



**درک جندر (جنسیت اجتماعی) در زنجیره ارزش زراعتی:
در خصوص انگور / کشمش، بادام و زعفران در افغانستان**



واحد زراعت و انکشاف دهات
دیارتمنت انکشاف پایدار
منطقه جنوب آسیا
بانک جهانی

نور ۱۳۹۰ هجری شمسی

گزارش شماره ۶۲۳۲۳ - افغانستان



معادل اسعار
(نرخ قابل قبول اسعار الی سرطان ۱۳۸۹ (جولای ۲۰۱۰))

نرخ اسعار: ۱ دالر امریکایی = ۴۶,۲ افغانی

سال مالی
۱ حمل (۲۱ مارچ) – ۲۹ حوت (۲۰ مارچ)

واحد پیمایش (مقیاس)
۱ جریب: ۲۰۰۰ متر مربع
۱ سیر: ۷ کیلو گرام

اختصارات و مخففات

| | |
|--|--------|
| اداره انکشاف محصولات بادام افغانستان | AAIDO |
| اطاق تجارت و صنایع افغانستان | ACCI |
| افغانی (واحد پول افغانستان) | Af |
| اتحادیه خدمات پیشه وران افغانستان | AFSA |
| پروژه زیر بنای بازار زراعتی | AMIP |
| استراتژی انکشاف ملی افغانستان | ANDS |
| اداره ملی استندرد افغانستان | ANSA |
| اداره تحقیقات پالیسی عامه افغانستان | APPRO |
| توافق نامه ترانزیتی میان افغانستان و پاکستان | APTTA |
| پروگرام انکشاف تشبثات محلی افغانستان | AREDP |
| پروگرام تقویه متداوم زراعتی | ASAP |
| انکشاف تشبثات کوچک و متوسط افغانستان | ASMED |
| شورای تجارتي زنان افغان | AWBC |
| اتحادیه (فدراسیون) تجارتي زنان افغان | AWBF |
| بیلیون (صد میلیون) | b |
| شورای انکشافی محلی | CDC |
| ریاست احصائیه مرکزی (افغانستان) | CSO |
| جامعه دنمارک برای مهاجرین افغان | DACAAR |
| اداره همکاری های اقتصادی | ECO |
| اداره رشد صادرات نباتات، میوه جات و کشمش افغانستان | EPA |
| اداره انکشاف صادرات افغانستان | EPAA |
| اتحادیه اروپا | EU |
| اداره خوراکه و زراعت سازمان ملل متحد | FAO |
| بحث های گروهی | FGD |
| اداره انکشافی دهقان | FOD |
| گرام | g |
| سازمان کمک رسانی آلمان | GTZ |
| هکتار | ha |
| پروژه باغداری و مالداري | HLP |
| اداره معلوماتی استندرد | ISO |
| کوپراتیف و تشبث مالی زراعتی اسلامی خلم | KAIFC |

| | |
|---|-------|
| کیلو گرام | Kg |
| میلیون | M |
| وزارت زراعت، آبیاری و مالداري | MAIL |
| اتحادیه پروسس (طی مراحل) میوه جات مزار شریف – بلخ | MBDFA |
| اتحادیه انکشاف اقتصادی مینو نایت | MEDA |
| اداره قرضه های کوچک | MFI |
| وزارت تجارت و صنایع | MOC |
| وزارت امور زنان | MOWA |
| وزارت احیاء و انکشاف دهات | MRRD |
| موسسه غیر دولتی | NGO |
| پروگرام ملی رشد مهارت ها | NSDP |
| برنامه همبستگی ملی | NSP |
| تیم باز سازی ولایتی | PRT |
| توافق نامه تجارتي امتیازی | PTA |
| روپیه (کلدار) | Rs |
| اتحادیه همکاری های کشور های منطقه جنوب آسیا | SAARC |
| توافق نامه آزاد تجارتي جنوب آسیا | SAFTA |
| سازمان انکشافی سنائی | SDO |
| تن متریک | t |
| از طریق پروژه گاردن گیت | TTGG |
| امارات متحده عرب | UAE |
| انگلستان (بریتانیای کبیر) | UK |
| سازمان ملل متحد | UN |
| اداره انکشاف بین المللی ایالات متحده امریکا | USAID |
| ایالات متحده امریکا | USA |
| تسهیل کننده قریه جات | VF |
| شورای جهانی اتحادیه های قرضه (کریدیت) | WOCCU |
| سازمان تجارت جهانی | WTO |
| سال | yr |

معاون رئیس: ایسابل گویریرو
رئیس ساحوی: نیکولاس جی. کرافت
امر سکتور (بخش): جان هنری سنن
مدیر سکتور (بخش): سیمون بی هوی
آمرین تیم پروژه: جینیفر سولوتاروف ، میو تاکادا

فهرست مندرجات

| | |
|----|---|
| ۷ | سپاسگزاری |
| ۸ | خلاصه اجرایی |
| | فصل اول: درک جندر (جنسیت اجتماعی) در زنجیره ارزش زراعتی در افغانستان: متن، شیوه و روش، و مطالعه قضایا |
| ۱۲ | ۱.۱. ۱. محتوی |
| ۱۳ | ۲.۱. اهداف مطالعه |
| ۱۳ | ۳.۱. شیوه یا روش |
| ۱۵ | ۴.۱. انتخاب زنجیره ارزش برای مطالعه قضایا |
| ۱۸ | ۵.۱. طرح و ترتیب مسوده این پالیسی |
| ۲۰ | فصل دوم: بازار رو به انکشاف صادرات افغانستان و سهم گیری بالقوه زنان |
| ۲۰ | ۱.۲. صادرات و شرکای صادراتی در بازار های منطقی و بین المللی |
| ۲۳ | ۲.۲. ابعاد جندر در سکتور زراعت |
| ۲۶ | ۳.۲. نتیجه گیری: به سوی درک دقیق از جندر در زنجیره ارزش زراعتی |
| | فصل سوم: مشکلات و معضلات و فرصت ها برای زنان در زنجیره ارزش انگور / کشمش، بادام، و زعفران |
| ۲۷ | ۱.۳. نقش زنان در زنجیره ارزش انگور / کشمش، بادام، و زعفران |
| ۳۵ | ۲.۳. موانع و فرصت ها برای زنان تولید کننده |
| ۴۴ | فصل چهارم: پیشنهادات در مورد پالیسی |
| ۴۴ | ۱.۴. رشد فرصت ها برای زنان تولید کننده |
| ۴۶ | ۲.۴. نتیجه گیری: رشد زنجیره های ارزش که برای زنان روستائی مثر واقع میشود |
| ۴۸ | مأخذ |

ضمایم

| | | |
|--|--|--|
| | ضمیمه ۱: زنجیره ارزش انگور و کشمش | |
| | ضمیمه ۲: زنجیره ارزش بادام | |
| | ضمیمه ۳: زنجیره ارزش زعفران | |
| | ضمیمه ۴: جلسات با اشتراک کنندگان کلیدی زنجیره ارزش | |
| | ضمیمه ۵: معلومات بدست آمده از مصاحبه ها | |
| | ضمیمه ۶: ورکشاپ دست اندرکاران | |

جدول ها

| | | |
|--|---|--|
| | جدول ۱.۱. لست محصولات صادراتی کلیدی با سهمگیری زنان در زنجیره ارزش | |
| | جدول ۲.۱. انتخاب زنجیره ارزش | |
| | جدول ۳.۱. صادرات کشمش و بادام توسط افغانستان | |
| | جدول ۱.۲. صادرات افغانستان به خارج از کشور طی سال های ۲۰۰۴ الی ۲۰۰۹ میلادی، نظر به کشور ها | |
| | جدول ۲.۲. اشتراک و سهم گیری افغانستان در تجارت چند جانبه و موسسات تجارتي | |
| | جدول ۳.۲. تعرفه های امتیازی در مورد کشمش، بادام و انگور افغانستان توسط دولت هندوستان | |
| | جدول ۱.۳. فروشات و عواید دهقانان برنامه باغداری و مالداري از درک انگور، کشمش و بادام | |
| | جدول الف ۱.۱. ده بزرگترین کشور صادر کننده انگور تازه جهان و افغانستان طی سال های ۲۰۰۶ الی ۲۰۰۹ میلادی | |
| | جدول الف ۲.۱. ده بزرگترین کشور وارد کننده انگور تازه جهان طی سال های ۲۰۰۶ الی ۲۰۰۹ میلادی | |
| | جدول الف ۳.۱. ده بزرگترین کشور صادر کننده کشمش جهان طی سال های ۲۰۰۶ – ۲۰۰۹ میلادی | |
| | جدول الف ۴.۱. عمده ترین وارد کنندگان کشمش افغانستان در جهان طی سال های ۲۰۰۶ الی ۲۰۰۹ میلادی | |

| | |
|---------------|---|
| جدول الف ۱. ۵ | ده بزرگترین وارد کننده کشمش جهان طی سال های ۲۰۰۶ – ۲۰۰۹ |
| جدول الف ۱. ۶ | تفاوت در محصولات انگور تازه، میزان فروشات و عواید در خانواده های تولید کننده برنامه باغداری و مالداري |
| جدول الف ۱. ۷ | تفاوت در محصولات کشمش، میزان فروشات و عواید در خانواده های تولید کننده باغداری و مالداري |
| جدول الف ۱. ۸ | قیم و مصارف زنجیره ارزش برای انگور تازه و کشمش |
| جدول الف ۱. ۱ | یازده بزرگترین کشور های صادر کننده بادام در جهان طی سال های ۲۰۰۶ الی ۲۰۰۹ میلادی |
| جدول الف ۲. ۲ | عمده ترین وارد کنندگان بادام افغانستان طی سال های ۲۰۰۶ الی ۲۰۰۹ میلادی |
| جدول الف ۲. ۳ | ده بزرگترین کشور وارد کننده بادام جهان طی سال های ۲۰۰۶ الی ۲۰۰۹ میلادی |
| جدول الف ۲. ۴ | تفاوت در محصولات بادام، میزان تولید و عواید در خانواده های تولید کنندگان برنامه باغداری و مالداري |
| جدول الف ۲. ۵ | قیم و مصارف زنجیره ارزش برای بادام |
| جدول الف ۱. ۳ | بزرگترین صادر کنندگان زعفران جهان طی سال های ۲۰۰۶ الی ۲۰۰۹ میلادی |
| جدول الف ۲. ۳ | ده بزرگترین کشور وارد کننده زعفران در جهان طی سال های ۲۰۰۶ الی ۲۰۰۹ میلادی |
| جدول الف ۳. ۳ | قیمت زعفران وارد شده و تولید شده داخلی افغانستان طی سال ۲۰۱۰ میلادی |

اشکال

| | |
|---------------|---|
| شکل ۱. ۲ | صادرات افغانستان در سال ۲۰۰۸ میلادی |
| شکل ۱. ۳ | نقشه سکتور فرعی کشمش |
| شکل ۲. ۳ | زنجیره ارزش کشمش سرخ |
| شکل ۳. ۳ | زنجیره ارزش بادام داخل پوش با کیفیت عالی |
| شکل ۴. ۳ | لست مشکلات: کشمش |
| شکل ۵. ۳ | معضلات و مشکلات جندر در سکتور فرعی کشمش |
| شکل الف ۱. ۱ | نقشه سکتور فرعی انگور تازه |
| شکل الف ۲. ۱ | نقشه سکتور فرعی کشمش |
| شکل الف ۳. ۱ | ارزش تجارت: انگور تازه (در فصل آن و خارج از فصل آن) |
| شکل الف ۴. ۱ | ارزش تجارت: کشمش سرخ |
| شکل الف ۵. ۱ | ارزش تجارت: کشمش سبز |
| شکل الف ۶. ۱ | ارزش تجارت: کشمش طلایی (زرد) |
| شکل الف ۷. ۱ | لست مشکلات: انگور تازه |
| شکل الف ۸. ۱ | لست مشکلات: کشمش |
| شکل الف ۹. ۱ | معضلات و چالش های جندر در سکتور فرعی انگور تازه |
| شکل الف ۱۰. ۱ | معضلات و چالش های جندر در سکتور فرعی کشمش |
| شکل الف ۱. ۲ | نقشه سکتور فرعی بادام |
| شکل الف ۲. ۲ | زنجیره ارزش: بادام پوست دار با کیفیت عالی |
| شکل الف ۳. ۲ | زنجیره ارزش: بادام بدون پوست و با پوست با کیفیت متوسط |
| شکل الف ۴. ۲ | زنجیره ارزش: بادام بدون پوست و با پوست با کیفیت پایین |
| شکل الف ۵. ۲ | لست مشکلات: بادام |
| شکل الف ۶. ۲ | مشکلات جندر در سکتور فرعی بادام |
| شکل الف ۱. ۳ | نقشه سکتور فرعی زعفران |
| شکل الف ۲. ۳ | زنجیره ارزش: زعفران |
| شکل الف ۳. ۳ | لست مشکلات و چالش ها: زعفران |
| شکل الف ۴. ۳ | مشکلات و چالش های جندر در سکتور فرعی زعفران |

چوکات ها

| | |
|---|-----------|
| مالکیت زمین توسط زنان افغان | چوکات ۱.۲ |
| فروشگاه محصولات زراعتی زنان کابل | چوکات ۱.۳ |
| فراهم آوری خدمات ترویج برای زنان: تجارب پروگرام باغداری و مالداري | چوکات ۲.۳ |
| دو انجمن تولید کنندگان زعفران برای زنان افغان | چوکات ۳.۳ |
| انجمن زنان با افتخار: یک کمپنی پروسس تحت رهبری زنان | چوکات ۴.۳ |
| از طریق پروژه گاردن گیت: پروژه که زنان را در پروسه زنجیره ارزش سبزیجات بسیج می سازد | چوکات ۵.۳ |
| ایجاد زنجیره ارزش زعفران با زنان تولید کننده | چوکات ۶.۳ |

نقشه

نقشه ۱.۱: ساحات عمده تولیدی و مسیر های تجارتي افغانستان برای انگور / کشمش، بادام و زعفران

سیاسگزاری

این گزارش توسط تیمی که رهبری آن بدوش جینیفر سولو تاروف و میو تاکادا بوده و اعضای اساسی آنرا میکی تیرا ساوا، کور نیلیا سنار نیز و نجلا صبری تشکیل میداد، ترتیب گردیده است. گزارش مذکور تحت رهنمائی کلی سیمیون یو هوی، مدیر سکتور (بخش)، دبیرتمنت انکشاف زراعت و دهات جنوب آسیا (SASDA) و ماریا کوری یا، مدیر سکتور (بخش)، دبیرتمنت انکشاف اجتماعی جنوب آسیا (SASDS) تهیه گردیده است. وینکت رام چندران، وحیده عبیدی و وژمه خلیلی در امر فراهم آوری مساعدت های اداری همکاری نموده اند.

در تهیه این گزارش سهم عمده را اتحادیه انکشاف اقتصادی مینو نایت (MEDA) و گروهی از مشاورین تحت رهبری آن جوردون ایفاء نموده و در این راستا کاترین سابرویگا، دیپا سوامینا تان، زینب واحدی، محب الله مهمند، سیمرت مند، و پری ناز حسامی نیز سهم بارز داشتند. اتحادیه انکشاف اقتصادی مینو نایت (MEDA) مسئولیت وسیع و کلی تحقیقات در ساحه و امور اداری این تحقیقات و نیز مسئولیت تجزیه و تحلیل زنجیره ارزش انگور / کشمش و بادام را به عهده داشت. علاوه بر این، اتحادیه انکشاف اقتصادی مینو نایت (MEDA) امور اداری تحقیق و تجزیه و تحلیل اطلاعات و معلومات در مورد زعفران به منظور همکاری در پروسه اجرای تحقیقات ساحوی را که توسط اداره تحقیقات پالیسی عامه افغانستان (APPRO) روی دست گرفته شده بود، به عهده داشت. میکی تیرا ساوا گزارش ساحوی را که توسط اتحادیه انکشاف اقتصادی مینو نایت (MEDA) ترتیب گردیده بود، به سند پالیسی مبدل نمود که درین صفحات گنجانیده شده است.

تیم فوق الذکر از مرور کنندگان این گزارش، ستیفین جافی، استا اولیسن، و ریکا راجا لهتی بخاطر ارائه نظریات و رهنمائی های موثر و مفید شان اظهار تشکرو سپاس می نماید. همچنان، به جاست تا از همکاران خویش در وزارت زراعت، مالداري و آبیاری (MAIL) و پروژه باغداری و مالداري (HLP) بخاطر همکاری های با ارزش شان سپاسگزاری نمائیم. تیم مذکور هم چنان از زنان، متشبهین، فراهم کنندگان خدمات، تولید کنندگان و یا موسسات تجارتي، وزارت احیاء و انکشاف دهات، وزارت فواید عامه، وزارت امور زنان، و وزارت تجارت و صنایع، موسسات غیر دولتی به ویژه موسسه Roots of Peace (بنیاد صلح) و موسسه DACAAR (جامعه دنامارک برای مهاجرین افغان) و مراجع تمویل کننده در افغانستان که از طریق مصاحبه ها و ورکشاپ مراجع ذیدخل نظریات سودمند شانرا در انجام این مطالعه ارائه نمودند، اظهار امتنان مینماید.

این مطالعه به همکاری صندوق وجهی دونر های متعدد برای تجارت و انکشاف انجام داده شده و در امر نشر و توزیع آن مساعدت های مالی پلان کاری جنر قابل تذکر و یاد دهانی می باشد. با اغتنام از فرصت، بیجا نخواهد بود تا از مراجع تمویل کننده که در این زمینه با تیم ما همکاری مالی نموده اند، اظهار سپاس و قدر دانی نماییم.

خلاصه اجرایی

۱. افغانستان دارای توانایی های زراعتی در خور مقایسه و رقابت بوده که تقریباً نیم عواید ناخالص داخلی (GDP) کشور را تشکیل می دهد. طبق آمار ارائه شده، تخمیناً حدود ۵۴ درصد نیروی کار زراعتی را زنان تشکیل می دهند و حضور زنان خصوصاً در عرصه باغداری به گونه چشمگیری محسوس می باشد. بیش از نصف صادرات افغانستان - به استثنای تجارت غیر رسمی و غیر قانونی - را محصولات تازه و پروسس شده زراعتی به ویژه انگور تازه و کشمش (تقریباً ۴۰ درصد از صادرات زراعتی افغانستان) و بادام (۲۰ فیصد این صادرات) را تشکیل می دهند. با وجودیکه میزان صادرات زعفران پائین است، زمینه توسعه و گسترش صادرات زعفران وجود داشته و زنان به گونه قابل ملاحظه در امر کشت و پروسس این محصول ارزشمند سهم دارند.

۲. با توجه به نقش بارز و قابل توجه زنان در محصولات زراعتی، جمع آوری حاصلات، و پروسس آنها، چارچوب ملی انکشاف زراعتی وزارت زراعت، آبیاری و مالداری صراحت دارد که گسترش جنر عنصر کلیدی و مهم را در امر احیای مجدد اقتصادی، حاصلات زراعتی و مدیریت منابع طبیعی تشکیل می دهد (وزارت زراعت، آبیاری و مالداری - سال ۱۳۸۸ هـ ش مصادف با سال ۲۰۰۹ میلادی). این مطالعه گسترش جنر را در باغداری با ایجاد درک بهتر از موانع و فرصت هائیکه زنان در عرصه زنجیره های ارزش انگور / کشمش و بادام با آن مواجه اند، حمایت می کند. این مطالعه موقف و نقش زنان و مردان را در زنجیره های ارزش در خصوص تولیدات کلیدی (انگور / کشمش، بادام و زعفران) مشخص میسازد. ضمناً محدودیت ها و فرصت هائی را که بصورت عموم روی زنجیره های ارزش و بطور اخص بالای نقش زنان تاثیر گذار میباشند، مشخص می کند. این تحلیل جنبه عمودی (تمرکز روی محرک های سکتوری و زمینه سازان تجاری) را با جنبه افقی (تمرکز روی نهاد ها و ساختار ها در افغانستان) گره می زند. این مطالعه در برگیرنده تحقیقات وسیع و گسترده در ولایات کابل، پروان، بلخ، و هرات می باشد.

۳. بصورت عموم، زنان در سطوح پایینی زنجیره های ارزش انگور / کشمش، بادام و زعفران قرار داشته و معمولاً مصروف آبیاری، برداشتن علف های هرزه (خیشاوه)، برداشتن محصولات و فعالیت های کوچک بخش پروسس، مانند خشک نمودن و بسته بندی کشمش و بادام در سطح منزل و خانواده می باشند. از سوی دیگر، مردان علاوه بر سهم قابل توجه در پروسه تولید، رابطه میان خانواده و بازار را جهت بدست آوردن عوامل تولید و فروش محصولات بر قرار می نمایند. اکثر این فعالیت ها در بر گیرنده حمل و نقل، مانند انتقال خریطه (بوجی) های ۵۰ کیلویی یا بیشتر از آن به بازار های محلی می باشد. همچنان مردان منحصراً فعالین سطوح بالاتر زنجیره تولید، منجمله میانجی ها یا تاجران محلی و پروسس کنندگان، عمده فروشان، پرچون فروشان، یا صادر کنندگان مشغول میباشند. این تقسیم بندی کار ها منعکس کننده معیار ها و نورم های اجتماعی و فرهنگی میباشند که به زنان اجازه نمی دهد تا با مردان داد و ستد داشته باشند، به تنهایی سفر نمایند، یا مالک زمین باشند. عوامل فوق الذکر دسترسی زنان را به منابع و خدمات به شمول کرایت (قرضه)، برنامه آموزشی، ارتقای ظرفیت، تولیدات، و شبکه های تجارت و بازار یابی شدیداً محدود می سازد. زنان معمولاً مسئولیت ارائه تضمینات جهت درخواست اخذ قرضه یا فرصت اشتراک در برنامه های آموزشی ارتقای ظرفیت را ندارند زیرا مستفید شدن از چنین فرصت ها بستگی مستقیم با مالکیت زمین دارد. افزون بر آن، فراهم کنندگان خدمات از طبقه انات در عرصه خدمات ترویج، کرایت (قرضه)، تولیدات یا بازار یابی به پیمان خلی محدود وجود داشته یا اصلاً هم وجود ندارد. با وجود آن که زنان در جمع آوری محصولات زراعتی و مراحل بعد از آن نقش کلیدی را ایفا می نمایند، زمینه اشتراک آنان در برنامه های آموزشی در رابطه به کنترول کیفیت، منجمله رعایت حفظ الصحه، رعایت نظافت محیطی و سایر تدابیر بهداشتی یا بسیار محدود بوده و یا اصلاً وجود ندارد.

۴. از آنجائی که زنان و مردان وظایف مختلف زراعتی را انجام می دهند، تفاوت در عواید و درآمد های شان قابل مقایسه نمی باشند. زنان روستائی مسئولیت برداشت و جمع آوری محصولات کشمش، بادام و زعفران و فعالیت های بعد از برداشت حاصلات را به مثابه امور خانه انجام می دهند؛ از این جهت انجام چنین وظایف هیچ گونه حق الزحمه را برای آنها در قبال ندارد. در رابطه به زعفران بعضی از زنان (اکثراً از انجمن های زنان تولید کننده) توسط دهاقین کوچک و بزرگ در بدل مزد روزانه ۲۰۰ الی ۳۰۰ افغانی استخدام می شوند زیرا اینگونه فعالیت ها از یک طرف بسیار ثقیل بوده و از جانب دیگر مقید به وقت میباشند. هم چنان در مناطق شهری و نیمه شهری مزد مشابه (۱۰۰ الی ۲۰۰ افغانی در روز یا در بدل پروسس هر ۵۰ کیلو گرام تولید زراعتی ۱۰۰ افغانی) برای زنانی که توسط پروسس کنندگان یا عمده فروشان استخدام می گردند، در بدل پاک کاری، طبقه بندی، درجه بندی، و بسته بندی کشمش یا بادام برای بازار های ملی، منطقوی و بین المللی پرداخته می شود. فعالیت های زراعتی بعد از برداشت حاصلات از جمله کار هایست که کمترین مزد را در بر داشته و مردان که از سایر فرصت های کاری مستفید هستند، علاقمند سهمگیری در این کار ها نمیباشند. به گونه مثال، کارگران مرد که توسط صادر کنندگان به منظور جمع آوری محصولات، بسته بندی و بار نمودن کرایت های انگور تازه استخدام می گردند، روزانه ۴۰۰ افغانی برای شان پرداخته می شود.

۵. مطالعه قضایا نشان می دهد که در ایجاد زنجیره های ارزش که برای زنان موثر میباشد لازم است تا زنان تولید کننده: (۱) مسئولیت برداشت و جمع آوری محصولات زراعتی و پروسس بعد از جمع آوری محصولات را به عهده داشته باشند (۲) از ارائه خدمات زنان برای زنان مستفید گردند. این شرایط با انجام امور ذیل تحقق می یابد: (الف) راه اندازی برنامه های آموزشی در رابطه به کنترل کیفیت در عرصه جمع آوری محصولات زراعتی و امور بعد از جمع آوری محصولات، منجمله تدابیر صحی، اقدامات حفاظت محیطی، طبقه بندی و درجه بندی، (ب) بسیج نمودن انجمن های زنان تولید کننده، (ج) ایجاد اتحادیه های نیمه مسلکی در قریه جات تا بتوانند در عرصه های کلیدی و مهم از جمله فراهم آوری تولیدات، ارتقای ظرفیت، کنترل کیفیت، کریدت (قرضه) و ایجاد و تامین روابط با بازار/ تجارت فعالیت داشته باشند، (د) فراهم آوری زمینه دسترسی زنان به کریدت (قرضه) از طریق ایجاد روابط با نهاد های عرضه کننده قرضه های کوچک، (ه) فراهم آوری زمینه دسترسی زنان به بازار های صادراتی بزرگ و متوسط از طریق تهیه تصدیق نامه ها و حمایت از تحقیقات در مورد اولویت بازار ها، (و) استفاده از تکنالوژی معلوماتی در فراهم آوری خدمات.

جهت حمایت از رشد و پیشرفت زنان در زنجیره های ارزش برای انگور / کشمش، بادام و زعفران، مطالعه هدا پیشنهادات پالیسی ذیل را توصیه می نماید:

۶. **ایجاد پلان های کاری زنجیره های ارزش که اشتراک و سهم گیری زنان را ارتقاء خواهد بخشید:** وزارت زراعت، مالداري و آبیاری باید پلان های کاری زنجیره های ارزش در رابطه به تولیدات زراعتی صادراتی به شمول انگور / کشمش، بادام و زعفران را طرح و تدوین نماید. این پلان های کاری باید در مشوره با مراجع ذیربط مانند زنان تولید کننده، سایر فعالان کلیدی، سکتور خصوصی، وزارت ها و نهاد های ذیربط، موسسات غیر دولتی (NGO ها) و مراجع تمویل کننده روی دست گرفته شود. طرح و تطبیق چنین پلان های کاری مستلزم موجودیت دلالتان صادق، مانند موسسات غیر دولتی که از قبل در امر ترویج زنجیره های ارزش فعالیت داشته اند، میباشد. اینها باید تأثیرات بالای توانائی ها و انگیزه های خانواده ها و همچنان افزایش در عواید خانواده ها را نظارت و بررسی نمایند.

۷. به منظور حمایت از این پلان های کاری، وزارت زراعت، آبیاری و مالداري باید استراتیژی بازاریابی برای هر محصول را جهت راه یافتن به بازار های عمده منطقوی و بین المللی روی دست گیرد. این استراتیژی در تعیین معیار های کیفیت و مقتضیات تصدیق دهی که باید از طریق مجموعه های ارتقای ظرفیت تحت پوشش قرار گیرند، کمک می نماید. این استراتیژی باید در مشوره با نهاد های حمایت از صادرات، منجمله اداره انکشاف صادرات افغانستان (EPAA) و اطاق های تجارت و صنایع افغانستان (ACCI) و سکتور خصوصی طرح و تدوین گردد.

۸. **حمایت از بسیج سازی گروه های زنان تولید کننده و ادغام آنها با گروه های مردان تولید کننده در سطح گروهی (کلستر) یا ولسوالی:** در امر ایجاد گروه های تولید کننده، شورا های انکشافی محلی (CDC) که توسط برنامه همبستگی ملی (NSP) ایجاد گردیده، باید به مثابه نقطه آغاز بوده و با حصول اطمینان از شفافیت و مسئولیت پذیری در عرصه انتخاب و مدیریت گروه های تولید کننده، یک مکانیزم حکومنداری را ایجاد نمایند. نیروی بشری و تجارب اعضای شورا های انکشافی محلی (CDC) (به طور مثال در زمینه مدیریت، محاسبه و ظرفیت کاری در بخش تدارکات در پروژه های فرعی) میتواند گروه های تولید کننده را در امر اجرای فعالیت های مشخص گروهی کمک و مساعدت نماید.

۹. گروه های تولیدی اناث و ذکور در سطح گروهی (کلستر) یا در سطح ولسوالی باید با هم مدغم شوند که این امر تولید کنندگان را قادر میسازد تا به سطح اقتصاد بزرگ (اقتصاد تولید) رسیده و توجه خریداران منطقوی و بین المللی را به خود جلب نمایند. تجارب جهانی نشان می دهد که با تشویق زنان برای بدوش گرفتن مسئولیت جمع آوری محصولات و پروسه بعد از جمع آوری محصولات، احتمال آن وجود دارد که برای سازمان های گروهی فرصت های عرضه محصولات شان به آنده خریداران بین المللی که میخواهند برای تجارت و تولیداتی که توسط زنان تنظیم و مدیریت میشوند حق الزحمه بیشتر بپردازند، مساعد گردد.

۱۰. **بهبود فعالیت های دوردست به قریه جات از طریق ایجاد اتحادیه های نیمه مسلکی زنان:** وزارت زراعت، آبیاری و مالداري میتواند از طریق آموزش زنان فارغ التحصیل لیسه ها، از ایجاد اتحادیه های نیمه مسلکی زنان در عرصه تولید در سطح گروهی (کلستر) یا ولسوالی حمایت نماید. زنان نیمه مسلکی علاوه بر فراهم آوری خدمات ترویج میتوانند نقطه آغاز را برای ارائه خدمات ذیل فراهم نمایند: (i) بسیج ساختن تشکیل گروه ها و فراهم آوری مساعدت های محاسبه برای پس انداز و قرضه (ii) ایجاد روابط با نهاد های عرضه کننده قرضه های کوچک و بازار ها. بعد از شناسائی تجارب و عملکرد های مناسب در پروژه های انکشاف امرار معیشت در مناطق دیگر در جنوب آسیا، موسسات غیر دولتی با افراد نیمه مسلکی قرار داد عقد می نمایند و سر انجام

این افراد برای گروه ها و انجمن های تولید کننده در بدل هر تجارت پول دریافت می کنند. دسته دومی کنترل کیفیت را از موسسات غیر دولتی به خود تولید کنندگان انتقال خواهد داد که این امر بالاخره منتج به پایداری می گردد.

۱۱. **تدویر برنامه آموزشی منظور شده برای فراهم کنندگان خدمات ترویج از طبقه اناث:** وزارت زراعت، آبیاری و مالداری با همکاری وزارت های معارف و تحصیلات عالی باید برنامه های آموزشی ترویج را به شکل سیستماتیک و منظم روی دست بگیرد. برنامه آموزشی فوق الذکر به زنانیکه در عرصه ترویج کار میکنند دانش معاصر، خاصاً در عرصه جمع آوری محصولات، تنظیم امور پس از برداشت محصولات زراعتی، کنترل کیفیت، و معلومات در مورد بازار را فراهم می سازد. همچنان، برنامه آموزشی دیگر برای کارمندان نیمه مسلکی زن که نیازمند آموزش مسلکی کمتر و آموزش تعلیمی بیشتر در عرصه زنجیره های ارزش هستند، باید روی دست گرفته شود. این برنامه های آموزشی زمینه فرصت های منظم برای آموزش مجدد جهت تجدید مهارت ها را فراهم می سازد. پروگرام ملی انکشاف مهارت ها (NSDP) میتواند در ایجاد برنامه تصدیق دهی و شناسائی عرضه کنندگان برنامه های آموزشی کمک نماید. پوهنخی های زراعت پوهنتون کابل، پوهنتون بلخ و پوهنتون هرات می توانند نصاب تحصیلی شان را توسعه بخشیده و آنها را برای کارمندان یا فراهم کننده گان خدمات ترویج و نیمه مسلکی به منصفه اجرا گذارند. پیشنهاد می شود تا وزارت زراعت، آبیاری و مالداری از پوهنتون های فوق الذکر به منظور تقویت تحقیقات و رشد زنجیره ارزش انگور / کشمش، بادام و زعفران حمایت نماید.

۱۲. **بهبود زیر بنای جاده های قریه جات جهت دسترسی فراهم کنندگان خدمات برای زنان:** زیر بنای عامه ضعیف خصوصاً جاده های ارتباطی قریه جات یکی از موانع عمده فرا راه فراهم کنندگان خدمات برای زنان، منجمله کارمندان بخش ترویج و تاجران محلی قریه جات یا نماینده های فروش در امر دسترسی به زنان تولید کننده به شمار می رود. پروژه ملی دسترسی اضطراری روستائی که توسط بانک جهانی تمویل می گردد، جاده های درجه سوم را جهت بهبود دسترسی به محلات روستائی و قریه جات ترمیم نموده است. با آن هم، جهت ترمیم جاده های منتهی به مزارع نیاز به سرمایه گذاری های بیشتر بوده و وزارت زراعت، آبیاری و مالداری و وزارت های کلیدی باید در صدد دریافت گزینه های بدیل در این راستا باشند. در امر احداث جاده ها، استفاده از سیستم متمرکز پیشنهاد می گردد. مشوره دقیق با فعالین زنجیره های ارزش - خاصاً پروسس کنندگان - در رابطه به موقعیت های مناسب برای مواد خام / خریداری تولیدات پروسس شده از جمله اجراءات خوب و مقتضی به شمار میروند. این امر زمینه سرمایه گذاری های بیشتر را روی زیر بنا ها در محلات مناسب و اقتصادی مساعد می سازد.

۱۳. **عرضه مساعدت های بلا عوض برای زنان در بدل ابتکار در زنجیره های ارزش:** ایجاد و تاسیس مرکز ارائه مساعدت های بلا عوض می تواند مشخصاً گروه های زنان تولید کننده، فراهم کنندگان خدمات برای زنان در سطح گروه ها (کلستر)، یا کمپنی های تولیدی تحت اداره زنان را در عرصه اقدامات و سرمایه گذاری خصوصی جهت ارتقاء و افزایش زنجیره های ارزش برای محصولات کلیدی باغداری در صادرات تولیدات افغانستان، مساعدت نماید. اقدامات تشویقی فوق الذکر گروه های زنان تولید کننده را در امر دسترسی به ابزار افزایش ارزش، بورس ها برای فراهم کنندگان خدمات به زنان، داد و ستد و تشریک تجارب زنان با زنان از طریق سفر های آموزشی، اشتراک زنان در نمایشگاه های منطقوی و بین المللی، و توسعه بازار یابی قادر می سازد. وزارت زراعت، آبیاری و مالداری با همکاری سایر وزارت های کلیدی ذریبط و به عنوان تلاش ها برای توازن جندر، می تواند مرکز فوق الذکر را مورد حمایت قرار دهد. جهت منظوری مساعدت های بلا عوض، وزارت زراعت، آبیاری و مالداری و سایر وزارت های مربوطه باید از تطبیق و تداوم فعالیت ها اطمینان حاصل نمایند. حمایت وزارت زراعت، آبیاری و مالداری و سایر وزارت های مربوطه باید در برگیرنده آموزش در بخش ترویج و یا در مورد تشبثات خصوصی و ایجاد روابط با بازار ها باشد. از آنجائی که میزان مساعدت های بلا عوض محدود خواهد بود، وزارت زراعت، آبیاری و مالداری باید در جستجوی فرصت ها جهت تشریک مساعی با سایر پروژه ها تمویلی به شمول پروژه انکشاف سرمایه گذاری روستائی در افغانستان (AREDP) که توسط وزارت احیا و انکشاف دهات (MRRD) تطبیق می گردد، باشد.

۱۴. **استفاده از تکنالوژی معلوماتی (IT) جهت ارتقای سهم گیری زنان در زنجیره ارزش:** از وزارت زراعت، آبیاری و مالداری، انجمن های تجاری، موسسات غیر دولتی و سایر وزارت های کلیدی تقاضا می گردد تا زنان را مستقیماً در سیستم های بازار های تجاری دخیل سازند.^۱ با استفاده از تکنالوژی معلوماتی (IT) از قبیل وسایل ارتباطی سیار قابل دسترس یا سیستم های معلوماتی بازار که برای زنان تولید کننده، کارمندان نیمه مسلکی، فراهم کنندگان خدمات، و خریداران (عمده فروشان، پروسس کنندگان، و صادر کنندگان) قابل دسترس باشد، مودل ارائه خدمات ایجاد شده می تواند. دیتابیس (مرکز معلومات) بازار یابی که توسط اطاق های تجارت

^۱ هاوی ۲۰۱۰ میلادی (Howe ۲۰۱۰)

و صنایع افغانستان (ACCI) و سایر نهاد ها ایجاد می شوند، میتواند به مرور زمان گسترش یافته و معلومات راجع به سایر فعالیت های اقتصادی زنان در خانه از قبیل خامک دوزی، یا دیگر تولیدات خانگی خارج از مزرعه را در بر بگیرد.

فصل اول

درک جندر (جنسیت اجتماعی) در زنجیره ارزش زراعتی در افغانستان: محتوی، شیوه و روش، و مطالعه قضایا

۱.۱ محتوی

۱. زراعت حدود نصف عواید ناخالص داخلی (GDP) افغانستان را تشکیل داده و این کشور دارای توانائی های زراعتی در خور مقایسه و رقابت در عرصه باغداری و مالداری می باشد. میوه های افغانستان (میوه های تازه و خشک) صادرات کلیدی را تشکیل داده در حالی که محصولات مرغداری (به شمول تخم و گوشت مرغ) می توانند جانشین اقلام وارداتی که عواید آن به ۷۸,۲ میلیون دالر امریکایی در هر سال بالغ می گردد، شوند. الی اواخر دهه ۱۹۷۰ میلادی افغانستان ۲۰ فیصد کشمش بازار بین المللی را تهیه نموده، در تولید پسته و سایر میوه های خشک از موفق خوبی برخوردار بوده و نیز محصولات حیوانی و پشم را به مارکیت های منطقه عرضه می نمود. پس از اواخر دهه ۱۹۷۰ میلادی جنگ های وقفه نئی و خشکسالی ها باعث گردید تا سرمایه ها از کشور فرار نمایند، جوامع زراعتی از محلات اصلی شان بیجا شوند، سیستم های آبیاری نا دیده گرفته شوند، حمایت تخنیک و بازار کاهش یابد، و بالاخره منجر به کاهش میزان اسهام در بازار گردد. زمین های پر ثمر زراعتی از بین رفته و ظرفیت تولیدی تضعیف گردد.

۲. زنان در سراسر جنوب آسیا ۷۰ الی ۸۰ فیصد محصولات خوراکی جهان را تولید می نمایند (سامسون، ۲۰۰۶ میلادی). زنان مرغ تربیه نموده و تخم مرغ را جمع آوری می نمایند، مزارع را آبیاری و خیشاوه می کنند، میوه جات و سبزیجات را شستشو و خشک می کنند، و محصولات زراعتی را پروسس و بسته بندی می نمایند. زنان در افغانستان تخمیناً حدود ۵۴ فیصد نیروی کار زراعتی را تشکیل می دهد (ارزیابی ملی خطرات احتمالی و آسیب پذیری (NRVA) ۲۰۰۷/۲۰۰۸ میلادی، انسیتیوت ایکان، ۲۰۰۸ میلادی). وظایف و امور منزل زنان شامل برداشتن محصولات و امور پس از محصول گیری گردیده ولی زنان به ندرت در بازار یابی یا تجارت محصولات زراعتی پروسس شده سهیم می باشند. این امر باعث شده تا مردان مستفید شوندگان عمده این محسوب گردند. در امر تقسیم وظایف دو عامل عمده و کلیدی وجود دارد: تبعیض بر مبنای جندر که عمیقاً بر مبنای موضوعات و معیار های فرهنگی و اجتماعی استوار است (بایراون، سال ۲۰۰۸ میلادی)، و غیر رسمی بودن بیش از حد اقتصاد زراعتی.

۳. تساوی جندر یکی از مهمترین موضوعات استراتژی انکشاف ملی افغانستان (ANDS ۲۰۰۸ - ۲۰۱۳ میلادی) محسوب می گردد. به وسیله این استراتژی، دولت افغانستان تعهد نموده تا فرصت های اقتصادی زنان را به پیمانه قابل ملاحظه افزایش بخشیده و نیز زمینه دسترسی و کنترل عواید و دارایی های زراعتی را فراهم سازد. چارچوب ملی انکشاف زراعتی افغانستان (سال ۲۰۰۹ میلادی) که توسط وزارت زراعت، آبیاری و مالداری (MAIL) طرح و ترتیب گردیده، گسترش جندر را یکی از عناصر عمده و چند بُعدی در امر احیای مجدد اقتصادی، تولیدات زراعتی و مدیریت منابع طبیعی محسوب می کند (وزارت زراعت، آبیاری و مالداری - سال ۲۰۰۹ میلادی).

۴. سهیم ساختن زنان در تولید محصولات زراعتی مستلزم درک منظم و سیستماتیک در رابطه به تنظیم تولیدات بر مبنای جغرافیای محل، نهاد ها، نورم های جندر و سایر عوامل محلی می باشد^۱. هر شکل ساختار اقتصادی که در افغانستان به منظور افزایش و رشد توازن جندر در تولید محصولات زراعتی معرفی میشود، باید با تشکیل ساختار اقتصادی قرن ها قبل و نقش جندر آشنائی و بلدیت داشته باشند. در عین زمان، اقدامات گسترش جندر باید بعضی از نهاد های موجود اجتماعی و اقتصادی را به منظور پیگیری تغییرات پیشرونده اقتصادی و اجتماعی به چالش بکشد.

۵. با توجه به نقش مرکزی زراعت در پروسه باز سازی ملی و رشد اقتصادی به اساس تجارت منطقی و بین المللی، مراجع تمویل کننده و موسسات کمک کننده بعضی از مطالعات را در باره زنجیره ارزش جهانی انجام داده اند؛ بازار های داخلی، منطقی و بین المللی و ارزیابی های عایداتی را در هر مقطع زنجیره ارزش ارائه داشته اند^۲. با وجود این همه، هیچ یک از مطالعات فوق الذکر اهمیت جندر را در زنجیره ارزش به گونه واضح و جامع مورد تجزیه و تحلیل قرار نداده است. به منظور رشد و تقویت تساوی جندر به گونه که در استراتژی انکشاف ملی افغانستان تذکر یافته - چنانچه صراحت دارد که اجرای چنین امر از طریق زمینه سازی

^۲ بلیک و هانسن (سال ۲۰۰۵ میلادی)، که در بایراون (سال ۲۰۰۸ میلادی)

^۳ میلنز، جی سال ۲۰۰۷ میلادی. "زنجیره ارزش باری محصولات زراعتی در افغانستان"

دسترسی و توانایی کنترل عواید و دارائی‌ها توسط زنان امکان‌پذیر است- مستلزم تحقیقات جامع در رابطه به زنجیره ارزش که طبق آن جنبه جندر زمینه را برای بررسی مشکلات و فرصت‌ها برای اشتراک و سهم‌گیری زنان در عرصه‌های مختلف زنجیره ارزش هموار می‌سازد.

۲.۱ اهداف مطالعه

۶. اهداف مطالعه قرار ذیل می‌باشد: (۱) درک محدودیت‌ها و فرصت‌هایی که بر ظرفیت زنان در راستای داشتن کنترل قابل ملاحظه بالای زنجیره ارزش محصولات صادراتی کلیدی در افغانستان تأثیر گذار می‌باشند؛ و (۲) ارائه پیشنهادات پالیسی به وزارت زراعت، آبیاری و مالداری جهت تقویت استراتژی گسترش جندر در پروژه باغداری و مالداری تمویل شده توسط بانک جهانی. نقش عمده این مطالعه طرح و تطبیق راهکار مشخص و واحد به هدف درک جندر در زنجیره ارزش می‌باشد. سوال‌های عمده که در این مطالعه به آن‌ها پرداخته شده است، عبارتند از:

- زنان و مردان کدام فعالیت‌ها را انجام می‌دهند؛ زنان و مردان در زنجیره ارزش مشخص که مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفته، چه نقش و موقف را ایفا می‌نمایند؟ چرا زنان دارای چنین مسئولیت‌ها و نقش‌ها هستند در حالی که مسئولیت‌های مردان متفاوت از آنها اند؟
- چگونه می‌توان فعالیت‌های رشد ارزش محصولات توسط زنان را افزایش بخشید؟ چگونه می‌توان زنان را در فعالیت‌های جدید رشد بیشتر ارزش محصولات سهیم ساخت؟ جهت دسترسی به بازار و انجام فعالیت‌های دارای ارزش بیشتر، زنان و مردان چه فرصت‌ها را در اختیار دارند؟ زنان مشخصاً چه فرصت‌های را جهت اجرای امور فوق‌الذکر در دست دارند؟ تا چه سرحد زنان توانایی دریافت عواید مالی بیشتر و یا به عهده گرفتن مسئولیت‌های بیشتر در پروسه اتخاذ تصمیم در رابطه به تولیدات و یا بازار یابی را دارند؟
- چه محدودیت‌ها باعث عدم دسترسی مردان و زنان به بازارهای محلی، ملی، منطقوی، و در صورت امکان، بازارهای بین‌المللی می‌گردد؟ چه چیز توانایی آنها را در انجام فعالیت‌های با ارزش‌تر در زنجیره ارزش تحت مطالعه‌ها، محدود می‌سازد؟ مشخصاً کدام محدودیت‌ها فرا راه زنان قرار دارند؟ آیا بر علاوه محدودیت‌های فرهنگی و اجتماعی، محدودیت‌های پالیسی نیز فرا راه نقش زنان وجود دارد؟
- چگونه تولیدکننده‌گان افغان به ویژه زنان تولیدکننده می‌توانند عواید خانوادگی‌شان را افزایش بخشند؟ چگونه زنان می‌توانند موقف‌شان را در زنجیره ارزش بهبود بخشند؟ در چوکات زنجیره ارزش تجزیه و تحلیل شده، چه اقدامات کلیدی و گام‌های احتمالی سبب بهبود موقف زنان می‌گردد؟

۳.۱ شیوه یا روش

۷. این مطالعه بعد جندر را در راهکار جهانی زنجیره ارزش شامل می‌سازد. راهکار زنجیره ارزش تمامی گام‌های پروسه تولید و توزیع (به‌طور مثال تهیه مواد، تولید، حاصلات، پروسس بعد از برداشت حاصلات، بازار یابی و تجارت) خدمات‌حفاظتی به شمول فروشات پرچون، ذخیره، و انتقال و نیز نقش و موقف فعالین مختلف را طرح و مورد تجزیه و تحلیل قرار می‌دهد (مک‌فی و سنیل‌گروف، سال ۲۰۰۷ میلادی). این تجزیه و تحلیل با طرح موقف و نقش زنان و مردان در زنجیره ارزش و شناسایی مشکلات و فرصت‌های مشخص آنها توسعه یافته است (روبین ایت‌ال. سال ۲۰۰۹ میلادی). "راهکار زنجیره ارزش مبتنی بر جندر" باید در برگیرنده جنبه ساختاری باشد که مسئولیت‌ماحول که در آن زنجیره ارزش مدغم می‌گردد، را داشته باشد.

۸. به منظور درک و شناخت محدودیت‌های سهم‌گیری و اشتراک زنان و تشخیص رشد بیشتر ارزش محصولات زراعتی در زنجیره ارزش و به خاطر شناسایی فرصت‌ها برای زنان، این تحلیل جنبه عمودی (تمرکز روی محرک‌های سکتوری و زمینه‌سازان تجاری) را با جنبه افقی (تمرکز روی نهادها و ساختارها در افغانستان) پیوند می‌دهد. بدین ترتیب، این مطالعه یافته‌ها و نتایج مربوط به جایگاه بهبود یافته زنان در زنجیره ارزش را با آنها می‌پیمانه و گسترده مربوط به رشد اقتصادی و جندر هستند، با هم ربط می‌دهد تا بینش و نگرش در مورد محدودیت‌های عمودی زنان در زنجیره ارزش (مشخصاً در مورد دسترسی زنان

به بازارها و خدمات متعدد) و محدودیت های افقی (مانند محرک های چندر در خانواده ها و جامعه و شرایط ساختاری افغانستان به شمول نورم ها و معیارها، مقررات، و ارزش ها و نیز وضعیت مشخص کشور پس از جنگ) را ارائه نماید (می یوکس و مکی، سال ۲۰۰۹ میلادی).

۹. تحلیل کیفی بر مبنای بیش از ۷۵ مصاحبه نیمه سازمان یافته با فعالین تجاری و ساختاری و بحث های متمرکز گروهی با زنان در ولایات کابل، پروان، بلخ و هرات استوار بود. در مجموع، فعالین تجاری و ساختاری به شمول زنان تولید کننده به گونه عادلانه از اقبال مختلف نمایندگی کردند:

- **فعالین تجاری** در برگزیده تهیه کنندگان منابع، پروسس کنندگان، عرضه کنندگان خدمات، تسهیل کنندگان، تاجران، عمده فروشان، پرچون فروشان، صادر کنندگان، در صورت امکان وارد کنندگان، خریداران و تسهیل کنندگانی که در بازارهای منطقوی و بین المللی فعالیت دارند، میباشد. برای هر زنجیره ارزش مطالعه شده، فعالین تجاری با دقت تمام برای مصاحبه شناسائی و انتخاب گردیدند تا از نمایندگی عادلانه از اقبال و شبکه های مختلف فعالین اطمینان حاصل گردد.

- **فعالین ساختاری** متشکل از دولت و وزارت های ذیربط در سطح ملی، ولایتی، و ولسوالی بوده که شامل ادارات ذیل می گردد: وزارت زراعت، آبیاری و مالداری (MAIL)؛ وزارت احیاء و انکشاف دهات (MRRD)؛ وزارت تجارت و صنایع (MOC)؛ وزارت امور زنان (MOWA)؛ موسسات غیر دولتی (NGO)؛ نهاد های مدد رسان و مراجع تمویل کننده و جوه مالی برای زنان تولید کننده در زنجیره ارزش؛ موسسات خصوصی حمایت کننده رشد تجارت مانند اطاق تجارت و صنایع افغانستان (ACCI)؛ اداره انکشاف صادرات افغانستان (EPPA)؛ اداره انکشاف صادرات نباتات، میوه جات و کشمش افغانستان (EPA)؛ اداره انکشاف محصولات بادام افغانستان (AAIDO)؛ و پروژه انکشاف تشبثات کوچک و متوسط افغانستان (ASMED) تمویل شده توسط اداره انکشاف بین المللی ایالات متحده امریکا (USAID). تقریباً با تمام فعالین ساختاری فوق الذکر مصاحبه صورت گرفته است.

- **گروه های متمرکز زنان:** بحث با گروه های متمرکز زنان شامل زنان تولید کننده، گروه ها یا انجمن های تولیدی زنان، و سایر گروه های زنان به شمول شورا های انکشافی محلی (CDC) که به کمک مالی بانک جهانی توسط پروگرام همبستگی ملی (NSP) ایجاد گردیده اند، گروه های پس انداز و کریدت (اعتبار) و انجمن های تجاری زنان می باشد. با زنان خانواده های بزرگ و کوچک دهقانان منجمله زنانیکه سرپرستی خانواده های شانرا به عهده داشته و در انجمن های زنان تولید کننده اشتراک نموده بودند، مصاحبه انجام داده شد.

۱۰. برای بعد عمودی تجزیه و تحلیل، معلومات و اطلاعات در مورد موضوعات مختلف از طریق مصاحبه هائیکه با فعالین تجاری فوق الذکر، انجام داده شده، بدست آمده است:

- تقاضا در بازار های محلی، ملی (در کابل و سایر مراکز بزرگ شهرها)، منطقوی و بین المللی و دسترسی به بازار های تجاری (خاصاً انتقالات پولی (با وضع مالیه) و رایگان (بدون وضع مالیه) در بازار های منطقوی و بین المللی)
- معیارها و تصدیق دهی لازم جهت سهم گیری و اشتراک یا بهبود وضعیت در بازار های منطقوی و بین المللی
- مصارف، نیروی تولیدی، و حدود زنجیره ارزش در همه سطوح
- موضوعات رقابتی، با تمرکز روی قیمت و کیفیت
- عوامل توانمند کننده به شمول پالیسی، سیستم تنظیم کننده، دسترسی به زمین و زیر بناها (به گونه مثال آبیاری)، و فضای تجاری (خصوصاً طرز العمل های اداری، جواز نامه ها، و مالیات)
- خدمات حمایتی (از قبیل حمایت بازار یابی، مخابرات، ترانسپورت یا حمل و نقل، و لوژستیک) و نهاد های آموزشی

۱۱. در رابطه به بعد افقی تجزیه و تحلیل، مصاحبه با نمایندگان دولت و وزارت ها، انجمن ها، گروه ها، کوپراتیف ها، نهادها، شوراها، موسسات غیر دولتی، و تمویل کنندگان در درک شرایط ساختاری برای زنجیره ارزش کمک نمود. صحبت با زنان و مردان تولید کننده و یا نهاد های تجاری نیز در اولویت کاری قرار گرفته است.

۱۲. تجزیه و تحلیل کیفی زنجیره های ارزش را طرح نموده و لست محدودیت ها و مشکلات را ترتیب نموده تا اقدامات اساسی تولید و توزیع، فعالین تجارتي و نهادی در زنجیره ارزش مربوطه، و ارتباطات را مشخص بسازد. موضوع جندر که در جریان پروسه طرح بکار برده شده، در امر شناسائی موقف و نقش زنان و مردان در زنجیره ارزش کمک نمود. علاوه بر فعالین تجارتي در تمام زنجیره های ارزش – فراهم کنندگان منابع، عرضه کنندگان خدمات، تولید کنندگان، تاجران، خریداران، و پرچون فروشان – فعالین نهادی و ساختاری که در سطوح محلی، ولایتی و ملی در زنجیره ارزش نقش شانرا ایفا می نمایند. شناسائی زنجیره ارزش بعد عمودی فوق الذکر را مورد توجه قرار میدهد تا چالش های کلیدی و فرصت هائی را که فرا راه زنان و مردان تولید کننده وجود دارد، و نیز چالش ها و فرصت هائی را که مشخصاً در برابر زنان تولید کننده وجود دارد، شناسائی نماید. افزون بر آن، طرح مذکور بعد افقی تجزیه و تحلیل را نیز در نظر گرفته تا موضوعات ساختاری و محدودیت های تمام زنجیره ارزش را درک نماید.

۴.۱ انتخاب زنجیره ارزش برای مطالعه قضایا

۱۳. معیار های متعددی برای انتخاب زنجیره ارزش زراعتی برای مطالعه قضایا در نظر گرفته شده است:

- زنجیره ارزش در محلات نسبتاً مصنوعاً با سهولت دسترسی فیزیکی به سرحدات کشور های همسایه و مراکز ولایات یا بازار های بزرگ مرکزی جهت صادرات محصولات موقعیت داشته باشند.
- سطوح بلند تر زنجیره ارزش نشان دهنده ظرفیت بالقوه اشتراک زنان به پیمانہ گسترده تر باشد.
- محصولات در حال حاضر صادر می گردند و یا ظرفیت بلند صادرات به بازار های منطقوی و یا بین المللی را داشت.
- تولید آن تا حدودی بغرنج و مغلق بوده اند.
- محصولات از طریق پروژه باغداری و مالداری از قبل ترویج یافته یا ترویج خواهد یافت.

۱۴. بررسی های اداری و بحث با متخصصین جندر و تجارت بانک جهانی در امر شناسایی ۹ محصول ذیل کمک نمود: انگور و کشمش، بادام، زرد آلو، زعفران، انار، پسته، مهره بافی، قالین، و محصولات مرغداری. جدول ۱.۱ محلات محصولات کلیدی و ارزش تجارتي تخمینی سالانه را نشان میدهد:

جدول ۱.۱: لست محصولات کلیدی صادراتی توام با اشتراک زنان در زنجیره ارزش

| محصول | محلات کلیدی تولیدی | ارزش تخمینی تجارتي |
|----------------------------------|--------------------------|--|
| مزرعه (باغداری و مالداری) | | |
| انگور و کشمش | کابل، پروان، و پنجشیر | ۱۱۶ میلیون دالر امریکایی (۱۰۰.۷ میلیون دالر امریکایی برای انگور / کشمش خشک، ۰.۵ میلیون دالر امریکایی برای انگور / کشمش تازه) |
| بادام | بلخ، سمنگان، و کابل | ۵۰ میلیون دالر امریکایی |
| پسته | بلخ، هرات، لوگر، و پکتیا | ۴۱ میلیون دالر امریکایی |
| زرد آلو | کابل، بلخ | ۱۶ میلیون دالر امریکایی (۱۵.۸ میلیون دالر امریکایی برای زرد آلو خشک، ۰.۵ میلیون دالر امریکایی برای زرد آلو تازه) |
| انار | کندهار | ۱۵ میلیون دالر امریکایی |
| زعفران | هرات | ۱۶۰۰۰۰ دالر امریکایی |
| لبنیات | بامیان و سایر ساحات | معلومات در مورد صادرات در دسترس نیست؛ با آن هم ۷۸.۲ میلیون دالر امریکایی در سال ۲۰۰۷ میلادی وارد گردید. |
| خارج از مزرعه | | |
| قالین | بلخ، هرات، و سایر ساحات | ۱۵۰ میلیون دالر امریکایی |
| صنایع دستی به شمول مهره بافی | بغلان و سایر ساحات | ۲۹ میلیون دالر امریکایی |

منبع: ریاست احصاییه مرکزی – سال ۲۰۰۸ / ۲۰۰۹ میلادی، به استثنای زعفران (توسط comtrade سازمان ملل متحد) و محصولات مرغداری (توسط وزارت احیاء و انکشاف دهات – سال ۲۰۰۷ میلادی)

۱۵. این ۹ محصول فوق الذکر در روشنی شرايطی که قبلاً تذکر یافت، مورد ارزیابی قرار گرفتند و از جمله چهار محصول که بلند ترین نمره را کسب نموده بودند برای مطالعه قضایا انتخاب گردیدند. جدول ۱.۲ وزن تعیین شده برای هر یک از معیار های وضع شده و نیز نتایج به دست آمده از پروسه انتخاب را به نمایش می گذارد. درین جدول وزن های بلند تر به سه معیار اولی که در جدول ذکر گردیده، اختصاص یافته است. امنیت و دسترسی به ساحات تولید نه تنها به عنوان یک پیش شرط محسوب می گردد بلکه در خصوص تمامی عرضه کنندگان خدمات و نهاد های مدد رسان که احتمالاً در برنامه ها و پروسه مساعدت در زنجیره ارزش دخیل هستند، از اهمیت خاص بر خور دار می باشد. دو معیار مهم دیگر عبارت اند از: سهم گیری زنان و زنجیره ارزش صادرات.

جدول ۱.۲: انتخاب زنجیره ارزش (درجه بندی توسط سکتور فرعی: نمبر مکمل = X، نصف نمبر = O؛ صفر = --)

| معیار ها | وزن / ارزش | کشمش / انگور | بادام | زرد آلو | زعفران | انار | پسته | مهره بافی | قالین | لبنیات |
|---|------------|--------------|----------|------------|----------|----------|------------|-----------|----------|----------|
| در محلات نسبتاً مصنوعی موقعیت داشته و برای اجرای فعالیت های ساحوی و جمع آوری اطلاعات بدون ممانعت مساعد می باشد. | ۲ | X | X | X | X | -- | -- | X | X | X |
| پوتانسیل اشتراک و سهم گیری زنان به پیمانیه وسیع در زنجیره ارزش | ۲ | X | X | O | X | O | O | X | -- | X |
| محصولات قبلاً صادر گردیده یا ظرفیت صادر شدن را دارا می باشند. | ۲ | X | X | X | X | X | X | X | X | -- |
| تنظیم محصولات نسبتاً مغلق و پیچیده می باشد. | ۱ | X | O | X | X | -- | O | X | X | X |
| دسترسی فزیکتی خوب به سرحدات در کشور های همسایه مانند پاکستان، ایران و ازبکستان جهت صادرات محصولات | ۱ | O | O | O | X | X | X | X | X | -- |
| دسترسی فزیکتی نسبتاً خوب به مراکز ولایات یا سایر شهر های بزرگ کشور | ۱ | X | X | X | X | X | X | X | X | X |
| محصولات از طریق پروژه باغداری و مالداری ترویج یافته یا ظرفیت ترویج یافتن را دارا می باشد. | ۱ | X | X | X | -- | X | -- | -- | -- | X |
| نمرات | ۱۰ | ۹,۵ | ۹ | ۸,۵ | ۹ | ۶ | ۵,۵ | ۹ | ۷ | ۷ |

منبع: اداره تحقیقات پالیسی عامه افغانستان (APPRO)

۱۶. چهار سکتور فرعی (محصول) که بلند ترین نمرات را کسب نموده بودند عبارت از انگور / کشمش، بادام، زعفران و مهره بافی^۴ می باشند. با توجه به داشتن ظرفیت بالقوه و قابل ملاحظه منحصی محصولات صادراتی در بازار منطقوی و یا اشتراک قابل ملاحظه زنان در زنجیره ارزش، انگور / کشمش، بادام، و زعفران برای مطالعه قضایا انتخاب شدند. به اساس احصائیه سازمان ملل متحد (UN Comtrade statistics)^۵، افغانستان در سطح جهان هفتمین صادر کننده کشمش بوده و در صادرات بادام جایگاه یازدهم را در سطح جهان به خود اختصاص داده است. جدول ذیل (۱.۳) جایگاه افغانستان را در تجارت جهانی طی سال های ۲۰۰۶ الی ۲۰۰۹ میلادی نشان میدهد. وارد کنندگان عمده این دو محصول افغانستان، کشور های همسایه در جنوب آسیا و آسیای مرکزی میباشند که شامل فدراتیف روسیه و هندوستان می گردد که فعالین عمده بازار جهانی میباشند. فدراتیف روسیه چهارمین کشور بزرگ وارد کننده کشمش میباشند که ارزش تجارتي آن ۲۶۰ میلیون دالر امریکایی میباشند (جزئیات در مورد تجارت جهانی در ضمیمه ۱ قابل

^۴ با وجود اشتراک قابل ملاحظه زنان در مهره بافی، ظرفیت بالقوه برای رشد صادرات محصولات باغداری به مراتب بیشتر محسوس بوده است. علاوه بر آن لبنیات نیز در زمره موضوعات مورد بحث در مطالعه قضایا شامل نگردید اگر چه پروژه باغداری و مالداری ۱۳۰۰۰ واحد جدا گانه لبنیات را که توسط زنان اداره می گردید، الی سپتامبر ۲۰۱۰ میلادی ایجاد نموده بود که ۹۰ فیصد زنان اشتراک کننده در محصولات لبنی سهم بودند. لبنیات تولید شده محلی توانایی جا گزینی واردات را داشته ولی به نظر نمی رسد تا یک محصول صادراتی کلیدی محسوب گردد.
^۵ اطلاعات به دست آمده طی سال های ۲۰۰۶ الی ۲۰۰۹ میلادی

دسترس می باشد). همچنان، هندوستان سومین وارد کننده بادام در جهان بوده که ارزش تجارتي آن ۸۳۸ میلیون دالر امریکایی میباشد. همچنان، هندوستان بزرگترین وارد کننده بادام پوست دار (۶۰ فیصد) میباشد که افغانستان در صادرات بادام مقام پنجم را دارد (جزئیات در مورد تجارت جهانی در ضمیمه ۲ قابل دسترس می باشد)^۱. روی این ملحوظ، کشمش و بادام ظرفیت بلند برای رشد صادرات را در بازار های منطقه دارا می باشد.

جدول ۱. ۳: صادرات کشمش و بادام توسط افغانستان

| محصول | ارزش تجارت | میزان جهانی سهام | وارد کننده گان کلیدی و ارزش تجارت (سهام) |
|-------|--|---|---|
| کشمش | ۱۵۰ میلیون دالر امریکایی | ۳,۴ فیصد (هفتمین بزرگترین صادر کننده) | <ul style="list-style-type: none"> فدراتیف روسیه: ۵۲ میلیون دالر امریکایی (۳۴,۷ فیصد) پاکستان: ۵۱ میلیون دالر امریکایی (۳۴ فیصد) هندوستان: ۳۱ میلیون دالر امریکایی (۲۱ فیصد) |
| بادام | ۱۱۰ میلیون دالر امریکایی که از جمله ۳۸ میلیون دالر امریکایی آن برای بادام داخل پوست می باشد. | ۱,۱ فیصد (یازدهمین بزرگترین صادر کننده در حالی که پنجمین بزرگترین صادر کننده بادام داخل پوست را تشکیل می دهد) | <ul style="list-style-type: none"> پاکستان: ۶۳,۳ میلیون دالر امریکایی (۵۷,۵ فیصد) هندوستان: ۴۲,۶ میلیون دالر امریکایی (۳۸,۸ فیصد) |

منبع: Comtrade سازمان ملل متحد

۱۷. از طرف دیگر افغانستان انگور تازه و زعفران را به پیمانانه نه چندان زیاد صادر می کند. اطلاعات به دست آمده از Comtrade سازمان ملل متحد حاکی از آنست که صادرات انگور تازه افغانستان به ۲۲ میلیون دالر امریکایی بالغ می گردد که ۰,۱ فیصد صادرات انگور جهان را تشکیل می دهد. عمده ترین وارد کنندگان انگور افغانستان را پاکستان (۸۳ فیصد) و هندوستان (۱۷ فیصد) تشکیل می دهد. فدراتیف روسیه را می توان یکی از بازار های امیدوار کننده برای انگور تازه افغانستان محسوب نمود که پنجمین وارد کننده بزرگ بوده و ارزش تجارتي آن ۱,۷ میلیارد دالر امریکایی را تشکیل می دهد (جزئیات در مورد تجارت جهانی در ضمیمه ۱ قابل دسترس می باشد).

۱۸. بر خلاف انگور / کشمش یا بادام، زعفران تقریباً محصول جدید زراعتی افغانستان می باشد. زعفران توسط افغانهای برگشته از ایران که در جریان چندین دهه جنگ های داخلی به آنجا مهاجرت نموده بودند، به افغانستان آورده شده است. در سال ۲۰۰۸ میلادی هرات ۱۵۰۰ کیلو گرام زعفران را تولید نموده که صادرات آن را به گونه رسمی به اسپانیا، ایتالیا و ایالات متحده امریکا و به گونه غیر رسمی به ایران آغاز نمود (جزئیات آن در ضمیمه ۳ قابل دسترس می باشد). زعفران نیز برای این مطالعه قضیه انتخاب شد زیرا زنان در زنجیره ارزش، برداشت حاصلات، و پروسس پس از برداشت حاصلات آن نقش قابل ملاحظه داشته و این زنان در انجمن های تولیدی تنظیم گردیده و تولید مینمایند.

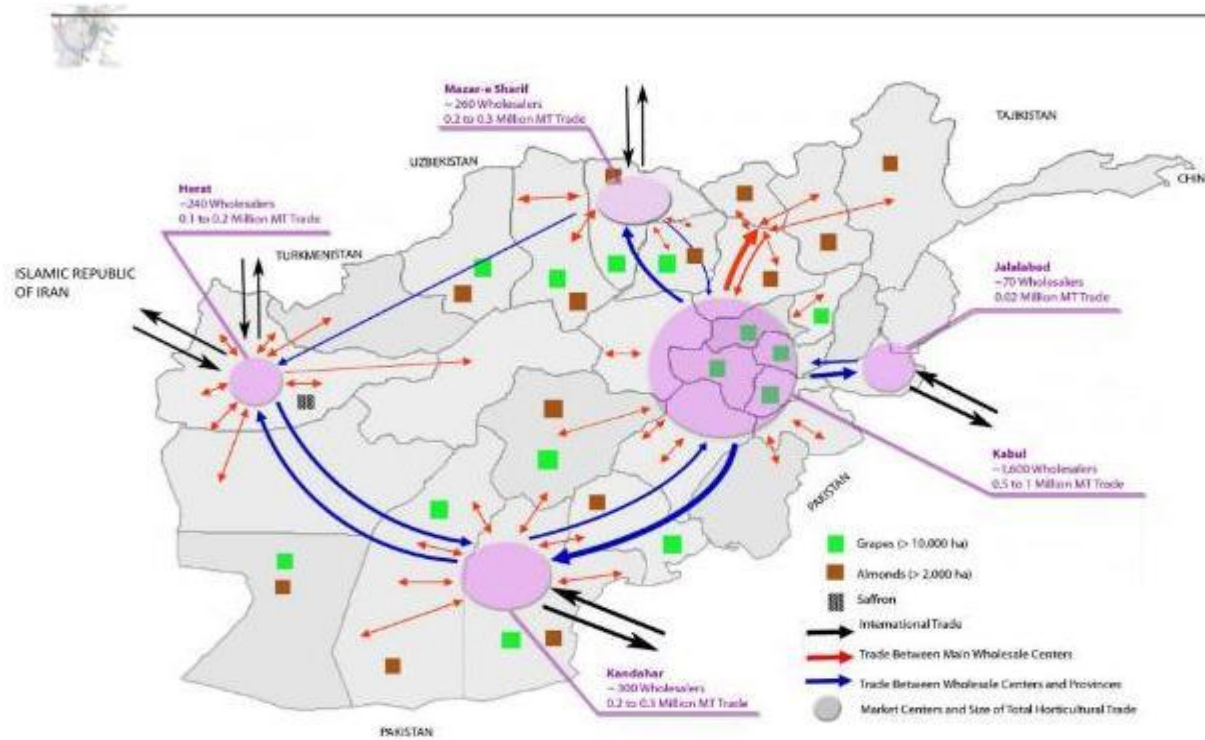
۱۹. در رابطه به محصولاتیکه برای مطالعه قضایا مد نظر گرفته شده اند، نقشه ۱.۱ مسیر تجارت، ساحات عمده تولیدی و پنج بازار مرکزی افغانستان را که روابط عمده فروشان و مجرای صادرات به خارج از کشور را تشکیل می دهد، به نمایش می گذارد. مطالعه مذکور تحقیقات ساحوی جامع را در ولایات کلیدی تولید کننده به شمول ولایات کابل و پروان (برای انگور و کشمش)، ولایت بلخ (برای بادام) و ولایت هرات (برای زعفران) در قبال داشته است^۲. با وجودی که ولایت کندهار نیز از جمله ولایات عمده تولید کننده انواع مختلف انگور به شمار می رود، این ولایت به دلیل نا امنی و عدم سهولت در دسترسی به آن جهت انجام مطالعه و نیز برای اجرای پروژه های بعدی احتمالی برای تحقیق در ساحه در نظر گرفته نشده است.

^۱ در حدود ۳۵ فیصد صادرات بادام افغانستان شامل بادام داخل پوست بوده که تجارت به ارزش ۳۸ میلیون دالر امریکایی را تشکیل می دهد.
^۲ این محصولات معیشتی بدیل در برابر کشت خشخاش را برای دهقانان همراه با فعالیت های انکشاف یافته تولید فراهم می سازد. چنین تخمین زده می شود که انگور در تاک عواید ۹ چند بیشتر از خشخاش را حاصل می نماید در حالی که بادام که درختان با کیفیت و پر ثمر آن به ثمر برسند، در حدود ۸ هشت برابر عواید بیشتر نسبت خشخاش را حاصل می کند (کوهن، سال ۲۰۰۹ میلادی).

۵.۱ طرح و ترتیب مسوده این پالیسی

۲۰. این فصل اصول و اساس مطالعه، شیوه و روش، و انتخاب قضایا را توضیح نموده است. فصل ۲ جزییات و معلومات بیشتر را در مورد اهمیت سکتور باغداری در اقتصاد افغانستان فراهم نموده و روی کشور های صادر کننده منطقه برای محصولات مربوط به مطالعه قضایا بحث نموده است. فصل ۲ هم چنان عوامل تاثیر گذار روی بُعد جندر در زنجیره ارزش باغداری افغانستان و محدودیت های فرا راه رشد اشتراک و سهم گیری زنان را به بررسی گرفته است. فصل ۳ چگونگی سهم گیری زنان در زنجیره های ارزش انگور / کشمش، بادام و زعفران و نیز نقشی را که زنان ایفا می نمایند، مورد بحث قرار داده است. افزون بر آن، فصل ۳ محدودیت ها و فرصت های کلیدی و عمده برای رشد نقش زنان در این زنجیره های ارزش را شناسایی می کند. فصل اخیر پیشنهادات پالیسی را در رابطه به موضوعاتی که مشخصاً مربوط به ارتقای نقش زنان در سه زنجیره ارزش فوق الذکر می شود، ارائه می دارد. ضمائم در بر گیرنده توضیحات مفصل در مورد سه زنجیره ارزش فوق الذکر و اسناد پس زمینه ای (لست جلسات، اطلاعات بدست آمده از مصاحبه ها، و پیشنهادات ورکشاپ مراجع ذیدخل) می باشند.

نقشه ۱.۱ : ساحات عمده تولیدی و مسیر تجارتي برای انگور / کشمش ، بادام و زعفران در افغانستان



Source: Adapted from Altai Consulting 2004.

فصل دوم بازار رو به انکشاف صادرات افغانستان و سهم گیری بالقوه زنان

۲۱. با پیروی از توافقنامه های تجارت و ترانسپورت با کشور های همسایه، از سال ۲۰۰۴ بدینسو صادرات رسمی افغانستان تقریباً ۸۰ فیصد^۸ افزایش یافته است. زنان به شکل وسیع در تولید، حاصل برداری و پروسس بعضی محصولات صادراتی کلیدی افغانستان به شمول میوه های تازه و خشک و میوه های مغز دار سهم عمده دارند. با دادن نقش فائق جندر در عرصه زراعت و به صورت عموم در جامعه افغانی، تا هنوز سوالاتی در رابطه به آینده زنان برای بلند بردن زنجیره ارزش برای این محصولات باقی مانده است. این فصل روند های تازه در صادرات رسمی افغانستان را در مقابل نقش سابقه جندر در عرصه زراعت و محدودیت ها در رابطه به توانائی های زنان برای به عهده گرفتن فعالیت های با ارزش تر در زنجیره ارزش زراعت مورد بررسی قرار میدهد. این فصل معیارهای اجتماعی و فرهنگی را که ارتقاء زنان را در اداره نمودن یک سازمان تجاری محدود میسازد مورد توجه قرار میدهد، زیرا این معیارها برای زنان در مالکیت زمین، دسترسی و رفت و آمد به روستاها، و دسترسی به خدمات محدودیت هائی را ایجاد مینماید.

۱.۲ صادرات و شرکای صادراتی در بازار های منطقوی و بین المللی

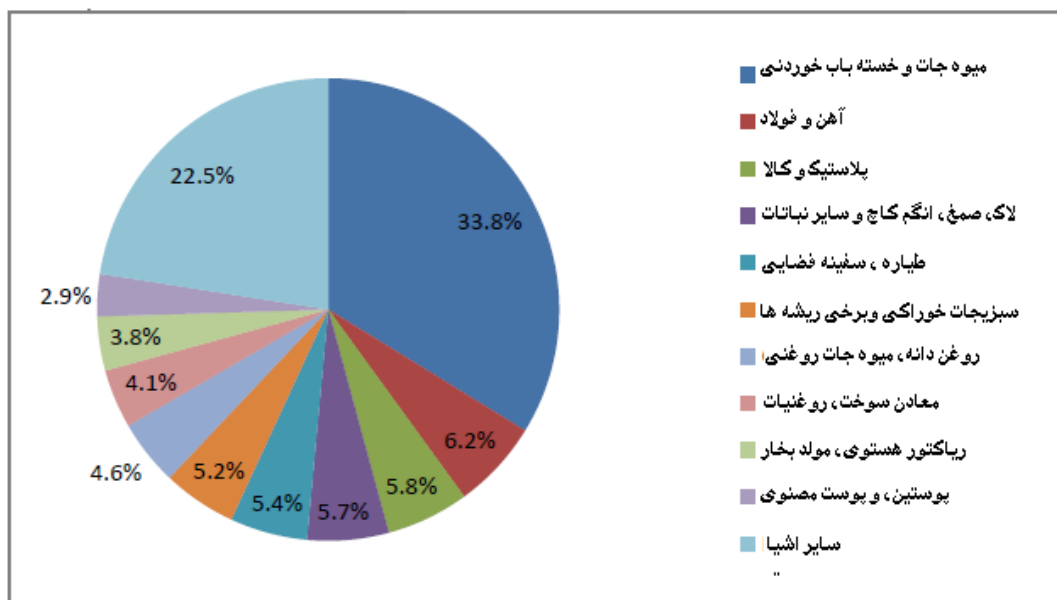
۲۲. حاصلات باغداری از جمله اجزا بزرگ صادرات رسمی افغانستان در سال ۲۰۰۹/۲۰۰۸ بود، که مطابق آمار اداره احصایه مرکزی، مجموع عواید آن به ۵۴۵ میلیون دالر امریکای میرسید که شامل میوه جات خشک (۴۵ فیصد)، قالین (۲۷ فیصد)، میوه تازه (۸ فیصد)، ادویه جات و دارو های گیاهی (۴ فیصد)، و پوست (۴ فیصد) بود (دفتر احصایه مرکزی ۲۰۰۹/۲۰۰۸).^۹ از طرف دیگر، احصایه Comtrade ملل متحد ارزش مجموعی صادرات افغانستان را ۴۴۳ میلیون دالر امریکائی نشان میدهد؛ که میوه جات تازه و میوه های مغز دار از بزرگترین بخش صادرات افغانستان به حساب میاید (تقریباً ۳۴ فیصد) (شکل ۲، ۱).

۲۳. شرکای کلیدی صادراتی افغانستان بیشتر کشور های منطقه، مانند پاکستان، هندوستان، روسیه، ایران و امارات متحده عربی میباشند. در سالهای ۰۹/۲۰۰۸ تقریباً ۵۰ فیصد صادرات رسمی افغانستان به پاکستان صورت گرفته که بعد از آن هندوستان (۲۵ فیصد) قرار داشت. بین سالهای ۰۵/۲۰۰۴ و سالهای ۰۹/۲۰۰۸، صادرات رسمی به پاکستان نزدیک به ۲۵۰ تا ۳۰۰ میلیون دالر امریکائی ثابت باقی ماند، درحالیکه صادرات به امارات متحده عربی، روسیه، هندوستان، و ایران به شکل قابل ملاحظه افزایش یافت؛ که صادرات به امارات متحده عربی ۱۸۰۰ فیصد، به روسیه ۸۲۵ فیصد، به هندوستان ۵۸۰ فیصد، و به ایران تقریباً ۳۰۰ فیصد افزایش یافت. شرکای صادراتی دیگر شامل بلجیم، فنلند، جرمنی، بریتانیا، ایالات متحده امریکا و ازبکستان میباشند. به صورت عموم، صادرات رسمی افغانستان در این ۵ سال ۸۰ فیصد افزایش یافته است (جدول ۲، ۱). تصویری که توسط احصایه Comtrade ملل متحد ارائه گردیده تا حدی متفاوت میباشند؛ در سال ۲۰۰۸، بزرگترین شریک صادراتی افغانستان هندوستان بود (۲۶،۲ فیصد)، به تعقیب آن ایالات متحده امریکا (۱۷،۱ فیصد)، پاکستان (۱۶،۹ فیصد)، و نایجیریا (۱۳،۹ فیصد) قرار داشتند. هرچند، این ارقام نمادی میباشند. با در نظر داشت اقتصاد ضعیف افغانستان و زیربنای ضعیف فزیک و تجاری، بخش عمده تجارت میان افغانستان و سایر کشورها خصوصاً ایران و پاکستان غیر رسمی بوده و از طریق تجاران و صادرکنندگان کوچک صورت میگیرد.

^۸ منبع: دفتر احصایه مرکزی

^۹ این ارقام تجارت رسمی قابل توجه منطقه را بازتاب نمیدهد و نه تجارت محصولات غیر مشروع مانند تریاک را که تقریباً ۶۰ فیصد صادرات افغانستان به شمار میرود منعکس مینماید (برنامه انکشاف تشبثات روستائی افغانستان AREDP، "یک افغانستان رقابتی"، ۲۰۰۷). در سالهای ۲۰۰۰-۲۰۰۱ صادرات غیر رسمی به کشور پاکستان و ایران نسبت به صادرات رسمی به این کشور ها ۱۰ برابر بلند بود (بانک جهانی ۲۰۰۴).

شکل ۱: صادرات افغانستان در سال ۲۰۰۸



منبع: احصایه همکاران ملل متحد

جدول ۲،۱: صادرات افغانستان به ترتیب کشورها، ۲۰۰۴-۲۰۰۹ (دالر امریکای به میلیون)

| کشور | ۲۰۰۴-۰۵ | ۲۰۰۵-۰۶ | ۲۰۰۶-۰۷ | ۲۰۰۷-۰۸ | ۲۰۰۸-۰۹ |
|------------------|---------|---------|---------|---------|---------|
| پاکستان | ۲۵۸ | ۲۹۸ | ۲۶۵ | ۳۰۱ | ۲۶۴ |
| هندوستان | ۲۰ | ۲۳ | ۷۹ | ۸۱ | ۱۳۶ |
| روسیه | ۴ | ۱۳ | ۲۹ | ۲۲ | ۳۷ |
| امارات متحده عرب | ۱ | ۱۳ | ۴ | ۷ | ۱۹ |
| ایران | ۴ | ۳ | ۵ | ۹ | ۱۸ |
| سایر کشورها | ۱۸ | ۳۴ | ۳۴ | ۳۴ | ۷۱ |
| مجموع | ۳۰۵ | ۳۸۴ | ۴۱۶ | ۴۵۴ | ۵۴۵ |

منبع: دفتر احصایه مرکزی، افغانستان (<http://www.cso.gov.af/economics/services/trade.html>)

۲۴. افغانستان عضو سازمانهای متعدد چند جانبه تجاری ویا وابسته به تجارت، منجمله اتحادیه همکاری های کشور های منطقه جنوب آسیا (SAARC) و سازمان همکاری اقتصادی (ECO) کشورهای آسیای مرکزی میباشد (جدول ۲،۲). افغانستان از طریق SAARC در انجمن آسیای جنوبی کشورهای منطقه (SAFTA) در معاهده تجارت آزاد آسیای جنوبی که دسترسی بهتر به پاکستان و هندوستان را تسهیل مینماید، اشتراک مینماید.^{۱۰} سازمان همکاری اقتصادی ECO نیز یک پیمان تجاری و توافقنامه چارچوب ترانزیت و ترانسپورت (ECOTA) دارد که از طریق آن زمینه دسترسی بهتر به کشورهای پاکستان، ایران، و ازبکستان مساعد میشود.

^{۱۰} به متن در سایت انترنتی ۲۰۱۰ accessed December <http://www.saarc-sec.org/userfiles/saftaagreement.pdf> , مراجعه شود.

۲۵. افغانستان دست کم در سه توافقنامه تجاری دو جانبه شامل گردیده است: (i) توافقنامه تجاری ترانزیت افغانستان-پاکستان (APTTA) (اکتوبر ۲۰۱۰)؛ (ii) توافقنامه تجاری امتیازی (PTA) با هندوستان (۲۰۰۳)؛^{۱۱} و (iii) توافقنامه سال ۲۰۰۳ با ایران در ارتباط به بندرچاه بهار و زون آزاد تجاری چاه بهار که اقدامات متقابل برای صدور جواز تجاری که به تاجران هر دو کشور توزیع گردیده، و انکشافات در زمینه امنیت راه های ترانزیتی را تحت پوشش قرار میدهد (بانک جهانی ۲۰۰۴). توافقنامه تجاری امتیازی با هندوستان در افزایش ۵۸۰ فیصد صادرات به هندوستان بین سالهای ۰۵/۲۰۰۴ و سالها ۰۹/۲۰۰۸ سهم قابل ملاحظه داشته است. برای افغانستان تعرفه گمرکی امتیازی به ۳۸ نوع کالاها اهدا گردیده است که بیشتر محصولات باغداری، مصالحه جات غذایی متعدد و منرال ها میباشد که به اساس آن از ۳۰ تا ۱۰۵ فیصد تغییر در مالیات رونما گردیده است. محصولات باغداری شامل انگور، کشمش، بادام، انجیر (خشک)، پسته، چارمغز، آلو و توت (خشک)، جلعوزه سیاه، زردآلو (تازه و خشک)، خسته زردآلو، گیلاس (خشک)، تربوز، سیب و انار میباشد. تمام انواع انگور های تازه، کشمش (سبز، سیاه، سرخ، و طلائی) و بادام ۵۰ فیصد مفاد ناخالص دارد که هندوستان را یک بازار پسندیده برای محصولات افغانی ساخته است (جدول ۲،۳). درحالیکه هزینه حمل و نقل از طریق هوا گران میباشد، دسترسی به بازارهای هند به مثابه یک مشکل عمده برای تاجران افغانی باقی میماند.

جدول ۲، ۲: اشتراک افغانستان در تجارت چند جانبه و سازمانهای وابسته به تجارت

| سازمان | منطقه | تعداد کشورهای عضو | کشورهای اشتراک کننده |
|---|---------------------|-------------------|--|
| SAARC | آسیای جنوبی | ۸ | افغانستان، بنگله دیش، بوتان، هندوستان، مالدیو، نیپال، پاکستان، سریلانکا |
| سازمان همکاری اقتصادی ECO | آسیای مرکزی | ۱۰ | افغانستان، اذربایجان، ایران، قزاقستان، جمهوری قرقزستان، پاکستان، تاجکستان، ترکیه، ترکمنستان، ازبکستان |
| کمیسیون اقتصادی و اجتماعی ملل متحد برای آسیا و اقیانوس آرام | آسیا و اقیانوس آرام | ۵۲ | در میان اعضای کمیسیون، شرکا کلیدی صادرات افغانستان عبارتند از ایران، هندوستان، پاکستان، روسیه و ازبکستان میباشد |
| سازمان گمرکات جهان | جهانی | ۱۷۴ | در میان اعضای کمیسیون، شرکا کلیدی صادرات افغانستان بلجیم، فنلند، جرمنی، ایران، هند، پاکستان، روسیه، امارات متحده عرب، انگلستان، ایالات متحده امریکا، ازبکستان میباشد. |
| سازمان تجارت جهانی | جهانی | ۱۵۳ | افغانستان مانند ایران، روسیه و ازبکستان ناظر میباشد. شرکا کلیدی صادرات ذیل اعضای سازمان تجارت جهانی (WTO) میباشد: بلجیم، فنلند، جرمنی، هند، پاکستان، امارات متحده عرب، انگلستان، ایالات متحده امریکا |

منبع: سازمان تجارت جهانی (http://publications.wcoomd.org/media/upload/Members_table_۱۷۴_EN.pdf)؛ سازمان تجارت جهانی (http://www.wto.org/english/thewto_e/whatis_e/tif_e/org1_e.htm)؛ و بانک جهانی ۲۰۰۴

^{۱۱} متن توافقنامه در سایت انترنتی ۲۰۱۰ http://commerce.nic.in/india_afghan.htm, accessed December ۲۰۱۰ موجود است.

جدول ۲,۳: تعرفه های گمرکی امتیازی بالای کشمش، بادام و انگور افغانی توسط دولت هندوستان

| مقدار اضافی امتیاز به فیصدی (%) | مالیات | محصول |
|---------------------------------|--------------------------------|-------------------------|
| | | کشمش |
| ۵۰ | ۱۰۵ فیصد | کشمش سبز |
| ۵۰ | ۱۰۵ فیصد | کشمش سیاه |
| ۵۰ | ۱۰۵ فیصد | کشمش سرخ |
| ۵۰ | ۱۰۵ فیصد | کشمش طلانی |
| | | بادام |
| ۵۰ | فی کیلو گرام ۶۵ کلدان پاکستانی | پوست نازک |
| ۵۰ | فی کیلو گرام ۶۵ کلدان پاکستانی | پوست دبل |
| ۵۰ | فی کیلو گرام ۶۵ کلدان پاکستانی | پوست دار |
| ۵۰ | ۴۰ فیصد | انگور، تازه، تمام انواع |

منبع: انجمن آسیای مرکزی کشورهای منطقه (<http://www.saarc-sec.org/userfiles/saftaagreement.pdf>) .

۲۶. توقع می‌رود که توافقنامه تجارتي ترانزیت افغانستان-پاکستان (APTTA) تجارت بین افغانستان و پاکستان را بهتر ساخته و دسترسی افغانستان را از راه زمینی از طریق پاکستان به هندوستان آسان سازد. بخاطر خصوصیت غیر رسمی تجارت، تا هنوز هم تجاران افغان باید برای صادر نمودن محصولات خود به پاکستان مالیات بلند بپردازند. این مالیات تغییر پذیر بوده و اکثراً به گونه غیر رسمی تحمیل میشود. به طور مثال، در سال ۲۰۰۹ مالیات بلند به گونه غیر رسمی بالای بسیاری از محصولات زراعتی افغانستان، مخصوصاً محصولات تازه مانند انگور وضع گردید. براساس اظهارات اداره انکشاف صادرات افغانستان (EPAA) و تجاران و صادرکنندگان متعدد، این چنین فعالیت ها سبب تأخیر در مراحل گمرکی، کاهش کیفیت انگور و منجر به ضایعات و خسارات بلند برای تجاران و دهاقین گردید.

۲.۲ ابعاد جندر در سکتور زراعت

۲۷. چندین دهه جنگ و بی ثباتی در افغانستان جوانب متعدد حیات زنان را محدود نموده است (Abirafeh ۲۰۰۵). نورم های اجتماعی - فرهنگی و گرایش مذهبی (به شمول شریعت اسلامی)^{۱۲} سهم گیری زنان را در خانه، اجتماع و اقتصاد محدود نموده است. سهم بهتر برای نمایندگان زنان در پارلمان^{۱۳} منتج به بهبود وضعیت تصمیم گیری آنها در مقامات دولتی و یا بهتر شدن معیار های زندگی برای شهروندان عادی نشده است. باوجود برنامه های متعدد به منظور رسیدگی به عدم توازن جندر، افغانستان از جمله عقب مانده ترین ملیت ها در جدول انکشاف بشر و انکشاف جندر ملل متحد باقی میماند.

^{۱۲} شریعت اسلامی قانون اسلامیت که از قران و سنت (گفتار و کردار حضرت محمد ص) گرفته شده است.

^{۱۳} در انتخابات پارلمانی سپتمبر ۲۰۱۰ برای ولسی جرگه از ۲۴۹ کرسی ۶۸ کرسی (۲۷,۳ فیصد) برای خانها اختصاص داده شده بود (دفتر ماموریت کمکی ملل متحد در افغانستان UNAMA بدون تاریخ)

۲۸. با توجه به کمبود سایر فرصت های درآمد زا که از لحاظ جغرافیایی (در داخل یا نزدیک قریه) مناسب میباشد (Grace ۲۰۰۵)، نقش زنان افغان در عرصه زراعت برای بهتر زیستن آنها حیاتی میباشد. برای زنان روستائی جهت افزایش قدرت تولید آنها در عرصه زراعت، مشوقات اندک وجود داشته یا هیچ مشوقی وجود ندارد. هر چند، بخاطریکه (الف) کار آنها در بخش زراعت به طور نمونه سود مند ارزیابی نمیشود؛ و (ب) مسؤلیت های خانواده تنظیم اوقات روزمره آنها را متأثر میسازد.^{۱۴} علاوه بر آن، نورم های فرهنگی- اجتماعی زنان را از (i) صحبت کردن با افراد خارج از خانواده؛ (ii) کار کردن در بیرون از خانه بدون اجازه یکی از اعضای ذکور خانواده (به طور مثال، پدر، برادر یا شوهر)؛ و (iii) سفر به بیرون از قریه منع مینماید. اگر چه نظر به منطقه میزان این سنت ها از هم متفاوت میباشد، این نورم ها بالای مالکیت زمین توسط زنان، رفت و آمد و دسترسی به روستا ها و دسترسی به خدمات اثرات قابل توجه دارد، به خصوص این اثرات میتواند دسترسی زنان را در تولید محصولات، توسعه خدمات و بازارها شدیداً محدود نماید چون کسانی که خدمات را در این ساحات فراهم مینمایند کوشش میشود که مردان باشند.

۲۹. **(الف) مالکیت زمین.** اکثریت زنان افغان مالک زمین نمیباشند. عوامل اجتماعی سبب میشود که زنان نباید صاحب دارائی، خاصتاً زمین باشند. اگر چه آنها میتوانند منحصبت بیوه ها و اطفال مالکیت زمین را به میراث ببرند. باوجود آنکه قوانین ملی میراث زمین برای دختران و زنان بیوه حق داده است که مطالبه میراث نمایند، عوامل بسیار سبب میشود که این چنین مطالبه ها صورت نگیرد و به صورت عموم زنان و مردان آگاهی اندکی در مورد حق زنان در مال و دارائی دارند (Grace ۲۰۰۵) (جدول ۲،۱). از لحاظ سنتی زنان متکی به برادران خود میباشند تا از "آنها مواظبت نمایند" که در نتیجه آنها اغلباً دعوای خود را بخاطر بدست آوردن میراث زمین که سهم برادر شانرا کم خواهد کرد، پیگیری نمی نمایند. با در نظر داشت اینکه عوامل اجتماعی دستور میدهد که فراهم نمودن نفقه برای زنان مسؤلیت مردان میباشد، بسیاری زنان به این باورند که مردان نسبت به زنان ضرورت بیشتر به داشتن زمین دارند. بالاخره، مردان و زنان درمورد اینکه داشتن زمین برای زنان مناسب نیست، اغلباً دارای اعتقادات عمیق فرهنگی میباشند (Grace ۲۰۰۵).

^{۱۴} برعلاوه کار در عرصه زراعت، زنان مسؤلیت کارهای دیگری را نیز به عهده دارند (i) سایر فعالیت های درآمد زا غیر کشت و زراعت (ii) کارهای خانوادگی و تربیت اطفال، و (iii) کارها در جامعه، مانند مراقبت از بزرگسالان.

چوکات ۲،۱ : مالکیت زمین توسط زنان افغان

قانون اساسی افغانستان تصریح میدارد که "هیچ قانون نمیتواند مخالف معتقدات و احکام دین مبین اسلام باشد." بدین منظور قانون اسلامی (شریعت) نمیتواند که از قانون مدنی جدا باشد. تطبیق شریعت اغلباً به عهده اعضای میکانیزم مبتنی بر اجتماع مانند جرگه یا شورا گذاشته میشود. بنابراین توقع می‌رود که در جریان حل منازعات زمین در اجتماعات محلی و حق مالکیت زنان بالای زمین بعضی اختلافات بوجود بیاید. برعلاوه، اغلباً زنان نمیخواهند در جریان منازعات زمین مطالبه حق نمایند زیرا عوامل فرهنگی دستور میدهد که مردان مسؤل فراهم نمودن نفقه میباشند و درآمد فامیل را تأمین مینمایند.

قانون میراث زمین در افغانستان که از قانون مدنی سال ۱۹۷۸ و احکام شریعت گرفته شده، دستور میدهد که در تقسیم زمین خواهر نصف حق برادر را مستحق میشود و یک زن بیوه هشت بر یک حصه (چهار بر یک در صورتیکه طفل نداشته باشد) مستحق میشود. اگر چه این قانون از حق زنان حمایت میکند، ولی تقسیم نامساوی زمین در آن زنان را متأثر میسازد.

بیوه‌ها در خصوص مالکیت زمین با موانع زیادی مواجه میشوند. یک بیوه باید با دقت فکر کند که آیا دوباره ازدواج کند و اطفال خود را به فامیل شوهر مرحومش تسلیم نماید یا از ازدواج صرف نظر نموده و قادر نباشد که به اطفال خود نفقه فراهم نماید. مالکیت زمین برای خانم‌های بیوه حق گزینه بیشتر را در مقابل این محدودیت‌ها خواهد داد و به طور بالقوه برایشان فرصت‌هایی را فراهم خواهد نمود تا فامیل‌های خود را کمک مالی نمایند. مالکیت زمین میتواند پیامد‌های مثبت قابل توجهی برای زنان داشته باشد، از جمله قدرت تصمیم‌گیری‌های بزرگ در داخل خانواده (که از اثر آن خانم‌ها میتواند بالای درآمد‌های که از زمین بدست می‌آید کنترل داشته باشند)، مصنوعیت برای زنان محسن (کسانی که میتوانند زمین را یک وسیله معامله تجارت قرار داده و بدین وسیله مراقبت بیشتر از اقارب خود بدست بیاورند)، و دسترسی به خدمات مالی (زمانی که نهادها به ضمانت‌های مبتنی بر مالکیت ضرورت داشته باشند) میباشند.

تحقیقات ابتدائی و ثانوی برای این مطالعه نشان میدهد که درحالی‌که زنان افغان حق داشتن مالکیت زمین را دارند، با آن هم موانع قابل توجهی در داشتن مالکیت زمین سر راه آنها به شکل رسم و آداب فرهنگی، عدم آگاهی از حقوق زمین، فساد اداری و بی‌سوادی باقی میماند. رفع این موانع به تلاش‌های طویل‌مدت تغییرات فرهنگی نیاز دارد. اگر چه ارائه پیشنهادات خارج از محدوده این مطالعه میباشند، یافته‌های کلیدی نشان میدهد که لازم است تا بین مردان و سطوح متعدد دولت، منجمله وزارت داخله، والیان، شاروالی‌ها و وزارت امور زنان، باید هماهنگی، آگاهی و حمایت ملی در رابطه به مالکیت زنان بالای زمین وجود داشته باشد تا این اصل از راه‌های واقعی ارتقاء یابد.

منبع: دیسچامپس و روی (۲۰۰۹ deschamps and Roe).

۳۰. **(ب) رفت و آمد و دسترسی به روستاها.** رفت و آمد زنان روستائی به بیرون از خانه یا قریه نیز از اثر نگرانی‌های امنیتی محدود شده است. به صورت عموم سرک‌های خراب و عدم موجودیت خدمات ترانسپورتی بصورت عموم رفت و آمد مردم را متأثر میسازد، اما زنان بخاطریکه باید از معیار‌های شدید پذیرفته شده اجتماعی پیروی نمایند، بیشتر متأثر میشوند. زنان ممکن از سفرکردن به قریه‌ها منع شوند، لازم است تا آنها را کسی همراهی نماید و نمیتوانند با مردان در بیرون از خانه صحبت نمایند (منجمله نمیتوانند در موتر پهلوی مردان بنشینند).^{۱۰} محدودیت‌ها بالای سفر‌های طولانی تر زنان روستائی را از دسترسی آسان به قریه‌ها و شهر‌های دیگر منع میسازد، خصوصاً زمانی که پیاده روی وسیله دوامدار حمل و نقل آنها باشد (از لحاظ اجتماعی پیاده رفتن زنان به تنهایی یا همراه با دیگران قابل قبول است). معمولاً خدمات ترانسپورتی روستائی شامل وسایط سه تاییه (ریکشا)، لاری‌های پیک‌آپ، مینی‌بس‌ها و وسایط دولتی میباشند که برای خانواده‌ها مناسب میباشند اما برای خانم‌ها بخاطریکه آنها نباید در یک چوکی با اشخاصی که عضو فامیل‌شان نیستند بنشینند، مناسب نمیباشد. مصارف مالی میتواند برای خانم‌های که تجارت میکنند نسبت به مردان بلندتر باشد البته در صورتیکه خانم‌ها موتر، نگهبان و یا درایور را به شکل شخصی به کرایه بگیرند (از لحاظ اجتماعی درایوری نمودن یک زن قابل قبول نیست) (بوروس ۲۰۰۸ Bros).

^{۱۰} هوی، جی ۲۰۱۰. دسترسی به روستاها و رفت و آمد در افغانستان: یک تحلیل حساس جندر

۳۱. این شیوه های سفر و ترانسپورت مانع اشتراک خانم ها در فعالیت های اقتصادی میشود که اینکار دسترسی خانم ها را به خدمات مالی در بیرون با همسایه های نزدیک و اجتماعات پرچالش و دشوار میسازد (dTS ۲۰۰۵). اینکار به نوبه خود اثرات بعدی قابل توجه بالایی کار و موفقیت های آنها در عرصه تجارت خواهد گذاشت. با محدود ساختن جاهای که زنان اجازه دارند بروند تا اموال خود را به فروش برسانند، محدودیت بر رفت و آمد زنان شرایط را برای فروش محصولات شان نیز تحت تاثیر قرار میدهد. در اندک موارد، زنان توانسته اند با نگهدارنده قابل قبول و وسایط ترانسپورتی مناسب به محلات رفت و آمد نمایند. همچنان برخی ها به این ذهنیت هستند که انسان در جمع قوی تر میباشد، و زنانی که در یک گروه سفر میکنند میتوانند وسیله مؤثر برای جلوگیری مشکلات رفت و آمد شان شود.

۳۲. **(ج) دسترسی به خدمات.** دسترسی به قرضه ها از نهاد های مالی اغلباً وابسته به توانائی نشان دادن اشکال سنتی ضمانت های مالی مانند زمین، ماشین آلات و خانه میباشد. زنان که معمولاً زمین و جایاد ها به نام شان نمیباشد، بنابراین برای بدست آوردن خدمات مالی چانس کمتر دارند (dTS ۲۰۰۵). علاوه بر این، بسیج اجتماعی تولید کنندگان توسط نهاد های کمک کننده اغلباً به اساس ثبوت مالکیت زمین و یا به اساس رئیس خانواده صورت میگیرد که تنها یک عضو خانواده میتواند با این نهاد ها راجستر شود (روبین ات آل. ۲۰۰۹. Robin et at.).

۳۳. به طور وسیعتر، محدودیت ها بالایی رفت و آمد و مراوده با مردان دسترسی زنان را به خدمات یا منابع اضافی منجمله درآمد ها، خدمات ترویج، بازاریابی، تعلیم و تربیه و معلومات محدود میسازد (Mayoux and Mackie ۲۰۰۹). عدم موجودیت چنین دسترسی ها استخدام آنها را در عرصه زراعت به مزد کم و ارزش پایین محدود میسازد و میتواند بازارهای کار را برای جوابگویی به تقاضا ها برای زنان کارگر با تجربه بی علاقه یا کند سازد. که این کار دلالت بر عدم امنیت در عرصه اشتغال برای زنان نموده و چانس ارتقای آنها را کم میکند، چیزی که احتمالاً سبب انتقال ادامه فقر از یک نسل به نسل دیگر به خصوص برای خانم ها و دختران میگردد.

۳.۲ نتیجه گیری: به سوی درک و شناخت متفاوت تر جندر در زنجیره ارزش زراعت

۳۴. چطور و تا چه حد زنان میتوانند در بازار های ترویج صادراتی افغانستان برای محصولات زراعتی اشتراک نمایند؟ این فصل مختصراً فرصت های روز افزون افغانستان را برای صادرات محصولات باغداری آن به بازارهای منطقه و به خصوص کشور هند مورد بررسی قرار داد. در عین زمان، این فصل محدودیت های کلیدی را برای اشتراک زنان در سکتور باغداری مشخص مینماید. معیارهای اجتماعی و فرهنگی تاثیرات قابل توجه بالایی (۱) مالکیت زنان بالایی زمین، (۲) رفت و آمد و دسترسی به روستاها، (۳) و دسترسی آنها به خدمات دارد. این سه محدودیت بزرگ مانع حرکت زنان فراتر از تولید، پروسس ابتدائی محصولات و بازار یابی نهایت محدود اقلام صادراتی میشود. فصل بعدی یک ارزیابی مفصل در مورد محدودیت ها و فرصت های کلیدی برای زنان ارائه مینماید تا آنها در زنجیره ارزش محصولات خاص – انگور، کشمش، بادام و زعفران ارتقا نمایند.

فصل سوم

موانع و فرصت های زنان در زنجیره ارزش انگور/کشمش، بادام و زعفران

۳۵. همانگونه که قبلاً تذکر رفت، کشمش و بادام اقلام صادراتی فوق العاده مهم افغانستان میباشند. زنان عمدتاً در مراحل اولیه زنجیره ارزش دخیل بوده و نقش بارزی در حاصل برداری و پروسس بعد از برداشت حاصلات زنجیره ارزش این سه محصول ایفا میکنند. چون نورم های اجتماعی و فرهنگی به زنان اجازه معامله با مردان و یا مسافرت تنهایی را نمی دهد، این مردان اند که خانواده ها را با بازار ارتباط میدهد که این ارتباط شامل تهیه مواد اولیه و فروش محصولات در بازار های داخلی و یا به دلال ها و یا تاجران در سطح قریه میشود. همچنان مردان در کار تولید، به خصوص در فعالیت های که ایجاب برداشتن وزن های سنگین و یا دست یافتن به شاخه های بلند درختان را بکند، نیز قویاً دخیل میباشند. در این فصل موانع و فرصت های اصلی زنان تولید کننده و پروسس کننده در ارتقا به سطوح بالاتر زنجیره ارزش انگور/کشمش، بادام و زعفران با مطالعه و بررسی نقش زنان در هر مرحله از پروسس تولید، شناسائی میشود. تحلیل های مفصل به اساس زنجیره ارزش ضمیمه این سند شده اند: انگور/کشمش در ضمیمه ۱، بادام در ضمیمه ۲، و زعفران در ضمیمه ۳.

۱.۳ نقش زنان در زنجیره ارزش انگور/کشمش، بادام و زعفران

۳۶. در افغانستان انگور بزرگترین محصول از لحاظ تولید میباشند. انگور عمدتاً در جنوب، جنوب غرب و مرکز تولید میشود، هرچند حدود ۱۰ درصد تولیدات انگور در شمال صورت میگردد. انواع انگور در هر ساحه متفاوت میباشند: سه نوع بهتر انگور برای بازار های داخلی و صادرات انگور سنگل خانی، کندھاری و کشمش میباشند. دو نوع اصل کشمش از این نوع انگور تولید میشود: (۱) کشمش گران قیمت سبز که در سایه خشک میشود و (۲) کشمش ارزانتر سیاه و سرخ که تحت شعاع آفتاب خشک میشود (آفتابی). یک کیلوگرام کشمش از تقریباً چهار الی پنج کیلو گرام انگور تازه تهیه میشود.

۳۷. بادام نیز یکی از با ارزش ترین محصولات افغانستان بعد از انگور و کشمش میباشند. در سال ۲۰۰۹/۲۰۰۸، محصولات بادام ۱۵۰۰۰ تن بادام تخمین شده است (وزارت احیا و انکشاف دهات ۲۰۰۷). ساحات عمده تولید بادام در شمال، به خصوص در ولایات پروان (مشخصاً در ولسوالی غوربند)، بلخ، کندز، و سمنگان میباشند. تخمین میشود که ولایت بلخ به تنهایی ۵۵۰۰ تن بادام تولید میکند. بادام با پوست و بدون پوست (مغز بادام) به فروش میرسد. افغانستان بیشتر از ۶۰ نوع عمدتاً شناخته شده بادام را تولید میکند.^{۱۶} مشهورترین انواع بادام که برای بازار های پر فروش داخلی و صادراتی تولید میشود انواعی است که پوست آن نرم بوده و بنام های ستار بانی، قهار بانی، کلک عروس، قمبری، کف مال و خیرالدین یاد میشوند. این نوع بادام ها با پوست فروخته میشود.^{۱۷}

۳۸. زعفران، از جانب دیگر، یک محصول فروشی نسبتاً جدید در افغانستان میباشند. در سال ۲۰۰۹، تخمیناً ۱۵۰۰ کیلوگرام زعفران در کشور تولید گردیده است. زعفران اکثراً در ولایت هرات^{۱۸}، به خصوص در ولسوالی های پشتون زرغون و غوریان تولید شده و بطور غیر رسمی به ایران صادر میشود. برخلاف انگور، کشمش و بادام که اینک در بازار های صادراتی جهان یکبار دیگر جایگاه خود را بدست آورده اند، تولیدات زعفران هنوز به اقتصاد بزرگ تبدیل نشده است. هرچند آمار و اطلاعات در مورد این بخش فرعی در حال ظهور و غیر رسمی بسیار کم و متناقض میباشند، اما معلومات کافی وجود دارد که بیانگر آن است که امید زیادی می رود که زعفران به عنوان یک محصول پر منفعت جایگزین کشت خشخاش گردد، و این محصول از جانب دولت، مراجع تمویل کننده و موسسات غیر دولتی قویاً حمایت میگردد.

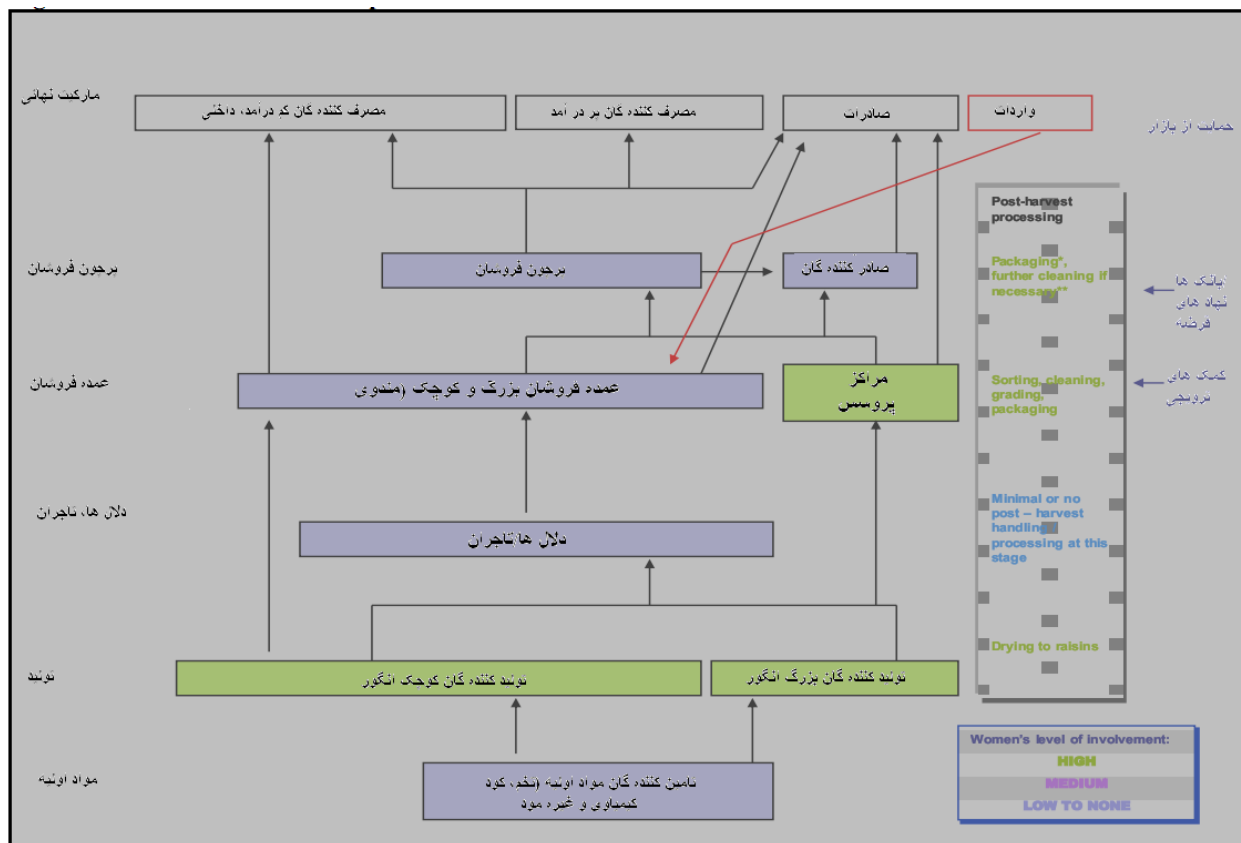
^{۱۶} ولی چند نوع محدود آن انواع واقعی بادام است که این انواع از طریق یک پروسس رسمی و تخصصی تولید مثل بادام بوجود آمده اند.

^{۱۷} بادام با پوست و یا بدون پوست (مغز بادام) با یک نسبت تخمیناً دو در مقابل یک به فروش میرسد.

^{۱۸} مقدار محدودی زعفران در ولایات شرقی (میدان وردک، لوگر، کندز، و پروان) بشکل آزمایشی تولید میشود.

۳۹. فعالین اصلی در این سه زنجیره ارزش متشکل از اشخاص ذیل میباشد: (۱) تامین کنند مواد اولیه، (۲) دهاقین، (۳) دلالان و تاجران در سطح دهات، (۴) عمده فروشان، و (۵) پروسس کنندگان، پرچون فروشان، و صادر کنندگان. پروسس کننده گان معمولاً شرکت ها بوده و این شرکت ها کار صادرات به بازار های منطقوی و بین المللی را نیز انجام میدهند. اشکال ذیل رابطه بین فعالین اصلی در زنجیره ارزش کشمش (شکل ۳،۱) و ارزش تجارت و ارزش افزوده شده در هر مرحله زنجیره ارزش کشمش (شکل ۳،۲) و بادام (شکل ۳،۳) را توضیح میدهد.^{۱۹} در این سه زنجیره ارزش، زنان معمولاً به حیث (الف) تولید کنندگان در باغ های خانگی در مناطق روستائی ویا (ب) به حیث کارگران عمده فروشان و شرکت های پروسس کننده کشمش، بادام ویا زعفران در مناطق شهری ویا نیمه شهری دیده میشوند. تعداد محدودی از زنان در بخش های ارائه خدمات مثل، کارمندان خدمات ترویج، مسئولین قرضه دهی، نمایندگان فروشات/تجارت در سطح قریه جات، ویا مالکین مراکز پروسس در حال عرض وجود استند. در زنجیره ارزش زعفران، موسسات غیر دولتی در حمایت از این صنعت^{۲۰} نسبتاً جوان برای تولید کنندگان آن، در بخش های بسیج اجتماعی، تامین مواد اولیه، خدمات ترویج، و بازاریابی بشکل قابل ملاحظه کمک نموده اند. در نتیجه، انجمن های تولید کننده نو ظهور، از جمله دو انجمن زنان، نقش کلیدی در هر مرحله زنجیره ارزش زعفران ایفا میکنند. فعالیت ها و ارتباطات زنان و فعالین زنجیره ارزش در ذیل به تفصیل بیان شده است.

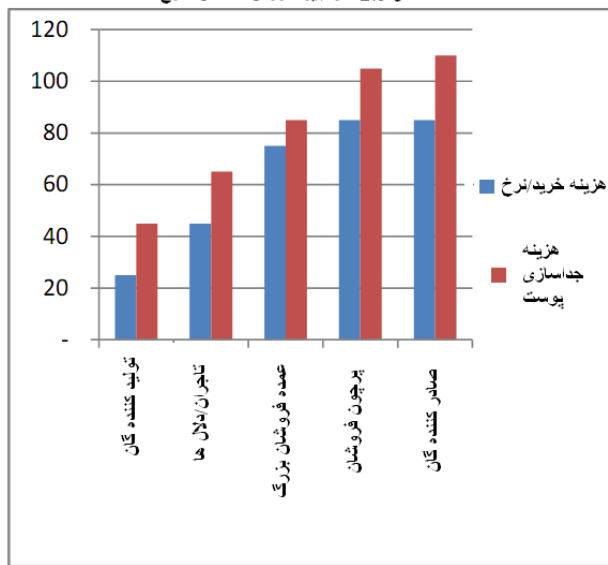
شکل ۳،۱: نقشه بخش فرعی کشمش



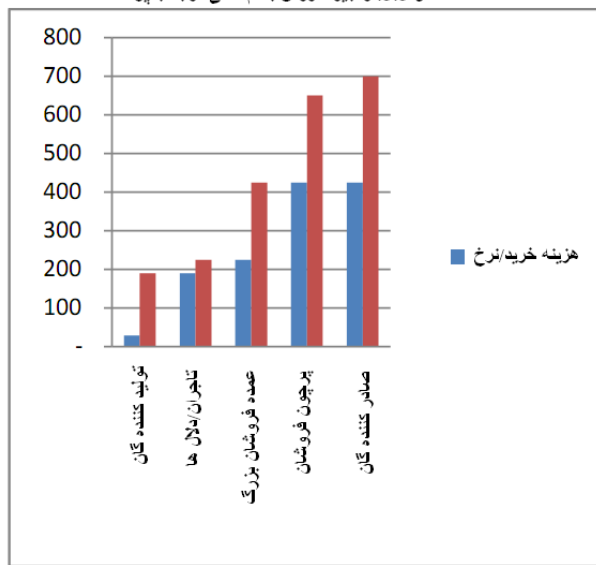
منبع: MEDA

^{۱۹} نقشه های سکتور ها و گراف های زنجیره ارزش برای هر چهار محصول در ضمیمه ها موجود میباشد.
^{۲۰} موسسات غیر دولتی عمده شامل موسسه داکار، موسسه انکشافی سنائی (SDO) و کمیته ملی همکاری های بین المللی و انکشاف متداوم میشود.

