



بررسی شاخص های ماتریس تحلیل سیاستی صنایع غذایی منتخب کشور

محمد خداوردیزاده^{۱*}، یحیی فتحی^۲، مریم حسینی اصل^۳ و محمد کاووسی کلاشمی^۴

*۱- استادیار گروه اقتصاد کشاورزی دانشگاه ارومیه؛ آدرس: ارومیه- دانشگاه ارومیه، دانشکده کشاورزی، گروه اقتصاد کشاورزی

۲- معاون پژوهشی مؤسسه مطالعات و پژوهشهای بازرگانی تهران و آدرس: تهران، کارگر شمالی، مؤسسه مطالعات و پژوهشهای بازرگانی

۳- دانشجوی دکتری دانشگاه بوعلی همدان

۴- استادیار دانشگاه گیلان

پست الکترونیکی نویسنده مسئول (محمد خداوردیزاده): mo.khodaverdizadeh@urmia.c.ir

چکیده

چرخش به سمت اقتصاد چند محصولی در صادرات مستلزم شناخت فرصت های موجود در صادرات غیرنفتی و عملیاتی نمودن آن می باشد. در این مطالعه هدف بررسی فرصت ها و تهدیدات در ورود به سازمان تجارت جهانی بر روی بخش مهمی از صادرات غیر نفتی از جمله صنایع غذایی می باشد. لذا محصول ماست پرچرب ساده ۱۰۰۰ گرمی شرکت لبن دشت چوپان انتخاب و ماتریس تحلیل سیاستی آن طراحی و شاخص های مزیت نسبی، حمایتی و توان رقابت هزینه ای آن بررسی شدند. مقدار شاخص هزینه منابع داخلی (DRC) نشان داد که تولید آن در داخل به دلیل وجود صرفه جویی ارزی، اقتصادی تر از واردات آن است. مقدار شاخص سوآوری خالص اجتماعی (NSP) تاکید به تولید محصول لبنی مورد مطالعه در شرایط رقابت آزاد با توجه به سودآوری اجتماعی آن داشت. مقدار شاخص ضریب حمایت اسمی از نهاده (NPCI) و شاخص ضریب حمایت اسمی از محصول (NPCO) نشان داد که تولید کنندگان این محصول به نوعی مالیات غیرمستقیم پرداخت می نمایند. بدیهی است ادامه این شرایط در میان مدت می تواند انگیزه های تولید را در این بخش از بین برده و تبعات نامناسبی برای امنیت غذایی کشور ایجاد نماید. مقدار شاخص توان رقابت صادراتی (Uc_x) برای محصول مورد مطالعه نشان داد که تولید کننده مورد مطالعه در محصول مورد بررسی توان رقابت هزینه ای با رقبای جهانی را دارا می باشد.

واژه های کلیدی: مزیت نسبی، سازمان تجارت جهانی، ماتریس تحلیل سیاستی، ماست پرچرب ساده ۱۰۰۰ گرمی.



مقدمه

درآمدهای حاصل از نفت و فراورده‌های آن همواره دستخوش تغییر و ناپایداری بوده است. وابستگی اقتصاد ایران به درآمدهای حاصل از فروش نفت خام و محدود بودن ذخایر نفتی، چرخش به سمت اقتصاد چند محصولی در صادرات را محور تلاش‌های دولتمردان در سال‌های اخیر نموده است. تحقق این امر مستلزم شناخت فرصت‌های موجود در صادرات غیرنفتی و عملیاتی نمودن آن می‌باشد (ابریشمی و همکاران، ۱۳۸۸). توسعه صادرات غیرنفتی، علاوه بر افزایش درآمدهای ارزی و بهبود تراز پرداخت‌ها، می‌تواند تأثیر قابل توجهی بر اشتغال در کشور بگذارد. به منظور رشد و توسعه صادرات غیرنفتی در بلندمدت باید اتخاذ سیاست‌های پایه‌ای و بنیادی مد نظر برنامه‌ریزان قرار گیرد (مهدوی عادل و همکاران، ۱۳۸۸). یکی از پیامدهای احتمالی آینده بحث حضور در سازمان تجارت جهانی می‌باشد که برنامه ریزیهای ممکن قبل از عضویت در آن باید صورت بگیرد. با گسترش سازمان جهانی تجارت، بررسی تبعات آن یکی از دغدغه‌های کشورهای عضو و غیر عضو می‌باشد. کشورهای عضو در سازمان جهانی تجارت باید با یک برنامه زمان بندی مشخص ضمن کاهش تعرفه‌ها، نسبت به حذف محدودیتها و حمایتهای غیر تعرفه ای اقدام نمایند. لذا قبل از الحاق به سازمان تجارت جهانی بررسی و شناسایی محصولات دارای مزیت نسبی و قابل رقابت در بازارهای جهانی در هر یک از سه بخش صنعت، کشاورزی و خدمات گام اولیه مهمی در توسعه صادرات غیر نفتی محسوب میشود. الحاق به سازمان جهانی تجارت را باید عنصری کلیدی در مسیر اجرای اهداف سیاست های توسعه ای تجارت ملی به شمار آورد. بر اساس تجربیات کشورهای مورد بررسی، این اهداف می باید به روشنی قبل از شروع جریان الحاق تعریف شده باشند. اگر قرار باشد الحاق با شرایط متعادل انجام گیرد، منافع ملی با حساسیت بیشتری دنبال شود و حتی الامکان از بروز شوک به صنایع و بخش های داخلی جلوگیری شود، باید از قبل آمادگی کامل و هماهنگی تام بین نهادهای دولتی و توافق همه گیر سیاسی در کشور به وجود آمده و به خوبی دانسته شود که مذاکرات الحاق جریانی مشکل، پیچیده و زمان بر است (رحیمی بدر و مبارک، ۱۳۸۸).

