

اثر جهانی شدن اقتصاد بر توسعه بخش کشاورزی: مورد محصولات دامی

چکیده

نظام اقتصادی - سیاسی حاکم بر جامعه بشری نظام برتری جویی است و جوامعی که درک واقعی از موقعیت کشورشان در جوامع بین‌المللی نداشته باشند قادر به حضوری مؤثر و مداوم در عرصه‌های جهانی نخواهند بود. بدون تردید موفقیت ما در دستیابی به آرمانهای توسعه به ویژه توانمندیها و نوآوریها در زمینه کشاورزی، در رقابت‌های بین‌المللی به آزمون گذاشته می‌شود و هر ساله که سهم کشورها از تجارت بین‌المللی و دستاوردهای علمی آنها اعلام می‌گردد، حاصل این تلاشها و میزان امتیازهای کسب شده برای هر جامعه در این همآورد بین‌المللی تعیین می‌گردد. برای کشورهای درحال توسعه از جمله کشور ایران، تجارت خارجی اگر به شیوه‌ای برنامه‌ریزی شده و درخور امکانات و استعدادها منطقه و کشور انجام شود می‌تواند راهی مناسب برای دستیابی به رشد و اعتلای کشور بویژه در بخش علوم دامی باشد. با توجه به پذیرش ایران در سازمان تجارت جهانی^۱، این مقاله سعی دارد با معرفی پدیده‌های جهانی شدن و تجارت جهانی، چالش و مزیت‌های آن در بخش محصولات دامی، ضمن شناخت صحیح از موضوع به اتخاذ راهبردهای مؤثر در این بخش کمک نموده تا بتوان از فرصتهای موجود به نحو احسن استفاده نمود.

کلمات کلیدی: جهانی شدن، تجارت، دامپروری

مقدمه

است.

برای کشورهای توسعه یافته و صاحب کشاورزی پیشرفته وجود یک بازار خارجی لازمی گسترش کشاورزی است زیرا تقاضای داخلی برای محصولات غذایی به کندی افزایش می‌یابد و فقدان بازارهای خارجی الزاماً موجب رکود تولید از طریق سهمیه‌بندی یا کاهش شدید قیمت‌های پرداختی به تولیدکنندگان می‌شود. برای این کشورها، بازار جهانی ابزار عمده تنظیم تراز بازرگانی است. برخلاف آنچه تصور می‌شود، تجربه نشان داده است که کشورهای صنعتی بهتر از کشورهای درحال توسعه توانسته‌اند ارز حاصل از فروش محصولات کشاورزی تبدیلی یا حتی محصولات پایه را ذخیره کنند؛ مثال ایالات متحده آمریکا از این جهت قابل توجه است. برای بسیاری از کشورهای درحال توسعه، وجود یک بازار جهانی محصولات کشاورزی دارای اهمیت اساسی است در واقع این کشورها با خرید تجهیزات و خدماتی که پرداخت بهای آن منحصراً از رهگذر منابع صادراتی‌شان میسر است، به تأمین

امروزه جهانی شدن به یک اصطلاح کاملاً رایج در رسانه‌ها، تجارت، اقتصاد، سیاست و مجامع روشنفکری تبدیل شده است. استفاده گسترده از این واژه در رشته‌های مختلف علوم اجتماعی، تعاریف و تعبیر متفاوتی از آن بدست می‌دهد. ولی نکته اساسی این است که این مفهوم به صورت یک واقعیت اجتناب‌ناپذیر درآمده است و به نظر می‌رسد که گریز از پیامدهای آن ناممکن باشد از اینرو شناخت ابعاد گوناگون اقتصادی، سیاسی، اجتماعی و فرهنگی آن بویژه در جامعه ما از ضرورتی حیاتی برخوردار است [۱].

بی‌شک خاستگاه اولیه و مبانی اصلی جهانی شدن اقتصاد، تجارت جهانی است و در بین تجارت محصولات مختلف، بررسی امر مبادلات جهانی محصولات کشاورزی یکی از مباحث عمده‌ی مجامع بین‌المللی است. برای بسیاری از کشورها، این موضوع که خرید یا فروش محصولات کشاورزی به خارج میسر است یا نه، از اهمیت ویژه‌ای برخوردار





هزینه‌های مالی مربوط به اجرای برنامه‌های توسعه اقتصادی خود می‌پردازند. بایستی امکان دسترسی به بازارهای بین‌المللی در سطحی گسترده با قیمت‌هایی در سطحی بالا باشد تا تحصیل ارز به میزان قابل توجهی برای آنها امکانپذیر گردد [۲].

لیکن در حال حاضر اقتصاد بر این اساس است که نظام کنونی تجارت بین‌الملل براساس یک جنگ و درگیری مستمر بنا شده است و هر کشوری سعی دارد تا بر بازارهای دیگر سلطه یافته و در مقابل به حفظ بازارهای ملی خود بپردازد و یا دیدی خوشبینانه‌تر یک بازی با قواعد کامل برد و باخت در جریان می‌باشد که الزام به شناخت کامل قواعد بازی و طراحی و تدوین یک استراتژی جامع برای حفظ بازارهای داخلی و سلطه هرچه بیشتر بر بازارهای بین‌المللی را برای مسئولین و محققین به وجود خواهد آورد. در این راستا به نظر می‌رسد فقدان استراتژی مناسب و علمی و عدم اعمال مدیریت استراتژیک و پویا عامل مهمی در عدم دستیابی به رشد بلندمدت و پایدار در بخش کشاورزی و دامپروری خواهد بود. [۳]

یکی از مهم‌ترین آثار عضویت ایران در سازمان تجارت جهانی، پذیرفتن رویه‌ها و مقررات سازمان بدون هیچ‌گونه قید و شرطی است. کشاورزی ایران که در شرایط بحرانی و غیرقابل رقابت با سایر کشورهاست در چنین شرایطی با باز شدن دروازه‌ها به سوی محصولات رقابتی، بخش دامپروری چه سرنوشتی پیدا خواهد کرد؟

بهمین دلیل در این مقاله ضمن ارائه تصویری حتی‌الامکان جامع از تجارت جهانی محصولات دامی، سعی شده است تا به قواعد حاکم بر واقعیات تجارت بین‌الملل این محصولات در عصر حاضر پرداخته شود.

۱- تحلیلی اجمالی بر ادبیات موضوع جهانی شدن

جهانی‌شدن^۱ از جمله موضوعات نسبتاً جدید و قابل توجهی است که علاوه بر طرح در محافل مختلف علمی و نظری ذهن اکثریت متفکرین و نخبگان و فرهیختگان تمامی عرصه‌های سیاسی، اجتماعی، اقتصادی، فرهنگی، حقوقی و ... را به خود معطوف کرده است به گونه‌ای که همگان

کم و بیش بر این نکته صحه گذاشتند که این پارادایم لاجرم بر تمامی جوانب حیات بشری سایه می‌گستراند و بی‌تردید آنرا تحت‌تأثیر خود قرار خواهد داد. ادعای اصلی «جهانی‌شدن» حذف موانع و مرزهای موجود بر سر راه انتقال کالاها و خدمات و کوتاه‌کردن فاصله زمانی و مکانی میان مبادلات انسانی است. «جهانی‌شدن» به مفهوم امروزی یک پدیده جدید و در حال تغییر است، هرچند قدمت این اصطلاح به بیش از چهارصد سال می‌رسد ولی به طور عمومی اولین بار در اوایل دهه ۱۹۶۰ از آن استفاده شد و وارد شدن آن به محافل علمی از نیمه دوم دهه ۱۹۸۰ بوده است. براساس اصول کلی جهانی‌شدن و مدعای آن نظریه‌پردازان تعاریف بسیار متفاوتی از جمله تعاریف ذیل را درباره «جهانی‌شدن» ارائه کرده‌اند:

- «جهانی‌شدن» عبارت است از: فرایندی که به واسطه آن روابط اجتماعی، کیفیتی اساساً فرامرزی و آبی پیدا می‌کند به گونه‌ای که زندگی انسان به طور روزافزون در جهان واحد یکپارچه و بدون محدودیت مکانی و زمانی صورت می‌گیرد.

