



## بررسی تاثیر قیمت تضمینی بر میزان صادرات محصولات کشاورزی

مریم حفار اردستانی-الهه مهربانیان\*

### چکیده

یکی از مسائل مهمی که در سالهای اخیر توجه سیاستگذاران کشاورزی را به خود جلب نموده است ارتباط بین قیمت تضمینی و میزان صادرات محصولات مشمول قانون تضمین خرید می باشد. همانطور که می دانیم قیمت عمده فروشی محصول یکی از عوامل موثر بر عرضه صادرات آن است. لذا فرض بر این است که قیمت تضمینی برخی محصولات صادراتی که به عنوان قیمت کف بر تعیین قیمت عمده فروشی آنها تاثیرگذار است، از عوامل موثر بر صادرات، محسوب می شود. به عبارتی در مورد محصولات مهم صادراتی ممکن است این عامل با فرض ثابت بودن سایر شرایط، هزینه محصول صادراتی را افزایش داده و باعث کاهش میزان صادرات گردد.

بدین ترتیب در مقاله حاضر سعی شده است در ابتدا با استفاده از آزمون گرنجر در نرم افزار Eviews فرضیه تاثیر قیمت تضمینی بر میزان صادرات محصولات مورد مطالعه (محصولات باغی و زراعی تحت پوشش قانون تضمین خرید) و تاثیر متقابل این دو عامل بر یکدیگر مورد آزمون قرار گیرد سپس تحلیل توصیفی بر مبنای نتایج حاصل از آزمون ارائه گردد. نتایج آزمون نشان می دهد که در مورد محصولات باغی نظیر کشمش و برخی از ارقام خرما که از محصولات مهم صادراتی هستند، قیمت تضمینی بر میزان صادرات تاثیرگذار است ولیکن در مورد سایر محصولات باغی نظیر سیب، مرکبات، انار و انجیر و محصولات زراعی نظیر سیب زمینی و پیاز به علت اینکه تقریباً مبادله آنها در بازار آزاد صورت گرفته و سهم صادراتشان از تولید ناچیز است روند قیمت تضمین خرید آنها بر میزان صادرات اثرگذار نیست. در هر مورد تحلیل مربوط ارائه گردیده است. بدین ترتیب سیاست قیمت تضمینی فی نفسه عامل کاهش یا ایجاد نوسان در صادرات نبوده و می بایست به عوامل ریشه ای تر نظیر هزینه های تولید و افزایش بهره وری در بخش تولید توجه نمود. همچنین با توجه به ماهیت متفاوت محصولات، سیاستهای حمایتی مناسب برای محصولات صادراتی تدوین و تا زمانی که قانون، دولت را ملزم به تعیین قیمت خرید می نماید، در تعیین قیمت تضمینی و بکارگیری این ابزار حمایتی می بایست به اهمیت صادرات محصول، قیمت‌های جهانی و شرایط بازار جهانی توجه کافی نمود. در پایان پیشنهاداتی بدین منظور ارائه گردیده است.

### مقدمه:

صادرات محصولات کشاورزی از ارکان اساسی تجارت بدون نفت در کشور به شمار می رود، و چنانچه با برنامه‌ریزی روشنی همراه باشد، به نوبه خود در توسعه ظرفیت های تولیدی کشور، افزایش بهره وری و تخصیص بهینه عوامل تولید بسیار تاثیر گذار خواهد بود. در يك تحليل كلي از تركيب صادرات غير نفتي در دوره 30 ساله اخير مشخص مي شود كه در دهه پنجاه، صادرات صنعتي سهم نسبتاً قابل توجهي از صادرات غير نفتي را به خود اختصاص داده، به طوريكه از سال 1351 تا 1357 اين سهم به طور متوسط به 25 درصد از كل صادرات غير نفتي رسیده است. در دهه شصت به علت تغيير در بازار نفت و مشكلات ناشي از وقوع جنگ تحميلي، صادرات

\* پژوهشگران موسسه پژوهش های برنامه ریزی و اقتصاد کشاورزی

[maryardestani@yahoo.com](mailto:maryardestani@yahoo.com)

[e-mehrbaniyan@yahoo.com](mailto:e-mehrbaniyan@yahoo.com)



بخش صنعت به دلیل ارز بری و افزایش تقاضای داخلی کاهش پیدا کرده، و سهم صادرات کالاهای کشاورزی در این سالها افزایش یافته و این روند افزایشی در دهه هفتاد و سالهای آغازین دهه هشتاد نیز ادامه داشته است. بنابراین صادرات بخش کشاورزی در مجموعه صادرات غیر نفتی از اهمیت بالایی برخوردار است و سهم آن از صادرات غیر نفتی طی پنج ساله اخیر (82-1378) از 21 تا 25 درصد متغیر بوده است.

با توجه به مزیت‌های موجود در تولید و صادرات محصولات کشاورزی و سیاست‌های توسعه صادرات غیر نفتی جهت کسب منابع ارزی مورد نیاز، بررسی عواملی که عرضه صادرات محصولات کشاورزی را تحت تاثیر قرار می‌دهد، حائز اهمیت است. یکی از عوامل موثر بر صادرات محصول قیمت بازار داخلی آن (سرخرمن یا عمده فروشی) است. در سالهای اخیر روند افزایشی قیمت محصولات صادراتی در داخل کشور و دخالت دولت برای خرید محصولاتی که تحت پوشش قانون تضمین خرید می‌باشند و ضمناً از اقلام عمده صادراتی نیز هستند، نظیر کشمش، ابهاماتی را در مورد سیاست قیمت گذاری کشمش در بین صادرکنندگان و نمایندگان آنها ایجاد نموده است که در این مقاله بدان پرداخته می‌شود.

## بیان مساله

با توجه به مطالعات انجام شده به طور کلی، مهمترین عوامل موثر بر عرضه صادرات و پایداری درآمد صادراتی عبارتند از: میزان تولید کالا، تولید ناخالص ملی کشور، قیمت صادراتی، شاخص بهای عمده‌فروشی، نرخ مبادله ارز، و سیاست‌های تشویق صادرات.

علاوه بر اهمیت شناخت عوامل موثر بر صادرات و میزان تاثیر هر یک از عوامل و نظارت بر تغییر آنها، شناخت و دستیابی به بازارهای جدید و حفظ موقعیت‌های فعلی در بازار جهانی از اهمیت زیادی برخوردار است و پایداری صادرات محصول ارتباط نزدیکی با کیفیت محصول تولیدی، نحوه بسته بندی و کسب اطلاع از سلیقه متقاضیان و استانداردهای بازار جهانی دارد.

