

در کارگروه تخصصی شورای گفتوگو مطرح شد/هیچ استراتژی منسجمی برای تولید و صادرات زعفران نداریم



مشکلات زعفران در حوزه تولید، صادرات و برندسازی در نشست کارگروه شورای گفتوگو بررسی و مقرر شد در کارگروهی که در وزارت جهاد کشاورزی تشکیل می‌شود این مشکلات چاره‌اندیشی شود.

به گزارش پایگاه خبری صنعت غذا و کشاورزی (اگروفودنیوز)، به نقل از اتاق ایران؛ کارگروه تخصصی شورای گفتوگوی دولت و بخش خصوصی تشکیل شد. موضوع این نشست «بررسی تقاضای شورای ملی زعفران درباره مسائل و مشکلات بازار زعفران و راهبردهای توسعه صادرات آن با توجه به نزدیکی زمان برداشت محصول» بود.

در ابتدای نشست محسن عامری، مدیر برنامه‌ریزی و ارائه پیشنهادات شورای گفتوگوی دولت و بخش خصوصی از اهمیت محصول زعفران گفت: زعفران محصول استراتژیک کشاورزی ایران است؛ بالای ۹۰ تولید زعفران ایران در دو استان خراسان رضوی و جنوبی انجام می‌شود. اما به نسبت آنچه تولید شده نتوانسته‌ایم از این ظرفیت‌ها استفاده کنیم و بازارهای هدف ما محدود است.

عامری گفت: اگرچه به ۶۰ کشور زعفران ایرانی صادر می‌شود ولی به‌صورت فله‌ای است و برندسازی و بسته‌بندی برای مصرف‌کننده نهایی کمتر مورد توجه بوده است و این بسته‌بندی از طریق کشورهای مثل اسپانیا انجام می‌شود و با برند اسپانیا صادر می‌شود.

او ادامه داد: قاچاق زعفران موضوع دیگری است که در چند سال اخیر توسعه یافته است؛ آمار واردات زعفران کشورهای مثل هند و چین بالا رفته ولی اینها عمده واردات خود را از افغانستان انجام می‌دهند؛ دلیل آن تعرفه پایین در کشور افغانستان به نسبت تعرفه در ایران است.

او به عدم مکانیزاسیون اشاره کرد که باعث شده نتوانیم ظرفیت بالای صنعتی‌سازی داشته باشیم و بازار خرید و فروش کلان زعفران با دخالت نهادهای غیر مرتبط مثل سازمان تعاون روستایی به التهاب کشیده شده است.

عامری در ادامه به رفع تعهد ارزی که مسئله عمومی همه صادرکننده‌هاست اشاره کرده و گفت: مسئله رفع تعهد ارزی در حوزه کشاورزی مشکلات اساسی به‌وجود آورده است.

تولید زعفران در تنگنا

بعد از آن محسن احتشام، عضو هیات نمایندگان اتاق ایران و رئیس شورای ملی زعفران ایران گفت: ایران ۹۴ درصد از تولید جهانی زعفران را دارد که این محصول استراتژیک بخش کشاورزی است؛ تولید آن نیاز کمی به آب دارد. اشتغال‌زایی بالایی در مناطق محروم دارد. در خراسان جنوبی و خراسان رضوی با توجه خشکسالی معاش یک‌میلیون نفر در چرخه این محصول اتفاق می‌افتد. ظرفیت بالقوه این محصول زیاد است و باید برای حل مشکلات آن چاره‌اندیشی شود. اهمیت و فوریت هدف‌گذاری برای طرح‌های زعفرانی الزامی است و باید برنامه استراتژیک داشته باشیم. از طرفی مشکل اصلی این است سطح زیر کشت بیش از میزان تقاضا در بازار جهانی است.

احتشام گفت: قیمت زعفران نسبت به دو سال قبل تغییری نکرده است. کشاورزان ما از این وضعیت ناراضی هستند؛ هزینه تولید زعفران در دو سال گذشته افزایش یافته ولی قیمت زعفران نسبت به دو سال قبل کاهش هم داشته است.

بازاریابی مشکل اساسی است

احتشام در ادامه این نشست که به صورت آنلاین و حضوری برگزار شد، تصریح کرد: مشکل اساسی ما در حوزه زعفران بازاریابی، بازار گردانی و بازاریاری است که همه اینها مستلزم عزم جدی سرمایه‌گذاران، تحقیقات کاربردی، ارتقا زنجیره ارزش و فرهنگسازی است.

