

راهبردهای دیپلماسی غذا و کالاهای اساسی (گندم و جو) در دنیا: آموزه‌هایی برای ایران

نسبیه زارعی^۱

چکیده

تحولات و بحران‌هایی مانند جنگ، شیوع ویروس یا بیماری خطرناک و تغییرات آب‌وهوایی آثار زیادی بر تغییر تجارت جهانی کالاهای اساسی و دیپلماسی غذا دارد. کشورهای کانادا، روسیه، آمریکا و بریتانیا در سال زراعی ۲۰۲۲-۲۰۲۱، به ترتیب ۶۱/۶۵، ۱۷/۰۹، ۸/۳۳ و ۴/۳۸ درصد تولید گندم خود را افزایش دادند. در این سال، نرخ رشد تولید گندم در اوکراین به دلیل وقوع جنگ ۴۰/۹۲ درصد کاهش یافت. صادرات گندم روسیه در سال ۲۰۲۲، حدود ۱۰ برابر بیشتر از تولید آن یعنی ۲۷/۲۷ درصد رشد داشت. ایران با نرخ رشد ۱۰ درصدی گندم در سال زراعی ۱۴۰۱-۱۴۰۰، جزو ۱۵ کشور نخست تولیدکننده گندم در دنیا شناخته شد. نرخ رشد واردات گندم در سال ۲۰۲۲، حدود ۱۷/۸۱ درصد کاهش یافت. همچنین، نرخ رشد صادرات گندم در سال جاری نسبت به سال پیش، ۱۴/۲۹ درصد افزایش یافت. در سال زراعی جاری حدود ۳ میلیون تن جو در کشور تولید شده که با این میزان تولید، در رتبه ۱۰ کشور بزرگ تولیدکننده جو قرار گرفته است. واردات ۲/۵ میلیون تن از این محصول در سال ۲۰۲۲ نیز سبب شد که کشور به سومین کشور واردکننده جو در دنیا تبدیل شود. در ادامه، با توجه به بررسی دیپلماسی غذا و کالاهای اساسی، راهکارهایی برای ارتباط قوی‌تر با دیگر کشورها به‌ویژه کشورهای همسایه و تأمین امنیت غذایی در کشور ارائه می‌شود مانند آگاهی از قوانین تجاری و فرهنگ کشورهای مقصد صادراتی، افزایش سطح استاندارد تولید در کشور، برگزاری و شرکت در دوره و آموزش‌های بین‌المللی برای گروه مذاکره‌کننده، تقویت دیپلماسی غذایی و انتصاب رایزن و بازاریاب‌های اقتصاد کشاورزی در کشورهای مقصد و تهیه برنامه تولید در راستای صادرات پایدار محصولات کشاورزی.

واژگان کلیدی: بخش کشاورزی، دیپلماسی غذا، گندم و جو.

مقدمه

است. در واقع، این نوع دیپلماسی به استفاده از منابع غذایی هر کشور برای تأثیرگذاری بر بازارهای جهانی غذا و روابط سیاسی و اقتصادی بین‌المللی فراتر از بازار مواد غذایی اشاره دارد. دیپلماسی غذا دارای ابعاد مختلفی است. استفاده از منابع غذایی و کالاهای اساسی برای تأثیر بر بازارهای مواد غذایی یکی از

واژه دیپلماسی یا روابط دیپلماتیک به معنای دانش و شیوه ارتباط میان نمایندگان و مقام‌های رسمی هر کشور در زمینه‌های سیاسی، اقتصادی، فرهنگی یا نظامی است. دیپلماسی غذا نیز به معنای ارتباط با دیگر کشورها از طریق غذا و رواج امنیت غذایی

۱. دانش‌آموخته کارشناسی ارشد، اقتصاد کشاورزی، دانشکده کشاورزی، دانشگاه شهید باهنر، کرمان، ایران nasibehzarei@yahoo.com

کمک‌های غذایی از کشورهای ثروتمند به کشورهای فقیر می‌تواند سیاسی و پیامدهای سیاسی و اقتصادی داشته باشد. همین موضوع این نوع دیپلماسی را به یکی از حساس‌ترین موضوعات و مسائل در مذاکرات تجاری کشاورزی میان کشورها تبدیل کرده است.

غذا از زمان شکل‌گیری و پیدایش دولت‌ها عاملی مهم در دیپلماسی شمرده شده است. در طول تاریخ، دولت‌ها برای کنترل و دسترسی به غذا و دیگر منابع طبیعی مانند آب و انرژی و هر آنچه برای بقای انسان ضروری است، رقابت کرده و جنگیده‌اند. برخی کشورها نیز برای ایجاد اطمینان خاطر از تأمین امنیت غذایی، کشورهای با منابع طبیعی بالا را به استعمار درآورده‌اند. تولید غذای جهان از پایان جنگ جهانی دوم به‌طور شایان توجهی افزایش یافته است، اما فقر، سوءمدیریت کشاورزی و رشد جمعیت در بسیاری از کشورهای با اقتصاد ضعیف، چشم‌انداز حل مشکلات غذایی جهان را تضعیف می‌کند. در واقع، ناامنی غذایی در کشورهای فقیر به‌ویژه آفریقا بدتر شده است که نشان‌دهنده عدم دسترسی و دسترسی نابرابر به غذا و ماهیت سیاسی تولید و توزیع غذا و سیستم‌های کمک‌غذایی جهانی است. بنابراین، دیپلماسی غذا و امنیت غذایی به‌طور جداناپذیری با توسعه سیاسی و اقتصادی دولت‌ها و کشورها در ارتباط است.

مسئله غذا و امنیت غذایی همواره از دغدغه‌های مهم کشورها به‌ویژه کشورهای با اقتصاد مبتنی بر بخش کشاورزی بوده است. در این پژوهش، با هدف بررسی دیپلماسی غذا و امنیت غذایی به

ابعاد دیپلماسی غذاست. برای مثال، کشور روسیه پیش از جنگ با اوکراین جایگاه ۲ و گاه ۳ تولیدکننده را داشته و نخستین صادرکننده گندم (راهبردی‌ترین کالا در تمام) در جهان بوده است که با شروع جنگ و کاهش صادرات آن، تمام کشورهای دنیا تحت تأثیر قرار گرفتند و دولت‌ها درگیر نوسان قیمتی و مقداری کالاهای اساسی شدند.