در بین عوامل موثر بر صادرات آنچه بیشتر مورد بحث و سوال است قیمت محصول صادراتی در داخل کشور می‌باشد. انتظار می‌رود با افزایش شاخص بهای عمده‌فروشی کالاها و به عبارتی افزایش قیمت عمده‌فروشی کالا که خود می‌تواند ناشی از افزایش هزینه تولید باشد انگیزه برای صادرات کاهش یابد. در مورد برخی از محصولات که از طریق سیاست قیمت گذاری مورد حمایت قرار می‌گیرند با کاهش قیمت عمده‌فروشی به زیر قیمت تعیین شده از سوی دولت، دستگاه مابشر خرید به نمایندگی از دولت موظف به خرید محصول به قیمت تضمینی می‌شود.



باشد. قیمت تضمینی به عنوان قیمت کف بازار بر تعیین قیمت عمده فروشی محصول نیز تاثیر گذار است و بدین ترتیب می تواند صادرات محصول را تحت تاثیر قرار دهد. تا کنون مطالعه جامعی در این زمینه صورت نگرفته است و همانطور که در ادامه خواهد آمد ما در این مقاله سعی داریم با استفاده از آزمون گرنجر و تحلیل توصیفی موضوع فوق را مورد بررسی قرار دهیم.

### روش تحقیق

برای بررسی میزان تاثیر هر یک از عوامل موثر بر صادرات به شکل دقیق تر تخمین تابع صادراتی ضروری است ولی در مطالعه حاضر به منظور بررسی تاثیر قیمت تضمینی بر صادرات محصولات تحت پوشش قانون خرید تضمینی ابتدا وجود ارتباط بین قیمت و صادرات از طریق آزمون گرنجر اثبات گردیده و سپس با توجه به نتایج برگرفته از آزمون، تحلیل توصیفی با استفاده از آمار روند قیمت ها و میزان صادرات و نمودار صورت گرفته است.

### آزمون گرنجر Granger Test:

برای آزمون فرضیه تاثیر قیمت تضمینی بر میزان صادرات محصولات مورد مطالعه و تاثیر متقابل این دو عامل بر یکدیگر سادهترین راه استفاده از آزمون گرنجر است. هدف از این آزمون بررسی و مطالعه وجود یا عدم وجود ارتباط متقابل بین میزان صادرات و قیمت تضمینی محصول صادراتی است. فرضیات صفر آزمون در این مقاله عبارتند از:

- رشد قیمت تضمینی بر میزان صادرات موثر نمی باشد.
  - تغییرات میزان صادرات بر قیمت تضمینی موثر نمی باشد.
- که در وقفه های مختلف مورد آزمون قرار می گیرند.



## نتایج

### الف- محصولات باغی

#### - کشمش

نتیجه آزمون برای کشمش نشان می دهد که فرضیه صفر با یک وقفه زمانی رد می شود به عبارت دیگر قیمت تضمینی کشمش بر میزان صادرات موثر می باشد. ولیکن فرضیه دوم، پذیرفته می شود یعنی میزان صادرات حتی با یک یا دو وقفه زمانی بر قیمت تضمینی تاثیر ندارد. و به عبارتی ارتباط تضمینی و صادرات یکطرفه می باشد. نتایج آزمون گرنجر با دو وقفه زمانی برای هیچیک از محصولات مورد مطالعه معنی دار نشده است.

#### - خرما

آزمون گرنجر برای خرما با یک وقفه زمانی نشان می دهد که فرضیه صفر در مورد عدم تاثیر قیمت تضمینی بر میزان صادرات رد می شود و در واقع قیمت تضمینی خرما بر میزان صادرات تاثیر گذار است. ولیکن بین میزان صادرات و روند قیمت تضمینی ارتباطی نیست. به عبارتی این ارتباط یکطرفه می باشد. آزمون فوق برای خرما با دو وقفه زمانی معنی دار نیست.

#### - سیب، مرکبات، انجیر، انار

آزمون گرنجر برای دریافت ارتباط علت و معلولی بین قیمت تضمینی محصولات سیب، مرکبات، انجیر و انار بایک و دو وقفه زمانی معنی دار نگردیده و به عبارتی قیمت تضمینی این محصولات تاثیری بر میزان صادرات و یا بالعکس ندارد.

### ب- محصولات زراعی

#### - سیب زمینی

آزمون علیت گرنجر برای سیب زمینی با یک و دو وقفه زمانی ارتباط معنی داری بین قیمت تضمینی و میزان صادرات آن نشان نمی دهد.



## - پیاز

آزمون گرنجر در مورد پیاز نیز ارتباط متقابل معنی دار بین قیمت تضمینی و میزات صادرات این محصول نشان نمی دهد.

## بحث

همانطور که عنوان شد قیمت عمده فروشی محصول یکی از عوامل موثر بر عرضه صادرات محصولات کشاورزی است. لذا فرض بر این است که قیمت تضمینی برخی محصولات صادراتی که به عنوان قیمت کف بر تعیین قیمت عمده فروشی آنها تاثیر گذار است، از عوامل موثر بر صادرات محسوب می شود. به عبارتی در مورد محصولات مهم صادراتی ممکن است این عامل با فرض ثابت بودن سایر شرایط هزینه محصول صادراتی را افزایش داده و باعث کاهش میزان صادرات شود. محصولات باغی نظیر کشمش و بعضی از ارقام خرما از زمره این محصولات هستند. سایر محصولات باغی نظیر سیب، مرکبات، انار و انجیر و محصولات زراعی نظیر سیب زمینی و پیاز نیز از محصولات صادراتی می باشند، ولیکن به این علت که تقریباً مبادله این محصولات در بازار آزاد صورت می گیرد و سهم صادرات آنها نیز ناچیز است، لذا روند قیمت تضمین خرید آنها بر میزان صادراتشان کمتر تاثیر گذار است. هر چه سهم کالاهای صادراتی از تولید بیشتر باشد به نظر می رسد تاثیر قیمت تضمینی نیز در صورت ثابت بودن سایر شرایط افزایش می یابد. به طور مثال قیمت تضمینی کشمش که بیش از 80 درصد آن صادر می شود بر قیمت بازار عمده فروشی محصول و قیمت تمام شده محصول صادراتی و تصمیم صادرکنندگان بیشتر اثر گذار است.

## کشمش

مقایسه آمار صادرات کشمش و روند تغییرات قیمت تضمینی آن نیز می تواند تا اندازه ای ارتباط بین قیمت و میزان صادرات این محصول را نشان دهد.

