

## صادرات بذر

صمد مبصر

عضو هیأت علمی مؤسسه تحقیقات ثبت و گواهی بذر و نهال

## مقدمه:

نگاهی به آمار منتشره از سوی فدراسیون بین‌المللی بذر<sup>۱</sup> نشان می‌دهد که ده کشور عمده صادرکننده بذر، همزمان کشورهای اصلی واردکننده بذر نیز هستند؛ فرانسه و هلند که رتبه‌های اول و دوم صادرات بذر دنیا را به خود اختصاص داده‌اند، هر یک سالانه حدود ۹۰۰ میلیون دلار واردات رسمی بذر دارند. این نکته از این‌رو بیان‌گر دید که تولید و صادرات بذر با تولید و صادرات کالاهای صنعتی یا خدماتی متفاوت است. می‌توان در هر نقطه مورد نظر با ایجاد زیرساخت و واردات مواد اولیه اقدام به تولید کالاهای صنعتی یا مصرفی نمود؛ این درحالی است که تولید بذر علاوه بر وابستگی جدی به شرایط اقلیمی، به سایر شرایط تولید و صادرات کالاهای دیگر، مانند مزیت نسبی تولید از نظر هزینه‌های تولید (دستمزد، هزینه انرژی، مالیات و ...) و نزدیکی به مناطق مصرف (از جنبه هزینه‌های حمل و نقل) واکنش جدی نشان می‌دهد. البته مورد اخیر در خصوص بذرهای کم‌حجم و گران‌سبزی و صیفی معنی‌دار نیست.

همانگونه که طرح شد، صادرات بذر بسیار متفاوت از صادرات کالاهای صنعتی یا مصرفی است. مدت زمان لازم برای برنامه‌ریزی، بازاریابی، طی مراحل قانونی و در نهایت صادرات بذر به یک مقصد از پیش تعیین‌شده، معمولاً کمتر از سه یا چهار سال نیست؛ این درحالی است که برای سایر کالاها، چنانچه بازاریابی انجام شده باشد، در مدت بسیار کمتری می‌توان اقدام به صادرات نمود. با توجه به ظرفیت‌ها و مزیت نسبی کشور در تولید انواع بذر،

به نظر می‌رسد بازار داخل برای بسیاری از بذرهای تولیدی توان جذب را نداشته باشد و لازم است برای توسعه صنعت بذر کشور و ایجاد اشتغال مولد، به گزینه صادرات بذر فکر نمود. در این نوشتار سعی بر این است تا ضمن آشنائی کلی با مفاهیم درگیر با صادرات بذر، مراحل را که افراد حقیقی یا حقوقی علاقمند به صادرات بذر بایستی انجام داده تا صادرات موفق و پایداری داشته باشند، به بحث گذاشته شود.

## الف: فاز مطالعه بازار

اولین قدم برای صادرات بذر، مطالعه بازار(های) هدف است؛ این مطالعه کمک خواهد نمود تا برای تولیدات فعلی کشور بازاری مناسب پیدا شده و در مراحل بعدی و متناسب با نیاز بازارهای هدف، اقدام به تولید و صادرات بذر نمود. مطالعه مذکور اساس و شالوده برنامه‌ریزی صادراتی موفق و پایداری است که قرار است در آینده اتفاق بیافتد. این مطالعه بایستی به صورت کاملاً علمی، هدف‌دار و با استفاده از داده‌های واقعی کشور هدف و توسط افراد متخصص و آشنا به صنعت بذر انجام شده تا بتوان پایه‌های تولید و صادرات بذر را با اطمینان بر روی آنها استوار نمود. این مطالعات در جنبه‌های مختلف بایستی صورت گیرد تا اطلاعات لازم و کافی از بازار هدف در اختیار صادرکننده قرار دهد. این مطالعات شامل روال زیر خواهند بود.