این بعد از دیپلماسی غذاست که به‌صراحت به مسائل مربوط به امنیت غذایی و تفاوت‌های سیاسی و اقتصادی میان صادرکنندگان اصلی و بزرگ مواد غذایی (مانند ایالات متحده، کانادا، استرالیا، اتحادیه اروپا، روسیه و آرژانتین برای گندم و غلات درشت و همچنین، چین، پاکستان، تایلند، ایالات متحده و ویتنام برای برنج و...) و بزرگ‌ترین واردکنندگان مواد غذایی (کشورهای فقیر و با درآمد پایین و متوسط رو به پایین) می‌پردازد و نمی‌توان آثار دیپلماسی غذا میان این دو گروه از کشورها را بر دیگر کشورها انکار کرد.

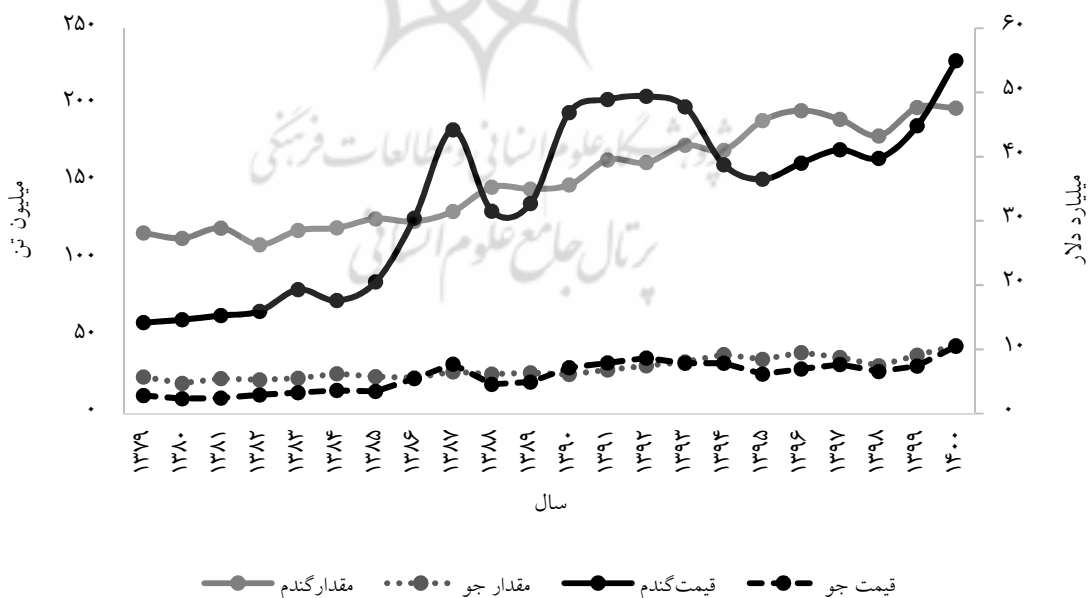
بعد دیگر دیپلماسی غذا استفاده از منابع غذایی برای تأثیر بر روابط بین‌المللی فراتر از بازارهای بین‌المللی مواد غذایی و دستیابی به دیگر اهداف سیاست خارجی مانند پیشبرد منافع ژئواستراتژیک در خارج از کشور، افزایش همکاری اقتصادی یا تقویت روابط سیاسی با دیگر کشورها و مجازات یا تحریم است. این بعد از ابعاد دیپلماسی غذا می‌تواند با اصول بشردوستانه بین‌المللی و هدف امنیت غذایی جهان در تضاد باشد بنابراین، آثار آن بسیار بحث‌برانگیز و چالشی است. تفکیک دو بعد دیپلماسی غذا سخت و تقریباً غیرممکن است. برای مثال، حتی جریان

۱- روند تجارت گندم و جو در جهان

چهارچوب دیپلماسی غذا، زبان و فرایندی را ارائه می‌دهد که با آن می‌توان مبادلات و پیامدهای اقتصادی و غیراقتصادی را به روشی جامع ارزیابی کرد (Pahwa, 2020). جابه‌جایی کالاها و مواد غذایی از طریق شبکه‌های تجارت جهانی سبب بهبود تولید ناخالص داخلی و ایجاد ثروت در بیشتر کشورها، شده است. این موضوع در صورت فقدان دیپلماسی غذایی زمانی نگران‌کننده است که تجارت و جابه‌جایی کالاها موازی بهداشت عمومی، برابری سلامت، تأثیرات زیست‌محیطی، تغییرات آب‌وهوایی و رفاه اجتماعی و فرهنگی پیشروی نکرده باشد. در ادامه، به بررسی تجارت دو کالای اساسی جو و گندم در جهان پرداخته می‌شود.

بررسی و تحلیل این مسئله در کشور پرداخته می‌شود. در این راستا، به این پرسش‌ها پاسخ داده می‌شود که آیا از بحران‌های مواد غذایی (گندم و جو) در جهان (مانند جنگ روسیه و اوکراین، شیوع ویروس کرونا و رکود اقتصادی جهانی) به‌عنوان ابزاری برای پیشبرد اهداف کشورها استفاده شده است؟ میزان کارکرد دیپلماسی غذا در دنیا چقدر است؟ در این راستا، ابتدا روند تجارت جهانی گندم و جو در سال‌های ۱۳۷۹-۱۳۹۹ بررسی می‌شود. سپس به معرفی بزرگ‌ترین تولیدکنندگان، صادرکنندگان و واردکنندگان گندم و جو در دنیا پرداخته می‌شود. پس از آن، ملاحظات امنیت اقتصادی و درنهایت نتیجه‌گیری و راهکارهای پیشنهادی ارائه می‌شود.