همانطور که در جدول 1 مشاهده می شود میزان صادرات کشمش طی سالهای 82-1373 با میانگین رشد سالانه 7/3 درصد از 78/2 هزار تن در سال 73 به 148 هزار تن در سال 1382 افزایش یافته است.

قیمت تضمینی کشمش طی سالهای مذکور با متوسط رشد سالانه 20/4 درصد از 800 ریال در سال 1373 به 4250 ریال در سال 1382 افزایش یافته است. با نگاهی به تغییرات سالانه قیمت تضمینی



و میزان صادرات طی سالهای فوق مشاهده می شود، در سالهایی که قیمت تضمینی افزایش بیشتری داشته است صادرات محصول با کاهش مواجه شده است. (نمودار ۱) در سالهای ۷۴ و ۷۶ با افزایش قیمت تضمینی کشمش میزان صادرات به شدت کاهش یافته ولیکن در سالهای بعد علیرغم نوسانات زیاد و کاهش روند صادرات در برخی سالها میزان صادرات همواره افزایش داشته است. همچنین مقایسه قیمت تضمینی با قیمت صادراتی کشمش طی دوره مذکور نشان می دهد که در سالهای ۸۰ و ۸۱ قیمت تعیین شده برای کشمش به قیمت صادراتی آن بسیار نزدیک شده و با کسر هزینه های صادرات از قیمت صادراتی، این قیمت از قیمت تضمینی کمتر یا معادل آن گردیده است. (با در نظر گرفتن این موضوع که کشمشی که به قیمت تضمینی به دولت فروخته می شود از مرغوبیت کمتری نسبت به محصول صادراتی برخوردار است). بنابراین ملاحظه می شود که در سال ۱۳۸۰ اولاً با توجه به رشد ۳۰ درصدی قیمت تضمینی و ثانیاً با توجه به شرایط بازار جهانی (عرضه کشمش ارزان قیمت توسط کشور ترکیه که خود ناشی از کاهش ارزش پول این کشور بود، به عبارت دیگر کاهش قیمت جهانی) قدرت رقابت کشمش ایران در بازار جهانی کاهش یافته و صادرات آن با بحران مواجه گردید. میزان خرید تضمینی توسط دولت در این سال با رشد ۲۸۰ درصدی نسبت به سال ۱۳۷۹ به ۵۵ هزار تن رسید. شایان ذکر است میزان خرید در سال ۱۳۷۹، ۱۴/۵ هزار تن بوده و این محصول با بر خورداری از بازار بالنسبه مناسب خارجی تا سال ۱۳۷۹ کمتر نیاز به دخالت دولت و انجام خرید تضمینی داشته است. اما در سال ۱۳۸۱ با توجه به رشد کمتر قیمت تضمینی (۷ درصد) و نیز باران زدگی کشمش ترکیه و تحریم کشمش کالیفرنیا توسط کشورهای عربی، کشمش ایران فرصت حضور بیشتری در بازار جهانی بدست آورد و صادرات آن از رشد ۱۲ درصدی برخوردار گردید که این رشد با اندکی افزایش در سال ۱۳۸۲ معادل ۱۳ درصد گردید. با توجه به اینکه در این سال رشد قیمت تضمینی نسبت به سالهای ماقبل کمتر بوده مشاهده می شود که قیمت صادراتی محصول بهبود یافته است. میزان خرید دولتی در سال ۱۳۸۱ معادل ۶۶/۵ هزار تن و در سال ۸۲ با افزایش قیمت صادراتی محصول به ۲۸/۲ هزار تن کاهش یافت. باید توجه نمود که طی سالهای ۷۳ تا ۸۲ قیمت جهانی کشمش نیز شرایط ثابتی نداشته و علیرغم نوسانات، بطور متوسط سالانه ۱/۳ درصد کاهش نشان می دهد.

بدین ترتیب ملاحظه می شود که بین قیمت تضمینی کشمش و میزان صادرات و شرایط بازار جهانی این محصول ارتباط وجود داشته و در سالهایی که رشد قیمت تضمینی کاهش یافته و شرایط بازار جهانی نیز برای صدور محصول مناسب بوده است، از میزان فروش به دولت کاسته شده و بر صادرات آن افزوده شده است. بنابراین افزایش قیمت تضمینی به همراه شرایط نامساعد بازار جهانی،



صدور کشمش را با بحران مواجه کرده ضمن اینکه برهزینه های دولتی به علت کاهش خرید صادرکنندگان و الزام قانون برای خرید تضمین کشمش، نیز می افزاید. در نمودار ۲ این مسئله در سالهای ۷۷ الی ۸۲ به خوبی مشاهده می شود. با افزایش نسبت قیمت تضمینی به قیمت صادراتی کشمش میزان صادرات کاهش و با کاهش نسبت فوق میزان صادرات در اغلب سالها افزایش یافته است و البته این مسئله در مورد برخی سالها (۷۸ الی ۸۰) صدق نمی کند که می توان علت نوسانات صادرات در این سالها را مربوط به دیگر عوامل موثر بر صادرات دانست.

