



## یادداشت سیاست‌گذاری اقتصاد و توسعه کشاورزی و روستایی

سال ۵ / شماره ۶۸ / ۱۴۰۳

۱۴۰۳/۰۸/۱۵

### مطالب این شماره

تحلیلی بر بازار جهانی زعفران..... ۲

تهیه و تحلیل: کتابون شمشادی

ویراستار: علی کیانی‌راد



این موسسه با کمال احترام و سپاس، پذیرای نظرات ارزشمند خوانندگان  
این اثر می‌باشد

تلفن: ۴۲۹۱۶۰۰۰ شماره: ۸۸۹۶۶۶۰ صندوق پستی: ۱۵۱۵-۱۵۸۱۵ کدپستی:  
۱۵۹۸۶-۳۷۳۱۳

E-mail: [aperi@agri-peri.ac.ir](mailto:aperi@agri-peri.ac.ir)  
<https://www.agri-peri.ac.ir>

## عنوان: تحلیلی بر بازار جهانی زعفران

تهیه و تحلیل: کتایون شمشادی

ویراستار: علی کیانی‌راد

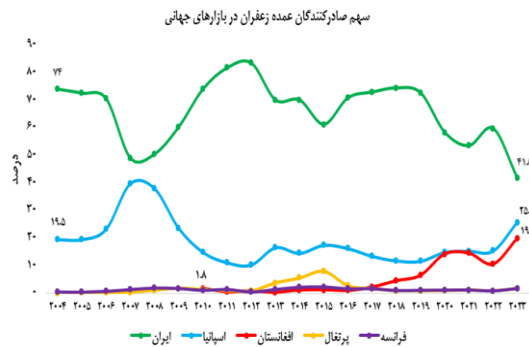
کد: (99)-14030809-PN-4

### خلاصه مدیریتی:

از سال ۱۴۰۳، در تقویم رسمی کشور پنجم آبان ماه به عنوان روز ملی زعفران نامگذاری شده است. صادرات زعفران در نیمه نخست سال جاری ۵۷ تن به ارزش ۵۰ میلیون دلار بوده که نسبت به مدت مشابه سال قبل، از لحاظ وزنی ۴۱ درصد و از لحاظ ارزشی ۵۲ درصد کاهش یافته است (گمرک ج.ا.ا). با توجه به اهمیت زعفران در سبد کالاهای صادراتی کشور در ادامه تحلیلی از بازارهای جهانی این محصول ارزشمند ارائه می‌شود.

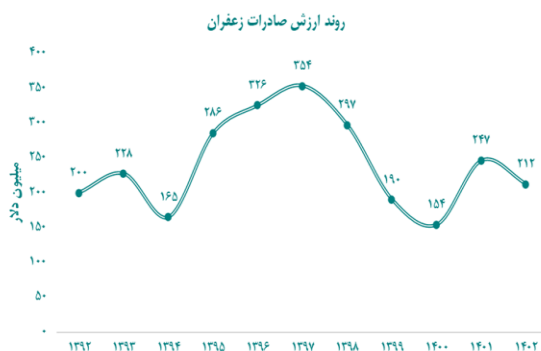
### تجزیه و تحلیل:

ایران با تولید بیش از ۹۰ درصد زعفران جهان، بزرگترین تولیدکننده زعفران می‌باشد. کشورهای هند، اسپانیا، یونان، مراکش، ایتالیا، آذربایجان، ترکیه و افغانستان نیز از تولیدکنندگان زعفران به شمار می‌آیند که البته کشور افغانستان در دو سال اخیر به رتبه دوم جهانی صعود کرده است. ایران به طور متوسط با صادرات سالانه ۲۱۰ میلیون دلار، ۶۶ درصد بازارهای جهانی را به خود اختصاص داده است. اما سهم ایران در بازارهای جهانی روند ثابتی نداشته و از فراز و فرودهایی طی سالیان مختلف برخوردار بوده است. اسپانیا به‌عنوان رقیب دیرینه ایران در زمینه صادرات، در مقطعی از زمان که سهم ایران در بازارهای جهانی کاهش یافته است، نقش پررنگ‌تری در بازارهای جهانی داشته است و روند معکوس سهم آن در بازارهای جهانی نسبت به سهم ایران، گویای این امر است (نمودار ۱). اما نکته مهم روند رو به رشد سهم کشور افغانستان در بازارهای جهانی بوده که از ۱.۸ درصد در سال ۲۰۱۰ به حدود ۲۰ درصد در سال ۲۰۲۳ افزایش یافته است و به‌عنوان دیگر رقیب اصلی ایران در بازارهای جهانی محسوب می‌شود.



