

فصلنامه پژوهشنامه بازرگانی، شماره ۵۱، تابستان ۱۳۸۸، ۹۵ - ۵۹

ظرفیت های صادراتی و بازارهای هدف زعفران ایران

زورار پرمه * میرعبداله حسینی ** احمد نبی زاده *** حمیدرضا محبی ****

پذیرش: ۸۸/۳/۹

دریافت: ۸۷/۳/۲۸

توسعه صادرات / ظرفیت صادراتی / بازارهای هدف / زعفران / ایران

چکیده

افزایش مناسب تولید و تولید برای صادرات زعفران در سال های اخیر سبب شده که کشور به دنبال بازارهای جدید صادراتی باشد. اما همواره این پرسش مطرح است که این صادرات به چه کشورهایی صورت گیرد و چه معیارهایی تعیین کننده این کشورها هستند؟ مقاله حاضر با دو هدف برآورد ظرفیت زعفران صادراتی ایران و شناسایی بازارهای هدف آن برای سال های ۶-۲۰۰۲ تدوین شده است. نتایج گویای آن است که: از ۵۰ کشور تقاضاکننده زعفران در بازار جهانی، تنها ۱۲ کشور از جمله آمریکا، فرانسه، ژاپن و عربستان سعودی تقاضای واردات بالایی دارند. حال آن که، در بازار صادرات زعفران ایران، شش کشور اصلی متقاضی واردات، امارات، اسپانیا، ایتالیا، عربستان سعودی، فرانسه و سوئد هستند. محاسبه شاخص حداکثر پتانسیل صادراتی زعفران ایران نشان می دهد ۱۲ کشور اسپانیا، ایتالیا، آمریکا، سوئد، فرانسه، عربستان سعودی، سوئیس، ژاپن، تایلند، استرالیا، آرژانتین و آلمان بیشترین پتانسیل وارداتی زعفران از ایران دارند. بر اساس شاخص پتانسیل وارداتی استفاده نشده زعفران کشورهای جهان از ایران به صورت مطلق (میلیون دلار) برای

* عضو هیأت علمی موسسه مطالعات و پژوهشهای بازرگانی.

** عضو هیأت علمی موسسه مطالعات و پژوهشهای بازرگانی.

*** کارشناسی ارشد مدیریت مالی دانشگاه تهران.

**** کارشناس پژوهشی موسسه مطالعات و پژوهشهای بازرگانی.

■ زورار پرمه، مسئول مکاتبات.

کل دوره، چهار کشور آمریکا، ژاپن، سوئد و انگلیس در اولویت بازارهای هدف زعفران ایران قرار دارند. همین طور، بر اساس شاخص درصد استفاده نشده از پتانسیل وارداتی کشورها از ایران به صورت نسبی (درصد) کشورهای اصلی متقاضی واردات زعفران از ایران، آمریکا، هنگ کنگ، بلژیک، سنگاپور، ژاپن، کانادا، استرالیا، هلند، انگلیس، آرژانتین، نروژ و ایتالیا با بیش از ۵۰ درصد استفاده نشده از پتانسیل وارداتی از ایران در شناسایی بازارهای هدف در اولویت قرار دارند. بررسی و شناسایی بازارهای هدف بر اساس معیارهای هشت گانه مورد بررسی در مقاله بیانگر آن است کشورهای نظیر آمریکا، ژاپن، کانادا، استرالیا، هلند، انگلیس، آرژانتین، نروژ، بلژیک و ایتالیا در زمره مهمترین بازارهای هدف صادراتی زعفران ایران هستند.

طبقه‌بندی JEL: F10, F19

مقدمه

بسط و گسترش روابط تجاری و افزایش صادرات غیرنفتی برای ایران که بر منابع نفتی پایان پذیر متکی است، یک ضرورت اجتناب ناپذیر است. اهمیت توسعه صادرات در شرایطی که پدیده نوظهور جهانی شدن اقتصاد و از بین رفتن مرزهای تجاری کشورها که بشدت در حال شکل گیری است و در آینده‌ای نه چندان دور کشورها به سختی قادر خواهند بود خود را از این جریان کنار نگه داشته و در حاشیه تنها نظاره گر تحولات جهانی باشند دوچندان می‌شود. بدین سبب انتظار می‌رود ایران نیز به نحوی خود را با توسعه تجارت جهانی همگام نموده و برای رقابت و ورود به صحنه تجارت بین‌المللی و مشارکت فعال و ثمربخش با اقتصاد جهانی آماده شود.

بی تردید یکی از گام‌های لازم قبل از پیوستن به سازمان جهانی تجارت (WTO)، تقویت و گسترش تجارت در قالب شرکای تجاری اصلی، بازارهای هدف و ترتیبات اقتصادی منطقه‌ای است. شایسته است امکانات بالقوه در بخش‌های مختلف تولیدی از جمله محصولات کشاورزی بالاخص محصول زعفران مورد ارزیابی مجدد قرار گیرد و با دیدی روشن نسبت به اخذ و اعطای امتیازات تجاری و توسعه تجارت اقدام شود. شناخت بازار جهانی زعفران و تقاضای وارداتی کشورها از نظر توان وارداتی آن می‌تواند در برنامه‌ریزی‌های آینده به برنامه‌ریزان و تصمیم‌سازان کشور در زمینه توسعه صادرات زعفران کمک کند.

زعفران از محصولات کشاورزی سازگار با شرایط آب و هوایی منطقه خاورمیانه، مرکز آسیا و قسمتی از اروپا است که ضمن ارزش بالای غذایی، دارای کاربردهای متعدد صنعتی و حتی پزشکی است. این محصول با شرایط آب و هوایی بخشی از استان‌های شرق و شمال شرقی ایران کاملاً سازگار است. زعفران یکی از محصولات کشاورزی ارزآور ایران است که در چند دهه گذشته با افت و خیزهای زیاد مواجه بوده اما طی دو دهه ۱۳۷۰ و ۱۳۸۰ تولید و صادرات آن بنحو چشمگیری افزایش یافته و هم‌اکنون، ایران اولین تولیدکننده و صادرکننده زعفران در بازار جهانی است. بی تردید با افزایش چشمگیر تولید، بدون سرمایه‌گذاری در امور بازررسانی و صنایع پسین آن، قیمت آن به شدت رو به نقصان

گذاشته و در نتیجه تولیدکنندگان آن محصول زیان خواهند دید. برای مثال هم اینک از مسایل اساسی صادرات زعفران ایران صدور با درصد نازل بسته‌بندی آن است که غالباً به صورت فله به کشورهای همسایه از جمله امارات صادر می‌شود و در آن کشور بسته‌بندی شده و با قیمت مناسب‌تر به بازار مصرف نهایی صادر می‌شود و لذا بخش مهمی از ارزش افزوده آن نصیب امارات می‌گردد. مضافاً، کمبود امکانات حمل و نقل، صنایع فرآوری و صادرات آن و شناخت ناکافی از بازارهای مصرف زعفران در کاهش قیمت صادراتی زعفران ایران اثرگذار هستند.

با این مقدمه، مقاله حاضر در صدد تعیین پتانسیل صادراتی زعفران ایران به هریک از کشورهای واردکننده در جهان و شناسایی بازارهای هدف زعفران صادراتی ایران می‌باشد. این مقاله در پی پاسخ به این سئوالات است که پتانسیل وارداتی کشورهای جهان به زعفران صادراتی از جهان و ایران به چه میزان است؟ و در فاصله سال‌های ۲۰۰۶-۲۰۰۲ چه تغییر و تحولاتی را شاهد بوده است؟ چه میزان از ظرفیت صادراتی زعفران ایران به کشورهای جهان استفاده نشده است؟ و درصد استفاده نشده از پتانسیل صادراتی زعفران ایران به یکایک کشورهای جهان به چه میزان است؟ بازارهای هدف زعفران صادراتی ایران چه کشورهایی می‌توانند باشند؟ و چه اقدامات و تمهیداتی برای توسعه بازار صادرات زعفران ایران به آن کشورها می‌بایستی فراهم آید؟

در پاسخ به سئوالات فوق، این مقاله شامل مقدمه، مبانی نظری و روش‌شناسی تحقیق (در دو محور پتانسیل تجاری و بازارهای هدف)، نتایج تحقیق ارزیابی و برآورد ظرفیت صادراتی زعفران ایران به کشورهای جهان، بازارهای هدف زعفران صادراتی ایران، و نتیجه‌گیری و توصیه‌های سیاستی است. مجموعه داده‌های آماری این مقاله از لوح فشرده PC-TAS برای دوره زمانی ۲۰۰۶-۲۰۰۲ بدست آمده است.

۱. تحلیل و بررسی وضعیت تولید زعفران در کشورهای اصلی تولیدکننده و جهان

بنا به گزارش وزارت جهاد کشاورزی سطح زیرکشت، میزان تولید و عملکرد در واحد

سطح ایران^۱ از ۱۸/۱۲ هزار هکتار، ۹۳/۱۰ تن و ۵/۱۴ کیلوگرم در هکتار در سال ۱۳۷۰ به ۵۷/۴۲ هزار هکتار، ۲۳۵/۷۵ تن و ۴/۱ کیلوگرم در هکتار در سال ۱۳۸۴ رسیده است که سطح زیر کشت، میزان تولید و عملکرد در واحد سطح ایران به ترتیب از واحد ۱۰۰ در سال ۱۳۷۰ به ۳۱۶/۸۵، ۲۵۵/۰۴ و ۷۹/۷۷ در سال ۱۳۸۴ تغییر یافته است. طی دوره ۸۴-۱۳۷۰ متوسط نرخ رشد سالانه سطح زیر کشت، میزان تولید و عملکرد در واحد سطح به ترتیب ۸/۵۹، ۶/۸۶ و ۱/۶۰- درصد شاهد بوده که در واقع افزایش تولید اساساً متأثر از افزایش سطح زیر کشت می‌باشد. در افزایش تولید، عملکرد در واحد سطح نقشی نداشته است؛ چراکه عملکرد در واحد سطح در این مدت روبه نقصان گذارده است. بنابراین، تحول توسعه‌ای ملموسی در فرایند تولید زعفران در این مدت رخ نداده که سبب افزایش راندمان در واحد سطح آن شود.

تولید زعفران در ایران به دلایلی چون نیاز به آب کم، امکان بهره‌برداری به مدت ۵ تا ۷ سال در یک نوبت کاشت و ماندگاری محصول به مدت طولانی، سهولت حمل و نقل و عدم نیاز به ماشین‌آلات سنگین برای زراعت، ایجاد اشتغال مولد، ارزآوری قابل توجه و افزایش مصارف غذایی، صنعتی و دارویی از جمله امتیازات مهم آن محصول بوده که سبب شده است سطح زیر کشت و به تبع آن تولید روبه گسترش گذارد. تولید زعفران در ایران محصولی با هدف صادرات است و صادرات گرای این محصول پیوسته صعودی بوده است. چراکه تولید و صادرات زعفران ایران از ۱۷۳ و ۸۲ تن در سال ۱۳۷۸ به ۲۳۵ و ۲۰۱ تن در سال ۱۳۸۴ روبه افزایش گذاشته و سهم صادرات از تولید داخلی در این مدت از ۴۷/۴ درصد به ۸۵/۵ درصد رسیده است.

در جدول (۱)، سطح زیر کشت و تولید زعفران در کشورهای اصلی تولیدکننده و جهان برای سالهای زراعی ۲۰۰۶-۲۰۰۱ درج یافته است. با دقت در آن جدول نتیجه می‌شود که:

۱. شایان توجه است از کل تولید زعفران در ایران دو استان خراسان رضوی و خراسان جنوبی جایگاه ممتازی دارند. چراکه در سال ۱۳۸۳ این دو استان به ترتیب ۷۴/۵۱ درصد و ۲۱/۶۹ درصد و جمعاً بالغ بر ۹۵ درصد (۹۶/۲۰ درصد) از کل تولید زعفران کشور را در اختیار داشته‌اند.

۱) میزان تولید و سطح زیر کشت جهانی زعفران از ۲۰۴ تن و ۶۱/۴ هزار هکتار در سال زراعی ۲۰۰۱-۲۰۰۲ به ۲۳۰ تن و ۶۱/۸ هزار هکتار در سال ۲۰۰۳-۲۰۰۴ افزایش یافته و همین روند در سال ۲۰۰۴-۲۰۰۵ نیز تداوم داشته اما در سال زراعی ۲۰۰۵-۲۰۰۶ میزان تولید و سطح زیر کشت آن اندکی کاهش یافته است.

۲) طی دوره مطالعه، میزان تولید و سطح زیر کشت زعفران ایران از ۱۸۵ تن و ۵۱/۵ هزار هکتار در سال زراعی ۲۰۰۱-۲۰۰۲ به ۲۲۰ تن و ۵۶/۵ هزار هکتار در سال ۲۰۰۳-۲۰۰۴ افزایش نشان می‌دهد و همین روند در سال زراعی ۲۰۰۴-۲۰۰۵ نیز تداوم داشته اما در سال زراعی ۲۰۰۵-۲۰۰۶ میزان تولید آن اندکی روبه کاهش گذارده و به ۲۲۰ تن رسیده است ولی سطح زیر کشت تغییر محسوسی نداشته است.

۳) نکته با اهمیت تر این که تولید محصول زعفران از چه سطح زیر کشتی بدست آمده است؟ عبارتی عملکرد در واحد محصول در کشورهای تولید کننده به چه میزان است؟ مطابق مطالعه ای که به انجام رسیده، در مراکش، متوسط عملکرد از ۲ تا ۲/۵ کیلوگرم متغیر است. در ایتالیا، متوسط عملکرد از ۱۰ تا ۱۶ کیلوگرم در هکتار، در اسپانیا از ۶ تا ۲۹ کیلوگرم در هکتار، در یونان ۴ تا ۷ کیلوگرم در هکتار، در هند ۲ تا ۷ کیلوگرم در هکتار بوده است. مضافاً، در یونان انتظار می‌رود در سال اول، ۳ کیلوگرم در هکتار، در سال دوم ۱۰ کیلوگرم در هکتار، در سال سوم و چهارم ۱۵ کیلوگرم در هکتار و در سال پنجم و ششم ۱۰ کیلوگرم در هکتار بدست آید. این در حالی است که عملکرد در واحد سطح در ایران بمراتب پایین تر از این مقادیر است (منا، ۲۰۰۳).