شکل 2.3: زنجیره ارزش کشمش سرخ



شکل 3.3: زنجیره ارزش بادام اعلی درجه با پوست



منبع: NEDA

*این آمار در مورد بادام و کشمش نشان میدهد که در یک سلسله بخش ها، خصوصاً برای دهاقین مفاد وجود دارد، اگرچه روشن نیست که دهاقین هزینه تمام مواد اولیه لازم در پرورش محصولات را گزارش داده اند و یا خیر. اکثر این اشخاص دارائی های کمی دارند که هزینه کار را خودشان در خانواده به دوش کشیده و آنرا محاسبه نمی کنند.

۴۰. **تامین کنندگان مواد اولیه.** بصورت عموم، دهاقین مواد اولیه از قبیل کود کیمیاوی، و ادویه حشره کش را از تاجران در سطح قریه، دکان های کوچک خصوصی، و یا پرچون فروشان بزرگ خریداری میکنند.^{۲۱} مواد اولیه را معمولاً مردان خریداری مینمایند زیرا تامین کنندگان زن که زنان تولید کننده روستائی بتواند با آنها معامله نمایند، وجود ندارند. ولی زنان در کابل، به فروشگاه زراعتی زنان کابل دسترسی دارند که یک مرجع تامین کننده مواد اولیه تحت اداره زنان بوده (چوکات ۱، ۳)، و بعضی خدمات ترویج را نیز ارائه میدارد.

۴۱. مواد اولیه معمولاً با پول نقد خریداری میشود، هرچند ممکن است برخی دکانداران قرضه های غیر رسمی و کوتاه مدت نیز فراهم کنند. پرچون فروشان از قوریه های فروش نهال نیز نگهداری میکنند. در حالیکه قوریه های تجارتي در افغانستان وجود دارد، صرف تعداد اندکی از آنها نهال های با کیفیت عرضه میدارند. علاوه برآن، بازاریابی آنها برای زارعین بشکل ضعیف تنظیم شده است.^{۲۲} به علت دسترسی محدود دهاقین به خدمات مناسب ترویج، آنها مکرراً از پرچون فروشان در مورد نحوه استفاده از مواد اولیه طالب معلومات میشوند. دهاقین معمولاً از یک ترکیب معیاری کود کیمیاوی استفاده میکنند که این ترکیب نیاز های مشخص برخی محصولات مشخص را تامین کرده نمیتواند، بگونه مثال بادام به یک نسبت بلند تر نایتروجن و پوتاشیم با فاسفورس نیاز دارد که در مخلوط کود کیمیاوی استاندارد وجود ندارد.^{۲۳}

^{۲۱} این منابع شامل دیپو های زراعتی که تامین کننده مواد اولیه بوده و از جانب پروگرام تسریع زراعت پایدار (ASAP) موسسه USAID تمویل میشود، میگردد.

^{۲۲} پروژه های وزارت زراعت و مالداري، از قبیل پروژه باغداری و مالداري (HLP) و پروژه توسعه متداوم باغداری که از جانب اتحادیه اروپا تمویل میشود (PHDP) این بخش فرعی را تقویت میکنند، مثلاً از طریق شناسائی انواع با کیفیت و معرفی آن به قوریه های اصلی که آنجا به تعداد آن افزوده شده و از آن به حیث نهال های اصلی استفاده میشود. قوریه های تجارتي در حال حاضر در قالب انجمن ها در اطراف قوریه اصلی تنظیم میشوند که قوریه اصلی به این انجمن ها جوانه و نهال فراهم خواهد کرد.

^{۲۳} کنسورتیم محصولات آینده برای احیای مجدد زراعت در افغانستان (۲۰۰۳:۱۵).

چوکات ۱، ۳: فروشگاه مواد زراعتی زنان کابل

فروشگاه مواد زراعتی زنان کابل یک فروشگاه صرفاً برای زنان بوده و عوامل تولید از قبیل تخم بذری، کود کیمیایی، داربست یا چپله، ابزار شاخه بری، ماشین آلات زراعتی (فروشی و کرائی) و خدمات ترویج (که از طریق آموزش و طرح های نمایشی و گلخانه ها صورت میگیرد) را عرضه میدارد. این فروشگاه در ماه اپریل سال ۲۰۱۰ به کمک مالی پروژه ائتلاف خدمات زراعتی افغانستان (AFSA) افتتاح گردید. پروژه (AFSA) یک پروژه دو ساله بود که توسط اداره انکشاف بین المللی امریکا (USAID) تمویل و توسط شبکه شهروندان در امور خارجه تطبیق گردید. این فروشگاه در حال حاضر برای ۱۲۵ زن که اکثریت شان از کابل بوده و نمایندگان فروش ویا مراجع تماس گروپ های زنان تولید کننده میباشند، خدمات ارائه مینماید. زنان از این فروشگاه تخم های سبزیجات - پر فروش ترین محصول - و عوامل تولید لازم برای تولید انگور را خریداری مینمایند. این فروشگاه برای برخی از مشتریان خود قرضه داده که آنها این قرضه را در فصل برداشت محصولات بدون کدام سود دوباره به فروشگاه پرداخت میکنند. زنان بعضی اوقات به این فروشگاه میوه جات خشک آورده و فروشگاه آنها را در فروش محصولات شان به تاجران کمک میکند. در آینده نزدیک، این فروشگاه در نظر دارد تا محصولات زنان را در نمایشگاه خود ویا به تاجران به فروش برساند، برای پروسس کنندگان خدمات رجعت دهی را فراهم نموده، و خدمات بسته بندی ارائه کند. باوجود این، تدوام و پایداری این فروشگاه هنوز هم در مرحله آزمایشی قرار دارد. فروش عوامل تولید به زنان با توجه به این واقعیت که اکثر مشتریان زن نمی توانند به آن فروشگاه بیایند، به عنوان یک چالش اصلی هنوز پا برجاست. استفاده از فروشندگان زن در سطح قریه جات ممکن است بتواند یک استراتژی بدیل برای فروش عوامل تولید باشد، که در آن صورت زنان فروشنده عوامل تولید میتوانند محصولات را مستقیماً از زنان نیز خریداری کنند.

منبع: MEDA

۴۲. **دهاقین.** تولید کنندگان کوچک، ۲ الی ۵ جریب (حدود ۰,۵ الی ۱,۰ هکتار) زمین را کشت کرده و انگور و بادام را یکجا با انواع مختلف محصولات دیگر مثل سبزیجات و گندم، کشت میکنند.^{۲۴} تولید کنندگان بزرگ، از جانب دیگر، در ۵ الی ۱۰ جریب (۱ الی ۲ هکتار) زمین کشت کرده و تولیدات آنها بیشتر میباشد.^{۲۵} مطابق به احصائیه پروژه باغداری و مالداری (HLP)، محصول تولید کنندگان کوچک در سال ۲۰۰۹ از هر جریب زمین ۲۶۴۴ کیلو گرام انگور تازه بود که ۱۵ فیصد کمتر از حد اوسط پروژه برای انگور تازه بود. محصول بادام از هر جریب زمین در این سال حدود ۳۵۰ کیلوگرام بود که فقط ۳,۴ فیصد کمتر از محصولات تولید کنندگان بزرگ بود.^{۲۶} علی الرغم موجودیت پروژه باغداری و مالداری (HLP) و سایر پروژه های مراجع تمویل کننده، تولید کننده کوچک همیشه از روش های توصیه شده تولیدی آگاهی ندارند که این عدم آگاهی آنها ناشی از دسترسی محدود آنان به (۱) خدمات ترویج و (۲) قرضه میباشد. برخلاف زارعین بزرگ، زارعین کوچک در تاکستان های خود چپله ندارند و یا علاقه به حاصل برداری بادام پیش از وقت آن ندارند. این دهاقین، به خصوص دهاقین بادام و زعفران، معمولاً به پول نقد فوری نیاز دارند. این نیازمندی آنها قسماً برخاسته از این علت است که درخت بادام به پنج سال وقت لازم دارد تا به حاصل بیاید و دو سال دیگر لازم است تا کاملاً بارور شود. به همین قسم، زعفران نیز تا دو یا سه سال اول کشت سودمندی ندارد.

۴۳. در مزارع کوچک، زنان در آبیاری، خیشاوه، شاخه بری شاخه های پائین درخت، حاصل برداری، و پروسس بعد از حاصل برداری مصروف میباشند. زنان به خدمات ترویج نسبت به مردان دسترسی کمتری دارند، زیرا اینگونه خدمات معمولاً با این تصور که مردان معلومات مذکور را در خانه با زنان شریک می سازند، برای مردان ارائه میشود. ولی، این تصور که معلومات به زنان تولید کننده انتقال خواهد نمود، همیشه محقق نمیگردد. پروژه باغداری و مالداری (HLP) برای گروپ های زنان تولید کننده،

^{۲۴} محصولات دیگر شامل انار، و رشقه در باغهای بادام میشود، قسمیکه در شمال دیده میشود.

^{۲۵} این زمین ها اکثراً للمی میباشد، زیرا اکثر این دهاقین، کوچک ویا بزرگ، به سیستم آبیاری دسترسی ندارند. مسئله مدیریت آب، مخصوصاً برای تولید کننده گان انگور موضوع قابل نگرانی میباشد، زیرا تولید انگور ایجاب دسترسی کامل به آب را میکند.

^{۲۶} این آمار از سروی نظارت بر نتایج پروژه باغداری و مالداری (HLP) در سال ۲۰۰۹ که از یک نمونه ۵۳۰ خانواده تحت حمایت پروژه باغداری و مالداری استخراج شده است، ترتیب گردیده است: ۴۸,۳ فیصد خانواده های شامل نمونه تاکستانهای انگور داشتند، که ۶۵,۴ فیصد آنها زارعین مقیاس کوچک بودند. به همین قسم، ۵۵ فیصد نمونه باغهای بادام داشتند که ۷۰,۳ فیصد آنها دهاقین مقیاس کوچک بودند.

خدمات ترویج را مستقیماً ارائه مینماید ولی کارمندان خدمات ترویج از طبقه اناث به قدر کافی وجود ندارد. استخدام و حفظ کارمندان تحصیل کرده و سیار از طبقه اناث دشوار بوده است (چوکات ۲,۳).

چوکات ۲,۳: ارائه خدمات ترویج برای زنان: تجربه پروژه باغداری و مالداری (HLP)

پروژه باغداری و مالداری (HLP) به تولید کنندگان کمک میکند تا روش های موثر زراعتی را به منظور افزایش بهره وری و حاصلات باغداری و مالداری اتخاذ نمایند. وزارت زراعت، مالداری و آبیاری این پروژه را در ۱۱ ولسوالی مشخص در ۱۱ ولایت در مناطق مرکزی و شمال شرق افغانستان تطبیق مینماید. این پروژه به تعداد ۱۶۰ گروه زنان تولید کننده و ۲۲۵ گروه مردان تولید کننده را بسیج ساخته است که این گروه ها بالترتیب دارای تخمیناً ۴۰۰۰ عضو زن و ۶۰۰۰ عضو مرد میباشند^{۲۷}. بسیج سازی معمولاً شامل مردان و زنان در عین خانواده میشود تا دانش ترویج در سطح خانواده ها بشکل بهتری فراهم گردد.

این گروه های زنان تولید کننده، به همکاری موسسه (Roots of Peace) خدمات ترویج را از ۱۸ نفر کارمند طبقه اناث دریافت میکنند. استخدام و حفظ کارمندان زن در بخش خدمات ترویج یکی از چالش های دوامدار بوده است. کارمندان زن بخش خدمات ترویج باید از ولسوالی مورد نظر بوده، شهادتنامه فراغت از صنف دوازدهم داشته باشند و بتوانند در برنامه های آموزشی خدمات ترویج که از سوی پروژه دایر میگردد، شرکت نمایند. عین معیار ها برای کارمندان طبقه نکور بخش خدمات ترویج نیز بکار برده میشود ولی این معیارها در انتخاب کارمندان زن بشکل جدی تر تطبیق میگردد تا اطمینان حاصل گردد که زنان کارمند در اجرای وظیفه خود در داخل محلات خود، خود را بیشتر راحت احساس نمایند. با توجه به زمینه های فرهنگی، به نظر میرسد که این استراتژی در حفظ این کارمندان با پروژه موثر واقع میشود. معمولاً زنان کهن سال نسبت به زنان جوان، با محدودیت های کمتری میتوانند در داخل ولسوالی گشت و گذار نمایند، ولی احتمال اینکه این زنان کهن سال صنف دوازدهم را تکمیل کرده باشند، بسیار کم است. این پروژه اشخاصی را که به تازگی از صنف دوازدهم فارغ التحصیل گردیده اند استخدام نموده و به آنها برنامه های آموزشی خدمات ترویج و کورس های تجدید آگاهی تدویر نموده است. گروه های زنان تولید کننده از خدمات ترویج که توسط این زنان جوان به آنها ارائه شده است، در تولیدات خود سود برده اند. هم اکنون موسسه (Roots of Peace) در حال بازنگری خدمات ترویج میباشد تا اطمینان حاصل شود که این خدمات از لحاظ فرهنگی برای زنان تولید کننده قابل قبول بوده و همچنان نیازمندی ها و علاقمندی های مشخص آنها را پاسخگو باشد (که شامل معلومات در مورد پروسس محصولات بعد از برداشت حاصلات میشود).

منبع: پروژه باغداری و مالداری (HLP)

۴۴. زنان در حاصل برداری و فعالیت های بعد از برداشت حاصلات، به خصوص در مزارع کوچک، نقش کلیدی ایفاء میکنند. در ذیل فعالیت های بخصوص هر محصول با تفصیل تشریح شده است. کار معمولاً در خانه صورت میگیرد و به همین دلیل به زنان در بدل کارشان پولی پرداخته نمیشود. اما در مورد زعفران، زنان توسط زارعین کوچک و بزرگ روزانه به مبلغ ۲۰۰ الی ۳۰۰ افغانی (تخمیناً ۴ الی ۶ دلار امریکائی) استخدام میشوند. در زنجیره ارزش انگور تازه، به کارگران مرد در تاکستان های بزرگ روزانه مبلغ ۴۰۰ افغانی (تخمیناً ۸ دلار امریکائی) پرداخته میشوند. کار آنها شامل حمل و بارکردن حاصلات نیز میشود.

- **انگور تازه.** زنان در مزارع کوچک، حاصلات انگور را جمع آوری کرده و در خریطه های ۵۰ کیلوئی با حد اقل درجه بندی آنرا بسته بندی میکنند. در مزارع بزرگ، کارگران مرد توسط صادر کنندگان استخدام میشوند تا حاصلات انگور را جمع آوری نموده و آنرا در کارتن های ۱۰ کیلوئی ویا کریت های ۱۴ کیلوئی جابجا نموده و در وسایط نقلیه بارنمایند.
- **کشمش.** در کشت زار های کوچک، زنان کشمش سیاه و سرخ آفتابی تولید میکنند این گونه کشمش معمولاً از دانه های جدا شده از خوشه، بر زمین افتاده و باقی مانده میوه در ختم فصل حاصل برداری تهیه میشود. زنان اینگونه انگور را روی یک سطح، معمولاً روی زمین خالی، و بام خانه ها خشک کرده و سپس آنرا یکجا با خاک، قطعات سنگ، و سایر

^{۲۷} الی تاریخ ۳۰ سپتمبر ۲۰۱۰.

اشیای آلاینده در خریطه های ۵۰ کیلوگرامی با وزن های متفاوت جا سازی میکنند (لیستر و برون ۲۰۰۴)^{۲۸} به علت اینگونه پروسه های تولیدی، این نوع کشمش نسبت به کشمش تهیه شده از انگور کشمشی بی کیفیت تر تلقی میشود.

- **بادام.** زنان بادام را پاک کاری (پوست بیرونی آنرا جدا میکنند)، زیر آفتاب خشک کرده و در خریطه های کلان در باغها بدون رعایت حفظ الصحه و نظافت جمع آوری میکنند. اگر چه بادام بدون پوست از نوع بی کیفیت ویا با کیفیت متوسط در زنجیره ارزش ۶۰ الی ۷۰ فیصد بیشتر میباشد، ولی زنان بادام را پوست نمی کنند. علت آن است که تجهیزات جدا ساختن پوست سخت بادام در اختیار تولید کنندگان بادام قرار ندارد؛ بنابراین، زنان بدون آسیب رسانیدن به مغز بادام نمی توانند پوست آنرا جدا سازند.
- **زعفران.** برخلاف بادام و کشمش، حاصل برداری زعفران و پروسس بعد از حاصل برداری آن کار بسیار ثقیل بوده محدود به زمانی مشخص میباشد. گل زعفران باید در بامداد چیده شود و سنیگما (کلاله) آن باید در ظرف ۴۸ ساعت بعد از برداشت حاصل از گل جدا شود. زنان به حیث کارگران در مزرعه زعفران استخدام میشوند، به خصوص اگر آنان ویا شوهرانشان در انجمن های تولید کنندگان اشتراک داشته باشند. انجمن های تولید کننده واحد های پروسس خود را دارند که مجهز با خشک کننده های الکترونیکی میباشد.

۴۵. تولید کنندگان انگور تازه، کشمش و بادام خریطه شده را به دلال ها، تاجران روستائی ویا در بازار های محلی به فروش میرسانند. فروش محصولات معمولاً توسط مردان انجام می شود زیرا زنان با دلال ها ویا تاجران روستائی (که اکثراً مرد هستند) معامله رو در رو نمیکند، به بازار ها نمی روند ویا خریطه های سنگین را حمل نمیکند. مردان یک ویا دو خریطه محصولات را به بازار محلی انتقال میدهند ویا آنرا به دلال ها ویا تاجران روستائی که به خانه آنها می آیند، به فروش میرسانند. این دلال ها و تاجران گاه گاهی بطور اتفاقی به قریه جات میروند. جدول ۳،۱ ذیل فیصدی محصولات انگور ویا بادام که توسط زارعین پروژه باغداری و مالداری (HLP) به فروش رسیده است، نرخ آن و حد اوسط درآمد آنرا نشان میدهد. اگرچه تولید کنندگان بادام که از سوی پروژه باغداری و مالداری حمایت میشدند ۸۰ فیصد محصولات خود را به فروش رسانیدند، ولی تولید کنندگان کشمش و انگور صرف ۵۰ فیصد محصولات خود را توانستند به فروش برسانند. زارعین انگور ترجیح میدهند انگور بیشتری به فروش برسانند - بیشتر از ۸۰ فیصد مجموع تولیدات شان را - زیرا انگور تازه سه الی چهار مرتبه قیمت تر از یک وزن معادل کشمش به فروش میرسد^{۲۹}. باوجود این، آنان معمولاً ۲۰ فیصد محصولات خود را به شکل تازه به فروش میرسانند، زیرا راه های مواصلاتی خراب در دهات سبب ایجاد محدودیت تجارت در بین فعالین زنجیره ارزش شده است. تخمین میشود که حدود ۶۰ الی ۸۰ فیصد محصول انگور تبدیل به کشمش میشود.

جدول ۳،۱: فروشات و عواید دهاقین پروژه باغداری و مالداری (HLP) از انگور، کشمش و بادام

| حد اوسط درآمد از محصول - تمام زارعین پروژه | قیمت فی کیلو گرام* | فیصدی محصول به فروش رفته | انگور تازه |
|--|--------------------|--------------------------|------------|
| ۳۴۱۰۰ افغانی (حدود ۶۸۰ دلار امریکائی) | ۵۸ - ۷ افغانی | ۳۰-۱۰ | کشمش |
| ۲۳۱۲۰ افغانی (حدود ۴۶۰ دلار امریکائی) | ۳۱۰ - ۱۰ افغانی | ۴۰-۳۰ | بادام |
| ۳۷۶۵۶ افغانی (حدود ۷۵۳ دلار امریکائی) | ۵۰۰ - ۳۵ افغانی | ۸۰ | |

منبع: سروی بررسی نتایج پروژه باغداری و مالداری (HLP)، ۲۰۰۹.

*این علامت بیانگر تفاوت در انواع مختلف محصول و بعضی فروشات در غیر فصل میباشد.

۴۶. در مورد زعفران، محصول نهائی آن در مقایسه با کشمش ویا بادام از لحاظ حجم بطور قابل ملاحظه کم بوده و انجمن های تولید کنندگان، منجمه انجمن های زنان، بسته های محصولات زعفران را در شهر هرات و بازار های منطقوی و جهانی به فروش میرسانند. در چوکات ۳،۳ تجارب دو انجمن زنان تولید کننده زعفران بیان شده است. یکی از این دو انجمن که در یک ولسوالی هم مرز با ایران موقعیت دارد، بیشتر متمایل به تعلیم و تربیه زنان و کار بیرون از خانه برای آنان میباشد. انجمن دیگر در ولسوالی

^{۲۸} از جانب دیگر، کشمش سبز که با ارزش تر است با میزان بیشتر با خشک کردن انگور سبز در روی سطوح ساده ساخته شده از خشت همراه با مجرای هوا تولید میشود.

^{۲۹} کمال الرحیم، ۲۰۰۷. "تهیه پروژه توسعه زراعت تجارتي، ADB TA No. ۴۶۹۶". پیش نویس گزارش مرحله ۲ افغانستان. جلد سوم، گزارش زنجیره ارزش باغداری. تهیه کننده: شرکت مشورتی لنديل ميلز لمتد برای بانک انکشاف آسیایی؛ آمار داده شده در این گزارش توسط اداره توسعه صادرات افغانستان (EPAA)، اداره ارتقای صادرات کشمش، میوه و سبزیجات افغانستان (EPA) و پروسس کننده گان/صادر کننده گان در کابل تأیید شده است.

موقعیت دارد که نسبت به کار و فعالیت زنان محافظه کار تر میباشد. این نگرش های متفاوت باعث ایجاد تفاوت ها در فرصت ها برای تمویل و فروش زعفران می شود.

چوکات ۳،۳: دو انجمن تولید کننده زعفران زنان افغان

ولایت هرات دارای دو انجمن زنان تولید کننده زعفران میباشد که این دو انجمن مجموعاً دارای ۷۵۰ عضو میباشند. یکی از این انجمن ها در ولسوالی غوریان که با ایران هم مرز بوده و بیشتر متمایل به تعلیم و تربیه زنان و فعالیت آنها در مزرعه میباشد، موقعیت دارد. دلیل گرایش این ولسوالی نسبت به تعلیم و تربیه و کار زنان در بیرون از خانه ممکن است به علت مهاجرت ها به ایران طی بیشتر از ۲۰ سال جنگ در افغانستان باشد. انجمن دیگر در ولسوالی پشتون زرغون موقعیت دارد که این ولسوالی با ولسوالی هرات نزدیک بوده و نسبت به ولسوالی غوریان آزادی های کمتری برای زنان دارد. این تفاوت ها در آزادی برای زنان فرصت های متفاوتی در بخش تعلیم و تربیه، تمویل و بازار یابی محصولات برای زنان ایجاد کرده است. انجمن ولسوالی غوریان زمینه را برای زنان عضو این انجمن مساعد می سازد تا به حیث کارگران روزمزد در مزارع زعفران در این ولسوالی کار کنند. این انجمن به ۲۵ زن بیوه عضویت موقت داده است که ایشان در زمینی که از یکی از اعضای انجمن به اجاره گرفته شده است، زعفران کشت میکنند. این زنان بیوه مکلف اند تا نهایتاً زمین اجاره گرفته شده را دوباره مسترد نمایند ولی میتوانند پیاز گل زعفران را که تعداد آن چندین برابر میشود حفظ کنند. از طرف دیگر، در انجمن ولسوالی پشتون زرغون، اعضای انجمن به این باور بودند که تصمیم گیری اعضای انجمن از شوهران شان که به حیث میانجی با فعالین تجارتي و ادارات عمل میکنند، متأثر میشود. انجمن ولسوالی پشتون زرغون دو سال بیشتر از انجمن غوریان در کشت زعفران مشغول بوده است که این مسئله میتواند تفاوت تولید زعفران توسط این دو انجمن را در سال ۲۰۰۹ توضیح دهد.

| غوریان | پشتون زرغون | عضویت |
|--|---|------------------|
| ۴۸۰ عضو، به شمول دو نفر از طبقه ذکور | ۲۷۵ عضو، به شمول یک نفر عضو از طبقه ذکور | سال تاسیس |
| ۲۰۰۸ | ۲۰۰۶ | سواد |
| چندین عضو تا درجه صنف دوازده تحصیلات دارند. | صرف سه نفر عضو، به شمول یک نفر عضو ذکور، با سواد هستند | دسترسی به برق |
| ندارد | ندارد | زمین تحت کشت |
| ۱۳ جریب (۲۶ هکتار) که توسط اعضای دائمی کشت میشود | ۳ جریب (۰،۶ هکتار)، زمین اکثراً متعلق به زنان میباشد | مواد اولیه |
| ۵۱۰۰ کیلوگرام پیاز زعفران توسط مرکز بین المللی تحقیقات زراعتی در ساحات خشک و تیم بازسازی ولایتی ایتالیا | ۲۶۰۰ کیلوگرام پیاز زعفران که توسط موسسه داکار تامین شده و به ۴۰ عضو توزیع گردید | آموزش مهارت ها |
| موسسه انکشافی سنائی (SDO) و USAID/ASMED تمام اعضای این انجمن را در بخش حاصل برداری و پروسس آموزش داده اند. | موسسه داکار ۶۰ عضو این انجمن را در بخش کشت، حاصل برداری و پروسس زعفران آموزش داده است. | زعفران تولید شده |
| ۳ کیلوگرام در سال ۲۰۰۹ | ۶ کیلوگرام در سال ۲۰۰۹ | واحد پروسس |
| ۳ دستگاه خشک کن | ۳ دستگاه خشک کن و ۱ جنراتور | بازار یابی |
| نمایشگاه در هند و افغانستان در ۲۰۰۹: ۱۳۵۰۰ دالر امریکائی (۳ کیلوگرام به قیمت ۴،۵ دالر فی گرام به فروش رسید؛ زعفران در بسته های یک و یا چند گرمی)؛ اشتراک در این نمایشگاه از طرف USAID/ASMED تمویل میشود. | تقریباً ۲،۵ کیلوگرام زعفران در سال ۲۰۰۹ به قیمت ۲۸۰۰ دالر فی کیلوگرام به یک تاجر زعفران فروخته شد. نمایشگاه در هرات در سال ۲۰۰۹: ۱۵۰ دالر امریکائی (۵۰ گرام به قیمت فی گرام ۳ دالر به فروش رسید؛ زعفران در بسته های یک گرمی بسته بندی شده بود) نمایشگاه در کابل در ۲۰۰۸: ۳۰۰ دالر (۱۰۰ گرام به عین قیمت به فروش رسید، با عین بسته بندی) | فروشات |
| ۱۳۵۰۰ دالر (۳ کیلوگرام به قیمت ۴۵۰۰ دالر فی کیلوگرام به فروش رسید) | ۷۰۰۰ دالر امریکائی (۲،۵ کیلوگرام به قیمت ۲۸۰۰ دالر فی کیلوگرام به فروش رسید) | |

منبع: MEDA, DACAAR

۴۷. **دلال ها و تاجران در سطح قریه.** در زنجیره ارزش کشمش و بادام، تعداد زیاد دلال ها و تاجران در سطح قریه کشمش و/یا بادام را مستقیماً از زار عین بزرگ و کوچک خریداری میکنند. این دلالان محصولات را جمع آوری کرده و کشمش را به قیمت

۶۰ الی ۱۷۰ افغانی فی کیلوگرام و بادام^{۳۰} را به قیمت ۱۲۰ الی ۲۵۰ افغانی فی کیلو گرام به عمده فروشان بزرگ ویا کوچک مندوی میوه جات خشک که مارکیت عمده فروشی ثانوی در مراکز شهری ویا نیمه شهری میباشد، به فروش میرسانند. این دلال ها و تاجران اکثرأ با شرکت های پروسس ویا صادر کنندگان قرارداد دارند و یک تعداد محدودی از زنان تاجر روستائی ویا نمایندگان فروش نیز وجود دارد که برای آن شرکت ها کار میکنند. در رابطه به بادام، بطور مشخص، انواع مختلف آن (مثل بادام شیرین و تلخ) در جریان جمع آوری محصول از یک مزرعه تا مزرعه دیگر مخلوط میشود که این کار به علت نبود آگاهی در مورد بازار در بین فعالین صورت میگیرد.

۴۸. در زنجیره ارزش انگور تازه، دلال ها معمولأ هم در تجارت و هم در عمده فروشی انگور دخیل میباشدند. به علت عمر کوتاه انگور تازه، و نبود امکانات سرد خانه، دلال ها/عمده فروشان محصولات را مستقیماً از دهاقین خریداری کرده و به پرچون فروشان کوچک ویا صادر کنندگان ویا در بازار های داخلی به مشتریان کم در آمد، در دکان های خود در مندوی میوه جات تازه به فروش میرسانند. نرخ فروش بین ۱۰ الی ۶۷ افغانی فی کیلو گرام میباشد. احتمال موجودیت زنان تجارت پیشه انگور در سطح روستاها بسیار کم است زیرا زنان در فعالیت های بعد از برداشت حاصلات کمتر دخیل هستند.

۴۹. **عمده فروشان.** در زنجیره ارزش کشمش و بادام، مرحله اصلی در جمع آوری و افزایش ارزش، به خصوص در رابطه محصولات از تولید کنندگان کوچک و بزرگ، در سطح عمده فروشی صورت میگیرد. عمده فروشان در مندوی میوه خشک و میوه های مغز دار موقعیت دارند^{۳۱}. در مندوی بادام و کشمش پاک کاری، دسته بندی، درجه بندی و بسته بندی برای بازار های داخلی و صادراتی صورت میگیرد. این فعالیت های افزایش ارزش به محصولات معمولأ به زنان در ساحات شهری ویا نیمه شهری سپرده میشود. زنان این کار را در خانه ویا در ساحات مخصوص زنان در بیرون از مندوی انجام میدهند که از کار آنها سوپروایزران از طبقه اناث نظارت میکند. زنان در بدل این کار، حدود ۱۰۰ الی ۲۰۰ افغانی (تخمیناً ۲ الی ۴ دالر امریکائی) روزانه بدست می آورند. پرچون فروشان ویا صادر کنندگان، کشمش بسته بندی شده را در بدل مبلغ ۸۰ الی ۱۹۰ افغانی فی کیلوگرام خریداری میکنند.

۵۰. **شرکت های پروسس کننده، صادر کنندگان، و پرچون فروشان.** بسیاری از شرکت های پروسس در زنجیره ارزش کشمش و بادام، با دلال ها ویا تاجران روستائی قرار داد مینمایند تا آنها مقادیر زیاد محصولات را مستقیماً از دهاقین جمع آوری کرده و با استفاده از وسیاط نقلیه خود به آنها برسانند. بعضی از این شرکت ها خدمات ترویج و تجهیزات (مثلاً بوریا برای خشک کردن) را نیز فراهم میکنند تا محصول با کیفیت بهتر بدست بیاورند. نرخ فروشات نظر به کیفیت محصول متفاوت میباشد. بطور مثال، کشمش سنگل خانی کندهار اگر با دست یک به یک پاک کاری شده باشد، به قیمت ۳۵۰ افغانی فی کیلوگرام به فروش میرسد و اگر درست پاک کاری نشده باشد، به قیمت ۱۶۰ افغانی فی کیلوگرام فروخته میشود. در بازار داخلی کابل، نوع دومی بیشتر به فروش میرسد.

۵۱. شرکت های پروسس نیز در ساحات شهری و نیمه شهری در بخش پاک کاری، دسته بندی، درجه بندی ویا بسته بندی محصولات متکی به زنان میباشدند که کار این زنان توسط آمرین طبقه اناث نظارت میشود. دستمزد این زنان ماهانه در حدود ۸۰ الی ۱۴۰ دالر امریکائی بیان شده است که این مبلغ برای کارگران مرد (که فرصت های کاری بهتری دارند) بسیار کم تلقی میشود. تعداد محدودی از مراکز پروسس که متعلق به زنان و توسط آنان اداره میشود نیز وجود دارند، مثل انجمن افتخار افغانستان (APA). آنها نه تنها زنان را در مراکز پروسس استخدام میکنند، بلکه آنها را به حیث تاجران در سطح قریه جات و یا نمایندگان فروش استخدام می کنند، که با این کار زمینه معامله مستقیم با زنان تولید کننده میسر میشود (۳، ۴).

^{۳۰} نرخ نظر به کیفیت متفاوت میباشد: ۱۲۰ الی ۱۵۰ افغانی برای بادام با کیفیت پائین، و ۲۰۰ الی ۲۵۰ افغانی برای بادام با کیفیت عالی.
^{۳۱} کشمش وارداتی از چین و ایران ویا بادام وارد شده از ایالات متحده نیز در مندوی به فروش میرسد.

چوکات ۴، ۳: انجمن افتخار افغان (APA): شرکت پروسس مواد غذایی تحت مالکیت زنان

در شهر کابل، انجمن افتخار افغان (APA) که یک شرکت پروسس تحت قیمومیت زنان میباشد، به میوه جات خشک و میوه های مغز دار از جمله کشمش و بادام ارزش افزائی میکند. این انجمن دارای ۲۰۰ نفر عضو از طبقه انانث میباشد که در مرکز پروسس به حیث پروسس کننده ویا سوپروایزر کار میکنند. در سال ۲۰۰۹، انجمن افتخار افغان، از فروش تولیدات خود به هتل ها، از طریق دو اتحادیه صادر کنندگان، و دو دکان پرچون فروشی این انجمن مبلغ ۴۲۰۰ دالر امریکائی عواید بدست آورد. همچنان زنان سوپروایز به قریه جات رفته و محصولات را مستقیماً از زنان تولید کننده خریداری مینمایند. اگرچه این انجمن حاضر است در بدل محصولات پروسس شده، یعنی کشمش ویا بادام پاک کاری و دسته بندی شده ۵۰ الی ۱۰۰ فیصد به تولید کنندگان پول بپردازد، ولی بیشتر محصولات در مرکز پروسس انجمن پروسس و بسته بندی میشود. انجمن افتخار افغان بعضی اوقات بخاطر تکمیل نمودن سفارشات بدست آورده، محصولات را از مارکیت عمده فروشان خریداری میکند.

انجمن افتخار افغان در حال تاسیس مراکز جمع آوری و خشک سازی کشمش در محلات میباشد که این مراکز مجهز با دستگاه های خشک کن آفتابی میباشد که با استفاده از آن کشمش بدون خاک و کثافات تهیه میشود؛ این دستگاه ها فعلاً در مرحله آزمایشی قرار دارند. این مراکز محلی با استفاده از وسایط ترانسپورتی خویش، محصولات را از نزد زنان تولید کننده جمع آوری میکنند. این انجمن با سایر انجمن های زنان مثل شورای تجارتي زنان افغانستان (AWBC) تشریک مساعی دارد. این شورای زنان دارای یک شبکه زنان بوده و میتواند در بخش بازار یابی محصولات در بازار های محلی و ملی کمک و همکاری نماید.

منبع: MEDA

۲.۳ موانع و فرصت ها برای زنان تولید کننده

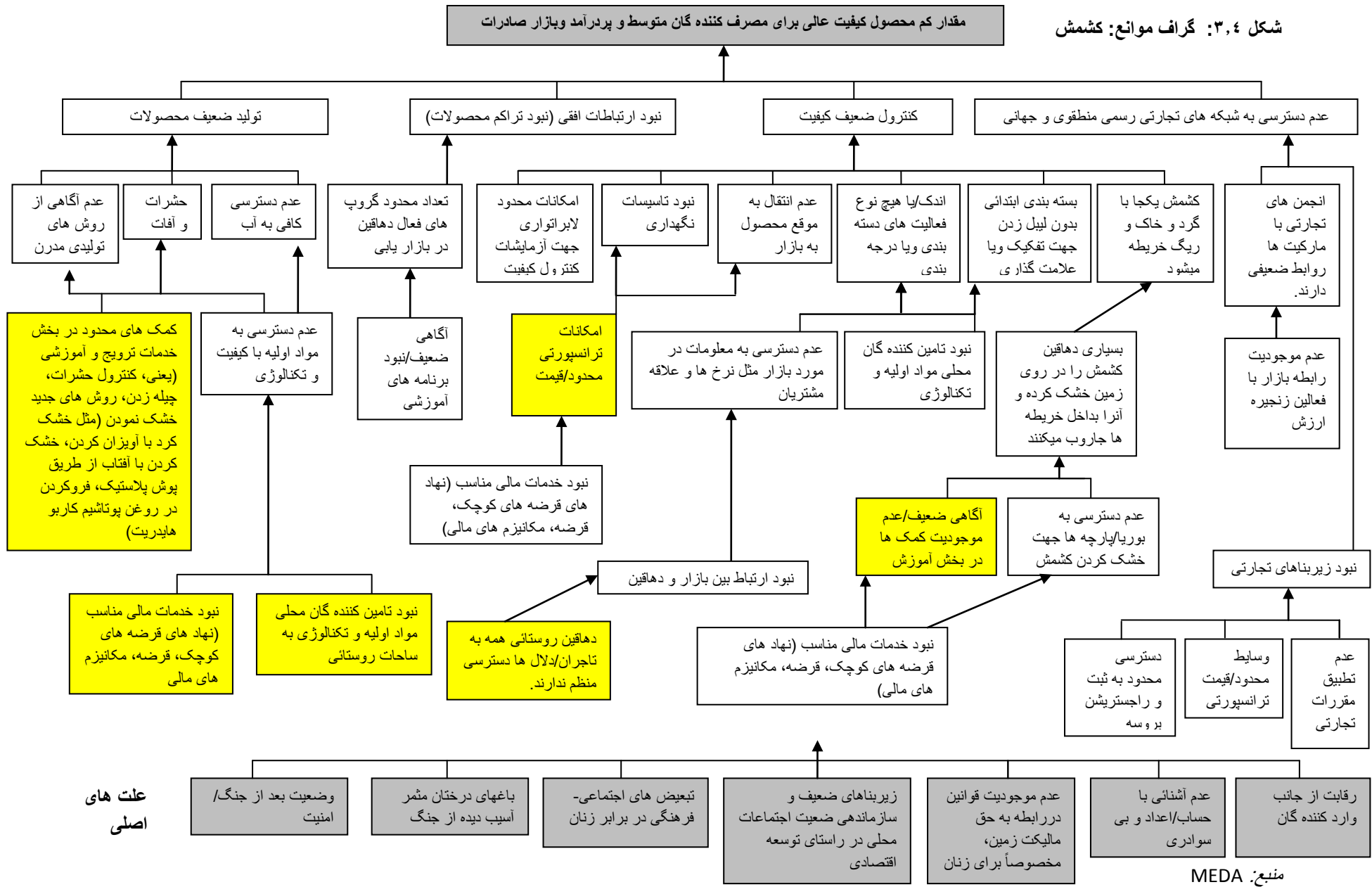
۵۲. در زنجیره ارزش انگور/کشمش، بادام و زعفران، زنان روستائی در تولید، حاصل برداری و فعالیت های بعد از حاصل برداری قویاً دخیل میباشدند که ایشان این همه کار را در برابر هیچ نوع مزدی در باغها و خانه های متعلق به خانواده هایشان انجام میدهند. خاصتاً زنان، در پروسس محصولات، در مراکز شهری و نیمه شهری که توسط عمده فروشان و پروسس کننده گان در زنجیره ارزش کشمش و بادام به حیث کارگران روز مزد استخدام میشوند، نقش کلیدی را ایفا میکنند. اجرت آنها تخمیناً روزانه ۱۰۰ الی ۲۰۰ افغانی میباشد که کمتر از نصف مبلغی است که کارگردان مرد در حاصل برداری و پروسس انگور تازه بدست می آورند.

۵۳. موانع مشخص در برابر زنان. در گراف موانع (شکل ۴، ۳) چالش های مشخص زنان در تولید و فروش مقادیر زیاد محصولات کشمش به بازار های داخلی و صادراتی (با رنگ زرد) برجسته ساخته شده است. شکل ۳، ۵ بیانگر موانعی است که مشخصاً زنان را از ارتقا به اجرای نقش های دیگر در زنجیره ارزش کشمش محدود کرده است.^{۳۲} با توجه به نورم های اجتماعی و فرهنگی که زنان را از معامله رو در رو با مردان و از سفر تنهائی منع میکند، مانع اصلی در برابر زنان تولید کننده، نبود ارائه خدمات از زنان - به - زنان در هر مرحله زنجیره ارزش، از تولید گرفته تا فروش محصولات در سطح روستا ها و مندوی میباشد. این مسئله کیفیت محصولات را در هر مرحله زنجیره متاثر میسازد، زیرا این موضوع دسترسی زنان را به خدمات ترویج، از جمله محصول برداری و فعالیت های بعد از برداشت محصول، دسترسی به بازار (هم معلومات بازار و هم دسترسی فزیکي به آن)، و قرضه محدود میسازد. تفصیلات در ذیل آمده است:

^{۳۲} گراف موانع رابطه معمول را نشان میدهد. این گراف در تعیین اولویت ها کمک میکند زیرا در قدم اول رسیدگی به مشکلاتیکه در بخش تحتانی گراف آمده است، در مرفوع ساختن موضوعات پیچیده تر در قسمت فوقانی گراف مهم میباشد. اگرچه در این تحقیق تمام چالش های اصلی شناسائی شده است، ولی تمرکز آن روی چندر بدین معنی است که همه این چالش ها با عین تفصیلات بحث نشده است. این مسئله با گراف موانع و مباحث مرتبط در خصوص سایر زنجیره های ارزش که در این تحقیق تجزیه و تحلیل شده اند، صدق میکند.

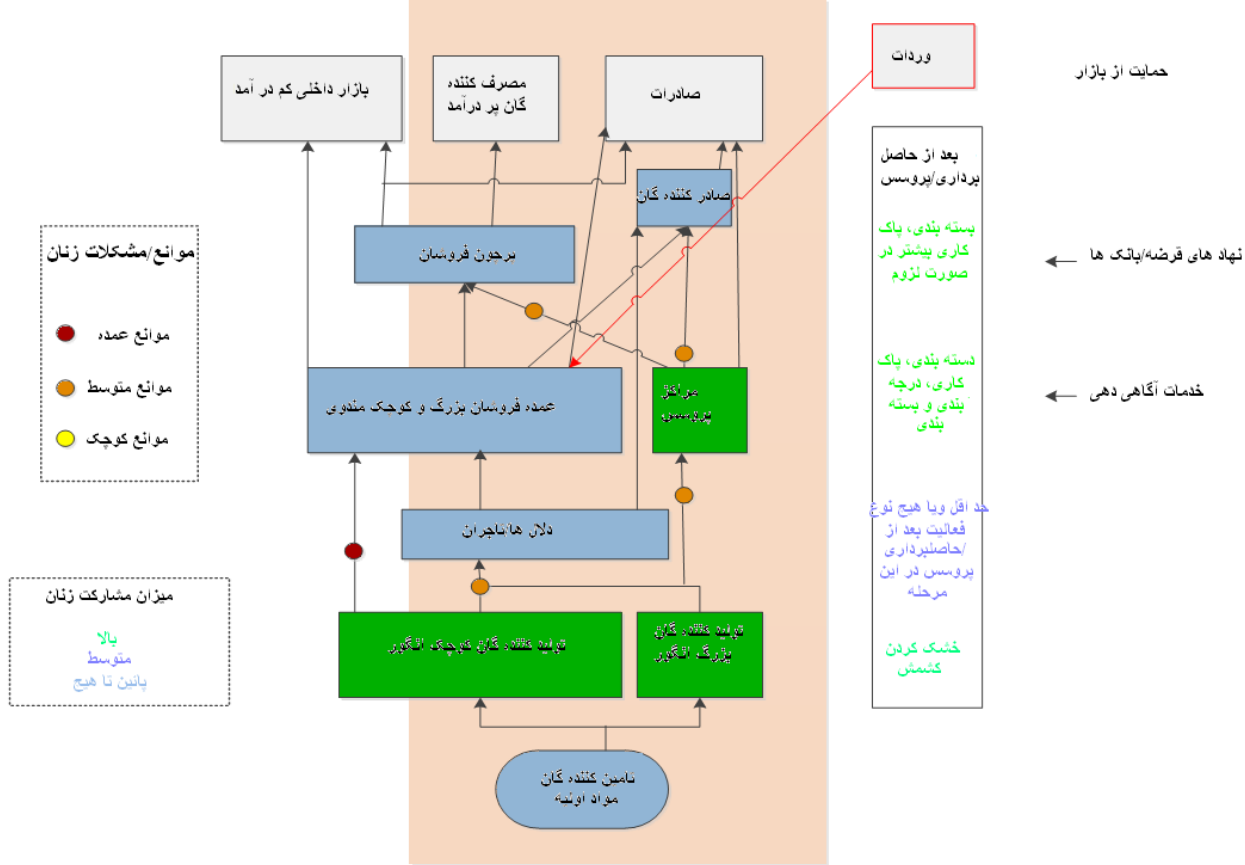
^{۳۳} گراف موانع و دیاگرام موانع چندر در بخش انگور، بادام و زعفران نیز در ضمیمه های مربوطه موجود میباشد.

شکل ۳،۴: گراف موانع: کشمش



تذکر: موانعی که به طور قابل ملاحظه مشارکت زنان در سطوح بالاتر زنجیره ارزش را محدود میسازند، با رنگ زرد برجسته ساخته شده است.

شکل 3.5: مشکلات زنان در سکتور فرعی کشمش



منبع: اشکال ۳، ۴ و ۳، ۵ براساس آمار بدست آمده از تحقیق از مایوکس (Mayoux) و مکی (Mackie) (۲۰۰۹) و USAID (۲۰۱۰)

تذکر: ساحة که به رنگ نسواری کمرنگ نشانی شده است، بیانگر زنجیره ارزش امید بخش میباشد. نشانه های موانع که در شکل دیده میشود موانعی را که زنان را از ارتقا به بخش های بالای زنجیره ارزش بازداشته است، نشان میدهد. رنگ این موانع بیانگر شدت مانع میباشد: رنگ زرد = یک مانع کوچک؛ رنگ نارنجی = مانع متوسط؛ رنگ سرخ = مانع عمده. به اساس تحلیل آمار کیفی، مشخص گردید که موانع قابل تطبیق نمی باشد (بطور مثال، اگر زنان در یک نقش مشخص دخیل نباشند، ارتقا به سطح بعدی بی ربط تلقی میشود)؛ مانع کوچک: (زنان را نسبت به مردان کمی بیشتر متأثر میسازد، معمولاً ناشی از نورم های اجتماعی-فرهنگی)؛ مانع متوسط: (زنان را در زنجیره ارزش به مراتب بیشتر از مردان متأثر میسازد، هر چند برخی از زنان بالای این گونه موانع فایز آمده اند)؛ ویا مانع عمده: (زنان را در زنجیره ارزش به مراتب بیشتر از مردان متأثر ساخته و هیچ زنی نتوانسته است از این گونه موانع عبور کرده و به قسمت های بالاتر زنجیره ارزش برسد). موانع مشخص برای زنجیره ارزش امید بخش (که به رنگ صورتی برجسته ساخته شده است) و برای موقف های که زنان در آن دخیل هستند (قسمیکه با رنگ های سبز و ارغوانی نشانی شده و بیانگر میزان مشارکت زنان میباشد) بیان شده است.

- **خدمات محدود ترویج**، وزارت زراعت، آبیاری و مالداری و پروژه های که توسط مراجع تمویل کننده تمویل میشوند، بعضی خدمات ترویج را ارائه میدارند ولی این خدمات بیشتر متمرکز مردان که مالک زمین هستند، میباشد. مباحثات گروهی متمرکز دریافته که زنان باید به هر نوع معلوماتیکه اعضای ذکور خانواده مایل و یا قادر به ارائه آن اند، اتکا کنند. تعداد زیادی از زنان نسبت به دریافت خدمات ترویج بطور مستقیم ابراز علاقمندی نمودند. تجارب حاصله از پروژه باغداری و مالداری نشان میدهد که عمده ترین چالش استخدام و حفظ کارمندان واجد شرایط خدمات ترویج از طبقه اناث که تحصیل و توانائی سفر را داشته باشند، میباشد.

- **ضعف در کنترل کیفیت و فعالیت های بعد از حاصل برداری.** حتی اگر خدمات ترویج هم به زنان فراهم شود، این خدمات عمدتاً روی تولید، به خصوص افزایش در محصولات، متمرکز خواهد بود نه روی کنترل کیفیت محصولات در حین حاصل برداری و یا فعالیت های بعد از برداشت محصولات. اگر چه زنان در رابطه به نظافت و پاکی و دیگر معیار های کیفیت آگاهی های اساسی دارند، ولی اکثریت آنها نسبت به رعایت آن بی توجه هستند. این مسئله در تولید کشمش بیشتر صدق میکند، زیرا کشمش در نزد دهاقین نسبت به انگور اهمیت کمتری دارد. بنابراین، زنان انگیزه، وقت و یا منابع بیشتری (از قبیل بوریا برای خشک کردن کشمش) جهت انجام پروسس درست کشمش ندارند. زنان تولید کننده بادام نیز اینرا میدانند که مغز بادام با کیفیت پائین و یا متوسط به قیمت بالا به فروش میرسد؛ ولی با وجود این، آنها ابزار درست در اختیار ندارند تا پوست بادام را طوری از آن جدا کنند که به مغز آن آسیب نرسد.
- **محدودیت و یا نبود معلومات در مورد بازار.** زنان در مورد بازار، نرخ ها، انواع با ارزش محصولات، حفظ الصحة، و یا کیفیت معلومات اندک داشته و یا هیچ معلوماتی ندارند، مگر اینکه اعضای ذکور خانواده به آنها معلوماتی ارائه نمایند. دلیل آن این است که فعالین اصلی زنجیره ارزش، از قبیل تامین کنندگان مواد اولیه، و دلال ها/تاجران روستائی اغلب مرد ها میباشند که زنان اجازه معامله رو در رو با آنها را ندارند. اکثر دهاقین در فروش محصولات خود قویاً وابسته به دلال ها و یا تاجران روستائی میباشند؛ به همین دلیل مردان نیز در مورد انواع پرفروش محصولات، شرایط کیفیت، و یا نرخ های مروج محصولات خود در بازار های شهری، مانند کابل، معلومات اندکی دارند.
- **دسترسی محدود به بازار.** اکثر زنان روستائی به بازار های محلی دسترسی محدود داشته و یا هیچ نوع دسترسی ندارند، زیرا نورم های اجتماعی و فرهنگی به آنان اجازه نمی دهد تا به تنهایی سفر کنند و یا با دکان داران ذکور معامله کنند. دسترسی ضعیف زنان به ترانسپورت عامه و نیاز آنها به همراهی توسط مردان، روی فروش زعفران توسط انجمن زنان تولید کننده در ولسوالی نسبتاً سنتی پشتون زرغون نسبت به انجمن زنان در ولسوالی غوریان تأثیرات منفی زیادی دارد. زیربناهای فزیک افغانستان هنوز هم ضعیف بوده و علاوه برآن، اکثریت دهاقین وسایط ترانسپورتهی محدودی جهت رفتن به نزدیکترین بازار ها دارند. مردان اکثراً یک و یا دو خریطه (بیشتر از ۵۰ کیلوگرامی) انگور تازه، کشمش و یا بادام را به نزدیک ترین مارکیت حمل میکنند. به علت همین مشکلات از ناحیه ترانسپورت در روستاها، دهاقین کوچک مجبور اند در وقت فروشات به دلال ها و یا تاجران روستائی که وسایط ترانسپورتهی خود را در اختیار داشته و نظر به تقاضای بازار به قریه جات سفر میکنند، اتکا نمایند. دهاقین به این گونه تاجران دسترسی اندکی داشته و نسبت به اینکه خودشان محصولات را به بازار برده و مستقیماً به فروش برسانند، قدرت معامله تجارتهی نیز در وضعیت ضعیفی قرار دارند.
- **عدم موجودیت خدمات مناسب مالی.** علاوه بر اندک بودن تعداد مسئولین قرضه دهنده از طبقه انانث، قرضه هائیکه از جانب نهاد های فراهم کننده قرضه های کوچک پرداخته میشود، اکثراً مستلزم تضمین و وثیقه میباشد. مردان معمولاً مالک زمین میباشند که این امر سبب میشود تا زنان بدون حمایت اعضای ذکور خانواده به محصولات زراعتی دسترسی بسیار محدود داشته و یا هیچ دسترسی به آن نداشته باشند. علاوه برآن، علی الرغم ظهور نهاد های فراهم کننده قرضه های کوچک و بانک های تجارتهی در مراکز شهری، خدمات مالی مناسب که با احکام شریعت اسلامی (که تصریح میکند که در برابر قرض نباید سود گرفته شود)^{۳۴} سازگار بوده، و در مناطق روستائی قابل دسترس باشد و یا قرضه های زراعتی اعطا نمایند، بسیار اندک است.^{۳۵}

^{۳۴} و یا معاملات سپرده های پولی براساس سود؛ جهت کسب معلومات بیشتر به گریس و پیلگرینی (Grais & Pellgrini) مراجعه شود (۲۰۰۶)

^{۳۵} افغانستان در جریان تقریباً ۲۰ سال جنگ داخلی هیچ نوع سکتور مالی نداشت. اینک که نهاد های مالی قرضه های کوچک و تعداد محدودی از بانک های تجارتهی انواع مختلف قرضه ها به افراد، گروپ ها و تشبثات کوچک و متوسط تجارتهی پیش کش میکنند، چالش های عمده مطابقت این قرضه ها با احکام شرعی و بهتر ساختن موجودیت این گونه خدمات مالی در مناطق روستائی کشور میباشد. پروسس کننده گان، عمده فروشان، و صادر کننده گان معمولاً با پول نقد معامله کرده و قرضه های غیر رسمی و مبتنی بر اعتماد متقابل ارائه میدارند. در جریان مصاحبه، این اشخاص علاوه بر ابراز نگرانی در مورد مطابقت این گونه خدمات مالی با احکام شرعی، بیان داشتند که گرفتن اینگونه قرضه ها یک پروسه پیچیده و بیوروکراسی یا کاغذ پرانی بسیار طولانی دارد. انواع مختلف تضمین و وثیقه لازم است و میزان سود نیز بین ۱۵ الی ۲۰ فیصد میباشد. دسترسی دشوار به مناطق روستائی یک چالش دیگر است: مسافرت مصافت های دور برای مشتریان پرهزینه بوده، خطرات سرقت و نا امنی بسیار بالا بوده و برای نهاد های قرضه های کوچک

۵۴. فرصت های زنان در این سه زنجیره ارزش. به منظور توانمند ساختن زنان تولید کننده در ارتقا به سطوح بالا تر در زنجیره ارزش محصولات صادراتی کلیدی، لازم است تا مدل ارائه خدمات توسط زنان- برای - زنان از تولید کننده به عمده فروش/پروسس کننده/صادر کننده ایجاد گردد. انجمن افتخار افغان دارای زنان فروشنده میباشد که به حیث تامین کنندگان ماده اولیه ویا تاجران فعالیت میکنند. این زنان محصولات کشمش و بادام را مستقیماً از زنان تولید کننده خریداری کرده، به آنها ابزار اولیه از قبیل بوریا برای خشک کردن کشمش فراهم نموده و ظرفیت کنترل کیفیت را تقویت میکنند. همینگونه، موسسه MEDA با زنان تولید کننده در بخش ایجاد و تصاحب زنجیره های ارزش سبزیجات از طریق تشکیل گروه های زنان تولید کننده، ارائه خدمات ترویج، حمایت از زنان فروشنده در افزایش ارزش و بازار یابی محصولات و تامین ارتباط زنان با نهاد های فراهم کننده قرضه های کوچک کار نموده است. (چوکات ۳،۵)

چوکات ۳،۵: پروژه تحت نام از طریق دروازه باغ – Through the Garden Gate (TTGG): پروژه که زنان را در زنجیره ارزش سبزیجات بسیج میکند.

پروژه TTGG بیش از ۲۳۰۰ زن را در نه قریه ولایت پروان در تولید، پروسس، بسته بندی و فروش سبزیجات در قریه جات و مراکز ولایتی کمک میکند. از سال ۲۰۰۷، زمانیکه موسسه MEDA این پروژه را آغاز نمود تا اکنون، عواید این فعالیت ها بطور چشمگیری افزایش یافته است. طبق گفته های زنان، آنها سالانه مبلغ ۷۸۰ دالر امریکائی از این منبع جدید معیشتی عواید بدست می آورند. کمک های موسسه MEDA شامل موارد ذیل میشود: بسیج اجتماعی، خدمات ترویج، کمک در بخش بازار یابی و برنامه های افزایش ارزش، تامین ارتباط با تامین کنندگان مواد اولیه و نهاد های فراهم کننده قرضه های کوچک. در همکاری با پوهنتون کابل، تسهیل کنندگان محلی که توسط شورای تجارت زنان افغان شناسائی گردیده اند، گروه های زنان تولید کننده را که هر کدام ۲۰ - ۲۵ عضو دارد تشکیل میدهند. این گروه ها علاوه بر یاد گیری از روش مکاتب ساحوی دهاقین، سپرده های بانکی و قرضه های مشترک را تسهیل میکنند. این گروه ها یک ویا دو نفر زن متشبهت، معمولاً زارعین پیشقدم، را انتخاب میکنند تا آموزش های بیشتری در بخش های ذیل کسب نمایند: آموزش در بخش مهارت های تولیدی و تجارتي از جمله بازار یابی، مدیریت تجهیزات و زیربناها به منظور افزایش ارزش محصولات ویا فعالیت های بیشتر تجارتي (از قبیل، راه اندازی و اداره گلخانه ها، تاسیسات انبار های زیر زمینی، ویا تجهیزات خشک کننده؛ و یا ایفای نقش نمایندگان فروش برای یک تعداد از زارعین زن). موسسه MEDA به منظور ایجاد زیربناهای ارزش افزا برای یک تعداد از زنان متشبهت کمک های مالی همسان را تامین کرده است.

موسسه MEDA رابطه بین زنان برای زنان که قرضه های انفرادی و گروهی (چهار تا پنج زن) برای زنان را تامین میکند، فراهم میکند. زنانیکه به قرضه جهت تامین مواد اولیه نیاز داشته باشند در داخل انجمن گروه ها را تشکیل داده و بشکل گروهی قرضه میگیرند. آنها قبل از حاصل برداری در بازپرداخت قرضه خود مدت دو تا سه ماه مهلت دارند که در این دوره هیچ نوع سودی در برابر قرضه نمی پردازند. تسهیل کنندگان محلی مقیم در قریه پول را از زنانیکه به حیث نمایندگان قرضه از جانب نهاد های فراهم کننده قرضه های کوچک کار میکنند، جمع آوری میکنند.

منبع: MEDA

۵۵. در سطح تولید کنندگان، ارائه خدمات توسط زنان - برای - زنان را میتوان از طریق بسیج ساختن گروه های زنان تولید کننده، ارائه خدمات ترویج در مورد فعالیت های بعد از برداشت حاصلات، و کنترل کیفیت محصولات، آموزش زنان نیمه مسلکی^{۳۶} به منظور توسعه خدمات در روستاها، تامین دسترسی زنان به قرضه از طریق تامین ارتباط

رسیدن به مردم روستائی پرهزینه میباشد. علاوه برآن، بسیاری از خانواده های روستائی هیچ تجربه در اداره کردن قرضه ویا پس انداز، به خصوص با یک نهاد مالی ندارند.

^{۳۶} اشخاص نیمه مسلکی اکثراً تا سطح حرفوی آموزش داده میشوند تا اشخاص مسلکی را در ساحات مشخص تعلیم و تربیه، زراعت، ساینس، حقوق، ویا صحت، کمک نمایند. این اشخاص تا مرحله سطوح مسلکی با بالاترین شایستگی، آموزش داده نشده ویا جواز فعالیت در این سطح را ندارند، ولی آنها میتوانند کار هائی را که ایجاب دانش قوی در آن رشته را نماید، انجام دهند ویا حتی بطور مستقلانه و

بین زنان و نهاد های فراهم کننده قرضه های کوچک، و استفاده از تکنالوژی معلوماتی در بازاریابی تسهیل نمود. تفصیل این موضوعات در ذیل آمده است:

- **بسیج کردن انجمن های زنان تولید کننده.** گروه های زنان تولید کننده توسط موسسات داکار، MEDA، پروژه باغداری و مالداري (HLP) و سایر پروژه هائیکه توسط مراجع تمویل کننده تمویل میشوند، در حال شکل گیری است. گروه های زنان تولید کننده نقطه آغازین اصلی در ارائه خدمات توسط زنان - برای - زنان در بخش های ذیل میباشد: (۱) خدمات ترویج، از جمله در رابطه حاصلبرداري و فعالیت های بعد از حاصل برداري، توسط فراهم کنندگان خدمات ترویج از طبقه انات؛ (۲) قرضه (که توسط مسئولین ویا نماینده گان قرضه از طبقه انات تامین میشود)؛ و (۳) تامین مواد اولیه و ارتباط با بازار (از طریق زنان تاجر ویا فروشنده در سطح روستا ها). گروه های زنان تولید کننده، با بعضی کمک های مالی، میتوانند فعالیت های جمع آوری، از قبیل ایجاد مراکز جمع آوری کشمش و بادام را انجام بدهند ویا روی آن سرمایه گذاری کنند. این گونه مراکز برای زنان تولید کننده ساحه مخصوص و در عین حال قابل دسترس را فراهم خواهد کرد تا در آنجا، انگور تازه را دسته بندی، درجه بندی، و بسته بندی نموده و در آن زمینه آموزش زنان - از - زنان در خصوص کنترل کیفیت محصولات مساعد گردد.
- **ارائه خدمات ترویج در مورد فعالیت های بعد از برداشت محصولات و کنترل کیفیت.** آموزش زنان تولید کننده در رابطه به فعالیت های بعد از برداشت محصولات و کنترل کیفیت، منجمله حفظ الصحه و نظافت، روش هائی از قبیل خشک کردن انگور (با استفاده از بوریا ویا سایر تکنالوژی ها مثل دستگاه های خشک کن آفتابی)، دسته بندی و درجه بندی حائز اهمیت میباشد. در مزارع کوچک، زنان در حاصل برداري و بسته بندی انگور نیز سهیم میباشدند. مهارت هائیکه زنان میتوانند آنرا آموخته و در سطح خانه از آن استفاده نمایند، شامل دسته بندی، درجه بندی، نگهداری (مثلاً در زیر خیمه) و بسته بندی (مثلاً در کریت ها) مناسب به منظور کاهش وارد شدن خساره به محصولات در جریان حمل و نقل میشود.
- **تربیه زنان نیمه مسلکی به منظور توسعه خدمات در روستاها.** چون دسترسی به ساحات دور افتاده روستائی کمتر بوده و در این ساحات تعداد محدودی از زنان فراهم کننده خدمات ترویج موجود میباشدند، تربیه زنان نیمه مسلکی در این روستاها میتواند دسترسی زنان تولید کننده به خدمات ترویج را تامین کند. پروژه باغداری و مالداري (HLP) زنان آموزگار زارع را در گروه هایشان کمک میکند، در حالیکه موسسه داکار در انجمن های زنان تولید کننده سوپروایزران را آموزش داده تا آنها در بخش پروسس محصولات بعد از برداشت آن به زنان مشورت دهند. لازم است تا مهارت ها و ظرفیت های آنها بیشتر تقویت گردد تا وظایف اشخاص نیمه مسلکی را انجام داده بتوانند.
- **تسهیل دسترسی زنان به قرضه از طریق تامین ارتباط آنها با نهاد های فراهم کننده قرضه های کوچک (MFI).** گروه های تولید کننده به زنان فرصت آنرا میدهند تا تضمین های لازم جهت دریافت قرضه را ایجاد نمایند. حدود ۴۰ فیصد گروه های زنان تولید کننده که از جانب پروژه باغداری و مالداري حمایت میشوند، صندوق های پس انداز برای خود ایجاد نموده اند که حد اوسط سپرده های پولی در این صندوق ها در هر گروه تخمیناً مبلغ ۸۰۰۰ افغانی میباشد. چهارده گروه زنان تولید کننده در دو ولایت شمالی از نهاد های فراهم کننده قرضه های کوچک مبلغ ۱،۱۴ میلیون افغانی (تخمیناً ۲۲۸۰۰ دالر امریکائی) قرضه گرفته اند^{۲۷}. نهاد های فراهم کننده قرضه های کوچک و سکتور مالی در کل، باید دسترسی زنان به امکانات مالی را تامین کرده و همچنان تولیدات و خدمات مشخص را برای زنان جهت حمایت و تقویت فعالیت های زراعتی آنان عرضه نمایند. تلاش ها جهت اعطای قرضه برای زنان به منظور تقویت فعالیت های ارزش افزای آنها در سطح پروسس محصولات باید

بدون نظارت مسقیم یک شخص مسلکی فعالیت نمایند. بعضی از بست های نیمه مسلکی ایجاب امتحانات و تصدیقنامه های مشخص در آن رشته را مینمایند، در حالیکه بست های دیگر نیمه مسلکی صرف ایجاب داشتن یک سطح معین دانش و آگاهی را میکنند.^{۲۷} موسسه خدمات مالی آریانا یکی از محدود نهاد های قرضه های کوچک میباشد که برای زنان قرضه های زراعتی اعطا کرده و علاقمند به حمایت از فعالیت های بعد از برداشت حاصلات میباشد. شورای جهانی اتحادیه های قرضه (WOCCU) موسسه پیشگام در سیستم اتحادیه های جهانی قرضه بوده و از ایجاد اتحادیه های قرضه در افغانستان حمایت میکند. بر خلاف بانک ها و نهاد های قرضه های کوچک، اتحادیه های قرضه توسط اعضای اتحادیه تاسیس شده و متعلق به آنها میباشد. صرف اعضای که بالای اتحادیه حق مالکیت دارند میتوانند به خدمات پس انداز و قرضه که توسط هریک از این اتحادیه های قرضه عرضه میشود، دسترسی داشته باشند.

طوری طراحی شود که با تجربه زنان در بخش تجارت سازگاری داشته باشد^{۳۸}. افزایش تعداد مسئولین قرضه دهنده از طبقه اناث نیز به زنان کمک خواهد کرد تا به خدمات اساسی مالی دسترسی بهتر داشته باشند که این امر به نوبه خود به آنها در امر بهتر ساختن روش ها و سودمندی فعالیت های شان مفید واقع خواهد شد.

- **استفاده از تکنالوژی معلوماتی در بازاریابی.** در زنجیره های ارزش که در اینجا روی آن تحقیق صورت گرفت، زنان به ندرت در بخش بازاریابی سهم اند. تجارب در کشور های همسایه نشان میدهد که دهاقین میتوانند با استفاده از تکنالوژی معلوماتی و مخابراتی از قبیل تیلفون های سیار و پیام های کوتاه در رابطه به نرخ بازار، خدمات ترویج، موجودیت مواد اولیه و سایر موضوعات مفید برای آنها، معلومات بدست آورند. هرچند در بسیاری از جوامع، استفاده از ماشین آلات، تجارت و ترانسپورت تحت سیطره مردان قرار دارد، ولی تکنالوژی معلوماتی هنوز متعلق به یک جنسیت خاص نبوده و بنابراین زنان تولید کننده، و فراهم کنندگان خدمات از طبقه اناث میتوانند از این تکنالوژی بدون مواجه شدن با نورم های اجتماعی استفاده نمایند.

۵۶. بعضی از این توصیه ها با دو انجمن زنان تولید کننده زعفران در ولایت هرات آزمایش گردید. موسسه داکار تطبیق فعالیت های ذیل را تمویل نمود: (الف) همایش انکشاف زنجیره ارزش زعفران، (ب) اعطای کمک های مالی کوچک به منظور بهبود فعالیت های بعد از برداشت محصولات، (ج) تهیه و ترتیب کتاب رهنما در مورد کنترل کیفیت و اعاده مصارف، (د) تعیین سوپروایزران زن جهت ارائه مشورت های ترویج. در چوکات ۳،۶ در مورد این برنامه معلومات مفصل ارائه شده است.

^{۳۸} معمولاً، زنان در بخش تجارت حدود ۷ الی ۸ سال تجربه کاری دارند در حالیکه مردان حدود ۳۰ تجربه کاری در این بخش دارند. زنان در مورد اتاق های تجارت و صنایع افغانستان بیان داشتند که نهاد های قرضه های کوچک باید به منظور ایجاد تشبسات کوچک و متوسط زنان، بسته های انعطاف پذیری عرضه بدارد که مدت مهلت آن ۵ الی ۶ ماه بوده و مدت برای باز پرداخت قرضه نیز بیشتر از ۶ - ۱۲ ماه باشد.

چوکات ۳, ۶: توسعه زنجیره ارزش زعفران با زنان تولید کننده

یک پروژه آزمایشی به منظور تقویت زنجیره ارزش زعفران افغانستان بعضی از پیشنهادات این تحقیق را به منظور کمک با زنان تولید کننده جهت ارتقا به سطوح بالا تر زنجیره ارزش تطبیق نمود. این پروژه آزمایشی، به همکاری کمیته همکاری های دهمکار با مهاجرین افغان (DACAAR) همایش زنجیره ارزش زعفران را راه اندازی نمود که دست اندرکاران اصلی در زنجیره ارزش زعفران در ولایت هرات را گرد هم آورد. اشتراک کنندگان این همایش متشکل از زنان تولید کننده، نمایندگان نهاد های دولتی در سطح ولایت، موسسات کمک کننده، و سکتور خصوصی می شد. آنها روی موضوعات ذیل بحث نمودند: (۱) احتمال اعطای نقش کارمندان ترویج محلی و یا اشخاص نیمه مسلکی برای زنان فارغ صنوف دوازدهم، (۲) تسهیل روند کنترل کیفیت و آموزش زنان - از - زنان با روش های آموزش بصری؛ (۳) تقویت تحقیق و توسعه در پوهنتون هرات، از جمله تهیه و ترتیب نصاب تعلیمی در مورد زعفران؛ و (۴) توسعه سکتور فرعی زعفران با استفاده از این همایش جهت تشریک آگاهی در بین دست اندرکاران اصلی.

با استفاده از کمک مالی ۳۴۰۰ دالری برای هر انجمن، زنان دستگاه های خشک کن، بسته های کوچک برای بازار یابی و دستکش های پلاستیکی و سایر اشیای مصرفی خریداری نمودند تا پروسس زعفران بشکل صحی و با رعایت حفظ الصحة انجام شود. موسسه داکار، در رابطه به فعالیت های بعد از برداشت محصول مواد آموزشی بصری و کتاب رهنمای عملیاتی را ترتیب نمود. آنها ۲۵۰ زن را در بخش کنترل کیفیت و دو نفر زن را به حیث سوپروایزر جهت ارائه مشورت های ترویج آموزش دادند. انجمن ها موضوع حق الزحمه در برابر استفاده از دستگاه های خشک کن و بسته بندی را نیز مطرح نمودند.

در نتیجه، ۲۲ کیلوگرام زعفران توسط دو انجمن زنان تولید گردید که دو برابر محصول سال ۲۰۰۹ میباشند. نرخ فروش در یک گروپ ۵۰ فیصد و در گروپ دیگر ۱۰۸ فیصد افزایش یافت. انتظار می رود نرخ فروش از این هم بالاتر برود زیرا زنان در نظر دارند زعفران را در خارج از فصل کشت آن در اواسط سال ۲۰۱۱ به فروش برسانند. این انجمن ها مبلغ ۱۰۸۷۰۰ افغانی (تخمیناً ۲۱۰۰ دالر امریکائی) عواید بدست آوردند و در نظر دارند تا یک دستگاه دیگر نیز خریداری کنند. در حالیکه زنان سوپروایزر زمینه کنترل کیفیت را مساعد نمودند، یک نفر سوپروایزر میتوانست با ۲۰ الی ۳۰ نفر تولید کننده کار نماید.

منبع: داکار (DACAAR)

۵۷. در سطح عمده فروشی/پروسس، تعدادی از زنان به حیث تاجران روستائی، دلالان و پروسس کنندگان در زنجیره ارزش کشمش، بادام و زعفران عرض وجود نموده اند. انجمن افتخار افغان (APA) روی ایجاد یک مدل نو ظهور ارائه خدمات توسط زنان - برای - زنان کار میکند.

- **دسترسی به بازار از طریق نماینده های فروش از طبقه اناث.** نقش دلالان، تاجران روستائی و تامین کنندگان مواد اولیه معمولاً با هم مرتبط میباشند. اگرچه تعداد بسیاری اندکی از زنان به حیث تاجر/دلال کار میکنند، بسیاری از اشتراک کنندگان این مطالعه بیان داشتند که برای زنان فرصت ایفای سهم بزرگتر درین راستا وجود دارد. زنان سوپروایزر در مراکز پروسس و یا مندوی ها هم اکنون نقش بارز را در کنترل کیفیت کشمش، بادام و زعفران ایفا مینمایند. همچنان آنها میتوانند زنان تولید کننده روستائی را نیز آموزش دهند تا به سطح قابل قبول کیفیت دست یابند.
- **ایجاد مراکز پروسس متعلق به زنان.** در مناطق شهری و نیمه شهری زنان در بخش پروسس قویاً دخیل میباشند. سرمایه گذاری در این سطح، میتواند روی موفق زنان در زنجیره ارزش تاثیرات چشمگیری داشته باشد. این گونه سرمایه گذاری ها باید توأم با برنامه های آموزشی تجارتي برای زنان در بخش راه اندازی و اداره اینگونه مراکز باشد.

۳.۵ نتیجه گیری: تقویت ارائه خدمات توسط زنان - برای - زنان

۵۸. زنان نقش کلیدی را در حاصل برداری و فعالیت های بعد از حاصل برداری در زنجیره های ارزش انگور/کشمش، بادام، و زعفران ایفا میکنند. زنان روستائی در باغ های فامیلی ویا خانه های خود میوه جات را خشک و/یا بسته بندی میکنند ولی در مورد کنترل کیفیت- و به خصوص در مورد بهداشت و حفظ الصحه - هیچ آگاهی ندارند. اگرچه آنها در مورد افزایش ارزش به محصولات بعضی معلومات دارند، ولی تجهیزات مناسب از قبیل بوریا ویا ابزار پاک کاری میوه جات را در اختیار ندارند. در سطوح بالاتر زنجیره ارزش تعداد بسیار اندک زنان فعالیت داشته ویا هیچ زنی در آن فعالیت ندارد، به استثنای زنان کارگر شهری که توسط مراکز پروسس ویا عمده فروشان، در بدل معاش روزانه ۱۰۰ الی ۲۰۰ افغانی (ویا ۱۰۰ افغانی در بدل پروسس ۵۰ کیلوگرام) استخدام میشوند. مانع عمده فرا راه زنان تولید کننده مجموعه از نورم های اجتماعی و فرهنگی میباشد که به آنها اجازه معامله رو در رو بامردان، سفر به تنهایی، ویا مالکیت زمین را نمی دهد. این امر دسترسی زنان به خدمات مختلف از قبیل خدمات ترویج، معلومات در مورد بازار، بازار یابی و قرصه را محدود میسازد.

۵۹. بنابراین، تقویت ارائه خدمات توسط زنان - برای - زنان بسیار حیاتی میباشد، که این امر به زنان روستائی کمک میکند تا به خدمات مختلف از جمله خدمات ترویج، کنترل کیفیت، بازار یابی، و قرصه ها دسترسی داشته باشند. زنان تولید کننده را میتوان بسیج نمود تا گروه های تولید کننده را ایجاد نمایند که این گروه ها میتوانند نقطه آغاز برای فراهم کنندگان خدمات از طبقه انانث از جمله کارمندان خدمات ترویج، تاجران در سطح قریه جات، ویا نمایندگان فروش و مسئولین قرصه دهنده باشد. کنترل کیفیت در فعالیت های بعد از حاصل برداری باید توسط کارکنان خدمات ترویج و نمایندگان فروش تقویت گردد. به منظور کسب اطمینان از دستیابی به ساحات روستائی، لازم است تا برنامه هائی جهت تریبه زنان نیمه مسلکی در سطح گروه ها ویا قریه ها ایجاد گردد که این زنان بعداً میتوانند ارتباط بین خدمات را تامین نمایند.

فصل چهارم پیشنهادات پالیسی

۶۰. زنان نقش کلیدی را در پروسس محصولات هنگام برداشت و پس از برداشت محصولات در زنجیره ارزش انگور کشمش، بادام و زعفران ایفا می نمایند. محدودیت های عمده در سر راه زنان تولید کننده در صعود در این زنجیره ها وجود دارند همانا معیار های اجتماعی و فرهنگی است که مانع آن می شود تا زنان با مردان در تماس بوده، به تنهایی سفر نموده و یا مالک زمین گردند. پس برای زنان روستائی تولید کننده نهایت مهم است تا از ارائه خدمات زنان به زنان علی الخصوص در قسمت ترویج در رابطه به کنترل کیفیت، مستفید شوند. پروسس پس از برداشت محصولات کمترین دستمزد را دارا می باشد (بدون پرداخت بوده و یا تا ۲۰۰ افغانی در روز می باشد) و مردان را که فرصت های شغلی بهتری در اختیار دارند (مثلاً ۴۰۰ افغانی در روز هنگام برداشت، بسته بندی و بار گیری محصولات انگور تازه)، کمتر جلب می نماید. نیاز است تا زنان در این مرحله از زنجیره ارزش مسوولیت را به عهده بگیرند زیرا سهم گیری بعدی آنان را در مراحل بعدی زنجیره ارزش تسهیل می نماید و آنان می توانند منحنی فروشندگان در سطح قریه و احتمالاً پروسس کنندگان، پرچون فروشان یا صادر کنندگان سهم داشته باشند.

۱.۴ رشد فرصت ها برای زنان تولید کننده

۶۱. پیشنهادات پالیسی ذیل از موقف بهتر زنان در زنجیره های ارزش باغداری حمایت می نماید:

۶۲. **تهیه و ترتیب پلان های کاری که سهم گیری زنان را بیشتر می سازد.** وزارت زراعت، آبیاری و مالداري باید پلان های کاری زنجیره ارزش را در قسمت محصولات باغداری صادراتی عمده منجمله انگور، کشمش، بادام و زعفران تهیه نماید. این پلان ها باید در مشوره با همه دست اندرکاران مانند زنان تولید کننده، سایر فعالین عمده زنجیره ارزش، سکتور خصوصی، وزارتخانه ها و ادارات ذیربط، مؤسسات غیر حکومتی و تمویل کنندگان، تهیه شود. به کارگذاران صادقی از جمله مؤسسات غیر حکومتی فعال در عرصه زنجیره ارزش نیاز است تا این پلان ها را انکشاف داده و تطبیق نمایند. کارگذاران متذکره همچنان باید از تأثیر بر جوانب مختلف خانواده ها و نیز افزایش درآمد خانواده ها، نظارت نماید.

۶۳. جهت حمایت از پلان های کاری، وزارت زراعت، آبیاری و مالداري باید استراتیژی بازار یابی را برای هر محصول ایجاد نماید تا به بازار های عمده منطقی و بین المللی دستیابی حاصل شود. استراتیژی فوق الذکر کمک می نماید تا معیار های کیفیت و مقررات مربوط به اخذ سرتفیکیت^{۳۹} مشخص گردند. لازم است تا این استراتیژی در هماهنگی با ادارات حمایت از صادرات مانند اداره انکشاف صادرات افغانستان و اتاق های تجارت و صنایع افغانستان صورت گیرد.

۶۴. **پشتیبانی از بسیج نمودن گروپ های زنان تولید کننده و ادغام آنان با گروپ های مردان در سطح ولسوالی ها.** برای تشکیل گروپ های تولید کننده، شورای های انکشافی محلی (CDC) که تحت برنامه همبستگی ملی ایجاد گردیده اند باید منحنی نقطه ورودی عمل نموده و میکانیزم اداره را از طریق حصول اطمینان از شفافیت و حسابدهی روند انتخاب و مدیریت گروپ های تولید کنندگان، فراهم نماید. دانش و ظرفیت بشری اعضای شورای انکشافی محلی (بطور مثال در بخش های مدیریت پروژه، حسابداری و تدارکات) می تواند گروپ های تولید کنندگان را در عهده دار شدن فعالیت های معین همکاری نماید.

^{۳۹} افغانستان دارای ۱۷ لایراتوار برای اعطای سرتفیکیت دارد؛ اما هیچ کدام آن در حال حاضر فعال نمی باشند به شمول لایراتوار زعفران که در ولایت هرات موجود است. کمیته دنمارکی کمک به مهاجرین افغان DACAAR آن لایراتوار را فعال نموده و سه تن را در بخش گواهی نامه زعفران آموزش داد، ولی هنوز هم نیاز دارد تا توسط کمیته دنمارکی کمک به مهاجرین افغان حمایت گردد تا فعالیت آن آغاز گردد. نیاز است تا وزارت زراعت، آبیاری و مالداري این لایراتوار را نگهداری نموده و افراد آموزش دیده را حفظ نماید. اصدار گواهی نامه باید در همکاری با اداره ملی معیاری سازی افغانستان صورت گیرد. اداره ملی معیاری سازی افغانستان توسط وزارت تجارت جدیداً تأسیس گردیده که به سازمان بین المللی معیاری سازی تعلق می گیرد.

۶۵. ادغام گروپ های تولید کننده مردان و زنان در کلستر های در سطح ولسوالی نه تنها به اقتصاد آنان از طریق جلب خریداران و تجار متمر واقع می گردد بلکه دسترسی آن زنانی را به بازار توسعه می دهد که مردان خانواده آنان نیز در گروپ مردان تولید کننده سهم دارند (طور مثال در قسمت زنجیره ارزش زعفران). تجارب جهانی نشان می دهد که با تشویق زنان در به عهده گرفتن مسئولیت برداشتن حاصلات و پروسه پس از برداشتن حاصلات، فرصت های ایجاد می گردد که در آن دسته ها می توانند محصولات خویش را به خریداران بین المللی عرضه نمایند، چنین خریداران بین المللی مایل اند تا قیمت خوبی به محصولات که ارزش آن از طریق سهم گیری زنان بیشتر می گردد، بپردازند (در کشور گانا گروپ های زنان تولید کننده "ام" با اینگونه خریداران بین المللی در ارتباط بوده اند).

۶۶. **بهبود بخشیدن به دسترسی به دهات از طریق انکشاف گروه های نیمه مسلکی زنان.** وزارت زراعت، آبیاری و مالداری می تواند در ایجاد گروه هائی از زنان نیمه مسلکی در سطح دسته ها یا ولسوالی از طریق آموزش به زنان فارغ صنف دوازدهم و با استفاده از ظرفیت های موجوده زنان که قبلاً در زنجیره ارزش فعالیت می نمایند، مانند زنان آموزگار باغداری یا سوپروایزران، کمک کند. علاوه بر فراهم نمودن خدمات دسترسی این زنان نیمه مسلکی می توانند بشکل نقطه ورودی برای ارائه خدمات، نقش ایفا نمایند. آنان می توانند با (الف) تسهیل تشکیل گروپ ها و امور حسابداری مانند پس انداز و اعتبار مالی ویا در (ب) تأمین ارتباطات با مؤسسات فراهم کننده قرضه های کوچک نقش مهم داشته باشند. با پیروی از روش های مناسبی که توسط پروژه های انکشاف معیشت در بخش های دیگری از آسیای جنوبی شناسائی گردیده، امکان آن وجود دارد که مؤسسات غیر حکومتی این کارکنان نیمه مسلکی را استخدام نمایند و یا اینکه آنان بتوانند برای گروپ ها و مؤسسات تولیدی در بدل مزد کار نمایند. گزینه دوم بخش کنترل کیفیت را از مؤسسات غیر دولتی به خود تولید کنندگان انتقال میدهد که بدینگونه از پایداری این فعالیت حصول اطمینان خواهد شد.

۶۷. **ایجاد یک برنامه آموزشی برای زنانیکه منحیث فراهم کنندگان خدمات ترویج کار می نمایند.** لازم است تا وزارت زراعت، آبیاری و مالداری در همکاری با وزارت های تعلیم و تربیه و تحصیلات عالی برنامه های آموزشی ترویج ایجاد نماید. این برنامه برای زنانیکه در بخش ترویج کار میکنند دانش فعلی را خصوصاً در قسمت برداشتن محصولات، فعالیت های پس از برداشتن محصولات، کنترل کیفیت و اطلاعات در مورد بازار، فراهم خواهد نمود. باید برنامه دیگری نیز برای زنان نیمه مسلکی که به آموزش تخنیکی کمتر ولی آموزش نحوه تدریس بیشتر در رابطه به زنجیره ارزش نیاز دارند، ایجاد شود. این برنامه ها در عین حال می توانند فرصت خوبی برای باز آموزی منظم به همه کارکنان نیمه مسلکی باشند. برنامه ملی توسعه مهارت ها NSDP می تواند در ایجاد یک برنامه تصدیق دهی کمک نموده و آموزگاران درین بخش را شناسائی نماید. دانشکده های زراعت در دانشگاه های ولایات کابل، بلخ و هرات می توانند نصاب تحصیلی شان را توسعه داده و این برنامه ها را برای کارکنان بخش ترویج و افراد نیمه مسلکی دایر نمایند. پیشنهاد می گردد تا وزارت زراعت، آبیاری و مالداری از این دانشگاه ها در قسمت تحقیقات و انکشاف زنجیره ارزش انگور، کشمش، بادام و زعفران کمک نماید.

۶۸. **بهبود زیربنا های جاده های روستائی جهت بهبود دسترسی زنان ارائه کننده خدمات به روستا ها.** زیربنا های عامه تخریب شده، مخصوصاً در قسمت راه های اتصالی به دهات یکی از جمله مشکلات عمده می باشد که توانمندی زنان ارائه کننده خدمات منجمله کارکنان بخش ترویج، تجار در سطح قریه ها یا فروشندگان را از دسترسی به زنان تولید کننده، متأثر می سازد. پروژه ملی دسترسی اضطراری به دهات که توسط بانک جهانی تمویل می گردد در قسمت بهبود جاده های درجه سوم کار می نماید تا دسترسی را به دهات بهتر و بیشتر سازد. با آن هم به سرمایه گذاری بیشتری نیاز می باشد تا راه ها به مزارع و فارم ها نیز ترمیم گردند؛ لازم است وزارت زراعت، آبیاری و مالداری و سایر وزارت های کلیدی بدیل هائی حل این مشکلات را جستجو نمایند. برای اعمار جاده های ارتباطی به توسل به راهکار هب^{۴۰} Hub Approach نیاز می باشد. اقدام بهتر دیگر این است تا با فعالین زنجیره ارزش مشوره صورت گیرد، طور مثال می توان

^{۴۰} میتود هب مبدأ و مقصد، حجم ترافیک در امتداد جاده ها از مرکز به اطراف و بر عکس آن، وسایط ترانسپورتی موجود و کیفیت زیربنا ها را مورد تحلیل قرار می دهد تا دسترسی به راه ها و مسیر ها را بهبود بخشیده و تولیدات بتوانند به شبکات رسمی تجاری منطقی و جهانی داخل گردند. از این شیوه وقتی استفاده می گردد که نفوس وسیعاً در مناطق طور متفرق پخش بوده، فعالیت های اقتصادی در میزان کم وجود داشته و فاصله میان خانواده ها و نکات ارائه خدمات طور قابل ملاحظه زیاد باشد - که همه این شرایط در مناطق روستائی افغانستان وجود دارند. (هوی سال ۲۰۱۰ میلادی).

با پروس کنندگان در مورد محلات مناسب برای دسترسی به محصولات خام یا پروس شده، صحبت و مشوره نمود. به این شکل می توان سرمایه گذاری را در مناسب ترین موقعیت های اقتصادی جهت داد.

۶۹. فراهم نمودن قرضه های بلا عوض برای نو آوری در قسمت زنجیره ارزش. باید یک مرکز اعطای قرضه ها به گروپ های زنان تولید کننده، زنان ارائه کننده خدمات در کلستر ها و یا شرکت های پروس کننده که مالکیت آن به زنان بر می گردد، ایجاد شود. این اقدام در پیوند با نو آوری و ایجاد تجارت خواهد بود تا زنجیره ارزش محصولات عمده باغداری صادراتی افغانستان را تشویق نماید. اعطای قرضه به گروپ های زنان تولید کننده زمینه دسترسی به ابزار لازم برای رشد ارزش محصولات و زیربنا ها، بورس های تحصیلی به زنان فراهم کننده خدمات، داد و ستد میان زنان از طریق بازدید های دوجانبه، اشتراک زنان در نمایشگاه های منطقوی یا بین المللی، یا ترویج بازاریابی که در کشور بنگله دیش با زنان تولید کننده مسلمان موفقانه تطبیق شده بود، مساعد میسازد.^{۴۱} وزارت زراعت، آبیاری و مالداری می تواند مدیریت مرکز قرضه دهی را در همکاری با سایر وزارتخانه های کلیدی به مثابه تلاش در جهت ادغام چندر بدست گیرد. هنگام منظور نمودن قرضه ها وزارت زراعت، آبیاری و مالداری و سایر وزارتخانه های کلیدی باید اطمینان حاصل نمایند که فعالیت های تمویل شده با این قرضه ها، مخصوصاً آن فعالیت های که در بر گیرنده برنامه های آموزشی برای ترویج و ایجاد کار می باشد، تطبیق گردیده و دوامدار باشند. از آنجائیکه میزان دسترسی به این قرضه ها محدود خواهد بود، لازم است تا وزارت زراعت، آبیاری و مالداری امکان جلب همکاری ها را از جانب سایر پروژه ها منجمله پروژه انکشاف تصدی دهات افغانستان که مربوط وزارت احیاء و انکشاف دهات می گردد، فراهم نماید (برنامه انکشاف تصدی های روستایی افغانستان AREDP)^{۴۲}.

۷۰. استفاده از تکنالوژی معلوماتی برای رشد شمولیت زنان در زنجیره های ارزش. انجمن های تجاری، مؤسسات غیر دولتی، وزارت زراعت، آبیاری و مالداری و سایر وزارتخانه های کلیدی باید تشویق شوند تا زنان را طور مستقیم در سیستم بازار مدغم نمایند.^{۴۳} می توان نحوه ارائه خدمات را بر مبنای استفاده از تکنالوژی معلوماتی استوار نمود، مثلاً سیستم اطلاعاتی بازار قابل دسترس از طریق تلفون همراه که در دسترس تولید کنندگان، کارکنان نیمه مسلکی، ارائه کنندگان خدمات و خریداران (اعم از خریداران عمده، پروس کنندگان و صادر کنندگان) طبقه انات قرار دارد. بانک معلومات یا دیتابیس بازاریابی که توسط اتاق های تجارت و صنایع افغانستان ایجاد گردیده است می تواند طوری توسعه یابد تا دربر گیرنده ارقام مربوط به ابتکارات انکشافی اقتصاد خانواده مانند گلدوزی و یا سایر محصولات غیر زراعتی، باشد.

۲.۴ نتیجه گیری: رشد زنجیره های ارزش که برای زنان روستائی مثر واقع میشود

۷۱. راهبرد تعقیب شده در این مطالعه امکان آن را فراهم می سازد تا مشکلات عمده فرا راه رشد زنان در زنجیره ارزش انگور، کشمش، بادام، زعفران و سایر محصولات صادراتی پر منفعت برای افغانستان، مشخص گردیده و راه حل های پیشنهادی مطابق به آن ارائه گردند. عمده ترین موانع که زنان به آن مواجه می باشند معیار های اجتماعی و فرهنگی می باشد، که دسترسی آنان را به خدمات مختلف بشمول توسعه ارتباطات، قرضه ها و بازار یابی محدود می نماید. همگام با اینکه زنان موفق شان را در زنجیره ارزش بهبود می بخشند، مهم است تا آنان مسوولیت های زمان برداشت و پس از برداشت محصولات را عهده دار بوده و از کنترل کیفیت حصول اطمینان گردد. در اینجا لازم است تا ارائه خدمات زنان به زنان از طرق ذیل بهبود یابد: (الف) بسیج نمودن گروپ های زنان تولید کننده؛ (ب) فراهم نمودن خدمات ترویج در قسمت کنترل کیفیت در زمان برداشت و پس از برداشت محصولات؛ (ج) ایجاد گروه های زنان نیمه مسلکی جهت فراهم آوری زمینه دسترسی ساده تر به خدمات در سطح قریه جات یا کلستر ها؛ (د) بهبود دسترسی زنان به قرضه ها با تأمین روابط با مؤسسات فراهم کننده قرضه های کوچک؛ و (ه) استفاده از تکنالوژی معلوماتی در ارائه خدمات.

^{۴۱} توسعه بازار یابی به زنان کمک نمود تا با عمده فروشان، پروس کنندگان، پرچون فروشان و صادر کنندگان طور مستقیم صحبت نمایند و بازار محصولاتی را که آنان تولید می نمایند، بدانند. آنان پلان عمل در رابطه به کمک بلا عوض را تهیه و تطبیق نمودند. در نتیجه در آمد خانواده یک افزایش ۳۰ درصدی را نشان می داد، و دو یا سه تصدی مختلف در هر قریه به ترتیب ایجاد گردیدند.
^{۴۲} برنامه انکشاف تصدی های روستایی افغانستان AREDP انجمن های پس انداز و قرضه را در قریه جات با یکجا نمودن گروپ های پس انداز ایجاد نمود. پروژه پس انداز های انجمن های قریه جات را تا حد اکثر ۱۰۰۰۰۰ دالر امریکایی، تعمیل می نماید.
^{۴۳} هوی سال ۲۰۱۰ میلادی.

۷۲. برای حمایت از رشد زنان در زنجیره ارزش انگور، کشمش، بادام و زعفران، این مطالعه پیشنهاد می نماید تا وزارت زراعت، آبیاری و مالداري در همكاري با ساير وزارتخانه ها و ادارات كليدي اقدامات آتي را مورد ملاحظه قرار دهد: (الف) ايجاد پلان هاي كاري براي زنجيره ارزش و استراتيژي هاي بازار براي هر يك از زنجيره هاي ارزش با تأكيد بر نقش مركزي زنان در پروسه هاي برداشت حاصلات و بعد از برداشت آن؛ (ب) كمك در زمينه بسيج گروپ هاي زنان توليد كننده ادغام آنان با گروپ هاي مردان توليد كننده در سطح كلستر ها يا قريه جات براي توانمند سازي و توسعه دسترسي زنان؛ (ج) بهبود دسترسي به دهات بوسيله ايجاد گروه هاي زنان نيمه مسلكي كه در رشد كنترول كيفيت هنگام برداشت و پس از برداشت محصولات، كمك مي كنند؛ (د) ايجاد برنامه هاي آموزشي رسمي براي كاركنان زن بخش ترويج و زنان نيمه مسلكي؛ (ه) بهبود زيربناي جاده هاي روستائي براي بهبود دسترسي زنان به ارائه كننده خدمات؛ (و) فراهم آوري قرضه هاي بلاعوض براي زنان بمنظور تسهيل داد و ستد ميان زنان؛ و (ز) استفاده از تكنالوژي معلوماتي براي تقويت سهمگيري زنان در زنجيره ارزش خصوصاً ادغام آنان به سيستم بازار بطور مستقيم.

فهرست مأخذ

ابرافح، ل. سال ۲۰۰۵ میلادی. درس هائی از کمک های بین المللی متمرکز بر جنسیت اجتماعی برای افغانستان پس از منازعه...؟ بون فریدریخ - ایبرت - ستیفنتگ

شرکت مشورتی التای. سال ۲۰۰۴. " بررسی سکتور بازار: باغداری." پرزنتیشن در سه بخش: تحقیق در بخش بازار: شناخت فرصت های تجاری؛ مطالعات در مورد احتمالات و پلان های تجاری؛ مطالعه امکانات رشد و پروسس گیاهان معطر و صنایع عطر سازی در افغانستان. تهیه برای برنامه انکشافی سازمان ملل متحد. <http://www.altaconsulting.com/horticulture-reports.html>. تاریخ مراجعه به آدرس انترنتی در دسمبر سال ۲۰۱۰ میلادی توسط شرکت مشورتی التای در کابل.

برینتاس، س. سال ۲۰۰۱ میلادی، زنجیره های ارزش جهانی، و انعطاف پذیری. جریده IDS صفحات ۲۳ (۳): ۸۳ تا ۹۳.

بلیک، م، و س. هانسن سال ۲۰۰۵ میلادی " ابتکار با تفکر دو باره: جندر و ماحول" محیط و پلان گذاری الف (۳۷): ۶۸۱ تا ۷۰۱.

بوروز. ر. سال ۲۰۰۸ میلادی. " زنان صنعت کار افغان: در چهار راه میان جهانی شدن و عنعنات محلی." جریده بین المللی تجارت و جهانی شدن. ۲ (۴): ۳۷۳ تا ۴۰۲.

بایروان. س. سال ۲۰۰۸ میلادی. " جندر و ابتکار در جنوب آسیا". اوتاوا: مرکز تحقیقات انکشافی (IDRC). http://www.idrc.ca/en/ev-130670-201-1-DO_TOPIC.html. تاریخ مراجعه به آدرس انترنتی مارچ ۱۵ سال ۲۰۰۹ میلادی.

سی. اس. او (سازمان احصائیه مرکزی جمهوری اسلامی افغانستان). سالنامه احصائیه سال ۲۰۰۹ میلادی ۲۰۰۸ تا ۲۰۰۹ میلادی. کابل: اداره احصائیه مرکزی جمهوری اسلامی افغانستان.

داکار (کمپته دنمارک کمک به مهاجرین افغان). بدون تاریخ. زعفران: طلای سرخ افغانستان. کابل داکار. قابل دسترس در صفحه انترنتی داکار www.dacaar.org

درکو فودز سال ۲۰۰۹ میلادی. "ماه فبروری سال ۲۰۰۹ گزارش موقف بادام".

<http://www.dercofoods.com/newwebsite/reports/022009ar.pdf> تاریخ مراجعه به آدرس انترنتی در دسمبر سال ۲۰۰۹ میلادی

دیشامپس، س و ای روی سال ۲۰۰۹ میلادی. منازعات زمین در افغانستان: ظرفیت سازی برای رسیدگی به آسب پذیری. کابل: واحد تحقیق و ارزیابی افغانستان (AREU).

دی تی اس (خدمات انکشافی و آموزشی). سال ۲۰۰۵ میلادی. تقویت دسترسی زنان به بازار و ارتقای رشد طبقه بی بضاعت. واشنگتن دی سی: اداره انکشاف بین المللی ایالات متحد امریکا (USAID).

کانسورتیم آینده برای ساختار زراعت افغانستان. سال ۲۰۰۳ میلادی. " ارزیابی نیاز های باغداری در افغانستان " مرکز تحقیقات بین المللی در ساحات خشک (ICARDA)، البیو.

http://afghanag.ucdavis.edu/a_horticulture/markets/Needs%20Assessment%20horticulture_ICA_RDA-1.pdf/view تاریخ مراجعه به آدرس اینترنتی در دسامبر سال ۲۰۱۰ میلادی

گریس، ج. کی مالک زمین می باشد؟ دسترسی زنان روستایی به زمین و مواشی. کابل: واحد تحقیق و ارزیابی افغانستان (AREU).

گرایس، و، و م، پل گرینی سال ۲۰۰۶ میلادی. "حکومتداری اشخاص حقوقی و سازگاری با شریعت اسلامی در مؤسسات که خدمات مالی اسلامی را پیشکش می نمایند." سند ۴۰۴۵ پالیسی تحقیقاتی کاری بانک جهانی. واشنگتن دی سی: بانک جهانی

انسیتیوت آیکان سال ۲۰۰۸. "بررسی ملی خطرات و آسیب پذیری سال ۲۰۰۷ و ۲۰۰۸ میلادی: معلومات افغانستان"

<http://nrva.cso.gov.af/NRVA%202007-08%20Report.pdf> تاریخ مراجعه به آدرس اینترنتی در اپریل سال ۲۰۱۱ میلادی

کهن، جی. سال ۲۰۰۹ میلادی. "درآمد خالص مقایسوی از حاصلات افغانستان." ریشه های صلح، سان رافائیل، کلیفورنیا.

http://afghanag.ucdavis.edu/a_horticulture/markets/Comparitive_Net_Income_from_Afghan_Crops-Roots_of_Peace_June-8-2009.pdf/view تاریخ مراجعه به آدرس اینترنتی در دسامبر سال ۲۰۱۰ میلادی.

لیستر، س و ت براون همراه با ز. کارائیف سال ۲۰۰۴ میلادی. "درک بازار های افغانستان: مطالعه قضیه در مورد کشمش." کابل افغانستان، واحد تحقیق و ارزیابی افغانستان (AREU).

مایوکس و ج. مکی سال ۲۰۰۹ میلادی. ایجاد محکم ترین ارتباطات: رهنمای عملی برای ترویج نقش جندر در انکشاف زنجیره ارزش. جینوا: سازمان بین المللی کار (ILO).

مکوی، م. و ای سنیل گروف سال ۲۰۰۷ میلادی. طرح برنامه برای ابتکارات زنجیره ارزش. انجمن انکشاف اقتصادی منونایت (MEDA)، کابل.

وزارت زراعت، آبیاری و مالداری. سال ۲۰۰۹ میلادی. سند پوششی برای چهار چوب ملی انکشاف زراعت. کابل، وزارت زراعت، آبیاری و مالداری.

<http://www.mail.gov.af/m/english/PDF%20Concept%20papers/Umbrella%20Document%20for%20NADF%2007%2001%20April%202009.pdf>.

تاریخ مراجعه به آدرس اینترنتی در دسامبر سال ۲۰۱۰ میلادی

وزارت احیا و انکشاف دهات. سال ۲۰۰۷ میلادی. "تحلیل سکتور های فرعی و توسعه پلان تجاری/شمال و شمال شرق/تداوم اقتصادی و انجام پذیری تخنیکی." کابل، وزارت احیا و انکشاف دهات.

روبن دی سی. من فایر و ک ن باریت سال ۲۰۰۹ میلادی. حمایت از فرصت های مساوی از دیدگاه جنسیت اجتماعی در زنجیره های ارزش زراعتی. واشنگتن دی سی: اداره انکشافی بین المللی ایالات متحد امریکا (USAID).

سمسن، ای ای اس. سال ۲۰۰۹ میلادی "جندر و ساینس، تکنالوژی و ابتکار." اوتاوا: مرکز تحقیقات انکشافی (IDRC).

<http://idl-bnc.idrc.ca/dspace/bitstream/10620/28272/1/124738.pdf> تاریخ مراجعه به آدرس اینترنتی در دسامبر سال ۲۰۱۰.

هیئت معاونت ملل متحد در افغانستان (یوناما). بدون تاریخ. " انتخابات پارلمانی افغانستان: ۱۸ سپتمبر سال ۲۰۱۰ میلادی." <http://unama.unmissions.org/Default.aspx?tabid=۴۴۸۱> تاریخ مراجعه به آدرس اینترنتی در دسمبر سال ۲۰۱۰

اداره انکشافی بین المللی ایالات متحد امریکا (USAID). سال ۲۰۱۰ میلادی. حمایت از فرصت های مساوی از دیدگاه جندر در زنجیره های ارزش زراعتی، واشنگتن دی سی: اداره انکشافی بین المللی ایالات متحد امریکا (USAID).

اداره انکشافی بین المللی ایالات متحد امریکا (USAID)، شبکه اتباع در امور خارجیان (CNFA) و برنامه توسعه کشاورزی (PDDB). سال ۲۰۰۸ میلادی. " بازار های روسی برای انگور طعام". <ftp://ftp.moldova.cnfa.org/REPORTS/Introduction%۲۰of%۲۰TMCS%۲۰Russian%۲۰Market%۲۰for%۲۰Table%۲۰Grapes%۲۰%۲۸Magenta%۲۹%۲۰En.pdf>. تاریخ مراجعه به آدرس اینترنتی مورخ دسمبر سال ۲۰۱۰ میلادی.

بانک جهانی سال ۲۰۰۴ میلادی. " تجارت و همکاری های منطقوی میان افغانستان و همسایه های آن." گزارش شماره ۲۶۷۶۹، واشنگتن دی سی: بانک جهانی.

ویتث، پ، و ن. ملک سال ۲۰۰۷ میلادی. " استراتژی برای حمایت از صادرات زعفران افغانستان.: الیپو: مرکز تحقیقات بین المللی در ساحات خشک (ICARDA) و دانشگاه ایالتی واشنگتن. http://www.icarda.org/RALFweb/FinalReports/G_Marketing_Afghan_Saffron_Strategy_RALF۰۲-۰۲.pdf. تاریخ مراجعه به آدرس اینترنتی، دسمبر سال ۲۰۱۰ میلادی.

ضمیمه ۱

زنجیره های ارزش انگور و کشمش

۱. چنانچه قبلاً بحث گردید، انگور و کشمش از جمله اقلام مهم صادراتی برای افغانستان می باشند. زنان در دهات در تولید، برداشت حاصلات و نگهداری پس از برداشت حاصلات انگور و کشمش در باغ ها و خانه های شان مصروف کار میباشند. شرکت های پروسس کننده و صادر کننده در زنجیره ارزش کشمش در محلات شهری و نیمه شهری زنان را استخدام می نمایند تا کشمش را شسته، سورت، درجه بندی و بسته بندی نموده و آن را برای صادر نمودن به بازار های داخلی و بین المللی آماده سازند. مردان عمدتاً منحصراً تهیه کنندگان مواد اولیه، دلالان یا تاجران سطح قریه، عمده فروشان، شرکت های پروسس و صادرات را بعهده دارند، با آنها زنان نیز بعضاً به حیث نمایندگان فروشات، تاجران قریه و مالکین مراکز پروسس ایفای وظیفه مینمایند. این فصل مشکلات و فرصت های عمده را برای زنان تولید کننده و پروسس کننده در رشد زنجیره ارزش این دو محصول (انگور و کشمش) مشخص می سازد. البته تشخیص چنین مشکلات و فرصت ها از طریق تحلیل و ارزیابی دقیق در مورد فعالین زنجیره ارزش و افزایش ارزش امکان پذیر می گردد. چنین تحلیل وابسته به مصاحبه ها و ارقام نتایج سروی سال ۲۰۰۹ پروژه باغداری و مالدار می باشد که از آن طریق می توان مقدار تولید، فروش و خشک نمودن انگور تازه را تخمین نمود. این معلومات برای درک خسارات تولید کننده مهم بوده و معلومات مربوط به قیمت نیز به آن مرتبط می باشد.

الف ۱.۱ روند جهانی تولید، مصرف و صادرات انگور تازه و کشمش

۲. انگور تازه. چین و بعد از آن ترکیه و ایتالیا از تولید کنندگان جهانی انگور می باشند؛ همچنان این سه کشور مصرف کنندگان عمده انگور تازه نیز می باشند^{۴۴}. همچنان انگور در سایر نقاط جهان مانند ایالات متحد آمریکا، آرژانتین، چیلی، فرانسه، اسپانیه، ایران و استرالیا، نیز به پیمانیه وسیع تولید میشود، ولی قسمت اعظم محصولات آن ها پروسس گردیده و به کشمش، شراب و جوس تبدیل گردیده و به بازار های داخلی و بین المللی صادر می گردد. تقریباً ۱۵ درصد انگور تازه در بازار های بین المللی مورد خرید و فروش قرار می گیرد^{۴۵}.

۳. بین سال های ۲۰۰۶ و ۲۰۰۹ میلادی، عمده ترین صادر کنندگان انگور تازه کشور های چیلی، آیالات متحد آمریکا و ایتالیا بودند که ارزش تجاری مجموعی آنان تقریباً ۵۰ درصد ارزش تمامی صادرات انگور تازه را در جهان تشکیل میداد. در همین حال کشور های برازیل (هشتمین صادر کننده بزرگ انگور تازه که تقریباً ۲,۹ درصد تمامی تولیدات جهانی انگور تازه را شامل می شود)، چین (۱,۷ درصد)، هند (۱,۴ درصد) و مصر (۰,۸ درصد) در مارکیت جهانی از اهمیت فزاینده بر خوردار می باشند. از سال ۲۰۰۳ تا ۲۰۰۷ میلادی، صادرات انگور تازه چین تا ۴۰ درصد افزایش یافت (جدول ۳,۱). در جریان همین چهار سال صادرات انگور تازه افغانستان ۰,۱ درصد از مجموع صادرات جهانی را تشکیل می داد که ارزش آن به ۲۲ میلیون دالر امریکایی می رسید. شرکای صادراتی عمده افغانستان عبارت بودند از پاکستان (۸۳ درصد) و هندوستان (۱۷ درصد)، اما یک مقدار کم تولیدات افغانستان (به قیمت مجموعی ۸۸۰۰ دالر امریکایی) به ترکمنستان نیز صادر گردید^{۴۶}.

۴. بزرگترین وارد کننده انگور تازه ایالات متحد آمریکا می باشد که به تعقیب آن کشور های هالند و بریتانیه می باشند. با آنکه ایالات متحد آمریکا صادر کننده عمده انگور تازه می باشد، محصولات انگور تازه غیر فصلی را از کشور های

^{۴۴} USDA FAS (۲۰۰۵) سال ۲۰۰۵ میلادی

^{۴۵} اداره انکشافی بین المللی ایالات متحد آمریکا (USAID)، شبکه اتباع در امور خارجی (CNFA) و برنامه توسعه کشاورزی

(PDBA). سال ۲۰۰۸ میلادی

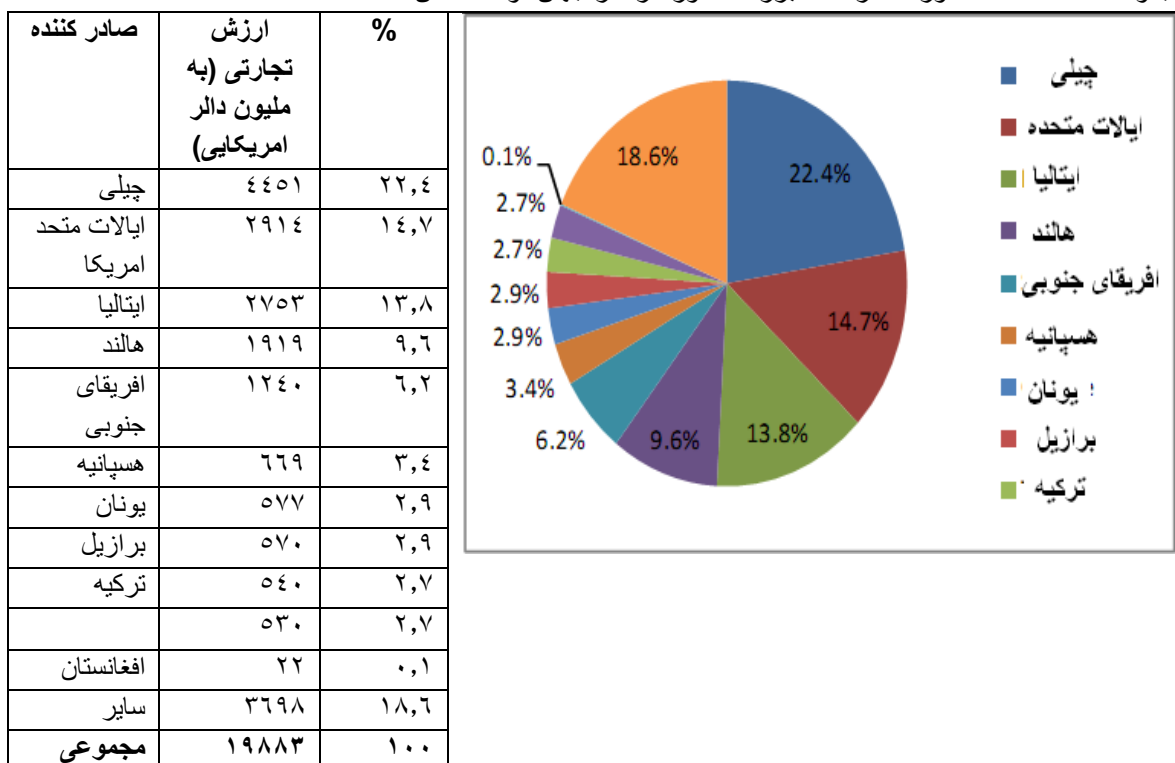
^{۴۶} کمیسیون تجارت سازمان ملل متحد

روسیه، کانادا و یک تعداد از کشور های اتحادیه اروپا که آنان خود نیز از وارد کنندگان عمده (به جدول ۳،۲ مراجعه گردد) بشمار می روند، توريد می نمایند.^{۴۷}

۵. **کشمش.** ایالات متحد امریکا و ترکیه از بزرگترین تولید کنندگان جهانی کشمش بشمار می روند. این دو کشور تقریباً ۸۰ درصد مجموع تولیدات کشمش جهان را تشکیل می دهند.^{۴۸} ایران، چین و چیلی نیز از جمله تولید کنندگان نسبتاً بزرگ می باشند.

۶. به اساس ارقام سال های ۲۰۰۸ و ۲۰۰۹ میلادی، افغانستان تقریباً ۲،۳ درصد (وزن خشک) تولیدات جهانی را تشکیل می داد که بیانگر یک افزایش ثابت اما نه چندان سریع از سال های ۲۰۰۴ و ۲۰۰۵ میلادی به این طرف می باشد.

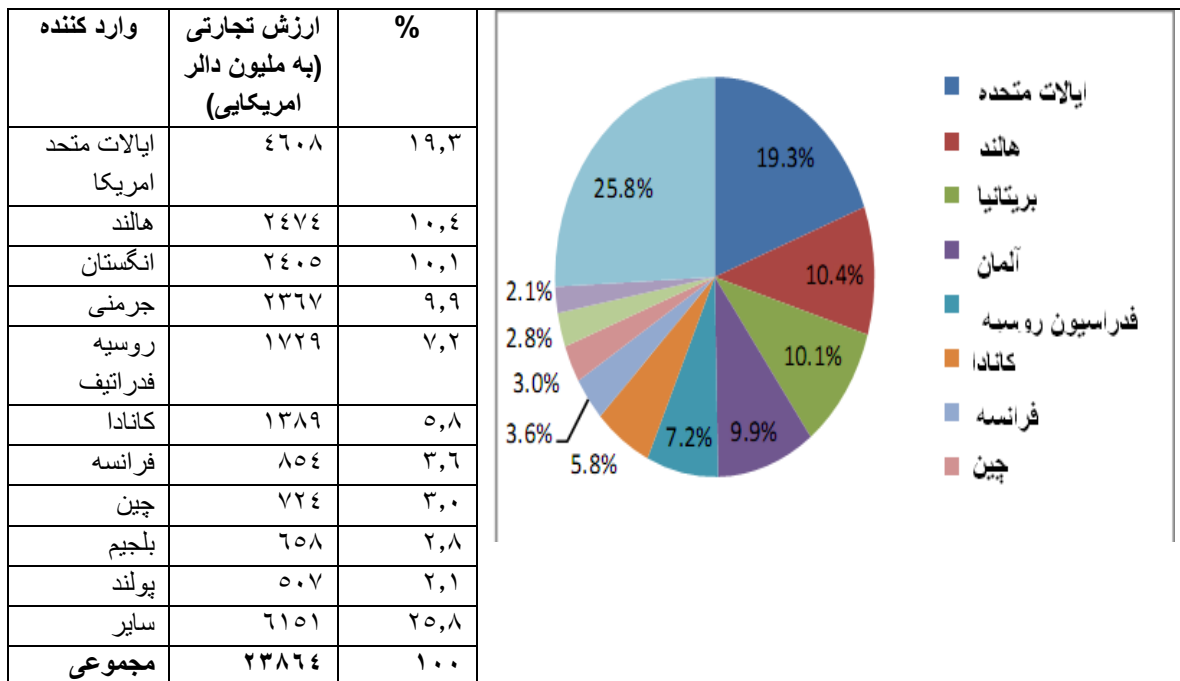
جدول الف ۱،۱: ۱۰ کشور صادر کننده بزرگ انگور تازه در جهان، و افغانستان، سال ۲۰۰۶ – ۲۰۰۹



^{۴۷} اداره انگشافی بین المللی ایالات متحد امریکا (USAID)، شبکه اتباع در امور خارجیان (CNFA) و برنامه توسعه کشاورزی (PDDB). سال ۲۰۰۸ میلادی

^{۴۸} FAS سال ۲۰۰۹ میلادی، تذکر شده توسط مرکز معلوماتی بازار یابی زراعتی در دانشگاه ایالتی آیوا در صفحه انترنتی http://www.agmrc.org/commodities_products/fruits/raisin_profile.cfm تاریخ مراجعه به آدرس انترنتی، دسمبر سال ۲۰۱۰ میلادی.

