

راهکار دومین کشور پرجمعیت جهان برای تنظیم بازار چیست؟

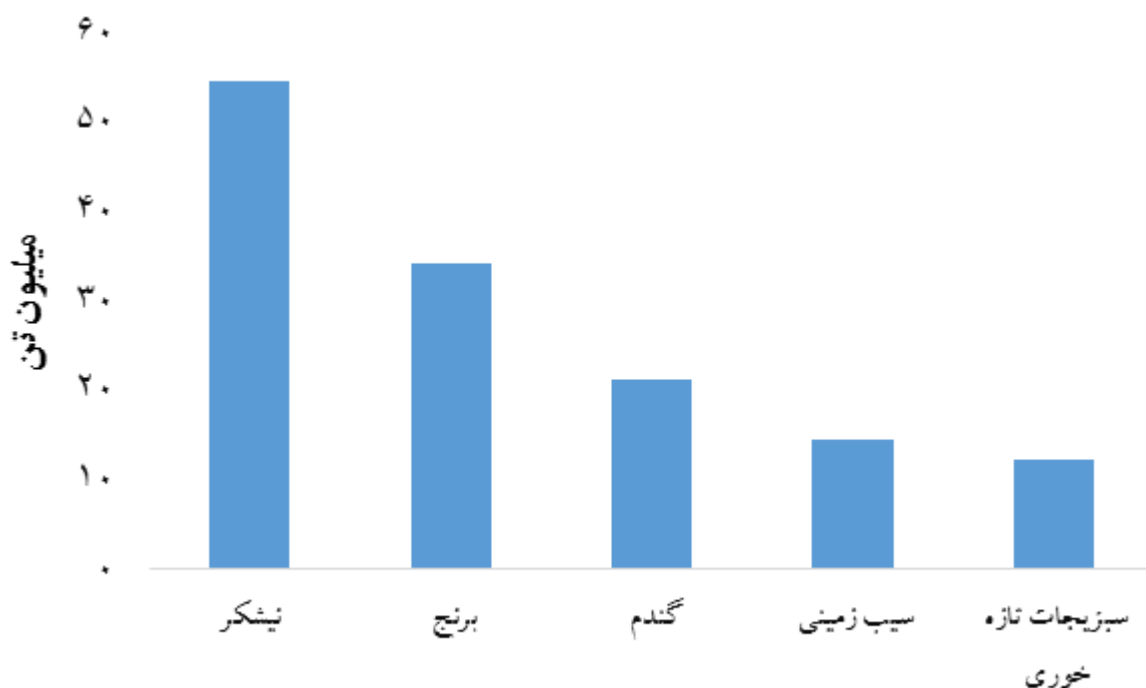


مدیریت واحد زنجیره تولید به منظور فراهم کردن زیر ساخت های ذخیره سازی، استاندارد و همچنین اطلاعات کافی و به روز لازمه رونق کشاورزی و حمایت از مصرفکننده است.

امید پیرهادی، عضو مرکز راهبردی غذا و کشاورزی دانشگاه تهران در گفتگو با خبرنگار مهر درباره نقش تجارت کشورهای جهان در تنظیم بازار محصولات کشاورزی و امکان استفاده از این تجارب در داخل کشور، اظهارداشت: هند یکی از کشورهایی است که طی سالهای اخیر با استفاده آزادسازی ظرفیتهای درونی خود در بخش کشاورزی سهم زیادی از نیاز غذایی جمعیت بالای خود را تأمین نموده است. هند دومین کشور پرجمعیت جهان است و بر اساس آمار جهانی در سال ۲۰۱۶، جمعیت آن از مرز ۱ میلیارد و ۲۳۴ میلیون نفر عبور کرد. سهم تولید ناخالص داخلی این کشور در حوزه کشاورزی نیز ۷.۷ درصد گزارش شده است.

وی اضافه کرد: اهتمام دولت این کشور برای رسیدن به امنیت غذایی موجب رسیدن این کشور به سرانه تولید ۶۰۰ کیلوگرمی در محصولات اساسی شامل (منابع پروتئینی، کربوهیدرات، قند و چربی) شده است؛ اما پیشرفت هند در سالهای اخیر و پیشروی این کشور به سمت خودکفایی بدون اهتمام جدی به مسئله بازار و نقش کلیدی، اتفاق

نمى‌افتاد. به‌عبارت‌دیگر مسئله مدیریت واحد زنجیره تولید و بازرگانی یکی از مهم‌ترین زیرساخت‌های این رونق بوده است.



