مزیت‌های نسبی تولید عسل در ایران و فرصت‌های پیش رو در بازار عسل اروپا



دکتربهزاد نیکخواه - مدیر ارشد زنجیره ارزش محصولات کشاورزی شرکت بین المللی گروه مانی آسیا (سهامی خاص)



پیشگفتار:

عسل از دیرباز به عنوان غذایی سالم و شفابخش شناخته شده است اگرچه در دیدگاه عموم مردم عسل، اصلی ترین محصول زنبور عسل است ولی باید اذعان کرد که فایده اصلی زنبور عسل نقش بی‌بدیل آن در گرده افشانی است و می توان گفت که بقای حیات در زمین به‌ویژه غذای انسان‌ها منوط به وجود زنبورهاست به‌طوری که سازمان جهانی کشاورزی و غذا (FAO) بیستم ماه می را روز جهانی زنبور عسل نامگذاری کرده است. علاوه براین گردش مالی مشتقات زنبور عسل و عسل بسیار بیشتر از گردش مالی عسل هست اثرات چشمگیر محصولات جانبی عسل در تغذیه و بهداشت بر کسی پوشیده نیست محصولاتی مانند موم، بره موم، ژله رویال، زهر زنبور، نان زنبور و غیره جایگاه ارزنده‌ای را در تأمین مواد اولیه غذایی، دارویی وبهداشتی دارند. طبق آخرین آمارهای رسمی در دنیا بیش از ۹۰ میلیون کلنی زنبورعسل مدیریت میشود که ایران با دارا بودن بیش از هفت میلیون پانصد هزار کلنی زنبورعسل جایگاه چهارم را در دنیا دارد

طبق آمار رسمی فائو در سال ۲۰۲۳ بالغ بر ۹/۱ میلیون تن عسل در دنیا تولید شده است. بزرگترین تولید کننده عسل در جهان چین است که با تولید ۴۸۶ هزار تن عسل مقام اول را به خود اختصاص داده است. ترکیه با تولید ۹۶ هزار تن عسل مقام دوم ایران با تولید ۷۷ هزار تن عسل مقام سوم آرژانتین با تولید ۷۱ هزار تن عسل مقام چهارم اوکراین با تولید ۶۸ هزار تن عسل مقام پنجم هند با تولید ۶۶ هزار تن عسل مقام ششم روسیه با تولید ۶۴ هزار تن عسل مقام هفتم مکزیک با تولید ۶۲ هزار تن عسل مقام هشتم آمریکا با تولید ۵۷ هزار تن عسل در مقام نهم و برزیل با تولید ۵۵ هزار تن عسل در مقام دهم این رده‌بندی قرار گرفتند.

علیرغم داشتن جایگاه سوم در تولید متاسفانه جایگاه و سهم ایران از بازار جهانی عسل بسیار نازل و در خور توجه و نیازمند آسیب شناسی است این نوشتار سعی برآن دارد که ضمن تبیین مزیت‌های نسبی کشور در تولید عسل و محصولات جانبی،به بررسی بازارهای جهانی به ویژه بازار اتحادیه اروپا به عنوان دومین وارد کننده بزرگ عسل و همچنین جستجوی راههای ارتقاء سهم ایران از بازارهای جهانی بپردازد.

بخش اول: وضعیت کشور ایران در تولید عسل

کشور ما به‌دلیل داشتن شرایط اقلیمی متفاوت و نواحی رویشی منحصربفرد، دارای پوشش گیاهی متنوع است به همین دلیل عسل‌های تولید شده در ایران از کیفیت و تنوع بسیار بالایی برخوردار است، با این وجود سهم عسل ایران در بازارهای جهانی در مقایسه با میزان تولید سالانه بسیار ناچیز است و در سال‌های مختلف میزان صادرات عسل بین ۲ تا ۵ هزار تن متغیر بوده است و لزوم برنامه ریزی‌های دقیق در جهت صادارات ۱۵ تا ۲۰ هزار تن از عسل تولیدی یکی از راهکارهای مهم جهت ساماندهی و توسعه پایدار پرورش زنبور عسل است.

نیل به این هدف مستلزم اعمال مدیریت جامع با رویکرد سیستمی به ویژه مبتنی بر مدیریت زنجیره ارزش عسل با سه محور ارتقاء کیفیت، کاهش قیمت تمام شده و همچنین ایجاد ارزش افزوده بیشتر است. آموزش زنبورداران و فرآوری کنندگان جهت ارتقاء کیفیت و کاهش ضایعات به ویژه کاهش مانده‌های غیر مجاز نظیر انواع آنتی‌بیوتیک‌ها و سموم کنترل آفات و بیماریهای زنبور در کنار مدیریت بازاریابی از بنیادی ترین اقدامات در این راستا است.

تولید عسل در کشور را می توان در سه گروه دسته بندی کرد:

عسل طبیعی: این محصول از طریق فعالیت مستقیم زنبور و استفاده از شهد گل گیاهان تولید می‌شود که حاوی انواع ویتامین‌ها،املاح و اسید امینه‌های ضروری و مفید است.