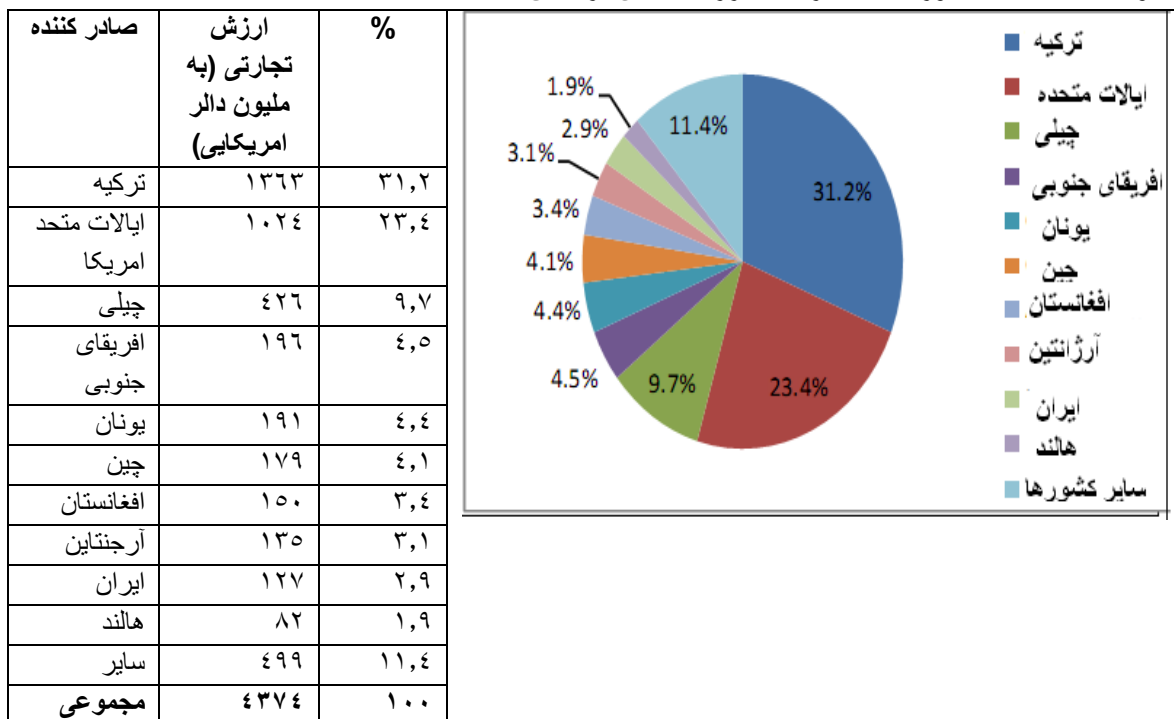
جدول الف ۱،۲: ۱۰ کشور وارد کننده بزرگ انگور در جهان، ۲۰۰۶ - ۲۰۰۹



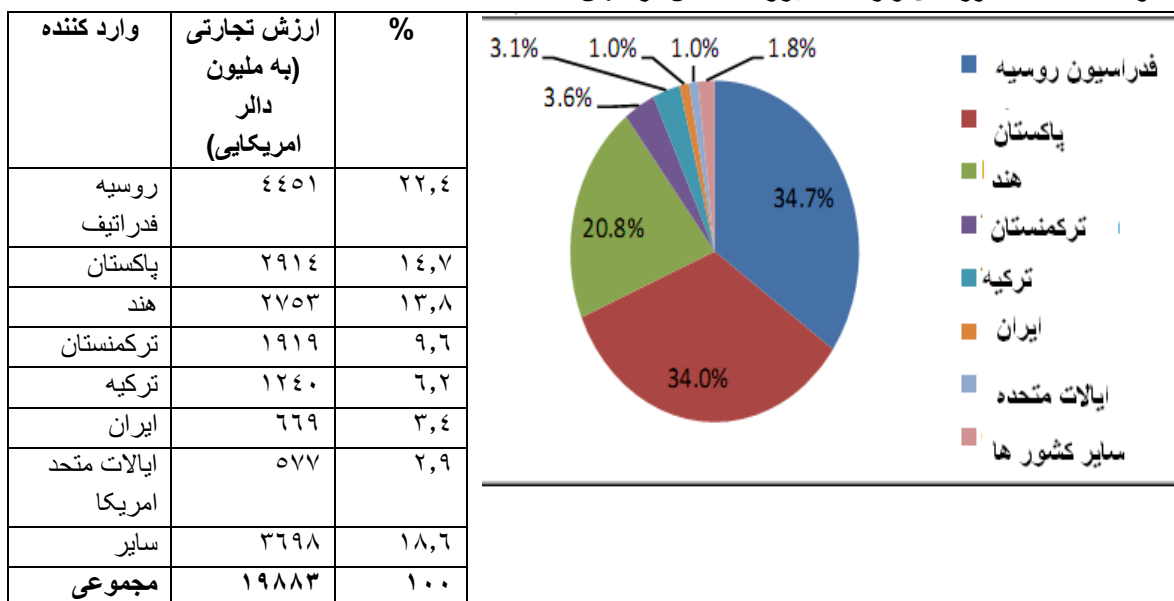
۷. میان سال های ۲۰۰۶ و ۲۰۰۹ میلادی، ترکیه بزرگترین کشور صادر کننده کشمش در جهان بود که به تعقیب آن ایالات متحد آمریکا در رده دوم قرار داشت. افغانستان هفتمین کشور بزرگ صادر کننده کشمش بود که صادرات آن ۳,۴ درصد مجموع صادرات جهانی کشمش را تشکیل می داد؛ ارزش مجموعی صادرات افغانستان ۱۵۰ میلیون دالر تخمین میشود (جدول ۳,۳). شرکای صادراتی عمده کشمش افغانستان را روسیه و پاکستان تشکیل میدهند که به تعقیب آنها هند بوده و هم مقادیر کمتر کشمش به ترکمنستان، ایران و ایالات متحد صادر میگردد. مقادیر کم (تقریباً ۰,۴ تا ۰,۲ درصد که ارزش آن از ۳۰۰۰۰۰ تا ۶۰۰۰۰۰ دالر امریکایی می رسد) به کشور های اوکراین، امارات متحد عربی، عربستان سعودی، هالند و عراق صادر میگردد. مقادیر کمتر از ۰,۱ درصد (معادل ارزش ۱۳۰۰۰۰ دالر امریکایی) به پولند، بریتانیا، جرمني، ازبکستان، کانادا، لتوانیا، یونان، سلوواکیا، دنمارک و اتریش (جدول ۳,۴) صادر میشود. بزرگترین وارد کننده کشمش در جهان بریتانیا می باشد که به تعقیب آن جرمني، هالند (جدول ۳,۵) قرار دارند. صادرات کشمش افغانستان به هالند به ارزش ۳۰۰۰۰۰ دالر امریکایی بالغ می گردد، در حالیکه صادرات آن به بریتانیا و جرمني به ۱۰۰۰۰ دالر امریکایی به هریک از دو کشور بالغ می گردد. اتحادیه اروپا بیشتر از نصف تولیدات کشمش جهان را به مصرف می رساند^{۴۹}، و در حال حاضر ترکیه از بزرگترین صادر کنندگان کشمش به اتحادیه اروپا می باشد. ارزش صادرات کشمش افغانستان به اتحادیه اروپا بالغ به ۷۸۹۰۰۰ دالر امریکایی می گردد که ۰,۵ درصد ارزش مجموعی صادرات کشمش افغانستان را تشکیل می دهد.

^{۴۹} USDA FAS (وزارت زراعت ایالات متحد آمریکا، خدمات زراعتی خارجی) سال ۲۰۰۸ میلادی، "سند پیش بینی ها در مورد محصولات کشمش در سال های ۲۰۰۸ و ۲۰۰۹ میلادی." <http://www.fas.usda.gov/http/۲۰۰۸ Raisins.pdf> تاریخ مراجعه به آدرس انترنتی، دسمبر سال ۲۰۱۰ میلادی

جدول الف ۱,۳: ۱۰ کشور های صادر کننده بزرگ کشمش در جهان، ۲۰۰۶ تا ۲۰۰۹

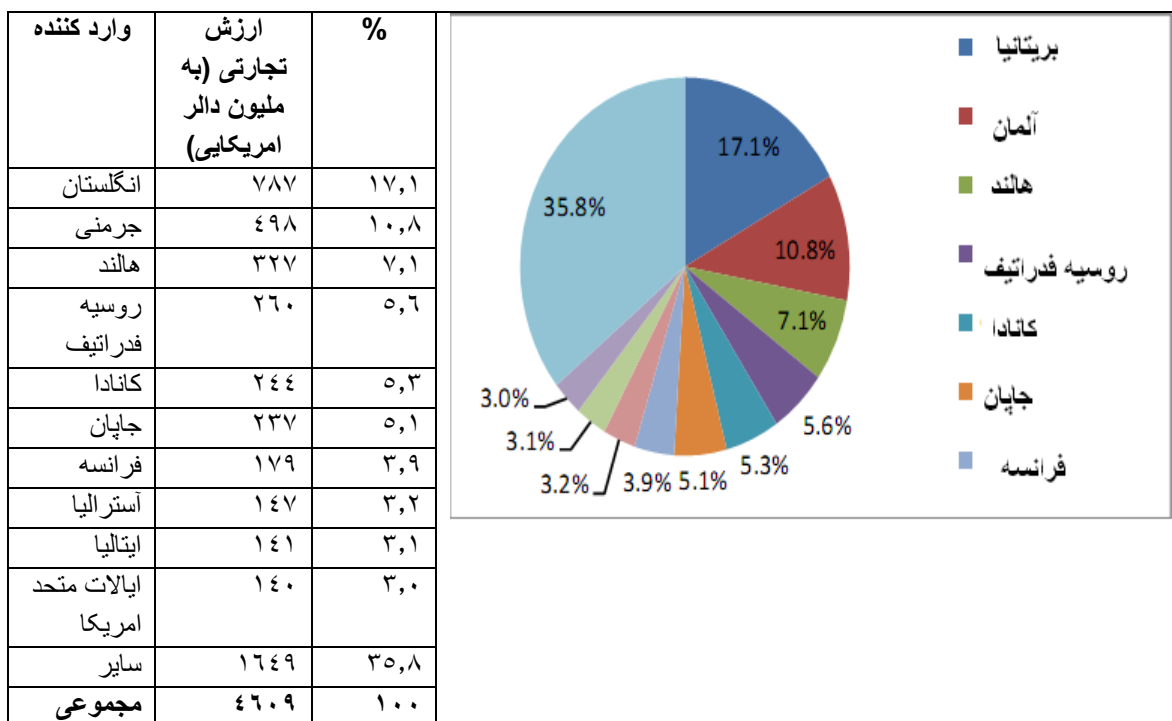


جدول الف ۱,۴: ۱۰ کشور های وارد کننده بزرگ کشمش در جهان، ۲۰۰۶ تا ۲۰۰۹



منبع معلومات كميسیون تجارت سازمان ملل متحد

جدول الف ۱,۵: ۱۰ کشور وارد کننده بزرگ کشمش در جهان، ۲۰۰۶ - ۲۰۰۹



منبع معلومات کمیسیون تجارت سازمان ملل متحد

الف ۱,۲ زنجیره ارزش انگور تازه و کشمش

۸. **پروسه تولید.** انواع مختلف انگور که در جهان تولید می گردد به چهار دسته تقسیم بندی می گردد: انگور تازه، انگور کشمش، انگور نوشابه (که به نوشابه، مربا و سایر محصولات انگور پروسس می گردد) و انگور شراب. انگور در اقلیم های متفاوت و خاک متفاوت رشد می نماید. خاک های حاصل خیز و سیراب بهترین انگور تازه و انگور کشمش را تولید می نمایند. انگور معمولاً در چپله ها و در قطار های کم عرض به فاصله های ۳ تا ۵ متر رشد میکند. اگر تاک های انگور طور درست شاخه بری نشود حاصل درست و زیاد از آن بدست نمی آید. زمان چیدن انگور تازه معمولاً با پختگی ظاهری آن مانند رنگ و اندازه دانه ها مشخص می گردد. انگور کشمش معمولاً بعد از آنکه کاملاً در تاک به پختگی برسد، چیده می شود.

۹. انگور بزرگترین محصول زراعتی افغانستان میباشد. انگور عمدتاً در جنوب، جنوب غرب و مناطق مرکزی کشور تولید میشود که در عین حال ۱۰ درصد آن در شمال کشور تولید می گردد. انواع انگور نظر به مناطق متفاوت می باشد: سه بهترین نوع آن برای صادرات به بازار های داخلی و بین المللی انگور سنگلخانی، انگور قندهاری و انگور کشمش می باشد. انگور افغانستان، خاصتاً انگوری که توسط باغداران کوچک که کمتر از پنج جریب زمین (تقریباً یک هکتار)، تولید میشود اکثراً در چلیه ها تنظیم شده و دهاقین معمولاً از شیوه های توصیه شده برای کشت و رشد انگور، مثلاً شاخه بری، آگاهی ندارند.

۱۰. دو نوع عمده کشمش که در افغانستان تولید می گردد عبارت از کشمش سایه گی و کشمش خشک شده در آفتاب می باشد که بنام آفتابی یاد میشود. برای تولید یک کیلو کشمش به ۴ تا ۵ کیلو انگور تازه نیاز می باشد. کشمش سبز اکثراً در ساختمان های اعمار شده از خشت خام و دارای جریان هوا بدخل آن، آویزان شده و خشک می گردد. کشمش سیاه و سرخ معمولاً از مقدار باقی مانده انگور تازه، دانه های جدا شده از خوشه انگور و انگور ریخته به زمین، تولید می گردد. این دو نوع اخیر انگور در هر نوع سطح می تواند خشک شوند که معمولاً در زمین خالی و یا روی بام خانه ها خشک می گردند و معمولاً در بوجی ها با خاک، سنگ و سایر آلوده گی ها یکجا جمع می گردند. به همین دلیل کشمش آفتابی کشمش بی

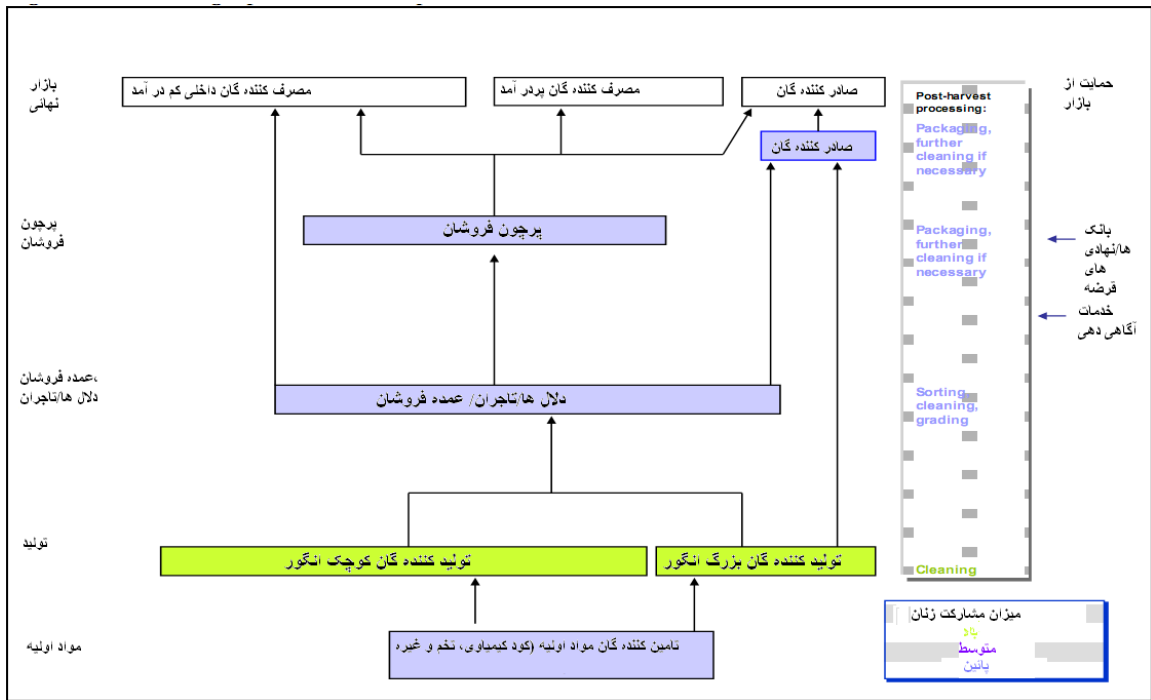
کیفیت تلقی گردیده و قبل از فروش آن در بازار های پرچون و صادراتی نیاز به شستشو، پاک کاری، و دسته بندی دارد (لیستر و براون ۲۰۰۴). بخاطر اینکه انگور تازه ۳ تا ۴ چند قیمت کشمش بفروش می رسد^{۵۰}، دهاقین ترجیح می دهند تا بیشتر انگور تازه را بفروش برسانند که معمولاً تا ۸۰ درصد محصول آنان را تشکیل می دهد. افغانستان با آنکه هفتمین صادر کننده بزرگ کشمش در جهان بوده و ظرفیت بیشتر شدن میزان صادرات هنوز هم وجود دارد، تولید کشمش برای دهاقین از اهمیت ثانوی برخوردار می باشد.

۱۱. نقش های جندر. سهم گیری زنان بصورت وسیع در تولید انگور و کشمش شامل آبیاری، خیشاوه، بریدن شاخه های پائین تاک، برداشت محصولات از باغ ها و پروسس پس از برداشت محصولات در خانه بشمول دسته بندی، بسته بندی و خشک نمودن انگور، می گردد. دسته بندی و پاک کاری ابتدایی در سطح خانواده های تولید کننده کمتر انجام داده شده و یا هیچ انجام داده نمیشود. در مراکز شهری یا نیمه شهری پروسس کشمش زنان بشکل روز مزد استخدام میشوند تا این فعالیت ها را انجام داده و کشمش را بسته بندی نمایند. مردان در فعالیت های دخیل می باشند که نیازمند توانایی فیزیکی بیشتر می باشد مثلاً مردان در انتقال انگور چیده شده به خانه و یا محلات نگهداری، سفر و حاصل نمودن تماس با تولید کنندگان، دلال ها یا تجار در سطح قریه جات مشغول میباشند. تجار در سطح قریه جات معمولاً مردان بوده ولی در حال حاضر زنان نیز در سطح قریه جات به تجارت می پردازند که تعدادی از زنان بشکل تاجران بزرگ یا پروسس کنندگان عرض اندام نموده اند.

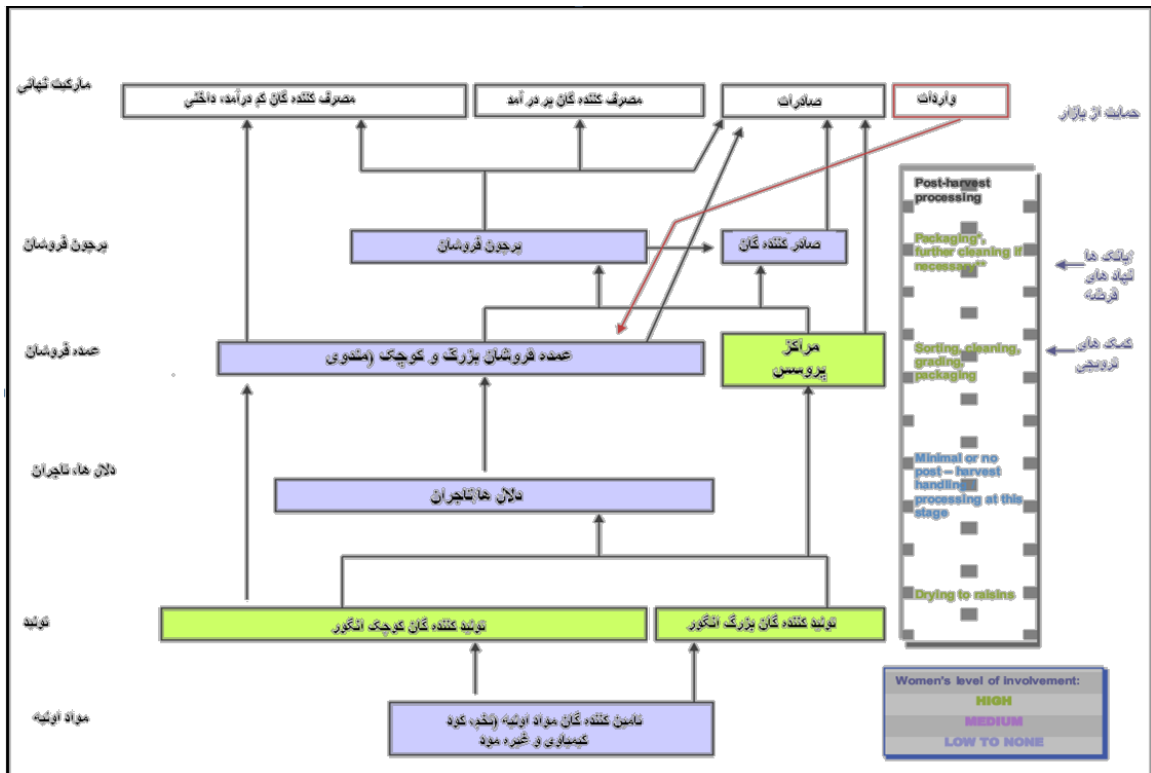
۱۲. فعالین عمده در زنجیره ارزش انگور و کشمش. فعالین عمده زنجیره ارزش انگور و کشمش را فروشندگان مواد مورد نیاز برای کشت انگور، دهاقین، دلال ها، تجار در سطح قریه جات، عمده فروشان، شرکت های پروسس کننده، پرچون فروشان و صادر کنندگان تشکیل می دهند. نحوه فعالیت آنان در شکل ۳،۱ (انگور تازه) و ۳،۲ (کشمش)، شرح گردیده، و فعالیت های آنان در بخش بعدی توضیح گردیده است.

^{۵۰} کمال الرحیم، ک. سال ۲۰۰۷ میلادی. "آماده سازی پروژه انکشافی زراعت تجارتی، ADB TA شماره ۴۶۹۶" گزارش مرحله دوم طرف افگ. جلد سوم، گزارش زنجیره های رزش باغداری، تهیه شده توسط شرکت مشورتی انکشافی لندنیل ملز برای بانک انکشافی آسیایی؛ ارقام توسط اداره تشویق صادرات افغانستان، اداره تشویق صادرات کشمش، میوه و سبزیجات افغانستان و پروسس کنندگان و صادر کنندگان در ولایت کابل تأیید گردیده است.

شکل الف ۱,۱: سکتور فرعی انگور تازه



شکل الف ۱,۲: سکتور فرعی کشمش



۱۳. **فروشنندگان مواد مورد نیاز کشت و پرورش انگور.** پرچون فروشان خورد و بزرگ یا تجار در سطح قریه جات مواد مورد نیاز مانند کود و ادویه زراعتی را به دهاقین بفروش می رسانند. پرچون فروشان همچنان قریه را جهت فروش نهال ها ایجاد می نمایند. مواد مورد نیاز در کشت و پرورش انگور معمولاً با پول نقد خریداری می گردند زیرا سیستم کرایت هنوز وجود ندارد. اکثر مردان مواد مورد نیاز کشت و پرورش انگور را خریداری می نمایند زیرا زنانیکه این مواد را بفروش برسانند وجود ندارند تا با آنان زنان تولید کننده دهاتی تماس حاصل کنند. ولی در ولایت کابل زنان به فروشگاه محصولات زراعتی زنان کابل (Store Kabul Women Farm) دسترسی دارند، این فروشگاه که در آن تنها برای زنان، مواد مورد نیاز کشت و پرورش انگور فراهم می گردد همچنان فعالیت های را در بخش ترویج نیز انجام می دهد.

۱۴. **دهاقین.** تولید کنندگان کوچک انگور ۲ تا ۵ جریب زمین را (که حدوداً ۰,۵ تا ۱,۰ هکتار می گردد) زرع و انگور را با سایر انواع محصولات زراعتی مانند سبزیجات و گندم کشت می نمایند. تولید کنندگان بزرگ انگور ۵ تا ۱۰ جریب زمین را (که حدوداً ۱ تا ۲ هکتار می گردد) زرع نموده و تولیدات آنان نیز بیشتر می باشد. محصولات معمولاً للمی میباشد چون اکثر دهاقین به آبیاری دسترسی ندارند. در مزارع کوچک زنان انگور یا کشمش را در بوجی های تقریباً ۵۰ کیلویی جمع می نمایند و مردان یک یا دو بوجی آن را به بازار انتقال داده یا بالای دلال ها یا تجار قریه بفروش می رسانند. زمین داران بزرگ معمولاً با پروسس کنندگان یا صادر کنندگان قرارداد داشته و این صادر کنندگان کارگران خویش را به باغ آورده و چین و برداشتن محصولات انگور را برای صادر نمودن انجام می دهند.

۱۵. در سال ۲۰۰۹ میلادی حد اوسط حاصل انگور تازه میان خانواده های که در پروژه باغداری و مالداری اشتراک نموده بودند، در هر جریب تقریباً ۳۱۰۰ کیلو گرام بود. اما در خانواده های که مقدار زمین آنان کمتر از ۲ تا ۳ جریب (۶۵ فیصد خانواده های تولید کننده انگور که مستفید شوندگان پروژه اند) این حد اوسط حاصلات انگور تازه تا ۱۵ در صد کمتر حد اوسط مجموعی بوده است. با توجه به این که تنها ۵۷ در صد مستفیدین انگور تازه را بفروش رسانیده اند (حد اوسط ۲۰۰۰ کیلو گرام در هر خانواده به ارزش تقریباً ۱۸ افغانی فی کیلو گرام)، واضح میشود که دهاقین اعم از کوچک و بزرگ در قسمت دسترسی به بازار با مشکلات مواجه می باشند. مالکین کوچک زمین تقریباً ۲۰ در صد کمتر از حد اوسط مجموعی حاصلات انگور تازه را میان مستفیدین پروژه به فروش رسانده بودند. قیمت یک کیلو گرام انگور تازه را که دهاقین بالای دلال ها و تجار قریه به فروش رسانده بودند بین ۷ تا ۵۸ افغانی بوده است البته بشمول فروشات غیر فصلی آن که از ۳۰ تا ۵۰ افغانی در یک کیلو گرام بوده است (جدول ۳,۶). عایدات خانواده ها از انگور تازه طور اوسط ۳۴۱۰۰ افغانی (که تقریباً ۶۸۰ دالر امریکایی میشود) بوده است، که دهاقین کوچک تقریباً ۲۰ در صد کمتر از آن (۲۷۰۰۰ افغانی که معادل تقریباً ۵۴۰ دالر امریکایی می گردد) از اثر فروش محصولات انگور تازه در آمد داشته اند^۱.

^۱ ارقام از سروی نظارتی سال ۲۰۰۹ میلادی پروژه باغداری و مالدار بدست آمده است، که از یک نمونه ۵۳۰ خانواده که توسط پروژه باغداری و مالدار حمایت می گردد، حاصل گردیده است که ۴۸,۳ در صد این خانواده ها مالک باغ های انگور بودند.

جدول الف ۱,۶: تفاوت میان حاصلات، حجم فروشات، و عایدات انگور تازه میان خانواده های تولید کننده که در پروژه باغداری و مالداری اشتراک نموده بودند.

| متغیر | همه خانواده های تولید کننده پروژه باغداری و مالداری | خانواده های دارای ظرفیت تولید کم (۲ جریب زمین یا کمتر) | تفاوت ها |
|--|---|--|---|
| حاصلات (کیلو گرام/جریب | ۳۱۲۲ | ۲۶۴۴ | ۴۷۸ (۱۵,۳) در صد |
| مقدار فروخته شده (کیلو گرام/ خانواده) | ۲۰۴۷ | ۱۵۶۸ | ۴۷۹ (۲۳,۴) در صد |
| در آمد از انگور تازه (افغانی/ خانواده) | ۳۴۱۰۳ (تقریباً ۶۸۰ دالر امریکایی) | ۲۶۹۶۰ (تقریباً ۵۴۰ دالر امریکایی) | ۷۱۴۳ (۲۰,۹) در صد (تقریباً ۱۴۰ دالر امریکایی) |

منبع معلومات: سروی نظارتی سال ۲۰۰۹ میلادی پروژه باغداری و مالداری

۱۶. کشمش. به استثنای انواع کشمش های که از کیفیت عالی بر خوردار می باشند، سایر انواع کشمش معمولاً به منظور تقلیل در تلفات انگور تازه تولید می گردند زیرا می توان آن را در خانه ها نگهداری نمود تا این که دلال ها یا تجار برای خرید آن بیایند. تنها تقریباً ۳۰ در صد از خانواده های که توسط پروژه باغداری و مالداری مورد حمایت قرار داشتند، کشمش تولید نموده بودند که با آن هم ۶۰ در صد محصولات انگور شان را خشک نموده بودند. در سال ۲۰۰۹ میلادی این خانواده ها در هر خانواده حد اوسط ۱۱۰۰ کیلو گرام کشمش تولید نموده بودند. که مالکین کوچک زمین به میزان قابل ملاحظه (۴۳ درصد) کمتر از مالکین بزرگ زمین کشمش تولید نموده بودند (جدول ۳,۷). تقریباً ۶۵ در صد خانواده های که تحت پروژه باغداری و مالداری حمایت می گردند طور اوسط ۶۴۰ کیلو گرام کشمش را هر خانواده به فروش رسانده بودند که ارزش ناشی از این فروشات متذکره از ۱۰ تا ۳۱۰ افغانی در کیلو متفاوت بود. در خانواده هائی که مالک زمین کم بودند در هر خانواده حد اوسط ۴۳۰ کیلو گرام تا ۳۶ افغانی در هر کیلو گرام کشمش فروخته شده بود (که قیمت آن از ۱۰ تا ۱۳۰ افغانی در هر کیلو گرام بود). حد اوسط عاید خانواده ها ۲۳۱۲۰ افغانی (معادل ۴۶۰ دالر امریکایی) بود، اما مالکین کوچک زمین به میزان ۳۵ در صد کمتر از آن در آمد داشته اند.

۱۷. پروژه باغداری و مالداری و سایر پروژه های وزارت زراعت، آبیاری و مالداری به زارعین انگور خدمات تخنیکی را از قبیل اعمار چپله ها و خدمات ترویج فراهم می نمایند. اما این خدمات تخنیکی بیشتر بر مردان متمرکز میباشد زیرا تعداد کارکنان ترویج خصوصاً زنان که درین بخش فعالیت دارند، محدود می باشد. چنین پنداشته میشود که معلومات ارائه شده در خانواده ها با زنان نیز شریک ساخته میشود اما اینگونه انتقال معلومات همیشه صورت نمی گیرد. در جریان مصاحبه ها با گروه های متمرکز، زنان گفتند که آنان خواستار دسترسی مستقیم به خدمات ترویج می باشند. پروژه باغداری و مالداری خدمات ترویج مستقیم را به گروه های تولیدی زنان فراهم می نماید و نگهداری کارکنان زن در بخش ترویج دچار مشکل بوده است (جدول ۳,۲ در گزارش اصلی).

جدول الف ۱,۷: تفاوت میان حاصلات، حجم فروشات، و عایدات کشمش میان خانواده های تولید کننده که در پروژه باغداری و مالداری اشتراک نموده بودند

| تفاوت ها | خانواده های دارای ظرفیت تولید کم (۲ جریب زمین یا کمتر) | همه خانواده های تولید کننده پروژه باغداری و مالداری | متغیر |
|---|--|---|---------------------------------------|
| ۴۷۰ (۴۲,۶) در صد | ۶۳۲ | ۱۱۰۲ | تولیدات کشمش (کیلو گرام/ خانواده) |
| ۲۰۷ (۳۲,۴) در صد | ۴۳۲ | ۶۳۹ | مقدار فروخته شده (کیلو گرام/ خانواده) |
| ۸۱۳۵ (۳۵,۲) در صد (تقریباً ۱۶۳ دالر امریکایی) | ۱۴۹۸۵ (تقریباً ۳۰۰ دالر امریکایی) | ۲۳۱۲۰ (تقریباً ۴۶۲ دالر امریکایی) | در آمد از کشمش (افغانی/ خانواده) |

منبع معلومات: سروی نظارتی سال ۲۰۰۹ میلادی پروژه باغداری و مالداری

۱۸. **دلالت ها و تجار در سطح قریه جات.** در زنجیره ارزش انگور تازه، دلالت ها معمولاً در داد و ستد و عمده فروشی سهیم میباشند. به سبب نبود زیربنا های سرد کننده و عمر کوتاه انگور تازه، دلالت ها یا عمده فروشان محصولات انگور تازه را مستقیماً از دهاقین خریداری نموده و آن را بالای پرچون فروشان و صادر کنندگان یا مصرف کنندگان داخلی در بازار های میوه که در مندوی که منحصراً دومین بازار فروش عمده تلقی گردیده و در مراکز شهری یا نیمه شهر قرار دارند، به فروش می رسانند. قیمت فروش تقریباً میان ۱۰ تا ۶۷ افغانی فی کیلو می باشد. زنان دلالت یا تجار در سطح قریه یا هیچ موجود نیست و یا هم خیلی اندک می باشد.

۱۹. از جانب دیگر، در زنجیره ارزش کشمش اکثر دلالت ها و تجار کوچک کشمش را مستقیماً از دهاقین بزرگ و کوچک خریداری می نمایند. این میانجی گران کشمش را جمع آوری نموده و به قیمت تقریباً ۶۰ تا ۱۷۰ افغانی فی کیلو گرام به عمده فروشان خورد و بزرگ در مندوی میوه خشک و میوه های مغز دارد که در داخل یا نزدیک به مراکز شهری موقعیت دارند، به فروش می رسانند.

۲۰. **عمده فروشان.** در زنجیره ارزش کشمش، قدم عمده در گرد هم آوری و ارزش افزایی، خصوصاً برای تولید کنندگان کوچک و بزرگ، در مرحله عمده فروشی صورت میگیرد. عمده فروشان در مارکیت های میوه خشک و میوه مغز دار در مندوی موقعیت می داشته باشند، که در آنجا کشمش پاک، دسته بندی، درجه بندی و بسته بندی می گردد تا برای فروش به بازار های داخلی و خارجی صادر گردد. این فعالیت های ارزش افزا را معمولاً توسط زنان انجام می دهند تا آن را درخانه ها و یا در محلات مختص به زنان انجام دهند که معمولاً این محلات بیرون از مندوی بوده و توسط زنان مراقبت و نظارت به عمل می آید. زنان در بدل پاک نمودن هر بوری ۵۰ کیلوئی تقریباً ۱۰۰ افغانی (معادل ۲ دالر امریکایی)، مزد دریافت می نمایند. کشمش وارد شده از کشور های چین و ایران نیز در مندوی برای مصرف کنندگان کم درآمد به فروش می رسد. پرچون فروشان یا صادر کنندگان، کشمش بسته بندی شده را به قیمت تقریباً ۸۰ تا ۱۹۰ افغانی فی کیلو گرام خریداری می نمایند.

۲۱. **شرکت های پروسس کننده، صادر کنندگان، و پرچون فروشان.** تقریباً ۱۴۰ صادر کننده در اداره تشویق صادرات کشمش، میوه جات و سبزیجات بشمول تقریباً ۵۰ شرکت میوه تازه و سبزیجات و ۲۰ شرکت پروسس کننده میوه جات خشک و میوه های مغز دار، ثبت می باشد. میوه جات تازه و سبزیجات شامل انگور، سیب، انار، زرد آلو، خربوزه و کچالو می باشد که به بازار های داخلی و خارجی مثل پاکستان، هند و امارات متحده عربی صادر می گردد. این شرکت ها همچنان میوه های غیر فصلی را از بازار های خارجی مثل پاکستان، ایران و چین توريد می نمایند. عدم موجودیت

امکانات سرد خانه ای مشکلی است که افغانستان به آن مواجه بوده و سبب می گردد تا محصولات تازه برای نگهداری به پاکستان فرستاده شده و در اوقات غیر فصلی دو باره به افغانستان وارد گردند. ۵۰ شرکت متذکره در مجموع ظرفیت تجارتی تقریباً ۱۰۰۰ تا ۱۴۰۰ تن در روز را دارند. در پروسس انگور تازه این شرکت ها معمولاً با زمین داران بزرگ قرار داد نموده و چنانچه قبلاً تذکر داده شد، کارکنان مرد را استخدام می نمایند تا محصولات را در باغ ها جمع آوری، درجه بندی، دسته بندی و بسته بندی نموده و برای صادر نمودن در کارتن ها یا کریت های ۱۰ تا ۱۴ کیلوئی، آماده نمایند. مردان در بدل کار شان روزانه ۴۰۰ افغانی حاصل می نمایند. اگر چه زنان انگور را از باغ های فامیلی خویش می بردارند ولی شرکت ها آنان را استخدام نمی نمایند زیرا کار که برای شرکت ها انجام می شود شامل بار گیری و بسته بندی های ثقیل می گردد. این شرکت های عراده جات یخچال دار ویا سایر امکانات سرد کننده ندارند.

۲۲. بیشتر شرکت های که کار میوه خشک و مغز دار را میکنند، کشمش، بادام و سایر میوه های خشک و مغز دار مانند زرد آلو، آلو، چهار مغز و پسته را پروسس میکنند. این شرکت ها تولیدات بسته بندی شده را بالای پرچون فروشان و صادر کنندگان به فروش می رسانند و یا این که خود آن را صادر می نمایند. کشمش و بادام از جمله پر در آمد ترین تولیدات برای این شرکت ها می باشند. تعدادی از شرکت ها هم تجارت میوه تازه و میوه خشک را انجام می دهند (طور مثال تنها انگور تازه و کشمش) و خود در زنجیره ارزش کار کرده و تولید آن را در باغ های خود که تقریباً تا ۱۰۰۰۰ درخت دارد، انجام می دهند. اتحادیه های جداگانه پروسس کنندگان و صادر کنندگان میوه تازه و میوه خشک نیز وجود دارد و با اکثر آنان که مصاحبه صورت گرفت گفتند آنان به این اتحادیه ها حق عضویت می پردازند. یک تعداد از این شرکت ها اطلاعات مربوط به نرخ ها را از اتحادیه بدست می آورند و یا ارتباط را برای صادر نمودن تولیدات از اتحادیه حاصل می نمایند در حالیکه تعداد هم می گویند که عضویت آنان در اتحادیه هیچ نفعی برای آنان ندارد. قیمت فروشات نظر به کیفیت مواد مورد فروش تفاوت می نماید. طور مثال کشمش شنگلخانی قندهار در صورتیکه توسط دست دانه، دانه چیده شده باشد به قیمت ۳۵۰ افغانی فی کیلو به فروش می رسد، اما اگر کاملاً پاک نگردیده باشد قیمت یک کیلو گرام آن ۱۶۰ افغانی خواهد بود. در بازار های محلی کابل نوع دوم آن بیشتر خرید و فروش می گردد. میوه خشک بیشتر در فصل زمستان به مصرف می رسد خصوصاً در جریان روز های عید و سایر جشن های مذهبی بیشتر خرید و فروش می گردد. عرضه کشمش در ماه جون که اخیر فصل می باشد کم بوده، و فروشات آن در فصل تابستان پائین می باشد.

۲۳. تکنالوژی مانند استفاده از تیلیفون های همراه انتقال اطلاعات را میان دهاقین سهولت بخشیده و آنان می توانند در مورد کیفیت و تقاضای بازار اطلاعات را میان هم شریک نمایند. اکثر دهاقین بزرگ که مقادیر زیادی انگور تازه یا کشمش را به شرکت های پروسس کننده به فروش می رسانند تیلیفون همراه دارند. بعضی شرکت ها احتمالاً وسایلی دارند که توسط آن کشمش را خشک، پاک، دسته بندی و بسته بندی می نماید اما این احتمال نیز وجود دارد که این وسایل کهنه و یا هم غیر قابل ترمیم باشند زیرا کیفیت این وسایل پائین بوده و هم گرانی یا خدمات کمی از طرف تولید کننده این وسایل فراهم نمی گردد تا از آن نگهداری گردیده و یا ترمیم شوند. ظرفیت پروسس شرکت ها متفاوت می باشد. طور مثال در سال ۲۰۰۹ میلادی یک شرکت در کابل ۱۵ تا ۲۰ تن کشمش و بادام صادر نمود که تقریباً ۴۰ درصد مجموع تولیدات بسته بندی شده را تشکیل می داد. شرکت متذکره ۶ کارمند بخش بازار یابی دارد. یک فابریکه در کابل می تواند تا ۱۰۰۰۰ تن کشمش را پروسس نماید و این شرکت در سال ۲۰۰۹ میلادی ۱۰۰۰ تن میوه خشک را به پاکستان صادر نموده بود. بازار عمده این شرکت ها را بیشتر مارکیت های داخلی یا مارکیت های صادراتی مانند پاکستان، هند، روسیه، امارات متحد عربی و جرمنی تشکیل می دهد.

۲۴. بیشتر شرکت های پروسس کننده در زنجیره ارزش کشمش با دلال ها و تجار قریه جات قرار داد می نماید تا آنان مقادیر زیادی کشمش را طور مستقیم از دهاقین در عراده جات خویش جمع آوری نمایند. آنان مقدار باقی مانده را از مندوی خریداری می نمایند. بعضی شرکت های خدمات جانبی و وسایل (مانند بوریا برای خشک نمودن) را نیز آماده می نمایند تا از تولیدات کشمش با کیفیت اطمینان حاصل نمایند. با آن که محدودیت های فرهنگی مانع رانندگی زنان میشود، ولی در سطح قریه جات تعدادی از زنان تاجر و فروشنده به انجمن افتخار افغان APA کار می نمایند که این انجمن یک شرکت پروسس کننده در شهر کابل بوده و ملکیت آن زنان می باشد (جدول ۳، ۴ در گزارش اصلی).

۲۵. همانند عمده فروشان، بیشتر شرکت های پروسس کننده کشمش نیز در قسمت پاک کاری، دسته بندی، درجه بندی و بسته بندی کشمش وابسته به خدمات زنان می باشند که این خدمات خود تحت نظارت زنان دیگر انجام می گردد. مزد این زنان کارگر در ساحات شهری ونیمه شهری از ۸۰ تا ۱۴۰ دالر امریکایی در هر ماه گزارش گردیده است که این مزد برای مردان خیلی نا چیز میباشد زیرا برای آنان فرصت های کاری بهتری وجود دارد.

۲۶. افزایش ارزش توسط فعالین زنجیره ارزش. جدول ۳,۸ معلومات مربوط به قیمت انگور و کشمش را طور خلاصه ارائه می نماید. معلومات متذکره از منابع مختلف بشمول مندوی کابل و پرچون فروشان جمع آوری گردیده است. ارقام ارائه شده در جدول یک نمونه کوچک بوده و تنها هدف نمایشی دارند. جدول همچنان در بر گیرنده حد اوسط قیمت های فصلی (ماه های جون و جولای سال ۲۰۱۰ میلادی) سه نوع انگور و کشمش اعلی، انگور شنگلخانی، انگور قندهاری و انگور کشمش بوده و کشمش سرخ، کشمش سبز و کشمش طلائی، را هم در بازار های داخلی و هم در بازار های صادراتی به نمایش می گذارد. ارقام مندرج جدول ۳,۸ توسط پیش گامان این صنعت تائید گردیده است، و عین احصایه ها در مورد حصول نفع در گذشته نیز گزارش داده شده است (به شرکت مشورتی التای سال ۲۰۰۴ مراجعه گردد). ارقام ۳,۳ تا ۳,۶ هزینه های و فروشات را در هر مرحله از زنجیره ارزش انگور تازه (اعم از اوقات فصلی و غیر فصلی) و سه نوع کشمش را به نمایش می گذارد.

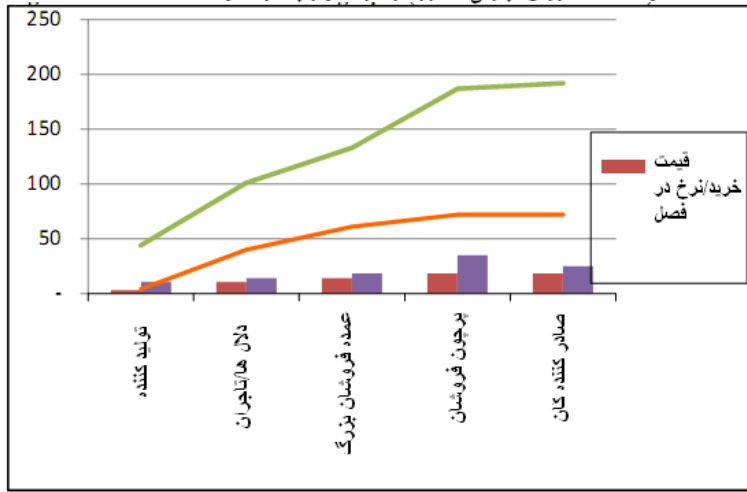
جدول الف ۱,۸: قیمت ها و هزینه ها در مراحل مختلف زنجیره ارزش انگور تازه و کشمش (افغانی فی کیلو گرام)

| ارقام و احصایه های تولیدات: | | | | | | | |
|---|-----------------|--------------------|----------------|---------------|--------------------|-----------|-----------|
| قیمت حد اوسط نظر به ساحه: ۳۵۰۰۰ افغانی در هکتار یا ۷۰۰۰ افغانی در جریب (معلومات از پروژه باغداری و مالداري) | | | | | | | |
| حد اوسط حاصلات: ۱۳۰۰ تا ۲۴۸۰ کیلو گرام فی جریب (سروی نظارتی سال ۲۰۰۹ میلادی پروژه باغداری و مالداري) | | | | | | | |
| حد اوسط هزینه تولید: ۳ افغانی فی کیلو گرام | | | | | | | |
| برای تولید یک کیلو گرام کشمش ۴ تا ۵ کیلو گرام انگور تازه ضرورت می باشد. | | | | | | | |
| انگور تازه | | | کشمش | | | | |
| قندهاری (غیر فصل) | کشمشی (فصلی) | شنگلخانی (فصلی) | سرخ (شمالی) | سبز (غزنی) | طلائی (قندهاری) | واردات | |
| تولید کننده | | | | | | | |
| هزینه ها | ۵ - ۳ | ۳ - ۲ | ۴ - ۳ | ۳۰ - ۲۰ | ۴۰ - ۳۰ | ۶۰ - ۵۰ | نیست |
| فروش | ۵۰ - ۳۰ | ۱۰ - ۶ | ۱۵ - ۱۰ | ۵۰ - ۴۰ | ۷۰ - ۵۰ | ۱۵۰ - ۱۲۰ | نیست |
| دلال ها یا تجار قریه (انگور را از تولید کنندگان خریداری می نمایند) | | | | | | | |
| خرید | ۵۰ - ۳۰ | ۱۰ - ۶ | ۱۵ - ۱۰ | ۵۰ - ۴۰ | ۷۰ - ۵۰ | ۱۵۰ - ۱۲۰ | نیست |
| فروش | ۶۷ - ۵۵ | ۱۵ - ۱۰ | ۱۸ - ۱۵ | ۷۰ - ۶۰ | ۹۰ - ۷۵ | ۱۷۰ - ۱۵۰ | نیست |
| عمده فروشان بزرگ (مندوی) (انگور تازه را از دلال ها و تجار قریه خریداری می نمایند) | | | | | | | |
| خرید | ۶۷ - ۵۵ | ۱۵ - ۱۰ | ۱۸ - ۱۵ | ۸۰ - ۷۰ | ۹۰ - ۷۵ | ۱۷۰ - ۱۵۰ | ۱۵۰ - ۱۳۰ |
| فروش | ۷۴ - ۷۰ | ۲۰ - ۱۵ | ۲۲ - ۱۸ | ۹۰ - ۸۰ | ۱۰۰ - ۹۰ | ۱۹۰ - ۱۷۰ | ۱۷۰ - ۱۵۰ |
| صادر کنندگان (انگور تازه را از عمده فروشان بزرگ خریداری می نمایند) | | | | | | | |
| خرید | ۷۴ - ۷۰ | ۲۰ - ۱۵ | ۲۲ - ۱۸ | ۹۰ - ۸۰ | ۱۱۰ - ۱۰۰ | ۱۸۰ - ۱۷۰ | |
| فروش | ۱۴۰ - ۱۰۰ | ۲۵ - ۲۰ | ۳۰ - ۲۵ | ۱۲۰ - ۱۰۰ | ۱۴۰ - ۱۲۰ | ۲۵۰ - ۲۰۰ | |
| پرچون فروشان (انگور تازه را از عمده فروشان بزرگ خریداری می نمایند) | | | | | | | |
| خرید | ۷۴ - ۷۰ | ۲۰ - ۱۵ | ۲۲ - ۱۸ | ۹۰ - ۸۰ | ۱۱۰ - ۱۰۰ | ۱۸۰ - ۱۷۰ | ۱۷۰ - ۱۵۰ |
| فروش | ۱۴۰ - ۱۰۰ | ۵۰ - ۴۰ | ۳۰ - ۲۰ | ۱۲۰۰ - ۹۰ | ۱۴۰ - ۱۱۰ | ۲۲۰ - ۱۸۰ | ۲۰۰ - ۱۷۰ |
| هزینه پاک کاری کشمش = ۱۰۰ افغانی برای هر کیلو گرام کشمش یا ۲ افغانی در هر کیلو گرام کشمش می باشد | | | | | | | |

منبع معلومات: قیمت ها از فعالین زنجیره ارزش گرفته شده و توسط اداره تشویق صادرات کشمش، میوه جات و سبزیجات در اگست سال ۲۰۱۰ میلادی تائید گردیده است.

یادداشت: کشمش ارزان از چین و ایران نیز وارد می گردد اما دارای کیفیت پائین می باشد. هزینه تولید کشمش وارد شده از کشور های چین و ایران در جدول با کلمه "هیچ" مشخص گردیده است زیرا این معلومات در دست نبوده است. ۱ دالر امریکایی معادل به ۴۴ افغانی؛ یک جریب معادل ۰,۴۹ هکتار یا ۲۰۰۰ متر مربع (تقریبی)؛ ۱ سیر معادل ۷ کیلو گرام می باشد.

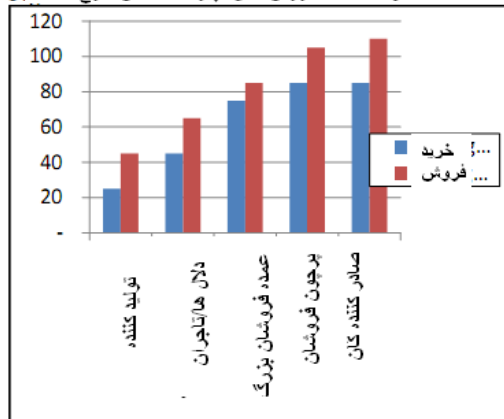
شکل الف 1.3: ارزش تجاری: انگور تازه در فصل و بعد از فصل



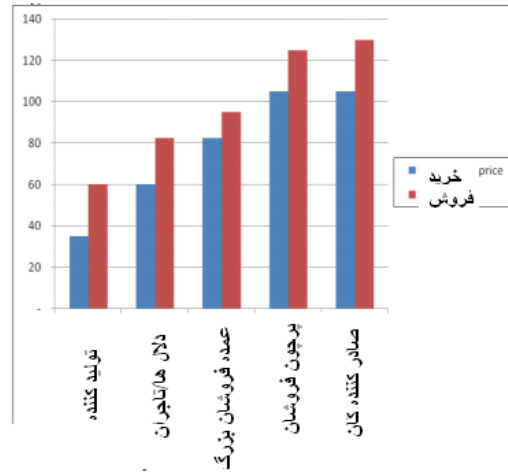
منبع معلومات: انجمن انكشاف اقتصاد؟ مونا؟ت (MEDA)

تولیت آن جا؟ که دو نوع انگور تازه فصل؟ شامل جدول هي في الذکر م؟ باشد، ق؟ مت م؟ ان مدت آن نما؟ش داده شده انفلویت م؟ ان ق؟ مت خر؟د و ق؟ مت فروش نما؟ انگر درآمد در هر سطح از زنج؟ره ارزش م؟ باشد.

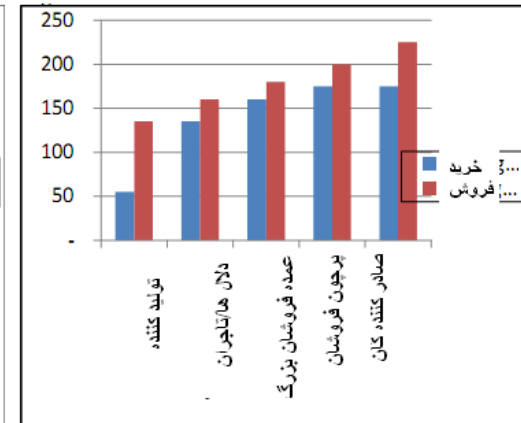
شکل الف 1.4: ارزش های تجارت: کشمش سرخ



شکل الف 1.5: ارزش تجارت: کشمش سبز



شکل الف 1.6: ارزش تجاری: کشمش طلائی



۲۷. ارقام ارائه شده حاکی از آنست که در تعدادی از مراحل زنجیره ارزش فرصت بدست آوردن منفعت وجود دارد، خصوصاً برای دهاقین، با آنکه دهاقین در رابطه به این که آیا آنان هزینه مواد مورد ضرورت برای رشد محصولات را نیز شامل نموده اند یا خیر، گزارش نداده اند. اکثر آنان دهاقینی اند که زمین کم در اختیار دارند که هزینه مزدور کار را خانواده ها خود متحمل گردیده و محاسبه نمی گردد. علاوهً به اساس اطلاعات بدست آمده از خانواده های که از پروژه باغداری و مالداري مستفید می گردند، اکثر دهاقین تنها ۴۰ تا ۵۰ درصد حاصلات شان را به نسبت عدم دسترسی کافی به بازار، به فروش می رسانند. انگور تازه واضحاً در اوقات غیر فصلی یعنی هنگامی که قیمت ها تا ۱۰۰ افغانی فی کیلو گرام می رسد، در آمد های بهتری دارد، در حالیکه در جریان فصل حاصل قیمت انگور نصف قیمت فوق الذکر میباشد. این معلومات نشان دهنده آنست که زمان غیر فصلی فرصت خوب و زمینه مناسب برای افزایش در آمد می باشد البته در صورتیکه تولیدات غیر فصلی انگور تازه و همچنان امکانات نگهداری در سرد خانه ها بهبود یابند.

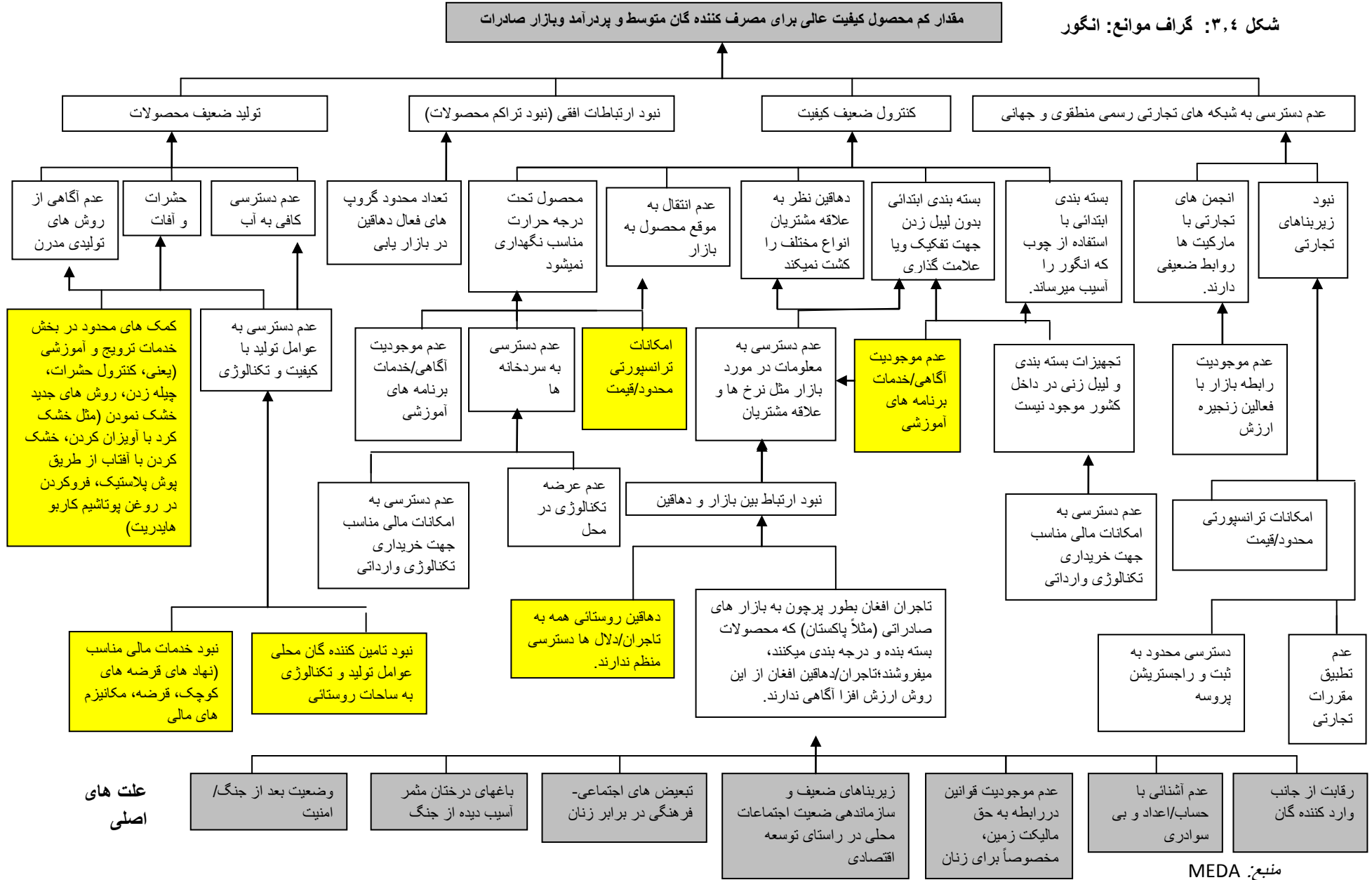
الف ۱،۳ محدودیت های عمومی در زنجیره ارزش انگور تازه و کشمش

۲۸. در زنجیره ارزش انگور تازه و کشمش، عدم دسترسی کافی به بازار که ناشی از خرابی جاده ها و نبود ترانسپورت میباشد، از محدودیت های عمده است. بیشتر تولید کنندگان چاره ای جز وابستگی به دلال ها و تجار قریه، که آنان نیز دسترسی کافی به قریه جات ندارند، ندارند. انگور تازه بیشتر از کشمش متأثر می گردد زیرا عمر آن تا تاریخ مصرف کوتاه بوده و نیز امکانات نگهداری در سرد خانه ها در زنجیره ارزش وجود ندارند. چنانچه در میان خانواده هائیکه که از پروژه باغداری و مالداري مستفید می گردند دیده شده، نصف و یا کمتر از نصف انگور تولید شده بفروش می رسد. برای کاهش این خسارات، دهاقین به تولید کشمش رو می آورند ولی این کار در نزد آنان از اهمیت دومی بر خوردار می باشد. محدودیت عمده در زنجیره ارزش کشمش نبود معلومات در مورد بازار و کنترل ناکافی از کیفیت (خصوصاً رعایت حفظ الصحه در مرحله تولید) می باشد. نمای از گراف محدودیت ها که در شکل ۳،۷ و ۳،۸^{۵۲} نشان داده شده، بیانگر چالش است که فعالین افغان زنجیره ارزش به آن روبرو می باشند و بناءً نمی توانند مقادیر بیشتر انگور تازه و کشمش را تولید و به بازار های داخلی و صادراتی به فروش برسانند. چالش های که خاصاً زنان به آن مواجه می باشند با رنگ زرد مشخص گردیده است.

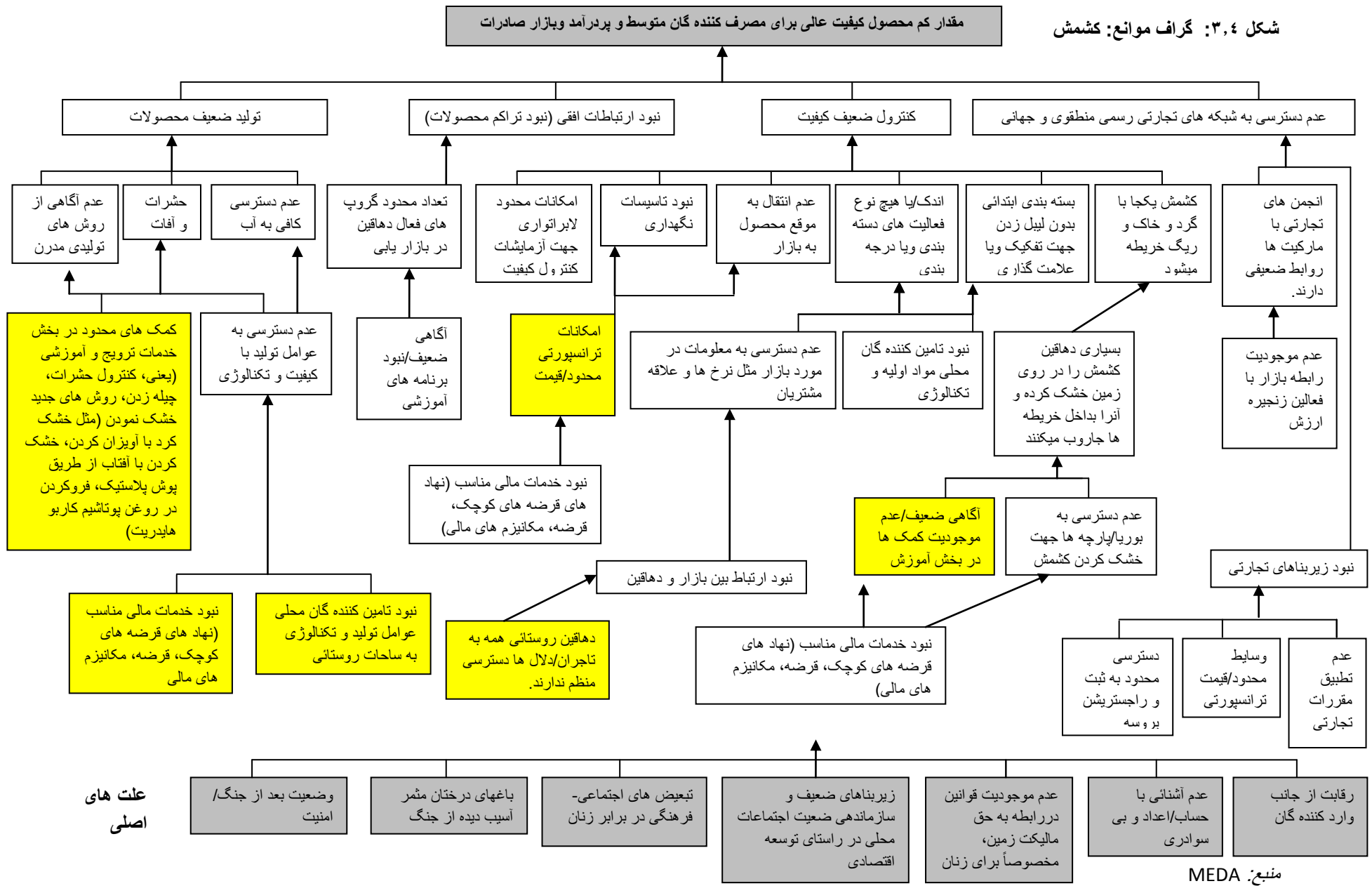
۲۹. محدودیت دسترسی از دهات به بازار ها. زیربنا های ضعیف فزیک افغانستان به آهستگی در حال بهبود می باشد ولی اکثر دهاقین، دلال ها و تجار در سطح قریه جات از امکانات کم ترانسپورتی جهت انتقال محصولات به نزدیک ترین بازار ها بر خورد دار می باشند. انگور تازه و کشمش بار سنگینی را تشکیل می دهند. چند تن از زنان که با آنان در مباحثات گروهی متمرکز مصاحبه صورت گرفت، اظهار داشتند شوهران شان میتوانند حد اکثر ۱ تا ۲ بوجی (تقریباً ۵۰ تا ۱۰۰ کیلو گرام) انگور تازه را به نزدیک ترین بازار انتقال می دهند. اکثر خانواده ها در قریه جات ناگزیرند محصولات شان را بالای دلال ها یا تجار به فروش برسانند که دلال ها یا تجار بعداً با استفاده از وسایط ترانسپورتی خود محصولات را نظر به تقاضا به بازار انتقال داده و می فروشند. دهاقین به این تجار کمتر تماس داشته و نیز قدرت چانه زنی کمتر دارند نسبت به این که آنان خود محصولات شان را می توانستند به صورت مستقیم به بازار انتقال دهند.

^{۵۲} شیمای درخت محدودیت ها ارتباطات عام را به نمایش می گذارند. این درخت در تعیین الویت ها کمک می نماید زیرا مشکلات که در قسمت پائینی درخت قرار دارند لازم است تا اولتر مورد رسیدگی قرار گیرند تا موضوعات پیچیده در قسمت بالایی درخت حل گردند. با آنکه این بحث همه چالش های عمده را مشخص می نماید، ولی تمرکز بر موضوع جنسیت اجتماعی بدین معنی است که همه چالش های به عین جزئیات مورد بحث قرار نمی گیرند. این موضوع برای درخت محدودیت و بحث های مربوط به آن برای زنجیره های دیگر ارزش که در این مطالعه به بحث گرفته شده است، در مطابقت می باشد.

شکل ۳,۴: گراف موانع: انگور



شکل ۳,۴: گراف موانع: کشمش



تذکر: موانعی که به طور قابل ملاحظه مشارکت زنان در سطوح بالاتر زنجیره ارزش را محدود میسازند، با رنگ زرد برجسته ساخته شده است.

۳۰. **عدم موجودیت سرد خانه ها برای نگهداری انگور تازه.** انگور تازه مانند بسیاری میوه های تازه دیگر نازک بوده و عمر آن تا تاریخ مصرف کوتاه می باشد، مگر این که در درجات مناسب حرارت نگهداری گردند. در تمام مراحل زنجیره ارزش امکانات سرد خانه ای مانند ذخیرگاه زیر زمینی، وسایط ترانسپورته یخچالدار و یا محلات سرد خانه ای در سطح بازار عمده و صادراتی حد اقل بوده و یا هیچ وجود ندارد. ذخیرگاه های زیر زمینی به دهاقین کمک می کند تا مقدار های فروخته نشده محصولات شان را که معمولاً به ۵۰ تا ۶۰ درصد می رسد، حتی در موسم های غیر فصلی به فروش برسانند.

۳۱. **عدم موجودیت اطلاعات کافی در مورد بازار میان تولید کنندگان.** از آن جائیکه اکثر دهاقین برای فروش محصولات شان وابسته به دلال ها و تجار در سطح قریه جات می باشند، یگانه مرجع معلومات آنان را در رابطه به قیمت ها، کیفیت محصولات عرضه شده به بازار و سایر معیار ها را، همین افراد تشکیل می دهند. با اکثر دهاقینی که مصاحبه صورت گرفته بود از قیمت محصولات شان در بازار های شهری مانند کابل بی خبر بودند و آنان این را می دانستند که قیمت را خود تجار تعیین می نمایند. با آنکه دهاقین در مورد معیار های پاکی و کیفیت محصولات دانش ابتدایی داشتند، آنان نمی خواستند این معیار ها را تطبیق نمایند زیرا برای انجام چنین کار اضافی برای آنان امتیاز داده نشده و وقت و وسایل ضروری (مانند بوریا ها برای خشک نمودن کشمش) هم نداشتند تا مراحل پروسس را بطور بهتر انجام دهند.

۳۲. **کنترول نا کافی کیفیت و اقدامات ضعیف بعد از برداشت محصولات.** عدم رعایت معیارات حفظ الصحه و عدم توجه به کیفیت در تولید کشمش خصوصاً در بین افرادی که کشمش را به پیمانه کم تولید مینمایند، ناشی از فهم و آموزش نا کافی درین زمینه می باشد. تعداد کمی از دهاقین که مقدار های بیشتر زمین در اختیار دارند بوریا برای خشک نمودن کشمش را از تجار قریه در بدل کمیشن حاصل نموده یا آن را از نماینده شرکت های پروسس کننده بدست می آورند. در زنجیره ارزش انگور تازه، نحوه بسته بندی و بسته بندی که توسط تولید کنندگان کوچک صورت می گیرد با معیار های که برای کیفیت انگور تازه جهت صادر نمودن به خارج نیاز است، مطابقت ندارد. وسایل کافی در دسترس پروسس کنندگان وجود ندارد تا جوس و مربا تولید نمایند، اما موجودیت چنین تکنالوژی بدون شک بازار های خوبی را برای دهاقین به منظور فروش محصولات با درجه پائین تر شان، ایجاد خواهد نمود.

۳۳. **مشاوره های محدود ترویجی.** وزارت زراعت، آبیاری و مالداري و پروژه های که توسط تمویل کنندگان راه اندازی گردیده اند، بعضی از خدمات ترویج را فراهم می نمایند که اکثراً این خدمات به دهاقین بوده و بیشتر بر مرحله تولید تمرکز دارند تا مراحل برداشت محصولات و پس از برداشت محصولات. با اکثر دهاقین که مصاحبه صورت گرفت، آنان هیچ نوع دسترسی به کدام خدمت ترویج یا آموزش در رابطه به اقدامات زمان برداشتن و پس از برداشتن محصولات، نداشته اند. تعداد از زنان دهقان گفتند که شوهران آنان از طرف نهاد های دولتی یا مؤسسات غیر دولتی آموزش یک مرتبه ای را همراه با تعداد از رساله ها و مواد آموزشی حاصل نموده اند که سایر اعضای خانواده قادر نبوده اند از این خدمات استفاده اعظمی نمایند زیرا آنان باید به آنچه که مردان خانواده مایل یا قادر به آموزش برای آنان بوده اند، اکتفا می نمودند. دهاقین زن در مورد تعداد بیشتر کارکنان زن در خدمات ترویج، ابراز علاقمندی خاص نمودند.

۳۴. **کمبود خدمات مناسب مالی.** افغانستان در جریان تقریباً ۲۰ سال جنگ، فاقد سکتور مالی بوده است. از آن جائیکه در حال حاضر تعدادی از مؤسسات عرضه کننده قرضه های کوچک و تعداد کمی از بانک های تجارته ای انواع مختلف قرضه ها را به افراد، گروه ها، و تصدی های کوچک و میانه پیشکش می نمایند، مشکل اساسی مطابقت نحوه اعطای این قرضه ها با شرعیت (شرعیت صراحت دارد که دادن و گرفتن سود در چنین معاملات جواز ندارد)^{۵۳} و بهبود دسترسی به این خدمات مالی در محلات روستایی، می باشد. پروسس کنندگان، عمده فروشان و صادر کنندگان در معاملات شان معمولاً از پول نقد و سیستم غیر رسمی قرضه های شخصی استفاده می نمایند. در جریان مصاحبه هائیکه با این افراد صورت گرفت، این فعالین علاوه بر ابراز نگرانی شان در مورد محدودیت های شرعی برای حصول قرضه، از رعایت به حد افراط تشریفات اداری در قسمت بدست آوردن این قرضه ها، نیز شاکی بودند. به ضمانت های متفاوت و فورم های تضمینی زیاد نیاز می باشد، و نرخ بهره هم معمولاً از ۱۵ تا ۲۰ درصد می باشد. دسترسی به مناطق روستایی چالش

^{۵۳} یا در معاملات امانتی با بهره؛ برای معلومات بیشتر به مأخذ گرایس و پل گرینی (سال ۲۰۰۶ میلادی) مراجعه نمائید.

دیگری را به وجود آورده است: سفر های طولانی متقاضی تکس بیشتر از مشترکین سیستم قرضه بوده و خطر دزدی و سایر مشکلات امنیتی دیگر را در قبال دارد و هزینه رسیدن به باشندگان روستا ها برای مؤسسات فراهم کننده قرضه های کوچک گران تمام میشود. علاوهً اکثر خانواده های روستایی فاقد تجربه کافی در قسمت ترتیب و تنظیم پس انداز، خصوصاً با مؤسسات مالی، می باشند.

۳۵. **عدم حمایت رسمی از صادرات.** انجمن های تجاری، بشمول اتحادیه های صادراتی ارتباطات ضعیفی با بازار های بین المللی کشمش مانند اتحادیه اروپا (خصوصاً بریتانیا، جرمنی و هالند)، کانادا و جاپان دارند. لازم است تا نحوه افزایش صادرات به روسیه که چهارمین وارد کننده بزرگ در جهان و یکی از دو^۴ بزرگترین وارد کنندگان کشمش افغانستان می باشد، جستجو گردد. سازمان هائی مانند اداره انکشاف صادرات افغانستان و اطاق های تجارت و صنایع افغانستان در همکاری نزدیک با حکومت کار می نمایند تا ثبت و راجستر تجار و صادر کنندگان جدید را بهبود بخشیده و دسترسی به بازار های پر منفعت بین المللی را تسهیل نمایند. اطاق های تجارت و صنایع افغانستان دارای ۳۵۰۰۰ اعضای تجاری (صادر کنندگان، عمده فروشان، ارائه کنندگان خدمات، و وارد کنندگان) بوده، و خدمات آن شامل صدور تصدیق نامه کشور مبدأ برای سهولت بخشیدن عرصه صادرات، گفتگو با دولت برای حل موضوعات عام مانند مسایل مربوط به مالیات بر صادرات، حل منازعات میان اعضا، و در صورت ضرورت حمایت از رشد تجارت (مانند پیدا نمودن زمین، ایجاد فابریکه ها و غیره) می باشد. این نوع حمایت تنها در ولایت کابل موجود می باشد. بعضی از کشور هائیکه انگور و کشمش وارد می نمایند، خصوصاً در بازار های مصرفی بلند، علاوه به گواهی نامه مبدأ، متقاضی گواهی نامه تولیدات نیز می باشد. اداره انکشاف صادرات کشمش، میوه جات و سبزیجات تنها خدمات محدود لابراتواری و کنترل کیفیت را ارائه می نماید. برای ازدیاد صادرات انگور تازه و کشمش، لازم است تا افغانستان مسایل مانند تصدیق نامه تولیدات و معیاری سازی را در میان مدت تا دراز مدت مورد رسیدگی جدی قرار دهد.

الف ۱. ۴ محدودیت ها و فرصت ها برای زنان در زنجیره های ارزش انگور تازه و کشمش

۳۶. به غرض یاد آوری باید گفت، زنان روستایی در زنجیره های ارزش انگور تازه و کشمش بدون هیچ نوع پرداختی در باغ های فامیلی و خانوادگی برای تولید، برداشت محصولات و کار های پس از برداشت محصولات (که در آن زنان انگور تازه را خشک نموده و بعضاً آن را دسته بندی و بسته بندی می نمایند و در جا های تعیین شده برای نگهداری گذاشته می شوند تا بعداً فروش گردد) کار می نماید، فعالیت هائی را که زنان بدون مزد انجام می دهند شامل خویشاوه نمودن و آبیاری تاکزار ها، بریدن شاخه های اضافی و جمع آوری شاخه های بریده شده از زمین، می گردد. زنان در ساحات شهری و نیمه شهری برای عمده فروشان، و پروسس کنندگان منحصی کارگر در زنجیره ارزش کشمش فعالیت می نمایند که در آن کشمش را شسته، پاک کاری، دسته بندی و بسته بندی می نمایند تا برای انتقال به بازاری های داخلی و صادراتی آماده گردند که این فعالیت های آنان در داخل و یا بیرون از مندوی و یا در مراکز پروسس صورت می گیرد. این از عمده ترین تفاوت ها میان زنجیره های ارزش انگور تازه و کشمش می باشد: زنان توسط پروسس کنندگان و صادر کنندگان انگور تازه برای فعالیت های چیدن، دسته بندی، درجه بندی و بسته بندی استخدام نمی گردند زیرا در این حالت کار گران به باغ و تاکستان های بیگانه رفته و نیز بعضی از کار های ثقیله مانند برداشتن کارتن های ۱۰ کیلونی و کریت های ۱۴ کیلونی گرام، را انجام می دهند. تکنالوژی که این مشکل را مرفوع سازد طور مثال، فورک لیفت ها، هنوز وجود نداشته و مورد استفاده نمی باشد.

۳۷. در تأمین ارتباط خانواده با بازار مردان نقش عمده را دارند. این نقش شامل خریداری مواد مورد ضرورت، فروش انگور تازه یا کشمش به دلال ها و تجار قریه و یا رفتن به بازار های محلی برای فروش محصولات خود شان، می گردد.

۳۸. **محدودیت های مختص به زنان.** با توجه به این که معیار های فرهنگی و اجتماعی مانع آن میشود مراده میان زنان و مردان شده، محدودیت عمده که مانع رشد زنان در بلند رفتن در زنجیره های ارزش انگور تازه و کشمش می گردد، همانا نبود ارائه خدمات زنان- به - زنان در هر مرحله از زنجیره ارزش می باشد، که این مشکل از تولید تا بازار در

^۴ روسیه و پاکستان تقریباً ۳۵ در صد تولیدات کشمش افغانستان را وارد می نمایند.

سطوح قریه و مندوی موجود می باشد. عدم موجودیت ارائه خدمات زنان - به - زنان کیفیت را در هر مرحله ای از زنجیره ارزش متأثر می سازد زیرا زنان دسترسی به خدمات ترویج، دانش و معلومات در مورد نحوه بهبود بخشیدن کیفیت انگور و کشمش ندارند. سایر محدودیت های که شمولیت زنان را در زنجیره ارزش بطور مستقیم متأثر می سازد عبارت اند از:

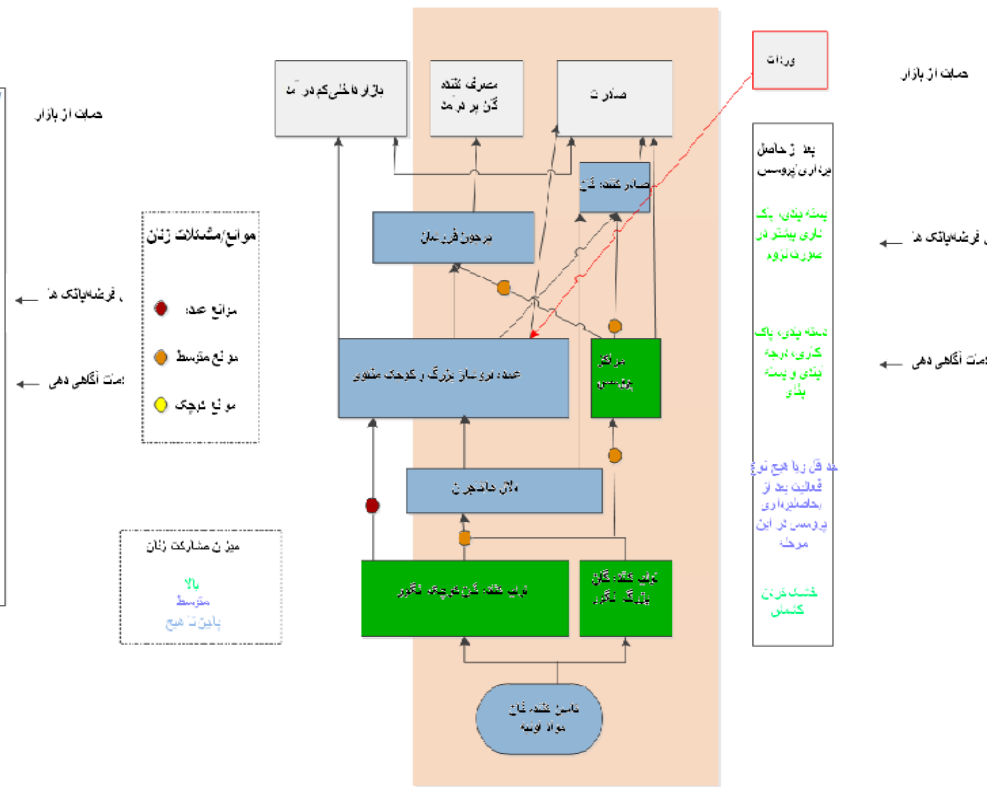
- **محدودیت دسترسی به سیستم ترانسپورتی.** تعداد زیادی از زنان به سیستم ترانسپورتی عامه بدون یک همراه مرد، دسترسی ندارند.
- **محدودیت و یا عدم داشتن اطلاعات در مورد بازار.** تماس های زنان - با - زنان در همه مراحل زنجیره ارزش محدود می باشد. موفق های مانند عرضه کنندگان مواد مورد ضرورت کشت انگور، دلال ها و تجار در سطح قریه جات و پروسس کنندگان را عمدتاً مردان اشغال می نمایند که تعداد اندکی از زنان با آنان در تماس می باشند. در نتیجه زنان اطلاعات ناکافی و یا هم هیچ اطلاعی در مورد بازار نمی داشته باشند، مگر اینکه توسط مردان خانواده برای آنان فراهم گردد.
- **خدمات ناچیز ترویجی برای پروسس بعد از برداشت محصولات.** مشوره و رهنمایی در مورد اقدامات پس از برداشت محصولات خصوصاً مشوره دهی برای زنان روستایی در امور مربوط به کنترل کیفیت مانند رعایت حفظ الصحه، دسته بندی، درجه بندی و بسته بند، وجود ندارد. خدمات ترویج بیشتر روی مرحله تولید انگور تمرکز داشته و از مرحله پس از برداشت محصولات خصوصاً در قسمت کشمش، حمایت کمتری می نماید.
- **نبود خدمات لازم سرمایه گذاری.** افزون بر یک تعداد کم از زنان که در بخش قرضه کار می نمایند، قرضه های که توسط مؤسسات عرضه کننده قرضه های کوچک فراهم می گردند نیاز به تضمین دارند. اکثر مردان مالکیت زمین را به نام خود دارند که در نتیجه دسترسی زنان در صورت عدم همکاری مردان خانواده، به تولیدات مالی زراعتی محدود بوده و یا هیچ به آن دسترسی نمی داشته باشند.

۳۹. شکل های ۳،۹ و ۳،۱۰ نمایانگر محدودیت هائی را که مخصوصاً زنان را از ایفای نقش های بیشتر در زنجیره های ارزش انگور تازه و کشمش مانع میشود، می باشد. این محدودیت ها نظر به موفق های متفاوت در زنجیره ارزش متفاوت میباشد، چنانچه در ذیل بحث می گردد:

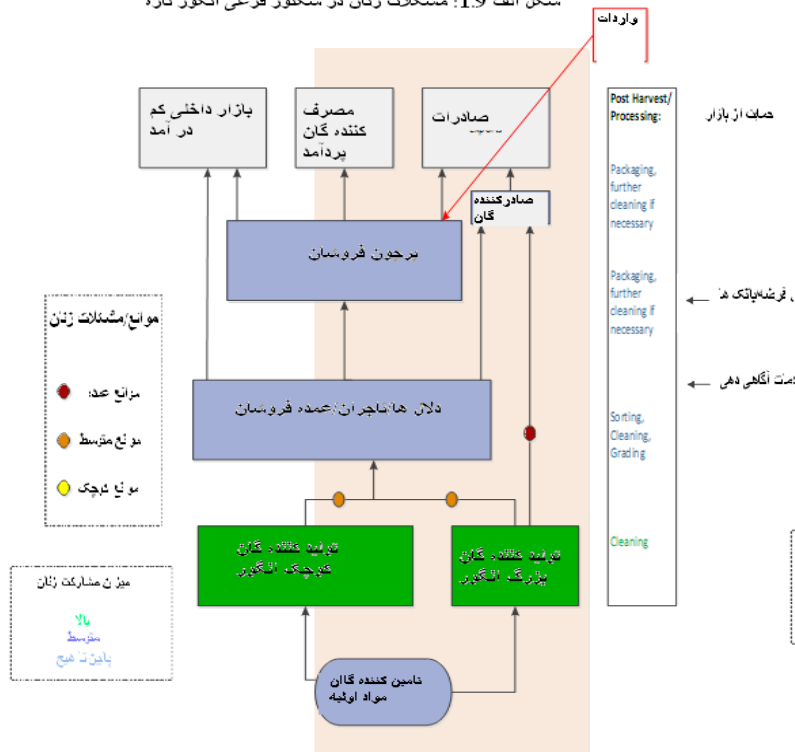
- **ارتقاء تولید کننده (کوچک و یا بزرگ) به دلال یا تاجر در سطح قریه:** مانع متوسط. با وجود موانع فرهنگی در ارتقاء از تولید کننده به دلال یا تاجر، تعدادی از زنان منحیث تجار در سطح قریه و نمایندگان فروشات در ولایات کابل و پروان کار می نمایند که کشمش را به طور مستقیم از زنان خریداری می نمایند. تعدادی از زنان پروسس کننده خاطر نشان نمودند که این شیوه بیشتر در شمال کشور (مانند ولایت بلخ) قابل قبول خواهد بود، زیرا در آنجا جامعه در رابطه به احراز چنین وظایف توسط زنان، باز تر و پذیرا تر می باشد.
- **ارتقاء دلال ها یا تاجر به عمده فروشان یا پروسس کنندگان:** مانع عمده. با آنکه تعدادی از زنان برای عمده فروشان یا پروسس کنندگان کوچک و بزرگ در زنجیره ارزش کشمش کار می نمایند، اکثر کار هائی را که آنان انجام می دهند شامل شستشو، دسته بندی، درجه بندی و بسته بندی می باشد تا اینکه مالکیت آن را به عمده داشته باشند، به استثنای APA.
- **ارتقاء عمده فروشان یا پروسس کنندگان به پرچون فروشان یا صادر کنندگان:** مانع عمده. عموماً زنان و مردان به احراز نقش در پروسه صادرات را عین شکل مشکل می یابند. با آن هم عادات و نورم های اجتماعی و فرهنگی محدودیت بیشتر را متوجه زنان می سازد. تعداد کمی از زنان توانسته اند چنین انتقالی را موفقانه سپری نمایند، اما تعداد از زنان هستند که سعی دارند با وجود مشکلات چنین انتقال را انجام دهند.

°° بعضی استثنائاتی در محلات شهری و نیمه شهری و سایر مجتمعات مردمی باز تر، وجود دارد که شامل محلاتی در ولایات کابل، بلخ و هرات می گردند.

شکل الف 1.10: مشکلات زنان در سکتور فرعی کشمش



شکل الف 1.9: مشکلات زنان در سکتور فرعی انگور تازه



منبع معلومات: شکل های ۳،۹ و ۳،۱۰ بر اساس مطالعه که توسط مایوکس و مکی در سال ۲۰۰۹ میلادی و اداره انکشاف بین المللی ایالات متحد امریکا USAID انجام گردیده بود، استوار می باشد. نوت: ساحات تاریکتر (با رنگ گلابی) زنجیره ارزش را با امیدوار کننده ترین شاخصه نشان می دهد. علامات مانع نشان دهنده محدودیت ها در مقابل زنان می باشند که آنان را مانع گردیده تا در زنجیره ارزش ارتقاء نمایند. رنگ علامت نشان دهنده شدت و خفت مانع می باشد: رنگ زرد = مانع خفیف، رنگ نارنجی = مانع متوسط، و رنگ سرخ = مانع عمده را نشان می دهد. بر اساس تحلیل داده های مقداری، تعداد از موانع غیر قابل تطبیق می نمود (طور مثال، در صورت که زنان در یک نقش شامل نمی بودند، ارتقاء به مرحله بعدی در حقیقت امکان پذیر نبوده و بی مورد می بود)؛ مانع خفیف (زنان را کمی بیشتر از مردان متأثر می سازد، و بعضاً هم بخاطر موجودیت یک سلسله عادات و روش های اجتماعی و فرهنگی)؛ مانع متوسط (زنان را نهایت بیشتر از مردان در زنجیره ارزش متأثر می سازد، با آن که تعداد از زنان قادر بوده اند که این مانع از میان بردارند)؛ مانع عمده (زنان را نهایت بیشتر از مردان در زنجیره ارزش متأثر می سازد، اما هیچ زن قادر نبوده است تا این مانع را از میان برداشته و در زنجیره ارزش صعود نماید). موانع تنها برای زنجیره های ارزش که امید بر آن بیشتر می باشد (که به رنگ گلابی مشخص شده) نشان داده شده است و برای موق های که زنان در آن دخیل می باشند (چنانچه به رنگ های سبز و ارغوانی سطح شمولیت زنان در آن مشخص گردیده است)، نشان داده شده است.

۴۰. فرصت ها برای زنان در زنجیره های ارزش انگور تازه و کشمش. در سطح تولیدی، لازم است تا ارائه خدمات زنان - به زنان را در تمام مراحل زنجیره ارزش تسهیل بخشید. طور مثال یک گروه از زنان نیمه مسلکی^۶ می توانند خدماتی چون عرضه مواد مورد نیاز، مشوره های ترویجی، اعتبارات مالی یا ارتباطات با بازار، را ارائه نمایند. بسیج اجتماعی و ایجاد انجمن های زنان تولید کننده دسترسی به خدمات را توسعه داده و هزینه انجام معاملات را کاهش می دهد. سرمایه گذاری در مراکز پروسس که مالکیت آن به زنان بر می گردد و توسط زنان فعالیت دارند در سطح قریه جات یا دسته ها، کیفیت تولیدات را از طریق آموزش های زنان - به - زنان ارتقاء می بخشد.

- **کارکنان زن در بخش ترویج در اجتماعات**. ارتقای کارکنان زن در فعالیت های ترویج و دسترسی زنان را به خدمات، مهارت ها و دانش بهبود بخشیده و در نتیجه تولیدات، برداشت محصولات و سایر فعالیت های پس از برداشت محصولات انگور تازه و کشمش بهبود می یابد. مهارت هایی را که زنان می توانند بیاموزند و از آن در سطح خانواده در رابطه به محصولات انگور تازه استفاده نمایند شامل دسته بندی، درجه بندی، ذخیره نمودن (مثلاً جابجا نمودن در زیر خیمه ها)، و بسته بندی (جابجا نمودن در کریت ها) برای کاهش خسارات هنگام انتقال، می باشد.
- **اقدامات پس از برداشت محصولات و کنترل کیفیت**. از آنجائیکه بیشتر کار های مربوط به زمان پس از برداشت محصولات و پروسس کشمش را زنان روستایی انجام می دهند، معلومات در مورد کنترل کیفیت و بازار به کار آنان نهایت مهم بوده ممکن برای شان جالب هم باشد. برنامه آموزشی مهارت ها باید در برگیرنده روش های خشک نمودن (با استفاده از بوریا ها و سایر تکنالوژی مانند خشک کننده های آفتابی)، دسته بندی و درجه بندی باشد.
- **دسترسی به قرضه ها از طریق نماینده های زن**. در مصاحبه با گروه های تمرکز، زنان دهقان علاقمند دریافت کمک های مالی بودند اما محدودیت عرضه چنین خدمات و موانع اجتماعی (به شمول موانع در تماس بودن و تحرک) دسترسی به این خدمات را به یک چالش مبدل می سازد. تعداد اندکی از مؤسسات عرضه کننده قرضه های کوچک، قرضه های زراعتی را به زنان فراهم می نماید و علاقمند پشتیبانی از اقدامات پس از برداشت محصولات، مانند خشک نمودن کشمش و بسته بندی آن می باشند. اتحادیه های کمک مالی هیئت جهانی (WOCCU) و خدمات مالی آریانا از جمله چنین مؤسسات عرضه کننده قرضه های کوچک می باشند که درین عرصه فعالیت دارند. از طریق حضور هر چه بیشتر زنان در این مؤسسات، زنان می توانند دسترسی شان را به خدمات مالی عمده بیشتر سازند که این خود شیوه های کاری و تولیدات آن ها را تقویت می بخشد.
- **بسیج نمودن انجمن های زنان تولید کننده**. انجمن زنان تولید کننده توسط وزارت زراعت، آبیاری و مالداری و پروژه هائی که توسط دونر ها تمویل می شوند، ایجاد می گردد. تا ماه سپتمبر سال ۲۰۱۰ میلادی، پروژه باغداری و مالداری تقریباً ۸۰ گروه را که در بر گیرنده تقریباً ۲۰۰۰ زن تولید کننده بود، در ۹ ولسوالی ۹ ولایت شمالی و مرکزی ایجاد نموده بود. نزدیک به ۸۵ درصد این گروه ها صندوق های پس انداز دارند که هر گروه تقریباً ۸۰۰۰ افغانی (معادل ۱۶۰ دالر امریکایی) پس انداز دارد. گروه ها می توانند از این وجوه مالی منحیث قرضه برای اعضای خود استفاده نمایند. گروه ها و انجمن های زنان تولید کننده نیز می توانند در فعالیت های دسته جمعی و گروهی نیز اشتراک و سرمایه گذاری نمایند. این فعالیت ها می تواند شامل ایجاد مرکز جمع آوری کشمش که در آن با سایر زنان قرار داد خرید صورت می گیرد، و ایجاد یک مرکز پروسس در سطح قریه یا دسته برای پروسس نمودن انگور تازه و کشمش، گردد. این چنین مرکز می تواند یک ساحه جداگانه و در عین حال قابل دسترس را برای زنان ایجاد نماید که در آن زنان بتوانند انگور تازه را دسته بندی، درجه بندی و بسته بندی نمایند. سرمایه گذاری در عرصه تکنالوژی مورد نیاز مانند فورک لیفت نهایت ضروری می باشد.

۴۱. در سطح عمده فروشی یا پروسس، تعدادی از زنان منحیث دلال، تجار قریه و پروسس کننده در زنجیره ارزش کشمش عرض اندام نموده اند. در این زمینه APA نمونه را در رابطه به ارائه خدمات زنان - به - زنان ایجاد می نماید.

- **دسترسی به بازار از طریق زنان تجار در سطح قریه جات و عرضه کنندگان مواد مورد نیاز**. نقش دلال ها، تجار در سطح قریه جات و عرضه کنندگان مواد مورد ضرورت معمولاً باهم مرتبط می باشند. طور مثال ارتباطات که

^۶ آموزندگان غیر حرفوی معمولاً در سطح مسلکی مورد آموزش قرار می گیرند تا با افراد حرفوی در ساحات خاص تعلیمی، زراعتی، عملی، حقوقی، صحتی و سایر ساحات همکاری نمایند. تحصیلات آنان در حد کارکنان حرفوی مجرب نبوده و نیز مجوز آن را در دست ندارند. ولی آنان می توانند آن کار های را که متقاضی دانش نسبی می باشد انجام داده و حتی طور مستقل و فارغ از نظارت مستقیم کارکنان حرفوی عمل نمایند. تعداد از اشتغالات غیر حرفوی نیاز به امتحانات یا تصدیق نامه های خاص در ساحه می باشند، این در حالی است که تعداد دیگر از این پست ها تنها متقاضی یک سطح معین از آموزش می باشند.

میان دلال ها و تجار به آنان این فرصت را نیز فراهم می نماید تا منحصراً عرضه کننده مواد مورد نیاز و توزیع کنندگان نیز عمل نمایند. با آن که تعداد کمی از زنان نقش های دلال و تجار را احراز نموده اند، اکثر اشتراک کنندگان این مطالعه اظهار داشتند که فرصت آن وجود دارد تا نمایندگی زنان در این عرصه بیشتر گردد. زنان نظارت کننده در مرکز APA نقش عمده را در کنترل کیفیت کوشش ایفا نموده و احتمال آن نیز وجود دارد تا زنان تولید کننده را در بدست آوردن درجه بلند کیفیت قابل قبول از طریق استفاده از بوریا ها و خشک کننده های آفتابی، آموزش دهند.

- **توسعه مراکز پروسس که مالکیت آن را زنان به عهده دارند.** زنان در مراکز شهری و نیمه شهری به طور جدی در فعالیت های پروسس شامل می باشند. سرمایه گذاری در این عرصه تأثیر عمده را بالای موقف زنان در زنجیره ارزش از خود بجا می گذارد. چنین سرمایه گذاری ها مستلزم آموزش در بخش تجارت برای زنان در رابطه به بکار انداختن و مدیریت این مراکز میباشد.

الف ۱. ۵ نتیجه گیری: توسعه نکات قوی عرصه صادرات

۴۲. نکات قوی صادرات افغانستان را انگور تازه و کوشش تشکیل می دهد. مخصوصاً صادرات کوشش امیدوار کننده می باشد زیرا افغانستان هفتمین صادر کننده بزرگ کوشش در سطح جهان بوده و در حال تأمین روابط با بازار های پر منفعت جهانی، مانند اتحادیه اروپا و ایالات متحد امریکا می باشد. صادرات انگور تازه نیز ظرفیت رشد بیشتر را دارا می باشند، اما عمر کوتاه انگور تازه تا تاریخ مصرف، صادرات انگور تازه را تنها محدود به کشور های پاکستان و هند می نماید. زنان انگور و کوشش را در مزارع و در محلات شهری کشت، حاصل برداری و پروسس می نمایند. مردان منحصراً حلقه ارتباطی به بازار و سایر خدمات عمل می نمایند و بیشترین پست ها را در مسیر زنجیره ارزش احراز نموده اند، که استثنائاتی مانند APA نیز در آن وجود دارد.

۴۳. محدودیت های عمده در زنجیره ارزش این دو قلم صادراتی عمده عبارت اند از: (الف) عدم موجودیت امکانات سرد خانه ای در امتداد زنجیره ارزش و (ب) دسترسی محدود به سبب جاده های تخریب شده و سیستم ترانسپورتی نا کافی. دهاقین تنها ۴۰ تا ۵۰ درصد از محصولات شان را به فروش می رسانند زیرا آنان دسترسی غیر مکرر به بازار و آن هم از طریق دلال ها و تجار که در سطح قریه طور سیار کار می نمایند، دارند.

۴۴. در زنجیره ارزش کوشش محدودیت های عمده عبارت اند از: (الف) نبود اطلاعات بازار میان تولید کنندگان که شامل عدم موجودیت اطلاعات کافی در مورد کوشش که یک قلم صادراتی عمده می باشد، (ب) محدود بودن خدمات کنترل کیفیت در اقدامات پس از برداشت محصولات که از آن جمله می توان از حفظ الصحه ضعیف در مرحله تولید، یاد آوری نمود. دهاقین ترجیح می دهند انگور را بفروشند زیرا مقدار آن زیاد می باشد. آنان کوشش را به مثابه فعالیت درجه دوم خویش می پندارند؛ صرف ۳۰ درصد دهاقین انگور را خشک می نمایند.

۴۵. فرصت های صعود زنان در زنجیره های ارزش این دو محصول صادراتی عمده عبارت اند از: (الف) ایجاد گروهی از زنان نیمه مسلکی برای فراهم نمودن دسترسی به خدمات ترویج (مخصوصاً ارائه مشوره در رابطه به فعالیت های پس از برداشت محصولات)، مواد مورد ضرورت برای کشت و پروسس، قرضه و بازار، و (ب) ایجاد گروه ها یا انجمن های زنان تولید کننده برای سهولت بخشیدن به ارائه خدمات زنان - به - زنان. این گروه ها ایجاد و تأسیس مراکز پروسس را که توسط زنان فعالیت نموده و مدیریت آن را نیز زنان به عهده دارند، در سطح قریه جات یا دسته ها تسریع می نمایند تا انگور تازه و کوشش را پروسس نموده و با معیارات بلند کیفیت مطابقت نماید.

ضمیمه ۲ زنجیره ارزش بادام

۱. افغانستان در سال ۲۰۰۸ و ۲۰۰۹ میلادی تخمیناً ۱۵۰۰۰ تن بادام را تولید نموده است. تقریباً ۸۰ درصد این تولیدات به دو شریک اساسی افغانستان در منطقه که کشور های پاکستان و هندوستان می باشد صادر گردیده است. این در حالی است که مقدار باقی مانده تولیدات بادام افغانستان در بازار های داخلی به فروش می رسد و تقاضا به آن نیز در حال رشد می باشد. افغانستان یازدهمین کشور صادر کننده بادام پوست شده و پنجمین کشور صادر کننده بادام با پوست در جهان می باشد. زنان روستایی نقش عمده را در تولید، برداشتن محصولات و پروسس بادام ایفا می نمایند که فعالیت های که شامل این زنجیره می گردد عبارت از پوست نمودن، خشک نمودن در آفتاب و بسته بندی آن می باشد. همچنان زنان در مناطق شهری و نیمه شهری توسط عمده فروشان و شرکت های پروسس کننده و صادر کننده استخدام می گردند تا بادام را شسته، دسته بندی، درجه بندی و بسته بندی نمایند تا بعداً این بادام به بازار های پرچون داخلی و بازار صادراتی انتقال یابد. با آنکه مردان نقش بیشتری را منحیث عرضه کنندگان مواد مورد نیاز برای کشت و پروسس بادام، دلال ها، تجار در سطح قریه جات، عمده فروشان، پروسس کنندگان و صادر کنندگان ایفا می نمایند، ولی نقش های دیگری مانند نماینده فروشات، تجار در سطح قریه جات و مالکین مراکز پروسس میوه خشک و میوه مغز دار را زنان به عهده دارند. این فصل فعالین عمده زنجیره ارزش و فعالیت های ارزش افزای آنانرا طور دقیق مورد مطالعه قرار داده و از طریق آن محدودیت ها و فرصت ها را برای صعود زنان تولید کننده و پروسس کننده در زنجیره ارزش بادام، مشخص می نماید. همانند ارزیابی قبلی در رابطه به زنجیره های ارزش انگور و کشمش، این ارزیابی نیز وابسته به مصاحبه ها و ارقام جمع آوری شده از سروی که توسط پروژه باغداری و مالدارای راه اندازی شده بود، می باشد تا ذریعه آن حجم تولیدات و فروشات بادام تخمین زده شود و هم خساراتیکه در سطح تولیدی بوجود می آید درک شده و معلومات در رابطه به قیمت ها نیز در زمینه واضح گردد.

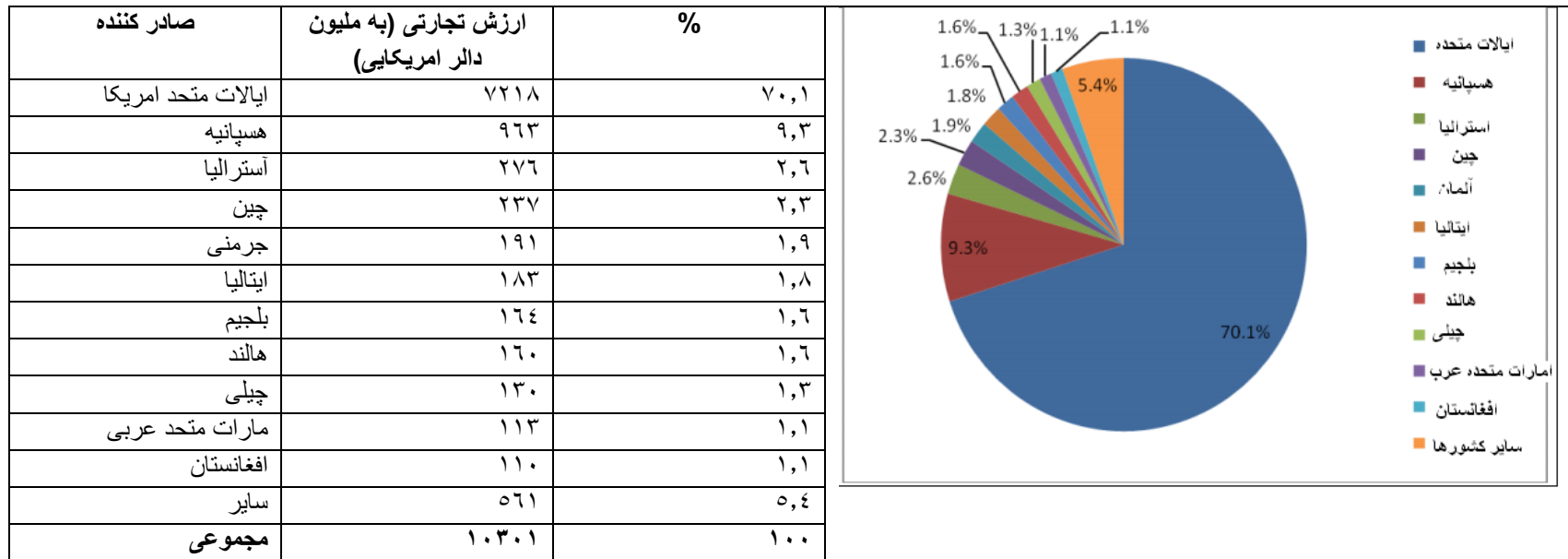
الف ۲,۱ روند جهانی تولید، مصرف و صادرات بادام

۲. بر اساس اطلاعات سازمان غذا و زراعت سازمان ملل متحد (FAO)، ۶ صادر کننده بزرگ در جهان عبارت اند از ایالات متحد امریکا (که ۴۰ درصد تولیدات جهان را تشکیل می دهد)، هسپانیه (۱۶ درصد)، سوریه (۸ درصد)، ایتالیا (۶ درصد)، ایران (۵ درصد)، و مراکش (۴ درصد). یونان، ایتالیا و ترکیه منحیث تولید کنندگان عمده بادام عرض اندام نموده اند (بر اساس اطلاعات USDA FAS سال ۲۰۰۳ میلادی).

۳. ایالات متحد امریکا بزرگترین صادر کننده بادام در جهان می باشد (که تقریباً ۷۰ درصد بادام جهان را صادر می نماید)، و به تعقیب آن هسپانیه قرار دارد که تقریباً ۱۰ درصد بادام جهان را صادر می نماید (به جدول ۴,۱ مراجعه نمایید). صادر کنندگان کوچک تر را کشور های آسترالیا، چین، بعضی از کشور های عضو اتحادیه اروپا (جرمنی، ایتالیا، بلجیم و هلند)، چیلی و امارات متحد عربی تشکیل می دهد. بر اساس احصایه های کمیسیون تجارت سازمان ملل متحد، افغانستان جایگاه یازدهم را در صادرات بادام بدون پوست دارد که ارزش تجارتي آن به ۱۱۰ میلیون دالر امریکایی بالغ می گردد. افغانستان پنجمین صادر کننده بادام پوست نشده در جهان بوده که ارزش تجارتي آن به ۳۸ میلیون دالر امریکایی بالغ می گردد.

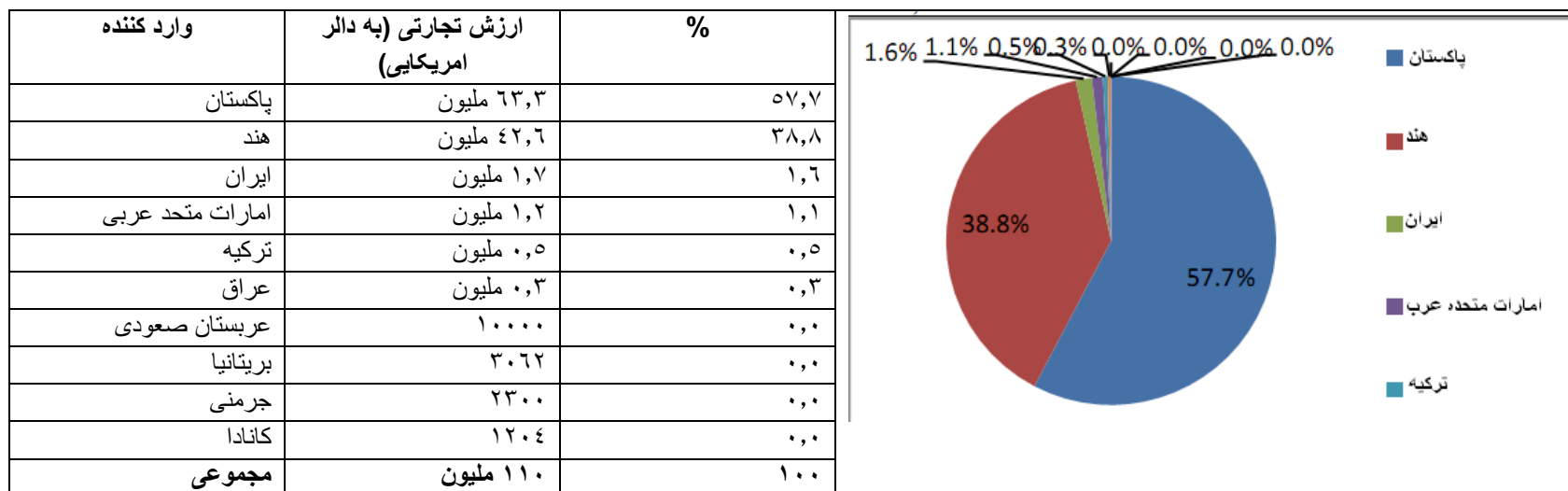
۴. شرکای صادراتی بادام افغانستان را اکثراً کشور های همسایه تشکیل می دهد (به جدول ۴,۲ مراجعه گردد). پاکستان تقریباً ۶۰ درصد بادام افغانستان را وارد می نماید در حالی که هند نزدیک به ۴۰ درصد بادام افغانستان را وارد می کند. به تعقیب این دو کشور، کشور های دیگری شرق میانه مانند ایران، امارات متحد عربی، ترکیه، عراق و عربستان سعودی نیز مقادیر کمی از بادام افغانستان را وارد می نمایند. شرکای عمده صادراتی بادام پوست نشده افغانستان را نیز پاکستان (که تقریباً ۷۶ درصد ارزش تجارتي را تشکیل می دهد) و هند (که ۲۴ درصد ارزش تجارتي را تشکیل میدهد) میباشند.

جدول الف ۲,۱: یازده صادر کننده بزرگ بادام در جهان، ۲۰۰۶ - ۲۰۰۹



منبع معلومات: دیتابیس کمیسیون تجارت سازمان ملل متحد.

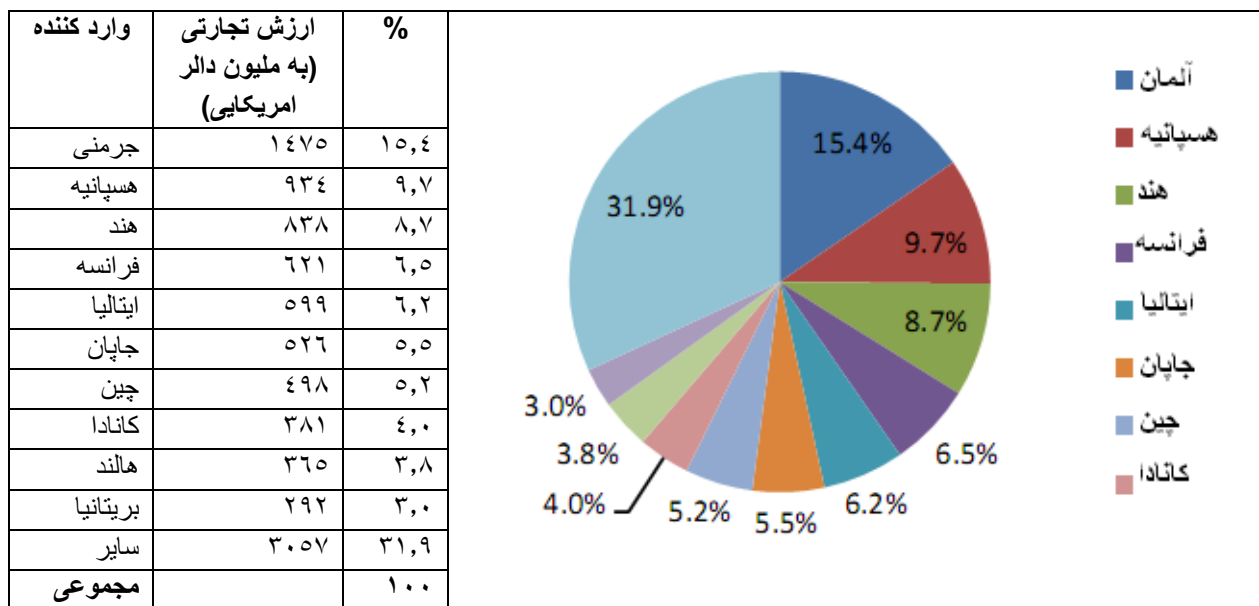
جدول الف ۲,۲: وارد کنندگان عمده بادام افغانستان، ۲۰۰۶ - ۲۰۰۹



منبع معلومات: ديتا بيس كميسيون تجارت سازمان ملل متحد.

۵. بر اساس احصائیه های کمیسیون تجارت سازمان ملل متحد، جرمنی مقدار زیادی از بادام را (که به ۱۵,۴ در صد مجموعی واردات بالغ می گردد) وارد می نماید که به تعقیب آن اسپانیه (تقریباً ۱۰ در صد) و هند (۸,۷ در صد) قرار دارند. اتحادیه اروپا تقریباً ۴۵ در صد از تولیدات جهانی بادام را وارد می نماید، در حالی که آسیا و شرق میانه در مجموع ۴۴ در صد ارزش جهانی را تشکیل می دهند (بر اساس اطلاعات درکو فودز در سال ۲۰۰۹ میلادی). احصائیه های کمیسیون تجارت سازمان ملل متحد نشان می دهد که هند یگانه وارد کننده بزرگ بادام پوست ناشده (۶۰ در صد) در جهان می باشد، شرکای وارداتی آن را ایالات متحد امریکا (۸۲,۱ در صد)، استرالیا (۱۴,۰ در صد)، افغانستان (۲,۶ در صد) و پاکستان (۰,۸ در صد) تشکیل می دهد. مصرف کنندگان هندی بادام افغانستان را از نظر کیفیت در رده بلند تر می دانند.

جدول الف ۲,۳: ده وارد کنندگان عمده بادام در جهان، ۲۰۰۶ - ۲۰۰۹



منبع معلومات: دیتابیس کمیسیون تجارت سازمان ملل متحد.

الف ۲,۲ زنجیره ارزش بادام

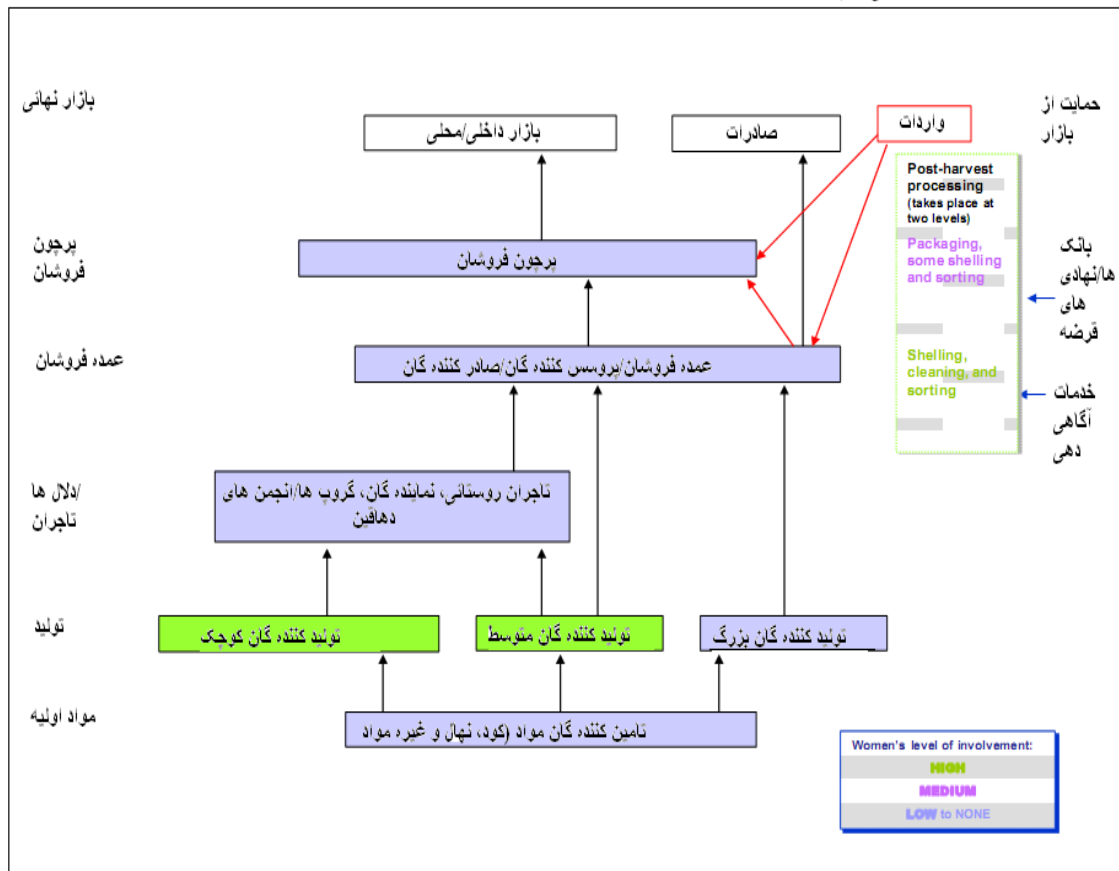
۶. **مرحله تولید.** بادام از جمله محصولات بومی و محلی افغانستان بوده که برای ده ها سال به خارج از کشور صادر گردیده است. بادام با پوست و یا بدون پوست به فروش می رسد. بادام نهایت مغذی و دارای کالوری بیشتر بوده و سرشار از کلسیم، فاسفورس و پتاشیم می باشد. در افغانستان بادام پس از انگور تازه و کشمش یکی از پر ارزش ترین محصولات زراعتی می باشد. وزارت احیاء و انکشاف دهات تولیدات بادام در سال ۲۰۰۸ - ۲۰۰۹ میلادی را تقریباً ۱۵۰۰۰ تن تخمین مینماید.