۴) زعفران در آسیا، اروپا و شمال آفریقا بعمل می‌آید. در قاره آسیا در ایران، هند، چین و اخیراً نیز در افغانستان تولید می‌شود. در قاره اروپا نیز در دو کشور اسپانیا و یونان بعمل می‌آید و در شمال آفریقا نیز در کشور مراکش تولید می‌گردد. طی دوره، ایران پیوسته قسمت اعظم سطح زیر کشت و میزان تولید این محصول را در جهان در اختیار داشته است. سهم ایران از میزان تولید و سطح زیر کشت جهانی زعفران به ترتیب از ۹۰/۶۹ و ۸۳/۹۱ درصد در سال ۲۰۰۱-۲۰۰۲ به ۹۵/۶۵ و ۹۱/۳۹ درصد در سال زراعی ۲۰۰۳-۲۰۰۴ افزایش نشان می‌دهد و این روند در دو سال زراعی اخیر نیز تداوم داشته

حال که وضعیت ایران و کشورهای عمده در تولید جهانی زعفران تبیین شد، در ادامه سعی خواهد شد به بررسی ظرفیت‌های بالقوه صادرات و بازارهای هدف این محصول پرداخته شود.

۲. شواهد، پیشینه و روش تحقیق

۲-۱. پتانسیل تجاری و ظرفیت صادراتی

در متون تجارت بین الملل، پتانسیل تجاری میزان تجارتی است که کشورها به طور بالقوه می‌توانند با توجه به عوامل تعیین کننده جریان تجارت با یکدیگر داشته باشند. برای تعیین پتانسیل تجاری بین کشورها روش‌های متعددی وجود دارد. اکثر این روش‌ها در مواردی که کشورهای مورد نظر در ابتدا هیچ گونه سیاست تجاری هماهنگی اتخاذ نکرده و روابط تجاری نازلی دارند، مناسب هستند. مجموعه روش‌های برآورد پتانسیل تجاری را می‌توان در سه گروه: الف- روش برآورد ساده پتانسیل تجاری؛ ب- روش برآورد پتانسیل تجاری با استفاده از آزمون مشابهت از جمله شاخص کسینوس^۱؛ و روش برآورد پتانسیل تجاری با استفاده از مدل جاذبه دسته‌بندی نمود.

در پژوهش‌های تجربی، شاخص‌ها و روش‌های استفاده شده که اساساً امکان تجارت بالقوه را نشان می‌دهند می‌توان به مطالعات تجربی لاین من، فینگر- کرینین، درایسدل، والر اس^۲ و... اشاره نمود. اساس این مطالعات، استفاده از شاخص‌های ساده ریاضی است که متکی بر طبقه‌بندی کالایی برحسب ارزش صادرات و واردات جفت کشورها است، حال آن که برخی پژوهشگران از تکنیک‌های اقتصادسنجی نظیر مدل جاذبه به برآورد میزان تجارت بالقوه پرداخته‌اند. در این خصوص می‌توان به مطالعات آیتکن، فرانکل، استین و جین وی، پولاک، جاکانب، کوواسس و اوسلی، و کریستی^۳ اشاره نمود. هر دو دسته این روش‌ها می‌توانند جوابگوی پرسش‌های اصلی این قسمت از پژوهش باشند. در ادامه روش

1. Cosine Index.

2. Linnemann (1996), Finger and Kreinin (1988), Drysdale (1967) Vollrath, t. and Gohnston (2001).

3. Aitken, Norman, P.D (1973), Geffry, Franke, Ernesto, Stein and Shand, Jinvvei (1997), Polak, J (1995), Jakanb, Z.M, Kovaces, M.A and Oszlay AC (2001), Christie, E (2001).

برآورد ساده پتانسیل تجاری با محوریت صادرات تبیین می‌شود:

روش بر آورده ساده از پتانسیل صادرات کشور A به کشور B (و همین‌طور این روش را برای واردات کشور A از کشور B نیز می‌توان به کار برد) به این ترتیب است که واردات اقلام یا گروه‌های کالایی کشور B به تفکیک طبقه‌بندی کالایی که میزان آن بیش از رقمی مفروض باشد را در نظر می‌گیرند و در مقابل کل صادرات کشور A از همان کالاها به کشورهای جهان را در نظر می‌گیرد. به این ترتیب دو ستون در مقابل هر ردیف کالایی به وجود خواهد آمد که یکی مربوط به واردات کشور B از آن کالاها از تمام کشورهای جهان و دیگری صادرات کشور A از آن کالاها به تمام کشورهای جهان است. لذا در مقابل هر شماره تعرفه کالا دو عدد است. برای تعیین حداکثر پتانسیل، حداقل آن دو عدد مدنظر قرار می‌گیرد و پتانسیل معمولی ۲۰ الی ۳۰ درصد حداقل مقدار تعیین شده است.^۱

با توجه به مطالب بیان شده در مقابل دو ستون (یکی ستون کل واردات کشور B از هر شماره تعرفه و دیگری کل صادرات کشور A از هر شماره تعرفه)، ستون سوم تشکیل می‌شود که در واقع حداقل ردیف‌های دو ستون قبلی خواهد بود.^۲ اگر به این ترتیب عمل شود، حداکثر پتانسیل برای صادرات کشور A به کشور B، تعیین خواهد شد. با توجه به اینکه به‌طور معمول شرایط طوری است که تنها از ۲۰ الی ۳۰ درصد حداکثر پتانسیل استفاده می‌شود، لذا پتانسیل معمولی صادرات کشور A به کشور B، حدود ۲۰ الی ۳۰ درصد حداقل m و n میلیون دلار خواهد شد و این ارقام همان ارقامی است که در واقع نشان دهنده بر آورد ساده از پتانسیل صادرات کشور A به کشور B است. برای برآورد پتانسیل

1. Arnon, Sprick & Weinblatt (1996).

۲. گفتنی است که حداقل میزان هر شماره تعرفه به این دلیل مدنظر قرار می‌گیرد که اگر به فرض واردات کشور B از کالا یا گروه کالا بر اساس شماره تعرفه SITC، m میلیون دلار و صادرات کشور A از آن، n میلیون دلار باشد. اگر m کوچکتر از n باشد، آنگاه امکان واردات توسط کشور B از آن کالا بیش از m میلیون دلار از کشور A نخواهد بود، لذا کشور A می‌بایستی آن کالا را به دیگر کشورها صادر نماید. عکس این قضیه نیز ممکن است اتفاق بیفتد؛ به این معنی که امکان واردات کشور B از آن کالا بالا باشد ولی توان صادراتی کشور A از آن کالا کمتر (n کوچکتر از m) باشد، لذا کشور B مجبور است واردات از آن کالا را غیر از کشور A تامین نماید.

واردات کشور A از کشور B نیز می‌توان روش فوق را مدنظر قرارداد و پتانسیل واردات کشور A از کشور B را بدست آورد. البته ممکن است دو کشور A و B در قالب موافقت‌نامه‌هایی از ترتیبات ترجیحی کالایی بهره‌مند باشند، در این صورت کشور B واردات کالاهایی که از کشور A دارد را مشمول ترجیحات تعرفه‌ای می‌کند. مطالعات متعددی در داخل با استفاده از این روش انجام شده که از جمله به صادقی‌پارندی و حسینی (۱۳۷۸)، صباغ‌کرمانی و حسینی (۱۳۸۰) و حسینی (۱۳۸۵) می‌توان اشاره نمود.

۲-۲. بازارهای هدف

متغیرهای تاثیرگذار بازارهای هدف را تحت عنوان «خلاصه خصوصیات و متغیرهای شناخت بازارهای هدف» می‌توان به صورت زیر تلخیص کرد:

الف- جمعیتی: از جمله اندازه جمعیت و نرخ رشد آن، سطح آموزش و درصد بیکاری.

ب- اقتصادی: تولید ناخالص ملی، نرخ رشد و سرانه آن، ساختار اقتصاد، دورنمای اقتصادی و چالش‌های فرارو، توزیع درآمد، نسبت سرمایه‌گذاری به GNP، نرخ تورم سالانه، ذخیره ارزی، ثبات نرخ ارز، گرایشهای اقتصادی، جریان موجود تجارت و ترکیب صادرات آن، پتانسیل صادراتی، وضعیت زیر ساختها، سیاست‌های اقتصادی (پولی، مالی، مالیاتی، سرمایه‌گذاری، تجاری، اعتباری و مناطق آزاد تجاری)، موافقت‌نامه‌های اقتصادی-تجاری مهم فی‌مابین.

ج- سیاسی- قانونی: وجود قوانین حمایت از مالکیت فکری، ساختار سیاسی و نوع نظام حکومتی، سازمان‌های بین‌المللی عضو، نقش و سطح کنترل دولت در تجارت، محدودیت‌های قیمت‌گذاری، ثبات سیاسی در کشور، گرایش‌ها و روابط سیاسی با ایران، ضوابط و شرایط کاری تجارت، قوانین تجاری، ساعات کاری.

د- شیوه‌های تولید و فن‌آوری: مقررات فنی تجارت (TBT)، مقررات بهداشتی و بهداشت نباتی (SPS)، شیوه‌های (فن‌آوری) تولید موجود، فن‌آوری مصرف موجود.

ه- اجتماعی- فرهنگی: سابقه تاریخی، ارزشهای بارز، الگوهای سبک زندگی،

زبانهای مختلف، مسائل فرهنگی، مسائل دینی، نگرش به کالاهای خارجی، زبان رسمی در تجارت، تفاوت‌های فرهنگی.

و- سیستم توزیع: بررسی وضعیت کانال‌های توزیع در کشور هدف.

ز- فضای کسب‌وکار و محیط رقابتی: وضعیت تولید و تجارت (واردات و صادرات) کالای مورد نظر، وضعیت رقابت در بازار و درجه شدت آن، موانع دسترسی به بازار (تعرفه‌ها و موانع غیر تعرفه‌ای)، اتحادیه‌ها، نمایشگاه‌های تجاری، رسانه‌ها و ابزارهای تبلیغاتی.

همین‌طور از منظر ادبیات اقتصاد بین‌الملل، نظریه‌ها و مطالعات زیادی در نیمه دوم سده بیستم در مورد توسعه تجارت با محوریت صادرات صورت گرفته است که به اختصار به پاره‌ای از آنها اشاره می‌شود. نظریه تجارت بین‌المللی هکشر - اوهلین، تجارت را برحسب موهبت نسبی عوامل و منابع طبیعی تشریح می‌نماید. لیندر این نظریه را نقد کرده و اشاره دارد این تئوری عوامل سیستماتیک وابسته به تقاضا که برای تجارت بسیار مهم است، نادیده می‌گیرد. بنابراین ایشان معتقد بود تشابه سلیقه‌ها عامل مهمی در تجارت کالاهای صنعتی بین دو کشور است. گفتنی است اگر درآمد سرانه بین دو کشور بعنوان نماینده تشابه مطلوبیت یا تشابه ساختار تقاضای دو کشور در نظر گرفته شود، به احتمال قوی کشورها پس از اشباع بازار داخلی (مازاد بر نیاز مصرف) خود به بازررسانی آن کالا در کشورهایی که با الگوی تقاضای داخلی آن مشابه است، روی خواهند آورد؛ چراکه تشابه زیاد تقاضای دو کشور در محصولات تقاضا شده، گویای پتانسیل تجاری بیشتر بین آن دو خواهد بود و هر چه اختلاف درآمد سرانه آنها کمتر شود، تشابه صادرات - واردات بین آن دو بیشتر می‌شود. به این ترتیب لیندر باور داشت تجارت در بین کشورهایی که اقتصاد مشابه دارند، در مقایسه با کشورهایی که اقتصاد آنها متنوع و یا مکمل یکدیگر است، بهتر می‌تواند تحقق یابد.^۱ با ملاحظه این واقعیت که کشورهای در حال توسعه، گروه کاملاً نامتجانس با فرهنگ‌های مختلف و با ساختار اقتصادی و اجتماعی متفاوت می‌باشند، درآمد سرانه نسبی نمی‌تواند به تنهایی تشابه مطلوبیت را در بین آنها بطور مؤثر تبیین نماید، بنابراین بهتر است

1. Linder, (1961).

بجای آن از تشابه در ساختار مصرف دو کشور بهره جست.

امکان تجارت کالای خاص، زمانی که یک کشور صادرکننده خالص و دیگری واردکننده خالص باشند، بیشتر است^۱. بنابراین، اگر ساختار تولید کشورها یکسان نباشد جریان تجارت بین کشورها بیشتر خواهد بود. مضافاً هر چه ساختار تولید کشور *i* با ساختار مصرف کشور *j* (تشابه تولید - مصرف) مشابه باشند، امکان تجارت بین دو کشور بیشتر است. هر چه ساختار صادرات کشور *i* با ساختار صادرات کشور *j* مشابه باشند، امکان تجارت بین دو کشور کمتر و لذا آن دو کشور رقیب صادراتی هستند و بالعکس، هر چه ساختار صادرات کشور *i* با ساختار واردات کشور *j* مشابه باشند، انتظار است جریان تجاری بیشتری بین آن دو وجود داشته و آن دو می توانند از اكمال تجاری کامل برخوردار شوند. اخیراً در این مورد، فرضیه شرکای تجاری طبیعی ارائه شده، که گویای آن است ترتیبات منطقه‌ای در بین کشورهای همسایه در مقایسه با دیگر کشورها افزایش رفاه بیشتری را می تواند فراهم آورد. این فرضیه منتج از نظر لیپسی^۲ است که دیردورف و استرن^۳ و کروگمن^۴ استدلال می نمایند که به سبب پائین بودن هزینه حمل و نقل (فاصله جغرافیایی کم)، این تمایل وجود دارد در بین کشورهای همسایه، جریان تجاری بیشتری بدون انحراف فراهم آید.

گفتنی است مطالب فوق اساساً متغیرها و عواملی که در جریان تجارت بین کشوری و درون منطقه‌ای مؤثر هستند، را تبیین می کند و اما در خصوص توسعه بازار کالایی و تعیین بازارهای هدف کالا یا گروه کالایی در این پژوهش، با استفاده از مشاهدات تجربی و متغیرهای مؤثر در دسترس، مراحل زیر صورت گرفته است:

۱. ابتدا تعداد کشورهایی که در بازار تولید و تجارت جهانی کالای مورد بحث حضور دارند، مشخص می شود.

۱. این موضوع در خصوص تجارت در بین دو گروه از کشورها (یک گروه صادرکننده خالص و گروه دوم واردکننده خالص) در کالای مورد نظر نیز موضوعیت دارد.

2. Lipsey, (1960).

3. Deardorff & Stern, (1994).

4. Krugman, (1996).

۲. مشخصه‌های کلیدی بازار اعم از: میزان تقاضای وارداتی کشورها از آن کالا برای سال یا دوره زمانی معین، شاخص تقاضای وارداتی کشورها از آن کالا طی دوره مورد بحث (شروع دوره، سال پایه لحاظ می‌شود)، میزان واردات با هدف مصرف داخلی (سهم صادرات از واردات) آن کشور از آن کالا، سهم کشور صادرکننده از تقاضای وارداتی کشورهایی که در بازار جهانی آن کالا حضور دارند پتانسیل صادراتی کشور فرضی صادرکننده آن کالا به کشورهای واردکننده آن کالا در بازار جهانی، پتانسیل صادراتی استفاده نشده کشور فرضی صادرکننده آن کالا به واردکنندگان آن کالا در بازار جهانی، درصد استفاده نشده از پتانسیل صادراتی صادرکننده فرضی آن کالا به کشورهای واردکننده در بازار جهانی آن کالا و ... به عنوان متغیرهای اساسی تعیین کننده بازار هدف کالایی می‌توانند محسوب شوند. این متغیرها اثرگذار در تبیین مناسب بازار هدف کالایی، برای محصول زعفران صادراتی ایران مورد محاسبه و تحلیل شده است.