از لحاظ جنبه کیفی الحاق ایران به سازمان تجارت جهانی عملاً باعث می شود که ایران در راستای پذیرفتن موافقتنامه های سازمان تجارت جهانی الزاماً باید اصلاحاتی را در ساختار حقوقی، مالی و اقتصادی خود بپذیرد که این امر میتواند سبب بهبود ساختار اقتصاد ایران شود. از طرف دیگر حرکت ایران با جهت حرکت اقتصاد جهان همسو خواهد شد که در بلند مدت آثار حسن زیادی بر اقتصاد ایران خواهد گذاشت. الحاق به سازمان تجارت جهانی باعث می شود که واحدهای کارا فعال شده و بنگاههای غیرکارا از صحنه رقابت خارج شوند و به توسعه آن دسته از تولیدات داخلی که دارای مزیت نسبی صادراتی است منجر می شود (بیدآباد، ۱۳۸۳).



در حال حاضر، اقتصاد ایران بیش از پیش نیاز به توسعه تولیداتی دارد که ضمن بهبود وضع اقتصاد داخلی، سبب افزایش صادرات غیرنفتی نیز می‌گردد. زیرا متکی بودن بر اقتصاد ایران بر درآمدهای نفتی و تأثیرپذیری این درآمدها از مسائل سیاسی، اقتصادی و بین‌المللی، آسیب‌پذیر و شکنندگی اقتصاد کشور را موجب می‌شود. در این میان صنایع غذایی علاوه بر نقش مهمی که در اقتصاد داخلی دارد، نقش به‌سزایی در امر صادرات غیرنفتی نیز داراست. این در صورتی است که در ایران، این صنایع به علل مختلف، از جمله تفاوت‌های مالکیتی، تکنولوژیکی و ظرفیتی، پراکندگی آن‌ها در شهر و روستا و اتخاذ سیاست‌های نادرست قیمت‌گذاری برای محصولات آن، موجب شده است تا روند توسعه این صنایع در حد مطلوب و درخور کشور نباشد، به همین دلیل در این بخش سعی شده است تا روند تحولات صنایع غذایی مورد بررسی قرار گیرد تا اهمیت و جایگاه آن در میان گروه‌های مختلف صنعت کشور و تجارت جهانی مشخص گردد و بدین ترتیب، به مزیت‌های آن و نقاط ضعف و قوت آن پی برده شود.

صنایع لبنی یکی از زیرگروه‌های صنایع غذایی است که با فرآوری و تبدیل شیر به محصولات لبنی از فساد آن جلوگیری می‌کند و شرایط را برای امکان نگهداری شیر یا انتقال به بازارهای بزرگ تر مهیا می‌سازد و از این طریق ضمن تأمین نیاز کشور به فرآورده‌های لبنی از استفاده غیربهداشتی و غیربهبهینه شیر مازاد بر مصرف روستاییان جلوگیری می‌کند. اهمیت این صنعت را می‌توان در تأمین مواد غذایی، اشتغال‌زایی و از همه مهم‌تر جلوگیری از واردات محصولات لبنی دانست.

در این مطالعه هدف آن است که با استفاده از شاخص‌های حاصل از ماتریس تحلیل سیاستی مزیت نسبی محصول لبنی ماست پرچرب ساده ۱۰۰۰ گرمی شرکت لبن دشت چوپان در تولید و تجارت، وضعیت حمایت از بازار نهاد و محصول و همچنین توان رقابت هزینه داخلی و صادراتی این محصول لبنی مورد بررسی قرار گیرد.

پیشینه تحقیق

مطالعات مختلفی درباره بررسی اثرات الحاق با استفاده از مطالعات میدانی، ماتریس تحلیل سیاستی و شاخصهای کمی انجام و تکمیل انجام شده است.

فانینگ و لونبو^۱ (۲۰۰۱) با استفاده از شاخص DRC مزیت نسبی منطقه‌ای تولید غلات چین را محاسبه نمودند. نتایج نشان داد که برنج دیررس هندی، برنج متوسط هندی، برنج ژاپنی، سورگوم و ارزن دارای مزیت نسبی تولید در تمامی مناطق مورد مطالعه می‌باشند.

^۱ Funing and Lonbo



تسای^۲ (۲۰۰۱) مزیت نسبی انواع گل‌های شاخه بریده صادراتی تایلند را با استفاده از شاخصهای هزینه منابع داخلی تولید و خالص منفعت اجتماعی بررسی نمود. نتایج نشان داد که تایوان در تولید و صادرات گل سرخ و گلابول دارای مزیت نسبی است.

نلسون و پانگابین^۳ (۱۹۹۱) تولید شکر در اندونزی را از نظر خصوصی و اجتماعی با استفاده از ماتریس تحلیل سیاستی ارزیابی نمودند. نتایج این مطالعه نشان داد که از نگاه خصوصی و اجتماعی، تولید شکر در اندونزی سودآور نمیباشد. نتایج پژوهش نشان داد که ضرر اجتماعی تولید، زیان مصرف کنندگان و خسارت دولت بر اثر تولید شکر به ترتیب برابر با ۴۶۵، ۲۶۳ و ۱۲۲ میلیارد رویه می‌باشد.

یائو (۱۹۹۷) با استفاده از ماتریس تحلیل سیاستی در تایلند نشان داد که برنج در مقایسه با سویا و نخود دارای سودآوری اجتماعی است، اما کشاورزان به دلیل اینکه یارانه بیشتری به سویا و نخود سبز پرداخت می‌شود، کشت سویا و نخود سبز را بر برنج ترجیح می‌دهند.