## ۱. بررسی کلان‌بخش کشاورزی بازار هدف و هدف‌گذاری‌های آتی

از آنجائی که بذر مهم‌ترین نهاده بخش کشاورزی است،

جمع‌آوری داده‌های مربوط به بخش کشاورزی شامل سطح زیرکشت محصولات مختلف، میزان تولید، متوسط تولید (به تفکیک آبی و دیم)، مناطق عمده تولید محصولات کشاورزی در بازار هدف، فصول اصلی تولید (در کشورهای که به دلیل تنوع آب و هوایی دارای فصول مختلف کشت هستند) از مهم‌ترین داده‌هایی هستند که بایستی در قدم اول جمع‌آوری شوند. همچنین برنامه‌های کلان توسعه بخش کشاورزی، سیاست‌های کلی مرتبط با دسترسی به آب کشاورزی و الگوهای کشت نیز در بازار هدف همواره بایستی مدنظر قرار گیرد. برای این بخش ذکر مثالی از کشور خودمان خالی از فایده نیست. گیاه ذرت از محصولاتی است که جایگاه ویژه‌ای در تأمین امنیت غذایی کشور به ویژه در بخش طیور و دام صنعتی دارد. این گیاه دارای نیاز آبی بالایی بوده که در سال‌های گذشته نه تنها سطح زیرکشت آن توسعه نیافته، بلکه تا حدودی نیز کاهش یافته است. ترکیب تولید ذرت دانه‌ای و سیلویی تقریباً تا پنج سال اخیر ۷۵٪ به ۲۵٪ بوده است. کاهش جهانی قیمت ذرت دانه‌ای و مقرون به صرفه بودن واردات منجر به این گردیده که ترکیب کشت ذرت دانه‌ای و سیلویی در دو سال اخیر ۵۰-۵۰ شود. پیش‌بینی می‌گردد به دلیل عدم امکان واردات ذرت سیلویی در حجم‌های بالا و تداوم کاهش آب در دسترس بخش کشاورزی در سال‌های آتی، مقدار کشت ذرت دانه‌ای بیش از پیش کاهش یافته و ارقام مناسب ذرت علوفه‌ای توسعه یابند؛ از این رو بررسی و معرفی ارقام ذرت علوفه‌ای و تهیه و تدارک بذر چنین ارقامی در راستای توسعه بازار است. لذا ضروری است در مطالعه بازار هدف چنین مواردی مدنظر قرار گیرد.

## ۲. بررسی وضعیت تهیه و تأمین بذر برای محصول(های) مورد نظر

زمانی که بر اساس مطالعات بند اول و توانمندی شرکت تولیدکننده بذر که صادرات را هدف‌گذاری نموده است، محصول یا محصولاتی مشخص گردید، لازم است تا وضعیت تهیه و تأمین بذر محصول مورد نظر در کشور مقصد به دقت بررسی گردد. چه میزان از بذر مورد نیاز برای کشت در حال حاضر از بذر گواهی‌شده (با منشاء تولید داخل یا واردات) تأمین می‌گردد؟ وضعیت نظام غیررسمی بذر<sup>۲</sup> برای محصول مورد نظر چگونه است؟ (در بررسی نظام غیررسمی توجه به بذر خودمصرفی<sup>۳</sup> و شکل‌های دیگر بذر غیررسمی مانند تبادل بذر بین زارعین و بازارچه‌های محلی بذر بسیار حائز اهمیت است)؛

آیا سیاست بخش کشاورزی در کشور مقصد، پرداخت یارانه به بذر محصول مورد نظر است؟ چنانچه یارانه به بذر محصول مورد نظر پرداخت می‌گردد، آیا پرداخت یارانه به بذرهای وارداتی نیز جزو سیاست‌های مصوب بخش کشاورزی کشور مقصد است؟

پس از انجام چنین مطالعات پایه‌ای، لازم است تا متوسط قیمت مصرف‌کننده برای بذر محصول مورد نظر در مقصد در یک دوره حداقل سه ساله مشخص شده؛ هزینه‌های مترتب بر حمل بذر از مبدأ تا مقصد، هزینه‌ها و تعرفه‌های گمرکی، هزینه‌های حمل داخلی تا محل موردنظر برای توزیع نهایی و حق‌العمل توزیع‌کننده یا شرکت شریک به قیمت بذر در مقصد افزوده شده و برای توجیه اقتصادی صادرات بذر، برآوردهای مالی دقیق صورت گیرد.

