

جهانی‌شدن و الزامات استراتژی ملی در صنایع غذایی ایران

شهرزاد شریعتی^۱

(تاریخ دریافت ۸۶/۷/۱۴ - تاریخ تصویب ۸۶/۱۰/۱۸)

چکیده

بررسی تأثیرات جهانی‌شدن بر کشورهای در حال توسعه مانند ایران، مستلزم شناخت تحولات جهانی دست کم در طی یک دهه گذشته است. نگاهی گذرا به تحولات جهان امروز نشان می‌دهد که صنعت، کشاورزی و اقتصاد بیشتر کشورها به نحوی رو به تزاید در حال ادغام با نظام اقتصاد جهانی است و به عبارت دیگر می‌توان شاهد این نکته بود که با پایان رقابت‌های ایدئولوژیک میان ابرقدرت‌ها، این رقابت‌ها به شکل رقابت‌های ژئواکونومیک تغییر شکل یافته است. از سوی دیگر هنگامی که تأثیر جهانی‌شدن بر اقتصاد کشورهای در حال توسعه مورد بحث و بررسی قرار می‌گیرد باید به فرصت‌ها و تهدیدهای ناشی از آن نیز اشاره کرد. جهانی‌شدن با وجود آنکه دارای ابعاد مثبت و نوآورانه‌ای برای کشورهای در حال توسعه است، اما در عین حال ابعاد مخرب و ویرانگری نیز دارد که بخش مهمی از این تأثیرات و نابرابری‌ها را باید در مقولات مرتبط با صنایع غذایی جستجو کرد. این مقاله با بررسی نظری ابعاد مقوله جهانی‌شدن و در عین حال مطالعه موردی وضعیت دانه‌های روغنی و صنایع روغن نباتی در ایران می‌کوشد تا ضرورت و الزامات تدوین استراتژی ملی و منسجم را برای توسعه صنایع غذایی و به ویژه روغن‌های نباتی،

۱- عضو هیئت علمی دانشگاه آزاد اسلامی و دانشجوی دکتری مطالعات ایران در دانشگاه تربیت مدرس.

متذکر شود. مقاله در مجموع با بهره‌گیری از روش توصیفی-تحلیلی این فرضیه را مورد آزمون قرار می‌دهد که «الزامات عصر جهانی‌شدن، ضرورت تدوین استراتژی ملی را برای توسعه صنایع غذایی به صورت عام و تولید روغن نباتی را به صورت خاص در ایران اجتناب‌ناپذیر کرده است.»

واژگان کلیدی: جهانی‌شدن، اقتصاد، ایران، روغن نباتی. دانه‌های روغنی.

مقدمه

بررسی تأثیر جهانی‌شدن بر کشورهای در حال توسعه مانند ایران مستلزم شناخت تحولات جهانی دست کم در طی یک دهه گذشته است. برخی از حوادث مهم بین‌المللی را که در طی یکی دو دهه اخیر موجب شتاب بیش از پیش روند وابستگی متقابل اقتصاد و سیاست شدند، می‌توان تحولاتی نظیر فروپاشی اتحاد جماهیر شوروی و پایان جنگ سرد، پیشرفت تکنولوژی و تمدن اطلاعاتی و همچنین عقد موافقت‌نامه‌های متعدد در زمینه تجارت جهانی دانست. نگاهی گذرا به جهان امروز نشان می‌دهد که کشاورزی، صنعت و اقتصاد بیشتر کشورها به نحوی رو به تزاید در حال ادغام با نظام اقتصاد جهانی است و به عبارت دیگر می‌توان شاهد این نکته بود که با پایان رقابت‌های ایدئولوژیک میان ابرقدرت‌ها این رقابت‌ها به شکل رقابت‌های ژئواکونومیک تغییر شکل یافته است. البته توجه به ابعاد اقتصادی جهانی شدن به معنای نگرش تک‌خطی و یک‌سویه به پدیده‌های اجتماعی نیست و باید این پدیده را همانند سایر پدیده‌های اجتماعی به صورت چندعاملی^۱ مورد بررسی قرار داد. از سوی دیگر هنگامی که تأثیر جهانی شدن بر اقتصاد کشورهای در حال توسعه مورد بحث و بررسی قرار می‌گیرد باید به فرصت‌ها و تهدیدهای ناشی از آن نیز اشاره کرد. جهانی شدن با وجود آنکه می‌تواند دارای ابعاد مثبت و نوآورانه‌ای برای بشر باشد، اما در عین حال دارای ابعاد مخرب و ویرانگر نیز هست. در این راستا و به عنوان مثال می‌توان به سخنان کوفی عنان، دبیر کل پیشین سازمان ملل متحد در حاشیه مراسم یازدهمین اجلاس کشورهای عضو گروه ۷۷ (آنکتاد)^۲ در سائوپائولو برزیل اشاره کرد. وی در این

۱ - Multifactor

۱- گروه هفتاد و هفت، در سال ۱۹۶۴ و در جریان کنفرانس تجارت و توسعه ملل متحد موسوم به «آنکتاد» UNCTAD" به وجود آمد تا به عنوان یک گروه فشار و برای حمایت از منافع کشورهای در حال توسعه عمل

سخنرانی با ارائه گزارشی، تصریح کرد که جهان امروز نسبت به جهان چهل سال پیش (زمان تشکیل گروه ۷۷) نابرابرتر شده است و اوضاع کشورهای در حال توسعه نیز در حال بدتر شدن است. عنان همچنین افزود که بخش گسترده‌ای از افزایش نابرابری‌ها در جهان امروز از مبادلات تجاری کشورهای در حال توسعه با کشورهای پیشرفته دنیا ناشی می‌شود (سایت خبری سی.ان.ان، ۲۰۰۷/۶/۲۲).

همانطور که اشاره شد، براساس تحقیقات انجام گرفته، جهانی‌شدن هرچند فرصت‌های زیادی را برای برخی جوامع در جهت کاستن از میزان عقب‌ماندگی اقتصادی و فرهنگی آنان فراهم آورده اما در برخی از جوامع نیز بر فقر عمومی افزوده است. با وجود پیشرفت‌های عظیمی که در قرن بیستم در بخش‌های مختلف اجتماعی و اقتصادی حاصل شده است، بسیاری از کشورهای در حال توسعه هنوز با عقب‌ماندگی، محرومیت‌ها و نابرابری‌های زیادی روبرو هستند و حتی حدود یک چهارم از جمعیت ۴/۵ میلیارد نفری این کشورها از مواهب اصلی زندگی از جمله درمان، تغذیه، آموزش و پرورش برخوردار نیستند و بخش عظیمی نیز در زیر خط فقر زندگی می‌کنند (خلاصه گزارش توسعه انسانی، ۱۹۹۷: ۳-۲).