نمودار ۱- صادرات جهانی جو و گندم در سال‌های ۱۳۷۹-۱۳۹۹

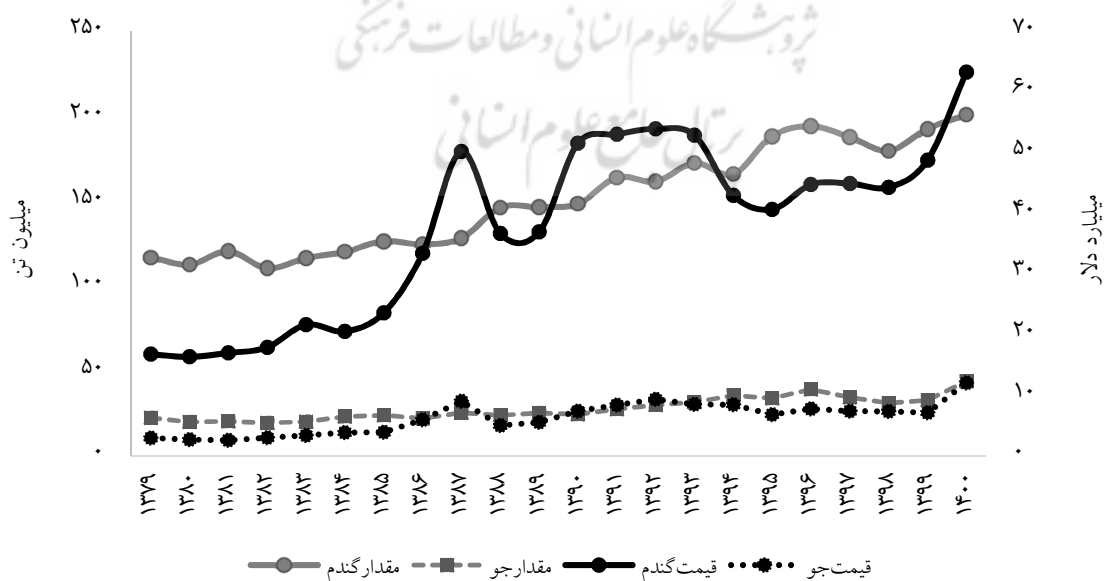


مأخذ: سازمان خواربار و کشاورزی ملل متحد، ۱۳۷۹-۱۳۹۹.

کاهش داد و تولید سال بعد نیز به دلیل آب‌وهوای خشک، بیش از یک‌چهارم کاهش یافت. صادرات گندم روسیه نیز به دلیل خشک‌سالی در سال زراعی 2011-2010، به نصف کاهش یافت و به 10/5 میلیون تن رسید. در این میان، کشور هند به دلیل تولید بالا در سال‌های 2009 تا 2013، ذخایر عظیمی داشت. هند که دومین تولیدکننده بزرگ گندم در جهان است، معمولاً نیمی از تولیدش را مصرف می‌کند، اما اجرای برنامه حمایتی از سوی دولت در آن سال‌ها و نیز آب‌وهوای مساعد، افزایش تولید را در پی داشت. قیمت‌های گندم هندی حداقل 20 دلار در هر تن، ارزان‌تر از نوع مشابه استرالیایی بودند؛ زیرا به دلیل تولید بالای گندم در آن سال‌ها، امکان ذخیره این محصول در کشور یادشده وجود نداشت. تمام عوامل فوق سبب شد که سال 1392 به‌عنوان گران‌ترین سال تجارت گندم و جو در دنیا ثبت شود.

میانگین صادرات جهانی گندم در سال‌های 1379-1399، به ارزش 32/8 میلیارد دلار و مقدار 150/1 میلیون تن بود. بیشترین ارزش صادرات جهانی گندم در سال 1392، به ارزش 49/4 میلیارد دلار بود. همچنین، بیشترین حجم صادرات جهانی گندم در سال 1399، به میزان 198/5 میلیون تن بود. میانگین صادرات جهانی جو نیز در سال‌های 1379-1399، به ارزش 5/6 میلیارد دلار و مقدار 28/6 میلیون تن بود. بیشترین درآمد جهانی ناشی از صادرات جو متعلق به سال 1392، به ارزش 8/7 میلیارد دلار بود. همچنین، بیشترین صادرات جهانی نیز در سال 1396، به میزان 39/6 میلیون تن بود. در سال 1392، استرالیا و روسیه به‌عنوان دومین و سومین صادرکننده بزرگ گندم در جهان به دلیل آب‌وهوای نامساعد، با کاهش تولید مواجه شدند. استرالیا میزان بالایی از گندم را در سال 2011 تولید کرد، اما باران‌های بی‌موقع کیفیت آن را

نمودار ۲- واردات جهانی جو و گندم در سال‌های 1379-1399



مأخذ: سازمان خواربار و کشاورزی ملل متحد، 1379-1399.

می‌پردازد که به صورت عام و کلی در راستای رسیدن به اهداف مختلف (این اهداف می‌تواند تنها رفع نیاز به مواد غذایی و کالاهای اساسی باشد یا اینکه می‌تواند اهداف دیگری مانند تحت کنترل درآوردن، تنبیه و وابسته کردن باشد) و به صورت خاص بیان‌کننده فرهنگ و هویت هر کشور باشد. در ادامه، به رفتارشناسی کشورهای بزرگ اقتصادی در تولید، صادرات و واردات محصولات گندم و جو پرداخته شده است. در نمودار شماره ۳، کشورهای تولیدکننده، صادرکننده و واردکننده محصول گندم در سراسر دنیا گزارش شده است. چین بزرگ‌ترین کشور تولیدکننده گندم در جهان است، اما خودمصرفی بالای این کشور سبب شده است رتبه چهارمین واردکننده بزرگ دنیا را در سال ۲۰۲۲ داشته باشد. همچنین، چین رتبه ۱۴ را در میان کشورهای صادرکننده را دارد. در جدول زیر، کشورهای مبدأ واردات گندم چین آمده است.

همان‌طور که در نمودار بالا مشاهده می‌شود، واردات جهانی گندم نسبت به جو از نظر ارزشی حدود ۶ برابر و از نظر مقداری حدود ۵ برابر بیشتر بوده است. ارزش واردات جهانی گندم و جو به طور متوسط در سال‌های ۱۳۷۹ تا ۱۳۹۹، ۳۶/۶ و ۶/۱ میلیارد دلار بود. همچنین، مقدار متوسط واردات نیز برای گندم و جو در سال‌های مورد بررسی به ترتیب ۱۴۸/۹ و ۲۷/۱ بود. بیشترین واردات گندم در سال ۱۳۹۶، به میزان ۱۹۴/۳ میلیون تن بود. در سال ۱۳۹۶ مصادف با سال ۲۰۱۷، تولید گندم در کشور آمریکا بیش از ۲۰ درصد کاهش یافت. بالاترین ارزش وارداتی گندم نیز در سال ۱۳۹۲، به ارزش ۵۴ میلیارد دلار بود.