عسل تغذیه‌ای: در پرورش صنعتی زنبور عسل زنبوردارها برای تقویت کلنی اقدام تغذیه زنبور با شربت شکر می کنند در عین‌حال زنبورها شهد انواع گل در محیط و حوزه زنبورستان را به

عسل تبدیل می کنند است. این نوع عسل بسته به میزان شهد گلها و تغذیه و نحوه مدیریت کلنی از کیفیت متفاوتی برخوردار می باشد.

عسل صنعتی: هیچ ارتباطی با زنبوردار و زنبورعسل ندارد و توسط یکسری افراد سودجو در کارگاه‌های غیرمجاز و غیربهداشتی و گاها توسط یکسری واحدهای مجاز متخلف تولید و بسته‌بندی می‌شوند. متأسفانه از دیدگاه عموم عسل سالم عسلی هست که مستقیماً توسط زنبوردار یا در مغازه‌ها به‌صورت فله و یا در بسته‌بندی‌های بدون مشخصات عرضه می شود فقدان سیستم نظارتی برروی این شیوه تولید و توزیع در بسیاری از مواقع خسارت‌های جبران‌ناپذیری را بر سلامتی مصرف کنندگان تحمیل می کند کنترل مانده‌های غیر مجاز آنتی‌بیوتیک‌ها، سموم کنترل آفات و بیماری‌ها، و به‌ویژه میزان شاخص HMF عوامل موجده بسیاری از بیماری‌ها از جمله انواع سرطان و بیماری‌های خودایمنی است لذا تهیه عسل از شرکت‌های فرآوری و بسته‌بندی کننده عسل به‌ویژه عسل شناسنامه‌دار حائز اهمیت زیاد است.

مزیت‌های نسبی کشور در تولید عسل

شرایط اکولوژیکی مناسب و غنای گونه‌های گیاهی مولد شهد و گرده باعث شده است که فلات ایران موطن دو گونه زنبورعسل جنس Apis باشد. زنبورعسل کوچک Apis florea که سهم بسزایی در گرده‌افشانی گیاهان زراعی نواحی جنوبی کشور ایفا نموده و عسل آن به‌صورت کلنی‌های وحشی برداشت و به فروش می‌رسد و زنبورعسل معمولی ایران Apis mellifera meda که بومی رشته کوه البرز و مناطق مرکزی ایران می‌باشد و سهم عمده‌ای در تولید عسل ایران دارد. از حدود ۹۰۰۰ گونه گیاهی شناسایی شده در فلور گیاهان ایران بیش از ۱۰۰۰ گونه سهم زیادی در تأمین منابع شهد و گرده کلنی‌های زنبورعسل دارند و در این بین تعدادی از این گونه‌ها به جهت شهد فراوان و تراکم و سطح پراکنش بسیار مطلوب در کشور از جایگاه ویژه‌ای در صنعت زنبورداری ایران و تولید عسل برخوردار هستند و امکان تولید عسل تک گل وجود دارد. با توجه به تنوع گونه‌ای بالای گیاهان مولد شهد در حدود ۷۰ درصد عسل‌های تولیدی در ایران به‌صورت چندگل بوده و در حدود ۳۰ درصد از این عسل‌ها با توجه به غالبیت یک گونه گیاهی خاص به‌عنوان عسل تک گل شناخته میشوند. عسل‌های تک گل به این مفهوم نیست که تنها شهد یک گیاه خاص در تولید آن عسل موثر بوده است بلکه غالبیت شهد در عسل مطرح است و معمولا عسل‌هایی با غالبیت بیشتر از ۷۰ درصد شهد یک گیاه خاص به عنوان عسل تک گل آن گیاه شناخته می‌شود. این عسل‌ها دارای رنگ، طعم و عطر منحصر به فردی بوده و تا حد زیادی طعم و مزه گیاه مولد شهد غالب را خواهند داشت. سهم زیادی از خواص غذایی و دارویی عسل مرتبط با گیاه یا گیاهان شهدزای مرتعی و مؤثر در تولید عسل بوده، علاوه بر این ذرات گرده گل نیز قسمتی از خواص دارویی عسل را شامل می‌شوند. در دنیا بیش از ۳۰۰ نوع عسل تک گیاه قابل تولید است و براساس آخرین بررسی‌های علمی، در ایران بیش از ۵۵ عسل تک گیاه شاخص قابل تولید است که از مهمترین آن‌ها می‌توان به عسل کنار ایرانی، عسل گون گزانگبین، عسل آویشن، عسل خارشتر، عسل مرکبات، عسل گشنیز، عسل یونجه، عسل شوید، عسل رازیانه، عسل آکاسیا، عسل لعل کوهستان و عسلک ترانگبین اشاره کرد. تنوع و کیفیت عسل‌های تک گیاه ایران باعث شده است که ایران مرکز تنوع عسل‌های تک گیاه باشد که هریک از این عسل‌ها به لحاظ شاخص‌های حسی، کیفی و مواد موثره دارویی و درمانی خاص و منحصر به‌فرد باشند.