نمودار (۱): سهم صادرکنندگان عمده زعفران در بازارهای جهانی  
مأخذ: trademap

اما صادرات زعفران ایران در سالهای اخیر دارای نوسانات فراوانی بوده است که عوامل متعددی در عدم ثبات سیاست‌های صادراتی زعفران نقش داشته‌اند. همانطور که در نمودار (۲) مشخص است، ارزش صادرات زعفران از سال ۱۳۹۷ با تشدید محدودیت‌های ارزی، صدور بخشنامه‌های متعدد و تاکید بر پیمان‌سپاری ارزی با کاهش چشم‌گیری مواجه شد. این در حالی است که صادرات زعفران از لحاظ وزنی به ویژه در سالهای ۱۳۹۷-۹۹ افزایشی بوده است. قاچاق زعفران نیز با توجه به سهولت خروج غیر قانونی آن از کشور، از دیگر عواملی است که بر روند صادرات آن تاثیرگذار است. از دیگر عوامل می‌توان به توسعه کشت زعفران بدون توجه به توسعه بازارهای صادراتی اشاره کرد. در سال ۱۴۰۲، تولید زعفران در ۳۱ استان کشور صورت گرفته در حالیکه در سال ۱۳۹۲، ۱۶ استان کشور در تولید زعفران کشور سهیم بوده‌اند. بنابراین، افزایش تولید بدون برنامه‌ریزی برای صادرات خود عاملی در جهت کاهش صادرات عمل خواهد کرد.



نمودار (۲): روند ارزش صادرات زعفران ایران در سالهای ۱۳۹۲-۱۴۰۲  
مأخذ: گمرک ج.ا.ا

<sup>۱</sup> خروج امریکا از برجام و بازگشت و تشدید تحریم‌ها علیه ایران

مزیت رقابتی در آینده‌ای نزدیک است. بنابراین چنین استنباط می‌شود که منفعت تجاری به متغیرهای دیگری مانند قیمت صادراتی، کیفیت بسته‌بندی و تنوع در بازارهای هدف بستگی دارد. بر اساس اطلاعات *trademap*، ایران دارای بیشترین قیمت صادراتی بوده که این امر می‌تواند منجر به جانشینی کشورهای صادرکننده زعفران با قیمت‌های صادراتی کمتر شود که کشور فرانسه یکی از آن کشورهاست. کشور یونان نیز اگر چه در سالهای ۲۰۰۸-۲۰۱۹ دارای عدم مزیت رقابتی در صادرات زعفران بوده، اما با استمرار در صادرات آن و با توجه به بالا بودن نرخ رشد سالانه شاخص *RCA*، در دوره زمانی ۲۰۲۰-۲۰۲۳ مجدداً در صادرات زعفران به مزیت رقابتی دست یافته است.

علی‌رغم نوسانات در صادرات زعفران، کشور ایران دارای مزیت رقابتی در صادرات این محصول ارزشمند می‌باشد. در جدول (۱)، مزیت رقابتی ایران و دیگر کشورهای صادرکننده زعفران<sup>۱</sup> در سالهای ۲۰۲۳-۲۰۰۴ با استفاده از شاخص مزیت نسبی آشکار شده (*RCA*)<sup>۲</sup> و مزیت نسبی آشکار شده متقارن (*RSCA*)<sup>۳</sup> مورد بررسی قرار گرفته است. بر این اساس، کشور ایران در سالهای ۲۰۲۳-۲۰۰۴ دارای مزیت رقابتی در صادرات زعفران بوده است کشور اسپانیا و افغانستان (از سال ۲۰۰۸ به بعد) نیز دارای مزیت رقابتی در صادرات زعفران هستند. متوسط نرخ رشد سالیانه شاخص *RCA* برای افغانستان نشان از رشد مزیت رقابتی آن دارد. همچنین حمایت‌های بین‌المللی از جمله حمایت مالی، سیاسی و اقتصادی از تجار افغانستان و سیاست افزایش تولید زعفران در افغانستان تهدیدی برای ایران محسوب شده و پیش‌بینی می‌شود در آینده‌ای نزدیک بسیاری از بازارهای ایران را در دست بگیرد. فرانسه چهارمین صادرکننده زعفران، فاقد مزیت رقابتی است. اما علی‌رغم عدم برخورداری از مزیت رقابتی، به صادرات زعفران مبادرت می‌کند. نرخ رشد (نرخ رشد سالانه *RCA*) بالا برای کشور فرانسه به مفهوم دستیابی به

