

جهانی شدن و اقتصاد سیاسی بازرگانی شدن کشاورزی در ایران

(بررسی وضع ویژه زعفران)

دکتر مسعود غفاری*

علی محمدزاده**

چکیده:

جهانی شدن فرایند پیچیده‌ای است که در زمینه‌های اقتصادی، اجتماعی، سیاسی، فرهنگی و فنی به سرعت رو به گسترش است و سویه‌ها و جلوه‌های تازه‌ای به روی سامانه‌های سیاسی می‌گشاید. در این پژوهش، در پرتو گفتمان نظری جهانی شدن و با تکیه بر جهانی شدن اقتصاد سیاسی، به شناسایی و معرفی بازدارنده‌ها و تنگناهای ساختاری در راه بازرگانی شدن کشاورزی ایران می‌پردازیم، به این امید که زمینه برای اجرای سیاستهای راهگشا و کارآمد هموار شود.

در پاسخ به پرسش چیستی بازدارنده‌ها و تنگناهای ساختاری برای بازرگانی شدن کشاورزی ایران، نگارنده نقش نارساییها و تنگناهای اجتماعی و سیاسی را که از سامانه سیاسی و فضای جامعه مایه می‌گیرد مهم می‌داند و با آنکه معرفی نارساییها در حوزه اقتصادی و بازرگانی را در راه بازرگانی شدن فرآورده‌های کشاورزی برای ورود به بازارهای جهان را به تنهایی سودمند نمی‌بیند، بررسی موردی نارساییها و دشواریها برای صدور زعفران، زوایای پنهان چنین انگاره‌ای را آشکار می‌کند.

* استادیار گروه علوم سیاسی دانشگاه تربیت مدرس
** دانشجوی دوره دکتری علوم سیاسی دانشگاه تربیت مدرس

پیشگفتار

در سالهای پس از جنگ جهانی دوم و بویژه در سالهای پایانی سده بیستم و آغاز سده بیست و یکم دگرگونیهای علمی، سیاسی و اقتصادی جهان از چنان شتابی برخوردار بوده که به کاهش سریع فاصلههای مکانی و زمانی و در هم تنیدگی و بهم آمیختگی بیشتر زمینههای اقتصادی، سیاسی و اجتماعی زندگی ملتها انجامیده و کرانههای تازه‌ای با ساختارها و پیوندهای تازه به روی بشریت گشوده است. امروزه، این فرایندها و به گسترش و جهان‌گیر، جهانی شدن خوانده می‌شود؛ فرایندی ملموس و اثرگذار، که همه زمینه‌های سیاستگذاری و تصمیمگیری و حوزه کارکرد دولتها را درمی‌نوردد و آنها را با چالشی بزرگ روبه‌رو می‌سازد. روشن است که بهره‌برداری در خور و کارشناسانه از این فضای تازه، در پرتوی یک برنامه راهبردی دقیق و بهره‌مند از شناخت درست پیوندهای جهانی و مدیریت علمی تواناییهای کشور می‌تواند سودمندیهای بسیار در راه توسعه جامعه ایران به ارمغان آورد. ایران با برخورداری از ظرفیتهای بالقوه و در خور توجه، با زدودن نارساییها و تنگناهای موجود بر سر راه ورود به فضای جهانی شدن، می‌تواند در بازارهای گسترده و دور دست جهان حضوری پویا داشته باشد. بخش کشاورزی ایران از توان چشمگیر برای افتادن در راه بازرگانی شدن و به‌سخنی، جهانی شدن و گسترش بازارهای هدف صادرات برخوردار است و بویژه با در انحصار داشتن تولید و صدور برخی فرآورده‌های کشاورزی، فرصت خوبی از رهگذر فرایند جهانی شدن به دست می‌آورد. اما پیروزی در این زمینه، گذشته از زدودن تنگناهای بازرگانی و اقتصادی، نیازمند بهسازی ساختارهای سیاسی، اجتماعی و حقوقی است.

در این پژوهش، پس از مباحث نظری، وضع فرآورده‌های کشاورزی ایران و نارساییهای اقتصادی، اجتماعی و سیاسی در راه بازرگانی شدن آن بررسی و برای شناساندن این نارساییها، به گونه موردی و به روش میدانی، دشواریها و تنگناهای صدور زعفران نشان داده شده است.^۱

مفهوم جهانی شدن

اصطلاحات -globalism, globalizing, global-ization از دهه ۱۹۶۰ میلادی در نوشته‌های علمی و ادبی به کار گرفته شد، در ۱۹۶۱ به فرهنگ و بستر راه یافت و در ۱۹۸۰ در فرهنگ اکسفورد در رده‌واژه‌های تازه ثبت شد. اما به گفته رابینسون، تا دهه ۸۰ جهانی شدن اعتبار علمی چندانی نداشت و از میانه‌های دهه ۸۰ کاربرد و اعتبار علمی جهانی شدن گسترش یافت. (واترز، ۱۳۷۹: ۱۱-۱۰) از دید مکالمات و واترز، جهانی شدن فرایندی است که در آن قیدوبندهای جغرافیایی که بر پیوندهای فرهنگی و اجتماعی سایه افکنده است از میان می‌رود و مردمان هر چه بیشتر از کاهش این قیدوبندها آگاه می‌شوند. (همان: ۱۲)

مک‌گرو، جهانی شدن را برقراری پیوندهای گوناگون و متقابل میان دولتها و جوامع می‌داند که به برپایی سامانه جهانی کنونی می‌انجامد، و نیز فرایندی که از راه آن رخدادها، تصمیمها و فعالیتها در یک بخش از جهان می‌تواند پیامدهای مهمی برای دیگر افراد و جوامع در بخشهای دور و نزدیک کره زمین داشته باشد. (بهکیش، ۱۳۸۰: ۲۵).

از دیدگاههای دیگر، جهانی شدن در چارچوب اصطلاحات و عباراتی مانند مدرنیته شدن، پسادرنیته، انعطاف‌پذیری، فشردگی زمانی-فضایی، سرمایه‌داری

○ در سه دهه گذشته، صادرات بخش کشاورزی ۸۰ درصد صادرات غیر نفتی را تشکیل داده است. در این چند سال، به علت تشویق صادرات و افزایش تولید، صدور فرآورده‌های کشاورزی شتاب بیشتری داشته، هر چند از دید گاه ارزش، هنوز به ۶۸/۱۰ درصد صادرات غیر نفتی در سال ۶۸ نرسیده است.

۳- جهانی بودن، گونه‌ای نگاه کلی به جهانی شدن است و بیشتر به میراث جهانی بشر و اشتراکات فرهنگها نظر دارد و نگاهی یکسره و روشنفکرانه و غیرایدئولوژیک است. (تقریرهای درس جهانی شدن دکتر غفاری، ۱۳۸۵-۱۳۸۶)

در این نوشته، جهانی شدن همچون یک فرایند مطرح است؛ فرایندی که در ازای زمان پدیدار شده و دارای رویه‌های چندگانه و پیچیده است که به گونه‌ای فرایند در پیوند زدن و بهم آمیختن سوبه‌های گوناگون فرهنگی، سیاسی، اقتصادی و علمی زندگی انسانها و جوامع به پیش می‌رود.

جهانی شدن اقتصاد سیاسی

در حوزه جهانی شدن اقتصاد سیاسی، نقش دولتها از یک سو و بازارهای ملی و بین‌المللی از سوی دیگر و چگونگی همکاری و پیوندهای چندگانه آنها، پژوهشگران اقتصادی را به خود جلب کرده است و هر دسته به فراخور دیدگاه و گرایش خویش از زاویه‌ای ویژه به آن نگریده‌اند.

رابرت گیلین اقتصاد سیاسی را کنش متقابل دولت و بازار می‌داند و بر این باور است که بی‌دولت و بازار، اقتصاد سیاسی وجود نخواهد داشت. از دید وی، هر چند اقتصاد سیاسی هنوز ناروشنی‌هایی دارد، ولی پرسشهایی درباره پیوند متقابل دولت و بازار پیش می‌کشد از جمله، اثر تصمیمات سیاسی و منافع سیاسی بر تولید و توزیع ثروت و فعالیت‌های اقتصادی از دیدگاه دولت، مرزهای جغرافیایی پایه لازم استقلال ملی و یکپارچگی سیاسی است، اما برای بازار از میان رفتن همه تنگناها و نارساییهای سیاسی و غیر سیاسی برای عملکرد مکانیزم قیمت ضرورت دارد. . . . منطبق دولت تصاحب و کنترل فرایند رشد اقتصادی و انباشت سرمایه است. (تقوی، ۱۳۷۹: ۲۳-۲۴) اما، جهانی شدن اقتصاد- که اصل همگانی شدن سامانه اقتصاد بازار و گسترش سرمایه‌داری را دنبال می‌کند- دولتها را بعنوان عامل و کارگزار اقتصادی به رسمیت نمی‌شناسد، بلکه به آنها همچون نیروهای ناظر با کمترین دخالت در کارهای اقتصادی می‌نگرد.

○ سرمایه‌گذاری در بخش کشاورزی از سوی دولت، به علت وابستگی کشور به فروش نفت، همواره ناپایدار بوده است. سرمایه‌گذاری در بخش کشاورزی، یعنی بهینه‌سازی زیرساختهای روستایی، راهها، ماشینهای کشاورزی، آبیاری و زه‌کشی، امکانات ذخیره‌سازی، پلکانی کردن زمینهای شیبدار، برقرسانی و ارتباطات، پژوهش و پرورش زمینهای کشاورزی، آموزش و پرورش روستایی، ترویج و اصلاح بذر، خدمات بازاری، یارانه‌ها و

غیرسازمان یافته (کیت نش- ۱۳۸۴: ۱۱۰-۸۰)، گسترش پیوندهای برون‌مرزی میان انسانها در فضای دگرگون شونده اجتماعی (Scholte 2000, 49) و هم‌رده با اصطلاحاتی چون بین‌المللی شدن، لیبرالی شدن، همگانی شدن و فرامرزی بودن، از سوی برخی اندیشمندان، مطرح شده است. (همان: ۴۲)

بر سرهم، جهانی شدن را می‌توان در سه دیدگاه دسته‌بندی کرد:

۱- جهانی شدن، بعنوان یک پروژه، که بیشتر در بردارنده نگرشی کمابیش ایدئولوژیک به پدیده جهانی شدن است و بر خورد فکری-بویژه میان مارکسیست‌ها و نئولیبرال‌ها را- در نگاه به سرمایه‌داری و نسبت آن با جهانی شدن برانگیخته است. مباحثی چون جهانی‌سازی، استعمار، شمال-جنوب و . . در این قلمرو جای می‌گیرد.

۲- جهانی شدن بعنوان فرایند، که بیشتر در مدرنیته، نوسازی، پست‌مدرنیسم و همگانی شدن آگاهیها، از آن سخن گفته می‌شود و جهانی شدن را پسامدیک دگرگونی طبیعی برآمده از اقتضات اقتصادی، علمی، سیاسی و اجتماعی می‌داند.

سیاست آزادسازی بازرگانی و کاهش تنگناهای تعرفه‌ای در قطبهای اقتصادی جهان بویژه پس از جنگ دوم جهانی در روند گفتگوهای گات و دور اروگوئه، که سرانجام در ۱۹۹۵ به پا گرفتن سازمان بازرگانی جهانی (W.T.O.) انجامید، به دست آمد.

