

ضرورت اتخاذ استراتژی و تدوین برنامه اقدام پایدار

جهت تجاری سازی محصولات کشاورزی جنوب استان کرمان

♦ دکتر شاپور کوهستانی
رئیس دانشگاه جیرفت



چون آدامس، آلفرد مارشال و دیوید ریکاردو تجارت خارجی را منبع رشد اقتصادی می‌دانند و بر ضرورت آن به‌عنوان وسیله‌ای برای گسترش بازار داخلی، تقسیم‌کار، افزایش کارایی و بهره‌وری تأکید می‌کنند. بنابراین، تجارت خارجی می‌تواند ضمن ایجاد نیاز به صنعتی شدن، دانش و تجربه لازم را برای توسعه اقتصادی فراهم آورد و ابزارهای دسترسی به آن را در اختیار کشورهای در حال توسعه قرار دهد. کشاورزی به دلیل ماهیت و نقش آن در تولید نیازهای روزمره و اولیه جوامع، از دیرباز نقش مهمی در اقتصاد ملی، منطقه‌ای و محلی مردم و به‌ویژه جوامع روستایی داشته است. بخش کشاورزی علاوه بر تأمین نیازهای داخلی، از طریق صادرات کشاورزی در تجارت خارجی مشارکت دارد و صادرات محصولات آن نسبت به دیگر بخش‌ها از ثبات بیشتری برخوردار است؛ بنابراین تکیه بر این بخش و توسعه و گسترش صادرات آن می‌تواند زمینه را برای حضور ایران در بازارهای جهانی و استفاده از مزایای آن فراهم آورد. به همین دلیل، توجه به توسعه و تجارت بخش کشاورزی به‌عنوان پیش شرط توسعه اقتصادی، ضروری است. رونق بخش کشاورزی و افزایش تولیدات آن می‌تواند به توسعه صادرات غیرنفتی کمک شایانی کند. با توجه به روند نوسانات صادرات نفت و سهم اندک صادرات غیرنفتی از درآمدهای ارزی و کسری تجاری در تجارت محصولات کشاورزی، لازم است سیاست‌گذاری در حوزه افزایش صادرات بخش کشاورزی که خود متأثر از عوامل گوناگونی است، انجام گیرد.

جنوب استان کرمان به دلیل قابلیت‌های طبیعی و توان اکولوژیکی، زیرساخت‌های تولیدی و مراکز دانشگاهی و تحقیقاتی با سابقه در حوزه کشاورزی و نیروی انسانی ماهر و تحصیل‌کرده به‌عنوان یکی از قطب‌های تولید محصولات کشاورزی کشور است. با

مهم‌ترین هدف کشورهای در حال توسعه، رشد و توسعه سریع اقتصادی است. تحقق این هدف با بهره‌گیری از امکانات، توانمندی‌ها و استعدادها ی مادی و معنوی جامعه در راستای تأمین نیازهای داخلی و خارجی میسر می‌شود؛ بنابراین تعامل با بازارهای بین‌المللی یکی از معیارهای توسعه‌یافتگی است.

میل به رشد سریع اقتصادی از طریق تجارت به دست می‌آید. تجارت بین‌الملل به‌عنوان یکی از بخش‌های اقتصادی نقش مهمی در تعیین سرنوشت کشورهای در حال توسعه ایفا می‌کند. اقتصاددانانی



توجه به حجم و کیفیت تولید محصولات کشاورزی در جنوب استان کرمان، این منطقه یکی از قطب‌های اصلی تأمین محصولات کشاورزی موردنیاز داخل و خارج کشور بوده است. در همین راستا شواهد تاریخی نشان دهنده روابط تجاری بین تمدن جیرفت و بین‌النهرین در هزاره سوم ق.م است. پیتر فالزرنر (Peter Pfalzner) استاد باستان‌شناسی از دانشگاه توپینگن آلمان و مرکز مطالعات خاورمیانه باستان، در مورد سابقه تجارت بین‌المللی در جیرفت می‌گوید: به‌وسیله بررسی اشیاء باستانی حوزه جغرافیایی فرهنگی هلیل رود می‌توان گفت که: در هزاره سوم تا ۲۵۰۰ سال پیش از میلاد مسیح، اشیاء باستانی از جیرفت به دیگر نقاط بین‌النهرین حتی سوریه هم رفته است.