۲- رفتار تجاری کشورهای بزرگ

همان‌طور که گفته شد، دیپلماسی غذا به بررسی روابط بازرگانی و تجارت مواد غذایی و کالاهای اساسی

جدول ۱- کشورهای مبدأ واردات گندم چین

کشور واردکننده	سال	کشورهای صادرکننده	واردات	واحد
چین	۲۰۱۹	کانادا	۷۶۰	میلیون دلار
		فرانسه	۱۳۴	میلیون دلار
		قزاقستان	۱۰۴	میلیون دلار
		استرالیا	۱۰۲	میلیون دلار
	۲۰۲۰	آمریکا	۷۷/۷	میلیون دلار
		کانادا	۱/۲۷	بیلیون دلار
		آمریکا	۹۲۷	میلیون دلار
		فرانسه	۵۸۳	میلیون دلار
	۲۰۲۱	استرالیا	۵۴۲	میلیون دلار
		لیتونی	۷۶/۸	میلیون دلار
		آمریکا	۸۵۸/۷	میلیون دلار
		کانادا	۸۰۴/۸	میلیون دلار
		استرالیا	۶۷۰/۶	میلیون دلار
		فرانسه	۳۰۷/۳	میلیون دلار
		قزاقستان	۴۸/۷	میلیون دلار

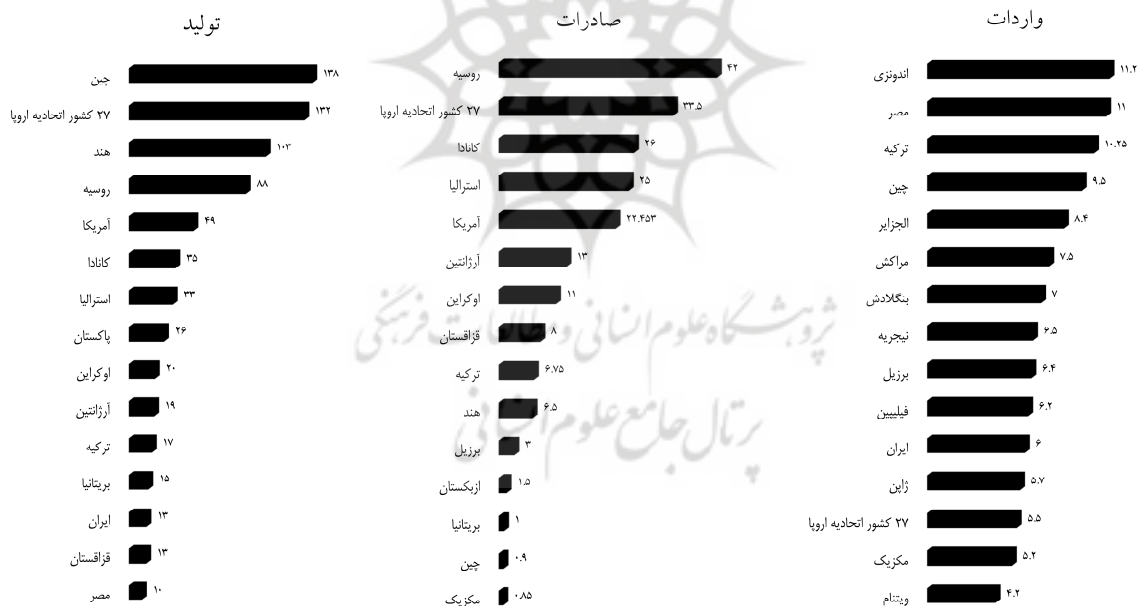
مأخذ: سازمان همکاری و توسعه اقتصادی، ۲۰۱۹-۲۰۲۱.

قیمت جهانی گندم به دلیل جنگ روسیه و اوکراین (این دو کشور حدود یک سوم گندم دنیا را تولید می کنند) و دیگر دلایل سیاسی-اقتصادی، این کشور، واردات گندم از روسیه را آزاد کرد و توانست از این مسیر امنیت غذایی خود را تأمین کند. واردات گندم توسط چین را می توان راه نجات اقتصاد روسیه در دوران تحریم های اقتصادی اتحادیه اروپا و آمریکا دانست. این خود مثالی از دیپلماسی غذایی جهانی نه تنها میان روسیه و چین، بلکه میان کشورهای آمریکایی، اروپایی، چین و روسیه است.

بر اساس آمار گزارش شده، در سال های ۲۰۱۹ و ۲۰۲۰، بیشترین واردات گندم چین از کانادا، فرانسه و استرالیا بود، اما در سال ۲۰۲۲، در جنگ روسیه و اوکراین و تحریم روسیه توسط کشورهای اروپایی و آمریکا، چین به بزرگ ترین واردکننده گندم از روسیه تبدیل شد. چین پیش تر واردات از روسیه را به خاطر مسائل گیاه پزشکی با هدف کنترل گسترش بیماری های گیاهی محدود کرده بود، اما با تولید پایین گندم چین در سال زراعی ۲۰۲۱-۲۰۲۲ به دلیل تغییرات ناگهانی بارندگی و آب و هوایی، افزایش

نمودار ۳- جایگاه تولید، صادرات و واردات گندم در سال ۲۰۲۲ در دنیا به تفکیک کشورها

(بر حسب میلیون تن)



مأخذ: وزارت کشاورزی آمریکا، ۲۰۲۲.

بزرگ ترین صادرکننده گندم دنیا، تولید این محصول را در کشور خود افزایش داد. بیشترین هدف این کشور از صادرات گندم، وابسته کردن بازار جهانی گندم به خود

هند نیز به رغم داشتن رتبه ۳ تولید گندم، به دلیل خودمصرفی در رتبه ۱۰ صادرکنندگان گندم دنیا قرار گرفته است. روسیه با هدف دستیابی به عنوان

1. United States Department of Agriculture.

تولیدکننده‌های گندم در جهان بوده است، بتوان حاصل برنامه‌ریزی برای انبارداری گندم در مدت زمان جنگ با اوکراین دانست، اما نرخ افزایشی رشد صادرات گندم این کشور بیان می‌کند روسیه با افزایش تولید گندم و دیگر غلات همچنان سعی در حفظ جایگاه خود به‌عنوان بزرگ‌ترین صادرکننده گندم و ایجاد وابستگی دیگر کشورها به غلاتش دارد.