در مجموع، چنین به نظر می‌رسد از آنجایی که جهانی‌شدن پدیده‌ای حساس به‌ویژه برای کشورهای در حال توسعه و از جمله ایران محسوب می‌شود، سیاست‌گذاری‌های داخل نیز باید به نحوی برنامه‌ریزی شود که منجر به تشدید عقب‌ماندگی در کشور نشود و چالش‌های اجتناب‌ناپذیر جهانی‌شدن که دیر یا زود با تمامی ابعاد، خاک همه کشورها را در خواهد نوردید، نتواند مانع از استفاده از فرصت‌های موجود برای ایران شود. با این مقدمه این مقاله در ادامه ضمن ارائه تعاریفی از جهانی‌شدن و بررسی چند دیدگاه مربوط به این پدیده به بررسی تأثیرات فرایند جهانی‌شدن و ضرورت تدوین استراتژی ملی در صنایع غذایی ایران با تأکید بر مورد روغن‌های نباتی و دانه‌های روغنی خواهد پرداخت.

چیستی مفهوم جهانی‌شدن

پدیده جهانی‌شدن را از یک منظر نمی‌توان تحولی چندان جدید دانست. از سوی دیگر بررسی

برخی آثار معاصر نظیر «نظریه وابستگی»، «نظریه نظام جهانی»، «نظریه امپریالیسم» و... نیز نشان می‌دهد که «جهانی شدن» نه پدیده نوینی است و نه حاصل پایان جنگ سرد محسوب می‌شود. بلکه این پدیده محصول فرایند تکامل یک نظام اقتصادی، اجتماعی، سیاسی و فرهنگی ویژه‌ای است که تمامی ملت‌های جهان در این مسیر به نسبت‌های مختلف و با جایگاه‌های متفاوت در آن سهمیم بوده‌اند (وطن‌خواه، ۱۳۸۱: ۱۸۰). اما جدا از مباحثاتی که درباره جدید یا قدیم بودن پدیده جهانی شدن وجود دارد، باید گفت واژه جهانی شدن (Globalization) به عنوان یک واژه علمی تا اوایل یا حتی اواسط دهه ۱۹۸۰ میلادی در محافل دانشگاهی چندان به رسمیت شناخته نمی‌شد و تنها در نیمه دوم دهه ۱۹۸۰ میلادی بود که اعتبار علمی پیدا کرد. به گونه‌ای که هم‌اکنون و به تعبیر رونالد رابرتسون، استاد جامعه‌شناسی دانشگاه پیتسبورگ، «ردیابی و نحوه انتشار آن در سراسر جهان ناممکن است» و دیگر گریز یا عقب‌نشینی از آن متصور نیست (رابرتسون، ۱۳۸۰: ۳۹). جدا از مباحث فوق درباره جهانی شدن، نکته‌ای که باید مورد توجه قرار گیرد این است که جهانی شدن فرایندی محسوب می‌شود که آثار و ابعاد اقتصادی آن به مراتب زودتر از سایر ابعاد این پدیده نمایانگر خواهند شد. بنابر آنچه گفته شد، به نظر می‌رسد ایران در عرصه اقتصادی باید ضمن شناسایی و تقویت استعدادها و مزیت نسبی خود و همچنین حمایت صحیح از تولیدکنندگان و ترغیب آنان به بهبود کیفیت محصولات خود، هرچه سریع‌تر برای پذیرش پیامدهای ناشی از پدیده اجتناب ناپذیر جهانی شدن آماده شود.

بدیهی است یکی از راهکارهای مهم برای نیل به این مقصود ایجاد توسعه پایدار در کشور محسوب می‌شود. منظور از توسعه پایدار، رهیافتی است که براساس آن بهبود واقعی اوضاع به ویژه در کشورهای در حال توسعه و جهان سومی فقط در شرایطی امکان‌پذیر است که استراتژی‌های توسعه با ارزش‌های حاکم بر جامعه منطبق باشد. توسعه پایدار همچنین در شرایطی محقق می‌شود که دولت نیز ضمن استفاده درست از منابع کشور بتواند مشارکت خودجوش را در فرایند توسعه مورد تشویق قرار دهد. مطابق این رهیافت بدون تعهد روشن به مسائلی نظیر حفظ محیط زیست و یا گسترش استفاده عقلانی از منابع و همچنین توجه کافی و دقیق به ارزش‌های فرهنگی و اجتماعی در کشور، هیچگاه توسعه پایدار و رشد معنادار به وجود نخواهد آمد (باربیر^۱، ۱۹۹۸: ۸). اما در همین حال پرسشی که مطرح می‌شود این است که آیا جهانی شدن

می‌تواند منجر به از میان رفتن دور باطل فقر در جهان سوم شود و توسعه پایدار را برای این قبیل کشورها به ارمغان آورد؟ در پاسخ به این پرسش باید بر این نکته تأکید کرد که جهانی‌شدن سریع اقتصاد به طور معمول خارج از حیطه کنترل دولت‌ها صورت می‌پذیرد. به ویژه آنکه دولت‌های جهان سوم در این مورد نقاط آسیب‌پذیر فراوانی دارند. به عبارت دیگر هم کشورهای نفت و هم کشورهای که فاقد این کالا هستند، اقتصاد پیرامونی دارند و این مسئله موجب می‌شود تا ساختارهای اقتصادی این کشورها ساختار وابسته باشد و جهانی‌شدن نیز موجب آن گردد تا نابرابری درآمدها هم در میان کشورها و هم در داخل خود کشورها افزایش یابد و در مجموع شکاف بین کشورهای توسعه‌یافته و دیگر کشورها افزایش یابد. نتیجه این امر در مجموع موجب آن می‌شود که فقر و توسعه نیافتگی اقتصاد که عامل اصلی توسعه ناپایدار است، همچنان بر جای بماند و تغییر شگرفی در آن صورت نپذیرد. بر این اساس به نظر می‌رسد با وجود موانعی که جهانی‌شدن بر سر راه ایجاد توسعه پایدار در کشورهای پیرامون ممکن است به وجود آورد فقط باید به سهم برجسته عوامل داخلی در این روند امیدوار بود. آنچنان که اشاره شد یکی از عوامل موثر بر توسعه پایدار کشورها استفاده درست از منابع و توجه به استعدادها و مزیت‌های نسبی داخلی است؛ اما در همین حال باید به این نکته نیز توجه داشت که بخش عمده‌ای از موفقیت برنامه‌های توسعه پایدار کشورها نیز با توجه به جایگاه نیرومند آنها در عرصه بازارهای جهانی محقق می‌شود. با این وجود، پرسش دیگری که مطرح می‌شود این است که ایران در شرایطی فعلی چه جایگاهی را در بازارهای جهانی داراست؟ و پیش‌شرط‌های موفقیت کشور در بازارهای جهانی کدام است؟ بدیهی است پاسخ به این پرسش‌ها می‌تواند افزون بر تبیین بیشتر اثرات جهانی‌شدن بر اقتصاد و صنایع ایران، ضرورت تدوین استراتژی ملی در صنایع غذایی کشور را نشان دهد.

چشم‌انداز جایگاه ایران در بازارهای جهانی

جدول ذیل روندهای اقتصادی در ایران و جهان را طی ۴۵ سال گذشته تا سال ۲۰۰۵ نشان می‌دهد.

