیدکننده زعفران در جهان عبارت‌اند از: ایران، اسپانیا، هندوستان، فرانسه، یونان، الجزایر، مراکش، ایتالیا، استرالیا، افغانستان (پرمه، ۱۳۹۰). میزان تولید جهانی این محصول در سال ۲۰۰۹ حدود ۱۵۷ تن بوده که از این میزان بیشترین سهم تولید (۶/۹۵٪) از آن ایران بوده است. سطح زیرکشت و میزان تولید زعفران در کشور افغانستان طی ۱۰ سال اخیر با توجه به اهمیت این کشت و نزدیکی به کشور ایران، رشد قابل ملاحظه‌ای داشته است؛ به‌طوری که سطح زیرکشت از ۱۶ هکتار در سال ۲۰۰۴ به ۲۵۰ هکتار در سال ۲۰۰۸ افزایش یافته است. همچنین، میزان تولید از ۶۰ کیلوگرم در سال ۲۰۰۴ به ۸۰۰ کیلوگرم در سال ۲۰۰۸ افزایش یافته است و سهم تولید آن از کل دنیا در سال ۲۰۰۹، ۱/۹۳ می‌باشد. مهم‌ترین هدف از انجام این پژوهش، ارزیابی انتشار فضایی کشت زعفران در کشور افغانستان و بازار مناسب این کشت به‌لحاظ داشتن کیفیت مناسب در عرصه بین‌المللی است. هدف جزئی‌تر دیگری که بر اهمیت این مقاله می‌افزاید، بررسی سیاست‌های حمایت بین‌المللی است که در حمایت از این محصول در کشور افغانستان صورت می‌گیرد، می‌باشد. ضرورت انجام این پژوهش از نظر کشوری آن است که اگر مسؤولان امور تولید و بازاریابی زعفران در کشور ایران - که خاستگاه اولیه تولید زعفران است - اقدامات مناسب و لازم را برای ارتقای جایگاه تولیدی و صادراتی این محصول به‌درستی ایفا نمایند، با توجه به سرعت کشور افغانستان در این زمینه، در فاصله زمانی اندکی موقعیت کشورمان در ارتباط با این محصول و

مزیت نسبی آن، با چالش جدی روبه‌رو خواهد شد؛ زیرا از یک سو، کشاورزان و دولت افغانستان با گام‌های بلند و آگاهانه و از سوی دیگر، وجود حمایت‌های بین‌المللی در حوزه‌های تولید و پس از تولید این محصول، قدم در راه کسب جایگاه مناسب بین‌المللی در این زمینه برداشته‌اند. در راستای این افزایش روبه‌رشد و شرایط و کیفیت مناسب این محصول و بازار جهانی و تبعات این تأثیر بر زعفران در عرصه بین‌المللی، در این مقاله سعی بر آن است که سؤالات ذیل بررسی و تحلیل شود:

۱. تطور تاریخی کشت زعفران و کشت فضایی آن در کشور افغانستان چه روندی را طی کرده

است؟

۲. چه عواملی بر بازار بین‌المللی زعفران در افغانستان تأثیر دارند؟

## ۲. روش‌شناسی تحقیق

در پژوهش حاضر از روش تحقیق توصیفی - تحلیلی استفاده شده است که علاوه بر توصیف انتشار فضایی و تطور تاریخی زعفران در کشور افغانستان، به تحلیل عوامل مؤثر بر بازار بین‌المللی زعفران در افغانستان پرداخته شده است. برای انجام این تحقیق از روش اسنادی با هدف تهیه اطلاعات و سپس تحلیل آن بهره گرفته شده است. در تهیه اطلاعات اسنادی سعی شده است تا گردآوری نشریات، منابع کتابخانه‌ای، آمارنامه‌ها، نقشه‌ها و سایت‌های اینترنتی صورت گیرد. در نهایت، با تحلیل اطلاعات اسنادی به دست آمده به تدوین نتایج تحقیق اقدام شده است.

## ۳. توزیع فضایی زعفران در جهان

طبق مستندات تاریخی مهم‌ترین مناطق زعفران‌خیز گذشته و امروز، در فاصله عرض‌های ۳۰ تا ۴۰ درجه جغرافیایی و در فاصله فلات ایران در شرق تا اندلس در غرب قرار گرفته‌اند؛ اما شهرت و مرغوب بودن جهانی زعفران در ادوار تاریخی گذشته همیشه به خاستگاه آن؛ یعنی ایران تعلق داشته است (ابریشمی، ۱۳۸۳: ۱۱۹). دو گروه از محققان هستند که در مورد مبدأ زعفران و شروع کشت آن با یکدیگر تفاوت نظر دارند؛ یک گروه، مبدأ زعفران را ایالت قدیم ماد، ایران، می‌دانند و گروه دیگر، خاستگاه زعفران را منطقه وسیع‌تری از کره زمین شامل یونان، ترکیه، آسیای صغیر و ایران می‌دانند. با

توجه به این نظرات، ایرانیان اولین کسانی بودند که زعفران را به سایر نقاط جهان باستان از جمله یونان، روم و چین و نیز به اعراب صادر کردند. همچنین، ایرانیان به شناساندن زعفران به عنوان گیاهی با خواص دارویی و خوراکی، معرفی و شیوهٔ زراعت آن، در سده‌های اول تا چهارم هجری به تمام مناطق پیرامون مدیترانه پرداختند. توزیع جغرافیایی زعفران با توجه به عرض جغرافیایی یادشده و کشورهای عمدهٔ تولیدکنندهٔ این محصول عبارتند از:

**ایران:** کشور ایران به دلایل تاریخی، مرکز انتشار و یکی از عمده‌ترین تولیدکنندگان جهانی زعفران است. سطح زیرکشت این محصول در ایران برابر با ۶۷۲۹۷/۵ هکتار و کل میزان تولیدی آن ۲۳۹ تن است.