شناخت رقبای بازار برای تأمین بذر محصول مورد نظر در مقصد بسیار حائز اهمیت است. انجام بررسی دقیق بر روی کیفیت بذرهای تولیدی یا وارداتی رقیب، قیمت فروش و حاشیه سود تخمینی این رقیبان بسیار حائز اهمیت است. چنانچه در بازار هدف بذرهای با کیفیتی از مبادی شرکت‌های صاحب فناوری در حال توزیع باشد، تنها ابزار کارآمد برای ورود به چنین بازارهایی، ایجاد رقابت از طریق قیمت بذر است. بایستی توجه داشت که اگر حاشیه سود رقیبان بالا باشد، ابزار قیمت برای رقابت نیز کارایی چندانی نخواهد داشت؛ چون امکان استفاده از ابزار دامپینگ برای کاهش قیمت وجود داشته و حداقل در کوتاه مدت، رقیبان با استفاده از این ابزار، امکان ورود به بازار و توسعه فعالیت‌ها را دشوار خواهند نمود.

## ۳. بررسی طرز انتخاب و سلیقه مصرف‌کننده در بازار هدف

این مورد عمدتاً به محصولات سبزی و صیفی مرتبط است ولی در خصوص گیاهان زراعی خاصی مانند سیب‌زمینی نیز صدق می‌نماید. در خصوص محصولات سبزی و صیفی و ارقام مناسب آن برای بازار

### مطالعه بازار

دستیابی به صادرات موفق و پایدار نیازمند طی مراحل خاصی است که از مطالعه علمی و هدفمند بازار شروع می‌شود و پس از بررسی وضعیت تأمین بذر و سلیقه مصرف‌کننده با ورود به فاز اجراء و تعیین ارقام مناسب و ثبت آن، امکان صادرات فراهم می‌گردد.

هدف، بایستی علاوه بر سازگاری‌های اکولوژیک و توان تولید متناسب با فصل کاشت، به سلاقی مصرف‌کنندگان نیز توجه خاصی نمود. باتوجه به ظرفیت بالای صادرات



شرکت‌های موفق در امر صادرات بذر حاکی از آن است که اتخاذ چنین رویه‌ای بسیار شکننده و پرهزینه است؛ توصیه می‌گردد به هنگام انجام فاز مطالعاتی، به دنبال جذب شریک تجاری و فنی مطمئن‌تری بود. معمولاً شرکت‌های فعال در امور بذر به ویژه در کشورهای در حال توسعه در دو شکل کلی فعالیت می‌کنند؛ عمده آنها تنها به امور تجاری صنعت بذر پرداخته و مسائل فنی در آنها بسیار ضعیف و کم‌رنگ است، دسته دوم نیز شرکت‌هایی هستند که در تولید بذر فعالیت نموده و در خصوص جنبه‌های کلی صنعت بذر مانند ارزیابی ارقام و تجارت خارجی اطلاعات کمی دارند. سعی گردد در انتخاب شریک تجاری و فنی، ضمن توجه به خوشنامی و سوابق مثبت، اشخاص یا شرکت‌هایی انتخاب شوند که فعالیت آنها به صورت متمرکز در حوزه بذر است.

## ۲. بررسی سازگاری و بازارپسندی ارقام کاندید برای صادرات

هرچند که می‌توان با بررسی مناطق هم‌اقلیم تا حدودی رفتار زراعی ارقام کاندید را برآورد کرد، ولی عمدتاً این بررسی برای غربالگری اولیه تعداد زیادی رقم انجام شده و پس از گزینش اولیه، بایستی حداقل برای یک فصل زراعی و چند مکان، ارقام مورد نظر را در بازار هدف مورد بررسی قرار داد. در چنین بررسی، بایستی ارقام پیشرو و پرفروش محصول مورد نظر در کنار ارقام کاندید مورد بررسی قرار گرفته و بدون هرگونه پیش‌داوری ارزیابی سازگاری ارقام صورت گیرد. چنانچه این‌گونه بررسی‌ها در سطح نسبتاً بزرگتری انجام شود، می‌توان با دعوت از کشاورزان پیشرو و فروشندگان عمده بذر، نوعی از مزارع نمایشی یا روز مزرعه را در زمان مناسب