۳. بعد از آنکه شاخص‌های تعیین کننده بازار هدف کالایی محاسبه شد، آنگاه بر حسب این شاخص‌ها کشورهای هدف، شناسایی شده‌اند. در تعیین بازارهای هدف کالایی سایر عوامل از جمله مقررات بهداشتی و بهداشت نباتی، اقدامات حفاظتی و قرنطینه‌ای، مقررات کیفی و فنی، استانداردهای اجباری، فاصله جغرافیایی و ... اثر گذارند که بسته به کشور می‌توان به صورت یک متغیر توضیحی در محاسبات شاخص کلی بازار هدف گنجانند.

۳. نتایج تحقیق از برآورد و ارزیابی پتانسیل صادراتی زعفران ایران به کشورهای جهان

۳-۱- تحلیل تقاضای وارداتی کشورهای واردکننده زعفران در جهان

جدول (۱)، تقاضای وارداتی کشورهای واردکننده زعفران در جهان طی سال‌های ۲۰۰۶-۲۰۰۲ و کل دوره را بر حسب هزار دلار نشان می‌دهد. با دقت در آمارهای ارائه شده در این جدول می‌توان موارد ذیل را اشاره نمود.

۱- در طرف تقاضای واردات بازار جهانی زعفران حدود ۵۰ کشور^۱ حضور دارند که از این تعداد تنها ۱۲ کشور اسپانیا، ایتالیا، آمریکا، سوئد، فرانسه، عربستان سعودی، سوئیس، ژاپن، تایوان، انگلیس، آرژانتین و آلمان متوسط سالانه تقاضای واردات بالغ بر یک میلیون دلار دارند. بنابراین، متقاضیان اصلی زعفران در جهان کشورهای توسعه یافته با هدف مصرف نهایی - نه صادرات مجدد- از جمله آمریکا، فرانسه، ژاپن و عربستان سعودی هستند.

۲- اسپانیا بزرگترین واردکننده در بازار جهانی زعفران است. کل واردات اسپانیا در طول دوره ۸۷/۹۷ میلیون دلار بوده است (متوسط سالانه ۱۷/۵۹ میلیون دلار). ارزش واردات اسپانیا از ۱۵/۶۰ میلیون دلار در سال ۲۰۰۲ به ۱۹/۰۷ میلیون دلار در سال ۲۰۰۶ رسیده است (نرخ رشد متوسط سالانه ۵/۱۴ درصد). بدین ترتیب شاخص عملکرد واردات اسپانیا از واحد ۱۰۰ در سال ۲۰۰۲ به ۱۲۲/۲ در سال ۲۰۰۶ افزایش یافته است. بعد از اسپانیا، کشورهای ایتالیا، آمریکا، سوئد، فرانسه و عربستان سعودی در مقام دوم تا ششم واردات زعفران قرار دارند. کل واردات این پنج کشور در دوره مورد بررسی به ترتیب ۳۸/۴۱، ۳۱/۱۲، ۱۴/۸۹، ۱۴/۸۵ و ۱۴/۳۹ میلیون دلار بوده است. شاخص عملکرد واردات این پنج کشور از واحد ۱۰۰ در سال ۲۰۰۲ به ترتیب به ۱۰۴/۶، ۱۴۶/۶، ۱۴۴، ۹۹/۶ و ۱۷۲/۳ در سال ۲۰۰۶ رسیده است (به ترتیب نرخ رشد متوسط سالانه ۱/۱۳، ۱۰/۰۳، ۹/۵۴، ۰/۱۱- و ۱۴/۵۷ درصد). بدین ترتیب در میان شش کشور اصلی واردکننده زعفران در جهان، بالاترین شاخص عملکرد و افزایش تقاضا به ترتیب به عربستان سعودی (۱۴/۵۷ درصد)، آمریکا (۱۰/۰۳ درصد)، سوئد (۹/۵۴ درصد) و اسپانیا (۵/۱۴ درصد) تعلق دارد.

۳- در دوره مطالعه برخی کشورها هم به طور مطلق و هم نسبی تقاضای واردات زعفران را شدیداً افزایش داده‌اند. در این دوره، شاخص عملکرد تقاضای واردات ۳۰ کشور واردکننده زعفران بالای ۱۰۰ و بقیه کمتر از ۱۰۰ بوده است. بالاترین شاخص

۱. دو کشور کویت و امارات متحده عربی واردکننده زعفران در جهان هستند که به سبب آن که به مرکز تجارت بین‌المللی آمار تجاری را گزارش نمی‌دهند، تقاضای وارداتی این دو کشور از طریق کشورهای گزارش‌دهنده از جمله صادرات ایران به این دو کشور بدست آمده است.

عملکرد تقاضای واردات زعفران به هند، اتریش، یونان، فنلاند، چک، اسرائیل، قطر، مکزیک و هلند تعلق داشته که شاخص عملکرد از واحد ۱۰۰ در سال ۲۰۰۲ به بیش از ۲۰۰ در سال ۲۰۰۶ رسیده است (نرخ رشد متوسط سالانه بیش از ۱۸ درصد).

جدول ۳- تقاضای کشورهای واردکننده زعفران در جهان طی سال‌های ۲۰۰۲-۲۰۰۶

هزار دلار

شرح	۲۰۰۲	۲۰۰۳	۲۰۰۴	۲۰۰۵	۲۰۰۶	کل دوره	متوسط سالانه دوره	شاخص عملکرد	نرخ رشد سالانه
اسپانیا	۱۵۶۰۴	۱۹۴۰۳	۱۹۸۵۸	۱۴۰۳۸	۱۹۰۷۱	۸۷۹۷۴	۱۷۵۹۴/۸	۱۲۲/۲	۵/۱۴
ایتالیا	۷۲۸۷	۸۷۰۵	۸۰۲۸	۶۷۷۲	۷۶۲۱	۳۸۴۱۳	۷۶۸۲/۶	۱۰۴/۶	۱/۱۳
آمریکا	۴۹۳۸	۶۲۸۷	۶۳۹۱	۶۲۶۲	۷۲۳۸	۳۱۱۱۶	۶۲۲۳/۲	۱۴۶/۶	۱۰/۰۳
سوئد	۲۵۱۴	۲۹۸۲	۳۱۶۸	۲۶۰۱	۳۶۲۰	۱۴۸۸۵	۲۹۷۷/۰	۱۴۴/۰	۹/۵۴
فرانسه	۳۰۵۳	۳۱۷۱	۳۰۷۹	۲۵۰۳	۳۰۴۰	۱۴۸۴۶	۲۹۶۹/۲	۹۹/۶	-۰/۱۱
عربستان سعودی	۱۷۹۸	۲۴۰۶	۳۳۶۳	۳۷۲۴	۳۰۹۸	۱۴۳۸۹	۲۸۷۷/۸	۱۷۲/۳	۱۴/۵۷
سوئیس	۲۲۸۶	۲۱۴۰	۲۶۵۵	۲۲۷۴	۲۹۵۶	۱۲۳۱۱	۲۴۶۲/۲	۱۲۹/۳	۶/۶۴
ژاپن	۱۴۵۳	۱۹۱۰	۱۹۲۴	۲۰۴۶	۲۱۶۶	۹۴۹۹	۱۸۹۹/۸	۱۴۹/۱	۱۰/۵۰
تایوان	۱۲۸۸	۱۴۰۳	۱۸۰۴	۲۱۶۷	۲۷۲۲	۹۳۸۴	۱۸۷۶/۸	۲۱۱/۳	۲۰/۵۷
انگلیس	۸۱۵	۱۱۳۶	۱۵۰۸	۱۴۹۱	۱۸۴۲	۶۷۹۲	۱۳۵۸/۴	۲۲۶/۰	۲۲/۶۱
آرژانتین	۵۹۲	۸۸۳	۱۹۰۲	۱۳۱۶	۱۴۲۳	۶۱۱۶	۱۲۲۳/۲	۲۴۰/۴	۲۴/۵۱
آلمان	۸۳۲	۱۰۰۴	۱۰۸۸	۱۰۵۷	۱۴۲۶	۵۴۰۷	۱۰۸۱/۴	۱۷۱/۴	۱۴/۴۲
بلژیک	۷۴۵	۷۵۳	۹۶۶	۱۰۸۳	۱۳۱۴	۴۸۶۱	۹۷۲/۲	۱۷۶/۴	۱۵/۲۴
هند	۶	۱۲۴	۹۰۵	۱۸۹۴	۱۴۶۹	۴۳۹۸	۸۷۹/۶	۲۴۴۸۳/۳	۲۹۵/۵۶
کانادا	۴۸۶	۶۱۷	۶۹۷	۶۷۹	۶۴۰	۳۱۱۹	۶۲۳/۸	۱۳۱/۷	۷/۱۲
عمان	۳۶۳	۴۴۸	۴۶۸	۶۴۰	۶۳۸	۲۵۵۷	۵۱۱/۴	۱۷۵/۸	۱۵/۱۴
هنگ کنگ	۴۷۷	۲۸۳	۴۱۳	۶۹۳	۶۱۸	۲۴۸۴	۴۹۶/۸	۱۲۹/۶	۶/۶۹
مکزیک	۲۵۴	۳۴۵	۴۶۶	۴۸۹	۵۰۷	۲۰۶۱	۴۱۲/۲	۱۹۹/۶	۱۸/۸۶
بحرین	۳۷۰	۳۸۹	۴۷۴	۲۹۸	۳۴۱	۱۸۷۲	۳۷۴/۴	۹۲/۲	-۲/۰۲
سنگاپور	۳۷۴	۳۵۱	۲۵۲	۴۱۱	۳۰۶	۱۶۹۴	۳۳۸/۸	۸۱/۸	-۴/۸۹
استرالیا	۲۲۳	۲۶۶	۲۸۶	۳۱۰	۳۳۵	۱۴۲۰	۲۸۴/۰	۱۵۰/۲	۱۰/۷۱
اتریش	۷۹	۱۷۵	۲۹۸	۳۲۲	۴۶۱	۱۳۳۵	۲۶۷/۰	۵۸۳/۵	۵۵/۴۲
موریس	۲۲۴	۲۵۶	۲۶۱	۳۳۹	۲۱۴	۱۲۹۴	۲۵۸/۸	۹۵/۵	-۱/۱۴
قطر	۱۵۱	۱۴۸	۲۲۸	۳۱۶	۳۳۱	۱۱۷۴	۲۳۴/۸	۲۱۹/۲	۲۱/۶۸
آفریقای جنوبی	۱۳۸	۲۳۵	۲۴۵	۳۱۶	۲۲۸	۱۱۶۲	۲۳۲/۴	۱۶۵/۲	۱۳/۳۷

شرح	۲۰۰۲	۲۰۰۳	۲۰۰۴	۲۰۰۵	۲۰۰۶	کل دوره	متوسط سالانه دوره	شاخص عملکرد	نرخ رشد سالانه
هلند	۱۸۹	۲۳۹	۱۶۹	۱۷۹	۳۷۷	۱۱۵۳	۲۳۰/۶	۱۹۹/۵	۱۸/۸۴
دانمارک	۱۸۹	۲۸۵	۱۶۹	۱۹۶	۱۵۴	۹۹۳	۱۹۸/۶	۸۱/۵	-۴/۹۹
مالزی	۱۸۲	۱۵۰	۲۱۸	۱۹۹	۱۷۰	۹۱۹	۱۸۳/۸	۹۳/۴	-۱/۶۹
یونان	۴	۶۸۶	۱۹۳	۳	۱۹	۹۰۵	۱۸۱/۰	۴۷۵/۰	۴۷/۶۳
کره جنوبی	۱۶۸	۶۷	۱۱۷	۱۱۵	۹۸	۵۶۵	۱۱۳/۰	۵۸/۳	-۱۲/۶۱
لوکزامبورگ	۶۳	۹۶	۱۰۳	۹۸	۱۳۶	۴۹۶	۹۹/۲	۲۱۵/۹	۲۱/۲۱
ایرلند	۵۹	۱۱۱	۱۱۷	۱۰۳	۸۷	۴۷۷	۹۵/۴	۱۴۷/۵	۱۰/۲۰
برزیل	۹۱	۷۳	۷۳	۱۱۵	۸۷	۴۳۹	۸۷/۸	۹۵/۶	-۱/۱۲
فنلاند	۴۷	۴۱	۶۳	۷۸	۱۸۵	۴۱۴	۸۲/۸	۳۹۳/۶	۴۰/۸۵
پاکستان	۰	۲۵	۵۰	۱۳۵	۱۲۵	۳۳۵	۶۷/۰	-	-
نیوزیلند	۴۸	۴۷	۶۰	۷۳	۹۲	۳۲۰	۶۴/۰	۱۹۱/۷	۱۷/۶۶
نروژ	۶۸	۵۷	۶۸	۶۲	۶۰	۳۱۵	۶۳/۰	۸۸/۲	-۳/۰۸
چین	۱۸۹	۲۸	۰	۷۳	۰	۲۹۰	۵۸/۰	۰/۰	-
لهستان	۰	۰	۱۰۹	۸۰	۹۶	۲۸۵	۵۷/۰	-	-
پرتغال	۳۶	۶۳	۴۷	۵۱	۴۲	۲۳۹	۴۷/۸	۱۱۶/۷	۳/۹۳
آندورا	۵۹	۸۱	۷۹	۰	۰	۲۱۹	۴۳/۸	۰/۰	-
جمهوری چک	۱۷	۲۱	۴۱	۴۵	۶۳	۱۸۷	۳۷/۴	۳۷۰/۶	۳۸/۷۵
شیلی	۳۱	۳۲	۲۵	۳۹	۵۶	۱۸۳	۳۶/۶	۱۸۰/۶	۱۵/۹۳
اسرائیل	۱۲	۳۱	۵۰	۵۰	۳۴	۱۷۷	۳۵/۴	۲۸۳/۳	۲۹/۷۴
فیلیپین	۶۶	۶۲	۲۹	۵	۱۴	۱۷۶	۳۵/۲	۲۱/۲	-۳۲/۱۳
نیال	۰	۶۰	۰	۰	۰	۶۰	۱۲/۰	-	-
اتیوپی	۰	۵۴	۰	۰	۲	۵۶	۱۱/۲	-	-
کویت	۹۴۴	۱۱۳۵	۱۲۸۸	۱۳۴۱	۱۳۷۹	۶۰۸۷	۱۲۱۷/۴	۱۴۶/۱	۹/۹۴
امارات	۲۷۹۸۱	۳۴۶۴۱	۴۱۶۵۷	۴۲۷۰۷	۳۴۸۶۸	۶۰۸۷	۳۶۳۷۰/۸	۱۲۴/۶	۵/۶۶
کل	۷۶۷۹۳	۹۳۹۰۵	۱۰۵۴۵۲	۹۹۷۸۸	۱۰۱۷۶۹	۳۰۱۹۴۰	۹۵۵۴۱/۴	۱۳۲/۵	۷/۲۹

ماخذ: برگرفته از نتایج تحقیق بر اساس لوح فشرده PC-TAS

۴) در یک جمع بندی باید گفت کشورهای اصلی متقاضی واردات زعفران در جهان اسپانیا، ایتالیا، آمریکا، سوئد، فرانسه و عربستان سعودی هستند. در دوره مورد بررسی تقاضای واردات در ده کشور هند، اتریش، یونان، فنلاند، چک، اسرائیل، انگلیس، قطر،

مکزیک، هلند به شدت افزایش یافته است.