مزیت نسبی ایران در تولید عسل و محصولات جانبی به‌ویژه موم و بره موم و تبدیل این مزیت به یک مزیت رقابتی مستلزم بازنگری در شیوه‌های تولید، فرآوری و بسته‌بندی به منظور تولید محصولی با کیفیت برای مصرف داخلی و همچنین تولید محصولاتی با استانداردهای بازارهای هدف به منظور صادرات و ارزآوری است. شرکت بین‌المللی گروه مانی آسیا با برند گل وردی (در زبان ترکی به مفهوم شهدی که از گل به‌دست می‌آید) با استفاده از بهترین و طبیعی‌ترین عسل‌های کشور، با رعایت الزامات بهداشتی و فنی و با استفاده از زیباترین و سالم‌ترین بسته‌بندی‌ها اقدام به تولید اولین عسل شناسنامه‌دار کشور با نظارت و کنترل شرکت SGS سویس در ایران نموده است چشم‌انداز این شرکت عرضه شهد گلهای عطرآگین طبیعت ایران در سفره‌های جهانی است. موفقیت در این راه مستلزم یاری و همت زنبورداران عزیز و صاحب منصب‌ها و سیاستگذاران حوزه کشاورزی است. دپارتمان‌های مدیریت زنجیره ارزش و تحقیق و توسعه شرکت بین‌المللی گروه مانی آسیا اقدام به برنامه‌ریزی جهت تولید محصول صادراتی عسل در کشور نموده و آماده بهره‌مندی از نظرات دست‌اندرکاران و صاحبنظران پرورش زنبور عسل است.



بخش دوم: بررسی بازارهای جهانی با تاکید بر بازار اروپا

اروپا یکی از بزرگترین بازارهای عسل در جهان است و حدود ۲۰ درصد از کل مصرف در سراسر جهان را به خود اختصاص داده است حدود نیمی از نیاز عسل اروپا از طریق واردات تأمین می گردد. این موضوع فرصت خوبی برای صادرکنندگان عسل از کشورهای در حال توسعه است. کشورهای اتحادیه اروپا مجموعاً بعد از چین دومین تولید کننده عسل در جهان است. در سال ۲۰۲۱، اروپا با تولید بیش از ۱۷۷۲ هزار تن عسل، ۱۳ درصد از تولید جهانی را به خود اختصاص داد. جمعیت کلنی و کندوهای زنبور عسل در اروپا بطور پیوسته در طول ۵ سال گذشته با نرخ متوسط سالانه ۴ درصد افزایش یافته است تعداد این کندوها در ۲۰۲۲ بالغ بر ۲۰ میلیون کندو بوده است.

واردات عسل اروپا در حال افزایش است

اروپا بزرگترین واردکننده عسل در جهان است و تقریبا ۵۰ درصد از واردات عسل جهانی را به خود اختصاص داده است. در سال ۲۰۲۲، واردات عسل اروپا به ۳۶۳ هزار تن رسید. بر اساس آمار فائو، ۱۲ کشور از ۲۰ کشور بزرگ واردکننده جهان اروپایی هستند: آلمان، بریتانیا (بریتانیا)، لهستان، بلژیک، اسپانیا، فرانسه، ایتالیا، هلند، پرتغال، سوئیس، یونان و اتریش. بررسی قیمت عسل وارداتی در اتحادیه اروپا حاکی از رشد متوسط ۷/۶ درصدی در سال از سال ۲۰۱۹ است. یکی از دلایل افزایش قیمت، بروز جنگ در کشور اکراین به عنوان یکی از تامین کنندگان اصلی اتحادیه اروپا بود. آلمان بزرگترین واردکننده عسل در اروپا است که ۲۱ درصد از کل حجم واردات و ۲۳ درصد از کل ارزش وارداتی را به خود اختصاص داده است. بریتانیا (۱۴ درصد از حجم کل و ۹/۸ درصد از ارزش کل)، فرانسه (۱۰ درصد از حجم کل و ۱۱ درصد از ارزش کل) و بلژیک (۱۱ درصد از حجم کل و ۷/۹ درصد از ارزش کل) دیگر کشورهای اروپایی اصلی هستند. واردکنندگان در این کشورها عسل را فرآوری کرده و در داخل و خارج از کشور می فروشند.