نکته مهم اینکه، پیروزی در زمینه بازرگانی خارجی، در گرو افزایش توان رقابت پذیری و بهره‌وری نیز هست که بی‌برخورداری از بخش خصوصی توانمند و کارآمد و مدیریّت روشمند برای بهره‌گیری از مزایای اقتصاد جهانی، شدنی نیست. رقابت پذیری در سه سطح خرد (توانایی به دست دادن فرآورده‌ها و خدمات با کارایی و بهره‌وری بیشتر از رقبای سودده کردن عوامل تولید)، سطح میانه (توانا کردن بنگاههای اقتصادی و کارخانه‌ها، بی‌بوششهای پشتیبانی) و سطح کلان (توانایی شهر و ندان برای رسیدن به معیار زندگی مرّقه) باید مورد توجه قرار گیرد (سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی آذربایجان شرقی، ۱۳۸۵: ۳۴۰).

بنابراین، دولت‌ها باید با پدید آوردن فضای قانونی و پایدار و پیش‌بینی‌شدنی، ساختار اقتصادی نرمش‌پذیر، سرمایه‌گذاری در زیرساخت‌های سنتی و تکنولوژیک،

○ امنیت سرمایه‌گذاری در گرو پایداری سیاسی و پیوندهای بهنجار با جهان است و در پیش گرفتن سیاستهای سنجیده اقتصادی در برابر بازارهای داخلی و جهانی، فرایند ورود سرمایه خارجی به کشور را آسان می‌سازد. به کارگیری چنین سیاستهایی نیازمند یک رشته بهسازیهای ساختاری، آزادسازی بازرگانی، تضمین فضای مناسب برای فعالیت بخش خصوصی و بهسازی سامانه‌های مالیاتی، پولی و ارزی و... است.

اما نقش دولت در فراهم‌سازی زیرساخت‌های درخور رشد و توسعه اقتصادی، تدوین قانونها و مقررات بازرگانی فرابخور بازارهای جهانی، تنظیم سامانه حقوقی مالکیت مؤثر، سرمایه‌گذارهای انسانی و مالی، هدایت و نظارت بر شرکت‌های اقتصادی و بی‌ریزی ظرفیتهای لازم برای حضور این شرکتها در بازارهای جهانی و بسیار نمونه‌های دیگر در این راستا، انکارناپذیر است.

در حوزه اقتصاد بین‌المللی قوانین مربوط به تعرفه کشورهای بر واردات و صادرات، حقوق گمرکی، انواع عوارض بر واردات و صادرات، سیاستهای بازرگانی غیرتعرفه‌ای و بر سرهم آزادسازی بازرگانی و مالی و تشویق خصوصی‌سازی و کاهش تصدّی‌گری دولت، اقتصادی سیاسی را جهانی ساخته است که بویژه در آمریکای شمالی، اروپا و تاندازه‌ای آسیای خاوری و جنوب خاوری، خود را نشان می‌دهد.

از سوی دیگر اندازه توجه به قواعد بازی سیاسی بین‌المللی، نقش سازمانهای اقتصادی بین‌المللی، جنگ و درگیریهای منطقه‌ای (پژوهشهای اقتصادی، ۱۳۸۴- شماره ۱۵: ۶)، پیوستن یا نپیوستن به پیمانهای اقتصادی منطقه‌ای، قانونها و مقررات داخلی، چگونگی اعتبارات و... بر اقتصادیک کشور بویژه در حوزه‌هایی همچون بازرگانی خارجی، سرمایه‌گذاری، بهره‌مندی از تسهیلات مالی و... اثر می‌گذارد و با اندکی ژرف‌اندیشی در این موضوعات، پیوند ژرف سیاست و اقتصاد را چه در سطح ملی و چه در سطح بین‌المللی درمی‌یابیم.

ابزارهای اقتصادی جهانی شدن

ابزارهای اقتصادی جهانی شدن را بیشتر بازرگانی بین‌المللی، سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی، بین‌المللی شدن تولید و پیشرفتهای فنی می‌دانند. (بهکیش ۱۳۸۱: ۳۱) برخی کارشناسان فزون بر این ابزارهای چهارگانه، از دادوستدهای مالی و کوچ نیروی کار (مؤسسه مطالعات و پژوهشهای بازرگانی، ۱۳۷۷: ۳۴۷) هم نام می‌برند. دادوستدهای مالی را نیز می‌توان همچون بخشی از سرمایه‌گذاری و گونه‌ای بازرگانی به حساب آورد.

رونق بازرگانی بین‌المللی در پرتو به کارگیری

است. (بهکیش، ۱۳۸۱: ۳۶)

ابزار دیگر جهانی شدن، بازار بین‌المللی کار و کوچ نیروی انسانی است که در دهه‌های پایانی سده بیستم به گفته پل هرست و گراهام تامپسون یک پدیده جهانی شده است. کوچندگان بامنزله‌های اقتصادی-اجتماعی گوناگون، پناهندگان، کارگران کوچنده، افراد در جستجوی سریناه، کارگران مهمان و... را در برمی‌گیرد. کاستلز و میلر شمار این گونه کوچندگان را در ۱۹۹۲، صد میلیون تن برآورد کرده‌اند. (Mc Grew and Held, 2003: 336-337)

در جهانی شدن اقتصاد، نهادهایی مانند سازمان ملل متحد، صندوق بین‌المللی پول، بانک جهانی و سازمانها و شرکتهای غیردولتی و غیرانتفاعی (NGO) همچون شرکتهای چندملیتی (MNC)، شرکتهای فراملی (TNC)، مراکز ماوراءبحار (آزاد تجاری Offshore) و پیمانهای اقتصادی منطقه‌ای - که بیشتر در حوزه آمریکای شمالی، اروپای باختری و خاوری، اقیانوسیه و آسیای جنوب خاوری و ژاپن کوشنده هستند - نقشی بنیادی بازی می‌کنند. (قوام، ۱۳۸۲: ۱۶۰-۱۰۱)

نگاهی به کشاورزی ایران

گستره زمینهای کشور ۱۶۵ میلیون هکتار است که نزدیک به ۱۰ درصد آن (۱۶ میلیون هکتار) برای کشت خوب است و نزدیک به ۲۰ درصد از زمینهای بایر را هم با هزینه هنگفت می‌توان برای کشت آماده کرد. از زمینهای درخور کشت ۳۳ درصد آبیاری می‌شود و کشت در

○ در اقتصادهایی که تخصیص منابع، تولید، بازارگانی، سیاستگذاری و تصمیم‌گیری در زمینه اقتصاد و کشاورزی به دست دولت است، تنگناها و نارساییهای سیاسی فراراه جهانی شدن اقتصاد کشاورزی، دست کمی از تنگناهای اقتصادی ندارد.

رو کردن به بازارهای بین‌المللی، جذب سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی، توجه به کیفیت کالا، روشن‌سازی کارکرد دولت و دستگاه اداری، توجه به سامانه اجتماعی برای کاستن نابرابریها، سرمایه‌گذاری در آموزش و پژوهش، ایجاد پیوند میان دستمزدها و بهره‌وری و مالیات، رقابت‌پذیری را افزایش دهند. (همان: ۳۴۲)

روشن است که با پرداختن به موارد یادشده، آزادسازی بازرگانی گذشته از کاهش دادن هزینه‌ها، بالا رفتن جایگاه اقتصادی کشور در جهان، رشد تولید ناویژه داخلی و رفاه اقتصادی را به دنبال خواهد داشت و پیوستن به جهانی شدن در پهنه اقتصاد، با نگرانی کمتری همراه خواهد بود.

در حوزه سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی، وامهای بانکی، اوراق قرضه، اوراق بهادار، خرید سهام، جایگزینی ارزها، پیش‌خریدها، بیمه‌انگیزی و... از برجسته‌ترین موارد است. در سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی، به دو کنشگر ریسک و بازدهی برآوردی توجه می‌شود، زیرا هر جا که اندازه ریسک و خطر برای سرمایه‌بالاتر باشد، گرایش سرمایه‌به آنجا کُند خواهد بود (امنیت سرمایه) و هر جا اندازه بازدهی برآوردی سرمایه‌بالاتر باشد، روی آوری سرمایه‌به آن زودتر خواهد بود. (بهکیش، ۱۳۸۱: ۳۳)

روشن است که دولت و شرکتهای سرمایه‌گذار، شاخصها و ویژگیهای چندی برای سنجش اندازه ریسک و بازدهی چشم‌داشتی در نظر می‌گیرند و برپایه چنین برآوردهایی تصمیم می‌گیرند. بین‌المللی شدن تولید، با توجه به اصل برتری رقابتی و رقابت‌پذیری - که در بالا گفته شد - در جهانی شدن اقتصاد، نقشی برجسته دارد. امروزه، در بازرگانی خارجی و بویژه در حوزه تولید کالا، اصل مزیت نسبی، جایش را به مزیت رقابتی داده است، زیرا در جهانی شدن اقتصاد، رقابت‌پذیری مهمترین عامل گرایش مصرف‌کنندگان به سوی کالاها و خدمات شناخته می‌شود.

تبادل تکنولوژی، ابزار دیگر جهانی شدن اقتصاد است، بویژه با بهره‌گیری از داده‌ها، رایانه، مخابرات، اینترنت، فاصله‌های فیزیکی و جغرافیایی (مکانی) از میان برداشته شده و گونه‌ای جهانگرایی تکنولوژیک پدید آمده

○ تنگناها و نارساییهای موجود در راه جهانی شدن و نیز بازرگانی شدن کشاورزی ایران، تنها اقتصادی نیست، بلکه نارساییهای حقوقی (ناهمخوانی برخی از اصول قانون اساسی و بسیاری از مقررات گمرکی و بازرگانی و قوانین حاکم بر صادرات و واردات با اصول پذیرفته شده از سوی WTO)، سیاسی، اجتماعی و... نیز نقش برجسته در دست نیافتن ایران به بازارهای جهانی و دور ماندن فرآورده‌های آن از سرمایه‌ها و درآمدهای برخاسته از بازرگانی جهانی دارد.

پرداختن به توسعه صنعتی و نرسیدن به بخش کشاورزی، واردات فزاینده فرآورده‌های کشاورزی و... از سیاستهایی بود که سخت از شکوفایی بخش کشاورزی جلوگیری کرد و شاید بتوان گفت که سیاستهای بازرگانی مربوط به بخش کشاورزی، کمابیش در همه برنامه‌های آبادانی رژیم گذشته جایی اندک داشته و به درستی به آن پرداخته نشده است. بدین سان، سهم بخش کشاورزی از تولید ناویژه داخلی، از ۳۸ درصد در ۱۳۳۸، به ۸/۵ درصد در پایان برنامه پنجم کاهش یافت. (همان: ۱۳۸-۱۶)

در سالهای پس از انقلاب، سامانه سیاسی نوپای کشور، با بحرانهای بزرگی روبه‌رو شد. ناپایداریهای سیاسی در سالهای آغازین انقلاب، جنگ تحمیلی، تحریم اقتصادی ایران، کم و زیاد شدن فراوان بهای نفت که اقتصاد ایران سخت به آن وابسته بود و بر خوردار بودن ایران از مزیت‌های بالقوه در بخش کشاورزی، سبب شد که این بخش بیشتر مورد توجه قرار گیرد و به انگیزه تأمین امنیت غذایی، سیاستهای جایگزینی واردات و رسیدن به خودکفایی-بویژه در مورد فرآورده‌های کشاورزی استراتژیک- در کانون توجه برنامه‌ریزان اقتصادی کشور

۶۷ درصد باقیمانده، دیمی است. (ابریشمی، ۱۳۷۵: ۵) در دوران پهلوی دوم، کشاورزی ایران به درستی مورد توجه قرار نگرفت و سرمایه‌گذاری چندانی در این زمینه نشد و هر چه به پایان حکومت پهلوی نزدیکتر شدیم، از رسیدگی به بخش کشاورزی کاسته شد. برنامه هفت ساله نخست (۱۳۳۴-۱۳۲۷) بی بهره از هر گونه راهکار سیاسی برای بازرگانی فرآورده‌های کشاورزی بود؛ در برنامه دوم (۱۳۴۱-۱۳۳۴)، دو سوم اعتبارات کشاورزی و آبیاری به تهیه و تأمین آب اختصاص یافت و برخی سدها ساخته و تکمیل شد؛ در برنامه سوم (۱۳۴۶-۱۳۴۱) از آنجا که استراتژی صنعتی شدن در دستور کار قرار داشت و می‌بایست منابعی از بخش کشاورزی گرفته و به بخش صنعت داده شود، برنامه‌ریزی در چارچوب اصلاحات ارضی محدود ماند. این برنامه، سامانه تولید و بهره‌برداری را سخت دگرگون کرد که پیامدش در سالهای پس از آن، افت تولید و سرمایه‌گذاری در بخش کشاورزی بود.