۲-۳. تحلیل عرضه صادرات زعفران ایران به کشورهای واردکننده در جهان

جدول (۴)، عرضه صادرات زعفران ایران به کشورهای واردکننده زعفران در جهان طی سالهای ۲۰۰۶-۲۰۰۲ و کل دوره بر حسب هزار دلار نشان می‌دهد. با دقت در آمارهای ارائه شده در این جدول می‌توان گفت:

۱- در طرف تقاضای واردات بازار صادرات زعفران ایران بالغ بر ۲۷ کشور حضور دارند که از این تعداد تنها ۱۰ کشور (امارات متحده عربی، اسپانیا، ایتالیا، عربستان سعودی، فرانسه، سوئد، سوئیس، هند، تایوان و کویت) متوسط سالانه تقاضای واردات بالغ بر یک میلیون دلار بوده است. با دقت در این کشورها مشخص می‌شود جایگاهی برای کشورهای توسعه یافته با درآمد سرانه بالا- با هدف مصرف نهایی- از جمله سه کشور آمریکا، ژاپن و انگلیس وجود ندارد و یا جایگاه ضعیفی دارند. در مقابل جایگاه کشورهای صادرکننده مجدد از جمله امارات متحده عربی، اسپانیا و ایتالیا بسیار قوی است.

۲- امارات اولین و بزرگترین واردکننده زعفران از ایران است. کل واردات امارات در طول دوره ۱۷۲/۳۹ میلیون دلار بوده است (متوسط سالانه ۳۴/۴۸ میلیون دلار). ارزش واردات این کشور با نرخ رشد متوسط سالانه ۵/۹۷ درصد از ۲۶/۰۷ میلیون دلار در سال ۲۰۰۲ به ۳۲/۸۸ میلیون دلار در سال ۲۰۰۶ رسیده است. بنابراین شاخص عملکرد واردات زعفران آن از ایران از واحد ۱۰۰ در سال ۲۰۰۲ به ۱۲۶/۱ در سال ۲۰۰۶ رسیده است.

۳- در دوره مطالعه برخی کشورها هم به طور مطلق و هم نسبی تقاضای واردات به زعفران را از ایران شدیداً افزایش داده‌اند. در این دوره، شاخص عملکرد تقاضای واردات ۲۰ کشور واردکننده زعفران بالای ۱۰۰ و بقیه کمتر از ۱۰۰ بوده است. بالاترین شاخص عملکرد تقاضای واردات زعفران از ایران به هند، انگلیس، هلند، قطر، بحرین، عربستان سعودی، استرالیا، تایوان، ژاپن، بلژیک، سوئد و آلمان تعلق داشته است که شاخص عملکرد از واحد ۱۰۰ در سال ۲۰۰۲ به بیش از ۲۰۰ در سال ۲۰۰۶ رسیده است.

۴- در یک جمع بندی باید گفت شش کشور اصلی متقاضی واردات زعفران از ایران، امارات، اسپانیا، ایتالیا، عربستان سعودی، فرانسه و سوئد است که سه کشور اول جایگاه

ممتازی در صادرات مجدد این محصول به بازارهای هدف دارند، در مقابل جایگاهی برای کشورهای توسعه یافته با درآمد سرانه بالا- با هدف مصرف نهایی- از جمله سه کشور آمریکا، ژاپن و انگلیس وجود ندارد. دوازده کشوری که طی دوره توانسته‌اند تقاضای واردات زعفران را شدیداً افزایش دهند، عبارتند از: هند، انگلیس، هلند، قطر، بحرین، عربستان سعودی، استرالیا، تایوان، ژاپن، بلژیک، سوئد و آلمان.

جدول ۴- عرضه صادرات زعفران ایران به کشورهای واردکننده زعفران در جهان طی سال‌های ۲۰۰۶-۲۰۰۲

هزار دلار

شرح	۲۰۰۲	۲۰۰۳	۲۰۰۴	۲۰۰۵	۲۰۰۶	کل دوره	متوسط سالانه دوره	شاخص عملکرد	نرخ رشد سالانه
امارات متحده عربی	۲۶۰۷۳	۳۲۵۵۱	۳۹۹۰۴	۴۰۹۸۸	۳۲۸۷۵	۱۷۲۳۹۱	۳۴۴۷۸/۲	۱۲۶/۱	۵/۹۷
اسپانیا	۱۷۵۳۶	۲۰۰۸۰	۳۰۴۶۴	۲۴۲۰۳	۲۶۶۲۸	۱۱۸۹۱۱	۲۳۷۸۲/۲	۱۵۱/۸	۱۱/۰۱
ایتالیا	۲۸۷۰	۳۲۰۳	۳۱۱۵	۳۶۴۸	۳۷۵۱	۱۶۵۸۷	۳۳۱۷/۴	۱۳۰/۷	۶/۹۲
عربستان سعودی	۲۹۱	۹۰۹	۳۴۷۵	۴۷۳۵	۷۱۵۸	۱۶۵۶۸	۳۳۱۳/۶	۲۴۵۹/۸	۱۲۲/۷۰
فرانسه	۱۷۴۵	۲۳۵۸	۲۶۱۷	۲۵۶۱	۲۲۱۳	۱۱۴۹۴	۲۲۹۸/۸	۱۲۶/۸	۶/۱۲
سوئد	۱۲۵۴	۱۵۹۳	۱۹۷۷	۲۱۳۲	۲۶۰۹	۹۵۶۵	۱۹۱۳/۰	۲۰۸/۱	۲۰/۱۰
سوئیس	۱۱۹۳	۱۴۲۱	۱۹۴۳	۲۲۵۷	۱۴۷۲	۸۲۸۶	۱۶۵۷/۲	۱۲۳/۴	۵/۳۹
هند	۲۱	۰	۲۰۱۶	۳۴۰۸	۲۱۰۰	۷۵۴۵	۱۵۰۹/۰	۱۰۰۰۰/۰	۲۱۶/۲۳
تایوان	۴۹۲	۶۲۱	۱۲۶۰	۱۸۲۸	۱۱۴۳	۵۳۴۴	۱۰۶۸/۸	۲۳۲/۳	۲۳/۴۶
کویت	۷۳۷	۹۲۱	۱۰۷۶	۱۱۸۸	۱۰۱۶	۴۹۳۸	۹۸۷/۶	۱۳۷/۹	۸/۳۶
آلمان	۳۲۵	۵۸۱	۹۴۸	۷۰۹	۶۶۶	۳۲۲۹	۶۴۵/۸	۲۰۴/۹	۱۹/۶۵
چین	۰	۲۴۳	۰	۱۴۹۵	۱۲۳۱	۲۹۶۹	۵۹۳/۸	-	-
آمریکا	۲۷۵	۳۵۴	۳۹۶	۴۹۷	۴۱۰	۱۹۳۲	۳۸۶/۴	۱۴۹/۱	۱۰/۵۰
آرژانتین	۰	۴۰۶	۱۰۱۰	۵۰۸	۰	۱۹۲۴	۳۸۴/۸	-	-
انگلیس	۸۴	۱۶۹	۲۸۳	۴۲۱	۹۱۱	۱۸۶۸	۳۷۳/۶	۱۰۸۴/۵	۸۱/۴۷
قطر	۱۲۴	۲۴۴	۳۵۶	۵۱۶	۵۵۲	۱۷۹۲	۳۵۸/۴	۴۴۵/۲	۴۵/۲۵
بحرین	۱۴۳	۱۹۲	۳۰۰	۳۹۱	۵۱۵	۱۵۴۱	۳۰۸/۲	۳۶۰/۱	۳۷/۷۶
ژاپن	۱۲۰	۱۷۸	۳۲۲	۲۵۳	۲۸۳	۱۱۵۶	۲۳۱/۲	۲۳۵/۸	۲۳/۹۲
بلژیک	۲۶	۳۹	۱۴۷	۱۰۴	۱۳۸	۴۵۴	۹۰/۸	۵۳۰/۸	۵۱/۷۸
کانادا	۲۹	۷۲	۷۷	۹۴	۱۱۵	۳۸۷	۷۷/۴	۳۹۶/۶	۴۱/۱۲
مناطق آزاد	۰	۶۴	۶۴	۷۱	۶۷	۲۶۶	۵۳/۲	-	-

شرح	۲۰۰۲	۲۰۰۳	۲۰۰۴	۲۰۰۵	۲۰۰۶	کل دوره	متوسط سالانه دوره	شاخص عملکرد	نرخ رشد سالانه
پاکستان	۲۲	۳۹	۸۴	۱۱۷	۳	۲۶۵	۵۳/۰	۱۳/۶	-۳۹/۲۳
هلند	۱۱	۸	۲۴	۹	۱۹۴	۲۴۶	۴۹/۲	۱۷۶۳/۶	۱۰۴/۹۳
استرالیا	۱۹	۴۳	۵۰	۵۰	۷۲	۲۳۴	۴۶/۸	۳۷۸/۹	۳۹/۵۲
هنگ کنگ	۰	۴۸	۶۹	۵۲	۲۳	۱۹۲	۳۸/۴	-	-
سنگاپور	۳۲	۳۹	۳۴	۵۱	۳۶	۱۹۲	۳۸/۴	۱۱۲/۵	۲/۹۹
نروژ	۵	۷	۶	۱۰۸	۰	۱۲۶	۲۵/۲	۰/۰	-
کل جهان	۵۳۴۲۷	۶۶۳۸۳	۹۲۰۱۷	۹۲۳۹۴	۸۶۱۸۱	۳۹۰۴۰۲	۷۸۰۸۰/۴	۱۶۱/۳	۱۲/۷۰

ماخذ: برگرفته از نتایج تحقیق بر اساس لوح فشرده PC-TAS

۳-۳. برآورد ظرفیت صادراتی زعفران ایران به کشورهای واردکننده

با هدف بررسی امکان توسعه تجارت زعفران ایران به کشورهای جهان و برای آن که بتوان میزان پتانسیل را تعیین کرد، از روش برآورد ساده پتانسیل تجاری استفاده شده است. آمار زعفران صادراتی ایران و وارداتی هریک از کشورهای جهان بر اساس کد شش رقمی HS برای دوره ۲۰۰۲-۶ از آخرین نسخه نرم افزار آمار تجاری (PC_TAS, 2007)، استخراج شده است. برای محاسبه پتانسیل صادرات ایران با آنها مراحل زیر انجام شده است:

- ۱- زعفران صادراتی ایران به جهان و زعفران وارداتی کشورهای جهان بر حسب کد شش رقمی نظام هماهنگ HS از لوح فشرده PC-TAS به دست آمده است.
- ۲- صادرات زعفران ایران به جهان و یکایک آن کشورها و واردات این کشورها از جهان.

- ۳- حداقل ارزش صادرات زعفران ایران به جهان و واردات زعفران این کشورها از جهان.
- ۴- از تفاضل صادرات ایران به کشورها و ستون حداقل (مرحله ۳)، ظرفیت استفاده نشده صادراتی ایران به کشورها تعیین شد.

- ۵- درصد استفاده نشده از ظرفیت صادراتی زعفران ایران به یکایک آن کشورها محاسبه گردید.

جدول (۵) حداکثر پتانسیل صادراتی زعفران ایران به کشورهای جهان طی سال‌های ۲۰۰۲-۲۰۰۶ و کل دوره را بر حسب هزار دلار را نشان می‌دهد. با دقت در این جدول

می توان گفت:

(۱) به طور متوسط سالانه حداکثر پتانسیل صادراتی زعفران ایران به کشورهای جهان، به ترتیب به امارات (۳۶/۳۷ میلیون دلار)، اسپانیا (۱۷/۵۹ میلیون دلار)، ایتالیا (۷/۶۸ میلیون دلار)، آمریکا (۶/۲۲ میلیون دلار)، فرانسه (۲/۹۷ میلیون دلار) و عربستان سعودی (۲/۸۸ میلیون دلار) تعلق دارد.

(۲) امارات اولین و بزرگترین واردکننده زعفران صادراتی ایران است. کل واردات این کشور از ایران به طور متوسط سالانه ۳۶/۳۷ میلیون دلار است. ارزش واردات از ۲۷/۹۸ میلیون دلار در سال ۲۰۰۲ به ۳۴/۸۷ میلیون دلار در سال ۲۰۰۶ رسیده است (نرخ رشد متوسط سالانه ۵/۶۶ درصد). پس شاخص عملکرد حداکثر پتانسیل وارداتی امارات از زعفران صادراتی ایران از واحد ۱۰۰ در سال ۲۰۰۲ به ۱۲۴/۶۲ در سال ۲۰۰۶ رسیده است.

(۳) در یک جمع بندی باید گفت شش کشور اصلی حداکثر پتانسیل وارداتی زعفران از ایران، امارات، اسپانیا، ایتالیا، عربستان سعودی، فرانسه و سوئد است که سه کشور اول جایگاه ممتازی در صادرات مجدد این محصول به بازارهای هدف دارند، در مقابل جایگاهی برای کشورهای توسعه یافته با درآمد سرانه بالا- با هدف مصرف نهایی- وجود ندارد. ۱۲ کشوری که طی دوره توانسته اند تقاضای واردات زعفران را شدیداً افزایش دهند، عبارت است از: هند، انگلیس، هلند، قطر، بحرین، عربستان سعودی، استرالیا، تایوان، ژاپن، بلژیک، سوئد و آلمان.