۷. مناطق تولیدی عمده در شمال، در ولایت پروان (خصوصاً ولسوالی غوربند)، ولایت بلخ، ولایت کندز و ولایت سمنگان می باشد. گمان می رود که تنها ولایت بلخ تخمیناً ۵۵۰۰ تن بادام را تولید می نماید. در این مناطق فصل بادام از ماه جولای تا اخیر ماه سپتمبر امتداد می یابد. برای بارور شدن و حاصل دهی درخت بادام پنج سال لازم است و دو سال دیگر نیز نیاز است تا به پختگی برسد. مالکین کوچک معمولاً بادام را با سایر درختان مثمر یکجا در باغ های فامیلی شان تربیه میکنند. افغانستان بیشتر از ۶۰ نوع بادام وسیعاً شناخته شده را تولید می نماید. اما انواع حقیقی بادام محدود می باشند (انواع مختلف دیگر که از طریق یک پروسه رسمی و تخصصی پرورش رشد، ترویج و تکثیر شوند). انواع معروف بادام که برای بازار های پر منفعت داخلی و صادراتی تربیه می شود عبارت از بادام های با پوست نازک، ستار بای، قهار بای، کلک عروس، قمبری، کاف مال و خیر الدین می باشند که پوست ناشده به فروش می رسند (بادام با پوست یا بدون پوست به نسبت ۱ بر ۲ به فروش می رسد). در بازار های داخلی از بادام نقل نیز ساخته می شود که از جمله شیرینی باب معروف می باشد (وزارت احیاء و انکشاف دهات، سال ۲۰۰۷ میلادی).

۸. نقش زنان. چنانچه قبلاً تذکر داده شد زنان در مراحل ابتدایی زنجیره ارزش بادام طور فراگیر دخیل می باشند. آنان در باغ های فامیلی درختان بادام را آبیاری نموده و شاخه بری می نمایند؛ حاصلات بادام را جمع آوری می نمایند و آن را پاک کاری و پوست می کنند، خشک نموده و در خریطه های بزرگ در باغ ها بسته بندی می نمایند. این تولید کنندگان حاصلات را دسته بندی و یا جمع آوری نمی نمایند و یا اگر هم می نمایند خیلی اندک می باشد. شرکت ها در ساحات شهری و نیمه شهری زنان را استخدام می نمایند تا بادام را دسته بندی، درجه بندی و بسته بندی نماید تا به بازار های داخلی یا صادراتی عرضه گردد. تجارت بادام توسط شرکت های که میوه خشک و میوه های مغز دار را پروسس می نمایند، انجام داده می شود که تعداد کمی از این شرکت ها (مانند APA) تحت مالکیت زنان قرار دارند و زنان را منحیث نماینده فروشات و تجار در سطح قریه جات استخدام می نمایند تا بادام را طور مستقیم از زنان تولید کننده خریداری نمایند.

۹. فعالین عمده در زنجیره ارزش بادام. فعالین عمده زنجیره ارزش بادام عبارت از عرضه کنندگان مواد مورد نیاز برای کشت، رشد و پروسس بادام، دهاقین، دلال ها، تجار در سطح قریه جات، عمده فروشان، پروسس کنندگان، پرچون فروشان و صادر کنندگان می باشند. ارتباطات این فعالین در شکل ذیل (شکل الف ۲،۱) نشان داده شده است:

شکل الف 2.1: نقشه سکتور فرعی بادام



Source: MEDA.

منبع معلومات: انجمن انکشاف اقتصادی منونایت (MEDA)

۱۰. **عرضه کنندگان مواد مورد ضرورت کشت، رشد و پرورس بادام.** دکانداران شخصی، آگ-دیپو^۷، و مغازه های زراعتی مواد مورد ضرورت کشت، رشد و پرورس بادام به شمول کود و ادویه زراعتی را به فروش می رسانند. در بدل خدمات و کالاها پول نقد پرداخت می گردد، ولی امکان آن نیز می رود که دکانداران به شکل غیر رسمی معامله قرض انجام دهند. دسترسی به خدمات ترویج لازم محدود می باشد. دهاقین از یک نوع مخلوط معیاری کود استفاده می نمایند که جواب گوی نیازمندی محصولات خاص نمی باشد. طور مثال بادام نیاز به مقدار بیشتر نایتروجن و پوتاشیم نسبت به فاسفورس دارد که این نیازمندی توسط کود معیاری مخلوط مرفوع نمی گردد^۸. با وجود آن که خدمات ترویج که توسط وزارت زراعت، آبیاری و مالدارای و سایر مؤسسات کمکی فراهم میشود، پرچون فروشان اکثراً سوالاتی را در مورد نحوه استفاده کود از دهاقین بدست میاورند. تعداد زنان عرضه کننده مواد مورد ضرورت کشت، رشد و پرورس بادام نهایت کم بوده و یا هیچ وجود ندارند.

۱۱. در افغانستان قوریه خانه های تجارتي فعالیت دارند اما تعداد کمی از آنان قلمه های با کیفیت عالی را تهیه می نمایند و نحوه بازار یابی آنان با دهاقین بصورت درست تنظیم نشده است. پروژه های وزارت زراعت، آبیاری و مالدارای مانند پروژه باغداری و مالدارای و پروژه انکشاف باغداری دایمی (PHDP) که توسط اتحادیه اروپا تمویل می گردد، در قسمت رشد این سکتور فرعی فعالیت می نمایند، طور مثال آنان انواع با کیفیت عالی را به ذخیره گاه های عمومی معرفی می نمایند که بعداً در آنجا به تعداد آن افزوده گردیده و ذریعه آن ذخیره گاه های فرعی را ایجاد می نمایند. قوریه خانه های تجارتي در اطراف ذخیره گاه عمومی به شکل انجمن ها تنظیم می گردند که ریشه و قلمه ها را برای ذخیره گاه های فرعی به انجمن ها، فراهم می نماید.

۱۲. **تولید کنندگان.** اکثر تولید کنندگان بادام دارای تقریباً ۲ جریب زمین می باشند که در آن بادام را همراه با انواع مختلف سایر محصولات (مانند انار، رشقه^۹، گندم یا سبزیجات) تولید می نمایند. محصولات اندکی که از این مزارع بدست می آید به بازار محلی و یا تجار قریه جات به فروش می رسد. تولید بادام نیاز به آب بیشتر داشته و تنظیم آب هم یک مشکل عمده در میان دهاقین می باشد. بعضاً بادام قبل از وقت چیده می شود که این عادت ناشی از نبود اطلاعات کافی در رابطه به زمان خوب برای چیدن بادام در دسترس دهقان ها می باشد. اکثراً بادام هنگام چیدن به فروش می رسد؛ دهاقین به پول نیاز داشته و هم امکانات نگهداشت لازم و مؤثر برای حفظ کیفیت وجود ندارند. فروشات بیشتر در مقابل پول نقد صورت میگیرد ولی سیستم غیر رسمی قرضه نیز در سطح تجار قریه وجود دارد. بعضی از دهاقین متوسط و بزرگ بیشتر بادام را منحيث محصولات نقدینه ای کشت می نمایند. آنان ممکن پول کافی در اختیار داشته باشند و بادام را برای ماه ها پس از برداشت محصولات نگهداری نمایند تا آن را در موسم غیر فصلی به فروش برسانند. دهاقین بزرگ معمولاً دسترسی و ارتباطات مستقیم با بازار عمده و صادر کنندگان دارند.

۱۳. بر اساس اطلاعات ارائه شده توسط پروژه باغداری و مالدارای، حد اوسط حاصلات بدست آمده از خانواده های که توسط این پروژه حمایت می گردند تقریباً ۳۵۰ کیلو گرام در هر جریب زمین می باشد. حاصلات بدست آمده تنها با حاصلات دهاقین کوچک (که بین ۲ تا ۳ جریب زمین در اختیار دارند) و تقریباً ۷۰ درصد از دهاقین پروژه باغداری و مالدارای را تشکیل می دهند، متفاوت میباشد. تنها ۵۵ درصد دهاقین بادام پروژه باغداری و مالدارای در سال ۲۰۰۹ میلادی بادام تولید نمودند، زیرا بعضی از باغ ها جدیداً توسط پروژه تأسیس گردیده بودند؛ رقم مربوطه برای دهاقین کم زمین به ۴۰ درصد می رسید. برخلاف تولید کنندگان انگور که تنها می توانستند نیم محصولات شان را به فروش برسانند، تولید کنندگان بادام در پروژه باغداری و مالدارای توانستند تا ۸۰ درصد محصولات شان را بفروشند، هرچند، دهقانان کم زمین توانسته اند نسبت به دهاقین پروژه باغداری و مالدارای ۲۵ درصد کمتر از محصولات شان را، بفروشند. قیمت فروش از ۳۵ افغانی تا ۵۰۰ افغانی فی کیلو گرام بوده است. این خلاء قابل ملاحظه به نسبت تفاوت در کیفیت بادام میباشد. قیمت فروش بادام با کیفیت پائین تقریباً از ۸۰ تا ۱۰۰ افغانی (معادل تقریباً ۱،۵ تا ۲ دالر امریکایی) یک کیلو گرام بادام تخمین زده شده است. ولی

^۷ عرضه کنندگان مواد مورد ضرورت کشت (عامل تولید) رشد و پرورس بادام که توسط پروژه ارتقای برنامه زراعت دوامدار (ASAP)، برنامه انکشافی ایالات متحد امریکا USAID حمایت می گردند.

^۸ به اساس معلومات کنسورتیم برداشت محصولات آینده برای باز سازی افغانستان (سال ۲۰۰۳ میلادی).

^۹ رشقه یک نوع غله خوب برای خوراکی حیوانات می باشد. در یک فصل سه بار حاصل از آن بدست آمده و دارای پروتئین زیاد بوده و زمین را تقویت بیشتر می بخشد.

بادام با کیفیت بالا تقریباً به ۱۸۰ تا ۲۰۰ افغانی (معادل ۳,۵ تا ۴ دلار امریکایی) به فروش می رسد (به جدول الف ۲,۴ مراجعه نمایند). عواید تمام دهاقین پروژه باغداری و مالداری با عواید دهاقین کم زمین ۲۷ در صد تفاوت داشت.^{۱۰}

جدول الف ۲,۴: فرق میان حاصلات، حجم فروشات، و در آمد خانواده های تولید کننده بادام پروژه باغداری و مالداری

| تفاوت ها | خانواده های دارای ظرفیت تولید کم (۲ جریب زمین یا کمتر) | همه خانواده های تولید کننده پروژه باغداری و مالداری | متغیر |
|--|--|---|--|
| ۱۲ (۳,۴ در صد) | ۳۴۲ | ۳۵۴ | حاصلات بادام (کیلو گرام/جریب) |
| ۵۳ (۲۴,۸ در صد) | ۱۶۱ | ۲۱۴ | مقدار فروخته شده (کیلو گرام/ خانواده) |
| ۱۰۱۲۸ (۲۶,۹ در صد) (تقریباً ۲۰۳ دلار امریکایی) | ۲۷۵۲۸ (تقریباً ۵۵۱ دلار امریکایی) | ۳۷۶۵۶ (تقریباً ۷۵۳ دلار امریکایی) | در آمد از انگور تازه (افغانی/ خانواده) |

منبع معلومات: نتایج سروی نظارتی پروژه باغداری و مالداری سال ۲۰۰۹.

۱۴. زنان اکثر کار های مربوط به تولید و پرورش را در مزارع انجام می دهند ولی بادام را پوست نمی نمایند، با وجود این که بادام پوست شده قیمت های ۶۰ الی ۷۰ در صد بیشتری را در امتداد زنجیره ارزش بادام به دست می دهند (به جدول الف ۲,۴ توجه نمایند). تولید کنندگان وسایل لازم را در دست ندارند تا پوست بادام را بدون شکستن یا آسیب رساندن به خود بادام دور نمایند. پروژه باغداری و مالداری خدمات ترویج را برای گروه های زنان تولید کننده فراهم می نماید ولی با وجود آن هم فرصت ها برای آموزش یا خدمات ترویج محدود می باشد. حاصلات را مردان در بازار به فروش می رسانند. بعضی از آنان برای فروختن مقدار های کم بادام به بازار های محلی می روند ولی بیشتر آنان تولیدات شان را بالای تجار قریه به فروش می رسانند.

۱۵. **دلالت ها و تجار.** تجار محلی یا قریه بادام را طور مستقیم از دهاقین خریداری می نمایند که بعضاً مدت ها قبل از برداشتن محصولات بادام این معامله را انجام می دهند (یک مقدار پول طور پیشکی برای دهقان پرداخت گردیده و معمولاً تا حتی یکسال قبل از تکمیل پرداخت نهایی باید انتظار بکشند). تجار یگانه ارتباط دهنده دهاقین به بازار را تشکیل می دهند که تجار قیمت ها را تعیین می نمایند و این قیمت ها نظر به فصل، کیفیت محصول و نوع بادام در تغییر می باشند. این تماس اندک دهاقین با بازار سبب میشود تا آن از قدرت کم در چانه زنی در قسمت قیمت محصولات شان، بر خور دار بوده و در رابطه به قیمت، کیفیت و خواست مصرف کنندگان آگاهی کافی نداشته باشند. دهاقین از این هم آگاهی ندارند که تجار چه زمانی نزد آنان می آیند، زیرا تجار طور نا منظم و بنا بر تقاضای بازار به قریه ها رفت و آمد می نمایند. اگر تجار به قریه نروند، بعضاً بخشی از محصولات ضایع میشود.

۱۶. مقداری از جمع آوری در این مرحله صورت می گیرد، البته قبل از اینکه بادام به عمده فروشان یا تجار دسته دوم یا برای صادرات یا در بازار های شهری (مندوی) عمده فروشی میوه خشک یا میوه جات مغز دار، به فروش برسند. انواع مختلف بادام (به شمول بادام شریین و تلخ) هنگام جمع آوری از مزارع باهم مخلوط می گردند و بعضاً حتی سنگ هم برای بیشتر نمودن وزن در آن مخلوط می گردد. تجار و دلالت ها معمولاً دارای ظرفیت کم در زمینه پاکسازی، دسته بندی و بسته بندی اند. قیمتی که تجار قریه و دلالت ها بادام را بالای عمده فروشان در مندوی به فروش می رسانند از ۱۲۰ تا ۲۵۰ افغانی (که تقریباً معادل ۲,۵ تا ۵ دلار امریکایی می گردد) فی کیلو گرام بادام با کیفیت پائین، تخمین گردیده است و از ۲۰۰

^{۱۰} اطلاعات ارائه شده بر اساس معلومات نتایج سروی نظارتی پروژه باغداری و مالداری سال ۲۰۰۹ میلادی استوار بوده است. نمونه متذکره در بر گیرنده ۳۵۰ خانواده که توسط پروژه باغداری و مالداری حمایت می شدند، بود، ۵۵ در صد این خانواده ها مالک باغ های بادام بودند.

تا ۲۰۰ افغانی (که تقریباً معادل ۴ تا ۵ دالر امریکایی می‌گردد) فی کیلو گرام بادام با کیفیت بلند، تخمین گردیده است (جدول ۲،۵). زنان یا منحصیث دلال یا تاجر در سطح قریه جات فعالیت نمی‌نمایند و یا تعداد زنان دلال یا تاجر قریه بسیار اندک میباشد. زنان نمی‌توانند خریطه های بزرگ (با وزن ۳۵ تا ۱۰۵ کیلو گرام) را که در آن بادام جهت انتقال جابجا گردیده، بلند نمایند.

۱۷. **عمده فروشان.** چنانچه قبلاً یاد آوری گردید، عمده فروشان بادام را از تاجر قریه و دلال ها از طریق مندوی که بادام تولید شده در ایالات متحد امریکا نیز در آن به فروش می‌رسد، بدست می‌آورند. پروسس نمودن این مرحله شامل پوست نمودن، دسته بندی، درجه بندی و بسته بندی می‌گردد. دسته بندی یکی از فعالیت های عمده بوده و در مرحله عمده فروشی و بالاتر انجام می‌شود، زیرا در این مرحله بادام توسط دهاقین، دلال ها و تاجر قریه بسیار مخلوط شده می‌باشد. در میان عمده فروشان کوچک پروسس نمودن نحوه غیر رسمی و معمولی را داشته که بیشتر توسط زنان در خانواده ها صورت می‌گیرد. کنترل کیفیت محدود و غیر ثابت و متفاوت می‌بوده که هیچ توجهی به حفظ الصحه صورت نمی‌گیرد.

۱۸. **شرکت ها، صادر کنندگان و پرچون فروشان پروسس کننده.** شرکت های پروسس کننده بادام مانند شرکت هائی که انگور و کشمش را پروسس می‌نمایند، معمولاً بادام را به پاکستان و یا هند صادر نموده و یا این که در دکان های پرچون خویش در مراکز شهری آن را به فروش می‌رسانند. این شرکت ها یا طور مستقیم با مالکان باغ های بزرگ قرار داد نموده، یا نماینده های را استخدام می‌نمایند تا بادام را از تولید کنندگان خریداری نمایند و یا هم با تاجر قریه قرار داد عقد می‌نمایند تا بادام را از دهاقین خریداری نمایند. شرکت ها زنان را استخدام می‌نمایند تا بادام را دسته بندی، درجه بندی و بسته بندی نمایند که مزد آنان در بدل انجام این خدمات ۲ افغانی در هر کیلو گرام بادام می‌باشد، ولی به نظر می‌رسد زنان بادام را پوست نمی‌نمایند (یک شرکت پروسس کننده توضیح نمود که زنان در پوست نمودن بادام نقشی ندارند). یک دلیل که چنین اقدام ارزش افزا صورت نمی‌گیرد اینست که وسایل لازم برای پوست نمودن بادام وجود نداشته و یا کافی نمی‌باشد، و هم بادام با کیفیت بلند و دارای پوست نازک با پوست آن صادر می‌گردد تا از آسیب و تخریبات جلوگیری به عمل آید تا ارزش آن را کاهش ندهد. شرکت های پروسس کننده و صادر کنندگان بعضاً محموله های آزمایشی را به بریتانیا، جرمنی و کانادا ارسال نموده اند، ولی بادام افغانستان هنوز با معیارات ارزیابی خطرات و نقطه کنترل مصنونیت مواد غذایی HACCP و گواهی نامه لازم مطابقت ندارد تا به این بازار ها صادر گردد.

۱۹. تقریباً پنج انجمن خصوصی پروسس کنندگان و تاجر میوه خشک در ولایات صادراتی عمده به شمول کابل، کندز، بلخ، قندهار و شهر جلال آباد فعالیت می‌نمایند. طور مثال انجمن پروسس میوه خشک مزار شریف ولایت بلخ (MBDFA) تجارت بادام (که تقریباً نیم فروشات آن را تشکیل می‌دهد)، کشمش (۲۰ در صد فروشات) و سایر تولیدات را انجام می‌دهد.^{۷۱} ۷۰ در صد فروشات آن را صادرات تشکیل می‌دهد. این انجمن که از سال ۲۰۰۹ میلادی به این طرف در وزارت زراعت، آبیاری و مالداري ثبت و راجستر می‌باشد، بیشتر از ۱۵۰ تن از عمده فروشان فعال (که همه آنان مرد می‌باشند) دارد که در مندوی شهر مزار شریف دکان دارند. انجمن متذکره با شرکت های ترانسپورتی روابط کاری داشته که صادرات را تسهیل نموده و محصولات را به پاکستان انتقال می‌دهد. بعضی از انجمن ها در سازمان انکشاف صنایع بادام افغانستان AAIDO سهم دارند؛ سازمان انکشاف صنایع بادام افغانستان به حمایت پروژه باغداری و مالداري و وزارت زراعت، آبیاری و مالداري ایجاد گردیده است تا تولیدات قابل فروش در بازار و باز آوری مالی برای دهاقین بادام را بهبود بخشد. سازمان انکشاف صنایع بادام افغانستان در بر گیرنده هشت انجمن تولیدی، چهار انجمن تاجر و صادر کنندگان و شش انجمن قریه خانه ای می‌باشد که شامل دو انجمن تولیدی زنان در ولایت های دایکندی و بلخ نیز میباشد.

۲۰. **افزایش ارزش در هر مرحله از زنجیره ارزش.** به اساس معلومات جمع آوری شده از عاملین عمده زنجیره ارزش در ولایت های کابل و بلخ، جدول ۴،۵ تصویری از مفاد ممکنه در امتداد زنجیره ارزش فراهم می‌نماید. شکل های ۴،۲ و ۴،۴ هزینه ها و فروشات را در هر مرحله از زنجیره ارزش برای (الف) بادام با کیفیت بلند و پوست نشده؛ (ب) بادام با کیفیت

^{۷۱} باقی مانده ۳۰ در صد فروشات را پسته، چهار مغز، خسته کنجد، زیره و سایر انواع و گیاهها، تشکیل می‌دهد.

متوسط پوست شده و پوست ناشده؛ و (ج) بادام با کیفیت پائین اعم از پوست شده و پوست ناشده را نشان میدهد.^{۶۲} چون این اطلاعات از یک نمونه بسیار کوچک بدست آمده است، تنها نمایانگر هزینه ها و قیمت های حقیقی؛ ساحه محدود این تحقیقات شامل جمع آوری حد اوسط هزینه ها و قیمت های عمومی، می باشد. گزارش دهی دهاقین در رابطه به همه هزینه های مواد مورد ضرورت برای رشد یک محصول زراعتی به مرحله ثمر دهی، واضح نمی باشد. با آن هم سازمان انکشاف صنایع بادام افغانستان معلومات را تأیید نموده است که با معلومات جمع آوری شده از سکتور فرعی بادام در سال ۲۰۰۷ میلادی مشابهت داشت (وزارت احیاء و انکشاف دهات سال ۲۰۰۷ میلادی).

جدول الف ۲،۵: قیمت ها و هزینه ها در امتداد زنجیره ارزش بادام

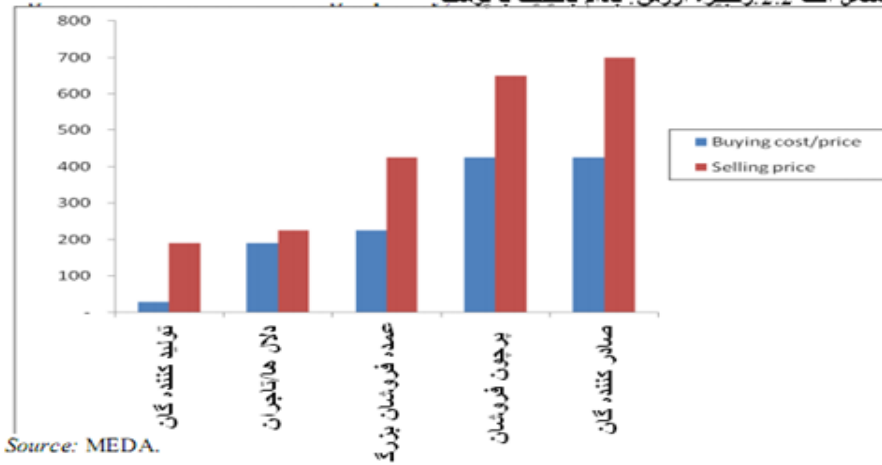
| ارقام و احصایه های تولیدات: | | | | | | | |
|---|--------------------|---------------------|-----------------------|---------------------|-----------------------|--|--|
| قیمت حد اوسط نظر به ساحه: ۴۰۰۰۰ افغانی در هکتار یا ۸۰۰۰ افغانی در جریب (معلومات از پروژه باغداری و مالداری) | | | | | | | |
| حد اوسط حاصلات: ۱۴۰۰ در هکتار یا ۲۸۰ کیلو گرام فی جریب | | | | | | | |
| حد اوسط هزینه تولید: ۲۹ افغانی فی کیلو گرام (برای بادام با کیفیت عالی) | | | | | | | |
| بادام با کیفیت بلند شامل ستار بای، بلا بای، و قمبری می باشد که با پوست فروخته می شود | | | | | | | |
| کیفیت متوسط آن شامل قهار بای، خیر الدین و عبدالواحدی می باشد (بعضاً با پوست و بعضاً بدون پوست می باشند) | | | | | | | |
| کیفیت پائین آن با پوست سخت بوده و برای صادر نمودن به فروش نمی رسد | | | | | | | |
| پوست نمودن بادام توسط عمده فروشان بزرگ انجام می شود. | | | | | | | |
| | کیفیت بلند با پوست | کیفیت متوسط با پوست | کیفیت متوسط بدون پوست | کیفیت پائین با پوست | کیفیت پائین بدون پوست | | |
| تولید کننده | | | | | | | |
| هزینه ها | ۲۹ | ۲۵ | | ۲۰ | | | |
| فروش | ۲۰۰ - ۱۸۰ | ۱۵۰ - ۱۲۰ | | ۱۰۰ - ۸۰ | | | |
| تجار قریه، نماینده ها و گروپ ها و انجمن های دهاقین | | | | | | | |
| خرید | ۲۰۰ - ۱۸۰ | ۱۵۰ - ۱۲۰ | | ۱۲۰ - ۱۰۰ | | | |
| فروش | ۲۵۰ - ۲۰۰ | ۱۸۰ - ۱۵۰ | | ۱۵۰ - ۱۲۰ | | | |
| عمده فروشان بزرگ | | | | | | | |
| خرید | ۲۵۰ - ۲۰۰ | ۱۸۰ - ۱۵۰ | ۱۸۰ - ۱۵۰ | ۱۵۰ - ۱۲۰ | | | |
| فروش | ۵۵۰ - ۳۰۰ | ۲۰۰ - ۱۸۰ | ۳۶۰ - ۳۰۰ | ۱۸۰ - ۱۵۰ | | | |
| صادر کنندگان | | | | | | | |
| خرید | ۵۵۰ - ۳۰۰ | ۲۰۰ - ۱۸۰ | ۳۶۰ - ۳۰۰ | ۱۸۰ - ۱۵۰ | | | |
| فروش | ۸۰۰ - ۶۰۰ | ۴۵۰ - ۲۵۰ | ۶۰۰ - ۴۰۰ | ۲۰۰ - ۱۸۰ | | | |
| پرچون فروشان | | | | | | | |
| خرید | ۵۵۰ - ۳۰۰ | ۲۰۰ - ۱۸۰ | ۳۶۰ - ۳۰۰ | ۱۸۰ - ۱۵۰ | | | |
| فروش | ۷۰۰ - ۶۰۰ | ۴۰۰ - ۲۵۰ | ۶۰۰ - ۴۰۰ | ۲۵۰ - ۲۰۰ | | | |

منع معلومات: قیمت ها در جریان مصاحبه ها با عاملین زنجیره ارزش بدست آمده و توسط سازمان انکشاف صنایع بادام افغانستان AAIDO تأیید گردیده است، جولای ۲۰۱۰ میلادی.

یادداشت: مقدار ها بر اساس هر کیلو گرام به دالر امریکایی (که یک دالر امریکایی معادل ۴۴ افغانی می باشد) سنجیده شده؛ یک جریب معادل ۰،۴۹ ایگر یا ۲۰۰۰ متر مربع (تقریبی) بوده؛ و یک سیر معادل ۷ کیلو گرام می باشد.

^{۶۲} ارزش های داده شده به اساس معلومات بدست آمده از بادام در موسم غیر فصلی بوده و نکته وسطی هر رنج را در چارت قیمت ها به نمایش می گذارد.

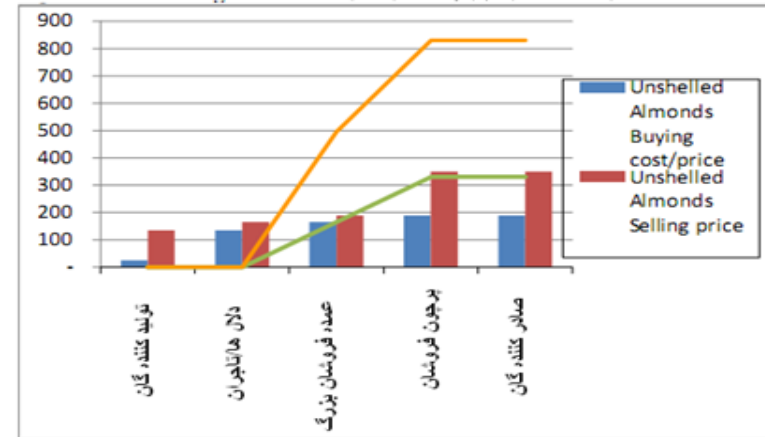
شکل الف 2.2: زنجیره ارزش: بادام با کیفیت با پوست



منبع معلومات: انجمن انكشاف اقتصادي منوناييت (MEDA)

نوت: ارزش ها بر اساس معلومات در مورد قيمت بادام (در موسم غير فصلی) تعیین گردیده و انعكاس دهنده نكته وسطی رنج هر قيمت در شكل می باشد.

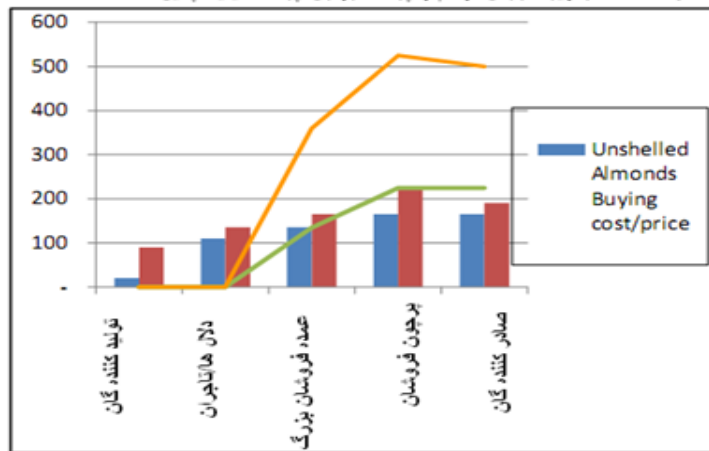
شکل الف 2.3: زنجیره ارزش: بادام با پوست وبدون پوست کیفیت متوسط



منبع معلومات: انجمن انكشاف اقتصادي منوناييت (MEDA)

نوت: ارزش ها بر اساس معلومات در مورد قيمت بادام (در موسم غير فصلی) تعیین گردیده و انعكاس دهنده نكته وسطی رنج هر قيمت در شكل می باشد.

شکل الف 2.4: زنجیره ارزش: بادام با پوست وبدون پوست کیفیت بائین



منبع معلومات: انجمن انكشاف اقتصادي منوناييت (MEDA)

نوت: ارزش ها بر اساس معلومات در مورد قيمت بادام (در موسم غير فصلی) تعیین گردیده و انعكاس دهنده نكته وسطی رنج هر قيمت در شكل می باشد.

الف ۲،۳ موانع کلی در زنجیره ارزش بادام

۲۱. زنجیره ارزش بادام با سه محدودیت عمده همراه می باشد: (الف) دسترسی محدود به عوامل تولید و عرضه سایر مواد با کیفیت بلند؛ (ب) عدم موجودیت دسترسی به خدمات ترویج؛ و (ج) نبود معلومات در مورد بازار در سطوح پائین تر زنجیره، خصوصاً میان تولید کنندگان، دلال ها و تجار قریه. گراف محدودیت ها (جدول ۴،۵) یکی از چالش های عمده دیگری را که فعالین زنجیره ارزش در افغانستان هنگام تولید و فروش مقادیر زیاد بادام در بازار های پر منفعت داخلی و بازار های صادراتی به آن مواجه می باشند، نشان می دهد. چالش هائی که خاصاً زنان به آن مواجه می باشند به رنگ زرد مشخص گردیده است.

۲۲. **دسترسی محدود به مواد و ذخایر مورد ضرورت.** عدم دسترسی به مواد مورد نیاز با کیفیت خوب که شامل قلمه ها و مخلوط های مناسب کود است، بالای حاصلات تأثیر گذار می باشد. با وجود توسعه قریه های اصلی، آگ - دیپو ها و سایر ذخیره گاه های مواد مورد نیاز، تدارک مواد مورد نیاز محدود باقی مانده است و خدمات دور دست به دهاقین به سبب نبود سیستم ترانسپورتی درست در محلات روستایی، مشکل می باشد.

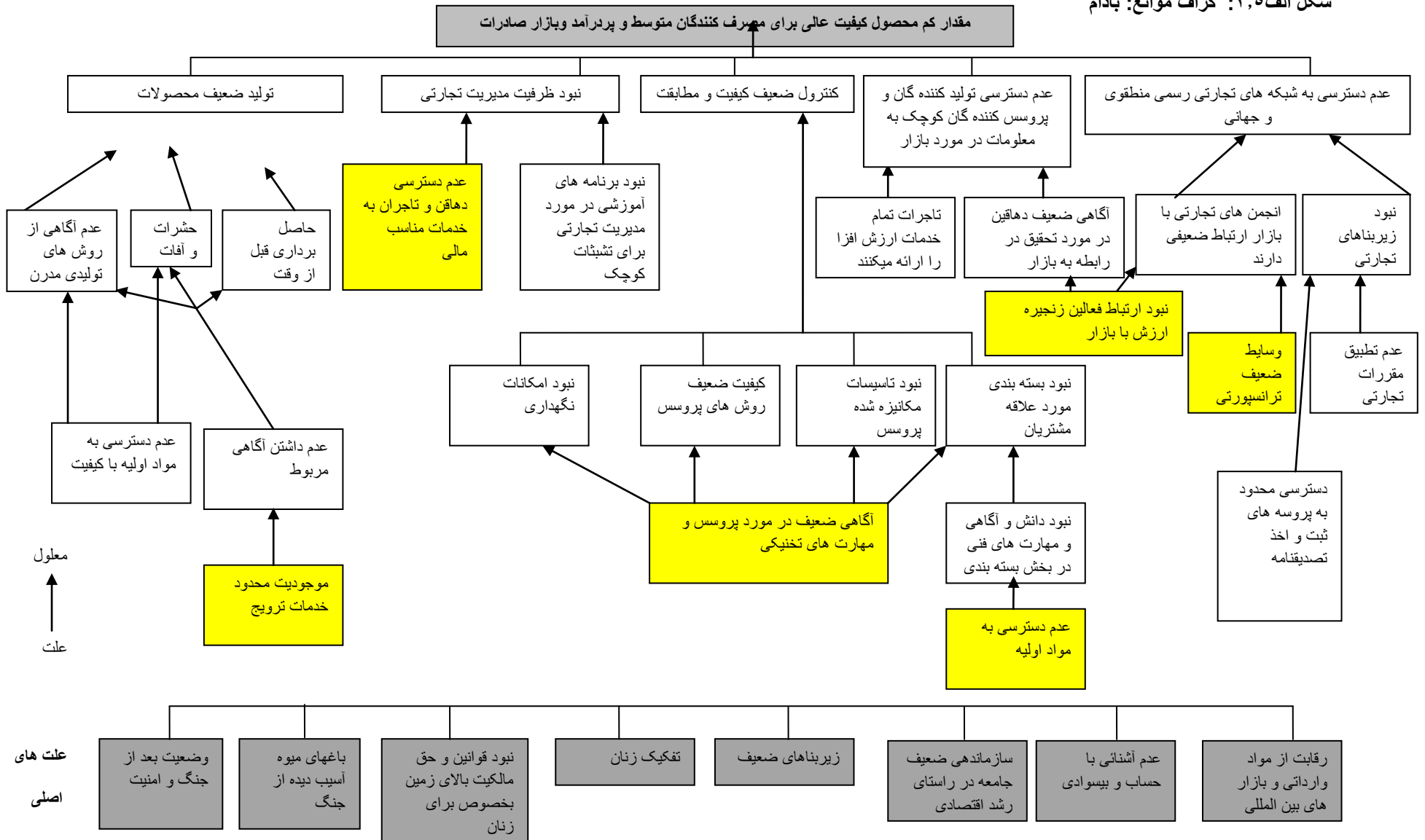
۲۳. **عدم دسترسی به خدمات ترویج.** پروژه باغداری و مالداری و سایر پروژه ها مایل اند تا به تولید کنندگان بادام، خدمات ترویج را ارائه نمایند، اما مصاحبه های گروپ های متمرکز در ولایت بلخ نشان می دهد که دسترسی هنوز هم محدود می باشد. نبود مشاوره های ترویجی بر حاصلات تأثیرگذار می باشند زیر دهاقین همیشه بدیل مناسب برای تنظیم امور مربوط به تولید بادام را نمی دانند، مثلاً آنان نمی دانند چه نوع خاصی از مخلوط کود را استفاده نمایند و یا چطور از برداشتن محصولات قبل از وقت که سبب کیفیت پائین می گردد، جلوگیری نمایند.

۲۴. **نبود معلومات کافی در مورد بازار در سطوح پائین تر زنجیره ارزش.** تولید کنندگان و تجار سطح قریه به معلومات بازار دسترسی نداشته و از مزایای کیفیت انواع متفاوت بادام بی خبر می باشند. در نتیجه دلال ها و تجار قریه انواع مختلف بادامی را که از قریه ها جمع آوری می نمایند، با هم مخلوط می نمایند. این محصولات جمع آوری شده در نهایت باید توسط عمده فروشان دسته بندی و درجه بندی گردند.

۲۵. **دسترسی محدود و پر هزینه از روستا ها به بازار ها.** طوریکه در زنجیره ارزش انگور تازه و کشمش تذکر داده شد، دهاقین، دلال ها و تجار قریه امکانات محدود ترانسپورتی را برای انتقال محصولات بادام به بازار در اختیار دارند. بادام معمولاً در بوجی ها جمع آوری گردیده که توسط مردان به نزدیک ترین بازار آورده می شوند و یا به دلال ها یا تجار قریه به فروش می رسند. مردان که به انجمن های تولیدی بادام متعلق می باشند بعضاً هزینه ترانسپورتی میان هم تقسیم نموده و محصولات شان را طور یکجایی در نزدیک ترین بازار به فروش می رسانند.

۲۶. **کنترول نا کافی از کیفیت و اقدامات ضعیف مرحله پس از برداشت محصولات.** در تمامی مراحل زنجیره ارزش، قیمت بادام بدون پوست ۶۰ تا ۷۰ درصد نسبت به بادام پوست ناشده بیشتر می باشد، به استثنای بادام دارای کیفیت بلند با پوست نازک. تولید کنندگان می دانند بادام پوست شده قیمت بلند تری دارد، با آن هم تولید کنندگان، دلال ها، تجار قریه و حتی عمده فروشان مندوی وسایل لازم را برای پوست نمودن بادام در اختیار ندارند. علاوه بر آن همانند زنجیره ارزش کشمش، تولید کنندگان بادام از در رابطه به حفظ الصحه و موضوعات مربوط به کیفیت، مخصوصاً هنگام جمع آوری بادام خشک شده در آفتاب و بادام بدون پوست در بوجی ها، آگاهی محدود دارند. امکانات ظرفیت نگهداشت تولیدات بادام در درجات پائین تر حرارت و اندازه های بلند تر رطوبت در هیچ یک از مراحل زنجیره ارزش وجود ندارند.

شکل الف ۲.۵: گراف موانع: بادام



منبع: MEDA

تذکر: موانعی که به طور قابل ملاحظه مشارکت زنان در سطوح بالاتر زنجیره ارزش را محدود میسازند، با رنگ زرد برجسته ساخته شده است.

۲۷. **نیود خدمات مالی مناسب.** مواد مورد ضرورت که بتواند ظرفیت ها و مهارت های پروسس را بهبود بخشد وجود ندارند که این کمبودی ها شامل عدم موجودیت وسایل پروسس و بسته بندی نیز میباشد، که قسماً به خاطر آن است که دهاقین نمی توانند به خدمات مالی مناسب و لازم دسترسی پیدا نمایند. مؤسسات عرضه کننده قرضه های کوچک خدمات را در مراکز شهری و ولایتی و فراتر از آن فراهم می نمایند ولی دهاقین و پروسس کنندگان عموماً قرضه ها و خصوصاً بهره وام یا قرضه را غیر اسلامی تلقی می نمایند. با وجود این محدودیت ها، تولید کنندگان می توانند از این قرضه ها منفعت های زیاد را حاصل نمایند، زیرا قلمه های بادام برای آماده شدن به تولید به پنج سال نیاز دارند و در نهایت دو سال دیگر برای به پختگی رسیدن آن ضرورت می باشد.

۲۸. **عدم موجودیت حمایت رسمی از صادرات.** انجمن های تجاری به شمول سازمان انکشاف صنایع بادام افغانستان AAIDO با بازار های عمده بین المللی مانند اتحادیه اروپا (خصوصاً جرمنی و اسپانیه)، جاپان و چین دارای ارتباطات ضعیف می باشند. لازم است تا امکانات صادرات بیشتر بادام پوست ناشده به کشور هند مورد بررسی قرار بگیرد. هند دومین کشور وارد کننده بزرگ بادام از افغانستان می باشد ولی با آن هم واردات بادام هند از افغانستان ۲,۶ درصد مجموع واردات بادام پوست ناشده هند را تشکیل می دهد. زیربنای فیزیکی لازم از سهولت های ترانسپورتهای گرفته تا جاده ها برای دسترسی به مراکز شهر و حتی بازار محلی، برای حمایت از تجارت وجود ندارد. زیربنای تنظیم کننده امور تجاری نیز از وضعیت خوبی برخوردار نمی باشد؛ قواعد تجارتی تطبیق نمی شوند، و پروسه راجستر شدن و تصدیق شدن تولید کنندگان و پروسس کنندگان با دشواری مواجه می باشند. چنانچه در قسمت زنجیره ارزش انگور تازه و کشمش تذکر داده شد، اداره انکشاف صادرات افغانستان یا EPAA و اطاق های تجارت و صنایع افغانستان فراهم آوری حمایت رسمی برای مساعد نمودن زمینه صادرات به بازار های پر منفعت بین المللی آغاز نموده اند که این حمایت ها شامل صدور گواهی نامه مبدأ نیز می گردد.

الف ۲,۴ محدودیت ها و فرصت ها برای زنان در زنجیره ارزش بادام

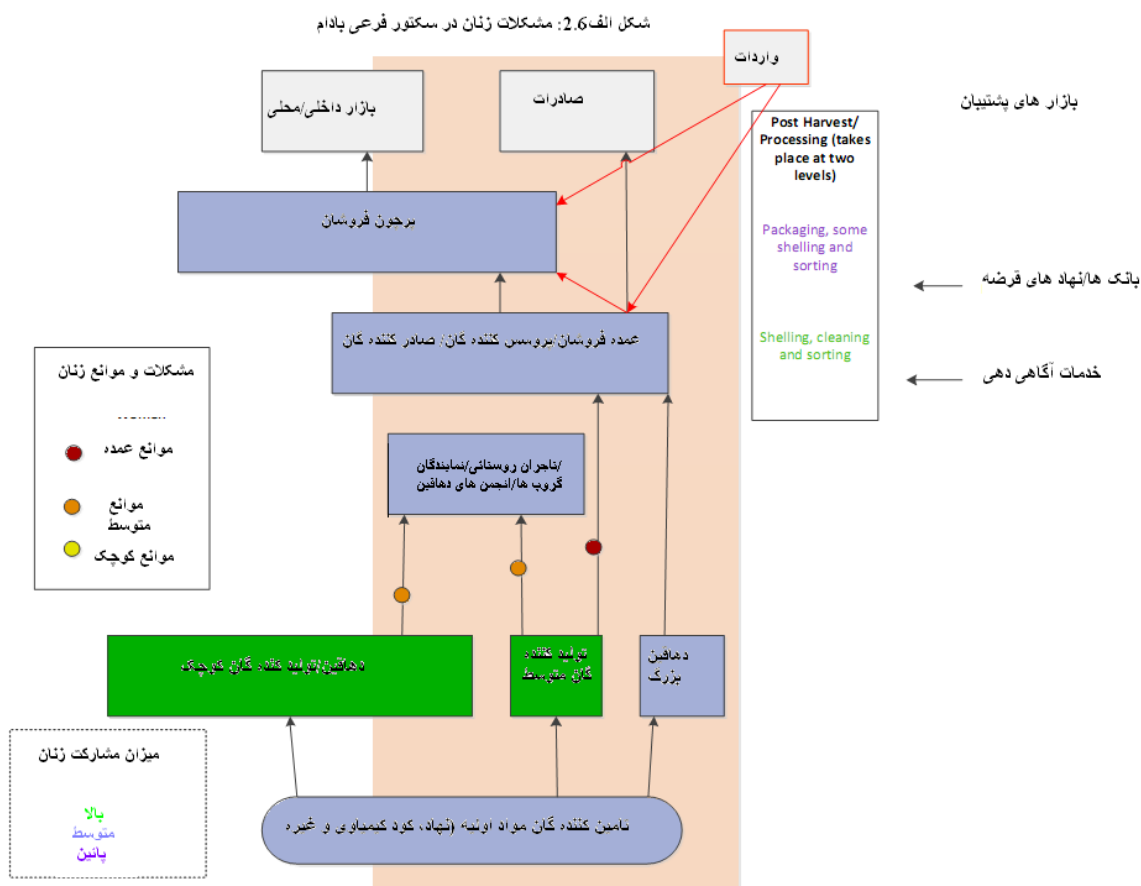
۲۹. نقش زنان در تجارت در سطح قریه جات خیلی کوچک می باشد ولی تعداد زنان تجار و زنانی که به حیث نماینده فروشات فعالیت می نمایند در حال رشد می باشد. تعداد کمی از زنان در مراحل همچون عمده فروشی، پروسس و صادرات در امتداد زنجیره ارزش شامل می باشند. طور مثال در سال ۲۰۰۹ میلادی، APA تقریباً ۳۵۰ کیلو گرام بادام را به اعضای اتحادیه های میوه خشک و میوه مغز دار به فروش رسانید؛ منبع همه این تولیدات را زنان تشکیل می داد (به چوکات ۳,۳ توجه نمایند). چنانچه دیده شد مردان در زنجیره ارزش بادام مانند همتا های شان در زنجیره های ارزش انگور تازه و کشمش نیز منحصراً حلقه ارتباطی عمده میان خانواده و بازار عمل می نمایند که مواد مورد ضرورت را خریداری نموده، بادام را به دلال ها یا تجار در سطح قریه جات به فروش رسانیده و یا جهت فروش تولیدات به بازار های محلی سفر می نمایند.

۳۰. **محدودیت های که خاصاً زنان به آن مواجه می باشند.** به نظر می رسد که محدودیت عمده، چنانچه در زنجیره های ارزش انگور تازه و کشمش نیز به مشاهده رسید، عدم موجودیت خدمات زنان - به - زنان در مراحل مختلف زنجیره ارزش می باشد که شامل مراحل متفاوت از مزرعه تا بازار عمده را در بر می گیرد. عدم موجودیت مشاوره ترویج برای زنان بخاطر بهبود کیفیت تولیدات بالای کنترل کیفیت در هر مرحله از زنجیره ارزش تأثیر گذار میباشد. محدودیت های کلیدی در مقابل شمولیت زنان، خصوصاً در مراحل بلند تر زنجیره ارزش کاملاً مشابه به آنچه که در فصل های قبلی بحث گردید بوده و شامل موارد ذیل می گردند:

- **محدودیت دسترسی به سیستم ترانسپورتهای.** تعداد زیادی از زنان به سیستم ترانسپورتهای عامه بدون یک همراه مرد، دسترسی ندارند، اما بعضی از ساحات تولید کننده بزرگ بادام در شمال مانند ولایت بلخ نسبتاً از دید باز تر برخوردار می باشند. در این محلات زنان می توانند به بازار ها سفر نمایند که به احتمال زیاد در دسته ها انجام می گیرد.
- **محدودیت و یا عدم داشتن اطلاعات در مورد بازار.** تماس های زنان - به - زنان در همه مراحل زنجیره ارزش محدود می باشد. موقف های مانند عرضه کنندگان مواد مورد ضرورت، دلال ها و تجار در سطح قریه جات و پروسس کنندگان را عمدتاً مردان اشغال می نمایند که تعداد اندکی از زنان میتوانند با آنان در تماس باشند. در نتیجه زنان اطلاعات ناکافی و یا هم هیچ اطلاعی در مورد بازار نمی داشته باشند، مگر اینکه این معلومات توسط مردان خانواده برای آنان فراهم گردد.
- **خدمات نا چیز ترویجی برای پروسس پس از برداشت محصولات.** مشوره و رهنمایی در مورد اقدامات پس از برداشت محصولات خصوصاً مشوره دهی برای زنان روستایی در امور مربوط به کنترل کیفیت مانند رعایت حفظ الصحه، دسته بندی، درجه بندی و بسته بندی، وجود ندارد.

- **دسترسی به وسایل لازم برای پوست نمودن بادام.** زنان تولید کننده که در فعالیت های پس از برداشت محصولات وسیعاً شامل می باشند و نیز زنانی که بشکل کارگران روز مزد در بازار های عمده فروشی و مراکز پروسس کار می نمایند، بادام را پوست نمی نمایند زیرا آنان وسایل لازم را برای پوست نمودن بادام در دست ندارند.
- **نبود خدمات لازم سرمایه گذاری.** موسسات عرضه کننده عرضه های کوچک دارای تعداد محدود زنان مسئول بخش عرضه دهی بوده و اکثراً عرضه هائی را فراهم مینمایند که مستلزم ضمانت میباشد. بدون کمک مردان که مالکیت زمین را به نام خود دارند، زنان به تولیدات مالی زراعتی یا هیچ دسترسی ندارند و یا دسترسی شان بسیار محدود میباشد.

۳۱. شکل ۶، ۴ محدودیت های خاص در مقابل ارتقای زنان در زنجیره ارزش را به نمایش می گذارد. موانع با در نظر داشت موقف های مختلف در امتداد زنجیره ارزش متفاوت میباشند که بعداً روی آن بحث صورت خواهد گرفت، اما موانع متذکره با موانعی که در زنجیره ارزش انگور و کشمش وجود دارند، شباهت دارد: در ارتقاء از تولید کننده به دلال یا تاجر مانع متوسط وجود دارد، در حالیکه برای ارتقاء از دلال یا تاجر به عمده فروش یا پروسس کننده یا ارتقاء از عمده فروش یا پروسس کننده به پرچون فروش یا صادرات کننده، موانع عمده وجود دارند.



منبع معلومات: گرفته شده از مایوکس و مکی (سال ۲۰۰۹ میلادی) و اداره انکشافی ایالات متحد آمریکا USAID سال ۲۰۱۰ میلادی.

نوت: ساحات تاریکتر (با رنگ گلابی) زنجیره ارزش را با امیدوار کننده ترین شاخصه نشان می دهد. علامات مانع نشان دهنده محدودیت ها در مقابل زنان می باشند که آنان را مانع گردیده تا در زنجیره ارزش ارتقاء نمایند. رنگ علامت نشان دهنده شدت و خفت مانع می باشد: رنگ زرد = مانع خفیف، رنگ نارنجی = مانع متوسط، و رنگ سرخ = مانع عمده را نشان می دهد. بر اساس تحلیل ارقام کیفی، تعدادی از موانع غیر قابل تطبیق می نمود (طور مثال، در صورتی که زنان در یک نقش شامل نمی بودند، ارتقاء به مرحله بعدی در حقیقت امکان پذیر نبوده و بی مورد می بود)؛ مانع خفیف (زنان را کمی بیشتر از مردان متأثر می سازد، و بعضاً هم بخاطر موجودیت یک سلسله معیار های اجتماعی و فرهنگی)؛ مانع متوسط (زنان را نهایت بیشتر از مردان در زنجیره ارزش متأثر می سازد، با آن که تعدادی از زنان قادر بوده اند که این مانع از میان بر دارند)؛ مانع عمده (زنان را نهایت بیشتر از مردان در زنجیره ارزش متأثر می سازد، اما هیچ زن قادر نبوده است تا این مانع را از میان بر داشته و در زنجیره ارزش صعود نمایند). موانع تنها برای زنجیره های ارزش که امید بر آن بیشتر می باشد (که به رنگ گلابی مشخص شده) نشان داده شده

است و برای موفقیت های که زنان در آن دخیل می باشند (چنانچه به رنگ های سبز و ارغوانی سطح شمولیت زنان در آن مشخص گردیده است)، نشان داده شده است.

۳۲. **فرصت ها برای زنان در زنجیره ارزش بادام.** لازم است تا ارائه خدمات زنان - به - زنان را در هر مرحله زنجیره ارزش از طریق ایجاد گروه زنان نیمه مسلکی ایجاد نمود تا مواد مورد ضرورت را عرضه و خدمات ترویج را در رابطه به تولیدات، اقدامات پس از برداشت محصولات و کنترل کیفیت ارائه نماید، و همچنان دسترسی زنان را به خدمات مالی و ارتباطات به بازار بهبود بخشد. بسیج نمودن اجتماعی و ایجاد انجمن های زنان تولید کننده دسترسی به خدمات را توسعه داده و هزینه انجام معاملات را کاهش می دهد. بلاخره، سرمایه گذاری در مراکز پروسس که مالکیت آنرا زنان داشته و توسط زنان فعالیت دارند در سطح قریه جات یا دسته ها، با فراهم آوری وسایل پوست کننده بادام به آنها، کیفیت تولیدات را ارتقاء بخشیده، آموزش زنان - به - زنان را بهبود داده و عواید تولید کنندگان را افزایش میدهد.

- **کارکنان زن در بخش ترویج در اجتماعات.** زاینکه در بخش ترویج کار میکنند، دسترسی زنان را به خدمات، مهارت ها و دانش بهتر می سازد که در نتیجه آن تولیدات، برداشت محصولات و سایر فعالیت های پس از برداشت محصولات بهبود می یابد.
- **اقدامات پس از برداشت محصولات و کنترل کیفیت.** در زنجیره ارزش بادام لازم است تا زنان معلومات ترویج در رابطه به اقدامات پس از برداشت محصولات و دانش لازم در باره نحوه بازار یابی مؤفقاانه برای تولیدات شان، را حاصل نمایند، خصوصاً معلومات و دانش لازم در مورد انواع مختلف بادام با کیفیت، حفظ الصحه (مانند استفاده از بوریا ها برای خشک نمودن بادام)، دسته بندی و درجه بندی.
- **دسترسی به قرضه ها از طریق نماینده های زن.** دهاقین زن علاقه مندی نشان داده اند تا به خدمات مالی دسترسی بیابند تا از آن طریق بتوانند قلمه ها و وسایل لازم برای پوست نمودن بادام را خریداری نمایند. اما محدودیت در عرضه چنین خدمات (مخصوصاً قرضه های با معیاد طویل که برای تولید بادام ضروری می باشد) و موانع اجتماعی (به شمول موانع در قسمت مراده و سیر و حرکت) دسترسی به این خدمات را به یک چالش مبدل می سازد. از طریق موجودیت خدمات مالی بیشتر و حضور هر چه بیشتر زنان در این مؤسسات، زنان می توانند شیوه های کاری خود را تجدید نموده و تولیدات شانرا افزایش دهند.
- **بسیج نمودن انجمن های زنان تولید کننده.** انجمن های زنان تولید کننده توسط وزارت زراعت، آبیاری و مالدارى و پروژه های که توسط دوتر ها تمویل می شوند، ایجاد می گردند. علاوه بر اینکه گروه ها و انجمن های تولیدی زنان فرصت را در قسمت خدمات ترویج فراهم می نمایند، این انجمن ها یا گروه ها نیز فرصت دارند تا به طور دسته جمعی فعالیت هائی مانند ایجاد محلات جمع آوری مجهز با امکانات ذخیره که از تکنالوژی ابتدائی برخوردار میباشد، را انجام دهند تا زمینه تجارت غیر فصلی برای شان امکان پذیر شود.

۳۳. در سطح عمده فروشی یا پروسس بعضی فرصت های وجود دارند که زنان می توانند منحصیث دلال، تاجر در سطح قریه و پروسس کننده فعالیت نمایند (APA) که بادام را پروسس نموده و آن را بالای اعضای اتحادیه صادر کنندگان میوه خشک و میوه مغز دار به فروش می رساند، می تواند یک مثال خوب باشد).

دسترسی به بازار از طریق زنان دلال، تاجر قریه و عرضه کنندگان عوامل تولید. تعداد کمی از زنان این نقش ها را احراز می نمایند، ولی فرصت هائی برای افزایش تعداد آنها وجود دارد. دلال ها و تاجر قریه (اعم از زنان و مردان) از فراه گرفتن آموزش در قسمت انواع متفاوت بادام، ارزش آن و جدا نمودن بادام تا مخلوط نمودن آن، منفعت خواهند برد. زنان نظارت کننده مراکز در APA نقش عمده را عرصه کنترل کیفیت ایفاء نموده و می توانند زنان تولید کننده را در قسمت بهبود روش های دسته بندی و درجه بندی آموزش دهند.

توسعه مراکز پروسس که مالکیت آنرا زنان دارند. زنان در مراکز شهری در پاک کاری و دسته بندی بادام برای عمده فروشان و پروسس کنندگان وسیعاً دخیل می باشند. سرمایه گذاری بالای مراکز پروسس که مالکیت آن را زنان به عهده داشت و امور مدیریتی آن را نیز زنان پیش می برند، بر موفقیت زنان در زنجیره ارزش بادام تأثیرات قابل ملاحظه بجا میگذارد.

الف ۲,۵. نتیجه گیری: افزایش ارزش بادام منفعت بخش به زنان و زنجیره ارزش.

۳۴. افغانستان یک صادر کننده عمده بادام بوده و امکانات افزایش صادرات آن، خاصاً به هندوستان، زیاد میباشد. تعدادی از شرکت های پروسس کننده و صادر کنندگان افغان محموله هائی را طور آزمایشی به اتحادیه اروپا که وارد کننده بزرگ بادام می باشد، صادر نموده اند ولی لازم است تا جهت مطابقت با معیار های HACCP که درین بازار پر منفعت قابل تطبیق میباشد، کیفیت بادام افغانستان بهبود یابد.

۳۵. خدمات ترویج در مراحل تولیدی وجود دارد اما این خدمات گسترده نبوده و دهاقین اکثراً از موضوعات مهم در عرصه مدیریت رشد و محصولات بادام مانند مخلوط مناسب کود برای استفاده و جلوگیری از چینیدن قبل از وقت بادام، آگاهی ندارند. دهاقین، دلال ها و تجار از داشتن معلومات در مورد بازار، مانند کیفیت و تفاوت قیمت های انواع متفاوت بادام نفع زیاد خواهند برد زیرا با دانستن تفاوت در قیمت انواع مختلف بادام آنان دیگر انواع مختلف بادام را هنگام جمع آوری آن از قریه جات با هم مخلوط نخواهند کرد. (در مرحله عمده فروشی یک وسیله افزایش به قیمت همانا جدا نمودن بادام تلخ از بادام شیرین می باشد). محدودیت دیگری که مختص به زنجیره ارزش بادام می باشد، عدم موجودیت قرضه های زراعتی مناسب می باشد. تولید کنندگان بادام به قرضه هائیکه با معیار های شرعی مطابقت داشته باشند، و دوره های طولانی زراعتی نیاز دارند.

۳۶. با در نظر داشت نقش قوی زنان منحصیث تولید کنندگان و پروسس کنندگان در مراحل اولیه زنجیره ارزش، بنظر میرسد که فرصت ها برای بهبود تولیدات و کنترول کیفیت در زنجیره ارزش بادام (و برای این که زنان بتوانند در امتداد این زنجیره ارتقاء نمایند) بیشتر وابسته به بهبود ارائه خدمات زنان - به - زنان باشد. یکی از راه ها می تواند ایجاد گروه زنان نیمه مسلکی باشد تا مواد مورد ضرورت و ذخایر را فراهم نموده، مشوره های ترویج و معلومات در مورد بازار را ارائه نموده، منحصیث تجار و نماینده های فروشات عمل نموده و خدمات مالی را پیشکش نمایند. بسیج نمودن انجمن های زنان تولید کننده دروازه های دیگری را بروی زنان باز خواهد نمود تا آنان بتوانند در زنجیره ارزش ارتقاء نمایند، که اینکار نه تنها از طریق سهولت بخشیدن ارائه خدمات زنان - به - زنان بلکه با انجام فعالیت های گروهی، مانند سفر به بازار ها و خرید وسایل لازم برای پوست نمودن بادام، تحقق می یابد.

ضمیمه ۳

زنجیره ارزش زعفران

۱. برخلاف انگور، کشمش و بادام که در بازار جهانی صادرات ارزش خود را بدست می‌آورد، زعفران نسبتاً یک محصول جدید برای افغانستان میباشد و معمولاً بطور غیر رسمی به ایران تجارت میگردد. تولید این محصول هنوز به یک منبع اقتصادی قابل ملاحظه نرسیده است، اما اگر این چالش حل گردد، زعفران واضحاً بعنوان یکی از اقلام صادراتی با ارزش منطقی و بین المللی عرض وجود خواهد کرد. اگر چه اطلاعات در رابطه به این سکتور فرعی و نو ظهور نادر و متناقض است، با آن هم اطلاعات کافی در دسترس است که نشان میدهد که زعفران به عنوان یک تبدیل پر منفعت جا گزین کشت خشکاش شده می تواند و این محصول از حمایت قابل ملاحظه دولت، تمویل کنندگان و موسسات غیر دولتی برخوردار می باشد.

۲. زنان بیشتر در تولید زعفران در مرحله برداشتن حاصل یا جمع آوری حاصل (جمع آوری گل ها) و مرحله پس از برداشتن حاصل (جدا نمودن ستگما (کلاله) از گل ها و خشک نمودن گل ها) مشغول میباشند. رشد زنان در زنجیره ارزش میتواند با ایجاد اتحادیه های زنان تولید کننده در پهلوئی دو اتحادیه زنان که به همکاری موسسات غیر دولتی ایجاد شده اند، بهبود یابد. این اتحادیه ها فعالیت های دسته جمعی مانند مدیریت واحد های پرورس زعفران با استفاده از دستگاه های خشک کننده برقی و بازار یابی آزمایشی زعفران در کشور هندوستان را روی دست دارند.

ضمیمه ۱،۳ روند های جهانی در تولید، مصرف و صادرات زعفران

۳. زعفران به خاطر رنگ، بو و ذایقه عالی که از خود در غذا بجا می ماند، یک محصول قیمتی و با ارزش بشمار میرود. تولید جهانی زعفران تخمیناً در حدود ۲۰۰ تن در سال می باشد. بزرگترین تولید کننده زعفران ایران بوده و به تعقیب آن اسپانیا میباشد. در تقریباً ۱۰ سال اخیر تولید ایران رشد سریع داشته است در حالیکه تولیدات اسپانیا کاهش یافته است. بنابر احصائیه اداره comtrade ملل متحد، ارزش مجموعی صادرات زعفران ۳۷۷ میلیون دالر امریکائی میباشد که تقریباً ۸۰ فیصد آن مربوط کشورهای اسپانیا و ایران میباشد. سایر صادر کنندگان شامل کشور های سوئیس، فرانسه، هالند، ایالات متحده امریکا، ایالات متحده عربی و جاپان میباشند. (جدول ۱،۵).

جدول ضمیمه ۱،۳: صادر کنندگان بزرگ زعفران در جهان، ۲۰۰۶ الی ۲۰۰۹

| صادر کننده | ارزش تجارت (میلیون دالر امریکائی) | فیصدی |
|------------|-----------------------------------|-------|
| اسپانیا | ۲۰۹ | ۵۵,۴ |
| ایران | ۸۶ | ۲۲,۹ |
| سایر | ۸۲ | ۲۱,۸ |
| مجموعه | ۳۷۷ | |

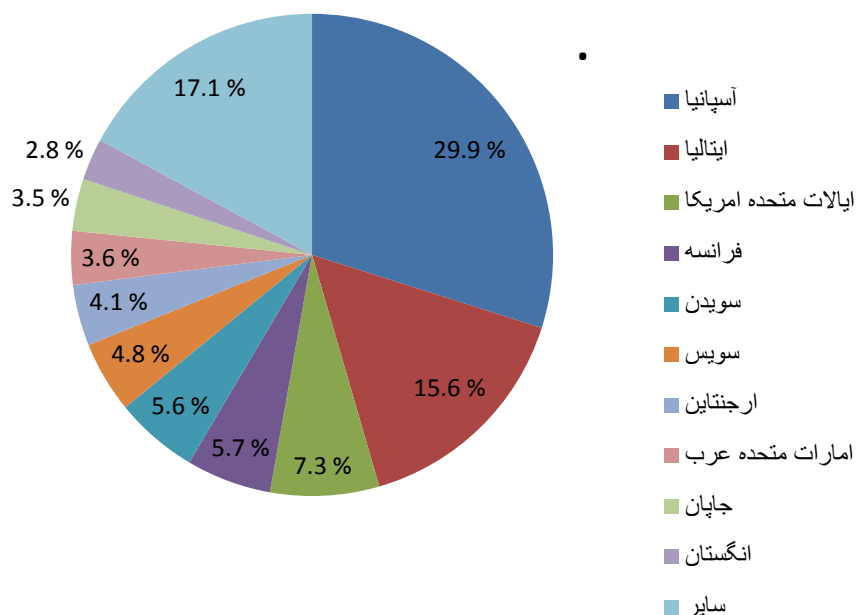
منبع: دیتابیس comtrade ملل متحد

۴. اسپانیا بزرگترین وارد کننده زعفران بوده که به تعقیب آن کشورهای ایتالیا و ایالات متحده امریکا قرار دارند (جدول ضمیمه ۲،۳). در حقیقت تمام (۹۵ فیصد) واردات اسپانیا از ایران تامین میگردد. در ۲۰ سال اخیر، مناطقی که در ایران در آن زعفران کشت میگردد بطور اوسط ۲۵ فیصد در سال افزایش یافته است اما در اسپانیا بطور قابل ملاحظه کاهش یافته است^{۶۳}. اسپانیا صادرات زعفران خود را بین سال های ۲۰۰۶ و ۲۰۰۹ به ۱۵۰ فیصد افزایش داد، در حالیکه واردات خویش را از ایران به ۲۵۰ فیصد افزایش داد^{۶۴}. جایگزین شدن ایران به عوض اسپانیا به عنوان بزرگترین تولید کننده زعفران با ده برابر افزایش قیمت زعفران در بازار بین المللی همراه بوده است. بنابر گفته های یک پرچون فروش امریکائی، در سال ۱۹۹۹ یک کیلو گرام زعفران در حدود ۳۰۰ دالر امریکائی خرید و فروش می شد اما در سال ۲۰۰۹ یک کیلو گرام زعفران تقریباً ۳۰۰۰ دالر امریکائی خرید و فروش میگردد.

جدول شماره الف ۲،۳: ۱۰ کشور بزرگ وارد کننده زعفران، ۲۰۰۶-۰۹

^{۶۳} به اساس جامعه دنمارک برای مهاجرین افغان (DACAAR)
^{۶۴} احصایه Comtrade ملل متحد. همچنان به (Wyeth and Malik ۲۰۰۷) مراجعه نمایند.

| ارزش تجارتی (به میلیون دلار امریکائی) | وارد کننده | % |
|--|--------------------|---|
| 29.90 | اسپانیا | |
| 15.60 | ایتالیا | |
| 7.30 | ایالات متحد آمریکا | |
| 5.70 | فرانسه | |
| 5.60 | سویدن | |
| 4.80 | سوئیس | |
| 4.10 | ارجنتاین | |
| 3.60 | امارات متحده عرب | |
| 3.50 | جاپان | |
| 2.80 | انگستان | |
| 17.10 | سایر | |
| 584 دلار | مجموعه | |



منبع : دیتایبیس Comtrade ملل متحد

۵. افغانستان، به دلیل اینکه فقط ۱۵۰۰ کیلو گرام زعفران را در سال ۲۰۰۹ تولید نموده بود تا به حال به عنوان صادر کننده کلیدی زعفران وارد صحنه نشده است. بنابر احصائیه های اداره comtrade ملل متحد، ارزش صادرات زعفران افغانستان طی سال های ۲۰۰۶ الی ۲۰۰۸ میلادی به ۱۶۰۰۰۰ دلار امریکائی بالغ میگردد که به کشور های وارد کننده از جمله اسپانیا (۸۱ فیصد صادرات)، ایتالیا (۱۵ فیصد)، هندوستان (۲ فیصد) و ایالات متحد آمریکا (۲ فیصد) صادر گردید؛ باید گفت که ارقام ذکر شده شامل صادرات غیر رسمی به ایران نمیباشد.

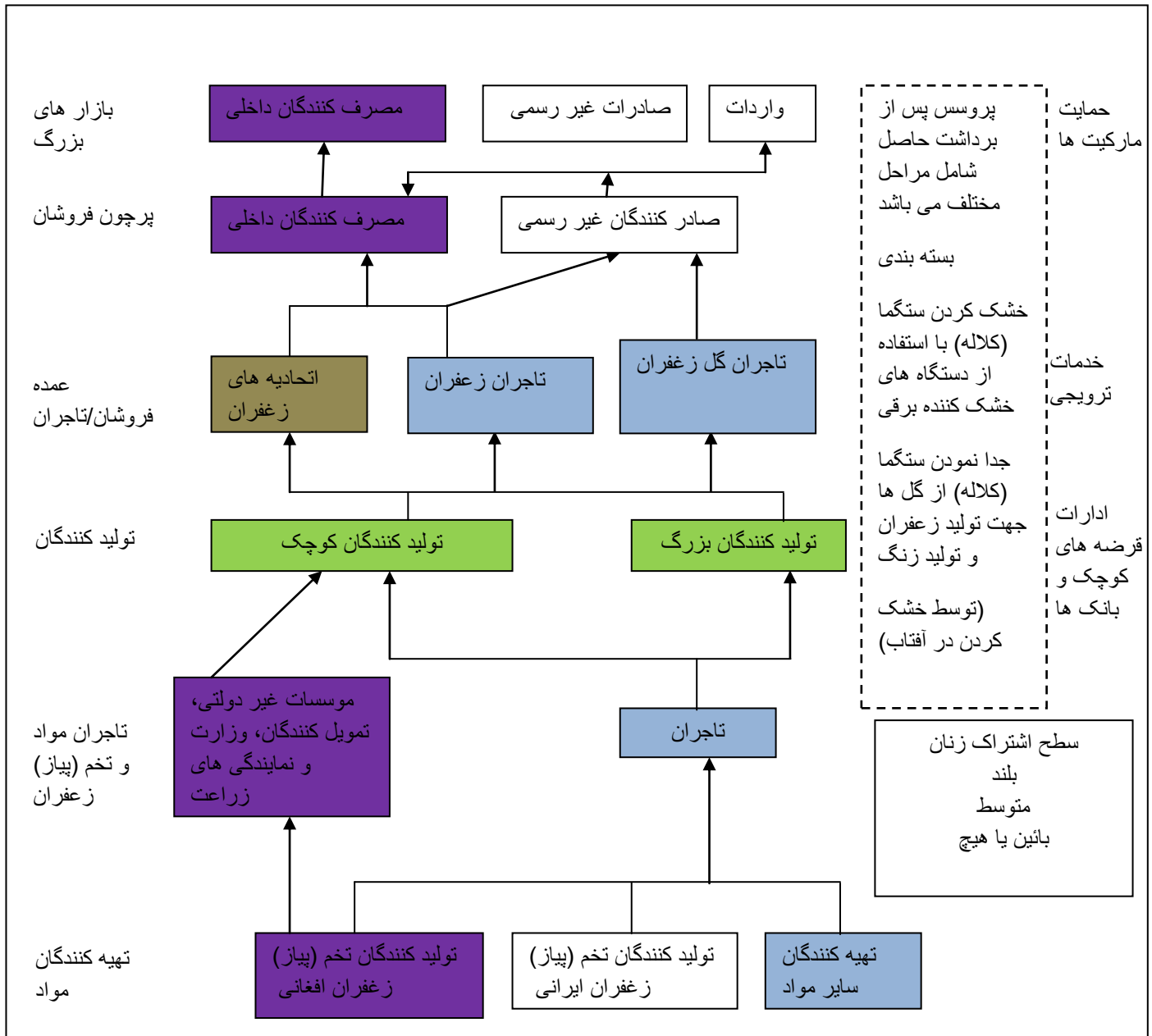
ضمیمه ۲،۳ زنجیره ارزش زعفران

۶. **پروسه تولید.** زعفران بیشتر در ولایت هرات که با کشور ایران هم سرحد می باشد به ویژه در ولسوالی های پشتون زرغون و غوریان تولید میگردد. مقدار محدود زعفران در ولایات شرقی (میدان وردک، لوگر، کندز و پروان) به گونه امتحانی تولید میگردد. زعفران محصولی از سنگما (کلاله یا آله تانیث) خشک و سرخ رنگ می باشد که از پیاز گل رشد میکند. تولید زعفران به دلیل نیاز به کار زیاد در برداشتن حاصل و پروسس نمودن آن، یک کار خیلی پر مشقت است. گل های زعفران باید صبح وقت به مجردیکه باز میشوند با دست چیده شود. سنگما (آله تانیث) بطور محتاطانه از شگوفه یک به یک جدا شده و بعداً خشک و بسته بندی میگردد تا خوش بوئی آن حفظ گردد. کشت زعفران در اوایل سال ۲۰۰۰ میلادی زمانیکه عودت کنندگان از کشور ایران تخم زعفران را به هرات آوردند، در افغانستان آغاز گردید. زعفران با سایر محصولات مانند پنبه، برنج و گندم رقابت نمیتواند زیرا تخم زعفران در ماه حمل/ ثور کشت میشود و گل های آن در ماه میزان/ عقرب جمع آوری و پروسس میگردد. تولید زعفران از سال ۲۰۰۴ (که ۶۰ کیلو گرام بود) تا سال ۲۰۰۹ (با ۱۵۰۰ کیلو گرام) ۲۵ برابر افزایش یافته است. به اساس اظهارات کمیته دنامارک برای کمک به مهاجرین افغان (DACAAR)، در حدود ۲۰۰ کیلو گرام زعفران بطور داخلی در شهر هرات بفرش رسیده و متباقی آن در شهر هرات بواسطه صادر کنندگان وارد چینل های تجاری رسمی یا غیر رسمی شده است.

۷. **نقش زنان.** زنان روستائی در کشت زعفران به ویژه در مرحله برداشتن حاصلات و پروسس زعفران مشغول می باشند. زنان تولید کننده زعفران را در سطح قریه ها پروسس میکنند (آنان بیشتر این کار را در صورتی انجام میدهند که شوهران شان در یک اتحادیه تولید زعفران همکار باشند) و همچنان زنان در شهر هرات در مراکز پروسس صادر کنندگان زعفران، به عنوان کارگران قراردادی کار میکنند. حد اقل دو اتحادیه تولید زعفران برای زنان در ولایت هرات فعالیت میکند که تخم زعفران، واحدهای پروسس زعفران مجهز با خشک کننده و مجموع خدمات بازار یابی را برای زنان فراهم میکنند.

۸. **دست اندرکاران کلیدی در زنجیره ارزش زعفران.** دست اندرکاران کلیدی در زنجیره ارزش زعفران عبارت اند از فراهم کنندگان مواد (از جمله تاجران تخم زعفران و مواد اولیه)، دهاقین، تسهیل کنندگان و فروشنده های محلی، عمده فروشان، شرکت های پروسس، صادر کنندگان و پرچون فروشان می باشند. موسسات غیر دولتی در امر تهیه مواد، بسیج سازی اجتماعی، خدمات ترویجی و بازار یابی برای این محصول نسبتاً جدید حمایت قابل ملاحظه را فراهم نموده اند که در آن اتحادیه های تولیدی نقش کلیدی را در هر مرحله زنجیره ارزش متذکره ایفاء میکند. حد اقل هفت اتحادیه با ۱۵۰۰ دهقان درین پروسه اشتراک میکنند؛ اینها شامل دو اتحادیه زنان با ۷۵۰ عضو آن نیز میشوند. شکل ۱،۳ ارتباطات میان دست اندرکاران زنجیره ارزش را به نمایش میگذارد.

شکل ضمیمه ۱،۳ : نقشه سکتور فرعی زعفران



۹. **فراهم کنندگان مواد.** مواد اساسی برای کشت زعفران همانا تخم زعفران (پیاز زعفران) است که بیشتر توسط تجاران افغان بطور غیر رسمی از کشور ایران وارد شده و در حدود ۳ الی ۴ دالر امریکائی فی کیلوگرام در شهر هرات به فروش میرسد. همچنان تخم زعفران (پیاز زعفران) را میتوان در بین چهار الی هفت سال بعد از کشت آن نیز از نزد دهاقین محلی به قیمت فی کیلو گرام ۴ الی ۵ دالر امریکائی بدست آورد. تخم زعفران (پیاز زعفران) که در افغانستان تولید میگردد از کیفیت خوبی برخوردار است زیرا این پیاز ها تازه بوده، با شرایط محلی بهتر سازگار بوده^{۶۵} و احتمال کم وجود دارد که در جریان انتقال خراب شوند. پیاز زعفران متذکره بالای دهاقین، سایر تجاران زعفران، موسسات غیر دولتی، تیم بازسازی ولایتی^{۶۶} و ریاست زراعت به فروش میرسد. نهاد های متذکره پیاز زعفران را به دهاقین به طور

^{۶۵} چند سال قبل یک مقدار کمی پیاز زعفران از کشور هالند وارد گردید که با اقلیم ناگوار شهر هرات سازگار نبود.
^{۶۶} تیم بازسازی ولایتی ایتالیا به یک اتحادیه تولیدی زعفران زنان یک مقدار تخم (پیاز) زعفران را فراهم نمود.

رایگان توزیع میکنند. دهاقین در حدود ۱۰۰۰۰ عدد (یا ۱۰۰ کیلو گرام) پیاز را برای فی جریب^{۶۷} زمین بدست می آورند و اکثر دهاقین از مشوره یا خدمات ترویجی^{۶۸} نیز برخوردار میگردند. اگر دهاقین پیاز زعفران را از بازار خریداری کنند، هزینه خریداری فقط پیاز زعفران در سال اول به ۱۵۰۰۰ دالر امریکائی برای فی جریب زمین (یا ۷۵۰۰ دالر امریکائی برای فی هکتار) میرسد، البته در صورتیکه کشت به طور مناسب و انبوه صورت گیرد. سایر عوامل تولید عبارت از کود کیمیاوی، مواد حشره کش، آب و کارگر می باشد. هزینه سالانه این مواد تقریباً در حدود ۹۰ دالر امریکائی فی جریب (۴۵۰ دالر امریکائی فی هکتار) می باشد. در روند فراهم آوری مواد زنان هیچ نقش را ایفاء نمی کنند.

۱۰. تولید کنندگان. دهاقین کوچک معمولاً زعفران را در کمتر از ۱,۵ الی ۲ جریب در پهلوئی سایر محصولات مانند سبزی جات یا میوه کشت می کنند. دهاقین بزرگتر زعفران را به پیمانہ زیاتر در زمین الی ۵ جریب کشت می کنند. پیاز زعفران چهار الی هفت سال بعد از آن گل تولید می کنند و در زمین به اندازه ده برابر زیاد می شوند. نصف پیاز زعفران زیاد شده ممکن دوباره کشت یا به فروش برسد.

۱۱. زنان در قسمت کشت، برداشتن گیاه های هرزه و برداشتن حاصلات به منظور حفاظت زمین وظیفه اجرا می کنند و آنها در پروسس زعفران البته بعد از برداشتن حاصلات نیز مسئولیت هائی دارند. ولسوالی های هرات به اساس داشتن حساسیت ها در مقابل زنانی که بیرون از منزل کار می کنند، متفاوت می باشد. از جمله دو ولسوالی هرات که در آن تولید زعفران صورت میگیرد، ولسوالی غوریان به تناسب ولسوالی پشتون زرغون نسبتاً بیشتر در مقابل زنان که در فارم های کار میکنند آزاد هستند زیرا روش و کردار عودت کنندگان در جریان مهاجرت شان به کشور ایران کمتر سنتی باقی مانده است. زنان به گونه قابل ملاحظه در برداشتن حاصلات زعفران در فارم های فامیلی مشغول می باشند. این نباتات برای سه هفته در آغاز ماه میزان میلادی همه روزه شگوفه می کنند و هر گل برای مدت فقط ۴۸ ساعت زنده باقی می ماند. به منظور بلند بردن کیفیت زعفران، گل های آن باید در صبح وقت هنگامیکه برگ های گل باز می شوند، چیده یا برداشته شود. در تقریباً سه ساعت در صبح وقت، یک شخص می تواند ۳ الی ۵ کیلو گرام گل را جمع آوری کند. پروسه بعد از برداشتن حاصلات شامل دور کردن سنگما (آله تانیث) و خشک کردن در خانه یا در واحد های پروسس اتحادیه های تولیدی می شود. در حدود ۱۵۰۰۰۰ شگوفه با سه سنگما (آله تانیث) در هر گل (۴۵۰۰۰۰ سنگما (آله تانیث)) نیاز است تا یک کیلو گرام زعفران بدست بیاید. زمین داران کوچک و بزرگ کارگران قرار دادی را برای پروسه برداشتن حاصلات و بعد از برداشتن حاصلات در بدل حدوداً ۲۰۰ الی ۳۰۰ افغانی یا معادل آن (۴ الی ۶ دالر امریکائی) روزانه استخدام می کنند. در خانه هائیکه به دستگاه های خشک کننده برقی دسترسی ندارند، زنان گل های زعفران را در هوای آزاد یا بالای زغال خشک می کنند که با استفاده از این روش ها زعفران با پایین ترین کیفیت تولید میشود.

۱۲. در واحد های پروسس زعفران، زنانیکه (یا عضو اتحادیه های زنان اند و یا زنانیکه از جمله اقارب مردانیکه در اتحادیه های تولید زعفران کار می کنند، میباشند) سنگما (آله تانیث یا کالاه) را از گل ها دور نموده و آنها را با استفاده از دستگاه خشک کننده برقی که ملکیت اتحادیه های تولید زعفران میباشد، خشک میکنند. دستگاه های خشک کننده توسط اعضای اتحادیه ها یا غیر اعضای اتحادیه ها در قریه جات مورد استفاده قرار میگیرند. قیمت هر واحد دستگاه های خشک کننده که در شهر هرات قابل دسترس است ۵۰۰ دالر امریکائی می باشد^{۶۹} و ظرفیت خشک نمودن یک کیلو گرام زعفران را در ۳۰ دقیقه دارند. این دستگاه های خشک کننده بر علاوه اینکه زعفران را به گونه صحی تر، نسبت به گذاشتن آن در هوای آزاد خشک می کند، ذایقه محصول نهائی را (الی ۳۳ فیصد) و رنگ آن را (الی ۴۲ فیصد) بهبود می بخشد.^{۷۰}

۱۳. زعفران باید بلافاصله بعد از آن که سنگما از آن جدا میگردد، پروسس شود و به چندین دستگاه خشک کننده نیاز است. به گونه مثال، ۱۲۰ زن در یک اتحادیه تولیدی از سه دستگاه خشک کننده استفاده می کنند تا ۶ کیلو گرام زعفران را که از ۳ جریب زمین (۰,۶ هکتار) برداشته شده است، تولید کنند. اتحادیه های تولید زعفران فی کیلو گرام زعفران را در حدود ۱۷۰۰ الی ۲۰۰۰ افغانی بالای تجاران و عمده فروشان به فروش می رسانند و اتحادیه های تولید زعفران نیز از طریق

^{۶۷} به اساس رهنمود کشت زعفران توسط جامعه دنامارک برای مهاجرین افغان (DACAAR)، کشت مناسب ۵۰۰ الی ۱۰۰۰ کیلو گرام تخم (پیاز) زعفران در یک جریب (۲۵۰۰ الی ۵۰۰۰ کیلو گرام در یک هکتار) می باشد.

^{۶۸} قبل از کشت پیاز زعفران در ماه های حمل/ثور، دهاقین کود حیوانی به اندازه ۴ الی ۶ تن را در فی جریب زمین (۲۰ الی ۳۰ تن را در فی هکتار زمین) استفاده می کنند. پیاز زعفران توسط مواد حشره کش (۳۰۰ الی ۵۰۰ گرام مواد حشره کش برای هر ۱۰۰ کیلو گرام پیاز زعفران) مورد معامله قرار میگیرند. بعد از کشت، تخم های یا پیاز زعفران به یک بار آبیاری ۳۰ الی ۴۰ متر مکعب آب برای فی جریب زمین (۱۵۰ الی ۲۰۰ متر مکعب آب برای فی هکتار) نیاز است. جامعه دنامارک برای مهاجرین افغان (DACAAR).

^{۶۹} به اساس پلان تدارکاتی جامعه دنامارک برای مهاجرین افغان برای زنجیره ارزش زعفران زنان قیمت آن تعیین شده است.

^{۷۰} خوش بوئی زعفران ۲۰ فیصد بلند می باشد اگر در هوای آزاد خشک نگردد. به اساس جامعه دنامارک برای مهاجرین افغان.

اشتراک در نمایشگاه های تجارتي زعفران توليد شده شان را صادر ميکنند. زعفران در بسته های کوچک ۱ الی ۵ گرام بسته بندي شده و في بسته آن در بازار های محلي تقريباً در بدل ۰,۵۰ دالر امريکائی قابل دسترس می باشد.

۱۴. جدول ۳,۳ (در اصل گزارش) تجارب دو اتحاديه زنان توليد کننده زعفران را نشان می دهد. یکی از آنان که در ولسوالی که با کشور ايران هم سرحد است قرار دارد، خیلی متمایل به تعليم و تربيه زنان و کار کردن آنان بیرون از منزل می باشد. اتحاديه ديگر آن در ولسوالی موقعيت دارد که بیشتر در برابر فعاليت های زنان برخورد سنتی نموده و سختگیر هستند. برخورد با روش های متفاوت فوق الذکر در برابر زنان تفاوت های زيادی را در فرصت های تمویل و بازار يابی زعفران ايجاد ميکنند.

۱۵. **دلایان و تجاران.** دلایان و تجاران گل های زعفران را يا قبل از پروسس و يا بعد از پروسس از دهاقین خريداري می کنند. في کيلو گرام گل زعفران در حدود ۲۴ دالر امريکائی بالای تجاران به فروش ميرسد که گل های مذکور بعداً به منظور پروسس بالای شرکت های پروسس کننده و صادراتی به فروش می رسد. زعفران همچنان بالای شرکت های پروسس کننده و صادراتی، عمده فروشان، و/یا پرچون فروشان در حدود ۲۰۰۰ الی ۳۰۰۰ افغانی في کيلو گرام به فروش می رسد. در اين روند يا هيچ يا تعداد کمی دلایان يا تجاران زن نقش دارند.

۱۶. **شرکت های پروسس کننده، عمده فروشان و صادر کنندگان.** حد اقل هشت شرکت پروسس و صادر کننده زعفران در شهر هرات فعاليت می کنند^{۱۱}. در مراکز پروسس زعفران در شهر هرات، زنان به حيث کارگران قرار دادی به منظور دور کردن ستگما (آله تانیث) از گل ها، خشک کردن گل ها و بسته بندي زعفران برای صادر نمودن کار می کنند. بعضی از تجاران گل های زعفران را بدون ستگما (آله تانیث يا کلاله) به کشور ايران جهت توليد رنگ به فروش می رسانند. پروسس کنندگان و اتحاديه های توليد در شهر هرات زعفران بسته بندي شده را در بدل ۳۵۰۰ الی ۵۰۰۰ دالر امريکائی في کيلو گرام به بازار های صادراتی مانند ايران، اسپانيا و ایتالیا به فروش می رسانند. جامعه دنمارک برای مهاجرین افغان (DACAAR) اظهار میدارد که قيمت بلند فروشات زعفران مربوط به رسيدگی بهتر، پاکي و بسته بندي آن در سطح اتحاديه های توليد و پروسس می باشد اما تهيه يا عرضه زعفران افغانستان هنوز هم محدود می باشد.

۱۷. **پرچون فروشان.** زعفران عموماً در غذاهای افغانی مورد استفاده قرار نمی گیرد. پرچون فروشان در بازار شهر هرات یک کيلو گرام زعفران را در حدود ۴۰۰۰ الی ۷۰۰۰ دالر امريکائی به فروش می رسانند (جدول ۳,۵). در شهر کابل زعفران افغانستان عموماً قابل دسترس نمی باشد، زیرا اکثر پرچون فروشان و دوکانداران مندوی کابل فروش زعفران ایرانی و هندی را که ارزان تر و در بسته های ۱۰۰ گرام وارد ميگردند، ترجيح می دهند. في کيلو گرام زعفران هندی بسته بندي شده در بدل ۱۵۰۰ دالر امريکائی بفروش ميرسد که در مقايسه با زعفران افغان غير بسته بندي شده خیلی ارزان يعنی (نصف قيمت زعفران افغان) می باشد. زعفران ایرانی نسبت به زعفران هندی از کيفيت عالیتر برخوردار می باشد اما به قيمت کمتر از نصف قيمت زعفران افغانی غير بسته بندي شده يعنی (۳۰۰۰ دالر امريکائی في کيلو گرام) به فروش می رسد. در حالیکه دلایل چنين تفاوت ها روشن نيست اما احتمال ميرود که مربوط به ساختار قيمت، کيفيت و مقدار پايين توليدات زعفران افغانستان باشد.

۱۸. **ارزش علاوه شده در هر مرحله زنجيره.** (جدول ۳,۵) حاوی معلومات در مورد قيمت های زعفرانی که در ولايت هرات توليد می شود و زعفرانی که به منظور فروش در مندوی کابل از خارج وارد ميشود، می باشد. قيمت های متذکره فقط نمايشی ميباشد: اين تصويری است از بررسی کلی در مورد مفادی که هر دست اندر کار زنجيره ارزش بدست ميآورد و عوايد احتمالی که ميتوان با رشد زنجيره ارزش بدست بيايد. معلومات در مورد قيمت های زعفران هرات از جامعه دنمارک برای مهاجرین افغان (DACAAR) در ماه جولای ۲۰۱۰ ميلادی جمع آوری گرديده بود. چنانچه تذکر يافت، نمیتوان تفاوت های بزرگ در قيمت های زعفران هرات و زعفرانی که از کشور های ايران و هند وارد ميگردند به طور کامل واضح ساخت. معلومات مندرج جدول متذکره به اين ترتيب قسماً نشان می دهد که دست اندرکاران زنجيره ارزش فرصت اين را دارند تا درآمد بیشتر به دست بياورند، در صورتیکه آنها مرحله پس از برداشتن حاصلات و پروسس زعفران، از جمله استفاده وسيع از دستگاه های خشک کننده برقی و بسته بندي مناسب، را بهبود بخشند. شکل ۲,۳ قيمت ها و فروشات را در هر مرحله زنجيره ارزش زعفران نشان می دهد.

شکل ۳,۳: قيمت های زعفران وارد شده و توليد شده در داخل کشور، افغانستان، ۲۰۱۰

^{۱۱} اين شرکت های عبارت اند از خورشيد زعفران، افغان زعفران، طلای سرخ افغان، حميد زي انترنشنل و فيضی زعفران. علاوه برآن، AREDP (که توسط بانک جهانی تمویل و توسط MRRD تطبيق ميشود)، در حال ايجاد سه تشبث کوچک و متوسط ميباشد.

| | | | |
|--|--|--|------|
| حقایق در مورد تولید زعفران حد اوسط قیمت یک کیلو گرام زعفران: ۲۴۵ دالر امریکائی (اداره تحقیقات پالیسی عامه افغانستان) الف حد اوسط حاصلات سالانه: ۲ کیلو گرام زعفران خشک از فی جریب زمین (اداره تحقیقات پالیسی عامه افغانستان) | | | |
| زعفران که در داخل کشور - هرات- تولید می شود | زعفران بسته بندی شده که از کشور ایران وارد می گردد | زعفران بسته بندی شده که از کشور هند وارد می گردد | |
| تولید کنندگان | | | |
| هزینه یا قیمت | ۲۴۵ | | |
| قیمت فروش | ۱۷۰۰ الی ۲۰۰۰ | | |
| تسهیل کنندگان و تجاران محلی | | | |
| قیمت خرید | ۱۷۰۰ الی ۲۰۰۰ | | |
| قیمت فروش | ۲۰۰۰ الی ۳۰۰۰ | | |
| پروسس کنندگان و اتحادیه های تولید (بسته بندی شده) ب | | | |
| قیمت خرید | ۲۰۰۰ الی ۳۰۰۰ | | |
| قیمت فروش | ۳۵۰۰ الی ۵۰۰۰ | | |
| پرچون فروشان | | | |
| قیمت خرید | ۳۵۰۰ الی ۵۰۰۰ | ۲۰۰۰ | ۱۲۰۰ |
| قیمت فروش | ۴۰۰۰ الی ۷۰۰۰ | ۳۰۰۰ | ۱۵۰۰ |
| صادر کنندگان | | | |
| قیمت خرید | ۳۵۰۰ الی ۵۰۰۰ | | |
| قیمت فروش | ۶۰۰۰ الی ۱۵۰۰۰ | | |

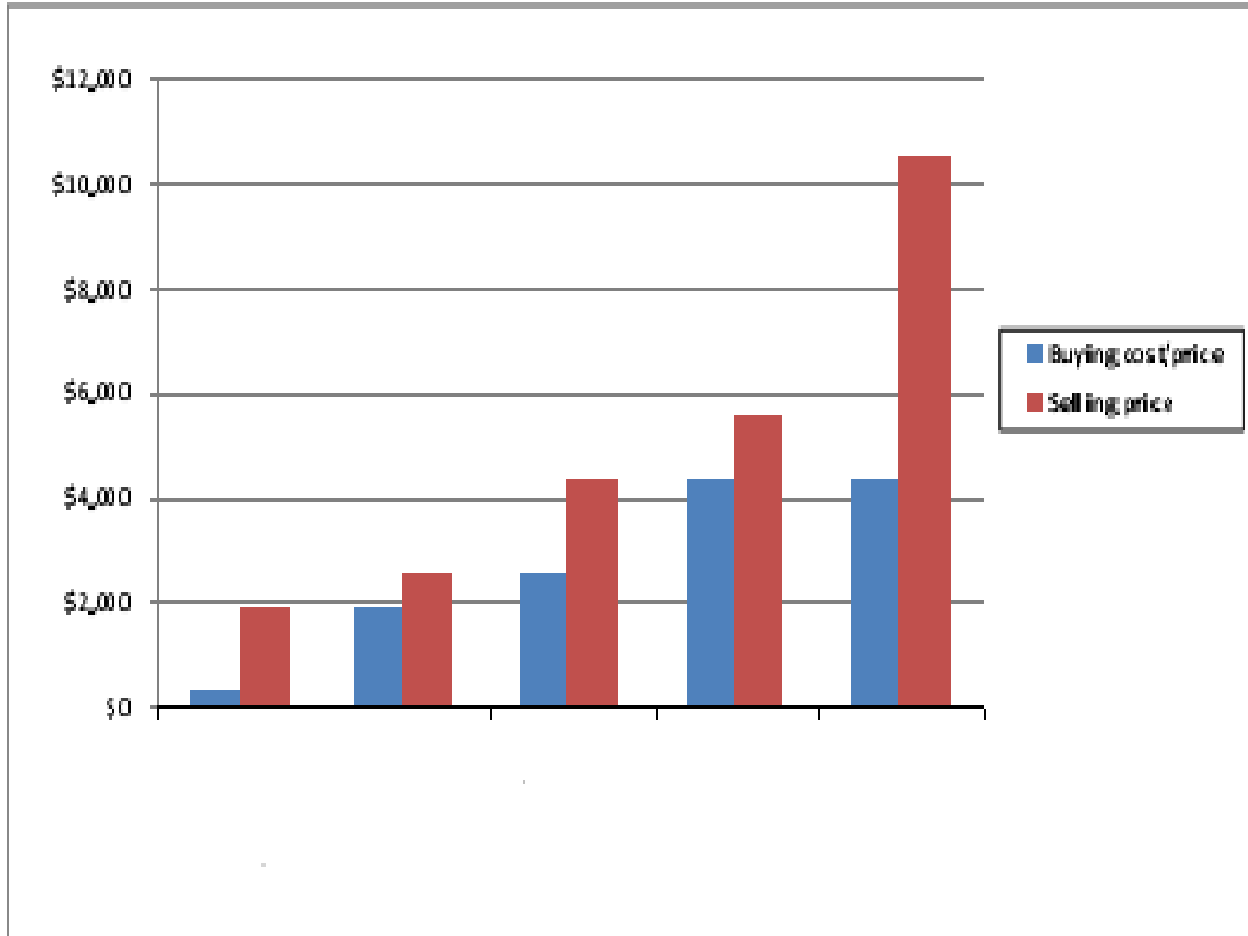
منبع: قیمت ها توسط آقای هاشم اسلمی، متخصص مدیریت منابع طبیعی مورد بررسی و تدقیق قرار گرفت جامعه دنمارک برای مهاجرین افغان (DACAAR)، ماه جولای ۲۰۱۰ میلادی.

یادداشت: مقادیر به اساس فی کیلو گرام است؛ قیمت ها به اساس دالر امریکائی (۱ دالر امریکائی معادل ۴۴ افغانی)؛ ۱ جریب مساوی به ۰,۴۹ هکتار (۲۰۰۰ متر مربع)؛ ۱ سیر مساوی به ۷ کیلو گرام می شود.

الف. APPRO یعنی اداره تحقیقات پالیسی عامه افغانستان.

ب. جامعه دنمارک برای مهاجرین افغان (DACAAR) گزارش داده است که در سال ۲۰۰۸، ۱ کیلو گرام زعفران در سطح تولید کنندگان به قیمت ۲۸۰۰ دالر امریکائی، در بازار محلی شهر هرات به قیمت ۳۰۰۰ الی ۵۰۰۰ دالر امریکائی و برای صادر به اتحایه اروپا و ایالات متحده امریکا به قیمت ۶۰۰۰ الی ۸۰۰۰ دالر امریکائی، به فروش میرسید.

شکل ضمیمه ۳،۲: زنجیره ارزش زعفران



منبع: اتحادیه انکشاف اقتصادی مینونایت (MEDA)

ضمیمه ۳،۳ تمام محدودیت هایی که فراراه زنجیره ارزش زعفران قرار دارند

۱۹. صنعت تولید زعفران در افغانستان کوچک است، اما با فراهم آوری همکاری ها از سوی موسسات غیر دولتی و ادارات تمویل کننده به شمول تهیه مواد مورد نیاز، بسیج جامعه، خدمات ترویجی و همکاری ها جهت رسیدگی به زعفران در مرحله پس از برداشتن حاصلات و بازار یابی، بطور سریع در حال رشد است. تفاوت عمده میان زنجیره ارزش زعفران و سایر زنجیره های مورد مطالعه این است که زعفران در قطی های کوچک یا نازک، برخلاف انگور تازه، کشمش و بادام، که بار زیادی حتی برای فروش در بازار های منطقه را تشکیل میدهد، قابل انتقال می باشد. در نتیجه، محدودیت عمده که فرا راه زنجیره ارزش زعفران قرار دارد، در مقایسه با سایر زنجیره های ارزش تفاوت نسبی دارد: انتقال زعفران به تناسب دسترسی محدود به مواد دارای کیفیت عالی به خصوص پیاز زعفران و عدم حمایت رسمی از صادرات از جمله داشتن دسترسی به بازارهای بین المللی، یک چالش نسبتاً کوچک بشمار میرود. گراف محدودیت ها (شکل ۳،۳) یک تعداد چالش های دیگر را که دست اندرکاران زنجیره ارزش در تولید و فروش مقدار زیاد زعفران در بازار های صادراتی به آن روبرو اند، به نمایش میگذارد. چالش های مخصوص به زنان به رنگ زرد نشان داده شده اند.

۲۰. دسترسی محدود به مواد و تدارکات با کیفیت عالی. طور یکه در سایر زنجیره های ارزش مطالعه گردید، دریافت مواد با کیفیت عالی برای تولید زعفران، به ویژه پیاز زعفران که با شرایط زراعتی افغانستان سازگار باشد، مشکل میباشد. بلند

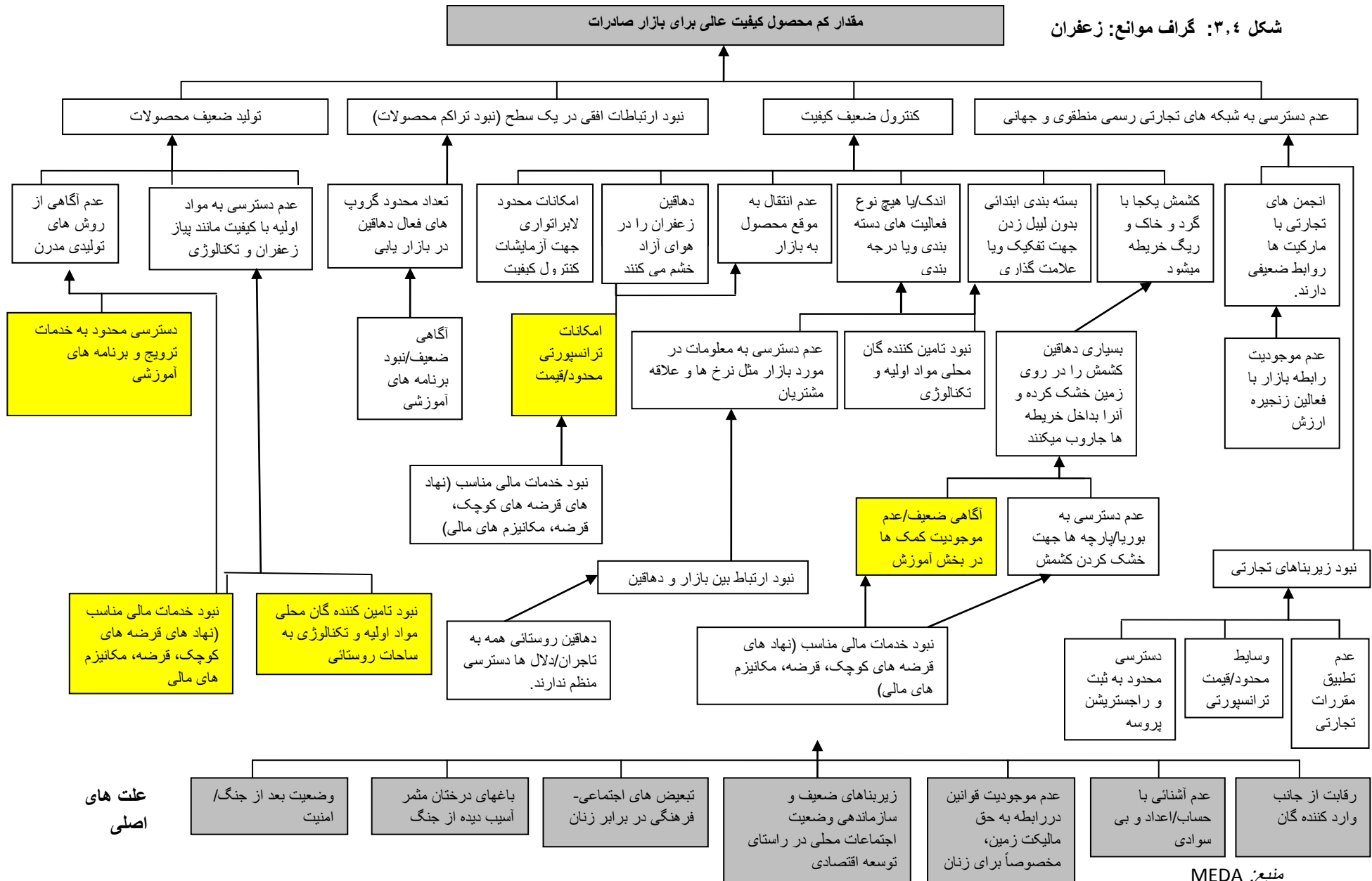
رفتن قیمت پیاز زعفران یک چالش دیگر است؛ قیمت ها بین سال های ۲۰۰۷ و ۲۰۰۹ الی ۲۵ فیصد افزایش یافته است. طوری معلوم می شود که افزایش قیمت ها از علاقه و نیازمندی روز افزون دهاقین و ادارات توزیع سرچشمه گرفته باشد. دهاقین محلی پیاز زعفران با کیفیت را به قیمت ۲۵ الی ۳۰ فیصد بلند تر از قیمت پیاز زعفران که از کشور ایران وارد می گردد، به فروش می رسانند و همچنان طوری به نظر میرسد که نیازمندی روز افزون به پیاز زعفران نیز از تولیدات داخلی مرفوع نمی گردد. عدم موجودیت مقررات و کنترل کیفیت برای پیاز زعفران که از کشور ایران قاچاق میشود به معنی این است که دهاقینی که این نوع پیاز خریداری می کنند، ممکن از کیفیت آن آگاهی نداشته باشند و اولین سرمایه گذاری شان را به خطر مواجه می سازند.

۲۱. **عدم موجودیت خدمات مناسب مالی** . به اساس قیمت فعلی پیاز زعفران، هزینه سرمایه گذاری کشت زعفران، در صورتی که دهاقین روش ایده آل زرع را اختیار کنند، به ۱۵۰۰ دالر امریکائی فی جریب زمین میرسد. از اینرو دهاقین به منظور آغاز تولید زعفران باید قرضه های بزرگ با نفع سالانه ۲۵ فیصد بگیرند، در حالیکه زعفران تا سال های دوم و سوم کشت آن مفاد خوبی ندارد. یک تعداد ادارات عرضه کننده قرضه های کوچک، قرضه های زراعتی را در افغانستان با دو یا سه ماه مدت پرداخت قرضه مورد آزمایش قرار داده اند، تا برای دهاقین فرصت مساعد شود که قرضه های شان را در زمان برداشتن حاصلات بپردازند، اما زعفران از زمان کشت الی مثمر شدن، برداشتن حاصلات و پروسس هشت ماه را در بر میگیرد، و یک سال اضافی دیگر لازم است تا قابلیت مفاد دهی را پیدا کند. قرضه های ویژه برای کشت زعفران باید طوری تنظیم شود که برای دهاقین فرصت داده شود تا قرضه های شان را در قسط های کوچک بعد از برداشتن اولین حاصل (۸ ماه بعد از گرفتن قرضه) و قسط های بزرگتر را بعد از برداشتن دومین حاصل (۲۰ ماه بعد از گرفتن قرضه) بپردازند. بسته قرضه برای کشت زعفران باید با شریعت اسلامی نیز در مطابقت باشد. دسترسی تولید کنندگان به قرضه های کوچک نیز یک چالش است زیرا ولسوالی هائی که در آن زعفران کشت میشود، مانند پشتون زرغون و غوریان، برای فعالیت های ادارات عرضه کننده قرضه های کوچک محفوظ پنداشته نمی باشد.

۲۲. **دسترسی به خدمات ترویجی** چون زعفران یک محصول نسبتاً جدید در افغانستان است، دهاقین به خدمات ترویجی، از جمله معلومات در مورد ارزیابی کیفیت تخم (پیاز) زعفران و سایر مهارت های مشخص مانند آماده ساختن بستر برای کشت، مقدار فاصله میان قطار ها، زمان آبیاری و استفاده از ترکیب درست و با کیفیت کود کیمیاوی، نیاز دارند. تمام موسسات غیر دولتی و ادارات کمک کننده چنین خدمات را برای دهاقین زمانیکه تخم (پیاز) زعفران را برای ایشان توزیع میکنند، فراهم نمی کنند. فقدان کارمندان خدمات ترویج با داشتن آموزش های مشخص مسلکی/تخنیکی در راستای تولید زعفران احساس می شود.

شکل ۳،۴: گراف موانع: زعفران

مقدار کم محصول کیفیت عالی برای بازار صادرات



تذکر: موانعی که به طور قابل ملاحظه مشارکت زنان در سطوح بالاتر زنجیره ارزش را محدود میسازند، با رنگ زرد برجسته ساخته شده است.

۲۳. **کنترل ضعیف کیفیت و رسیدگی پس از برداشتن حاصلات.** تولید کنندگان و همچنان پروسس کنندگان و شرکت های صادراتی فعالیت های پس از برداشتن حاصلات از جمله جدا ساختن سنگما (کلاله یا آله تانیث) از گل ها، خشک کردن سنگما (کلاله یا آله تانیث) و بسته بندی زعفران، را اجراء می کنند. دهاقین اکثرأ در مورد اینکه سنگما (کلاله یا آله تانیث) باید به منظور کیفیت عالی توسط دستگاه های خشک کننده برقی از نيزه یا تیوپ (Style) که سنگما (کلاله یا آله تانیث) بالای آن قرار دارد جدا شود، آگاهی ندارند^{۷۲}. همچنان دهاقین آگاهی ندارند که زعفران باید در قطی یا بسته های محکم و مهر شده نگهداری شود تا ذایقه و خوش بوئی آن حفظ شود و نیز فرصت این مساعد گردد که زعفران خارج از فصل آن به فروش برسد.

۲۴. **دسترسی محدود و پر هزینه از مناطق روستائی به بازارها.** اگر چه انتقال زعفران در مقایسه با انگور، کشمش و بادام آسان تر است، دلالان و تجاران در سطح قریه جات و وسایل خیلی محدود برای انتقال زعفران به بازار های نزدیک را در اختیار دارند.

۲۵. **عدم حمایت رسمی از صادرات.** به طور عموم، دست اندر کاران زنجیره ارزش از معلومات کافی در مورد بازار زعفران، از جمله خصوصیات بازار و ساختار قیمت زعفران برخوردار نیستند. تجاران از کشورهای ایران، پاکستان، امارات متحده عربی، اروپا و ایالات متحد امریکا به زعفران افغانستان علاقه نشان داده اند و به دلیل اینکه قیمت ها در ۱۰ سال اخیر افزایش یافته اند، آنها می خواهند شیوه های بدیل را برای بدست آوردن زعفران کشورهای اسپانیا و ایران جستجو نمایند. به گونه مثال، یک تجار امریکائی به زعفران یونان و مراکش علاقه نشان داده است. به دلیل اینکه افغانستان در تولید زعفران سابقه کم دارد تا وارد بازارهای امریکا شود، تصدیق کیفیت محصول یکی از نیازمندی ها در این راستا به شمار میرود.

۲۶. **عدم تصدیق کیفیت.** هیچ یک از ۱۷ لابراتوار تصدیق کیفیت در افغانستان به دلیل تسهیلات، تجهیزات و سایر زیربنا ها به گونه مناسب فعالیت کرده نمی توانند. اتحادیه های زنان تاکید داشتند که آنها قادر به اثبات کیفیت زعفران شان به تجاران نیستند و اظهار داشتند که تصدیق کیفیت آنها را کمک می کند تا در مورد قیمت بهتر زعفران با تجاران گفتگو و مفاهمه نمایند. جامعه دنمارک برای مهاجرین افغان (DACAAR) یک لابراتور را در شهر هرات تاسیس نمود که در آن افراد فنی را مورد آموزش قرار میدهد تا رطوبت، ذایقه، خوش بوئی و شدت رنگ زعفران را به تعقیب درجه بندی که در کشور ایران مورد استفاده قرار می گیرد، اندازه و تصدیق نماید. لابراتوار مذکور به وزارت زراعت، آبیاری و مالداری (MAIL) سپرده شده اما هیچ فعالیت ندارد زیرا تخصیص بودجه برای آن منظور نگردیده است.

۲۷. **تولید به پیمانۀ نرسیده که صادرگردد.** اگر چه شرکت های پروسس و صادر کننده ارتباطات شان را با بازار ها در اروپا و ایالات متحده امریکا تأمین نموده اند، اما قبل از آن که زعفران افغانستان به عنوان محصول با کیفیت وارد بازار شود، تولیدات باید به اندازه کافی باشد و جوابگوی نیازمندی ها باشد. طی سال های ۲۰۰۴ الی ۲۰۰۹، مناطق کشت زعفران به گونه قابل ملاحظه از ۱۶ هکتار به ۳۱۰ هکتار افزایش یافته و حاصلات نیز از ۳,۸ کیلو گرام فی هکتار به ۴,۸ کیلو گرام فی هکتار بلند رفته است. جامعه دنمارک برای مهاجرین افغان (DACAAR) پیش بینی میکند که زمانیکه تولید زعفران افغانستان به سالانه ۵۰۰۰ کیلو گرام برسد (که در سال ۲۰۰۹ تخمیناً به ۱۵۰۰ کیلو گرام رسیده بود)، افغانستان خریداران یا مشتریان زیادی را از بزرگترین و گرانترین بازارهای بین المللی جلب خواهد نمود.

۲۸. **سیستم تحقیقات ضعیف.** مرکز بین المللی تحقیقات زراعتی در مناطق خشک و دانشگاه ایالت واشنگتن تحقیقات محدود را روی تولید و بازاریابی زعفران در سال ۲۰۰۷ روی دست گرفتند (Wyeth and Malik ۲۰۰۷)، اما تحقیقات و توسعه بیشتر و سیستماتیک نیاز است تا در مورد نیازمندی های اقلیمی و سایر شرایط زعفران در شهر هرات، مشوره های سالم ترویجی فراهم گردد. دانشکده زراعت در دانشگاه هرات و ریاست زراعت در هرات تسهیلات تحقیقاتی را در اختیار دارند تا ظرفیت را در این راستا بلند ببرند، اما هیچ انستیتیوت تحقیقاتی زراعت به سطح عالی در افغانستان وجود ندارد.

ضمیمه ۴,۳ محدودیت ها و فرصت ها برای زنان در زنجیره ارزش زعفران

۲۹. همانند سایر همکاران در زنجیره های ارزش انگور، کشمش و بادام، زنان در زنجیره ارزش زعفران به گونه گسترده در تولید و پروسس زعفران در مناطق روستائی و شهری مشغول می باشند اما در سکتور خصوصی هیچ مراکز زنانه تهیه مواد یا پروسس و تجاران زن وجود ندارند و یا تعداد آنها بسیار اندک میباشد. اتحادیه های زنان تولید کننده در تمام مراحل

^{۷۲} تحلیل های لابراتواری نشان میدهد که این پروسه طعم را ۵۰ فیصد، عطر را ۴۰ فیصد و رنگ را بیشتر از ۷۰ فیصد بهتر میسازد. طعم و رنگ از معیار های تعیین شده توسط ISO بالا تر میرود اگر محصول بدون سنابل پروسس شود.

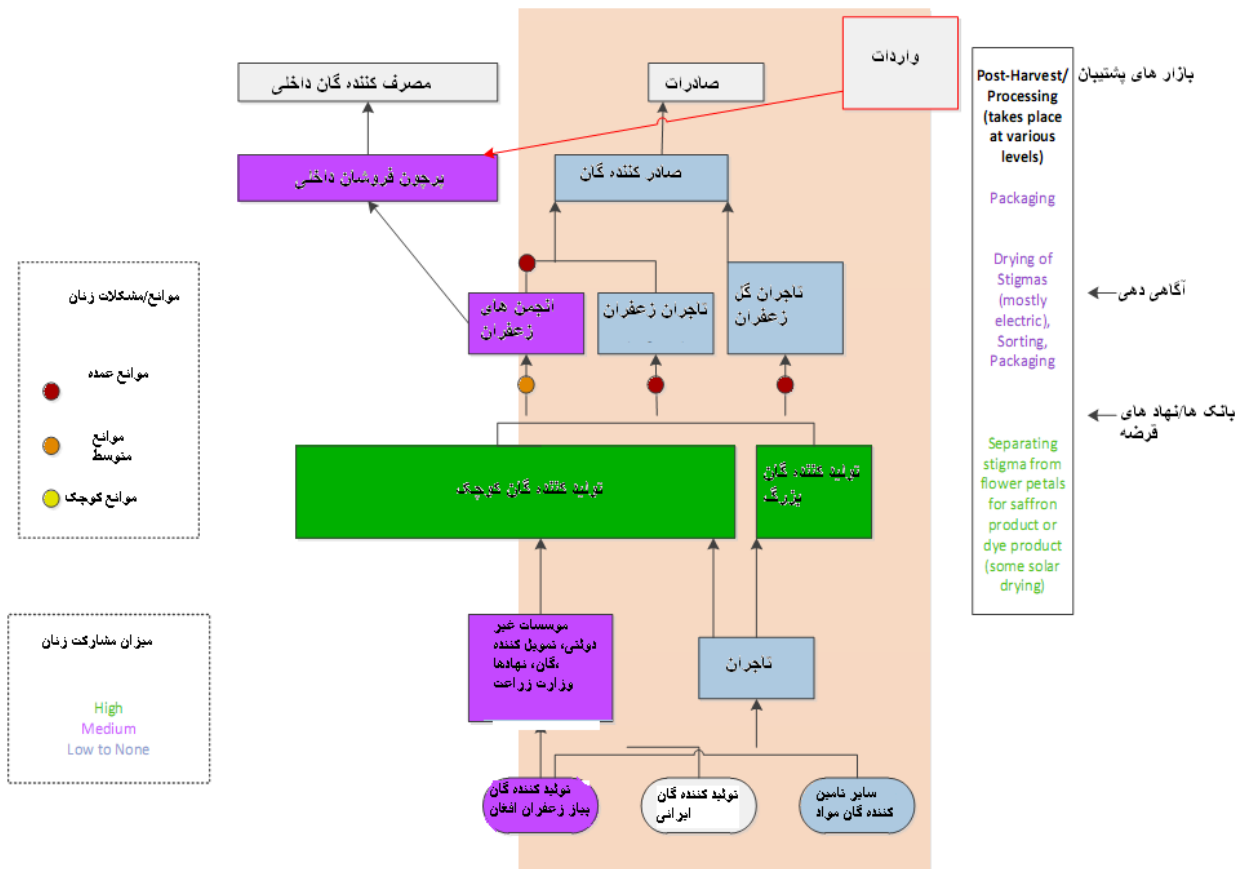
زنجیره ارزش، زنان را از طریق توزیع پیاز زعفران، تدویر آموزش های ترویجی، همکاری در مرحله پروسس همراه با دستگاه های خشک کننده برقی، بسته بندی زعفران و بازار یابی زعفران از طریق اشتراک در نمایشگاه های بین المللی، مورد حمایت قرار میدهد.