جدول (۱): مزیت رقابتی کشور ایران و دیگر کشورهای عمده صادرکننده زعفران طی سالهای ۲۰۲۳-۲۰۰۴

کشور	شاخص	۲۰۰۴-۲۰۰۷	۲۰۰۸-۲۰۱۱	۲۰۱۲-۲۰۱۵	۲۰۱۶-۲۰۱۹	۲۰۲۰-۲۰۲۳	نرخ رشد سالانه <i>RCA</i> (%)
ایران	<i>RCA</i>	۲۲۲.۱	۱۷۱.۶	۱۷۳.۹	۱۸۰.۴	۲۷۶.۸	۵.۸
	<i>RSCA</i>	۲۲۱.۱	۱۷۰.۶	۱۷۲.۹	۱۷۹.۴	۲۷۵.۸	
اسپانیا	<i>RCA</i>	۰.۶	۰.۳	۰.۵	۰.۸	۰.۰	۵.۷
	<i>RSCA</i>	۰.۷	۰.۷	۰.۶	۰.۶	۰.۷	
افغانستان	<i>RCA</i>	-	۰.۱	۰.۳	۰.۶	۰.۳	۲۵
	<i>RSCA</i>	-	۱.۰	۰.۹	۱.۰	۱.۰	
فرانسه	<i>RCA</i>	۰.۱	۰.۳	۰.۳	۰.۳	۰.۳	۲۳
	<i>RSCA</i>	۰.۸	۰.۶	۰.۵	۰.۵	۰.۶	
یونان	<i>RCA</i>	۱.۶	۰.۸	۰.۹	۲.۰	۲.۶	۱۶
	<i>RSCA</i>	۰.۰۴	۰.۲	۰.۱	۰.۳	۰.۴	

ماخذ: محاسبات

که بازارهای صادراتی ایران از تنوع کافی برخوردار نیست و کشورهای امارات و اسپانیا، عمده‌ترین بازارهای صادراتی زعفران بوده‌اند. در واقع، الگوی صادراتی ایران در محصول زعفران به

تنوع بازارهای صادراتی از جمله مولفه‌هایی است که در سهم کشور و حفظ نقش مؤثر آن در بازارهای جهانی مؤثر است. بررسی مقاصد صادراتی زعفران ایران در ده سال اخیر نشان داد

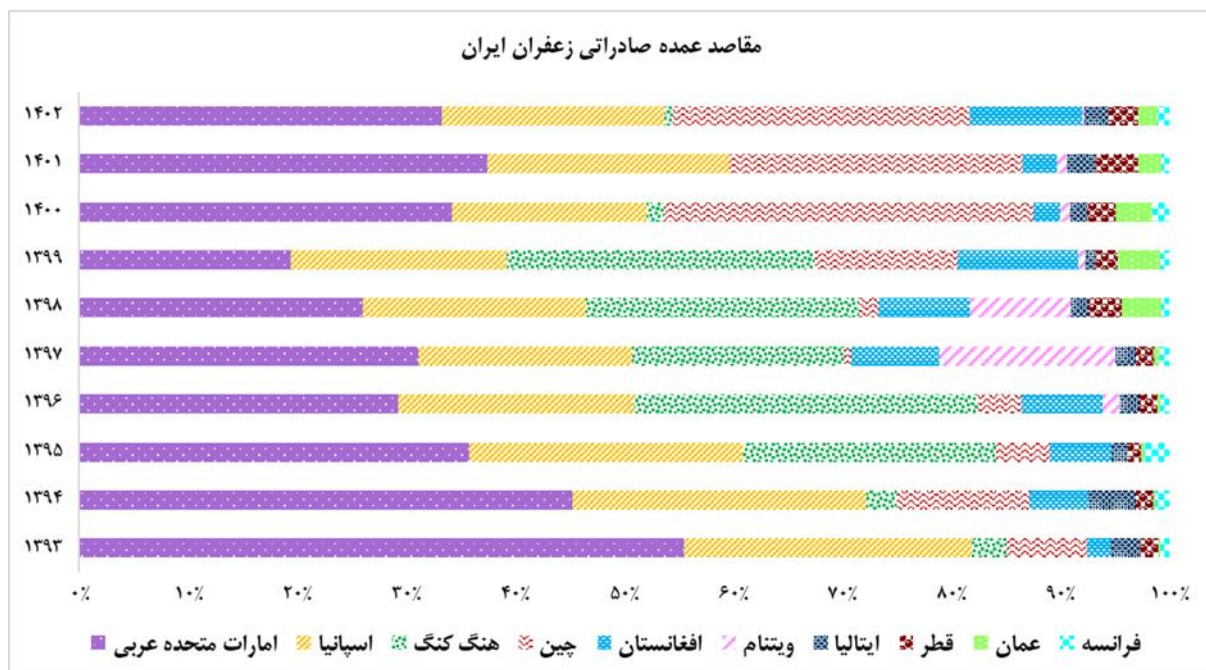
۲. Revealed Comparative Advantage (RCA)