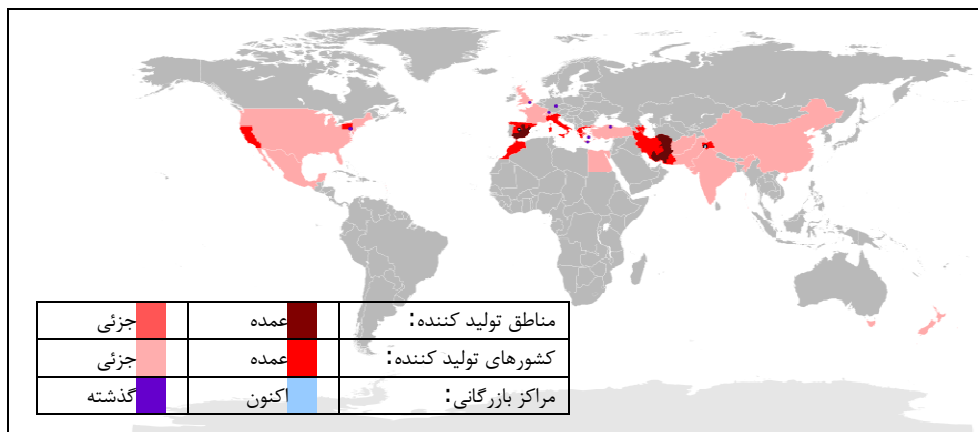
**اسپانیا:** این کشور بعد از ایران مهم‌ترین کشور تولیدکننده و صادرکنندهٔ زعفران است. مهم‌ترین منطقهٔ کشت زعفران، در ایالت بسیط و در شهر کاستیلا مانچا در جنوب اسپانیا قرار دارد. این منطقه، آب‌وهوایی شبیه به فائات در ایران دارد. میزان تولید این محصول در کشور اسپانیا ۵/۵ تن و سهم آن در تولید جهانی این محصول ۳/۲٪ است.

**یونان:** کشت زعفران در شمال این کشور در منطقهٔ کوزانی انجام می‌شود. میزان تولید آن حدود ۲ تن و سهم آن در تولید جهانی این محصول ۱/۲٪ است.

**هندوستان:** عموم مناطق کشت زعفران کشور هندوستان در شمال این کشور است که میزان تولید این محصول ۱/۵ تن و سطح تولید جهانی آن ۰/۹۵٪ است.

**مراکش:** از جمله کشورهای آفریقایی است که در زمان ورود مسلمانان به آن تولید این محصول نیز رواج یافته است. کشت زعفران در جنوب این کشور معمول است که میزان تولید آن ۳ تن و سهم جهانی آن ۱٪ است.

**سایر کشورها:** در این میان کشورهایی وجود دارند که به لحاظ کشت زعفران در سطح محدود و عملکرد کمتری در سطح جهانی قرار دارند و بازار جهانی تازه‌ای برای خود به‌وجود آورده‌اند که می‌توان به کشورهای از جمله ایتالیا، چین، افغانستان، فرانسه، سوئیس اشاره کرد (ابراهیم‌زاده و بذرافشان، ۱۳۸۵: ۴).



شکل ۱- توزیع پراکندگی زعفران در جهان

جدول ۱- وضعیت سطح زیر کشت. میزان تولید و بهره‌وری زعفران در کشورهای تولیدکننده این محصول  
 مأخذ: یافته‌های پژوهش و ایران، وزارت جهاد کشاورزی، آمارنامه سال ۱۳۸۹

کشورها	سطح زیر کشت (هکتار)	میزان تولید (تن)	عملکرد در هکتار (کیلوگرم)
ایران	۶۷۲۹۷	۲۳۹	۳/۵
اسپانیا	۶۰۰	۵/۵	۷/۸۴
هند	۲۸۲۵	۴/۴۶	۲/۲۸
یونان	۱۰۰۰	۴/۳۰	۴/۳۰
آذربایجان	۶۷۵	۳/۷۰	۵/۴۸
مراکش	۵۰۰	۱/۰۰	۲/۰۰
ایتالیا	۲۹/۴	۰/۲۴	۶/۱۶

#### ۴. یافته‌های تحقیق

##### ۴.۱. تطور تاریخی کشت زعفران در افغانستان

پیشینه تاریخی زعفران در افغانستان به حدود قرن چهارم هجری برمی‌گردد که افغانستان جزئی از کشور ایران بود و مناطقی همچون شهر بادغیس و آبادی درغش به کشت