گونزالس^۴ و همکاران (۱۹۹۳) با استفاده از معیار هزینه منابع داخلی، نرخ حمایت اسمی و موثر و سودآوری خالص اجتماعی به بررسی مزیت نسبی پنج محصول عمده کشاورزی اندونزی شامل برنج، ذرت، سویا، شکر و آرد کاساوا پرداختند. نتایج نشان داد که اندونزی در تولید برنج و ذرت در مقایسه با واردات آنها دارای مزیت نسبی است، اما مزیت نسبی ذرت از برنج بیشتر است.

سروش زنگنه و همکاران (۱۳۸۴) به بررسی مزیت نسبی میگو در استان سیستان و بلوچستان پرداختند. آنها با استفاده از شاخصهای هزینه منابع داخلی، نرخ حمایت اسمی از نهاده، نرخ حمایت اسمی محصول و نرخ حمایت موثر در غالب ماتریس تحلیل سیاستی مزیت نسبی میگو را اندازه‌گیری کردند و به این نتیجه رسیدند که تولید میگو در این استان دارای مزیت نسبی میباشد و به رغم حمایت دولت از این محصول در بازار نهاده حمایت منفی دولت در بازار محصول در کل عدم حمایت از این محصول را منجر شده است.

ثاقب (۱۳۸۴) با استفاده از روش ماتریس تحلیل سیاستی آثار سیاست‌های دولت بر تولید کیوی در ایران را طی دوره ۸۱-۱۳۷۸ مورد بررسی قرار داد. بر این اساس، مجموع اثرات مداخله دولت در فرآیند تولید کیوی به نفع تولیدکنندگان در بازار داخلی بوده است. از سوی دیگر، سود خالص اجتماعی تولید کیوی و مزیت نسبی این محصول در دوره مورد مطالعه روندی نزولی داشته است.

² Tsai

³ Nelson and Panggabean

⁴ Gonzales



جولایی و همکاران (۱۳۹۰) مزیت نسبی و تاثیر سیاست‌های حمایتی بر تولید انار در استان فارس را با استفاده از روش ماتریس تحلیل سیاستی و شاخص هزینه‌ی منابع داخلی برای سال زراعی ۸۶-۸۷ بررسی کردند. شاخص DRC مقدار ۰/۴۲ را برای انار نشان می‌دهد که حاکی از مزیت نسبی قوی این محصول است. شاخص NPC ۰/۴۹ محاسبه شده است که نشان می‌دهد دولت از درآمد تولیدکننده مالیات غیرمستقیم گرفته است. مقدار شاخص NPI برای انار در استان فارس ۰/۴۴ است که نشان می‌دهد که بر اساس سیاست‌های داخلی، دولت به نهاده‌ها یارانه پرداخت نموده است. مقدار شاخص EPC برای انار در استان فارس ۰/۴۹ است که حکایت از حمایت نکردن دولت به طور کلی در زمینه‌ی درآمدی و نهاده‌ی این محصول دارد.

روش‌شناسی

روش ماتریس تحلیل سیاستی^۵ (PAM)

با توجه به سیاستها و مداخله‌های دولت در تولید محصولات کشاورزی و با توجه به اینکه قیمت عوامل تولید و محصولات نیز تحت تاثیر این سیاستها به صورت غیر واقعی تعیین شده‌اند، به منظور برآورد شاخصهای مزیت نسبی باید از روشی استفاده کرد که بتوان با استفاده از آن در کنار محاسبه مقادیر شاخصهای مزیت نسبی به تحلیل سیاستهای حاکم بر تولید محصولات پرداخت. ماتریس تحلیل سیاستی یکی از جامع‌ترین روشهای اندازه‌گیری مزیت نسبی میباشد که قابلیت‌های فوق را نیز دارا میباشد. این روش علاوه بر محاسبه مزیت نسبی به ارزیابی سیاست‌های دولت در مورد بخش یا محصولی خاص نیز می‌پردازد. (پیرسون و همکاران^۶، ۲۰۰۳). ماتریس تحلیل سیاستی اساساً یک تکنیک حسابداری مضاعف است که اطلاعات بودجه‌بندی فعالیتهای درون مزرعه و برون مزرعه‌ای را به طور خلاصه ارائه می‌نماید. چارچوب ماتریس تحلیل سیاستی برای هر محصول و در هر شرکت یا محصول به صورت زیر می‌باشد (شوچی یائو^۷، ۱۹۹۷):

جدول شماره ۱- چارچوب ماتریس تحلیل سیاستی

سود	غیر قابل تجارت	هزینه نهاده‌ها قابل تجارت	درآمد	مبنای محاسبه
D	C	B	A	خصوصی (بر حسب قیمت‌های بازاری)
H	G	F	E	اجتماعی (بر حسب قیمت‌های سایه‌ای)
L	K	J	I	تفاوت (اثر سیاست)

⁵ Policy Analysis Matrix (PAM)

⁶ Pearson and et al.

⁷ Shujie Yao



رهیافت ماتریس تحلیل سیاستی (PAM) محاسبه سه گروه شاخص‌های مزیت نسبی یا طرف عرضه شامل شاخص هزینه منابع داخلی (DRC)، شاخص هزینه به منفعت اجتماعی (SCB) و شاخص سودآوری خالص اجتماعی (NSP)، شاخص‌های حمایت شامل شاخص ضریب حمایت اسمی از نهاده (NPCI)، شاخص ضریب حمایت اسمی از محصول (NPCO) و شاخص ضریب حمایت مؤثر (EPC) و شاخص‌های توان رقابت هزینه‌ای شامل شاخص توان رقابت داخلی (Uc_d) و شاخص توان رقابت صادراتی (Uc_x) را مد نظر دارد.