- فرایندی اجتماعی که در آن قید و بندهای جغرافیایی که بر روابط اجتماعی و فرهنگی سایه افکنده است از بین می‌رود و مردم به طور فزاینده از کاهش قیود آگاه می‌شوند.

- «جهانی‌شدن» فرایندی از تحول است که مرزهای سیاسی و اقتصادی را کم رنگ و ارتباطات را گسترش و تعامل فرهنگی را ازدیاد می‌بخشد.

- «جهانی‌شدن» یک پدیده چند بعدی است، که آثار آن قابل تسری به فعالیت‌های اجتماعی، اقتصادی، سیاسی، حقوقی، فرهنگی، نظامی و فناوری است، همچنین قابلیت‌هایی همچون محیط زیست را متأثر می‌کند.

با توجه به این تعاریف، «جهانی‌شدن» عبارت است از «فرایندی که در آن مرزهای اقتصادی و حتی سیاسی میان کشورها هر روز کم رنگ‌تر می‌شود و تحرک روزافزون منابع، تکنولوژی، کالا، خدمات، سرمایه، نیروی کار و ... باعث تغییرات وسیع اقتصادی، سیاسی، اجتماعی و فرهنگی در کل جهان می‌شود.» با این مقدمه می‌توان عنوان کرد که پارادایم «جهانی‌شدن» از جمله مفاهیم نوینی

۱. Globalization





است که در عصر کنونی مطرح و مورد استقبال تعداد کثیری از متفکران، اندیشمندان و نخبگان عرصه‌های مختلف قرار گرفته است و همگان بر این باورند که در عصر کنونی ایجاد نظم نوین برای اداره جهان، ضرورتی اجتناب‌ناپذیر است. چرا که با وجود جامعه مصرفی کنونی و پیدایش تکنولوژی و به تبع آن عصر فراصنعتی و ... این نیاز حس می‌شود که ضوابطی خاص بر آن حکم‌فرمایی کند که بتواند آنان معتقدند، «جهانی‌شدن» و تن دادن به لوازم آن برای بشریت خوشبختی، افزایش کیفی سطح زندگی، ایجاد فرصت‌های بیشتر کار، دسترسی آزادانه به اطلاعات، بهبود درک متقابل فرهنگ و تمدن‌ها متعدد و رفاه همه جانبه را برای نوع بشر به ارمغان می‌آورد و آنرا به معنی حذف موانع دولتی، انرژی و فرهنگی و تمدنی برای گسترش جابجایی کالا و دسترسی جوامع به آن و یافتن راهی برای برطرف کردن تناقضات اجتماعی و حصول به صلح و امنیت جهانی می‌شناسند. به طور خلاصه پیروان نظریه «جهانی‌شدن» اذعان دارند که جهان خانه مشترک همه ماست، همه به یکدیگر حاجت دارند و در صورت درک همدیگر رفع حوائج هم‌نوعان بهتر و برتر از گذشته خواهد بود [۴].

ماهیت جهانی شدن اقتصاد

جهانی شدن دو مشخصه ممتاز را شامل می‌شود گستردگی و تعمیق از یک طرف دربردارنده مجموعه‌ای از فرایندهاست که در سراسر جهان نمود پیدا می‌کند و از طرف دیگر مستلزم سطوح بالای تعامل یا وابستگی متقابل میان دولت‌ها و جوامع که تشکیل‌دهنده جامعه جهانی هستند، می‌باشد. در این شرایط جهانی‌شدن اقتصاد فرایندی رو به پیشرفت است که در آن تعاملات فرامرزی به سرعت در حال شکل‌گیری و گسترش است و وابستگی متقابل اقتصادی میان‌کنش‌های واحدهای در حال جهانی‌شدن (حکومت‌ها و نهادهای عمومی و خصوصی در یک کشور) در حال تعمیق است.

سطحی‌ترین شکل جهانی شدن اقتصادی این است که یک واحد اقتصادی در کشوری خاص در قالب اهداف تجاری درازمدت در شیوه تولید با واحد اقتصادی دیگر در کشورهای دیگر مرتبط شود. اما شکل عمیق‌تر شکل جهانی شدن اقتصاد، که آن را از دیگر اشکال بین‌المللی شدن متمایز می‌سازد، این است که یک واحد اقتصادی با تعداد زیادی از واحدهای اقتصادی دیگر در سراسر جهان در تعامل باشد. این تعامل شامل شبکه‌ای زنجیروار از ارزش افزوده، انتقال آسان و سریع سودهای به دست آمده و هزاران نوع دیگر از همکاری است. جهانی شدن اقتصاد آخرین مرحله گسترش سرمایه‌داری

و فعالیت‌هایی است که مبدأ آن به دوران ماقبل صنعتی شدن باز می‌گردد. ضرورتاً سرعت و حرکت این روند ناشی از توسعه فناوری‌های ارتباطی و حمل و نقل، عملکرد حکومت‌ها در ایجاد، مدیریت و هدایت توانایی‌ها و ظرفیت‌های اقتصادی است. این روند دو بعد کلی را شامل می‌شود: کمی و کیفی. به لحاظ کمی جهانی شدن اقتصاد در افزایش تجارت، حرکت سیال سرمایه‌ها و سرمایه‌گذاری‌ها، افزایش مسافرت‌ها و مهاجرت‌ها و ... تبلور می‌یابد. برخی از صاحب‌نظران از این بعد به عنوان وابستگی متقابل فراملی نام می‌برند. اما بعد اصلی جهانی شدن اقتصاد تحولات کیفی است. این تحولات برخلاف بعد کمی که ویژگی قرن بیستم است در سال‌های اخیر به وضوح خود را نشان داده است و در قالب تسلط متغیرهای اقتصادی بر تعاملات بین‌المللی، ظهور بازیگران جدید جهانی و توسعه سریع فناوری‌های ارتباطی تبلور یافته است. این تحولات سبب گردیده که بسیاری از نظریه‌پردازان از پایان یافتن دوران بین‌المللی و آغاز دوران جهانی سخن به زبان آورند. بنابراین نکته‌ای که در بحث جهانی شدن اقتصاد اهمیت می‌یابد، تمایز بین اقتصاد بین‌المللی و اقتصاد فراملی است. اقتصاد بین‌المللی برحسب تبادل میان اقتصادهای ملی از سوی بازیگران اقتصادی و نهادهای موجود در کشور تعریف می‌گردد. گسترش روابط تجاری میان اقتصادهای ملی، شاخص کلیدی این روند محسوب می‌گردد. جهانی شدن اقتصاد از این نوع پدیده‌ای جدید نیست. در واقع توسعه اقتصاد بین‌المللی در قرن ۱۹ و اوایل قرن بیستم به شکل کلاسیک بود و به طور عمده مشخصه آن افزایش مهاجرت‌های بین‌المللی بود. جریان بین‌المللی سرمایه نیز غالباً در شکل اعطای وام و اعتبار از سوی قدرت‌های بزرگ تجلی می‌یافت و تجارت نیز به طور عمده متکی به مواد خام بود. در حالی که اقتصاد فراملی، ویژگی‌های مشخص‌تری دارد. این ویژگی‌ها، شامل توسعه فرایندها و نهادهای فراملی است. ادغام کنونی بازارهای مالی سرمایه از طریق فناوری ارتباطی، گستره مبادلات پولی را از مرزهای سیاسی فراتر برده و به آن بعد جهانی داده است. این نوع اقتصاد فراملی از اواخر دهه ۱۹۶۰ آغاز گردید و در اصل نماد اصلی جهانی شدن اقتصاد به شمار می‌آید [۵].

