

دستور جلسه: بازار و بازرگانی محصولات دامی در راستای هدف اقتصادی کردن مرتعداری در ایران

حاضرین: آقایان: دکتر ارزانی، دکتر خورشیدی، دکتر احمدی، مهندس یآوری، مهندس نعمت ... ی، دکتر باغستانی، مهندس خادمی، مهندس فیاض، آقای پهلوان و دکتر افتخاری و سرکار خانم مهندس اژدری.

نظرات ارائه شده در جلسه:

در ابتدای جلسه آقای مهندس یآوری پیرامون زنجیره یکپارچه تامین تولید مراتع مطالبی را ارائه کردند که مختصر آن بدین شرح می باشد. کشور ایران دارای سطح وسیعی از منابع طبیعی و به ویژه مراتع می باشد. سطوح کل منابع طبیعی در ایران ۱۳۴ میلیون هکتار می باشد که مراتع ۸۵ میلیون هکتار آنرا به خود اختصاص داده اند. ۹۱۶ هزار خانوار و ۸۳ میلیون واحد دامی متکی به مراتع در کشور وجود دارد. با وجود منابع غنی گیاهان دارویی از حجم تجارت ۴۳ میلیارد دلاری گیاهان دارویی تنها ۲۴ میلیون دلار آن سهم ایران می باشد. خام فروشی و وضعیت بد مراتع و گیاهان از جمله دلایل موثر بر این موضوع می باشد. به گزارش فائو بیش از ۷۵ درصد ارزش مراتع شامل ارزشهای غیر بازاری و غیر علوفه ای مراتع می باشد. از اینرو باید نگاه و دیدگاه تولید علوفه به مرتع دگرگون گردد. وجود زنجیره یکپارچه تامین تولید مراتع می تواند گام موثری در اقتصادی کردن مرتعداری و بهبود معیشت دامداران داشته باشد. هر قسمت از تولید باید دارای یک سود متعارف و تنظیم شده ای باشد. اما در اغلب موارد سود زیادی در قسمتی پخش می شود که عمل فرآوری را انجام می دهد. باید برای زنجیره یکپارچه تامین تولید مراتع تمام سازمانهای درگیر با مرتع و دام همکاری و تعاون داشته باشند. در برخی محصولات مانند مرغ زنجیره تولید قوی و خوبی داریم اما مراتع با وجود تامین نزدیک به ۷۰ درصد آب تولیدی کشور زنجیره تولید ضعیف و ناقصی دارند.

برای اقتصادی کردن دامداری باید درآمدهای ناشی از دامداری افزایش و هزینه های آن کاهش یابد. با توجه به اینکه دامداری اصلی ترین درآمد مرتعداران می باشد لذا باید فکر کرد که چگونه می توانیم برای آن ارزش افزوده ایجاد کنیم. در راستای افزایش درآمد دامداران و تولید کنندگان محصولات دامی، ارزیابی بهره مندی تولید کننده از سود بسیار مهم است (بررسی نسبت سود آوری سرمایه). در قدم بعدی ارزیابی بهره مندی یا بررسی درصد سود تعاونی ها و واسطه ها مهم می باشد. تا ندانیم خرده فروشی و عمده فروشی چه درصدی از سود را می برند دستکاری و دخالت در بازار غلط می باشد. زیرا اگر سفره جدیدی در بازار و بازار یابی پهن کردیم و آن سفره بی نتیجه بماند، جمع کردن آن سفره باعث آبروریزی سازمان و برهم زدن نظم بازار است و از سوی دیگر مشروعیت جایگاه حمایتی سازمان مورد نظر زیر سوال خواهد رفت. باید الگو برداری کنیم مثلا در یک مطالعه روی تعاونی های روستایی در استان مرکزی مشخص شد که این تعاونی ها به شکل کارتری عمل می کنند. یعنی اعضای داخل تعاونی به دلیل الزام به یک سری از تعهدات تعاونی ضرر می بینند و اعضای خارج از تعاونی سود بیشتری از شرایط ایجاد شده می برند.