زعفران بیشتر مشهور بودند؛ اما امروزه در این مناطق اثری از این کشت مشاهده نمی‌شود (ابریشمی، ۱۳۸۳: ۱۲۰). کشت زعفران به‌طور آزمایشی در سال ۱۳۵۲ از طرف دولت افغانستان به مساحتی در حدود ۴۰۰ متر مربع در فارم اردوخان هرات به صورت تحقیقاتی انجام شد و نتایج خوبی در برداشت؛ اما پیگیری جدی پس از آن صورت نگرفت (پرمه، ۱۳۹۰). اوایل سال ۱۳۷۱ اولین گروه پناهندگان افغانی از ایران بازگشتند و در منطقه غوریان استان هرات سکنی گزیدند و به همراه خود پیاز زعفران را برای کشت به این منطقه وارد کردند که این مسئله زمینه‌ای برای رشد و تحول در استان هرات و کشور افغانستان و نیز جایگزینی مناسب برای کشت تریاک در سطح منطقه شده است. در سال ۱۳۷۷ مؤسسات تحقیقاتی گوناگون از جمله کمیته دانمارکی به کمک سازمان پناهندگان افغانستان (داکار<sup>۱</sup>) کشت زعفران را به صورت آزمایشی در منطقه پشتون زرغون شروع کردند. این موضوع هنگامی که در سال ۱۳۸۱ برای اولین بار ۲۸ تن پیاز زعفران به صورت قاچاق از مرز زاهدان خارج شد، شکل جدی‌تری به خود گرفت (پرمه، ۱۳۹۰) و در سال ۱۳۸۴ پروژه‌ای با عنوان «تحقیق در تولید پایدار و بازاریابی زعفران و امکان کشت آن به عنوان کشت جایگزین» توسط سازمان تحقیقاتی ارتقای سطح زندگی وابسته به «ایکاردا<sup>۲</sup>» تصویب و با حمایت مالی انگلستان توسط مؤسسه داکار و دانشگاه واشنگتن اجرا شد که هدف از اجرای آن جایگزینی این کشت به جای کشت خشخاش بود که بخشی از درآمد خانواده‌های افغانی را دربر می‌گیرد.

در سال ۲۰۰۶ هلند حدود ۲۰ تن پیاز زعفران با وزن هر پیاز (۱۰ گرم) در اختیار افغانستان قرار داد که این پیازها در همان سال اول به گل نشستند. در سال ۲۰۰۷ نیز ایتالیا ۴۰ تن پیاز زعفران در اختیار این کشور قرار داد. هم‌اکنون کشورهای متعددی نظیر هلند (که برای خشک کردن زعفران شیوه بهداشتی، خشک‌کن‌های طبقی را در اختیار افغانستان قرار داده است)، دانمارک (که در توسعه کشت به افغانستان کمک می‌کند)، فرانسه (که تجهیزات فراوری را در اختیار افغانستان قرار می‌دهد)، آلمان (که مبلغ ۵۰۰ هزار یورو برای احداث یک آزمایشگاه مجهز آکرو دینه زعفران برای آزمایش کیفیت زعفران به افغانستان کمک کرده است) و در نهایت، آمریکا (که بر اقتصاد پایدار زعفران تأکید دارد) از

افغانستان در زمینه کشت زعفران حمایت می‌کنند. با توجه به گذشت مدت کوتاهی از حمایت‌های صورت گرفته، سه اتحادیه از جمله اتحادیه تعاونی زعفران‌کاران، اتحادیه صادرکنندگان و کمیته ملی زعفران در افغانستان تشکیل شده است و در سال ۱۳۸۵ اولین سمپوزیم ملی زعفران در هرات با مشارکت محققان، دانشگاهیان و مسؤولان اجرایی وزارت کشاورزی و آبیاری در این کشور برگزار شد (پرمه، ۱۳۹۰).

بخشی از تحولات صورت گرفته در این مدت کوتاه، نشان از انتشار موفق این کشت پرسود، با توجه به نرخ رشد و عملکرد آن در واحد سطح دارد و نویددهنده بازاری سرشار از زمینه سرمایه‌گذاری برای کشورهای که به مزیت نسبی این محصول پی برده‌اند، است.

#### ۴.۲. انتشار فضایی سطح زیرکشت زعفران در افغانستان

گسترش تولید زعفران در یک استراتژی ۵ ساله، بین سال‌های ۲۰۰۳-۲۰۰۸ با هدف کاهش کشت مواد مخدر، از سوی دولت جمهوری اسلامی افغانستان و سازمان‌های بین‌المللی صورت گرفته است. مطالعات انجام شده از طرف سازمان‌های بین‌المللی در افغانستان پس از جنگ در زمینه شناسایی محصولات سودآور برای جایگزینی مواد مخدر، زعفران را به‌عنوان محصولی سودآور، دارای پتانسیل زیاد و مناسب برای شرایط آب‌وهوایی غرب افغانستان معرفی کرده‌اند (Aslami & Qaraeen, 2006: 15).

افغانستان تولیدکننده عمده مواد مخدر در جهان برای یک دهه بوده است که این مسئله اقتصاد افغانستان را بسیار دچار اختلال کرده و سبب خدشه به امنیت و ثبات منطقه‌ای نیز شده است؛ بنابراین، پروژه‌های مختلفی توسط سازمان‌های بین‌المللی و با همکاری وزارت کشاورزی افغانستان در جهت رشد گسترش فضایی زعفران در شمال و غرب این کشور، برای جایگزینی کشت خشخاش انجام پذیرفته است.