تجارت جهانی

منظور از بازرگانی بین‌المللی یا تجارت خارجی^۱ نقل و انتقالات کالا و خدمات از مرزهای میان کشورهاست و تنها صادرات و واردات و شرایطی که این نقل انتقالات در آن انجام می‌گیرد را تجزیه و تحلیل می‌کند.

۱. International Trade or Foreign Trade

تجارت^۲ با هدف افزایش تجارت بین‌المللی از طریق حذف موانع تجاری شروع به فعالیت کرد. مواردی که GATT بر آن تأکید می‌نمود، مواردی چون خدمات، دارایی غیرمنقول، سرمایه‌گذاری خارجی، محصولات کشاورزی و ... بودند. در اکتبر آن سال نمایندگان ۲۳ کشور در ژنو گردهم آمدند و درخصوص سازمان تجارت جهانی به بحث و گفتگو پرداختند؛ نهایتاً سنگ بنای تجارت جهانی را بنیان نهادند. چهل و پنج سال بعد در سال ۱۹۹۸ میلادی نمایندگان ۱۱۷ کشور جهان در ژنو با امضاء موافقت نامه عمومی تعرفه و تجارت GATT فکر ایجاد یک سازمان بازرگانی بین‌المللی را به عرصه ظهور رسانیده و بدان عینیت بخشیدند. عنوان GATT در این سال به سازمان تجارت جهانی (W.T.O) تغییر یافت و در حال حاضر اکثر کشورهای جهان عضو این سازمان می‌باشند. هر چند تشکیل این سازمان با واکنش‌های متفاوت و اعتراضات گسترده جهانی روبرو شده است اما زمان ایجاد می‌نمود تا نظام بازرگانی بین‌المللی جهانی به نحوی ایجاد و پایه‌گذاری شود. اکنون سازمان تجارت جهانی بر تمام جنبه‌های بین‌المللی اعم از کالایی و غیر کالایی نظارت دارد [۶].

۲- جهانی شدن بازارهای محصولات دامی

نظام دامداری در کشورهای در حال توسعه بیشتر دامپروری سنتی و روستایی می‌باشد که پایه و اساس آن دسترسی به منابع محلی و موجود می‌باشد. این نظام اکنون تأمین کننده معاش ۶۰۰ میلیون روستایی فقیر در این کشورها است و با توجه به مسئله تجارت جهانی در بخش کشاورزی، کمیته جهانی شدن محصولات کشاورزی (COAG)^۳، در هفدهمین جلسه خود در سال ۲۰۰۳ متوجه نیاز به تقویت ظرفیت کشاورزان و دامپروران خرد برای دسترسی به بازارهای جهانی بمنظور توسعه روستایی و کشاورزی پایدار شد. جهانی‌شدن در بخش علوم دامی به صورت افزایش جریان پولی و مالی و محصولات دامی مثل سرمایه، تغییر اطلاعات و تکنولوژی‌ها، گسترش فزاینده استانداردهای درحال تقاضا و تغییرات در ساختارهای بخشی به سمت تمرکز و تلفیق تعریف می‌شود.

۳- جریانهای بین‌المللی تولیدات دامی

در اوایل دهه ۱۹۸۰، روند تولیدات محصولات دامی در کشورهای درحال توسعه هم برای مصرف داخلی و هم برای صادرات بطور مداوم افزایش یافت. در همین زمان نیز مصرف جهانی گوشت و شیر رشد پیدا کرد. سهم زیادی از این افزایش برای کشورهای

تجارت بین‌المللی از دیرباز در توسعه اقتصادی جهانی نقش داشته و قدمت آن به قرن شانزدهم و به اشتیاق تجار اروپایی برای دستیابی به طلای اسپانیا برمی‌گردد. در قرون بعد، تجارت خارجی به رشد اقتصادی نیرو بخشیده و موتور آن تلقی می‌شد و اقتصاددانانی نظیر آدام اسمیت، دیوید ریکاردو و جان استوارت میل که از جمله متفکران و پایه‌گذاران این تفکر بودند، مفاهیم اساسی این رشته را بنا نهاده و اولین نظرات را در باب ارتباط رشد اقتصادی (به عنوان مهمترین شاخص و نمایه پذیرفته شده در سطح کلان) با مقوله تجارت خارجی ارائه کردند. توجه عمیق و مستمر به این زمینه علمی، نه تنها به دلیل بحثهای جدل‌برانگیز میان طرفداران رشد تجارت از یک سو و محدودیت آن از سوی دیگر بود، بلکه تجارت و مالیه بین‌الملل در چشم‌اندازی وسیع‌تر همه‌ی شئون اقتصادی - اجتماعی و حتی روابط سیاسی را تحت تأثیر قرار می‌دهد. با باز شدن درهای اقتصاد بر روی تجارت جهانی و با درنظر داشتن دستاوردهای مبادلات در سطح بین‌الملل، نه تنها انتقال کالا، خدمات و منابع مالی میسر می‌شود، بلکه جامعه نیز پذیرای اثرات توسعه (یا ضد توسعه‌ای) انتقال فن‌آوری، الگوهای مصرفی و فرهنگی، ترتیبات نهادی و سازمان‌دهی اجتماعی، نظامهای آموزشی - بهداشتی - اجتماعی و ارزشها، آرمانها و سبک زندگی ملل دیگر شده و این گونه انتقالات در خصوصیت فرایند رشد، نمود می‌یابد. به رغم این آثار جانبی، غالب دولتها طرفدار راهبرد توسعه صادرات هستند. اتخاذ این سیاست، موجب افزایش تولید داخلی و کاهش معضل بیکاری می‌شود و از طریق جذب ارز، سرمایه و کمکهای خارجی به تعادل تراز پرداختها کمک می‌کند. به همین دلیل نیز صادرکنندگان، مشمول انواع کمکها و حمایتهای دولتی می‌شوند. به طور مستقیم، دولتها در ارزیابی بازارها و شناسایی توزیع‌کنندگان و بیمه کالا در مقابل خطرات تجاری و سیاسی در مبادلات خارجی اطلاعاتی را در اختیار صادرکنندگان قرار می‌دهند. همچنین انواع سیاستهای حمایتی از قبیل پرداخت یارانه و ارز با نرخ ترجیحی، اعتبارات ارزان قیمت و تخفیفهای مالیاتی، انواع تعرفه و اقدامات غیرتعرفه‌ای در سطح اقتصاد داخلی به منظور تسهیل و بسط این روند صورت می‌گیرد [۳].

مروری بر شکل‌گیری سازمان تجارت جهانی^۱

در سال ۱۹۴۷ میلادی اولین سنگ بنای تجارت جهانی نهاده شد. دهه سی میلادی نخستین مذاکرات GATT یا موافقتنامه عمومی تعرفه و

۱. World Trade Organization

۲. General Agreement on Tariffs and Trade

۳. Committee on Agriculture Globalizing



در حال توسعه در نظر گرفته شد ولی در عین حال مصرف گوشت مرغ و خوک نیز در این کشورها کاهش پیدا کرد (۱۹۰٪ و ۱۶۰٪ به ترتیب بین سال‌های ۱۹۸۳ و ۱۹۹۷). در سال ۱۹۸۰ جمعیت افراد در کشورهای در حال توسعه ۷۶ درصد کل جمعیت جهان بود که این جمعیت یک سوم گوشت و شیر جهانی را مصرف می‌کردند. پیش‌بینی شده است که تا سال ۲۰۲۰ جمعیت کشورهای در حال توسعه به ۸۰ درصد کل جمعیت جهان بالغ گردد که این جمعیت مصرف‌کننده مستقیم دو سوم گوشت و ۶۰ درصد شیر دنیا خواهد بود.