برای هر گونه دخالت در بازار، در ابتدا باید مشخص شود که هر کدام از حلقه های زنجیره تولید دارای چه سودی هستند و سپس با تنظیم سود مدیریت زنجیره تولید انجام شود. میزان سود باید متناسب با میزان عملیات اقتصادی باشد. سودی که خارج از چرخه متعارف تولید باشد، رانت است. در اقتصاد مدیریت یک نقطه بهینه برای تابع تولید وجود دارد و روشهایی هم برای حفظ آن وجود دارد. از آنجا که بیش از ۷۵ درصد از منافع حاصل از مراتع برای عموم جامعه بوده و نصیب دامدار نمی شود اما دامدار با اجرای صحیح مرتعداری باعث حفظ این منافع برای جامعه می شود لذا بخش دولتی باید این ۷۵ درصد سود حاصله از مزایای غیر اقتصادی مرتعی را در نظر گرفته و برای آن بودجه کنار بگذارد تا در مجموع برای جامعه یک مزیت اجتماعی حداکثر داشته باشیم. چون هر کار اقتصادی نیاز به بودجه اقتصادی دارد.

برای موفقیت در زنجیره تولید باید از سازمانهای مردم نهاد کمک گرفته شود تا آنها مدیریت این مساله را به عهده بگیرند. تعاونی یک سیستم وارداتی از کشور دانمارک است و لذا موفق نبوده است. و بایستی دنبال یک سیستم بومی در کشور خودمان باشیم. شروع کار تعاونی در کشور خوب بود اما بعد از یک مدتی انحصاری شد، سود اجتماعی کنار رفت و سود انفرادی مطرح شد و در نتیجه کارایی

تعاونی‌ها در حال حاضر زیر سوال می‌باشد. باید تشکل‌ها از ساختارهای بومی شکل گیرد تا در جامعه موفق عمل کند. راه موفقیت تعاونی‌ها این است که در آن گروه مطرح باشد نه فرد. زیرا اگر بنا باشد گروهی واسطه سود ببرند با اینکه فردی واسطه سود ببرد تفاوتی نخواهد داشت. نکته مهم این است که اساسنامه تعاونی‌ها خوب است اما اجرا نمی‌شود.

در کشورهای توسعه یافته اقتصاد دانه‌ها روی سیاست تاثیر می‌گذارد اما در کشورهای جهان سوم سیاسیون روی اقتصاد تاثیر می‌گذارد. در ایران اکثر سود نصیب واسطه‌ها می‌شود. اگر قصد حذف واسطه را داریم باید به فکر جایگزینی برای آن باشیم. تشکل‌ها، انجمن‌ها، اتحادیه‌ها و صنف‌ها می‌توانند جایگزین خوبی برای واسطه‌ها باشند به شرطی که تشکل‌ها هدفمند باشند.