در برنامه چهارم (۱۳۴۷-۵۱)، با توجه به گزینش الگوی توسعه صنعتی در برنامه سوم، کاهش سرمایه‌گذاری، کاهش سطح زمینهای زیر کشت در سایه اصلاحات ارضی، کاهش اشتغال در بخش کشاورزی و سپس کاهش صدور فرآورده‌های کشاورزی پیش آمد. در برنامه پنجم (۱۳۵۶-۱۳۵۱) و بویژه پس از افزایش بهای نفت در ۱۳۵۳ و بالا رفتن درآمدهای کشور، برنامه فراگیر توسعه در انداخته شد و چون هدف آن توسعه صنعتی هر چه بیشتر بود، باز هم سرمایه‌گذاری در بخش کشاورزی کاهش یافت. بدین سان، رشد بخش کشاورزی که در برنامه ۷ درصد پیش‌بینی شده بود، در عمل از ۴/۷ درصد فراتر نرفت. بیشتر سرمایه‌گذارها و تسهیلات بانکی و اعتبارات و یارانه‌ها به نهادهای کشاورزی (کود، سم، ماشینهای کشاورزی و...)، به یکانهای بزرگ کشاورزی و کشت و صنعت و در واقع بخش کوچک کشاورزی مدرن ایران سرازیر می‌شد. (کمیحانی، ۱۳۸۰: ۱۷-۶) بر سر هم، بهای پایین فرآورده‌های کشاورزی، افزایش جمعیت و مصرف داخلی بیشتر، افزایش هزینه‌های تولید و بویژه ناتوانی خرده مالکی پدید آمده در سایه اصلاحات ارضی،

خوب عمل کرد و از رشدی برابر ۵/۹ درصد برخوردار گردید. در بیشتر شاخصها و فرآورده‌های عمده کشاورزی، رشد پدیدار بود. برای نمونه، تولید گندم از ۶ میلیون تن در ۱۳۵۶، به ۱۰/۹ میلیون تن در ۷۳ رسید. (ابریشمی، ۱۳۷۵: ۱۵) سهم بخش کشاورزی در برنامه نخست، ۲۷ درصد از تولید ناویژه داخلی بوده است. در زمینه صادرات نیز این بخش کار کرد خوبی داشته است زیرا، هم ارزشی کمتری در سنجش با دیگر بخشها داشته و هم اندازه صادرات فراتر از هدفهای پیش بینی شده در برنامه بوده است (کميجانی، ۱۳۷۴: ۴۳۲)، به گونه‌ای که درآمد ناشی از صدور فرآورده‌های کشاورزی، کمایش ۱۸ درصد بیشتر از درآمد پیش بینی شده بوده است. (کميجانی، ۱۳۸۰: ۲۳)

دستاوردها در بخش کشاورزی سبب شد که در برنامه دوم توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی کشور (۱۳۷۴-۷۸) بر نقش پایه‌ای بخش کشاورزی در توسعه اقتصادی پافشاری شود، به گونه‌ای که یکی از هدفهای کیفی برنامه دوم، رشد و توسعه پایدار اقتصادی با محوریت بخش کشاورزی تعیین شد و نزدیک به یک پنجم تبصره‌های برنامه، به بخش کشاورزی اختصاص یافت؛ سهم بخش کشاورزی از بودجه عمرانی به ۵/۵ درصد و از سرمایه‌گذاری ناخالص به ۶/۷ درصد فزونی گرفت، ولی سهم این بخش از بودجه جاری کشور، از ۴/۴ به ۳/۵ درصد رسید. (همان: ۲۴)

در زمینه بازرگانی خارجی، تنظیم حرکت در برنامه بخشهای گوناگون اقتصادی (آب، صنعت، انرژی، ترابری، بازرگانی، بانک و...) در راه توانمندسازی بخش کشاورزی، تعیین تعرفه‌های گمرکی برای پشتیبانی از تولیدات داخلی، استمرار یارانه و معافیت‌های مالیاتی، فراهم کردن امکانات و تسهیلات مناسب صدور تولیدات کشاورزی، در برنامه دوم منظور شده بود. برای دستیابی به مزیت‌های نسبی کشور در پهنه جهانی و پدید آوردن رقابت در زمینه تولیدات، روشهایی همچون مدیریت سامانه ارزی شناور و از میان برداشتن مراحل دست‌ویاگیر اداری و گمرکی و ترخیص کالا در نظر گرفته شده بود. (همان: ۲۶-۲۵) هر چند در این سالها به سفارش نهادهای اقتصادی بین‌المللی برنامه‌های تعدیل

○ آنچه بازرگانان ایران را با آسیب‌هایی همچون کیفیت بد، تقلب، رقابت پذیری اندک و سرانجام از دست رفتن بازار یا ارزان فروشی این گرانبهاترین ادویه به کشورهای دیگر و به‌رو می‌سازد، به مرحله برداشت و فراوری زعفران تا هنگام صدور آن بر می‌گردد.

قرار گرفت.

آشفستگی‌های یادشده در دهه نخست انقلاب و فشارهایی که به کشور می‌آمد، به تدوین برنامه‌های کوتاه‌مدت و واکنشی از سوی دولت انجامید به گونه‌ای که از این دوره (۱۳۵۷-۶۸) با عنوان سالهای بی‌برنامه مشخص اقتصادی یاد می‌شود. با این همه، بخش کشاورزی، به علت وابستگی کمتر به بیرون کشور، در سنجش با دیگر بخشهای اقتصادی بهتر توانست در برابر تحریم اقتصادی، فراز و فرودهای نفت و جنگ تحمیلی پایداری کند. (همان: ۱۸)

در زمینه بازرگانی خارجی، با توجه به ساختار دولتی آن و آشوبهای سیاسی برآمده از جنگ، بیشتر با برپایی کانونهای تهیه و توزیع، گزینش اندازه کالاهای وارداتی در دست دولت قرار گرفت و واردات کشاورزی کاهش یافت. (همان: ۱۹)

با پایان یافتن جنگ، نیاز به یک برنامه فراگیر برای بازسازی کشور و افزایش توان دفاعی و رشد و توسعه اقتصادی احساس شد. در نخستین برنامه توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی کشور (۱۳۶۸-۷۳)، در بخش کشاورزی، افزایش تولیدات، رسیدن به خودکفایی، بهبود نسبی میانگین شاخص تغذیه، نگهداری و بازسازی منابع طبیعی تجدیدشونده، افزایش میانگین درآمد سرانه شاغلان، ساماندهی بازار فرآورده‌های کشاورزی و پیروی از سیاستهای حمایتی، قیمتگذاری و... مورد تأیید قرار گرفت. (همان: ۲۱-۲۲) در این برنامه، روی هم رفته، بخش کشاورزی

صادر کنندگان، معاف کردن صادر کنندگان از پرداخت مالیات و عوارض، تجمیع عوارض، دادن جوایز صادراتی و مقررات زدایی از بازرگانی خارجی دنبال شد که افزایش صادرات غیر نفتی، بویژه صادرات کشاورزی را در پی داشت. برای نمونه، در ۱۳۸۳، ۱۲۰۰/۵ هزار تن فرآورده‌های کشاورزی به ارزش ۱۴۳۵/۶ میلیون دلار صادر شد که ۲۱ درصد ارزش صادرات غیر نفتی را در بر می‌گرفت.

تصویب برنامه‌فرآگیر توسعه صادرات، دنبال کردن استراتژی جهش صادراتی از راه دادن جایزه و انگیزه‌های صادراتی و توجه به اصل مزیت رقابتی و رعایت استانداردهای کیفی و زیست محیطی، کاهش نرخ سود بانکی و دست‌آخرا راه‌اندازی بورس کالاهای کشاورزی در شهریور ۱۳۸۳، از کارهای خوب در برنامه سوم توسعه شمرده می‌شود. (بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران، ۱۳۸۵: ۸-۱۷۳). برای آگاهی بیشتر به جدول شماره ۱ مراجعه شود.

درباره کارکرد سیاست‌های برنامه چهارم (۱۳۸۴-۸۸)، هنوز آمارهای سال ۸۵ کشاورزی منتشر

اقتصادی در دستور کار بود، با این همه، هنوز توجه چندانی به برنامه‌های بازرگانی و کشاورزی نمی‌شد.

در برنامه سوم توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی کشور (۱۳۸۴-۱۳۷۹)، نرخ رشد واقعی بخش کشاورزی ۴/۳ درصد بوده است که در برابر نرخ هدف گذاری شده ۵/۱ درصد کاهش نشان می‌دهد. سهم یارانه‌های کشاورزی در سالهای برنامه افزایش داشته و بیشتر به فرآورده‌های خوراکی داخلی، نهاده‌های کشاورزی و خریدهای تضمینی، پرداخت شده است. تسهیلات بانکی هم، روی هم رفته، روند افزایشی داشته است به گونه‌ای که دولت ناگزیر شده دست کم ۲۵ درصد از تسهیلات اعطایی سامانه بانکی را به بخش آب و کشاورزی کشور اختصاص دهد.

در بخش بازرگانی داخلی، هدفمند کردن یارانه‌ها، خرید تضمینی کالاهای تولید داخل، ساماندهی اصناف، گسترش استانداردها و در بخش بازرگانی خارجی، آسان‌سازی بازرگانی و آزادسازی دادوستدهای ارزی، دادن یارانه و انگیزش‌های صادراتی به کالاهای پایداری نسبی نرخ ارز، دادن تسهیلات ارزی و ریالی به

جدول ۱- برداشت و سطح زیر کشت فرآورده‌های عمده کشاورزی، سالهای (۸۴-۱۳۸۱)

محصولات آبی و دیم (باغی-زراعی)	سال زراعی ۱۳۸۱-۸۲		سال زراعی ۱۳۸۲-۸۳		سال زراعی ۱۳۸۳-۸۴	
	اندازه برداشت	زیر کشت	اندازه برداشت	زیر کشت	اندازه برداشت	زیر کشت
غلات	۲۰/۹۳ میلیون تن	۸/۷۸ میلیون هکتار	۲۵/۴۲۴ میلیون تن	۹/۰۹ میلیون هکتار	۲۱/۹۰ میلیون تن	۹/۵۱ میلیون هکتار
حبوبات	۶۷۲ هزار تن	۱۰۱۴ هزار هکتار	۶۶۵ هزار تن	۹۳۰ هزار هکتار	۶۳۹ هزار تن	۹۰۸ هزار هکتار
محصولات صنعتی کشاورزی	۱۱/۸۹۶ میلیون تن	۶۳۲ هزار هکتار	۱۱/۶۶۲ میلیون تن	۶۲۲ هزار هکتار	۱۱/۳۷ میلیون تن	۷۰۵ هزار هکتار
سبزیها	۱۲/۶۱ میلیون تن	۴۶۲ هزار هکتار	۱۲/۵۲ میلیون تن	۴۷۰ هزار هکتار	۱۴/۹ میلیون تن	۵۰۲ هزار هکتار
محصولات جالبیزی	۵/۹۹ میلیون تن	۳۰۹ هزار هکتار	۶/۰۴ میلیون تن	۲۹۶ هزار هکتار	۷/۳۳ میلیون تن	۳۴۱ هزار هکتار
گروه نباتات علوفه‌ای	۱۰/۴۴ میلیون تن	۸۶۲ هزار هکتار	۱۰/۹۱ میلیون تن	۸۶۵ هزار هکتار	۱۴/۴۸ میلیون تن	۹۵۷ هزار هکتار
پسته	۲۳۵ هزار تن	۴۲۰ هزار هکتار	۱۸۵ هزار تن	۴۳۱ هزار هکتار	۲۳۰ هزار تن	۴۴۰ هزار هکتار
خرما	۹۶۵ هزار تن	۲۳۰ هزار هکتار	۹۹۰ هزار تن	۲۳۳ هزار هکتار	۹۹۷ هزار تن	۲۳۹ هزار هکتار
مرکبات	۳/۸۸ میلیون تن	۲۵۶ هزار هکتار	۴/۱۲ میلیون تن	۲۶۳ هزار هکتار	۴/۲۷ میلیون تن	۲۶۰ هزار هکتار
زعفران	۲۲۵ تن	۵۴/۴۳۷ هکتار	۲۲/۰۴ تن	۵۶/۵۰۵ هکتار	۲۳۹/۸ تن	۵۷/۶۹۴ هکتار

