

فنجان برتر

امروزه توسعه محصولات می مانند قهوه، می تواند در رشد و بهبود اقتصاد یک کشور مؤثر واقع شود.



چند ماه پیش، یک روز صبح در تالار بزرگ و دلباز دانشگاه فدرال ویجوزای برزیل، تنها صدایی که به گوش می رسید، آواز دسته جمعی پرشور، ولی نازیباي "هَرْت کشیدن" بود. بیست و چهار داور با چشم بندهای سیاه و قاشق های تست مزه، در رقابت برترین فنجان به دنبال بهترین قهوه کشور می گشتند. سوزی اسپیندلر که برگزار کننده این رقابت را از سال ۱۹۹۹ در برزیل آغاز کرده و اکنون آن را در هفت کشور آمریکای لاتین اجرا می کند، در این زمینه می گوید: هدف اصلی من از برگزاری چنین رقابتهای، تمییز دادن قهوه های مختلف از یکدیگر است. گفتنی است، حضور در این رقابت برای تمامی زارعان و تولیدکنندگان قهوه هر کشوری آزاد است. مزه کردن و امتیاز دادن به قهوه ها نیز به صورت سیستماتیک و با چشمان بسته داوران صورت می گیرد. قهوه پیروز هم در یک طرح آنلاین در سرتاسر جهان به فروش خواهد رسید. در این میان، با تمرکز بر کیفیت و خلوص و پاکي، خانم اسپیندلر نه تنها قهوه های درجه یکی از برخی مراکز ناشناخته را کشف می کند، بلکه بهترین تولیدکنندگان قهوه را به خریدارانی که مایلند برای قهوه با کیفیت تر پول بیشتری بپردازند، مرتبط می سازد.

محصول قهوه با صادرات جهانی به ارزش ۹ میلیارد دلار در سال ۲۰۰۶ که زندگی و درآمد بیش از

تجارت قهوه طی دهه گذشته به دو نوع قهوه - فله ای با قیمت پایین و قهوه ویژه ای که کیفیت در آن حرف اول را می زند - تقسیم شده است. در این میان، تولیدکنندگانی که قهوه معمولی تولید می کنند، برای رقابت با مزارع مکانیزه، یا باید هزینه های خود را کاهش دهند که این امر برای اغلب آنها غیر ممکن است یا کیفیت کالای خود را بهبود بخشند. در واقع، هدف رقابت فنجان برتر و برنامه های مشابه، این است تا قهوه هایی را که دارای کیفیت بسیار بالایی هستند، قادر سازند تا خود را از دیگر انواع قهوه متمایز کرده و بدین ترتیب، به قیمت مناسب تری دست پیدا کنند. برای مثال، در برزیل سرمایه گذاری ها در زمینه کیفیت قهوه می توانند سودهای یک کشاورز را تا ۵۰ درصد افزایش دهند.

البته پرورش دهندگان برزیلی قهوه به نسبت ثروتمند هستند، در حالی که کشاورزان فقیر کشورهای کمتر توسعه یافته حتی به سرمایه گذاری های معمولی که می توانند به شکل قابل توجهی کیفیت و کمیت محصول آنها را بهبود بخشند، دسترسی ندارند. در چنین مناطقی، کمک هدفمند می تواند مؤثر واقع شود.

دیوید برونینگ از شرکت تکنوسرو - یک NGO که موجب بهبود پیمانکاری میان روستاییان فقیر شده است - می گوید: قهوه با کیفیت می تواند به عنوان یک عامل بسیار مهم در پایان دادن به فقر مورد استفاده قرار گیرد. او می افزاید: مهارت در مزه کردن و شفافیت کشف قیمت در رقابت فنجان برتر، می تواند قابلیت رقابتی برجسته بسیاری از مناطق را شناسایی کند.

البته حضور کمتر از ۸۰۰ کیسه - هر کیسه ۶۰ کیلوگرم است - در حراج برزیلی رقابت فنجان برتر در مقابل تولید جهانی سالانه حدود ۱۰۰ میلیون کیسه، بسیار ناچیز به نظر می رسد. اما با وجود این، تأثیرگذار است. پائولو آلمیدا که در سال ۲۰۰۱ جایزه اول رقابت فنجان برتر را از آن خود کرد و توانست با فروش هر کیسه قهوه به قیمت ۷۰۰ دلار، درآمد مزرعه خود را دو برابر کند، می گوید: تنوع جدید خریداران، این امکان را به مزرعه داران و کشاورزان می دهد تا درآمدها را به واسطه فروش همزمان قهوه خود از طریق کانال های متعدد به بالاترین حد برسانند.

در این میان، بهترین فروش ها از طریق اینترنت صورت می گیرد. آقای پولاک در این زمینه می گوید: هدف اصلی، پیدا کردن بهترین بازار برای هر نوع دانه قهوه است. این مطلب چیزهای زیادی را برای آقای فازندا اسپرانکا عوض کرده است، چراکه او بهترین تولیدکننده قهوه در رقابت فنجان برتر امسال برزیل معرفی شده است؛ ضمن این که در حراج آنلاین روز شانزدهم ژانویه سال جاری، ۲۱ کیسه از قهوه اسپرانکا توسط شرکت کنندگان ژاپنی و تایوانی مناقصه، به قیمتی معادل ۴۰ هزار دلار که بیش از ده برابر قیمت جهانی آن می باشد، خریداری شد.

۲۵ میلیون خانوار تولیدکننده آن را تحت پوشش قرار می دهد، امروز منبع درآمد مهم بسیاری از کشورهای جهان به شمار می آید. در این میان، اگرچه تجارت قهوه، سودایی پرمنفعت برای صادرکنندگان، تولیدکنندگان و عمل آوران آن به حساب می آید، اما دولت ها را مغلوب خود ساخته و سازمان های غیردولتی (NGOs) را امیدوار کرده تا از قهوه برای توسعه و بهبود اقتصاد خود استفاده کنند. این در حالی است که فروپاشی مرزهای تجارت، تولید انبوه و تمایل تولیدکنندگان بزرگ در تبدیل قهوه به یک محصول استراتژیک و مشترک باعث شده تا قیمت های این محصول تا حد قابل ملاحظه ای سقوط کنند.