مقایسه روندهای اقتصادی ایران و جهان

سال						
۲۰۰۵	۲۰۰۰	۱۹۹۰	۱۹۸۰	۱۹۷۰	۱۹۶۰	
تولید ناخالص (میلیارد دلار)						
۴۴۶۴۵	۳۱۰۰۰	۲۱۶۰۰	۱۶۴۰۰	۱۱۶۰۰	۷۱۱۰	جهان
۱۸۹	۶۸/۱	۹۴	۹۸/۱	۱۰/۲	۵/۵	ایران
(۰/۴)	(۰/۲)	(۰/۴)	(۰/۶)	(۰/۰۹)	(۰/۰۸)	سهم ایران (درصد)
جمعیت (میلیون نفر)						
۶۷۰۰	۶۲۳۰	۵۳۲۹	۴۴۷۸	۳۷۲۲	۳۰۵۰	جهان
۶۹/۴	۶۴/۸	۵۴/۵	۳۹/۳	۲۸/۶۶	۲۰/۵	ایران
(۱/۰۳)	(۱/۰۴)	(۱/۰۳)	(۰/۸۸)	(۰/۷۷)	(۰/۳۴)	سهم ایران (درصد)
درآمد (متوسط) سرانه (دلار)						
۷۰۱۱	۴۹۷۶	۴۰۵۳	۳۶۶۲	۳۱۱۷	۲۳۳۱	جهان
۲۴۰۰	۱۰۵۰	۱۷۲۵	۲۴۹۶	۳۵۹	۲۶۸	ایران
(۳۴)	(۲۵/۲)	(۴۲/۶)	(۶۸/۲)	(۱۱/۵)	(۱۱/۵)	سهم ایران (درصد)
صادرات (میلیارد دلار)						
۱۲۶۴۰	۶۴۷۶	۳۳۸۱/۸	۱۹۹۷/۸	۳۱۳/۱	۱۲۹/۸	جهان
۶۴	۱۵/۲	۱۸/۸	۲۷	۵/۵	۴/۵	ایران
(۰/۵۱)	(۰/۲۳)	(۰/۵۶)	(۱/۳۶)	(۰/۱۸)	(۰/۳۵)	سهم ایران (درصد)
تولید نفت خام (میلیون بشکه روزانه)						
۹۰	۷۲/۱	۵۹/۲	۹۵/۵	۴۵/۷	۲۱	جهان
۴/۱	۳/۵۹	۳/۱۵	۳/۴۳	۱/۴۰	۰/۳۹	ایران
(۴/۵)	(۴/۹۱)	(۵/۳۲)	(۵/۷۶)	(۳/۰۶)	(۱/۸۶)	سهم ایران (درصد)

منبع: گزارش بانک جهانی (۲۰۰۵)

آمارها همچنین بیانگر این نکته است که اقداماتی نظیر ملی کردن صنایع، دولتی تر کردن اقتصاد کشور، خصوصی سازی، استقرار خارجی و... به عللی که خارج از موضوع این بررسی است، در بهبود جایگاه ایران در بازارهای جهانی تأثیر چندانی مثبتی را نداشته است. البته هرچند برخی اقدامات مثبت در داخل موجب افزایش پاره‌ای از ظرفیت‌های تولیدی کشور شده است، اما شکی نیست که هنوز تعداد زیادی از ظرفیت‌های کشور بدون استفاده مانده‌اند. (برای مثال در

سال ۱۳۸۰ فقط از نیمی از ظرفیت دو میلیون تنی تولید روغن نباتی استفاده شده است.) این در حالی است که با توجه به استعدادها، منابع و توان بالقوه داخلی، ایران به آسانی می‌تواند حضور به مراتب جدی‌تری را در بازارهای جهانی تجربه کند و از روند رو به انزوای اقتصاد خود جلوگیری کند. بر این مبنا به نظر می‌رسد، ساختار فعلی کشور برای حضور جدی و سودآور در بازارهای جهانی باید اصلاحات وسیع‌تر و گسترده‌تری را تجربه کند چرا که ساختار فعلی، افزون بر آنکه موجب پایین ماندن کمیت و کیفیت تولیدات داخلی شده بلکه همچنین موجب آن گردیده است تا این تولیدات از توان اندکی برای حضور در بازارهای جهانی برخوردار باشند. از سوی دیگر نکته‌ای که باید درباره جایگاه فعلی ایران در بازارهای جهانی مورد توجه قرار گیرد این است که اکنون به علت کاهش سهم انرژی و نیروی انسانی در تولید، داشتن منابع انرژی و نیروی انسانی ارزان که زمانی به عنوان مزیت‌های نسبی برای بسیاری از کشورهای جهان سوم مطرح بود، نمی‌تواند اهمیت چندانی داشته باشد. به عبارت دیگر از آنجایی که امروزه صدها میلیون نفر بیکار در جهان آمادگی پذیرش مشاغل با دستمزدهای نازل را دارند، به طور حتم نیروی کار ارزان کشورها دیگر نمی‌تواند مزیتی چندانی قابل اتکا محسوب شود (امامی خوبی، ۱۳۷۹: ۲۰۵-۲۰۴).

در مجموع از آنجایی که ایران در موقعیت ژئوپولیتیک حساسی واقع شده است و مزایای نسبی آن نیز قابل توجه است، این کشور می‌تواند با ایجاد تحول تدریجی و بنیادین در ساختارهای اقتصادی و رفع موانع غیراقتصادی به همراه اتخاذ سیاست صنعتی جامع، به تدریج از نقش خود به عنوان تولیدکننده صرف بخشی از انرژی جهان در قالب نفت و مواد نفتی کناره‌گیری کند و به مرکز تولید و توزیع محصولات غیرنفتی و از جمله تولید محصولات غذایی در منطقه خاورمیانه و آسیای مرکزی تبدیل شود. از آنجایی که دسترسی به این آرمان محتاج برنامه‌ریزی‌های کلان و دقیق است در نتیجه باید گفت که عهده‌گیری چنین نقشی، فقط در قالب تدوین استراتژی ملی منطبق بر توسعه صادرات محصولات غذایی محقق خواهد شد. به عبارت بهتر، از آنجایی که تمرکز صادراتی در یک کشور، بیانگر عمق عقب‌ماندگی اقتصادی و توسعه نامتوازن آن کشور است، در نتیجه چنین تمرکزی کشورها را هم در عرصه داخلی و هم بین‌المللی با مشکلات و آسیب‌پذیری‌های متعدد روبرو می‌کند. که از جمله می‌توان به آسیب‌پذیری‌های ذیل اشاره کرد: نخست آنکه، این کشورها در تأمین نیازهای متنوع داخلی خود با مشکلات زیادی مواجه می‌شوند و در صورتی که بخواهند استراتژی جایگزینی واردات را نیز در کشور خود نهادینه