۳۰. **محدودیت های مختص به زنان.** در زنجیره های ارزش انگور، کشمش و بادام، محدودیت اساسی در برابر رشد زنان در زنجیره ارزش همانا عدم ارائه خدمات زنان به زنان می باشد. در زنجیره ارزش زعفران، اتحادیه های زنان تولید کننده زمینه آموزش را از زنان به زنان فراهم نموده و یک اتحادیه در زنجیره ارزش قدم فراتر نهاده و زمینه فروش آزمایشی زعفران را در بازار های کشور هند فراهم نموده است. به هر حال، محدودیت عمده که زنان در اتحادیه ها به آن روبرو اند این است که آنها زمین ندارند و برای کشت زعفران زمین کم در اختیار شان قرار داده شده است. محدودیت های عمده، از جمله محدودیت های بزرگ سکونر فرعی که اشتراک گسترده زنان را در زنجیره ارزش محدود ساخته است، در ذیل خلاصه گردیده است:

- **زمین های کوچک.** طوریکه در فصل دوم تذکر یافت، زنان ندرتاً مالک زمین هستند. زنانیکه زعفران تولید می کنند عموماً زمین های کوچک را که از طرف ادارات فراهم شده است، برای کشت پیاز زعفران در اختیار دارند. چنانکه زعفران به هزینه ابتدائی ۱۲۰۰ دالر امریکائی فی جریب زمین برای تهیه پیاز زعفران نیاز دارد و الی سال های دوم و سوم کشت قابلیت مفاد را ندارد، آغاز این تجارت در سطح پایین تر خطرات احتمالی را برای فامیل ها کاهش میدهد. در تولید سریع جهت رسیدن به پیمانانه کافی زعفران، زنان به دسترسی به زمین های وسیعتر نیاز خواهند داشت.
- **عدم موجودیت خدمات مناسب مالی.** دو ولسوالی که زعفران تولید میکنند توسط ادارات عرضه کننده قرضه های کوچک تمویل نمی شوند. حتی اگر چنین ادارات در آن ولسوالی های شروع به فعالیت کنند، از یک طرف ادارات مذکور تعداد اندک کارمندان قرضه دهی زن را دارند و از طرف دیگر برای ارائه خدمات قرضه نیاز به تضمین دارند. این شرطی است که اکثر زنان آنرا برآورده نمیتواند زیرا معمولاً مردان مالک زمین هستند. زنانیکه زعفران تولید می کنند، بدون حمایت مردان خانواده های شان به خدمات مالی یا هیچ دسترسی نداشته و یا دسترسی اندک دارند.
- **دسترسی به مواد دارائی کیفیت عالی.** در تهیه مواد اولیه با کیفیت زنان هیچ نقش ندارند و یا تعداد اندکی درین راستا کار میکنند که این امر چالش عمده را برای زنان تولید کننده از رهگذر عدم دسترسی به مواد با کیفیت ایجاد نموده است. اتحادیه زنان در ولسوالی پشتون زرغون از سال ۲۰۰۶ بدین سو مشغول کشت زعفران هستند و ممکن مقدار پیاز زعفران را جهت فروش به دیگران در اختیار داشته باشند. با آنهم، با توجه به این که زنان به تناسب مردان زمین کمتر را در اختیار دارند، مقدار پیاز زعفران کافی نمیباشد.
- **کنترول کیفیت و رسیدگی ضعیف پس از برداشتن حاصلات.** زنان به طور گسترده در مرحله برداشتن حاصلات و رسیدگی پس از برداشتن حاصلات مشغول می باشند. با آنهم تمام زنان در مورد روش های کنترول کیفیت آگاهی ندارند، به ویژه زنانی که در اتحادیه های تولیدی اشتراک ندارند.
- **دسترسی محدود به وسایل انتقال.** دسترسی ضعیف زنان به خدمات ترانسپورت عامه و نیامندی آنها به طبقه ذکور به عنوان همراه، تأثیر عمده بالای بازار یابی زعفران توسط اتحادیه های زنان تولید کننده در ولسوالی پشتون زرغون که به تناسب اتحادیه های ولسوالی غوریان، بیشتر سنتی هستند، دارد.
- **عدم حمایت رسمی از صادرات.** از آنجائیکه زنان تلاش های شانرا جهت به فروش رساندن زعفران در بازارهای بین المللی به آزمایش میگذارند، حمایت از صادرات به گونه رسمی، مانند فراهم آوری تصدیق کیفیت دسترسی آنها را به بازارهای بزرگ و پربهای جهان افزایش میدهد.

۳۱. شکل ۴,۲۸ موانع مشخص فراراه زنان را در رشد آنها در زنجیره ارزش زعفران نشان میدهد. چنانچه در ذیل بحث خواهد شد، موانع نظر به موقعیت ها یا جایگاه های مختلف در زنجیره ارزش با هم متفاوت اند. مانع متوسط در برابر ارتقاء از مرحله تولید الی مرحله پروسس وجود دارد، در حالیکه مانع شدیدی در برابر ارتقاء از مرحله تولید الی مرحله دلالان/تجاران یا از مرحله پروسس الی مرحله صادرات وجود دارد.

شکل الف 2.4: مشکلات زنان در سکتور فرعی زعفران



منبع: این معلومات از تحقیق (Mayoux and Mackie) (۲۰۰۹) و اداره انکشافی بین الملل ایالات متحده امریکا (USAID) (۲۰۱۰) اقتباس شده است.

یادداشت: نقطه که به رنگ گلایی برجسته شده است معتبر ترین نقطه زنجیره ارزش را نشان میدهد. نشانه های موانع، چالش ها و محدودیت ها فراراه رشد زنان در زنجیره ارزش را نشان میدهد. رنگ نشانه ها درجه موانع را نشان میدهد. رنگ زرد = مانع کوچک، رنگ نارنجی = مانع متوسط، و رنگ سرخ = مانع شدید. مانع کوچک (به معنی این است که موانع در برابر زنان نسبت به مردان کمی بیشتر است و دلیل آن نیز سنت های اجتماعی - فرهنگی می باشد)؛ مانع متوسط (به معنی این است که موانع در برابر زنان نسبت به مردان خیلی بیشتر وجود دارد، اگر چه یک تعداد زنان بالای این موانع فایق آمده اند)؛ مانع شدید (به معنی این است که موانع در برابر زنان نسبت به مردان خیلی زیاد وجود دارد و هیچ زن بالای این موانع فایق نه آمده است تا در زنجیره ارزش ارتقا کنند). موانع فقط در زنجیره ارزش معتبر که به رنگ گلایی برجسته نشان داده شده است و در سمت های که زنان در آن دخیل اند، به رنگ سبز و ارغوانی برجسته شده اند که سطح اشتراک یا مصروفیت زنان را در زنجیره ارزش نشان میدهد.

۳۲. **فرصت ها برای زنان در زنجیره ارزش زعفران.** همانگونه که نقش انجمن های زنان تولید کننده زعفران نشان میدهد، لازم است بسیج اجتماعی را توسعه داد تا به تعداد زنان تولید کننده افزوده شود. افزایش تعداد زنان نیمه مسلکی میتواند بسیج اجتماعی، تامین مواد اولیه، خدمات ترویج (در رابطه به تولید، حاصل برداری، و فعالیت های بعد از حاصلبرداری)، دسترسی به قرضه ها، و تامین ارتباط با بازار را تسهیل کند. سرمایه گذاری روی دستگاه های خشک کن برقی برای مراکز متعلق و تحت اداره زنان در سطح روستاها و بشکل کلستر باعث بهبود کیفیت محصولات از طریق آموزش زنان - از - زنان و همچنان سبب افزایش درآمد تولید کنندگان خواهد شد. موسسه داکار، توصیه های ارائه شده در این مطالعه را از طریق پروژه ی آزمایشی به منظور رشد زنجیره ارزش زعفران با زنان تولید کننده تطبیق میکند (چوکات ۳،۶ در گزارش اصلی).

- **زنان نیمه مسلکی.** زنان نیمه مسلکی که به حیث کارمندان اجتماعی، تامین کنندگان مواد اولیه، مسئولین بخش قرضه دهی، مشاورین خدمات ترویج (در بخش تولید، حاصلبرداری، و موضوعات بعد از برداشت حاصلات)، دلال ها، تاجران، و نمایندگان فروش کار میکنند، تا باعث بهبود کلی تولید، حاصلبرداری و فعالیت های بعد از حاصل برداری توسط زنان تولید کننده خواهند شد.
- **بسیج ساختن انجمن های زنان تولید کننده.** انجمن های زنان تولید کننده در بخش های توزیع مواد اولیه، تولید، آموزش (در بخش حاصلبرداری، فعالیت های بعد از حاصلبرداری، و کنترل کیفیت)، و بازار یابی کمک های خوبی ارائه نموده اند. این انجمن ها میتوانند روی ایجاد تاسیسات نگهداری محصولات جهت فروش محصولات زعفران در فصل های دیگر سال سرمایه گذاری کنند. در رابطه به حل موانع و مشکلات اصلی از قبیل نبود پیاز با کیفیت زعفران، انجمن ها میتوانند ذخیره پیاز زعفران را ایجاد نموده و در برابر استفاده از ذخیره پیاز زعفران و دستگاه های خشک کن از مشتریان پول بگیرند و به این ترتیب انجمن را پایدار نگهدارند.
- **دسترسی به قرضه از طریق زنان نماینده.** زنان دهقان به گرفتن قرضه علاقمندی نشان داده اند ولی عرضه محدود قرضه های زراعتی به گونه که با فصل کشت محصولات سازگار باشد، یکجا با موانع اجتماعی (از قبیل موانع در معامله و رفت و آمد زنان) دسترسی به قرضه را به یک چالش تبدیل کرده است. از طریق ارائه خدمات بیشتر مالی و افزایش تعداد مسئولین مالی از طبقه انانث، زنان میتوانند خدمات مالی اصلی را بدست آورده، روش های خود را تجدید کرده و ظرفیت تولیدی خویش را بالا ببرند.
- **انجمن های زنان و مردان تولید کننده که در سطح کلاستر ویا ولسوالی باهم یکجا میشوند.** تجارب حاصله از پروژه های ایجاد معیشت روستائی که در آسیای جنوبی توسط بانک جهانی تطبیق شده است، نشان میدهد که اقتصاد های بزرگ در تولید و ایجاد سرمایه از طریق یکجا سازی تولید کنندگان در سطح کلاستر میسر میباشد. زنانی که در خانواده با مردانیکه در انجمن های تولید کننده زعفران یکجا اشتراک و زندگی میکنند نیز بطور قابل ملاحظه در تولید، حاصل برداری و پروسس بعد از حاصل برداری دخیل میباشند؛ سازماندهی کلاستر زمینه را برای توسعه خدمات آگاهی میسر میسازد تا این خدمات از طریق آموزش زنان – برای زنان به آنها برسد. این کلاستر بطور کلی روی زنجیره ارزش زعفران به کمک موسسات غیر دولتی و اشخاص نیمه مسلکی کار خواهد کرد. افزایش تولیدات زعفران با کیفیت، تاجران و خریداران بین المللی را جلب خواهد کرد.
- **ایجاد مراکز پروسس مختص به زنان.** زنان در مناطق شهری بطور گسترده در پروسس بعد از حاصل برداری محصولات به حیث کارگران روز مزد دخیل میباشند. سرمایه گذاری روی ایجاد مراکز متعلق و تحت اداره زنان میتواند به طور چشمگیری موقف زنان را در زنجیره ارزش ارتقاء دهد. به اساس عین دلایل، واحد های پروسس که تحت قیمومیت و اداره انجمن های مردان تولید کننده زعفران قرار دارد، میتواند توسط زنان اداره شوند.

۵۵. نتیجه گیری: استراتژی های فراگیر برای رسیدن به اقتصاد بزرگ در زنجیره ارزش زعفران

۳۳. زعفران یکی از محصولات است که با حمایت اساسی موسسه های غیردولتی یا NGO ها و نهاد های تمویل کننده میتواند منحصبت یک محصول صادراتی کلیدی افغانستان ظهور نماید. دو انجمن که برای زنان تولید کننده زعفران در هرات ایجاد شده اند تاثیر و کارائی خویشرا به نمایش گذاشتند تا موسسات غیردولتی یا NGO ها و تمویل کنندگان با استفاه از آن به زنانیکه نیاز به عوامل تولید، خدمات ترویج بازار یابی دارند، دسترسی یافته و آنها را در این راستا کمک و همکاری مینمایند. زنان عضو یکی از این دو انجمن که در یک ولسوالی نسبتاً کمتر سنتی فعالیت میکنند در راستای کار یا فعالیتهای مرتبط به زنجیره ارزش رشد نموده اند و محصولات خویشرا بطور آزمایشی در هندوستان به معرض فروش گذاشته اند. برای تقویت این دستاورد ها و برای رسیدن به سایر زنان تولید کننده بسیار مهم است که زنانی را که دارای دانش حرفه یی میباشند حمایت نموده و مهارتهای آنها را انکشاف داده تا آنها زمینه عرضه خدمات برای زنان از طرف زنان را مهیا بسازند و مانند یک رهبر و بسیج کننده اجتماعی، فروشنده یا تدارک دهنده مواد اولیه، مامور ترویج و آگاهی، تاجر محلی، نماینده فروش و نماینده خدمات قرضه مسولیت خود را انجام دهند. بسیج نمودن انجمن های زنان تولید کننده نیز بسیار مهم میباشد زیرا با اینکار عرضه خدمات از طرف زنان برای زنان افزایش یافته و تولید کنندگان را کمک میکند که به آن سطح از اقتصاد برسند که برای رسیدن به بازارهای پرمفعت صادراتی مهم و حیاتی بشمار میروند. همچنان ادغام انجمن های زنان و مردان تولید کننده به سطح ولسوالی یا بشکل کلاستر یا خوشه یی بسیار مهم میباشد که با اینکار

میتوان آموزش زنان برای زنان را تسهیل نمود و زنان را نیز در خانواده هائی که در آن مردان از قبل در انجمن های تولید زعفران مصروف میباشند، سهم بسازیم .

ضمیمه ۴

جلسات با اشتراک کنندگان کلیدی زنجیره ارزش

یادداشت: مصاحبه های اتحادیه انکشاف اقتصادی مینونایت (MEDA) به رنگ گلابی، مصاحبه های بانک جهانی به رنگ خاکستری و مصاحبه های اداره تحقیقات پالیسی عامه افغانستان (APPRO) به رنگ سفید برجسته شده است (مطالعه زعفران)

| فعالین مشخص شده زنجیره ارزش/سمت | صنعت | نهاد یا موسسه | تاریخ جلسه | توسط کدام نهاد برگزار میشود | سایر نظریات* |
|--|-----------------------|--|------------------------|--|--------------|
| مباحثات گروهی متمرکز و مصاحبه با آگاهان امور (اتحادیه ها) | تولید کنندگان | اتحادیه های زعفران: اتحادیه تولید زعفران زنان ولسوالی غوریان و اتحادیه تولید زعفران زنان ولسوالی پشتون زرغون | ماه فبروری ۲۰۱۰ میلادی | اداره تحقیقات پالیسی عامه افغانستان | |
| دهاقین زن | تولید کنندگان | منطقه ده سبز کابل | ۱۵ می، ۲۰۱۰ میلادی | اتحادیه انکشاف اقتصادی مینونایت (MEDA) | |
| رئیس شورای انکشاف محلی (CDC) | تولید کنندگان | منطقه ده سبز کابل | ۱۵ می، ۲۰۱۰ میلادی | اتحادیه انکشاف اقتصادی مینونایت (MEDA) | |
| مباحثات گروهی متمرکز: تسهیل کنندگان زن در سطح قریه (ولایت پروان) | تولید کنندگان | از طریق پروژه گاردن گیت (TTGG)، بخش های مختلف ولایت پروان | ۱۶ می، ۲۰۱۰ میلادی | اتحادیه انکشاف اقتصادی مینونایت (MEDA) | |
| مباحثات گروهی متمرکز: دهاقین اناث انگور | تولید کنندگان | از طریق پروژه گاردن گیت (TTGG)، قریه فکارن، ولایت پروان | ۲۰ می، ۲۰۱۰ میلادی | اتحادیه انکشاف اقتصادی مینونایت (MEDA) | |
| مباحثات گروهی متمرکز: دهاقین ذکور انگور | تولید کنندگان | قریه فکارن، ولایت پروان | ۳۱ می، ۲۰۱۰ میلادی | اتحادیه انکشاف اقتصادی مینونایت (MEDA) | |
| مباحثات گروهی متمرکز: دهاقین ذکور انگو | تولید کنندگان | قریه دشت اوپیان، ولایت پروان | ۳۱ می، ۲۰۱۰ میلادی | اتحادیه انکشاف اقتصادی مینونایت (MEDA) | |
| مباحثات گروهی متمرکز: دهاقین ذکور بادام | تولید کنندگان | ولسوالی خلم، مزار شریف | ۱۷ جون، ۲۰۱۰ میلادی | اتحادیه انکشاف اقتصادی مینونایت (MEDA) | |
| مباحثات گروهی متمرکز: دهاقین اناث بادام | تولید کنندگان | ولسوالی خلم، مزار شریف | ۱۷ جون، ۲۰۱۰ میلادی | اتحادیه انکشاف اقتصادی مینونایت (MEDA) | |
| زیتون | موسسه غیر دولتی (NGO) | اتحادیه انکشاف اقتصادی مینونایت (MEDA) | ۲۳ می، ۲۰۱۰ میلادی | اتحادیه انکشاف اقتصادی مینونایت (MEDA) | |
| امبروز داتزد، رئیس و کرسٹین هارمس، متخصص | موسسه غیر دولتی (NGO) | پروژه باغداری و مالداري (HLP) | ۹ جون، ۲۰۱۰ میلادی | اتحادیه انکشاف اقتصادی مینونایت (MEDA) | |

| فعالین مشخص شده زنجیره ارزش/سمت | صنعت | نهاد یا موسسه | تاریخ جلسه | توسط کدام نهاد برگزار میشود | سایر نظریات* |
|--|----------------|---------------|---|---------------------------------|---|
| باغبانی یا زراعت | | | | | |
| گیری گریو، ملوین مونتنس، ویک مگالانس | موسسه (NGO) | غیر دولتی | شورای جهانی اتحادیه های قرصه (WOCCU)، دفتر مزار شریف | ۱۷ جون، ۲۰۱۰ میلادی | اتحادیه انکشاف اقتصادی مینونایت (MEDA) |
| جاوید حمیدزاده | موسسه (NGO) | غیر دولتی | موسسه انکشاف صنعت بادام افغانستان | ۲۶ می، و ۱ اگست، ۲۰۱۰ میلادی | اتحادیه انکشاف اقتصادی مینونایت (MEDA) |
| مباحثات گروهی متمرکز: لنا مو، پری ناز حسینی، زینب واحدی، محبوبه واعظی، ماری | موسسه (NGO) | غیر دولتی | نهادهای مختلف | ۱۸ جولای، ۲۰۱۰ میلادی | اتحادیه انکشاف اقتصادی مینونایت (MEDA) |
| محمد هاشم اسلمی، متخصص مدیریت منابع طبیعی | موسسه (NGO) | غیر دولتی | جامعه دنمارک برای مهاجرین افغان (DACAAR) | ۲۸ جولای، ۲۰۱۰ میلادی | اتحادیه انکشاف اقتصادی مینونایت (MEDA) |
| میلیسا الباج، | موسسه (NGO) | غیر دولتی | مرسی کارپس (Mercy Corps) | ۲۴ جون، ۲۰۱۰ میلادی | اتحادیه انکشاف اقتصادی مینونایت (MEDA) |
| داکتر عارف قرین، رئیس | موسسه (NGO) | غیر دولتی | جامعه دنمارک برای مهاجرین افغان (DACAAR) | ۲۰۱۰ فبروری، میلادی | بانک جهانی |
| خانم دریا میسینگو، مشاور کمک های بلاعوض | موسسه (NGO) | غیر دولتی | جامعه دنمارک برای مهاجرین افغان (DACAAR) | ۲۰۱۰ فبروری، میلادی | بانک جهانی |
| آقای محمد شاه روف، آمر برنامه، انکشاف دهات | موسسه (NGO) | غیر دولتی | جامعه دنمارک برای مهاجرین افغان (DACAAR) | ۲۰۱۰ فبروری، میلادی | بانک جهانی |
| خانم سچیترا چیتراکار، مشاور نظارت و ارزیابی | موسسه (NGO) | غیر دولتی | جامعه دنمارک برای مهاجرین افغان (DACAAR) | ۲۰۱۰ فبروری، میلادی | بانک جهانی |
| آقای عبدالعزیز نادری، آمر برنامه | موسسه (NGO) | غیر دولتی | سازمان انکشاف سنائی (SDO) | ۲۰۱۰ فبروری، میلادی | بانک جهانی |
| خانم کترین سوبرویگا، آمر دفتر ساحوی | موسسه (NGO) | غیر دولتی | اتحادیه انکشاف اقتصادی مینونایت (MEDA)، افغانسان | ۲۰۱۰ فبروری، میلادی | بانک جهانی |
| باجی خزانه | موسسه (NGO) | غیر دولتی | مرکز آموزشی حرفه ئی زنان | ۲۰۱۰ فبروری، میلادی | بانک جهانی |
| محمد هاشم اسلمی، متخصص مدیریت منابع طبیعی | موسسه (NGO) | غیر دولتی | جامعه دنمارک برای مهاجرین افغان (DACAAR) | سپتمبر، ۲۰۰۹ میلادی | اداره تحقیقات پالسی عامه افغانستان (APPRO) |
| عبدالرزاق کیهانی | موسسه (NGO) | غیر دولتی | جامعه دنمارک برای مهاجرین افغان (DACAAR) | سپتمبر، ۲۰۰۹ میلادی | اداره تحقیقات پالسی عامه افغانستان (APPRO) |

| فعالین مشخص شده زنجیره ارزش/سمت | صنعت | نهاد یا موسسه | تاریخ جلسه | توسط کدام نهاد برگزار میشود | سایر نظریات* |
|--|--------------------------|--|------------------------|---|--------------|
| میر آقا جمشیدی، کارمند زراعت | موسسه غیر دولتی (NGO) | CRS | سپتمبر، ۲۰۰۹ میلادی | اداره تحقیقات پالسی عامه افغانستان (APPRO) | |
| بشیر نصرت، انجنیر زراعت | موسسه غیر دولتی (NGO) | سازمان انکشاف سنائی (SDO) | اکتوبر، ۲۰۰۹ میلادی | اداره تحقیقات پالسی عامه افغانستان (APPRO) | |
| انجنیر واحد افضلی | موسسه غیر دولتی (NGO) | CRS | جنوری، ۲۰۰۹ میلادی | اداره تحقیقات پالسی عامه افغانستان (APPRO) | |
| انجنیر رامین نظریان، آموزگار | موسسه غیر دولتی (NGO) | موسسه خدمات آموزشی DADS | دسمبر، ۲۰۰۹ میلادی | اداره تحقیقات پالسی عامه افغانستان (APPRO) | |
| | | | | | |
| خانم غزال حارث، معاون اجراییوی | وزارت | پروگرام انکشاف تشبثات محلی افغانستان (AREDP)، وزارت احیاء و انکشاف دهات (MRRD) | فیروری، ۲۰۱۰ میلادی | بانک جهانی | |
| آقای احمد جاوید زیرک، امر پروگرام | وزارت | پروگرام انکشاف تشبثات محلی افغانستان (AREDP)، وزارت احیاء و انکشاف دهات (MRRD) | فیروری، ۲۰۱۰ میلادی | بانک جهانی | |
| آقای احمد جاوید، مسئول اجراییوی | وزارت | اداره انکشاف صادرات افغانستان (EPAA) | فیروری، ۲۰۱۰ میلادی | بانک جهانی | |
| خانم انیلا آفتاب، مشاور چندر | وزارت | وزارت زراعت، آبیاری و مالداري (MAIL) | فیروری، ۲۰۱۰ میلادی | بانک جهانی | |
| آقای میرویس نیازی، مدیر عمومی | وزارت | شعبه قرنطین نباتات، وزارت زراعت، آبیاری و مالداري (MAIL) | فیروری، ۲۰۱۰ میلادی | بانک جهانی | |
| خانم نبیلا مصلح، مشاور امور مربوط به چندر | وزارت | پروژه باغداری و مالداري (HLP)، وزارت زراعت، آبیاری و مالداري (MAIL) | فیروری، ۲۰۱۰ میلادی | بانک جهانی | |
| خانم کرسٹی اتاتالم، مشاور | وزارت | وزارت مبارزه با مواد مخدر | فیروری، ۲۰۱۰ میلادی | بانک جهانی | |
| بشیر احمد احمدی، آمر بخش تحقیق و ترویج | وزارت | وزارت زراعت، آبیاری و مالداري (MAIL)، هرات | سپتمبر، ۲۰۰۹ میلادی | اداره تحقیقات پالسی عامه افغانستان (APPRO) | |
| خاموش، مسئول تنظیم اسناد | وزارت | اداره انکشاف صادرات افغانستان (EPAA) | دسمبر، ۲۰۰۹ میلادی | اداره تحقیقات پالسی عامه افغانستان (APPRO) | |
| خلیل احمد یارمند، معاون اجراییوی | وزارت | اتاق تجارت هرات | دسمبر، ۲۰۰۹ میلادی | اداره تحقیقات پالسی عامه افغانستان (APPRO) | |
| نبی جان، مسئول اداری | وزارت | اداره حمایت از سرمایه گذاری افغانستان (AISA) | جنوری، ۲۰۱۰ میلادی | اداره تحقیقات پالسی عامه افغانستان (APPRO) | |

| فعالین مشخص شده زنجیره ارزش/سمت | صنعت | نهاد یا موسسه | تاریخ جلسه | توسط کدام نهاد برگزار میشود | سایر نظریات* |
|---|-------------|---|------------------------|---|--------------|
| جیلان خان، امر بجش صادرات | وزارت | اتاق تجارت و صنایع افغانستان – هرات | جنوری، ۲۰۱۰ میلادی | اداره تحقیقات پالسی عامه افغانستان (APPRO) | |
| تمیم کاکر، مدیر عمومی هرات | وزارت | اتاق تجارت و صنایع افغانستان – هرات | ۲۰۱۰ میلادی | اداره تحقیقات پالسی عامه افغانستان (APPRO) | |
| انجمه نعیمی، رئیس انکشاف اقتصادی | وزارت | وزارت امور زنان (MOWA) | ۱۸ می، ۲۰۱۰ میلادی | اتحادیه انکشاف اقتصادی مینونایت (MEDA) | |
| هدایت الله هاشمی، آمر پروژه، پروژه زیر بنای بازار زراعتی | وزارت | پروژه، پروژه زیر بنای بازار زراعتی (AMIP)، تمویل شده توسط بانک انکشاف آسیائی، وزارت زراعت، آبیاری و مالداری (MAIL) | ۱ جون، ۲۰۱۰ میلادی | اتحادیه انکشاف اقتصادی مینونایت (MEDA) | |
| کاتب شمس، رئیس، ولایت بلخ | وزارت | وزارت زراعت، آبیاری و مالداری (MAIL) | ۱۵ جون، ۲۰۱۰ میلادی | اتحادیه انکشاف اقتصادی مینونایت (MEDA) | |
| عبدالرحیم ناصری – همانگ کننده پروگرام، پروگرام ملی رشد مهارت ها (NSDP)، انجنیر محمد عمر نوری، آمر طرح نصاب تعلیمی زراعتی | وزارت | پروگرام ملی رشد مهارت ها (NSDP)، | ۳ اگست، ۲۰۱۰ میلادی | اتحادیه انکشاف اقتصادی مینونایت (MEDA) | |
| آمینہ و هاب زاده | وزارت | وکیل مدافع/ آموزگار/ حقوق دان | ۳ اگست، ۲۰۱۰ میلادی | اتحادیه انکشاف اقتصادی مینونایت (MEDA) | |
| | | | | | |
| خانم محبوبه واعظی، رئیس ساحوی | سکتور خصوصی | شورای تجارتي زنان افغان (AWBC) | فیروزی، ۲۰۱۰ میلادی | بانک جهانی | |
| آقای عتیق الله نصرت، مسئول عملیاتی | سکتور خصوصی | اتاق تجارت و صنایع افغانستان | فیروزی، ۲۰۱۰ میلادی | بانک جهانی | |
| خانم هوسی اندر، عضو بورڈ | سکتور خصوصی | اتاق تجارت و صنایع افغانستان (عضو بورڈ و همچنان معاون اتحادیه تولیدات و صادرات افغانستان | فیروزی، ۲۰۱۰ میلادی | بانک جهانی | |
| عبدالغفار احمدزی، مدیر عمومی | سکتور خصوصی | زعفران افغان | سپتمبر ۲۰۰۹ میلادی | اداره تحقیقات پالسی عامه افغانستان (APPRO) | |
| قدرت الله رحمتی، مدیر عمومی | سکتور خصوصی | طلا سرخ افغان | سپتمبر ۲۰۰۹ میلادی | اداره تحقیقات پالسی عامه افغانستان (APPRO) | |
| نجیب الله صمیم، آمر اداری | سکتور خصوصی | MADRAC | دسمبر ۲۰۰۹ | اداره تحقیقات پالسی عامه | |

| فعالین مشخص شده زنجیره ارزش/سمت | صنعت | نهاد یا موسسه | تاریخ جلسه | توسط کدام نهاد برگزار میشود | سایر نظریات* |
|--|-------------|--|---------------------------------------|--|--------------------------------------|
| | | | میلادی | افغانستان (APPRO) | |
| مریم سادات، مدیر انکشاف تجارت | سکتور خصوصی | اتحادیه (فدراسیون) تجارتي زنان افغان | دسمبر ۲۰۰۹ میلادی | اداره تحقیقات پالسی عامه افغانستان (APPRO) | |
| مریم یادات، مالک | سکتور خصوصی | اتحادیه افتخار افغانستان | ۱۵ می، ۲۰۱۰ میلادی | اتحادیه انکشاف اقتصادی مینونایت (MEDA) | |
| میر زمان پوپل، رئیس صنایع و صادرات | سکتور خصوصی | اتاق تجارت و صنایع افغانستان | ۱۷ می، ۲۰۱۰ میلادی | اتحادیه انکشاف اقتصادی مینونایت (MEDA) | |
| عبدالحمید خاموش- مسئول تنظیم اسناد، اندلیب مشتانی- هماهنگ کننده پروژه / مسئول تهیه گزارش | سکتور خصوصی | اداره انکشاف صادرات افغانستان (EPAA) | ۱۶ می، ۲۰۱۰ میلادی | اتحادیه انکشاف اقتصادی مینونایت (MEDA) | |
| سید احمد مصطفی هاشمی، رئیس اداری | سکتور خصوصی | نماینده انکشاف صادرات کشمش، میوه جات و سبزی جات، افغانستان | ۱۸ می، ۲۰۱۰ و اگست، ۲۰۱۰ میلادی | اتحادیه انکشاف اقتصادی مینونایت (MEDA) | |
| مغازه فروش میوه جات خشک | سکتور خصوصی | پرچون فروش # ۱ (شهر نو) | ۱۷ می، ۲۰۱۰ میلادی | اتحادیه انکشاف اقتصادی مینونایت (MEDA) | |
| مغازه فروش میوه جات خشک و کیک و کلهه فروشی | سکتور خصوصی | پرچون فروش # ۲ (شهر نو) | ۱۷ می، ۲۰۱۰ میلادی | اتحادیه انکشاف اقتصادی مینونایت (MEDA) | |
| ارغوان داور- کارمند اداری و رویا واصل- آمر فروشات | سکتور خصوصی | مغازه محصولات زراعتی زنان کابل | ۱۸ می، ۲۰۱۰ میلادی | اتحادیه انکشاف اقتصادی مینونایت (MEDA) | |
| آقای الحاج ذبیح الله احسان | سکتور خصوصی | شرکت پروسس میوه جات خشک و تازه تک دانه | ۱۹ می، ۲۰۱۰ میلادی | اتحادیه انکشاف اقتصادی مینونایت (MEDA) | صادر کننده |
| عبدالمالک "محمد" رئیس شرکت و رئیس اجرایی | سکتور خصوصی | DFC FOODS | ۱۹ می، ۲۰۱۰ میلادی | اتحادیه انکشاف اقتصادی مینونایت (MEDA) | پروسس کننده |
| صالحه زرین، معاون | سکتور خصوصی | اداره ملی زنان | ۲۰ می، ۲۰۱۰ میلادی | اتحادیه انکشاف اقتصادی مینونایت (MEDA) | |
| محمد شریف، رئیس | سکتور خصوصی | تبسم | ۲۲ می، ۲۰۱۰ میلادی | اتحادیه انکشاف اقتصادی مینونایت (MEDA) | |
| حاجی گل احمد، رئیس | سکتور خصوصی | شرکت حاجی پاینده محمد و پسران | ۸ جون، ۲۰۱۰ میلادی | اتحادیه انکشاف اقتصادی مینونایت (MEDA) | صادر کننده/ عمده فروش (میوه جات خشک) |

| فعالین مشخص شده زنجیره ارزش/سمت | صنعت | نهاد یا موسسه | تاریخ جلسه | توسط کدام نهاد برگزار میشود | سایر نظریات* |
|---|-------------|---|------------------------|---|--------------|
| محمد هاشم | سکتور خصوصی | عمده فروش (میوه جات خشک) مندوی کابل | ۷ جون، ۲۰۱۰ میلادی | اتحادیه انکشاف اقتصادی مینونایت (MEDA) | |
| حاجی گلا جان | سکتور خصوصی | عمده فروش (میوه جات خشک) مندوی کابل | ۷ جون، ۲۰۱۰ میلادی | اتحادیه انکشاف اقتصادی مینونایت (MEDA) | |
| حاجی بدرالدین وحاجی محمد یوسف | سکتور خصوصی | شرکت حاجی ابراهیم عمده فروش/ پرچون فروش/ پروسس کننده | ۷ جون، ۲۰۱۰ میلادی | اتحادیه انکشاف اقتصادی مینونایت (MEDA) | |
| حاجی امیر جان، رئیس شرکت نجابت حیدری لمتد، نماینده کمیسیون میوه جات تازه | سکتور خصوصی | تجار/ پروسس کننده/ صادر کننده (میوه جات تازه) مندوی کابل | ۱۴ جون، ۲۰۱۰ میلادی | اتحادیه انکشاف اقتصادی مینونایت (MEDA) | |
| شرکت میوه جات تازه جواد عزیز زاده | سکتور خصوصی | مندوی کابل | ۱۴ جون، ۲۰۱۰ میلادی | اتحادیه انکشاف اقتصادی مینونایت (MEDA) | |
| شرکت حاجی پاینده محمد، کابل | سکتور خصوصی | مندوی کابل | ۱۴ جون، ۲۰۱۰ میلادی | اتحادیه انکشاف اقتصادی مینونایت (MEDA) | |
| احمد جاوید، رئیس | سکتور خصوصی | اتحادیه پروسس میوه جات خشک مزار- بلخ- عمده فروش/ پروسس کننده/ صادر کننده | ۱۵ جون، ۲۰۱۰ میلادی | اتحادیه انکشاف اقتصادی مینونایت (MEDA) | |
| انجنیر حاجی ناصر | سکتور خصوصی | تجار/ عمده فروش/ پروسس کننده | ۱۶ جون، ۲۰۱۰ میلادی | اتحادیه انکشاف اقتصادی مینونایت (MEDA) | |
| عبدالغنی شرف، رئیس شرکت تخم های بذری بابه..... | سکتور خصوصی | مالک گلخانه | ۱۶ جون، ۲۰۱۰ میلادی | اتحادیه انکشاف اقتصادی مینونایت (MEDA) | |
| ضیالالدین | سکتور خصوصی | پرچون فروش، گلبدین مارکیت، مزار | ۱۶ جون، ۲۰۱۰ میلادی | اتحادیه انکشاف اقتصادی مینونایت (MEDA) | |
| | | | | | |
| آقای کرسیتیانو کانجی، متخصص تنفیذ قانون | تمویل کننده | سفارت ایتالیا | فبروری ۲۰۱۰ میلادی | | |
| فضل ربی، متخصص انکشاف تجارت | تمویل کننده | اداره انکشاف بین المللی ایالات متحده امریکا (USAID)، انکشاف تشبثات کوچک و متوسط افغانستان (ASMED) | اکتوبر ۲۰۱۰ میلادی | اداره تحقیقات پالسی عامه افغانستان (APPRO) | |
| حیب همت، آمر منابع طبیعی | تمویل کننده | اداره خوراکه و زراعت سازمان ملل متحد- هرات | دسمبر ۲۰۰۹ میلادی | اداره تحقیقات پالسی عامه افغانستان (APPRO) | |
| | | | | | |

| فعالین مشخص شده زنجیره ارزش/سمت | صنعت | نهاد یا موسسه | تاریخ جلسه | توسط کدام نهاد برگزار میشود | سایر نظریات* |
|--|---------------------|---|--------------------|---|--------------|
| آقای دیل لامپ، رئیس عملیاتی | اداره قرضه های کوچک | قرضه های کوچک به منظور حمایت از سرمایه گذاری برای افغانستان | فبروری ۲۰۱۰ میلادی | بانک جهانی | |
| خانم میگن اندریو، رئیس اداری | اداره قرضه های کوچک | پرواز | فبروری ۲۰۱۰ میلادی | بانک جهانی | |
| خانم ستوری سادات، رئیس اجرایی | اداره قرضه های کوچک | شرکت سهامی ارائه خدمات مالی آریانا | فبروری ۲۰۱۰ میلادی | بانک جهانی | |
| داود احمدی، معاون یکی از شاخه های بانک | اداره قرضه های کوچک | اولین بانک قرضه های کوچک | اکتوبر ۲۰۰۹ میلادی | اداره تحقیقات پالیسی عامه افغانستان (APPRO) | |
| فضل الحق.....، رئیس دفتر مرکزی | اداره قرضه های کوچک | برک، BRAC | جنوری، ۲۰۱۰ میلادی | اداره تحقیقات پالیسی عامه افغانستان (APPRO) | |
| بن بوتنا، رئیس اجرایی، افغانستان | اداره قرضه های کوچک | FMFB | جنوری، ۲۰۱۰ میلادی | اداره تحقیقات پالیسی عامه افغانستان (APPRO) | |
| طارق خان بلوچ، رئیس اجرایی، افغانستان | اداره قرضه های کوچک | FINCA افغانستان | جنوری، ۲۰۱۰ میلادی | اداره تحقیقات پالیسی عامه افغانستان (APPRO) | |
| غلام احمد شمس، مدیر | اداره قرضه های کوچک | کوپراتیف و تشبث مالی زراعتی اسلامی خلم (KAIFC) - مزار | ۱۷ جون، ۲۰۱۰ | اتحادیه انکشاف اقتصادی مینونايت (MEDA) | |
| | | | | | |
| عبدالرحیم امید، رئیس فاکولته | تعلیم و تربیه | دانشکده زراعت، دانشگاه هرات | فبروری ۲۰۱۰ | اداره تحقیقات پالیسی عامه افغانستان (APPRO) | |

ضمیمه ۵

معلومات مصاحبه

نوت: تحقیقات "زنجیره ارزش زعفران" که توسط دفتر APPRO صورت گرفته در دسترس نبوده لذا شامل این ضمیمه نگردیده است.

عرضه کنندگان عوامل تولید

| معلومات در مورد مرکز خدمات باغداری زنان کابل (KFWS) | معلومات در مورد شرکت بذر بابه دهقان، مزار شریف | سوالات تحقیق |
|---|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"> - این شرکت تحت اتحادیه خدمات باغداری افغانستان یا AFSA که یک پروژه CNFA که یک شرکت خصوصی است و مالک آن یک افغان میباشد فعالیت میکنند. کارمندان نمیدانند که آیا در صورتیکه پروژه از سببایدی CNFA خارج گردد یا این سببایدی متوقف گردد این شرکت بکار و تجارت ادامه میدهند و یا خیر. در حال حاضر معاشات کارمندان از طریق پروژه AFSA پرداخته میشود. - در سال ۲۰۰۹ ایجاد شده و در ماه اپریل سال ۲۰۱۰ بطور رسمی آغاز بکار نمود. - فروشگاه برای خانمها: مواد اولیه از قبیل دانه یا بذر، کود و ماشین آلات آبیاری و زراعتی را به فروش میرساند و یا به کرایه میدهد. - برای تولید انگور: فروش چیله یا داربست، وسایل شاخچه بری؛ باغداران اکثراً تقاضا میکنند تا برای شان مواد اولیه که در پرورش و تولید انگور بکار میرود، فراهم نمایند. - هیچ کسی تا حالا تقاضا عوامل تولید را که در پرورش بادام بکار میرود ننموده است. - ذخیره مواد و ضروریات به اساس نیازمندی های مشتریان صورت میگیرد. - گروپ خانمها از کابل برای خریداری اجناس می آیند اما از مناطق دور دست نمی آیند. | <ul style="list-style-type: none"> - این شرکت قلمه های تاک و بادام را برای باغداران بفروش میرساند و انواع دیگر مواد اولیه را نمی فروشند، اما باغداران را در مورد اینکه از کدام کود استفاده نمایند و چگونه آنرا استفاده نمایند، آموزش میدهند. - این شرکت یک قوریه به مساحت ۵۰ جریب (۱۰ هکتار) در ولسوالی چمتال ولایت بلخ دارد و ۱۷ سال قبل این تجارت را شروع کرده اند که در آن زمان مساحت قوریه آنها فقط یک جریب بود. این شرکت عضو انجمن قوریه داران که دارای ۴۵ عضو است، میباشد. - این بستگی به سفارش باغداران و پروژه ها دارد. این فروشندگان محصولات شانرا مستقیماً به باغداران و پروژه هائیکه به جوانه یا نهال تخمی ضرورت داشته و آنرا به باغداران میدهند، میفروشند - سفارشات که اخیراً بدست آمده از: <ul style="list-style-type: none"> HLP: ۲۰۰۰۰۰ نهال تاک HLP: ۲۰۰۰۰ نهال زردآلو HLP: ۱۵۰۰۰ نهال انار IDEA NEW: ۳۳۰۰۰ نهال بادام | <p>تولیدات، بازارهای نهایی و مشتریان</p> <ul style="list-style-type: none"> - شما چی نوع تولیدات را برای باغداران انگور/کشمش و بادام به فروش میرسانید؟ - چی نوع کود را بفروش میرسانید؟ آیا از کیفیت آن راضی هستید؟ - آیا مشتریان یا مصرف کنندگان تا حال کدام نوع خاص کود و یا کدام مواد اولیه دیگر را که در انبار شما نباشد، تقاضا نموده اند؟ - آیا شما انواع دیگر تولیدات زراعتی را بفروش میرسانید؟ - برای اینکه چه چیزی باید انبار گردد شما چگونه تصمیم اتخاذ مینمایید؟ - مشخصات یا پروفایل مشتری هایتان چطور هست؟ آیا خانمها مشتری تان است؟ - رقبای کاری تان کی ها هستند؟ |

| معلومات در مورد شرکت بذر بابه دهقان، مزارشریف | معلومات در مورد مرکز خدمات باغداری زنان کابل (KFWS) | سوالات تحقیق |
|--|--|--------------|
| <ul style="list-style-type: none"> - در قرارداد های بزرگ نمایندگی ها ۷۵ فیصد و باغداران ۲۵ فیصد فیس شراکت را باید بپردازد. - ۳ نوع مشتری دارند: نمایندگی های سازمانها، فروشندگان دست دوم و باغداران. | <ul style="list-style-type: none"> - ۵ کارمند زن دارد. خدمات: - آموزش زراعتی (مجانی) نظر به نیازمندی ها: یک کارشناس زراعت توظیف است که در زمینه ترویج کار میکند و برای آموزش به باغها یا فارم ها می رود. تا حالا ۲ کورس آموزش در کابل و پروان تدویر گردیده است که در مورد (سبزیجات، و استفاده از ادویه های حشره کش) بودند. - مشوره دهی- راه حل ها برای مشکلات. - همچنان در رابطه به نقشه یا طرح سردخانه ها یا گلخانه ها کار عملی انجام داده است. - هیچ رقابت ندارند بخاطریکه هیچ خانم دیگری در این عرصه وجود ندارد- صرف پرچون فروشان عوامل تولید. - این فروشندگان بعضی اوقات مقدار کمی از میوه های خشک را که خانمها به مرکز میاورند از آنها خریداری میکنند. - مرکز بعداً آن تولیدات را در نمایشگاه و یا به مارکیت برای فروش میبرد که این (پلان های بعدی) میباشد. - در حدود ۱۲۵ مشتری از طبقه انات میباشد که بعضی آنها نماینده یک گروپ بوده و برای سایر خانم هائی که در قریه شان هستند خریداری مینمایند که اینها قسماً (نقش نماینده فروشات) را دارند. بعضی اینها رئیس یا رهبر یک گروپ ۲۵ نفری از خانمها میباشد. | |

| معلومات در مورد شرکت بذر بابه دهقان، مزار شریف | معلومات در مورد مرکز خدمات باغداری زنان کابل (KFWS) | سوالات تحقیق |
|---|--|---|
| <ul style="list-style-type: none"> - ضروریات و مواد را از باغداران بدست میاورند. به باغداران سفارش کرده بودند که نظر به مشخصاتی که تعیین میکنند قلمه تولید نمایند و هر قلمه را در بدل ۵ افغانی از آنها خریداری مینمایند. بعد از یکسال مراقبت از قلمه ها بعداً هر قلمه را در بدل ۵۰ افغانی بفروش میرسانند. - برای بادام صرف به دانه آن ضرورت است و قبل از آن که به فروش برسد جوانه ها یا نهال جوانه های آن به مدت دو سال پرورش ضرورت دارد. | <ul style="list-style-type: none"> - مواد را از عمده فروشان خریداری مینماییم مانند شرکت هلال. با آن شرکت یک قرارداد داریم که در آن قرارداد هزینه انتقال، پرداخت نقدی/بعضاً قرضه شامل است. - شرکت یک دستگاه بسته بندی دارد که در این نزدیکی ها به اساس تقاضای مردم مواد را در بسته های کوچکتر تولید خواهد نمود. | <p>عوامل تولید</p> <ul style="list-style-type: none"> - مواد را شما از کجا بدست میاورید؟ - کود را شما از کجا بدست میاورید؟ - آیا از این فروشندگان یا تدارک کننده گان راضی هستید؟ - آیا این مواد در داخل تولید میگردد و یا از خارج وارد میگردد؟ - آیا خود شما یک باغدار/پروسس کننده / و یا یک تاجر هستید؟ |
| <ul style="list-style-type: none"> - بلی، معلومات تخنیکی و آموزش را برای مشتریان خود عرضه میکنند. معلومات شان به اساس دانش خود آنها و کورسهای آموزشی را که سپری نموده اند، میباشد. (آقای شرف فارغ التحصیل دانشکده زراعت است و مسلک او زراعت است.) - پروگرام مشوق های بدیل رشد اقتصادی (IDEA-NEW) که توسط HLP و USAID در شمال، شرق و غرب تمویل پولی میگردد قلمه ها را از آنها خریداری مینمایند، اما حمایت و کمک سبسایدی از آنها دریافت نمیکند. - قلمه ها را بطور قرضه بفروش رسانیده و بعد از ۲ یا ۳ ماه پول خود را بدست میاورند. | <ul style="list-style-type: none"> - خدمات کرایه دهی ماشین آلات را عرضه مینمایند (طور مثال : تراکتور) - در پلان دارند تا برای خانمها خدمات بسته بندی نمودن میوه های خشک را عرضه نمایند. - همچنان سردخانه یا گلخانه برای نمایش در فروشگاه خود دارند. | <p>وسایل تکنالوجی و مهارت ها</p> <ul style="list-style-type: none"> - آیا شما برای مشتریان تان معلومات تخنیکی و آموزش فراهم مینمایید؟ - اگر مینمایید، شما این معلومات را از کجا بدست میاورید؟ - آیا شما بخشی از یک پروگرام یا پروژه هستید که شما را بطور مجانی و یا بطور سبسایدی در فراهم آوری مواد حمایت میکند؟ - کی ها در این روند دخیل میباشند؟ |

| معلومات در مورد شرکت بذر بابه دهقان، مزار شریف | معلومات در مورد مرکز خدمات باغداری زنان کابل (KFWS) | سوالات تحقیق |
|--|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"> - قبلاً برای تولیدات خود اعلان می نمودند و بسیار باغداران مقتضی پیدا نمودند. اما حالا دیگر اعلان نمی کنند بخاطریکه باغداران با ایشان آشنا شده اند. متکی به تقاضا یا ضرورت بازار میباشند. در صورتیکه بخواهند که نوع متفاوت بذر یا دانه را به مارکیت عرضه نمایند اینها باید تائیدی PHDP را اخذ نمایند. | <ul style="list-style-type: none"> - با استفاده از اعلانات و رساله ها یا بروشور. - فعلاً صرف یک دکان در کابل میباشد و در جستجو امکانات هستند تا در دیگر ولایات امن هم دکان باز نمایند. - مواد اولیه خود را با قیمت ثابت خریداری مینمایند و ۱۰-۱۵ فیصد مفاد بر آن افزود مینمایند. - در فصول بهار و تابستان فروشات زیاد میداشته باشند (بطور مثال: ۷۰۰ کیلو گرام بذر یا دانه را در هر ماه بفروش میرسانند). - با یکی از شرکتهای تعاونی وزارت زراعت قرارداد دارد. | <p>توزیع، نرخ گذاری، و موسم کاری</p> <ul style="list-style-type: none"> - شما چطور برای تولیدات تان بازاریابی مینمایید؟ - دکان هایتان در کجا موقعیت دارد در مناطق شهری یا روستایی؟ - شما چگونه نرخ گذاری مینمایید؟ - نرخ یا قیمت های بعضی از وسایل شما چند است؟ - در زمینه کیفیت تولید تان چی کار ها را انجام میدهید؟ - مسایل مرتبط به فصل یا موسم کاری؟ - تولیدات تانرا چطور انتقال میدهید؟ آیا مستقیماً به باغداران بفروش میرسانید؟ آیا به زنان باغدار بفروش میرسانید؟ |
| <ul style="list-style-type: none"> - خود آنها تاحال درخواست قرضه نکرده اند اما معمولاً آنها به باغداران و پروژه ها کریدت و یا قرض میدهند. همچنان برای آن باغدارانی که برایشان قلمه تهیه میکنند و نماینده های فروش فروشدگان دست دوم پول پیشپرداخت تادیه مینمایند. اما اکثر اوقات معاملات آنها در بدل پول نقد صورت میگیرد. | <ul style="list-style-type: none"> - به سیستم مایکرو فاینانس یا قرضه های کوچک - خانمها میتوانند بذر یا دانه را به قرضه خریداری نمایند و بعد از برداشت حاصلات قرضه خود را بپردازند. - بدون سود. - مستلزم ضمانت یکی از نهاد های مشهور و با اعتبار میباشد طور مثال یکی از سازمانهای غیردولتی، اتحادیه خدمات باغداران افغانستان، وزارت زراعت، آبیاری و مالداري، و غیره. - تا حالا ۲۰ خانم مقروض میباشدند. | <p>سیستم تمویل</p> <ul style="list-style-type: none"> - کدام نوع سیستم تمویل در کار یا تجارت بوده و تا چه حد قابل دسترسی میباشد آیا این سیستم (رسمی، غیررسمی، سیستم قرضه های کوچک، و یا سیستم بانکی) است؟ - آیا شما مواد ضرورت خود را بطور قرضه یا کریدیت خریداری مینمایید و یا به مشتریان تان بطور قرضه یا کریدیت بفروش میرسانید و شرایط برای آن چیست؟ - هزینه استفاده از شیوه قرضه یا کریدت چند میباشد؟ - آیا شما از سیستم های تمویل غیرنقدی دیگر نیز استفاده میکنید مانند: واپس گرفتن مواد در صورتی که فروخته نشود، تبادل مواد با دیگر مواد، کار در مقابل مواد و غیره؟ - برای حفظ پول تان کجا را انتخاب میکنید؟ |
| <ul style="list-style-type: none"> - این شرکت عضو انجمن پرورش دهندگان قلمه که ۴۵ عضو فعال دارد، میباشد. اینها یک هیئت مدیره داشته که مانند یک NGO یا سازمان غیردولتی محلی فعالیت مینمایند. این اعضا مبلغ ۳۰۰ افغانی حق العضویت در یک سال میپردازند. همچنان عضو انجمن بذر یا | <ul style="list-style-type: none"> - پلان است تا خدمات رجعت دهی طور مثال اتصال باغداران میوه با شرکتهای تولید آب میوه را ایجاد نمایند. - با این کار قراردادها و ارتباطات به اساس نیازمندی تامین میگردد. - متعلق به یک انجمن که متشکل از ۷ مرکز | <p>سطح همکاری</p> <ul style="list-style-type: none"> - آیا انجمن های فروش مواد وجود دارد که شما از آنها مواد دریافت نمایی؟ - اینها چی کار را انجام میدهند و ساختار شان چگونه است؟ آیا شما از هر انجمن زنان خریداری مینمایید؟ - آیا شما عضو یا بخشی از کدام انجمن فروشدگان |

| معلومات در مورد شرکت بذر بابه دهقان، مزار شریف | معلومات در مورد مرکز خدمات باغداری زنان کابل (KFWS) | سوالات تحقیق |
|--|---|--|
| دانه اصلاح شده نیز میباشد که مبلغ ۷۵۰ دالر امریکایی در هر سال برای دریافت معلومات در باره تخمهای اصلاح شده و تکنالوجی جدید، میپردازند. | خدمات باغداران یا باغبانان میباشد، است که تمام مراکز بخش از اتحادیه خدماتی فارمداران افغانستان میباشد. این انجمن نیازمندی های هر مرکز را تشخیص نموده و آموزشهای ضروری را برایشان ارائه میدارد. | عوامل تولید هستید؟ |
| <p>موانع:</p> <ul style="list-style-type: none"> - عدم دسترسی به ماشین آلات جدید، برخلاف کشورهای همسایه که تمام تولیدات شان به سیستم اتومات و یا ماشینی میباشد. - عدم مهارت های تخنیکی در انتقال بذر یا تخم در جریان زمستان که باعث تقبل خسارات بسیار زیادی میشود. - نداشتن گلخانه یا محل نگهداری نهال درختان. <p>فرصتها:</p> <ul style="list-style-type: none"> - اقلیم افغانستان برای تولید میوه مناسب است. - مزد کارگر ارزان میباشد - دسترسی به متخصصینی که در تجارت و کار کمک نمایند. - تقاضا و میل باغداران برای آموختن تکنالوجی جدید. - دارای بهترین کیفیت میوه های تازه و خشک در مقایسه با دیگر کشورها. | <p>چالش ها یا مشکلات:</p> <ul style="list-style-type: none"> - نیاز به دکانهای بیشتر در سایر ولایات - بازاریابی - موانع ترانسپورتی برای خانم هائیکه از مناطق دور دست سفر میکنند تا مواد مورد نیاز خود را از دکانها خریداری نمایند. - بیشترین تقاضا : بذر یا تخم سبزیجات | <p>موانع و فرصتها</p> <ul style="list-style-type: none"> - چی موانع و فرصتها از نظر شما در زنجیره ارزش کشمش و بادام وجود دارد؟ - آیا کدام مشکل در راستای برآورده نمودن تقاضا های مشتریان دارید؟ - آیا کدام تغیر یا گرایش را در تقاضا های باغداران یا فارمداران مشاهده نموده اید؟ - مشکل عمده در راستای رشد تجارت یا کار تان چیست؟ - آیا شما در مارکیت یا بازار فعلی کدام رشد یا پیشرفت را می بینید؟ و یا در بازارها یا مارکیت های جدید؟ |
| <ul style="list-style-type: none"> - هیچ زنی در میان اشخاصی که شغل پرورش قلمه یا گلخانه را دارند، نمیباشد. - در حال حاضر زنان مصروف خشاوه میباشند اما در این اواخر یک گروه از زنان میخواستند در مورد پیوند کردن آموزش حاصل نمایند تا به این کار هم دسترسی پیدا نمایند | <ul style="list-style-type: none"> - زنان از قبل در روند تولید/پروسس اشتغال دارند که این مساعد ترین ساحه برای آنها میباشد. - زنان بخاطر مسایل سنتی و فرهنگی نمیتوانند که تاجر/پرچون فروش و صادر کننده باشند. | <p>جنر</p> <ul style="list-style-type: none"> - چی تعداد زنان در تجارت یا کار تدارک عوامل تولید مصروف میباشند؟ - آیا عامل بالقوه یا استعداد در میان خانمها وجود دارد که آنها منحصیث تاجران عوامل تولید یا پرچون فروش ظهور کنند؟ موانع و فرصت های عمده کدام ها اند؟ |

| مسول شورا انکشافی محلی CDC ده سبز - کابل | زمان تولید کننده ده سبز - کابل | سوالات تحقیق |
|--|--|--|
| <ul style="list-style-type: none"> - با ۵۲ عضو شورای انکشافی محلی که در این منطقه میباشند کار میکند و رئیس این گروپ میباشد. - ۵۲ قریه برابر است به بیشتر از ۹۸۰۰۰ فامیل. - محصولات ۸۰ فیصد آنها انگور میباشد و محصولات بعضی از آنها گندم نیز زرع میکنند. - تقریباً ۲۰ فیصد محصولات انگور بشکل میوه تازه بفروش رسیده و متباقی آن به کشمش تبدیل میگردد. - تاجرائی که به قریه برای خرید می آیند بعضی از آنها با بازار مسکو ارتباط و مرواده دارند. - معلومات در باره قیمت ها - روند قیمت گذاری بستگی به پیشنهاد خریداران دست دوم یا محلی دارد. | <ul style="list-style-type: none"> - زنان بیوه باغدار. - انگور پرورش میدهند، کشمش تولید میکنند. - محصولات کشمش خود را به خریداران دست دوم در بدل کود بفروش میرسانند. در بدل هر ۷ کیلوگرام کود خانم باغدار باید یک کیلو کشمش بدهد. معمولاً نرخ کود را با نرخ کشمش در بازار مقایسه نموده و بعد از آن در بدل کود مقدار معین کشمش اخذ مینمایند. - این خریدار دست دوم یا محلی یک مرد از اقارب خانم میباشد و به همین دلیل خانم مستقیماً با او معامله خرید و فروش را انجام میدهد. - در قریه خریدار های دست دوم یا محلی زیادی وجود دارند. | <p>تولیدات، مارکیت نهایی، و مشتریان</p> <p>شما کدام میوه را برای فروش پرورش میدهید: انگور، کشمش، یا بادام؟</p> <p>چی مدت میشود که شما بادام، انگور و یا کشمش را تولید و پرورش میکنید؟</p> <p>چطور شما به پرورش انگور/بادام آغاز نمودید؟</p> <p>آیا کدام شخص و یا کدام ارگان شما را در این فعالیت معاونت میکند؟</p> <p>کدام نوع بادام/انگور/کشمش را شما تولید میکنید؟</p> <p>آیا میدانید کدام نوع انگور/کشمش/بادام در بازار زیادترین خریدار را دارد؟</p> <p>سایر منابع عایداتی شما کدامها اند؟</p> <p>محصولات انگور/کشمش/بادام تانرا به چی کسی بفروش میرسانید؟</p> <p>آیا کسی شما را در فروش کمک میکند؟ اگر میکند، آنها کی ها هستند؟</p> <p>آیا تاجران خودشان برای جمع آوری محصولات انگور کارگر میاورند و یا آنها انگور هائی را خریداری میکنند که قبلاً جمع آوری شده اند؟</p> <p>آیا تاجران برای خریداری محصولات به قریه های شما سفر میکنند؟</p> <p>به چی تعداد تاجران به قریه شما میآیند؟ آیا در میان آنها زنان تاجر هم وجود دارد؟</p> <p>آیا باغداران و فارمداران برای انتقال محصولات شان به بازار آمادگی میگیرند؟</p> <p>آیا شما محصولات تانرا به بازار برای فروش میبرید؟ اگر میبرید، آیا کسی است که شما را همراهی کند؟ چی کسی شما را همراهی میکند؟</p> <p>آیا شما وسیله ترانسپورتی برای رفتن به بازار دارید؟</p> |

| مسول شورا انکشافی محلی CDC ده سبز - کابل | زنان تولید کننده ده سبز - کابل | سوالات تحقیق |
|--|---|--|
| | | <p>مصرف و یا کرایه رفتن به بازار چند میشود؟ آیا شما محصولات تانرا هر بار برای یک مشتری بفروش میرسانید یا در جستجو مشتری های جدید نیز هستید؟</p> |
| <ul style="list-style-type: none"> - اکثریت باغداران برای خشک کردن انگور از شیوه های سنتی- هموار کردن انگور در روی فرش خانه استفاده میکنند که این سبب میشود که کشمش با کیفیت پائین تولید گردد و نهایتاً منفعت کمی بدست بیاورند. - تاجر که با بازار مسکو ارتباط دارد بعضی ادویه های با خود آورده است که با استفاده از آن مدت زمان را که برای خشک کردن انگور ضرورت است کمتر ساخته و محصولات کشمش را هم بهتر. - شخصی که با او مصاحبه میکردیم از ما پرسید که آیا کدام شیوه وجود دارد که با استفاده از سلفر کشمش خوبتر با رنگ بهتر | <ul style="list-style-type: none"> - زمینی که قبلاً ملکیت شوهرش بوده حالا به او تعلق دارد. - ۲۰۰ تاک که در مساحت ۱ جریب زمین میباشد، متعلق به او است. | <p>عوامل تولید</p> <p>چقدر مساحت زمین را برای فارمداری/باغداری اختصاص داده اید؟</p> <p>درچی مساحت شما انگور/بادام را پرورش میدهید؟ مالک زمین کی است؟ آیا این زمین ملکیت پدر یا شوهر تان است؟</p> <p>اگر شما بیوه هستید، مالک زمینی که شما در آن باغداری میکنید، کی است؟</p> <p>بطور اوسط، یک جریب زمین چند سیر انگور، کشمش و یا بادام حاصل میدهد؟</p> <p>از کدام عوامل تولید استفاده میکنید: بذر یا تخم، کود، وسایل آبیاری، وسایل خشک کردن میوه، و یا وسایل برای بسته بندی؟</p> |

| مسول شورا انکشافی محلی CDC ده سبز - کابل | زنان تولید کننده ده سبز - کابل | سوالات تحقیق |
|--|--|--|
| تولید گردد تا آنها بتوانند به عوض استفاده از مخلوطی که آن تاجر پیشنهاد میکند از آن استفاده کنند. | | <p>عوامل تولید تانرا از کجا بدست میاورید؟ آیا فروشنده های عوامل تولید در نزدیک قریه تان یا در شهرهای نزدیک به قریه وجود دارند؟ اگر فروشنده های مواد اولیه در شهر هستند، آیا شما به تنهایی تا آنجا سفر میکنید یا کسی شما را همراهی میکند و آن فردی که شما را همراهی میکند کی است؟ آیا فروشنده های عوامل تولید به قریه شما می آیند؟ چی کسی در فامیل شما با او صحبت نموده و مواد را از او خریداری مینماید (شما، مردها یا همگی باهم)؟ شیوه پرداخت پول در بدل این مواد چطور است؟ آیا فروشنده ها عوامل تولید را بطور قرضه برایتان میفروشند؟ آیا هنگام خریداری مواد به شما آموزش داده میشود؟</p> |
| | - این خانم ۲ دختر، ۷ نواسه و یک پسر فرزندى دارد. | <p>ساختار فامیلی و منابع عایداتی در خانواده تان چند نفر زندگی میکند؟ چند نفر آنها مرد؟ و چند نفر آنها زن هستند؟ چند نفر از اعضای خانواده تان مشغول فارمداری یا باغداری میباشند؟ چند نفر از اعضای خانواده تان مشغول باغداری انگور و بادام هستند؟ منابع عایداتی خانواده شما کدامها اند؟</p> |
| | - انگور را در روی اطاق بدون استفاده از بوریا خشک میکنند. | <p>وسایل تکنالوجی و فن ها یا مهارتها آیا شما کدام وقتی در مورد پرورش بادام یا انگور و خشک کردن آن آموزش دیده اید؟ اگر دیده اید از کی؟ آیا در بدل آموزش پول پرداخته اید؟ آموزش چی مدت طول کشید؟ شیوه یا میتودی را که شما برای برداشت حاصلات انگور و یا بادام استفاده میکنید تشریح نمایید؟ آیا شما برای انگور تازه کدام مرحله یا پروسس را انجام میدهید: مثلاً پاک کردن آن؟ انگور تازه را قبل از فروش به چی شکل نگهداری میکنید؟ شیوه خشک کردن انگور را تشریح کنید؟ آیا کشمش را قبل از فروش پاک میکنید؟ آیا خوشه های آنرا</p> |

| مسول شورا انکشافی محلی CDC ده سبز - کابل | زنان تولید کننده ده سبز - کابل | سوالات تحقیق |
|---|---|--|
| | | <p>جدا و یا کدام مرحله دیگر را بالای آن انجام می‌دهید؟ آیا شما کشمش تانرا بسته بندی می‌کنید؟ شیوه پروسس یا مرحله محصول برداری بادام را تشریح نماید؟ آیا شما بادام را مغز می‌کنید؟ به چی شیوه آنرا قبل از فروش نگهداری می‌کنید؟ کدام کارها را مرد ها و کدام وظایف را زنان انجام می‌دهند؟ آیا میخواهید برای خشک کردن انگور از شیوه های دیگر استفاده کنید؟ آیا تسهیلات یا امکانات برای نگهداری یا ذخیره کردن محصولات دارید؟ آیا آب کافی دارید؟ آیا از کدام سیستم آبیاری استفاده می‌کنید؟ اگر می‌کنید با استفاده از کدام وسایل؟</p> |
| | <ul style="list-style-type: none"> - بیشترین کشمش را به خریداران محلی یا دست دوم بفروش می‌رسانند. - قیمت یک بوجی آن ۱۴۰۰۰ افغانی است. - خریداران محلی یا دست دوم بعداً آنرا به مندوی می‌فروشند. - اخیراً این خانم ۷ بوجی کشمش جمع آوری نموده که مفاد خالص آن ۵۰۰۰ افغانی میشود. - کشمش را پاک نمیکنند و خریدار هیچگاه این تقاضا را ننموده است. - فروش کشمش مفاد بیشتر نسبت به فروش انگور تازه دارد. - اگر ضرورت به پول عاجل داشته باشند انگور تازه را نیز می‌فروشند. | <p>توزیع، قیمت گذاری، و موسم کاری در خانواده تان چی کسی قیمت بادام، انگور و کشمش را تعیین می‌کند؟ آیا چندین شخص مسولیت اینکار را دارند؟ اگر این چنین است پس به چی شیوه تصمیم اتخاذ می‌گردد؟ آیا شما از قیمت های بازار با خیر هستید؟ اگر خبر دارید، از کدام طریق این معلومات به شما میرسد؟ آیا تقاضا یا بازار فروش بادام، انگور/کشمش متغیر است، یا در جریان سال ثابت میباشد؟ آیا قیمت ها متغیر است؟ کدام قیمت ها را تاجران برایتان پیشنهاد میکنند؟ آیا قیمت هائیکه در باغ برایتان پیشنهاد میشود خوب است یا قیمت هائیکه در شهر پیشنهاد می‌گردد؟ چی چیز منفعت زیاد دارد: انگور یا کشمش؟ آیا قسمتی از عایدات تانرا پس انداز می‌کنید؟ اگر می‌کنید، آنرا در کدام امور به مصرف می‌رسانید؟</p> |
| | - | <p>سیستم تمویل و مساعدت دولت پول های مواد اولیه، وسایل تخنیکی و یا دیگر ضروریات را که در باغداری انگور، تولید کشمش و بادام به آنها نیاز است، چگونه می‌پردازید؟</p> |

| مسول شورا انکشافی محلی CDC ده سبز - کابل | زنان تولید کننده ده سبز - کابل | سوالات تحقیق |
|---|---|--|
| | | <p>کدام شیوه های تمویل برای شما مساعد است و چقدر قابل دسترس میباشد (رسمی، غیررسمی، قرضه های کوچک یا مایکرو فایننس و غیره)؟</p> <p>آیا شما تا حالا قرضه گرفته اید؟ اگر گرفته اید، کی در خانواده تان در باره استفاده از آن و درمورد پرداخت دوباره آن تصمیم میگیرد؟</p> <p>آیا خریداران گاهی برای شما یا برای مردان تان پیشنهاد قرضه نموده اند؟ شرایط آن چگونه است؟</p> <p>آیا دولت کدام کورس آموزشی یا ترویج را برایتان دایر کرده است؟ اگر کرده، آیا این کورسهای آموزشی یا ترویج برای زنان و مردان یکسان قابل دسترس بوده؟</p> |
| | - | <p>سطح همکاری</p> <p>آیا شما به کدام گروپ یا سازمان رسمی که کار یا تجارت انگور و یا بادام را میکند تعلق دارید؟ اگر تعلق دارید، آنها چطور شما را کمک میکنند؟ آیا کورس های آموزشی برایتان دایر میکنند؟ آیا شما حق العضویت می پردازید؟ اگر به کدام گروپ تعلق ندارید، آیا فکر نمیکنید که اشتراک در یک انجمن برای شما منفعت خواهد داشت؟</p> <p>این چی نوع انجمن است، تعهدات آن چیست و غیره؟</p> <p>آیا این انجمن خدمات جمع آوری یا پروسس محصولات را انجام میدهد؟</p> <p>آیا عضویت در این گروپ یا انجمن برایتان منفعت داشته است؟</p> <p>آیا زمینه بدست آوردن عضویت در این انجمن یا گروپ برای زنان و مردان یکسان است؟ وسعت تقریبی آن به چی اندازه میباشد؟</p> <p>باغداران بر علاوه بر مواردیکه بحث گردید با استفاده از کدام شیوه ها همکاری میکنند؟</p> |
| - باغداران دسترسی کمی به بازارها دارند، آنها نمیتوانند خود را به آسانی به بازارها و | موانع: - عدم موجودیت وسایل یا تجهیزات برای خشک | موانع و فرصتها موانع و فرصت های عمده و اساسی در راستای پرورش |

| مسول شورا انکشافی محلی CDC ده سبز - کابل | زنان تولید کننده ده سبز - کابل | سوالات تحقیق |
|--|---|---|
| <ul style="list-style-type: none"> - مارکیت های کابل برسانند. - باغداران دسترسی به سرد خانه ها ندارند – ایران و پاکستان نوشابه های میوه را که در اصل از انگور افغانستان تولید میگردد، پروسس و بسته بندی نموده و بنام تولیدات کشور های خود به فروش میرسانند. | <ul style="list-style-type: none"> - کردن و بسته بندی میوه. - عدم دسترسی کافی به آب | <p>انگور و تولید بادام و کشمش کدامها اند؟ آیا زنان و مردان هر دو با یکنوع مشکل رو برو هستند؟ اگر چنین نیست، پس شما چی فکر میکنید، دلیل آن چیست؟ نظر شما در مورد حل این مشکل چیست؟ آیا به نظر شما امکان فروش تولیدات بیشتر برای مشتریان فعلی تان وجود دارد؟ اگر دارد، چطور؟ آیا مشتریان تان در رابطه به بهبود بخشیدن تولیدات تان برایتان معلومات ارائه میکنند؟ آیا دولت یا کدام ارگان بین المللی در زمینه تولید و بازاریابی همرايتان کمک میکند؟ آیا زنان میتوانند کارهای بیشتر را که تا حال انجام نداده اند در روند تولید یا زنجیره ارزش انجام بدهند؟ اگر میتوانند، کدام کارها را؟ و اگر نمیتوانند، دلیل آن چیست؟ آیا شما یا زنان دیگر گاهی کوشش کرده اید که کارهای بیشتر از اینکار هائیرا که حالا انجام میدهید، انجام دهید؟ و اگر انجام داده اید از آن چی تجارب آموخته اید؟ به نظر شما کدام فعالیت ها میتواند شما را کمک کند تا مفاد بیشتر بدست بیاورید؟ کدام موانع در راستای داشتن مشتریان جدید وجود دارد؟ به نظر شما در کدام عرصه ها شما نیاز به کمک و همکاری دارید تا در بهبود بخشیدن منافع تان شما را کمک نماید؟</p> |
| <p>مردان:</p> <ul style="list-style-type: none"> - کارهای شاقه را انجام میدهند. - زمین را آماده میکنند. - زرع یا کشت میکنند. - آبیاری میکنند. - زمین را کود میزنند. - انگور را برای خشک کردن به محل آن انتقال میدهند. - کارهای مربوط به بازاریابی و معامله با | <p>-</p> | <p>جنر چی تعداد باغداران در منطقه شما زندگی میکنند؟ آیا کدام زن تاجر را که مشغول تجارت بادام، انگور و کشمش باشد، میشناسید؟ آیا کسی از شما علاقه به این شغل دارد؟ چی کسی در مورد کارهای باغداری، تصامیم خریداری، شیوه مصرف، عاید و غیره امور تصمیم میگیرد؟ آیا شما در ابراز نظر تان راحت هستید یا مشکلی ندارید؟</p> |

| سوالات تحقیق | زنان تولید کننده ده سبز - کابل | مسول شورا انکشافی محلی CDC ده سبز - کابل |
|--------------|-----------------------------------|---|
| | | <p>خریداران را انجام می‌دهند.</p> <p>زنان:</p> <ul style="list-style-type: none"> - شاخه بری میکنند. - خشاوه میکنند. - حاصلات را جمع آوری میکنند. - برای دیگران غذا تهیه میکنند - مسول خشک کردن انگور و تبدیل آن به کشمش میباشند. <p>- زنان مقداری کشمش را برای مصرف لباس و دیگر ضروریات شخصی خویش نگهدارند.</p> |

طرز العمل ها - مباحثات گروهی متمرکز

| سوالات تحقیق | مباحثات گروهی متمرکز ۷ خانم تولید کننده انگور، در قریه های مختلف ولایت پروان | مباحثات گروهی متمرکز ۱۰ خانم تولید کننده انگور در قریه کاکران، ولایت پروان | مباحثات گروهی متمرکز ۲۰ خانم تولید کننده بادام، عضو KAIIFC (شرکت تعاونی و تجارتی اسلامی زراعتی خلم)، خلم، مزار شریف |
|---|---|--|--|
| <p>تولیدات، بازار های نهایی، و مشتریان</p> <p>آیا شما انگور و بادام را برای فروش پرورش می‌دهید؟ آیا کشمش تولید میکنید؟</p> <p>چی مدت میشود که شما باغ بادام یا تاکستان انگور دارید و یا هم کشمش تولید میکنید؟</p> <p>چگونه به باغداری بادام وانگور آغاز کردید؟ آیا کدام شخص و یا کدام سازمان در این راستا به شما</p> | <ul style="list-style-type: none"> - تمام مسایل مربوط به تولید و فروش انگور و کشمش را در هنگام طفولیت آموخته است، خانواده شان سالها میشود که مشغول این پیشه اند. - انگور های که کیفیت پائینتر دارند: ۲۰ فیصد آنها تازه بفروش میرسد و ۸۰ فیصد آنها خشک و به کشمش تبدیل میگردد. - انگور های که کیفیت بهتر دارند: نگهداری میشوند و تا ۸۰ فیصد آنها تازه به فروش میرسد. - همیشه از طرف دولت برایشان کمک و | <ul style="list-style-type: none"> - همه مشغول پرورش انگور میباشند. - از چند نسل مشغول پرورش انگور و تولید کشمش میباشند. - از اعضای خانواده خویش آموخته اند. - قدامت باغ: ۲۰ تا ۳۰ سال میباشند. - تاجران به قریه آمده انگور و کشمش را خریداری میکنند. - تاجران و یا قرارداد های رسمی وجود ندارد. | <ul style="list-style-type: none"> - بادام را برای فروش پرورش و تولید میکنند. - تولید بادام شغلی است که از پدران و نیاکان برایشان به میراث مانده است. اینکار برای سالیان متمادی برای شان یک شغل و تجارت خانوادگی بوده است. - بادام را به همان سیستم محلی خویش پرورش می‌دهند. تا اکنون از کدام نهاد برایشان کمک نشده |

| مباحثات گروهی متمرکز ۲۰ خاتم تولید کننده بادام، عضو KAIIFC (شرکت تعاونی و تجارتی اسلامی زراعتی خلم)، خلم، مزار شریف | مباحثات گروهی متمرکز ۱۰ خاتم تولید کننده انگور در قریه کاکران، ولایت پروان | مباحثات گروهی متمرکز ۷ خاتم تولید کننده انگور، در قریه های مختلف ولایت پروان | سوالات تحقیق |
|---|---|--|---|
| <p>است.</p> <ul style="list-style-type: none"> - بادام های ستاریایی و قمبریایی به قیمت بالاتر بفروش میرسند. - محصولات خویشرا برای تاجران بازار بفروش میسرانند. اکثراً شوهران ویا پسران جوان شان بادام را به دکانهای بازار خلم بفروش میسرانند. بعضی اوقات زنان نیز بادام را برای فروش به بازار میاورند. - نخیر تاجران کارگران خود را نمی آورند. آنها محصولاتی را که قبلاً جمع آوری شده خریداری می نمایند. - معمولاً باغبانان محصولات خویشرا به بازار برای فروش میاورند و در آنجا خریدارهای مختلف است تا از ایشان محصولات شانرا خریداری نمایند. و بعضی اوقات تاجران به قریه میایند تا محصولات باغداران را خریداری نمایند. شوهران شان معامله خرید و فروش را انجام میدهند، اما زنان بیوه خودشان با تاجران در مورد فروش محصولات شان صحبت میکنند. تعداد تاجران مشخص نیست تعداد شان زیاد | <ul style="list-style-type: none"> - هر دو محصول انگور تازه و کشمش را خریداری مینمایند، انگور با کیفیت بالا بشکل تازه و انگور با کیفیت پائین بشکل کشمش بفروش میرسد. - معمولاً اگر باغدار نتواند محصولات انگور تمام باغ را بفروشد، آنها را برای تبدیل به کشمش نگهدارند. - شوهران محصولات را به تاجر بفروش میسرانند، خانمها اکثراً برای شوهران خویش در مورد قیمت ها و موضوعات دیگر مشورت میدهند و مردان مشوره های آنها را مدنظر میگیرند. - هیچ زن تاجر وجود ندارد چراکه همه به این نظر بوده اند که اینکار وظیفه مرد ها است. - *بیوه ها مستقیماً محصول خویش را به تاجران میفروشند اما از پشت در های بسته زیرا پسران آنها خوش ندارند که مادران شان مستقیماً با تاجران معامله خرید و فروش را انجام دهند. - باران زیاد بود ، کیفیت محصول پائین آمد. - تمام انگورها را خشک و به | <p>مساعدت صورت گرفته است، سال گذشته یک شرکت تعاونی یا کوپراتیف برایشان در امور آموزش و فراهم آوری وسایل کمک کرده است.</p> <ul style="list-style-type: none"> - محل نگهداری برای تولید کشمش بهتر وجود ندارد. - محصولات خویشرا به تاجران/خریداران محلی که کمیشن کاری میکنند و با عمده فروشان قرارداد دارند، میفروشند. - خریداران محلی یا دست دوم محصولات را از قریه جمع کرده و مصارف انتقال آنها از پول خود میپردازند. - یکتن از تسهیل کنندگان قریه محصولات خود را به یک شرکت تعاونی یا کوپراتیف بنام (شرکت میوجات بگرام) که قبلاً به خانم فروشنده برای خشک کردن انگور بوریآ تهیه کرده بود، بفروش رساند و آن خانم قیمت خوبی از بابت کشمش پاکتر خود و همچنان از بابت سره و خشره کردن و پاک کردن آن دریافت نمود (قیمت هر سیر کشمش در بازار ۱۵۰ افغانی بود اما کوپراتیف در بدل فی سیر ۳۰۰ افغانی برایش پرداخت کرد). - تسهیل کننده محلی: یک شخص حاصلات باغ را در بدل پول پیشکی به قیمت بازار ۵ ماه آینده خریداری نموده و خود او حاصلات را جمع آوری نمود. - مردها قیمت را تعیین میکنند معمولاً به | <p>کمک کرده است؟ محصولات بادام، انگور و کشمش شما از کدام نوع آن میباشد؟ شما میدانید که کدام نوع انگور، بادام و کشمش در بازار زیاد فروش دارد؟ سایر منابع عایداتی تان چیست؟ محصولات انگور، بادام و کشمش تانرا به کی بفروش میسرانید؟ آیا کسی شما را در فروش کمک میکند؟ اگر میکند، کی است؟ آیا تاجران هنگام خرید، کارگران خود را برای برداشتن حاصلات انگور میاورند و یا اینکه انگور قبلاً حاصل برداشته شده، را خریداری میکنند؟ آیا تاجران برای خریداری محصولات به قریه های شما می آیند؟ به چی تعداد تاجران به قریه شما می آیند؟ آیا در میان آنها زنان تاجر هم هستند؟ آیا باغداران آمدگی هائیرا برای انتقال محصولات شان به بازار میگیرند؟ آیا شما محصولات تانرا برای فروش به بازار می برید؟ اگر می برید، آیا کسی شما را همراهی</p> |

| مباحثات گروهی متمرکز ۲۰ خاتم تولید کننده بادام، عضو KAIIFC (شرکت تعاونی و تجارتی اسلامی زراعتی خلم)، خلم، مزار شریف | مباحثات گروهی متمرکز ۱۰ خاتم تولید کننده انگور در قریه کاکران، ولایت پروان | مباحثات گروهی متمرکز ۷ خاتم تولید کننده انگور، در قریه های مختلف ولایت پروان | سوالات تحقیق |
|--|---|---|--|
| <p>است، هیچکسی تا حالا یک زن تاجر را در خلم ندیده است.</p> <ul style="list-style-type: none"> - معمولاً آنها با همسایه های خود یکجا محصولات خویشرا برای فروش به بازار می برند تا کرایه موثر میان شان تقسیم گردد. - بادام را به پرچون فروشان خلم نیز میفروشند که بعضی اوقات اعضای خانواده آنها را در انتقال بادام تا بازار کمک میکنند. بعضی اوقات اگر زنان نیاز به خرید بعضی ضروریات داشته باشند بادام های خود را به بازار آورده و بفروش میسازند اما بیشتر اوقات شوهران یا پسران جوان شان بادام را برای فروش به بازار میاورند. - پول کرایه شان ۱۰ تا ۲۰ افغانی میشود. - بادام را به خریداری که بلند ترین قیمت را برایشان پیشنهاد کند، میفروشند. | <p>کشمش تبدیل کردند، بعضی خانواده ها تا ۷۰۰ کیلوگرام کشمش داشتند، تا حالا نیز بیشتر محصولات در خانه در انبار ها میباشند چرا که نتوانستند آنها را بفروش برسانند.</p> | <p>تاجر تعلق میگیرد، هیچکسی به بازار برای تعیین قیمت نمیرود.</p> <ul style="list-style-type: none"> - بطور عادی تاجر فایده مینماید (به قیمت بالا میفروشد)، اما بعضی اوقات در صورتیکه محصول را فروخته نتواند ضرر هم میکند. - هیچ تاجر از طبقه اناث وجود ندارد، شاید فرصت باشد برایشان اما اینکار را بطور سنتی مرد ها انجام میدهند. اگر زنان تاجر وجود داشته باشند فروشندگان قریه از فروختن محصول به بطور مستقیم به آنها خوشحال میشوند. | <p>میکند؟ و چی کسی شما را همراهی میکند؟</p> <p>آیا شما برای رفتن به بازار وسیله ترانسپورتی دارید؟ کرایه یا مصرف رفتن به بازار چقدر میشود؟</p> <p>آیا شما محصولات تانرا هر بار برای یک مشتری بفروش میسازید یا در جستجوی مشتریان جدید نیز هستید؟</p> |
| <ul style="list-style-type: none"> - مساحت زمین از ۱ تا ۶ جریب میباشد. اکثر باغداران مالک ۱ جریب زمین هستند که در آن بادام و دیگر میوه ها را پرورش میدهند. - مالکین زمین ها شوهران | <ul style="list-style-type: none"> - بسیاری از فروشندگان عوامل تولید در چاریکار میباشند، برای خرید مواد باید آنجا بروند. - مواد را در بدل پول نقد خریداری مینمایند. - صرف یک خانم بیوه گفت که او | <ul style="list-style-type: none"> - عوامل تولید از نزدیکترین شهر (چاریکار) و بعضاً از فروشندگان در قریه خریداری میگردند. - صرف مردان عوامل تولید را خریداری مینمایند. - وسایل آبیاری ندارند. | <p>عوامل تولید</p> <p>مساحت زمین باغ تان چقدر است؟ در چقدر مساحت شما بادام/انگور را پرورش میدهید؟</p> <p>مالک زمین کی است، پدر یا شوهر تان؟</p> |

| <p>مباحثات گروهی متمرکز ۲۰ خاتم تولید کننده بادام، عضو KAIIFC (شرکت تعاونی و تجارتی اسلامی زراعتی خلم)، خلم، مزار شریف</p> | <p>مباحثات گروهی متمرکز ۱۰ خاتم تولید کننده انگور در قریه کاکران، ولایت پروان</p> | <p>مباحثات گروهی متمرکز ۷ خاتم تولید کننده انگور، در قریه های مختلف ولایت پروان</p> | <p>سوالات تحقیق</p> |
|--|--|--|--|
| <p>میباشند.</p> <ul style="list-style-type: none"> - این بستگی به خانواده شوهر دارد که زمین را بنام عروس خود مینماید و یا بنام پسر خود. - از کود حیوانی استفاده میکنند و بعضی اوقات دیگر کود را از بازار خریداری مینمایند. ادویه نیز میخرند و از سیستم محلی کود دادن و خشک کردن توسط آفتاب نیز استفاده میکنند. - محصولات خود را بسته بندی نمی کنند. - عوامل تولید خود را از بازار خلم و دکانهای نزدیک به قریه خریداری میکنند. در صورتیکه ضرورت داشته باشند خودشان به بازار میروند در غیر آن شوهران شان به بازار رفته و مواد را خریداری میکنند. - بلی، بعضی اوقات فروشندگان مواد به قریه می آیند و مردان با آنها معاملات خرید و فروش را انجام میدهند. در صورتیکه مردان در خانه نباشند زنان از پشت دروازه معاملات خرید و فروش را انجام میدهند. - در بدل خرید عوامل تولید پول نقد می پردازند، فروشندگان | <p>خود برای خرید عوامل تولید میروند و او گفت که برایش این مهم نیست که دیگران در مورد او چی فکر میکنند.</p> | <ul style="list-style-type: none"> - محصولات را در روی اطاق خشک میکنند. - عوامل تولید را در بدل پول نقد که از فروش محصولات سال گذشته پس انداز کرده اند خریداری مینمایند. - مردان از تجاری که آموخته اند میدانند که چطور مواد با کیفیت را خریداری نمایند. - فروشندگان عوامل تولید هیچ آموزش برایشان نمی دهند. | <p>اگر شما بیوه هستید مالک زمینی که شما بالای آن کار میکنید، کی است؟ بطور اوسط از یک جریب زمین چند سیر انگور، کشمش یا بادام حاصل بدست میآورید؟ از کدام عوامل تولید استفاده میکنید (بذر یا تخم، کود، وسایل آبیاری، وسایل خشک کردن و بسته بندی کردن)؟ عوامل تولید را از کجا بدست میآورید؟ آیا فروشندگان عوامل تولید در نزدیک قریه یا در شهر که نزدیکتان است وجود دارد؟ اگر فروشندگان در شهر میباشند، آیا شما تنها برای خرید مواد میروید و یا کسی شما را همراهی میکند؟ اگر بلی، چی کسی شما را همراهی میکند؟ آیا فروشندگان عوامل تولید به قریه شما می آیند؟ چی کسی با فروشندگان صحبت میکند و مواد را خریداری مینماید، شما، یا یک مرد خانواده و یا هر دو؟ شیوه پرداخت پول در بدل این مواد چطور است؟ آیا فروشنده بطور فرضه مواد را برایتان میفروشند؟ آیا از کیفیت این مواد راضی هستید؟</p> |

| <p>مباحثات گروهی متمرکز ۲۰ خاتم تولید کننده بادام، عضو KAIIFC (شرکت تعاونی و تجارتی اسلامی زراعتی خلم)، خلم، مزار شریف</p> | <p>مباحثات گروهی متمرکز ۱۰ خاتم تولید کننده انگور در قریه کاکران، ولایت پروان</p> | <p>مباحثات گروهی متمرکز ۷ خاتم تولید کننده انگور، در قریه های مختلف ولایت پروان</p> | <p>سوالات تحقیق</p> |
|---|---|---|--|
| <p>فرض نمیدهند.</p> <ul style="list-style-type: none"> - همیشه راضی نیستند چرا که کیفیت مواد خوب نیست. چندین بار شکایت کرده اند اما هنوز هم مواد با کیفیت برایشان نمیدهند. - در باره مقدار معین مواد مورد نیاز معلومات ندارند. - به اساس ضرورت خویش مواد خریداری مینمایند. مواد در بسته های کوچک میباشد تا آنها توان خریداری آنرا داشته باشند. بعضی اوقات فروشندگان، مواد را دوباره بسته بندی یا در پاکت های کوچکتر جابجا میکنند تا باغدارانی که خواهان خرید مقدار کمتر هستند آنرا بخرند. | | | <p>آیا گاهی از مواد برای فروشنده شکایت کرده اید؟ آیا مواد با مقدارهای معین در بسته ها میباشد؟ آیا هنگام خرید مواد برای شما آموزش داده میشود؟</p> |
| <ul style="list-style-type: none"> - بطور اوسط ۱۱ تا ۱۲ نفر که بیشتر از ۵۰ فیصد را زنان تشکیل میدهند. - تمام اعضای خانواده در تولید و حاصل بادام مشغول میباشد. - منابع عایداتی شان از تولید و پرورش بادام، انار، مالداری، مرغداری، خیاطی، گلدوزی و غیره میباشد. - زمین ملکیت تمام اعضای خانواده میباشد که از پدران شان برایشان به میراث مانده است. | <ul style="list-style-type: none"> - هر زن از ۶ تا ۸ طفل دارند. - ۴ خانم بیوه در گروپ وجود دارد. - زمین هایشان ملکیت شوهران شان میباشد. - از بیوه ها: زمین ملکیت خانواده میباشد (خانمها و اطفال) - اکثر زنان ملکیتی که اسناد آن بنام شان باشد، ندارند. - برای یکی از خانمهای بیوه خسر او قباله عرفی داده و نوشته که زمین از این به بعد متعلق به او و اطفال او است و هیچکسی از اعضای | <ul style="list-style-type: none"> - تمام اعضای خانواده مشغول باغداری انگور و تولید کشمش میباشد. - ملکیت زمین عموماً به مردها تعلق میگیرد، باغ ها بترتیب ذیل میباشد: ۱. سه باغ که دارای ۹۵۰ تاک میباشد اجاره است. ۲. یک باغ که دارای ۶۰۰ تاک میباشد زمین آن با خسر شریک میباشد. ۳. ۳۰۰ تاک ملکیت پدر است. ۴. ۷۰۰ درخت ملکیت پدر است. ۵. ۳۰۰ درخت ملکیت خانواده میباشد. ۶. ۱۰۰ درخت ملکیت شوهر میباشد. | <p>ساختار خانواده و منابع عایداتی در خانواده تان چند نفر زندگی میکند؟ چند نفر مرد است و چند نفر زن؟ چند نفر عضو خانواده تان مشغول باغداری است؟ چند نفر عضو خانواده تان مشغول باغداری انگور و بادام است؟ منابع عایداتی در خانواده تان چی است؟ آیا زمین متعلق به خانواده شما است؟</p> |

| مباحثات گروهی متمرکز ۲۰ خاتم تولید کننده بادام، عضو KAIIFC (شرکت تعاونی و تجارتی اسلامی زراعتی خلم)، خلم، مزار شریف | مباحثات گروهی متمرکز ۱۰ خاتم تولید کننده انگور در قریه کاکران، ولایت پروان | مباحثات گروهی متمرکز ۷ خاتم تولید کننده انگور، در قریه های مختلف ولایت پروان | سوالات تحقیق |
|--|--|--|--|
| | <p>خانواده نمیتواند در رابطه به زمین به او مزاحمت ایجاد کند.</p> | <p>۷. ۴۵۰ درخت ملکیت شوهر میباشد. ۸. ۱۰۰۰ درخت ملکیت پدر میباشد.</p> | <p>آیا زمین ملکیت پدر و یا شوهر شما میباشد؟</p> |
| <ul style="list-style-type: none"> - تا اکنون کدام آموزش ندیده اند. - بعد از جمع آوری محصول پوست بیرونی بادام را جدا نموده و بعداً برای یک مدت آنرا تحت شعاع آفتاب میگذارند و بعداً آنرا به مارکیت برای فروش میآورند. - از پوست بیرونی بادام برای تغذیه حیوانات استفاده میکنند. - از اعضای فامیل و همسایگان آموخته اند. - آنها علاقمند هستند که پوست داخلی بادام را نیز جدا کنند تا مغز آنرا به قیمت بهتر بفروش برسانند، اما چون وسایل مناسب ندارند اینکار را انجام نمیدهند چرا که بدون وسایل مناسب هنگام جدا کردن پوست داخلی بادام مغز آن شکسته و در نتیجه از فروش میماند و باعث ضرر آنها میگردد. - در مورد بسته بندی نمودن و یا کارتن کردن معلومات ندارند صرف با استفاده از بوجی ها محصولات خویشرا به بازار میبرند. - خریداری قلمه، غرس نهال، | <ul style="list-style-type: none"> - معمولاً انگور را بر روی اطاق بدون کدام بوریا در خوشه خشک میکنند. - چون مقدار انگور بسیار زیاد است خریدار از تکه یا مواد دیگر که منحیث بوریا استفاده گردد، عملی و قابل اجرا نمیشد. - مراحل پروسس: برطرف کردن خوشه ها از کشمش جابجا کردن آنها در بورجی و فروش آن، یک بورجی ۱۲ سیر کشمش گنجایش دارد. - نقش مردان: پرورش، غرس تاک، شاخه بری، جمع آوری محصول و بسته بندی آن و انتقال آن به خانه و جابجا نمودن آن در سقف خانه. - نقش زنان: جمع آوری محصول، انتقال انگور و جابجا نمودن آن در سقف خانه، و خشک کردن. - در این زمینه هیچگاهی آموزش ندیده اند، و از تجارب خود آموخته و تغییرات مفید را در شیوه کار خود آورده اند. از تجربه خود آموخته اند که اگر انگور را تحت شعاع آفتاب آویزان نموده و آنرا خشک کنند کشمش با کیفیت بهتر | <ul style="list-style-type: none"> - سال گذشته یکی از زنان از طرف شرکت میوه بگرام آموزش دریافت نمود: که موضوع آن غوطه دادن انگور در آب و پودر قبل از خشک کردن بود که نتایج خوب داشت؛ اکثراً مردها تحت آموزش قرار میگیرند و آنها بعداً زنان را آموزش میدهند؛ این شرکت رساله یا کتاب های کوچک را نیز توزیع نموده است. - زنان آموزش مستقیم را ترجیح میدهند. شیوه خشک کردن سنتی یا قدیمی: <ul style="list-style-type: none"> ۱. خوشه ها را روی زمین بدون کدام پوشش قرار میدهند. ۲. انگور هائی که خوبترین کیفیت را دارا میباشند از انگور هائی که کیفیت پائین دارند توسط دست جدا می نمایند. ۳. بدون اینکه بسته بندی یا کارتن گردد به تاجر بفروش میرسد. - سرد خانه یا محل مناسب وجود ندارد، در کنج یک اطاق نگهداری میگردند. - انگور هائی که در زیر زمین با استفاده از وسایلی که از طریق پروژه TTGG داده شده، نگهداری میشود به قیمت بهتر بفروش میرسند: فی سیر ۳۵۰ افغانی. - در گذشته ها اطاقهای مخصوص وجود داشت که در آن کشمش با کیفیت خوبتر تولید میگردید اما حالا اعمار آن اطاقها گزاف تمام میشود، | <p>وسایل تکنالوجی و فن ها یا مهارتها</p> <p>پرورش بادام و انگور را چطور آموختید؟</p> <p>آیا شما در رابطه به پرورش بادام و انگور یا کشمش آموزش دیده اید؟ اگر دیده اید، از کی؟</p> <p>آیا برای دریافت آموزش پول پرداخته اید؟ کورس آموزشی چی مدت دوام کرد؟</p> <p>شیوه خود را برای برداشتن حاصل انگور و بادام تشریح نماید؟</p> <p>آیا شما مراحل پروسس یا پاک کردن انگور تازه را انجام میدهید؟ شما انگور تازه را قبل از فروش چطور نگهداری میکنید؟</p> <p>شیوه خشک کردن انگور یا تولید کشمش را چطور آموختید؟</p> <p>شیوه را که برای خشک کردن انگور استفاده میکنید تشریح کنید؟</p> <p>آیا کشمش را قبل از فروش پاک میکنید؟ آیا قبل از فروش خوشه ها را از کشمش پاک میکنید و یا کدام مرحله دیگر را قبل از فروش انجام میدهید؟</p> <p>آیا کشمش خود را کارتن و بسته</p> |

| <p>مباحثات گروهی متمرکز ۲۰ خاتم تولید کننده بادام، عضو KAIIFC (شرکت تعاونی و تجارتی اسلامی زراعتی خلم)، خلم، مزار شریف</p> | <p>مباحثات گروهی متمرکز ۱۰ خاتم تولید کننده انگور در قریه کاکران، ولایت پروان</p> | <p>مباحثات گروهی متمرکز ۷ خاتم تولید کننده انگور، در قریه های مختلف ولایت پروان</p> | <p>سوالات تحقیق</p> |
|--|---|---|---|
| <p>آبیاری و پیوند وظیفه مردان میباشد. زنان در خشاوه، دوپاشی، پاکاری، سره و خشره کردن و درجه بندی، و پوست کردن با آنها کمک میکنند. انتقال محصولات به بازار وظیفه مردان میباشد.</p> <p>- بعد از جدا کردن پوست بیرونی و خشک کردن در شعاع آفتاب بادام را در یکی از اطاق های خانه نگهداری میکنند.</p> <p>در صورتیکه به پول ضرورت داشته باشند و یا هنگامی که قیمت ها بلند باشد محصول خود را بفروش میرسانند. و اگر به پول ضرورت نداشته باشند بادام را نگهدارند.</p> <p>- سهولت نگهداری وجود ندارد.</p> <p>- آب کافی ندارند و به کدام سیستم دیگر آبیاری آشنایی ندارند، به هیچ وسیله برای آبیاری دسترسی ندارند.</p> | <p>نسبت به کشمش سر بوریا بدست میآورند. اما همیشه اینکار ممکن نیست چرا اگر امکانات مناسب و منابع کافی نداشته باشند نمیتوانند انگور را آویزان کنند. اکثر اوقات حجم انگور بسیار زیاد میباشد.</p> <p>- محل مناسب برای نگهداری ندارند اما اطاق های بزرگ مجزا از اطاق های منزل برای خشک کردن دارند.</p> | <p>قیمت های بلند وسایل یک مشکل دیگر میباشد.</p> | <p>بندی میکنید؟ اگر میکنید، چطور؟ کدام وظایف را زنان و کدام وظایف را مردان انجام میدهند؟ آیا علاقمند هستید که شیوه دیگری را برای خشک کردن انگور امتحان کنید؟ شیوه خود را برای پروسس و تولید بادام تشریح کنید، آیا بادام را پوست میکنید؟ بادام را قبل از فروش چطور نگهداری میکنید؟ آیا تسهیلات نگهداری بادام را در اختیار دارید؟ آیا آب کافی دارید؟ از کدام سیستم آبیاری استفاده میکنید، از کدام وسایل استفاده میکنید؟</p> |
| <p>- اول خود را از قیمت های بازار آگاه میسازند بعداً تصمیم میگیرند که به کدام خریدار محصولات خود را بفروش برسانند.</p> <p>- معمولاً برای فروشنده که بلندترین قیمت را پیشنهاد نماید</p> | <p>-</p> | <p>- قیمت های میوه های خشک و تازه پایداری و ثبات ندارند.</p> <p>- معمولاً کشمش مفاد بیشتر دارد.</p> | <p>توزیع، قیمت گذاری، و موسم کاری چی کسی در خانواده تان قیمت بادام، انگور یا کشمش را تعیین میکند؟ آیا بیشتر از یک نفر در تعیین قیمت ها دخیل میباشدند؟ اگر چنین است پس تصمیم نهایی چگونه اتخاذ</p> |

| <p>مباحثات گروهی متمرکز ۲۰ خاتم تولید کننده بادام، عضو KAIIFC (شرکت تعاونی و تجارتی اسلامی زراعتی خلم)، خلم، مزار شریف</p> | <p>مباحثات گروهی متمرکز ۱۰ خاتم تولید کننده انگور در قریه کاکران، ولایت پروان</p> | <p>مباحثات گروهی متمرکز ۷ خاتم تولید کننده انگور، در قریه های مختلف ولایت پروان</p> | <p>سوالات تحقیق</p> |
|---|---|---|---|
| <p>محصول خود را میفروشند. - بعد از تحقیق و ارزیابی که خودشان در بازار انجام میدهند، آنها قیمت انواع مختلف بادام را تعیین مینمایند. - فکرمیکنند که تقاضا برای بادام بیشتر شده است، مخصوصاً بادام با کیفیت خوب مانند بادام ستار بایی و قمبر بایی. - قیمت هائی که در شهر برایشان پیشنهاد میکنند بهتر است. - بادام در مقایسه با دیگر میوه ها منفعت بیشتر دارد. - بعضی اوقات پول پس انداز میکنند و پول پس انداز را برای دیگر ضروریات خانوادگی به مصرف میرسانند. اینها مردمان فقیر هستند و زمینی که در آن کار میکنند بسیار بزرگ نیست که حاصل بیشتر برایشان بدهد. - در صورت ضرورت به سرمایه بیشتر برای رشد کار و محصولات خویش درخواست قرضه میکنند.</p> | <p>مباحثات گروهی متمرکز ۷ خاتم تولید کننده انگور، در قریه های مختلف ولایت پروان</p> | <p>مباحثات گروهی متمرکز ۷ خاتم تولید کننده انگور، در قریه های مختلف ولایت پروان</p> | <p>میگردد؟ آیا شما از قیمت های بازار آگاهی دارید؟ اگر دارید، چگونه این معلومات را بدست میاورید؟ آیا تقاضا برای بادام، انگور و کشمش در جریان سال در حال تغییر است یا ثابت میباشد؟ آیا قیمت ها تغییر میکنند؟ تاجران کدام قیمت ها را پیشنهاد میکنند؟ آیا قیمت های خوب در باغ برایتان پیشنهاد میگردد یا در شهر؟ آیا انگور سرمیزی (تازه) خوب عاید میکند و یا کشمش؟ آیا پول عایدات تانرا گاهی پس انداز میکنید؟ اگر میکنید، آنرا در کدام موارد به مصرف میرسانید؟</p> |
| <p>- هنگام خرید مواد اولیه و وسایل ضروری پول نقد می پردازند. - نهادی را که قرضه میدهد صرف از طریق همان شخص که</p> | <p>- وزارت زراعت، آبیاری و مالدارى صرف برای مردان برنامه های آموزشی را دایر مینماید و این کورسهای آموزشی بخاطر بی</p> | <p>- با استفاده از پول پس انداز که از سال گذشته پس انداز نموده بودند. - وزارت زراعت، آبیاری و مالدارى در بعضی موارد کمک و مساعدت نموده است:</p> | <p>سیستم تمویل و مساعدت دولت پول های مواد اولیه، وسایل تخنیکى و یا دیگر ضروریات را که در باغداری انگور، تولید کشمش و</p> |

| <p>مباحثات گروهی متمرکز ۲۰ خاتم تولید کننده بادام، عضو KAIIFC (شرکت تعاونی و تجارتی اسلامی زراعتی خلم)، خلم، مزار شریف</p> | <p>مباحثات گروهی متمرکز ۱۰ خاتم تولید کننده انگور در قریه کاکران، ولایت پروان</p> | <p>مباحثات گروهی متمرکز ۷ خاتم تولید کننده انگور، در قریه های مختلف ولایت پروان</p> | <p>سوالات تحقیق</p> |
|--|---|---|--|
| <p>قرضه های زراعتی را دریافت میکند، میشناسند. - تمام آنها برای قرضه پیشنهاد داده اند که این قرضه برای ۶ تا ۹ ماه میباشد. و وقتیکه حاصلات را برداشتند و یا از کار خود منفعت بدست آوردند پول مقروضیت خود را با ۲ فیصد مصارف یا مخارج اداری آن می پردازند. مصارف یا مخارج اداری به اساس مبلغ باقیمانده قرضه تعیین میگردد. - آنها تا حالا کدام آموزش از طرف دولت دریافت نکرده اند و علاقمند هستند که کورسهای آموزشی برای رشد دانش و مهارتهای شان از طرف دولت دایر شود.</p> | <p>ثباتی متوقف شده بود اما حالا این کورس دوباره فعال شده است. مردان بعد از ختم کورس زنانی را که در خانواده هایشان هستند آموزش میدهند. - این وزارت همچنان قلمه و کود را نیز به باغداران عرضه مینمایند. - یکی از خانواده ها از وزارت زراعت قلمه دریافت نموده است. - در میان مربیان وزارت زراعت از طبقه انات کسی وجود ندارد.</p> | <p>برای باغداران بذر یا تخم، قلمه، چيله را بطور رایگان و کود و تخم اصلاح شده را با ۵۰ فیصد سبسایدی تهیه نموده و همچنان این وزارت رساله ها و کورسهای آموزشی را برای باغداران ترتیب و تنظیم نموده است. - صرف مردان با مربیان وزارت زراعت مکالمه میکنند و بعد از دریافت آموزش، آنها اعضای خانواده خویشرا آموزش میدهند. - زنان علاقمند آموزش مستقیم میباشدند بخاطریکه آنها فکر میکنند که آموزش مستقیم بهتر است.</p> | <p>بادام به آنها نیاز است، چگونه می پردازید؟ کدام شیوه های تمویل رایج است و چقدر قابل دسترس میباشد (رسمی، غیررسمی، قرضه های کوچک یا مایکرو فایننس و غیره)؟ آیا شما تا حالا قرضه گرفته اید؟ اگر گرفته اید، کی در خانواده تان در باره استفاده و پرداخت دوباره آن تصمیم میگیرد؟ آیا خریداران گاهی برای شما یا برای مردان تان پیشنهاد قرضه نموده اند؟ شرایط آن چی بوده؟ آیا دولت کدام کورس آموزشی یا ترویج را برایتان دایر کرده است؟ اگر کرده، آیا این کورس و پروگرام ترویج برای زنان و مردان یکسان قابل دسترس بوده است؟</p> |
| <p>- عضو شرکت تعاونی خلم که یک شرکت سرمایه گذاری، پولی اسلامی در امور زراعتی میباشد، هستند. کدام انجمنی را که مربوط به مردان یا زنان تولید کننده بادام باشد نمی شناسند. - از این واقعیت آگاه هستند که با حاصل کردن عضویت یک</p> | <p>-</p> | <p>- متعلق به پروژه TTGG است که این گروپ از تسهیل کننده گان محلی میباشدند.</p> | <p>سطح همکاری آیا شما به کدام گروپ یا سازمان رسمی که کار یا تجارت انگور و یا بادام را میکند تعلق دارید؟ اگر تعلق دارید، چطور آنها شما را کمک میکند؟ آیا کورس های آموزشی برایتان دایر میکند؟ آیا شما حق العضویت می پردازید؟ اگر به کدام گروپ تعلق ندارید، آیا</p> |

| سوالات تحقیق | مباحثات گروهی متمرکز ۷ خانم تولید کننده انگور، در قریه های مختلف ولایت پروان | مباحثات گروهی متمرکز ۱۰ خانم تولید کننده انگور در قریه کاکران، ولایت پروان | مباحثات گروهی متمرکز ۲۰ خانم تولید کننده بادام، عضو KAIIFC (شرکت تعاونی و تجارتی اسلامی زراعتی خلم)، خلم، مزار شریف |
|--|--|--|---|
| <p>فکر نمیکنید که اشتراک در یک انجمن برای شما منفعت خواهد داشت؟</p> <p>چی نوع انجمن است، تعهدات آن چیست و غیره؟</p> <p>آیا این انجمن خدمات جمع آوری یا پروسس محصولات را انجام میدهد؟</p> <p>آیا عضویت در این گروه یا انجمن برایتان منفعت داشته است؟</p> <p>آیا شرایط بدست آوردن عضویت این انجمن یا گروه برای زنان و مردان یکسان است؟ وسعت تقریبی آن چقدر است؟</p> <p>فارمداران و باغداران بر علاوه این مواردی که ذکر گردید با استفاده از کدام شیوه ها همکاری میکنند؟</p> | | | <p>انجمن میتواند با شریک ساختن نظریه ها، کارهای گروهی، و پیروی از قواعد، راه حل هائی را برای مشکلات دریافت کرد، آنها میگویند که "در صورت بدست آوردن فرصت برای بحث و گفتگو در مورد مشکلات خود و مشکلات دیگران و از اینکه آنها را چگونه حل نماییم نیز آگاه میشویم". میگویند که: "ما میتوانیم دوستان بیشتر در میان زنان پیدا کنیم و از تجارب آنها بیاموزیم."</p> <p>- عضویت آنها در شرکت تعاونی و تجارتی خلم برایشان بسیار پر منفعت میباشد بخاطریکه هرگاه برای خرید مواد و یا حل مشکلات خود ضرورت به قرضه داشته باشند، میتوانند از این شرکت قرضه دریافت نمایند.</p> <p>- این شرکت برای زنان و مردان خدمات یکسان ارائه میکنند که ۱۷۰۰ عضو دارد و از آنجمله ۳۵۰ عضو آنرا زنان تشکیل میدهند. این شرکت معلومات را در مورد زراعت که بادام نیز شامل آن میشود برای باغداران عرضه میکند.</p> |

| <p>مباحثات گروهی متمرکز ۲۰ خاتم تولید کننده بادام، عضو KAIIFC (شرکت تعاونی و تجارتی اسلامی زراعتی خلم)، خلم، مزار شریف</p> | <p>مباحثات گروهی متمرکز ۱۰ خاتم تولید کننده انگور در قریه کاکران، ولایت پروان</p> | <p>مباحثات گروهی متمرکز ۷ خاتم تولید کننده انگور، در قریه های مختلف ولایت پروان</p> | <p>سوالات تحقیق</p> |
|--|--|---|--|
| <p>موانع:</p> <ul style="list-style-type: none"> - کمبود آب. - عدم دسترسی به وسایل جدید تکنالوجی. - عدم داشتن معلومات در رابطه به عوامل تولید که بهترین کیفیت را داشته باشد، در شهر خلم قابل دسترس نمیباشد. - عدم موجودیت کورسهای آموزشی در رابطه به باغداری. - عدم دسترسی به وسایلی که برای بسته بندی، پاکاری، سره و خشره کردن و درجه بندی بکار میروند. - عدم داشتن آموزش در مورد کنترل آفات و امراض. - مردان و زنان هر دو در این ساحه دور افتاده با مشکلات مواجه اند، اما زنان نسبت به مردان بخاطر موجودیت معیارهای فرهنگی با مشکلات بیشتر مواجه هستند. آنها میگویند که "زنان دوبرابر مردان از مشکلات در این کشور رنج میبرند." <p>فرصتها:</p> <ul style="list-style-type: none"> - آنها میگویند که در صورت داشتن زمین بیشتر و دریافت | <p>موانع یا چالشها:</p> <ul style="list-style-type: none"> - باران - بعضی اوقات تاجران نمی آیند و کشمش پوسیده میشود. <p>حمایت های که آنها ضرورت دارند:</p> <ul style="list-style-type: none"> - کود، دوا پاشی در وقت معین آن. - پرورش: شیوه های مناسب محافظتی. | <p>موانع یا چالشها:</p> <ul style="list-style-type: none"> - در عرصه پرورش میوه: کار مشکل میباشد، آفات زیادی وجود دارد. - در زمینه خشک کردن میوه: موجودیت خاک، باران، مگس، پرنندگان و موشها فرصتها: - ذخیره آب انگور برای مصرف خانواده در ایام زمستان. - کاربرد یا استفاده کشمش در غذا های مختلف. - قیمت ها و فرصت های مرتبط به کار کشمش در بازار روبه رشد میباشد. - میتوان کشمش بیشتر را بفروش رساند اما کیفیت یک فکتور مهم میباشد. - زنان کوشش میکنند که در زنجیره ارزش محصولات سهم بیشتر بگیرند با: <ul style="list-style-type: none"> ۱. تشویق کردن مردان برای ایجاد چپله برای انگور ها. ۲. شاخه بری بهتر. ۳. جلوگیری از آفات. ۴. آبیاری منظم. ۵. بهبود انتقال محصولات از باغ به خانه. شیوه فعلی که انگور توسط مرکب ها انتقال داده میشود به انگور آسیب زیاد میرساند. ۶. استفاده از وسایل بهتر برای خشک کردن. ۷. دریافت معلومات در باره قیمت های بهتر. | <p>موانع و فرصتها</p> <p>موانع و فرصتهای عمده و اساسی در راستای پرورش انگور و تولید بادام و کشمش کدامها اند؟</p> <p>آیا خانمها و مردان هر دو با یکنوع مشکل روبرو هستند؟ اگر چنین نیست، پس شما چی فکر میکنید دلیل آن چیست؟</p> <p>نظر شما در مورد حل این مشکل چیست؟</p> <p>آیا به نظر شما امکان فروش تولیدات بیشتر برای مشتریان فعلی تان وجود دارد؟ اگر دارد، چطور؟</p> <p>آیا مشتریان تان در رابطه به بهبود بخشیدن تولیدات تان برایتان معلومات ارائه میکنند؟</p> <p>آیا دولت یا کدام ارگان بین المللی در زمینه تولید و بازاریابی همراهی تان کمک میکند؟</p> <p>آیا زنان میتوانند کارهای بیشتر را که تا حال انجام نداده اند در روند تولید یا زنجیره ارزش انجام بدهند؟ اگر میتوانند، کدامها اند؟ و اگر نمیتوانند، دلیل آن چیست؟</p> <p>آیا شما یا زنان دیگر گاهی کوشش کرده اید که کارهای بیشتر از اینکارهایی که حالا انجام میدهید، انجام دهید؟ و اگر انجام داده اید چی</p> |

| <p>مباحثات گروهی متمرکز ۲۰ خاتم تولید کننده بادام، عضو KAIIFC (شرکت تعاونی و تجارتی اسلامی زراعتی خلم)، خلم، مزار شریف</p> | <p>مباحثات گروهی متمرکز ۱۰ خاتم تولید کننده انگور در قریه کاکران، ولایت پروان</p> | <p>مباحثات گروهی متمرکز ۷ خاتم تولید کننده انگور، در قریه های مختلف ولایت پروان</p> | <p>سوالات تحقیق</p> |
|--|---|---|---|
| <p>آموزش در رابطه به تکنالوجی جدید، ظرفیت آنرا دارند که تولیدات خود را ارتقا ببخشند.</p> <ul style="list-style-type: none"> - خریداران یا تاجران باید معلومات را در رابطه به بازار یابی (از قبیل اینکه کدام نوع بادام به قیمت بهتر بفروش میرسد) به باغداران ارائه نمایند. - از طرف وزارت زراعت کدام کمک یا مساعدت دریافت نکرده اند، اما برای مدت کوتاه از طرف پروژه باغداری و مالداري HLP بعضی کورسهای آموزشی دایر گردیده است. - در صورتیکه برای زنان کورسهای آموزشی ایجاد گردد، آنها میتوانند پیوند کردن، بسته بندی و مهارتهای بازاریابی خود را انکشاف بدهند. - برای زنان اگر بخواهند تجارت را منحصی پیشه انتخاب نمایند به وقت ضرورت دارند تا این مهارتها را بدست بیاورند و همچنان از طرف جامعه منحصی تاجر پذیرفته شوند. در حال حاضر، مردم در خلم از نظر فرهنگی این آمادگی را ندارند که | | | <p>تجارب را از آن آموخته اید؟ به نظر شما کدام فعالیتها میتواند شما را کمک کند تا مفاد بیشتر بدست بیاورید؟ کدام موانع در راستای داشتن مشتریان جدید وجود دارد؟ به نظر شما در کدام عرصه ها نیاز به کمک و همکاری دارید تا در بهبود بخشیدن منفعت تان شما را کمک نماید؟</p> |

| <p>مباحثات گروهی متمرکز ۲۰ خاتم تولید کننده بادام، عضو KAIIFC (شرکت تعاونی و تجارتی اسلامی زراعتی خلم)، خلم، مزار شریف</p> | <p>مباحثات گروهی متمرکز ۱۰ خاتم تولید کننده انگور در قریه کاکران، ولایت پروان</p> | <p>مباحثات گروهی متمرکز ۷ خاتم تولید کننده انگور، در قریه های مختلف ولایت پروان</p> | <p>سوالات تحقیق</p> |
|---|---|---|---------------------|
| <p>یک زن تاجر را در بازار ببینند. - اگر زنان تحت آموزش قرار بگیرند و رهنمایی شوند بسیار کارها را انجام داده میتوانند. در حال حاضر آنها در تولید و پرورش بادام، انار، و سایر میوه ها سهم دارند. در بخش مالداری نیز آنها در دوشیدن شیر گاو و ترتیب و تنظیم امور مرغدارای فعالیت دارند. آنها در پرورش اطفال، آشپزی، پاکاری خانه و کار در مزرعه مانند کمک در جمع آوری محصولات نقش مهم دارند. همه این موارد که در فوق ذکر گردید همکاری و سهمگیری زنان میباشد که هیچگاه بحساب نیامده است. - پرورش و تولید بادام و مالداری هر دو نسبت به دیگر تولیدات زراعتی شغل پر درآمد میباشد. - خریداران و تاجران برای خرید بادام می آیند، پس اگر آنها برای محصولات خود با آنها صحبت کنند کدام مشکل بوجود نخواهد آمد. به آنها هیچ فرصت داده نمیشود تا خریداران بیرونی را</p> | | | |

| <p>مباحثات گروپی متمرکز ۲۰ خاتم تولید کننده بادام، عضو KAIIFC (شرکت تعاونی و تجارتی اسلامی زراعتی خلم)، خلم، مزار شریف</p> | <p>مباحثات گروپی متمرکز ۱۰ خاتم تولید کننده انگور در قریه کاکران، ولایت پروان</p> | <p>مباحثات گروپی متمرکز ۷ خاتم تولید کننده انگور، در قریه های مختلف ولایت پروان</p> | <p>سوالات تحقیق</p> |
|---|---|--|---|
| <p>ملاقات نمایند. - تا حالا کدام شکایت از طرف خریداران و یا تاجران شنیده نشده، این بخاطر چیست که تولیدات ما شیرین، با کیفیت خوب و مطابق به تقاضای بازار میباشد. - دسترسی به آب بیشتر، مساعدت تخنیکی، عوامل تولید با کیفیت خوب، مانند کود و ادویه ضد حشرات، سیستم های جدید آبیاری، و معلومات در مورد بازار خارج از خلم از نیازهای آنها میباشد.</p> | | | |
| <p>- در منطقه آنها ۱۶۹ فامیل زندگی میکنند، اما کدام زن تاجر در بین آنها نمیباشد. همه آنها علاقه دارند تا مهارتهای مختلف را برای پیشبرد کارها و یا تجارتهای مختلف بیاموزند. - شوهران با استفاده از مشوره های خانمها. - آنها در ابراز نظر آزاد هستند و از بلند نمودن آواز و ابراز نظر خویش بسیار لذت میبرند.</p> | | <p>نقش مردان: قلمه، آبیاری (پرورش)، جمع آوری حاصلات، انتقال محصولات، جابجا نمودن آن و سره کردن ابتدائی در سقف، جابجا نمودن آن در بوجی ها و انتقال بوجی ها به بازار. نقش زنان: شاخه بری (پرورش)، جمع آوری محصولات، انتقال آن، جدا کردن انگور تازه از خشک، جدا نمودن کشمش با کیفیت از دیگر کشمش ها. - زنان ۱ تا ۷ سیر کشمش را برای خانه، مهمانان، و تحفه دادن نگهدارند. متباقی</p> | <p>چندر چی تعداد باغداران در منطقه شما زندگی میکنند؟ آیا کدام زن تاجر را که مصروف تجارت بادام، انگور و کشمش باشد، میشناسید؟ آیا کسی از شما علاقه به این مصروفیت دارد؟ چی کسی در مورد کارهای باغداری، تصامیم خریداری، شیوه مصروف عایدات و غیره امور تصمیم میگیرد؟ آیا شما در ابراز نظرتان آزاد هستید؟</p> |

| مباحثات گروهی متمرکز ۲۰ خانم تولید کننده بادام، عضو KAIIFC (شرکت تعاونی و تجارتی اسلامی زراعتی خلم)، خلم، مزار شریف | مباحثات گروهی متمرکز ۱۰ خانم تولید کننده انگور در قریه کاکران، ولایت پروان | مباحثات گروهی متمرکز ۷ خانم تولید کننده انگور، در قریه های مختلف ولایت پروان | سوالات تحقیق |
|---|--|---|--------------|
| | | <p>کشمش را مردها به بازار برده و بفروش میرسانند (مردها بعد از فروش پول را به زنان تسلیم میکنند). در بدل یک سیر کشمش اگر پاک باشد مبلغ ۵۰۰ افغانی دریافت میکنند.</p> <ul style="list-style-type: none"> - مردها در خانواده اکثریت کارها را انجام میدهند، اما خانواده های (زنان بیوه مستثنی میباشند). - معمولاً تصامیم را مردان اتخاذ میکنند ولی زنان نیز در ابراز نظر آزاد هستند. مردان اکثراً از زنان نظر میگیرند. مردان معمولاً قیمت ها را به اساس قیمت بازار و تقاضا تعیین میکنند اما اکثر اوقات نظریات زنان را نیز مدنظر میگیرند. | |