Archive of SID



## جدول ۱- قیمت تضمینی، میزان صادرات، قیمت صادراتی و قیمت جهانی کاشمش طی سالهای ۱۳۸۲-۱۳۷۳

سال	قیمت تضمینی (کیلو / ریال)	درصد تغییرات قیمت تضمینی	میزان تولید (هزارتن)	میزان صادرات (هزارتن)	سهم صادرات از تولید (درصد)	درصد تغییرات صادرات	ارزش صادرات (هزار دلار)	قیمت صادراتی (تن/دلار)	قیمت صادراتی* (کیلو / ریال)	قیمت جهانی (تن/دلار)	قیمت بازار (کیلو/ ریال)
۱۳۷۳	۸۰۰	-	۱۱۸	۷۸/۱۶	۶۶/۲	-	۵۱۷۱۲/۵	۶۶۱/۶	-	۱۱۱۰	۲۶۹۷
۱۳۷۴	۹۹۲	۲۴	۱۱۵	۶۲/۶	۵۴/۴	-۲۰	۴۱۹۷۲/۳	۶۷۰/۴۸	۱۹۴۲/۲	۱۲۳۰	۳۶۷۹/۵
۱۳۷۵	۱۲۰۰	۲۱	۱۲۴	۸۹/۱	۷۱/۹	۴۲	۴۹۱۱۷/۱	۵۵۱/۲۶	۱۶۵۷/۹	۱۲۸۰	۴۰۶۸/۵
۱۳۷۶	۱۶۸۰	۴۰	۱۳۳	۵۹/۷	۴۴/۹	-۳۳	۲۵۰۲۴/۴	۴۱۹/۱۷	۱۲۶۰/۶	۱۲۲۰	۶۵۹۴
۱۳۷۷	۱۸۴۰	۹/۵	۱۴۵	۸۹/۹	۶۲	۵۰/۶	۳۷۸۸۹/۱	۴۲۱/۳۶	۲۲۷۳/۴	۱۱۶۰	۶۲۹۰/۷
۱۳۷۸	۲۲۴۵	۲۲	۱۴۶	۹۴/۴	۶۴/۷	۴/۹	۵۳۸۹۸	۵۷۱/۲۶	۴۵۱۶/۹	۱۲۰۰	۷۹۱۹/۴
۱۳۷۹	۲۹۱۰	۲۹/۶	۱۵۷	۱۱۵	۷۳/۲	۲۱/۹	۵۵۰۲۶/۳	۴۷۸/۴۹	۳۸۶۵/۱	۱۰۹۰	۷۸۸۶/۴
۱۳۸۰	۳۷۸۳	۳۰	۱۵۷	۱۱۷	۷۴/۵	۱/۷	۵۸۹۹۳/۸	۵۰۴/۲۲	۳۹۹۴/۲	۸۵۰	۶۲۱۱/۶
۱۳۸۱	۴۰۵۰	۷	۱۶۹	۱۳۱	۷۷/۵	۱۲	۷۵۰۰۹/۸	۵۷۲/۵۹	۴۵۵۶/۷	۸۵۰	۶۵۹۴
۱۳۸۲	۴۲۵۰	۴/۹	۱۸۰	۱۴۸	۸۲/۲	۱۳	۹۲۹۵۶/۸	۶۲۸/۱	۵۲۰۱/۶	۹۹۰	۷۶۸۸/۶

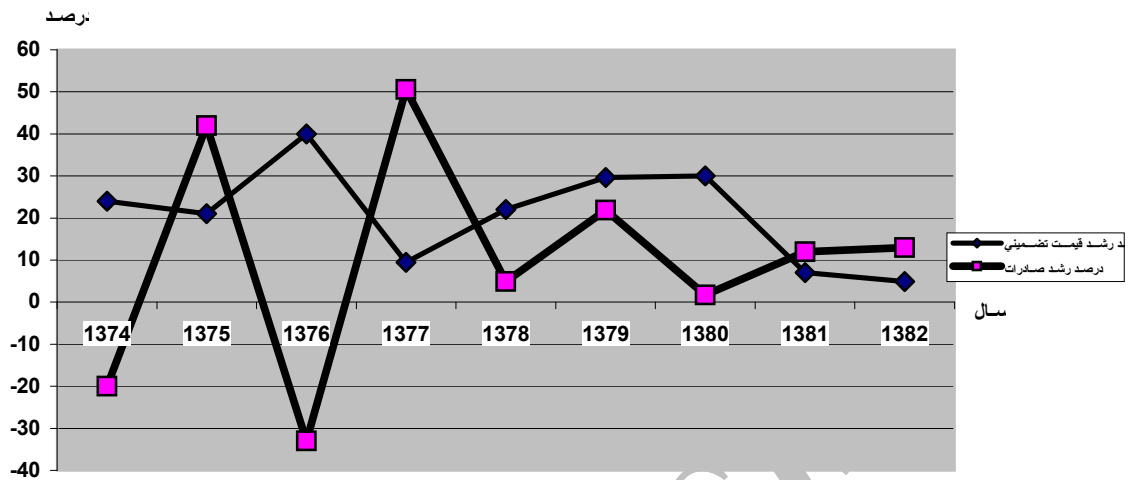
\* - برای تبدیل قیمت صادراتی به (کیلو/ریال) از نرخ ارز صادرات غیر نفتی در سالهای مختلف استفاده شده است.

سال	۷۳	۷۴	۷۵	۷۶	۷۷	۷۸	۷۹	۸۰	۸۱	۸۲
نرخ ارز	-	۲۸۹۶/۷	۳۰۰۷/۵	۳۰۰۷/۵	۵۳۹۵/۴۲	۷۹۰۶/۸۸	۸۰۷۷/۶۵	۷۹۲۱/۵۲	۷۹۵۸/۰۵	۸۲۸۱/۵۳

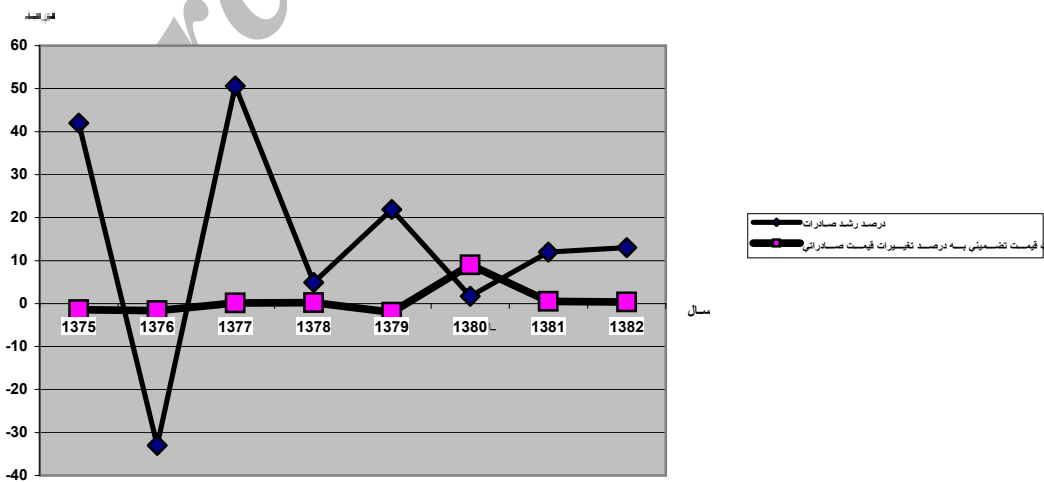




سه درصد رشد قیمت تضمینی و درصد رشد صادرات کشمش طی سالهای ۱۳۸۲ تا ۱۳۷۴



تغییرات قیمت تضمینی و قیمت صادراتی با درصد تغییرات صادرات کشمش طی سالهای ۱۳۸۲ تا ۱۳۷۵