۳. Revealed Symmetric Comparative Advantage (RSCA)

۱. کشورهای مندرج در جدول (۱)، بر اساس میانگین ارزش صادرات زعفران در پنج سال اخیر (۲۰۲۳-۲۰۱۹) انتخاب شده‌اند.

صادر کرده و نقش ایران در بازارهای جهانی را تضعیف می‌نمایند. مقاصد عمده صادراتی ایران نشان می‌دهد که کشور ایران تامین‌کننده زعفران رقبای صادراتی خود در جهان می‌باشد و علیرغم روند رو به رشد سهم آنان در بازارهای جهانی به عنوان رقیب، هیچگونه تغییر استراتژی صادراتی ایران در توسعه بازارهای هدف و تنوع بخشی به آن مشاهده نمی‌شود.

صورت الگوی نامتقارن بوده بطوریکه به طور میانگین در ده سال گذشته، بیش از ۸۰ درصد صادرات زعفران ایران به شش کشور امارات، اسپانیا، هنگ‌کنگ، چین، افغانستان و ویتنام صورت گرفته است. نکته مهم آن است که کشورهای مذکور (به ویژه امارات و اسپانیا) از جمله صادرکنندگان برتر زعفران در جهان بوده و به عبارتی دیگر، با واردات زعفران ایران و صادرات مجدد آن، در واقع زعفران تولیدی کشور ایران را با برند خود