او به موضوع برندسازی اشاره کرد: باید برنامه دقیقی در این حوزه نوشته شود. البته طرح بهبود محصول زعفران در سال ۱۳۸۹ نوشته شده و در سال ۹۸ طرح جامع تولید زعفران تدوین شده که اجرا هم نشده است. این نشان می‌دهد بخش خصوصی به وظایف خود عمل کرده، شورای ملی زعفران در رأس تشکلهای زعفران به وظیفه خود عمل کرده اما این طرح در اجرا تصویب نشده است.

او ادامه داد: در بخش بازار نداشتن استراتژی کاملاً قابل لمس است. ما هیچ استراتژی برای این محصول مهم نداریم. افت شدید قیمت کشاورزان را آزرده کرده است. آسیب بازار زعفران به دلیل نداشتن راهبرد جامع برای مدیریت صادرات این حوزه است. آنچه در زنجیره ارزش زعفران اس، ضعف مدیریت ماست. الان افغانستان پنجمین مقصد زعفران ماست. ۳۴ تن زعفران ایران به این کشور صادر شده و از آنجا به اسم محصول افغانستانی به سایر کشورها صادر می‌شود. از طرفی به دلیل فضای کسبوکار امکان رقابت سالم وجود ندارد.

احتشام تصریح کرد: مصرف زعفران متناسب تولید زعفران رشد نکرده است. باید به توسعه بازاریاری و بازار گردانی کمک شود. بدون شک ایران باید مرجع اصلی قیمت‌گذاری زعفران باشد ولی به دلیل نبود وحدت رویه ما قیمت‌گذار زعفران نیستیم. این موارد باعث شده که صنعت زعفران ناکام بماند و قاچاق زعفران باعث مشکل اساسی شده است.

بیش از ظرفیت تولید، بسته‌بندی داریم

به گفته احتشام در حوزه بسته‌بندی ما بیش از ظرفیت تولید ظرفیت بسته‌بندی داریم. اما نبود مدیریت در فرایند صادرات باعث شده سرمایه‌گذاری انجام شده، در راستای بازگرداندن ارزش افزوده و برندسازی، منفعل شود. واسطه‌ها و دلالان فعال‌تر از صادرکننده واقعی هستند و اینها بیشتر به خروج سرمایه می‌اندیشند تا بازگشت آن به کشور.

برای رفع موانع چه کار می‌توانیم بکنیم؟ احتشام پاسخ داد: باید

برای برندسازی ملی اقدام کنیم؛ شورای ملی زعفران در این کار برند ملی زعفران ایران را ثبت کرده است تا زعفران صادرشده از ایران دارای نشان ملی باشد و همه صادرکننده‌ها از یک مقررات و خط‌مشی واحد پیروی کنند ولی متأسفانه سبب اجرایی شدن این فراهم نشده است.

او مسئله بعدی را بازاریابی خواند: ما نتوانسته‌ایم در سطح بزرگ بازاریابی کنیم. بیش از ۵۰ درصد زعفران دنیا به چین می‌رود و محصول ما در آنجا جایگاهی ندارد.

احتشام ادامه داد: باید صندوق حمایت از زعفران تشکیل شود و هزینه این صندوق از خود صادرات زعفران ایجاد شود؛ از تحقیقات کاربردی و نوآورانه حمایت شود. برای جهش صادراتی کمک شود و تسهیل تجارت با حل مسئله تعرفه‌ها گره‌گشایی شود و به توان افزایشی واحدهای تجاری توجه شود. در نهایت شرکت‌های صادراتی تقویت شود و باید این محصول جایگاه‌یابی شود. باید زعفران به صورت بسته‌بندی صادر شود نه به صورت فله‌ای. البته در صادرات بسته‌بندی شده هزینه حمل و نقل بالا می‌رود و این نیاز به حمایت دارد.

دولت عرصه رقابت را سخت کرده است

احتشام تاکید کرد: وزارت جهاد کشاورزی خرید توافقی می‌کند که هدف حمایت از کشاورزان است؛ اما در حال و روز زعفران‌کارها تغییری ایجاد نشده است و هیچ نظری از تشکله‌ها گرفته نشده است. این مسئله باعث ایجاد رانت شده است. ما چگونه می‌توانیم از کشاورز حمایت کنیم وقتی ۴۶ هزار تن زعفران به بازار ریخته می‌شود. اگر این محصول بین خود صادرکننده‌های واقعی پخش می‌شد، وضعیت بهتر می‌شد، رقابت به وجود می‌آمد و به رضایت کشاورزان کمک می‌کرد. این‌ها نیاز به مطالعه دوباره دارد که چرا این نیت خیر درست اجرا نشده است؟

بعد از آن عامری گفت: محصول زعفران مشکلات زیادی دارد و حل همه این موارد نیازمند ارتباط مستمر با نمایندگان بخش خصوصی با بخش حاکمیتی است. وزارت جهاد کشاورزی گاهی با تشکلهایی مشورت می‌کند که نماینده کل مجموعه بخش خصوصی نیستند و باید در این حوزه تجدید نظر شود.