## خرما

خرما نیز از جمله محصولات باغی است که در حال حاضر 12 درصد از ارقام مختلف آن صادر می شود. صادرات این محصول طی دوره 82-1373 از نوسانات زیادی برخوردار بوده و در اکثر سالها کاهش داشته است (جدول 2). قیمت صادراتی انواع خرما نیز در بازار جهانی متفاوت است، برای مثال خرماي استمران و پيارم به میزان کم به اروپا و امریکا صادر می شوند و قیمت آن با قیمت های بالای بازار جهانی (70 سنت الی 1 دلار) به ازای هر کیلو برابری می کند ولیکن از طرفی خرماي شاهانی به میزان زیاد به کشورهای حوزه خلیج فارس و هندوستان به قیمت نازل (14 تا حداکثر 30 سنت به ازاء هر کیلو) صادر می شود شایان ذکر است که به دلیل رعایت نکردن اصول بهداشتی در هنگام برداشت و مراحل پس از برداشت و مشکلاتی نظیر نبود انبارهای فنی مناسب جهت نگهداری، عدم توجه به بسته بندی مناسب و صادرات فله ای آن، عدم توجه به صنایع فرآوری، مشکل نقدینگی صادرکنندگان و نبود انگیزه برای شناخت نیازهای بازار و به طور کلی ضعف عملیات بازاریابی خارجی قیمت این رقم خرما، سیر نزولی داشته است و به اعتقاد برخی کارشناسان خرماي ایران پس از صدور به امارات متحده عربی به طرز مناسبی فرآوری و بسته بندی شده و با قیمت بالاتر مجدداً صادر می شود.

5 درصد از کل 12 درصد خرماي صادراتی ایران خرماي شاهانی است که معادل 50 درصد تولید این رقم در کشور می باشد.

حداقل قیمت تضمینی خرما طی سالهای 82-73 با متوسط رشد سالانه 18/1 درصد از 370 ریال در سال 73 به 1650 ریال در سال 1382 افزایش یافته است. تغییرات سالانه قیمت تضمینی نیز در جدول 2 نشان داده شده است. (از آنجایی که خرما دارای ارقام مختلفی است و هر رقم قیمت تضمینی خاص خود را دارد از طرفی حجم اصلی خرید تضمینی این محصول طی سالهای اخیر مربوط به خرماي شاهانی بوده که حداقل قیمت تضمینی را داراست لذا حداقل قیمت معادل قیمت تضمینی در نظر گرفته شده است.) به نظر می رسد عوامل بسیار متعددی که عمدتاً مربوط به پس از برداشت و بازار رسانی محصول است در روند صادرات خرما و نوسانات آن تاثیر گذار است با توجه به سهم صادرات از تولید و روند آن و مقایسه با نوسانات قیمت تضمینی نمی توان با قطعیت گفت که یکی از دلایل کاهش صادرات خرما در سالهای اخیر (82-79) افزایش قیمت تضمینی محصول و فروش آن به دولت می باشد.

به طور مثال در سال 77 الی 80 قیمت تضمینی خرما حداقل 13 و حداکثر 29 درصد افزایش داشته و میزان صادرات نیز خلاف انتظار حداقل 9 و حداکثر 37 درصد افزایش نشان



می دهد. در سالهای 81 و 82 نیز با وجود کاهش رشد قیمت تضمینی صادرات کاهش یافته است. بنابراین در مورد خرما به نظر می رسد سهم تاثیر نوسانات قیمت بر صادرات آن در مقایسه با سایر عوامل موثر در بازاریابی محصول کمتر است.

در حال حاضر مقدار خرید تضمینی خرما کمتر از 7 درصد کل خرماي توليدي کشور می باشد ولیکن مقدار خرید تضمینی خرماي شاهاني بین 50 تا 70 درصد از کل خرماي شاهاني قابل عرضه به بازار را در بر می گیرد (سالانه بین 8 تا 12 هزارتن از مجموع 16 هزارتن خرماي رقم شاهاني توسط دولت خریداري می شود). این در حالیست که میزان خرید تضمینی سایر ارقام کمتر از يك درصد است.

Archive of SID



جدول ۲- قیمت تضمینی، میزان صادرات، قیمت صادراتی و قیمت جهانی خرما طی سالهای ۱۳۸۲-۱۳۷۳

سال	قیمت تضمینی (کیلو / ریال)	درصد رشد قیمت	میزان تولید (هزار تن)	میزان صادرات (هزار تن)	سهم صادرات از تولید (درصد)	درصد رشد صادرات	ارزش صادرات (هزار دلار)	قیمت صادراتی (تن/دلار)	قیمت صادراتی (کیلو / ریال)	قیمت جهانی (تن/دلار)	قیمت بازار (کیلو / ریال)
۱۳۷۳	۳۷۰	-	۷۷۴	۱۳۴/۵	۱۷/۴	-	۶۲۳۵۸/۳	۴۶۳/۶	-	۷۳۰	۶۸۸/۲
۱۳۷۴	۴۵۹	۲۴	۷۸۰	۷۰	۹	-۴۸	۳۱۲۵۸/۶	۴۴۶/۶	۱۳۰۳/۵	۸۹۰	۱۰۹۰/۴
۱۳۷۵	۶۲۰	۳۵	۸۵۵	۶۱/۶	۷/۲	-۱۴	۲۰۷۲۵	۳۳۶/۴	۱۰۲۲/۶	۶۳۰	۱۰۲۳/۵
۱۳۷۶	۶۵۰	۵	۸۷۶/۵	۵۹/۳	۶/۸	-۴	۱۴۷۲۷/۹	۲۴۸/۴	۷۵۱/۹	۶۵۰	۱۱۹۹
۱۳۷۷	۸۰۰	۲۳	۹۱۸	۷۳/۶	۸	۲۴	۱۶۲۹۸/۳	۲۲۱/۴	۱۱۸۷	۶۴۰	۱۴۵۸/۸
۱۳۷۸	۱۰۳۱	۲۹	۹۰۸	۱۰۱/۱	۱۱/۱	۳۷	۲۲۷۹۶/۶	۲۲۵/۵	۱۸۱۸/۶	۵۷۰	۱۲۶۱
۱۳۷۹	۱۱۶۰	۱۳	۸۷۰	۱۰۹/۷	۱۲/۶	۹	۲۶۵۳۸/۵	۲۴۱/۹	۱۹۳۹	۴۶۰	۱۶۲۱/۵
۱۳۸۰	۱۴۰۰	۲۱	۸۷۵	۱۲۲/۱	۱۳/۹	۱۱	۲۹۳۵۷/۴	۲۴۰/۴	۱۹۰۱/۲	۴۶۰	۱۸۴۶/۹
۱۳۸۱	۱۵۷۵	۱۳	۸۷۹	۱۲۰/۲	۱۳/۷	-۲	۲۹۵۸۳/۴	۲۴۶/۱	۱۹۸۹/۵	۴۷۰	۲۶۲۲/۵
۱۳۸۲	۱۶۵۰	۵	۹۶۵	۱۱۶/۵	۱۲/۱	-۳	۳۴۷۷۶	۲۹۸/۵	۲۴۸۴/۵	۷۷۰	۲۶۲۲/۲