جدول ۵- حداکثر پتانسیل صادراتی زعفران ایران به کشورهای جهان طی سال های

۲۰۰۲-۲۰۰۶

هزار دلار

شرح	۲۰۰۲	۲۰۰۳	۲۰۰۴	۲۰۰۵	۲۰۰۶	کل دوره	متوسط سالانه دوره
آرژانتین	۵۹۲	۸۸۳	۱۹۰۲	۱۳۱۶	۱۴۲۳	۶۱۱۶	۱۲۲۳/۲
استرالیا	۲۲۳	۲۶۶	۲۸۶	۳۱۰	۳۳۵	۱۴۲۰	۲۸۴
بحرین	۳۷۰	۳۸۹	۴۷۴	۲۹۸	۳۴۱	۱۸۷۲	۳۷۴/۴
بلژیک	۷۴۵	۷۵۳	۹۶۶	۱۰۸۳	۱۳۱۴	۴۸۶۱	۹۷۲/۲
کانادا	۴۸۶	۶۱۷	۶۹۷	۶۷۹	۶۴۰	۳۱۱۹	۶۲۳/۸
چین	۱۸۹	۲۸	۰	۷۳	۰	۲۹۰	۵۸

شرح	۲۰۰۲	۲۰۰۳	۲۰۰۴	۲۰۰۵	۲۰۰۶	کل دوره	متوسط سالانه دوره
فرانسه	۳۰۵۳	۳۱۷۱	۳۰۷۹	۲۵۰۳	۳۰۴۰	۱۴۸۴۶	۲۹۶۹/۲
آلمان	۸۳۲	۱۰۰۴	۱۰۸۸	۱۰۵۷	۱۴۲۶	۵۴۰۷	۱۰۸۱/۴
هنگ کنگ	۴۷۷	۲۸۳	۴۱۳	۶۹۳	۶۱۸	۲۴۸۴	۴۹۶/۸
هند	۶	۱۲۴	۹۰۵	۱۸۹۴	۱۴۶۹	۴۳۹۸	۸۷۹/۶
ایتالیا	۷۲۸۷	۸۷۰۵	۸۰۲۸	۶۷۷۲	۷۶۲۱	۳۸۴۱۳	۷۶۸۲/۶
ژاپن	۱۴۵۳	۱۹۱۰	۱۹۲۴	۲۰۴۶	۲۱۶۶	۹۴۹۹	۱۸۹۹/۸
کویت	۹۴۴	۱۱۳۵	۱۲۸۸	۱۳۴۱	۱۳۷۹	۶۰۸۷	۱۲۱۷/۴
هلند	۱۸۹	۲۳۹	۱۶۹	۱۷۹	۳۷۷	۱۱۵۳	۲۳۰/۶
نروژ	۶۸	۵۷	۶۸	۶۲	۶۰	۳۱۵	۶۳
پاکستان	۰	۲۵	۵۰	۱۳۵	۱۲۵	۳۳۵	۶۷
قطر	۱۵۱	۱۴۸	۲۲۸	۳۱۶	۳۳۱	۱۱۷۴	۲۳۴/۸
عربستان سعودی	۱۷۹۸	۲۴۰۶	۳۳۶۳	۳۷۲۴	۳۰۹۸	۱۴۳۸۹	۲۸۷۷/۸
سنگاپور	۳۷۴	۳۵۱	۲۵۲	۴۱۱	۳۰۶	۱۶۹۴	۳۳۸/۸
اسپانیا	۱۵۶۰۴	۱۹۴۰۳	۱۹۸۵۸	۱۴۰۳۸	۱۹۰۷۱	۸۷۹۷۴	۱۷۵۹۴/۸
سوئد	۲۵۱۴	۲۹۸۲	۳۱۶۸	۲۶۰۱	۳۶۲۰	۱۴۸۸۵	۲۹۷۷
سوئیس	۲۲۸۶	۲۱۴۰	۲۶۵۵	۲۲۷۴	۲۹۵۶	۱۲۳۱۱	۲۴۶۲/۲
تایوان	۱۲۸۸	۱۴۰۳	۱۸۰۴	۲۱۶۷	۲۷۲۲	۹۳۸۴	۱۸۷۶/۸
امارات متحده عربی	۲۷۹۸۱	۳۴۶۴۱	۴۱۶۵۷	۴۲۷۰۷	۳۴۸۶۸	۱۸۱۸۵۴	۳۶۳۷۰/۸
انگلیس	۸۱۵	۱۱۳۶	۱۵۰۸	۱۴۹۱	۱۸۴۲	۶۷۹۲	۱۳۵۸/۴
آمریکا	۴۹۳۸	۶۲۸۷	۶۳۹۱	۶۲۶۲	۷۲۳۸	۳۱۱۱۶	۶۲۲۳/۲
کل	۵۳۵۴۰	۶۶۵۵۵	۹۲۱۹۸	۹۲۵۶۱	۸۶۳۲۹	۳۹۱۱۸۳	۷۸۲۳۶/۶

ماخذ: برگرفته از نتایج تحقیق بر اساس لوح فشرده PC-TAS

۴-۳. تحلیل پتانسیل صادراتی استفاده نشده زعفران ایران به کشورهای

واردکننده جهان

جداول (۵) و (۶) پتانسیل صادراتی استفاده نشده زعفران ایران به کشورهای واردکننده به صورت مطلق (میلیون دلار) و نسبی (درصد) طی سال‌های ۲۰۰۲-۶ و کل دوره را نشان می‌دهند. با دقت در نتایج موارد ذیل قابل اشاره می‌باشد:

۱- متوسط سالانه پتانسیل صادراتی استفاده نشده زعفران ایران به ۱۲ کشور واردکننده بالغ بر ۰/۵ میلیون دلار بوده است. این کشورها عبارتند از: آمریکا (۵/۸۴)، ایتالیا (۴/۳۷)،

امارات (۱/۸۹)، ژاپن (۱/۶۷)، سوئد (۱/۰۶)، انگلیس (۰/۹۸)، بلژیک (۰/۸۸)، آرژانتین (۰/۸۴)، تایوان (۰/۸۱)، سوئیس (۰/۸۱)، فرانسه (۰/۶۷) و کانادا (۰/۵۵) میلیون دلار). با دقت در این کشورها مشخص می شود که بهترین جایگاه را کشورهای توسعه یافته با درآمد سرانه بالا- با هدف مصرف نهایی- از جمله سه کشور آمریکا، ژاپن و انگلیس احراز کرده اند.

جدول ۶- پتانسیل صادراتی استفاده نشده زعفران ایران به کشورهای واردکننده جهان در سال های ۲۰۰۶-۲۰۰۲

هزار دلار

شوخ	۲۰۰۲	۲۰۰۳	۲۰۰۴	۲۰۰۵	۲۰۰۶	کل دوره	متوسط سالانه دوره
آمریکا	۴۶۶۳	۵۹۳۳	۵۹۹۵	۵۷۶۵	۶۸۲۸	۲۹۱۸۴	۵۸۳۶/۸
ایتالیا	۴۴۱۷	۵۵۰۲	۴۹۱۳	۳۱۲۴	۳۸۷۰	۲۱۸۲۶	۴۳۶۵/۲
امارات متحده عربی	۱۹۰۸	۲۰۹۰	۱۷۵۳	۱۷۱۹	۱۹۹۳	۹۴۶۳	۱۸۹۲/۶
ژاپن	۱۳۳۳	۱۷۳۲	۱۶۰۲	۱۷۹۳	۱۸۸۳	۸۳۴۳	۱۶۶۸/۶
سوئد	۱۲۶۰	۱۳۸۹	۱۱۹۱	۴۶۹	۱۰۱۱	۵۳۲۰	۱۰۶۴
انگلیس	۷۳۱	۹۶۷	۱۲۲۵	۱۰۷۰	۹۳۱	۴۹۲۴	۹۸۴/۸
بلژیک	۷۱۹	۷۱۴	۸۱۹	۹۷۹	۱۱۷۶	۴۴۰۷	۸۸۱/۴
آرژانتین	۵۹۲	۴۷۷	۸۹۲	۸۰۸	۱۴۲۳	۴۱۹۲	۸۳۸/۴
تایوان	۷۹۶	۷۸۲	۵۴۴	۳۳۹	۱۵۷۹	۴۰۴۰	۸۰۸
سوئیس	۱۰۹۳	۷۱۹	۷۱۲	۱۷	۱۴۸۴	۴۰۲۵	۸۰۵
فرانسه	۱۳۰۸	۸۱۳	۴۶۲	-۵۸	۸۲۷	۳۳۵۲	۶۷۰/۴
کانادا	۴۵۷	۵۴۵	۶۲۰	۵۸۵	۵۲۵	۲۷۳۲	۵۴۶/۴
هنگ کنگ	۴۷۷	۲۳۵	۳۴۴	۶۴۱	۵۹۵	۲۲۹۲	۴۵۸/۴
آلمان	۵۰۷	۴۲۳	۱۴۰	۳۴۸	۷۶۰	۲۱۷۸	۴۳۵/۶
سنگاپور	۳۴۲	۳۱۲	۲۱۸	۳۶۰	۲۷۰	۱۵۰۲	۳۰۰/۴
استرالیا	۲۰۴	۲۲۳	۲۳۶	۲۶۰	۲۶۳	۱۱۸۶	۲۳۷/۲
کویت	۲۰۷	۲۱۴	۲۱۲	۱۵۳	۳۶۳	۱۱۴۹	۲۲۹/۸
هلند	۱۷۸	۲۳۱	۱۴۵	۱۷۰	۱۸۳	۹۰۷	۱۸۱/۴
بحرین	۲۲۷	۱۹۷	۱۷۴	-۹۳	-۱۷۴	۳۳۱	۶۶/۲
نروژ	۶۳	۵۰	۶۲	-۴۶	۶۰	۱۸۹	۳۷/۸
پاکستان	-۲۲	-۱۴	-۳۴	۱۸	۱۲۲	۷۰	۱۴
قطر	۲۷	-۹۶	-۱۲۸	-۲۰۰	-۲۲۱	-۶۱۸	-۱۲۳/۶

شرح	۲۰۰۲	۲۰۰۳	۲۰۰۴	۲۰۰۵	۲۰۰۶	کل دوره	متوسط سالانه دوره
عربستان سعودی	۱۵۰۷	۱۴۹۷	-۱۱۲	-۱۰۱۱	-۴۰۶۰	-۲۱۷۹	-۴۳۵/۸
چین	۱۸۹	-۲۱۵	۰	-۱۴۲۲	-۱۲۳۱	-۲۶۷۹	-۵۳۵/۸
هند	-۱۵	۱۲۴	-۱۱۱۱	-۱۵۱۴	-۶۳۱	-۳۱۴۷	-۶۲۹/۴
اسپانیا	-۱۹۳۲	-۶۷۷	-۱۰۶۰۶	-۱۰۱۶۵	-۷۵۵۷	-۳۰۹۳۷	-۶۱۸۷/۴
کل	۱۱۳	۱۷۲	۱۸۱	۱۶۷	۱۴۸	۷۸۱	۱۵۶/۲

ماخذ: برگرفته از نتایج تحقیق بر اساس لوح فشرده PC-TAS

۲- آمریکا اولین و بزرگترین پتانسیل صادراتی استفاده نشده زعفران ایران را احراز کرده است. کل پتانسیل صادراتی استفاده نشده در دوره مورد بررسی ۲۹/۱۸ میلیون دلار بوده است (متوسط سالانه ۵/۸۴ میلیون دلار). پتانسیل صادراتی استفاده نشده زعفران ایران به این کشور ایران از ۴/۶۶ میلیون دلار در سال ۲۰۰۲ به ۶/۸۳ میلیون دلار در سال ۲۰۰۶ رسیده است (نرخ رشد متوسط سالانه ۱۰ درصد). بنابراین شاخص پتانسیل صادراتی استفاده نشده زعفران ایران به این کشور از واحد ۱۰۰ در سال ۲۰۰۲ به ۱۴۶/۶۳ در سال ۲۰۰۶ رسیده است.

۳- در طی دوره در برخی کشورها هم به طور مطلق و هم نسبی پتانسیل صادراتی استفاده نشده زعفران ایران به آنها افزایش یافته است، به طوری که شاخص پتانسیل صادراتی استفاده نشده زعفران ایران به کشورهای جهان در مورد ۱۵ کشور بالای ۱۰۰ و بقیه کمتر از ۱۰۰ بوده است. بالاترین شاخص پتانسیل صادراتی استفاده نشده زعفران ایران به آمریکا (۱۴۶/۶۳)، ژاپن (۱۴۱/۲۶)، بلژیک (۱۶۳/۵۶)، آرژانتین (۲۴۰/۳۷)، تایوان (۱۹۸/۳۷) و آلمان (۱۴۹/۹۰) تعلق دارد و این شاخص از واحد ۱۰۰ در سال ۲۰۰۲ به بیش از ۱۴۰ در سال ۲۰۰۶ رسیده است (متوسط رشد سالانه بیش از ۱۰ درصد).

۴- در یک جمع بندی باید گفت ۱۲ کشور اصلی متقاضی واردات زعفران از ایران، آمریکا، ایتالیا، امارات متحده عربی، ژاپن، سوئد، انگلیس، بلژیک، آرژانتین، تایوان، سوئیس، فرانسه و کانادا هستند که بسیاری از این کشورها، کشورهای توسعه یافته با درآمد سرانه بالا می باشند و غالباً زعفران را با هدف مصرف نهایی وارد می کنند. شش کشور آمریکا، ژاپن، بلژیک، آرژانتین، تایوان و آلمان طی دوره مورد بررسی پتانسیل وارداتی استفاده نشده آنها از زعفران صادراتی ایران به شدت افزایش یافته است.