کنند در بیشتر موارد، ناگزیر به سیاست‌های حمایتی روی می‌آورند که در مجموع موجب انحراف منابع به صنایع جانشین واردات می‌شود و هزینه به مراتب بیشتری را نیز به کشورها تحمیل می‌کند. (ر.ک: بالاسا، ۱۹۷۱) در همین حال، در بسیاری از موارد تسلط یک بخش از اقتصاد این کشورها، به ویژه در جایی که به مواد معدنی و سوختی مربوط است، انزوای دیگر بخش‌های اقتصادی و تداوم عقب‌ماندگی آن بخش‌ها را در پی دارد. افزون بر این، باید به این نکته نیز اشاره کرد که در عرصه اقتصاد جهانی، آسیب‌پذیری‌های ناشی از اقتصادهای تک‌محصولی و تمرکز صادراتی دست کم در دو زمینه خود را نشان می‌دهد: نخست اینکه، امکان مانور این کشورها در بازار بین‌المللی بسیار کم است و این کشورها در بیشتر موارد ناچار می‌شوند تا به علت آنکه امکان زیادی برای گزینش و تغییر مشتریان خود ندارند، امنیت خود را به بازارهای فروش گره بزنند. دوم اینکه، کلیت اقتصاد این کشورها نیز در مقابل نوسانات قیمت محصولات صادراتی ضربه‌پذیر می‌شود. برای مثال کشورهایی نظیر کشورهای حوزه خلیج فارس و از جمله ایران که بیش از ۹۰ درصد درآمد صادراتی آنها به فروش نفت وابسته است، در هنگام کاهش قیمت‌ها دچار ضربات و لطمات شدیدی می‌شوند. بحران‌های اقتصادی نیمه دوم دهه ۸۰ و اواخر دهه ۹۰ میلادی در ایران و منطقه خلیج فارس را می‌توان از جمله این قبیل آسیب‌پذیری‌ها دانست. بنابراین با توجه به گسترش سریع روند جهانی شدن اقتصاد، توسعه صادرات نه یک گزینه بلکه یک ضرورت است. بر این اساس همچنین می‌توان استدلال کرد که توسعه فناوری‌هایی نظیر فناوری تصفیه و روغن‌کشی دانه‌های روغنی نیز افزون بر تأمین نیازهای داخلی با توجه به مزیت نسبی ایران یک ضرورت محسوب می‌شود و کشورهای در حال توسعه نظیر ایران باید به تدریج سیاست‌های حمایت‌گرایانه همه‌جانبه خود را به کنار بگذارند و با تدوین استراتژی ملی صحیح و همچنین در پیش گرفتن تدریجی استراتژی توسعه صادرات خود را از محدودیت‌ها و زیان‌های ناشی از استراتژی‌های درونگرا نظیر استراتژی جایگزینی واردات رها سازند.

ضرورت توجه به رویکرد استراتژی توسعه صادرات به مثابه استراتژی ملی

آنچنان که درباره برخی از کاستی‌های استراتژی جایگزینی واردات گفته شد، پی‌گیری سیاست‌های درون‌گرا و حمایتی در کشورهای در حال توسعه منجر به صدماتی می‌شود که

کاهش نرخ رشد سالیانه فقط یکی از آنها است. برای مثال در حالی که کشورهای جنوب شرق آسیا که استراتژی توسعه صادرات را برای خود برگزیده بودند در آغاز دهه ۹۰ میلادی به صورت متوسط در هر سال نرخ رشد اقتصادی معادل ۱۰ درصد را برای خود تجربه می‌کردند، کشورهای آمریکای لاتین به علت تأکید بر استراتژی جایگزینی واردات نتوانستند (به طور میانگین) به رشد اقتصادی بیش از ۳/۶ درصد دست یابند (گزارش بانک جهانی، ۱۹۹۰-۱۹۸۹).

درباره علل برتری استراتژی توسعه صادرات نسبت به سیاست‌های مبتنی بر جایگزینی واردات استدلال‌هایی وجود دارد که بخشی از آنها را می‌توان شامل این نکات دانست: اولاً هزینه منابع داخلی در جهت کسب هر واحد ارزی به مراتب کمتر از هزینه منابع داخلی در صرفه‌جویی یک واحد ارز است؛ این خود بدان معنی است که از طریق اتخاذ استراتژی توسعه صادرات می‌توان مقادیر به مراتب بیشتری از ارز را نسبت به استراتژی جایگزینی واردات که منوط به نرخ موثر حمایتی بالا است، صرفه‌جویی کرد. از سوی دیگر به نظر می‌رسد سیاست‌های توسعه صادرات در مقایسه با استراتژی‌های مبتنی بر جایگزینی واردات اثرات بیشتری را در جهت ایجاد اشتغال بیشتر و بهبود توزیع درآمدها دارند. ضمن آنکه نتایج بسیاری از مطالعات نیز نشان می‌دهد شواهد زیادی در تأیید فرضیه رابطه مثبت بین رشد صادرات و رشد تولید ناخالص داخلی کشورها^۱ وجود دارد. از آن میان می‌توان به ویژه به نتایج حاصل از مطالعات «کروگر»^۲ اشاره کرد که براساس آن نشان داده شده است که در ازای یک درصد افزایش در دریافتی‌های حاصل از صادرات، نرخ رشد تولید ناخالص داخلی در حدود یک درصد بالاتر می‌رود. (ر.ک. کروگر)

نتیجه این بحث آن است، که در پرتو جهانی‌شدن اقتصاد و افزایش سریع حجم تجارت جهانی و نقل و انتقالات سرمایه، کشورهای در حال توسعه و از جمله ایران چاره‌ای جز توسل به استراتژی توسعه صادرات ندارند. از سوی دیگر، آنچنان که اشاره شد ایران کشوری دارای مزیت نسبی برای تولید محصولات غذایی محسوب می‌شود و جایگاه ایران در منطقه می‌تواند بازار مناسب و در دسترس را برای این کشور ایجاد کند. بر این اساس تمرکز برای توسعه فناوری تصفیه و روغن‌کشی از دانه‌های روغنی در عصر جهانی‌شدن اقتصاد می‌تواند علاوه بر تأمین نیازهای داخلی کشور در کمک به استراتژی توسعه صادرات نیز موثر باشد. رشد اقتصادی کشور ناشی از

۱ - GDP

۲ - Krueger

صادرات این محصول و رقابتی کردن روغن ساخت داخل در بازارهای جهانی نیز یکی دیگر از مزیت‌های گسترش صادرات روغن و دانه‌های روغنی خواهد بود. به ویژه آنکه مطابق گزارش‌های موجود در حال حاضر فقط ۱۵ درصد از تولیدات داخلی روغن کشور صادر می‌شود (سایت اخبار غذایی ایران، ۱۳۸۶/۲/۲۹)

جدول ذیل پیش‌بینی مقدار تقاضای داخلی روغن نباتی را در ایران طی سال‌های ۱۳۸۶ - ۱۴۰۰، نشان می‌دهد:

پیش‌بینی مقدار تقاضای داخلی روغن نباتی (۱۳۸۶-۱۴۰۰)

سال	مقدار (تن)
۱۳۸۶	۱۷۵۶۵۲۷
۱۳۸۷	۱۸۱۱۳۴۷
۱۳۸۸	۱۸۶۷۸۷۹
۱۳۸۹	۱۹۲۶۱۷۵
۱۳۹۰	۱۹۸۶۲۹۱
۱۳۹۱	۲۰۴۸۲۸۴
۱۳۹۲	۲۱۱۲۲۱۱
۱۳۹۳	۲۱۷۸۱۳۲
۱۳۹۴	۲۲۴۶۱۱۲
۱۳۹۵	۲۳۱۶۲۱۳
۱۳۹۶	۲۳۸۸۵۰۱
۱۳۹۷	۲۴۶۳۰۴۶
۱۳۹۸	۲۵۳۹۹۱۶
۱۳۹۹	۲۶۱۹۱۹۰
۱۴۰۰	۲۷۰۰۹۳۶

منبع: گزارش مرحله اول طرح جامع مطالعاتی اصلاح، بهبود و توسعه فناوری تصفیه و روغن‌کشی دانه‌های روغنی.