رشد جمعیت و افزایش درآمدها، مشارکت و رشد تقاضا را به همراه خواهد داشت که در نتیجه باعث افزایش قدرت خرید مصرف‌کنندگان و عامل محرکی برای صعود روند تقاضای محصولات دامی در اقشار فقیر و متوسط جامعه و همچنین بالا رفتن نوع و کیفیت این محصولات در کشورهای در حال توسعه محسوب می‌شود. بدلائل مذکور، تجارت تولیدات دامی در مرزهای بین‌المللی از ۴ درصد در اوایل دهه ۱۹۸۰ تقریباً به ۱۰ درصد افزایش یافت که در این میان کشورهای در حال توسعه با صادرات محصولات دامی با ارزش شامل صادرات گوشت گاو، گوسفند، بز، خوک، طیور، شیر تازه و شیر خشک، خوراک دام و طیور و به همان نسبت واردات زیاد این محصولات در زمره ۲۰ کشور بالای صادرکننده و همچنین واردکننده محصولات دامی قرار گرفتند.

۴- جریانهای مالی

سرمایه‌گذاری داخلی یا سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی بوسیله خرده‌فروشان بزرگ (مثل فروشگاه‌های بزرگ زنجیره‌ای عرضه مواد غذایی، شبکه زنجیره‌ای شرکت‌های تهیه‌ی غذای سریع^۱ و صنایع تبدیلی محصولات دامی) از مهمترین تأمین‌کنندگان جریانهای مالی در کشورهای در حال توسعه در بخش دام می‌باشد. ثبات شرایط اقتصادی و سیاسی در کشورهایی در آمریکای لاتین، آسیا، آفریقا و بازارهای اشباع شده در ایالات متحده آمریکا و اروپا، در تلفیق با انگیزه‌های سرمایه‌گذاری، عرصه جدیدی را برای گسترش جهانی این بنگاههای بزرگ اقتصادی فراهم می‌آورد. این امر در ۱۵-۱۰ سال گذشته اتفاق افتاد و به یکباره باعث گسترش بسیار سریع بازار این بنگاههای بزرگ اقتصادی شد. گسترش فروشگاههای بزرگ زنجیره‌ای مواد غذایی فراهم آورنده‌ی ارتباط بین سرمایه‌گذاری‌های داخلی و بازارهای جهانی شده می‌گردد. در اوایل دهه ۱۹۹۰ این فروشگاهها در بازارهای کشورهای در حال توسعه کم اهمیت تلقی می‌شدند اما بعد از این زمان رشد سریعی پیدا کردند اگرچه گسترش آنها در کشورهای مختلف از الگوی یکسانی پیروی نکرد،

به طور کلی به نظر می‌رسد که این امر با توسعه عمده‌فروشی در قالب فروشگاههای بزرگ محلی و زنجیره‌ای و بالاخره تأسیس فروشگاههای زنجیره‌ای چند ملیتی اتفاق افتاد. فروشگاههای بزرگ عرضه مواد غذایی بوسیله پیش‌بینی سهمی معادل ۵۵ درصد خرده‌فروشی غذای ملی در آفریقای جنوبی، آرژانتین، شیلی، فیلیپین و مکزیک رشد کرده‌اند. نکته قابل توجه؛ بالا رفتن فروش سبزیجات و میوه در این کشورهاست اما شیر، گوشت و تولیدات لبنی نیز به فروش رفته است. بعنوان مثال در چین برآورد شده است که بازگشت سرمایه و سود حاصل از فروش غذا در فروشگاههای بزرگ زنجیره‌ای، سالیانه ۴۰ میلیارد دلار می‌باشد یعنی بیشتر از تمام منابع داخلی با سهمی معادل ۳۵ درصد از خرده‌فروشی غذای شهری، رشد داشته‌اند. در شهرهای بزرگ و متوسط، این واحدهای اقتصادی فروش ۵۰-۴۰ درصد کل شیر را برعهده دارند که این ۲۰ درصد کل بازار می‌باشد.

۵- جریانهای عقاید و تکنولوژی

• ابداع تکنولوژی این امکان را می‌دهد تا بتوانیم محصولات دامی شامل (شیر خشک، گوشت منجمد و اسپرم دامهای اصلاحی) را نگهداری کرده و در صورت توسعه زیر ساخت حمل و نقل، این محصولات می‌توانند بسرعت میان فواصل طولانی و مرزهای بین‌المللی و زنجیره‌های طویل بازار جابجا شوند.

• جریانهای اطلاعات بین‌المللی، بوسیله مسافرت‌های جهانی، تلویزیون، فیلم‌ها و اینترنت و گسترش فروشگاههای زنجیره‌ای بین‌المللی ایجاد شده است که این توسعه باعث همسو شدن تقاضای مربوط به غذاهای مختلف و متنوع در میان مردم بسیاری از کشورها شده است. در این بین در بسیاری از کشورها شاهد ارتباط دو طرفه‌ای بین سلیقه‌های مردم در مورد غذاهای خاص و تولید آنها در محدوده وسیع در بازارهای جهانی هستیم.

اما از سوی دیگر، گسترش بیماریهای خطرناک دام و طیور باعث تغییر در سلیقه مصرف‌کنندگان شده و بازارهای جهانی این محصولات را دستخوش تغییر خواهد کرد. بعنوان مثال بیماریهای جنون گاوی و آنفلوآنزای مرغی باعث قطع صادرات و گرایش مصرف‌کنندگان به سمت مصرف گوشت‌های دیگر مثل گوشت خوک شده است.

کارشناسان سازمان خوار و بار جهانی (FAO) اعتقاد دارند که اگر توصیه‌ها و پیشنهاداتی که از طرف این سازمان و دیگر سازمانهای بین‌المللی از جمله کمیته امنیت غذایی جهان در مورد تغذیه مطرح می‌شود مورد قبول واقع شود در تجارت جهانی تأثیر خواهد گذاشت. صاحب‌نظران در

۱. Fast food

نسبی این محصول در اوقات مختلف سال می‌باشد. اگرچه دو بازار فوق یکسان نمی‌باشند ولی در پیامدهای جهانی شدن دارای سیمای مشترکی هستند.

۷- بازارهای منطقه

بازارهای منطقه‌ای، اثرات خاصی بر مبادلات بین‌المللی دارند، امضاء پیمانهای تجاری منطقه‌ای برای حفظ تجارت با همسایگان و به همان اندازه ارائه توان بالقوه برای تولید و نشان‌دادن مقیاس و محدوده‌ی اقتصادی به اعضای سازمان تجارت جهانی در بازارهای جهانی حائز اهمیت است.

۸- مزیت‌ها

بازارهای جهانی‌شده دارای توان بالقوه‌ای برای افزایش درآمد ملی و ایجاد اشتغال بوده و برای بازرگانان و تولیدکنندگان، بازارهای درحال توسعه یک عرصه‌ی جدیدی برای کسب سود بیشتر و انتخابهای متنوع و انعطاف‌پذیرتری برای معاملات فراهم می‌نماید.

- سرمایه‌گذاری در زمینه کنترل و پیشگیری بیماریهای واگیردام و بیماریهای مشترک بین انسان و دام (Zoonotic) می‌تواند سبب صعود استانداردهای خدمات بهداشتی دام و کاهش هزینه‌های پیشگیری و درمانی شود. اگر استانداردهای امنیتی و کیفیتی موادغذایی برای بازارهای صادراتی توسط تولیدکنندگان رعایت شود منجر به افزایش این استانداردها در بازارهای داخلی شده که مهمترین پیامد آن آشنایی خریداران با این استانداردها و حفظ سلامت‌شان می‌باشد.

- در برخی موارد، حضور فروشگاههای بزرگ زنجیره‌ای عرصه مواد غذایی می‌تواند باعث کاهش قیمت به نفع مصرف کننده بشود. برای مثال در چین نفوذ فروشگاههای بزرگ، فروش انحصاری لبنیات را توسط بنگاههای اقتصادی محلی شکست و باعث کاهش قیمت و تنوع محصولات لبنی شد.

- علاقه بخش خصوصی در زمینه ایجاد استانداردها می‌تواند سودمند باشد اگر در برخی از هزینه‌های تغییرات فنی و بنیادی برای بکارگیری استانداردهای موثر شریک باشند.