واردات رو به رشد از کشورهای در حال توسعه فرصت‌هایی را برای تامین کنندگان جدید ایجاد می کند. در سال ۲۰۲۲، ارزش واردات عسل اروپا از کشورهای در حال توسعه ۶۱۳ میلیون یورو بوده که ۴۹ درصد از ارزش کل واردات را تشکیل می دهد. در سال‌های ۲۰۱۸-۲۰۲۲، ارزش واردات عسل از کشورهای در حال توسعه به طور قابل توجهی افزایش یافت. تنها بین سال‌های ۲۰۲۱ تا ۲۰۲۲، تقاضا برای عسل از کشورهای در حال توسعه ۳۲ درصد افزایش یافته است. با توجه به کاهش قابل توجه تولید عسل در اروپا، انتظار می رود تقاضا برای عسل از کشورهای در حال توسعه به سرعت به رشد خود ادامه دهد. بزرگترین عرضه کننده عسل به بازار اروپا، چین است که ۳۱ درصد از ارزش کل و نزدیک به ۲۸ درصد از کل حجم واردات عسل به اروپا را به خود اختصاص داده است. سایر کشورهای در حال توسعه که تامین کنندگان عمده عسل به اروپا هستند، هم از نظر ارزش و هم از نظر حجم، عبارتند از: اوکراین (۲۲ درصد از کل ارزش واردات)، آرژانتین (۱۲ درصد)، مکزیک (۹/۲ درصد) و برزیل (۳/۷ درصد). ارزش واردات از این کشورها در بیشتر موارد روند مثبتی را نشان داده است. کاهش واردات از داخل اتحادیه اروپا به دلیل جنگ اوکراین و همچنین انتقال بخشی از صادرات مکزیک به آمریکا و عربستان سعودی، فرصت مناسبی را از جهت امکان دستیابی به سهم از بازار عسل اروپا فراهم کرده است.

عسل در بازار بزرگ ارگانیک اروپا محبوب می‌شود

اروپا منطقه‌ای است که بزرگترین بازار مواد غذایی ارگانیک در جهان را دارد. در سال ۲۰۲۱، ارزش بازار مواد غذایی ارگانیک اروپا ۵۳ تا ۵۴ میلیارد یورو بود که سهم ۴۴ درصدی از توزیع خرده‌فروشی بازار جهانی ارگانیک را به خود اختصاص داد. مصرف سرانه محصولات ارگانیک در اروپا به‌طور متوسط ۱۰۲ یورو برآورد شده است. بازار ارگانیک اروپا بسیار پویا است و به سرعت در حال رشد است. بین سال‌های ۲۰۲۰ تا ۲۰۲۱، خرده‌فروشی مواد غذایی ارگانیک در اروپا ۴ درصد رشد داشته است. انتظار می رود بازار ارگانیک اروپا تا سال ۲۰۲۵ به ۱۰۰ میلیارد یورو افزایش پیدا کند. دلایل این رشد تقاضا را می توان در عواملی مانند علاقمندی مصرف کنندگان اروپایی به مواد غذایی پایدار و با کیفیت بالا، ماهیت نوآورانه و ارگانیک و افزایش حمایت سیاسی اتحادیه اروپا از اهداف توسعه پایدار در قالب استراتژی «از مزرعه تا سفره کمیسیون اروپا» جستجو کرد. تنوع ژنتیکی فلور ایران و امکان تولید عسل‌های تک گل و سالم و در شرایط آرمانی ارگانیک می تواند این مزیت نسبی کشور را به یک مزیت رقابتی تبدیل کند.

بهترین فرصت‌ها در کدام بخش از بازار اروپاست؟

تقاضای اروپا برای عسل فزاینده و رو به رشد است. واردکنندگان به‌طور فزاینده‌ای به‌دنبال تأمین کنندگان جدید هستند. آلمان بازار اصلی عسل است و پس از آن بریتانیا،

فرانسه، بلژیک، لهستان و ایتالیا قرار دارند. بازارهای آلمان، بریتانیا، فرانسه و بلژیک بیش از ۵۰ درصد از کل واردات عسل اروپا را تشکیل می دهند.

آلمان

این کشور نه تنها بزرگترین بازار از نظر خرده فروشی است، بلکه بر واردات عسل اروپایی هم از نظر ارزش و هم از نظر حجم تسلط دارد. آلمان به دلیل جمعیت زیاد و تقاضای زیاد، کشوری است که بیشترین پتانسیل را برای بازار عسل دارد. آلمان در حال حاضر بزرگترین بازار عسل در اروپا است. در سال ۲۰۲۲، این کشور ۷۵۰۹۱ تن عسل به ارزش بیش از ۲۸۸ میلیون یورو وارد کرده است. آلمان ۲۳ درصد از ارزش کل واردات و سهم ۲۰ درصد از کل حجم واردات در اروپا را به خود اختصاص داده است. آلمان همچنین مقصد اصلی صادرات عسل عرضه شده از کشورهای در حال توسعه است. در سال ۲۰۲۲، ارزش واردات عسل آلمان از کشورهای در حال توسعه به ۱۷۷ میلیون یورو رسید که ۶۱ درصد از کل واردات عسل آلمان را تشکیل می دهد. بین سال‌های ۲۰۱۸ تا ۲۰۲۲، ارزش این واردات به‌طور متوسط ۱/۸ درصد در سال رشد داشته است. کشورهای در حال توسعه اصلی عرضه کننده عسل به آلمان عبارتند از اوکراین (۱۴۵۴۴ تن واردات در سال ۲۰۲۲)، آرژانتین (۱۱۳۵۷ تن) و مکزیک (۹۹۳۰ تن). با توجه به شرایط جنگی و مشکلات کشور اکراین این سهم از بازار قابل بررسی ویژه است.