سطح زیرکشت زعفران در کشور افغانستان بین سال‌های ۲۰۰۱-۲۰۰۰ حدود ۴/۳۸ هکتار گزارش شده است. در بین این سال‌ها تنها شهرستان‌های زرغون پشتون و غوریان تولیدکننده زعفران بوده‌اند و سایر شهرستان‌های غرب کشور به دلیل نوپا بودن این کشت و اشتغال به کشت خشخاش و

ناآشنایی با این کشت، فاقد اراضی زیرکشت زعفران بوده‌اند (Wyeth & Malik, 2008: 68). استان هرات در میان سایر استان‌های غرب کشور افغانستان شرایط جغرافیایی مناسب‌تری دارد که توزیع گسترش زعفران، ابتدا از این استان صورت گرفت. به‌علاوه، سایر شهرستان‌ها نیز پس از شناخت مزایای این محصول به سوی این کشت روی آوردند که از آن جمله می‌توان به شهرستان‌هایی چون شیندند، رباط‌سنگی، کرخ و انجیل اشاره کرد (Gohar & Wyeth, 2006: 23). با تحولاتی که طی سال ۲۰۰۴ در زمینه توسعه کشت زعفران و توسط مطالعات مؤسسه داکار دانمارکی (کمک به پناهندگان افغانستان) و ایکارد صورت گرفته است، زعفران را جایگزینی مناسب برای کشت خشخاش در منطقه هرات معرفی کردند و به توزیع پیاز زعفران در استان هرات اقدام نمودند که این جهش در سال زراعی ۲۰۰۴ حدود ۱۶ هکتار گزارش شده است. اضافه‌شدن شهرستان‌های شمالی و شرقی استان هرات و توزیع پیاز زعفران برای اولین بار در میان استان‌های دیگر افغانستان، پخش زعفران را وارد مرحله جدیدی از انتشار فضایی این محصول به مناطقی که دارای شرایط آب‌وهوایی و خاک مناسب بودند، کرد که از آن جمله استان‌های غور، بلخ، کابل، قندهار، زابل، اورزگان، کندز، غزنی، دایکندی، ننگرهار، لغمان و لوگر را می‌توان نام برد (RALF, 2007: 123).

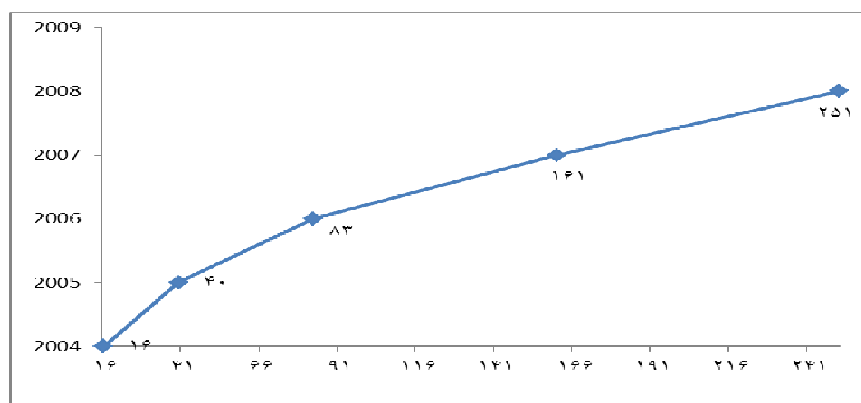
در سال زراعی ۲۰۰۵ میزان کشت زعفران ۴۰ هکتار گزارش شد که عمدتاً تحت‌تأثیر کشت زعفران در استان‌های جدید است. در سال‌های ۲۰۰۶ و ۲۰۰۷ به ترتیب، عملکرد سطح زیرکشت در حدود ۸۳ و ۱۶۱ هکتار گزارش شد. در نهایت، در سال ۲۰۰۸ گسترش فضایی زعفران به سطح زیرکشت حدود ۲۵۰ هکتار رسید و اضافه‌شدن ۲۷ استان به تولیدکنندگان زعفران، با توجه به خشکسالی‌ها و سرمای بسیار زیاد در این چند سال، زعفران را به‌عنوان محصولی که قابلیت توسعه فراوان همراه با رشد اقتصادی و اشتغال‌زایی زیاد و بازار بین‌المللی در سطح جهان است، معرفی کرده است.

این مطلب حائز اهمیت است که با توجه به مطالعات و آمارهایی که وزارت کشاورزی افغانستان درخصوص سطح زیرکشت زعفران در سطح ملی به کمک مؤسسه‌هایی همچون داکار، ایکارد و برنامه رالف<sup>۱</sup> ارائه داده است، استان هرات به‌لحاظ رتبه و سطح زیرکشت که در آخرین سال زراعی