۱- شاخص هزینه منابع داخلی^۸ (DRC)

DRC عبارت از مقدار هزینه منابع داخلی است، که در فعالیت تولیدی مورد استفاده قرار گرفته تا یک واحد ارز خارجی به دست آید یا در یک واحد ارز خارجی صرفه جویی شود (برونو^۹، ۱۹۷۲). DRC نسبت ارزش سایه‌ای داده‌های خالص داخلی به ارزش سایه‌ای ستانده‌های خالص مبادله شده می‌باشد (فین^{۱۰}، ۱۹۹۵). فرمول محاسباتی DRC را با توجه به رهیافت ماتریس تحلیل سیاستی می‌توان به صورت زیر بیان می‌شود (صفوی و احمدی، ۱۳۸۴):

$$DRC = \frac{G}{E - F} \quad (1)$$

اگر مقدار DRC کوچکتر از یک باشد، به مفهوم آن است که خالص ارز استحصالی بیشتر از هزینه سایه‌ای نهاده‌های داخلی است، پس تولید در داخل از واردات آن ارزاتر خواهد بود و در این حالت صرفه‌جویی ارزی محقق شده، لذا می‌بایست تولید آن کالا جانشین واردات گردد. زمانی که مقدار DRC برابر یک بوده، خالص ارز استحصالی معادل هزینه سایه‌ای نهاده‌های داخلی است. به عبارت دیگر، صرفه‌جویی ارزی و اسراف ارزی صفر می‌باشد و سیاستگذار برای پاسخگویی به تقاضای داخلی می‌تواند اقدام به تولید یا واردات کالا نماید.

۲- شاخص هزینه به منفعت اجتماعی^{۱۱} (SCB)

⁸ Domestic Resource Cost

⁹ Bruno

¹⁰ Fane

¹¹ Social cost benefit



این معیار سود حاصل از تولید محصول را با به کارگیری قیمت‌های سایه‌ای محصول و نهاده‌های تولید داخلی و خارجی محاسبه می‌کند. این شاخص از نسبت هزینه‌های سایه‌ای به درآمد سایه‌ای بدست می‌آید. پس از تشکیل ماتریس PAM معیار SCB را می‌توان به صورت زیر محاسبه کرد (صفوی و احمدی، ۱۳۸۴):

$$SCB = \frac{F + G}{E} \quad (2)$$

مقادیر بین صفر و یک شاخص مذکور بیانگر مزیت و سودآوری تولید و صادرات محصول مورد نظر بوده، مقادیر بزرگتر از واحد این شاخص عدم مزیت و سودآوری تولید و صادرات را نشان می‌دهد و برابری مقدار شاخص SCB با یک به مفهوم نقطه سر به سر است. این روش به دلیل استفاده از قیمت‌های سایه‌ای، پیش‌نگر محسوب می‌شود.

۳- شاخص سودآوری خالص اجتماعی^{۱۲} (NSP)

این معیار سود حاصل از تولید محصول را با به کارگیری قیمت‌های سایه‌ای محصول و نهاده‌های تولید داخلی و خارجی محاسبه می‌کند. اگر NSP بزرگتر از صفر باشد، در تولید محصول مزیت نسبی وجود دارد و در غیر این صورت، فعالیت تولیدی فاقد سودآوری اجتماعی و مزیت نسبی است. رابطه محاسباتی NSP را در چارچوب ماتریس تحلیل سیاستی می‌توان به صورت زیر تعریف کرد (صفوی و احمدی، ۱۳۸۴):

$$NSP = (E - F - G) \quad (3)$$

۴- شاخص ضریب حمایت اسمی از نهاده^{۱۳} (NPCI)

مقدار شاخص ضریب حمایت اسمی از نهاده چگونگی حمایت از نهاده‌های قابل تجارت یا مبادله را در فرایند تولید این محصول نشان می‌دهد. این شاخص از تقسیم هزینه نهاده‌های قابل تجارت به قیمت بازار بر هزینه نهاده قابل تجارت به قیمت سایه‌ای به دست می‌آید. اگر مقدار شاخص NPCI کوچکتر از یک باشد به تولیدکننده در به کارگیری نهاده‌های قابل تجارت یارانه غیرمستقیم پرداخت شده است. در مقابل اگر مقدار این شاخص بزرگتر از واحد باشد به معنای پرداخت مالیات غیرمستقیم از سوی تولیدکننده با مصرف این نهاده‌ها در فرایند تولید محصول می‌باشد. ضریب حمایت اسمی از نهاده در چارچوب ماتریس PAM به صورت زیر محاسبه می‌شود (ثاقب، ۱۳۸۴):

$$NPCI = \frac{B}{F} \quad (4)$$

¹² Net social benefit

¹³ Nominal Protection Coefficient on Inputs



۵- شاخص ضریب حمایت اسمی از محصول^{۱۴} (NPCO)

این معیار از تقسیم درآمد بازاری به درآمد سایه‌ای حاصل شده و مقادیر بزرگتر از واحد آن بیانگر برخورداری بازار محصول از حمایت و پرداخت یارانه غیرمستقیم به تولیدکننده بوده، در حالی که مقادیر کمتر از واحد این شاخص، عدم حمایت از بازار محصول و تحمیل مالیات غیرمستقیم بر تولیدکننده را نشان می‌دهد. رابطه ریاضی مورد استفاده برای محاسبه NPCO در چارچوب ماتریس PAM به صورت زیر می‌باشد (ثاقب، ۱۳۸۴):

$$NPCO = \frac{A}{E} \quad (۵)$$

۶- ضریب حمایت مؤثر^{۱۵} (EPC)

از نسبت ارزش افزوده تولید محصول بر حسب مقادیر بازاری به ارزش افزوده تولید بر حسب قیمت‌های سایه‌ای حاصل می‌شود. کمتر از واحد بودن این معیار بیانگر آن است که مجموع آثار مداخله دولت در بازار نهاده و محصول به زیان تولیدکننده است و بزرگتر از واحد بودن آن نیز نشان می‌دهد که مجموع آثار مداخله دولت در بازار نهاده و محصول به نفع تولیدکننده می‌باشد. در چارچوب ماتریس PAM به صورت زیر محاسبه می‌شود (ثاقب، ۱۳۸۴):

$$EPC = \frac{A - B}{E - F} \quad (۶)$$

۷- توان رقابت داخلی (UC_d)