افزون بر این، با وجود سهم اندک فعلی صادرات روغن نباتی ایران در بازارهای جهانی (حدود دو درصد) (با توجه به گزارش مرحله اول طرح جامع مطالعاتی اصلاح، بهبود و توسعه فناوری

تصفیه و روغن‌کشی دانه‌های روغنی). به نظر می‌رسد تولید انبوه این محصول غذایی می‌تواند علاوه بر افزایش سهم آن در صادرات کشور و صرفه‌جویی به میزان دست‌کم یک میلیارد دلار در سال به تدریج هزینه سیاست‌های حمایتی دولت برای خرید دانه‌های روغنی را نیز که سالانه متجاوز از دو بیست میلیارد ریال بالغ می‌شود،^۱ کاهش دهد.

در مجموع می‌توان چنین نتیجه‌گیری کرد که الزامات ناشی از گسترش جهانی شدن اقتصاد، کشورهای در حال توسعه را ناگزیر به خروج از درون‌گرایی اقتصادی می‌کند و به‌ویژه کشوری نفت‌خیز مانند ایران با جمعیت بالا را سرانجام به این نتیجه خواهد رساند که برای افزایش سطح تولید و اشتغال در کشور و همچنین تداوم بخشیدن به رشد اقتصادی، ناچار باید به استراتژی توسعه صادرات مبادرت کند. از سوی دیگر از آنجایی که کشور ایران در بخش صنایع غذایی دارای مزیت نسبی است، این کشور می‌تواند با برنامه‌ریزی درست و اصولی بخشی قابل توجه از مزیت نسبی خود را در خدمت کشت و همچنین توسعه صنعت تصفیه و روغن‌کشی از دانه‌های روغنی قرار دهد و سرانجام با گسترش این صنعت افزون بر تأمین نیازهای داخلی و جلوگیری از خروج سالانه یک میلیارد دلار از کشور، نیاز رو به افزایش برخی کشورهای همسایه به ویژه در عراق و کشورهای حاشیه جنوبی خلیج فارس و همچنین همسایگان شمالی و نیز افغانستان را هم تأمین کند.

چنین الگویی اگر با دقت و سرعت انجام پذیرد علاوه بر آنکه ایران را در برابر گسترش روند جهانی شدن اقتصاد تا حدودی آماده می‌کند، می‌تواند در افزایش مناسبات سیاسی ایران با کشورهای منطقه نیز (مطابق نظریه مبادله) تأثیرگذار باشد. بنابراین توسعه فناوری تصفیه و روغن‌کشی از دانه‌های روغنی افزون بر اینکه می‌تواند نقطه مناسبی برای شروع جدی استراتژی توسعه صادرات کشور (در راستای تطبیق با روند جهانی شدن اقتصاد) محسوب شود و اقتصاد ایران را از صدمات ناشی از انزوا و درون‌گرایی خارج کند، همچنین می‌تواند با در نظر گرفتن برخی ملاحظات، عاملی برای گسترش روابط سیاسی ایران با دیگر کشورهای واردکننده روغن و دانه‌های روغنی نیز در منطقه تلقی شود و در مجموع از طریق تقویت و گسترش منطقه‌گرایی از فشارهای ناشی از ابعاد مختلف جهانی شدن بر ایران و منطقه تا حدودی بکاهد. در راستای

۱- ارقام مذکور از آمار، اخبار و گزارش‌های پایگاه اینترنتی انجمن صنفی صنایع روغن نباتی ایران استخراج شده است.

تحقق این اهداف به نظر می‌رسد صنایع تولید مواد غذایی و از جمله صنعت تولید روغن‌های نباتی ایران باید ملاحظات را مد نظر قرار دهند:

جهانی‌شدن و الزامات توسعه صادرات صنایع تولید روغن در ایران

پیگیری استراتژی توسعه صادرات در عصر جهانی‌شدن نیازمند توجه به پیش‌شرط‌ها و الزاماتی است که فارغ از این الزامات، نمی‌توان به مقوله توسعه اندیشید، برخی از الزامات مذکور عبارتند از:

الف) وجود مزاد تولید در کشور

یکی از اولین انگیزه‌ها و اهداف صادرات در هر کشور را می‌توان فروش آن دسته از محصولاتی دانست که افزون بر نیاز داخلی هستند. به عبارت دیگر، تولیدکنندگانی که تولیدات آنان بیش از نیاز داخلی است، می‌کوشند تا با دستیابی به بازارهای خارجی ضمن افزایش تقاضا برای محصولات خود، هزینه تمام شده کالای تولیدی را نیز از طریق افزایش تولید کاهش دهند؛ حال آنکه ممکن است یافتن بازارهای جدید، امکان فروش محصولات به قیمت بالاتر را نیز برای آنان فراهم کند و از طریق ایجاد رقابت بر کیفیت کالای تولیدی نیز بیفزاید. بر این اساس به نظر می‌رسد فقط صادرات تولیدات مزاد در داخل است که با در نظر گرفتن پاره‌ای از ملاحظات می‌تواند بر رشد تولید ملی و ساختار آن تأثیر گذارد. بدین ترتیب صنایع روغنی ایران در اولین گام باید با به کارگیری همه ظرفیت‌های موجود به ایجاد ظرفیت مزاد مبادرت کنند.

ب) ارزآوری

هدف دیگر از توسعه صادرات باید ارزآوری باشد. از آنجایی که پیشرفت و توسعه هر کشور تا حدود زیادی مرهون سرمایه‌گذاری بر بخش‌های مختلف تولیدی آن کشور است و ساخت و توسعه کارخانجات گوناگون نیز نیازمند ارز است، در نتیجه ارزآوری از جمله اهدافی است که کشورها از طریق توسعه صادرات آن را پیگیری می‌کنند. بر این مبنا همچنین می‌توان استدلال کرد هر کالایی که بتواند قابلیت ارزآوری بیشتری را برای کشور داشته باشد، اولویت و ارزش بیشتری را برای سرمایه‌گذاری دارا خواهد بود. البته بدیهی است ارزآوری خود مستلزم سرمایه‌گذاری‌ها و حمایت‌های اصولی مقدماتی و منطبق با برنامه‌های زمان‌بندی‌شده و مدون است که این برنامه‌ها نیز باید در استراتژی ملی توسعه صنایع روغنی مشخص شده باشد.