تولید مرغ ارگانیک در آمریکا توسط شرکت جوجه سبز انجام شد که ۴/۵ برابر گرانتر فروخته شد. در ایران نیز محصولات سالم و پاک مرتعی در چند نقطه تولید شده و گواهی هم از سازمانهای مربوطه گرفته اند. باید برای اقتصادی کردن دامداری، تولید محصولات ارگانیک یا پاک در دستور کار قرار گیرد. چون گواهی گرفتن برای تولید محصولات ارگانیک سخت می‌باشد لذا می‌توان تولید محصولات پاک و سالم نیز در دستور کار قرار گیرد. دفتر تولید محصولات پاک و ارگانیک در وزارت جهاد کشاورزی موجود است. باید محصولات عشایری مانند گوشت با برند مخصوص که به تایید چند سازمان هم رسیده باشد، با قیمت بیشتری به فروش برسد. در اقتصاد تبعیض قیمت وجود دارد که گاهی و در شرایط خاص برای یک کالای واحد قیمت‌های متفاوت اعمال می‌شود چه برسد به کالاهایی که با هم تفاوت واضح دارند و مردم هم ترغیب به خرید آنها دارند، لذا هیچ جای نگرانی برای اجرای این مساله وجود ندارد. سه سازمان استاندارد، دامپزشکی و صنعت، معدن و تجارت باید روی یک محصول مهر تایید بزنند تا به عنوان محصول سالم و یا ارگانیک در جامعه توزیع شود. به عبارتی یک محصول پاک یا ارگانیک باید کدهای مربوطه از هر یک از سازمانهای یاد شده را داشته باشد. باید از تبلیغات هم برای این موضوع استفاده کرد. دفتر سلامت غذا و توسعه پایدار در وزارتخانه موجود است و روی بحث محصولات ارگانیک نظارت دارد. برای تایید ارگانیک بودن یک کالا باید زیست بوم آن هم بررسی شود. با بررسی‌های دفتر سلامت غذا مشخص شده است که برخی مکانها دارای پتانسیل تولید محصول ارگانیک هستند اما محصولات فعلی تولیدی ارگانیک نمی‌باشند. و بلکه اکثرا در زمره محصولات پاک لحاظ می‌شوند. تاییدیه برند ارگانیک برای یک محصول کار سختی می‌باشد و مواردی چون پساب، واکسن شیمیایی و ... از موارد عدم تایید محصول ارگانیک می‌باشند. مراتع بکر دارای چشمه سارها می‌توانند گزینه مناسبی برای تولید محصولات ارگانیک باشند. تامین بازار مناسب برای محصولات ارگانیک یا سالم یکی از موارد اساسی در این زمینه می‌باشد. طراحی قالب کاربردی استفاده از مراتع با هدف کسب سود اقتصادی و اجتماعی با رویکرد حفظ منابع پایه می‌تواند عنوان یک طرح مناسب برای بررسی این موضوع باشد. مشابه چنین طرحی برای تنظیم بازار در میادین میوه و تره بار برای بررسی سود هر حلقه واسطه انجام شده است. تقسیم کار و اختصاصی شدن کارها در امور دامداری نیز می‌تواند منجر به افزایش تولید محصولات دامی شود. آقای تیلور این کار را با بررسی در جامعه کفاش‌ها اثبات کرد به نحوی که هر کفاش وقتی تمام کارها را انجام دهد ۵ جفت کفش در طول روز تولید می‌کند اما با تقسیم کارها و اختصاصی شدن و سری کاری هر کفاش توانست نزدیک به ۲۴ جفت کفش تولید نماید. لذا در دامداری نیز می‌بایستی با تقسیم کارها و اختصاصی شدن آنها (پرور بندگی و ...) تولید را افزایش دهیم.

برای اقتصادی کردن دامداری چاره‌ای جز کاهش هزینه‌ها و افزایش درآمد دامداران نداریم که این مساله با توجه به وضعیت نامناسب مراتع کاری دشوار به نظر می‌رسد از اینرو اگر بتوان برای آن ۷۵ درصد کارکردهای غیر علوفه‌ای مرتع (کارکردهای حفاظتی و زیست محیطی) طوری برنامه ریزی نمود که درآمد یا سودی را عاید دامدار کند می‌توان به اقتصادی شدن دامداری امیدوار بود در غیر اینصورت اقتصادی کردن دامداری کاری تقریباً محال خواهد بود.

جمع بندی :

باید دامداری را برای دامداران با کاهش هزینه‌ها و افزایش درآمد افزایش دهیم. برای افزایش درآمد تقویت زنجیره تولید، برند سازی محصولات پاک یا ارگانیک با داشتن تاییدیه و مهر سازمانهای مربوطه، مطالعه میزان سود در زنجیره غذایی، بررسی نسبت سود آوری سرمایه، کاهش حلقه‌های واسطه، تهیه درآمد از کارکردهای غیرعلوفه‌ای مرتع برای دامداران و کمک گرفتن از سازمانهای مردم نهاد با

تاکید بر جامعه محوری در این سازمانها از موارد اساسی می باشند. تولید محصولات پاک یا در صورت امکان ارگانیک شاید یکی از راهکارهای اساسی در این زمینه باشد که باید در دستور کار وزارتخانه قرار بگیرد. والسلام.