مأخذ: وزارت کشاورزی، آمارنامه کشاورزی محصولات زراعی-باغی، سالهای گوناگون

دارد)، گردو (ایران سومین تولیدکننده این فراورده است، ولی سهم اندکی از بازار جهانی آنرا دارد). (کميجانی، ۱۳۸۰: ۱۵۸-۱۱۷)

بنابراین، با درپیش گرفتن سیاستهای اصولی، درست و کارآمد و با برنامه‌ریزی دقیق و نیز برخورداری از يك سامانه اجرایی کارآمد، چشم‌انداز درخشانی برای حضور فراورده‌های کشاورزی ایران در بازارهای جهانی وجود خواهد داشت.

موانع بازرگانی شدن

فراورده‌های کشاورزی ایران

الف: موانع بازرگانی-اقتصادی (تعرفه‌ای)

۱- حقوق گمرکی (عوارضی که دولت به انگیزه پشتیبانی از کالاهای داخلی، از کالاهای وارداتی می‌گیرد) در چارچوب حقوق گمرکی مالیاتی یا حقوق گمرکی حمایتی

۲- تعرفه گمرکی (هرگونه عوارض گمرکی که به تصمیم مراجع قانونی به همه کالاهای وارداتی در يك زمان معین، تعلق می‌گیرد).

۳- رژیم گمرکی (نظامها و مقرراتی که برای به اجرا گذاشتن تعرفه و دیگر حقوق گمرکی وضع شده است).

۴- عوارض بر صادرات (به انگیزه جلوگیری از کاهش ذخیره مواد اولیه و همچنین تشویق صنعت یا

نشده است، اما آنچه به بخش کشاورزی و بویژه بازرگانی خارجی فراورده‌های کشاورزی مربوط می‌شود، این است که برنامه به از میان برداشتن موانع تعرفه‌ای و غیرتعرفه‌ای، معافیت کالاهای صادراتی از عوارض و مالیات و... رقابت‌پذیری و بویژه ماده ۱۱ آن به افزایش تسهیلات در مورد طرح‌های کشاورزی و دامپروری و ادامه یافتن یارانه‌های کشاورزی، خرید تضمینی محصولات استراتژیک و آسان‌سازی مقررات بازرگانی و پشتیبانی از تولیدات کشاورزی و... پرداخته است (پژوهشکده اقتصاد دانشگاه تربیت مدرس، ۱۳۸۴: ۳۱۰-۳۱۲)

بازرگانی و فراورده‌های صادراتی ایران

در سه دهه گذشته، صادرات بخش کشاورزی ۸۰ درصد صادرات غیرنفتی را تشکیل داده است. (کميجانی، ۱۳۸۰-۱۱۱) در این چند سال، به علت تشویق صادرات و افزایش تولید، صدور فراورده‌های کشاورزی شتاب بیشتری داشته، هرچند از دیدگاه ارزش، هنوز به ۴۷/۱۰ درصد صادرات غیرنفتی در سال ۶۸ نرسیده است.

خشکبار از مهمترین کالاهای کشاورزی صادراتی ایران است که ۲۰ درصد صادرات غیرنفتی را تشکیل می‌دهد و فراورده‌هایی همچون پسته، خرما، کشمش و برگه زردآلو را در برمی‌گیرد. میوه و فراورده‌های صیفی تازه مانند سیب، پرتقال، انار، گلابی، خربزه، هندوانه، نارنگی، انگور و... بویژه به بازارهای آسیای میانه و حوزه‌های جنوبی خلیج فارس صادر می‌شود. (همان:

۱۱۳-۱۱۲) پسته ایران ۸۰ درصد بازار جهانی را در اختیار دارد و اتحادیه اروپایی مهمترین مشتری ایران است و آلمان به تنهایی نیمی از پسته صادراتی ایران را می‌خرد. در سالهای پس از جنگ، بادشواریهایی که برای عراق پدید آمد، سهم صادرات خرما را افزایش یافت و در ۱۳۷۳ کمابیش به ۵۰ درصد صادرات جهان رسید. اروپا و کشورهای همسایه ایران بیشترین خرید خرما را از ایران دارند. کشمش، مویز، بادام، برگه زردآلو، زعفران (ایران بزرگترین تولیدکننده و صادرکننده جهانی این فراورده است)، زیره (۴۰ درصد تولید جهانی آنرا ایران

○ نبود هماهنگی و همکاری میان صادرکنندگان زعفران و حثارت رقابت منفی آنها با یکدیگر (ارزان فروشی) و بی توجهی به رقابت سالم و بالا بردن تواناییها و شایستگیهای خویش در پهنه بازرگانی جهانی، بازارها را از دسترس بازرگانان ایرانی دور ساخته است.

○ قاجاق زعفران و ریخته شدن زعفران تقلبی به بازار، بویژه افزوده شدن زعفران هندی در دبی به زعفران ایرانی، که مردمان عادی توان تشخیص این آمیختگی را ندارند، و فروش آن به نام ایران، چه بسا خطر تحریم شدن زعفران ایران را پیش آورد.

مربوط به محیط زیست و بهداشت، نگهداری کالا در قرنطینه بیش از اندازه لازم (تبعیض، زمان ورود، محل ورود یا ارزش متفاوت) و چگونگی بسته بندی کالا، نام برد که دولتها مقررات و قوانینی درباره آنها دارند (کميجانی، ۱۳۷۴: صص ۴۶-۵۱ و همچنین بهکیش، ۱۳۸۱: ۲۶۹-۲۶۷ و کميجانی، ۱۳۸۰: ۸۸)

تا آنجا که به فراورده های کشاورزی برمی گردد، در پیمان نامه های گات و سازمان جهانی بازرگانی بیشتر یارانه های مربوط به صادرات کالاهای کشاورزی، از دید وزن، تا ۲۱ درصد و از دید ارزش، تا ۳۶ درصد کاهش می یابد، ولی برخی یارانه ها مجاز شمرده شده و برای پاره ای از کالاهای پراخت می شود. در مذاکرات دور او و گویه مقرر شده است که همه محدودیت های غیر تعرفه ای به محدودیت های تعرفه ای تبدیل شود و نرخ تعرفه ها تا سطح ۳۶ درصد در یک دوره ۶ ساله کاهش یابد. اما برای بالا بردن کیفیت کالا، محدودیت های کیفی و استانداردها پابرجا و نگهداری شد. (کميجانی، ۱۳۷۴: ۱۹۵-۶)

از آنجا که ایران انحصار تولید و صدور پسته و زعفران را دارد و این فراورده ها بر پایه استانداردهای اروپایی و از بالاترین کیفیت برخوردار است، تعیین شدن تعرفه سنگین برای این دو کالا مایه شگفتی است، زیرا تهدیدی خارجی از سوی این دو فراورده متوجه کشاورزی ایران نیست. (جدول شماره ۲)

صدور کالاهای کشاورزی ایران همواره با تنگناهای

جلوگیری از خروج کالاهای اساسی مورد نیاز داخل).
۵. حقوق و عوارض گمرکی بر حسب مقدار یا بر حسب ارزش (گرفتن معادل چند درصد ارزش کالا یا حقوق گمرکی که بر حسب وزن، شمار و اندازه آن کالا یا به صورت مختلط وضع می شود).

ب: سیاست های بازرگانی غیر اقتصادی (غیر تعرفه ای)

۱. محدودیت های مقداری یعنی برای هر کالا، دولتها مقداری سهمیه وارداتی تعیین می کنند، بویژه به هنگام پیش آمدن آشفتگی های اقتصادی، دولتها این شیوه را به کار می بندند.

۲. ممنوعیت بازرگانی (ممنوعیت قانونی - ممنوعیت شرعی).

۳. گونه های سهمیه بندی واردات: (سهمیه بندی مطلق و یک جانبه، سهمیه بندی دو جانبه، سهمیه بندی تعرفه ای و سهمیه بندی مختلط). سهمیه صادراتی هم برای برخی کالاها، مانند جلوگیری از صدور کالاهای استراتژیک به کشورهای غیر دوست (همچون سیاست های آمریکا درباره همکاری برخی شرکتها در حوزه هسته ای، نفتی و هوایمایی با ایران به کار می گیرد) و هم برای تثبیت قیمت ها در داخل یا جهان، بویژه بهای فراورده های کشاورزی و مواد اولیه و همچنین برای فراهم کردن کالای ضروری (گندم، برنج - گوشت).

۴. یارانه های صادراتی (به انگیزه تشویق صادرات) مانند معافیت مالیاتی، فروش ارز به نرخ پایین به صادرکنندگان یا خرید ارز به دست آمده از صادرات به بهای گرانتر و... که می تواند توان رقابتی صادرکننده را بالا برد.

۵. عوارض جبرانی؛ عوارض اضافی که برخی کشورها برای پشتیبانی از تولیدات داخلی بر کالای وارداتی اعمال می کنند.

۶. عوارض دامپینگ (رویارویی کشور صادرکننده با کشور واردکننده کالا، از راه فروش به بهای پایین تر از قیمت های جهانی).

فزون بر نمونه های یاد شده، می توان از پروانه های وارداتی که از سوی برخی وزارتخانه ها و سازمانها داده می شود، استانداردها و مقررات فنی، استانداردهای

غیر تعرفه‌ای، بویژه استانداردهای بالای بهداشتی و زیست‌محیطی در مورد کالاهای وارد شده از ایران در نظر می‌گیرند. از این رو بالا بردن کیفیت کالاهای تجاری و بسته‌بندی مناسب آنها ضرورت دارد.