## سایر محصولات باغی

بر طبق آمار، صادرات سیب، مرکبات، انجیر و انار طی سالهای 82-1373 با نوسانات افزایشی و کاهش‌ی ادامه داشته و در حال حاضر سهم صادرات محصولات فوق از تولید به ترتیب 6/6 ، 1/2 ، 11/2 و 2 درصد می باشد. قیمت صادراتی این محصولات به دلایلی از جمله مشکلات بسته بندی و درجه بندی، حمل و نقل، نبود ترمینالهای صادراتی در مبادی خروجی کالا، کمبود وسایط نقلیه سردخانه دار و استاندارد برای حمل میوه و گرانی هزینه حمل، مشکلات مربوط به قرنطینه نباتی در کشورهای مقصد، ناآشنایی صادرکنندگان با مقررات قرنطینه ای این کشورها و استانداردهای بهداشتی آنها، عدم معرفی مناسب محصول در کشورهای واردکننده و به طور کلی نا مناسب بودن کیفیت خدمات بازاریابی خارجی همواره پایین تر از میانگین قیمت جهانی بوده است.

مطابق قانون تضمین خرید محصولات کشاورزی، همه ساله قیمت تضمینی بر مبنای هزینه تولید برای محصولات مذکور تعیین می شود که تا اندازه ای بر سطح قیمت بازار تاثیر گذار است ولیکن تاکنون وضعیت بازار و قیمت این محصولات بگونه ای بوده که دخالت دولت و خرید تضمینی ضرورتی نداشته است. به عبارت دیگر، قیمت بازار این محصولات همواره در سطحی بالاتر از قیمتهای تضمینی آنها قرار داشته است.

مقایسه قیمت تضمینی و قیمت صادراتی این محصولات طی سالهای 82-1373 نشان می دهد که صادرکنندگان، سیب، مرکبات، انار و انجیر را به قیمتی حدود دو برابر قیمت تضمینی آنها صادر نموده اند و این خود تاثیر کمتر قیمت تضمینی تعیین شده بر صادرات محصولات مذکور را نشان می دهد.

## سیب زمینی

صادرات سیب زمینی طی سالهای 82-1370 دارای نوسانات افزایشی و کاهش‌ی بوده به طور کلی از روند یکنواخت و ثابتی برخوردار نمی باشد. سهم صادرات از تولید 0/9 درصد و بسیار ناچیز است. حضور موثر ایران در بازارهای جهانی منوط به ارتقا سطح عملیات بازاریابی محصول از جمله بسته بندی، درجه بندی، توجه به سلیقه مصرف کنندگان خارجی و کیفیت بهداشتی محصول می باشد و به دلیل مشکلات موجود در زمینه های فوق، سیب زمینی ایران با قیمتی پایینتر از قیمت جهانی صادر می شود.



قیمت تضمینی سیب زمینی طی سالهای 82-1370 با متوسط رشد سالانه 19 درصد از 78 ریال در سال 1370 به 620 ریال در سال 82 رسیده است و حداکثر و حداقل رشد سالانه قیمت به ترتیب 50 درصد در سال 1372 و 3 درصد در سال 1382 بوده است. در هر حال دولت همه ساله با اعلام قیمت تضمین خرید سیب زمینی به عنوان قیمت کف تا اندازه ای بر سطح قیمت بازار تاثیر می گذارد ولیکن روند قیمت تضمینی در سالهای گذشته نشان می دهد که این قیمت اغلب از قیمت سر مزرعه نیز کمتر بوده و اغلب نیازی به مداخله دولت برای تنظیم بازار از طریق خرید تضمینی بوجود نیامده است. در بعضی سالها که عرضه زیاد محصول باعث افت قیمت شده یا تولیدکنندگان به دلیل کمبود نقدینگی به عرضه یکباره محصول پرداخته اند دولت ناچار از دخالت گردیده و با خرید مقداری از محصول، به تنظیم عرضه و تقاضا و تعادل قیمت به صورت مقطعی کمک نموده است. بر اساس ارقام به نظر می رسد قیمت تضمینی سیب زمینی بر میزان صادرات آن تاثیر گذار نبوده و مقایسه قیمت صادراتی و قیمت تضمینی محصول بیانگر فاصله زیاد این دو قیمت از هم و عدم تاثیر قیمت تضمینی بر صادرات طی سالهای 82-1370 می باشد.

## پياز

بررسی صادرات پياز طی سالهای 82-1370 نشان می دهد که میزان صادرات در این دوره دارای نوسانات افزایشی و کاهش می بوده و در حال حاضر سهم صادرات پياز از تولید آن 5 درصد می باشد. به دلیل مشکلات موجود در امر بسته بندی، درجه بندی، انبار داری، کیفیت بهداشتی محصول و بطور کلی عملیات بازاریابی خارجی آن، پياز ایران با قیمتی پایینتر از قیمت جهانی عرضه می گردد. قیمت تضمینی پياز طی سالهای مذکور از متوسط رشد سالانه 9/18 درصد برخوردار بوده و خرید تضمینی در طول سالهای گذشته سهم بسیار اندکی از تولید را شامل می شده است. بر اساس ارقام به نظر می رسد قیمت تضمینی پياز بر میزان صادرات آن تاثیر گذار نبوده و مقایسه قیمت تضمینی و قیمت صادراتی بیانگر صدور محصول به قیمتی حدود دو برابر قیمت تضمینی طی سالهای مورد مطالعه می باشد.