جدول ۷- درصد استفاده نشده از پتانسیل صادراتی زعفران ایران به کشورهای
واردکننده در جهان طی سال‌های ۲۰۰۲-۲۰۰۶

درصد

شرح	۲۰۰۲	۲۰۰۳	۲۰۰۴	۲۰۰۵	۲۰۰۶	کل دوره	متوسط سالانه دوره
آمریکا	۹۴/۴۳	۹۴/۳۷	۹۳/۸۰	۹۲/۰۶	۹۴/۳۴	۹۳/۷۹	۹۳/۷۹
هنگ کنگ	۱۰۰/۰۰	۸۳/۰۴	۸۳/۲۹	۹۲/۵۰	۹۶/۲۸	۹۲/۲۷	۹۲/۲۷
بلژیک	۹۶/۵۱	۹۴/۸۲	۸۴/۷۸	۹۰/۴۰	۸۹/۵۰	۹۰/۶۶	۹۰/۶۶
سنگاپور	۹۱/۴۴	۸۸/۸۹	۸۶/۵۱	۸۷/۵۹	۸۸/۲۴	۸۸/۶۷	۸۸/۶۷
ژاپن	۹۱/۷۴	۹۰/۶۸	۸۳/۲۶	۸۷/۶۳	۸۶/۹۳	۸۷/۸۳	۸۷/۸۳
کانادا	۹۴/۰۳	۸۸/۳۳	۸۸/۹۵	۸۶/۱۶	۸۲/۰۳	۸۷/۵۹	۸۷/۵۹
استرالیا	۹۱/۴۸	۸۳/۸۳	۸۲/۵۲	۸۳/۸۷	۷۸/۵۱	۸۳/۵۲	۸۳/۵۲
هلند	۹۴/۱۸	۹۶/۶۵	۸۵/۸۰	۹۴/۹۷	۴۸/۵۴	۷۸/۶۶	۷۸/۶۶
انگلیس	۸۹/۶۹	۸۵/۱۲	۸۱/۲۳	۷۱/۷۶	۵۰/۵۴	۷۲/۵۰	۷۲/۵۰
آرژانتین	۱۰۰/۰۰	۵۴/۰۲	۴۶/۹۰	۶۱/۴۰	۱۰۰/۰۰	۶۸/۵۴	۶۸/۵۴
نروژ	۹۲/۶۵	۸۷/۷۲	۹۱/۱۸	-۷۴/۱۹	۱۰۰/۰۰	۶۰/۰۰	۶۰/۰۰
ایتالیا	۶۰/۶۱	۶۳/۲۱	۶۱/۲۰	۴۶/۱۳	۵۰/۷۸	۵۶/۸۲	۵۶/۸۲
تایوان	۶۱/۸۰	۵۵/۷۴	۳۰/۱۶	۱۵/۶۴	۵۸/۰۱	۴۳/۰۵	۴۳/۰۵
آلمان	۶۰/۹۴	۴۲/۱۳	۱۲/۸۷	۳۲/۹۲	۵۳/۳۰	۴۰/۲۸	۴۰/۲۸
سوئد	۵۰/۱۲	۴۶/۵۸	۳۷/۵۹	۱۸/۰۳	۲۷/۹۳	۳۵/۷۴	۳۵/۷۴
سوئیس	۴۷/۸۱	۳۳/۶۰	۲۶/۸۲	۰/۷۵	۵۰/۲۰	۳۲/۶۹	۳۲/۶۹
فرانسه	۴۲/۸۴	۲۵/۶۴	۱۵/۰۰	-۲/۳۲	۲۷/۲۰	۲۲/۵۸	۲۲/۵۸
پاکستان	-	-۵۶/۰۰	-۶۸/۰۰	۱۳/۳۳	۹۷/۶۰	۲۰/۹۰	۲۰/۹۰
کویت	۲۱/۹۳	۱۸/۸۵	۱۶/۴۶	۱۱/۴۱	۲۶/۳۲	۱۸/۸۸	۱۸/۸۸
بحرین	۶۱/۳۵	۵۰/۶۴	۳۶/۷۱	-۳۱/۲۱	-۵۱/۰۳	۱۷/۶۸	۱۷/۶۸
امارات متحده عربی	۶/۸۲	۶/۰۳	۴/۲۱	۴/۰۳	۵/۷۲	۵/۲۰	۵/۲۰
عربستان سعودی	۸۳/۸۲	۶۲/۲۲	-۳/۳۳	-۲۷/۱۵	-۱۳۱/۰۵	-۱۵/۱۴	-۱۵/۱۴
اسپانیا	-۱۲/۳۸	-۳/۴۹	-۵۳/۴۱	-۷۲/۴۱	-۳۹/۶۳	-۳۵/۱۷	-۳۵/۱۷
قطر	۱۷/۸۸	-۶۴/۸۶	-۵۶/۱۴	-۶۳/۲۹	-۶۶/۷۷	-۵۲/۶۴	-۵۲/۶۴
هند	-۲۵۰/۰۰	۱۰۰/۰۰	-۱۲۲/۷۶	-۷۹/۹۴	-۴۲/۹۵	-۷۱/۵۶	-۷۱/۵۶
چین	۱۰۰/۰۰	-۷۶۷/۸۶	-	-۱۹۴۷/۹۵	-	-۹۲۳/۷۹	-۹۲۳/۷۹
کل	۰/۲۱	۰/۲۶	۰/۲۰	۰/۱۸	۰/۱۷	۰/۲۰	۰/۲۰

ماخذ: برگرفته از نتایج تحقیق بر اساس لوح فشرده PC-TAS

۵- مشابه تحلیل فوق در خصوص درصد استفاده نشده از پتانسیل صادراتی زعفران ایران به کشورهای واردکننده در جهان جدول (۵) کاملاً موضوعیت دارد.

۴. نتایج تحقیق برای بازارهای هدف زعفران صادراتی ایران

به منظور شناسایی بازارهای هدف زعفران صادراتی ایران، ابتدا کلیه کشورهای دارای واردات از بازار جهانی زعفران مشخص شدند (تعداد ۵۰ کشور). سپس هشت شاخص مورد بحث، در بازار صادرات زعفران ایران مورد ارزیابی قرار گرفتند و آنگاه بر مبنای شاخص ترکیبی بازار هدف، کشورهایی که می‌توانند بعنوان بازار هدف زعفران صادراتی ایران قرار گیرند، معرفی شدند.

جدول ۸- تقاضای وارداتی کشورهای واردکننده زعفران در جهان طی سال‌های ۲۰۰۶-۲۰۰۲

هزار دلار

شرح	متوسط سالانه دوره	شرح	متوسط سالانه دوره	شرح	متوسط سالانه دوره	شرح	متوسط سالانه دوره
۱. اسپانیا	۱۷۵۹۴/۸	۱۴. هند	۸۷۹/۶	۲۷. دانمارک	۱۹۸/۶	۴۰. پرتغال	۴۷/۸
۲. ایتالیا	۷۶۸۲/۶	۱۵. کانادا	۶۲۳/۸	۲۸. مالزی	۱۸۳/۸	۴۱. آندورا	۴۳/۸
۳. آمریکا	۶۲۲۳/۲	۱۶. عمان	۵۱۱/۴	۲۹. یونان	۱۸۱	۴۲. جمهوری چک	۳۷/۴
۴. سوئد	۲۹۷۷	۱۷. هنگ کنگ	۴۹۶/۸	۳۰. کره جنوبی	۱۱۳	۴۳. شیلی	۳۶/۶
۵. فرانسه	۲۹۶۹/۲	۱۸. مکزیک	۴۱۲/۲	۳۱. لوکزامبورگ	۹۹/۲	۴۴. اسرائیل	۳۵/۴
۶. عربستان سعودی	۲۸۷۷/۸	۱۹. بحرین	۳۷۴/۴	۳۲. ایرلند	۹۵/۴	۴۵. فیلیپین	۳۵/۲
۷. سوئیس	۲۴۶۲/۲	۲۰. سنگاپور	۳۳۸/۸	۳۳. برزیل	۸۷/۸	۴۶. نپال	۱۲
۸. ژاپن	۱۸۹۹/۸	۲۱. استرالیا	۲۸۴	۳۴. فنلاند	۸۲/۸	۴۷. ایتویبی	۱۱/۲
۹. تایوان	۱۸۷۶/۸	۲۲. اتریش	۲۶۷	۳۵. پاکستان	۶۷	۴۸. کویت	۱۲۱۷/۴
۱۰. انگلیس	۱۳۵۸/۴	۲۳. موریس	۲۵۸/۸	۳۶. نوزیلند	۶۴	۴۹. امارات متحده عربی	۳۶۳۷۰/۸
۱۱. آرژانتین	۱۲۲۳/۲	۲۴. قطر	۲۳۴/۸	۳۷. نروژ	۶۳	کل	۹۵۵۴۱/۴
۱۲. آلمان	۱۰۸۱/۴	۲۵. آفریقای جنوبی	۲۳۲/۴	۳۸. چین	۵۸		
۱۳. بلژیک	۹۷۲/۲	۲۶. هلند	۲۳۰/۶	۳۹. لهستان	۵۷		

ماخذ: برگرفته از نتایج تحقیق بر اساس لوح فشرده PC-TAS

۴-۱. اندازه تقاضای وارداتی: با توجه به اینکه کل تقاضای واردات جهانی زعفران طی دوره ۲۰۰۶-۲۰۰۲ به طور متوسط سالانه ۹۵/۵۴ میلیون دلار (با احتساب امارات) بوده است. از این رقم ۴۰/۳۲ میلیون دلار مربوط به کشورهای اسپانیا (۱۷/۵۹ میلیون دلار)، ایتالیا (۷/۶۸ میلیون دلار)، آمریکا (۶/۲۲ میلیون دلار)، سوئد (۲/۹۸ میلیون دلار)، فرانسه (۲/۹۷ میلیون دلار) و عربستان سعودی (۲/۸۸ میلیون دلار) است جدول (۸).

اما سؤال این است که آیا بازارهای هدف فوق از رشد تقاضای وارداتی چشمگیری برخوردار بوده‌اند؟ و چشم انداز تقاضای وارداتی این بازارها به چه نحو است؟ در پاسخ به این سؤال، واردات جهانی زعفران، "شاخص تقاضای واردکنندگان زعفران طی سال‌های ۲۰۰۲-۲۰۰۲ (۱۰۰=۲۰۰۲)" مورد بحث قرار می‌گیرد.

۴-۲. شاخص تقاضای وارداتی: میزان واردات تمامی کشورهایی که در بازارهای جهانی زعفران حضور دارند، برای دوره زمانی ۲۰۰۶-۲۰۰۲ ارایه و سال ۲۰۰۲-ابتدای دوره- برابر ۱۰۰ در نظر گرفته شد و آنگاه مشخص گردید که آن شاخص در سال ۲۰۰۶ به چه رقمی رسیده است. حال اگر شاخص تقاضای وارداتی کشورها به بیش از ۱۰۰ رسیده باشد، آن کشورها می‌توانند بعنوان بازارهای هدف زعفران صادراتی ایران محسوب شوند. همین طور، اگر طی دوره، نرخ رشد سالانه تقاضای وارداتی کشورها برای زعفران درصد قابل ملاحظه‌ای باشد، آن کشور بازار پر رونقی برای واردات زعفران می‌باشد و می‌تواند جزء بازارهای هدف تلقی شود.

مطابق جدول (۹) شاخص تقاضای وارداتی جهانی زعفران عدد ۱۳۲/۵ است و نشان می‌دهد در این دوره تقاضای واردات جهانی زعفران ۳۲/۵ درصد افزایش یافته است. به عبارتی دیگر متوسط نرخ رشد سالانه تقاضای واردات جهانی زعفران ۷/۲۹ درصد است. مطابق این جدول بالاترین شاخص عملکرد تقاضای وارداتی در بازار جهانی زعفران به هند تعلق دارد. این کشور توانسته میزان تقاضای وارداتی را بطور چشمگیری افزایش دهد و شاخص تقاضای وارداتی آن به عدد ۲۴۴۸۳/۳ بالغ گردد (در دوره مطالعه متوسط نرخ رشد تقاضای وارداتی زعفران در این کشور ۲۹۶ درصد بوده است). به علاوه در ۲۴ کشور شامل اتریش، یونان، فنلاند، چک، اسرائیل، آرژانتین، قطر، انگلیس، لوکزامبورگ، تایوان،

مکزیک، هلند، نیوزیلند، شیلی، بلژیک، عمان، عربستان سعودی، آلمان، آفریقای جنوبی، استرالیا، ژاپن، آمریکا، ایرلند و سوئد نرخ رشد تقاضای واردات جهانی زعفران به شدت افزایش یافته و بنابراین از بعد تقاضای وارداتی می‌تواند بازارهای هدف زعفران صادراتی ایران به شمار آیند. البته در این میان، کشورهایی هستند که هم دارای تقاضای وارداتی قابل ملاحظه‌ای هستند و هم از شاخص تقاضای وارداتی (متوسط نرخ رشد سالانه) چشمگیری برخوردار هستند. در این میان، کشورهای نظیر آمریکا، سوئد، عربستان سعودی، ژاپن، تایوان، انگلیس، آرژانتین، آلمان، بلژیک، هند، عمان، مکزیک، استرالیا، اتریش، قطر، آفریقای جنوبی، هلند، یونان، لوکزامبورگ، ایرلند، فنلاند و نیوزیلند را می‌توان نام برد که بعنوان بازارهای هدف اولویت‌دار از دو بعد اندازه تقاضای وارداتی و شاخص عملکرد در تقاضای وارداتی طی دوره ۲۰۰۶-۲۰۰۲ به شمار می‌آیند.

جدول ۹- شاخص و متوسط نرخ رشد سالانه تقاضای واردکنندگان زعفران در جهان طی دوره ۲۰۰۶-۲۰۰۲

درصد

شرح	شاخص عملکرد	متوسط نرخ رشد سالانه	شرح	شاخص عملکرد	متوسط نرخ رشد سالانه
۱. اسپانیا	۱۲۲/۲	۵/۱۴	۲۶. هلند	۱۹۹/۵	۱۸/۸۴
۲. ایتالیا	۱۰۴/۶	۱/۱۳	۲۷. دانمارک	۸۱/۵	-۴/۹۹
۳. آمریکا	۱۴۶/۶	۱۰/۰۳	۲۸. مالزی	۹۳/۴	-۱/۶۹
۴. سوئد	۱۴۴	۹/۵۴	۲۹. یونان	۴۷۵	۴۷/۶۳
۵. فرانسه	۹۹/۶	-۰/۱۱	۳۰. کره جنوبی	۵۸/۳	-۱۲/۶۱
۶. عربستان سعودی	۱۷۲/۳	۱۴/۵۷	۳۱. لوکزامبورگ	۲۱۵/۹	۲۱/۲۱
۷. سوئیس	۱۲۹/۳	۶/۶۴	۳۲. ایرلند	۱۴۷/۵	۱۰/۲
۸. ژاپن	۱۴۹/۱	۱۰/۵	۳۳. برزیل	۹۵/۶	-۱/۱۲
۹. تایوان	۲۱۱/۳	۲۰/۵۷	۳۴. فنلاند	۳۹۳/۶	۴۰/۸۵
۱۰. انگلیس	۲۲۶	۲۲/۶۱	۳۵. پاکستان	-	-
۱۱. آرژانتین	۲۴۰/۴	۲۴/۵۱	۳۶. نیوزیلند	۱۹۱/۷	۱۷/۶۶