این شاخص مبین آن است که آیا تولیدکننده در شرایط فعلی و با وجود انحراف در قیمت کالا و عوامل تولید می‌تواند در بازارهای داخلی رقابت کند یا خیر. روش محاسبه این شاخص به صورت زیر است:

$$UC_d = \frac{B + C}{A} \quad (۷)$$

در این حالت اگر این شاخص کوچکتر از یک باشد، تولیدکننده در تولید کالاهای خود دارای توان رقابت هزینه‌ای داخلی است. ولی اگر بزرگتر از یک باشد، تولیدکننده دارای توان رقابت هزینه‌ای داخلی نیست.

¹⁴ Nominal Protection Coefficient on Outputs

¹⁵ Effective Protection Coefficient



۸- توان رقابت صادراتی (UC_x)

این شاخص بیان می کند که آیا کالاهای تولید کننده در شرایط فعلی و با صرف نهاده ها با قیمت های داخلی که ممکن است شامل یارانه و مالیات غیر مستقیم باشند، می توانند در بازارهای بین المللی رقابت کنند یا خیر. نحوه محاسبه شاخص توان رقابت صادراتی به صورت زیر است:

$$UC_x = \frac{B+C}{E} \quad (8)$$

اگر این شاخص از یک کوچکتر باشد، تولید کننده در تولید محصول خود دارای توان رقابت هزینه ای صادراتی است. اگر مقدار این شاخص برابر یک شود، تولید کننده در بازارهای بین المللی در نقطه سر به سر است (نجارزاده و رضاقلی زاده، ۱۳۸۷).

تجزیه و تحلیل داده ها

با توجه به نقش و اهمیت اقتصادی و اجتماعی محصولات کشاورزی از جمله صنایع غذایی در اقتصاد ملی، استعدادهای بالقوه کشور برای ارتقاء کمی و کیفی این گروه از محصولات و با در نظر گرفتن رقابت های جهانی در زمینه بازار محصولات کشاورزی و پتانسیل بالای محصولات صنایع غذایی از بعد صادرات و تولید، نیاز به انجام تحقیقات اقتصاد کشاورزی در زمینه مزیت نسبی تولید، رقابت جهانی ضروری به نظر می رسد. کشور ایران به عنوان یکی از مهمترین قطب های کشاورزی جهان با توجه به شرایط اقلیمی و همچنین جایگاه ویژه ساختار کشاورزی مختص خودش که در تولید بسیاری از محصولات از جمله محصولات صنایع غذایی دارد انجام مطالعه ای در زمینه شناسایی محصولات صنایع غذایی مزیت دار و با توان بالای رقابتی ضرورت دارد. جهت نیل به این هدف مهم شاخص های حاصل از ماتریس تحلیل سیاستی (PAM) برای محصول ماست پرچرب ساده ۱۰۰۰ گرمی منتخب شرکت لبن دشت چوپان محاسبه و مقایسه و تحلیل شدند.

با توجه به اهداف مدنظر در پژوهش حاضر محاسبه سه گروه شاخص های مزیت نسبی یا طرف عرضه، شاخص های حمایت و شاخص های توان رقابت هزینه ای صورت گرفت. نتایج محاسبه سه گروه شاخص یادشده برای محصول ماست پرچرب ساده ۱۰۰۰ گرمی در جدول ۲ ارائه شده است.

جدول ۲: نتایج محاسبه شاخص های مزیت، حمایت و توان رقابت ماست پرچرب ساده ۱۰۰۰ گرمی.

نوع شاخص	شاخص	مقدار شاخص	خلاصه وضعیت
مزیت در تولید و تجارت	DRC	۰/۹۷	مزیت در تولید و تجارت



مزیت در تولید و تجارت	۰/۹۸	SCB	
مزیت در تولید و تجارت	۶۶۱	NSP	
عدم حمایت از بازار نهاده	۱/۱	NPCI	بازار
عدم حمایت از بازار محصول	۰/۵۴	NPCO	
مداخله دولت به ضرر تولید کننده	۰/۲۶	EPC	
عدم وجود توان رقابت هزینه‌ای داخلی	۱/۱۹	Uc _d	توان رقابت
برخورداري از توان رقابت هزینه‌ای صادراتی	۰/۶۵	Uc _x	

مقدار شاخص هزینه منابع داخلی محصول ماست پرچرب ساده ۱۰۰۰ گرمی کوچکتر از یک و برابر با ۰/۹۷ می باشد که نشان می دهد که برای کسب هر واحد ارزش خارجی مقدار ۰/۹۷ واحد هزینه در منابع داخلی (غیر قابل تجارت) تولید باید صرف شود. به بیان دیگر با تولید ماست پرچرب ساده ۱۰۰۰ گرمی در داخل کشور ۳ درصد در منابع داخلی صرفه جویی میشود و به جای هزینه کردن ۱۰۰ واحد ارزش خارجی به منظور وارد کردن ماست پرچرب ساده ۱۰۰۰ گرمی، تنها ۹۷ واحد ارزش خارجی از منابع داخلی هزینه میشود. به بیان دیگر، هزینه سایه‌ای نهاده‌های داخلی در تولید این فراورده لینی کمتر از ارزش صرف شده می باشد بنابراین تولید آن در داخل به دلیل وجود صرفه‌جویی ارزی، اقتصادی تر از واردات آن است. در نتیجه کشور ایران در تولید ماست پرچرب ساده ۱۰۰۰ گرمی دارای مزیت نسبی می باشد و کشور میتواند با تولید این محصول و تجارت آن منتفع شود.