ج) توان کیفیت‌بخشی به خود و توسعه تکنولوژیک

از آنجایی که هدف از صادرات کالاهای گوناگون، فقط کسب درآمدهای ارزی نیست و اگر

قرار بر این بود که رشد درآمدهای ارزی موجب پیشرفت تکنولوژیک در کشور شود، پیش از این درآمدهای نفتی می‌توانست این مهم را به انجام رساند. در نتیجه باید گفت، یکی دیگر از اهداف اصلی توسعه صادرات را باید در توان کیفیت‌بخشی به خود و توسعه تکنولوژیک دانست. به عبارت بهتر این همان هدفی است که مهمترین ویژگی راهبرد توسعه صادرات تلقی می‌شود. از سوی دیگر بررسی‌ها نیز نشان می‌دهد اعمال همزمان دو راهبرد جانشین واردات و توسعه صادرات در آن دسته از کشورهای آسیایی موفق بوده که گسترش توسعه صادرات، موجب رقابت و در پی آن بهبود کیفیت فناوری‌های حاصل از استراتژی جایگزینی واردات شده است (نخجوانی و میرزاخانیان، ۱۳۷۳).

د) توانایی برای ایجاد رشد اقتصادی

تحقیقات گسترده انجام شده درباره ارتباط بین صادرات و رشد اقتصادی نشان می‌دهد که بسیاری از پیش‌داوری‌ها درباره تأثیر بی‌چون و چرای صادرات بر رشد اقتصادی، اغراق‌آمیز بوده است. برای نمونه «یونگ» و «مارشال» که رابطه علیت میان صادرات و رشد اقتصادی را در بین سری‌های زمانی ۳۷ کشور در حال توسعه مورد بررسی قرار داده‌اند، فقط در چهار مورد میان افزایش صادرات و رشد اقتصادی کشورها ارتباط مشاهده کرده‌اند (تقوی، ۱۳۸۰: ۱۸۱). بر مبنای این مطالعات به نظر می‌رسد بتوان چنین نتیجه گرفت که صادرات هر کالایی به تنهایی نمی‌تواند متضمن رشد اقتصادی کشور باشد. به ویژه آنکه مطالعه مربوط به صادرات غیرنفتی اندک ایران از نوسان، بی‌نظمی و تصادفی بودن آن حکایت می‌کند. بدین ترتیب، می‌توان چنین نتیجه‌گیری کرد که صنایع تصفیه و روغن‌کشی دانه‌های روغنی فقط در شرایطی می‌تواند موجب رشد اقتصادی شود که به گونه‌ای بتواند اقتصاد سیاسی ایران را از محدودیت‌های ساختاری نجات دهد. بر این اساس، تأکید بر این نکته ضروری است که تحقق تمام این مسائل در گرو عزم جدی و ساختار شکنانه متولیان توسعه این صنعت خواهد بود و بسیار واضح است که در صورت تکرار بازی‌های سیاسی و اقتصادی مرسوم در اقتصاد ایران نمی‌توان انتظار داشت که صرف توسعه ظاهری یک صنعت بتواند تأثیر چندانی را در رشد اقتصادی ایران داشته باشد.

نتیجه

بر اساس آنچه که در این نوشتار در مورد الزامات عصر جهانی‌شدن گفته شد، می‌توان موارد ذیل را از جمله ضروری‌ترین نکات و پیش‌شرط‌ها در تدوین استراتژی ملی توسعه صنایع تولید روغن نباتی در ایران دانست:

۱. توجه به ساختارهای بازدارنده و مانع‌ساز درونی در توسعه یک فناوری در کشور از عمده مسائلی است که تصمیم‌سازان ایرانی در عصر جهانی‌شدن اقتصاد باید به هنگام تصمیم‌گیری‌های خود همواره آن را تحت نظر داشته باشند. همانطور که اشاره شد، ایران کشوری است که به لحاظ نظری و عملی در دسته دولت‌های رانتیز تقسیم‌بندی می‌شود. بدیهی است، وجود چنین ویژگی در دولت ایران موجب می‌شود تا اقتصاد، توسعه و هر آنچه که مربوط به اندیشه پیشرفت است، تحت‌الشعاع قرار گیرد، به عبارت بهتر در روحیه رانتی این نکته مهم نهفته است که «کار و کوشش، علت توسعه و پیشرفت نیست!» و به جای آن این باور به وجود می‌آید که برای پیشرفت باید به منابع رانتی متصل بود. از سوی دیگر این تفکر نیز در تصمیم‌سازان دولت رانتی وجود دارد که برای ارضای تقاضاهای فزاینده طبقات نوکیسه، می‌توان هرگاه که لازم بود از طریق افراد نزدیک به حکومت اقدام به واردات نامحدود کالا به ویژه مواد غذایی کرد. بدیهی است در دسترس بودن ارزان و با کیفیت کالاهای وارداتی، ضربه مهلکی به فعالیت‌های تولیدی داخلی وارد می‌کند. بر این اساس نکته‌ای که متولیان توسعه صنایع روغنی در کشور باید آن را مدنظر قرار دهند، این است که در دولت‌های رانتیز برنامه‌ریزی چندان مفهومی ندارد و تنها در صورتی می‌توان در جریان توسعه یک فناوری به موفقیت نائل شد که پیش از تصمیم به شروع آن، اجماع کافی و تضمین‌های لازم دریافت شده باشد.

افزون بر این، توجه به گروه‌های ذی‌نفوذ، باندهای قدرت و گروه‌های غیررسمی تاثیر گذار بر اقتصاد ایران و همچنین توجه به جریان سرمایه‌داری وابسته و جریانات معامله‌گر در تاریخ یکصد ساله اخیر ایران (که در قالب وجود دولت رانتیز شکل گرفته‌اند) از جمله مسائلی هستند که در توسعه فناوری‌ها به صورت اعم و توسعه فناوری مورد بحث در این مقاله به صورت خاص باید مورد ملاحظه قرار گیرد. البته هرچند بررسی این عوامل به علت پنهانی بودن بسیاری از این جریانات از سویی و غیرقابل پیش‌بینی بودن حرکات آنان از سوی دیگر، امری دشوار به نظر می‌رسد اما باید گفت متأسفانه توسعه هیچ صنعتی در ایران از دخالت عوامل مذکور فارغ نبوده‌اند. بر این اساس متولیان توسعه صنعت روغن نباتی در کشور نیز فقط هنگامی می‌توانند نسبت به آینده و تداوم کار خود خوشبین باشند که موفق به شناسایی و چاره‌اندیشی در برابر معضلات فوق شوند و بتوانند با ریزنی‌های مناسب و جلب افکار عمومی در کشور، تضمین‌های لازم را برای جلوگیری هرچه بیشتر از نفوذ عوامل مذکور فراهم کنند.