صادرات گندم روسیه در سال ۲۰۲۲، حدود ۱۰ برابر بیشتر از تولید آن یعنی ۲۷/۲۷ درصد رشد داشته است. ایران به‌عنوان یکی از ۱۵ کشور نخست تولیدکننده گندم در دنیا، در سال ۱۴۰۱ با افزایش قیمت تضمینی گندم و حمایت‌های وزارت جهاد کشاورزی در سال زراعی گذشته، توانست دست‌کم ۱۰ درصد رشد در تولید گندم داشته باشد. با این افزایش نرخ رشد، در رتبه‌دهی جهانی در رده ۲۲ قرار دارد. نرخ رشد واردات گندم نیز در سال ۲۰۲۲، حدود ۱۷/۸۱ درصد کاهش یافت. کاهش وابستگی حدود ۱۷ درصدی گندم کشور را در سالی که مصادف با جنگ روسیه و اوکراین و افزایش قیمت جهانی گندم بوده است، می‌توان حاصل برنامه‌ریزی خوب در بخش کشاورزی دانست. ایران با رتبه ۲۰ در دنیا، رشد صادرات گندم خود را در سال جاری نسبت به سال پیش، ۱۴/۲۹ درصد افزایش داده است.

در سال مورد بحث، بسیاری از کشورها مانند استرالیا توانستند از فرصت به‌وجودآمده و گران شدن گندم و دیگر غلات سود بالایی کسب کنند. بر اساس پیش‌بینی‌های وزارت اقتصاد کشاورزی استرالیا، به‌رغم کاهش ۹/۰۹ درصدی صادرات گندم این کشور در سال

بوده که پس از جنگ روسیه و اوکراین و نوسان قیمت جهانی گندم می‌توان دریافت که روسیه به هدف خود رسیده است.

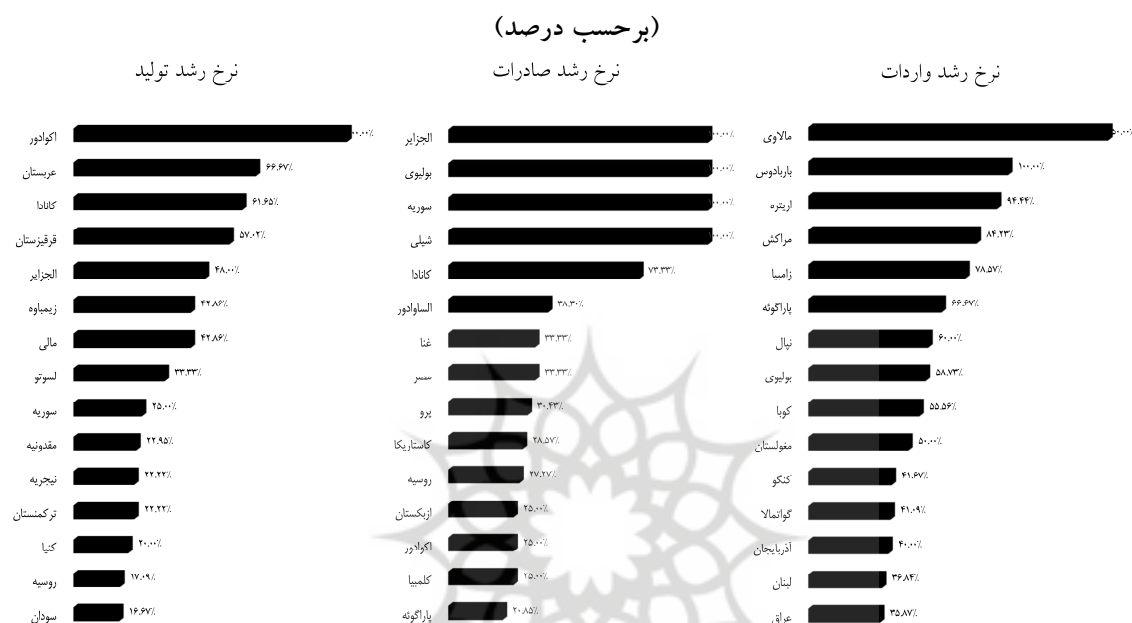
دیگر کشورهای تولیدکننده و صادرکننده گندم آمریکا، کانادا و استرالیا هستند. این سه کشور به ثبات نسبی در تولید و صادرات گندم در گذر زمان رسیده‌اند. نکته شایان توجه اینکه، به‌رغم نظریه‌های برخی اقتصاددانان مبنی بر اینکه صادرات محصولات خام و مواد اولیه مانند گندم بیشتر در کشورهای در حال توسعه رخ می‌دهد، اغلب کشورهای توسعه‌یافته مانند ۲۷ کشور اتحادیه اروپا، کانادا، استرالیا و آمریکا دارای رتبه‌های پایین در تولید گندم و صادرات آن هستند. از سوی دیگر بسیاری از کشورهای با درآمد پایین و متوسط رو به پایین جزو بزرگ‌ترین واردکنندگان محصول گندم هستند. ایران به‌عنوان یکی از ۲۰ تولیدکننده نخست گندم در دنیا، جزو ۱۵ واردکننده بزرگ است.

در ادامه، در نمودار شماره ۴، نرخ رشد تولید، صادرات و واردات گندم در دنیا به تفکیک کشورها در سال ۲۰۲۲ گزارش شده است. کشورهای کانادا، روسیه، آمریکا و بریتانیا به ترتیب ۶۱/۶۵، ۱۷/۰۹، ۸/۳۳ و ۴/۳۸ درصد تولید گندم خود را در سال زراعی ۲۰۲۱-۲۰۲۲ افزایش داده‌اند. در این سال، نرخ رشد تولید گندم در اوکراین به دلیل وقوع جنگ، ۴۰/۹۲ درصد کاهش یافت. در نگاه نخست، شاید به نظر برسد که افزایش تولید گندم توسط روسیه را به‌رغم اینکه در چند سال اخیر بزرگ‌ترین صادرکننده و از بزرگ‌ترین

نکته شایان توجه اینکه، اغلب کشورهای با اقتصاد ضعیف، واردات گندم خود را در سال مورد بررسی افزایش داده‌اند.

انتظار می‌رود که ارزش ناخالص تولید کشاورزی این کشور به ۸۱ میلیارد دلار برسد که رکورد سال پیش با بیش از ۱۲ میلیارد دلار شکسته خواهد شد.