مقدار شاخص SCB برای ماست پرچرب ساده ۱۰۰۰ گرمی معادل با ۰/۹۸ است. از این رو، به ازای هر واحد درآمد سایه‌ای حاصل از تولید این محصول، ۰/۹۸ واحد هزینه صرف منابع و نهاده‌های قابل مبادله و غیر قابل مبادله در تولید این فراورده لینی می شود لذا تولید کننده ۰/۰۲ منتفع می شود. با عنایت به بیشتر بودن درآمد حاصل از هزینه‌های سایه‌ای صرف شده، تولید و صادرات ماست پرچرب ساده ۱۰۰۰ گرمی در شرایط رقابت آزاد سودآور بوده و مزیت نسبی دارد.

مقدار شاخص سودآوری خالص اجتماعی (NSP) معادل با ۶۶۱ ریال بوده که بیانگر کوچکتر بودن مجموع هزینه سایه‌ای نهاده‌های قابل مبادله و غیر قابل مبادله صرف شده در تولید این محصول لینی از درآمد سایه‌ای آن است. به عبارت دیگر، در صورتیکه هیچ گونه دخالتی در بازار نهاده و محصول وجود نداشته باشد (شرایط رقابت



آزاد)، مقدار سود تولید کننده برابر ۶۶۱ ریال خواهد بود. با توجه به مقادیر مثبت شاخص NSP برای ماست پرچرب ساده ۱۰۰۰ گرمی، این فعالیت تولیدی دارای سودآوری اجتماعی و مزیت نسبی است.

دومین گروه شاخص‌های مورد بررسی برای این محصول لبنی، معیارهای حمایت از بازارهای نهاده و ستانده می‌باشد. نخستین شاخص مورد بررسی در این گروه، معیار ضریب حمایت اسمی از نهاده (NPCI) بوده که مقدار آن برای ماست پرچرب ساده ۱۰۰۰ گرمی برابر با ۱/۱ است. از این رو، هزینه سبد تجمیع شده نهاده‌های قابل تجارت در تولید این محصول بر حسب مقادیر بازاری یا مشاهده شده در داخل، ۱/۱ برابر هزینه سبد تجمیع شده این نهاده‌ها بر حسب مقادیر سایه‌ای یا رقابتی می‌باشد. به بیان دیگر، تولیدکننده با مصرف این نهاده‌ها در تولید فرآورده لبنی مذکور ۱۰ درصد بیش از ارزش واقعی نهاده‌ها پول می‌پردازد و به نوعی به میزان ۱۰ درصد مالیات غیرمستقیم پرداخت می‌نماید. مقدار شاخص NPCI عدم حمایت از بازار نهاده‌های قابل تجارت صرف شده در تولید ماست پرچرب ساده ۱۰۰۰ گرمی را نشان می‌دهد.

مقدار شاخص ضریب حمایت اسمی از محصول (NPCO) برای ماست پرچرب ساده ۱۰۰۰ گرمی معادل با ۰/۵۴ بوده که نشان می‌دهد درآمد هر واحد محصول بر حسب مقادیر بازاری و مشاهده شده ۰/۵۴ درآمد بر حسب مقادیر سایه‌ای یا رقابت آزاد بوده و عدم حمایت در بازار فروش محصول وجود دارد. به عبارت دیگر درآمد بازاری تولید کننده به میزان ۴۶ درصد کم تر از میزان واقعی و جهانی آن می‌باشد. به عبارت دیگر سیاست‌های دولت در مورد این محصول باعث شده است قیمت در داخل کشور کمتر از قیمت مرزی در نرخ سایه‌ای ارز باشد که به نحوی حاکی از اعمال مالیات ضمنی بر تولید کنندگان در داخل کشور می‌باشد.

مقدار شاخص ضریب حمایت مؤثر (EPC) برای ماست پرچرب ساده ۱۰۰۰ گرمی معادل با ۰/۲۶ بوده که بیانگر آن است که مجموع مداخله دولت در بازار نهاده و ستانده (سیاست‌های دولت) این محصول به ضرر تولید کننده می‌باشد و تولید کنندگان در بازار فروش محصول مالیات می‌پردازند. در واقع مداخله دولت در بازار این محصول باعث شده تا تولید کنندگان سود کمتری از تولید این محصول نسبت به حالت بازار آزاد داشته باشند. این نتیجه با توجه به حمایت منفی از بازار نهاده و محصول که در نتایج شاخص‌های NPCI و NPCO مشخص شده قابل پیش‌بینی بود.

سومین گروه شاخص‌های مورد مطالعه برای این محصول لبنی، شاخص‌های توان رقابت هزینه‌ای شامل شاخص توان رقابت داخلی (Uc_d) و توان رقابت صادراتی (Uc_x) می‌باشد. مقدار شاخص توان رقابت داخلی (Uc_d) برای ماست پرچرب ساده ۱۰۰۰ گرمی برابر با ۱/۱۹ بوده که نشان می‌دهد مقدار درآمد محصول بر حسب مقادیر بازاری کم تر از مجموع هزینه نهاده‌ها بر حسب مقادیر بازاری است که بیانگر این است که تولید کننده قادر به رقابت با سایر تولید کنندگان داخلی این محصول نمی‌باشد.



مقدار شاخص توان رقابت صادراتی (Uc_x) برای ماست پرچرب ساده ۱۰۰۰ گرمی معادل با ۰/۶۵ بوده که نشان می‌دهد مقدار در آمد محصول بر حسب مقادیر سایه‌ای بیشتر از مجموع هزینه نهاده‌ها بر حسب مقادیر بازاری است. از این رو، تولیدکننده این محصول دارای توان رقابت در بازارهای جهانی می‌باشد.