۲. یکی دیگر از نکات مهم در توسعه فناوری تصفیه و روغن‌کشی دانه‌های روغنی در عصر جهانی‌شدن، توجه به لزوم گسترش سازمان‌های منطقه‌ای و منطقه‌گرایی در عرصه سیاست‌ها و برنامه‌ریزی کلان کشور است. ایران در مرکز جغرافیایی و تجارت منطقه‌ای وسیع قرار دارد که این موقعیت، ویژگی منحصر به فردی را برای کشورمان به ارمغان می‌آورد. ایران از طریق مرزهای آبی و خاکی خود با ۱۸ کشور که در مجموع بالغ بر نیم میلیارد نفر جمعیت دارند، همسایه است که این موضوع می‌تواند به منزله دستیابی مستقیم به یکی از وسیع‌ترین بازارهای جهان تلقی شود. بر این اساس با توجه به نیاز بازارهای منطقه‌ای و از سوی دیگر با توجه به ظرفیت‌های خالی موجود می‌توان پتانسیل صنعت تولید روغن نباتی ایران را در فروش محصولات به کشورهای همجوار بسیار مثبت ارزیابی کرد و مطابق این چشم‌انداز به کارایی طرح‌های مبتنی بر توسعه بیشتر کارخانجات تولید روغن نباتی در کشور امیدوار بود.

در همین حال، نکته‌ای دیگر را که باید مدنظر قرار داد این است که با وجود موقعیت بی‌نظیر منطقه‌ای ایران، سیاست‌های تحریم و خنثی‌سازی ژئوپولیتیک، که از مدت‌ها پیش از سوی ایالات متحده علیه کشورمان پیگیری می‌شود، می‌تواند منجر به محدود ساختن جدی‌تر فرصت‌های ایران در منطقه شود. از این رو به نظر می‌رسد در توسعه صناعی نظیر صنعت مورد بحث در این مجموعه افزون بر خوش‌بینی‌های مبتنی بر وجود بازارهای در دسترس ملاحظاتی نظیر کارشکنی و مانع‌سازی‌های خارجی نیز باید مدنظر قرار گیرد و با وجود افزایش خطر تحریم‌ها، حتی‌الامکان نسبت به توسعه سریع‌تر کارخانجات مذکور به لحاظ زمانی التفات جدی‌تری صورت گیرد. از سوی دیگر توجه به پیشینه نه‌چندان موفق ایران در احیای روابط با کشورهای منطقه و ایجاد همگرایی سازنده با این کشورها، لزوم فعال‌سازی و تحرک بیشتری را از سوی دستگاه دیپلماسی ایران طلب می‌کند که صاحبان صنایع روغن نباتی و متولیان توسعه این صنعت در کشور باید به نوبه خود فشارهای لازم و ممکن را به دستگاه سیاست خارجی وارد آورند.

۳. یکی از مهمترین تحولاتی که ایران به عنوان کشوری در حال توسعه در آغاز قرن ۲۱ با آن مواجه است، بحث جهانی‌شدن و افزایش ارتباط و وابستگی متقابل جهانی است. در کنار این موضوع گسترش روزافزون سازمان تجارت جهانی و اقتصاد آزاد نیز از جمله محورهای بنیادینی به شمار می‌رود که اقتصاد کشور را دست کم تا نیم قرن آینده به شدت تحت‌الشعاع خود قرار خواهد داد. آنچنان که اشاره شد جهانی‌شدن به مثابه حرکتی بازگشت‌ناپذیر، فرصت‌ها و چالش‌هایی را فراروی کشورمان قرار داده و قرار خواهد داد که چنانچه فرصت‌های ناشی از آن

جدی گرفته شود می‌تواند تا حدود زیادی تکلیف توسعه کشور را در آغاز این قرن مشخص کند. البته آنچنان که اشاره شد پدیده جهانی شدن و گسترش تجارت آزاد در جهان با تهدیداتی نیز توأم خواهد بود که چاره‌اندیشی‌های مناسب می‌تواند آن را به حداقل رساند. براساس آنچه گفته شد، اگر اصل جهانی شدن از سوی صاحبان صنایع و متولیان توسعه کشور به عنوان یک واقعیت انکارناپذیر پذیرفته شود، بدیهی است که این پذیرش می‌تواند تأثیر بنیادینی را بر کلیه استراتژی‌ها و سیاستگذاری‌های اقتصادی کشور بر جای گذارد. در چنین شرایطی همچنین بدیهی است که مدل‌های مبتنی بر «برون‌گرایی» خواهند توانست بر مدل‌های مبتنی بر «انزوگرایی» در اقتصاد کشور تفوق یابند و شیوه معروف «جهانی اندیشیدن و محلی عمل کردن» جایگزین شیوه مرسوم «محلی اندیشیدن و جهانی عمل کردن» در اقتصاد سیاسی ایران شود. مسئله جهانی شدن همچنین توجه به برخی از ملاحظات را در سیاستگذاری‌های داخلی کشور می‌طلبد که از آن جمله باید به احتراز از تناقض در سیاست‌گذاری‌ها و شفاف‌سازی، فراهم کردن زمینه رقابت در همه عرصه‌های اقتصاد، ایجاد زیرساخت‌های لازم برای توسعه تکنولوژیک و اتخاذ یک استراتژی بلندمدت و دقیق برای توسعه اشاره کرد.

در ارتباط با موضوع توسعه فناوری تصفیه و روغن‌کشی دانه‌های روغنی و گسترش صنعت روغن نباتی در سپهر جهانی شدن باید گفت در حال حاضر فقط حدود هفت درصد از تولید روغن نباتی کشور به خارج صادر می‌شود و سهم صادرات روغن نباتی ایران در بازار جهانی صادرات این محصول نیز در سال ۲۰۰۵ فقط ۰/۲ درصد بوده است. این در حالی است که کشور ما می‌تواند با بهره‌گیری از مزیت‌های نسبی موجود و همچنین تجربه تولید فعلی خود ضمن رعایت استانداردهای تولید جهانی روغن نباتی، محصولات خود را به بازارهای خارجی صادر نماید و افزون بر توسعه اشتغال، ارتقا توانمندی تولید و حضور در بازارهای جهانی به بهبود و رشد مستمر فناوری نیز دست پیدا کند. از آنجایی که در عصر جهانی شدن فقط تداوم صادرات محصولاتی تضمین می‌شود که کیفیت بالا و قیمت تمام شده پایین دارند، ضرورت اصلاح، بهبود و توسعه فناوری‌های مربوط به صنعت تولید روغن نباتی امری بدیهی و غیرقابل اجتناب می‌نماید.