1- Ralf







شکل ۳- روند تغییرات سطح زیرکشت زعفران در کشور افغانستان طی سال‌های ۲۰۰۴-۲۰۰۸

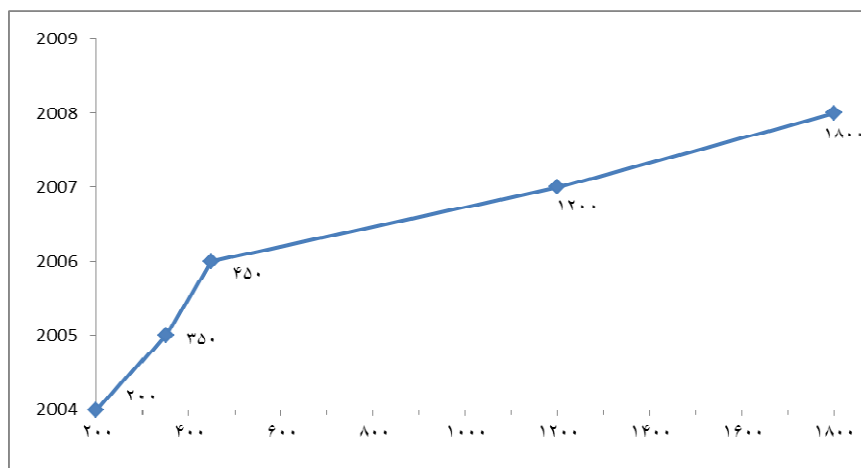
مأخذ: یافته‌های پژوهش، ۱۳۹۱

#### ۳.۴. وضعیت تولید و بازار زعفران در افغانستان

با توجه به آمارهای در دسترس، بررسی حجم تولید و بازار زعفران نشان‌دهنده رشد زعفران در میان تولیدکنندگان جهانی این محصول است و با داشتن بازار بین‌المللی به دلیل کیفیت مناسب، با برندهایی همچون ایران، برای صادرات این محصول در سطح جهانی برابری می‌کند. در سال ۲۰۰۴ سطح زیرکشت زعفران در افغانستان حدود ۱۶ هکتار بوده است که حجم تولیدی برابر با ۶۰ کیلوگرم و نرخ تولیدی برابر با ۳/۷۵ تن گزارش شده است. از این مقدار تولید، استان هرات بخش عظیمی از تولید را به خود اختصاص داده است و در این میان، شهرستان‌های هرات، غوریان و پشتون زرغون بیشترین سهم تولید را داشته‌اند. در سال ۲۰۰۵ تولید برابر با ۱۵۰ کیلوگرم و نرخ تولیدی ۳/۷۵ کیلوگرم در هکتار، جهش بالاتری را به خود اختصاص داده است که این جهش با پیوستن شهرستان‌های شیندند، رباط‌سنگی، کرخ، انجیل، زنده‌جان استان هرات میزان تولید را مجدداً افزایش داده است. در سال ۲۰۰۶ تولید به دو برابر؛ یعنی ۲۴۰ کیلوگرم و نرخ تولید ۲/۸۹ افزایش یافت که این حجم تولید عمدتاً مرهون توزیع پیاز زعفران از لابراتوری که به کمک کمیته بازسازی ولایتی مربوط به ایتالیا در هرات ایجاد شده است، می‌باشد. همچنین، حجم تولید یادشده مرهون واردکردن پیازهای ژنتیکی تولیدشده در کشور هلند با همکاری وزارت کشاورزی افغانستان و تولید آن در استان‌هایی که به تازگی با شناخت از اقتصاد

پرسود زعفران، اقدام به کشت این محصول کرده‌اند، است. در سال‌های ۲۰۰۷ و ۲۰۰۸ تولید زعفران به مراتبی بالاتر از تولید در هر واحد سطح رسید که با توجه به خشکسالی و سرمای شدید و قیمت بالای زعفران رشد قابل ملاحظه‌ای را نشان می‌دهد که در نتیجه آن، سرمایه‌گذاری کشورهای اروپایی و آمریکا در آن بیشتر نمایان‌تر است. در همین زمینه، تولیدی برابر با ۴۰۰، ۸۰۰ کیلوگرم در سال‌های ذکر شده با نرخ تولیدی ۲/۴۸، ۳/۲ کیلوگرم بر هکتار گزارش شده است (Lunsford & Zenger, 2009: 86).

بازار زعفران افغانستان به موازات بازارهای جهانی و رقیبی که در نزدیکی مرزهای او (ایران) سال‌ها به-عنوان تولیدکننده زعفران در سطح جهانی است، بازار نوپایی است. قیمت زعفران تولیدشده با توجه به سال شروع کشت و ارزش زیاد آن نسبت به کشت خشخاش، در سال ۲۰۰۴ بین ۲۰۰-۱۷۰ دلار به‌ازای هر کیلوگرم گزارش شده است و به‌طور پیوسته از سال ۲۰۰۴ قیمت زعفران روبه‌افزایش است؛ به‌گونه‌ای-که قیمت زعفران در سال‌های ۲۰۰۵ و ۲۰۰۶ به‌ازای هر کیلوگرم، بین ۴۵۰-۳۵۰ دلار گزارش شده است. جهش قیمت بین سال‌های ۲۰۰۷ و ۲۰۰۸، قیمت آن را در سطح جهانی به بالاترین سطح خود؛ یعنی از ۱۲۰۰-۶۰۰ دلار در سال ۲۰۰۷ به ۱۸۰۰-۱۲۰۰ دلار در سال ۲۰۰۸ رسانید که این عمده‌تأثیر تحت‌تأثیر کاهش تولید به‌دلیل خشکسالی و سرمای شدید در ایران بوده است (Ibid: 35).