۹- مقررات و استانداردها

روند کنونی اقتصاد جهانی به سوی تبدیل بازارهای منطقه‌ای و ملی به بازارهای جهانی در حرکت است با توجه به گوناگونی و فراوانی کالاها، آنچه باعث برتری یک کالا نسبت به نمونه‌های مشابه می‌گردد، همان اصل مشتری مداری و تلاش به منظور جلب رضایت مشتری است. در این بازار بزرگ، کیفیت، قیمت مناسب و انجام تعهدات از جمله عواملی است که توجه به آنها می‌تواند موجب پیشرفت و بقای یک تولیدکننده گردد.

هجدهمین جلسه کمیته تجارت جهانی محصولات کشاورزی (COAG) پیشنهاد کردند که اگر توصیه‌ها در مورد افزایش سطوح مصرف محصولات دامی توسط کشورهای فقیر و در حال توسعه دنبال شود و همچنین مصرف بیش از حد این محصولات در کشورهای پیشرفته و ثروتمند کاهش یابد؛ تولید و روشهای تبدیل این محصولات در سرتاسر جهان تحت تأثیر قرار می‌گیرد.

در کشورهای فقیر میانگین مصرف سرانه محصولات دامی زیر سطوح توصیه شده است در حالیکه در کشورهای توسعه یافته عارضه چاقی یک مشکل در حال گسترش است. باید زمینه برای تغییر در الگوی مصرف به سمت الگویی که در بین اقشار متوسط جامعه دیده می‌شود فراهم گردد. اگرچه این قشر فقط نسبت اندکی از کل جمعیت هستند.

۶- اثرات بازارهای جهانی شده

اثرات بازارهای جهانی شده محصولات دامی در سه ساختار قابل مشاهده هستند:

الف: زنجیره‌های بازار بین‌المللی که تهیه‌کننده محصولات دامی در یک کشور برای صادرات به خرده‌فروشان در دیگر کشورها هستند که این زنجیره بوسیله خرده‌فروشان بزرگ مثل فروشگاههای بزرگ عرضه مواد غذایی یا بوسیله بنگاههای مهم خرید و فروش محصولات دامی کنترل می‌شوند.

ب: بازارهای زنجیره‌ای بوجود آمده بوسیله‌ی سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی، این بازارها که عموماً بصورت یکپارچه شده هستند، عرضه و تأمین‌کننده محصولات دامی در بازارهای داخلی می‌باشند. آنها نیز بوسیله فروشگاههای بزرگ ملی یا بین‌المللی و همچنین کمپانی‌های تهیه غذای سریع کنترل می‌شوند.

ج: بازارهای داخلی که به واسطه جهانی شدن تحت تأثیر قرار گرفته‌اند؛ جهانی شدن با اثر گذاشتن روی تقاضا و سلیقه مصرف‌کنندگان منجر به واکنش در زنجیره بازارهای داخلی کشورها می‌گردد. بعنوان مثال صنایع تبدیلی محصولات لبنی، شرکتهای زنجیره‌ای تهیه غذای سریع و رستورانها رشد کرده و باعث تنوع در تولید محصولات مختلف و عرضه آنها به فروشگاههای مواد غذایی می‌شود.

با جهانی شدن، بازارهای بین‌المللی و داخلی می‌توانند به یکدیگر متصل شوند و باعث تغییر گرایش تولیدکنندگان بین یک بازار و بازار دیگر گردد. به عنوان مثال درون بازار مرغ، کل تولید صادر نمی‌شود، مرغهایی که برای صادرات مورد نیاز نمی‌باشند در بازار داخلی فروخته می‌شود و یا تغییر گرایش تولیدکنندگان گوشت خوک در کشورهای جنوب شرقی آسیا از بازارهای بین‌المللی به بازارهای منطقه‌ای و داخلی وابسته به قیمتهای



مقررات و آیین‌نامه‌های مربوط به تجارت جهانی محصولات دامی تضمین کننده سرمایه‌گذاری شرکت‌های زنجیره‌ای داخلی و یا بین‌المللی است. وجود کد بین‌المللی بازرگانی و کدکس مواد غذایی از شرایط اساسی برای معامله در بازارهای جهانی می‌باشد.

بیماریهای مشترک بین انسان و دام و بیماریهای خطرناک واگیردار باید کنترل شده و برنامه‌هایی برای پیشگیری و ریشه‌کنی این بیماریها وجود داشته و به اجرا گذارده شوند.

کشتارگاهها باید دارای بالاترین استانداردهای مربوط به سلامت و امنیت غذا بوده و در زمینه موارد زیست‌امنیتی کنترل شدیدی اعمال نمایند. همچنین سیستم‌های کنترل کیفی نیز باید استانداردهای بالایی داشته باشند.

محصولات صادراتی باید دارای اتیکت که حاوی اطلاعات ویژه محصول (شامل اندازه و وزن گوشت، یا درصد چربی شیر و ...) را دارا باشند.

۱- محدودیت‌ها

• بازارهای جهانی شده تخصصی هستند، فقط بعضی از تولیدکنندگانی که دارای شرایط لازم هستند می‌توانند به آن دسترسی داشته باشند و تولیدکنندگان خرد به سختی به شرایط مورد نیاز و یا امکان سرمایه‌گذاری دست پیدا می‌کنند. بنگاههایی که از بازارهای جهانی شده محروم شده‌اند امکان دارد که به یک عرضه کننده مستمر در بازارهای محلی تبدیل بشوند و یا اینکه در اثر محدودیت‌ها شاهد تغییر در جایگزینی واحدهای تولیدی و یا خروج این واحدها از چرخه تولید باشیم.

• فروشگاههای بزرگ عرضه مواد غذایی امکان دارد که برای کاهش هزینه‌ها معامله محصولات خود را از گستره وسیع جغرافیایی تهیه کنند که این امر محدودیت‌هایی در زمینه نظارت و بازرسی ایجاد می‌کند.

• مقررات مربوط به تولید و تجارت غالباً به روز می‌باشد و سرعت تغییر در مقررات می‌تواند سبب بروز مشکلات و محدودیت‌ها به مقدار تغییرات شود. تولیدکنندگان بزرگ و سرمایه‌گذاران نیازمند هستند که خود را با مقررات و شرایط جدید تطبیق دهند اما تولیدکنندگان خرد به سختی به این امر و یا پیش‌بینی آنچه که برای پاسخ به تغییرات در آینده مورد نیاز است، دست پیدا می‌کنند.

• بازارهای جهانی فرصت‌هایی را برای ایجاد اشتغال فراهم می‌کند اما این مشاغل وابسته به بقای فعالیت‌های مختلف در طول زنجیره‌های بازار می‌باشد.

• بواسطه رقابت در بازارهای جهانی ممکن است بخاطر هزینه‌های بسته‌بندی و کنترل کیفی قیمت‌ها برای مصرف‌کننده افزایش یابد و تحت این شرایط مصرف کنندگان فقیر قدرت خرید کمتری خواهند داشت.

• محدودیت‌های تجاری دیگر ناشی از تمایل دولت برای تغییر در حجم و الگوی تجارت تعیین شده به وسیله رقابت آزاد می‌باشد که مهمترین نوع این محدودیت‌ها تعرفه گمرکی و سهمیه وارداتی یا صادراتی می‌باشد.

تعرفه: تعرفه مالیات وضع شده بر کالاهایی است که از مرز کشور وارد می‌شوند. تعرفه عمدتاً به عنوان منبع کسب درآمد برای دولت مورد استفاده قرار می‌گیرد زیرا جمع‌آوری و اداره آن به مراتب ساده‌تر از سایر مالیات‌ها بود و هنوز هم بسیاری از کشورهای توسعه نیافته به تعرفه از دیدگاه تامین مالی عملیات دولت می‌نگرند اما در کشورهای توسعه یافته تعرفه، هدفی جز حمایت از تولیدات داخلی ندارد.