نمودار ۴- جایگاه نرخ رشد تولید، صادرات و واردات گندم در سال ۲۰۲۲ در دنیا به تفکیک کشورها



مأخذ: وزارت کشاورزی آمریکا، ۲۰۲۲.

نیز اغلب کشورهای پیشرفته مانند آمریکا، کانادا، استرالیا، بریتانیا و... هستند. بنابراین، می‌توان گفت دیپلماسی غذایی واقعی در دنیا متفاوت از نظریه و تئوری‌های موجود است. به عبارت دیگر، در دنیای واقعی پیش‌فرض نظریه‌ها متفاوت است. متفاوت بودن پیش‌فرض‌ها نیز سبب نتایج متفاوتی در واقعیت می‌شود. ایران در سال زراعی جاری حدود ۳ میلیون تن جو تولید کرده که با این میزان تولید، در رتبه ۱۰ کشورهای بزرگ تولیدکننده جو قرار گرفته است. واردات ۲/۵ میلیون تن از این محصول در سال ۲۰۲۲ نیز سبب شد که ایران به سومین کشور واردکننده جو در دنیا تبدیل شود. سالانه نیمی از میزان جو مصرفی

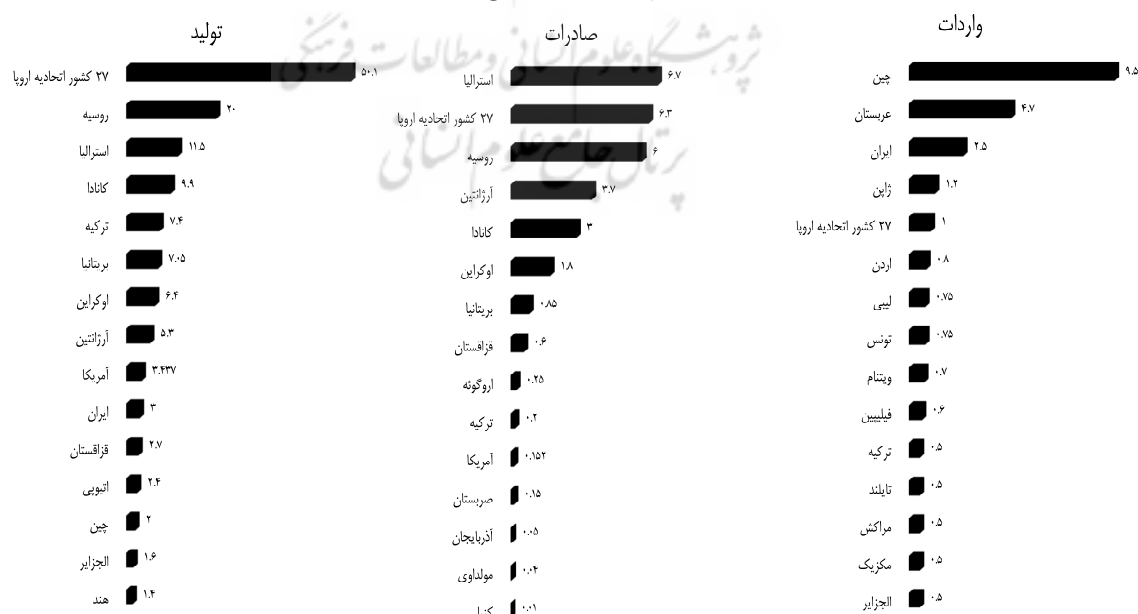
محصول مورد بررسی بعدی، محصول جوست. این محصول به‌عنوان چهارمین کالای اساسی مهم در غلات و کالای جانشین گندم در دنیا شناخته شده است. این محصول در بیش از ۱۰۰ کشور برای تغذیه دام و طیور کشت می‌شود. حجم تولید جهانی جو در سال زراعی ۲۰۲۲-۲۰۲۱ به حدود ۱۶۲/۰۹ میلیون تن رسید که از تولید همین محصول در سال زراعی ۲۰۲۰-۲۰۲۱ به مقدار ۱۷۶/۹۵ میلیون تن، حدود ۱۴/۸۶ میلیون تن کاهش یافته است. در نمودار زیر، سیر تولید، صادرات و واردات جو در سال ۲۰۲۲ نشان داده شده است. همان‌طور که مشاهده می‌شود، بزرگ‌ترین تولیدکنندگان و صادرکنندگان جو در دنیا

نرخ رشد مثبت در تولید جو، نرخ رشد واردات این محصول در همان سال ۲۵ درصد افزایش یافت. با توجه به شرایط به وجود آمده و کمبود غلات در جهان در سال ۲۰۲۲، کشورهای مانند هند که دارای غلات با کیفیت پایین‌تری بودند، توانستند صادرات خود را افزایش دهند. هند در سال ۲۰۲۲، نرخ رشد صادراتی ۱۵۰ درصدی را تجربه کرد. روسیه به‌رغم موقعیت جنگی، صادرات محصول جو را در سال ۱۴۰۱، ۸۱/۸۲ درصد افزایش داد. در قسمت نرخ رشد واردات، آذربایجان رشد ۱۰۰ درصدی داشته است. نرخ رشد واردات ۱۲۳۳/۳۳ درصدی این کشور اغلب به دلیل فعال بودن بخش فراوری آن است. بیشتر واردات صورت‌گرفته در آذربایجان پس از فراوری به کشورهای دیگر صادر می‌شود.

تولید داخل است و نیم دیگر آن نیز با واردات تأمین می‌شود.

نمودار شماره ۶ نرخ رشد تولید، صادرات و واردات محصول جو را گزارش می‌کند. کشورهای کانادا، آمریکا و روسیه به ترتیب دارای نرخ رشد تولید ۴۹/۶، ۱۵/۳۴ و ۲۵/۱۴ درصد در سال ۲۰۲۲ بودند. ایران در سال جاری، ۱۱/۱۱ درصد تولید محصول جو را افزایش داده است که یکی از اهرم‌های قوی برای این افزایش تولید را می‌توان افزایش قیمت تضمینی جو دانست. بر اساس تجربه به دست آمده در سال زراعی ۱۴۰۱-۱۴۰۰، افزایش قیمت تضمینی کالاهای اساسی و تعیین قیمت منصفانه برای آن‌ها، کشاورزان را ترغیب به کشت این نوع محصولات کرده است که سبب افزایش تولید داخل شده است. با وجود