محصولات تازه سبزی و صیفی به خارج از کشور و آشنایی نسبی صادرکنندگان این محصولات با سلاقی مصرف‌کنندگان در بازارهای منطقه، این می‌تواند به عنوان الگوی مناسبی برای معرفی و صادرات بذر محصولات سبزی و صیفی به این گونه بازارها باشد.

در مورد گیاهان زراعی هرچند ممکن است سلاقی مصرف‌کنندگان در انتخاب رقم دخیل نباشد، ولی غیرمستقیم آن را متأثر خواهد نمود. چنانچه در بازار هدف، عمده مصرف مردم نان حجیم باشد، ارائه ارقام گندم که علاوه بر تولید بالا و تحمل به تنش‌های زنده و غیرزنده که مناسب تولید نان حجیم باشد، ضروری است. به‌عنوان مثال هیچ زمان بازار ایران به ارقام سیب‌زمینی پوست قرمز که در دنیا بازار بسیار خوبی هم دارد، روی خوش نشان نداد و اینگونه ارقام علیرغم شایستگی زراعی، نتوانستند در سبد تولید کشور قرار گیرند.

## ب: فاز فعالیت در بازار هدف

بدیهی است که چنانچه مطالعات اولیه نشان‌دهنده عملیاتی و اقتصادی بودن فعالیت باشد، لازم است تا وارد فاز اجرایی برای صادرات بذر شد. همانند مرحله مطالعاتی، فاز اجرایی نیز در چندین مرحله متوالی انجام می‌شود تا صادرات بذر مطمئن و پایداری انجام شود.

## ۱. پیدا نمودن شریک فنی و تجاری

از آنجایی که فعالیت‌های مبتنی بر بررسی اولیه سازگاری، طی مراحل فنی و اداری برای معرفی رقم در کشور مقصد و همچنین فعالیت‌های تجاری بعدی از طریق ایجاد دفاتر و استقرار نیرو امکان‌پذیر است، ولی بررسی تجارب بسیاری از



رشدی گیاه، برگزار نمود. این عمل ترویج ارقام کاندید برای صادرات را تسریع خواهد نمود. معمولاً نظرات کشاورزان پیشرو و فروشندگان بذر برای بازاریبندی محصول، تا حدود زیادی صائب بوده و می‌توان به این نظرات، اتکا نمود.

### ۳. اقدام قانونی برای تجاری‌سازی و یا ثبت ارقام کاندید

در اکثر کشورهای دنیا، واردات بذر در مقیاس تجاری نیاز به اقدامات قانونی اولیه‌ای دارد که معمولاً با اصطلاحاتی از قبیل معرفی رقم<sup>۴</sup> یا تجاری‌سازی رقم<sup>۵</sup> یاد می‌شود. البته این فرآیند بسته به گروه محصولی می‌تواند متفاوت باشد. معمولاً برای گیاهان زراعی انجام آزمون بررسی تعیین ارزش زراعی (VCU)<sup>۶</sup> به همراه آزمون تمایز، یکنواختی و پایداری (DUS)<sup>۷</sup> قبل از واردات تجاری بذر الزامی است؛ این در حالی است که برای محصولات سبزی و صیفی، انجام یا دارابودن نتایج آزمون DUS کفایت می‌نماید. به‌رحال آگاهی از جزئیات روال تجاری‌سازی ارقام جدید در کشور مقصد و انجام بی‌کم و کاست این روال عامل مهمی در تسریع و موفقیت فرآیند صادرات بذر است. آگاهی از نظام حمایت از ارقام جدید گیاهی (PVP)<sup>۸</sup> در بازار هدف مهم و ضروری است. چنانچه شرایط برای ثبت و حمایت از ارقام جدید در مقصد فراهم باشد، توصیه می‌گردد برای گیاهان زراعی و ارقام خودگشن محصولات سبزی و صیفی اقدام به ثبت رقم و تقاضای فرآیند حمایت شود.