سهمیه‌بندی: سهمیه مقدار واردات کالا (سهمیه وارداتی) یا صادرات کالا (سهمیه صادراتی) را در یک فاصله زمانی خاص محدود می‌سازد. این محدودیت می‌تواند براساس مقدار فیزیکی یا ارزش پولی واردات و صادرات تعیین گردد. از این گذشته سهمیه‌بندی می‌تواند برحسب کشورهای مبدأ یا مقصد کالا متفاوت باشد و یا می‌تواند به شکل ترکیبی از سهمیه و تعرفه اعمال شود. در این صورت برای واردات یا صادرات، بیشتر از حد معینی نرخ تعرفه بالاتر وضع می‌شود. [۷]

بمنظور گسترش اعضای سازمان تجارت جهانی، بازارهای آزاد بین‌المللی خواهان کاهش تعرفه‌های گمرکی و سهمیه‌بندی برای برخی از محصولات برای تشویق به جهانی شدن هستند تا بدینوسیله زمینه حرکت آزاد را برای بقیه شرکای تجاری فراهم آورند هرچند که اثرات توافقی حاصل شده در این زمینه قابل توجه است اما هنوز زمینه برای فعالیت آزاد بسیار ناهموار است.

• محدودیت دیگر شامل مقررات بهداشتی (در مورد سلامت محصولات وارد شده) می‌باشد که باعث محدودیت واردات کالا از برخی از کشورها می‌شود اگرچه هدف آن عمدتاً حمایت از سلامتی مصرف کنندگان می‌باشد.

۱۱- افزایش ریسک

تولیدکنندگانی که جزیی از زنجیره بازارهای

مشکلات نظارتی داشته و ریسک گسترش بیماریها را در بین زنجیره‌های طولیل بازار افزایش می‌دهد.

۱۳- تعادل بین مزیت‌ها و چالش‌های جهانی شدن بازارهای محصولات دامی

با یک مدیریت صحیح، بخش جهانی شده دام می‌تواند برای اقتصاد ملی سودمند بوده و باعث ایجاد اشتغال، معرفی تکنولوژی جدید، افزایش ایمنی و کیفیت تولید مواد غذایی و بالا رفتن دسترسی به محصولات غذایی متنوع شود هرچند که توان بالقوه‌ای برای تأثیرات معکوس بواسطه تخصصی شدن بازارها، شامل افزایش ریسک و پی‌آمدهای منفی را نیز دارد.

چالشهای موجود ناشی از توسعه عادلانه و منطقی سودها، کاهش پی‌آمدهای منفی خارجی، تشویق به توسعه امنیت و کیفیت غذا و در همین زمان دلسردی ناشی از توسعه غیرعادلانه مقررات و استانداردها برای تولید و ورود به بازارهای جهانی می‌باشد.

۱۴- یک چارچوب برای متعادل ساختن تأثیرات جهانی شدن در بازار محصولات دامی

ارائه یک چارچوب بمنظور شناسایی درست و کامل مزیت‌ها و چالش‌ها در حرکت بسمت جهانی شدن در بخش دام ضروری می‌باشد. اهداف کلی این چارچوب کمک به اعضای جامعه بین‌الملل در تصمیم‌گیری درست و منطقی برای پیوستن به بازارهای جهانی شده بخش دام می‌باشد.

دست یافتن کشورها بطور مشخص وابسته به عواملی مانند تکیه بر صادرات، مرحله توسعه سرمایه‌گذاری داخلی و خارجی، طرحهایی که بمنظور رشد تقاضای داخلی انجام شده و یا در حال انجام است و سرانجام داشتن استراتژی مشخص برای ارتقاء سلامت و بهداشت مردم و به همان اندازه امنیت و کیفیت محصولات غذایی است.

چگونگی فرآیندهای وضع استانداردها و مقررات نیازمند گفتگوی دوجانبه بین انجمن‌ها و سازمانهای بین‌المللی و دولت‌های ملی و همچنین بین بخش عمومی و خصوصی می‌باشد.

یک چارچوب قابل قبول، باید متشکل از ۵ عامل ذیل باشد که در مرور اثرات بازار در بخشهای گذشته به آنها اشاره شده است:

- مزیت‌ها
- استانداردها و اجرای آن
- محدودیت‌ها
- ریسک
- پی‌آمدهای خارجی منفی

یکپارچه جهانی شده هستند باید امکان تغییرات در متن قراردادها (برای مثال اختصاصی کردن قرارداد کشاورزان) با افزایش سطوح همکاری‌ها و افزایش قیمت برای محصولات با کیفیت را داشته باشند اما اگر در قراردادها چنین شرایطی پیش‌بینی نشده باشد ریسک بالا رفته است. بازارهای جهانی شده با بالاترین مقررات در زمینه امنیت و کیفیت بطور کلی ریسک بالایی دارند بعد از ورود به بازارهای جهانی ممکن است در اثر شیوع بیماریها یا بدلیل مشکلات کیفیتی واحد تولیدی تعطیل شود. تولیدکنندگان و بازرگانان خرد توانایی محدودی برای بیمه کردن خودشان در برابر آنچه که از دست می‌دهند دارند.

۱۲- پی‌آمدهای جهانی شدن بازار محصولات دامی

• تولیدکنندگانی که نمی‌توانند جزیی از بازارهای جهانی شده باشند امکان دارد تجربه‌ای منفی ناشی از پیامدهای آن داشته باشند.

• کاهش صادرات به بازارهای جهانی و یا واردات ارزان باعث ایجاد رقابت در بین تولیدکنندگان خود در گرفتن بازارهای داخلی می‌شود. این تولیدکنندگان نیز ملزم به رعایت تمام قوانین مربوطه هستند. همچنین اگر بواسطه شیوع بیماریهای خطرناک صادرات قطع شود بازارهای داخلی لبریز از تولیدات مازاد بر نیاز می‌گردند. در سال‌های اخیر بیماریهای پلورینومونی واگیر گاو^۱ (CBPP) و تب برفکی^۲ (FMD) و آنفولانزای مرغی^۳ (HPAI) مسبب بروز چنین وضعیتی هستند.

• کشورهای صادرکننده عضو سازمان تجارت جهانی (WTO) باید بازارهای خود را به روی واردات باز کنند تا رقابت در قیمت‌ها و کیفیت محصولات ایجاد گردد در چنین شرایطی توانایی تولیدکنندگان داخلی به رقابت، تحت تأثیر سیاستهای حمایتی و اقتصادی دولت می‌باشد.

• ایجاد واحدهای بزرگ تولیدی پرورش طیور اگر با مدیریت ضعیف توأم باشد می‌تواند سبب بروز مشکلات زیست محیطی شود (دفع زیاد فسفر از طریق فضولات طیور برای محیط زیست زیانبار بشمار می‌آید).

• بواسطه تجارت حیوانات از میان مرزها و حمل حیواناتی که مبتلا به بیماریهای مشترک بین انسان و دام هستند ممکن است باعث ایجاد پی‌آمدهای منفی بر سلامت مردم گردد. گسترش بازارهایی که بهم متصل هستند توان بالقوه‌ای برای افزایش مشکلات مربوط به بیماریهای دام ناشی از

۱- contagious Bovin pleuro pneumonia (CBPP)

۲- Foot – and – Mouth Disease (FMD)

۳- Highly pathogenic Avian Influenza (HPAI)



البته این ۵ عامل به هیچ وجه یک فهرست کامل نمی‌باشد بلکه هر کدام می‌توانند در کشورها و مناطق گوناگون بسته به شرایط سیاسی - اقتصادی و زیست محیطی به اجزای فرعی‌تر تقسیم بشوند.