پ: تنگناهای سرمایه‌گذاری:

سرمایه‌گذاری در بخش کشاورزی از سوی دولت، به علت وابستگی کشور به فروش نفت، همواره ناپایدار بوده است. سرمایه‌گذاری در بخش کشاورزی، یعنی بهینه‌سازی زیرساخت‌های روستایی، راه‌ها، ماشین‌های کشاورزی، آبیاری و زه‌کشی، امکانات ذخیره‌سازی، پلکانی کردن زمین‌های شیب‌دار، برق‌رسانی و ارتباطات، پژوهش در زمینه‌های کشاورزی، آموزش و پرورش روستایی، ترویج و اصلاح بذر، خدمات بازاری، یارانه‌ها و... (اقتصاد کشاورزی و توسعه، شماره ۴۸، سال دوازدهم، ۱۳۸۳: ص ۱۱۹)

سرمایه‌گذاری کشاورزی در ایران، به علت ویژگی‌های ناپایدار آب و هوایی و ساختار سنتی و کمتر توسعه یافته، همواره باریسک‌بالا روبرو بوده و چندان سودآور نبوده است. برای نمونه، در سال‌های ۱۳۴۵-۷۵ میانگین سهم سرمایه‌گذاری در بخش کشاورزی نزدیک به ۶ درصد، در صنعت ۱۷ درصد و در خدمات کمابیش ۷۰ درصد بوده است (همان: ۱۱۹)

پس از اصلاحات ارضی، سرمایه‌گذاری برای پشتیبانی از کشاورزان خرده‌پان بود، با این همه ۵۲۳/۰۱ میلیارد ریال که در ۱۳۷۵ در بخش کشاورزی به کار گرفته شده بود، در ۱۳۶۸ به ۳۳۱ میلیارد ریال کاهش یافت، و هر چند در سال ۸۳ به ۴۳۵/۸۶ میلیارد ریال رسید ولی هنوز از ۱۳۷۵ کمتر بود. (بانک و کشاورزی، شماره پنجم، ۱۳۸۳: ۱۷)

در ایران، سهم بخش کشاورزی از تشکیل سرمایه در

بازرگانی روبرو بوده است. بر پایه ماده ۱۸ قانون مقررات صادرات و واردات ۱۳۷۲، وضع و گرفتن هر گونه عوارض از کالاهای صادراتی از سوی مقامات استانی و محلی ممنوع است و بزه‌کاران تحت پیگرد قرار می‌گیرند. در ماده ۱۹ نیز از مشوق‌های صادراتی (مذکور در لایحه لغو انحصارات دولتی) سخن به میان آمده است (مؤسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی، ۱۳۸۵: ۱۲) و این قانون کمابیش در همه برنامه‌های توسعه پس از آن تکرار شده است. اما، هنوز برای صادرات، برخی پروانه‌های صادراتی مورد نیاز است. تنگنای دیگری که در سال‌های ۶۷ تا ۷۵ سخت بر صادرات کشاورزی ایران اثر منفی گذاشت، پیمان‌سپاری ارزی بود که بر پایه آن صادرکننده متعهد می‌شود در مدت معینی (۸ ماه) ارز به دست آمده از صادرات را بر پایه تعرفه‌های تعیین شده از سوی کمیته نرخ‌گذاری به سامانه بانکی کشور برگرداند. (راشد اشرفی، ۱۳۸۲: ۴۸) بنابراین، پروانه‌های صادراتی پیمان‌ارزی، در سال‌های ۶۷-۷۵ مهم‌ترین بازدارنده صدور فرآورده‌های کشاورزی ایران بوده است. این پیمان‌سپاری ارزی در سال ۷۵ لغو شد. (کمیجانی، ۱۳۸۰: ص ۱۵۸)

دو نکته دیگر نیز درباره صدور فرآورده‌های کشاورزی ایران دارای اهمیت است. نخست اینکه، دولت در زمینه‌هایی برای تشویق صادرکنندگان، ارز دولتی و ارزان به آنان می‌فروخت و از سوی دیگر ارز برآمده از صادرات را به بهای گران از آنها می‌خرید. در سال‌های اخیر، به علت تشبیت نسبی نرخ ارز، این صادرکنندگان زیانکار شده‌اند، هر چند تشبیت نرخ ارز راهکار مثبتی در بازرگانی و اقتصاد است.

دوم اینکه، چون خریداران کالاهای بازرگانی ایران بیشتر کشورهای عضو اتحادیه اروپایی هستند، مقررات

جدول ۲- نرخ تعرفه بر واردات برخی فرآورده‌های کشاورزی

نام محصول	پسته	برنج	زعفران	بادام	مرکبات	انگور	سیب	زردآلود	هلو	آلو	توت‌فرنگی	پیاز و سیب‌زمینی
نرخ تعرفه	۹۰	۹۰	۹۰	۵۰	۱۰	۴۰	۱۰	۱۰	۳۵	۴۵	۴۵	۹۰

مأخذ: مقررات صادرات و واردات، مؤسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی، تهران ۱۳۸۵

ت: تنگناهای سیاسی و اجتماعی:

در اقتصادهایی که تخصیص منابع، تولید، بازرگانی، سیاستگذاری و تصمیم‌گیری در زمینه اقتصاد و کشاورزی به دست دولت است، تنگناها و نارساییهای سیاسی فراراه جهانی شدن اقتصاد کشاورزی، دست کمی از تنگناهای اقتصادی ندارد.

ت. ۱- تنگناهای سیاسی

نارساییها و تنگناهای سیاسی در زمینه بازرگانی کشاورزی ایران را می‌توان در دو حوزه داخلی و خارجی بررسی کرد.

در حوزه خارجی، می‌توان موارد زیر را برشمرد:

- ۱- روشن نبودن سیاستها در برابر جهانی شدن از سوی دولت
 - ۲- آشفتگیهای منطقه خاورمیانه و پیامدهای سیاسی ناخواسته آن برای ایران
 - ۳- تیرگی روابط سیاسی با آمریکا و وجود تحریمهای اقتصادی، که حضور ایران در بازارهای جهانی و منطقه‌ای را با دشواریهایی روبه‌رو کرده است
 - ۴- کوتاهی ریزان اقتصادی و بازرگانی در سفارتخانه‌های کشورمان در معرفی کالاهای انحصاری صادراتی ایران
 - ۵- به نتیجه نرسیدن برخی طرحها و موافقتنامه‌ها و گشوده نشدن مسائل دشوار منطقه‌ای و فشار کشورهای غربی در تشدید آنها.
- در حوزه داخلی هم، از دیدگاه سیاسی، مسائلی مطرح است که پیامد آنها بر صدور کالاهای بازرگانی انکارناپذیر است؛ بویژه دولتی بودن اقتصاد ایران، این پیامدها را دوچندان می‌سازد. به چند مورد نگاه می‌کنیم:
- ۱- ناهمسانی دیدگاهها و روابط نرمش‌ناپذیر گروههای سیاسی کوشنده در پهنه سیاسی ایران، بویژه در حوزه اقتصاد، سیاستهای اقتصادی و روابط بازرگانی را دست‌خوش بازبینی‌های پی‌درپی می‌کند. این وضع، تصمیمات سیاسی را به حوزه اقتصاد کشانده که بسیار زیانبار است.
 - ۲- نبود سامانه حزبی کارآمد و فراهم نبودن بسترهای سیاسی لازم برای یا گرفتن احزاب راستین و توانمند در

اقتصاد ملی در دو دهه گذشته، ۵/۹ درصد بوده است (ایران، ۱۷ دی ۱۳۸۵، شماره ۳۵۲۲) و این گویای آن است که سرمایه‌گذاری دولتی در بخش کشاورزی ناچیز بوده است. بخش خصوصی هم در زمینه حقوق مالکیت در سامانه زمینداری، سامانه قیمت‌گذاری بیشتر دولتی، مقررات گوناگون و پروانه‌ها و عوارض رایج در حوزه بازرگانی خارجی کشاورزی، این بخش را چندان سودآور برای سرمایه‌گذاری نمی‌بیند.

جذب سرمایه‌گذاری خارجی هم بعنوان ابزاری برای رشد و توسعه اقتصادی، به علل سیاسی، اقتصادی و حقوقی، در ایران چندان در خور توجه نبوده است. سرمایه‌گذاری خارجی بیشتر در حوزه صنعت نفت و پتروشیمی بوده و دیگر بخشها بویژه کشاورزی، از سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی بهره‌مند نشده‌اند. جمع سرمایه‌گذاری خارجی در دهه ۹۰ میلادی، کمتر از ۲۰۰ میلیون دلار بوده است (ریسک اقتصادی-مؤسسه فیچ، ۱۳۸۱: ۲۲).

به گفته رییس سازمان خصوصی‌سازی، سرمایه‌گذاری در کشور باید سالانه ۱۲ درصد داشته باشد و در سند چشم‌انداز ۲۰ ساله، دستیابی به رقم یک هزار و سیصد میلیارد دلار پیش‌بینی شده است. (کیهان، ۱۳۸۶، شماره ۱۸۸۵۲) در حوزه بازاریابی، دشواریهایی مانند ساختار نارسای بازار، نبود کارگزار، نبود اطلاعات بازار، به کار گرفته نشدن فناوری در خور بویژه در زمینه بسته‌بندی و همکاری نداشتن تولیدکنندگان در بازاریابی و همچنین ناتوانی مالی کشاورزان کوچک، این بخش را در تنگنا قرار داده (بانک و کشاورزی-شماره پنج، ۱۳۸۳: ۲۵) و سرمایه‌گذاران را از این بخش روگردان کرده است.

امنیت سرمایه‌گذاری در گرو پایداری سیاسی و پیوندهای بهنجار با جهان است و در پیش گرفتن سیاستهای سنجیده اقتصادی در برابر بازارهای داخلی و جهانی، فرایند ورود سرمایه خارجی به کشور را آسان می‌سازد. به کارگیری چنین سیاستهایی نیازمند یک رشته بهسازیهای ساختاری، آزادسازی بازرگانی، تضمین فضای مناسب برای فعالیت بخش خصوصی و بهسازی سامانه‌های مالیاتی، پولی و ارزی و... است.

و همکاری میان گروهها و سازمانهای خصوصی در داخل پانگرفته است تا بخش خصوصی و گروههای صنفی، آگاهیهای همه سوبه از بازارهای جهانی به دست آورند.

۳. در سطح خرد، همپایی آگاهانه مردم در توسعه اقتصادی- با وجود پرداخت هزینههای گزاف- چندان دیده نمی شود. بی بهره بودن کشاورزان- بویژه خرده مالکان- از فرهنگ صادراتی و نگاه جهانی به تولیدات خود و حتا بینش نارسای بخشی از صادرکنندگان فرآوردههای کشاورزی، از انگیزه آنها برای تلاش بیشتر می کاهد.

۴. ناکارایی نیروهای مدیریتی، پژوهشی و اداری: ساختار توسعه نیافته و بازدهی پایین و پرهزینه بخش کشاورزی، از گرایش نیروهای متخصص به سوی کشاورزی کاسته است و از همین رو کمبود نیروی متخصص در بخش کشاورزی ایران، به خوبی دیده می شود. (جدول شماره ۳)

آبیاری سنتی، کاربرد نادرست ماشینهای کشاورزی، بهره گیری نادرست از دستاوردهای تازه علمی کشاورزی در فرایند تولید، به کارگیری نادرست کود، بذرو سموم که به روشنی در کشاورزی ایران نمایان است، نشان از پایین بودن سطح سواد و اندک بودن نیروی متخصص در بخش کشاورزی دارد.

۵. کوچ گسترده روستاییان به شهرها، بویژه کوچ نیروهای جوان و خالی شدن روستاها از نیروی کوشنده کشاورزی و سودآوری و فریبندگی کارهای خدماتی، گسترش مصرف گرایی، افزایش جمعیت و کوشش نارسای دولت به توانمندسازی زیرساختهای اقتصادی در روستاها، نیز از عواملی است که کاهش بهره وری در بخش کشاورزی را به دنبال دارد.

بنابراین، تنگناها و نارساییهای موجود در راه

ایران، به شخصی شدن سیاستها و برخورد شعاری با مقولات مهمی چون عدالت، رفاه، توسعه و رشد اقتصادی انجامیده است و در کار نبودن يك استراتژی فراگیر اقتصادی مورد پذیرش همه گروههای سیاسی کوشا، زیانهای جبران ناپذیر در پی دارد و تصمیمات مقطعی، احساسی و برآمده از رقابتهای سیاسی تعصب آمیز، توان حرکت اقتصادی کشور به سوی بازار جهانی را کند می کند.