بازار زعفران رها شده است

بعد از آن علی‌اکبر لبافی از اتاق مشهد گفت: آنچه در دو استان

خراسان رضوی و جنوبی اتفاق افتاده این است که توافق شده، بازار رها شده و نظارتی وجود ندارد و در این شرایط زیان اصلی را روستایی‌ها می‌بینند. ۹۶ درصد تولید استان زعفران است که ۱۰ درصد مصرف داخلی دارد و ۹۰ درصد صادر می‌شود ولی نه از مسیر قانونی؛ روند سطح کشت با مصرف فاصله دارد. البته در ۲۷ استان کشور کشت زعفران انجام می‌شود. بازاریابی راهبردی نداریم.

او ادامه داد: پیشنهاد ما این است که بازار اصلی چین و هند را مورد توجه قرار دهیم. باید وزارت صمت، وزارت جهاد کشاورزی و وزارت خارجه با بخش خصوصی این مسئله را حل کنند. البته در این شرایط اصلاً امکان صادرات وجود ندارد.

او تاکید کرد: نکته دوم برای سامان دادن این وضع اصلاح فضای کار با صدور کارت اهلیت است تا فضا قابل رصد کردن و قابل باشد. این به معنای افزایش دخالت دولت نیست بلکه نظارت‌پذیری است.

نکته بعدی به گفته لبافی کسترش بازار هدف، ظرفیت‌سازی و برندسازی است. همچنین تفویض اختیار در حوزه زعفران به دو استان خراسان رضوی و خراسان جنوبی است که قطب تولیدکننده زعفران هستند و به مسائل تخصصی زعفران را بیشتر از همه اشارف دارند.

در ادامه سیما عبدالحسینی، از اتاق اصناف گفت: از نظر اتاق اصناف بزرگ‌ترین مشکل خرید تضمینی زعفران توسط سازمان توسعه روستایی است. دولت باید پیمانکارهای فرعی را به رسمیت بشناسد تا این تشکله‌ها صادرکننده‌ها نمونه را شناسایی کنند و بخش خصوصی واقعی وارد کار شوند.

در ادامه محمدعلی ضیغمی از اتاق تعاون گفت: یکی از مشکلات جدی ما عدم توجه به ماده دو و سه قانون بهبود کسب‌وکار است. عدم دخالت دولت در این بازار باعث می‌شود بخش خصوصی واقعی نتواند رقابت کند. باید حمایت‌ها از بخش خصوصی هدفمند باشد.

بازار زعفران ایران محدود است

بعد از آن فرشید منوچهری، دبیر شورای ملی زعفران ایران گفت: در سال ۱۳۹۹ ۳۲۵ تن زعفران صادر شده که از این حجم به پنج کشور اول هدف ۸۲٫۵ زعفران و به ۱۰ کشور اول هدف بیش از ۹۰ درصد صادر شده است. این نشان می‌دهد بازار محصول زعفران ایران بسیار بسته است.

او ادامه داد: صادرکننده‌های ما چند دسته هستند: صادرکننده‌های با سابقه، قاچاقچی‌های زعفران که با نرخ ارز آزاد کار می‌کنند و عده‌ای که با کارت بازرگانی یک بار مصرف کار می‌کنند و اینها مسیر را برای صادرکننده واقعی دشوار کرده‌اند.

او تاکید کرد: تولید مازاد بر مصرف و نیاز است و ما باید به دنبال راه‌هایی نوین مثلاً تولید زعفران ارگانیک باشیم. البته ما هنوز در ایران هویت برندی نداریم. برندهای ما را فقط کشورهای همسایه می‌شناسند. باید زیرساخت‌های صادرات و تولید و بازار ایجاد شود. البته برخلاف شعارهای دولت، هیچ‌گونه اقدامی در این زمینه انجام نشده است. در این حوزه شورای ملی زعفران نقش مشورتی دارد تا اجرایی و اختیار به این شورا تفویض نشده است.

حاکمیت واحد لازم است

بعد از حسین زینلی مجری طرح ملی گیاهان دارویی در وزارت جهاد کشاورزی گفت: در بحث گیاهان دارویی در بخش زعفران مافیاهایی فعالیت می‌کنند. ما یک مدیریت واحد را نپذیرفته‌ایم. هیات وزیران تصویب کرده که متولی اصلی تولید و کشت وزارت جهاد کشاورزی است و مجری اجرایی آن گیاهان دارویی است ولی مداخله‌هایی انجام شده است. باید دخالت‌ها کم شود و حکمرانی واحد پیش بگیریم. شورای گفت و گو کاری کند، اول حکمران مشخص شود تا همه به یک رویه معتقد باشند.