۵ محصول نخست کشاورزی

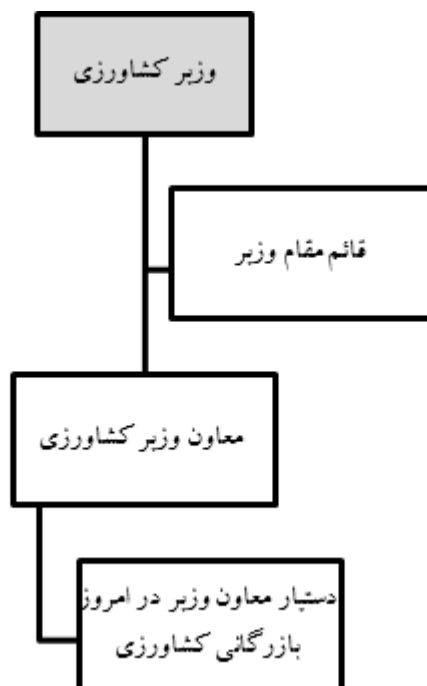
هندوستان در ده‌ساله اخیر

عضو مرکز راهبردی غذا و کشاورزی دانشگاه تهران ادامه داد: تا پیش از استقلال هندوستان از بریتانیا در سال ۱۹۴۷، رویکرد اصلی دولت حاکم بر این کشور در حوزه بازار کشاورزی، حمایت از قیمت مصرف‌کنندگان محصولات کشاورزی بود؛ اما پس از استقلال این کشور در سال ۱۹۴۷، سیاست‌هایی به‌منظور تقویت بخش تولید کشاورزی شکل گرفت.

پیرهادی افزود: در سال ۱۹۵۱ میلادی، وظایف خدمات و حوزه بازرگانی کشاورزی ذیل مسئولیت‌های وزارت غذا و کشاورزی هندوستان تعریف شد. تعریف این متولی بازار در ذیل وزارت کشاورزی هند موجب شد تا بستری برای ارائه خدمات حوزه بازار و ساماندهی آن توسط دولت شکل گیرد. در ابتدای دهه ۵۰ میلادی کشاورزی هند با مشکلاتی ازجمله کاهش نا‌عادلانه قیمت، هزینه‌های بالای بازاریابی، از بین رفتن بخشی از محصولات در فرایند تولید تا فروش مواجه بود.

به گفته وی برای پیگیری حل این مشکلات در حوزه بازار کشاورزی، اداره بازرسی و بازرگانی ذیل وزارت غذا و کشاورزی هند، متولی این

امور شد. این اداره از سال ۱۹۳۵ میلادی در این وزارتخانه تأسیس شده و در حال حاضر توسط دفتر رایزن بازرگانی کشاورزی در سطح دستیار معاون وزیر کشاورزی هند مدیریت می‌شود.



جایگاه متولی امور

بازرگانی ذیل وزارت کشاورزی هند

پیرهادی گفت: وزارت کشاورزی هند برای مدیریت هر چه بهتر بازار محصولات کشاورزی در این کشور پرمعیت و متنوع از نظر فرهنگ و اقلیم، ابزارهای مهمی برای حمایت واقعی از تولیدکننده و مصرفکننده را به کار گرفته است که در ادامه به برخی از مهم‌ترین آن اشاره خواهد شد.

نظام استانداردسازی و درجه‌بندی محصولات کشاورزی

عضو مرکز راهبردی غذا و کشاورزی دانشگاه تهران تصریح کرد: به‌منظور ایجاد قدرت رقابت‌پذیری در بازارهای داخلی و بین‌المللی باید با استفاده از ابزارهایی، وجه تمایز و برتری میان محصولات کشاورزی و غذایی را مشخص کرد. این وجه تمایزات از طریق اعمال نظام استاندارد و درجه‌بندی کالاها بر اساس خصوصیات ذاتی آنها صورت می‌گیرد.

پیرهادی افزود: استانداردسازی محصولات از نظر کیفیت و ایمنی غذا

منجر به افزایش حجم صادرات محصولات کشاورزی خواهد شد. در حال حاضر این نظام استانداردسازی ۲۱۳ محصول کشاورزی را در انواع مختلف پوشش می‌دهد. متولی استانداردسازی کالاهای کشاورزی بر اساس قانون فوق، اداره بازرسی و خدمات بازرگانی ذیل وزارت کشاورزی در امور بازار معرفی شده است. حبوبات، غلات، انواع روغن‌های گیاهی و حیوانی، میوه‌ها و سبزی‌ها و محصولات نیمه فرآوری شده مشمول این قانون هستند.

وی ادامه داد: در این میان محصولاتی از قبیل روغن‌های خوراکی حیوانی و گیاهی و شیر خشک به‌طور اجباری مشمول این استانداردها هستند. نکته مهم دیگر اینکه هیچ محصول صادراتی بدون داشتن استاندارد ملی هند اجازه صادرات نخواهد داشت. اداره بازرسی و بازرگانی وزارت کشاورزی به‌عنوان متولی اجرای این قانون با استفاده از آزمایشگاه‌های خود در سراسر هند با دریافت مبالغی مصوب از متقاضی اقدام به آزمون محصولات می‌کند.