۳. نبود طرح فراگیر تسهیل و توسعه صادرات (گرچه ضرورت تهیه چنین طرحی مطرح شده، ولی هنوز تدوین نشده است) و نبود يك استراتژی در خور برای رویارویی با چالشهای جهانی شدن و بهره گیری از فرصتهای آن.

ت. ۲- تنگناهای اجتماعی:

۱- گسترش یکانهای بهره برداری کوچک، پس از اصلاحات ارضی، دگرگونی گسترده ای در نظام زمینداری و حقوق مالکیت کشاورزی در ایران پدید آورد. یکانهای کوچک، به علت درآمد پایین و انباشت نشدن سرمایه و پس انداز، چندان دلخواه دولت و حتا بخش خصوصی نبوده است. از آنجا که دو سوم یکانهای کشاورزی ایران خرده مالکی است، با دور بودن آنها از سرمایه گذاری و تسهیلات کشاورزی مکاتیزه، اقتصاد کشور از مزیتها و ارزش افزوده چشمگیر دور می ماند. بر پایه سرشماری همگانی کشاورزی در ۱۳۶۷، ۶۶ درصد یکانهای بهره برداری کشاورزی کمتر از ۵ هکتار زمین در اختیار داشته اند. (بانک و کشاورزی، شماره پنجم، ۱۳۸۳: ۱۶).

۲- در سایه نبود گروههای صنفی کوشا، اقتصاد دولتی و نفتی زمینه گسترش بخش خصوصی مستقل، قانونمند و در خور پذیرش را تنگ کرده است. از همین رو، رقابت

جدول ۳- توزیع کشاورزان بر حسب سواد

بی سواد	ابتدایی	متوسطه	سواد عالی
۲۱/۴۴ درصد	۳۰/۶۵ درصد	۱۸/۰۴ درصد	۹/۶۳ درصد

مأخذ: نجفی، بهاء الدین و کاظم نژاد، مهدی، بازاریابی محصولات کشاورزی ایران، انتشارات تابان، تهران ۱۳۸۳

○ افزایش در آمد از محل صدور فرآورده‌های کشاورزی، تنها با ابزارهای ساده ممکن نیست، بلکه رسیدگی به چگونگی تولید فرآورده‌ها، سرمایه‌گذاری، بهبود کیفیت، تثبیت نرخ ارز و... باید مورد توجه باشد.

جهانی شدن و نیز بازرگانی شدن کشاورزی ایران، تنها اقتصادی نیست، بلکه نارساییهای حقوقی (ناهمخوانی برخی از اصول قانون اساسی و بسیاری از مقررات گمرکی و بازرگانی و قوانین حاکم بر صادرات و واردات با اصول پذیرفته شده از سوی WTO)، سیاسی، اجتماعی و... نیز نقش برجسته در دست نیافتن ایران به بازارهای جهانی و دور ماندن فرآورده‌های آن از سرمایه‌ها و درآمدهای برخاسته از بازرگانی جهانی دارد.

بررسی موردی زعفران

در سمت انتهای دانه‌دار در حدود ۱ تا ۱/۷ میلی متر است. (همان)

خاستگاه گیاه زعفران دامنه‌های زاگرس و بویژه الوند، در نزدیکی همدان است، اما امروزه پهناورترین مناطق زعفران خیز جهان در استان خراسان قرار دارد. (همان: ۵۸۳) در ۱۳۸۴ نزدیک به ۲۳۹/۸۷۹ تن زعفران در ایران به دست آمده که بیش از ۲۳۲ تن آن از استانهای سه گانه خراسان برداشت شده و تربت حیدریه به تنهایی با بیش از ۷۰ تن، بزرگترین تولیدکننده این فرآورده بوده است. (وزارت جهاد کشاورزی، ۱۳۸۵: ۱۴۶-۱۴۴).

در ایران، در ۲۰ استان زعفران تولید می‌شود که برجسته‌ترین آنها استانهای خراسان، بویژه خراسان رضوی است. (جدول ۴)

خراسان رضوی ۴۴۸۹۵ هکتار زیر کشت و ۱۷۲/۶۴ تن برداشت، خراسان جنوبی ۱۰۷۲۱ هکتار زیر کشت و ۵۸/۹۵۵ تن برداشت و استان خراسان شمالی ۳۳/۵ هکتار زیر کشت و ۱/۲۱۴ تن برداشت دارد و به علت سرد و مرطوب بودن هوادر شمال خراسان، پهنه زیر کشت در آنجا کمتر است. (وزارت جهاد کشاورزی، ۱۳۸۵: ۱۵۰-۱۴۴).

نارساییها و ننگ‌های بازرگانی شدن زعفران

مرحله برداشت، دربرگیرنده آبیاری، کوددهی، سله‌شکنی و وجین و بزرگترین مشکل در این مرحله، کمبود آب و شیوه‌های نادرست کاربرد کود است که از بازدهی می‌کاهد. برای نمونه، بهترین کود برای زعفران، کود گاوی است که به تازگی به علت کمبود آن، کود

زعفران ارزشمندترین فرآورده کشاورزی و دوست‌داشتنی‌ترین ادویه در جهان است. رنگ زیبا، بو و مزه دلپذیر و نیز خواص و ویژگیهای کم مانند آن هر روز مردمان بیشتری را در سراسر جهان به سوی خود می‌کشد و ویژگیها و موارد مصرف خوراکی، درمانی و بهداشتی و زیبایی آن مورد توجه قرار گرفته است. زعفران، بیشتر در ایران به دست می‌آید و از دیدگاه کیفی و کمی و همچنین ویژگیهای بر شمرده شده، جایگاه نمایانی در سطح بین‌المللی دارد. این ویژگیهای برجسته، ارمان طبیعت سرزمینهای بلند (بالا تر از ۱۰۰۰ متر از سطح دریا) در کرانه‌های بیابانی است (ابریشمی، زعفران از دیرباز تا امروز، ۱۳۸۳: ۲۷) و باز مستانهای کمابیش ملایم و تابستانهای گرم سازگار است. تولید این فرآورده روندی رو به رشد داشته و ایران از بزرگترین تولیدکنندگان و صادرکنندگان آن است. زعفران با نام علمی کرکوس ساتیوس (Crocus Satius) از تیره زنبقیان، گیاهی علفی و چندساله پایایی ساقه‌دار ای سوخ یا ساقه‌زیرزمینی، غده‌ای پیاز شکل به نام گرم (Corm) معروف به پیاز زعفران، برگهای سبز برآق و باریک و بلند، شبیه برگ چمن علفی و سبز تر از آن و گلی بسیار زیبا به رنگ بنفش روشن مایل به ارغوانی است. (همان: ص ۲)

فرآورده زعفران کلاله سه شاخه به رنگ قرمز تند به طول ۲ یا ۳ سانتی متر و گاهی بیشتر است که هر شاخه کلاله ظاهری مخروطی مانند و بلند و باریک دارد که قسمت آزاد آن به شش دانه ختم می‌شود. قطر این کلاله‌ها در قسمت اتصال به خامه حدود ۲ تا ۳ میلی متر و

جدول ۸- اندازه برداشت و سطح زیر کشت زعفران در ایران در ۱۳۸۳

استان	سطح زیر کشت (هکتار)	برداشت (تن)	برداشت در هر هکتار (کیلوگرم)
استانهای خراسان	۵۴/۸۸۰/۵	۲۱۳/۶۲	۳/۸۹۲
یزد	۵۷۵/۸	۲/۳۴۹	۴/۲۴۱
فارس	۲۸۷/۵	۱/۴۰۴	۴/۸۸۴
کرمان	۲۳۷/۵	۱/۰۹	۴/۷۷
آذربایجان شرقی	۵۶/۲	۰/۱۹۵	۲/۹۹۷
تهران	۵۶/۵	۰/۲۷۹	۴/۹۲۹
استان مرکزی	۴۲/۷	۰/۰۹	۲/۲۷۴
سمنان	۳۲/۵	۰/۰۸۱	۲/۴۸۳
چهارمحال و بختیاری	۳۸/۳	۰/۰۱	۰/۶۸۵
همدان	۱۲/۲۰۴	۰/۰۷۲	۶/۲۹۶
زنجان	۷	۰/۰۱۵	۲/۴۸۳
قزوین	۴	۰/۰۱۶	۴
قم	۴	۰/۰۰۳	۱/۵
کردستان	۱/۱	۰/۰۰۱	۰/۹۰۱
کهگیلویه و بویر احمد	۰/۷۵	۰/۰۰۱	۱/۲
لرستان	۰/۷	۰/۰۰۵	۱
خوزستان	۰/۸		۳/۷۵

مآخذ: آمارنامه سال ۱۳۸۳ دفتر آمار و فن آوری اطلاعات و وزارت کشاورزی، ۱۳۸۴

گله‌ها، ساعتها در کیسه‌های غیر استاندارد و غیر بهداشتی نگهداری می‌شود تا به بازار فروش برسد و حتا جای نگهداری گله‌ها هم که باید دور از نور، سرما و گرد و غبار باشد، چندان مناسب نیست. گله‌ها گاه تا ۴۸ ساعت جداسازی نمی‌شود، در صورتی که از دید علمی بیشتر از ۱۰ ساعت نباید از چیدن گل تا جداسازی کلاله زعفران بگذرد. (سازمان جهاد کشاورزی خراسان، بروشور آموزشی) گل زعفران نباید با زمین در تماس باشد و باید روی صفحات توری با فاصله چند سانتی متری و به صورت لایه‌ای نازک پهن شود. نکات بهداشتی نیز به هنگام گل چینی و جدا کردن کلاله‌ها کمتر رعایت می‌شود.

عامل دیگری که در مرحله فرآوری اهمیت بسیار

شیمیایی به کار برده می‌شود که هم به فرآورده و هم به خاک سخت آسیب می‌رساند.

آنچه بازار زعفران ایران را با آسیبهایی همچون کیفیت بد، تقلب، رقابت پذیری اندک و سرانجام از دست رفتن بازار یا ارزان فروشی این گرانبهاترین ادویه به کشورهای دیگر روبه‌رو می‌سازد، به مرحله برداشت و فرآوری زعفران تا هنگام صدور آن بر می‌گردد. برای نمونه، گل زعفران را باید پیش از اینکه آفتاب به کشتزار بتابد چید، زیرا نور خورشید سخت از کیفیت، رنگ و مزه زعفران می‌کاهد. تا آنجا که نگارنده دیده است، به علت گرانی دستمزد کارگران در روزهای گل چینی و همچنین نیاز به کارگر فراوان برای چیدن گل در ساعات آغازین صبح، چنین کاری در بیشتر کشتزارها انجام نمی‌گیرد.

می‌برند.

دشواریها و نارساییها در راه صدور زعفران

زعفران کاران و بویژه صادرکنندگان این فراورده کشاورزی، بر تنگناها و نارساییهای زیر انگشت می‌گذارند:

۱- نابسندگی بودن نقدینگی صادرکنندگان زعفران برای پیگیری کار. یکی از صادرکنندگان زعفران می‌گوید: ما به بسیاری از نمایشگاههای معتبر جهانی دعوت می‌شویم، ولی برای شرکت در این نمایشگاهها، دولت از مپشتیبانی نمی‌کند. شرکت در این گونه نمایشگاهها، برای بسیاری از صادرکنندگان هزینه سنگین دارد و در نتیجه آنان از عرضه دستاورد خود محروم می‌شوند.