طرز العمل ها - مباحثات گروهی متمرکز (به ادامه بحث گذشته)

| مباحثات گروهی متمرکز ۸ مرد تولید کننده بادام، ۴ نفرشان عضو شرکت تعاونی و تجارتي اسلامی زراعتی خلم KAJIIFC، خلم، مزار شریف | مباحثات گروهی متمرکز ۴ مرد عضو شورا انكشاف محلی CDC/ تولید کننده گان انگور، قریه کاکران، پروان | مباحثات گروهی متمرکز ۳ مرد عضو شورا انكشاف محلی CDC/ تولید کننده انگور، قریه دشت هوفیان، پروان | سوالات تحقیق |
|---|---|---|---|
| <ul style="list-style-type: none"> - آنها بادام را برای فروش پرورش و تولید میکنند. - باغهای خود را از پدران و پدرکلانان خویش به ارث برده اند. - هیچ موسسه آنها را کمک نکرده است، آنها خود از پدران و دیگر اعضای فامیل خویش تولید و پرورش بادام را آموخته اند. - بادام ستار بایی و قمبربایی. - برعلاوه بادام ما دیگر میوه ها را نیز پرورش و تولید مینمایم مانند زردآلو، انار، و انگور، اما اقلیم خلم برای پرورش بادام و انار بسیار مناسب میباشد چرا که این میوه ها به آب کمتر ضرورت دارند. - آنها بادام های خود را به بازار خلم برای فروش میاورند و با تعداد زیادی از خریداران ملاقات میکنند تا خریدار مناسب را پیدا نمایند. این خریداران صرف آن بادام را خریداری مینمایند که پوست شده و در آفتاب خشک شده باشد. - در خلم چون قریه ها اکثراً دور | <ul style="list-style-type: none"> - تمام باغداران انگور و کشمش را برای فروش تولید میکنند. - فن پرورش انگور و خشک کردن آنرا از والدین خویش آموخته اند؛ برای مدت بسیار زیاد مشغول این پیشه بوده اند. - همانطور که والدین آنها از طفلیت پرورش انگور را شروع کرده بودند خود آنها هم از همان دوران طفولیت به این کار رو آورده اند. - منبع عایداتی آنها باغداری میباشد؛ یکن از اشتراک کنندگان گفت که یک بخش از عایدات خانواده آنها از درک معاش دختر او که در دفتر AWBC کار میکند، نیز تامین میگردد. - آنها انگور و کشمش خود را به تاجران، خریداران دست دوم که آنها بعداً این محصولات را به صادر کنندگان و دست فروشان دست دوم که از کابل و جلال آباد میابند، بفروش میرسانند. - مردان محصولات را بفروش میرسانند. - دو تا چهار تاجر به قریه آمده و تمام محصول باغ یا انگور و | <ul style="list-style-type: none"> - تمام باغداران انگور و کشمش را برای فروش تولید میکنند. - فن پرورش انگور و خشک کردن آنرا از والدین خویش آموخته اند؛ آنها این کار ها را به مدت بسیار زیاد انجام داده اند. - همانطور که والدین آنها از طفولیت پرورش انگور را شروع کرده بودند خود آنها هم از همان دوران طفولیت به این کار رو آورده اند. - بلی، یک کوپراتیف دولتی و یک موسسه غیردولتی بنام (مرسی کور) در موارد ذیل مساعدت نموده اند: کورسهای آموزشی در رابطه به تولید و پرورش انگور و کشمش که شامل روشهای غرس نهال در باغ، شاخه بری تاکها، حاصل برداری انگور، خشک کردن انگور و تبدیل آن به کشمش و بصورت کل مواظبت از باغها (بطور مثال؛ شبیه های مبارزه با هجوم شیش و دیگر آفات). - این موسسه غیردولتی ۴۰ تن کشمش را در سال جاری خریداری نمود و ۱۰۰ تن دیگر را در سال آینده خریداری خواهد نمود. - کشمش خریداری شده را به امریکا ارسال نمود. این موسسه پلان دارد که در سال جاری انگور خریداری نموده و آنرا به انگلستان و دوبي بفرستند. | <p>تولیدات، بازار یا مارکیت نهایی، و مشتریان</p> <p>آیا شما انگور و بادام را برای فروش تولید و پرورش میدهید؟ آیا کشمش تولید میکنید؟</p> <p>چی مدت میشود که شما باغ بادام یا تاکستان انگور دارید و کشمش محصول میکنید؟</p> <p>چگونه به باغداری بادام و انگور آغاز کردید؟ آیا کدام شخص و یا کدام سازمان در این راستا به شما کمک کرده است؟</p> <p>محصولات بادام، انگور و کشمش شما از کدام نوع آن میباشد؟</p> <p>آیا شما میدانید که کدام نوع انگور، بادام و کشمش در بازار فروش زیاد دارد؟</p> <p>سایر منابع عایداتی تان چیست؟ محصولات انگور، بادام و کشمش تانرا به کی بفروش میرسانید؟</p> <p>آیا کسی شما را در فروش کمک میکند؟ اگر میکند، کی است؟</p> <p>آیا تاجران هنگام خرید، کارگران خود را برای جمع آوری محصولات انگور میاورند و یا اینکه انگور قبلاً چیده شده را خریداری میکنند؟</p> |

| مباحثات گروهی متمرکز ۸ مرد تولید کننده بادام، ۴ نفرشان عضو شرکت تعاونی و تجارتي اسلامي زراعتي خلم KAJIIFC، خلم، مزارشريف | مباحثات گروهی متمرکز ۴ مرد عضو شورا انكشاف محلی CDC/ تولید کننده گان انگور، قریه كاكران، پروان | مباحثات گروهی متمرکز ۳ مرد عضو شورا انكشاف محلی CDC/ تولید كننده انگور، قریه دشت هوفیان، پروان | سوالات تحقیق |
|---|--|---|--|
| <p>از هم واقع شده اند و کدام باغ بزرگ هم در آنجا وجود ندارد، خریداران یا تاجران به بازار خلم برای ملاقات باغداران و خرید محصولات شان میروند. در حدود ۳۰ خریدار یا تاجر بادام در خلم میباشد که همه آنها مردان اند و هیچ زن تاجر در میان آنها وجود ندارد.</p> <p>- بلی، ما برای فروش محصولات خویش یا به تنهایی ویا هم با همسایه های خود به بازار میرویم. معمولاً وقت فروش محصولات از همسایه های خود میبرسیم که آیا آنها میخواهند که به بازار برای فروش محصولات خویش بروند، در صورت موافقت آنها کرایه راه را میان هم تقسیم مینماییم. کرایه راه برای هر فرد ۱۰۰ افغانی میباشد و به اضافه کرایه محصولات ما که نظر به حجم یا تعداد بوجی ها متفاوت میباشد.</p> <p>- اول ما خود را مطمئن میسازیم که کدام خریدار بلند ترین قیمت را پیشنهاد میکند و بعداً که مطمئن شدیم باز محصولات خود را برای همان خریدار که بلند</p> | <p>كشمش بسته بندی شده را خریداری مینمایند.</p> <p>- نخیر، خریداران یا زنان تاجر وجود ندارد.</p> <p>- بلی، در صورتیکه آنها به پول ضرورت داشته باشند بعضی از تولیدات خویشرا در بازار محلی بفروش میرسانند.</p> <p>- بلی، آنها به وسایط ترانسپورتی دسترسی دارند که هزینه رفت و برگشت به بازار در حدود ۱۰۰ افغانی میباشد.</p> <p>- نخیر، آنها در جستجوی قیمت بالاتر میباشدند.</p> <p>- زنان نیز میتوانند محصولات خویشرا بفروشند اما بطور سنتی این وظیفه مردها میباشد. فرهنگ مردم این اجازه را به خانمها نمیدهد که محصولات خویشرا به مردان تاجر بفروش برسانند.</p> | <p>- موسسه مرسی کور برای ۲۵ باغدار که قبلاً در دفتر این موسسه ثبت بوده اند ماشین ادویه پاشی و بوریا توزیع نموده است.</p> <p>- باغداران انگور و كشمش خود را به این موسسه به قیمت بالاتر از قیمت بازار بفروش میرسانند (قیمت یک سیر كشمش در بازار ۲۰۰ افغانی بود اما این موسسه هر سیر آنرا به ۳۵۰ افغانی خریداری نمود).</p> <p>- مرد ها وظیفه فروش محصولات را دارند. دو تا چهار تاجر به قریه آمده و تمام محصولات و محصولات بسته بندی شده انگور و كشمش آن باغ هائیرا که در دفتر این موسسه ثبت نبوده اند، خریداری نمودند.</p> <p>- نخیر، خریداران یا زنان تاجر وجود ندارد.</p> <p>- بلی، در صورتیکه آنها به پول ضرورت داشته باشند بعضی از تولیدات خویشرا در بازار محلی بفروش میرسانند.</p> <p>- بلی، آنها به وسایط ترانسپورتی دسترسی دارند که هزینه رفت و برگشت به بازار در حدود ۱۰۰ افغانی میباشد.</p> <p>- نخیر، آنها در جستجوی قیمت بالاتر میباشدند.</p> <p>- کوپراتیف دولتی کورسهای آموزشی را تدویر میکنند اما آنها با موسسه مرسی کور برای منفعت باغداران کار میکنند.</p> <p>- زنان نیز میتوانند محصولات خویشرا</p> | <p>آیا تاجران برای خریداری محصولات به قریه های شما می آیند؟</p> <p>به چی تعداد تاجران به قریه شما می آیند؟ آیا در میان آنها زنان تاجر هم موجود هستند؟</p> <p>آیا باغداران برای انتقال محصولات شان به بازار آمادگی میگیرند؟</p> <p>آیا شما محصولات تانرا به بازار برای فروش میبرید؟ اگر میبرید، آیا کسی شما را همراهی میکند؟ کی شما را همراهی میکند؟</p> <p>آیا شما برای رفتن به بازار وسیله ترانسپورتی دارید؟ هزینه رفتن به بازار چند میشود؟</p> <p>آیا شما محصولات تانرا هر بار برای یک مشتری بفروش میرسانید یا در جستجوی مشتریان جدید نیز هستید؟</p> |

| سوالات تحقیق | مباحثات گروهی متمرکز ۳ مرد عضو شورا انکشاف محلی CDC / تولید کننده انگور، قریه دشت هوفیان، پروان | مباحثات گروهی متمرکز ۴ مرد عضو شورا انکشاف محلی CDC / تولید کننده گان انگور، قریه کاکران، پروان | مباحثات گروهی متمرکز ۸ مرد تولید کننده بادام، ۴ نفرشان عضو شرکت تعاونی و تجارتي اسلامی زراعتی خلم KAJIIFC، خلم، مزار شریف |
|---|---|--|---|
| | بفروشدند اما بطور سنتی این وظیفه بدوش مردان میباشد. فرهنگ مردم به زنان اجازه نمیدهد که محصولات خویشرا به مردان تاجر بفروش برسانند. | | تزین قیمت را پیشنهاد کرده است میفروشیم. |
| <p>عوامل تولید</p> <p>مساحت زمین باغ تان چی اندازه میباشد؟ در چقدر مساحت شما بادام/انگور را پرورش میدهید؟ مالک زمین کی است، پدر یا شوهر تان؟ اگر شما بیوه هستید مالک زمینی که شما بالای آن کار میکنید، چی کسی است؟ بطور اوسط از یک جریب زمین چند سیر انگور، کشمش یا بادام حاصل بدست میاورید؟ شما از کدام عوامل تولید استفاده میکنید (بذریا تخم، کود، وسایل آبیاری، وسایل خشک کردن و بسته بندی کردن)؟ عوامل تولید را از کجا بدست میاورید؟ آیا فروشندگان عوامل تولید در نزدیک قریه یا در شهری که نزدیک تان است موقعیت دار؟ اگر فروشندگان در شهر باشند، آیا شما تنها برای خرید مواد میروید و یا</p> | <ul style="list-style-type: none"> - از بذر یا تخم، کود، وسایل آبیاری و مواد ضروری برای بسته بندی محصولات (بوجی کلان برای کشمش و کریت و خریطه های پلاستیکی برای انگور تازه) استفاده میکنند. - موسسه بعضی وسایل را برای باغدارانی که در دفتر آنها ثبت بوده اند توزیع کرده اند. - عوامل تولید خویشرا از نزدیکترین بازار محل (چاریکار) خریداری میکنند. - معمولاً مردها این مواد را خریداری میکنند اما زنان مورد ضرورت خویشرا خریداری مینمایند. - آنها وسایل محلی برای آبیاری دارند مانند بیل. - مردان با فروشندگان مواد صحبت میکنند. - در بدل خرید عوامل تولید آنها پول نقد و یا از پول پس انداز خود می پردازند. بعضی اوقات فروشندگان مواد برایشان قرضه نیز میدهند. - مردان بهتر میدانند که چطور مواد با کیفیت را که در پاکت، بوجی یا بوتل میباشد خریداری نمایند. - هیچ نوع آموزش از طرف فروشندگان | <ul style="list-style-type: none"> - از بذر یا تخم، کود، وسایل آبیاری و مواد ضروری برای بسته بندی محصولات (بوجی کلان برای کشمش و کریت و خریطه های پلاستیکی برای انگور تازه) استفاده میکنند. - عوامل تولید خویشرا از نزدیکترین بازار محل (چاریکار) خریداری میکنند. - معمولاً مردها این مواد را خریداری میکنند اما زنان بیوه خودشان مواد مورد ضرورت خویشرا خریداری مینمایند. - وسایل محلی برای آبیاری دارند مانند بیل. - مردان با فروشندگان مواد صحبت میکنند. - در بدل خرید عوامل تولید آنها پول نقد و یا از پول پس انداز خود می پردازند. بعضی اوقات فروشندگان مواد برایشان قرضه نیز میدهند. - مردان بهتر میدانند که چطور مواد با کیفیت را که در پاکت، بوجی یا بوتل میباشد، خریداری نمایند. | <ul style="list-style-type: none"> - یک تا یک و نیم جریب زمین. - زمین های آنها ملکیت پدران شان است که برایشان به میراث مانده است. - از کود و ادویه ضد حشرات استفاده میکنند. - مواد اولیه خود را از بازار خلم خریداری میکنند. چون آنها در مرکز ولسوالی زندگی میکنند میتوانند با موترهای لینی محل به بازار رفت و آمد نمایند. - فروشندگان عوامل تولید به قریه ها برای فروش مواد شان نمی آیند بدین دلیل مردها باید مواد مورد ضرورت خویشرا از بازار خریداری نمایند. - در بدل عوامل تولید باید پول نقد پرداخت نمایند چون فروشندگان مواد برایشان قرضه نمی دهند، اما آنها میتوانند از کوپراتیف برای خرید مواد قرضه بگیرند. - کیفیت مواد خوب نمیباشد. آنها چند بار شکایت کرده اند اما فروشندگان به آنها گوش نمی |

| سوالات تحقیق | مباحثات گروهی متمرکز ۳ مرد عضو شورا انکشاف محلی CDC / تولید کننده انگور، قریه دشت هوفیان، پروان | مباحثات گروهی متمرکز ۴ مرد عضو شورا انکشاف محلی CDC / تولید کننده گان انگور، قریه کاکران، پروان | مباحثات گروهی متمرکز ۸ مرد تولید کننده بادام، ۴ نفرشان عضو شرکت تعاونی و تجارتي اسلامی زراعتی خلم KAJIIFC، خلم، مزارشريف |
|--|---|---|---|
| <p>کسی شما را همراهی میکند؟ اگر بلی، کی شما را همراهی میکند؟ آیا فروشندگان عوامل تولید به قریه شما می آیند؟ چی کسی با فروشنده ها صحبت میکند و مواد را خریداری مینماید، شما، یا یک مرد خانواده و یا هر دو؟ شیوه پرداخت پول در بدل این مواد چطور است؟ آیا فروشنده بطور قرضه مواد را برایتان میفروشد؟ آیا از کیفیت مواد راضی هستید؟ آیا گاهی در مورد مواد برای فروشنده شکایت کرده اید؟ آیا مواد با مقدار معین در بسته ها موجود میباشد؟ آیا هنگام خرید مواد برای شما آموزش داده میشود؟</p> | <p>عوامل تولید دریافت نکرده اند.</p> | <p>- هیچ نوع آموزش از طرف فروشندگان عوامل تولید دریافت نکرده اند.</p> | <p>دهند. - چون مواد در بسته های کوچک فروخته میشود آنها توان خرید آنها دارند. - هیچ نوع آموزش از فروشندگان مواد دریافت نه نموده اند. استفاده مواد را از اعضای خانواده و همسایگان شان آموخته اند.</p> |
| <p>ساختار خانواده و منابع عایداتی در فامیل تان چند نفر زندگی میکنید؟ چند نفر مرد است و چند نفر زنان؟ چند نفر از اعضای خانواده تان مشغول باغداری است؟ چند نفر از اعضای خانواده تان مشغول باغداری انگور و بادام اند؟ منابع عایداتی خانواده تان کدامها است؟ آیا زمین متعلق به خانواده شما</p> | <p>- تعداد اعضای خانواده آنها به ۶ تا ۱۴ نفر میرسد (درین خانواده ۱۴ نفری، ۷ مرد و ۷ زن زندگی میکند) - تمام اعضای خانواده مشغول باغداری انگور و تولید کشمش میباشد. - تمام اعضای خانواده، زنها و مردها، باهم کار میکنند، بخاطریکه وقتی جمع آوری محصولات انگور به پایان رسید تولید کشمش شروع میشود. - درآمد شان عموماً از باغداری و زراعت میباشد. صرف یک خانواده توسط دختر</p> | <p>- تعداد اعضای خانواده آنها از ۸ تا ۱۵ نفر میباشد (در خانواده ۸ نفری، ۴ مرد و ۴ زن و در خانواده ۱۵ نفری ۷ زن و ۸ مرد زندگی میکنند) - تمام اعضای خانواده مشغول باغداری انگور و تولید کشمش میباشد. - تمام اعضای خانواده، زنها و مردها، باهم کار میکنند بخاطریکه وقتی جمع آوری محصولات انگور</p> | <p>- بطور اوسط ۵ تا ۱۵ نفر که بیشتر از ۵۰ فیصد آنها را زنان تشکیل میدهند. - ۵۰ فیصد اعضای خانواده مشغول تولید بادام میباشد که شامل کارهای (خشاوه، جمع آوری حاصلات، پوست کردن بادام، خشک کردن و انتقال آن به بازار برای فروش) میباشد. - منبع درآمد آنها فروش بادام، انار، انگور، و مالداري میباشد.</p> |

| <p>مباحثات گروهی متمرکز ۸ مرد تولید کننده بادام، ۴ نفرشان عضو شرکت تعاونی و تجارتي اسلامی زراعتی خلم KAJIIFC، خلم، مزارشريف</p> | <p>مباحثات گروهی متمرکز ۴ مرد عضو شورا انكشاف محلی CDC/ تولید کننده گان انگور، قریه كاکران، پروان</p> | <p>مباحثات گروهی متمرکز ۳ مرد عضو شورا انكشاف محلی CDC/ تولید کننده انگور، قریه دشت هوفیان، پروان</p> | <p>سوالات تحقیق</p> |
|---|--|--|--|
| <ul style="list-style-type: none"> - زمین ملکیت تمام اعضای خانواده میباشد که از پدر برایشان به میراث مانده است. | <ul style="list-style-type: none"> به پایان برسد، تولید کشمش شروع میشود. - درآمد شان عموماً از باغداری و زراعت میباشد. صرف یک خانواده توسط دختر شان که در دفتر MEDA منحيث تسهیل کننده محلی کار میکنند، حمایت میگردد. بعضی خانواده ها بالای زمین های خود کار میکنند و بعضی از آنها بالای زمینهای اجاره ای. ملکیت بنام مردان است اما در بعضی موارد ملکیت بنام زنان و اطفال بالای ۱۸ سال هم میباشد. | <ul style="list-style-type: none"> شان که در دفتر MEDA منحيث تسهیل کننده محلی کار میکنند، حمایت میگردد. - بعضی خانواده ها بالای زمین های خود کار میکنند و بعضی از آنها بالای زمین های اجاره ای. ملکیت زمین ها معمولاً بنام مردان است اما در بعضی موارد ملکیت بنام زنان و اطفال بالای ۱۸ سال هم میباشد. | <p>است؟ آیا زمین ملکیت پدر و یا شوهر شما میباشد؟</p> |
| <ul style="list-style-type: none"> - نخیر، تاحالا کدام آموزش داده نشده است. - بعد از برداشت حاصلات بادام را پوست کرده و آنرا خشک میکنند. در گذشته ها آنها پوست دوم بادام را نیز دور میکردند اما بخاطریکه خسارات و شکست و ریخت آن زیاد بود و باعث وارد شدن خساره به بادام حالا به ندرت پوست دوم بادام را دور میکنند. - بادامی را که زیر شعاع آفتاب خشک میشود در یکی از اطاقهای نگهداری میکنند. - با سایر سیستم های بسته بندی | <ul style="list-style-type: none"> - از والدین خویش آموخته اند. - انگور را در روی زمین و یا روی اطاق خشک میکنند اما قبل از هموار کردن انگور زمین یا روی اطاق را پاک میکنند. - بلی، قبل از فروش کشمش آنرا پاک میکنند. - بلی، کشمش را در خریطه های کوچک و بزرگ جابجا میکنند. - در تمام موارد مردان و زنان باهم کار میکنند، اما زنان محصولات سنگین را از یکجا به جای دیگر انتقال داده نمیتوانند. - بلی، در صورتیکه شیوه های بهتر باشد علاقمند هستند که آنرا | <ul style="list-style-type: none"> - از کوپرايتف دولتی و یا هم از دفتر (مرسی کور) آموخته اند. کورس آموزشی مجانی بود که ۳ روز توسط کوپرايتف دولتی و ۳ روز دیگر آن توسط دفتر مرسی کور پیشبرده شد. - بلی، در مورد خشک کردن انگور و مواظبت از باغ همانطور که قبلاً ذکر گردید آموزش فرا گرفته اند. - انگور را در روی زمین یا در روی اطاق، بعد از آنکه آنرا پاک میکنند، نگهداری و خشک میکنند. - بلی، قبل از فروش کشمش، آنرا پاک میکنند. - بلی، کشمش را در خریطه های کوچک و بزرگ جابجا میکنند. | <p>وسایل تکنالوجی و مهارت ها پرورش بادام و انگور را چطور آموختید؟ آیا شما در رابطه به پرورش بادام و انگور یا کشمش آموزش دیده اید؟ اگر دیده اید، از کی؟ آیا برای دریافت آموزش پول پرداخته اید؟ کورس آموزشی چی مدت دوام کرد؟ شیوه خود را برای برداشتن حاصل انگور و بادام تشریح نماید؟ آیا شما مراحل پرورس، مانند پاک کردن انگور تازه و دیگر مراحل را انجام میدید؟ شما انگور تازه را قبل از فروش</p> |

| مباحثات گروهی متمرکز ۸ مرد تولید کننده بادام، ۴ نفرشان عضو شرکت تعاونی و تجارتي اسلامي زراعتي خلم KAJIIFC، خلم، مزار شريف | مباحثات گروهی متمرکز ۴ مرد عضو شورا انكشاف محلی CDC/ تولید کننده گان انگور، قریه كاكران، پروان | مباحثات گروهی متمرکز ۳ مرد عضو شورا انكشاف محلی CDC/ تولید كننده انگور، قریه دشت هوفیان، پروان | سوالات تحقیق |
|--|---|---|--|
| <p>بلدیت ندارند فقط بادام را در بوجی ها انداخته و برای فروش به بازار میبرند.</p> <ul style="list-style-type: none"> - وظیفه مردان خریداری قلمه، نهال، آبیاری، پیوند و انتقال محصولات به بازار میباشد. زنان در خشاوه، دواپاشی، پاکاری، سره و خشره کردن، درجه بندی و پوست کردن کمک میکنند. - سهولت انبار یا سرد خانه وجود ندارد. - با کمبود آب مواجه هستند و در باره کدام سیستم دیگر آبیاری نیز معلومات ندارند. به هیچ وسیله آبیاری دسترسی ندارند. | <p>بیاموزند. بخاطریکه کیفیت گشمش آنها را بهتر خواهد ساخت.</p> <ul style="list-style-type: none"> - سهولت انبار یا سردخانه در این قریه وجود ندارد. - بلی، آب وافر و زیاد دارند، در آبیاری از وسایل ساده محلی استفاده میکنند. | <ul style="list-style-type: none"> - در تمام موارد مردان و زنان باهم کار میکنند، اما زنان محصولات سنگین را از یکجا به جای دیگر انتقال داده نمیتوانند. - بلی، در صورتیکه شیوه های بهتر باشد علاقمنند هستند که آنها بیاموزند. بخاطریکه کیفیت گشمش آنها را بهتر خواهد ساخت. - سهولت انبار یا سردخانه در این قریه وجود ندارد. - بلی، آب وافر و زیاد دارند، در آبیاری از وسایل ساده محلی استفاده میکنند. | <p>چطور نگهداری میکنید؟ شیوه خشک کردن انگور یا تولید گشمش را چطور آموختید؟ شیوه خود را برای خشک کردن انگور تشریح کنید؟ آیا گشمش را قبل از فروش پاک میکنید؟ آیا خوشه های گشمش را قبل از فروش پاک میکنید و یا کدام مرحله دیگر را قبل از فروش انجام میدهید؟ آیا گشمش خود را کارتن و بسته بندی میکنید؟ اگر میکنید، چطور؟ کدام وظایف را زنان و کدام وظایف را مردان انجام میدهند؟ آیا علاقمنند هستید که شیوه دیگری را برای خشک کردن انگور امتحان کنید؟ شیوه خود را برای پروسس و تولید بادام تشریح کنید، آیا بادام را پوست میکنید؟ بادام را قبل از فروش چطور نگهداری میکنید؟ آیا برای نگهداری بادام تسهیلات دارید؟ آیا آب کافی دارید؟ از کدام سیستم آبیاری استفاده میکنید، اگر میکنید از کدام وسایل استفاده میکنید؟</p> |
| <ul style="list-style-type: none"> - معمولاً مردان با خریدارن صحبت میکنند. اول آنها قیمت | <ul style="list-style-type: none"> - معمولاً مردان به بازار میروند تا معلومات را در رابطه به قیمت ها | <ul style="list-style-type: none"> - معمولاً" مردان به بازار میروند تا معلومات را در رابطه به قیمت ها اخذ کنند و بعداً | <p>توزیع، قیمت گذاری، و موسم کاری کی در خانواده تان قیمت بادام،</p> |

| مباحثات گروهی متمرکز ۸ مرد تولید کننده بادام، ۴ نفرشان عضو شرکت تعاونی و تجارتي اسلامی زراعتی خلم KAJIIFC، خلم، مزارشريف | مباحثات گروهی متمرکز ۴ مرد عضو شورا انكشاف محلی CDC/ تولید کننده گان انگور، قریه كاکران، پروان | مباحثات گروهی متمرکز ۳ مرد عضو شورا انكشاف محلی CDC/ تولید کننده انگور، قریه دشت هوفیان، پروان | سوالات تحقیق |
|---|---|--|---|
| <p>بادام را در بازار پسران میکنند و بعد از آن تصمیم میگیرند که محصول خود را به کی باید بفروش برسانند. اکثراً محصول خود را برای آن خریدار که بلند ترین قیمت را پیشنهاد کند بفروش میرسانند.</p> <ul style="list-style-type: none"> - بادام های ستاربابی و قمبر بابی به قیمت خوبتر به فروش میرسند چراکه تقاضای تاجران و خریداران برای این دو نوع بادام بیشتر است. - قیمت ها معمولاً نظر به کیفیت محصول در نزد خریداران متفاوت میباشد. - چون بادام به قیمت خوب بفروش میرسد آنها میخواهند که باغداری بادام را ادامه بدهند. - هرگاه آنها حاصلات را جمع آوری کردند و به پول ضرورت نداشتند بادام را ذخیره میکنند و آنرا وقتی بفروش میرسانند که به پول ضرورت داشته باشند. - وقتیکه تمام حاصلات بادام جمع آوری شد و در بازار بادام خلاص شد قیمت بادام بلند میشود، از اینرو بسیار خوب خواهد شد اگر این باغداران انبار | <p>اخذ کنند و بعداً آنرا با سایر اعضای خانواده بخصوص همسر و فرزند بزرگ خانواده شریک میسازند. مردان با خریداران نیز صحبت و معامله خرید و فروش را انجام میدهند و در بعضی خانواده ها زنان اینکار را انجام میدهند، اما بصورت عام اینکار وظیفه مردان میباشد.</p> <ul style="list-style-type: none"> - تقاضا یا بازار انگور و کشمش در جریان سال متغیر میباشد. در هر دو محصول بسیار بلند میروند. - و همچنان در صورتیکه یک بازار یا مارکیت صادراتی برای کشمش وجود داشته باشد قیمت و تقاضا مطمئناً بلند میروند. - بصورت عام کشمش مفاد بیشتر دارد اما بعضی اوقات انگور نیز خوب منفعت دارد. - بلی، اما عایدات خود را برای عروسی اولاهای خود (دختران، پسران و بعضاً به مصرف میرسانند. | <p>آنرا با سایر اعضای خانواده بخصوص همسر و فرزند بزرگ خانواده شریک میسازند. مردان با خریداران نیز صحبت و معامله خرید و فروش را انجام میدهند، اما بصورت عام اینکار وظیفه مردان میباشد.</p> <ul style="list-style-type: none"> - تقاضا یا بازار انگور و کشمش در جریان سال متغیر میباشد. در هر دو محصول بسیار بلند میروند. - و همچنان در صورتیکه یک بازار یا مارکیت صادراتی برای کشمش وجود داشته باشد قیمت و تقاضا مطمئناً بلند میروند. - بصورت عام کشمش مفاد بیشتر دارد اما بعضی اوقات انگور نیز خوب منفعت دارد. - بلی، اما عایدات خود را برای عروسی اولادهای خود (دختران، پسران و بعضاً برای خود) به مصرف میرسانند. | <p>انگور یا کشمش را تعیین میکند؟ آیا بیشتر از یک نفر در تعیین قیمت ها دخیل میباشد؟ اگر چنین است پس تصمیم نهایی چگونه اتخاذ میگردد؟ آیا شما از قیمت های بازار آگاهی دارید؟ اگر دارید، چگونه این معلومات را بدست میاورید؟ آیا تقاضا برای بادام، انگور و کشمش در جریان سال در حال تغییر است یا ثابت میباشد؟ آیا قیمت ها تغیر میکنند؟ تاجران کدام قیمت ها را پیشنهاد میکنند؟ آیا قیمت های خوب در باغ برایتان پیشنهاد میگردد یا در شهر؟ آیا انگور سرمیزی (تازه) خوب عاید میکند و یا کشمش؟ آیا پول عایدات تانرا گاهی پس انداز میکنید؟ اگر میکنید، آنرا در کدام موارد مصرف میکنید؟</p> |

| سوالات تحقیق | مباحثات گروهی متمرکز ۳ مرد عضو شورا انکشاف محلی CDC / تولید کننده انگور، قریه دشت هوفیان، پروان | مباحثات گروهی متمرکز ۴ مرد عضو شورا انکشاف محلی CDC / تولید کننده گان انگور، قریه کاکران، پروان | مباحثات گروهی متمرکز ۸ مرد تولید کننده بادام، ۴ نفرشان عضو شرکت تعاونی و تجارتي اسلامی زراعتی خلم KAJIIFC، خلم، مزار شریف |
|---|--|--|--|
| | | | <p>یا سرد خانه داشته باشند و در آنصورت آنها میتوانند که محصولات خود را برای مدت زیادی نگهداری نموده و هنگامیکه قیمت بادام بلند میشود آنرا بفروش برسانند.</p> <p>- پول پس انداز برای ضرورت‌های عاجل خانواده و عروسی‌ها به مصرف میرسد.</p> |
| <p>سیستم تمویل و مساعدت دولت پول‌های عوامل تولید، وسایل تخنیک‌ی و یا دیگر ضروریات را که در باغداری انگور، تولید کشمش و بادام به آنها نیاز است، چگونه می‌پردازید؟ کدام سیستم‌های تمویل رایج میباشد و چقدر قابل دسترس است (رسمی، غیررسمی، قرضه‌های کوچک یا مایکرو فایننس و غیره)؟ آیا شما تا حالا قرضه گرفته‌اید؟ اگر گرفته‌اید، کی در خانواده تان در باره استفاده از آن و درمورد پرداخت دوباره آن تصمیم می‌گیرد؟ آیا خریداران گاهی برای شما یا برای مردان تان پیشنهاد قرضه نموده‌اند؟ شرایط آن چی است؟ آیا دولت کدام کورس آموزشی یا</p> | <p>- با پول پس انداز و بعضی اوقات در بدل قرض. - نخیر، تا حالا کدام قرضه دریافت نه نموده‌اند. - بلی، اگر باغداران بخواهند خریداران برایشان پول نقد پیش پرداخت تادیه میکنند و بعداً باغداران آنرا در وقت برداشت حاصلات می‌پردازند. - نخیر، دولت هیچگاهی برایشان کورس آموزشی تدویر نکرده است، اما زنان علاقمند هستند تحت آموزش قرار بگیرند چرا که آنها فکر میکنند که آموزش برای بهبود کارشان مفید میباشد.</p> | <p>- با پول پس انداز و بعضی اوقات در بدل قرض. - نخیر، آنها تا حالا کدام قرضه دریافت نه نموده‌اند. - بلی، اگر باغداران بخواهند خریداران برایشان پول نقد پیش پرداخت تادیه میکنند و بعداً باغداران آنرا در وقت برداشت حاصل می‌پردازند. - نخیر، دولت هیچگاهی برای آنها کورس آموزشی تدویر نکرده است، اما زنان علاقمند هستند که تحت آموزش قرار بگیرند چرا که آنها فکر میکنند که آموزش برای بهبود کارشان مفید میباشد.</p> | <p>- در بدل عوامل تولید آنها پول نقد می‌پردازند. - در مورد کوپراتیف معلومات دارند بخاطریکه باغداران عضو این کوپراتیف هستند و هرگاه آنها به پول برای رفع ضروریات باغداری نیاز داشته باشند میتوانند از کوپراتیف قرضه بگیرند. - میتوانند که از کوپراتیف قرضه بگیرند و چون این یگانه کوپراتیف در ولسوالی میباشد قابل دسترس است. - مردانی که عضو این کوپراتیف بودند قرضه‌های ۶ ماهه و ۹ ماهه برای خرید مواد اولیه گرفته‌اند. - خریداران یا تاجران پول پیشکی</p> |

| مباحثات گروهی متمرکز ۸ مرد تولید کننده بادام، ۴ نفرشان عضو شرکت تعاونی و تجارتي اسلامی زراعتی خلم KAJIIFC، خلم، مزار شریف | مباحثات گروهی متمرکز ۴ مرد عضو شورا انکشاف محلی CDC/ تولید کننده گان انگور، قریه کاکران، پروان | مباحثات گروهی متمرکز ۳ مرد عضو شورا انکشاف محلی CDC/ تولید کننده انگور، قریه دشت هوفیان، پروان | سوالات تحقیق |
|--|--|---|---|
| <p>نمی پردازند.</p> <ul style="list-style-type: none"> - برای آنها از طرف دولت کدام کورس آموزشی یا تعلیمات داده نشده است. | | | <p>دیگر برنامه های ترویج را برایتان عرضه کرده است؟ اگر کرده اند، آیا این کورس ها یا برنامه های ترویج برای زنان و مردان یکسان قابل دسترس بوده است؟</p> |
| <ul style="list-style-type: none"> - نصف مردانی که با آنها مصاحبه شده است عضو شرکت تعاونی سرمایه گذاری و پولی اسلامی خلم بوده اند و نصف دیگر آنها میخواهند که عضویت این نهاد را حاصل کنند. - میدانند که اگر عضو انجمن باشند حمایت ها و کمکهای متعدد از طرف اعضا و کارمندان کوپراتیف دریافت مینمایند. - همچنان از تجارب دیگر باغداران می آموزند. - از کوپراتیف صرف قرضه دریافت نموده اند و پول خود را در آنجا پس انداز نموده اند. - خواهان کمکهای تکنیکی در امور تولیدی و بازاریابی میباشد. - شرکت یا تعاونی کوپراتیف سرمایه گذاری و پولی اسلامی خلم یک کوپراتیف است که اعضای آن باغداران میباشد. | <ul style="list-style-type: none"> - نخیر | <ul style="list-style-type: none"> - در حال حاضر، کدام انجمن وجود ندارد، اما آنها منحیث عضو در دفتر مرسی کور و کوپراتیف دولتی ثبت میباشدند. - هر دوی این نهاد ها کورسهای آموزشی را تدویر نموده و در جریان کورس برای مداومین غذا و ۱۰۰ افغانی در بدل هرروز کورس و یا ملاقاتی که با آنها میداشته باشند پرداخته اند. - مقصد آن حمایت تکنیکی و پولی باغداران بوده و کمک و مساعدت باغداران با وسایلی که به آنها ضرورت دارند. - بلی، همچو کورس ها برای تمام باغداران بسیار مفید و پر بار بوده است. - بلی، این کورسها برای مردها و خانمها میباشد اما خانمها از طرف خانواده هایشان اجازه ندارند که به مرکز کوپراتیف کشمش بیایند. | <p>سطح همکاری</p> <p>آیا شما به کدام گروپ یا سازمان رسمی که کار یا تجارت انگور و یا بادام را میکند تعلق دارید؟ اگر تعلق دارید، چطور آنها شما را کمک میکند؟ آیا کورس های آموزشی برایتان دایر میکند؟ آیا شما حق العضویت می پردازید؟</p> <p>اگر تعلق ندارید، آیا فکر نمیکنید که اشتراک در یک انجمن منفعت برای شما خواهد داشت؟</p> <p>این چی نوع انجمن است، تعهدات آن چیست و غیره؟</p> <p>آیا این انجمن کدام خدمات جمع آوری یا پروسس محصولات را انجام میدهد؟</p> <p>آیا عضویت در این گروپ یا انجمن برایتان منفعت داشته است؟</p> <p>آیا شرایط بدست آوردن عضویت در این انجمن یا گروپ برای زنان و مردان یکسان است؟ وسعت تقریبی آن چقدر است؟</p> |

| سوالات تحقیق | مباحثات گروهی متمرکز ۳ مرد عضو شورا انکشاف محلی CDC / تولید کننده انگور، قریه دشت هوفیان، پروان | مباحثات گروهی متمرکز ۴ مرد عضو شورا انکشاف محلی CDC / تولید کننده گان انگور، قریه کاکران، پروان | مباحثات گروهی متمرکز ۸ مرد تولید کننده بادام، ۴ نفرشان عضو شرکت تعاونی و تجارتي اسلامی زراعتی خلم KAJIIFC، خلم، مزار شریف |
|---|---|---|--|
| <p>فارمداران و باغداران بر علاوه این مواردی که ذکر گردید با استفاده از کدام شیوه ها دیگر همکاری میکنند؟</p> | | | <p>پالیسی و هدف آن کمک به باغداران میباشد. اگر کدام باغدار قرضه میگیرد باید ۲ فیصد پول را برای مصارف یا فیس اداری تادیه نماید. کوپراتیف همچنان ۱۰ فیصد قرضه را به حساب سرمایه شراکت و پس انداز در حساب باغدار نگهدارند (که با اینکار هر دو طرف منفعت میبرند). این خدمات برای باغداران پرمفعت میباشد بخاطریکه آنها هم میتوانند قرضه بگیرند و هم پول خود را پس انداز نمایند.</p> <p>- دروازه کوپراتیف به روی مردان و زنان باز میباشد و این کوپراتیف ۱۷۰۰ عضو دارد که ۳۵۰ عضو آنرا زنان تشکیل میدهند. در اینجا باغداران تجارب خود را باهم شریک میسازند.</p> |
| <p>موانع و فرصتها موانع و فرصتهای عمده و اساسی در راستای پرورش انگور و تولید بادام و کشمش کدامها اند؟ آیا زنان و مردان هر دو با یکنوع مشکل روبرو هستند؟ اگر چنین نیست، پس شما چی فکر میکنید دلیل</p> | <p>چالشها: - در رابطه به انگور: مردان و زنان با مشکل مشابه مواجه میباشند، اما کوپراتیف و موسسه غیردولتی NGO در این راستا آنها را کمک میکند؛ مشکلات دیگر شامل امراض، شبشک، و دیگر آفات میباشد. - در رابطه به کشمش: مشکلاتی مانند</p> | <p>چالشها: - در رابطه به انگور: مردها و زنان با مشکل مشابه مواجه میباشند، اما کوپراتیف و موسسه غیردولتی NGO در این راستا آنها را کمک میکند؛ مشکلات دیگر شامل امراض، شبشک، و دیگر آفات</p> | <p>چالشها: - کمبود آب. - آفات و امراض. - عدم آگاهی در رابطه به بازار یابی. - فروش کود ها و ادویه های بی کیفیت.</p> |

| سوالات تحقیق | مباحثات گروهی متمرکز ۳ مرد عضو شورا انکشاف محلی CDC / تولید کننده انگور، قریه دشت هوفیان، پروان | مباحثات گروهی متمرکز ۴ مرد عضو شورا انکشاف محلی CDC / تولید کننده گان انگور، قریه کاکران، پروان | مباحثات گروهی متمرکز ۸ مرد تولید کننده بادام، ۴ نفرشان عضو شرکت تعاونی و تجارتي اسلامی زراعتی خلم KAJIIFC، خلم، مزارشريف |
|--|---|--|--|
| <p>آن چیست؟ نظر شما در مورد حل این مشکل چیست؟ آیا به نظر شما امکان فروش تولیدات بیشتر برای مشتریان فعلی تان وجود دارد؟ اگر دارد، چگونه؟ آیا مشتریان شما در رابطه به بهبود بخشیدن تولیدات تان برایتان معلومات ارائه میکنند؟ آیا دولت یا کدام ارگان بین المللی در زمینه تولید و بازاریابی همرايتان کمک میکند؟ آیا زنان میتوانند کارهای بیشتر را که تا حال انجام نداده اند در روند تولید یا زنجیره ارزش انجام بدهند؟ اگر میتوانند، کدام کارها را؟ و اگر نمیتوانند، دلیل آن چیست؟ آیا شما یا زنان دیگر گاهی کوشش کرده اید که کارهای بیشتر از کارهای که حالا انجام میدهند، انجام دهید؟ و اگر انجام داده اید چی تجارب از آن آموخته اید؟ به نظر شما کدام فعالیت ها میتواند شما را کمک کند که مفاد بیشتر بدست بیاورید؟ کدام موانع در راستای داشتن مشتریان جدید وجود دارد؟ به نظر شما در کدام عرصه ها شما</p> | <p>موجودیت حشرات، مگس ها، پرندگان، خاک و باران وجود دارند. مردها و زنها هر دو از ادویه ضد حشرات برای رهایی از این مشکل استفاده میکنند. فرصتها: - هرگاه تولیدات با کیفیت بهتر باشیم، بدون شک سطح فروشات بالا میرود. بلی، بعضی اوقات آنها برای شان معلومات ارائه میکنند. - کشمش بازار و استفاده بیشتر در ایام دو عید و سال نو دارد. - اگر یک بازار یا مارکیت صادراتی برای کشمش باشد فرصتهای تجارتي و کاری کشمش ارتقا میکند. - اندازه سهمگیری زنان در امور باغداری به انرژی و توان آنها بستگی دارد، اما تاثیرات فرهنگی مانع کار آنها میگردد. - نخیر، قبلاً بعضی خریداران یا تاجران پاکستانی میامدند، اما حالا آنها نمی آیند. ما هیچگاهی از مشتریان ما در رابطه به تولیدات کدام شکایت دریافت نکرده ایم.</p> | <p>میباشد. - در رابطه به کشمش: مشکلاتی مانند موجودیت حشرات، مگس ها، پرندگان، خاک و باران وجود دارند مردها و زنها هر دو از ادویه ضد حشرات برای رهایی از این مشکل استفاده میکنند. فرصتها: - هرگاه تولیدات با کیفیت بهتر داشته باشند، بدون شک سطح فروشات ما بالا میرود. بلی، بعضی اوقات آنها برای شان معلومات ارائه میکنند. - کشمش بازار و استفاده بیشتر در ایام دو عید و سال نو دارد. - اگر یک بازار یا مارکیت صادراتی برای کشمش باشد فرصتهای تجارتي و کاری کشمش رشد میکند. - اندازه سهمگیری زنان در امور باغداری به انرژی و توان آنها بستگی دارد، اما تاثیرات فرهنگی مانع کار آنها میگردد. - نخیر، قبلاً بعضی خریداران یا تاجران پاکستانی میامدند، اما حالا آنها نمی آیند. هیچگاهی از مشتریان در رابطه به تولیدات ما کدام شکایت دریافت نکرده اند.</p> | <p>- عدم موجودیت ماشین آلات و وسایل. - عدم موجودیت کورسهای آموزشی در رابطه به فن ها و تکنیک های جدید. فرصتها: - داشتن زمین شخصی یک فرصت میباشد. - تجربه زیاد در عرصه باغداری بادام برای یک مدت طولانی. - موجودیت کوپراتیف در منطقه. - افزایش تقاضای خریداران و تاجران بادام. - موجودیت بذر یا تخم خوب. - بلی، اگر زمین بیشتر و تولیدات بهتر هم از حیث کیفیت و هم از حیث کمیت داشته باشند میتوانند فروشات بیشتر داشته باشند. - خریداران و تاجران را در مورد اینکه کدام نوع بادام بازار خوب و به قیمت بلند تر بفروش میرسد، آگاه میسازد. - تا حالا کدام موسسه بین المللی در زمینه تولید و بازاریابی کمک نکرده است. - زنان برعلاوه انجام دادن خشاوه، برداشتن حاصلات، خشک کردن میوه توانایی پیوند</p> |

| <p>مباحثات گروهی متمرکز ۸ مرد تولید کننده بادام، ۴ نفرشان عضو شرکت تعاونی و تجارتي اسلامي زراعتي خلم KAJIIFC، خلم، مزار شريف</p> | <p>مباحثات گروهی متمرکز ۴ مرد عضو شورا انكشاف محلی CDC/ تولید کننده گان انگور، قریه كاكوران، پروان</p> | <p>مباحثات گروهی متمرکز ۳ مرد عضو شورا انكشاف محلی CDC/ تولید كننده انگور، قریه دشت هوفیان، پروان</p> | <p>سوالات تحقیق</p> |
|---|--|---|--|
| <p>کردن را نیز دارند. در صورتیکه برایشان اجازه داده شود و در رابطه به تجارت و بازاریابی تحت آموزش قرار بگیرند میتوانند تولیدات خود را نیز بفروش برسانند.</p> <ul style="list-style-type: none"> - اگر باغداران بتوانند که مستقیماً به خریداران عمده محصولات خود را بفروشند مفاد بیشتر بدست میاورند. اگر آنها وسایلی داشته باشند که بدون ضایعات و شکست و ریخت بادام را مغز کنند نیز مفاد بیشتر بدست خواهند آورد. - نخیر، با کدام خریدار خارجی معامله خرید و فروش را انجام نداده اند چرا که آنها مستقیماً با خریداران عمده معامله میکنند. - وقتی خریداران و تاجران محصولات آنها را خریداری میکنند کدام شکایت از محصولات آنها نمی داشته باشند. تاجران و خریداران از محصولات آنها راضی میباشند. - در عرصه مساعدت تخنیکي برای بهبود تولیدات و پروسس آن. | | | <p>نیاز به کمک و همکاری دارید تا شما را در بهبود بخشیدن منافع تان کمک نماید؟</p> |

| مباحثات گروهی متمرکز ۸ مرد تولید کننده بادام، ۴ نفرشان عضو شرکت تعاونی و تجارتي اسلامی زراعتی خلم KAJIIFC، خلم، مزارشريف | مباحثات گروهی متمرکز ۴ مرد عضو شورا انكشاف محلی CDC/ تولید کننده گان انگور، قریه كاکران، پروان | مباحثات گروهی متمرکز ۳ مرد عضو شورا انكشاف محلی CDC/ تولید کننده انگور، قریه دشت هوفیان، پروان | سوالات تحقیق |
|---|--|--|--|
| <ul style="list-style-type: none"> - در منطقه آنها ۲۰۰ خانواده زندگی میکنند اما در میان آنها کدام زن تاجر وجود ندارد. - شوهران با مشوره زنان در خانواده ها تصمیم میگیرند. - آنها همیشه میخوانند که با بازدید کنندگان صحبت کنند و نگرانی های خود را با آنها شریک بسازند. آنها خواهان مساعدت های تکنیکی از طرف وزارت زراعت، آبیاری و مالداري و دیگر موسسات غیردولتی یا NGO ها میباشند تا با استفاده از آن بتوانند محصولات و تولیدات خود را بهبود ببخشند. | <ul style="list-style-type: none"> - ۸۰ فیصد مردمان محل باغدار هستند. - هیچ زن تاجر وجود ندارد. شاید زنان علاقه داشته باشند که مصروف تجارت گردند اما خانواده هایشان (شوهران و اولادها) به آنها اجازه نمی دهند. وظایف مردان: - شاخه بری تاکها. - پرورش و آبیاری. - انتقال بسته های محصولات. - جابجایی و ترتیب و تنظیم ابتدایی محصولات در سقف. - جابجا نمودن آنها در بورجی ها. - انتقال بورجی ها. - بازاریابی. وظایف زنان: - شاخه بری تاکها. - جمع آوری محصولات و آماده ساختن آنها. - سره نمودن بهترین کشمش ها. - دریافت ۲۰۰ تا ۳۰۰ افغانی فی سیر اگر سیر اگر محصولات آنها بسیار پاک باشد. - اکثرأ مردان تصمیم میگیرند، اما بسیاری از خانواده ها زنان را نیز در تصمیم گیری شامل میسازند. | <ul style="list-style-type: none"> - ۸۰ فیصد مردمان محل باغدار هستند. - هیچ زن تاجر وجود ندارد. شاید زنان علاقه داشته باشند که مصروف تجارت گردند اما خانواده هایشان (شوهران و اولاد هایشان) به آنها اجازه نمی دهند. وظایف مردان: - شاخه بری تاکها. - پرورش و آبیاری. - انتقال بسته های محصولات. - جابجایی و ترتیب و تنظیم ابتدایی محصولات در سقف اطاق. - جابجا نمودن آنها در بوجی ها. - انتقال بوجی ها. - بازاریابی. وظایف زنان: - شاخه بری تاکها. - جمع آوری محصولات و آماده ساختن آنها برای انتقال. - سره نمودن بهترین کشمش ها. - دریافت ۲۰۰ تا ۳۰۰ افغانی فی سیر اگر محصولات آنها بسیار پاک باشد. - اکثرأ مردان تصمیم میگیرند، اما بسیاری از خانواده ها زنان را نیز در تصمیم گیری شامل میسازند. | <p>جنر</p> <p>چی تعداد باغداران در منطقه شما زندگی میکنند؟</p> <p>آیا کدام خانم تاجر را که مصروف تجارت بادام، انگور و کشمش باشد، میشناسید؟</p> <p>آیا کسی از شما علاقه به این مصروفیت دارد؟</p> <p>چی کسی در مورد کارهای باغداری، تصامیم خریداری، شیوه مصرف عایدات و غیره امور تصمیم میگیرد؟</p> <p>آیا شما در ابراز نظرتان آزاد هستید؟</p> |

مالکیت زنان بالای زمین - مباحثات گروهی متمرکز (ادامه) - ۵ اشتراک کننده

- فقط یک زن گفت که او زمین راجستر شده صرفاً بنام خودش در اختیار دارد.
- خانم دیگری زمین داشت ولی نسبت موانع فرهنگی زمین او بنام شخص دیگری ثبت گردیده بود.
- از لحاظ حقوقی، زنان حق تصرف و ملکیت بالای زمین را دارند، ولی در عمل، فشار های ناشی از دولت، فرهنگ، خانواده و قریه بسیاری از زنان را از ثبت نمودن زمین بنام خودشان باز داشته است.
- در اکثر موارد، زمین در ملکیت مشترک برادران و خواهران قرار دارد ولی به ندرت اتفاق می افتد که زمین بطور انفرادی در ملکیت زن و یا زوجه قرار داشته باشد.
- مانعی که سبب بازداشتن زنان از داشتن ملکیت بالای زمین میشود، فرهنگی میباشد، نه مذهبی.
- در ولایات، زنانیکه تلاش کنند بالای زمین بنام خودشان ملکیت داشته باشند، خود را در معرض خطر قرار میدهند (در این موارد فساد اداری نیز دخیل میباشد).
- داشتن ملکیت بالای زمین در ولایات و دهات خارج از کابل برای زنان دشوار تر میباشد؛ به همین دلیل، در کابل زنان بیشتری دیده میشود که بنام خود زمین دارند.
- اداره مسئول ملکیت زمین در هر ولایت دفتر والی میباشد که تحت اداره وزارت امور داخله و ولایت فعالیت دارد که وزارت داخله تحت اداره دفتر ریاست جمهوری فعالیت میکند.
- ریاست حقوق بشر نیز وجود دارد ولی روی موضوعات ملکیت زنان بالای زمین نفوذ و تاثیر ندارد.
- ریاست حقوق وزارت امور زنان میتوانند روند مالکیت زمین برای زنان را تسهیل کند ولی هیچ قدرتی جهت تطبیق قانون در اختیار ندارد.
- به منظور آگاهی دادن به زنان در مورد حقوق شان نسبت به داشتن ملکیت بالای زمین و استفاده از این حق در سطح محلی، لازم است تا پالیسی های قوی و ظرفیت تطبیق اینگونه پالیسی ها از جانب دولت ایجاد شود.

تاجران/ عمده فروشان (مندوی)

| سوالات تحقیق | فروشگاه میوه خشک حاجی گلا جان، کابل | فروشگاه میوه خشک محمد هاشم، کابل | شرکت حاجی پاینده محمد و پسران، کابل |
|---|--|--|--|
| محصولات، مارکیت های نهانی، مشتریان - آیا شما انگور تازه، کشمش و یا بادام می فروشید؟ - شما چه میفروشید، در کجا، و چه کسانی مشتری های شما اند (صادرات و یا بازار های داخلی)؟ - آیا شما به صادرکنندگان مواد بفروش میرسائید؟ چه مقدار؟ - آیا شما به کارخانجات پروسس کننده میوه جات بفروش میرسائید، چه مقدار؟ - آیا به مندوی میوه جات میفروشید؟ - آیا به پرچون فروشان میوه میفروشید؟ چه مقدار؟ - آیا در مندوی عمده فروشان بزرگ و | - تنها میوه خشک در فروشگاه او موجود میباشد. دکان ها و سوپرمارکیت ها و همچنان دکانداران از ولایات مشتریان او میباشدند. - نخیر، آنها تنها به مارکیت های محلی میوه میفروشند. - ۳۰ فیصد فروشات را کشمش و ۳۰ فیصد آنرا بادام تشکیل میدهد - هر دو محصول عاید خوبی بدست میدهد، درآمد بستگی به کیفیت محصول دارد. - جواب این پرسش را دقیق نمیداند، ولی فکر میکند بیشترین نفع را از بادام بدست می آورد. - بلی؛ وقتاً فوقتاً مشتریان بیشتری پیدا میکند | - آنها هر نوع میوه خشک را بفروش میرسائند. - نخیر، آنها مواد خود را از ولایات از طریق سوداگران/دلایان بدست می آورند. - ۴۰ فیصد فروشات را کشمش و ۳۰ فیصد آنرا بادام تشکیل میدهد. ایشان بادام خود را اکثراً به ایالات متحده امریکا صادر میکنند. - هر دو محصول درآمد خوبی دارد، که بستگی به کیفیت آن دارد. - معلومات ندارد. - بلی؛ وقتاً فوقتاً آنها مشتریان بیشتری از خانواده ها، ادارات دولتی و پرچون فروشان پیدا میکنند، به خصوص در ایام | - شرکت حاجی پاینده محمد و پسران یک شرکت خصوصی محلی و صادراتی پروسس میوه جات میباشد که توسط پدر کلان حاجی گل احمد ۱۰۰ سال پیش تاسیس گردیده است. این شرکت یکی از بزرگترین شرکت های پروسس میوه خشک و شرکت های صادراتی افغانستان میباشد. - این شرکت بیشترین مقدار میوه خشک و میوه های مغز دار به خصوص کشمش، پسته و بادام را به کشور های هند، پاکستان، روسیه و ترکیه صادر میکند. - این شرکت عضویت اتحادیه میوه جات خشک افغانستان را نیز دارا میباشد؛ مبلغ |

| سوالات تحقیق | فروشگاه میوه خشک حاجی گلا جان، کابل | فروشگاه میوه خشک محمد هاشم، کابل | شرکت حاجی پاینده محمد و پسران، کابل |
|---|---|---|--|
| <p>کوچک وجود دارد؟ آیا شما به عمده فروشان بزرگ مواد خود را بفروش می‌رسانید و یا به عمده فروشان کوچک و یا به هر دو؟</p> <p>- آیا شما به شرکت های آب میوه داخلی میوجات می‌فروشید؟ چه تعداد شرکت های آب میوه در اینجا وجود دارد؟</p> <p>- آیا کدام محصولی را وارد نیز می‌کنید؟</p> <p>- چند فیصد (تخمینی) فروشات شما را انگور، کشمش و بادام تشکیل می‌دهد؟</p> <p>- کدام محصول بلند ترین عاید را به شما می‌دهد؟</p> <p>- نفع خالص شما از فروش هر یک از این سه محصول چقدر است؟</p> <p>- آیا تقاضا برای انگور، کشمش و/یا بادام از سوی مشتریان رو به افزایش است؟ اگر چنین است، دلیل آنرا در چه می بینید؟</p> <p>- آیا تعداد مشتریان شما رو به افزایش است؟ اگر چنین است، دلیل آنرا در چه می بینید؟</p> <p>- آیا در مورد محصولات خود گاهی شکایتی دریافت می‌کنید؟</p> <p>- آیا فرصت های رو به رشد صادرات یکی از این سه محصول را تجربه کرده اید؟</p> | <p>عید ها و سال نو.</p> <p>-شکایت بدست نیاورده اند.</p> <p>-بلی، فرصت های صادرات کشمش، بادام و سایر میوه های مغز دار رو به افزایش است.</p> | <p>(پرچون فروشان و کارمندان دولت) مخصوصاً در جریان دو عید و سال نو مشتریان و خانواده های بیشتری به فروشگاه او مراجعه میکنند.</p> <p>-تا حال کدام شکایتی نگرفته ایم.</p> <p>-بلی، فرصت های رو به رشد صادرات کشمش، بادام، پسته و سایر میوه های مغز دار وجود دارد ولی امسال مارکیت با کمبود بادام برای صادرات مواجه است.</p> | <p>حق العضویت در این اتحادیه بر اساس مصارف سالانه اتحادیه تعیین میشود.</p> |
| <p>مواد</p> <p>-انگور، کشمش و بادام را از کجا بدست می‌آورید؟</p> <p>-آیا با تامین کنندگان مواد کدام توافقنامه مشخص دارید؟ آیا شما گاهی از نیروی کاری خود جهت برداشتن حاصلات زارعین استفاده کرده اید؟</p> <p>-آیا تولید کنندگان بزرگ انگور و یا بادام</p> | <p>-از ولایات پنجشیر، غزنی، سمنگان و کندهار از طریق دلال ها.</p> <p>-دلال ها محصولات خود را از ولایات دورتر تامین میکنند.</p> <p>-آنها از تولید کنندگان میخواهند تا برایشان میوه خشک تامین کنند.</p> <p>-آنها محصولات را از مردان و زنان مستقیماً خریداری مینمایند.</p> | <p>-آنها میوه خشک را از طریق دلال ها در ولایات پروان، پنجشیر، غزنی، سمنگان، لوگر، کندهار و هلمند خریداری مینمایند.</p> <p>-دلال ها محصولات خود را از ولایات دور تر تامین میکنند.</p> <p>-آنها از تولید کنندگان میخواهند تا میوه خشک با کیفیت بهتر را برای شان فراهم نمایند.</p> | <p>-آنها مواد خود را از ولایات غزنی، سمنگان، کندهار، هلمند، پروان، و لوگر تامین میکنند.</p> <p>-بلی، آنها از دلال ها و سایر افراد استفاده مینمایند: دلال ها محصولات را از ولایات دور تر تامین میکنند؛ دلال ها میوه خشک را از سوداگران در ولایات با توجه به کیفیت و نوع محصول</p> |

| سوالات تحقیق | فروشگاه میوه خشک حاجی گلا جان، کابل | فروشگاه میوه خشک محمد هاشم، کابل | شرکت حاجی پاینده محمد و پسران، کابل |
|---|--|---|--|
| <p>وجود دارد؟ چه تعداد؟</p> <p>- اینگونه تولید کنندگان/زارعین بزرگ محصولات خود را به چه کسی به فروش می‌رسانند؟ آیا آنها قبل از فروش، محصولات خود را کدام نوع پروسس میکنند؟</p> <p>- انگور تازه را چگونه پروسس میکنید و این کار را چه کسی انجام میدهد؟</p> <p>- آیا شما انگور تازه، کشمش و یا بادام را کدام نوع پروسس میکنید؟ چه نوع پروسس روی انگور تازه انجام میشود؟ آیا شما بسته بندی میکنید؟</p> <p>- آیا گاهی زارعین بشکل گروهی سفر میکنند تا محصولات خود را مستقیماً، خود در بازار بفروش برسانند؟</p> <p>- آیا زارعین نوع درست انگور و یا بادام را کشت میکنند - به عبارت دیگر، آیا آنها انواعی را که بیشترین تقاضا را دارند، کشت میکنند؟</p> <p>- آیا شما گاهی برای دهاقین و یا گروپ های دهاقین امکانات ترانسپورتهی مهیا کرده اید تا محصولات خود را به شما بیاورند؟</p> <p>- آیا شما گاهی از اشخاص میانجی و یا دلال استفاده میکنید؟ اگر بلی، چگونه از آنها استفاده میکنید؟</p> <p>- آیا دلال ها کدام نوع پروسس روی محصولات انجام میدهند؟ آیا آنها از منابع بیرونی در پروسس محصولات استفاده میکنند؟</p> <p>- آیا شما مستقیماً از زارعین مواد خود را خریداری میکنید؟ از مردان و یا از زنان؟</p> <p>- آیا شما در معامله با دهاقین زن و دهاقین مرد کدام تفاوتی می بینید؟</p> | <p>- آنها از زارعین زن و مرد بطور مستقیم خریداری میکنند. یک زن توت خشک و کلهچه را به یک عمده فروش به فروش رسانید.</p> <p>- نخیر، در معامله با زنان و یا مردان کدام تفاوتی وجود ندارد، ولی زنان تلاش میکنند میوه خود را به قیمت گزاف به فروش برسانند.</p> <p>- آنها امکانات ترانسپورتهی تامین نمیکند؛ سوداگران و زارعین خود مواد شان را انتقال میدهند.</p> <p>- بلی، ولی بعضی اوقات آنها به سبب خشک سالی با کمبود پول مواجه میشوند.</p> <p>- بلی، آنها از زارعین میخواستند که محصولات با کیفیت خوب که برای تولید کنندگان و فروشندگان بازار و نرخ خوبی دارد، برایشان بیاورد</p> <p>- بلی، آنها واقعاً روی محصولات با کیفیت تاکید مینمایند.</p> | <p>- نخیر، در معامله با زنان و مردان هیچ تفاوتی وجود ندارد.</p> <p>- نخیر، سوداگران و دهقانان محصولات را انتقال میدهند.</p> <p>- بلی، ولی بعضی اوقات به سبب خشک سالی با کمبود پول مواجه میشوند.</p> <p>- بلی، آنها واقعاً روی کیفیت محصولات شان تاکید مینمایند.</p> | <p>خریداری میکنند؛ و سوداگران میوه جات خشک را از زارعین زن و مرد در قریه جات و یا از مارکیت های ولایات خریداری میکنند.</p> <p>- سوداگران نیز برخی تاسیسات را برای خشک کردن کشمش به دهاقین فراهم میکنند.</p> <p>- امکانات ترانسپورتهی نیز توسط سوداگران و یا دلال ها فراهم میشود.</p> <p>- بلی، آنها مقادیر کافی کشمش دارند ولی اکثراً به دلیل کمبود تولیدات بادام در اطراف مملکت مقادیر کافی بادام در اختیار ندارند. در حال حاضر تقاضا برای بادام در بازار های بین المللی بسیار بالا میباشد ولی متأسفانه آنها نمیتوانند به این تقاضا پاسخ بگویند.</p> <p>- بلی، آنها واقعاً روی کیفیت محصولات و انواع مختلف محصولات مطابق تقاضای بازار های صادراتی تاکید مینمایند.</p> <p>- اکثراً، آنها از زنان در پروسس محصولات استفاده میکنند؛ در حال حاضر، به تعداد ۱۳۰ نفر زن در فابریکه پروسس آنها در تایمنی کار مینمایند.</p> <p>- دستمزد روزانه آنها ۱۰۰ افغانی در بدل هر خریطه ۵۰ کیلوئی میباشد.</p> <p>- پروسس اکثر اوقات شامل مراحل ذیل میشود:</p> <ol style="list-style-type: none"> ۱. شستن کشمش و خوب تکان دادن آن تا هر نوع مواد اضافی مثل ریگ، پارچه های سنگ و سایر اشیای کوچک از آن دور گردد. ۲. بعد از آن، زنان کشمش را با دست پاک میکنند. ۳. بعد از پاک کاری، زنان و مردان |

| شرکت حاجی پاینده محمد و پسران، کابل | فروشگاه میوه خشک محمد هاشم، کابل | فروشگاه میوه خشک حاجی گلا جان، کابل | سوالات تحقیق |
|--|--|---|--|
| <p>محصول را مطابق نیازمندی های صادراتی بسته بندی میکنند.</p> | | | <p>- آیا زار عین ویا سوداگران/عمده فروشان محصولات را برای شما انتقال میدهند؟ آیا شما مصارف/ وسایط ترانسپورتی را تامین میکنید؟ - آیا شما همیشه مقدار کافی مواد در اختیار دارید؟ اگر جواب منفی است، مواد بیشتر را از چه منابعی بدست می آورید؟ - آیا شما گاهی در رابطه به بازار، برای تامین کنندگان مواد معلومات ارائه میکنید - به خصوص معلومات در مورد اینکه چه محصولی را مشتریان بیشتر تقاضا دارند، کیفیت لازم آن و غیره معلومات؟</p> |
| <p>- بلی، شرکت آنها تجهیزات بسته بندی و بر چسب زنی (لبیلینگ) محصولات صادراتی را در اختیار دارد. - بلی، زنان پاک کاری، برچسب زنی، دسته بندی و درجه بندی را با دست انجام میدهند. - بلی، با دست و با استفاده از ماشین؛ اکثرآ زنان این کار را انجام میدهند. - تمام کار های بعد از برداشت محصولات را زنان انجام میدهند زیرا این کار "آسان" بوده و زنان به سادگی آنرا انجام داده میتوانند. - تنها مردان محصولات را انتقال میدهند ویا جابجا میکنند. - در افغانستان، تجهیزات موجود عبارت از ماشین آلات با کیفیت بسیار پائین ساخت چین میباشد. آنها چندان اطمینانی نسبت به خریداری و استفاده از این ماشین آلات ندارند بخصوص به این دلیل که اگر خراب شود دیگر امکان ترمیم آن وجود ندارد.</p> | <p>- بلی آنها پاک کاری، دسته بندی و بسته بندی میکنند. - بلی، با دست و با استفاده از ماشین آلات؛ اکثرآ زنان این کار را انجام میدهند. - زنان در بدل هر خریطه کوچک ۵۰ کیلوئی که آنرا پاک کاری، دسته بندی، درجه بندی و بسته بندی میکنند، مبلغ ۱۰۰ افغانی بدست می آورند. مردان کار انتقال و جابجائی محصولات را انجام میدهند</p> | <p>- بلی آنها محصولات را پاک کاری، درجه بندی، دسته بندی و بسته بندی میکنند. - بلی، با دست، اکثرآ توسط زن ها. - زنان در بدل هر خریطه کوچک ۵۰ کیلوئی که آنرا پاک کاری، دسته بندی، درجه بندی و بسته بندی میکنند، مبلغ ۱۰۰ افغانی بدست می آورند. مردان کار انتقال و جابجائی محصولات را انجام میدهند. - بعضی اوقات آنها این کار را با استفاده از دستگاه ها در فابریکه پروسس پلچرخ انجام میدهند که فابریکه مذکور ظرفیت پروسس نمودن مقدار زیاد (۱۰۰ تن) را دارد.</p> | <p>تکنالوژی و شیوه ها - آیا شما کدام فعالیتی بعد از برداشت محصول و یا کدام نوع پروسس از قبیل پاک کاری، دسته بندی ویا بسته بندی انجام میدید؟ - اگر بلی، آیا آنرا با دست انجام میدید؟ - چه نوع فعالیت های پروسس انجام داده میشود؟ آیا ساقه ها جدا ساخته میشود؟ - در این فعالیت های بعد از برداشت محصول، کدام فعالیت ها بطور عموم توسط زن ها و کدام فعالیت ها توسط مرد ها انجام داده میشود؟ - آیا شما در تجارت خود از کدام تکنالوژی ویا تجهیزات استفاده میکنید؟ اگر بلی، از چه استفاده میکنید؟</p> |

| شرکت حاجی پاینده محمد و پسران، کابل | فروشگاه میوه خشک محمد هاشم، کابل | فروشگاه میوه خشک حاجی گلا جان، کابل | سوالات تحقیق |
|---|--|---|--|
| <p>- آنها و یا کارمندان انات شان در هیچ نوع برنامه آموزشی از جانب دولت و یا موسسات غیر دولتی اشتراک نکرده اند.</p> | | | |
| <p>- قبل از همه، آنها تقاضا و نرخ ها را در مارکیت های داخلی و بین المللی ارزیابی میکنند؛ نرخ با توجه به هزینه ها تعیین میشود؛ بعد از آن، آنها نفع خود را براساس وضعیت بازار آزاد محاسبه میکنند.</p> <p>- آنها معلومات در مورد بازار را از مندوی نیز بدست می آورند؛ اتحادیه نیز در مورد مارکیت ها، هزینه ها و نرخ ها برای ایشان معلومات فراهم میکند.</p> <p>- ترانسپورت مسئولیت تامین کنندگان مواد میباشد.</p> <p>- بادام، پسته و جلغوزه صادراتی بهترین نرخ را دارند.</p> <p>- این شرکت بادام و پسته با کیفیت عالی را که بشکل درست پوست شده، پاک شده و دسته بندی شده باشد برای صادرات خود میخواهد.</p> <p>- دلال ها/سوداگران اکثراً محصولات پروسس نشده را خریداری کرده و بعضی اوقات محصولات باکیفیت و بی کیفیت را باهم مخلوط میکنند.</p> <p>- نرخ ها: دلال هر کیلو گرام مغز بادام را از سوداگران ولایات در بدل ۳۵۰ الی ۴۰۰ افغانی خریداری میکنند؛ عین محصول را دلال به قیمت ۴۰۰ الی ۵۰۰ افغانی به صادر کنندگان به فروش میرساند.</p> <p>- دلال ها اکثراً مستقیماً به مارکیت های ولایات و یا سوداگران در ولایات رفته و میوه خشک را خریداری میکنند.</p> | <p>-نرخ گذاری از طرف شاروالی تعیین میشود.</p> <p>-نخیر، بازار آزاد است، آنها نرخ را خود شان تعیین میکنند.</p> <p>-بلی، اگر محصولات کیفیت خوب داشته باشد، به خصوص بادام و کشمش.</p> <p>-بلی، آنها میتوانند محصولات با کیفیت عالی را در اینجا در کابل به فروش برسانند، زیرا شرکت های افغانی و خارجی کیفیت بالا را ترجیح میدهند.</p> <p>-در ایام عید و در سال نو تقاضا افزایش یافته و نرخ ها نسبتاً خوب میباشد.</p> | <p>-نرخ ها در بازار آزاد ثابت بوده و نیز بستگی به کیفیت محصولات دارد.</p> <p>-بلی، اگر کیفیت خوب داشته باشند، به خصوص بادام و کشمش.</p> <p>-بلی، آنها میتوانند محصولات با کیفیت عالی را در اینجا در کابل به فروش برسانند، زیرا شرکت های افغانی و خارجی کیفیت بالا را ترجیح میدهند.</p> <p>-در ایام عید و در سال نو تقاضا افزایش یافته و نرخ ها نسبتاً خوب میباشد.</p> | <p>توزیع، نرخ گذاری و موسم</p> <p>-معلومات در مورد بازار (چگونه، چه کسی، چه وقت) شما نرخ گذاری را چگونه تعیین میکنید؟</p> <p>-کدام محصولات نرخ بلند تری دارد؟ آیا انواع مشخص بادام، انگور و کشمش وجود دارد که نوع گرانها قلمداد شود؟</p> <p>-آیا زارعین و یا سوداگران/عمده فروشان محصولات با کیفیت خود را با نرخ بلند تری به شما به فروش میرسانند؟ آیا شما میتوانید محصولات با کیفیت را با قیمت بلند تر به فروش برسانید؟</p> <p>-آیا در کدام اوقات مشخص سال تقاضا بیشتر/کمتر میباشد؟ چرا؟</p> |

| شرکت حاجی پاینده محمد و پسران، کابل | فروشگاه میوه خشک محمد هاشم، کابل | فروشگاه میوه خشک حاجی گلا جان، کابل | سوالات تحقیق |
|--|---|---|--|
| <p>-تمام ذخایر اموال خود را بشکل نقدی خریداری میکنند ولی بعضی اوقات مطابق درخواست سوداگران/ دلال ها به آنها طور پیشکی پول میدهند؛ همچنان به سوداگران/دلال ها بطور هفته وار ویا ماهوار پول پرداخت میکنند.</p> <p>-سیستم غیر رسمی؛ به سوداگران/ دلال ها پول پرداخت میکنند؛ آنها در سرمایه گذاری خود از پول خود استفاده میکنند.</p> <p>-هیچگاه از بانک قرضه نمی گیرند، زیرا سود گرفتن از قرضه در اسلام حرام است. اگر به آنها قرضه بدون سود داده شود، آنرا خواهند گرفت؛ در غیرآن هیچگاه نمیخواهند قرضه بیگیرند.</p> <p>-آنها پول خود را در بانک های مختلف در افغانستان و کشور های خارجی نگهداری میکنند ولی با بانک ها و سایر منابع مالی هیچ نوع معامله ی جهت دریافت مفاد ندارند.</p> | <p>-بلی پول نقد.</p> <p>-سیستم غیر رسمی قرضه؛ به زارعین و سوداگران طور پیشکی پول میدهند.</p> <p>-آنها به سوداگران بطور هفته وار زمانیکه محصولات را می آورند پول پرداخت میکنند.</p> | <p>-بلی، پول نقد.</p> <p>-هیچگاهی آنها از بانک قرضه نمیگیرند، زیرا این کار در اسلام مجاز نمیباشد.</p> <p>-سیستم غیر رسمی قرضه (کریدیت)؛ به زارعین و سوداگران طور پیشکی پول میدهند.</p> <p>-آنها به سوداگران بطور هفته وار زمانیکه محصولات را می آورند پول پرداخت میکنند.</p> | <p>تامین وجوه مالی</p> <p>-آیا شما خرید/فروش را بشکل نقدی انجام میدید؟</p> <p>-چه نوع روش های مالی موجود بوده و تا چه حد روش های مالی (رسمی، غیر رسمی، نهاد های مالی کوچک، سیستم ها بانکی) قابل دسترس میباشند؟</p> <p>-آیا شما به کسی اعتبار مالی میدید ویا با استفاده از اعتبار مالی خریداری میکنید؟</p> <p>-چه شرایط در این خصوص وجود دارد؟</p> <p>-آیا گاهی شما به تامین کنندگان مواد طور پیشکی پول پرداخت میکنید؟</p> |
| <p>-بلی، در کابل اتحادیه صادر کنندگان میوه خشک وجود دارد. مصارف سالانه اتحادیه را اعضای آن مشترکاً پرداخت مینمایند. کدام حق العضویت ماهانه وجود نمی پردازند.</p> <p>-این اتحادیه داری ۲۰ الی ۲۵ عضو میباشد.</p> <p>-کدام تاجر و یا زن صادر کننده در اتحادیه آنها عضویت ندارد.</p> <p>-بلی آنها علاقمند خرید مواد خود از شرکت های تحت اداره زنان میباشند.</p> | <p>-بلی، اتحادیه عمده فروشان میوه خشک از اعضای خود ماهانه مبلغ ۲۰ افغانی حق العضویت اخذ مینماید.</p> <p>-بعضی دهاقین زن وجود دارد، ولی این شرکت عمدتاً با مردان معامله میکند زیرا زنان اجازه ندارند تا با مردان در ارتباط به محصولات خود گفتگو کنند.</p> <p>-بلی، آنها خواهش خرید از انجمن های زنان ویا از زنان انفرادی را دارند.</p> | <p>-اتحادیه عمده فروشان میوه خشک از اعضای خود ماهانه مبلغ ۲۰ افغانی اخذ مینماید.</p> <p>-بعضی دهاقین زن وجود دارد، ولی این شرکت عمدتاً با مردان معامله میکند زیرا زنان اجازه ندارند تا با مردان در ارتباط به محصولات خود گفتگو کنند.</p> <p>-بلی، آنها خواهش خرید از انجمن های زنان ویا از زنان انفرادی را دارند.</p> | <p>سطح همکاری</p> <p>-آیا بین تامین کنندگان مواد، انجمن هائی وجود دارد؟ این انجمن ها چگونه تشکیل شده اند؟ آیا در میان این انجمن ها، انجمن زنان نیز وجود دارد؟</p> <p>-اگر محصولات را از زنان و یا انجمن های زنان خریداری کنید، تفاوت های کلیدی در معامله با زنان نسبت به مردان را در چه می بینید؟</p> <p>-آیا شما علاقه به خریداری مواد خود از انجمن ها/گروپ های زنان دارید؟</p> |
| <p>-آنها در ذخیره/نگهداری محصولات مشکلات دارند؛ امکانات پروسس (ماشین آلات و تکنالوژی و همچنان امکانات مالی) محصولات را ندارند؛ مالیات بالای محصولات آنها زیاد بوده و مارکیت های</p> | <p>-آنها در ذخیره/نگهداری محصولات مشکلات دارند؛ امکانات پروسس (ماشین آلات و تکنالوژی و همچنان امکانات مالی) محصولات را ندارند؛ مالیات بالای محصولات آنها زیاد بوده و مارکیت های</p> | <p>-آنها در ذخیره/نگهداری محصولات مشکلات دارند؛ امکانات پروسس (ماشین آلات و تکنالوژی و همچنان امکانات مالی) محصولات را ندارند؛ مالیات بالای محصولات آنها زیاد بوده و مارکیت های</p> | <p>موانع و فرصت ها</p> <p>-کدام موانع و فرصت ها را فرا راه خود می بینید (زنجیره های ارزش امیدوار کننده)؟</p> <p>-مشکلات عمده در رشد تجارت شما چه</p> |

| سوالات تحقیق | فروشگاه میوه خشک حاجی گلا جان، کابل | فروشگاه میوه خشک محمد هاشم، کابل | شرکت حاجی پاینده محمد و پسران، کابل |
|--|---|---|---|
| <p>است؟</p> <p>- آیا در مارکیت های موجود رشد را می بینید؟ در مارکیت های جدید چطور؟</p> <p>- کدام زنجیره ارزش پوتانسیل بیشترین رشد از ناحیه این سه محصول را دارد؟</p> <p>- آیا کدام ساحه خاصی وجود دارد که به نظر شما در آن عرصه، زارعین به کمک نیاز داشته باشند؟</p> | <p>صادراتی اندکی در اختیار شان است.</p> <p>- بلی، مارکیت به تدریج در حال رشد است.</p> <p>- در زنجیره ارزش بادام رشد و ترقی وجود دارد.</p> <p>- بلی، ماشین آلات، تکنالوژی، جابجائی، پروسس و بازاریابی.</p> <p>صادراتی اندکی در اختیار شان است.</p> <p>- بلی، مارکیت وقتاً فوقتاً در حال رشد است.</p> <p>- در زنجیره ارزش بادام رشد و ترقی وجود دارد.</p> <p>- بلی، ماشین آلات، تکنالوژی، جابجائی، پروسس و بازاریابی</p> <p>- مشکل از ناحیه بادام های تلخ و شیرین که باهم مخلوط ساخته شده اند، نیز وجود دارد.</p> <p>- بازار صادرات به هند، پاکستان، و ترکیه رو به رشد است.</p> | <p>صادراتی اندکی در اختیار شان است.</p> <p>- بلی، مارکیت به تدریج در حال رشد است.</p> <p>- در زنجیره ارزش بادام رشد و ترقی وجود دارد.</p> <p>- بلی، ماشین آلات، تکنالوژی، جابجائی، پروسس و بازاریابی.</p> <p>صادراتی اندکی در اختیار شان است.</p> <p>- بلی، مارکیت وقتاً فوقتاً در حال رشد است.</p> <p>- در زنجیره ارزش بادام رشد و ترقی وجود دارد.</p> <p>- بلی، ماشین آلات، تکنالوژی، جابجائی، پروسس و بازاریابی</p> <p>- مشکل از ناحیه بادام های تلخ و شیرین که باهم مخلوط ساخته شده اند، نیز وجود دارد.</p> <p>- بازار صادرات به هند، پاکستان، و ترکیه رو به رشد است.</p> | <p>مالی عمده ترین موانع میباشند. مالیات بلند و مارکیت های صادراتی محدود دیگر مشکلاتی است که در برابر فرصت های کاری آنها قرار دارد.</p> <p>- بلی، مارکیت بادام، پسته و چارمغز به تدریج در حال رشد است؛ بازار کشمش امسال بسیار کم رونق میباشد.</p> <p>- بلی، مشکلات از ناحیه ماشین آلات، تکنالوژی و بازاریابی برای صادرات وجود دارد.</p> <p>- مشکل از ناحیه بادام های تلخ و شیرین که باهم مخلوط ساخته شده اند، نیز وجود دارد.</p> <p>- بازار صادرات به هند، پاکستان، و ترکیه رو به رشد است.</p> |
| <p>جنر</p> <p>- آیا زنان تاجرو وجود دارد؟ اگر تعداد آنها کم است ویا هیچ وجود ندارد، دلیل آن چه است؟</p> <p>- آیا زنان با شما کار میکنند و یا در این بخش تجارت فعالیت دارند؟</p> <p>- آیا در این ساحه، کدام شرکت عمده فروشی که توسط زنان اداره شود، وجود دارد؟ آیا زنان مالک اینگونه شرکت ها نیز هستند، ویا اینگونه شرکت ها متعلق به خانواده میباشد؟</p> <p>- آیا کدام وقت دولت ویا سایر موسسات غیر دولتی با شما در قسمت بازاریابی کمک کرده اند؟</p> <p>- به نظر شما، برای زنان این امکان وجود دارد که در بخش تولید، پروسس، و بازاریابی انگور، کشمش و بادام بیشتر سهیم شوند. زنان چه کاری باید بکنند که این وضعیت را بهتر بسازند؟</p> <p>- به نظر شما دهاقین زن و مرد در کار</p> | <p>- زنان تاجر هیچ وجود ندارد. فقط تعداد محدودی از زنان به بازار آمده و محصولات خود را به فروش میرسانند.</p> <p>- بلی، زنان در بخش پاک کاری، دسته بندی، درجه بندی، و بسته بندی محصولات کار میکنند.</p> <p>- زنان به اینجا آمده و در صحن بازار برای آنها کار میکنند.</p> <p>- زنان کارگر توسط زنانیکه که برای عمده فروشان کار میکنند، اداره میشوند.</p> <p>- دولت و موسسات غیر دولتی برای آنها کمک مالی میکند.</p> <p>- زنان نسبت به مردان با چالش های بیشتری مواجه هستند، بر اساس باورهای فرهنگی.</p> <p>- بلی، زنان میتوانند در تمام فعالیت ها شرکت کنند.</p> | <p>- زنان تاجر هیچ وجود ندارد. فقط تعداد محدودی از زنان به بازار آمده و محصولات خود را به فروش میرسانند.</p> <p>- بلی، آنها در بخش پاک کاری، دسته بندی، درجه بندی و بسته بندی محصولات کار میکنند.</p> <p>- زنان به اینجا آمده و برای صادر کننده ها و عمده فروشان کار میکنند.</p> <p>- بلی، البته که زنان هر کار را انجام داده میتوانند، ولی بدبختانه بسیاری از خانواده ها به زنان خود اجازه نمیدهند که تجارت کنند.</p> <p>- نخیر، دولت ویا موسسات غیر دولتی هیچگاهی با آنها کمک مالی نکرده است.</p> <p>- با توجه به موانع فرهنگی، زنان نسبت به مردان با چالش های بیشتری مواجه هستند.</p> <p>- بلی، زنان میتوانند در تمام فعالیت های بازار سهم گیرند اگر جامعه و خانواده هایشان به آنها اجازه دهد که در بخش تجارت کار کرده ویا مالک شرکت های</p> | <p>- به تعداد ۱۳۰ نفر زن در فابریکه پروسس میوه جات آنها کار میکنند که همه آنها موظف به پروسس میوه خشک میباشند.</p> <p>- " در واقع زنان قدرت تصمیم گیری ندارند و مردان به آنها اجازه نمی دهند که در تجارت سهم بگیرند ویا تجارت شخصی خود را آغاز نمایند" (مالک شرکت).</p> <p>- البته، زمانیکه آنها تقاضای صادرات بیشتر بدست بیاورند به محصولات بیشتر ضرورت پیدا میکنند. در آن صورت، شرکت به زنان بیشتر نیاز خواهد داشت تا میوه خشک بیشتر را پروسس کنند.</p> |

| | | | |
|--|-------------------------------------|----------------------------------|-------------------------------------|
| سوالات تحقیق | فروشگاه میوه خشک حاجی گلا جان، کابل | فروشگاه میوه خشک محمد هاشم، کابل | شرکت حاجی پاینده محمد و پسران، کابل |
| خود با عین چالش ها مواجه هستید؟ چرا ویا چرانی؟ | تجارتی خود شوند. | | |

عمده فروشان/ تاجران (ادامه)

| سوالات تحقیق | شرکت حاجی ابراهیم، کابل | میوه جات خشک حاجی نصیر | نجابت حیدری لمیتد. کمیشن کاران میوه خشک، کابل |
|--|---|--|---|
| <p>محصولات، مارکیت های نهانی، مشتریان</p> <p>- آیا شما انگور تازه ، کشمش ویا بادام می فروشید؟</p> <p>- شما چه میفروشید، در کجا، و چه کسانی مشتری های شما است (صادرات ویا بازار های داخلی)؟</p> <p>- آیا شما به صادرکنندگان مواد بفروش میرسانید؟ چه مقدار؟</p> <p>- آیا شما به کارخانجات پروسس کننده میوه جات بفروش میرسانید، چه مقدار؟</p> <p>- آیا به مندوی میوه جات میفروشید؟</p> <p>- آیا به پرچون فروشان میوه میفروشید؟ چه مقدار؟</p> <p>- آیا در مندوی عمده فروشان بزرگ و کوچک وجود دارد؟ شما به عمده فروشان بزرگ مواد خود را بفروش میرسانید ویا به عمده فروشان کوچک ویا به هر دو؟</p> <p>- آیا شما به شرکت های آب میوه داخلی میوجات میفروشید؟ چه تعداد شرکت های آب میوه در اینجا وجود دارد؟</p> <p>- آیا کدام محصولی را نیز وارد میکنید؟</p> <p>- چند فیصد (تخمینی) فروشات شما را انگور، کشمش و بادام تشکیل میدهد؟</p> <p>- کدام محصول بلند ترین عاید را به شما میدهد؟</p> <p>- نفع خالص شما از فروش هریک از این سه محصول چقدر است؟</p> | <p>- این شرکت بادام، کشمش، پسته، زرد آلو خشک، نخود پخته، خسته زرد آلو، زیتون خشک روسی، چارمغز، خرما، آلوبالو خشک، و سایر محصولات را به فروش میرساند. آنها به پرچون فروشان، دست فروشان که کراچی دارند و مشتریان انفرادی مواد را به فروش میرسانند. آنها واردات و صادرات ندارد. آنها بادام وارداتی را از عمده فروشان بزرگ که آنرا وارد میکنند، خریداری مینمایند.</p> <p>- ۳۰ فیصد فروشات آنها را بادام و ۴۰ فیصد آن را کشمش تشکیل میدهد.</p> <p>- بیشترین مفاد را از چارمغز بدست می آورند؛ در حال حاضر در بازار تقاضا برای چارمغز بسیار بالا است.</p> <p>- تقاضا برای بادام سیر نزولی دارد در حالیکه تقاضا برای چارمغز و کشمش در حال افزایش است. چون بادام چرب میباشد برای صحت خوب نمیشود ولی از چارمغز به حیث دوا استفاده میشود تا چربی خون را کاهش دهد. چارمغز نسبت به بادام ارزان تر بوده و اقشار مختلف مشتریان توان خریداری آنرا دارند.</p> <p>- تعداد مشتریان نسبت به گذشته در حال افزایش است که برخی از دلایل آن علاوه بر سایر دلایل قرار ذیل است: دهاقین اینجا هستند؛ موسسات غیر دولتی نیز اینجا هستند؛ موسسات غیر دولتی محصولات را</p> | <p>- آنها به مارکیت های داخلی و صادراتی مواد میفروشند.</p> <p>- کدام محصولی را وارد نمی کنند؟ ۹۰ فیصد فروشات آنها را بادام و بقیه را کشمش، و سایر میوه جات خشک و مساله جات تشکیل میدهد.</p> <p>- بادام بیشترین عایدات را بدست میدهد.</p> <p>- او حد اقل ۱۰ الی ۱۵ فیصد مفاد از فروشات خود بدست می آورد.</p> <p>- بلی، تقاضا برای میوه خشک در حال افزایش است و مشتریان بیشتری از هند و پاکستان به اینجا میآیند.</p> <p>- هیچ شکایتی دریافت نکرده ام، زیرا محصولات ما دارای کیفیت خوب بوده و مطابق خواهش مشتری میباشد.</p> <p>- بلی، تقاضا برای صادرات بادام و کشمش در حال افزایش است.</p> | <p>- آنها تمام انواع میوه جات تازه از قبیل انگور، انار، زرد آلو، خربوزه، سیب، آلوبالو، و غیره را به فروش میرسانند. مشتریان آنها از هند، پاکستان، امارات متحده عرب، و همچنان پرچون فروشان شهر کابل می باشد.</p> <p>- حدود ۳۰ فیصد فروشات شان را انگور تشکیل میدهد، ولی در مورد مقدار آن اطمینان ندارند زیرا بستگی به بازار در داخل و خارج افغانستان دارد.</p> <p>- این شرکت روزانه به مقدار ۶۴۴ تن میوه تازه به بازارهای داخل و خارج از افغانستان عرضه میکند.</p> <p>- آنها مفاد خالص ماهانه خود را مشخص نکردند.</p> <p>- بلی، به اساس تجارب آنها، تقاضا برای انگور و خربوزه نسبت به سال گذشته در حال افزایش است.</p> <p>- بلی، آنها شکایات بدست می آورند و بعضی اوقات مشتریان تولیدات آنها را رد میکنند.</p> <p>- بلی آنها رشد بازار مخصوصاً بازار کشمش برای مصارف داخلی و مقاصد صادراتی را تجربه کرده اند. سال گذشته، آنها در تجارت انگور به علت نبود تاسیسات حفظ و نگهداشت انگور، ضرر نمودند.</p> <p>- تذکر: بطور روزانه آنها ۳۵ تن انگور</p> |

| سولات تحقیق | شرکت حاجی ابراهیم، کابل | میوه جات خشک حاجی نصیر | نجات حیدری لمیتد. کمیشن کاران میوه خشک، کابل |
|--|---|--|---|
| <p>- آیا تقاضا برای انگور، کشمش و/یا بادام از سوی مشتریان رو به افزایش است؟ اگر چنین است، دلیل آنرا شما در چه می بینید؟</p> <p>- آیا تعداد مشتریان شما رو به افزایش است؟ اگر چنین است، دلیل آنرا شما در چه می بینید؟</p> <p>- آیا در مورد محصولات خود گاهی شکایتی دریافت میکنید؟</p> <p>- آیا فرصت های رو به رشد صادرات یکی از این سه محصول را تجربه کرده اید؟</p> | <p>خریداری میکنند، یک تعداد از تاجران به کابل می آیند تا مواد غذایی از جمله میوه خشک خریداری کنند؛ از کشمش و بادام بطور وافر در کیک، کله و سایر شیرینی ها استفاده میشود.</p> <p>- آنها از مشتریان شکایات بدست می آورند، به خصوص در مورد تلخ بودن خسته زرد آلو. آنها بالای عرضه کنندگان مواد اعتماد داشته و محصولاتی را که آنها می آورند، بررسی نمی کنند. لذا زمانیکه مشتریان آنرا رد میکنند، در بدل آن به ایشان چیزی دیگری داده میشود. آنها همیشه تقاضای مشتریان را مد نظر میگیرند.</p> <p>- آنها از فرصت های صادراتی استفاده نمی کنند.</p> | <p>را مستقیماً از تاجیکستان به پاکستان می فرستند.</p> <p>- تقاضا برای انگور افغانستان در سطح جهان وجود دارد ولی وزارت زراعت و مالداري ظرفیت اداره و پاسخگویی به همه این نیازمندی ها را ندارد.</p> <p>- شرکت نجات حیدری لمیتد همه روزه به مقدار ۶۴۴ تن میوه خشک به پرچون فروشان و تاجران در داخل مملکت توزیع میکند.</p> <p>- از تمام شرکت های موجود در این مارکیت، ۱۰۰۰۰۰ کریت (هرکدام ۱۴ کیلوگرام وزن دارد) میوه به سایر کشور ها صادر میشود.</p> <p>- در این مارکیت، اتحادیه متشکل از ۵۰ صادر کننده/وارد کننده وجود دارد که کار پروسس میوه جات را نیز انجام میدهند.</p> <p>- مشهور ترین تاجران این مارکیت حاجی خوانی، حاجی شیر آغا، حاجی حکیم، و حاجی نجات میباشند.</p> <p>- آنها ماهانه مبلغ ۲۰۰ افغانی به اتحادیه پرداخت میکنند.</p> <p>- هر روز، به مقدار ۱۰۵۰ تن میوه تازه، که ۳۰ فیصد آنرا انگور تشکیل میدهد، از ولایات جلال آباد، کندز، پروان و کندهار به این مارکیت وارد میشود که بعداً آنرا به پرچون فروشان عرضه میکنند.</p> | <p>مواد</p> <p>- انگور، کشمش و بادام را از کجا بدست می آورید؟</p> <p>- آیا با تامین کنندگان مواد کدام توافقنامه مشخصی دارید؟ آیا شما گاهی از</p> |
| <p>- آنها مواد خود را از ولایات پروان، کندهار، کابل، و کندز تامین میکنند. آنها مواد خود را از تاجیکستان و پاکستان نیز تامین میکنند.</p> <p>- آنها با تولید کنندگان معاملات خاصی</p> | <p>- آنها مواد خود را از ولایات سمنگان، کندز، جوزجان و مزار تامین میکنند.</p> <p>- آنها مستقیماً از دهاقین ویا کمیشن کاران آنها خریداری میکنند. زمانیکه خود مستقیماً به دهاقین مراجعه کنند، مبلغ</p> | <p>- مواد خود را از ولایات سمنگان، کندز، جوزجان و مزار تامین میکنند.</p> <p>- آنها مستقیماً از دهاقین ویا کمیشن کاران آنها خریداری میکنند. زمانیکه خود مستقیماً به دهاقین مراجعه کنند، مبلغ</p> | <p>- آنها مواد خود را از ولایات پروان، کندهار، کابل، و کندز تامین میکنند. آنها مواد خود را از تاجیکستان و پاکستان نیز تامین میکنند.</p> <p>- آنها با تولید کنندگان معاملات خاصی</p> |

| نجات حیدری لمیتد. کمیشن کاران میوه خشک، کابل | میوه جات خشک حاجی نصیر | شرکت حاجی ابراهیم، کابل | سوالات تحقیق |
|---|---|--|--|
| <p>دارند. شرایط خود را به تولید کنندگان گفته و با کارگرانی که خود استخدام میکنند، مستقیماً به مزارع رفته حاصل برداری، دسته بندی، درجه بندی کرده و محصول را در کارتن های (۱۰ کیلوئی) و کریت های (۱۴ کیلوئی) بسته بندی میکنند. کارتن ها و کریت ها لیبل زده شده و برای صادرات آماده میشوند.</p> <p>- آنها به هر کارگر/پروسس کننده روزانه مبلغ ۴۰۰ افغانی میدهند. همه چیز در سطح محلات پروسس میشود. در این کار هیچ زن دخیل نمیباشد، به استثنای تاجیکستان که زمانیکه از آنجا انگور خریداری میکنند، زنان آنرا پروسس، پاک کاری، دسته بندی و درجه بندی میکنند.</p> <p>- از دلال ها استفاده نمیکنند، چون خودشان مستقیماً از دهاقین خریداری میکنند. در جریان خریداری، هیچ زن دخیل نمیباشد.</p> <p>- زمانیکه به مزارع جهت جمع آوری محصولات سفر میکنند، مصارف مسافرت شان را خود پرداخت میکنند.</p> <p>- آنها مواد کافی در اختیار دارند ولی بعضی اوقات خشکسالی، آفات زراعتی، ویا ختم فصل محصول برداری سبب کاهش انبار های آنها میشود که در آن صورت از سایر عرضه کنندگان مواد خریداری مینمایند.</p> <p>- آنها در مورد بازار به دهاقین معلومات میدهند. همه دهاقین تلیفون موبایل دارند و ارتباطات به سادگی تأمین میگردد.</p> <p>- مشتریان بهترین نوع میوه جات را که به خوبی بسته بندی و پاک کاری شده و</p> | <p>خوبی به آنها پرداخت میکنند، برخلاف کمیشن کاران که به قیمت نازل از دهاقین میوه خریداری میکنند. اگر از سوداگران خریداری شود، ارزانتر تمام میشود نسبت به اینکه مستقیماً از دهاقین خریداری شود.</p> <p>- برخی از دهاقین از سایر ولایات به مزار می آیند تا خود مستقیماً محصولات شان را بفروش برسانند. اگر دهاقین خود شان مراجعه کنند، مصارف ترانسپورتنی را خودشان می پردازند. بلی آنها از کمیشن کاران استفاده میکنند تا محصولات را از دهاقین خریدای نمایند، زیرا نرخ آنها پائین میباشد. کمیشن کاران مواد را از دهاقین خریداری نموده و با مفاد اندک آنرا به فروش میرسانند.</p> <p>- آنها از مردان و زنان خریداری میکنند، اگر محصولات آماده داشته باشند.</p> <p>اکثراً مواد کافی در اختیار دارند. اگر به مواد بیشتر ضرورت شود، با کمیشن کاران خود صحبت میکنند تا مواد بیشتر برایشان تأمین کنند.</p> <p>بلی، آنها در مورد بازار به دهاقین و کمیشن کاران معلومات میدهند تا ایشان بدانند که مشتریان چه میخواهند و به چه کیفیتی ضرورت میباشد.</p> | <p>برای عرضه کنندگان بیان میکنند. ولی آنها در موقی قرار ندارند که فعالیت های عرضه کنندگان مواد را بهبود بخشند.</p> <p>- آنها پروسس کننده هستند. آنها بوری های ۵۶ کیلوگرامی میوه خشک را خریداری نموده سپس زنان را استخدام میکنند تا آن را پاک کاری نمایند که در مقابل هر بوری مبلغ ۱۰۰ افغانی ویا روزانه (از هشت صبح الی ۴ عصر) مبلغ ۱۴۰ الی ۱۵۰ افغانی (همراه با چای صبح و نان چاشت) برای زنان پرداخت میکنند.</p> <p>زمانیکه میوه پاک شده، دسته بندی و درجه بندی میشود، آنرا به ساحه پلچرخ انتقال میدهند که در آنجا آنها با استفاده از ماشین آلات خود آنرا در بسته ها با سایز های مختلف بسته بندی مینمایند. تمام پروسس کنندگان زنان هستند.</p> <p>- بعضی اوقات مواد را مستقیماً از دهاقین در پروان خریداری میکنند، ولی نه از زنان.</p> <p>- آنها بادام و کشمش پروسس شده را از زنان در غرب کابل (زنان هزاره) خریداری میکنند. آنها میوه را خریداری نموده و بعد از پاک کاری آن (در بدل ۱۰ الی ۲۰ افغانی فی کیلوگرام)، آنرا به فروش میرسانند. ولی این مبلغ برای تکمیل نمودن مواد کافی نمیباشد.</p> <p>- هیچ تفاوتی در معامله با زنان و مردان وجود ندارد.</p> <p>- آنها امکانات ترانسپورتنی برای تأمین کننده گان مواد و پروسس کننده ها تأمین نمی کنند.</p> <p>- مواد به اندازه کافی در اختیار دارند ولی زمانیکه وضعیت اقلیمی تغییر کند و خشک سالی بوجود بیاید مشکلاتی بوجود می آید.</p> | <p>نیروی کاری خود جهت محصول برداری حاصلات زارعین استفاده کرده اید؟</p> <p>- آیا تولید کنندگان بزرگ انگور ویا بادام وجود دارند؟ چه تعداد؟</p> <p>- این تولید کنندگان/زارعین بزرگ محصولات خود را به چه کسی به فروش میرسانند؟ آیا آنها قبل از فروش، محصولات خود را کدام نوع پروسس میکنند؟</p> <p>- انگور تازه چگونه پروسس میشود و این کار را چه کسی انجام میدهد؟</p> <p>- آیا شما انگور تازه، کشمش ویا بادام را کدام نوع پروسس میکنید؟ چه نوع پروسس روی انگور تازه انجام میشود؟ آیا شما بسته بندی میکنید؟</p> <p>- آیا گاهی زارعین بشکل گروهی سفر میکنند تا محصولات خود را مستقیماً، خود شان در بازار بفروش برسانند؟</p> <p>- آیا زارعین نوع درست انگور ویا بادام را کشت میکنند - به عبارت دیگر، آیا آنها انواعی را که بیشترین تقاضا را دارند، کشت میکنند؟</p> <p>- آیا شما گاهی برای دهاقین و یا گروپ های دهاقین امکانات ترانسپورتنی مهیا میکنید تا محصولات خود را به شما بیاورند؟</p> <p>- آیا شما گاهی از اشخاص میانجی ویا دلالان استفاده میکنید؟ اگر بلی، چگونه از آنها استفاده میکنید؟</p> <p>- آیا دلال ها کدام نوع پروسس روی محصولات انجام میدهند؟ آیا آنها از منابع بیرونی در پروسس محصولات استفاده میکنند؟</p> |

| نجات حیدری لمیتد. کمیشن کاران میوه خشک، کابل | میوه جات خشک حاجی نصیر | شرکت حاجی ابراهیم، کابل | سوالات تحقیق |
|--|---|---|---|
| تازه و مطبوع باشند، تقاضا میکنند . | | <p>-آفات به ندرت به عرضه مواد آسیب میرساند. فقط به عرضه کنندگان مواد در دیگر ولایات مراجعه میکنند.</p> <p>-همیشه به عرضه کنندگان مواد در مورد بازار، در مورد کیفیت میوه و جات و میوه جات پر فروش معلومات میدهند.</p> | <p>-آیا شما مستقیماً از زارعین مواد خود را خریداری میکنید؟ از مردان ویا از زنان؟</p> <p>-آیا شما در معامله با دهاقین زن و دهاقین مرد کدام تفاوتی می بینید؟</p> <p>-آیا زارعین ویا سوداگران/عمده فروشان محصولات را برای شما انتقال میدهند؟ آیا شما مصارف/ وسایط ترانسپورتی را تامین میکنید؟</p> <p>-آیا شما همیشه مقدار کافی مواد در اختیار دارید؟ اگر جواب منفی است، مواد بیشتر را از چه منابعی بدست می آورید؟</p> <p>-آیا شما گاهی در رابطه به بازار، برای تامین کنندگان مواد معلومات ارائه میکنید - به خصوص معلومات در مورد اینکه چه محصولی را مشتریان بیشتر تقاضا دارند، کیفیت لازم آن و غیره معلومات؟</p> |
| <p>-آنها انگور را پاک کاری، دسته بندی، و درجه بندی میکنند.</p> <p>-تمام پروسس میوه با دست انجام میشود که به همین دلیل آنرا مردان انجام میدهد. آنها به تکنالوژی مدرن دسترسی ندارند.</p> | <p>-بلی، ولی تنها با دست. آنها به دستگاه های پاک کاری، دسته بندی و بسته بندی نیاز دارند.</p> <p>-پاک کاری و دسته بندی مربوط انگور میشود و میده کردن (پوست کردن) و دسته بندی کردن مربوط بادام.</p> <p>-زنان پاک کاری و دسته بندی را انجام میدهند.</p> <p>-از هیچ نوع تکنالوژی ویا تجهیزات استفاده نمیشود.</p> | <p>-آنها پروسس، پاک کاری، دسته بندی، درجه بندی و بسته بندی محصولات را انجام میدهند. پاک کاری، دسته بندی، و درجه بندی با دست انجام میشود؛ بسته بندی با ماشین آلات صورت میگیرد.</p> <p>-تمام فعالیت ها فوق الذکر را زنان انجام میدهند، ولی مردان بوری ها را جهت پاک کاری به بالای بام ویا به مرکز پروسس انتقال میدهند. مسئولیت انتقال مواد بدوش مردان است. کار سنگین به مردان تعلق میگیرد - پروسس و پاک کاری. بسته بندی، دسته بندی و درجه بندی، یعنی کار های آسان- کار زنان است.</p> <p>-آنها تنها ماشین بسته بندی دارند.</p> | <p>تکنالوژی و شیوه ها</p> <p>- آیا شما کدام فعالیتی بعد از برداشت محصولات ویا کدام نوع پروسس از قبیل پاک کاری، دسته بندی ویا بسته بندی انجام را میدهید؟</p> <p>- اگر بلی، آیا آنرا با دست انجام میدهید؟</p> <p>-چه نوع فعالیت های پروسس انجام داده میشود؟ آیه ساقه ها جدا ساخته میشود؟</p> <p>-در این فعالیت های بعد از برداشت محصولات، کدام فعالیت ها بطور عموم توسط زن ها و کدام فعالیت ها توسط مرد ها انجام میشود؟</p> <p>-آیا شما در تجارت خود از کدام تکنالوژی ویا تجهیزات استفاده میکنید؟ اگر بلی، از چه استفاده میکنید؟</p> |

| نجات حیدری لمیتد. کمیشن کاران میوه خشک، کابل | میوه جات خشک حاجی نصیر | شرکت حاجی ابراهیم، کابل | سولات تحقیق |
|---|---|---|---|
| <p>- آنها معلومات در مورد بازار را مستقیماً از مارکیت میوه جات تازه بدست می آورند؛ آنها نرخ تبادلہ اسعار را از طریق تلويزين میدانند. کشمش درجه اول و با ارزش کشمش شنگل خانی میباشد.</p> <p>- برای نوع کیفیت قیمت مشخصی وجود دارد که به دهاقین پرداخته میشود؛ کیفیت محصولات دهاقین عالی است و به قیمت بلند به فروش میرسد.</p> <p>- تقاضا برای میوه تازه در اوقات معین سال زیاد است. در تابستان، چون هوا گرم است، ضرورت به میوه تازه افزایش می یابد به خصوص ضرورت به تولید آب میوه.</p> | <p>- آنها معلومات را از انترنت ویا مشتریان خود در سایر کشور ها بدست می آورند.</p> <p>- بادام بیشترین فروش را دارد با نرخ بلند.</p> <p>- بلی، نرخ گزاری بستگی به نوعیت و کیفیت محصولی دارد که دهاقین و کمیشن کاران به فروش میرسانند.</p> <p>- بلی، اگر آنها نوع و کیفیت خوبی که مشتری میخواهد را عرضه کرده بتوانند، مفاد خوبی بدست می آورند.</p> | <p>- در مورد بازار از دکان های نزدیک و مندوی معلومات بدست می آورند و نرخ را به اساس مصارف و مفاد مورد نظر تعیین میکنند. ولی کدام نهادی در مورد بازار معلومات ارائه نمیکند.</p> <p>- بهترین نوع بادامی که آنها به فروش میرسانند (۸۰۰ افغانی فی کیلوگرام) بادام شاخ بزو میباشد؛ کشمش شنگل خانی با ارزش ترین نوع میوه خشک است که آنها عرضه میکنند.</p> <p>- تجارت میوه خشک تجارت فصلی است. ماه های جولای و آگست بهترین زمان میباشد ولی در اواخر دسمبر تجارت کم رونق میشود.</p> | <p>توزیع، نرخ گزاری و موسم</p> <p>- معلومات در مورد بازار (چگونه، چه کسی، چه وقت) شما نرخ گزاری را چگونه تعیین میکنید؟</p> <p>- کدام محصول نرخ بلند تری دارد؟ آیا انواع مشخص بادام، انگور و کشمش وجود دارد که نوع گرانبها قلمداد شود؟</p> <p>- آیا زارعین ویا سوداگران/عمده فروشان محصولات با کیفیت خود را با نرخ بلند تری به شما به فروش میرسانند؟ آیا شما میتوانید محصولات با کیفیت را با قیمت بلند تر به فروش برسانید؟</p> <p>- آیا تقاضا در اوقات مشخص سال بیشتر/کمتر میباشد؟ چرا؟</p> |
| <p>- با پول نقد معامله میکنند.</p> <p>- از بانک ها ویا نهاد های عرضه کننده قرضه های کوچک (MFI) پول قرض نمیگیرند.</p> <p>- آنها اکثراً، از دوستان، اقارب ویا صرافان بر اساس اعتماد قرضه میگیرند.</p> <p>- آنها به پرچون فروشان قرضه میدهند ولی اموال صادراتی خود را به شکل اعتبار یا کریدیت به فروش نمیرسانند.</p> <p>- بلی، آنها به زارعین و تامین کنندگان مواد پول پیشکی پرداخت میکنند.</p> | <p>- بلی، تنها با پول نقد. ولی خریداران پاکستانی اکثراً زمانی پول آنها را می پردازند که وسایط نقلیه ویا محصولات آنها در مرز رسیده باشد.</p> <p>- آنها از بانک ها ویا نهاد های فراهم کننده قرضه های کوچک (MFI) وام نمیگیرند ولی از اقارت قرض میگیرند و یا صرف از سرمایه خود استفاده میکنند.</p> <p>- آنها به زارعین و کمیشن کاران پول نقد می پردازند.</p> <p>- اگر کمیشن کاران تقاضای پرداخت پیشکی نمایند و آنها پول در اختیار داشته باشند، بطور پیشکی پرداخت میکنند (همیشه براساس اعتماد)</p> <p>- آنها زمانیکه به پول نیاز داشته باشند از صرافان نیز کمک میگیرند. بعضی اوقات، اگر آنها پول زیادی داشته باشند آنرا به صرافان می سپارند و لذا زمانیکه آنها به پول ضرورت داشته باشند، برایشان آسان تر خواهد بود تا از</p> | <p>- با استفاده از پول نقد خریداری میکنند. آنها برای اخذ قرضه درخواست نداده اند، زیرا این به معنی درخواست قرضه بدون سود میباشد که قرضه رسمی نمیباشد. قرضه ها بیشتر قرضه های شخصی از دوستان/اقارب میباشد. ایشان خوش ندارند از موسسات کوچک مالی و یا بانک ها قرضه بگیرند، زیرا مطابق احکام اسلام اینگونه قرضه ها حرام میباشد. در اسلام بدست آوردن هر نوع سود و یا پرداخت هر نوع سود بدون سهم گیری مستقیم در کار و تلاش منع میباشد. آنها اجازه دریافت چنین قرضه های را ندارند.</p> <p>- آنها براساس اعتبار خرید و فروش مینمایند بدون هیچ نوع شرطی (صرف براساس اعتماد).</p> <p>- بعضی اوقات آنها به تامین کنندگان مواد پول پیشکی پرداخت میکنند، ولی نه همیشه.</p> | <p>تامین وجوه مالی</p> <p>- آیا شما خرید/فروش را بشکل نقدی انجام میدید؟</p> <p>- چه نوع روش های تمویل موجود بوده و تا چه حد روش های تمویل (رسمی، غیر رسمی، نهاد های مالی کوچک، سیستم ها بانکی) قابل دسترس میباشد؟</p> <p>- آیا شما به کسی قرضه میدید ویا با استفاده از قرضه خریداری میکنید؟</p> <p>- چه شرایط در این خصوص وجود دارد؟</p> <p>- آیا گاهی شما به تامین کنندگان مواد طور پیشکی پول پرداخت می کنید؟</p> |

| نجات حیدری لمیتد. کمیشن کاران میوه خشک، کابل | میوه جات خشک حاجی نصیر | شرکت حاجی ابراهیم، کابل | سوالات تحقیق |
|--|---|--|--|
| <p>-هیچ نوع انجمن تامین کننده گان میوه جات تازه وجود ندارد.</p> <p>-هیچ زن ویا گروهی از زنان، مواد این عمده فروش را تامین نمیکند.</p> | <p>صرافان پول قرض بگیرند.</p> <p>-در برخی ولایات انجمن های زارعین وجود دارد که محصولات اعضای انجمن را خریداری نموده و به شکل گروپی به فروش میرسند. این عمده فروشان با شرکت های ترانسپورته نیز تشریک مساعی دارند تا انتقال محصولات خود را به شکل مصنون تضمین نمایند.</p> <p>-هیچ تفاوتی در معامله با زنان و مردان وجود ندارد ولی اکثرأ با مردان معامله میکنند، با دهقانان و نمایندگان مرد.</p> | <p>-عرضه کنندگان مواد هیچ نوع انجمنی ندارند، آنها بطور انفرادی کار میکنند.</p> <p>-تا هنوز کدام انجمن زنان وجود نداشته است؛ تا اکنون در مورد کدام انجمن زنان که محصولات فراهم کند، چیزی شنیده اند.</p> <p>-اگر انجمن زنان وجود میداشت، آنها هیچ مشکلی در خریداری مواد از نزد زنان نمیداشتند.</p> | <p>سطح همکاری</p> <p>- آیا بین تامین کنندگان مواد، انجمن هائی وجود دارد؟ این انجمن ها چگونه تشکیل شده اند؟ آیا هیچ یک از این انجمن ها، انجمن زنان میباشد؟</p> <p>- اگر محصولات را از زنان ویا انجمن های زنان خریداری کنید، تفاوت های کلیدی در معامله با زنان نسبت به مردان را در چه می بینید؟</p> <p>- آیا شما به خریداری مواد خود از انجمن ها/گروپ های زنان علاقه دارید؟</p> |
| <p>موانع:</p> <p>-نبود ذخیره گاه های زیر زمینی و وسایط باریبری دارای سرد خانه.</p> <p>-نبود تصدیقنامه ها</p> <p>-نبود تکنالوژی مدرن برای محصول برداری، پاک کاری، دسته بندی، درجه بندی و بسته بندی محصولات</p> <p>-نبود فضای مناسب برای مارکیت های میوه های تازه تا از زیان و وارد شدن خساره به میوه جلوگیری شود.</p> <p>-نبود تکنالوژی برای فعالیت های بعد از برداشت محصولات (جهت ساختن آب میوه، مربا، و غیره)</p> <p>-مشکلاک گمرکی در مرزها و فساد اداری</p> <p>-مشکلات امنیتی</p> <p>فرصت ها:</p> <p>-در پرورش انگور سابقه و تجربه خوبی دارند.</p> <p>- هوا برای پرورش میوه جات مساعد</p> | <p>موانع:</p> <p>-مقررره های کشور های دیگر (پاکستان مالیات بالای اموال را افزایش داده است).</p> <p>-برآورده ساختن شرایط و نیازمندی های مشتریان – به همین دلیل است که آنها قبل از اینکه سفارشی بگیرند، می بینند که آیا مواد (با کمیت و کیفیت) کافی در اختیار دارند ویا خیر.</p> <p>-با دهاقین باید همکاری های تخنیکی صورت گیرد تا بتوانند محصولات با کیفیت خوب را عرضه کنند.</p> <p>-مشکل در کشت و زراعت به دلیل کمبود آب.</p> <p>-نبود تکنالوژی برای بسته بندی مواد.</p> <p>-نداشتن معلومات در رابطه به معیار های بین المللی</p> <p>فرصت ها:</p> <p>-کیفیت و تنوع میوه خشک افغانستان بسیار عالی است.</p> <p>-افزایش تقاضا برای میوه خشک در داخل</p> | <p>-در مندوی جای کافی در اختیار ندارند.</p> <p>-کرایه دکان ها و مالیه دولت بسیار بلند میباشد.</p> <p>-برخی از دکان ها بسیار کهنه و قدیمی بوده و ضرورت به بازسازی دارند. شاروالی اجازه ترمیم و یا بازسازی این دکان ها را نمیدهد.</p> <p>-وضعیت حفظ الصحه در مندوی بسیار خراب است؛ در مندوی دسترسی به آب وجود ندارد. دکان ها توسط فاضلاب و کثافات احاطه شده است.</p> <p>-در جریان زمستان، به علت نبود سیستم فاضلاب ، همه جا را آب میگیرد. دولت نمیتواند آب را کنترل کند. به همین دلیل مشتریان و دکانداران با مشکلات عمده مواجه میشوند.</p> <p>-دود برخاسته از رستورانتهای همجوار هوا را آلوده می سازد.</p> <p>-هیچ جائی برای پروسس میوه جات وجود ندارد. آنها از بام دکان ها استفاده میکنند، که در فصل زمستان و تابستان برای زنانی که پروسس میکنند، مشکلات زیادی به بار</p> | <p>موانع و فرصت ها</p> <p>-کدام موانع و فرصت ها را فرا راه خود می بینید (زنجیره های ارزش امیدوار کننده)؟</p> <p>-مشکلات عمده در رشد تجارت شما چه است؟</p> <p>- آیا در مارکیت های موجود رشد را می بینید؟ در مارکیت های جدید چطور؟</p> <p>-کدام زنجیره ارزش پوتانسیل بیشترین رشد از ناحیه این سه محصول را دارد؟</p> <p>- آیا کدام ساحه خاصی وجود دارد که به نظر شما در آن عرصه، زارعین به کمک نیاز داشته باشند؟</p> |

| سولات تحقیق | شرکت حاجی ابراهیم، کابل | میوه جات خشک حاجی نصیر | نجات حیدری لمیتد. کمیشن کاران میوه خشک، کابل |
|--|--|--|--|
| <p>می آورد.</p> <p>- برای بسته بندی مواد، آنها در ساحات دیگر مثل پلچرخی جای در اختیار دارند، ولی بسیار دور است.</p> <p>- تاسیسات برای ذخیره مواد وجود ندارد.</p> <p>- دولت بالای میوه خشک وارداتی هیچ کنترولی ندارد؛ در پسته های تلاشی هیچ کنترولی بالای آن صورت نمیگیرد.</p> <p>- علی الرغم این مشکلات، تجارت رو به رشد بوده و تقاضا برای میوه خشک در داخل و خارج کشور رو به افزایش است.</p> <p>- بخش زنجیره ارزش که سریع ترین رشد را دارد عبارت از پرچوم فروشی میباشد، زیرا عمده فروشان و پرچون فروشان مثل مارا که از محلات دور افتاده اند نمیتوان با دکان های شهر نو و سایر ساحات تجارتي مقایسه کرد.</p> <p>- مشکل دهاقین فقدان ذخیره گاه های زیر زمینی و مبارزه با حشرات و آفات زراعتی میباشد. همچنان، اگر زارعین محصولات خود را پروسس کنند، محصولات با قیمت بلند تری به فروش میرسد.</p> | <p>و خارج افغانستان</p> <p>- محصولات به شکل طبیعی پرورش داده میشود و به همین دلیل تقاضا برای آن در سایر کشور ها زیاد است.</p> <p>- دسترسی به آب میسر است.</p> <p>- سیستم مخابراتی خوب در کشور تجارت را سهل تر ساخته است.</p> <p>- تقاضا برای انگور در داخل و خارج بسیار بالا است.</p> <p>- دسترسی به دواهای ضد حشرات و کود کیمیای میسر است.</p> <p>- انگور با کیفیت خوب و گونه های متعدد در کشور وجود دارد.</p> <p>- بلی، در مارکیت های فعلی و مارکیت های جدید رشد وجود دارد.</p> <p>- بلند ترین رشد در زنجیره ارزش انگور در بین پرچون فروشان است، زیرا خطرات احتمالی متوجه آن در مقایسه با خطرات عمده فروشان و صادر کنندگان کمتر میباشد.</p> <p>- زارعین به کمک های تخنیکی و برنامه های آموزشی در مورد کود کیمیای و شاخه بری نباتات، تنظیم وقت، فعالیت های بعد از برداشتن محصولات، مبارزه با مشکلات ناشی از حشرات و آفات، و ذخیره سازی محصولات ضرورت دارند.</p> <p>- آنها به قرضه های بدون سود در بخش زراعت نیز ضرورت دارند.</p> <p>- معلومات جدید بازاریابی و دانش بازار یابی.</p> | <p>در حال حاضر کدام زن تاجر وجود ندارد. تقریباً تمام ۱۵۴ عضو انجمن پروسس میوه خشک مزار شریف بلخ (MBDFA) مردان هستند. هیچ زنی برای آنها کار نمیکند.</p> | <p>جندر</p> <p>- آیا زنان تاجرو وجود دارند؟ اگر تعداد آنها کم است و یا هیچ وجود ندارد، دلیل آن چه است؟</p> <p>- آیا زنان با شما کار میکنند و یا در این</p> |
| <p>لنها هیچ زنی را که در تجارت میوه جات تازه فعالیت داشته باشد، نمی شناسند. موانع فرهنگی در مقابل زنان وجود دارد؛ آنها در گمرکات و پوسته های بازرسی نیز مشکل دارند.</p> | <p>در حال حاضر کدام زن تاجر وجود ندارد. تقریباً تمام ۱۵۴ عضو انجمن پروسس میوه خشک مزار شریف بلخ (MBDFA) مردان هستند. هیچ زنی برای آنها کار نمیکند.</p> | <p>- آنها کدام زن تاجر را نمی شناسند زیرا وضعیت مملکت برای زنان مساعد نیست (حتی برای مردان مساعد نیست). به خصوص امنیت و مسائل فرهنگی مساعد نیست.</p> | <p>جندر</p> <p>- آیا زنان تاجرو وجود دارند؟ اگر تعداد آنها کم است و یا هیچ وجود ندارد، دلیل آن چه است؟</p> <p>- آیا زنان با شما کار میکنند و یا در این</p> |

| نجات حیدری لمیتد. کمیشن کاران میوه خشک، کابل | میوه جات خشک حاجی نصیر | شرکت حاجی ابراهیم، کابل | سوالات تحقیق |
|---|---|--|--|
| <p>- تا اکنون از جانب تولت کدام معلوماتی در مورد بازار یابی ارائه نشده است.</p> <p>- برای زنان پوتانسیل مشارکت در این تجارت وجود دارد، ولی باید از طرف خانواده هایشان حمایت شوند. به جامعه نیز باید آگاهی داده شود که زنان حق دارند در اینگونه تجارت ها فعالیت نمایند. برخی از مشکلاتی که آنها می بینند، عبارت است از امنیت، ارتقای ظرفیت برای زنان، و بعد از آن جرأت زنان که هنوز هم ضرورت است تا افزایش یابد. برای مثال، اگر روند پروسس و بسته بندی بهبود یابد، زنان میتوانند نقش کلیدی را در زنجیره ارزش میوه جات تازه ایفا نمایند.</p> <p>- قطعاً، زنان و مردان هر دو با مشکلاتی مواجه هستند، ولی زنان بیشتر در معرض خطر قرار دارند. آنها دو برابر مردان از مشکلات رنج میبرند - اول، از ناحیه مسائل فرهنگی و دوم از ناحیه مشکلاتی که زنان در خانه با آن مواجه اند. زن مجبور است وقت خود را بطور مساویانه وقف تجارت و مسائل داخل خانه نماید. باید مهارت های تجارتي را نیز کسب کند تا بتواند تجارت را بطور موثر پیش ببرد.</p> | <p>- بلی، موسسات GTZ، ACCI، IDEA، NEW و ASMED به ایشان در بخش بازاریابی کمک میکنند؛ موسسات مذکور معلومات در مورد بازار، ارتباط با بازار، دسترسی به نمایش گاه ها، تاسیسات ذخیره سازی، و مواد دسته بندی برای آنها فراهم میکنند.</p> <p>- بلی، اگر خانواده هایشان به آنها اجازه دهد، هیچ مشکلی وجود ندارد.</p> <p>- زنان در معامله با تاجران پاکستانی و هندی مشکلاتی خواهند داشت زیرا این تاجران زمانیکه معامله با زنان مطرح باشد، بیشتر محافظه کار میباشند.</p> | <p>- زنان به حیث پروسس کننده محصولات با آنها کار میکنند؛ ایشان در روی بام دکان ها و در مرکز بسته بندی محصولات در ساحه پلچرخی روزانه در بدل ۱۴۰ افغانی (به شمول چای صبح و نان چاشت) کار میکنند. در جریان زمستان، آنها چند روز محدود بطور منظم کار میکنند ولی در جریان ماه های تابستان، آنها نسبتاً روز های بیشتری کار میکنند. زنان کارگرتوسط آمرین زن که روزانه مبلغ ۱۸۰ - ۲۰۰ افغانی دستمزد میگیرند، کنترل میشوند.</p> <p>- در این ساحه در مندوی، هیچ زنی به حیث عمده فروش کار نمیکند.</p> <p>- هیچ کمک در خصوص بازاریابی از جانب دولت صورت نگرفته است.</p> <p>- برای زنان امکان آن وجود دارد که به عنوان تاجر کار نمایند اگر در ابتداء از ایشان حمایت شود تا جرأت پیدا کنند. طبق دستورات اسلام زنان و مردان میتوانند کار نمایند و به خانواده غذا تامین کنند. کار و کسب روزی عبادت میباشد.</p> <p>- به نظر آنها، دهاقین نیز مشکلات زیادی دارند، از قبیل باران های زیاد، خشک سالی، آفات زراعتی، مشکلات بازاریابی، نبود تاسیسات برای ذخیره محصولات، نداشتن معلومات در مورد بازاریابی، کود کیمیایی، سیستم ضعیف آبیاری، نداشتن دانش گرده افشانی و فعالیت های بعد از برداشتن محصولات، نداشتن تاسیسات جهت پروسس محصولات (به همین دلیل خسارات آن در جریان پروسس زیاد است) و غیره مسائل.</p> | <p>بخش تجارت فعالیت دارند؟</p> <p>- آیا در این ساحه، کدام شرکت عمده فروشی که توسط زنان اداره شود، وجود دارد؟ آیا زنان مالک اینگونه شرکت ها نیز هستند، و یا اینگونه شرکت ها متعلق به خانواده میباشد؟</p> <p>- آیا کدام وقت دولت و یا سایر موسسات غیر دولتی با شما در قسمت بازاریابی کمک کرده اند؟</p> <p>- به نظر شما، برای زنان این امکان وجود دارد که در بخش تولید، پروسس، و بازاریابی انگور، کشمش و بادام بیشتر سهیم شوند. زنان چه کاری باید بکنند که این وضعیت را بهتر بسازند؟</p> <p>- به نظر شما دهاقین زن و مرد در کار خود با عین چالش ها مواجه هستند؟ چرا و یا چرانی؟</p> |