بحث و نتیجه‌گیری

جنبه‌های کمی آثار الحاق ایران به سازمان تجارت جهانی بر بازرگانی خارجی و صادرات غیر نفتی منتخب از یک منظر مهم قابل بررسی است. این منظر از اثر اعمال قیمت‌های جهانی و حذف یارانه‌ها بر عوامل تولید داخلی و نتیجتاً بهای تمام شده محصولات بر قابلیت رقابت کالاهای داخلی و خارجی پیدا می‌شود. در این تحقیق به اندازه‌گیری این اثر اساسی مهم الحاق به سازمان تجارت جهانی بر صنایع غذایی منتخب پرداختیم. بطور خلاصه هدف ما بررسی این موضوع بود که آیا صادرات غیر نفتی از جمله صنایع غذایی تولیدی منتخب ایران پس از الحاق به سازمان تجارت جهانی توان رقابت بین‌المللی با تولیدکنندگان صنایع غذایی را دارد یا خیر؟ چه سیاست‌هایی را باید در هر راهبرد به کار برد؟ برای این کار محصول ماست پرچرب ساده ۱۰۰۰ گرمی شرکت لبن دشت چوپان را به عنوان نمونه انتخاب نمودیم تا با کمک معیارهای مهم ماتریس تحلیل سیاستی مشخص نماییم که آیا محصول ماست پرچرب ساده ۱۰۰۰ گرمی دارای مزیت نسبی بین‌المللی می‌باشد یا نه؟ با توجه به نتایج بدست آمده پیشنهادات ذیل توصیه می‌گردد:

- با توجه به کم‌تر از یک بودن شاخص DRC در محصول ماست پرچرب ساده ۱۰۰۰ گرمی هزینه ساینده‌ای نهاده‌های داخلی در تولید این فراورده لبنی کمتر از ارزش صرف شده در صورت واردات آن می‌باشد بنابراین تولید آن در داخل به دلیل وجود صرفه‌جویی ارزی، اقتصادی‌تر از واردات آن است و تولید این محصول با مزیت نسبی همراه می‌باشد. لذا تولید آن در داخل نه تنها سبب صرفه‌جویی ارزی می‌گردد بلکه به دلیل تولید محصول در داخل کشور سبب ایجاد بازار کار و اشتغال در کشور می‌گردد که این نتیجه بدست آمده در راستای حمایت از تولید ملی، کار و سرمایه ایرانی، حرکت به سمت اقتصاد مقاومتی و ایجاد یک حماسه اقتصادی می‌باشد. لذا پیشنهاد می‌گردد که محصولات مختلف سایر شرکت‌ها از لحاظ وجود مزیت نسبی بررسی و سیاست مناسب‌تری متناسب با هر کدام اتخاذ گردد.
- مقدار شاخص سوآوری خالص اجتماعی (NSP) برای محصول مورد مطالعه مثبت می‌باشد. لذا تولید محصول لبنی مورد مطالعه در شرایط رقابت آزاد با توجه به سودآوری اجتماعی آن تاکید می‌گردد. لذا با توجه به سودآوری تولید این محصول در داخل، بازار کار هم در کشور فعال می‌گردد.
- مقدار شاخص ضریب حمایت اسمی از نهاده ($NPCI$) برای محصول مورد مطالعه نشان داد که تولید کنندگان این محصول بیش از ارزش واقعی نهاده‌ها پول می‌پردازند که به نوعی مالیات غیرمستقیم پرداخت می‌نمایند. عدم حمایت از بازار نهاده‌ها در بلندمدت خسارت شایان توجهی را به سامانه تولید این محصول



لبنی وارد آورده و با ایجاد انحراف در بازار، سبب تخصیص ناکارای نهاده‌های تولیدی و جهت‌گیری نامناسب در تولید محصولات فراوری شده کشاورزی از جمله محصولات لبنی می‌شود. لذا دولت بایستی با اجرای برنامه‌هایی در جهت کاهش هزینه‌های تولید این محصولات به تولید اقتصادی آنها در جهت نیل به اهداف اقتصاد مقاومتی و افزایش صادرات غیر نفتی کمک نماید.

- مقدار شاخص ضریب حمایت اسمی از محصول (NPCO) برای محصول مورد مطالعه نشان داد که قیمت این محصول کم‌تر از ارزش جهانی و واقعی آنها می‌باشد و سیاست‌های دولت در مورد محصول مورد مطالعه باعث شده است قیمت در داخل کشور کمتر از قیمت مرزی در نرخ سایه ای ارز باشد که به نحوی حاکی از اعمال مالیات ضمنی بر تولید کنندگان در داخل کشور می‌باشد. بدیهی است ادامه این شرایط در میان‌مدت می‌تواند انگیزه‌های تولید را در این بخش از بین برده و تبعات نامناسبی برای امنیت غذایی کشور ایجاد نماید. در شرایطی که بهینه‌سازی سیاستی در راستای مداخله مثبت و به نفع تولیدکننده در بخش کشاورزی سرلوحه سیاست‌گذاری در اکثر کشورهای پیشرفته و در حال توسعه دنیا محسوب شده، ادامه این روند در خصوص محصول لبنی مورد مطالعه به هیچ عنوان مطلوب و مورد قبول نمی‌باشد. بازنگری در سبب سیاست‌های مرتبط با بازار نهاده و قیمت‌گذاری ستانده از جمله اولویت‌های اصلی در خصوص اصلاح وضعیت موجود بر شمرده می‌شود.

- مقادیر شاخص توان رقابت صادراتی (UC_x) برای محصول مورد مطالعه نشان داد که تولیدکننده مورد مطالعه در محصول مورد بررسی توان رقابت هزینه‌ای با رقبای جهانی را دارا می‌باشد. لذا با مدیریت و کاهش هزینه‌های تولید محصول مورد مطالعه می‌توان توان رقابت صادراتی آن را بالا برده و صادرات غیر نفتی را افزایش داد.