شرح	شاخص عملکرد	متوسط نرخ رشد سالانه	شرح	شاخص عملکرد	متوسط نرخ رشد سالانه
۱۲. آلمان	۱۷۱/۴	۱۴/۴۲	۳۷. نروژ	۸۸/۲	-۳/۰۸
۱۳. بلژیک	۱۷۶/۴	۱۵/۲۴	۳۸. چین	۰	-
۱۴. هند	۲۴۴۸۳/۳	۲۹۵/۵۶	۳۹. لهستان	-	-
۱۵. کانادا	۱۳۱/۷	۷/۱۲	۴۰. پرتغال	۱۱۶/۷	۳/۹۳
۱۶. عمان	۱۷۵/۸	۱۵/۱۴	۴۱. آندورا	۰	-
۱۷. هنگ کنگ	۱۲۹/۶	۶/۶۹	۴۲. جمهوری چک	۳۷۰/۶	۳۸/۷۵
۱۸. مکزیک	۱۹۹/۶	۱۸/۸۶	۴۳. شیلی	۱۸۰/۶	۱۵/۹۳
۱۹. بحرین	۹۲/۲	-۲/۰۲	۴۴. اسرائیل	۲۸۳/۳	۲۹/۷۴
۲۰. سنگاپور	۸۱/۸	-۴/۸۹	۴۵. فیلیپین	۲۱/۲	-۳۲/۱۳
۲۱. استرالیا	۱۵۰/۲	۱۰/۷۱	۴۶. نپال	-	-
۲۲. اتریش	۵۸۳/۵	۵۵/۴۲	۴۷. اتیوپی	-	-
۲۳. موریس	۹۵/۵	-۱/۱۴	۴۸. کویت	۱۴۶/۱	۹/۹۴
۲۴. قطر	۲۱۹/۲	۲۱/۶۸	۴۹. امارات متحده عربی	۱۲۴/۶	۵/۶۶
۲۵. آفریقای جنوبی	۱۶۵/۲	۱۳/۳۷	کل دوره	۱۳۲/۵	۷/۲۹

ماخذ: برگرفته از نتایج تحقیق بر اساس لوح فشرده PC-TAS

۳-۴. **واردات با هدف مصرف داخلی:** البته تاکید بر دو شاخص فوق برای تعیین بازار هدف نیز کافی نیست، چراکه ممکن است کشورهای از تقاضای وارداتی بالا و از رشد تقاضای وارداتی چشمگیری برخوردار باشند و اما واردات با هدف مصرف داخلی صورت نگیرد (کشورهای دارای صادرات مجدد) و اساساً در بازار تجارت جهانی، نقش واسطه‌ای ایفا می‌نمایند. برای نمونه کشورهای اسپانیا، ایتالیا و امارات، همه ساله بخشی از واردات زعفران را مجدداً به بازارهای مصرف نهایی صادر می‌کنند و لذا ضرورت دارد جهت‌گیری توسعه صادرات زعفران بنحوی باشد که کشورهای واردکننده با هدف مصرف داخلی در اولویت قرار گیرند. کشورهای دارای اندازه تقاضای وارداتی نسبتاً بالا (۱۰۰ هزار دلار از

تقاضای واردات جهانی زعفران)، دارای شاخص تقاضای وارداتی در خور توجه (بیش از ۱۲۰ در سال ۲۰۰۶) و همچنین کمترین صادرات از میزان واردات آن کالا (کمتر از ۵ درصد) عبارتند از: آمریکا، سوئد، عربستان سعودی، ژاپن، تایوان، انگلیس، آرژانتین، آلمان، بلژیک، هند، عمان، مکزیک، استرالیا، اتریش، قطر، آفریقای جنوبی، هلند، یونان، لوکزامبورگ، ایرلند، فنلاند و نیوزیلند. ۲۲ کشور فوق برای بازارهای هدف زعفران صادراتی ایران در اولویت هستند.

۴-۴. سهم کشورهای واردکننده در بازار جهانی زعفران از صادرات ایران: حال سؤال این است که در واردات جهانی زعفران حضور دارند چه میزان (سهمی) از صادرات ایران را به خود اختصاص داده‌اند و آیا توزیع جهانی تقاضای وارداتی زعفران با توزیع صادرات ایران به آن کشورها (توزیع شرکای وارداتی زعفران ایران) همخوانی دارد؟ و چه کشورهایی بیش از آنچه در تقاضای جهانی زعفران سهم داشته باشند، از ایران زعفران وارد می‌کنند؟ و از این بعد، چه کشورهایی می‌توانند در توسعه صادرات زعفران ایران به عنوان بازار هدف محسوب شوند. از این نظر کشورهایی که نسبت سهم واردات آنها از صادرات ایران به سهم واردات آن کشور از واردات جهانی ارقام نازلی باشد، در توسعه صادرات زعفران ایران، به عنوان کشورهای هدف در اولویت قرار می‌گیرند؛ چراکه اکثر این کشورها کمتر از آن سهمی که از واردات جهانی زعفران دارند، از ایران زعفران وارد می‌کنند.

در جدول (۱۰)، چهار کشور اول تامین‌کننده واردات ۱۵ کشور اصلی واردکننده زعفران در جهان بر اساس جدیدترین اطلاعات در دسترس درج شده است. مطابق جدول، در میان ۱۵ کشور واردکننده تنها ۴ کشور، ایران به عنوان تامین‌کننده اول واردات آنها بوده و برای بقیه ۱۱ کشور اسپانیا مقام اول را دارد. از این منظر کشورهایی که بایستی جزء بازارهای هدف زعفران ایران باشند، شامل آمریکا، عربستان، سوئیس، ژاپن، تایوان، کانادا، عمان، مکزیک، قطر و آفریقای جنوبی است.

جدول ۱۰- جایگاه واردکنندگان اصلی زعفران و سهم و موقعیت کشورهای صادرکننده به آن بازارها در سال

میلیون دلار و درصد

شرح	ارزش و سهم		رتبه اول			رتبه دوم			رتبه سوم			رتبه چهارم			CR4(%)
	درصد	کشور	درصد	ارزش	کشور	درصد	ارزش	کشور	درصد	ارزش	کشور	درصد	ارزش	کشور	
اتحادیه اروپا	۲۰/۴۰	ایران	۴۴/۴۵	۲۰/۰۲	سوئیس	۰/۱۳	۰/۶۳	چین	۰/۱۲	۰/۵۸	هند	۰/۰۵	۰/۲۴	۹۹/۶۱	
آمریکا	۶/۲۶	اسپانیا	۱۳/۶۴	۵/۵۳	ایران	۰/۳۵	۵/۵۶	ایتالیا	۰/۱۵	۲/۳۲	فرانسه	۰/۰۸	۱/۳۳	۹۷/۷۵	
عربستان	۲/۴۱	اسپانیا	۵/۲۵	۱/۱۹	ایران	۱/۱۷	۴۸/۷۲	اتریش	۰/۰۲	۰/۸۴	امارات	۰/۰۱	۰/۵۸	۹۹/۳۸	
سوئیس	۲/۲۷	اسپانیا	۴/۹۵	۱/۱۴	ایران	۰/۷۶	۳۳/۵۵	آلمان	۰/۱۱	۴/۷۷	ایتالیا	۰/۱۰	۴/۵۴	۹۳/۱۴	
تایوان	۲/۱۷	اسپانیا	۴/۷۳	۱/۶۹	ایران	۰/۲۸	۱۳/۰۰	چین	۰/۱۹	۸/۸۰	۰	۰	۰	۱۰۰	
ژاپن	۲/۰۵	اسپانیا	۴/۴۷	۱/۳۸	چین	۰/۴۱	۱۹/۹۸	ایران	۰/۲۲	۱۰/۶۲	فرانسه	۰/۰۳	۱/۴۶	۹۹/۴۳	
آرژانتین	۱/۹۰	ایران	۴/۱۴	۱/۲۵	اسپانیا	۰/۶۲	۳۲/۵۸	ایتالیا	۰/۰۳	۱/۶۴	آلمان	۰/۰۱	۰/۰۴	۱۰۰	
امارات	۱/۷۲	اسپانیا	۳/۷۵	۱/۷۲	آلمان	۰/۰۲	۰/۱۲	سنگاپور	۰/۰۱	۰/۰۷	یونان	۰/۰۱	۰/۰۴	۱۰۰	
هند	۰/۹۱	ایران	۱/۹۸	۰/۸۶	ایرلند	۰/۰۳	۳/۷۰	اسپانیا	۰/۱۴	۱/۵۲	۰	۰	۰	۱۰۰	
هنگ کنگ	۰/۶۹	اسپانیا	۱/۵۱	۰/۴۳	امارات	۰/۲۴	۳۴/۲۳	ایران	۰/۲۶	۳/۷۸	۰	۰	۰	۱۰۰	
کانادا	۰/۶۸	اسپانیا	۱/۴۸	۰/۵۰	ایران	۰/۰۱	۱۴/۶۵	ایتالیا	۰/۰۴	۵/۸۵	هند	۰/۰۶	۲/۳۷	۹۷/۱۲	
بحرین	۰/۴۷۴	ایران	۱/۰۳	۰/۲۶	اسپانیا	۰/۲۱	۴۴/۲۵	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۱۰۰	
عمان	۰/۴۶۸	اسپانیا	۱/۰۲	۰/۳۹	امارات	۰/۰۴	۹/۳۱	هند	۰/۱۴	۲/۹۲	عربستان	۰/۰۸	۱/۷۵	۹۷/۶۸	
مکزیک	۰/۴۶۶	اسپانیا	۱/۰۲	۰/۳۷	آمریکا	۰/۰۴	۸/۰۴	ایتالیا	۰/۰۳۶	۷/۷۱	ایران	۰/۰۲	۴/۵۴	۱۰۰	
آفریقای جنوبی	۰/۳۱۶	اسپانیا	۰/۶۹	۰/۲۹۵	ایران	۰/۰۱۸	۵/۸۵	اتریش	۰/۰۲	۰/۵۴	آلمان	۰/۰۱	۰/۲۹	۱۰۰	

ماخذ: برگرفته از نتایج تحقیق بر اساس لوح فشرده PC-TAS

۴-۵. پتانسیل وارداتی کشورهای واردکننده از بازار جهانی زعفران: با هدف شناسایی بازارهای هدف و بررسی امکان توسعه تجارت زعفران ایران به کشورهای جهان، در جدول (۱۱)، حداکثر پتانسیل صادراتی زعفران ایران به کشورهای جهان برای متوسط سالانه کل دوره آمده است. با دقت در این جدول می‌توان گفت ۱۲ کشور اصلی حداکثر پتانسیل وارداتی زعفران از ایران، اسپانیا، ایتالیا، آمریکا، سوئد، فرانسه، عربستان، سوئیس، ژاپن، تایلند، استرالیا، آرژانتین و آلمان هستند. این کشورها از لحاظ شاخص پتانسیل وارداتی زعفران به عنوان معیار مناسب برای شناسایی بازارهای هدف، در جایگاه متمیزی قرار دارند.

جدول ۱۱- حداکثر پتانسیل صادراتی زعفران ایران به کشورهای جهان
 طی دوره ۲۰۰۶-۲۰۰۲

هزار دلار

شرح	متوسط سالانه دوره	شرح	متوسط سالانه دوره	شرح	متوسط سالانه دوره
۱. اسپانیا	۱۷۵۹۴/۸	۱۰. انگلیس	۱۳۵۸/۴	۱۹. استرالیا	۲۸۴
۲. ایتالیا	۷۶۸۲/۶	۱۱. آرژانتین	۱۲۲۳/۲	۲۰. قطر	۲۳۴/۸
۳. آمریکا	۶۲۲۳/۲	۱۲. آلمان	۱۰۸۱/۴	۲۱. هلند	۲۳۰/۶
۴. سوئد	۲۹۷۷	۱۳. بلژیک	۹۷۲/۲	۲۲. پاکستان	۶۷
۵. فرانسه	۲۹۶۹/۲	۱۴. هند	۸۷۹/۶	۲۳. نروژ	۶۳
۶. عربستان سعودی	۲۸۷۷/۸	۱۵. کانادا	۶۲۳/۸	۲۴. چین	۵۸
۷. سوئیس	۲۴۶۲/۲	۱۶. هنگ کنگ	۴۹۶/۸	۲۵. امارات متحده عربی	۳۶۳۷۰/۸
۸. ژاپن	۱۸۹۹/۸	۱۷. بحرین	۳۷۴/۴	۲۶. کویت	۱۲۱۷/۴
۹. تایوان	۱۸۷۶/۸	۱۸. سنگاپور	۳۳۸/۸	کل	۷۸۲۳۶/۶

ماخذ: برگرفته از نتایج تحقیق بر اساس لوح فشرده PC-TAS

۴-۶. ارزش پتانسیل وارداتی استفاده نشده کشورهای واردکننده زعفران از ایران: جدول (۱۲) پتانسیل وارداتی استفاده نشده زعفران کشورهای واردکننده از ایران به صورت مطلق (میلیون دلار) برای کل دوره ۶-۲۰۰۲ به صورت متوسط سالانه را نشان می‌دهد. با

جدول ۱۲- پتانسیل وارداتی استفاده نشده زعفران واردکنندگان جهانی از ایران کل
 دوره ۲۰۰۶-۲۰۰۲

هزار دلار

شرح	متوسط سالانه دوره	شرح	متوسط سالانه دوره	شرح	متوسط سالانه دوره
۱. آمریکا	۵۸۳۶۸	۱۰. سوئیس	۸۰۵	۱۹. بحرین	۶۶.۲
۲. ایتالیا	۴۳۶۵.۲	۱۱. فرانسه	۶۷۰.۴	۲۰. نروژ	۳۷.۸
۳. امارات متحده عربی	۱۸۹۲.۶	۱۲. کانادا	۵۴۶.۴	۲۱. پاکستان	۱۴
۴. ژاپن	۱۶۶۸.۶	۱۳. هنگ کنگ	۴۵۸.۴	۲۲. قطر	-۱۲۳.۶
۵. سوئد	۱۰۶۴	۱۴. آلمان	۴۳۵.۶	۲۳. عربستان سعودی	-۴۳۵.۸
۶. انگلیس	۹۸۴۸	۱۵. سنگاپور	۳۰۰.۴	۲۴. چین	-۵۳۵.۸
۷. بلژیک	۸۸۱.۴	۱۶. استرالیا	۲۳۷.۲	۲۵. هند	-۶۲۹.۴
۸. آرژانتین	۸۳۸.۴	۱۷. کویت	۲۲۹.۸	۲۶. اسپانیا	-۶۱۸۷.۴
۹. تایوان	۸۰۸	۱۸. هلند	۱۸۱.۴	کل	۱۵۶.۲

ماخذ: برگرفته از نتایج تحقیق بر اساس لوح فشرده PC-TAS

دقت در آن نتایج می‌توان گفت پتانسیل وارداتی استفاده نشده زعفران کشورهای واردکننده از ایران برای ۱۲ کشور با متوسط سالانه بالغ بر ۰/۵ میلیون دلار بوده است. این ۱۲ کشور عبارتند از: آمریکا، ایتالیا، امارات، ژاپن، سوئد، انگلیس، بلژیک، آرژانتین، تایوان، سوئیس، فرانسه و کانادا. با دقت در این کشورها مشخص می‌شود در این مجموعه کشورها بهترین جایگاه را کشورهای توسعه یافته با درآمد سرانه بالا - با هدف مصرف نهایی - از جمله چهار کشور آمریکا، ژاپن، سوئد و انگلیس در اختیار دارند. بنابراین، کشورهای مذکور در اولویت بازارهای هدف زعفران صادراتی ایران قرار دارند.