۴. یکی دیگر از مسائلی که درباره توسعه فناوری تصفیه و روغن‌کشی دانه‌های روغنی در کشور جلب توجه می‌کند، تلاش برای جذب سرمایه‌گذاری خارجی در این زمینه است. به عبارت بهتر می‌توان گفت، جلب درست سرمایه‌گذاری خارجی (به گونه‌ای که مکمل سرمایه‌گذاری داخل

باشد) در صنایع تولیدی روغن نباتی می‌تواند ضمن کمک به ایجاد جهش در توسعه این صنعت همچنین منجر به ایجاد بازارهای گسترده‌تر برای محصولات کارخانجات روغن نباتی کشور شود. افزون بر این سرمایه‌گذاری خارجی از طریق انتقال منابع ارزی به همراه انتقال تکنولوژی‌های جدید می‌تواند موجبات افزایش اشتغال، آموزش، افزایش مهارت‌های کارگران و انتقال دانش مدیریت و سازماندهی به کشور شود و از سوی دیگر امکان افزایش کمی محصولات تولیدی را نیز فراهم کند.

البته در کنار موضوع جلب سرمایه‌گذاری خارجی موضوع دیگری که همواره مطرح می‌شود، مسئله تأمین امنیت سرمایه‌گذاران و سرمایه‌گذاری خارجی در کشور است که این امر نیز تنها در سایه شفاف‌سازی قوانین مربوط به سرمایه‌گذاری خارجی محقق خواهد شد. در همین حال توجه به این نکته ضروری است که سرمایه‌گذاری امروزه حتی در کشورهایی که امن هستند به راحتی حضور نمی‌یابد و بر این اساس بدیهی است که کشورهایی که در آن مراکز چندگانه قدرت وجود دارند به طریق اولی دشواری به مراتب بیشتری را برای جلب سرمایه‌گذاری‌های خارجی خواهند داشت چرا که هنگامی که به هر علت احساس ناامنی سرمایه‌گذاری خارجی در یک کشور به وجود آید نه فقط هیچ کس حاضر به سرمایه‌گذاری نمی‌شود بلکه هر کس که اندک سرمایه‌ای دارد نیز می‌کوشد تا آن را از کشور خارج کند.

۵. از جمله مسائل مهمی که صنعت تصفیه و روغن‌کشی دانه‌های روغنی می‌تواند در تحقق آن به نوبه خود گامی بلند بردارد، مسئله ایجاد عدالت اجتماعی و توزیع متوازن ثروت بدون احتیاج جدی به تداوم نظام کالابریک در کشور است. آنچنان که اشاره شد هنگامی که بخش کشاورزی به همراه صنایع تبدیلی مربوط به آن و همچنین صنایع تولیدی محصولات غذایی از سویی با فشار تقاضای ناشی از عوامل غیرقیمتی و از سوی دیگر با افزایش تولید و عرضه کالا به علت تغییر تکنولوژی مواجه می‌شوند، این موضوع موجب ایجاد نوعی رشد اقتصادی می‌شود که در عین حال با کاهش قیمت محصولات غذایی توأم است و در نتیجه می‌تواند رفاه اقتصادی طبقات با درآمد پایین‌تر را نیز بسیار افزایش دهد. به عبارت بهتر از آنجایی که سهم کالاهای خوراکی یا مایحتاج اساسی نظیر روغن نباتی و امثال آن در سبد مصرف خانوارهای کم‌درآمد بسیار زیاد و به مراتب بیش از سهم کالاهای مذکور در سبد مصرف خانوارهای پردرآمد است. در نتیجه می‌توان انتظار داشت با رشد صناعی نظیر صنعت مورد بحث در این مجموعه قدرت خرید خانوارهای کم‌درآمد افزایش یابد و شکاف میان اقشار پردرآمد و کم‌درآمد در کشور تا

حدودی کاهش پیدا کند. در همین حال، تأمین امنیت غذایی، امنیت شغلی، امنیت اجتماعی و امنیت زیست‌محیطی به همراه بالا بردن اقتدار ملی کشور از طریق افزایش توانایی‌های توزیعی، استخراجی، تنظیمی و اعتقادی و نمادین کشور از جمله دستاوردها و فوایدی هستند که توسعه فناوری تصفیه و روغن‌کشی دانه‌های روغنی می‌تواند به نوبه خود به تحقق آن کمک نماید. در کنار این مسائل توسعه این صنعت به علت نقشی که در تأمین یک فراورده اساسی مورد نیاز مردم دارد به صورت بالقوه می‌تواند توان پاسخگویی و کارآمدی نظام را در تأمین کالاهای اساسی مورد نیاز ملت نیز به نمایش گذارد و در نتیجه مقبولیت و مشروعیت نظام را افزایش دهد. سرانجام یادآوری و تأکید مجدد بر این نکته ضروری است، که تمام مسائل فوق در صورتی تحقق می‌یابد که در کنار توسعه این صنعت، استراتژی ملی و کلان برای توسعه صنایع غذایی در کشور وجود داشته باشد. بدیهی است در صورت عدم توجه به این مهم و در نظر نگرفتن آنچه در این مقاله به صورت کلی و فشرده مورد بحث قرار گرفت نه فقط فرصت‌ها و بودجه‌ها در کشور به هدر می‌روند بلکه چیزی به غیر از توسعه نیافتگی نیز توسعه نخواهد یافت.

منابع

- ----- ، خلاصه‌ای از گزارش توسعه انسانی ۱۹۹۷، (۱۳۷۹)، تهران: دفتر برنامه و عمران سازمان ملل متحد.
- ----- ، گزارش مرحله اول طرح جامع مطالعاتی اصلاح، بهبود و توسعه فناوری تصفیه و روغن‌کشی دانه‌های روغنی.
- ارسطو امامی خویی، (۱۳۷۹)، «جای ایران در بازارهای جهانی»، ماهنامه اطلاعات سیاسی و اقتصادی.
- تقوی، مهدی، (۱۳۸۰)، «توسعه صادرات غیرنفتی در ایران»، ماهنامه اطلاعات سیاسی و اقتصادی.
- رجایی، فرهنگ، (۱۳۸۰)، پدیده جهانی شدن؛ وضعیت بشری و تمدن اطلاعاتی، تهران: انتشارات آگاه.
- رونالد رابرتسون، (۱۳۸۰)، جهانی شدن: تئوری‌های اجتماعی و فرهنگ جهانی، ترجمه کمال پولادی، تهران: مرکز بین‌المللی گفت‌وگوی تمدن‌ها.

- غروی نخجوانی، سید احمد، و میرزاخانیان، ادموند، (۱۳۷۳) «جهش اندونزی در سال ۱۹۸۶»، *ماهنامه تازه های اقتصاد*.

- وطن خواه، مصطفی، (۱۳۸۱)، «جهانی شدن؛ همان پدیده آشنا»، *فصلنامه رهیافت های سیاسی و بین المللی*، شماره ۳.

- Edward B Barbier (1998), *The Economics of Environment and Development*, (Cheltenham & Northampton: Edward Elgar).
- Bela Ballasa (1971), *The Structure of Protection in Developing Countries*, (Baltimore: John Hopkins university Press).
- Anne Krueger, *Foreign Trade Regimes and Economic Development: Liberalization Attempts and Consequences*, Cambridge: Ballinger Pub. Co. for NBER.