شکل ۴- رشد قیمت زعفران تولیدی افغانستان در سطح بازارهای بین‌المللی

مأخذ: یافته‌های پژوهش، ۱۳۹۱

#### ۴. ۴. عوامل مؤثر بر بازار بین‌المللی زعفران در افغانستان

صادرات و تجارت خارجی یکی از مسائل مهم اقتصادی در تمام کشورها است و هر کشوری صرف‌نظر از موانع و محدودیت‌های تعرفه‌ای و غیرتعرفه‌ای، برای حداکثرکردن سود تجاری خود به-دنبال شناخت مزیت نسبی خود در تولید و صادرات آن کالاها و خدمات است. اهمیت استراتژیک زعفران و نقش مهم اقتصادی آن و قابلیت‌ها و تأثیرات اجتماعی، مانند اشتغال‌زایی گسترده و حفظ فرهنگ تولید در نسل‌های آینده، سبب شده است تا بخش وسیعی از کشورها با توجه به اقلیم خاص آن به تولید این محصول اقدام کنند. در این راستا بررسی چشم‌انداز بازار جهانی این صنعت ارزشمند، ورود تولیدکنندگان جدید و رقبای آینده برای حفظ برتری موقعیت جهانی و آمادگی لازم برای رقابت‌های جهانی، در حفظ و توسعه بازار و صادرات حیاتی است؛ بنابراین، تحولات جهانی، تغییرات جوی، پیشرفت علم و فناوری و ارتباط جهانی، صنعت زعفران را در معرض تحول وسیع کمی و کیفی قرار داده است (مجتبایی، ۱۳۹۰). کشورهای قاره‌های مختلف در بررسی امکان کشت و برداشت زعفران تحقیقات وسیعی را از سال‌ها قبل آغاز کرده‌اند و برخی از کشورها حتی به نتایج مثبت بررسی‌های اولیه و مکان‌یابی و توجیهی به دانش فنی بومی موردنیاز آن دست یافته‌اند. افغانستان از جمله این کشورها محسوب می‌شود که مراحل را پشت سر گذرانده و وارد مرحله اجرا و توسعه علمی و فنی صنعت و تجارت زعفران شده است. در بخش دوم این مقاله سعی شده است که به عوامل مؤثر بر ورود کشور افغانستان به بازار بین‌المللی زعفران پرداخته شود.

#### ۴. ۵. عوامل ورود زعفران به بازار جهانی

شناخت بازارهای هدف از اهمیت ویژه‌ای در برنامه‌ریزی صادرات برخوردار است. از طریق شاخص‌های متعددی می‌توان ورود به بازارهای هدف زعفران را شناسایی و با هدف بسط روابط تجاری، در این زمینه برنامه‌ریزی کرد؛ بنابراین، با شناسایی ابعاد استراتژی بازارهای هدف زعفران می‌توان قدم‌های مؤثرتری برای بالابردن سهم صادرات زعفران از کل صادرات جهان و همچنین جذب صادرات بیشتر برداشت. در ادامه، به مهم‌ترین ابعاد استراتژیک برای بازاریابی در ابعاد ملی و جهانی پرداخته می‌شود. ارتقای بازار ملی و جهانی به شرایط ذیل بستگی دارد:

- بالابردن آگاهی درمورد استفاده از زعفران، معرفی محصولات جدید زعفران به خانواده‌ها، پوشش رسانه‌ی جمعی در معرفی زعفران؛
- نظرسنجی و تحقیق درمورد خواسته‌های مصرف‌کنندگان زعفران، بهبود سیستم توزیع در عرضه‌ی بازار محلی؛
- استاندارد صدور گواهینامه، ذخیره‌سازی و توزیع، بسته‌بندی و کنترل نهایی، مرتب‌سازی، آزمایشگاه، پردازش گل زعفران؛
- بسته‌بندی و خروج، بررسی بسته‌بندی نهایی، نظارت، تست میکرو بیولوژی، خشک‌کردن؛
- حصول اطمینان از بهره‌وری بالا با داشتن شیوه‌های بهینه‌ی کشت پیاز زعفران و اصلاح آن؛
- کیفیت بالا یک ضرورت برای به‌دست آوردن قیمت مناسب در بازار جهانی است که آن نیز عمدتاً نتیجه‌ی مراقبت در کشت، فراوری و بسته‌بندی زعفران، اخذ گواهینامه‌های بین‌المللی کیفیت و توسعه‌ی عادلانه‌ی تجارت خارجی است (RALF, 2007: 47).

#### ۴.۶. مشکلات و محدودیت‌های بازاریابی محصول زعفران افغانستان

هدف از ارائه‌ی این بخش بررسی آثار محدودیت‌ها و عوامل مؤثر بر بازاریابی زعفران برای شناسایی فرصت‌ها و تهدیدهایی است که در ارتباط با گسترش بازار زعفران وجود دارد؛ بنابراین، براساس مطالعات انجام‌شده، مجموعه‌ای از محدودیت‌ها و عوامل مؤثر، از حیث بازاریابی زعفران مورد توجه و بررسی قرار گرفته که اهم آنها به شرح زیر هستند:

- به رسمیت شناخته‌نشدن زعفران افغانستان به‌واسطه‌ی وجود بازار زعفران ایران؛ اما با این وجود، بازار زعفران افغانستان در سطح بین‌المللی علاقه‌مندان خاص خود را دارد که نسبت به تهیه‌ی زعفران افغانستان به‌دلیل کیفیت مناسب، از خود رغبت نشان می‌دهند (به‌ویژه هلند، ایالات متحده آمریکا، دانمارک، ایتالیا)؛