### ۴. اسناد و مدارک مورد نیاز برای صادرات بذر در مقیاس تجاری

برای بذر همانند سایر کالاهای تجاری به هنگام صادرات از کشور مبدأ و ورود به کشور مقصد، مدارک و مستنداتی لازم است تا امکان خروج به موقع بذر از گمرک و ورود به کشور هدف، فراهم گردد. توجه به چنین مواردی باعث خواهد شد تا توقف‌های بی‌مورد در گمرکات که هم موجب کاهش کیفیت بذر می‌تواند باشد و هم هزینه به صادرکننده را تحمیل نماید، به وجود نیاید در ذیل به مهم‌ترین موارد اشاره می‌گردد:

= بذرهایی امکان صادرات را دارند که توسط افراد یا شرکت‌های دارای مجوز تولید شده باشند و از مرجع ملی، گواهی دریافت نموده باشند.

- بذرهایی که در تولید آنها از یارانه دولتی استفاده شده باشند، لازم است تا قبل از صادرات نسبت به تسویه حساب یارانه دریافتی اقدام نمایند.

- صادرات بذرهایی ارقام بومی و محلی مجاز نمی‌باشد.

- گواهی بهداشت گیاهی، این گواهی براساس موارد مورد درخواست ارگان مسئول کشور مقصد و توسط سازمان حفظ نباتات صادر می‌گردد.

- گواهی OECD، در حال حاضر امکان صدور این گواهی برای بذرهایی چغندر، گندم، جو، ذرت و سورگوم در کشور وجود دارد. صادرکنندگان لازم است تا در ابتدای فصل زراعی منجر به تولید بذر، درخواست صدور این نوع گواهی را برای بذرهایی تولیدی خود بنمایند.

- گواهی تجزیه کیفی بذر، این گواهی براساس درخواست صادرکننده و برای پارامترهایی مانند درصد رطوبت بذر، درصد جوانه‌زنی (و جزئیات آن)، خلوص فیزیکی بذر و شمارش سایر بذور قابل ارائه است. در آینده نزدیک صدور گواهی نارنجی رنگ انجمن بین‌المللی آزمون بذر<sup>۹</sup> نیز در کشور ممکن خواهد بود.

- گواهی مبدأ<sup>۱۰</sup>، این گواهی توسط اتاق‌های بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی صادر می‌گردد.

- سایر مدارک گمرکی مورد نیاز، این مدارک معمولاً شامل فاکتور، بارنامه، بیمه‌نامه و ... است که توسط صادرکننده، شرکت حمل و نقل و بیمه‌گر صادر شده و در گمرک مقصد و قبل از ترخیص کالا از واردکننده مطالبه می‌گردد.

در نگارش این مطلب سعی گردید تا مفاهیم و اقدامات کلی منجر به صادرات بذر مورد بحث قرار گیرد. توانایی ژنتیکی و کیفیت بذر رقم مورد نظر برای صادرات شاید نیمی از توان یک شرکت برای صادرات بذر باشد؛ نیمی دیگر در گرو فعالیت‌های مناسب برای ترویج رقم در کشور هدف و بازاریابی علمی باشد. امید است تا شرکت‌های پیشرو کشور در امر تولید بذر، با انجام فعالیت‌های منجر به صادرات بذر حداقل به کشورهای منطقه، ضمن کسب درآمد ارزی برای کشور، توسعه اشتغال در بخش کشاورزی را موجب گردند.

1-International Seed Federation

2- Informal Seed System

3- Farm Saved Seed

4- Variety Introduction

5- Variety Commercialization

6- Value for Cultivation and Use

7- Distinctness, Uniformity and Stability

8- Plant Variety Protection

9- International Seed Testing Association (ISTA)

10- Certificate of Origin