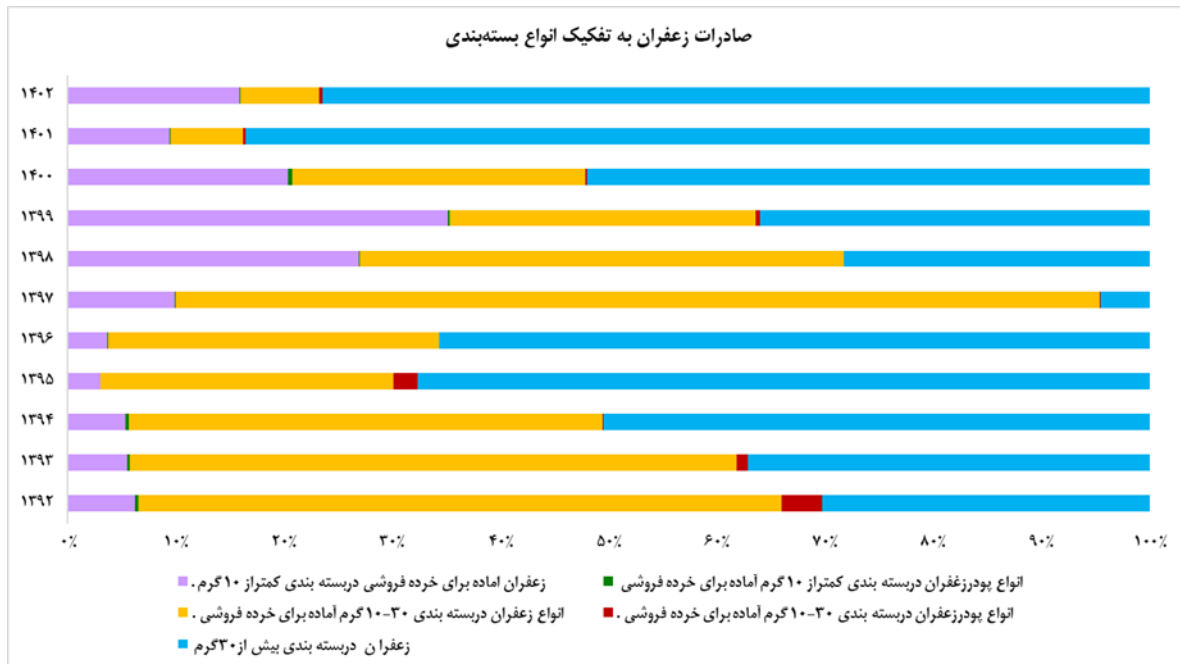


### نمودار (۳): مقاصد صادراتی زعفران ایران در سالهای ۱۳۹۳-۱۴۰۲

مأخذ: گمرک و محاسبات

صادرات را در دوره مورد بررسی داشته است. در خصوص صادرات انواع زعفران در بسته‌بندی‌های مختلف همچون مقاصد صادراتی آنچه مسلم است عدم وجود استراتژی صادرات و برنامه‌ریزی برای حفظ و افزایش سهم ایران در بازارهای جهانی می‌باشد. ادامه روند مذکور، با توجه به رشد رقبای تجاری در بازارهای جهانی به ویژه کشور افغانستان، جایگاه ایران را در جهان با چالش اساسی مواجه خواهد ساخت.

از دیگر چالش‌های حوزه صادرات، صادرات محصول به صورت فله‌ای و عدم اتخاذ استراتژی مناسب در عرضه زعفران به بازارهای جهانی بر اساس محصول فرآوری شده و یا صادرات آن در بسته‌بندی‌های مناسب می‌باشد. همانطور که در نمودار (۴) مشخص است، صادرات زعفران در بسته بندی بیش از ۳۰ گرم، بیشترین سهم را از صادرات زعفران داشته است. پس از آن، بسته‌بندی‌های ۱۰-۳۰ گرم سهم بالایی از صادرات را به خود اختصاص داده است. صادرات انواع پودر زعفران در اوزان کمتر از ۱۰ گرم و در بسته بندی ۱۰-۳۰ گرم کمترین میزان



نمودار (۴): صادرات زعفران به تفکیک انواع بسته‌بندی و اوزان مختلف در سالهای ۱۳۹۳-۱۴۰۲

مأخذ: گمرک و محاسبات

زعفران در بورس؛ منجر به حذف کشورهای واسطه که زعفران ایران را به نام خود صادر می‌کنند، کاهش واسطه‌گران غیرضرور، افزایش کیفیت و استانداردسازی زعفران و جلوگیری از تقلب در عرضه محصول و همچنین جلوگیری از قاچاق می‌شود.

#### منابع:

۱. آمارنامه کشاورزی، جلد سوم، مرکز آمار و فناوری اطلاعات و ارتباطات وزارت جهاد کشاورزی
۲. گمرک ج.ا.
3. www.trademap.com

#### توصیه‌های سیاستی:

با توجه به موارد مطرح شده، در گام نخست لزوم ایجاد نشان تجاری برای زعفران بیش از پیش آشکار می‌شود. با ایجاد و توسعه نشان تجاری، از فروش فله زعفران جلوگیری به عمل آمده و در واقع محصولی با ارزش افزوده بالاتر صادر می‌شود. البته این امر مستلزم تکمیل زنجیره ارزش زعفران در داخل کشور و به ویژه توسعه حلقه فرآوری آن می‌باشد که با حمایت دولت و مشارکت بالای خصوصی امکان پذیر است. از سوی دیگر، با توجه به گرایش جهان به استفاده از گیاهان دارویی، فرآوری زعفران به صورت گیاهان دارویی (مانند انواع دمنوش‌ها، داروهای ضد افسردگی و ...) می‌تواند ارزش افزوده بالایی در صادرات آن ایجاد کرده و ارزآوری بیشتری را برای کشور به همراه داشته باشد. مشارکت در نمایشگاه‌های بین‌المللی و استفاده از رقابت‌های بازاریابی نیز می‌تواند در شناساندن کیفیت، اهمیت فرهنگی، طعم و مزه و رنگ منحصر به فرد زعفران ایران در جهان مؤثر واقع شود. همچنین ورود به شیوه‌های نوین عرضه زعفران در بازار (به ویژه بازارهای جهانی)؛ از جمله عرضه



تهران - بلوار کریمخان زند - انتهای خیابان شهید عضدی (آبان) جنوبی - خیابان رودسر - پلاک ۵  
تلفن: ۴۲۹۱۶۰۰۰ نمابر: ۸۸۹۶۶۶۰ صندوق پستی: ۱۵۱۵ - ۱۵۸۱۵ کدپستی: ۳۷۳۱۳ - ۱۵۹۸۶

E-mail: [aperi@agri-peri.ac.ir](mailto:aperi@agri-peri.ac.ir)  
ECE: [ece.aperi@agri-peri.ac.ir](mailto:ece.aperi@agri-peri.ac.ir)  
<https://www.agri-peri.ac.ir>