عضو مرکز راهبردی غذا و کشاورزی دانشگاه تهران با بیان اینکه قبل از ورود به مرحله درجه‌بندی، محصولات باید از نظر میزان آفت‌کش‌ها و فلزات سنگین، میزان نمک‌های محلول، قند و سایر پارامترها حداقل استانداردها را دریافت کنند، گفت: پس از آن محصولات می‌توانند مورد ارزیابی کیفی قرار گیرند. پس از تعیین استانداردها در آزمایشگاه، دستورالعمل‌های مربوط سطح بندی در قانون اشاره شده است.

پیرهادی ادامه داد: برای مثال در مورد گوجه فرنگی معیارهای ارزیابی این محصول را به سه سطح دسته بندی می‌کند که شامل سطح فوق العاده، سطح یک و سطح دو است. در تشریح استانداردها آمده؛ در سطح فوق العاده محصول باید عاری از هرگونه لکه و آفت زدگی و یا نقصان در شکل ظاهری باشد. در کلاس‌های اول و دوم به ترتیب این کیفیت ظاهری کاهش می‌یابد که ریز دقیق آن در دستورالعمل مشخص شده است.



تصویر - نشان استاندارد محصولات کشاورزی موسوم به «AGMARK»

به گفته وی در نهایت پس از تائید وزار کشاورزی هند برچسب فوق به محصول تعلق خواهد گرفت.

پرتال بازار

عضو مرکز راهبردی غذا و کشاورزی دانشگاه تهران اضافه کرد: شبکه اطلاعاتی بازار کشاورزی هندوستان در سال ۲۰۰۰ میلادی با تصمیم وزرای کشاورزی ایالات مختلف این کشور توسط اداره بازرسی و بازرگانی کشاورزی ذیل وزارت کشاورزی این کشور راه اندازی شد. به کمک این سامانه اداره نظارت و بازرگانی کشاورزی می‌تواند بیش از ۷۰۰۰ مرکز عمده‌فروشی محصولات کشاورزی را به تشکلهای و انجمن‌های تخصصی محصولات کشاورزی و سایر ادارات برای تبادل مؤثرتر اطلاعات متصل کند.

پیرهادی ادامه داد: در این بستر برخط، امکان دسترسی و انتشار اطلاعات قیمت‌ها، محصولات موجود در بازارها برای عموم مردم، مصرف‌کنندگان، تولیدکنندگان، کارشناسان و سیاست‌گذاران در هندوستان به صورت شفاف و سریع فراهم شده است. در تارنمایی که توسط اداره بازرگانی کشاورزی ایجاد شده است، اطلاعات قیمت ۳۰۰ محصول کشاورزی و ۲۰۰۰ رقم مختلف در بازارهای عمده‌فروشی مشخص شده است. شیوه کار نیز به این صورت است که مأمورین حراجی از طرف دولت هرروز صبح تا ظهر در بازارهای عمده‌فروشی حضور پیدا می‌کنند. این مأمورین اطلاعات قیمت‌های فروش محصولات کشاورزی را جمع‌آوری کرده و در همان روز روی تارنمای پرتال قرار می‌دهند. برای مثال کاربر با انتخاب محصول سیب در ایالت اوتراکند و شهر هریدوار در شمال هند و انتخاب بازار

و بازه زمانی، می‌تواند از روند قیمتی فروش سیب در بازار رورکی در همان حوالی مطلع شود.

وی افزود: محصولات کشاورزی در هند به‌صورت مستقیم توسط کشاورزان عرضه می‌شوند. این بازارهای عمده‌فروشی در زبان هندی به مانی (Mandi Bazars) معروف شده‌اند. سازوکار فروش محصولات کشاورزی در بازارهای هند به این صورت است که کشاورزان می‌توانند محصول خود را به‌صورت مزایده و به طور شفاف با خریداران و یا شرکت‌های تجاری و فرآوری به فروش برسانند. در این‌چنین بازارهایی، اطلاعات متقارن خرید و فروش می‌تواند به سهولت در دسترس قرار گرفته و ثبت شود.



عضو مرکز راهبردی غذا و کشاورزی دانشگاه تهران اضافه کرد: مدیریت واحد زنجیره تولید به منظور فراهم نمودن زیر ساخت های ذخیره سازی، استاندارد و همچنین اطلاعات کافی و به روز لازمه رونق کشاورزی و حمایت از مصرف‌کننده است؛ بنابراین نهادی که متولی تولید کشاورزی است باید این مسئولیت ها را بر عهده گرفته تا از نابسامانی ها در این حوزه ها جلوگیری شود.