انگلستان

بریتانیا دومین واردکننده بزرگ عسل در اروپا از نظر حجم و سومین واردکننده عسل از نظر ارزش است. در سال ۲۰۲۲، انگلستان ۵۱۹۱۲ تن عسل به ارزش ۱۲۲ میلیون یورو وارد کرده است. واردات عسل طی ۵ سال گذشته به‌طور متوسط ۰/۶ درصد از نظر حجم و ۲/۷ درصد از نظر ارزش رشد داشته است. بریتانیا همچنین دومین واردکننده بزرگ اروپایی عسل از کشورهای در حال توسعه است. در سال ۲۰۲۲، ارزش واردات عسل ۷۳/۸ میلیون یورو بود که ۶۰/۵ درصد از کل واردات بریتانیا را شامل می‌شود. در سال ۲۰۱۸-۲۰۲۲، ارزش واردات با نرخ متوسط سالانه ۷/۵ درصد رشد کرد. این روند مثبت نشان دهنده آن است که تقاضا برای عسل از کشورهای در حال توسعه در سال‌های آینده همچنان رو به رشد خواهد بود. در حال حاضر تامین کنندگان اصلی عسل به انگلستان چین (۳۸۴۴۲ تن واردات در سال ۲۰۲۲)، مکزیک (۲۲۵۲ تن) و ویتنام (۲۰۰۶ تن) هستند.

فرانسه

فرانسه بازار بسیار بزرگی است و پس از آلمان در رتبه دوم قرار دارد. فرانسه علاوه بر این که بازار بزرگی است، سهم زیادی از عسل وارداتی را نیز به مقاصدی مانند ایتالیا، اسپانیا و لهستان صادر می کند. فرانسه به عنوان قطب تجارت عسل در نظر گرفته می شود، بنابراین فرض بر این است که اکثر واردکنندگان و فرآورندگان عمده عسل در آن کشورها هستند. بر اساس داده‌های تجاری، ۳۷ درصد از واردات فرانسه از کشورهای در حال توسعه است.

بلژیک

بلژیک ۱۱ درصد از حجم کل و ۸ درصد از ارزش کل واردات اروپا را به خود اختصاص داده است. تقاضا برای عسل در بلژیک در حال افزایش است. طی ۵ سال گذشته، واردات بلژیک به‌طور متوسط سالانه ۱۲ درصد از نظر ارزش و حجم رشد داشته است. بلژیک سومین واردکننده بزرگ اروپایی عسل از کشورهای در حال توسعه است. در سال ۲۰۲۲، ارزش واردات عسل بلژیک از کشورهای در حال توسعه ۷۱/۵ میلیون یورو بوده است که به این معنی است که این کشور تقریباً ۷۳ درصد از تقاضای خود را با واردات از کشورهایی مانند چین (۲۱۳۸۳ تن واردات در سال ۲۰۲۲)، اوکراین (۳۸۵۰ تن) و مکزیک (مکزیک) برآورده می کند.

لهستان

لهستان یکی از ۱۰ بازار بزرگ عسل در اروپا است..لهستان برای تامین نیاز داخلی خود برای عسل تقریباً به‌طور کامل به کشورهای در حال توسعه وابسته است. لهستان یکی از کشورهایی است که بیشترین استقبال را برای خرید عسل از چین دارد: در سال ۲۰۲۲، ۵۱ درصد از کل واردات عسل لهستان از چین بود. کشورهای دیگر مانند آلمان بسیار تمایلی به تهیه از این مبدا ندارند. همچنین اعتقاد بر این است که لهستان به عنوان دروازه ای برای صادرات اوکراین به اروپا عمل می کند.

ایتالیا

ایتالیا ششمین کشور آینده دار اروپاست. پتانسیل این کشور به وسعت بازار آن و این واقعیت مرتبط است که بر سهم بزرگی از واردات عسل در اروپا تسلط دارد. ایتالیا در میان ۱۰ بازار بزرگ عسل در اروپا قرار دارد. در سال ۲۰۲۰، ارزش بازار ایتالیا ۲۵۶ میلیون یورو بود که معادل رشد متوسط ۲/۹ درصدی در سال از سال ۲۰۱۶ است. ایتالیا همچنین در میان ۱۰ بازار بزرگ ارگانیک در جهان و سومین بازار بزرگ در اروپا است. در سال ۲۰۲۱، فروش خرده‌فروشی مواد غذایی ارگانیک ایتالیایی به ۳۹۴۳ میلیون یورو رسید. در سال ۲۰۲۲، ۲۱ درصد از واردات عسل ایتالیا از کشورهای در حال توسعه بوده و ارزش آن ۲۱،۵ میلیون یورو بوده است. تامین کنندگان اصلی عسل به ایتالیا عبارتند از اوکراین (۲۳۷۱ تن واردات در سال ۲۰۲۲)، آرژانتین (۱۳۳۴ تن) و چین (۱۰۱۱ تن). در ۵ سال گذشته ارزش این واردات به‌طور متوسط سالانه ۴/۱ درصد افزایش یافته است. شایان ذکر است که واردات از سال ۲۰۲۰ به‌طور پیوسته در حال رشد بوده است و تنها بین سال‌های ۲۰۲۱ تا ۲۰۲۲ ارزش واردات عسل ایتالیا از کشورهای در حال توسعه ۶۰ درصد رشد داشته است. این نشان دهنده یک روند مثبت برای سال‌های آینده است.