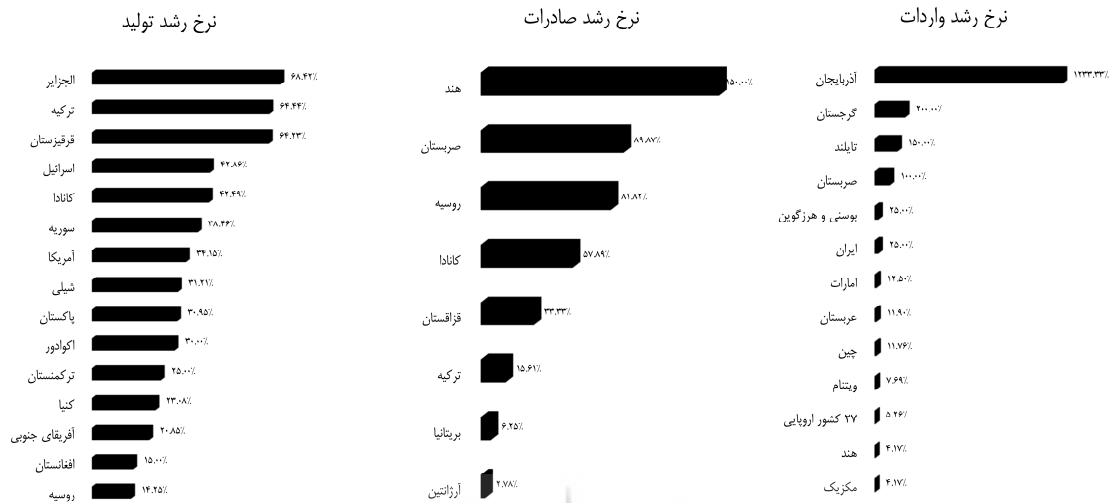
نمودار ۵- جایگاه تولید، صادرات و واردات جو در سال ۲۰۲۲ در دنیا به تفکیک کشورها (برحسب میلیون تن)



مأخذ: وزارت کشاورزی آمریکا، ۲۰۲۲.

نمودار ۶- جایگاه نرخ رشد تولید، صادرات و واردات جو در سال ۲۰۲۲ در دنیا به تفکیک کشورها

(برحسب درصد)



مأخذ: وزارت کشاورزی آمریکا، ۲۰۲۲.

۳- ملاحظات اقتصادی

تمام مردم دنیا با آن مواجه هستند. مسئله با این درجه از اهمیت نیازمند توجه ویژه دولت است.

با گران شدن غلات پس از جنگ روسیه و اوکراین، کشورهای آمریکا، کانادا و... به‌رغم اینکه ذخایر خود را داشتند و هرکدام جزو بزرگ‌ترین تولیدکنندگان و صادرکنندگان جهان بودند، نگران کمبود این محصولات در آینده شدند و سعی کردند صادرات خود را در کالاهای اساسی کاهش دهند و مقدار بیشتری گندم، جو و... ذخیره کنند. شدت نگرانی کمبود غلات و افزایش قیمت آن در کشورهای با درآمد پایین، متوسط رو به پایین و متوسط رو به بالا شدت و عمق بیشتری دارد؛ زیرا دولت این کشورها توان کمتری برای مقابله با این نوع حوادث دارند. بنابراین، مسئله در این سطح از اهمیت، دارای آثار و پیامدهای امنیتی اقتصادی و ملی است که در صورت رعایت دیپلماسی صحیح غذایی در روابط بین‌الملل و ایجاد رابطه‌ای دوستانه و آمیخته با سیاست و اقتصاد سبب تسطیح مسیر رشد و توسعه

دیپلماسی یکی از ابزارهای مهم اعمال سیاست خارجی است. هرچند ابعاد آن هنوز کاملاً مشخص نشده است و تعریف مشخصی از آن وجود ندارد، اما با توجه به تغییر و تحولات در ماهیت و ساختار نظام و روابط بین‌الملل، اهمیت فزاینده‌ای در اعمال سیاست‌های دولت در قبال دیگر بازیگران در روابط بین‌الملل دارد (رحمانی، ۱۳۹۴).

دیپلماسی غذا را می‌توان یکی از شاخه‌های دیپلماسی دانست که به دلیل مسئله امنیت غذایی دارای قدرت بالایی است.

در حالت نامحدود، دیپلماسی غذا دارای آثار سازنده یا مخرب در دنیاست. دیپلماسی غذا از سویی سلامت و امنیت غذایی را در تمام کشورهای دنیا به‌ویژه کشورهای فقیر ارتقا می‌دهد و از سوی دیگر، دیپلماسی غذا و تحریم آن باعث قحطی و از بین رفتن جان هزاران نفر در دنیا می‌شود. غذا و ترس از کمبود آن در دنیا یکی از بزرگ‌ترین مسائلی است که نه تنها دولت‌ها، بلکه

- آگاهی از قوانین تجاری و فرهنگ کشورهای مقصد صادراتی: صادرات نیازمند تقاضا و بازار در کشورهای دیگر است. به عبارت دیگر، تقاضا و بازاری باید وجود داشته باشد که بتوان محصول و کالایی را به آن صادر کرد. آگاهی با نوع تقاضا و قوانین حاکم بر این بازارها گام نخست در ارسال کالا است. تسلط به قوانین تجاری و فرهنگی هر کشور و رعایت آن سبب کاهش هر نوع خطا یا برگشت صادرات می‌شود (برگشت کالا برای کشور مبدأ بسیار هزینه‌بر است). بنابراین، ضروری است که آگاهی کاملی از قوانین تجاری کشورهای مقصد صادراتی توسط هیئت مذاکره‌کننده در وزارت جهاد کشاورزی، معاونت بازرگانی و مؤسسه پژوهش‌های برنامه‌ریزی، اقتصاد کشاورزی و توسعه روستایی صورت پذیرد. این قوانین شامل نوع حکمرانی دولت بر کشاورزان، اتحادیه‌ها و تعاونی‌های فعال در کشور مقصد، سطوح سموم و آفت‌کش مورد پذیرش، سطح و مقدار تولیدات محصولات کشاورزی کشور مقصد، فرهنگ استفاده از مواد غذایی در آن کشور و... می‌شود.