## قانون تضمین خرید و علت افزایش قیمت های تضمینی

قانون تضمین خرید محصولات اساسی کشاورزی در سال 1368 به تصویب مجلس شورای اسلامی رسید و در سال 1372 به موجب قانون اصلاحیه قانون مذکور، برخی محصولات باغی نیز به



فهرست پیشین افزوده شد. هدف قانونگذار، حمایت از تولیدکننده، ایجاد تعادل در نظام تولید، کاهش ضایعات و کاهش زیان کشاورز می‌باشد معیار قانون برای تعیین قیمت توجه همزمان به هزینه تولید و نرخ تورم می‌باشد. در متن قانون، وزارت جهادکشاورزی به نمایندگی از دولت موظف است همه ساله قیمت محصولات تحت پوشش قانون را با رعایت هزینه های تولید در یک واحد متعارف بهره برداری و با حفظ رابطه مبادله (نرخ تورم سالانه) برآورد و به شورای اقتصاد پیشنهاد نماید. این وظیفه در راستای اجرای قانون همه ساله انجام می‌گیرد ولیکن شورای اقتصاد، با در نظر گرفتن ملاحظات کلان اقتصادی قیمت های پیشنهادی را تعدیل می نماید. بنابراین قیمت های مصوب خرید تضمینی در برخی از سالها رابطه مبادله محصول را به سود تولیدکننده حفظ و در اغلب سالها نیز حفظ نموده است. براساس تجربیات و مطالعات انجام شده به نظر می رسد آنچه باعث بروز بحران در بازار برخی محصولات تضمینی می شود به غیر از تناقض های موجود در ساختار قانون (نظیر روشن نبودن مفهوم محصولات اساسی، یکسان شماری اهمیت همه محصولات، عدم توجه به ماهیت متفاوت بازار محصولات باغی و زراعی و دامی)، نحوه اجرای قانون می باشد. بدیهی است با توجه به ماهیت متفاوت محصولات مشمول قانون می‌بایست انتظار اثرات متفاوتی را بر بازار محصولات با اجرای قانون داشته باشیم.

افزایش سالانه هزینه های تولید نیز با توجه به نرخ تورم گریزناپذیر است. به ویژه اینکه بخش عمده فعالیت های داشت و برداشت در تولید محصولات باغی با استفاده از نیروی کار صورت می گیرد و سهم این گونه هزینه ها در مجموع هزینه های تولید بیش از 50 درصد است. افزایش سالانه دستمزد نیروی کار کشاورزی در سالهای اخیر بیش از نرخ تورم رسمی جامعه بوده و به ناچار قیمت تمام شده محصول را افزایش داده است.

### موقعیت ایران در بازار جهانی کشمش و خرما

متوسط قیمت صادراتی کشمش ایران از میانگین قیمت جهانی و نیز قیمت سایر کشورهای عمده صادر کننده (ترکیه، آمریکا و یونان) کمتر است، که به نظر می رسد این امر ناشی از کیفیت تولید و بسته بندی کشمش ایران باشد.

سهم ایران در تامین کشمش مورد نیاز کشورهای عضو اتحادیه اروپا 4/5 درصد است. در حالی که ترکیه 59/2 درصد، آمریکا 23/9 درصد، آفریقای جنوبی 5/6 درصد، شیلی 2/7 درصد و استرالیا 2/2 درصد در این بازار سهم دارند. کشورهای مذکور به ویژه ترکیه و آفریقا رقبای اصلی ایران و کشورهای اصلی تامین کننده کشمش برای بازارهای اتحادیه اروپا می باشند.



کشورهای عضو اتحادیه اروپا 5/5 درصد از خرماي مورد نیاز خود را از ایران و 53/5 درصد از تونس، 14/5 درصد از اسرائیل و 6/5 درصد از آمریکا تامین می کنند. ایران 13/5 درصد از خرماي مورد نیاز ترکیه را تامین می کند و سهم تونس و عربستان در تامین خرماي مورد نیاز ترکیه به ترتیب 53/8 درصد و 15/2 درصد است. ایران در این بازارها با رقبای مختلف به ویژه تونس مواجه است.

### بدین ترتیب

1- با توجه به آزمون گرنجر و آنچه مطرح شد می توان بیان کرد که به طور کلی قیمت یکی از عوامل موثر بر عرضه صادرات می باشد و طی سالیان اخیر، قیمت تضمینی به عنوان قیمت کف بازار در تعیین قیمت عمده فروشی محصول با قیمت خرید صادر کننده تاثیر داشته و عاملی موثر بر میزان صادرات برخی محصولات بوده است و اثر این عامل با وجود یا عدم وجود سایر عوامل نظیر شرایط بازارهای هدف، قیمت جهانی محصول، کیفیت محصول تولیدی، نحوه بسته بندی و بازار رسانی تقویت یا تضعیف شده است.

2- چنانچه گفته شد قیمت تضمینی طبق قانون بر مبنای هزینه تولید محصول در یک واحد بهره برداری متعارف برآورد می گردد از آنجاکه هزینه های تولید شامل هزینه نهاده ها است ( کود، سم، نهال یا بذر، بخشی از هزینه ماشین آلات مورد نیاز، دستمزد کارگر، آب بها و ...) که به دلیل شرایط تورمی در کشور پیوسته روبه افزایش می باشد لذا سیاست قیمت گذاری تضمینی طی سالهای گذشته عمدتاً در جهت تخفیف اثرات افزایش قیمت نهاده ها بر قیمت محصول عمل نموده و سایر اهداف مورد نظر قانونگذار نظیر ایجاد تعادل در نظام تولید و تخصیص بهینه منابع و کاهش ضایعات محقق نگردیده است.

دستمزد کارگر در سالهای گذشته به شدت افزایش یافته به ویژه در مورد محصولات باغی که سهم دستمزد کارگر در مجموع هزینه بسیار بالاست قیمت تمام شده محصول را افزایش داده است. در واقع قیمت تمام شده محصول به دلیل افزایش هزینه ها که از سایر بخش های اقتصادی به بخش کشاورزی تحمیل گردیده و به دلیل عدم رشد مناسب بهره وری در داخل بخش، افزایش یافته است.

3- براساس مطالعات انجام شده برخی از محصولات باغی نظیر کشمش و خرما و همچنین محصولات زراعی شامل سیب زمینی و پیاز دارای مزیت نسبی در تولید و صادرات می باشند ولی با توجه به مبنای محاسباتی مزیت نسبی که همان هزینه های تولید است این شاخص





پایدار نبوده و با توجه به افزایش هزینه های تولید روند کاهشی دارد. در این شرایط دور باطل  
**افزایش هزینه های تولید در داخل کشور - افزایش**  
**قیمت تضمینی- افزایش قیمت های عمده فروشی- کاهش مزیت نسبی تولید و صادرات، ادامه**  
**می یابد.**

بنابراین با این تحلیل می توان گفت که برای بررسی عملکرد سیاست قیمت تضمینی به عنوان یک ابزار  
حمایتی می بایست به عوامل ریشه ای تر نظیر هزینه های تولید و کاهش بهره وری در بخش تولید  
توجه نمود. در شرایط نبود سیاست قیمت تضمینی هم کشاورز افزایش هزینه ها را متحمل شده و قیمت  
تمام شده محصول بالا می باشد. لذا با توجه به تاثیر کلی قیمت محصول بر صادرات لازم است از  
طریق برنامه ریزی برای بهبود شیوه های تولید، مصرف صحیح نهاده ها و افزایش بهره وری به  
منظور کاهش هزینه تولید اقدام شود.