- وزارت جهاد کشاورزی به عنوان متولی بخش تولید محصولات مختلف کشاورزی و صنایع غذایی موظف است با به کارگیری بهینه نهاده‌ها و در نتیجه افزایش بهره‌وری و کارایی حاصل از هر نهاده‌ها، استفاده از فناوری‌های نوین سبب کاهش هزینه‌های تولید، افزایش انگیزه‌های تولید کنندگان، افزایش قدرت رقابتی محصول در عرصه صادراتی و در نهایت سبب افزایش مزیت نسبی شود.

- تشکیل کمیته‌ای تخصصی در تمامی زمینه‌ها از جمله صنایع غذایی برای مدیریت استراتژیک فرآیند الحاق در مراحل قبل از مذاکرات، حین مذاکرات و پس از الحاق با هدف مدیریت آگاهانه، هوشمندانه و مشارکت جویانه.

- حمایت‌های دولت به صورت هدفمند از محصولاتی که مزیت نسبی بالاتری دارند بیشتر شده تا علاوه بر توسعه این محصولات و به تبع آن استفاده بهینه از منابع و عوامل تولید شرایطی فراهم آید تا در هنگام مواجهه



با فرآیند ادغام تجاری تولید کنندگان از توان رقابت پذیری بالایی برخوردار باشند و بادستیابی به بازارهای بزرگتر از فرایند ادغام تجاری سود ببرند.

منابع

۱. ابریشمی، ح. گرجی، ا. احراری، م و نجفیان، ف. (۱۳۸۸). «اثرات جهانی شدن بر صادرات غیر نفتی ایران»، فصلنامه پژوهشنامه بازرگانی، شماره ۵۱، صص ۲۴-۱.
۲. بیدآباد، بیژن (۱۳۸۳). «آثار عضویت ایران در سازمان تجارت جهانی بر صنعت سیمان». دفتر برنامه ریزی و تحقیقات سیمان دانشگاه صنعتی امیرکبیر. ۲۱۷ صفحه.
۳. ثاقب، ح. (۱۳۸۴). «بررسی سیاست‌های حمایتی در بخش کشاورزی با استفاده از ماتریس تحلیل سیاستی: مطالعه موردی کیوی در شمال ایران»، فصلنامه پژوهشنامه بازرگانی، شماره ۳۵، صص ۱۷۶-۱۵۳.
۴. جولایی، ر. جبران، ع. و یوسف زاده فردجهرمی، ح. (۱۳۹۰). «بررسی مزیت نسبی و تاثیر سیاست‌های حمایتی بر تولید انار در استان فارس». فصلنامه اقتصاد کشاورزی، ۵(۱): ۱۶۷-۱۸۵.
۵. رحیمی بدر، ب. و مبارک، ا. (۱۳۸۸). «بررسی تجربیات کشورهای منتخب در فرآیند الحاق به WTO (اوکراین و ویتنام)». فصلنامه بررسی‌های بازرگانی، ۳۹: ۱۷-۳۱.
۶. سروش زنگنه، م و همکاران، (۱۳۸۴)، «بررسی مزیت نسبی تولید میگو استان سیستان و بلوچستان»، مجموعه مقالات پنجمین کنفرانس دوسالانه اقتصاد کشاورزی و توسعه، زاهدان.
۷. صفوی، ب. و احمدی، ف. (۱۳۸۴). «ظرفیت سنجی توانمندی‌های تولیدی و صادراتی محصولات باغی استان کردستان»، فصلنامه اقتصاد کشاورزی و توسعه، شماره ۵۲، صص ۱۴۵-۱۳۳.
۸. مهدوی عادل، م. ح. نوروزی، ر و مطهری، محب‌الله. (۱۳۸۸). «نقش سرمایه گذاری مستقیم خارجی بر صادرات غیر نفتی در اقتصاد ایران». مجله دانش و توسعه، شماره ۲۷، صص ۱۸۱-۱۶۱.
۹. نجارزاده، ر. و رضاقلی زاده، م. (۱۳۸۷). «بررسی توان رقابت هزینه ای صنعت فرش دستباف در صورت پیوستن ایران به WTO با استفاده از ماتریس تحلیل سیاست (PAM)». مجله تحقیقات اقتصادی، ۸۴: ۲۶۰-۲۳۱.
10. Bruno M.(1972). «Domestic Resource Cost and Effective Protection: Clarification and Synthesis». Journal of Political Economy.80,p 16-33.
11. Fane, U. (1995).«The average and marginal domestic resource cost of foreign exchange», Oxford Economic Paper, No.47, pp: 663-675.
12. Funing, Z. and Lonbo, F. (2001). «An approach to alternative measure of comparative advantage in Chinas grain sector», 45th Annual Conference of Agricultural and Resource Economics, January 22-25, Australia
13. Gonzales.L.A, Fkasrino.N.D. Peres and M.W Rosegrant (1993), «Economics incentive and comparative advantage in Indonesian food production», International Food Policy Research Institute, No.93. Washington D.C.



14. Nelson, G.C. and Panggabean, M. (1991). «The Costs of Indonesia Sugar Policy: A Policy Analysis Matrix Approach», *American Journal of Agricultural Economics*, Vol. 73, pp: 703-712.
 15. Pearson, S., Gotsch, C. and Bahri, S. (2003). «Applications of the Policy Analysis Matrix in Indonesian Agriculture», Available at: www.macrofoodpolicy.com
 16. Shujie Yao (1997); «Comparative Advantage and Crop Diversification: A Policy Analysis. Matrix for Thai Agriculture», *Journal of Agricultural Economics*, 48(2), pp. 211-222.
- Tsai, J. (2001). «The Comparative Advantage of Taiwan's Major Cut Flowers», *Agricultural Economics*, Vol. 47, pp: 45-59