کدام نوع عسل بیشترین پتانسیل را در بازار اروپا دارد؟

صادرکنندگان عسل از کشورهای در حال توسعه باید بر بخش‌های کوچک‌تر بازار و بخش‌هایی تمرکز کنند که خریداران قیمت‌های بالاتری مانند عسل رومیزی، عسل گواهی شده و عسل تک گل را بپذیرند.

عسل رومیزی

بازار عسل عمدتاً به عسل برای مصارف خانگی و عسل برای مصارف صنعتی تقسیم می شود. تخمین زده می‌شود که ۷۰ تا ۸۵ درصد از کل عسل برای مصرف خانگی است. هر دو بخش از نظر قیمت رقابتی هستند. عسل رومیزی، بسته به ترجیحات مصرف کننده، عسل برای مصرف خانگی می تواند عسل چند گل معمولی، عسل گواهی شده یا عسل تک گل باشد. از این نظر، بخش عسل رومیزی محدوده قیمتی وسیع‌تری را پوشش می‌دهد و تقاضای بالاتری دارد، زیرا به ترجیحات گروه‌های مختلف مصرف کننده پاسخ می‌دهد. در مقابل عسل صنعتی اغلب توسط صنایع غذایی برای نانوایی، قنادی، فرآوری غلات و سایر محصولات استفاده می‌شود. در این بخش معمولا کیفیت پایین و رقابت بسیار بالاست. صادرکنندگان و بسته‌بندی‌های بزرگ بر این بازار تسلط دارند و ترجیح می دهند محصولات خود را در مقادیر زیاد خریداری کنند تا هزینه‌ها را به حداقل برسانند. برای تولیدکنندگان و صادرکنندگان عسل در کشورهای در حال توسعه، این بخش معمولاً چندان جالب نیست زیرا این صادرکنندگان همیشه نمی‌توانند چنین حجم زیادی تولید کنند و همچنین رقابت با قیمت‌های پایین عرضه‌کنندگانی مانند چین برای آنها بسیار دشوار است.

عسل تایید شده

تقاضا برای عسل گواهی شده در حال افزایش است مصرف‌کنندگان اروپایی به‌طور فزاینده‌ای به محصولات با منابع پایدار علاقه مند هستند و از مزایای محصولات طبیعی و ارگانیک آگاهی بیشتری دارند. این امر منجر به افزایش تقاضا برای چنین محصولاتی شده است معتبرترین گواهینامه برای بازار عسل اروپا، استانداردهای ارگانیک اتحادیه اروپا و تجارت منصفانه بین المللی است.

عسل دارای گواهی ارگانیک

فروش محصولات ارگانیک، از جمله عسل، دیگر منحصر به فروشگاه‌های مواد غذایی بهداشتی تخصصی در اروپا نیست. محصولات ارگانیک را می توان در سوپرمارکت‌ها، فروشگاه‌های عمومی و فروشگاه‌های تخفیف پیدا کرد. علاوه بر این، دامنه محصولات ارگانیک در حال افزایش است. خرده‌فروشان دیگر نه تنها عسل رومیزی ارگانیک، بلکه محصولات بیشتری را که حاوی عسل ارگانیک به عنوان یک ماده تشکیل دهنده هستند، عرضه می کنند. به عبارت دیگر، صنایع غذایی به‌تدریج در حال تبدیل شدن به مصرف کننده عمده عسل ارگانیک است. این امر به ویژه در مورد کشورهای اروپای غربی صادق است.

برای ورود به بخش عسل دارای گواهی ارگانیک، تولیدکنندگان باید از مقررات ارگانیک اتحادیه اروپا (EU ۸۴۸/۲۰۱۸) پیروی کنند. برخی از الزامات مربوط به زنبورداری ارگانیک عبارتند از:

- کندوها باید در منطقه‌ای با شعاع حداقل ۳ کیلومتری قرار گیرند که عاری از منابع عمده آلاینده شیمیایی مانند فعالیت‌های کشاورزی، از جمله استفاده از آفت کش‌ها باشد.
- کندوها باید از مواد طبیعی ساخته شوند.
- مومی که زنبورها در کندوهای خود استفاده می کنند، مانند ورقه‌های پایه در کندوهای مدرن، باید از موم آلی باشد.
- بیماری‌ها و آفات را باید با استفاده از محلول‌های طبیعی به جای آنتی بیوتیک‌های شیمیایی مدیریت کرد.

عسل دارای گواهی تجارت منصفانه

عسل تجارت منصفانه به عسلی اطلاق می‌شود که در بازارهای بین‌المللی با شرایط



مساعد برای صادرکنندگان عسل معامله می‌شود. این بخش در حال رشد است، زیرا بسیاری از مصرف‌کنندگان اروپایی به‌طور فزاینده‌ای از عواقب رفتار خرید خود بر تأمین‌کنندگان در انتهای دیگر زنجیره آگاه هستند.