عمده فروشان/تاجران (ادامه)

| شرکت میوه جات تازه جواد عزیز زاده کابل | انجمن پروسس میوه جات خشک مزار شریف بلخ مزار | سوالات تحقیق |
|--|---|--|
| <p>-بلی، آنها هرنوع میوه تازه را در داخل کشور به فروش رسانیده و به کشور های خارج نیز صادر میکنند. آنها انگور را از طریق دلال ها از ولایات بلخ، پروان، لوگر، کندهار و ولسوالی های کابل خریداری نموده و جهت فروش به ولایاتی که در آن انگور کشت نمیشود، می فرستند. همچنان، حدود ۱۰۰ پرچون فروش و سوپر مارکیت داخلی از این شرکت میوه تازه خریداری میکنند. این شرکت انگور شنگل خانی و کشمش با کیفیت عالی، سیب، انار، زرد آلو، و خربوزه را نیز به کشور های پاکستان، هند و دوبی صادر میکند.</p> <p>-بلی، در فصل های بدون میوه، این شرکت مالته، کیله، و ام را از پاکستان و کیله، سیب، ناک، شفتالو و مالته را از ایران و چین وارد میکند.</p> <p>-انگور های فصلی بیشتر از ۵۰ فیصد فروش شده و بلند ترین عواید از بازار صادرات انگور بدست می آید، نه از بازار داخلی. آنها در مورد مفاد خود نمی دانند.</p> <p>-بلی، تقاضا برای انگور شنگل خانی در بازار های داخلی و بازار های خارجی بسیار بلند میباشد زیرا طعم آن خوب بوده و افغانستان یگانه کشور صادر کننده این نوع انگور در جهان میباشد.</p> <p>-بلی، تعداد مشتریان آنها سال به سال در حال افزایش است، ولی سال گذشته پاکستان مالیات خود را بسیار افزایش داد. در نتیجه، انگور به پاکستان صادر نشد و دهاقین در انگور بسیار زیان دیدند. مشتریان داخلی دلال هائی میباشد که انگور را از کابل به ولایاتی میبرند که در آنجا انگور کشت نمیشود.</p> <p>-آنها در کابل نیز اتحادیه میوه جات تازه دارند. آنها ماهانه مبلغ ۱۰۰ افغانی به اتحادیه می پردازند؛ از اتحادیه بیشتر برای نرخگذاری استفاده میکنند.</p> <p>-خیر، ولی سال گذشته در انگور بسیار زیاد ضرر نمودند.</p> | <p>-انجمن پروسس میوه جات خشک مزار شریف بلخ (MBDFA) طی دو سال اخیر فعالیت داشته است و از یک سال بدینسو در وزارت زراعت، آبیاری و مالداري راجستر شده است. هیئت رئیسه این نهاد متشکل از هفت عضو بوده و این انجمن دارای ۱۵۴ عضو فعال میباشد.</p> <p>-این انجمن زیره، بادام، پسته، چارمغز، کشمش، کنجد، گیاهان داروئی، و مساله جات را به فروش میرساند.</p> <p>-بادام بلند ترین سطح فروشات را دارد (۵۰ فیصد) که بعد از آن، کشمش (۲۰ فیصد) و سایر میوه جات خشک، گیاهان داروئی، مساله جات قرار دارند. بلند ترین عاید این انجمن از بادام بدست می آید (این انجمن حد اقل ۱۰ الی ۲۰ فیصد درآمد خالص دارد).</p> <p>-بلی، تقاضا رو به افزایش است. هر قدر که مواد در اختیار داشته باشند و مواد متذکره دارای کیفیت خوب باشد، بیشتر به فروش میرسد.</p> <p>-بلی، تعداد مشتریان در حال افزایش است. این مشتریان از هند و پاکستان می آیند. آنها مستقیماً به مزار می آیند تا سفارش دهند ویا سفارشات خود را از طریق ایمیل می فرستند. اکثراً در مورد کیفیت مواد شکایت دارند.</p> <p>-جاوید کشمش و بادام صادر میکند؛ ۷۰ فیصد ذخیره بادام آنها صادر میشود و ۳۰ فیصد آن در مارکیت های داخلی به فروش میرسد. بازار صادرات در پنج سال آینده رو به رشد خواهد بود.</p> <p>-تمام ۱۵۴ عضو انجمن در مندوی عمده فروشی مزار دکان داشته و همه مردان میباشدند. به عنوان یک صادر کننده، آنچه که انجمن پروسس میوه جات خشک مزار شریف بلخ (MBDFA) از دولت افغانستان میخواهد این است که نهادی را به منظور تضمین قرار داد صادر کنندگان افغان ایجاد نماید.</p> <p>-در سایر کشور ها دولت ها تاجران را قویاً حمایت می کنند؛ دولت افغانستان این کار را نمیکند.</p> <p>-در سطح کشور پنج انجمن میوه جات خشک وجود دارد (مزار، کنز، کندهار، جلال آباد و کابل).</p> | <p>محصولات، مارکیت های نهانی، مشتریان</p> <p>-آیا شما انگور تازه، کشمش ویا بادام به فروش میرسانید؟</p> <p>-چی چیز می فروشید، در کجا و چه کسانی مشتریان شما است (صادرات، داخلی)؟</p> <p>-آیا به صادر کنندگان مواد میفروشید؟ چه مقدار؟</p> <p>-به فابریکه های پروسس میوه جات، مواد می فروشید؟ به چه تعداد فابریکه ها؟</p> <p>-به مندوی میوه می فروشید؟</p> <p>-به پرچون فروشان مواد میفروشید؟ چه مقدار؟</p> <p>-آیا در مندوی عمده فروشان بزرگ و عمده فروشان کوچک وجود دارد؟ شما به عمده فروشان بزرگ مواد میفروشید ویا به عمده فروشان کوچک ویا به هردو؟</p> <p>-آیا شما به شرکت های آب میوه محلی میوجات میفروشید؟</p> <p>-آیا کدام محصولی را نیز وارد میکنید؟</p> <p>-چند فیصد (تخمینی) فروشات شما را انگور، کشمش و بادام تشکیل میدهد؟</p> <p>-کدام محصول بلند ترین عاید را به شما میدهد؟</p> <p>-نفع خالص شما از فروش هریک از این سه محصول چقدر است؟</p> <p>-آیا تقاضا برای انگور، کشمش ویا بادام از سوی مشتریان رو به افزایش است؟ اگرچنین است، دلیل آنرا شما در چه می بینید؟</p> <p>-آیا تعداد مشتریان شما رو به افزایش است؟ اگر چنین است، دلیل آنرا شما در چه می بینید؟</p> <p>-آیا در مورد محصولات خود گاهی شکایتی دریافت میکنید؟</p> <p>-آیا فرصت های رو به رشد صادراتی برای یکی از این سه محصول را تجربه کرده اید؟</p> |

| شرکت میوه جات تازه جواد عزیز زاده کابل | انجمن پروسس میوه جات خشک مزار شریف بلخ مزار | سوالات تحقیق |
|--|---|--|
| <p>- این شرکت انگور را از مزار، پروان، لوگر، کندهار و برخی ولسوالی های ولایت کابل از طریق دلال ها، تاجران محلی و بعضی اوقات خود خریداری مینماید</p> <p>- نخیر، آنها از دلال ها میخواهند برایشان انگور ویا سایر محصولات را فراهم کنند. دلال ها مستقیماً به زارعین در ولایات مراجعه کرده محصولات آنها را خریداری نموده و سپس آنرا برای عمده فروشان انتقال میدهد. این معامله برای تامین مواد به سود عمده فروشان و دلال ها میباشد.</p> <p>- بلی، برخی تولید کنندگان بزرگ انگور در پروان، کندهار، مزار و کابل وجود دارند. آنها مواد مورد ضرورت خود را از بیشتر از ۱۰ تولید کننده بزرگ (ویا از طریق دلال ها) بدست می آورند.</p> <p>- آنها محصولات خود را به تاجران و دلال ها و یا کمیشن کاران سایر شرکت ها به فروش میرسانند. کدام پروسس کننده ی وجود ندارد؛ تولید کنندگان انگور را پاک کاری و بسته بندی میکنند.</p> <p>- آنها روزانه مبلغ ۴۰۰ افغانی به کارگرانی که برای شرکت آنها کار میکنند، پول پرداخت میکنند.</p> <p>- بلی، بعضی اوقات، زمانی که بازار کساد باشد، زارعین انگور خود را خودشان به مارکیت های میوه جات تازه به کابل می آورند.</p> <p>- دهاقین انواع مختلف انگور می کارند. ولی عمده فروشان مطابق تقاضای بازار های صادراتی و مشتریان داخلی خود خریداری میکنند. انگور شنگل خانی و کشمش بیبشترین فروش را دارد.</p> <p>- دلال ها/تاجران و دهاقین مصارف ترانسپورتی را خودشان پرداخت میکنند.</p> <p>- آنها انگور را از عمده فروشان، تاجران و دهاقین مرد خریداری میکنند، نه از زنان.</p> <p>- بلی، آنها اکثراً مواد کافی در اختیار دارند که پاسخگوی نیازمندی های صادراتی و مارکیت های داخلی باشند.</p> <p>- بلی، البته که آنها برای تامین کنندگان مواد در رابطه به بازار و در مورد کیفیت و نوعیت محصولات و افزایش</p> | <p>- محصولات از ولایات سمنگان، جوزجان، کندهار و سرپل بدست می آید. دهاقین محصولات خود را به مزار می آورند (۵۰%) و بعداً به کابل (۵۰%) میبرند. محصولات در مزار پروسس شده و سپس صادر شده ویا به پرچون فروشان در بازار های داخلی به فروش رسانیده میشود.</p> <p>- زارعین حاصلات خود را مستقیماً به عمده فروشان ویا از طریق کمیشن کاران که به قریه جات آنها سفر میکنند، به فروش میرسانند.</p> <p>- اگر کمیشن کاران به قریه جات سفر کنند، مصارف سفر را خودشان تامین میکنند؛ اگر زارعین محصولات خود را به آنها بیاورد، زارعین خود هزینه سفر را پرداخت میکنند.</p> <p>- آنها کمیشن کارانی دارند که به قریه جات سفر کرده و محصولات را خریداری کرده و بعد از اخذ کمیشن آنرا به انجمن به فروش میرسانند.</p> <p>- بعضی اوقات، مستقیماً از دهاقین خریداری میکنند. مزیت این کار در این است که محصول برداشته شده مخلوط نمیشود، مثل زمانی که از سوداگران خریداری میشود و آنها آنرا با محصولاتی که جا های مختلف خریداری میکنند، مخلوط میکنند.</p> <p>- بلی، آنها با استفاده از کمیشن کاران مواد کافی در اختیار دارند.</p> <p>- محصولات توسط کمیشن کاران ویا زارعین به هزینه خودشان به آنها انتقال داده میشود. ولی اگر از کمیشن کاران و تولید کنندگان محصولات را خریداری نمایند، مصرف ترانسپورت را خودشان می پردازند.</p> <p>- هیچ تفاوتی در معامله با زنان و مردان نمی بینند اگرچه اکثر اوقات با مردان معامله میکنند، به خصوص در عرصه تجارت و بازار یابی.</p> <p>- در فصل حاصل برداری (حمل - اسد) آنها به مدت شش ماه حاصل برداری، خریداری، و فروش میکنند و در شش ماه دیگر سال (سنبله - دلو) آنها صرف فروش میکنند (صادرات و بازار های داخلی).</p> <p>- بلی، آنها در مورد نوع محصول که بیشترین فروش را دارد معلومات میدهند.</p> | <p>مواد</p> <p>- انگور، کشمش و بادام را از کجا بدست می آورید؟</p> <p>- آیا با تامین کنندگان مواد کدام توافقنامه مشخص دارید؟ آیا شما گاهی از نیروی کاری خود جهت محصول برداری حاصلات زارعین استفاده کرده اید؟</p> <p>- آیا تولید کنندگان بزرگ انگور ویا بادام وجود دارند؟ چه تعداد؟</p> <p>- اینگونه تولید کنندگان/زارعین بزرگ محصولات خود را به چه کسی به فروش میرسانند؟ آیا آنها قبل از فروش، محصولات خود را کدام نوع پروسس میکنند؟</p> <p>- انگور تازه چه نوع پروسس میشود و این کار را چه کسی انجام میدهد؟</p> <p>- آیا شما انگور تازه، کشمش ویا بادام را کدام نوع پروسس میکنید؟ چه نوع پروسس روی انگور تازه انجام داده میشود؟ آیا شما بسته بندی میکنید؟</p> <p>- آیا گاهی زارعین بشکل گروپی سفر میکنند تا محصولات خود را مستقیماً، خودشان در بازار بفروش برسانند؟</p> <p>- آیا زارعین نوع درست انگور ویا بادام را کشت میکنند - به عبارت دیگر، آیا آنها انواعی را که بیشترین تقاضا را دارند، کشت میکنند؟</p> <p>- آیا شما گاهی برای دهاقین ویا گروپ های دهاقین امکانات ترانسپورتی را مهیا میکنید تا محصولات خود را به شما بیاورند؟</p> <p>- آیا شما گاهی از اشخاص میانجی ویا دلالان استفاده میکنید؟ اگر بلی، چگونه از آنها استفاده میکنید؟</p> <p>- آیا دلال ها کدام نوع پروسس روی محصولات انجام میدهند؟ آیا آنها از منابع بیرونی در پروسس محصولات استفاده میکنند؟</p> <p>- آیا شما مستقیماً از زارعین مواد خود را خریداری میکنید؟ از مردان ویا از زنان؟</p> <p>- آیا شما در معامله با دهاقین زن و دهاقین مرد کدام</p> |

| شرکت میوه جات تازه جواد عزیز زاده کابل | انجمن پروسس میوه جات خشک مزار شریف بلخ مزار | سوالات تحقیق |
|---|---|--|
| و کاهش نرخ ها معلومات میدهند. | | <p>تفاوتی می بینید؟</p> <p>- آیا زار عین ویا سوداگران/عمده فروشان محصولات را برای شما انتقال میدهند؟ آیا شما مصارف/وسایط ترانسپورتی را تامین میکنید؟</p> <p>- آیا شما همیشه مقدار کافی مواد در اختیار دارید؟ اگر جواب منفی است، مواد بیشتر را از چه منابعی بدست می آورید؟</p> <p>- آیا شما گاهی در رابطه به بازار، برای تامین کننده گان مواد معلومات ارائه میکنید - به خصوص معلومات در مورد اینکه چه محصولی را مشتریان بیشتر تقاضا دارند، کیفیت لازم آن و غیره معلومات؟</p> |
| <p>- بلی، زمانیکه محصولات را خریداری مینمایند، کارگران ذکور آنها آنرا با دست پاک کاری، دسته بندی و بسته بندی مینمایند.</p> <p>- نخیر، آنها هیچوقت ساقه انگور را از آن جدا نمیکند، بخاطریکه مشتریان انگور را با ساقه اش خوش دارند. وزارت تجارت سال گذشته یکبار برای تاجران کارتن فراهم نموده بود.</p> <p>- هیچ زنی در پروسس میوه تازه در مارکیت فعالیت ندارد، ولی در مزارع، زنان تاک ها را شاخه بری، محصولات را جمع آوری و خشک میکنند و بقیه کار ها را مردان انجام میدهند. در واقع کدام تفاوتی [بین زن و مرد] وجود ندارد. تفاوت ناشی از روش ها فرهنگی میباشد.</p> <p>- آنها صرف در لیبل زدن محصولات از تکنالوژی استفاده میکنند. بقیه تمام کار ها را با دست انجام میدهند.</p> | <p>- اینها کسانی هستند که بادام را پاک کاری، پروسس و بسته بندی میکنند زیرا کمیشن کاران و زار عین این کار را انجام نمیدهند. آنها کشمش را نیز پاک کاری و پروسس میکنند، اگرچه زار عین پاک کاری اولیه را انجام میدهد؛ بیشتر این کار با دست انجام میشود.</p> <p>- بسیاری فعالیت های پروسس بادام هنوز توسط مردان انجام داده میشود. در پروسس و پاک کاری کشمش، زنان دخیل میباشند.</p> <p>- فعلاً، نه. ولی میخواستند از دستگاه های خشک کن آفتابی و تجهیزات بسته بندی استفاده کنند.</p> | <p>تکنالوژی و شیوه ها</p> <p>- آیا شما کدام فعالیت بعد از برداشتن محصولات ویا کدام نوع پروسس از قبیل پاک کاری، دسته بندی ویا بسته بندی را انجام میدهید؟</p> <p>- اگر بلی، آیا آنرا با دست انجام میدهید؟</p> <p>- چه نوع فعالیت های پروسس انجام داده میشود؟ آیا ساقه ها جدا ساخته میشود؟</p> <p>- در این فعالیت های بعد از برداشتن محصولات، کدام فعالیت ها بطور عموم توسط زن ها و کدام فعالیت ها توسط مرد ها انجام میشود؟</p> <p>- آیا شما در تجارت خود از تکنالوژی ویا تجهیزات استفاده میکنید؟ اگر بلی، از چه استفاده میکنید؟</p> |
| <p>- آنها اجناس خود را به اساس بازار آزاد نرخ گذاری میکنند. در بخش صادرات، ابتدا آنها مارکیت های بین المللی را از لحاظ قیمت و تقاضا ارزیابی میکنند؛ نرخ با توجه به مصارف تعیین میشود؛ بعد از آن، آنها مفاد خود را براساس وضعیت بازار محاسبه میکنند.</p> <p>- آنها معلومات در مورد بازار را از مندوی نیز بدست</p> | <p>- آنها به انترنت کلپ ها مراجعه کرده و در مورد نرخ اجناس خود در بازار های داخلی و صادراتی معلومات بدست می اورند. IDEA-NEW که یک پروژه موسسه USAID میباشد، در نظر دارد برای این گروه در دکان هایشان ارتباطات انترنتی را تامین کند تا آنها بتوانند مستقیماً با مارکیت های خارج از کشور ارتباط بر قرار نمایند. نرخ ها با توجه به</p> | <p>توزیع، نرخ گذاری و موسم</p> <p>- معلومات در مورد بازار (چگونه، چه کسی، چه وقت) شما نرخ گذاری را چگونه تعیین میکنید؟</p> <p>- کدام محصول نرخ بلند تری دارد؟ آیا انواع مشخص بادام، انگور و کشمش وجود دارد که نوع گرانبها قلمداد شود؟</p> |

| شرکت میوه جات تازه جواد عزیز زاده کابل | انجمن پروسس میوه جات خشک مزار شریف بلخ مزار | سوالات تحقیق |
|--|---|--|
| <p>می آورد. اتحادیه نیز در مورد بازار معلومات ارائه نموده و عمده فروشان را در تعیین نرخ کمک میکند.</p> <p>-انگور شنگل خانی، تافی و کشمشی بازار صادراتی خوبی دارند و مفادی خوبی نیز بدست میدهد. انگور حسینی در بازار داخلی فروشات خوب دارد.</p> <p>-بلی، وقتیکه کیفیت محصول عالی باشد، حتماً آنها نرخ بلند تقاضا میکنند، زیرا شرکت نیز آنها با قیمت بلند به فروش خواهد رسانید.</p> | <p>انواع مختلف محصولات، نوعیت آن و سطح کیفیت آن متفاوت میباشد.</p> <p>-بادام نسبت با کشمش و دیگر میوه جات خشک قیمت بلند تری دارد. با کیفیت ترین بادام، بادام ستارباتی و قمبرباتی میباشد.</p> <p>-ماه های مارچ - جولای فصل حاصل برداری، پروسس و خرید محصولات میباشد. عرضه زیاد است و به همین دلیل نرخ پائین است. ماه های آگست الی فبروری فصل بازار یابی میباشد. زمانیکه عرضه کاهش مییابد نرخ میوه جات خشک افزایش می آید.</p> | <p>-آیا زار عین ویا سوداگران/عمده فروشان محصولات با کیفیت خود را با نرخ بلند تری به شما به فروش میرسانند؟ آیا شما میتوانید محصولات با کیفیت را با قیمت بلند تر به فروش برسانید؟</p> <p>-آیا تقاضا در اوقات مشخص سال بیشتر/کمتر میباشد؟ چرا؟</p> |
| <p>-آنها تمام اموال خود را با استفاده از پول نقد خریداری میکنند. امکانات مالی برای تجارت خود را طور غیر رسمی تامین میکنند. آنها هیچگاهی از بانک ها و یا موسسات عرضه کننده قرضه های کوچک یا سیستم های بانکی قرضه نمیگیرند زیرا اینکار در اسلام حرام است. آنها اکثراً از پول خود در سرمایه گذاری هایشان استفاده میکنند.</p> <p>-بعضی اوقات به دلال ها و تاجران پول پیشکی پرداخت میکنند، اگر آنها بخواهند؛ همچنان، به آنها طور هفته وار و یا ماهوار پول میدهند.</p> | <p>-آنها با استفاده از پول نقد خرید و فروش میکنند. آنها از نهاد های مالی و بانک ها پول قرض نمیگیرند، زیرا این نهاد ها از آنها سود میگیرند، چیزیکه در اسلام منع میباشد. آنها از سرمایه خود استفاده میکنند ویا از اقارب خود قرض میگیرند.</p> <p>-تاجران پاکستانی اکثراً بعد از سه ماه ویا بعد از آنکه اجناس به مرز رسید، پول میدهند.</p> | <p>تامین وجوه مالی</p> <p>-آیا شما خرید/فروش را بشکل نقدی انجام میدید؟</p> <p>-چه نوع روش های تمویل موجود بوده و تا چه حد این روش های تمویل (رسمی، غیر رسمی، نهاد های عرضه کننده قرضه های کوچک، سیستم ها بانکی) قابل دسترس میباشد؟</p> <p>-آیا شما به کسی قرضه میدید و یا با استفاده از قرضه خریداری میکنید؟</p> <p>-در این خصوص چه شرایط وجود دارد؟</p> <p>-آیا گاهی شما به تامین کنندگان مواد طور پیشکی پول پرداخت می کنید؟</p> |
| <p>-بلی، اتحادیه عمده فروشان/صادر کنندگان میوه جات تازه در کابل وجود دارد. آنها ماهانه مبلغ ۱۰۰ افغانی حق العضویت می پردازند؛ هیچ انجمن ویا اتحادیه زنان ویا زنان تاجر در بخش تجارت میوه تازه وجود ندارد.</p> <p>-حدود ۳۰ عمده فروشان/صادر کنندگان در این اتحادیه عضویت دارند.</p> <p>-هیچ تفاوتی در خریداری از تاجران مرد ویا زن وجود ندارد، و آنها علاقمند خریداری اموال از نزد انجمن ها/شرکت های زنان میباشدند.</p> | <p>-آنها کدام انجمن عرضه کنندگان مواد را نمیشناسند ولی با شرکت های ترانسپورتی همکاری دارند. شرکت های ترانسپورتی در مزار امور صادراتی آنها را با انتقال اموال شان به پاکستان سهل ساخته است.</p> <p>-بلی، اگر انجمن های زنان میبود، آنها در معامله با ایشان کدام مشکلی نمی داشتند. دیده نشده است که زنان در دکان ها ویا مارکیت ها کار کنند زیرا آنها اجازه کار در انجا را ندارند زیرا هوا گرم است و شرایط کار برای آنها مساعد نمی باشد.</p> | <p>سطح همکاری</p> <p>-آیا بین تامین کنندگان مواد، انجمن هائی وجود دارد؟ این انجمن ها چگونه تشکیل شده اند؟ آیا کدام یک از این انجمن ها، انجمن زنان میباشد؟</p> <p>-اگر محصولات را از زنان ویا انجمن های زنان خریداری کنید، تفاوت های کلیدی در معامله با زنان نسبت به مردان را در چه می بینید؟</p> <p>-آیا شما به خریداری مواد خود از انجمن ها/گروپ های زنان علاقه دارید؟</p> |
| <p>-آنها به موتر های لاری ایرکندیشن دار ضرورت دارند تا محصولات را از ولایت به موقع جمع آوری کرده و از اتلاف آن جلوگیری نمایند.</p> <p>-گدام ها جهت نگهداری میوه جات تازه به مدت طولانی در اختیار ندارند.</p> | <p>موانع:</p> <p>۱. نبود معلومات در مورد بازار</p> <p>۲. مشکلات در معیاری سازی تولیدات و کیفیت تولیدات</p> <p>۳. کمبود ماشین آلات و تجهیزات</p> <p>۴. مشتریان هندی علاقمند عقد قرار داد با ما هستند ولی آنها</p> | <p>موانع و فرصت ها</p> <p>-کدام موانع و فرصت ها را فرا راه خود می بینید (زنجیره های ارزش امیدوار کننده)؟</p> <p>-مشکلات عمده در رشد تجارت شما چه است؟</p> <p>-آیا در مارکیت های موجود رشد را می بینید؟ در</p> |

| شرکت میوه جات تازه جواد عزیز زاده کابل | انجمن پروسس میوه جات خشک مزار شریف بلخ مزار | سوالات تحقیق |
|---|--|---|
| <p>- نبود تاسیسات مناسب بسته بندی و لیبل زدن محصولات در افغانستان</p> <p>- مالیات بالا و مارکیت های محدود صادراتی مشکلات دیگری است که در تجارت با آن مواجه هستند.</p> <p>- بلی، بازار انگور و سایر میوه جات به تدریج در حال رشد است.</p> <p>- بازار صادراتی به هند، پاکستان و دوبی روبه شگوفائی است.</p> | <p>میخواهند پول را بعداً بفرستند.</p> <p>۵. دیگر کشور ها دولت های قوی دارد که برای تاجران تضمینات فراهم میکند ولی صادر کنندگان افغانستان این امکانات را در اختیار ندارند.</p> <p>۶. نبود تجهیزات بسته بندی.</p> <p>فرصت ها:</p> <p>۱. میوه خشک با کیفیت بهتر نسبت به دیگر کشور ها</p> <p>۲. کار با دستمزد پائین</p> <p>۳. موجودیت نهاد های بین المللی/موسسات غیر دولتی که به دهاقین افغانستان کمک میکنند.</p> <p>۴. موجودیت شرکت های ترانسپورتی که با استفاده از آن اموال را صادر مینمایند.</p> <p>۵. افزایش تقاضا برای میوه خشک در دیگر کشور ها.</p> | <p>مارکیت های جدید چطور؟</p> <p>- کدام زنجیره ارزش پوتانسیل بیشترین رشد از ناحیه این سه محصول را دارد؟</p> <p>- آیا کدام ساحه خاصی وجود دارد که به نظر شما در آن عرصه، زارعین به کمک نیاز داشته باشند؟</p> |
| <p>- کدام زن تاجر و یا کارگر در مارکیت مرکزی وجود ندارد ولی زنان در بخش پروسس میوه جات تازه در مزرعه کار میکنند. زنان میوه جات تازه را جمع آوری، پاک کاری و دسته بندی کرده و در بخش بسته بندی و لیبل زدن آنها نیز فعالیت مینمایند؛ آنها نقش خوبی ایفا میکنند.</p> <p>- خانواده ها مالکیت تجارت را به دست داشته و به زنان طبق رسوم فرهنگی اجازه نمی دهند که به حیث تاجر کار نمایند.</p> <p>- بلی، فرصت های خوبی برای زنان وجود دارد که به حیث تاجر و یا صادر کننده فعالیت نمایند ولی من شخصاً هیچگاهی به زنان خانواده ام اجازه نخواهم داد که تجارت کنند و یا بخشی از تجارت مرا پیش ببرند. زنان میتوانند کار کنند و در بخش پاک کاری، درجه بندی، بسته بندی، و لیبل زدن محصولات فعالیت کنند. زنان نیز بخشی از این جامعه هستند، ولی فرهنگ ما به ما اجازه نمیدهد که از زنان خود در امور تجارتي خود کار بیگیریم.</p> | <p>- هیچ زن تاجر را در مزار نمی شناسد.</p> <p>- خانمش او را در امور تجارت کمک میکند ولی همراه او به دکان نمیرود و یا زمانیکه شوهرش با مشتریان صحبت میکند با او نمیشد. او فقط در ارتباط به برخی از تصامیم در مورد کار با خانمش مشورت میکند.</p> <p>- موسسات ACCI و GTZ، ASMED، IDEA-NEW آنها را در عرصه معلومات در مورد بازار، دسترسی به نمایشگاه های تجارتي، و تهیه ماشین آلات و تجهیزات به انجمن آنها کمک میکنند.</p> <p>- بلی، اگر خانواده ها از زنان حمایت کنند، آنها توانائی مشارکت در تجارت و بازاریابی را دارا میباشند. زنان تاجرمیتوانند به امورات خود رسیدگی کنند و در معامله با مشتریان ابراز نظر کنند.</p> <p>- اکثر مشتریان، به خصوص در این منطقه (هند و پاکستان) مردان میباشند. این مردان محافظه کار بوده و نمیخواهند با زنان معامله کنند.</p> | <p>جنر</p> <p>- آیا زنان تاجرو وجود دارند؟ اگر تعداد آنها کم است و یا هیچ وجود ندارد، دلیل آن چه است؟</p> <p>- آیا زنان با شما کار میکنند و یا در این بخش تجارت فعالیت دارند؟</p> <p>- آیا در این ساحه، کدام شرکت عمده فروشی که توسط زنان اداره شود، وجود دارد؟ آیا زنان مالک اینگونه شرکت ها نیز هستند، و یا اینگونه شرکت ها متعلق به خانواده میباشد؟</p> <p>- آیا کدام وقت دولت و یا سایر موسسات غیر دولتی با شما در قسمت بازاریابی کمک کرده اند؟</p> <p>- به نظر شما، برای زنان این امکان وجود دارد که در بخش تولید، پروسس، و بازاریابی انگور، کشمش و بادام بیشتر سهیم شوند. زنان چه کاری باید بکنند که این وضعیت را بهتر بسازند؟</p> <p>- به نظر شما دهاقین زن و مرد در کار خود با عین چالش ها مواجه هستند؟ چرا و یا چرا نی؟</p> |

پروفس کنندہ ها

| سوالات تحقیق | شرکت حاجی پاینده محمد ایتیکل کابل | انجمن افتخار افغانستان کابل | سازمان ملی زنان (NOW) چاریکار، پروان |
|---|---|---|---|
| <p>معرفی</p> <p>-موسسه خود را معرفی نمایند. در رابطه به اهداف، تشکیل و غیره امور موسسه توضیحات ارائه نمایند.</p> | <p>-این موسسه داستان طولانی دارد از دوران پدر و پدرکلان ما بنام حاجی پاینده محمد ایتیکل دارد.</p> <p>-تشکیل: رئیس، معاون رئیس و منشی</p> <p>-به تعداد ۱۳۰ زن پروفس کننده دارد</p> <p>-آنها پسته، بادام، کشمش، و چارمغز به هند و پاکستان صادر میکنند.</p> <p>-مراحل پروفس عبارت است از: پاک کاری با دست؛ دسته بندی و درجه بندی (با دست)؛ بسته بندی در بسته های ۲ و ۵ کیلوئی توسط ماشین؛ لیبل زدن توسط ماشین.</p> <p>-تذکر: مرکز پروفس در ساحه تایمنی قرار دارد که از مندوی بسیار دور میباشد. بسته بندی بنام HPA ۸۸۸ انجام میشود.</p> <p>-آنها بطور سالانه به اتحادیه پول پرداخت میکنند (هرچیزیکه اتحادیه به مصرف برساند، در بین ۲۵ عضو آن تقسیم میشود).</p> <p>-اتحادیه ایجاد نمایشگاه ها را تسهیل میکند، معلومات در مورد بازاریابی و نرخ ها را فراهم میکند، ویزه ها را طی مراحل میکنید و مشکلات پروفس کنندگان را با ACCI و سایر نهاد های دولتی در میان میگذارد.</p> | <p>-انجمن افتخار افغانستان (APA) که سه سال قبل توسط مریم صدیقی تاسیس گردید یکی از تولید کنندگان فعال میوه خشک در کشور میباشد. مریم بخشی از پروژه Through the Garden Gate (TGGP) که از جانب MEDA حمایت می شود، بوده است.</p> <p>-انجمن افتخار افغانستان در نظر دارد تا دهاقین زن پروژه TGGP را از طریق عرضه انگور پروفس شده، پاک و خشک شده با انجمن مرتبط سازد.</p> <p>-انجمن افتخار افغانستان در وزارت عدلیه راجستر شده است. هدف آن بهتر ساختن وضعیت اقتصادی و اجتماعی زنان در افغانستان از طریق دخیل ساختن آنها در فعالیت های اقتصادی میباشد.</p> <p>-انجمن افتخار افغانستان ۲۰۰ عضو دارد که ۱۰ تن آنرا کارمندان اداری تشکیل میدهد. اعضای انجمن انواع مختلف میوه جات خشک و میوه های مغز دار پاک و با کیفیت عالی را تولید میکنند.</p> <p>-اعضای آن در بخش های زراعت، پروفس، بسته بندی، امور تجارتي و بازار یابی از انجمن کمک بدست می آورند.</p> <p>-انجمن افتخار افغانستان در سال ۲۰۱۰ برای دهاقین پروژه TGGP در رابطه به پروفس انگور برنامه ها آموزشی ارائه خواهد کرد.</p> | <p>-سازمان ملی زنان یک انجمن دهاقین زن میباشد.</p> <p>-دارای بخش های صنایع دستی و زراعت میباشد.</p> <p>-طی ۵ سال اخیر فعالیت داشته است.</p> <p>-با مراجع تمویل کننده مثل GTZ و برنامه انکشافی سازمان ملل (UNDP) همکاری دارد.</p> <p>-زنان عضو این انجمن سالانه مبلغ ۱۰۰ افغانی به آن پرداخت میکنند.</p> |
| <p>تولیدات، مارکیت های نهانی و مشتریان -شما چه نوع محصولات را پروفس ویا تولید میکنید؟</p> | <p>-بادام، چارمغز و کشمش را پروفس میکنند -تاجران هندی و پاکستان مشتریان آنها میباشند.</p> | <p>-میوه جات خشک/میوه های مغز دار -مشتریان عمده آنها را هتل ها، اتحادیه ها، اشتراک کنندگان نمایشگاه ها و دو</p> | <p>-دارای ۵۰۰ عضو زن میباشد که در باغداری و ۱۰۰ تن آن در صنایع دستی مشغول فعالیت میباشند.</p> |

| سازمان ملی زنان (NOW) چاریکار، پروان | انجمن افتخار افغانستان کابل | شرکت حاجی پاینده محمد اتيکل کابل | سوالات تحقیق |
|---|---|---|--|
| <p>- از موسسه UNDP – پروگرام غذایی جهان یک دستگاه خشک کن (کشمش) به ارزش تخمینی ۵۰۰۰۰ دالر امریکائی بدست آورده است.</p> <p>- مالک آن زنان عضو انجمن میباشند.</p> <p>- زنان از این دستگاه خشک کن مطابق یک جدول زمانی استفاده میکنند؛ این دستگاه ۷۰ کیلوگرام ظرفیت داشته و برای ۵ قریه همجوار فعالیت مینماید.</p> <p>- در مقابل استفاده از خشک کن پول پرداخت نمیشود، زیرا زنان حق العضویت خویش را به انجمن قبلاً پرداخته اند.</p> <p>- پروگرام غذایی جهان این برنامه را بطور آزمایشی آغاز نمود؛ در نظر بود که برای هر قریه یک دستگاه خشک کن فراهم شود، ولی این کار عملی نشد.</p> <p>- در حال حاضر، دستگاه خشک کن به ترمیم نیاز دارد ولی آنها وجوه مالی در اختیار ندارند.</p> <p>- با تاجران در مسکو و همچنان با شورای تجارتی زنان افغان (AWBC) ارتباط دارد.</p> <p>- اکثراً شوهران زنان با تاجرانیکه جهت خریداری تولیدات می آیند، بحث و مذاکره میکنند.</p> | <p>دوکان پرچون فروش (در شهر نو و خیرخانه) تشکیل میدهد.</p> <p>- با دو اتحادیه ارتباط دارند که اتحادیه های مذکور از فعالیت های صادراتی حمایت کرده و در بعضی موارد خود تولیدات را خریداری نموده و بعداً صادر مینمایند.</p> <p>- رئیس اتحادیه نیز صادر کننده (مشتری) میباشد. سایر اعضای آن نیز علاقمند خریداری تولیدات هستند.</p> <p>- سال گذشته، این انجمن ۵۰ سیر بادام به اعضای اتحادیه به فروش رسانید که بیشتر این مقدار بادام از جوامع دهاقین تهیه شده بود.</p> <p>- سال گذشته انجمن مبلغ ۴۲۰۰۰ دالر از فروشات تولیدات خود عواید بدست آورد.</p> <p>حد اوسط کمترین فروشات ماهانه ۵۰ کیلوگرام بود؛ حد اوسط بیشترین فروشات ماهانه ۱۰۰ الی ۱۵۰ کیلوگرام بود.</p> | <p>- ماهانه به مقدار ۶۰ الی ۷۰ تن میوه را پروسس میکنند؛ آنها ظرفیت پروسس بیشتر از این را ندارند.</p> | <p>- تولیدات شما را چه کسانی خریداری میکنند؟ آیا کدام یک از خریداران زن هستند؟</p> <p>- آیا شما صادرات مستقیم دارید؟</p> <p>- آیا شما تولیدات خود را به پرچون فروشان محلی به فروش میرسانید؟</p> <p>- در یک هفته/ماه چقدر تولیدات دارید؟</p> <p>- آیا شما به اندازه ظرفیت تان تولیدات دارید ویا میتوانید بیشتر از این هم تولید کنید؟</p> <p>- آیا در افغانستان مراکز و کارخانه جات پروسس وجود دارد؟</p> <p>- آیا شرکت های آب میوه داخلی وجود دارد؟ به چه تعداد و در کجا موقعیت دارند؟ آنها انگور را از چی کسی خریداری میکنند؟ به چه کسی به فروش میرسانند؟</p> |
| - | <p>- زنان دهقان کشمش خود را مستقیماً به انجمن به فروش می رسانند. نماینده ها به قریه جات سفر کرده و از آنجا خریداری مینمایند.</p> <p>- بطور سنتی، انگور روی بوریا (در مدت ۱۵ الی ۲۰ روز) در بالای بام ها خشک میشود که این روش غیر موثر و نا پاک بوده و کشمش با کیفیت عالی از آن بدست</p> | <p>- عوامل تولید خود را از ولسوالی شهرستان ولایت غزنی و ولسوالی غوربند ولایت پروان تامین میکنند.</p> <p>- مستقیماً از زارعین خریداری نمیکند، بلکه از طریق دلال ها.</p> <p>- زنان تامین کننده مواد وجود ندارد.</p> | <p>عوامل تولید</p> <p>- شما عوامل تولید خود را از کجا بدست می آورید؟ مواد داخلی است ویا وارداتی؟</p> <p>- آیا با تامین کنندگان مواد توافقنامه های خاص دارید؟</p> <p>- آیا شما از دهاقین، تاجران/عمده فروشان مستقیماً خریداری میکنید ویا</p> |

| سازمان ملی زنان (NOW) چارپکار، پروان | انجمن افتخار افغانستان کابل | شرکت حاجی پاینده محمد اتيکل کابل | سوالات تحقيق |
|---|---|--|---|
| | <p>نمی آید.</p> <p>-اگر زارعین بخواهند که کشمش را خودشان پاک نمایند، انجمن مصرف آنرا تامین میکند؛ در غیر آن، پاک کاری اکثراً در مرکز صورت میگیرد.</p> <p>-پروسس معمولاً شامل مراحل ذیل میشود:</p> <p>۱. کشمش تکان داده میشود تا اشیای اضافی مثل ریگ و پارچه های سنگ از آن جدا شود.</p> <p>۲. کشمش با دست پاک شده و سپس در بین تکه همراه با کمی آب تکانیده میشود تا بهتر پاک شود.</p> <p>۳. موم پارافین به کشمش زده میشود تا جلا پیدا کند.</p> <p>۴. طبق شرایط مشتریان بسته بندی میشود، معمولاً در بسته های ۵۰۰ گرمی.</p> <p>-با ارزش ترین نوع، کشمش های کلان سبز بنام کلک عروس و کشمش سبز غزنی میباشد.</p> <p>-اگر با کمبود مواد مواجه شوند، از مارکیت عمده فروشی کمبودات خود را خریداری مینمایند تا سفارش را تکمیل کنند.</p> | | <p>از مندوی؟</p> <p>-از کدام فارم بزرگ مواد خریداری میکنید؟ از چند فارم بزرگ؟</p> <p>-در مندوی عمده فروشان بزرگ و کوچک وجود دارد؟ شما از کدام آنها مواد خریداری میکنید؟</p> <p>-آیا کدام یک از تامین کنندگان مواد شما، زن میباشد؟</p> <p>-محصولات را از لحاظ کیفیت چگونه معامله میکنید؟</p> |
| | <p>-دفتر مرکزی در کابل در حال حاضر استفاده از یک دستگاه خشک کن آفتابی را آزمایش میکند، و میخواهد ماشین آلات بسته بندی را از یک شرکت هندی بکار بگیرد (شرکت مذکور برنامه آموزشی نیز فراهم خواهد کرد).</p> | <p>-از تکنالوژی محلی در پروسس، دسته بندی، و درجه بندی استفاده میکنند</p> <p>-تنها برای بسته بندی از ماشین آلاتی ساخت چین کار میگیرند. این ماشین دارای کیفیت پائین بوده و آنها روی آن اطمینان ندارند. اگر خراب شود، ترمیم آن نا ممکن خواهد بود.</p> <p>-در ارتباط به پروسس کدام آموزشی ندیده اند. آنها در پروسس مواد سالها تجربه دارند.</p> | <p>تکنالوژی و شیوه ها</p> <p>-دهاقین ویا کمیشن کاران کدام کشمش و انگور را پروسس میکنند؟</p> <p>-چه نوع پروسس روی انگور تازه انجام داده میشود؟</p> <p>-پاک کاری، دسته بندی، و بسته بندی انگور تازه را کی انجام میدهد؟</p> <p>-آیا زارعین، کمیشن کاران، ویا عمده فروشان کدام یک از فعالیت های فوق الذکر را انجام میدهند؟</p> |

| سازمان ملی زنان (NOW) چاریکار، پروان | انجمن افتخار افغانستان کابل | شرکت حاجی پاینده محمد اتيکل کابل | سوالات تحقيق |
|--|---|--|---|
| | | | <p>- آیا به تکنالوژی های که شما ضرورت دارید، دسترسی دارید؟ - آیا در این بخش آموزش می بینید؟</p> |
| <p>- در حال حاضر بازار کشمش خوب نیست. - سعی دارند تا مارکیتی جهت فروش انگور پیدا نمایند. - ۱ سیر = ۴۰۰ افغانی - سعی دارند تا درین زمینه تنوع ایجاد نمایند (مثلاً، به زعفران روی بیاورند) .</p> | <p>- سال گذشته انجمن از فروش تولیدات خود مبلغ ۴۲۰۰۰ دالر امریکائی عواید بدست آورد. حد اوسط پائین ترین فروشات ماهانه ۵۰ کیلوگرام و حد اوسط بلند ترین فروشات ماهانه ۱۰۰ الی ۱۵۰ کیلوگرام بود. - انجمن در مقابل بادامی که به خوبی پاک کاری و دسته بندی شده باشد، علاوه بر قیمت آن مبلغی را طور جایزه می پردازد. تاجران محصولات را معمولاً همان شکلی که موجود اند، خریداری میکنند، بدون کدام نوع پروسس. - اگر قیمت ها مقایسه شود: برای مثال قیمتی که یک تاجر یک کیلوگرام بادام را از دهقان خریداری میکند، ۱۰۰-۱۵۰ افغانی میباشد. اگر بادام بشکل مناسب پروسس شده باشد، انجمن آنرا به قیمت ۲۰۰ افغانی فی کیلوگرام خریداری میکند. انجمن آنرا بعداً به قیمت ۲۵۰ افغانی به فروش میرساند. در بازار صادراتی، نرخ یک کیلو گرام عین بادام به ۳۰۰ الی ۴۵۰ افغانی میرسد. - برای دهاقین یافتن ترانسپورت برای انگور تازه و کشمش معمولاً دشوار میباشد. دلال ها معمولاً مستقیماً به دهاقین مراجعه کرده از آنها خریداری مینمایند. - مزیتی که دهاقین از انجمن بدست می آورند آن است که انجمن در قریه جات مراکز جمع آوری /خشک سازی را ایجاد نموده است که برای دهاقین زن به سادگی قابل دسترسی میباشد.</p> | <p>- آنها معلومات در مورد بازار را از مندوی و همچنان از اتحادیه بدست می آورند. - نرخ ها مطابق بازار تعیین میشود؛ بعداً، آنها مفاد خود را بعد از کشیدن مصارف، محاسبه میکنند. - ترانسپورت مسئولیت تامین کنندگان مواد میباشد.</p> | <p>توزیع، نرخ گذاری و موسم - در مورد بازار معلومات را چگونه بدست می آورید (چگونه، از کی، و چه وقت) - نرخ را چگونه تعیین میکنید؟ - از ناحیه تامین مواد در فصل های مختلف کدام مشکلی دارید؟ - برای خریداری مواد ترتیبات ترانسپورته روی دست میگیرید؟ - مصارف آنرا چه کسی متقبل میشود؟</p> |

| سازمان ملی زنان (NOW) چاریکار، پروان | انجمن افتخار افغانستان کابل | شرکت حاجی پاینده محمد اتیکل کابل | سوالات تحقیق |
|---|--|---|---|
| | -نمایندگان انجمن (سوپروایزران مرکز) از دریافت سفارش به ده‌اقین خبر داده، به محلات جهت خریداری کشمش سفر کرده و محصول را به مرکز در کابل انتقال می‌دهند. | | |
| - | - | -اگر به پول نیاز داشته باشند، از دوستان قرض می‌گیرند، نه از بانک‌ها و یا نهاد های فراهم‌کننده قرضه های کوچک زیرا اسلام سود دادن و سود گرفتن را حرام قرار داده است. ولی آنها بر اساس اعتماد، بدون توجه به مفاد، قرض می‌دهند و قرض می‌گیرند. -نخیر، نقداً معامله می‌کنند -به کدام مرجع پس انداز پول و یا قرضه مراجعه نکرده است. | تامین وجوه مالی -چه نوع روش های تمویل موجود بوده و تا چه حد روش های تمویل (رسمی، غیر رسمی، نهاد های عرضه کننده قرضه های کوچک، سیستم های بانکی) قابل دسترس می‌باشد؟ -آیا شما به کسی قرضه می‌دهید و یا با استفاده از قرضه خریداری می‌کنید؟ چه شرایط در این خصوص وجود دارد؟ -آیا شما شکل غیر نقدی تمویل را فراهم می‌کنید، مثلاً فروشات و برگشت مال، داد و ستد و یا پرداخت مال در برابر کار و غیره؟ -جهت پس انداز پول و یا اخذ قرضه به کجا مراجعه می‌کنید؟ |
| | -بلی، چندین انجمن دیگر زنان، مثل شورای تجارتي زنان افغان (AWBC) وجود دارند. | -در کنار این شرکت، بیشتر از ۲۵ شرکت دیگر میوه جات خشک را پروسس می‌کنند. -در ولایات غزنی و پروان کدام انجمن تامین کنندگان وجود ندارد؛ صرف تاجران انفرادی وجود دارند. | سطح همکاری -آیا انجمن های مشابهی وجود دارد؟ -آیا تامین کنندگان مواد شما، دارای انجمن ها می‌باشند دارند؟ |
| چالش‌ها: -بازار یابی -اموال وارداتی که بازار را مختل می‌کنند؛ تولیدات بیش از حد ایرانی؛ که کیفیت بالاتری نیز دارند. -نیود تجهیزات کافی (مثلاً جهت نگهداری) برای کیفیت بهتر محصولات | -عمده ترین مانع در زنجیره ارزش کشمش خشک کردن آن است. -در زنجیره ارزش بادام، مشکل عمده مخلوط بادام شیرین و بادام تلخ، شکستن پوست آن بشکل نا درست، بسته بندی ضعیف، و فعالیت های بعد از برداشتن محصولات می‌باشد. بسیاری از انواع بادام اگر به درستی پوست نشود می‌شکند. | -تا حال در برآورده ساختن تقاضای مشتریان کدام مشکلی نداشته اند. موانع و مشکلات: -نداشتن تاسیسات نگهداری -نیود تجهیزات سبب پروسس با کیفیت پائین و خسارات ناشی از پروسس می‌شود. -کدام سیستم منظم معلومات بازار یابی | موانع و فرصت ها -آیا شما در برآورده ساختن تقاضا های مشتریان خود مشکل دارید؟ -در تجارت کشمش/انگور چه موانع و فرصت هائی را می بینید؟ -مشکلات عمده فرا راه رشد تجارت شما کدام ها اند؟ -آیا در مارکیت های موجود رشد را می |

| سوال‌ات تحقیق | شرکت حاجی پاینده محمد اتیکل کابل | انجمن افتخار افغانستان کابل | سازمان ملی زنان (NOW) چاریکار، پروان |
|--|---|---|--|
| <p>بینید؟ در مارکیت های جدید ویا گرایش مشتریان چطور؟</p> | <p>وجود ندارد. - از جانب حکومت کدام تسهیلاتی مهیا نمیشود - نداشتن دسترسی به جای مناسب برای پروسس مواد - مرکز پروسس از شرکت بسیار دور افتاده است. فرستادن محصولات از شرکت در مندوی به مرکز پروسس و انتقال دوباره آن به شرکت باعث ایجاد مصارف ترانسپورتی، ضیاع وقت، و مشکلات ناشی از راه بندان وسایط میشود. - موجودیت تعداد زیاد پسته های امنیتی در داخل کشور (به خصوص در کابل) مشکل عمده میباشد که سبب اختلال در امور تجارتي میشود. - به نظر آنها بازار بادم رو به کساد است. بادم را به پاکستان صادر مینمایند و محصول گمرکی پرداخت میکنند. ایالت کشمیر که محصول گمرکی پرداخت نمی کند نیز به پاکستان و هند بادم صادر میکند. مشتریان ترجیح میدهند که از عرضه کنندگان کشمیری که نرخ آنها پائین تر است مواد خریداری کنند زیرا آنها محصول گمرکی نمی پردازند. تقاضا برای بادم در حال کاهش است ولی بازار کشمش و چارمغز همچنان ثابت است.</p> | <p>-انواع زیاد بادم وجود دارد که که دارای پوست نرم بوده و بهترین نوع آن میباشد. -مخلوط نمودن بادم شیرین و تلخ بیشتر توسط دهاقین صورت میگردد. تعداد اندکی از دهاقین به امکانات دسته بندی دسترسی دارند و موضوع پاکي بادم نیز مشکل دیگری است (مثلاً رسیدگی ضعیف به محصول بعد از حاصل برداری؛ دهاقین حین حاصل برداری به ندرت از دستکش استفاده میکنند). -بازار صادراتی، به خصوص به هند، رو به رشد است.</p> | <p>فرصت ها: - بسته بندی؛ کیفیت بهتر میتواند جایگزین اموال وارداتی شود. - به نظر او دولت باید واردات را متوقف سازد. - باید با مکاتب ارتباط برقرار شود تا به شاگردان در عوض مواد خوراکی ارزان و بی کیفیت و غیر صحتی وارداتی، آنها کشمش و سایر اشیاء را خریداری کنند.</p> |
| <p>جنر -چه تعداد از مردان و زنان در این سکتور شامل بوده و نقش آنها چه است (در حال و در آینده)؟ - آیا امکان دارد که زنان بیشتری در پروسس دخیل گردند؟</p> | <p>-در حال حاضر ۱۳۰ زن با این شرکت کار میکنند که همه شان کار های پروسس را انجام میدهند. -به باور آنها زنان میتوانند نقش بسیار موثری در صدر زنجیره ارزش و در بخش رهبری در تجارت ایفا نمایند.</p> | <p>-در این زنجیره های ارزش، زنان در تولید و پاک کاری سهم اند. چون زنان در مارکیت اجازه ندارند، فروشات را مردان کنترل میکنند. زنان هیچ مفادی بدست نمی آورند و عواید توسط مردان کنترل میشود. -زنان در مورد بازار هیچ آگاهی ندارند، مثلاً در مورد نرخ ها معلومات نداشته، و</p> | <p>-نقش مردان: کشت؛ شاخه بری؛ انتقال و جابجائی محصول روی بام؛ خشک کردن. -نقش زنان: زنان بیوه خود کشت میکنند؛ نقش سایر زنان شامل خشاوه کردن، پاک کاری برگ ها بعد از شاخه بری؛ پاک کاری بعد از خشک سازی؛ و جداسازی کشمش از شاخه آن میشود.</p> |

| سوالات تحقیق | شرکت حاجی پاینده محمد اتیکل کابل | انجمن افتخار افغانستان کابل | سازمان ملی زنان (NOW) چاریکار، پروان |
|--------------|-------------------------------------|--|---|
| | | <p>متکی به اعضای ذکور خانواده اند تا به بازار بروند. آنها قوه تصمیم گیری نداشته و در گشت و گزار مشکل دارند به خصوص در مزار شریف که بادام زیادی تولید میکند.</p> <p>-لازم است تا زنان در مارکیت به زنان دیگر اموال خود را به فروش برسانند، و نیازمندی های پروسس در یک محیط زنانه برای زنان مرفوع ساخته شود تا آنان در زنجیره ارزش بیشتر سهم شوند.</p> <p>-حمایت دولت از سکتور خصوصی ضعیف است.</p> <p>-به گفته این شرکت پروسس کننده، نهاد دولتی که این شرکت با آن ارتباط دارد و به آن مالیه می پردازد، وزارت تجارت میباشد. وزارت زراعت در این مسائل چندان دخیل نمی باشد، زیرا کارمندان زیادی ندارد، هرچند یک سلسله کارها و کمک ها از جانب پروژه باغداری و مالداري صورت گرفته است. ولی هیچ کمکی به زنان نشده است.</p> | |

پروسس کننده ها (ادامه)

| سوالات تحقیق | تک دانه (شرکت پروسس میوه جات خشک و تازه) کابل | شرکت غذایی دیوه کابل | توباسوم – فابریکه پروسس کشمش کابل |
|---|---|--|--|
| <p>معرفی</p> <p>-موسسه خود را معرفی ننماید. در رابطه به اهداف، تشکیل و غیره امور موسسه توضیحات ارائه ننماید.</p> | <p>-شرکت خصوصی پروسس و صادرات میوه جات خشک که در بازار های داخلی نیز اموال خود را به فروش میرساند؛ ۶ سال از تاسیس آن می گذرد.</p> <p>-در حال حاضر در کابل یک کارخانه دارد و به زودی به موقعیت جدیدی در مزار</p> | <p>-شرکت خصوصی و داخلی پروسس میوه جات، تا حال صادرات نداشته است.</p> <p>-ماشین آلات خود را در سال ۲۰۰۹ خریداری نمود و اخیراً به فعالیت آغاز نموده است.</p> <p>-در مرحله آزمایشی، تجارت خود را با</p> | <p>-کارخانه پروسس کشمش واقع در کابل.</p> <p>-تنها کشمش؛ ظرفیت تولید ۱۰۰۰۰ تن را دارا میباشد.</p> |

| توباسوم - فابریکه پروسس کشمش کابل | شرکت غذایی دیوه کابل | تک دانه (شرکت پروسس میوه جات خشک و تازه) کابل | سوالات تحقیق |
|---|--|--|---|
| | <p>جلغوزه (ممپلی) آغاز کرده است زیرا تقاضا برای آن در کابل بلند بوده و تجارت آن آسان است، به خصوص در زمستان (جایگزین مواد وارداتی). -تمام (۱۸) کارمند آن زنان هستند که مشغول پروسس و بسته بندی محصولات اند چون کارگران خوبی هستند. -مجبور به آموزش زنان با استفاده از منابع خود بودند؛ این نوع خدمات در بیرون از شرکت مهیا نمی باشد.</p> | <p>شریف نقل مکان میکند. -در حال اعمار یک فابریکه برای میوه جات تازه از جمله انگور و سبزیجات در چاریکار میباشد.</p> | |
| <p>-صادر کننده انگور تازه به پاکستان و کشمش به مسکو. صادرات کوچکتر به آلمان، انگلستان و هالند. -سال گذشته پاکستان مالیات خود را افزایش داد و به همین دلیل نتوانستند صادرات زیادی به آنجا داشته باشند. صرف ۱۰۰۰ تن انگور تازه به پاکستان صادر گردید. صرف ۱۰۰۰ تن کشمش به روسیه صادر گردید زیرا محصولات انگور بسیار زیاد بود، و روند خشک ساختن آن بسیار ناوقت انجام شد، کیفیت کشمش پائین بود و تقاضا برای آن کاهش یافت. -سال گذشته هیچ انگور تازه صادر نشد. محصولات از آفات زراعی نیز متضرر شدند. این شرکت مزرعه مربوط خود را دارد که در آن بیشتر از ۱۰۰۰۰ درخت وجود دارد؛ از دارو های حشر کش وارد شده از ایران استفاده نمودند که در نتیجه تمام محصولات از بین رفت.</p> | <p>-فعلاً تنها جلغوزه (ممپلی)، و چپس معامله میکنند. -در نظر دارند بعد از اینکه کاملاً جابجا شوند، به تجارت میوه خشک پردازند. -در نظر دارند تا تولیدات خود را با مناصفه مفاد به دکان ها بفروشند، نه به عمده فروشان، تا فروشات شان افزایش یابد.</p> | <p>-کشمش و بادام به فروش میرسانند. -اموال خود را به دویی، پاکستان، هند، و چین بفروش میرسانند. -سال گذشته؛ ۳۵-۵۶ تن محصولات پروسس/بسته بندی شده آنها به فروش رسید که ۱۵ الی ۲۰ تن آنرا بادام/کشمش تشکیل میداد که صادر گردیده است. -در نظر دارند امسال مجموعاً ۳۰۰ تن مواد به فروش برسانند. -اموال خود را در بازار های داخلی نیز بفروش میرساند (۲۰ ال ۲۵ فیصد فروشات شان در بازار های داخلی صورت میگیرد)</p> <p>روش پروسس:</p> <ul style="list-style-type: none"> - شستشو، دسته بندی، چرب کاری، بسته بندی (کشمش) - شکستن، دسته بندی (رنگ/سایز)، بسته بندی (بادام). - اندازه بسته ها بستگی به نظر مشتری دارد: ۱ کیلوئی ؛ ۵ کیلوئی ؛ ۲۵ کیلوئی ؛ ۵۰ کیلوئی <p>-با یک شرکت وارداتی در دویی یک قرار</p> | <p>تولیدات، مارکیت های نهانی و مشتریان -شما چه نوع محصولات را پروسس ویا تولید میکنید؟ -تولیدات شما را چه کسانی خریداری میکنند؟ آیا کدام یک از خریداران زن هستند؟ -در یک هفته/ماه چقدر تولیدات دارید؟ -آیا شما به اندازه ظرفیت تان تولیدات دارید ویا میتوانید بیشتر از این هم تولید کنید؟</p> |

| توباسوم - فابریکه پروسس کشمش کابل | شرکت غذائی دیوه کابل | تک دانه (شرکت پروسس میوه جات خشک و تازه) کابل | سولات تحقیق |
|--|---|--|--|
| | | داد عقد نموده است . -اموال خود را از طریق هوا صادر میکنند؛ مصارف آنرا خود می پردازند. | |
| <p>-ماشین آلات را از ایالات متحده امریکا (کلیفورنیا) آورده اند. -کشمش را از دهاقین خریداری میکنند. (قبلاً خشک شده). ۱. دهاقین بزرگ: ۱۰۰۰۰ تن؛ به مزارع رفته، محصولات را خریداری نموده و آنرا انتقال میدهند. ۲. کمیشن کاران فروشات: ۱۵۰۰۰ تن؛ این کمیشن کاران تاجران بزرگی میباشند که بین قریه جات و کابل در رفت و آمد میباشند.</p> | <p>-مواد بسته بندی، لیبل ها و سایر مواد مصرفی از پاکستان می آید؛ این مواد در افغانستان موجود نمیشد. -جلغوزه (مپلی) را از مندوی خریداری میکنند؛ مغز جلغوزه را بیشتر ترجیح میدهند.</p> | <p>-در نظر دارند به مزار نقل مکان کنند، زیرا تامین مواد در آنجا بسیار آسان تر است (به خصوص بادام که بسیار پرمفعت است). مزار نسبت به چاریکار آزاد تر است (موانع فرهنگی و امنیتی کمتری دارد). -اموال را مستقیماً از دهاقین و تاجران مستقل خریداری میکنند؛ از مندوی خریداری نمیکند. -در چاریکار مستقیماً با زنان تاجر معامله میکنند. -تنها از ساحاتی خریداری میکنند که محصولات پاک، و خوب داشته باشد. -ترجیح میدهند بادام را با پوست خریداری نمایند. اگر دهاقین خود پوست بادام را بشکنند، کیفیت آن بسیار پائین میباشد (شکسته، کنیف میباشد).</p> | <p>عوامل تولید - شما عوامل تولید خود را از کجا بدست می آورید؟ مواد داخلی است و یا وارداتی؟ - آیا با تامین کنندگان مواد توافقنامه های خاصی دارید؟ - آیا شما مستقیماً از دهاقین، تاجران/عمده فروشان خریداری میکنید؟ - آیا کدام یک از تامین کنندگان مواد شما، زن میباشد؟ - محصولات را از لحاظ کیفیت چگونه معامله میکنید؟</p> |
| | <p>-ماشین آلات را از پاکستان (و همچنان از چین) خریداری میکنند. -چین و پاکستان خدمات بعد از فروش را نیز انجام میدهند؛ در رابطه به نحوه استفاده ماشین، آموزش های مقدماتی و کتاب رهنما نیز فراهم میکنند. -در آینده ممکن است به ذخایر ضرورت شود ولی در حال حاضر محصولات را مطابق مصرف خریداری مینمایند و بنابراین به گدام های دراز مدت ضرورت نمیشد.</p> | <p>-آیا در خشک نمودن میوه جات از ماشین استفاده میکنند.</p> | <p>تکنالوژی و شیوه ها - آیا به تکنالوژی های مورد نیاز خود، دسترسی دارید؟ - آیا در این بخش آموزش می بینید؟</p> |
| <p>-پیش از فصل انگور، به دهاقین بر اساس تفاهمات شفاهی پول پیشکی پرداخت میکنند (به این معنی که دهاقین نمی</p> | <p>-در ارتباط به تاجران یک سروی را انجام دادند؛ از تاجران مواد با کیفیت را با نرخ پائین خریداری کردند.</p> | <p>-معلومات در مورد بازار را بیشتر از نمایشگاه ها بدست می آورند؛ مارکیت (دکان ها و خریداران بالقوه) را بررسی</p> | <p>توزیع، نرخ گذاری و موسم -در مورد بازار معلومات را چگونه بدست می آورید (چگونه، از کی، و</p> |

| توباسوم – فابریکه پروسس کشمش کابل | شرکت غذایی دیوه کابل | تک دانه (شرکت پروسس میوه جات خشک و تازه) کابل | سوالات تحقیق |
|--|---|---|--|
| <p>توانند انگور تازه بفروشند و کشمش را صرف به شرکت توباسوم خواهند فروخت)</p> <p>- قیمتی که بعداً به دهاقین پرداخته میشود، بر اساس نرخ فروشات در بازار خواهد بود.</p> <p>- برای دهاقین بویا تهیه میکنند تا از آن در خشک نمودن کشمش استفاده نمایند؛ به آنها هدایت میدهند که بخاطر بزرگ ساختن انگور از کدام مواد کیمیاوی استفاده نکنند.</p> | <p>- فروشات توسط فروشندگانی که با موثر در داخل شهر سفر میکنند، صورت خواهد گرفت؛ این فروشندگان نمونه محصولات را به مردم نشان داده و (به اساس کمیشن) سفارشات را تامین میکنند.</p> <p>- هیچ زنی این کار را انجام داده نمی تواند زیرا زنان به علت محدودیت های فرهنگی نمی توانند در شهر کابل رانندگی کنند.</p> | <p>می کنند؛ شش کارمند دارند که این کار را انجام میدهند.</p> <p>- بهترین قیمت ها را بادام، پسته و جلغوزه دارد.</p> <p>- انگور تازه نسبت به کشمش قیمت بالاتری دارد.</p> <p>- فروشات غیر فصلی: سردخانه ها برای نگهداری انگور میتواند سبب افزایش فروشات انگور شود.</p> <p>- فروشات فصلی محصولات: فعلاً فروشات بالا میباشد؛ در خزان فروشات نورمال تا پائین خواهد بود.</p> <p>- کشمش سبز با کیفیت عالی: ۳۰۰ افغانی فی کیلو گرام.</p> <p>- کیفیت خراب: که از آن غذای حیوانات تهیه میشود، ۱۰۰ الی ۱۲۰ افغانی فی کیلوگرام.</p> | <p>چه وقت)</p> <p>- نرخ را چگونه تعیین میکنید؟</p> <p>- آیا از ناحیه تامین مواد در فصل های مختلف کدام مشکلی دارید؟</p> <p>- آیا برای خریداری مواد ترتیبات ترانسپورتی را روی دست میگیرید؟</p> <p>مصارف آنرا چه کسی متقبل میشود؟</p> |
| <p>-</p> | <p>- این شرکت شرکائی دارد که روی آن سرمایه گذاری کرده اند، از بانک ها قرضه نمیگیرند.</p> | <p>- مشکل؛ به تضمین ضرورت دارند؛ میزان سود بسیار بالا است (۱۵ - ۲۰ فیصد)</p> <p>- معمولاً با پول نقد خریداری میکنند. بعضی اوقات ۲-۳ موافقتنامه نوشته کرده و (به دهاقین) قسط وار پول میپردازد.</p> <p>- قرضه نمیگیرند</p> <p>- اکثراً به تامین کنندگان مواد طور پیشکی پول می پردازند (۱۰-۱۵ فیصد)؛ این روش در افغانستان بسیار معمول است.</p> | <p>تامین وجوه مالی</p> <p>- چه نوع روش های تمویل موجود بوده و تا چه حد روش های تمویل (رسمی، غیر رسمی، نهاد های عرضه کننده قرضه های کوچک، سیستم های بانکی) قابل دسترس میباشد؟</p> <p>- آیا شما به کسی قرضه میدید و یا با استفاده از قرضه خریداری میکنید؟ چه شرایط در این خصوص وجود دارد؟</p> <p>- آیا شما شکل غیر نقدی تمویل را فراهم میکنید، مثلاً فروشات و برگشت مال، داد و ستد و یا پرداخت مال در برابر کار و غیره؟</p> <p>- جهت پس انداز پول و یا اخذ قرضه به کجا مراجعه میکنید؟</p> |

| توباسوم – فابریکه پروسس کشمش کابل | شرکت غذائی دیوه کابل | تک دانه (شرکت پروسس میوه جات خشک و تازه) کابل | سوالات تحقیق |
|--|--|---|---|
| | - دو انجمن وجود دارد (اتحادیه میوه جات خشک؛ انجمن تولید و صادرات). چندان مفید نمیباشد؛ صرف ۲-۳ زن دخیل استند، نه در تجارت میوه/خسته جات خشک. | - در مجموع ۵۰-۶۰ صادر کننده وجود دارد. | میزان همکاری - آیا انجمن های مشابهی وجود دارد؟ - آیا تامین کنندگان مواد شما، انجمن دارند؟ |
| فرصت ها: - فرصت های زیادی وجود دارد، از جمله در کشور ها/مارکیت های جدید. چالش ها: - کیفیت محصولات یکی از عمده ترین چالش ها در صادرات میباشد. - تامین وجوه مالی؛ دهافین فقیر بوده و اکثراً نیاز به دریافت پول طور پیشکی و غیره ضروریات دارند. | فرصت ها: - در تجارت کشمش/بادام پوتانسیل زیادی وجود دارد چالش ها: - پروسس غیر بهداشتی محصولات که مطابق معیار های صادرات نمیباشد؛ ولی وضعیت به آهستگی رو به بهبود است و احتمال بهتر شدن اوضاع زیاد است. - بازار یابی – اموال وارداتی بیش از حد در بازار وجود دارد. | فرصت ها: -صادرات انگور تازه از فابریکه چاریکار به دویی. -بادام و کشمش هر دو بسیار سود بخش اند (بنابراین این بخش به مزار نقل مکان میکنند) -میتواند مواد عرضه کنند ولی بیشتر میتواند مواد خرید و فروش کند. -در نظر است در بخش خشک کردن کشمش برنامه آموزشی ارائه نماید. -مارکیت های جدید: اروپا (آلمان) (بادام). چالش ها: -مشکلات در استخدام کارمندان اناث (مثلاً در چاریکار)، امنیت نیز مایه نگرانی است. در آینده در نظر است در صورت لزوم برای زنان امکانات ترانسپورتنی تامین کند و همچنان محافظین استخدام کند. -عدم موجودیت زمین برای ساخت فابریکه -تامین وجوه مالی دولت: - باید فرصت های قرضه دهی را مهیا کند - باید برای تاجران زمین فراهم کند - باید در هر سطح زنجیره ارزش برنامه های آموزشی تدویر نماید؛ دهافین برای بهتر ساختن کیفیت محصولات شان به | موانع و فرصت ها -آیا شما در برآورده ساختن تقاضای مشتریان خود مشکل دارید؟ -در تجارت کشمش/انگور چه موانع و فرصت هایی را می بینید؟ -مشکلات عمده فرا راه رشد تجارت شما چیست ؟ -در مارکیت های موجود رشد را می بینید؟ در مارکیت های جدید ویا گرایش مشتریان چطور؟ |

| توباسوم – فابریکه پروسس کشمش کابل | شرکت غذایی دیوه کابل | تک دانه (شرکت پروسس میوه جات خشک و تازه) کابل | سوالات تحقیق |
|--|---|---|---|
| | | کمک های تکنیکی، بوریاء، و غیره مواد برای خشک کردن کشمش ضرورت دارند. | |
| <p>- ۵۰ زن در فابریکه کار میکند، تعداد مجموعی کارمندان ۲۰۰ تن میباشد.</p> <p>- نقش زنان در تولید/پروسس انگور: شاخه بری؛ جمع آوری، حاصل برداری، حمل و نقل، دسته بندی، و پاک کاری.</p> <p>- نقش زنان در تولید کشمش: هموار کردن بوریاء، جمع آوری، دسته بندی و پاک کاری کشمش.</p> <p>- زنان فروشنده وجود ندارد.</p> <p>- زنان نمی توانند تاجر باشند.</p> | <p>- هیچ زن نمی تواند میوه جات خشک را در مندوی به فروش برساند. انتظار ندارد که حد اقل در ۵۰ – ۶۰ سال آینده در این عرصه کدام تغییری بیاید.</p> <p>- برای زنان مشکل خواهد بود که به حیث عمده فروش کار کنند، در مورد نرخ ها چانه بزنند، تقاضای پرداخت پول نمایند و یا سایر فعالیت ها را در بازار انجام دهند.</p> <p>- زنان اکثراً خدمات پاک کاری و پروسس را انجام میدهند، ولی زنان این کار را در خانه انجام میدهند و در حوالی مندوی زندگی میکنند.</p> <p>- زنان در پروسس محصولات با دست بهترین کارکنان هستند؛ آنها، مسئول، همکار و در کار های دستی ماهر بوده و به وظیفه ضرورت دارند.</p> <p>- معاش: ۸۰ – ۱۴۰ افغانی/ روز</p> <p>- در ابتدا بعضی زنان را مردان تا فابریکه همراهی میکردند، در مورد تعیین وقت کار نگرانی دارند؛ زنان به اجازه خانواده ضرورت دارند.</p> <p>- امکانات ترانسپورتهی برای آنها مهیا نیست زیرا آنها در همین حوالی زندگی میکنند.</p> <p>- مردان این گونه کار را در برابر همچون معاشی انجام نمی دهند.</p> <p>- به آنها حد اقل باید ۱۵۰ – ۳۰۰ افغانی/ روز پرداخته شود. مردان گزینه های دیگری در ارتباط به کار دارند.</p> | <p>- کارمندان اناث: در حال حاضر ۶۰ کارمند اناث در بخش پروسس دارد.</p> <p>- بستگی به فصل دارد: در فصل های پر فروش به کارگران در ۲ - ۳ شیفت ضرورت دارد.</p> <p>- در چاریکار به ۳۰ نفر زن در بخش پروسس ضرورت خواهد داشت؛ در این کار، زنان را ترجیح میدهند، زیرا زنان بسیار با احتیاط و در پاک کاری خوب میباشند.</p> <p>- در بعضی مناطق در یافتن کارگران زن مشکل دارند.</p> <p>- زنان صادر کننده وجود ندارد.</p> <p>- زمانیکه محصولات را از زنان خریداری میکنند، کدام تفاوتی در معامله با آنها نمی بینند. قیمت محصول بستگی به کیفیت آن دارد؛ این شرکت کارمندان زن دارد که با زنان فروشنده روی نرخ ها مذاکره میکنند.</p> <p>- با زنان بشکل انفرادی و گروپی معامله میکند.</p> | <p>جنر</p> <p>- چه تعداد از مردان و زنان در این سکتور شامل بوده و نقش آنها چه است (امکانات در حال و در آینده)؟</p> <p>- آیا امکان دارد که زنان بیشتری در کار پروسس دخیل گردند؟</p> |

| سوالات تحقیق | تک دانه (شرکت پروسس میوه جات خشک و تازه) کابل | شرکت غذایی دیوه کابل | توباسوم – فابریکه پروسس کشمش کابل |
|--------------|---|--|-----------------------------------|
| | | -زنان فروشنده وجود ندارد. زنان ممکن است بتوانند به حیث کمیشن کاران فعالیت کنند، ولی در افغانستان هیچ گاهی چنین چیزی دیده نشده است. | |

پرچون فروشان

| سوالات تحقیق | پرچون فروش کابل، شماره ۱ شهر نو، کابل | پرچون فروش کابل، شماره ۲ شهر نو، کابل | پرچون فروش مزار مارکیت گلبدین مندوزی |
|--|--|---|--|
| محصولات، مارکیت های نهائی و مشتریان -چه نوع محصولات را می فروشید؟ -آیا انگور، بادام و کشمش می فروشید؟ -به چه اساس در مورد اینکه چه باید خریداری کنید، تصمیم می گیرید؟ -مشهور ترین انواع بادام و کشمش کدام است؟ -کدام نوع بادام و کشمش بیشترین مفاد را دارند؟ -مشتریان شما چه کسانی هستند؟ -به صادر کنندگان مال میفروشید؟ زنان صادر کننده وجود دارد؟ -صادر کنندگان مواد خود را از چه کسانی خریداری میکنند؟ از کمیشن کاران، مندوی ویا پرچون فروشان؟ -شما مستقیماً صادرات دارید؟ به کجا؟ -در یک هفته/ماه چه مقدار مال را به فروش میرسانید؟ -رقیب شما کی است؟ آیا زنان پرچون فروش وجود دارد؟ | -انواع مختلف بادام و کشمش و سایر میوه جات خشک را به فروش میرساند، دکان خوراکه فروشی نیز دارند. -مشتریان عمده آنها خارجی ها، و افغانها میباشد. -بادام ستاربائی و کشمش سنگل خانی -فعالیت در جریان زمستان زیاد بوده و در تابستان به دلیل گرمی هوا کم میباشد. -معمولاً به صادر کنندگان مال نمی فروشند، ولی اگر سفارشی بگیریند، میتوانند، آنرا بر آورده سازند. -بلی، زنان هم به دکان ما آمده و خریداری میکنند، کدام محدودیتی وجود ندارد. -زنان پرچون فروش وجود ندارد. | -انواع مختلف بادام، پسته، زردآلوی خشک، چارمغز، کشمش و غیره را می فروشند. -آنها میوه جات خشک را نظر به فروش آنها، نظر به تجربه دکاندار تهیه میکنند. -مطلوب ترین نوع بادام، بادام ستاربائی و بهترین نوع کشمش، کشمش سنگل خانی میباشد. -این انواع مشخص میوه مفاد خوبی دارد. -به صادر کنندگان نمی فروشند، صرف به مشتریان محلی میفروشند. -هر هفته آنها به ارزش ۳۵۰ دالر امریکائی مال به فروش میرسانند. | -اموال خود را از مندوی مزار تامین میکنند وبا دهاقین ارتباط مستقیم ندارند. -آنها سفارشات و شرایط خود را به |
| عوامل تولید -عوامل تولید خود را از کجا تهیه میکنید؟ شما با دهاقین مستقیماً معامله | -از تاجران خریداری می کنند. هیچ یک از این تاجران زن نیستند. -به مندوی میروند تا اشیای مورد ضرورت | -اکثراً از تاجران کوچک در مندوی خریداری میکنند. از عمده فروشان بزرگ مواد نمی خردند. مصارف | |

| پرچون فروش مزار مارکیت گلبدین مندوی | پرچون فروش کابل، شماره ۲ شهر نو، کابل | پرچون فروش کابل، شماره ۱ شهر نو، کابل | سوالات تحقیق |
|---|--|--|--|
| <p>عرضه کنندگان مواد ارسال میکنند. - آنها از عرضه کنندگان خود راضی هستند. - هیچ زن تامین کننده مواد در مندوی وجود ندارد زیرا برای خانواده غیر قابل قبول است که زنان شان در همچو جای مزدحم کار نمایند. - اینها پرچون فروشانی هستند که اموال خود را دو بار در هفته از مندوی تامین میکنند.</p> | <p>ترانسپورتهای به عهده خودشان است. - با تاجران مختلف معامله دارند که هر کدام نوع مختلف میوه به فروش میرسانند. - هر ۱ الی ۲ هفته مال خریداری می کنند، نظر به فروشات.</p> | <p>خود را تهیه کنند، با تاجران مختلف ارتباط برقرار کرده اند. - در دکان خود بادام امریکائی دارند که از مندوی خریداری کرده اند. تاجران این بادام را از دویی به آنها می آورند.</p> | <p>میکنید ویا با تاجران/عمده فروشان؟ - از دهاقین بزرگ مواد خریداری میکنید؟ از چند دهقان بزرگ خریداری میکنید؟ - محصولات را از مارکیت (مندوی) خریداری میکنید؟ - آیا در مندوی عمده فروشان بزرگ و کوچک وجود دارد؟ آیا شما از هر دو مواد میخرید؟ - از کدام فابریکه پروسس مواد میخرید؟ از چند فابریکه؟ - با عرضه کنندگان مواد کدام توافقنامه خاص دارید؟ - از کار این عرضه کنندگان مواد راضی هستید؟ - آیا کدام یک از عرضه کنندگان اموال شما زن هست؟ آیا این امکان برای زنان وجود دارد که عرضه کننده مواد باشند؟ چرا و چرانی؟ - آیا شما دهقان/پروسس کننده/تاجر هستید؟ آیا شما بادام و کشمش فروشی تولید میکنید؟ - چند مرتبه در یک مدت معین کشمش و بادام خریداری میکنید؟</p> |
| <p>- قبل از فروش کدام پاک کاری ویا دسته بندی نمیکنند، زیرا بادام و کشمش پاک شده و دسته بندی شده را خریداری میکنند. - در کدام برنامه که مواد ارزان برایشان تامین کند، عضویت ندارند.</p> | <p>- خودشان میوه جات را پاک کاری میکنند و از زنان کار نمی گیرند. - اینرا میدانند که در مندوی زنان کار پاک کاری را انجام میدهند.</p> | <p>- پاک کاری و تمام بسته بندی را انجام میدهند. - در این دکان از زنان کار نمی گیرند، ولی در مندوی یک دکان دیگر دارند که در آنجا اشیاء خود را جهت پاک کاری به زنان میفرستند. آنها روزانه مبلغ ۲۰۰ افغانی به این زنان پرداخت میکنند و زنان مذکور ۵ روز در هفته کار میکنند.</p> | <p>تکنالوژی ها و روش ها - آیا شما قبل از فروش، مجبور به پاک کاری، دسته بندی انگور، کشمش ویا بادام هستید؟ - این کار را چه کسی انجام میدهد؟ از زنان کار میگیرید؟ این کار چقدر هزینه میبرد؟ - آیا میانجی ها کدام پروسس را انجام میدهند؟ آیا شما در پروسس میوه جات از منابع بیرونی استفاده میکنید؟</p> |

| پرچون فروش مزار مارکیت گلبدین مندوزی | پرچون فروش کابل، شماره ۲ شهر نو، کابل | پرچون فروش کابل، شماره ۱ شهر نو، کابل | سوالات تحقیق |
|---|---|---|---|
| | | | <p>- روی انگور تازه چه نوع پروسس صورت میگیرد؟ این کار را چه کسی انجام میدهد؟</p> <p>- انگور تازه را کی بسته بندی میکند؟</p> <p>- آیا کدام شرکت آب میوه داخلی وجود دارد؟ چند تا؟ و در کجا موقعیت دارند؟ آنها انگور را از چی کسی خریداری میکنند؟ به کی میفروشند؟</p> <p>- آیا شما در کدام پروژه ویا برنامه ی سهم دارید که به شما مواد رایگان ویا کم هزینه را جهت فروش تامین کند؟ اگر بلی، چگونه؟ چی کسی در این کار دخیل است؟</p> |
| <p>- اموال خود را در داخل شهر در دکان های کرائی (۱۵۰۰۰۰ افغانی کرایه یک ماه) به فروش میرسانند.</p> <p>- نرخ براساس دکان های پرچون فروشی همجوار و سایر مارکیت ها تعیین میشود.</p> <p>- با کیفیت ترین بادام به ۵۰۰ افغانی فی کیلو گرام و با کیفیت ترین کشمش به ۳۵۰ افغانی فی کیلوگرام به فروش میرسد.</p> <p>- برای درجه های مختلف بادام و کشمش از لحاظ کیفیت، نرخ ها و فروشات مشخصی وجود دارد، که مطابق آن به فروش میرسند.</p> <p>- مشکلات از ناحیه فصل ها وجود دارد، زیرا در ختم فصل، انبار میوه جات خشک کافی نبوده و تقاضای مشتریان برآورده ساخته نمی شود.</p> <p>در حال حاضر، تقاضا برای بادام ستارباتی بسیار زیاد است ولی محصول هم اکنون در بازار تمام شده است.</p> | <p>- قیمت ها (فی کیلوگرام)</p> <p>- بادام امریکائی: ۵۰۰ افغانی</p> <p>- بادام داخلی: ۵۰۰ افغانی و ۲۰۰ افغانی (پر فروش ترین)</p> | <p>- تابستان: فروشات در این فصل کاهش می یابد زیرا در این فصل میوه جات خشک و میوه های مغز دار مثل فصل زمستان فروشات ندارد. ماه جوزا پائین ترین فروشات را دارد.</p> <p>قیمت ها (فی کیلوگرام)</p> <p>- کشمش سبز: ۱۰۰ افغانی</p> <p>- کشمش سنگل خانی (قندهار): دو نوع آن از لحاظ کیفیت: آنکه درست پاک نشده است: ۱۶۰ افغانی؛ یک به یک، با دست پاک شده آن: ۳۵۰ افغانی.</p> <p>- کشمش سرخ: ۱۴۰ افغانی</p> <p>- کشمش کلان دانه: ۵۰۰ افغانی</p> <p>- نرخ بادام ۸۰۰ افغانی و پایین تر از آن تا ۶۰۰، ۵۰۰ و ۲۵۰ افغانی می باشد.</p> <p>- بادام امریکائی: ۵۰۰ افغانی</p> <p>- بادام داخلی بیشترین فروش را دارد (۶۰۰ افغانی).</p> <p>- کشمش درجه دوم سنگل خانی بهترین فروش را دارد (۱۶۰ افغانی)</p> | <p>توزیع، نرخ گذاری و موسم</p> <p>- محصولات خود را چگونه به فروش میرسانید؟</p> <p>- دکان های شما در کجا موقعیت دارد - در ساحات شهری و/یا روستائی؟</p> <p>- نرخ را چگونه تعیین میکنید؟</p> <p>- نرخ فعلی مشهور ترین نوع بادام و کشمش که شما می فروشید، چند است؟</p> <p>- محصولات را از لحاظ کیفیت چگونه معامله میکنید؟</p> <p>- در تامین مواد در فصل های مختلف سال کدام مشکلی دارید؟</p> <p>- تامین کنندگان مواد، اموال شان خودشان به شما انتقال میدهند ویا شما امکانات ترانسپورتی مهیا میکنید؟</p> <p>هزینه ترانسپورت را می پردازید؟</p> |

| سوالات تحقیق | پرچون فروش کابل، شماره ۱ شهر نو، کابل | پرچون فروش کابل، شماره ۲ شهر نو، کابل | پرچون فروش مزار مارکیت گلبدین مندوزی |
|--|---|---|--|
| | | | - دکاندار به مندوی رفته و مصارف ترانسپورتنی را خودش پرداخت میکند. اگر تامین کنندگان مواد را خودشان بیاورند، ترانسپورت را نیز خودشان تهیه میکنند. |
| تامین وجوه مالی - چه نوع روش ها برای تامین وجوه مالی موجود بوده و تا چه حد این روش های (رسمی، غیر رسمی، نهاد های عرضه کننده قرضه های کوچک، سیستم های بانکی) به تجارت شما قابل دسترس میباشد؟ - آیا شما به کسی قرضه میدیدید و یا با استفاده از قرضه خریداری میکنید؟ چه شرایط در این خصوص وجود دارد؟ - قرضه چقدر هزینه میبرد؟ - آیا شما کدام شکل غیر نقدی تامین وجوه مالی را بکار میبرید، مثلاً فروشات و برگشت مال، داد و ستد و یا پرداخت مال در برابر کار و غیره؟ - جهت پس انداز پول به کجا مراجعه میکنید؟ | - اکثرأ نقداً پول میدهند، بعضی اوقات بعد از خرید بطور قسط وار پول می پردازند. - در سرمایه مشکل دارد. مبلغ ۳,۸۶ لک از عرضه کنندگان مواد مقروض میباشد. چون این دکانداران مشتریان همیشگی عرضه کنندگان میباشدند، آنها منتظر میمانند تا بعد از خوب شدن وضع تجارت پول خود را بدست آورند. | - در تامین وجوه مالی با مشکلات مواجه شدند ولی به کمک دوستان مشکل حل شد. دکاندار بر اساس اعتماد از آنها قرض میگیرد. او هیچگاهی درخواست اخذ قرضه های کوچک نکرده است، زیرا اسلام سود را حرام دانسته است. - دکاندار به مشتریان بر اساس اعتماد و بدون هیچ نوع شرطی قرض میدهد. - او پول خود را در نزد یک صراف که مورد اعتمادش هست، پس انداز میکند. اگر به پول ضرورت پیدا کند، میتواند پولش را از نزد صراف بیگیرد. پولش را در بانک به علت وضعیت نا بسامان بانک ها، نگهداری نمیکند. | |
| سطح همکاری - آیا انجمن های عرضه کنندگان مواد (بادام، کشمش) وجود دارد که شما مواد خود را از آنها بدست آورید؟ - با آنها شما چگونه معامله میکنید و این انجمن ها چگونه تشکیل شده اند؟ از کدام انجمن زنان خریداری میکنید؟ - آیا انجمن های پرچون فروشان وجود دارد؟ | | | - بلی، انجمن هائی وجود دارد ولی نمی داند که آنها چگونه تشکیل شده اند. - در مزار از زنان خریداری نمیشود و نه کدام انجمن زنان تامین کننده مواد وجود دارد. - این دکاندار عضویت انجمن پرچون فروشان را ندارد؛ در حال حاضر کدام انجمن پرچون فروشان در مزار وجود ندارد. از هیچ نهاد (دولتی، غیر دولتی و یا انجمن) کدام کمکی بدست نیاورده است. |
| موانع و فرصت ها | | | موانع: |

| سوالات تحقیق | پرچون فروش کابل، شماره ۱ شهر نو، کابل | پرچون فروش کابل، شماره ۲ شهر نو، کابل | پرچون فروش مزار مارکیت گلبدین مندوزی |
|--|--|--|---|
| <p>- شما در زنجیره ارزش بادام و کشمش چه موانع و فرصت هائی را می بینید؟</p> <p>- آیا شما در برآورده ساختن تقاضای مشتریان مشکلی دارید؟</p> <p>- در تقاضای دهاقین کدام تغییر ویا گرایشی را متوجه شده اید؟</p> <p>- مشکلات عمده در رشد تجارت شما چه است؟</p> <p>- در مارکیت های فعلی رشد می بینید؟</p> <p>در مارکیت های جدید چطور؟</p> | | | <p>- هوای سرد برای بادام خوب نیست.</p> <p>- اگر بارندگی زیاد شود، گل بادام از بین رفته و کیفیت بادام متاثر میشود.</p> <p>- امنیت نیز یک فاکتور عمده است. اگر شاهراه بسته شود، تامین مواد نا ممکن خواهد بود.</p> <p>- رشوه ستانی پولیس در پوسته های تلاشی یک مشکل عمده است.</p> <p>- اگر خساره مند شوند ویا با مشکل دیگری مواجه شوند، کدام سیستم پشتیبانی وجود ندارد - کدام برنامه بیمه ویا حمایت از جانب دولت وجود ندارد.</p> |
| <p>جندر</p> <p>- در پرچون فروشی چه تعداد از زنان دخیل میباشد؟</p> <p>- آیا زنان تاجر/عمده فروش وجود دارد؟</p> <p>- آیا این امکان برای زنان وجود دارد که تاجر/پرچون فروش ویا صادر کننده شوند؟ موانع عمده سر راه زنان چه است؟</p> <p>- در زنجیره ارزش زنان چه کار های دیگری را انجام داده میتوانند؟</p> | | | <p>- در پرچون فروشی های مزار هیچ زنی وجود ندارد.</p> <p>- کدام زن تاجر ویا عمده فروش وجود ندارد ولی برای زنان ناممکن نیست که مهارت کسب کرده و این شغل را با پاکی و ابتکار بیشتر انجام دهند.</p> <p>- نا امنی، موانع فرهنگی و نبود اعتماد بالای زنان که کار در این عرصه را شروع کنند ویا تاجر شوند، موانع سر راه زنان به حساب میرود.</p> <p>- زنان پروسس، حاصل برداری، دسته بندی، و درجه بندی را انجام میدهند.</p> |