عامری پرسید: چرا وزارت جهاد کشاورزی نتوانسته این طرح حکمرانی واحد را اجرا کند؟ آیا آن مصوبه هیات وزیران ایرادهایی دارد؟

زینلی در پاسخ گفت: همه به صورت خودمختار عمل می‌کنند؛ باید این را شورای گفت‌وگوی دولت و بخش خصوصی مورد توجه قرار دهد. اجازه بدید یک کمیته‌ای تشکیل بدهیم تا همه ذی‌نفعان در آن حضور داشته باشد. محوریت کار تولید زعفران ارگانیک، اصلاح و بازسازی زعفران باشد. صادرکننده‌های ما زحمت می‌کشند، ما حمایت کافی نکرده‌ایم و باید یک مدیریت واحد شکل دهیم تا برای جهش صادرات زعفران حکمرانی واحدی داشته باشیم. او ادامه داد: مسائل مختلفی وجود دارد که شاید در سطح استانی دیده نشود ولی در سطح ملی تصمیمات جور دیگری گرفته می‌شود. باید کارگروه مشترکی شکل گیرد تا تشکلهای، اتاقها، وزارت صمت و جهاد کشاورزی و بقیه ذی‌نفعان در آن حضور داشته باشند، منابع و برنامه هم جدیداً در اختیار قرار گرفته است.

عامری گفت: این پیشنهاد خوبی است و ما می‌توانیم هر سه ماه از آن

کارگروه یا کمیته گزارش دریافت کنیم و عماکردها ارزیابی شود.

گفتوگو به تنهایی چاره کار نیست

بعد از آن محمدعلی شاکری برومندی از وزارت جهاد کشاورزی گفت: خواسته دوستان باید براساس قوانین و شاکله سیاست‌گذاری در کشور عنوان شود. وزارت جهاد کشاورزی نمی‌تواند وارد حوزه واردات و صادرات شود و سیاست ما حداکثر تا حوزه تولید است. اگر در شرایط فعلی به بهبود شرایط زعفران نپردازیم بازارها را از دست خواهیم داد. افغانستان پروتکل‌هایی دارد که کشورهای خریدار تولید افغانستان با تعرفه صفر کار می‌کنند. اگر بخواهیم چین تعرفه را پایین بیاورد، باید توافق تعرفه ترجیحی امضا شود. باید بسترهای گسترش تجارت زعفران ایجاد شود وگرنه گفتوگو به تنهایی پاسخگو نیست و اگر زعفران به شکل سابق تولید شود، بازارها را در چند سال آینده از دست خواهیم داد. باید گفت وگوها در قالب سازوکاری ادامه داشته باشد.

قاسم‌خانی از سازمان توسعه تجارت هم گفت: کارگروه ویژه زعفران در سازمان توسعه تجارت تشکیل شده که تمامی نهادهای دخیل در این جلسات حضور داشتند و مشکلات صادرات زعفران در جلسات کارگروه ویژه زعفران برآورد شده و راه حل‌ها مصوب شده که یکی از آنها تشکیل اتحادیه ملی تولید کنندگان زعفران است. ۸۰ درصد زعفران ما سمی است و اگر اصلاح نشود بازارها را از دست می‌دهیم.

صدور کارت اهلیت پیگیری شود

بعد از آن قاسم‌پور از معاونت حقوقی ریاست جمهوری درباره کارت اهلیت گفت: این پیشنهادهای خیلی خوبی که توسط آقای احتشام ارائه شده، مکاتبات را ارائه کنند تا از کمیته‌های فرعی پیگیری شود.

کارگروه زعفران تشکیل شود

در نهایت عامری گفت: برای حل مشکلات زعفران چند پیشنهاد ارائه شده که به نظر می‌رسد وزارت جهاد کشاورزی با کلیات آن مشکلی ندارد، ولی هر بند از این پیشنهادها باید در دستگاه‌های مختلفی بررسی شود.

او تصریح کرد: قرار شد کارگروه زعفران در وزارت جهاد کشاورزی تشکیل شود که هر سه ماه از آن بازخورد گرفته شود؛ اگر عملکرد آن

مفید بود ادامه می‌یابد و اگر مفید نباشد، می‌توانیم در این تصمیم بازنگری کنیم.

در این نشست قرار شد محسن احتشام، رئیس شورای ملی زعفران این گزارش رضایت از عملکرد کارگروه زعفران را تهیه کند. همچنین قرار شد این کارگروه در دفتر وزارت جهاد کشاورزی تشکیل شود. نامه تشکیل کارگروه با امضای دبیر شورای گفت‌وگو به دفتر وزیر جهاد کشاورزی ارسال خواهد شد.

سرویس خبری: صنعت غذا