مزیت‌ها:

مزیت‌ها برای اشخاصی که مستقیماً درگیر زنجیره بازارهای جهانی شده هستند ایجاد می‌گردد (شامل تولیدکنندگان، تجار، فعالان در صنایع تبدیلی، عرضه کنندگان نهاده‌ها، فروشگاه‌های بزرگ و خرده فروشان). افزایش تنوع و کیفیت محصولات ارائه شده در جذب گردشگران مؤثر بوده و همراه با گسترش و تنوع بازارها باعث ارائه فرصتهای جدید اشتغال می‌گردد.

افزایش درآمدها، صرفه‌جویی مستقیم در هزینه‌ها، کاهش هزینه‌های معامله و عواملی که سبب ارتقاء کیفیت محصولات می‌شوند مثل افزایش انتخاب توسط مصرف کنندگان از جمله مزیت‌های دیگر است. پی‌آمدهای خارجی مثبت نیز بوسیله اشخاصی که در زنجیره جهانی شده شرکت ندارند اما توانایی زیادی برای فروش خدمات دارند و یا مصرف کنندگانی که از اثرات رقابتی شدن بازار شامل کاهش قیمت و افزایش کیفیت در بازارهایی که از آنها مواد غذایی خریداری می‌کنند، احساس شده است.

ملاحظات مهم در این بخش عبارت خواهد بود از:

- قابلیت حفظ و تنظیم مزیت‌ها و ارزش کل آنها

- توزیع عادلانه درآمدها در نقاط مختلف زنجیره بازار

- خروج واحدهایی که در کسب شرایط لازم ناتوان بوده و همچنین ورود واحدهایی که این توانایی را دارا هستند، به بازارهای جهانی شده.

استانداردها و اجرای آن

شامل استانداردهای مربوط به بهداشت دام و طیور، کنترل کیفی، امنیت غذایی است که توسط مجامع ذیصلاح تعریف شده‌اند.

موضوعات مورد توجه در اینجا شامل موارد ذیل می‌باشد:

- جایگزینی تکنولوژی‌های مطلوب و امتحان آنها برای کسب استانداردهای فوق‌الذکر.

- اهمیت رعایت استانداردهای کیفی در کشورهای در حال توسعه که به آنها اجازه توسعه صادرات محصولاتشان به بازارهای جهانی، منطقه‌ای و یا داخلی را می‌دهد.

- ارزیابی کلیه فعالیتهایی مرتبط با تولید.

محدودیت‌ها:

سه عامل برای محدودیت وجود دارد که نیاز

به بررسی دارد:

عامل اول موانعی هستند که از بهره بردن تولیدکنندگان مقیاس خرد از بازارهای پرسود جهانی شده جلوگیری می‌کند، دومین عامل مربوط به نتایج جدی به واسطه فقر و تنگدستی می‌باشد بطوریکه بازارهای سنتی کاهش پیدا کرده و به همان اندازه بازارهای جهانی رشد پیدا می‌کنند و در نتیجه آن ممکن است که افرادی به واسطه فقر نخواهند و یا نتوانند در این بازارهای جهانی شده مشارکت داشته باشند که بهر صورت باعث از دست دادن وسیله معاش آنها خواهد شد. سومین عامل بواسطه قوانین و استانداردهایی است که پیش از این در زنجیره بازارهای جهانی شده معرفی گشته و باعث می‌شود بعضی از تولیدکنندگان مجبور به خروج شوند.

چالشهای دیگر شامل کمبود اطلاعات و یا آموزش، کمبود نقدینگی برای سرمایه‌گذاری در

زمانی که محدودیت‌ها را مطالعه می‌کنیم مهم است که به عوامل زیر توجه داشته باشیم:

• تشخیص آن تعداد از تولیدکنندگان و مصرف کنندگانی که محروم شده‌اند و دلایل محرومیت آنان.

• تعیین و تشخیص نیازها برای سرمایه‌گذاری برای کاهش سطح محرومیت مثل سرمایه‌گذاری در آموزش، کمک به انجمن‌های تعاونی و یا دیگر گروههایی که فعالیت اقتصادی دارند و بهمان اندازه اعتبارات در نظر گرفته شده برای سرمایه‌گذاری و تکنولوژی‌های طرح‌ریزی شده در واحدهای محدود و کوچک تولیدی.

• بازبینی نیازهای سیاستگذاری، شامل سیاستهای تشویق بنگاههای بزرگ اقتصادی برای شراکت با دیگر واحدهای کوچک و همچنین داشتن استراتژی مشخص برای کمک به خروج واحدهای اقتصادی که در شرایط بازار برای معامله ناتوان هستند.

با توجه به سیاستهای اتخاذ شده این امکان وجود دارد که شاهد کاهش موانع در بازارهای مختلف برای افراد فقیر بوده و یا بجای آن شاهد موقعیت مناسب سوددهی فعالان در بازارها، موازی با تولیدات جهانی باشیم و بتوانیم یک تغییری در ساختار و هرم ثروت ایجاد کنیم.

ریسک:

مهمترین عواملی که باعث افزایش ریسک می‌شوند عبارتند از:

۱- ناامنی بواسطه نوع قراردادهای منعقد شده

۲- کاهش تعهدات و همچنین عدم انجام تعهدات توسط طرف معامله

۳- وابستگی به تعداد محدودی از عرضه

بویژه بیماری‌های انگلی شده است که فشار ناشی از پی‌آمدهای آن در آن منطقه بر ساختار خدمات منطقه‌ای و دولتی نیازمند توجه است. توسعه و تقویت ساختار منطقه‌ای این امکان را ایجاد می‌کند تا مناطقی که اقتصاد محدودی دارند بتوانند در نظارت و پیشگیری بر علیه بیماری‌های دام مشارکت بیشتری داشته باشند.

از سوی دیگر تمرکززدایی از بخشی فعالیت‌های دولتی شامل امور مربوط به سلامت و بهداشت دام‌ها، محصولات دامی، اطلاعات و جریان‌های مالی شرایطی فراهم می‌کند تا بازیگران بیشتری درگیر سیاست‌گذاریها بوده و در اجرای آن سعی و تلاش بیشتری به خرج دهند.

• پیامدهای ناشی از تنوع زیستی^۱ نیازمند توجه است. یکی از اثرات جهانی شدن توانایی در معرفی منابع ومصلح ژنتیکی می‌باشد. با واردات حیوانات و اسپرم دامهای اصلاحی برتر که از کشورهای توسعه یافته و پیشرفته به کشورهای درحال توسعه وارد شده است امکان ایجاد و حفظ تنوع زیستی به وسیله بانکهای ژنی وجود دارد.

۱۵- دیدگاهها و توصیه‌ها

• مطالعه دیدگاهها و دستاوردهای اصلی متفکران و مکاتب گوناگون ارائه شده و نقاط ضعف و قوت هر یک در زمینه تجارت خارجی بطور کلی و همچنین مطالعه بر روی تجارت جهانی محصولات دامی و اثرات آن بطور خاص بمنظور کمک به اتخاذ استراتژی در این بخش.

• مطالعه واستفاده از تجارب کشورهای موفق در تجارت جهانی محصولات دامی و کنکاش در روشهای آنان در برخورد با مشکلات مشابه.

• شناسایی عواملی که باعث بروز فشار بر تولیدکنندگان و فعالان مرتبط با بازارها شده بمنظور تغییر در سیاستگذاری‌ها یا سرمایه‌گذاری در صورت لزوم.

• استفاده از توصیه و تجربه‌های FAO در زمینه اتخاذ راهبردها و سیاستگذاری در این بخش، چگونگی دریافت کمک‌های مالی، شناسایی سازمانهای خصوصی سرمایه‌گذار در این بخش و دیگر فعالان که در توسعه و پیشرفت برنامه‌های تولید و تجارت محصولات دامی شریک هستند.

• شناسایی و ارزیابی مستنداتی که باعث افزایش سود و کاهش تأثیرات منفی جهانی شدن بازارهای تولیدات دامی بوده‌اند.

• استفاده از تجربه‌ی دیگر بخشهای کشاورزی از قبیل تجارت محصولات باغی، زراعی و شیلات در بازارهای جهانی مفید فایده خواهد بود.