۲- نبود ستادهای صادراتی توانمند، نبود صندوق توسعه صادرات زعفران و همچنین گرایش نداشتن سرمایه‌داران بومی به سرمایه‌گذاری در زمینه صادرات، به علت ریسک و هزینه سنگین و دشواریهای اداری. رییس اداره بازرگانی تربت حیدریه می‌گوید:

«ما صادرکننده واقعی نداریم، صادرکننده‌ای که کار

دارد، چگونگی خشک کردن زعفران است. زعفران باید در کوتاهترین زمان ممکن خشک شود. برای این کار، یا از آتش زغال و اجاق گاز استفاده می‌کنند، یا از دستگاههای خشک کن برقی یا دستگاههای خشک کن گازی بزرگ. چون این دستگاهها در مدتی کوتاه خشکی زعفران را به اندازه دلخواه (بارطوبت کمابیش ۱۰٪) می‌رساند، کمک بزرگی به بهبود کیفیت زعفران می‌کند. (ابریشمی، ۱۳۸۳: ۶۱۶)

ولی، از آنجا که بیشتر زعفران کاران از خرده مالکند و توانایی خرید چنین دستگاههایی را ندارند، از روش سنتی، یعنی بهن کردن زعفران روی روزنامه برای زمانی دراز، پیروی می‌کنند؛ روشی که از دید کارشناسان کشاورزی، سخت کیفیت زعفران را پایین می‌آورد. در مناطق مرکزی خراسان، همین روش به کار می‌رود. رعایت نشدن نکات ایمنی در جابه‌جایی زعفران (روی هم چیده شدن دهها کیسه گل زعفران در خودروهایی که سردخانه ندارد و قرار گرفتن آنها در معرض باد شدید و گرد و خاک) از دیگر عواملی است که از کیفیت زعفران می‌کاهد. نبود فکر تولیدی و نگاه جهانی به زعفران در میان کشاورزان هم جای خود را دارد. بخش بزرگی از زعفران را کشاورزان خرده‌پا و خرده‌مالک تولید می‌کنند که بی‌بهره از سرمایه کافی و نیازمند در آمدند و از همین رو، قدرت چانه‌زنی چندانی در بازار ندارد و در سایه هزینه سنگین زعفرانکاری، دستاورد خویش را به بهایی اندک به دلان و واسطه‌ها می‌فروشند و بر نابسامانی بازار زعفران می‌افزایند. تا آنکه به دولت مربوط می‌شود، نگارنده در گفتگو با کشاورزان به این نکته پی برده است که بسیاری از آنان از چندوچون بیمه فرآورده‌های کشاورزی آگاه نیستند و حتا نگاه منفی به آن دارند. گذشته از آن، میزان تسهیلات بیمه‌ای پیش از ۱۳۸۵ ناچیز بوده است (۸۰ هزار تومان در هکتار، به گفته رئیس اتحادیه زعفران فروشان تربت حیدریه).

از سویی، بر خورداری از تسهیلات بانکی، بسی زمان‌بر و دشوار است و برای بسیاری از سرمایه‌گذاران، کار تولیدی بویژه در بخش زعفران به علت نابسامانیهای موجود در دستگاههای اداری و مالی، توجیه اقتصادی ندارد و از همین رو سرمایه خود را به بخشهای سودآورتر

○ ایران در پرتو بر خورداری از شرایط گوناگون آب و هوایی و زمینهای کشاورزی در خور توجه و بویژه در دست داشتن انحصار تولید برخی فرآورده‌های کشاورزی، شایستگی بسیار برای ورود به بازارهای جهان دارد و می‌تواند با بررسیها و برنامه‌ریزی درست، بازار کالاهای کشاورزی خود را گسترش دهد؛ اما در این راه با کاستیها و پیچیدگیهای بسیار روبه‌روست که بیشتر آنها نه اقتصادی، که سیاسی و اجتماعی است.

آزمایش و نمونه برداری، گاهی بیش از یک ماه زعفران را در گمرک به صورت قرنطینه نگه می دارند که در کاهش کیفیت زعفران و دیر رسیدن آن به بازار مصرف بسیار مؤثر است. چنین سخت گیری درازمدت، موردی ندارد.

۹- ایران عضو ناظر WTO و چشم به راه پیوستن به آن است و کاهش تعرفه‌ها یکی از اصول WTO است. تعرفه ورودی زعفران به ایران در ۱۳۸۳ و ۱۳۸۴ به ترتیب ۹۶ درصد و ۹۰ درصد بوده است (مقررات صادرات و واردات ۱۳۸۴، ۱۳۸۳، تهران، صفحه ۸۴) تعرفه بسیار سنگینی است و برای کشوری که ۹۵ درصد بهترین زعفران جهان را تولید می کند نیازی به چنین تعرفه‌ای نیست.

۱۰- قاچاق زعفران و ریخته شدن زعفران تقلبی به بازار، بویژه افزوده شدن زعفران هندی در دبی به زعفران ایرانی، که مردمان عادی توان تشخیص این آمیختگی را ندارند، و فروش آن و به نام ایران، چه بسا خطر تحریم شدن زعفران ایران را پیش آورد. (ابریشمی، ۱۳۸۳: ۷۲۰) دولت همچنین باید به ستیز با قاچاق کنندگان پیاز زعفران به افغانستان برخیزد.

زعفران ایران در این سالها بیشتر به امارات عربی متحده صادر شده و از آنجا، به گونه صدور دوباره، به بازارهای اروپا و آمریکا فرستاده شده است. اروپای باختری، بویژه اسپانیا، ایتالیا، فرانسه و سویس از بزرگترین مشتریان زعفران ایرانی هستند. به گفته پژوهشگران اقتصادی، با افزایش بهای داخلی زعفران، همچون پسته، ارزش صادراتی آن کاهش می یابد و با افزایش قیمت جهانی، عرضه این کالا در بازارهای جهانی پایین می آید. به سخن دیگر، با بالا رفتن بهای زعفران در بازارهای جهان، تقاضا و صدور آن کاهش می یابد و با افزایش نرخ ارز و کاهش ارزش پول ملی، صادرات زعفران بیشتر می شود. (جدول ۵)

بنابراین، افزایش درآمد از محل صدور فرآورده‌های کشاورزی، تنها با ابزارهای ساده ممکن نیست، بلکه رسیدگی به چگونگی تولید فرآورده‌ها، سرمایه گذاری، بهبود کیفیت، تثبیت نرخ ارز و... باید مورد توجه باشد. (اقتصاد کشاورزی و توسعه، سال چهارم، شماره ۵۴)

تخصصی صادراتی زعفران را انجام دهد. آنان فقط در محل گمرک جمع می شوند و شناخت صحیحی از بازارهای خارجی و نیازهای مردم کشورهای مورد هدف کالای صادراتی ندارند.»^۳

۳- نبود یک نهاد علمی-پژوهشی در زمینه زعفران، کمبود آزمایشگاه در استانهای زعفران خیز، سود آور نبودن آزمایش زعفران برای بسیاری از تولید کنندگان میانی و خرده‌پا، سرازیر شدن زعفران تولیدی به صورت فله‌ای به بازار به بهای اندک و همزمان آلوده از دید بهداشتی را سبب شده است. کار بسته بندی هر چند به تازگی تا اندازه‌ای بهبود یافته است، اما تاکنون ساماندهی نشده و از آن پشتیبانی نمی شود. به گفته یک بازرگان زعفران، استانداردهای زعفران ایران از اروپا هم بالاتر است، ولی در سایه نبود مراکز علمی، آلودگی و غیر بهداشتی بودن زعفران، طرح فریز کردن آن مانند دیگر فرآورده‌های باغی، مورد توجه دولت و مسئولان نیست.

۴- نبود هماهنگی و همکاری میان صادر کنندگان زعفران و حتماً قابت منفی آنها با یکدیگر (ارزان فروشی) و بی توجهی به رقابت سالم و بالا بردن تواناییها و شایستگیهای خویش در پهنه بازرگانی جهانی، بازارها از دسترس بازرگانان ایرانی دور ساخته است.

۵- رده بندی نشدن زعفرانها از دید کیفی و عرضه فله‌ای آنها به بازار و حتماً صدور آنها به همین گونه به امارات عربی متحده و اسپانیا و فروش و صدور دوباره زعفران ایران به نام آن کشورها، با چندین برابر قیمت.

۶- تبلیغات اندک و شناخت نادرست بازرگانان ایرانی از بازارهای جهانی و همچنین ناشناخته بودن زعفران مرغوب ایرانی در نزد خریداران. به گفته بازرگانان زعفران، بازاریابی در خارج از کشور بسیار ضعیف است و شوربختانه سفارتخانه‌های جمهوری اسلامی در معرفی و تبلیغ زعفران ایران، همکاری کار ساز ندارند.

۷- برخورداری شمار اندکی از بازرگانان و شرکتهای ایرانی از استانداردهای بین المللی، همچون ISO 14000 و HACCP. ISO 9000 که در زمینه سنجش و آزمایش زعفران، مورد پذیرش مجامع بازرگانی و اقتصادی جهان است.

۸- به گفته صادر کنندگان، گردانندگان گمرک برای

جدول ۵- صادرات زعفران ایران در ۱۳۸۲

کشور وارد کننده	وزن (کیلوگرم)	ارزش ریالی	ارزش صادراتی (دلار)
امارات عربی متحده	۷۴۹۵۴	۲۷۵۳۸۳۴۶۸۸۴۱	۳۴۷۷۰۶۴۰
اسپانیا	۴۳۱۱۶	۱۶۵۸۴۰۱۴۹۸۰۵	۲۰۹۳۹۴۱۶
ایتالیا	۵۵۸۶	۲۳۱۷۶۷۵۹۱۱۸	۲۹۲۶۳۵۹
فرانسه	۴۹۵۰	۱۷۹۰۵۰۱۹۷۴	۲۲۶۰۷۳۳
سوئیس	۳۲۸۵	۱۲۹۸۷۵۶۹۲۲۲	۱۶۳۹۸۴۷
عربستان	۲۸۸۶	۱۰۵۳۷۹۷۷۱۲۸	۱۳۳۰۵۵۶
کویت	۲۱۲۱	۷۷۲۹۱۷۸۶۵۵	۹۷۵۹۰۹
تایوان	۱۷۴۴	۷۲۱۴۵۱۲۵۹۲	۹۱۰۹۲۴
آلمان	۱۴۶۰	۶۷۷۲۵۳۷۰۳۲۶	۸۵۵۱۲۰
لوکزامبورگ	۱	۴۷۱۱۰۹۲	۵۹۵

مآخذ: سالنامه آمار بازرگانی خارجی جمهوری اسلامی ایران (صادرات) ۱۳۸۲، گمرک جمهوری اسلامی ایران، تهران ۱۳۸۳

تابستان ۱۳۸۵، ۹۹-۹۸

(پژوهشهای اقتصادی، شماره ۲، ۱۳۸۵: ۵۶)

بهره سخن

چنان که پیشتر گفته شد، ایران در پرتو برخورداری از شرایط گوناگون آب و هوایی و زمینهای کشاورزی درخور توجه و بویژه در دست داشتن انحصار تولید برخی فراوردههای کشاورزی، شایستگی بسیار برای ورود به بازارهای جهان دارد و می تواند با برسیها و برنامه ریزی درست، بازار کالاهای کشاورزی خود را گسترش دهد؛ اما در این راه با کاستیها و پیچیدگیهای بسیار روبه روست که بیشتر آنها نه اقتصادی، که سیاسی و اجتماعی است. تنگناهای بازرگانی و اقتصادی را با تدوین قانونهای سنجیده و درخور بازرگانی جهانی، و بویژه با برپا کردن سامانه تعرفه ای درازمدت و نرمش پذیر، با کمترین نشیب و فراز در راه پشتیبانی از تولیدات داخلی، می توان از میان برداشت. اما، برجسته ترین بازدارنده ها در راه صدور کالاها، بویژه فراوردههای کشاورزی، ناهنجاریهای سیاسی و اجتماعی است. این تنگناها که بیشتر داخلی است، سخت از توان صادراتی کشور می کاهد. همان گونه که در بررسی موردی زعفران دیده شد، بازدارنده ها در زمینه

امارات عربی متحده، به تنهایی بیش از نیمی از زعفران صادراتی ایران را می خرد و پس از آن، اسپانیا نزدیک به یک سوم زعفران ایران را وارد می کند. این شرایط هنگامی جالب تر می نماید که نگاهی به وضع اسپانیا در سال ۲۰۰۲ (برابر با سال زراعی ۱۳۸۱ ایران) از حیث سطح زیر کشت و مقدار تولید بیفکنیم. (جدول ۶)

چگونه اسپانیا با یک تن برداشت سالانه زعفران، در بسیاری از سایتهای اینترنتی و بازارهای بازرگانی جهان، نخستین کشور تولید و صادر کننده این فراورده شناخته می شود؟ آیا وارد شدن زعفران ایران به گونه چشمگیر به اسپانیا، برای صدور دوباره آن صورت نمی گیرد؟ آیا بازرگانان و مسؤولان بازرگانی کشور و وزارخانه های دست اندر کار، در معرفی زعفران ایران به جهان و بازاریابی و پشتیبانی از آن کوتاهی نکرده اند؟

صادرات زعفران ایران در برنامه نخست توسعه ۳۰ تن (۳۸ درصد زعفران تولید شده)، در برنامه دوم ۵۱ تن (۳۹ درصد تولید) و در برنامه سوم (۷۹-۸۴) ۱۲۶ تن، یعنی ۷۴ درصد زعفران تولید شده بوده است.