عسل تک گل

عسل تک گل به عسلی گفته می شود که عمدتاً از شهد یک نوع گل (مانند اقاقیا، شبدر، مانوکا و غیره) تهیه می شود. عسل تک گل محصولی باکیفیت با رایحه ای خاص، طعمی تصفیه شده و منحصر به فرد است. و قیمت بالاتری دارد. در بیشتر انواع عسل تک گل، بایستی حداقل ۴۰ تا ۴۵ درصد از کل محتوای گرده عسل را گرده گل اصلی تشکیل دهد. با این حال، حداقل درصد ممکن است برای انواع خاصی از عسل متفاوت باشد، زیرا گل‌های مختلف مقادیر متفاوتی گرده تولید می کنند. برمبنای این آنالیز، عسل‌های تک گل به سه دسته گروه طبقه بندی می شوند:

- گرده کم (با کمتر از ۲۰۰۰۰ دانه گرده در هر ۱۰ گرم عسل)
- گرده معمولی (با ۲۰۰۰۰ تا ۱۰۰۰۰۰ دانه گرده در هر ۱۰ گرم عسل)
- گرده بیش از حد (با بیش از ۱۰۰۰۰۰ دانه گرده در هر ۱۰ گرم

بسته به نوع گیاه مورد نظر و براساس قابلیت گرده افشانی گیاه می توان نسبت به انتخاب عسل به‌عنوان عسل تک گل اقدام کرد برای مثال با توجه گرده افشانی کم گیاه قهوه و ظرفیت زیاد گیاه کلزا در تولید گرده در صورتیکه ۲۰ درصد دانه گرده شناسایی شده گرده قهوه باشد می توان آن عسل را به‌عنوان عسل تک گل قهوه انتخاب نمود این نسبت در شبدر ۴۵ درصد و در کلزا ۷۰ درصد است. قیمت عسل تک گل بالاتر از عسل چند گل است، اگرچه بین انواع مختلف عسل‌های تک گل تفاوت قابل توجهی دارد. به‌طور متوسط، قیمت حدود ۱۵ یورو در هر کیلوگرم است، اما گاهی اوقات در مورد عسل مانوکا، که یکی از گران ترین عسل‌های جهان است. می تواند به ۱۰۰ یورو در هر کیلوگرم برسد.

الزامات اجباری عسل چیست؟

رعایت دستورالعمل عسل اتحادیه اروپا، که مهمترین قانون مخصوص عسل است، ضروری است. هدف اصلی دستورالعمل عسل حفظ خلوص عسل به عنوان یک محصول کشاورزی خام و فرآوری نشده، بوبدون هرگونه تغییر در ترکیب شیمیایی آن است. واردکنندگان، خریداران و تولیدکنندگان اروپایی ملزم به رعایت استانداردهای خاصی در سراسر فرآیندهای تولید و توزیع عسل هستند. واردکنندگان عسل از نظر قانونی بایستی عسل مورد معامله را با استانداردهای بازاریابی اتحادیه اروپا تطبیق و ماهیت، ترکیب و مکان یا کشور مبدا آن را به درستی شناسایی کنند. به این ترتیب، تولیدکنندگان و صادرکنندگان باید الزامات خاصی از نظر قابلیت ردیابی و ایمنی مواد غذایی رعایت کنند.

دستورالعمل عسل اتحادیه اروپا

دستورالعمل (EC) ۲۰۰۱/۱۱۰ مهمترین قانون خاص عسل است. این به‌دنبال حفظ ویژگی طبیعی عسل و محدود کردن مداخلات غیرمسؤولانه و سوداگرانه انسانی است که می‌تواند ترکیب آن را تغییر دهد. دستورالعمل عسل اتحادیه اروپا معیارهای ترکیب عسل (برای مصرف انسان) و الزامات مرتبط را تعیین می کند.

«عسل خالص » و یادر ترکیب هر محصول با مصارف انسانی باید واجد شرایط زیر باشد:

دستورالعمل عسل اتحادیه اروپا عسل را به عنوان «ماده شیرین طبیعی تولید شده توسط زنبورهای Apis mellifera از شهد گیاهان یا از ترشحات قسمت‌های زنده گیاهان یا ترشحات حشرات مکنده گیاهان روی قسمت‌های زنده گیاهان» تعریف می کند.