۴-۷. درصد پتانسیل وارداتی استفاده نشده زعفران کشورهای واردکننده

جهان از ایران

جدول (۱۳)، درصد استفاده نشده پتانسیل وارداتی کشورهای واردکننده زعفران از ایران را به صورت نسبی (درصد) برای کل دوره ۶-۲۰۰۲ نشان می‌دهد. ۱۲ کشور اصلی متقاضی واردات زعفران از ایران، آمریکا، هنگ کنگ، بلژیک، سنگاپور، ژاپن، کانادا، استرالیا، هلند، انگلیس، آرژانتین، نروژ و ایتالیا با بیش از ۵۰ درصد استفاده نشده از ظرفیت

جدول ۱۳- درصد استفاده نشده از پتانسیل وارداتی واردکنندگان زعفران از ایران

طی سال‌های ۲۰۰۶-۲۰۰۲

درصد

شرح	متوسط سالانه دوره	شرح	متوسط سالانه دوره	شرح	متوسط سالانه دوره
۱. آمریکا	۹۳.۷۹	۱۰. آرژانتین	۶۸.۵۴	۱۹. کویت	۱۸.۸۸
۲. هنگ کنگ	۹۲.۲۷	۱۱. نروژ	۶۰	۲۰. بحرین	۱۷.۶۸
۳. بلژیک	۹۰.۶۶	۱۲. ایتالیا	۵۶.۸۲	۲۱. امارات متحده عربی	۵.۲
۴. سنگاپور	۸۸.۶۷	۱۳. تایوان	۴۳.۰۵	۲۲. عربستان سعودی	-۱۵.۱۴
۵. ژاپن	۸۷.۸۳	۱۴. آلمان	۴۰.۲۸	۲۳. اسپانیا	-۳۵.۱۷
۶. کانادا	۸۷.۵۹	۱۵. سوئد	۳۵.۷۴	۲۴. قطر	-۵۲.۶۴
۷. استرالیا	۸۳.۵۲	۱۶. سوئیس	۳۲.۶۹	۲۵. هند	-۷۱.۵۶
۸. هلند	۷۸.۶۶	۱۷. فرانسه	۲۲.۵۸	۲۶. چین	-۹۲۳.۷۹
۹. انگلیس	۷۲.۵	۱۸. پاکستان	۲۰.۹	کل	۰.۲

ماخذ: برگرفته از نتایج تحقیق بر اساس لوح فشرده PC-TAS

و پتانسیل وارداتی از ایران در شناسایی بازارهای هدف در اولویت قرار دارند. بسیاری از این کشورها، کشورهای توسعه یافته با درآمد سرانه بالا هستند و غالباً با هدف مصرف نهایی وارد می‌کنند.

جمع‌بندی و ملاحظات

این مقاله با دو هدف "برآورد ظرفیت زعفران صادراتی ایران" و "شناسایی بازارهای هدف زعفران" برای دوره زمانی ۲۰۰۶-۲۰۰۲ تدوین شده است. نتایج تحقیق گویای آن است که:

۱- در طرف تقاضای واردات بازار جهانی زعفران نزدیک ۵۰ کشور حضور دارند که از این تعداد تنها ۱۲ کشور متوسط سالانه تقاضای واردات آنها بالغ بر یک میلیون دلار می‌باشد. بیشتر این کشورها، در زمره کشورهای توسعه یافته با درآمد سرانه بالا قرار دارند که با هدف مصرف نهایی - نه صادرات مجدد - اقدام به واردات زعفران می‌نمایند. آمریکا، فرانسه، ژاپن و عربستان سعودی در زمره این کشورها قرار دارند. بعلاوه در طول دوره مطالعه برخی کشورها هم به طور مطلق و هم نسبی تقاضای واردات زعفران را شدیداً افزایش داده‌اند. در این مدت، شاخص عملکرد تقاضای واردات ۳۰ کشور واردکننده زعفران بالای ۱۰۰ و بقیه کمتر از ۱۰۰ بوده است. بالاترین شاخص عملکرد تقاضای واردات زعفران به هند، اتریش، یونان، فنلاند، چک، اسرائیل، قطر، مکزیک و هلند تعلق دارد.

۲- در یک جمع‌بندی باید گفت شش کشور اصلی متقاضی واردات زعفران از ایران، امارات، اسپانیا، ایتالیا، عربستان سعودی، فرانسه و سوئد است که سه کشور اول جایگاه ممتازی در صادرات مجدد زعفران به بازارهای هدف دارند، در مقابل جایگاهی برای کشورهای توسعه یافته با درآمد سرانه بالا - با هدف مصرف نهایی - از جمله سه کشور آمریکا، ژاپن و انگلیس وجود ندارد. دوازده کشوری که طی دوره توانسته‌اند تقاضای واردات زعفران را شدیداً افزایش دهند، عبارتند از: هند، انگلیس، هلند، قطر، بحرین، عربستان سعودی، استرالیا، تایوان، ژاپن، بلژیک، سوئد و آلمان.

با هدف شناسایی بازارهای هدف زعفران صادراتی ایران، نتایج تحقیق حاکی است که:

۳- با توجه به اینکه کل تقاضای واردات جهانی زعفران طی دوره ۶-۲۰۰۲ به طور متوسط سالانه ۹۵/۵۴ میلیون دلار (با احتساب امارات) بوده است. بنابراین به صرف تقاضای وارداتی، شش کشور اسپانیا، ایتالیا، آمریکا، سوئد، فرانسه و عربستان سعودی که جمعاً بالغ بر ۴۰ میلیون دلار از کل تقاضای واردات جهانی زعفران را تشکیل می‌دهند، می‌توانند به عنوان بازارهای هدف تلقی شوند. بعلاوه، شاخص تقاضای واردات جهانی زعفران در طی دوره عدد ۱۳۲/۵ را نشان می‌دهد (متوسط نرخ رشد سالانه ۷/۲۹ درصد). بالاترین شاخص عملکرد تقاضای وارداتی در بازار جهانی زعفران به هند تعلق دارد و در طول دوره متوسط نرخ رشد تقاضای وارداتی زعفران این کشور ۲۹۶ درصد بوده است. ۲۴ کشور شامل اتریش، یونان، فنلاند، چک، اسرائیل، آرژانتین، قطر، انگلیس، لوکزامبورگ، تایوان، مکزیک، هلند، نیوزیلند، شیلی، بلژیک، عمان، عربستان سعودی، آلمان، آفریقای جنوبی، استرالیا، ژاپن، آمریکا، ایرلند و سوئد با نرخ رشد بالایی - با بیش از ۱۰٪ نرخ رشد سالانه - توانسته‌اند تقاضای واردات جهانی زعفران در طول دوره افزایش دهند.

۴- کشورهایی هستند که هم دارای تقاضای وارداتی قابل ملاحظه‌ای هستند و هم از شاخص تقاضای وارداتی (متوسط نرخ رشد سالانه) چشمگیری برخوردار شده‌اند. در این میان، کشورهایی نظیر آمریکا، سوئد، عربستان سعودی، ژاپن، تایوان، انگلیس، آرژانتین، آلمان، بلژیک، هند، عمان، مکزیک، استرالیا، اتریش، قطر، آفریقای جنوبی، هلند، یونان، لوکزامبورگ، ایرلند، فنلاند و نیوزیلند را می‌توان نام برد.

۵- کشورهایی که واردات با هدف صادرات مجدد انجام می‌دهند و اساساً در بازار جهانی، نقش واسطه‌ای و صادرات مجدد ایفا می‌نمایند، در اولویت بازارهای هدف قرار ندارند. برای نمونه در بازار جهانی زعفران، اسپانیا، ایتالیا و امارات متحده عربی، همه ساله بخشی از واردات زعفران را مجدداً به بازارهای مصرف نهایی صادر می‌نمایند و لذا ضرورت دارد جهتگیری توسعه صادرات زعفران بنحوی باشد که این کشورها در اولویت قرار نگیرند.

۶- کشورهایی که نسبت سهم واردات آن کشور از صادرات ایران به سهم واردات آن

کشور از واردات جهانی ارقام نازلی است، به عنوان بازارهای جدید در توسعه صادرات زعفران ایران، جزو کشورهای هدف در اولویت قرار گیرند. از این منظر کشورهای می‌بایستی جزء بازارهای هدف زعفران ایران محسوب شوند، شامل آمریکا، سوئد، عربستان سعودی، ژاپن، تایوان، انگلیس، آرژانتین، آلمان، بلژیک، هند، عمان، مکزیک، استرالیا، اتریش، قطر، آفریقای جنوبی، هلند، یونان، ایرلند، فنلاند و نیوزیلند می‌شوند.

۷- براساس محاسبه شاخص حداکثر پتانسیل صادراتی زعفران ایران به کشورهای جهان گویای آن است که ۱۲ کشور اصلی حداکثر پتانسیل وارداتی زعفران از ایران، شامل اسپانیا، ایتالیا، آمریکا، سوئد، فرانسه، عربستان سعودی، سوئیس، ژاپن، تایلند، استرالیا، آرژانتین و آلمان می‌باشند. این کشورها از لحاظ شاخص پتانسیل وارداتی زعفران که به عنوان معیار مناسب برای شناسایی بازارهای هدف است، در جایگاه ممتازی قرار دارند.

۸- بر اساس محاسبه شاخص پتانسیل وارداتی استفاده نشده زعفران کشورهای جهان از ایران به صورت مطلق (میلیون دلار) برای کل دوره ۶-۲۰۰۲ گویای آن است که چهار کشور آمریکا، ژاپن، سوئد و انگلیس در اولویت بازارهای هدف زعفران ایران قرار دارند. همین طور، بر اساس شاخص درصد استفاده نشده از پتانسیل وارداتی کشورها از ایران به صورت نسبی (درصد) برای کل دوره ۶-۲۰۰۲ نشان می‌دهد که ۱۲ کشور اصلی متقاضی واردات زعفران از ایران، آمریکا، هنگ کنگ، بلژیک، سنگاپور، ژاپن، کانادا، استرالیا، هلند، انگلیس، آرژانتین، نروژ و ایتالیا با بیش از ۵۰ درصد استفاده نشده از پتانسیل وارداتی از ایران در شناسایی بازارهای هدف در اولویت قرار دارند.

۹- در ضمن، در اولویت دادن به بازارهای هدف بایستی با احتیاط عمل نمود. یعنی باید ابتدا بستر ارائه محصول را با بسته‌بندی مناسب و شرایط مطلوب مصرف کنندگان فراهم نمود و سپس با بازارهای مدنظر تحقیق که اشباع نشده‌اند و قصد صادرات مجدد را ندارند، روابط تجاری لازم و مورد قبول برقرار شود و به موازات آن صدور به بازارهای امارات متحده عربی و اسپانیا که قصد صدور مجدد دارند، به تدریج محدود شود که خدشه‌ای در درآمد ارزی ایجاد نشود.

منابع

- حسینی. میر عبدا... (۱۳۸۵)؛ "تحلیل و برآورد ظرفیت‌های تجاری کالایی دوجانبه ایران با اعضای سازمان همکاری اقتصادی"، فرهنگ ویژه اقتصاد، پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی، سال ۱۹، شماره ۳، پیاپی ۵۹، پاییز.
- دفتر توسعه صادرات کالا و خدمات (۱۳۸۵)؛ زعفران طلای سرخ، تهران.
- صباغ کرمانی، مجید و میرعبدا.. حسینی (۱۳۸۰)؛ "ارزیابی صادرات محصولات کشاورزی ایران به تشکل‌های منطقه‌ای و تعیین بازارهای هدف" فصلنامه پژوهشنامه بازرگانی. موسسه مطالعات و پژوهشهای بازرگانی، شماره ۲۰، پاییز، تهران.
- صادقی یارندی، سیفا... و میرعبدا.. حسینی (۱۳۷۸)؛ "بررسی امکان مبادله محصولات کشاورزی بین ایران و کشورهای آسیای مرکزی و قفقاز"، فصلنامه پژوهشنامه بازرگانی، موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی. شماره ۱۱، تابستان، تهران.
- عزیزی، مریم (۱۳۸۳)؛ مطالعه ساختار بازار جهانی و تعیین بازارهای هدف زعفران ایران، مؤسسه مطالعات و پژوهشهای بازرگانی، تهران.
- گمرک ایران (۸۴-۱۳۵۸)، سالنامه آمار بازرگانی خارجی (صادرات)، دفتر آمار خدمات ماشینی گمرک.
- Allen, Roy. G.D. (1970); *Mathematical Economics*, London, P.381.
- Arnon, Arie Spivak, Avia and J. Weinblatt (1995); "The Potential for Trade Between Israel, the Palestinians and Jordan", *Institute for International Economics*.
- Arnon, Arie. Spivak, Avia and J. Weinblatt (1995); "The Potential for Trade Between Israel, the Palestinians and Jordan", *The World Economy*, Vol.19, January
- Bhagwati, Jagdish (1971); "Trade Diverting Customs Union and Welfare Improvement: Clarification", *Economic Journal*, Vol.81.
- Bhagwati, Jagdish and Arvind Panagariya (1996); "The Theory of Preferential Trade Agreements: Historical Evolution and Current Trends", *The American Economic Review*, Vol 86, No.2, May
- Baldwin, R. (1997); "The Causes of Regionalism", *The World Economy*. Vol.20, o.7, pp. 865-888.

- Barry, Donald and Ronald C. Keith, eds. (1999); *Regionalism, Multilateralism, and the Politics of Global Trade*, Vancouver: UBC Press.
- Charles J. McMillan (1993); *Building Blocks or Trade Blocs: NAFTA, Japan and The New World Order*, Ottawa: Canada Japan Trade Council.
- IMF (1998-2004); Direction of Trade Statistics book Year, Washington: *International Monetary Fund Publications*. (<http://www.imf.org>)
- Linneman and Van Beers. (1995); *Measures of Export- Import Similarity*, Weltwirts chafteliches Matambalya و Francis A.S.T.
- Meade, J. (1955); *The Theory of Customs Unions*, Amsterdam, North-Holland.
- Panchamuchi V. R. and others (1995); *Complementarity in Trade and Production*, Amesterdam: Sage Publication.
- UNCTAD (2004); *Hand Book of International Trade and Development Statistics*. <http://www.UNCTAD.Org>.
- Vernon, Raymond (1996); "Passing Through Regionalism: the Transition to Global Markets", *The World Economy*, Vol. 19. No. 6.
- Viner, J (1950); *The Customs Union Issue*, NewYork, Carnegie Endowment for International Peace.
- Wonnacott, G. P. and Wonnacott, R.G (1981); "Is Unilateral Tariff Reduction Preferable to a Customs Union? The Curious Case of Missing Foreign Tariffs", *The American Economic Revie*, Vol. 71.