جدول ۶- اندازه تولید و سطح زیر کشت زعفران در جهان در سال ۲۰۰۶ میلادی

نام کشورها	سطح زیر کشت (هکتار)	تولید (تن)	عملکرد در هکتار (کیلو گرم)
ایران	۵۱۵۰۰	۱۸۵	۳/۶
اسپانیا	۱۲۵	۱	۸
چین	۵۰۰	۱	۲
مراکش	۲۵۰۰	۳	۱/۲
هندوستان	۱۰۰۰	۳	۳
یونان	۱۷۵۰	۷	۴
جمع	۵۷۳۷۹	۲۰۰	

مآخذ: ابریشمی، محمد حسن. زعفران، ص ۶۴۳

و تازه، در پرتوی پیوندهای پایدار و بهنجار با جهان نیست. ارزیابی توانمندیهای اقتصادی، سیاسی، اجتماعی و فرهنگی، و برخورد آگاهانه و سنجیده با پدیده جهانی شدن، و شناسایی نقاط قوت و ضعف آن و تدوین برنامه‌ای راهبردی و فراگیر (نه مقطعی و کوتاه مدت) درباره جهانی شدن در همه ابعادش و بویژه بعد اقتصادی آن، گریز ناپذیر است و کشاورزی بخشی است که می‌توان از توان بالای آن در این زمینه بهره برد. ولی، در آغاز باید از دولتی بودن اقتصاد که پیامدهایی چون چیرگی دولت بر واردات و صادرات، افزایش بارانه‌ها، رانت‌خواری و فساد اداری، ناتوان ماندن بخش خصوصی و سیاست‌زدگی اقتصاد و بازرگانی دارد، به گونه چشمگیر کاست و در برابر، سیاستهایی برای توانمندسازی بخش خصوصی و تشویق آن به سرمایه‌گذاری در اقتصاد روستایی و کشاورزی در پیش گرفت و با دادن یارانه به تولید (نه به مصرف) و افزایش توان علمی و فنی دست‌اندرکاران بخش کشاورزی، توان رقابتی فرآورده‌های کشاورزی در بازارهای جهانی را افزایش داد. روشن است که با انباز کردن شهروندان در تولید و بالا بردن آگاهیهای آنان در زمینه بازرگانی خارجی، می‌توان از جهانی شدن-بویژه در بخش کشاورزی-همچون فرصتی بی‌مانند برای توسعه پایدار بهره گرفت.

یادداشتها

۱. آخرین آمارها درباره فرآورده‌های کشاورزی، مربوط به سال زراعی ۸۴-۸۳ است و وزارت کشاورزی هنوز آمار دقیقی در این

سرمایه‌گذاری، نبود فرهنگ صادراتی، خرده‌مالکی بودن دوسوم کشاورزی ایران، تلاش ناچیز دستگاههای دست‌اندر کار بازار با بی‌بویش بخش ریزنی اقتصادی در سفارخانه‌های ج.ا. ایران، دور بودن از پژوهشهای علمی و فناوری روز، کم‌سوادی نیروهای دست‌اندر کاران کشاورزی و گرایش نداشتن بسیاری از دانش‌آموختگان به این بخش، طولانی بودن دوره آزمایش و قرنطینه فرآورده‌ها در گمرک، پایین بودن توان مالی کشاورزان تولیدو صادرکننده برای رسیدن به نمایشگاه‌ها و بهره‌گیری از فناوریهای تازه، نبود کارخانه‌های بسته‌بندی به اندازه کافی، پانگرفتن ستادهای کوشا و هماهنگ در زمینه صادرات، اندک بودن شمار صادرکنندگان که کالاهایشان از استانداردهای فنی و بهداشتی مورد پذیرش در سطح جهان برخوردار باشد، سنگینی هزینه‌های تولید، بالا بودن ریسک سیاسی و اقتصادی در سایه تنشها و آشوبهای منطقه‌ای، تعارضات ایدئولوژیک، چشم‌نداشتن تولیدکنندگان و مسؤلان به بازارهای تازه، بهره‌برداری سنتی از مرحله تولید تا صدور کالاهای کشاورزی و... که بیشتر به آنها پیرداخته شده است.

برای بازرگانی شدن کشاورزی، راهی جز افزایش دادن بهره‌وری، بالا بردن توان رقابت‌پذیری با میدان دادن به بخش خصوصی و کاستن از مسؤلیت‌های بیش از اندازه و پیچیده دولت در این بخش و کارآمدتر ساختن دولت برای پایین آوردن ریسک‌های سیاسی و اقتصادی و ایجاد ثبات سیاسی داخلی و همزمان شناسایی بازارهای کنونی

۱۶. مؤسسه مطالعات و پژوهشهای بازرگانی، مجموعه مقالات، اولین همایش سیاستهای بازرگانی و تجارت بین الملل، تهران ۱۳۷۷.

۱۷. مؤسسه مطالعات و پژوهشهای بازرگانی، مقررات صادرات و واردات، سال ۱۳۸۵، تهران ۱۳۸۵.

۱۸. نجفی، بهاء الدین و کاظم نژاد، مهدی، بازاریابی محصولات کشاورزی در ایران، انتشارات تابان، تهران ۱۳۸۳.

۱۹. نش، کیت، جامعه شناسی سیاسی معاصر، ترجمه محمد تقی دلفروز، انتشارات کویر، تهران ۱۳۸۴.

۲۰. واترز، مالکوم، جهانی شدن، ترجمه اسماعیل مردانی، سیلوش مرادی، سازمان مدیریت صنعتی، تهران ۱۳۷۹.

۲۱. وزارت جهاد کشاورزی، آمارنامه کشاورزی سال زراعی ۱۳۸۱-۸۲، تهران ۱۳۸۳.

۲۲. وزارت جهاد کشاورزی، آمارنامه کشاورزی سال زراعی ۱۳۸۲-۸۳، تهران ۱۳۸۴.

۲۳. وزارت جهاد کشاورزی، آمارنامه کشاورزی سال زراعی ۸۳-۸۴، تهران ۱۳۸۵.

ب: کتابهای خارجی

24. D. Held and A. Mac Grew (2003). *The Global Transformations*, Reader, Cambridge.

25. Schoite, Jan Aart (2000), *Globalization: A Critical Introdction*, US Martin's Press

پ: مجلات

۲۶. فصلنامه اقتصاد کشاورزی و توسعه، سال چهاردهم شماره ۵۴، تابستان ۱۳۸۵.

۲۷. فصلنامه اقتصاد کشاورزی و توسعه، سال دوازدهم شماره ۴۸، زمستان ۱۳۸۳.

۲۸. فصلنامه پژوهشهای اقتصادی، سال پنجم، شماره پانزدهم، بهار ۱۳۸۴.

۲۹. فصلنامه پژوهشهای اقتصادی، سال ششم، شماره دوم، تابستان ۱۳۸۵.

۳۰. فصلنامه بانک و کشاورزی، شماره پنجم، پاییز ۱۳۸۳.

ت: روزنامه‌ها

۳۱. ایران، شماره ۳۵۲۲، به تاریخ ۱۷ دیماه ۱۳۸۵.

۳۲. کیهان، شماره ۱۸۸۵۲، به تاریخ ۲۶ تیر ماه ۱۳۸۶.

۳۳. سازمان جهاد کشاورزی خراسان، «بروشور آموزشی»، مشهد ۱۳۸۶.

ث:

۳۴. صاحبو گفتگو با کارشناسان، صادر کنندگان و تولید کنندگان زعفران در شهرستان تربت حیدریه، تابستان و پاییز ۸۶.

دو سال در این باره منتشر نکرده است.

۲. متن مصاحبه با مسئولان و کشاورزان و صادر کنندگان نزد نگارنده موجود است.

۳. متن گفتگوی نگارنده با مسئولان و کشاورزان و صادر کنندگان.

منابع و مآخذ:

الف: کتابهای فارسی

۱. ابریشمی، حمید، اقتصاد ایران، انتشارات علمی و فرهنگی، تهران ۱۳۷۵.

۲. ابریشمی، محمد حسن، زعفران، از دیرباز تا امروز، انتشارات امیر کبیر، تهران ۱۳۸۳.

۳. بهکیش، محمد مهدی، اقتصاد ایران در بستر جهانی شدن، نشر نی، تهران ۱۳۸۱.

۴. بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران، گزارش اقتصادی و ترانزنامه ۱۳۸۳، تهران ۱۳۸۵.

۵. پژوهشکده اقتصاد، اقتصاد و انتخابات، دانشگاه تربیت مدرس، تهران ۱۳۸۴.

۶. تقوی، مهدی، اقتصاد سیاسی بین الملل، پژوهشکده امور اقتصادی، تهران ۱۳۷۹.

۷. راشد اشرفی، علیرضا، مجموعه اطلاعات مورد نیاز در بازرگانی خارجی، نشر قانون، تهران ۱۳۸۲.

۸. سازمان مدیریت و برنامه ریزی آذربایجان شرقی، نخستین همایش ملی بهره‌وری و توسعه، جلدهای ۱ و ۲، تیریز ۱۳۸۵.

۹. سازمان مدیریت و برنامه ریزی، سیاستهای کلی برنامه چهارم توسعه اقتصادی اجتماعی و فرهنگی، جلد ۱، تهران ۱۳۸۴.

۱۰. غفاری، مسعود، «یادداشت‌های درس جهانی شدن» (دوره دکتری)، دانشگاه تربیت مدرس، سال تحصیلی ۱۳۸۵-۸۶.

۱۱. قوام، سید عبدالعلی، جهانی شدن و جهان سوم، دفتر مطالعات سیاسی و بین المللی، تهران ۱۳۸۲.

۱۲. کمیجانی، اکبر، سازمان تجارت جهانی (WTO) و آثار اقتصادی الحاق ایران به آن، معاونت امور اقتصادی، وزارت امور اقتصاد و دارایی، تهران ۱۳۷۴.

۱۳. کمیجانی، اکبر، مقررات دسترسی به بازار محصولات کشاورزی، مؤسسه پژوهشهای برنامه ریزی و اقتصاد کشاورزی، تهران ۱۳۸۰.

۱۴. گمرک جمهوری اسلامی ایران، سالنامه آمار بازرگانی خارجی جمهوری اسلامی ایران، سال ۱۳۸۲ (صادرات)، تهران ۱۳۸۳.

۱۵. مؤسسه اعتباری فیچ، ریسک اقتصادی، مؤسسه تحقیقات تدبیر اقتصاد، تهران ۱۳۸۴.