- افزایش سطح استاندارد تولید در کشور: با توجه به آنکه دنیا به سمت مصرف محصولات سالم و طبیعی می‌رود، طبیعتاً تقاضا برای این نوع محصولات در آینده روند صعودی خواهد داشت. بنابراین، انتظار می‌رود مجموعه معاونت‌های وزارت جهاد کشاورزی (شامل امور زراعت، امور باغبانی، آب و خاک و امور تولیدات دامی) با همکاری یکدیگر، نظارت کارتر و بهتری بر واردات کالاهای واسطه‌ای باکیفیت در بخش کشاورزی با قیمت مناسب برای کشاورزان داشته

بخش کشاورزی و در نهایت، اقتصاد کشور و برقراری امنیت اقتصادی و ملی می‌شود. در غیر این صورت کشور حتی برای تأمین نیازهای اولیه جامعه و کالاهای اساسی دچار چالش و مشکل می‌شود که نارضایتی‌هایی در سطح جامعه به وجود خواهد آورد. دیپلماسی غذا در سطوح بالاتر از روابط بین دولت‌ها به وجود می‌آید، اما آثار آن بسیار گسترده‌تر است و کل جامعه را دربرمی‌گیرد.

نتیجه‌گیری و پیشنهاد راهکارها

توسعه حداقل ۲۵ درصد از سطوح تولید کشاورزی با هدف افزایش کیفیت محصولات تحت پوشش مبارزه غیرشیمیایی و تلفیقی با آفات و استفاده از کودهای آلی و زیستی تا پایان برنامه پنجم توسعه در دستور کار قرار گرفت، اما اجرایی نشدن آن سبب شد که محصولات کشاورزی کشور مورد پذیرش بازارهای هدف قرار نگیرد و صادرات غیرنفتی کشور با مشکلاتی روبه‌رو شود. رعایت نکردن سطح استاندارد سموم به دلایلی مانند در دسترس نبودن سموم مرغوب، گران شدن سموم و آفت‌کش‌ها، تقلبی بودن سموم و... از جمله دلایلی است که به این مسئله در کشور دامن زده است. از سوی دیگر، نمی‌توان دیپلماسی قوی و نفوذ رقبا در بازار صادراتی را نادیده گرفت. تجارب و تحولات اخیر در بازار بین‌المللی مانند صادرات سیب به پاکستان، مرغ به عراق، لبنیات و مرکبات به چین و افزایش روابط بازرگانی با روسیه مثالی از ارتقای دیپلماسی غذایی در کشور در سال‌های ۱۴۰۰ و ۱۴۰۱ است. در ادامه، با توجه به بررسی دیپلماسی غذایی و کالاهای اساسی، راهکارهایی برای ارتباط قوی‌تر با دیگر کشورها به‌ویژه کشورهای همسایه و تأمین امنیت غذایی کشور ارائه می‌شود.

همکاری با دیگر سازمان‌های مرتبط، سعی در انتصاب کارگروه‌های اقتصاد کشاورزی مشمول رایزن و بازاریاب‌های اقتصادی در آن کشورها کند.

- تهیه برنامه تولید در راستای صادرات پایدار محصولات کشاورزی: با توجه به اینکه صادرات پایدار از سویی موجب اقتدار غذایی کشور در منطقه و از سوی دیگر، سبب ارزآوری بالا برای بخش کشاورز می‌شود، پیشنهاد می‌شود وزارت جهاد کشاورزی در معاونت‌های توسعه بازرگانی، امور زراعت، امور باغبانی، امور تولیدات دامی و برنامه‌ریزی و اقتصادی با توجه به قیده‌های زمانی و مکانی اقلیم‌های مختلف، برنامه تولید کشور را تدوین کند و این وزارتخانه با همکاری وزارت صمت، گمرک جمهوری اسلامی و دیگر سازمان و ارگان‌های مرتبط، برنامه یادشده را اجرا و صادرات پایدار را در برنامه بلندمدت پایه‌ریزی کند.

منابع

- رحمانی، منصور (1394). دیپلماسی عمومی و سیاست خارجی، مطالعات راهبردی سیاست‌گذاری عمومی (مطالعات راهبردی جهانی شدن) 6(18)، 90-63.
- Pahwa, D. (2020). *Defining Food Systems Diplomacy*. University of Washington.
- <https://www.fao.org/faostat/en/#data>
- <https://oec.world/en/profile/bilateral-product/wheat/reporter/chn?redirect=true>
- <https://www.indexmundi.com/agriculture/?commodity>

باشند و با استفاده از تکنیک‌های علمی و عملی، کیفیت و بهره‌وری تولیدات بخش کشاورزی را ارتقا دهند.

- برگزاری و شرکت در دوره و آموزش‌های بین‌المللی برای گروه مذاکره‌کننده: دیپلماسی غذایی قوی نیازمند گروهی قوی متشکل از افراد تحصیل‌کرده و باتجربه و با آگاهی بالا در مذاکرات است. تحصیلات و تجارب این افراد باید در زمینه‌های مختلف کشاورزی، روابط تجاری در سطح دو کشور و به‌صورت بین‌المللی باشد. بنابراین، ضروری است هیئت مذاکره‌کننده داخلی برای ارتقای مهارت و دانش خود با حمایت وزارت جهاد کشاورزی و همکاری دیگر سازمان‌های مرتبط، در دوره‌های بین‌المللی و داخلی شرکت کنند و در دوره‌ها و کلاس‌های آموزشی داخلی نیز از افراد باتجربه در مذاکرات بین‌المللی به‌عنوان مدرس استفاده شود. درنهایت، همراهی نیروی‌های جدید و تازه‌کار با گروه مذاکره‌کننده برای مهارت‌آموزی پیشنهاد می‌شود.

- تقویت دیپلماسی غذا و انتصاب رایزن و بازاریاب‌های اقتصاد کشاورزی در کشورهای مقصد: این موضوع به‌تنهایی مکفی نیست. بازاریابی و تقویت دیپلماسی غذا از طریق انتصاب رایزن و بازاریاب‌های اقتصاد کشاورزی در کشورهای مختلف، جهشی در راستای توسعه صادرات و رونق تجارت در بخش کشاورزی کشور است. بنابراین، پیشنهاد می‌شود بازار کشورهای مختلف به‌ویژه کشورهای همسایه توسط معاونت بازرگانی و مؤسسه پژوهش‌های برنامه‌ریزی، اقتصاد کشاورزی و توسعه روستایی مورد بررسی و شناسایی قرار گیرد. سپس وزارت جهاد کشاورزی با