نهاده ها

| سوالات تحقیق | پروژه زیربنای مارکیت زراعت (ADB) / وزارت زراعت و مالداري | پروژه باغداری و مالداري (HLP) | موسسه توسعه صنعت بادام افغانستان (AAIDO) |
|---|---|--|---|
| <p>معرفی</p> <p>- شما در تجارت انگور، کشمش و بادام چه نقشی دارید؟</p> <p>- ساختار تشکیلاتی شما چگونه است؟</p> <p>کارمندان انانث دارید؟</p> | <p>- پروژه زیربنای مارکیت زراعت (AMIP) پروژه است که از جانب بانک انکشاف آسیائی از طریق واحد تطبیق و هماهنگی پروژه (PICU) وزارت زراعت و مالداري تمویل میگردد. پروژه رسماً در ماه اپریل</p> | <p>- پروژه باغداری و مالداري (HLP) یکی از ابزار کلیدی در تطبیق چارچوب ملی انکشاف زراعت در تولیدات باغداری و مالداري میباشد. پروژه باغداری و مالداري روی ۱۱ ولسوالی مشخص در</p> | <p>- موسسه توسعه صنعت بادام افغانستان در مشارکت با موسسه ریشه های صلح کار میکند. این پروژه از جانب اتحادیه اروپا از طریق پروژه باغداری و مالداري تمویل میشود. پروژه باغداری و مالداري</p> |

| موسسه توسعه صنعت بادام افغانستان (AAIDO) | پروژه باغداری و مالداري (HLP) | پروژه زیربنای مارکیت زراعت (ADB/ وزارت زراعت و مالداري) | سوالات تحقیق |
|---|--|--|---|
| <p>(HLP) با موسسه ریشه های صلح یک قرار داد فرعی عقد نمود و ایجاد موسسه توسعه صنعت بادام افغانستان بخشی از اهداف این پروژه میباشد.</p> <p>-موسسه AAIDO متشکل از ۸ انجمن تولید کننده، ۴ انجمن تاجران و صادر کنندگان و ۶ انجمن قوریه داران از سراسر کشور میباشد. از جمع این ۱۸ انجمن، دو انجمن زنان تولید کننده در ولایات دایکندی و بلخ میباشد. نماینده تمام سکتور ها در هیئت رئیسه که ۱۱ عضو دارد، وجود دارد (همه مردان هستند). موسسه توسعه صنعت بادام افغانستان ۷ کارمند بالمقطع دارد که یک نفر محاسب آن از طبقه اناث میباشد.</p> <p>-آنها برای انجمن های عضو در بخش های شاخه بری، پیوند زنی، کسب معلومات در مورد بازار، تعیین بهترین مواد اولیه جهت استفاده، بسته بندی، گرده افشانی و جدا سازی انواع شیرین و تلخ بادام برنامه های آموزشی و کمک های تخنیکی ارائه مینمایند.</p> <p>-موسسه توسعه صنعت بادام افغانستان در ولایات بلخ، سمنگان، غزنی، لغمان و دایکندی مراکز ساحوی داشت.</p> <p>-انجمن های زنان از دایکندی و خلم تاشقرغان اخیراً به این نهاد پیوسته اند. اینها تولید کنندگان و تاجران/پروسس کنندگان میباشدند. موسسه توسعه صنعت بادام افغانستان این انجمن ها را در پروسس، بسته بندی و بازاریابی کمک کرده است.</p> <p>-این موسسه از طریق کارمندان ساحوی خویش و در هماهنگی با وزارت زراعت</p> | <p>ولایات شمالی و مرکزی تمرکز دارد. -در بخش باغداری، پروژه باغداری در نظر دارد تا تولیدات و قابلیت تولید خانواده های زارع را افزایش داده، آنها را کمک نماید تا مناسب ترین روش های باغداری را بکار برند، و ۳۰۰۰ قوریه جدید اعمار نماید که ۶۰% نهال های آن بارور شود و در جاهائیکه بخش آزمایشی زنجیره ارزش پروژه تطبیق میشود، بهای تولیدات تولید کنندگان را افزایش دهد.</p> <p>-در هر ولسوالی، گروپ های زارعین تولید کننده که توسط بخش توسعه سازمان دهاقین (FOD) پروژه باغداری و مالداري تعیین شده است، مورد توجه قرار خواهد داشت.</p> <p>-گروپ های زارعین تولید کننده اناث به تعقیب ایجاد گروپ های مفاد باغداری ایجاد شده اند. اشتراک کنندگان نکور اعضای اناث خانواده، سایر اقارب، و دوستان شان را جهت ایجاد گروپ های زارعین تولید کننده اناث به مسئولین معرفی نمودند. اینکه پروژه باغداری و مالداري توجه خود را از دهاقین انفرادی به خانواده های زارع معطوف نموده است، یک تغییر عمده به حساب میرود؛ با تغییر تمرکز از اشخاص به خانواده ها واقعیت فعالیت های زراعتی در خانواده ها انعکاس داده میشود. این گروپ ها عمدتاً از بین گروپ های مفاد باغداری که توسط مسئولین تسهیل کننده به منظور فعالیت های باغدار ایجاد شده بودند، برگزیده شده اند.</p> <p>-فراهم کنندگان اناث خدمات ترویج : قرار</p> | <p>سال ۲۰۱۰ آغاز گردید و اکنون روی استخدام کارمندان و جدول زمانی آن کار میشود. این پروژه دارای دو هدف اصلی میباشد:</p> <ol style="list-style-type: none"> ۱. تقویت حمایت از بازار از طریق مارکیت زراعتی. ۲. ارائه مشورت به کارمندان وزارت زراعت و مالداري (واحد سکتور خصوصی، واحد باغداری، و واحد کوپراتیف دهاقین). <p>- پروژه (AMIP) در دو بخش فعالیت خواهد داشت - پروژه تقویت مالداري و پروژه تقویت باغداری.</p> <p>- از طریق بخش تقویت مالداري این پروژه در نظر است ۵ کشتارگاه حیوانات (۲ کشتار گاه در کابل و یک کشتار گاه در هریک از شهر های مزار، هرات و کندز) ایجاد گردد. همچنان در نظر است تا فابریکه پروسس شیر در جلال آباد اعمار گردد.</p> <p>- از طریق بخش تقویت باغداری قرار است ۲۰۰ مرکز جمع آوری در هفت زون زراعتی (شمال شرق، شمال، جنوب غرب، جنوب، شمال، شرق، و مناطق مرکزی) ایجاد گردد. مراکز جمع آوری، باغداران را در جمع آوری، پروسس، بسته بندی و بازاریابی (و در صورت لزوم فراهم نمودن سردخانه ها) برای محصولات شان کمک خواهد کرد.</p> <p>- پروژه زیربنای مارکیت زراعت روی پسته، بادام، زرد آلو و کشمش تمرکز دارد. مسئولین این پروژه مشاورینی را به منظور تجزیه و تحلیل زنجیره ارزش این</p> | <p>-در نهاد خود، عضو دارید؟ این اعضا چه کسانی هستند؟ آیا کدام یک از این اعضا زن هستند؟</p> <p>-چه نوع خدمات و یا همکاری ها به دهاقین، تاجران، صادر کنندگان ارائه میکنید؟</p> <p>برنامه های آموزشی و ترویجی</p> <p>-شما برنامه های آموزشی و ترویجی اجرا میکنید؟ فراهم کنندگان خدمات ترویجی وجود دارد؟</p> <p>-کدام نوع همکاری ویا خدمات دیگر به زنان دهقان، تاجر و یا صادر کننده انجام میدهید؟</p> <p>-آیا این کمک ها به زنان ارائه میشود؟ آیا در بدل آن فیس گرفته میشود؟ آیا آموزگاران به قریه ها سفر می کنند؟</p> |

| سوالات تحقیق | پروژه زیربنای مارکیت زراعت (ADB) / وزارت زراعت و مالداری | پروژه باغداری و مالداری (HLP) | موسسه توسعه صنعت بادام افغانستان (AAIDO) |
|---|--|--|--|
| <p>محصولات استخدام کرده و نتایج سروی خویش را الی ماه عقرب آماده خواهند داشت. از نتایج بدست آمده از این مطالعه در تطبیق بخش تقویت باغداری پروژه به عنوان رهنمود استفاده خواهد شد. مراکز جمع آوری تحت مالکیت گروپ های زارعین، انجمن ها، کوپراتیف ها خواهد بود که در این زمینه اولویت به گروپ های زنان داده خواهد شد.</p> <p>- انجمن های زنان در رابطه به نحوه مدیریت مراکز جمع آوری آموزش دیده و یاد خواهند گرفت که چه چیزی را نظر به تقاضای مارکیت کشت نمایند. پروژه در بخش ارائه معلومات در مورد بازار نیز همکاری خواهد نمود که این کار را با استفاده از رسانه های مختلف (پروشر، رادیو، تلویزیون و غیره) انجام خواهد داد.</p> <p>- در این پروژه در نظر است تا تحقیق زنجیره ارزش در سال ۲۰۱۰ تکمیل گردد و مراکز جمع آوری در سال ۲۰۱۱ تاسیس گردند.</p> <p>- این پروژه سکتور میوه جات خشک و میوه های مغز دار را نیز از طریق تجهیز مجدد ریاست میوه جات خشک و میوه های مغز دار وزارت تجارت تقویت خواهد کرد. آنها به این ریاست تجهیزات لابراتواری مهیا خواهند کرد که مطابق معیار های سازمان تجارت جهانی بوده و برای کارکنان لابراتوار برنامه های آموزشی نیز تدویر خواهند کرد.</p> | <p>است صد نفر داشته باشند؛ اکنون صرف ۲۵ نفر دارند. قرار است تعداد بیشتری استخدام و آموزش داده شوند. در برنامه آموزشی برای زنان اصلاحاتی بوجود آمده است - زنان در بخش کشت چند محصول همزمان آموزش داده میشوند بعضی اینک در بخش شاخه بری آموزش داده شوند.</p> <p>-حدود ۱۰۰۰ گروپ (۶۰ فیصد مردان؛ ۴۰ فیصد زنان) در حال حاضر مشغول تطبیق مکاتب ساحوی زارعین میباشند. به این گروپ ها آموزش های تخریکی و همچنان خدمات تجارتي، مواد اولیه و ارتباط با مارکیت ها فراهم شده است. به گروپ های زنان در مورد مدیریت باغداری و صندوق پس انداز آموزش داده شده است. از پولی که از صندوق های پس انداز جمع آوری نمودند، زنان پروژه های اقتصادی و تولیدات زراعتی خود را تمویل نمودند. اگر آنها به قرضه های بیشتری نیاز داشته باشند، به موسسات مالی WOCUU، خدمات مالی آریانا (میرسی کورپس) و اولین بانک عرضه کننده قرضه های کوچک (آغاخان) ارتباط داده میشوند. این گروپ ها غیر رسمی بوده و دارای یک نفر رئیس، خزانه دار و منشی میباشند. آنها از پروژه کدام آموزشی دریافت نخواهند کرد مگر اینکه به شکل یک گروپ تنظیم شده باشند. از بین گروپ آنها فراهم کنندگان خدمات ترویج را انتخاب میکنند. این گروپ ها بعداً میتوانند به شکل انجمن های دهاقین ویا انجمن های قرضه و پس انداز روستائی، طبق خواش خودشان</p> | <p>و مالداری به تولید کنندگان خدمات ترویج را فراهم مینماید. موسسه توسعه صنعت بادام افغانستان برای تاجران/صادر کنندگان در بخش های بازار، برنامه های آموزشی در مورد زنجیره ارزش، و برنامه های آموزشی در رابطه به ایجاد مراکز بازار یابی در سایر کشور ها مثل هندوستان کمک مینماید. تا اکنون در بدل این خدمات کدام نوع اجرتی اخذ نمیگردد زیرا این خدمات از جانب تمویل کنندگان تمویل میشود. ولی، انتظار میرود موسسه توسعه صنعت بادام افغانستان بعد از ۴ سال پایدار شود.</p> <p>-برنامه های آموزشی رایگان برای زنان نیز مهیا میباشد.</p> <p>-برای تولید بادام، یک جریب زمین میتواند ۶۶ درخت از ۴ نوع را در خود جای دهد. نهال های درخت بادام ۴ سال را در قوریه و ۲ سال را در مزرعه میگذرانند تا بارور شوند.</p> | |

| سوال‌ات تحقیق | پروژه زیربنای مارکیت زراعت (ADB) / وزارت زراعت و مالداري | پروژه باغداری و مالداري (HLP) | موسسه توسعه صنعت بادام افغانستان (AAIDO) |
|--|--|--|---|
| | | <p>تبدیل شوند.</p> <p>-شرکای تطبیق کننده پروژه باغداری و مالداري قرار ذیل اند:</p> <p>۱. ریشه های صلح (کمک های تخنیکي در بخش مالداري و باغداری از طریق ۱۵۰ فراهم کننده خدمات ترویج که ۲۵ تن آنها زن میباشند، ارائه مینماید؛ این نهاد دارای ۱۱ کارمند خدمات ترویج در بخش مالداري نیز میباشد)</p> <p>۲. سازمان غذا و زراعت سازمان ملل (تولیدات مرغداری)</p> <p>۳. موسسات غیر دولتي، از جمله موسسه انکشافی سنائی (SDO) ، مشارکت جهانی برای افغانستان، موسسه انکشاف و همکاری های تخنیکي (ACTED) ، ZoA ، افغان اید و موسسه هند ایند هند (دست بدست) (که بخش بسیج اجتماعی را تطبیق میکند).</p> <p>- این پروژه در سال ۲۰۱۱ به پایان میرسد. آنها فعالیت هائی را به منظور اطمینان از تداوم گروپ هایشان با تامین ارتباط بین دهاقین و تاجران و ایجاد انجمن های دهاقین انجام میدهند. آنها همچنان روی یافتن مارکیت بدیل برای پشاور کار نموده و در تلاش بهبود کیفیت انگور در بخش تولید میباشند.</p> <p>- پروژه باغداری و مالداري به کشمش به عنوان یک زنجیره ارزش با مفاد، جدا از انگور تازه نگاه میکند.</p> | |
| <p>تولیدات، بازار نهائی و ساحات تولیدی ملی/ساحوی</p> <p>- آیا انگور تازه صادر میشود ویا اکثراً</p> | | <p>-در حال حاضر پروژه باغداری و مالداري (HLP) صرف روی انگور تازه تمرکز دارد. این پروژه در بازسازی و</p> | <p>-دهاقین بادام را به تاجران به فروش میرسانند که تاجران مذکور این بادام را در مارکیت های داخلی ویا به صادر</p> |

| موسسه توسعه صنعت بادام افغانستان (AAIDO) | پروژه باغداری و مالداري (HLP) | پروژه زیربنای مارکیت زراعت (ADB)/ وزارت زراعت و مالداري | سوالات تحقیق |
|--|---|--|--|
| <p>کنندگان می فروشند. هر شرکت تجارتي نمایندگان خود را دارد که بادام را از نزد تولید کنندگان جمع آوری میکند.</p> <p>- در حال حاضر، انجمن های زنان محصولات را صرف به تاجران به فروش میرسانند.</p> <p>- بادام درجه اول به هند صادر میشود؛ بادام درجه دوم به پاکستان صادر میشود؛ صادر کنندگان در جستجوی مارکیت های صادراتی در شرق میانه نیز هستند.</p> <p>- بادام در جاهائیکه آب فراوان وجود نداشته باشد، معمولاً در ساحات کوهستانی کشت میشود، زیرا به آبیاری اندک نیاز دارد. بادام در مقابل فقط منفی دو (-۲) درجه سانتی گرید هوای سرد مقاومت دارد؛ در هوای سرد تر از این، پندک ها را یخ زده و از بین میروند.</p> <p>از جمع ۶۷ نوع بادام که در افغانستان کشت میشود، ۱۲ نوع آن به خارج صادر میشود. بهترین نوع بادام، بادام ستار بانی میباشد که ۹۰ فیصد تولیدات به خارج صادر شده و ۱۰ فیصد آن در بازار های داخلی به فروش میرسد.</p> <p>- طبق این منبع، نسبت کیفیت پائین، تنها ۱۳ فیصد کل تولیدات بادام صادر میشود.</p> <p>- بادام از کالیفرنیا و استرالیا وارد میشود، ولی با توجه به نبود احصائیه، به نظر این منبع، بادام طور قاچاقی وارد کشور میشود.</p> <p>توصیه ها در مورد پالیسی</p> <p>- کنترل و یا کاهش جریان بادام وارداتی.</p> <p>- واردات مواد بی کیفیت از سایر کشور</p> | <p>ایجاد تاکستان های جدید کمک مینماید. انگور تازه در بازار های داخلی فروخته شده و همچنان از طریق کراچی به پاکستان صادر میشود. از طریق بندر کراچی، تاجران پاکستانی انگور افغانستان را به سایر کشور ها به فروش میرسانند.</p> <p>- پروژه زراعت و مالداري (HLP) یک نفر مسئول کمک در بخش بازار را استخدام نموده است که وی مسئولیت جمع آوری معلومات در مورد تاریخ و حجم پیش بینی شده محصولات از تولید کنندگان و ارائه این معلومات به تاجران را به عهده دارد. تاجران انگور را به مجرد حاصل برداری، به سادگی بدست خواهند آورد و زارعین نیز به مجرد حاصل برداری مارکیت آماده برای فروش محصولات خود خواهند داشت.</p> <p>- پروژه باغداری و مالداري (HLP) در ایجاد تاکستان های جدید کمک های تخنیکي را با هزینه های ذیل تامین میکند:</p> <p>- بادام: ۸۰۰۰ افغانی/جریب (۴۰۰۰۰/هکتار) با ۲۵% هزینه از جانب دهقان.</p> <p>- انگور: ۷۰۰۰ افغانی/جریب (۳۵۰۰۰/هکتار) با ۲۵% هزینه از جانب دهقان.</p> <p>- این هزینه ها شامل تمام مواد اولیه و همچنان کمک های تخنیکي لازم میشود. اگر دهاقین چپله بزنند، چپله را بطور رایگان بدست می آورند.</p> <p>- برای مکاتب ساحوی دهاقین، گروپ</p> | | <p>کشمش صادر میشود؟ اگر بلی، به کجا صادر میشود؟</p> <p>- عمده ترین تامین کنندگان میوه برای صادر کنندگان انگور، کشمش و بادام چه کسانی هستند؟ آیا این اشخاص زارعین، انجمن ها، تاجران/عمده فروشان هستند؟</p> <p>- آیا زنان نیز مستقیماً به صادر کنندگان مواد عرضه میکنند؟</p> <p>- چه تعداد زارعین بزرگ انگور و بادام وجود دارد؟</p> <p>- انگور، کشمش و بادام عمدتاً به کجا صادر میشود؟</p> <p>- کدام نوع کشمش، بادام، و انگور بیشترین فروش را در بازار صادرات دارد؟</p> <p>- انگور، کشمش و بادام عمدتاً در کجا تولید میشود؟</p> <p>- کدام نوع کشمش، بادام و انگور بیشترین فروش را در بازار های داخلی دارد؟</p> <p>- هر ساله چه مقدار بادام، کشمش و انگور از افغانستان صادر میشود؟</p> <p>- فیصدی صادرات/واردات انگور، کشمش و بادام چقدر است؟ آیا طی چند سال گذشته صادرات افزایش یافته است؟</p> <p>- آیا انگور و کشمش به افغانستان وارد میشود؟ این واردات از کجا می آید؟</p> <p>- آیا کیفیت محصولات در بازار صادرات مشکلی دارد؟</p> <p>پالیسی</p> <p>- دولت به منظور بهتر ساختن تولید،</p> |

| موسسه توسعه صنعت بادام افغانستان (AAIDO) | پروژه باغداری و مالداري (HLP) | پروژه زیربنای مارکیت زراعت (ADB/ وزارت زراعت و مالداري) | سوالات تحقیق |
|---|--|--|--|
| <p>ها باید محدود شود. در مرزها باید لابراتور ها باشد تا کیفیت آنرا چک نماید.</p> <p>- برای تولید کنندگان و تاجران/صادر کنندگان بادام، باید امکانات مالی میسر گردد.</p> <p>- با تاجران از طریق فراهم نمودن محل مارکیت (زمین) به آنها، همکاری شود.</p> <p>- نهال ها باید مورد تصدیق دهی قرار بگیرد (بدین معنی که باید اطمینان داده شود که نهال ها از دانه های اصلی پرورش یافته است).</p> | <p>های زارعین باید حد اقل روی سه روش اصل افزایش تولیدات و کیفیت محصولات تفاهم نمایند.</p> | | <p>پروسس و فروشات انگور، کشمش و بادام چه نوع کمک های را فراهم کرده است؟</p> |
| <p>- نرخ به اساس میزان تولید و مارکیت تعیین میشود. در جریان فصل بادام و بعد از آن، عرضه در بازار زیاد بوده نرخ ها کاهش می یابد؛ در دیگر فصل ها نرخ ها افزایش می یابد.</p> <p>- حد اوسط نرخ یک کیلو گرام بادام با کیفیت خوب در بازار داخلی مبلغ ۴۵۰ افغانی میباشد. حد اوسط نرخ یک کیلو گرام بادام با کیفیت در بازار صادرات مبلغ ۶۰۰ افغانی میباشد. طی سال گذشته نرخ بادام بطور قابل ملاحظه افزایش ویا کاهش نیافته است.</p> | <p>- گروه های تولید کننده سازماندهی شده و با تاجران ولایات ارتباط دارند که به همین دلیل محصولات را با نرخ خوبی به فروش میرسانند. امسال به دلیل نا مساعد بودن هوا، انتظار نمیرود که بادام بدست آید.</p> | | <p>تعیین نرخ برای محصولات (در مارکیت های داخلی و صادرات)</p> <p>- نرخ داخلی انگور، کشمش و بادام چگونه تعیین میشود؟</p> <p>- آیا دولت در تعیین نمودن نرخ ها نقش دارد؟</p> <p>- نرخ کشمش، بادام و انگور برای مارکیت های صادراتی چگونه تعیین میشود؟</p> <p>- حد اوسط نرخ فعلی انواع پر فروش بادام، کشمش و انگور (فی سیر ویا فی کیلوگرام) در بازار های داخلی چند است؟ آیا این نرخ ها طی سال گذشته تغییر کرده است؟</p> <p>- حد اوسط نرخ فعلی انواع پر فروش بادام و کشمش (فی سیر ویا فی کیلو گرام) در بازار های صادراتی چند است؟ آیا این نرخ ها طی سال گذشته تغییر کرده است؟</p> <p>- آیا حد اوسط نرخ بادام و کشمش در حال افزایش است ویا کاهش؟</p> |
| <p>- اکثر تجارت ها متعلق به خانواده ها</p> | | | <p>فعالین در داخل زنجیره ارزش و تشریک</p> |

| موسسه توسعه صنعت بادام افغانستان (AAIDO) | پروژه باغداری و مالداری (HLP) | پروژه زیربنای مارکیت زراعت (ADB)/ وزارت زراعت و مالداری | سوالات تحقیق |
|--|--|--|---|
| <p>میباشد. شوهر، رئیس شرکت تجارتي میباشد؛ او را همسرش در دفتر ویا در بخش پروسس همکاری میکند.</p> <p>- تا اکنون کدام زن صادر کننده وجود نداشته است، ولی دو انجمن زنان بادام را خریداری، و پروسس نموده و به تاجران/صادر کنندگان به فروش میرسانند</p> <p>- موسسه توسعه صنعت بادام افغانستان به این انجمن ها در بدست آوردن معلومات بازار از مراجع تماس خود در هند و پاکستان کمک میکند.</p> | | | <p>مساعی بین شرکت ها</p> <p>- عمده ترین مشخصات تجارت (تعداد و تشکیل/مالکیت) تاجران/عمده فروشان چه است؟ آیا زنان در این گونه شرکت های تجارتي دخیل هستند؟</p> <p>- عمده ترین مشخصات تجارت (تعداد و تشکیل/مالکیت) صادر کنندگان چه است؟ آیا زنان در آن مشارکت دارند؟</p> <p>- تاجران، عمده فروشان و صادر کنندگان در مورد نرخ ها و بازار چگونه معلومات بدست می آورند.</p> |
| <p>- امکانات مالی برای زارعین بادام میسر نمی باشد زیرا اکثر قرضه های کوچک برای مدت یک سال بوده و مستلزم پرداخت ماهوار میباشند. کشت بادام به ۴ الی ۶ سال نیاز دارد تا حاصل آن برداشت شده و به فروش برسد. به اساس گزارش موسسه توسعه صنعت بادام افغانستان، مشکل دیگر باغداران این است که سود گرفتن از قرضه اسلامی نمیباشد.</p> <p>- این موسسه توصیه میکند تا امکانات مالی بشکل جنسی و در قالب خدمات فراهم شود. برای مثال، آنها میتوانند برای دهاقین مواد اولیه تامین نمایند و با استفاده از مفاد بدست آمده از محصول دهاقین قرضه را دوباره پرداخت کنند.</p> <p>موسساتی چون موسسه توسعه صنعت بادام افغانستان در تنظیم و مدیریت اینگونه قرضه ها که مشخصاً برای تولید کنندگان بادام طراحی میشود، بسیار خوب عمل خواهند کرد.</p> <p>- تاجران/صادر کنندگان معمولاً از بانک</p> | <p>- تولید کنندگان از ناحیه امکانات مالی با مشکل مواجه اند زیرا نهاد های عرضه کننده قرضه های کوچک نمی توانند برای ایجاد ویا بازسازی تاکستان ها قرضه بدهند. این تولید کنندگان در جستجوی قرضه ها از سیستم های بانکداری اسلامی میباشند.</p> | | <p>تامین وجوه مالی تجارت</p> <p>- چه نوع راه های تامین وجوه مالی برای تاجران/عمده فروشان و صادر کنندگان موجود میباشد؟</p> <p>- آیا راه های تامین وجوه مالی (رسمی، غیر رسمی، نهاد های قرضه های کوچک، سیستم بانکداری) میسر است؟</p> <p>- آیا آنها به کمک های مالی بیشتر نیاز دارند؟ برای چه نوع فعالیت ها؟</p> |

| موسسه توسعه صنعت بادام افغانستان (AAIDO) | پروژه باغداری و مالداری (HLP) | پروژه زیربنای مارکیت زراعت (ADB/ وزارت زراعت و مالداری) | سوالات تحقیق |
|---|-------------------------------|--|--|
| ها قرضه میگیرند که باید سود بالائی بپردازند. | | | |
| <p>- تقاضای داخلی رو به افزایش است، به خصوص در جریان ایام عید.</p> <p>- تقاضا برای صادرات رو به افزایش است، به خصوص اگر کیفیت محصول خوب باشد.</p> <p>موانع:</p> <ul style="list-style-type: none"> - توانائی های اندک در پروسس (جدا کردن پوست بادام و بسته بندی آن). - کیفیت پائین علامت گذاری تجارتي و بسته بندی. - عدم دسترسی به امکانات قرضه - نبود جریان پولی - بادام را میتوان با اندک آبیاری تربیه نمود و به همین دلیل نمیتوان آنرا با سایر نباتات یکجا تربیه کرد، هرچند برخی از زارعین هم بادام تربیه میکنند و در عین حال در باغ های بادام مالداری هم میکنند. - برخی از مراجع تمویل کننده نهال های بادام بی کیفیت را عرضه میدارند. یکی از این مراجع تمویل کننده ۵۰۰۰۰۰۰ نهال و دیگری ۱۰۰۰۰۰۰۰ نهال بادام را فراهم نموده است که انتظار می رود در مدت چهار سال آینده بادام بی کیفیت حاصل دهند. - هیچ نوع علامت گذاری تجارتي به منظور رشد بادام افغانستان وجود ندارد. - نبود معلومات در مورد تکنالوژی جدید زراعتی - نفوذ بادام وارداتی در مارکیت های | | | <p>آینده: موانع و فرصت ها</p> <ul style="list-style-type: none"> - آیا در داخل کشور، تقاضا برای بادام، انگور و کشمش در حال افزایش است؟ - آیا میزان صادرات بادام، کشمش و انگور رو به افزایش است؟ - بهترین مارکیت های صادراتی در حال رشد کدام ها اند؟ آیا نسبت به بادام، کشمش و انگور افغانستان در سایر کشورها ویا مارکیت های جدید علاقمندی وجود دارد؟ - عمده ترین موانع در تولید و پروسس انگور، کشمش و بادام کدام ها اند؟ چه فرصت هائی در این زمینه وجود دارد؟ - عمده ترین موانع در زنجیره های ارزش بادام، کشمش و انگور کدام ها اند؟ چه فرصت های در این زمینه وجود دارد؟ - آیا دهاقین و تاجران به اندازه کافی به بازار های صادراتی دسترسی دارند؟ چه کاری را میتوان انجام داد تا دسترسی آنها را بهتر شود؟ - کدام زنجیره ارزش - انگور/کشمش و یا بادام و یا هر دو - بهترین پوتانسیل را در صادرات دارد؟ <p>پالیسی</p> <ul style="list-style-type: none"> - کدام پالیسی ها در حال حاضر روی تولید، پروسس و فروش کشمش و بادام اثر گذار اند؟ - به نظر شما باید چه تغییراتی در پالیسی ایجاد شود تا تولید، پروسس و فروش کشمش و بادام بهبود یابد؟ |

| موسسه توسعه صنعت بادام افغانستان (AAIDO) | پروژه باغداری و مالداری (HLP) | پروژه زیربنای مارکیت زراعت (ADB)/ وزارت زراعت و مالداری | سوالات تحقیق |
|---|---|---|--|
| <p>داخلی</p> <p>- مخلوط نمودن بادام شیرین با بادام تلخ</p> <p>فرصت ها:</p> <p>- بادام افغانستان میتواند در بازار های جهانی رقابت کند.</p> <p>- توانائی تولید بادام بیشتر به بازار های داخلی و صادراتی وجود دارد.</p> <p>- موجودیت نهال ها از درختان خوب و انواع مختلف بادام</p> <p>- موجودیت موسسه توسعه صنعت بادام به عنوان محلی برای تولید کنندگان و تاجران جهت بحث روی مشکلات شان.</p> <p>- بادام افغانستان در سطح جهان دارای بهترین کیفیت است.</p> | | | |
| <p>- حد اقل ۱۳ صادر کننده در کشور وجود دارد که همه مردان بوده ولی از جانب همسران شان در تجارت همکاری میشوند.</p> <p>- دو انجمن زنان تولید کننده بادام در بلخ در نظر دارند خود کار تجارت بادام را نیز روی دست گیرند.</p> <p>- زنان میتوانند تولید کننده و تاجر باشند.</p> <p>- از دو انجمن زنان تولید کننده بادام، انجمن زنان خلم توسط مریم صدیقی رهبری میشود (۲۷۹ عضو دارد که ۷۹ تن آن از دایکندی و ۲۰۰ تن آن از ده سبز میباشد؛ همه تولید کننده میباشند).</p> <p>مریم بادام آنها را برای پروسس و فروش به تاجران/صادر کنندگان جمع آوری میکند.</p> <p>- حبیبه میرازهر رهبری انجمن دیگر، انجمن زنان دایکندی را به عهده دارد. به اساس گفته های حبیبه، آنها ۱۰۰۰</p> | <p>- به اوراق استراتژی تقویت جندر در پروژه باغداری و مالداری (HLP) برای وزارت زراعت و مالداری مراجعه شود.</p> | <p>- پروژه AMIP یک نفر کارمند زن را که در بخش زراعت و اقتصاد تجارتی سابقه داشته باشد استخدام خواهد کرد. این کارمند مسئولیت بخش جندر پروژه آنها را به عهده داشته و با انجمن های زنان کمک و همکاری خواهد کرد.</p> <p>- این پروژه برای گروپ های زنان فرصت های تجارت و بازاریابی را مساعد خواهد کرد. این گروپ ها پروژه های زیربنایی کوچک را نیز مدیریت خواهند نمود.</p> | <p>جندر</p> <p>- چه تعداد از مردان و زنان در تجارت، عمده فروشی و صادرات بادام دخیل اند ؟</p> <p>- اگر زنان دخیل هستند، آنها چه نقشی را در این تجارت ایفاء می کنند؟</p> <p>- آیا شما احتمال بالقوه برای مشارکت زنان بیشتر در این عرصه را می بینید؟ در کدام بخش ها؟</p> <p>- عمده ترین موانعی که زنان در این زنجیره ارزش با آنها مواجه اند، کدام ها اند؟</p> <p>- زنان تاجر و دهقان به چه نوع کمک ها نیاز دارند تا تولیدات خود را بهبود بخشند؟ پروسس را بهبود بخشند؟ دسترسی به بازار های صادرات را بهبود بخشند؟</p> <p style="text-align: right;">پالیسی</p> |

| موسسه توسعه صنعت بادام افغانستان (AAIDO) | پروژه باغداری و مالداری (HLP) | پروژه زیربنای مارکیت زراعت (ADB)/ وزارت زراعت و مالداری | سوالات تحقیق |
|--|-------------------------------|--|---|
| <p>عضو دارند که همه آنها صرف پروسس کننده میباشند. این انجمن بادام را از ولسوالی شهرستان دایکندی خریداری میکند که این ولسوالی در تولید بادام شیرین شهرت زیاد دارد.</p> <p>- زنان میتوانند در پرورش زنبور عسل نیز دخیل شوند، چون برای گرده افشانی بادام به زنبور نیاز میباشد. طبق تحقیقی که از جانب موسسه توسعه صنعت بادام افغانستان انجام داده شده، نگهداری زنبور عسل در مزرعه حاصلات بادام را ۶۷ - ۱۳۲ فیصد افزایش داده است. اگر زنان زنبور داری کنند میتوانند عواید خود را از تولید بادام و همچنان از زنبورداری افزایش دهند.</p> <p>- بیشتر پروسس توسط زنان انجام داده میشود (شکستن پوست، دسته بندی، پرکاری و بسته بندی)</p> <p>- رفع نیازمندی های زنان: خدمات ترویج که توسط زنان انجام خواهد شد، برنامه های آموزشی در مورد زنبور داری، برنامه آموزشی در مورد بازار یابی و بسته بندی.</p> <p>توصیه ها در مورد پالیسی</p> <ul style="list-style-type: none"> - ارائه خدمات ترویج برای زنان تولید کننده. - فراهم سازی زمینه دسترسی به امکانات مالی برای دهاقین اناث. | | | <p>- به نظر شما چه نوع تغییرات باید در پالیسی در رابطه به جندر بوجود آید تا مشارکت زنان در زنجیره ارزش بادام و کشمش بهبود یابد؟</p> |

| اداره انکشاف صادرات کشمش، میوه و سبزی جات افغانستان (EPA) | اتاق های تجارت و صنایع افغانستان (ACCI) | اداره انکشاف صادرات افغانستان (EPAA) | سوالات تحقیق |
|---|--|--|---|
| <p>- اداره انکشاف صادرات افغانستان (EPAA): برای تمام خدمات پالیسی می سازد.</p> <p>- اداره انکشاف صادرات میوه و سبزیجات افغانستان:</p> <p>۱. در بخش میوه و سبزیجات تخصص دارد.</p> <p>۲. بیشتر کار عملی انجام میدهد</p> <p>۳. در صادرات اموال کمک میکند (روند صادرات اموال را تسهیل مینماید).</p> <p>۴. رهنمائی: در تمام سطح زنجیره ارزش، به خصوص نظارت بر روند پروسس تا اطمینان حاصل گردد که تولیدات با معیار های بین المللی مطابقت دارند. زمانیکه یک شرکت تجاری ویا یک دهقان فکر میکند تولیداتش با معیارهای صادرات مطابقت دارد، متخصصین این اداره به مزرعه رفته و از محصول نمونه برداری کرده و آنرا از لحاظ کیفیت در لابراتوار معاینه و بررسی کرده بعداً به شرکت تجاری تصدیقنامه تفویض میکند تا شرکت مذکور اسناد ذیل برای صادرات را بدست آورد:</p> <p>الف) اینوایس ویا صورتحساب صادرات اتاق های تجارت و صنایع افغانستان (معمولاً ضمیمه اموال صادراتی میشود) ب) گمرکات ولایتی؛ ج) ریاست تجارت بین</p> | <p>- خدمات:</p> <p>۱. تصدیق نامه اصلی بودن</p> <p>۲. کار با دولت جهت حل مشکلات عام مثل مالیات برصادرات؛ حل و فصل منازعات بین اعضا؛ کمک به شرکت های تجاری در یافتن زمین برای فابریکات شان و غیره امور.</p> <p>- دارای ۳۵۰۰۰ عضو میباشد که متشکل از صادر کنندگان، عمده فروشان، فراهم کنندگان خدمات و وارد کنندگان میباشد.</p> <p>- اگر یک شرکت تجاری از وزارت تجارت و صنایع جواز کار اخذ نماید، بعداً میتواند در این نهاد ثبت شود.</p> <p>- از جمله ۲۱ نفر عضو بورده، ۱ نفر زن میباشد.</p> <p>- از دفتر GTZ و Harakat کمک مالی بدست می آورد.</p> <p>- در ۲۱ ولایت کشور حضور دارد که در همه خدمات یکسان ارائه می کنند.</p> <p>- از طریق یک پروژه آزمایشی در سال ۲۰۰۹، به دهاقین در کابل و غزنی بوریا برای خشک کردن کشمش فراهم نمود.</p> | <p>- هدف: شناسائی و حل چالش های عمده که شرکت های تجاری افغانستان در صادرات اموال شان با آن مواجه اند.</p> <p>- در تمام سکتور ها فعالیت دارد.</p> <p>- با اتاق های تجارت و صنایع افغانستان رابطه نزدیک دارد.</p> <p>- تصدیق نامه "فورم الف" (سندی که ثابت میسازد که محصول از افغانستان میباشد) تفویض میکند.</p> <p>- کدام پولی نمیگیرد، صرف قیمت فورمه (۳۰۰ افغانی) را اخذ میکند تصدیق توسط اتاق های تجارت و صنایع افغانستان به چاپ میرسد.</p> <p>- افغانستان با چندین کشور از جمله هند در رابطه به صادرات بدون مالیات موافقتنامه های تجاری (PTA/GSP) دارد؛ با چین در مورد ۲۷۸ جنس موافقتنامه معافیت از مالیات دارد.</p> <p>- خدماتیکه این نهاد ارائه میدارد:</p> <p>۱. تصدیق نامه</p> <p>۲. کمک در صدور ویزای تجاری</p> <p>۳. ترتیبات نمایشگاه ها، داخلی و بین المللی</p> <p>۴. تیلیفون یا هات لاین (۰۱۰۱) تجارت همراه با مالیات غیر قانونی.</p> <p>۵. تدویر کنفرانس ها برای نمایندگان تمام ولایات جهت بحث و اولویت بندی چالش هائیکه باید با دولت در میان گذاشته شود.</p> <p>۶. برنامه های آموزشی: بسته بندی، لیبل</p> | <p>معرفی</p> <p>- شما در تجارت انگور، کشمش و بادام چه نقش دارید؟</p> <p>- ساختار تشکیلاتی شما چگونه است؟ کارمندان انات دارید؟</p> <p>- در نهاد خود، اعضاء دارید؟ این اعضاء چه کسانی هستند؟ آیا کدام یک از این اعضاء زن هستند؟</p> <p>- چه نوع خدمات و یا همکاری به دهاقین، تاجران، صادر کنندگان ارائه میکنید؟</p> <p>برنامه های ترویجی و آموزشی</p> <p>- آیا شما برنامه های آموزشی و ترویجی اجرا میکنید؟ فراهم کنندگان خدمات ترویج از طبقه انات وجود دارد؟</p> <p>- چه نوع همکاری ویا خدمات دیگر را به زنان دهقان، تاجر و یا صادر کننده انجام میدهید؟</p> <p>- این کمک ها به زنان ارائه میشود؟ آیا در بدل آن فیس گرفته میشود؟ آیا آموزگاران به قریه ها سفر می کنند؟</p> |

| اداره انکشاف صادرات کشمش، میوه و سبزی جات افغانستان (EPA) | اتاق های تجارت و صنایع افغانستان (ACCI) | اداره انکشاف صادرات افغانستان (EPAA) | سوالات تحقیق |
|---|---|---|---|
| <p>المللی وزارت مالیه (مسئولیت آمار را به عهده دارد)؛ و د؛ و فورم الف اداره انکشاف صادرات افغانستان</p> <p>- این اداره در این دفتر خود ۴۵ کارمند دارد که ۱۰ تن آن زنان میباشند.</p> <p>- دارای سه ریاست میباشد: کنترل کیفیت؛ بازاریابی؛ لابراتوار.</p> <p>- بین دولت و سکتور خصوصی ارتباط برقرار مینماید.</p> <p>کمک های ترویج که این اداره فراهم میکند:</p> <p>- تاکستان ها: ارائه آموزش های مسلکی در مورد کشت و استفاده از گونه های بهتر.</p> <p>- چاپ مجلات به عنوان رهنما برای دهاقین.</p> <p>- مسئولیت دارند تا برنامه های آموزشی تدویر نمایند؛ پولی که در بدل آموزش از صادرکنندگان اخذ میشود، مصارف برنامه آموزشی را تامین میکند؛ آموزش برای دهاقین رایگان بطور صورت میگیرد.</p> <p>- همچنان با مراکز پروسس که اموال را صادر میکنند، کار مینماید.</p> | | <p>زدن، و غیره.</p> <p>۷. سعی دارد با دولت در مورد ایجاد "یک دفتر واحد" جهت راجستر نمودن صادرکننده ها کار نماید. در حال حاضر، یک تاجر مکلف است فورم الف را از اداره انکشاف صادرات افغانستان گرفته به اتاق های تجارت و صنایع رفته و از آنجا به دفتر گمرکات مراجعه نموده و مالیات بپردازد - که همه این ادارات در موقعیت های مختلف واقع شده اند.</p> | |
| <p>- انگور تازه، کشمش و بادام صادر میشود.</p> <p>- سال گذشته ۱۴۶۰۰۰ تن میوه تازه و سبزیجات صادر گردید که ۲۲۰۰۰ تن آن کشمش پاک شده و پروسس شده بود (عمدتاً کشمش سرخ کلان).</p> <p>- انگور تازه با کیفیت صادر میشود.</p> <p>- دو نوع کشمش صادر میشود:</p> | <p>- کشمش پروسس شده در روسیه فروشات عالی دارد.</p> <p>- کشمش پروسس نشده در پاکستان و هند فروشات خوب دارد.</p> <p>- انگور به کشور های هند، پاکستان، ایران و تاجیکستان صادر میشود، ولی اکثراً صادرات کشمش میباشند.</p> <p>- کیفیت یکی از مشکلات در صادرات</p> | <p>- افغانستان به ۴۹ کشور جهان صادرات دارد که از این جمله، صادرات به ۴۸ کشور به تصدیق نامه ضرورت دارد (تنها پاکستان هیچ نوع تصدیق نامه تقاضا نمیکند و به همین دلیل هیچ نوع آماری در مورد فعالیت های تجارتی با آن کشور وجود ندارد - تجارت غیر رسمی وجود دارد).</p> <p>- اداره انکشاف صادرات افغانستان ۱۵۰</p> | <p>تولیدات، بازار نهانی و ساحات تولیدی ملی/ساحوی</p> <p>- آیا انگور تازه صادر میشود و یا اکثراً کشمش صادر میشود؟ اگر بلی، به کجا صادر میشود؟</p> <p>- عمده ترین تامین کنندگان میوه برای صادر کنندگان انگور، کشمش و بادام</p> |

| اداره انکشاف صادرات کشمش، میوه و سبزی جات افغانستان (EPA) | اتاق های تجارت و صنایع افغانستان (ACCI) | اداره انکشاف صادرات افغانستان (EPAA) | سوالات تحقیق |
|---|--|---|---|
| <p>۱- پروسس شده: شستشو شده، که مواد پارافین به آن زده شده است.</p> <p>۲- پاک شده با دست.</p> <p>۱۴۱- صادر کننده راجستر شده اند.</p> <p>۹- مرکز پروسس در کابل، ۱ در پروان، ۶ در مزار، ۱ در هرات، و ۲ در قندهار وجود دارد.</p> <p>-صادرات رو به افزایش بوده است.</p> <p>-وزارت زراعت و مالداري معمولاً برای دهاقین موادی از قبیل ادویه ضد حشرات فراهم میکند. این موسسه روش بهتر ساختن تولید مطابق معیار های صادراتی را ارائه مینماید.</p> | <p>میباشد.</p> <p>- کشمش طلائی پر فروش ترین کشمش میباشد.</p> <p>- با بادام هر چیز مخلوط میشود ، به خصوص خسته زرد الو و بادام بی کیفیت.</p> <p>- دولت مالیات را رفع کرده است و در جریان ترانسپورت امنیت را تامین میکند.</p> | <p>صادر کننده راجستر شده فعال دارد؛ بیشتر از ۵۰ تن آن صادر کنندگان میوه خشک/و میوه های مغز دار میباشد.</p> <p>-روسیه وارد کننده اصلی کشمش است ولی هند بهترین بازار برای میوه جات و میوه های مغز دار(بهترین نرخ) میباشد.</p> | <p>چه کسانی هستند؟ آیا این اشخاص زارعین، انجمن ها، تاجران/عمده فروشان هستند؟</p> <p>-آیا زنان نیز مستقیماً به صادر کنندگان مواد عرضه میکنند؟</p> <p>-انگور، کشمش و بادام عمدتاً به کجا صادر میشود؟</p> <p>-کدام نوع کشمش، بادام، و انگور بیشترین فروش را در بازار صادرات دارد؟</p> <p>-انگور، کشمش و بادام عمدتاً در کجا تولید میشود؟</p> <p>-کدام نوع کشمش، بادام و انگور بیشترین فروش را در بازار های داخلی دارد؟</p> <p>- هر ساله چه مقدار بادام، کشمش و انگور از افغانستان صادر میشود؟</p> <p>-فیصدی صادرات/وردات انگور، کشمش و بادام چقدر است؟ آیا طی چند سال گذشته صادرات افزایش یافته است؟</p> <p>-آیا انگور و کشمش به افغانستان وارد میشود؟ این واردات از کجا می آید؟</p> <p>-آیا کیفیت محصولات در بازار صادرات به مثابه مشکلی پنداشته میشود؟</p> <p>پالیسی</p> <p>-دولت به منظور بهتر ساختن تولید، پروسس و فروشات انگور، کشمش و بادام چه نوع کمک هائی را فراهم کرده است؟</p> <p>-</p> |
| - هیچ نوع خدمات تجارتي ارائه نمی کند، | -نرخ ها معمولاً به اساس نرخ بازار | -اتاق های تجارت و صنایع افغانستان نرخ | تعیین نرخ برای محصولات (در مارکیت |

| اداره انکشاف صادرات کشمش، میوه و سبزی جات افغانستان (EPA) | اتاق های تجارت و صنایع افغانستان (ACCI) | اداره انکشاف صادرات افغانستان (EPAA) | سوالات تحقیق |
|---|--|---|--|
| <p>در تعیین نرخ ها کدام نوع دخالتی ندارد.</p> | <p>تعیین میشود؛ دولت در آن دخیل نمیشود. -کشمش طلائی پر فروش ترین کشمش است: ۱۲۵ افغانی/کیلوگرام برای صادرات و ۲۰۰ افغانی/کیلوگرام برای مصارف داخلی. قیمت داخلی از آن جهت بالا است که مشتریان پر در آمد آنرا خریداری مینمایند. کشمش بطور عمده برای صادرات فروش میشود ولی فروشات داخلی به مشتریان انفرادی به مراتب کمتر میباشد. به مشتریان انفرادی داخلی کشمش به قیمت بالا فروخته میشود ولی زمانیکه به عمده فروشان برای صادرات فروش میشود، یکباره مفاد بسیار زیادی بدست میدهد که این امر در فروشات داخلی میسر نمی باشد. -نرخ های فعلی مغز بادام (صادرات): ۴۰۰ الی ۵۰۰ افغانی فی کیلوگرام؛ با پوست (صادرات) ۲۰۰ الی ۳۵۰ افغانی؛ بادام سخت ۶۰ الی ۷۰ افغانی. -نرخ فعلی کشمش سرخ: ۸۰ افغانی/کیلوگرام (صادرات) و ۳۰ الی ۱۰۰ افغانی /کیلوگرام (بازار داخلی). -نرخ بادام و کشمش در حال افزایش است زیرا کیفیت آن نیز به آهستگی رو به بهبود است. صادرات نیز افزایش داشته است. -در مندوی یک کوپراتیف وجود دارد که نرخ میوه جات خشک را تعیین میکند.</p> | <p>را تعین نموده است ولی صرف بخاطر تعین مالیات خدمات بالای صادر کنندگان.</p> | <p>های داخلی و صادرات) -نرخ داخلی انگور، کشمش و بادام چگونه تعیین میشود؟ - آیا دولت در تعیین نمودن نرخ ها نقشی را ایفاء میکند؟ -نرخ کشمش، بادام و انگور برای مارکیت های صادراتی چگونه تعیین میشود؟ - حد اوسط نرخ فعلی انواع پر فروش بادام، کشمش و انگور (فی سیر ویا فی کیلوگرام) در بازار های داخلی چند است؟ آیا این نرخ ها طی سال گذشته تغییر کرده است؟ - حد اوسط نرخ فعلی انواع پر فروش بادام و کشمش (فی سیر ویا فی کیلو گرام) در بازار های صادراتی چند است؟ آیا این نرخ ها طی سال گذشته تغییر کرده است؟ - آیا حد اوسط نرخ بادام و کشمش در حال افزایش است ویا کاهش؟</p> |
| | | <p>- همه مردان هستند، عملاً هیچ زنی دخیل نمیشود. - اکثراً تاجران از تجارب میدانند که نرخ خوب بازار در بازارهای بین المللی چند است؛ معمولاً معیار تعیین نرخ آن است که یک مفاد خود بدست آید.</p> | <p>فعالین در داخل زنجیره ارزش و تشریک مساعی بین شرکت ها - عمده ترین مشخصات تجارت (تعداد و تشکیل/مالکیت) تاجران/عمده فروشان چه است؟ آیا زنان در این گونه شرکت های تجاری دخیل هستند؟</p> |

| سوال‌ات تحقیق | اداره انکشاف صادرات افغانستان (EPAA) | اتاق‌های تجارت و صنایع افغانستان (ACCI) | اداره انکشاف صادرات کشمش، میوه و سبزی جات افغانستان (EPA) |
|--|--|--|---|
| <p>- عمده ترین مشخصات تجارت (تعداد و تشکیل/مالکیت) صادر کنندگان کدام‌ها اند؟ آیا زنان در آن مشارکت دارند؟</p> <p>- تاجران، عمده فروشان و صادر کنندگان در مورد نرخ‌ها و بازار چگونه معلومات بدست می‌آورند.</p> | <p>- نمایشگاه‌ها بهترین راه برای تاجران جهت کسب معلومات در مورد بازار، و انعقاد قرار داد‌های صادراتی میباشد؛ همچنان با استفاده از تیلیفون و ایمیل در مورد نرخ‌ها معلومات بدست می‌آورند.</p> | | |
| <p>تامین وجوه مالی تجارت</p> <p>- چه نوع راه‌های تامین وجوه مالی برای تاجران/عمده فروشان و صادر کنندگان موجود میباشد؟</p> <p>- آیا راه‌های تامین وجوه مالی (رسمی، غیر رسمی، نهاد‌های عرضه کننده قرضه‌های کوچک، سیستم بانکداری) میسر است؟</p> <p>- آیا آنها به کمک‌های مالی بیشتر نیاز دارند؟ برای چه نوع فعالیت‌ها؟</p> | <p>- اکثر تاجران با پول نقد معامله میکنند.</p> <p>- قرضه گرفتن دشوار است.</p> <p>- نرخ سود قرضه بالا میباشد.</p> | | |
| <p>آینده: موانع و فرصت‌ها</p> <p>- آیا در داخل کشور، تقاضا برای بادام، انگور و کشمش در حال افزایش است؟</p> <p>- آیا میزان صادرات بادام، کشمش و انگور رو به افزایش است؟</p> <p>- بهترین مارکیت‌های صادراتی در حال رشد کدام‌ها اند؟ آیا نسبت به بادام، کشمش و انگور افغانستان در سایر کشورها ویا مارکیت‌های جدید علاقمندی وجود دارد؟</p> <p>- عمده ترین موانع در تولید و پروسس انگور، کشمش و بادام‌ها اند؟ چه فرصت‌هایی در این زمینه وجود دارد؟</p> <p>- عمده ترین موانع در زنجیره‌های ارزش بادام، کشمش و انگور کدام‌ها اند؟ چه فرصت‌های در این زمینه وجود دارد؟</p> <p>- آیا دهاقین و تاجران به اندازه کافی به</p> | <p>۱. مالیات غیر قانونی (سعی میشود با هات لاین حل گردد).</p> <p>۲. طرزالعمل‌های راجستریشن (به یک اداره واحد نیاز است)</p> <p>۳. نبود مارکیت برای تولیدات افغانستان، مصارف هنگفت ترانسپورته، در تلاش یافتن شرکت‌های کارگو با هزینه ترانسپورته مناسب میباشد.</p> <p>۴. موضوعات سیاسی/اقتصادی</p> | <p>- بزرگترین چالش در صادرات انگور ترانسپورت میباشد.</p> <p>- در زمان حاصل برداری، پاکستان اکثراً مالیات را افزایش میدهد و راه‌ها را مسدود میسازد تا ورود تولیدات را محدود سازد.</p> | <p>چالش‌ها:</p> <p>۱. تجهیزات مدرن برای لابراتوار‌ها.</p> <p>۲. تجهیزات برای دهاقین، از قبیل بوریا برای خشک کردن</p> <p>۳. تمویل فابریکه‌ها</p> |
| <p>فرصت‌ها:</p> <p>۱. امکانات بالقوه زیاد؛ تقاضای بر آورده نشده؛ میتواند برای صادرات تولیدات بیشتر نماید.</p> <p>۲. سیستم‌های صادراتی بهبود یافته است و این بهبودی ادامه خواهد یافت</p> <p>۳. موسسات غیر دولتی به زارعین افغان کمک میکنند.</p> <p>۴. نمایشگاه‌ها سبب افزایش تقاضا میشود؛ بسیاری قرار داد‌ها در</p> | <p>چالش‌های اصلی:</p> <p>۱. نبود سردخانه‌ها</p> <p>۲. بسته بندی</p> <p>۳. پروسس</p> <p>۴. دولت باید تاسیسات آزمایش محصولات (کنترول کیفیت) را ایجاد نماید.</p> <p>۵. معیار‌های جهانی برای میوه خشک باید تعیین شود.</p> <p>۶. آب/آبیاری</p> <p>۷. ادویه جات حشره کش</p> | | |

| اداره انکشاف صادرات کشمش، میوه و سبزی جات افغانستان (EPA) | اتاق های تجارت و صنایع افغانستان (ACCI) | اداره انکشاف صادرات افغانستان (EPAA) | سوالات تحقیق |
|---|---|--------------------------------------|--|
| <p>نمایشگاه های بین المللی به افغانستان اهداء میشود، شناخت/شهرت بیشتر</p> <p>- سال گذشته در صادرات مشکلات بزرگی بوجود آمد زیرا پاکستان، مکرراً مانع صدور محصولات میشود. این کار همه ساله صورت میگیرد ولی سال گذشته بشکل بسیار بدی صورت گرفت.</p> <p>- سال های قبلی مالیه ۵ % بود، سال گذشته پاکستان مالیات را ۲۵ % افزایش داد (تنش های سیاسی بوجود آمد)</p> <p>- تمام کشور ها، منجمله هندوستان و روسیه با کشور های طرف معامله خود صادق هستند، تنها با پاکستان مشکلات وجود دارد.</p> <p>- چون هیچ نوع سرد خانه در افغانستان وجود ندارد، اگر پاکستان مالیات خود را افزایش دهد، تاجران چاره پذیرفتن آن ندارند.</p> <p>- سال گذشته سفیر پاکستان سه مرتبه به وزارت تجارت دعوت شد تا در مورد موضوع مالیات با او مذاکره شود.</p> <p>- اداره انکشاف صادرات میوه خشک افغانستان نیز از جانب وزارت مالیه از طریق وزارت تجارت و صنایع در خصوص مالیات دعوت شده بود.</p> <p>- دولت امسال با دولت پاکستان در رابطه به دو موضوع ذیل موافقت نموده است:</p> <ol style="list-style-type: none"> ۱. مالیات ۲. استفاده از راه های ترانزیت پاکستان به هند | <p>- کشمش نسبت با بادام فرصت های تجارتي بهتری دارد.</p> <p>- بهترین مارکیت های رو به رشد: هند، پاکستان، اروپا، کانادا، روسیه، آسیای مرکزی، و چین</p> <p>فرصت ها:</p> <ol style="list-style-type: none"> ۱. بسته بندی ۲. کنترل بر کیفیت ۳. تولید شراب ۴. مصرف داخلی در غذا و شیرینی های داخلی ۵. آب میوه داخلی بنام نوش /و. | | <p>بازار های صادراتی دسترسی دارند؟ چه کاری را میتوان انجام داد تا دسترسی آنها را بهتر شود؟</p> <p>- کدام زنجیره ارزش – انگور/کشمش و یا بادام و یا هردو – بهترین پتانسیل را در صادرات دارد؟</p> <p>پالیسی</p> <p>- کدام پالیسی ها در حال حاضر روی تولید، پروسس و فروش کشمش و بادام تاثیر منفی میگذارد؟</p> <p>- به نظر شما چه تغییراتی باید در پالیسی ایجاد شود تا تولید، پروسس و فروش کشمش و بادام بهتر گردد؟</p> |

| اداره انکشاف صادرات کشمش، میوه و سبزی جات افغانستان (EPA) | اتاق های تجارت و صنایع افغانستان (ACCI) | اداره انکشاف صادرات افغانستان (EPAA) | سوالات تحقیق |
|---|--|--------------------------------------|---|
| <ul style="list-style-type: none"> - تاجران پاکستانی اجازه ندارند که به افغانستان آمده محصولات را خریداری کنند؛ تنها صادر کنندگان افغان. - آب میوه اکثراً از پاکستان می آید؛ سبزیجات نیز در هر فصل از افغانستان به پاکستان رفته، در آنجا نگهداری شده و در دیگر فصل ها دو باره به افغانستان وارد میشود. - مقدار زیاد آب میوه به افغانستان وارد میشود، و میوه آن معمولاً از افغانستان فراهم میشود. - در پاکستان صرف بسته بندی میشود. معمولاً آنها در تولیدات لیبل "ساخت پاکستان" زده و آنرا به جاهای دیگر صادر میکنند. تنها پاکستان این کار را انجام میدهد، هیچ کشور دیگری چنین کاری را نمیکند. | | | |
| <ul style="list-style-type: none"> - تنها دو صادر کننده زن میباشند؛ آنها ضعیف بوده به انگیزه تحرک بخشیدن نیاز دارند. - اکثریت زنان در پروسس که کاری سختی بوده وبا دست انجام میشود، دخیل میباشد. اکثر کارمندان مراکز پروسس زنان میباشند. - فدراسیون زنان تجارت پیشه افغانستان (AWBF): برای سال های متمادی کمک مالی دریافت نمود ولی پیشرفت خوبی که باید میداشت، نداشته است. - زنان میتوانند نقش بیشتری ایفا کنند: <ul style="list-style-type: none"> ۱. لازم است تا زنان بالقوه در بخش تجارت شناسائی شود. ۲. زنان به کمک نیاز دارند. | <ul style="list-style-type: none"> - تعداد شرکت های تجاری که بنام زنان در اتاق های تجارت و صنایع ثبت شده اند، در حال افزایش است. - اتاق های تجارت و صنایع دارای کارمندان زن نیز میباشد: <p style="text-align: center;">فرصت های عمده برای زنان:</p> <ol style="list-style-type: none"> ۱. صادر کنندگان ۲. اکثر زنان هم اکنون در زنجیره ارزش دخیل اند؛ آنها میتوانند بیشتر دخیل شوند، اگر به آنها انگیزه برای رشد داده شود. | - | <p style="text-align: center;">جنر</p> <ul style="list-style-type: none"> - چه تعداد از مردان و زنان در تجارت، عمده فروشی و صادرات بادام دخیل است؟ - اگر زنان دخیل هستند، آنها چه نقشی را در این تجارت ایفا می کنند؟ - آیا شما احتمال بالقوه برای مشارکت زنان بیشتر در این عرصه را می بینید؟ در کدام بخش ها؟ - عمده ترین موانعی که زنان در این زنجیره ارزش با آن مواجه اند، کدام ها اند؟ - زنان تاجر ودهقان به چه نوع کمک هایی نیاز دارند تا تولیدات خود را بهبود بخشند؟ پروسس را بهبود بخشند؟ دسترسی به بازار های صادرات را بهبود بخشند؟ |

| سوالات تحقیق | اداره انکشاف صادرات افغانستان (EPAA) | اتاق های تجارت و صنایع افغانستان (ACCI) | اداره انکشاف صادرات کشمش، میوه و سبزی جات افغانستان (EPA) |
|---|--------------------------------------|---|---|
| <p>پالیسی</p> <p>- به نظر شما چه نوع تغییرات در پالیسی در رابطه به جندر بوجود آید تا مشارکت زنان در زنجیره ارزش بادام و کشمش بهبود یابد؟</p> | | | |

نهاد ها (ادامه)

| سوالات تحقیق | میرسی کورپس افغانستان | کوپراتیف و نهاد مالی سرمایه گذاری اسلامی زراعتی خلم (KAIIFC) | وزارت زراعت و مالداري - بلخ |
|---|---|---|--|
| <p>معرفی</p> <p>- شما در تجارت انگور، کشمش و بادام چه نقش دارید؟</p> <p>- ساختار تشکیلاتی شما چگونه است؟ آیا کارمندان انانث دارید؟</p> <p>- در نهاد خود، اعضاء دارید؟ این اعضاء چه کسانی هستند؟ آیا کدام یک از این اعضاء زن هستند؟</p> <p>- چه نوع خدمات و یا همکاری ها را به دهاقین، تاجران، صادر کنندگان ارائه میکنید؟</p> <p>برنامه های ترویجی و آموزشی</p> <p>- آیا شما برنامه های آموزشی و ترویجی را اجراء میکنید؟ آیا فراهم کنندگان خدمات ترویجی از طبقه انانث وجود دارد؟</p> <p>- چه نوع همکاری ویا خدمات دیگر به زنان دهقان، تاجر و یا صادر کننده انجام میدهد؟</p> <p>- آیا این کمک ها به زنان ارائه میشود؟</p> | <p>- مصاحبه با مدیر ائتلاف انکشاف جهانی تولید انگور و کشمش که یک زن میباشد.</p> <p>- موسسه میرسی کورپس انترنشنل با کوپراتیف های دهاقین در قریه های چاریکار ولایت پروان کار میکند.</p> <p>- میرسی کورپس در دفتر کارمندان زن دارد ولی در مراکز تولید کشمش ندارد.</p> <p>- میرسی کورپس ۳۰۰ دهقان از طبقه ذکور را حمایت میکند؛ اعضاء کوپراتیف فقط مردان میباشد.</p> <p>- میرسی کورپس در مراکز خود کارمندان متخصص دارد. این موسسه برای زارعین خود در هر مرکز کوپراتیف بطور رایگان برنامه های آموزشی تدویر میکند.</p> <p>- آموزگاران به قریه جات نیز سفر کرده و به دهاقین آموزش های مسلکی ارائه مینمایند.</p> <p>- میرسی کورپس، یکجا با ریاست زراعت وزارت زراعت و مالداري در ولایات با دهاقین کمک و همکاری میکند.</p> | <p>- موسسه KAIIFC توسط شورای جهانی اتحادیه های قرضه (WOCCU) ایجاد گردیده و حمایت میشود. این موسسه کار خود را در سال ۲۰۰۷ آغاز نمود و اکنون ۱۷۰۰ عضو دارد که از آن جمله ۳۵۰ عضو آنرا زنان تشکیل میدهند.</p> <p>- تقریباً همه اعضاء آن دهاقین میباشد، زیرا خلم یک ولسوالی زراعتی میباشد که در آن ۹۰ فیصد مردم حد اقل یک جریب زمین ویا حد اقل ۱۰۰ درخت بادام دارند.</p> <p>- موسسه KAIIFC ساختار کوپراتیفی همراه با مجمع عمومی دارد که این مجمع عالی تر مرجع تصمیم گیری آن میباشد. در تحت مجمع عمومی ۴ کمیته (کمیته های نظارت، قرضه، تعلیم و تربیه و امور اجتماعی) و هیئت رئیسه قرار دارد.</p> <p>- مدیر موسسه مستقیماً به هیئت رئیسه گزارش میدهد؛ او مسئولیت اداره تمام کارمندان پروژه را به عهده دارد.</p> | <p>- مزار بیشترین بخش میوه جات خشک افغانستان را تولید میکند. پروژه باغداری و مالداري (HLP) نیز در مزار شریف که در آن ۲۵۰۰۰ هکتار باغ از جنگ ها متضرر شده است، کار زیادی انجام میدهد.</p> <p>- در سال ۲۰۰۷، وزارت زراعت ۷۴۹ هکتار باغستان را بازسازی کرده و ۲۰۰۰ درخت جدید در ساحه ۳۰۰ هکتار زمین غرص نمود. آنها روی تولید سیب، انار، بادام، زرد آلو و انگور متمرکز میباشند. همه ساله آنها بیشتر از ۱۵۰۰۰۰ تن میوه خشک به روسیه صادر میکنند. کیفیت محصولات از خشک سالی که سبب پیدایش حشرات (کرم) گردید، آسیب دیده است.</p> <p>- وزارت زراعت و مالداري خدمات ترویج را از طریق ۴۰ گروپ کلستر (۲۵ گروپ مردان و ۱۵ گروپ زنان) در ۱۴ ولسوالی انجام میدهد. آنها در ۱۵</p> |

| وزارت زراعت و مالداري - بلخ | كوپراتيف و نهاد مالي سرمايه گزاري اسلامي زراعتي خلم (KAIIFC) | ميرسي كورپس افغانستان | سوالات تحقيق |
|---|--|--|--|
| <p>گروپ زنان ۱۵ کارمند زن در بخش خدمات ترویج دارند. در رابطه به غرض نهال، کنترل حشرات و آفات، شاخه بری، قلمه زنی، و کنترل گیاهان ارزه برنامه های آموزشی ارائه گردیده است. آنها برای دهاقین تجهیزات کوچکی برای کشت و کار شان فراهم نمودند.</p> | <p>-این کوپراتیف به اعضای خود در مورد پالیسی ها و سیستم قرضه دهی کوپراتیف آموزش و آگاهی میدهد. -کوپراتیف اعلانات خود را از طریق مسئول اطلاعات خود که جهت معرفی کوپراتیف به قریه جات سفر مینماید، نشر میکند. گاه گاهی موسسه KAIIFC بزرگان قریه را به دفتر خود دعوت نموده و در مورد کوپراتیف به ایشان معلومات ارائه میدارد. بزرگان به قریه های خود مراجعت کرده و به مردم آگاهی میدهند. اگر اهالی قریه علاقمند باشند، به دفتر KAIIFC جهت کسب معلومات بیشتر رفته و فورمه های درخواستی را خانه پری میکنند. آنها مکلف به پرداخت ۱۰۰ افغانی حق العضویت و مبلغ ۱۰۰۰ افغانی به عنوان سهم مقدماتی میباشند. -موسسه KAIIFC در حال حاضر به ارزش ۱۶ میلیون افغانی دارائی؛ ۳,۵ میلیون افغانی پول پس انداز و ۱,۸ میلیون افغانی سرمایه اصلی دارد. -اعضاء میتوانند پس از اینکه قرضه خود را تصفیه نمودند، سپرده های خود را باز پس بگیرند در حالیکه سهم در سرمایه اصلی را نیز میتوان پس گرفت. ولی، باید حد اقل در حساب خود ۱۰۰ افغانی داشته باشند، تا عضویت خود در کوپراتیف را از دست ندهند.</p> | | <p>آیا در بدل آن فیس گرفته میشود؟ آیا آموزگاران به قریه ها سفر می کنند؟</p> |
| <p>-میوه از ولایات سرپل و فاریاب می آید. آنها میوه خود را جهت پروسس و بسته بندی به مزار آورده و سپس صادر میکنند. -بادام به دومی صادر میشود. امسال در تولید بادام ۴۰ فیصد کاهش خواهد بود</p> | <p>- تولید انگور به دلیل کمبود آب، به خصوص در فصل تابستان، پائین میباشد. تربیه بادام با این وضع سازگار است زیرا بادام به آب اندکی نیاز دارد. - تاجران زیادی به خلم رفت و آمد داشته و از آنجا بادام خریداری کرده در مزار</p> | <p>-آنها عمدتاً به انگلستان کشمش صادر میکنند ولی به روسیه، امریکا، پاکستان، هند و هسپانیه نیز صادرات دارند. -در مراکز آنها پنج کوپراتیف دهاقین با ۳۰۰ عضو وجود دارد که این دهاقین کشمش صادراتی آنها را تامین میکنند.</p> | <p>تولیدات، بازار نهایی و ساحات تولیدی ملی/ساحوی -آیا انگور تازه صادر میشود و یا اکثراً کشمش صادر میشود؟ اگر بلی، به کجا صادر میشود؟ -عمده ترین تامین کنندگان میوه برای</p> |

| وزارت زراعت و مالداري - بلخ | كوپراتيف و نهاد مالي سرمايه گزاري اسلامي زراعتي خلم (KAIIFC) | ميرسي كورپس افغانستان | سوالات تحقيق |
|---|---|--|--|
| <p>زيرا در اول سال هوا براي بادام نا مساعد بود. در مجموع ۸۱ نوع بادام وجود دارد كه دو نوع آن پر فروش است: ستار بائي و قادرياني.</p> <p>- ۸۰ فيصد بادام با كيفيت از ولايات بلخ، كندز و سمنگان تامين ميشود.</p> <p>- دهاقين به شكل گروپ ها تنظيم شده اند؛ اين گروپ ها از اعضاي خود بادام خريداري نموده و سپس در مندوي آنرا به فروش ميرساند. گاه گاهي آنها از عمده فروشان دعوت ميكنند تا به قريه هاي بيايند.</p> | <p>به عمده فروشان به فروش ميرسانند. دهاقين معمولاً پيش از اينكه محصولات خود را به تاجران بفروشند، در مورد نرخ رايج از اينسو و آنسو معلومات بدست مي آورند.</p> | <p>-تقريباً همه عمده فروشان و صادر كنندگان پروسس كنندگان ميباشند.</p> <p>-تمام عرضه كنندگان مواد مردان ميباشند. كار و تلاش زنان مشهود نيست.</p> <p>-تقاضا براي كشمش سرخ بنام كشمش آفتابي زياد است؛ آنها كشمش آفتابي و كشمش سابه گي را ميشناسند.</p> <p>-كشمش شنگل خاني و انگور طابفي در بازار صادرات فروشات بسيار خوبي دارد.</p> <p>-موسسه ميرسي كورپس به ارزش تقريباً ۵۰۰۰ افغاني براي ۳۰۰ دهقان بوريا براي خشك كردن انگور تهيه نمود.</p> <p>-آنها سال گذشته ۴۰ تن كشمش از دهاقين خود خريداري نمودند امسال در نظر دارند از عين دهاقين ۱۰۰ تن كشمش خريداري كنند.</p> <p>-ميرسي كورپس همه ساله به بریتانيا كشمش صادر ميکند.</p> <p>-حدود ۳۰ سال پيش پروان كشمش با كيفيت بسيار خوب داشت كه به همين دليل در روسيه بازار خوبي دارد.</p> <p>-تاجران انواع مشابه انگور و كشمش را از چين و ايران وارد ميكنند.</p> <p>-روس ها كشمش را در فابريكه هاي بزرگ پروسس نموده از آن شراب مي سازند.</p> <p>-صادرات بالا ميباشد ولي در مورد فيصدي صادرات آمار دقيق وجود ندارد.</p> <p>-بلي، كيفيت محصولات يك موضوع قابل نگراني است؛ ايالات متحده امريكا هميشه طالب كشمش سرخ/سبز با كيفيت عالي ميباشد.</p> <p>-روس ها هميشه كشمش سرخ با كيفيت پائين خريداري ميكنند.</p> <p>-دولت در بخش اعطاي تصديق نامه، ارائه</p> | <p>صادر كنندگان انگور، كشمش و بادام چه كساني هستند؟ آيا اين اشخاص زارعين، انجمن ها، تاجران/عمده فروشان هستند؟</p> <p>-آيا زنان نيز مستقيماً به صادر كنندگان مواد عرضه ميكنند؟</p> <p>-چه تعداد زارعين بزرگ انگور و بادام كشت ميكنند؟</p> <p>-انگور، كشمش و بادام عمدتاً به كجا صادر ميشود؟</p> <p>-كدام نوع كشمش، بادام، و انگور بيشترين فروش را در بازار صادرات دارد؟</p> <p>-انگور، كشمش و بادام عمدتاً در كجا توليد ميشود؟</p> <p>-كدام نوع كشمش، بادام و انگور بيشترين فروش را در بازار هاي داخلي دارد؟</p> <p>-هر ساله چه مقدار بادام، كشمش و انگور از افغانستان صادر ميشود؟</p> <p>-فيصدي صادرات/وردا ت انگور، كشمش و بادام چقدر است؟ آيا طي چند سال گذشته صادرات افزايش يافته است؟</p> <p>-آيا انگور و كشمش به افغانستان وارد ميشود؟ اين واردات از كجا مي آيد؟</p> <p>-آيا كيفيت محصولات در بازار صادرات مشكلي دارد؟</p> <p>پاليسي</p> <p>-دولت به منظور بهتر ساختن توليد، پروسس و فروشات انگور، كشمش و بادام چه نوع كمك ها را فراهم کرده است؟</p> |

| وزارت زراعت و مالداري - بلخ | كوپراتيف و نهاد مالي سرمايه گزاري اسلامي زراعتي خلم (KAIIFC) | ميرسي كورپس افغانستان | سوالات تحقيق |
|--|---|--|---|
| | | <p>معلومات در مورد بازار، راه اندازی نمایشگاه ها کار نموده و سعی دارد در کشور های اروپائی بازار های جدیدی پیدا کند ولی توجه بیشتر آنها به بادام متمرکز است نه به کشمش و انگور. پروژه ما به سیب و انار علاقمند است.</p> | - |
| <p>-نرخ ها به اساس نرخ رایج در بازار و میزان عرضه محصولات تعیین میشود. اگر عرضه زیاد باشد، قیمت کاهش می یابد؛ اگر عرضه کاهش یابد نرخ ها افزایش می یابد. -نرخ اموال صادراتی بستگی به تاجران دارد.</p> | | <p>-نرخ نظر به کیفیت محصول تعیین میشود. دولت در تعیین نرخ هیچ نقشی ندارد. -زمانیکه مقدار محصول در مارکیت صادرات پائین باشد، قیمت آن بالا میرود، زمانیکه مقدار آن افزایش یابد، نرخ ها سقوط میکند. -سال گذشته کشمش به پاکستان صادر نگردید زیرا دولت پاکستان بالای اموال صادراتی افغانستان مالیات زیادی وضع کرد که به همین دلیل نرخ ها سقوط کرده و انگور و کشمش صرف در بازار های داخلی به فروش رسید. ولی بسیاری دهاقین بدون استفاده از بوریا انگور خود را در خانه و یا در کنار جاده ها خشک کردند که به همین دلیل سال گذشته کیفیت کشمش پائین بود. -نرخ کشمش سرخ بی کیفیت ۱۵۰ الی ۲۰۰ افغانی فی سیر میباشد و با کیفیت آن ۲۵۰ الی ۳۰۰ افغانی فی سیر میباشد. -نرخ یک سیر کشمش سبز در قریه جات بین ۵۰۰ الی ۶۰۰ افغانی میباشد. -سال گذشته میرسی کورپس به دهاقینی که در این دفتر رجستر بودند در بدل هفت کیلوگرام کشمش مبلغ ۳۰۰ افغانی پرداخت نمود.</p> | <p>تعیین نرخ برای محصولات (در مارکیت های داخلی و صادرات) -نرخ داخلی انگور، کشمش و بادام چگونه تعیین میشود؟ -آیا دولت در تعیین نمودن نرخ ها نقشی را ایفاء میکند؟ -نرخ کشمش، بادام و انگور برای مارکیت های صادراتی چگونه تعیین میشود؟ -حد اوسط نرخ فعلی انواع پر فروش بادام، کشمش و انگور (فی سیر و یا فی کیلوگرام) در بازار های داخلی چند است؟ آیا این نرخ ها طی سال گذشته تغییر کرده است؟ -حد اوسط نرخ فعلی انواع پر فروش بادام و کشمش (فی سیر و یا فی کیلوگرام) در بازار های صادراتی چند است؟ آیا این نرخ ها طی سال گذشته تغییر کرده است؟ -آیا حد اوسط نرخ بادام و کشمش در حال افزایش است و یا کاهش؟</p> |
| <p>-بسیاری تجارت ها تحت مالکیت یک شخص و/یا خانواده قرار دارد. -آنها در مورد بازار معلومات را از</p> | | <p>- آنها نرخ را از بازار میگیرند. هیچ نهادی نرخ ها را تعیین نمیکند و یا در مورد نرخ ها معلومات نمی دهد.</p> | <p>فعالین در داخل زنجیره ارزش و تشریک مساعی بین شرکت ها - عمده ترین مشخصات تجارت (تعداد و</p> |

| وزارت زراعت و مالداري - بلخ | كوپراتيف و نهاد مالي سرمايه گزاري اسلامي زراعتي خلم (KAIIFC) | ميرسي كورپس افغانستان | سوالات تحقيق |
|--|---|--|---|
| انترنت ويا گروپ هاي خود بدست مي آورند. | | | <p>تشكيل/مالكيت) تاجران/عمده فروشان چه است؟ آيا زنان در اين گونه شركت هاي تجارتي دخيل هستند؟</p> <p>- عمده ترين مشخصات تجارت (تعداد و تشكيل/مالكيت) صادر كنندگان کدام ها اند؟ آيا زنان در آن مشاركت دارند؟</p> <p>- تاجران، عمده فروشان و صادر كنندگان در مورد نرخ ها و بازار چگونه معلومات بدست مي آورند.</p> |
| <p>-قرضه از نهاد هاي عرضه كننده قرضه هاي كوچك و بانك ها مهيا مييابد ولي اكثر ا دهاقين موافق سود دادن به قرضه نميباشند. دهاقين به منظور افزايش و بهتر ساختن باغستان هاي خود به قرضه نياز دارند.</p> | <p>-موسسه KAIIFC دو نوع قرضه زراعتي مي پردازد: يكي در ۶ ماه بايد باز پرداخت شود و ديگري در ۹ ماه. هزينه اداري ۲% فيصد پولي است كه قرضه داده ميشود. براي قرضه هاي زراعتي، ۱۰ فيصد از پس انداز و سهم وضع ميشود. براي قرضه هاي تجارتي، ۱۵% از پس انداز و سهم عضو وضع ميشود. مقدار قرضه از ۵۰۰۰ افغاني تا ۲۵۰۰۰ افغاني نظر به ضرورت وام گيرنده فرق ميكند.</p> <p>-آنها قرضه گروپي و انفرادي دارند. اكثر زنان بطور گروپي قرضه ميگيرند، زيرا آنها بشكل گروپي فعاليت داشته و ميتوانند قرضه بكديگر را تضمين كنند. هر دو نوع قرضه بايد توسط بزرگان قريه تضمين شود. در قريه جات حدود ۱۴۰۰۰۰ نفر زندگي ميكند كه صرف ۱۷۰۰ تن آنان در اين موسسه عضويت دارند و به همين دليل احتمال قوي وجود دارد كه موسسه KAIIFC تعداد اعضاي خود را افزايش دهد.</p> | <p>- در تجارت هاي كوچك از دوستان و اقارب خود قرضه ميگيرند؛ اگر به پول بيشتري نياز داشته باشند، به بانك ها درخواست ميدهند.</p> <p>- بلي، آنها براي توسعه تجارت خود و دست يابي به ماركيت هاي ملي و بين المللي به كمك ها مالي نياز دارند.</p> | <p>تامين وجوه مالي تجارت</p> <p>-چه نوع راه هاي تامين وجوه مالي براي تاجران/عمده فروشان و صادر كنندگان موجود مييابد؟</p> <p>-آيا راه هاي تامين وجوه مالي (رسمي، غير رسمي، نهاد هاي عرضه كننده قرضه هاي كوچك، سيستم بانكداري) ميسر است؟</p> <p>-آيا آنها به كمك هاي مالي بيشتر نياز دارند؟ براي چه نوع فعاليت ها؟</p> |
| <p>موانع: ۱. كمبود آب ۲. حشرات و آفات زراعتي</p> | <p>موانع: ۱. بعضي قريه جات در مناطق دور افتاده قرار دارند كه رفتن به آنجا</p> | <p>-بلي، تقاضا در داخل كشور براي اين محصولات در حال افزايش است. -اگر كيفيت كشمش پائين باشد، ميزان</p> | <p>آينده: موانع و فرصت ها</p> <p>-آيا در داخل كشور، تقاضا براي بادام، انگور و كشمش در حال افزايش است؟</p> |

| وزارت زراعت و مالداري - بلخ | كوپراتيف و نهاد مالي سرمايه گزاري اسلامي زراعتي خلم (KAIIFC) | ميرسي كورپس افغانستان | سوالات تحقيق |
|--|--|---|--|
| <p>۳. نبود معلومات در خصوص بازاریابی و نبود فرصت ها</p> <p>۴. نداشتن آگاهی در مورد معیار های تولید</p> <p>۵. عدم موجودیت قرضه ها به دهاقین از جانب دولت. این قرضه ها یا از طرف بانک ها و یا نهاد های عرضه کننده قرضه های کوچک تامین میشود که میزان سود آن بسیار بالا است.</p> <p>۶. نبود تکنولوژی مدرن.</p> <p>فرصت ها:</p> <p>۱. هوای افغانستان برای تولید میوه جات مساعد میباشد.</p> <p>۲. موجودیت زمین های زراعتی در مزار</p> <p>۳. دستمزد پائین کار</p> <p>۴. امنیت در مزار بسیار خوب است.</p> <p>۵. با چندین کشور هم مرز است، تجارت خوب است.</p> <p>۶. راه آهن پیشنهادی صادرات از مزار را آسان تر خواهد ساخت</p> <p>۷. مزار میدان هوایی با دو خط پرواز دارد.</p> <p>۸. متخصصین زیادی در این شهر وجود دارند.</p> <p>۹. موجودیت تعداد زیادی از موسسات غیر دولتی</p> | <p>نسبت نگرانی های امنیتی دشوار میباشد.</p> <p>۲. اعضای موسسه قرضه های ۶ ماهه و ۹ ماهه را برای تجارت خود نا بسنده میدانند.</p> <p>فرصت ها:</p> <p>۱. ساحه توسعه بسیار بزرگ است .</p> <p>۲. هر تجارت که سرمایه داشته باشد میتواند در ولسوالی فرصت های کارایی را فراهم نماید.</p> <p>۳. موجودیت سیستم مالی در ولسوالی ها برای دهاقین.</p> <p>۴. باید خدمات ترویج برای تولید کنندگان طبقه انانث و ذکور مهیا باشد تا تولیدات بادام خویش را ارتقاء دهند. سایر فعالیت های زراعتی نیز باید به تولید کنندگان معرفی شود، از قبیل کشت سزیجات تا در پهلوی بادام منبع عایداتی دیگری نیز داشته باشند.</p> | <p>صادران آن نیز کم خواهد بود.</p> <p>-مارکیت های صادراتی در حال رشد برای کشمش مهیا است از قبیل ترکیه، روسیه و برخی کشور های اروپائی. ولی به تجارت کشمش در افغانستان کدام امیدواری نیست زیرا کیفیت آن پائین است. افغانستان قادر به رقابت با سایر رقیبان در مارکیت های جهانی نمیشد.</p> <p>-نبود کمک های تخنیکی به دهاقین مشکل عمده میباشد.</p> <p>-نبود دانش و آگاهی در مورد پروسس کشمش و انگور در افغانستان -نبود دسترسی به امکانات مالی</p> <p>-برخی موسسات غیر دولتی دهاقین افغان را کمک میکنند (مثلاً میرسی کورپس به آنان بوریا و آموزش میدهد).</p> <p>-مانع عمده نبود تاسیسات نگهداری محصولات و واردات بدون کنترل میباشد.</p> <p>-فقدان مهارت های بازار یابی و نبود امکانات بسته بندی.</p> <p>-برای زنان عمده ترین مانع سنت های منفی فرهنگی میباشد که بالای آنان وضع شده است و بنابراین برای یک زن افغان مجادله با این همه مشکلات فرهنگی و اجتماعی دشوار است.</p> <p>-اگر افغانستان آب میوه تولید کند، این فرصت وجود دارد که مواد مورد نیاز بازار های داخلی و صادراتی را تامین کند.</p> <p>-کنترول روی میوه جات وارداتی و صادراتی و تولید و پروسس با کیفیت میوه جات باید بهبود یابد. و دولت در یافتن بازار ها در کشور های اروپائی باید کمک کند.</p> <p>-پروسس و سایر فعالیت های بعد از</p> | <p>-آیا میزان صادرات بادام، کشمش و انگور رو به افزایش است؟</p> <p>-بهترین مارکیت های صادراتی در حال رشد کدام ها اند؟ آیا نسبت به بادام، کشمش و انگور افغانستان در سایر کشورها و یا مارکیت های جدید علاقمندی وجود دارد؟</p> <p>- عمده ترین موانع در تولید و پروسس انگور، کشمش و بادام کدام ها اند؟ چه فرصت های در این زمینه وجود دارد؟</p> <p>- عمده ترین موانع در زنجیره های ارزش بادام، کشمش و انگور کدام ها اند؟ چه فرصت های در این زمینه وجود دارد؟</p> <p>-آیا دهاقین و تاجران به اندازه کافی به بازار های صادراتی دسترسی دارند؟ چه کاری را میتوان انجام داد تا دسترسی آنها بهتر شود؟</p> <p>-کدام زنجیره ارزش - انگور/کشمش و یا بادام و یا هر دو - بهترین پوتانسیل را در صادرات دارد؟</p> <p>پالیسی</p> <p>-کدام پالیسی ها در حال حاضر روی تولید، پروسس و فروش کشمش و بادام تأثیر منفی میگذارد؟</p> <p>-به نظر شما چه تغییراتی در پالیسی باید ایجاد شود تا تولید، پروسس و فروش کشمش و بادام بهتر گردد؟</p> |

| سوالات تحقیق | میرسی کورپس افغانستان | کوپراتیف و نهاد مالی سرمایه گذاری اسلامی زراعتی خلم (KAIIFC) | وزارت زراعت و مالداري - بلخ |
|---|--|--|---|
| | برداشت حاصلات انگور برای تهیه آب میوه و سایر خوراکیه جات برای بازار های داخلی. | | |
| <p>جنر</p> <p>- چه تعداد از مردان و زنان در تجارت، عمده فروشی و صادرات بادام دخیل اند؟</p> <p>- اگر زنان دخیل هستند، آنها چه نقشی را در این تجارت ایفاء می کنند؟</p> <p>- آیا شما احتمال بالقوه برای مشارکت زنان بیشتر در این عرصه را می بینید؟ در کدام بخش ها؟</p> <p>- عمده ترین موانعی که زنان در این زنجیره ارزش با آن مواجه اند، کدام ها اند؟</p> <p>- زنان تاجر و دهقان به چه نوع کمک ها نیاز دارند تا تولیدات خود را بهبود بخشند؟ پروسس را بهبود بخشند؟ دسترسی به بازار های صادرات را بهبود بخشند؟</p> <p>- پالیسی</p> <p>- به نظر شما چه نوع تغییرات در پالیسی در رابطه به جنر بوجود آید تا مشارکت زنان در زنجیره ارزش بادام و کشمش بهبود یابد؟</p> | <p>- هیچ زنی دخیل نمی باشد؛ او در جریان کار خود در محل مورد نظر، هیچ زنی را ندید، ولی زنان قطعاً در فعالیت های زراعتی دخیل هستند که از درختان حفظ و مراقبت کرده و در بخش پروسس کار میکنند. این فعالیت ها پنهان بوده و هیچ کس روی زنان حساب نمیکند.</p> | <p>-موسسه KAIIFC از جمله ۱۷۰۰ عضو ۳۵۰ عضو زن دارد. اکثر آنها در تولید بادام دخیل اند. آنها هیچ زن تاجر و یا عمده فروش را نمیشناسند.</p> <p>-بلی، برای زنان امکانات بالقوه وجود دارد مشروط بر اینکه از طرف اعضای خانواده حمایت شوند.</p> <p>-زنان تولید کننده میتوانند در گروپ ها تنظیم شده و از بین گروپ یکی را انتخاب کنند تا رهبری آنها را به عهده گرفته و تولیدات شان را به فروش برساند. زنان به خدمات ترویج توسط کارمندان زن نیاز دارند. آنها به آگاهی ویا آموزش در مورد بازاریابی نیز ضرورت دارند تا در تجارت و فروش محصولات شان اعتماد بدست آورند.</p> | <p>زنان در بخش تولید و پروسس فعال میباشند.</p> <p>زنان میتوانند در بازار نیز دخیل شوند، ولی در این جامعه مردان روی تجارت، بازار یابی و صادرات تسلط دارند.</p> |

نهاد ها (ادامه)

| سوالات تحقیق | برنامه ملی انکشاف مهارت ها (NSDP) | وزارت امور زنان | نماینده حقوقی وزارت امور زنان (آمنه وهاب) |
|--------------|-----------------------------------|-----------------------------------|---|
| معرفی | -اهداف برنامه ملی انکشاف مهارت ها | -این وزارت روی پالیسی ها جهت بهتر | - این حقوقدان دفتر خود را در سال ۲۰۰۸ |

| نماینده حقوقی وزارت امور زنان (آمنه و هاب) | وزارت امور زنان | برنامه ملی انکشاف مهارت ها (NSDP) | سوالات تحقیق |
|--|---|--|---|
| <p>ایجاد نمود. او در قضایای حق مالکیت جهت اعتراض و استیناف خواهی علیه فیصله ها دوسیه ترتیب داده و از قضیه دفاع میکند؛ اعتراضات خود را مطرح کرده از آن دفاع میکند؛ اسناد استیناف خواهی را ترتیب داده و آنرا به محکمه ارائه میکند؛ روی موضوعات ثبت زمین کار میکند؛ در خصوص حل منازعات و مشکلات فامیل به مردم مشورت میدهد.</p> <p>- روی قضایای جزائی کار نمیکند؛ او میداند که بنابر موجودیت فساد اداری و موجودیت سلاح در جامعه نمیتواند این کار را به خوبی انجام دهد.</p> <p>- او ۱۰۳ قضیه در مورد مشکلات خانوادگی را ترتیب داده که ۱۵ قضیه آن مربوط ثبت زمین و اعتراض به حق مالکیت بوده و همچنان در هرمرحله هر قضیه از ادارات محلی دولت تا ستره محکمه رهنمائی های لازم ارائه نموده است.</p> <p>- او روی اخذ جواز تجارت برای زنان و مردان نیز کار میکند.</p> <p>- او این خدمات را در بدل پول انجام میدهد.</p> <p>- در بدل هر قضیه ثبت زمین و ملکیت او مبلغ ۳۰۰۰ دالر امریکائی بدست می آورد.</p> <p>- ولی اگر مشتری او خانم فقیری باشد، او را با وکلای حقوقی و موسسات غیر دولتی مثل NRC که خدمات رایگان برای زنان عرضه میدارند، معرفی میکند.</p> | <p>ساختن زندگی زنان در تمام عرصه ها کار میکند. وزارت امور زنان ۵ بخش فرعی دارد: (۱) ارتقای ظرفیت؛ (۲) صنایع دستی؛ (۳) انکشاف تجارت؛ (۴) نمایشگاه ها؛ و (۵) انکشاف دهات.</p> <p>- در هر ولایت دفاتر ولایتی دارد.</p> <p>- در تمام ولایات ۱۲ فارم برای زنان ایجاد کرده زنان را آموزش داده و رابطه آنها با مارکیت ها را تامین میکند.</p> | <p>عبارت اند از: (۱) شناسائی و حمایت از فراهم کنندگان برنامه های آموزشی و (۲) انکشاف سیستم آموزش ها و تعلیمات حرفوی افغانستان.</p> <p>- برنامه ملی انکشاف مهارت ها در همکاری با سایر متخصصین کشور روی ایجاد نصاب تعلیمی کار میکند. در حال حاضر، هیچ نوع هماهنگی در ارائه برنامه های آموزشی بین موسسات غیر دولتی و نهاد های دولتی وجود ندارد. برنامه ملی انکشاف مهارت ها سیستمی را معرفی خواهد کرد تا در سراسر کشور توسط تمام ارائه کنندگان برنامه های آموزشی تطبیق گردد. آنها باید معیار های تعیین شده را رعایت کرده و برای اجرای برنامه های آموزشی جواز و تصدیق نامه کسب کنند. در حال حاضر، برنامه ملی انکشاف مهارت ها روی چارچوب انکشاف مهارت ها کار میکند و در نظر دارد تا یک مدل آموزشی مبتنی بر شایستگی را معرفی کند.</p> | <p>- شما در تجارت انگور، کشمش و بادام چه نقشی دارید؟</p> <p>- ساختار تشکیلاتی شما چگونه است؟ آیا کارمندان انانث دارید؟</p> <p>- آیا در نهاد خود، اعضاء دارید؟ این اعضا چه کسانی هستند؟ آیا کدام یک از این اعضاء زنان هستند؟</p> <p>- چه نوع خدمات و یا همکاری به دهاقین، تاجران، صادر کنندگان ارائه میکنید؟</p> <p>برنامه های ترویجی و آموزشی</p> <p>- آیا شما برنامه های آموزشی و ترویجی را اجرا میکنید؟ آیا فراهم کنندگان خدمات ترویج از طبقه انانث وجود دارد؟</p> <p>- چه نوع همکاری ویا خدمات دیگر به زنان دهاقان، تاجر و یا صادر کننده انجام میدید؟</p> <p>- آیا این کمک ها به زنان ارائه میشود؟ آیا در بدل آن فیس گرفته میشود؟ آیا آموزگاران به قریه ها سفر می کنند؟</p> |
| - | - این وزارت با وزارت زراعت و مالداری، وزارت احیا و انکشاف دهات، | - برنامه ملی انکشاف مهارت ها هم اکنون ۸۵ معیار آموزشی برای سویه ۱ در بخش | تولیدات، بازار نهائی و ساحات تولیدی ملی/ساحوی |

| نماینده حقوقی وزارت امور زنان (آمنه وهاب) | وزارت امور زنان | برنامه ملی انکشاف مهارت ها (NSDP) | سوالات تحقیق |
|---|---|--|--|
| | <p>و همچنان با وزارت مالیه، وزارت تجارت، و فدراسیون زنان تجارت پیشه افغان (AWBF) تفاهم نامه عقد نموده است. این وزارت جلسات مشورتی را به منظور کار روی پلان های عملیاتی برای زنان دایر میکند.</p> <p>- یک انجمن میوه خشک که در ابتداء توسط انجمن زنان دارای شغل آزاد ایجاد شده و به مدت ۴ سال فعالیت داشت، اینک به وزارت امور زنان واگذار شده است. این انجمن به حمایت مالی نیاز دارد.</p> <p>- وزارت امور زنان طی دو سال گذشته شش پالیسی را به دولت ارائه کرده است: (۱) برنامه گداهای؛ (۲) امکانات بهبود یافته برای مشارکت سکتور خصوصی (مثلاً در بخش ترانسپورت)؛ (۳) ایجاد بانک زنان - با میزان پائین سود؛ (۴) گمرکات (به منظور سهل سازی اجراءات برای زنان تا بتوانند تجارت های بین المرزی را با مصنونیت انجام دهند)؛ و (۵) مارکیت زنان.</p> | <p>های ذیل تهیه کرده است: (۱) زراعت؛ (۲) امور ساختمانی؛ (۳) خدمات؛ (۴) تجارت؛ (۵) صنعت؛ و (۶) خدمات اجتماعی.</p> <p>- برنامه ملی انکشاف مهارت ها، به کمک متخصصین وزارت زراعت و مالداري، معیار ها برای سوبه ۱ مهارت های حرفوی دستیار داخلی پروسس میوه و سبزیجات را تهیه نمود. اگر آنها ضرورت به استخدام و آموزش یک کارمند نیمه مسلکی در این بخش داشته باشند، هم اکنون معیار های را که باید پیروی کنند، آماده دارند.</p> | <p>- آیا انگور تازه صادر میشود ویا اکثراً کشمش صادر میشود؟ اگر بلی، به کجا صادر میشود؟</p> <p>- عمده ترین تامین کنندگان میوه برای صادر کنندگان انگور، کشمش و بادام چه کسانی هستند؟ آیا این اشخاص زارعین، انجمن ها، تاجران/عمده فروشان هستند؟</p> <p>- آیا زنان نیز مستقیماً به صادر کنندگان مواد عرضه میکنند؟</p> <p>- چه تعداد زارعین بزرگ انگور و بادام کشت میکنند؟</p> <p>- انگور، کشمش و بادام عمدتاً به کجا صادر میشود؟</p> <p>- کدام نوع کشمش، بادام، و انگور بیشترین فروش را در بازار صادرات دارد؟</p> <p>- انگور، کشمش و بادام عمدتاً در کجا تولید میشود؟</p> <p>- کدام نوع کشمش، بادام و انگور بیشترین فروش را در بازار های داخلی دارد؟</p> <p>- هر ساله چه مقدار بادام، کشمش و انگور از افغانستان صادر میشود؟</p> <p>- فیصدی صادرات/وردا ت انگور، کشمش و بادام چقدر است؟ آیا طی چند سال گذشته صادرات افزایش یافته است؟</p> <p>- آیا انگور و کشمش به افغانستان وارد میشود؟ این واردات از کجا می آید؟</p> <p>- آیا کیفیت محصولات در بازار صادرات مشکلی دارد؟</p> |

پالیسی

| سوال‌ات تحقیق | برنامه ملی انکشاف مهارت‌ها (NSDP) | وزارت امور زنان | نماینده حقوقی وزارت امور زنان (آمنه وهاب) |
|---|-----------------------------------|-----------------|---|
| - دولت به منظور بهتر ساختن تولید، پروسس و فروشات انگور، کشمش و بادام چه نوع کمک‌های را فراهم کرده است؟ - | | | |
| - تعیین نرخ برای محصولات (در مارکیت های داخلی و صادرات) -نرخ داخلی انگور، کشمش و بادام چگونه تعیین میشود؟ - آیا دولت در تعیین نمودن نرخ‌ها نقشی را ایفاء میکند؟ -نرخ کشمش، بادام و انگور برای مارکیت های صادراتی چگونه تعیین میشود؟ - حد اوسط نرخ فعلی انواع پر فروش بادام، کشمش و انگور (فی سیر ویا فی کیلوگرام) در بازار های داخلی چند است؟ آیا این نرخ‌ها طی سال گذشته تغییر کرده است؟ - حد اوسط نرخ فعلی انواع پر فروش بادام و کشمش (فی سیر ویا فی کیلو گرام) در بازار های صادراتی چند است؟ آیا این نرخ‌ها طی سال گذشته تغییر کرده است؟ - آیا حد اوسط نرخ بادام و کشمش در حال افزایش است ویا کاهش؟ | | | - |
| - فعالین در داخل زنجیره ارزش و تشریک مساعی بین شرکت‌ها - عمده ترین مشخصات تجارت (تعداد و تشکیل/مالکیت) تاجران/عمده فروشان کدام‌ها اند؟ آیا زنان در این گونه شرکت‌های تجاری دخیل هستند؟ - عمده ترین مشخصات تجارت (تعداد و تشکیل/مالکیت) صادر کنندگان کدام‌ها | | | - |

| سوال‌ات تحقیق | برنامه ملی انکشاف مهارت‌ها (NSDP) | وزارت امور زنان | نماینده حقوقی وزارت امور زنان (آمنه وهاب) |
|--|---|---|---|
| <p>اند؟ آیا زنان در آن مشارکت دارند؟ -تاجران، عمده فروشان و صادر کنندگان در مورد نرخ‌ها و بازار چگونه معلومات بدست می‌آورند.</p> | | | |
| <p>تامین وجوه مالی تجارت -چه نوع راه‌های تامین وجوه مالی برای تاجران/عمده فروشان و صادر کننده موجود می‌باشد؟ -آیا راه‌های تامین وجوه مالی (رسمی، غیر رسمی، نهاد‌های عرضه کننده قرضه‌های کوچک، سیستم بانکداری) میسر است؟ -آیا آنها به کمک‌های مالی بیشتر نیاز دارند؟ برای چه نوع فعالیت‌ها؟</p> | <p>- دسترسی محدود به امکانات مالی جهت پرداخت مصارف سفر زنان به نمایندگانهای خارجی (بازاریابی)</p> | <p>-</p> | <p>-</p> |
| <p>آینده: موانع و فرصت‌ها -آیا در داخل کشور، تقاضا برای بادام، انگور و کشمش در حال افزایش است؟ -آیا میزان صادرات بادام، کشمش و انگور رو به افزایش است؟ -بهترین مارکیت‌های صادراتی در حال رشد کدام‌ها اند؟ آیا نسبت به بادام، کشمش و انگور افغانستان در سایر کشورها ویا مارکیت‌های جدید علاقمندی وجود دارد؟ - عمده‌ترین موانع در تولید و پروسس انگور، کشمش و بادام کدام‌ها اند؟ چه فرصت‌های در این زمینه وجود دارد؟ - عمده‌ترین موانع در زنجیره‌های ارزش بادام، کشمش و انگور کدام‌ها اند؟ چه فرصت‌های در این زمینه وجود دارد؟ -آیا دهاقین و تاجران به اندازه کافی به بازارهای صادراتی دسترسی دارند؟ چه کاری میتوان انجام داد که دسترسی</p> | <p>-در حال حاضر این برنامه با موانع ذیل مواجه می‌باشد: تا اکنون آنها ارگان ملی شایستگی را که مسئولیت صدور تصدیق نامه برای ارائه کنندگان برنامه‌های آموزشی را به عهده داشته باشد، ایجاد نکرده اند. فرصت‌ها: ۱. برنامه ملی انکشاف مهارت‌ها در ۳۴ ولایت فراهم کنندگان برنامه‌های آموزشی را شناسایی نموده است که میتوان از آنها در برنامه‌های آموزشی استفاده کرد. ۲. برنامه ملی انکشاف مهارت‌ها در ولایات هرات، ننگرهار، کندز، جوزجان و پکتیا دفاتر ساحوی دارد. ۳. آنها در نظر دارند ۳۵٪ اشتراک کنندگان برنامه‌های آموزشی آنها را زنان تشکیل دهد. ۴. به اساس ارزیابی آنها، ۹۱٪ فارغین برنامه‌های آموزشی آنها برای خود</p> | <p>چالش‌ها: -بازاریابی: به یک بازار زنانه نیاز دارند و از دولت تقاضای زمین برای ایجاد همچون بازاری کرده اند. -موانع فرهنگی -حق داشتن زمین -امنیت - نیاز به بهبود وضعیت امنیتی، حق داشتن زمین، فرصت‌های تعلیم و تربیه و صحت وجود دارد.</p> | <p>۱۰.</p> |

| سوال‌ات تحقیق | برنامه ملی انکشاف مهارت‌ها (NSDP) | وزارت امور زنان | نماینده حقوقی وزارت امور زنان (آمنه وهاب) |
|---|---|--|--|
| <p>آنها بهبود یابد؟</p> <p>- کدام زنجیره ارزش - انگور/کشمش و یا بادام و یا هردو - بهترین پوتانسیل را در صادرات دارد؟</p> <p>پالیسی</p> <p>- کدام پالیسی‌ها در حال حاضر روی تولید، پروسس و فروش کشمش و بادام تاثیر منفی می‌گذارد؟</p> <p>- به نظر شما چه تغییراتی باید در پالیسی ایجاد شود تا تولید، پروسس و فروش کشمش و بادام بهتر گردد؟</p> | <p>وظیفه پیدا کرده اند و یا اینک در تجارت مشغول کار اند.</p> <p>- برنامه ملی انکشاف مهارت‌ها بنا بر دلایل ذیل فعلاً موفق بوده است:</p> <p>۱. این برنامه تنها آموزش مهارت‌ها نه بلکه آموزش تقویت مهارت‌های تجارتي، مهارت‌های زندگي، و جعبه ابزار ضروري برای اشتراك کنندگان را نیز ارائه می‌دارد.</p> <p>۲. انتخاب تجارت نظر به تقاضای مارکیت صورت می‌گیرد.</p> <p>۳. انتخاب اشتراك کنندگان برنامه آموزشی به اساس معیار‌ها صورت می‌گیرد.</p> <p>۴. نظارت و ارزیابی متداوم</p> | <p>وزارت امور زنان</p> | <p>نماینده حقوقی وزارت امور زنان (آمنه وهاب)</p> |
| <p>چندر</p> <p>- چه تعداد از مردان و زنان در تجارت، عمده فروشی و صادرات بادام دخیل است؟</p> <p>- اگر زنان دخیل هستند، آنها چه نقشی را در این تجارت ایفاء می‌کنند؟</p> <p>- آیا شما احتمال بالقوه برای مشارکت زنان بیشتر در این عرصه را می‌بینید؟ در کدام بخش‌ها؟</p> <p>- عمده ترین موانعی که زنان در این زنجیره ارزش با آن مواجه اند، کدام‌ها اند؟</p> <p>- زنان تاجر ودهقان به چه نوع کمک‌هایی نیاز دارند تا تولیدات خود را بهبود بخشند؟ پروسس را بهبود بخشند؟ دسترسی به بازارهای صادرات را بهبود بخشند؟</p> <p>پالیسی</p> <p>- به نظر شما چه نوع تغییرات در پالیسی</p> | <p>- برنامه ملی انکشاف مهارت‌ها در نظر دارد ۳۵% اشتراك کنندگان برنامه‌های آموزشی زنان باشند.</p> <p>- برنامه ملی انکشاف مهارت‌ها میتواند در بخش آموزش اشخاص نیمه مسلکی از طریق ارتباط دادن آنها با فراهم کنندگان برنامه‌های آموزشی خویش در ولایات کمک نماید. بدین ترتیب آنها میتوانند از معیار هائی که این برنامه ایجاد نموده، استفاده نمایند.</p> | <p>- زنان در همه سطوح این زنجیره ارزش کار میکنند، ولی از کارشان قدردانی صورت نمی‌گیرد/رسمیت ندارد.</p> <p>- در فابریکه‌های پروسس، مساوی ساختن دستمزد زنان و مردان مهم است.</p> | <p>مالکیت بالای زمین:</p> <p>- خرید و فروش زمین حق همه گان است. با احکام قانون/قانون اساسی و شریعت اسلامی هیچ منافی ندارند. زنان و مردان در این رابطه حق مساوی دارند.</p> <p>- حق میراث زنان از ملکیت پدر/مادر و شوهر نیز یک حق مسلم آنها است.</p> <p>- زنان و دختران حق دارند نیم حقی را که پسران از میراث پدر به ارث می‌برند، صاحب شوند زیرا زنان و دختران سهم دیگری از شوهران خود خواهند برد.</p> <p>- اگر آنها حق مالکیت خود بالای زمین را بیان کنند و یا در برابر اینگونه فیصله‌ها اعتراض نمایند، حقوق خود را بدست خواهند آورد، در غیر آن، پدران، مادران و یا شوهران آنها به آنها پرداخت نخواهند کرد.</p> |

| سوال‌ات تحقیق | برنامه ملی انکشاف مهارت‌ها (NSDP) | وزارت امور زنان | نماینده حقوقی وزارت امور زنان (آمنه وهاب) |
|--|-----------------------------------|-----------------|---|
| <p>در رابطه به جندر بوجود آید تا مشارکت زنان در زنجیره ارزش بادام و کشمش بهبود یابد؟</p> | | | <p>مشکلات فرهنگی و نبود آگاهی:</p> <p>- تخمیناً ۸۰ فیصد زنان در افغانستان از حقوق خود آگاهی ندارند.</p> <p>- آنها ترجیح می‌دهند املاک به ارث برده خویش را در اختیار برادرانشان قرار دهند زیرا اگر درخواست مالکیت بالای زمین بنام خودشان را بکنند، خانواده پدر رابطه خود را با آن زن قطع خواهد کرد.</p> <p>- در افغانستان فرهنگ به مراتب قوی‌تر از احکام قانون اساسی و آموزه‌های اسلامی می‌باشد.</p> <p>- فیصدهای زیادی از زنان افغان تذکره ندارند.</p> <p>- اگر آنها پول بدست آورند و یا چیزی را خریداری کنند، در ملکیت شوهرشان بوده و بعضی اوقات با خشونت فیزیکی و روحی و حتی طلاق مواجه می‌شوند.</p> <p>- این وکیل قضیه یک خانم را که داکتر می‌باشد پی‌گیری کرد که در آن معاش، موثر و زمین این خانم در ملکیت شوهرش قرار داشت. او از طلاق و از دست دادن اطفال می‌ترسید. این قضیه هنوز هم در جریان است.</p> <p>- عمده‌ترین مشکل در درخواست برای حق مالکیت روی زمین (مثل سایر حقوق) در افغانستان وجود فساد اداری می‌باشد که زنان و مردان را از ادعای حق خودشان باز می‌دارد. این روند بسیار پرهزینه نیز می‌باشد و آنها به وقت و رهنمائی زیادی نیاز دارند.</p> <p>توصیه‌ها و راه حل‌ها</p> <p>- براه انداختن یک کمپاین بلند بردن</p> |

| نماینده حقوقی وزارت امور زنان (آمنه وهاب) | وزارت امور زنان | برنامه ملی انکشاف مهارت ها (NSDP) | سوالات تحقیق |
|--|-----------------|-----------------------------------|--------------|
| <p>سطح آگاهی عامه در رابطه به حقوق زنان و قوانین میراث خانواده ها</p> <ul style="list-style-type: none"> - تشویق زنان به درخواست جهت داشتن مالکیت روی زمین و سایر دارائی ها. - ایجاد یک سیستم حمایتی جهت نمایندگی و پشتیبانی از زنان در سطح خانواده، اجتماع و دولت. - ایجاد یک انجمن به منظور هماهنگ ساختن فعالیت های کسانیکه برای اعاده حقوق زنان کار میکنند. ایجاد پلان اجراءات کاری برای این انجمن و ارائه آن به نهاد های دولتی جهت تسریع اقدامات مربوط به حق قانونی زنان بالای املاک و دارائی ها. | | | |

سایر موضوعات

ملاقات با زیتون (۲۴ می ۲۰۱۰)

زیتون در کنفرانس زعفران که در ولایت هرات در سال ۲۰۰۸ دایر گردیده بود اشتراک نمود.

مساحت زمین:

- حد اوسط مساحت زمینی که در آن زعفران کشت میشود ۱,۵ تا ۲ جریب میباشد.
- حد اوسط مساحت زمینی که دهاقین برای زراعت دارند در مجموع ۴ تا ۵ جریب میباشد؛ که بر علاوه زعفران سبزیجات و گندم نیز کشت مینمایند.
- در یک جریب زمین به ۱۰۰ کیلو گرام پیاز گل زعفران ضرورت است؛ بسیاری از دهاقین معمولاً ۶۰ تا ۷۰ کیلو گرام پیاز گل زعفران را در یک جریب زمین کشت مینمایند.
- از یک جریب زمین در یک سال مقدار ۲ کلوگرام زعفران خشک بدست میاید (در صورتیکه حاصل خوب باشد).
- بعد از کاشتن پیاز زعفران ۵ تا ۷ سال را در بر میگیرد تا حاصل اول بدست آید، بعد از آن هر ساله حاصل بدست میاید.
- در سال اول حاصل میتوان ۱۰ تا ۲۵ بار کلاله را جمع آوری نمود.
- دهاقین بزرگ تا ۵ جریب زمین دارند و حاصلات خود را بالای تجاران به فروش میرسانند.

مالکیت زمین:

- خانواده ها یا از خود زمین دارند و یا به اجاره میگیرند.
- مردان مالک زمین میباشدند، اما زنان نی.
- اکثرأ یک بیوه بنام شوهرش سند ملکیت زمین داشته میباشد؛ معمولاً زمین بعد از مرگ مردان به زنها و اطفال شان تعلق میگیرد.

تدارکات:

- پیازهای زعفران که از ایران میاید ارزان و دارای کیفیت پایین میباشد؛ بخاطریکه در وقت انتقال آسیب می بینند.
- قیمت پیاز زعفران: پیاز ایرانی (یک کیلو گرام ۵ دالر امریکائی) پیاز هراتی (یک کیلو گرام ۶-۷ دالر امریکائی)
- زعفران به آسانی کشت میشود به مقداری پاروی حیوانی ضرورت دارد، اما کود کیمای زیاد ضرورت نیست.
- فقط یک نوع سمارق (پوپنک) به زعفران آسیب میرساند؛ زیاد معروض به آفات زراعتی نمیشد.

تولید:

- خانم ها کشت میکنند.
- مردان زمین را آماده و کشت مینمایند.
- آبیاری هر ۱۵ روز یا بیشتر از آن (توسط زنان یا مردان)

حاصل برداری:

- بیشتر توسط زنان و اطفال
- حاصلات در بین خریطه پلاستیکی جابه جا و پوش میشود تا از آسیب رسیدن به آن جلوگیری شود.
- حاصل برداری توسط دست انجام میشود؛ در صبح وقت یا عصر بعد از غروب آفتاب صورت میگیرد تا کلاله ها از آسیب تابش آفتاب محفوظ باشد.

مزد کارگر:

- مردم اغلباً خانواده های همسایه (زنان و اطفال) را برای حاصل برداری استخدام مینمایند.
- مزد زنان و مردان یکسان میباشد؛ یک روزه مزد برای یک کارگر ۳ دالر امریکائی میباشد.

پروسس:

- بعضی انجمن ها دستگاه های خشک کن برقی دارند.
- در هرات ۶ تا ۷ پروسس کننده موجود میباشد. دهاقین زن کلاله های زعفران شان را به آنها میفروشند تا آنها آنها خشک نموده و به فروش برسانند.

محصولات:

- کلاله (خشک میشود و به زعفران مبدل میشود).
- گل زعفران (از آن رنگ لباس تهیه میشود) (در ایران).

انجمن ها:

- از خود فارم دارند یا کلاله ها را از دهاقین خریداری مینمایند.
- معمولاً دهاقین حاصلات شان را به مرکز انجمن میاورند.
- مردان و زنان همه میتوانند به مرکز سفر نمایند.
- اعضای انجمن نمیتوانند از دستگاه های خشک کن به طور انفرادی استفاده نمایند؛ آنها باید کلاله های زعفران شانرا به انجمن بفروشند.
- انجمن زعفران را به تجاران، صادرکنندگان، دکاکین محل در هرات و نمایشگاه ها میفروشند.

مراکز پروسس توسط انجمن ها اداره میشود:

- بیشتر توسط کارمندان زن، بخاطریکه اجرای اینکار (استفاده از دستگاه های خشک کننده) به حوصله زیاد نیاز دارد.
- زنان به شکل انفرادی میایند تا حاصل شانرا بفروشند؛ معمولاً به شکل گروهی نمی آیند.

تجاران:

- بعضی از تجاران تنها گل زعفران را میخرند تا به شکل رنگ از آن استفاده شود.
- دهاقینی که کلاله ها را به تجاران میفروشند معمولاً از قبل یک قرار داد (قرارداد شفافی) با آنها عقد نموده اند؛ تجاران اغلباً پول پیشگی برای دهاقین میپردازند، که دهاقین بعد از یک سال حاصل خویش را به همان تجار به فروش میرسانند.
- تجاران همه مردان هستند.
- بسیاری از آنها تجاران افغان هستند.
- در تشخیص کیفیت زعفران تجربه دارند، میتوانند زعفران را قبل از فروش به اساس کیفیت دسته بندی نمایند.

آیا واردات زعفران ایران (بزرگترین تولید کننده) در افغانستان موجود است؟ (زیتون متیقن نیستم.)

نرخ ها:

- نرخ یک کیلوگرام زعفران در سال ۲۰۰۷ مبلغ ۱۲۰۰ دالر امریکائی درست میباشد (به اساس گزارش).
- نرخ یک کیلوگرام زعفران در سال ۲۰۱۰ مبلغ ۲۰۰۰ تا ۲۵۰۰ دالر امریکائی (تقریبی)
- نرخ ها بالا رفته است طوریکه قبلاً زعفران به قیمت نازل در سرحد ایران فروخته میشد بخاطریکه تجاران از نرخ خیر نداشتند. فعلاً هر کس از نرخ آن با خبر است مخصوصاً بعد از ایجاد انجمن ها، نمایشگاه ها و غیره.
- نرخ صادراتی یک کیلو گرام زعفران ۲۰۰۰ دالر امریکائی میباشد؛ دهاقین یک کیلو گرام زعفران را به تجاران و انجمن ها به مبلغ ۱۵۰۰ دالر امریکائی به فروش میرسانند.

برنامه آموزشی:

- برای اعضای انجمن آموزش رایگان میباشد؛ برای دیگران در بدل پول.
- سازمان های غیر دولتی برنامه آموزشی را دایر مینمایند.
- از جانب دولت کدام همکاری صورت نمیگیرد.

کیفیت:

- خریطه های پلاستیکی /پوش های پاک در جریان حاصل برداری ضروری میباشد.
- استفاده از دستکش ها/ ماسک روی
- پاکی و صفائی بخاطر کیفیت زعفران بسیار ضروری میباشد.
- زعفرانی که در دستگاه خشک کن برقی خشک میشود دارای بهترین کیفیت میباشد، زعفرانی که در آفتاب خشک میشود دارای کیفیت خوب نمیباشد.

صادرکنندگان:

- صادر کنندگان مانند تجاران نیستند، فعالان مختلف زنجیره ارزش میباشند.
- چندین صادر کننده بزرگ وجود دارد.
- زعفران را بسته بندی میکنند.
- بیشتر اوقات زعفران قاچاق میشود بخاطریکه تکس بلند است.

چالش ها:

- امنیت (انتقال حاصلات به مرکز پروسس یا مارکیت)

فرصت ها:

- زنان میتوانند در مارکیت های محلی تجار شوند.

نقشه زنجیره ارزش:

- دهاقین یک کیلو گرام زعفران را به قیمت ۸۰۰ دالر امریکائی به تجار یا انجمن به فروش میرسانند.
- تجار یک کیلو زعفران را به قیمت ۱۲۰۰ دالر امریکائی به شخص صادرکننده به فروش میرسانند.
- انجمن یک کیلو گرام زعفران را به صادر کننده، تجار به قیمت ۱۲۰۰ دالر امریکائی به فروش میرسانند.
- شخص صادر کننده یک کیلو زعفران را به قیمت ۲۰۰ دالر امریکائی به فروش میرسانند.

یادداشت: نرخ های فوق الذکر منحیث یک مثال نسبی استفاده شده بود تا دیده شود که هر عضو چه مقدار مفاد بدست میاورند.

ضمیمه ۶ ورکشاپ دست اندرکاران

در ورکشاپ دست اندرکاران در ۲۶ جولای ۲۰۱۰ که با اشتراک نمایندگان وزارت خانه های کلیدی - وزارت زراعت، آبیاری و مالداري MAIL، وزارت احیا و انکشاف دهات MRRD، وزارت معارف و وزارت امور زنان، همچنان نمایندگان نهادهای عرضه کننده قرضه های کوچک MFIS و سازمان های غیر دولتی، سازمان ملل متحد، مراجع تمویل کننده و بانک جهانی دایر گردیده بود، MEDA مسوده یک گزارش را ارائه نموده و روی فرصت ها برای رشد زنان تولید کننده در زنجیره ارزش محصولات صادراتی افغانستان مباحثات گروهی متمرکز انجام داده شد. موضوعات و نظریاتی که در جریان این ورکشاپ مطرح گردید در این یادداشت پالیسی گنجانیده شده است.

۱. ملاحظات کلیدی در مورد مسوده گزارش

- اگر چه کمبود قرضه های کوچک وجود ندارد، میزان بلند مفاد و کریدت های کوچک همراه با باز پرداخت در زمان بسیار کم زنان را از گرفتن قرضه های کوچک مانع میشود.
- نهاد های عرضه کننده قرضه های کوچک (MFIS) باید تشویق شوند تا به زنان کمک های بلا عوض را فراهم نمایند. (اگر نهادهای عرضه کننده قرضه های کوچک اینکار را انجام داده نتوانند، راه های دیگری جستجو گردد- بطور مثال، کمک های بلا عوض همانند برای زنان از طریق پروگرام هائی مانند برنامه انکشاف تشبثات روستائی افغانستان (AREDP) فراهم شود؛ کمک های بلا عوض با انجوهای دیگر ارتباط داده شود، و کارهای دیگر.
- دولت باید برای زنان به شکل گروهی برای یک مدت محدود (۵ تا ۱۰ سال) زمین فراهم نماید تا اینکه زنان تشویق شوند در بخش زراعت کار نموده و خود کفاه شوند. در بعضی از مناطق کشور، مانند ولایت کاپیسا وزارت امور زنان در این رابطه فعال بوده است. این وزارت به یک گروه تقریباً ۵۰ نفری زنان برای چندین سال زمین داده و حتی پیاز زعفران را نیز برایشان فراهم نموده است.
- برای زنان دهقان و یا اعضای کوپراتیف های شان باید کورس های اساسات سواد آموزی و ریاضیات نیز دایر گردد. اینکار آنها را قادر خواهد ساخت تا بالای تجارت کنترل خوبتر داشته باشند.
- بین سازمان های غیر دولتی که برای زنان کار میکنند باید هماهنگی وجود داشته باشد. آنها باید تجارب شانرا با هم شریک نمایند و در صورت امکان تلاش های شانرا با هم ارتباط دهند تا به اهداف بزرگتر نایل آیند.
- ازکار و سهم گیری زنان در بخش زراعت باید بشکل دوامدار از طریق رسانه ها قدرانی صورت بگیرد.
- داشتن بعضی محلات تجمع برای زنان نه تنها زنجیره ارزش بلکه دیگر سکتور ها و جنبه های جندرا توسعه خواهد داد.
- معلومات اضافی که باید جهت بهبود ماهیت این مطالعه در آن گنجانیده شود:
 - الف. ترسیم نقشه: تشخیص فعالان و جریان محصولات.
 - ب. تعیین معیارها: دسترسی به عملکرد های زنجیره ارزش.
 - پ. توزیع ارزش اضافه شده در زنجیره ارزش
 - ت. اجراءات شرکت های انفرادی
 - ث. روابط عمودی بین شرکت ها
 - ج. همکاری های افقی
 - چ. هماهنگی زنجیره ارزش
 - ح. تحلیل فعالان حمایت کننده زنجیره ارزش
 - خ. حمایت بازرگانی و غیر بازرگانی
 - د. مشوره با بسیاری از دست اندرکاران بزرگ مانند BRAC و سایر نهاد های عرضه کننده قرضه های کوچک MFIS در این یادداشت پالیسی موجود نیست. آنها خدمات زیادی را ارائه مینمایند.
 - ذ. روسیه در این یادداشت پالیسی موجود نیست، اما یک وارد کننده بزرگ کشمش میباشد.
 - ر. سایر ولایات افغانستان که در این تولیدات سهم دارند و بنابراین نقش عمده را در زنجیره ارزش بازی مینمایند، اما در این یادداشت پالیسی از آنها یاد نشده است.

ز. نقش زنان منحيث عرضه کنندگان مواد اوليه درين گزارش گنجانيده نشده است.
 ژ. معلومات نا درست در رابطه به سهم زنان در تمام سطوح در زنجيره ارزش. ما بايد نقش زنان را در
 بررسي اين زنجيره هاي ارزش منحيث فعالان اصلي (كساني كه مالك توليد محصولات هستند) و يا منحيث
 فعالان ثانوي (كساني كه خدمات را فراهم مينمايند) در تمام سطوح از محصولات تهيه کنندگان تا مصرف
 کنندگان بشناسيم.
 س. داشتن ارقام، ممكن به فيصدي
 ش. استفاده كردن از معلومات ثانوي
 ص. عدم تحليل فعالان

۲. نظريات از مباحثات گروپي متمرکز

- بسيج نمودن زنان به اساس نيازمندي ها و فرصت هاي شان از طريق گروپهاي متكي به خود، انجمن ها، کوپراتيف ها يا اتحاديه ها.
- تطبيق برنامه هاي آموزشي در مورد موضوعات تخنيكي و سواد آموزي.
- ارتقاي ظرفيت هاي تجارتي زنان براي تنظيم تجارت و بازريابي.
- ايجاد مراکز حرفوي تا زنان بتوانند ساير مهارت ها را بياموزند.
- دولت بايد متقاعد شود تا براي زنان محيط كاري را در تمام سطوح زنجيره ارزش فراهم نمايد و مراجع تمويل كننده در زمينه حمايت از محيط مناسب براي زنان كمك نمايند (بطور مثال: ماركييت ها بايد تشناب و حمام داشته باشد؛ ماركييت بايد در ساحه باشد كه زنان بتوانند بطور آزادانه به آنها رفت و آمد نمايند).
- نهاد هاي عرضه كننده قرضه هاي كوچك MFIS بايد براي زنان بودجه قرضه هاي انحطاف پذير و كمك هاي بلا عوض داشته باشد.
- مراکز آموزشي حرفوي/تخنيكي به منظور ارتقاي ظرفيت زنان
- ايجاد کوپراتيف هاي زنان، محل سخnerاني، و مجمع ها

۳. اشتراک کنندگان

| شماره | اسم | سمت | نهاده |
|-------|-------------------|--|--|
| ۱ | محبوبه | رئیس | شورای تجارت زنان افغانستان AWBC |
| ۲ | چی کرسپیرو | | برنامه تسریع زراعت متداوم ASAP |
| ۳ | مینہ علی | متخصص | برنامه انکشاف تشبسات روستائی افغانستان AREDP |
| ۴ | محمد عمر نوری | رئیس زراعت | برنامه ملی انکشاف مهارتها NSDP |
| ۵ | سلویا کوفمن | مشاور F.S | سازمان غذا و زراعت ملل متحد FAO |
| ۶ | مارتین | | دفتر UNOPS |
| ۷ | داکتر عجب گل نیاز | کارمند ارشد ESM | دفتر UNOPS |
| ۸ | نفیسه کوهستانی | رئیس یونت بین المللی | وزارت امور زنان MOWA |
| ۹ | محمد اسحق | کارمند ارشد حراست | وزارت احیاء و انکشاف دهات NRAR/MRRD |
| ۱۰ | میرویس سادات | اسیستانت پروفیسور | دفتر UNOP/GEP |
| ۱۱ | مریم | رئیس | دفتر APA |
| ۱۲ | محمد هاشم اسلمی | متخصص NRM | کمیته دنمارکی برای کمک به مهاجرین افغان DACAAR |
| ۱۳ | گل حبیب | مدید گزارش دهی | وزارت زراعت، آبیاری و مالداری MAIL |
| ۱۴ | یوسف علی | | وزارت زراعت، آبیاری و مالداری MAIL |
| ۱۵ | داکتر شمشاد صدف | جنر | برنامه تسریع زراعت متداوم ASAP |
| ۱۶ | رینیا سدیناس | مشاور تخنیکی | انجمن جهانی اتحادیه های قرضه های کوچک WOCCU |
| ۱۷ | محمد شفیع افضلی | مدیر اداری/ مالی | وزارت زراعت، آبیاری و مالداری AMCP/MAIL |
| ۱۸ | شریفه | پروژه گل برزی و مالداری/سازمان انکشاف دهاقین HLP/FOD | پروژه گل برزی و مالداری HLP |
| ۱۹ | مرضیه مینه | جنر | پروژه گل برزی و مالداری HLP |
| ۲۰ | اقبال محمد | متخصص زراعت | دفتر CARD - F |
| ۲۱ | داکتر حقیق | مسؤل تسهیلات | دفتر CARD - F |
| ۲۲ | احمد ضیا | مسؤل ارشد پروژه | دفتر JICA |
| ۲۳ | انجومه | | وزارت امور زنان |

| شماره | اسم | سمت | نهاد |
|-------|-------------------|--------------------|--|
| ۲۴ | گل رخ بدخشی | | وزارت امور زنان |
| ۲۵ | انجنیر ظاهره | مشاور NOF | برنامه انکشاف مهارتهای ملی NSDP |
| ۲۶ | احمد فواد | P.O | سازمان انکشاف صنایع SDO |
| ۲۷ | داکتر فریده | مدیره | کنترول کیفیت Quality Control |
| ۲۸ | راحله | | وزارت زراعت، آبیاری و مالداري MAIL |
| ۲۹ | نسیمه | | وزارت زراعت، آبیاری و مالداري MAIL |
| ۳۰ | انجانی ک آر سنگ | | برنامه انکشاف تشبسات روستائی افغانستان AREDP |
| ۳۱ | مطیع الله | | وزارت زراعت، آبیاری و مالداري MAIL |
| ۳۲ | طیب الله | | وزارت زراعت، آبیاری و مالداري MAIL |
| ۳۳ | فهیمه بیان | | وزارت زراعت، آبیاری و مالداري MAIL |
| ۳۴ | محقق انجنیر ملیحه | مسؤل اصلاحات اداری | وزارت زراعت، آبیاری و مالداري MAIL |