• اقدامات دولت در زمینه فراهم آوردن

کنندگان نهاده‌ها

۴- مدیریت ضعیف در نتیجه عدم شناخت صحیح بازار، که ممکن است محصول تولیدی برای برخی از بازارها مناسب نباشد.

به منظور تشخیص ریسک لازم است:

• درکی از کل زنجیره‌های بازار داخلی و جهانی شده و همینطور روابطی که بین بنگاهها و مؤسسات اقتصادی می‌باشد شامل قراردادهای تهیه نهاده‌ها، خدمات، هزینه‌ها و مجازاتهای اقتصادی داشته باشید.

• عواملی که باعث افزایش ریسک در نقاط مختلف زنجیره بازار می‌شود شامل قوانین کار ملی، روابط بین دولت و بخش بازرگانی، پشتیبانی از گروهها و وجود بیمه‌ی فعالیت‌های مرتبط را در نظر داشته باشید.

پی‌آمدهای خارجی

• پی‌آمدهای ناشی از زنجیره بازارها کاملاً مشخص شده‌اند زیرا آنها بسیار پویا هستند. بعنوان مثال رقابت بواسطه تغییر فصل در بازارهای جهانی و یا تغییر در سلیقه و ذائقه مصرف کنندگان بوجود می‌آید.

• شیوع بیماری‌های خطرناک به ندرت قابل پیش‌بینی است ولی می‌تواند ظرف مدت کوتاهی خسارت سنگینی ایجاد کند.

• همانطوریکه قبلاً نوشته شده است ایجاد واحدهای بزرگ پرورش طیور که دارای مدیریت ضعیفی می‌باشند باعث آلودگی‌های زیست محیطی خواهد شد. هرچند که در بسیاری از کشورهای در حال توسعه بخاطر عدم وجود قوانین مدون و یا عدم اجرای قانون به طور کامل، این واحدها به فعالیت خود ادامه می‌دهند اما پیامدهای آن بر دوش مردم خواهد بود. راه‌حلهایی در این زمینه وجود دارد که شامل تغییر مدیریت و اعمال شیوه‌های درست و اصولی و همچنین اعمال جریمه‌های سنگین مالی برای آلودگی از طرف دولت می‌باشد. سیاست گفتگوی دوجانبه، انجام مطالعات موردی برای رفع آلودگی‌ها، مؤثر هستند. همچنین دخالت دولت در این موارد شایان توجه است بعنوان مثال انتقال این واحدها به نقاطی خارج از شهرها و منابع تأمین آب، می‌تواند انجام پذیرد.

• پیامدهای ناشی از بازارهای جهانی شده بر سلامت مردم بسیار بدیهی می‌باشد هر زمان که بازارها به شدت به یکدیگر مرتبط بوده‌اند زمینه برای ظهور بیماری‌های مشترک بین انسان و دام مهیا بوده است. هر کجا که انسانها در مجاورت دامها زندگی کرده‌اند به علت عدم رعایت مسائل بهداشتی سبب تشدید بروز بیماری‌های مشترک

۱. biodiversity



زیرساختهای لازم برای ورود و توسعه به بازارهای جهانی و همچنین حمایت از خدمات تحقیق و توسعه در این بخش ضروری است.

• تغییر و تحولات در بازارهای جهانی بسیار سریع می‌باشد لذا تمرکز مدیریت در بازارهای جهانی شده باید روی شناخت و درک تغییرات بازار در آینده و بهمان اندازه تغییر در روش اداره و بکارگیری اندیشه‌های کاربردی باشد. برای این منظور مهم خواهد بود که مروری بر تحلیل‌های توسعه بازارها و همچنین آموزش فعالان و تولیدکنندگان داشته باشیم. از آنجا که اطلاعات با کیفیت مطلوب همیشه در دسترس نمی‌باشد؛ روشهای تجزیه و تحلیل باید قابل استفاده با اطلاعات محدود نیز باشد. [۸-۱۲]

۱۶- جمع‌بندی و نتیجه‌گیری

تجارت جهانی محصولات دامی بعنوان دریچه ارتباطی یک کشور با دنیای خارج می‌تواند تحولات بنیادی در راستای توسعه خوداتکاکا و پایدار ۲ بخش دامپروری را فراهم آورد و یا برعکس باعث ایجاد پیامدهای نامطلوب گردد. قابلیت و توانمندی بخشهای مختلف مرتبط با بازارهای جهانی، درجه بالایی از پویایی و انعطاف‌پذیری این بخشها، ضرورت انکارناپذیر برای موفقیت یک کشور در رویارویی با بازارهای جهانی است. موفقیت در تجارت خارجی محصولات دامی تضمینی بر ایجاد اشتغال گسترده در سطح کشور، استفاده مطلوب و مناسب از فرصتهای سودآور در جامعه جهانی به نفع شهروندان و توانمندی و ظرفیت‌سازی روزافزون برای مقابله با حجمه‌های مختلف کشورهای رقیب در ابعاد مختلف بویژه در بعد اقتصادی است. لیکن، فعالیت در عرصه تجارت خارجی نیز مستلزم کسب شرایط و واجد بودن برخی استانداردها و حداقلهاست، اگرچه اغلب بنگاههای اقتصادی، به صادرات به عنوان وسیله‌ای برای کاهش خطرات و ریسکهای نوسان تقاضا، می‌نگرند و آنرا در جهت مقابله با بحرانهای داخلی مفید می‌یابند، اما بازارهای خارجی به سهولت در اختیار صادرکننده قرار ندارد. رقابت در این بازارها بسیار تنگاتنگ بوده و حضور قوی و موثر در آن - آن گونه صادراتی که کشور را از مزایای اشتغال‌زایی، ارزآوری، آثار آموزشی و رفاهی و ... بهره‌مند

نماید، مستلزم اتخاذ سیاستهای مدون صادراتی و توجه به جنبه‌های خرد و کلان اقتصادی آن است. مدیریت استراتژیک و پویا در این زمینه عامل مهمی در دستیابی به رشد مطلوب در بخش تولیدات دامی خواهد بود. [۳]

فهرست منابع

- ۱- واترز، مالکوم. «جهانی شدن» ترجمه؛ اسماعیل مردانی گیری - سیاوش مریدی: انتشارات سازمان مدیریت صنعتی، تهران، ۱۳۷۹.
- ۲- لولون، پی یر و روبرو دو ویلد. «بازارهای کشاورزی». ترجمه؛ دکتر محمد حیاتی: سازمان انتشارات و آموزش انقلاب اسلامی، تهران، ۱۳۶۹.
- ۳- متوسلی، محمود. «سیاستهای تجاری و توسعه اقتصادی»: مؤسسه مطالعات و پژوهشهای بازرگانی، تهران، ۱۳۷۹.
- ۴- گودرزی، شعیب، «جهانی شدن پدیده فراروی» روزنامه همشهری، شماره ۴۶۴، مورخ ۱۳۸۴/۲/۱۲.
- ۵- سلطانی، علیرضا. «ادغام کشورهای در حال توسعه در فرآیندهای جهانی شدن اقتصاد»: نشریه سیاست خارجی، شماره ۴۶۴.
- ۶- W.T.O «با کشاورزی چه خواهد کرد»: نشریه دام و کشت و صنعت، شماره ۱۳.
- ۷- تقوی، مهدی. «تجارت بین‌الملل»: انتشارات پیشبرد، تهران، ۱۳۶۶.
- 8- Report of the 29th session of the committee on world food security, 12-16 May 2003, Rome, cl 124/10.
- 9- Report of the 17th session of committee on Agriculture, 31 March - 4 April 2003, Rome, 124/9.
- 10- FAO STAT 2002 figures.
- 11- Report of the 18th session of the committee on Agriculture, 9-10 February 2004, Rome, cl 127/9.
- 12- FAO Major output 213A8001 livestock, Environment and Development (LEAD) initiative.

۱- self - reliance

۲- sustainable