- فقدان تضمین کیفیت برای خریداران بین‌المللی (بدون رعایت ISO)؛
- نبود آگاهی از پویایی بازار، ساختار قیمت‌گذاری و رویکردهای بازار (نیاز قوی به مطالعه‌ی دقیق)؛

- فقدان مهارت در بازاریابی؛
  - نبود رقابت در میان صادرکنندگان افغانستان؛
  - نیاز کشاورزان به اطلاعات بیشتر در مورد استانداردهای بین‌المللی کیفیت و بهداشت برای فروش محصولات به‌طور مستقیم به مشتریان بین‌المللی.
- لازم است دولت در جهت تسریع در امور خدمات زیربنایی محصولات کشاورزی، مشارکت بخش خصوصی را برای حرکت روبه‌رشد بازار زعفران افغانستان به‌کمک بگیرد. چشم‌انداز بازار زعفران نشان‌دهنده آن است که شرکت‌های خارجی با همکاری بخش‌های دولتی و خصوصی در بازه زمانی نسبتاً میان‌مدتی می‌توانند پایه‌گذار صادرات و رقابت متوازی در سطح بین‌المللی باشند و بازار جهانی زعفران را تحت‌تأثیر قرار دهند (Gohar & Wyeth, 2006: 58).

#### ۵. نتیجه‌گیری

کشور افغانستان به‌دلیل اراده سیاسی جامعه جهانی و با حمایت آمریکا و کشورهای اروپا، در مقابله با کشت مواد مخدر، زعفران را به‌عنوان کشت جایگزین معرفی و دنبال می‌کند. از یک‌سو، مشترکات زیست‌محیطی (اکوسیستم)، قومی، فرهنگی و ازسوی دیگر، حضور مدیریت توسعه‌یافته جهانی به‌عنوان پشتیبان توسعه زراعی، کشت، برداشت و بازاریابی مدرن و توسعه‌یافته مبتنی بر فناوری اطلاعات و تجارت الکترونیکی، سرمایه‌گذاری کلان به‌ویژه در آموزش منابع انسانی، افغانستان را به‌عنوان گزینه‌ای جدی در تجارت جهانی زعفران در سال‌های آینده مطرح کرده است. مهم‌ترین مسئله درباره افغانستان، پشتوانه جهانی همکاری و سرمایه‌گذاری کلان بین‌المللی در آموزش کلاسیک زعفران در تمامی سطوح کشت، برداشت، فراوری، بسته‌بندی و بازاریابی توسط تیم‌های مجرب بین‌المللی است. تقویت اتحادیه‌های صنفی و به‌ویژه توجه به آموزش زنان در مدیریت مزارع زعفران و فراوری بهداشتی، از جمله نکات مهم در استراتژی توسعه صنعت زعفران افغانستان برای تسریع در توسعه کمی و کیفی آن است (مجتبای، ۱۳۹۰).

در زیر به مهم‌ترین عوامل توسعه کشت زعفران در کشور افغانستان پرداخته می‌شود:

- بهبود کیفیت و افزایش آگاهی از گزینه استفاده از زعفران در میان خانواده‌های افغان؛

- بهبود دسترسی کشاورزان به بازارهای محلی و تحقیق بر روی مسائل جانبی تولیدی زعفران؛
- ظرفیت‌سازی در تولید، پردازش و بازاریابی زعفران از طریق دانشگاه‌ها و مراکز بخش خصوصی؛

- حمایت از کمیته‌های هماهنگ ملی زعفران و ایجاد زنجیره هماهنگی بین تمامی فعالان صنعت

زعفران؛

• مشارکت زنان به‌عنوان کسانی که در عرصه جمع‌آوری گل‌ها، خشک‌کردن زعفران، بالابردن بهره‌وری و اشتغال در مناطق تولیدی که این مشارکت علاوه بر جمع‌آوری و بسته‌بندی زعفران، کمکی در جهت به‌وجود آمدن انجمن‌های تولیدکنندگان زعفران که زنان سهمی بسزایی در آن دارند، است. نتایج حاصل از این تحقیق نشان‌دهنده این است که کشور افغانستان به دلیل شرایط جوی خاصی که دارد، دارای انتشار فضایی مناسبی برای کاشت زعفران است. متوسط عملکرد زعفران در این کشور ۱۰ کیلوگرم در هکتار است که در مقایسه با استاندارد جهانی رقم مناسبی است. زعفران به دلیل کشت و برداشت آسان، نیاز به آبیاری کم و نیز سازگاری با محیط جغرافیایی افغانستان، به‌ویژه غرب افغانستان و از همه مهم‌تر قیمت بالای آن، کشاورزان را واداشته تا کشت آن را سال‌به‌سال بیشتر کنند. یک دهه پیش کشت این گیاه از یک مزرعه بسیار کوچک در هرات آغاز شد و آن‌گونه که آمارهای وزارت کشاورزی افغانستان گزارش می‌دهد، تولید زعفران از استان هرات به سایر استان‌های دیگر انتشار پیدا کرده است که این انتشار مرهون ترویج و آموزش‌هایی است که سازمان‌های داخلی و مؤسسات بین‌المللی در این امر داشته‌اند. بالابودن ارزش اقتصادی زعفران، اشتغال‌زایی قابل ملاحظه آن، نیروی کار ارزان، کوتاه‌بودن دوره کشت و افزایش تقاضای بازار بین‌المللی، عواملی هستند که رغبت کشاورزان افغانی را برای کشت زعفران نسبت به کشت خشخاش افزایش داده‌اند. رقابت میان تولیدکنندگان زعفران برای تصاحب بازار و همچنین افزایش تقاضای روزافزون بازار بین‌المللی این محصول، موجب طرح ایده‌ها و راهکارهایی جدید برای کشت و توسعه زعفران شده است که این ایده‌ها و راهکارها می‌توانند شامل موارد زیر باشند:

- داشتن کیفیت و استانداردهای بین‌المللی مستلزم کاربرد راهبردهای بهینه‌ای است که این راهبردها شامل آزمایشگاه‌ها، بسته‌بندی‌ها و سایر فرایندهای دیگری است که رعایت کردن آن‌ها باعث

ارتقای کیفی محصول و بازار جهانی می‌شود؛

• ارائه راهکارهای جدید برای افزایش آگاهی مردم، از طریق شیوه‌شناخت و آموزش کافی نسبت به تولید، تا بازار و تضمین خرید زعفران توسط دولت که زمینه‌ای می‌شود تا کشاورزان نسبت به فروش محصولات دغدغه‌ای نداشته باشند و روند جذب هرچه بیشتر کشاورزان نسبت به کشت زعفران فراهم آید؛

• استفاده از تجارب دیگر کشورهای تولیدکننده در بازار زعفران و حتی مشارکت با آن‌ها برای حضوری آرام و بدون ایجاد تنش در بازار؛

• توانمندی و تسهیلات لازم به تعاونی‌های تولید و شرکت‌های بسته‌بندی، رفع موانع ورود انواع ماشین‌ها، استفاده از تکنولوژی موجود در جهان با هدف توسعه صنایع تبدیلی واحدهای موجود؛

• استفاده از روش‌های جدید بازاریابی و انتخاب روش‌های کارآمدتر و فراهم کردن زمینه حضور صادرکنندگان در بازارهای جدید؛

• بسته‌بندی نامناسب و (در مواردی) غیربهداشتی زعفران همواره مانع از ایجاد ارزش افزوده واقعی و سودآور این محصول می‌شود؛ بنابراین، باید در جهت جلوگیری از فروش آزاد (فله‌ای) زعفران تلاش شود و در این راستا حمایت‌های دولت کاملاً ضروری به نظر می‌رسد؛

• حمایت از آموزش، جذب و ارتقای نیروی انسانی کارآمد در جهت جذب بازار هدف در سفارتخانه خارج از کشور افغانستان؛

• فراهم ساختن زیرساخت‌ها و تسهیلات و امنیت لازم از سوی دولت برای سرمایه‌گذاری خارجی.

#### کتابنامه

۱. ابراهیم‌زاده، ع. و بذرافشان، ج. (۱۳۸۵). «تحلیلی بر انتشار فضایی - مکانی زعفران در ایران و عوامل مؤثر بر آن (مطالعه موردی: خراسان)». فصلنامه جغرافیا و توسعه، شماره ۸، صص ۸۴-۶۱.
۲. ابریشمی، م. ح. (۱۳۸۳). «شناخت زعفران ایران». تهران: انتشارات طوسی.
۳. پرمه، ز. (۱۳۹۰). «بهره‌وری افغان‌ها در تولید زعفران دو برابر ایرانی‌ها».
۴. فارس‌نیوز، گروه اقتصادی. (۱۳۸۹). «گسترش کشت زعفران جایگزین کشت خشک‌شاش در

<[www.javanonline.ir.com](http://www.javanonline.ir.com)>

<[www.farsnews.com](http://www.farsnews.com)>. افغانستان.



۵. مجتبابی، م. (۱۳۹۰). «چشم‌انداز جهانی توسعه صنعت و تجارت زعفران».

<[www.gonabadnews.com](http://www.gonabadnews.com)>

6. Aslami, M. & Qaraeen, A. (2006). "*Saffron Manual for Afghanistan*". Ralf Website: <[www.icarda.cgiar.org/RALFweb/RALF.htm](http://www.icarda.cgiar.org/RALFweb/RALF.htm)>

7. Gohar, A. & Wyeth, P. (2006). "*Saffron Production and Farmer Perceptions in Pashtun Zarghun District of Heart*". Ralf Website: <[www.icarda.cgiar.org/RALFweb/RALF.htm](http://www.icarda.cgiar.org/RALFweb/RALF.htm)>

8. Lunsford, C. & Zenger, J. (2009). "*Human Terrain System Afghan Saffron Report*". Research Reachback Center. Cultural Knowledge Report .

9. Research in Alternative Livelihoods Fund (RALF). (2007). "*Afghanistan: Quarterly Narrative Report*". International Centre for Agricultural Research in the Dry Areas.

10. Wyeth, P. & Malik, N. (2008). "*A Strategy for Promoting Afghan Saffron Exports*". Ralf Website: <[www.icarda.cgiar.org/RALFweb/RALF.htm](http://www.icarda.cgiar.org/RALFweb/RALF.htm)>