جدول ۱: معیارهای ترکیب عسل بر اساس دستورالعمل عسل
منبع: کمیسیون اروپا، ۲۰۱۴

ویژگی	معیار
میزان فروکتوز و گلوکز (مجموع هر دو)	>۶۰ گرم در ۱۰۰ گرم برای عسل شکوفه - یا >۴۵ گرم در ۱۰۰ گرم برای عسل عسلک و مخلوط‌های مرتبط
محتوای ساکارز	>۵ گرم / ۱۰۰ گرم * * محدودیت‌های بالاتری برای منابع گیاهی خاص مانند پیچ امین الدوله فرانسوی اکالیپتوس و اسطوخودوس ایجاد شده است
میزان رطوبت	>۲۰٪
محتوای نامحلول در آب	>۰٫۱ گرم در ۱۰۰ گرم - یا >۰٫۵ گرم در ۱۰۰ گرم برای عسل فشرده
هدایت الکتریکی	>۰٫۸ mS/cm - یا >۰٫۸ mS/cm* برای عسل و عسل شاه بلوط و مخلوط * معافیت برای برخی منابع خاص گیاه شناسی - مانند درخت توت فرنگی اکالیپتوس هدر، بوته مانوکا - و درخت چای
اسید آزاد	کمتر از ۵۰ میلی‌متر در هر ۱۰۰۰ گرم
فعالیت دیاستاز (مقیاس Schade)	>۸
محتوای هیدروکسی متیل فورفورال (HMF)	>۴۰ میلی گرم بر کیلوگرم

الزامات کیفیت

خریداران اروپایی به‌دنبال عسل خالصی هستند که معیارهای تعیین شده را داشته باشد و بسته به مصارف مورد نظر، طعم و ظاهر خاصی داشته باشد. واردکنندگان اروپایی معمولا دارای الزامات کیفی سخت گیرانه تری را حتی نسبت به قوانین اتحادیه اروپا رعایت می کنند. به عنوان مثال، اگرچه حداکثر مقدار هیدروکسی متیل فورفورال (HMF) در قوانین اتحادیه اروپا حدود ۴۰ میلی گرم بر کیلوگرم است ولی واردکنندگان اروپایی برای عسل‌های غیر گرمسیری بجای آن معمولا ۱۰ میلی گرم بر کیلوگرم را می پذیرند زیرا آنها حاشیه ای برای افزایش احتمالی محتوای HMF در طول حمل و نقل، فرآوری و ماندگاری عسل باقی می گذارند. عسل اقاقیا طعم محبوب اروپایی‌ها است است. مصرف‌کنندگان و خریداران اروپایی عسل‌های رنگ روشن و با طعم ملایم را ترجیح می‌دهند. خریداران و مصرف‌کنندگان اروپایی نیز عسل‌های مایع را به عسل‌های خامه‌ای ترجیح می‌دهند. مصرف‌کنندگان اروپایی علاقه زیادی به عسل‌های با طعم تند و تیره رنگ و مخصوصا با طعم دودی ندارند. فاکتورهای منفی دیگر محتوای HMF بالا و محتوای دیاستاز پایین است. برای جلوگیری از افزایش سطح HMF، باید عسل را از گرمای زیاد محافظت کرد.

الزامات برچسب زدن

خریداران اروپایی اغلب ترجیح می‌دهند عسل را برای خرده فروشی بسته‌بندی و برچسب‌گذاری کنند، زیرا مقررات برچسب‌گذاری ممکن است در هر کشور متفاوت باشد. این به آنها اجازه می‌دهد تا برچسب محصول خود را مطابق با قوانین برچسب‌گذاری محلی و به زبان محلی ایجاد کنند. هنگام صادرات عسل، نمایش اطلاعات مربوط به محصول و نحوه کار با آن در قسمت بیرونی بسته‌بندی بسیار مهم است. برچسب‌ها باید حاوی اطلاعات زیر باشند:

- **نامی که تحت آن فروخته می‌شود**
- **وزن ناخالص و خالص**
- **تعیین بهترین تاریخ مصرف**
- **هرگونه شرایط خاص برای نگهداری یا استفاده**
- **نام و آدرس سازنده، بسته‌بندی کننده یا واردکننده مستقر در اتحادیه اروپا**
- **کشور مبدا**

آلاینده‌ها

علاوه بر این، عسل باید عاری از آلاینده‌هایی باشد که ممکن است برای سلامتی انسان خطرناک باشند. عسل وارداتی به اتحادیه اروپا باید با حداکثر محدودیت‌های باقیمانده (MRL) مطابقت داشته باشد. مقررات (EC) ۲۰۰۹/۴۷۰ و ضمیمه‌های مقررات (EC) ۹۰/۲۳۷۷ MRL ها را برای استفاده از داروهای دامپزشکی مجاز، مانند آنتی‌بیوتیک‌ها، برای زنبورهای عسل تعیین می کنند.

باقیمانده	آمیتراز	کلرامفنیکل	کلرپرومازین	کومافوس	دی متریدازول	فلومترین	فلووالینیت کنید	مترونیدازول	رونیدازول
MRL	۰٫۲ mg/kg	تحمل صفر	تحمل صفر	۰٫۱ mg/kg	تحمل صفر	محدود نشده است	۰٫۰۵ mg/kg	تحمل صفر	تحمل صفر

(پایگاه داده کمیسیون اروپا، وضعیت آفت‌کش‌ها را در وب سایت خود منتشر و به‌طور منظم به روز می کند. در اینجا، می توانید تمام MRL های فعلی آفت‌کش‌ها را برای محصولات غذایی مطابق با مقررات (EC) ۲۰۰۵/۳۹۶ بررسی کنید.