علی‌رغم سابقه تاریخی ارسال محصولات کشاورزی این منطقه به سایر نقاط کشور و جهان، به دلیل فقدان یک استراتژی پایدار در تجاری‌سازی محصولات کشاورزی منطقه، عمده این محصولات بدون داشتن نام و نشانی از جنوب استان کرمان وارد بازارهای داخلی و خارجی می‌شوند. لذا ضرورت دارد یک استراتژی و برنامه اقدام پایدار جهت تجاری‌سازی این محصولات اتخاذ و تدوین گردد و راهنمای عمل قرار گیرد. اقدام در جهت تجاری‌سازی محصولات کشاورزی جنوب استان در سه حوزه و میدان باید صورت پذیرد:

الف- دستگاه‌های متولی و نهادهای حاکمیتی:

اتخاذ استراتژی و تدوین برنامه استراتژیک تجاری‌سازی پایدار محصولات کشاورزی جنوب کرمان توسط دستگاه‌های متولی و نهادهای حاکمیتی از قبیل: سازمان جهادکشاورزی جنوب کرمان، سازمان صنعت، معدن و تجارت، اداره کل امورعشایری، اتاق بازرگانی و ... با استفاده از ظرفیت فکری دانشگاه‌ها و مراکز تحقیقاتی جنوب استان با رویکرد برنامه‌ریزی ارتباطی و مشارکتی.

در این راستا فرهنگ تولید با رویکرد تجارت باید در منطقه نهادینه شود و با ایجاد زیرساخت‌ها از جمله: پایانه صادراتی، منطقه ویژه کشاورزی و ایجاد رویه‌های جدید در تجارت محصولات کشاورزی از جمله: کشاورزی قراردادی و افزایش دامنه خرید تضمینی محصولات کشاورزی اقدام نمود و حلقه‌های موردنیاز تجاری‌سازی محصولات کشاورزی منطقه از

لحاظ دانش و شناخت فرصت‌ها و اصول تجارت و برندسازی، ایجاد ارتباط و شناخت بازار هدف و شرایط لجستیکی از قبیل ایجاد پایانه صادراتی و اقدامات زیربنایی مانند کشاورزی قراردادی، تولید بذر، توسعه صنایع بسته‌بندی محصولات و برگزاری همایش‌ها و نوآوردگاه‌ها در حوزه محصولات کشاورزی را فراهم ساخت.

ب- نهادهای نیمه‌دولتی و غیردولتی:

اتخاذ استراتژی و تدوین برنامه استراتژیک تجاری‌سازی پایدار محصولات کشاورزی جنوب کرمان توسط دستگاه‌های متولی و نهادهای حاکمیتی باید با مشورت و استفاده از ظرفیت نهادها و سازمان‌هایی چون تعاونی روستایی، تعاونی‌ها و اتحادیه‌های بخش کشاورزی، صنعت و تجارت و کشت و صنعت جیرفت صورت پذیرد. اتخاذ استراتژی و تدوین برنامه فوق باید با در نظر گرفتن این مهم باشد که به دلیل حضور بخش نیمه‌دولتی و بعضاً خصوصی در تدوین و اجرای برنامه تجاری‌سازی، مصالح عمومی قربانی منافع بخش خصوصی نشود و این مهم به‌عنوان یک معیار اصلی در کنار سایر معیارهای اثربخشی ارزیابی برنامه مورد ارزیابی مداوم قرار گیرد تا برنامه قربانی اهداف و مطامع بخش خصوصی نشود.

ج- مردم و بخش خصوصی:

در عرصه عمل مردم عادی، روستاییان، عشایر و کشاورزان پیشرو هستند که در موقعیت بازاری عمل در تولید و تجاری‌سازی محصولات کشاورزی نقش ایفا می‌کنند. برنامه اقدام پایدار جهت تجاری‌سازی محصولات کشاورزی باید با رویکرد مشارکتی به‌گونه‌ای تدوین شود که با ایجاد فضای رقابتی و تسهیل‌گری، برانگیزاننده و ترغیب‌کننده این بازیگران و ذینفعان اصلی جهت مشارکت و همراهی در اجرای برنامه شود.

به‌طور کلی اتخاذ استراتژی و تدوین برنامه استراتژیک تجاری‌سازی پایدار محصولات کشاورزی جنوب کرمان توسط دستگاه‌های متولی و نهادهای حاکمیتی باید با مشورت دانشگاه‌ها و مراکز تحقیقاتی جنوب استان و استفاده از ظرفیت نهادها و سازمان‌هایی چون تعاونی روستایی، تعاونی‌ها و اتحادیه‌های بخش کشاورزی، صنعت، معدن و تجارت و کشت و صنعت جیرفت و نخبان بومی در این حوزه صورت پذیرد. ♦♦

علی‌رغم سابقه

تاریخی ارسال

محصولات

کشاورزی این

منطقه به سایر

نقاط کشور و

جهان، به دلیل

فقدان یک

استراتژی پایدار

در تجاری‌سازی

محصولات

کشاورزی منطقه،

عمده این

محصولات بدون

داشتن نام و

نشانی از جنوب

استان کرمان

وارد بازارهای

داخلی و خارجی

می‌شوند. لذا

ضرورت دارد

یک استراتژی

و برنامه اقدام

پایدار جهت

تجاری‌سازی این

محصولات اتخاذ

و تدوین گردد و

راهنمای عمل قرار

گیرد.