4- عرضه صادرات محصولاتی که بخش عمده آنها صادر می شود مانند کشمش، از عوامل  
خارجی و داخلی متعددی تاثیر می پذیرند. برای مثال حضور کشورهای رقیب که محصول  
خود را با قیمت ارزانتر روانه بازار می نمایند، نوسانات قیمت در بازارهای جهانی به همراه  
افزایش قیمت داخلی بر میزان صادرات کشمش تاثیر گذار است. در مورد مرکبات، سیب،  
انار و انجیر با توجه به اهمیت و سهم کمتر صادرات آنها، تاکنون قیمت تضمینی بر میزان  
صادرات تاثیرگذار نبوده و صادرکنندگان این محصولات را به قیمتی حدود 2 برابر قیمت  
تضمینی صادر نموده اند. در مورد محصولات زراعی صادراتی شامل سیب زمینی و پیاز نیز  
قیمت تضمینی بر صادرات آنها موثر نبوده است. آزمون گرنجر هم در مورد محصولاتی که  
بخش عمده از تولید آنها صادر می شود با یک وقفه زمانی ارتباط معنی داری بین قیمت  
تضمینی و میزان صادرات نشان می دهد ولیکن در مورد محصولاتی که به طور عمده در  
داخل کشور مصرف می شوند و در صورت وجود مازاد تقاضا در برنامه صادرات قرار می  
گیرند ارتباط معنی داری بین قیمت تضمینی آنها و صادراتشان نشان نمی دهد.

5- برای صادرات محصولاتی که از مزیت نسبی بالنسبه پایداری طی سالهای گذشته برخوردار  
بوده اند نظیر کشمش، و خرما راهبرد صادراتی مشخصی وجود ندارد و این مزیت براساس  
مطالعات روبه کاهش است. این محصولات همچنان با کیفیت نازل و در مورد خرما گاهاً  
بصورت فله ای، بدون بسته بندی متناسب با سلیقه متقاضیان در بازارهای هدف صادر و در  
کشورهای دیگر به صورت مناسب بسته بندی و مجدداً صادر می شوند بنابراین ضروری است  
با تقویت پیوند بخش های صادرات و تولید و برنامه ریزی مناسب، زمینه برای « تولید برای  
صادرات » فراهم شود.



6- با توجه به موانع توسعه صادرات، روند صادرات غیر نفتی و محصولات کشاورزی تنها تابع قیمت تمام شده داخلی نیست. عوامل زیادی بر صادرات تاثیر گذارند که بدون اصلاح و کنترل آنها، حتی با حذف حمایت قانونی از تولیدکننده از طریق سیاست قیمت گذاری جهش صادراتی امکانپذیر نیست.

## پیشنهادات

- سیاست قیمت گذاری و خرید تضمینی برای محصولات مهم صادراتی کارآ نبوده و بهتر است در مورد این محصولات سایر ابزارهای حمایتی که به کاهش هزینه های تولید و افزایش بهره وری منجر می شوند نظیر سرمایه گذاری دولتی در زیرساختهای تولید و بازار رسانی محصول، برقراری بیمه درآمد یا ایجاد صندوق تثبیت درآمد به ویژه برای محصولات که سهم صادراتی بالایی دارند، پرداخت یارانه به نهاده های مورد استفاده و هدایت نحوه استفاده از نهاده ها به منظور کاهش هزینه تولید به کار گرفته شوند.

- ایجاد تشکلهای تولیدی و تقویت ارتباط بین صادرکنندگان و این تشکل ها، برای تسهیل امر اطلاع رسانی از بازارهای خارجی و داخلی و سهم نمودن تولید کننده در سود بازار ضروری است.

- راهبرد صادراتی مشخص و «برنامه تولید برای صادرات» در مورد محصولاتی که دارای مزیت نسبی هستند به منظور کنترل بهداشت و کیفیت محصول تولیدی، تدوین گردد.

- با توجه به ماهیت متفاوت بازار محصولات، سیاستهای حمایتی مناسب برای محصولات صادراتی تدوین شود و تا زمانی که قانون، دولت را ملزم به تعیین قیمت خرید می نماید، در تعیین قیمت تضمینی و به کارگیری این ابزار حمایتی می بایست به اهمیت صادرات محصول، قیمت های جهانی و شرایط بازار جهانی توجه کافی صورت گیرد.

با توجه به پیوند و ارتباط تنگاتنگ تولید و صادرات، حمایت همزمان از تولید و صادرکننده نافی یکدیگر نیست بلکه به تقویت و پایداري هر دو بخش می انجامد.



## منابع و مآخذ

- 1- اداره آمار و خدمات ماشینی گمرک جمهوری اسلامی ایران، سالنامه آمار بازرگانی خارجی گمرک (سالهای مختلف).
- 2- اداره حسابهای اقتصادی بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران، گزارش شاخص بهای عمده فروشی کالاها در ایران (سالهای مختلف).
- 3- حفار اردستانی، مریم (1380)، بررسی رابطه همگرایی و علیت متقابل بین صادرات و رشد اقتصادی بخش کشاورزی در ایران، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه تربیت مدرس، دانشکده کشاورزی.
- 4- خالدی، کوهسار و همکاران (1384)، صادرات محصولات کشاورزی، فرصتها، چالشها و راهکارهای توسعه آن، موسسه پژوهشهای برنامه ریزی و اقتصاد کشاورزی.
- 5- سازمان مرکزی تعاون روستایی، گزارشات مربوط به میزان خرید تضمینی محصولات باغی و زراعی (سالهای مختلف).
- 6- سایت اینترنتی فائو.
- 7- سایت اینترنتی بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران.
- 8- عزیزی، جعفر و سعید یزدانی (1383)، تعیین مزیت نسبی محصولات عمده باغبانی ایران، فصلنامه اقتصاد کشاورزی و توسعه، سال دوازدهم، شماره 46.
- 9- فرهادی، علی (1380)، بررسی عوامل موثر بر صادرات غیرنفتی ایران (مطالعه موردی بخش کشاورزی)، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه تربیت مدرس، دانشکده کشاورزی.
- 10- مرکز پژوهشهای مجلس شورای اسلامی (1383)، قیمت تضمینی کشمش و بازار جهانی آن.
- 11- معاونت برنامه ریزی و اقتصادی وزارت جهاد کشاورزی، آمارنامه کشاورزی (سالهای مختلف).
- 12- موسسه پژوهشهای برنامه ریزی و اقتصاد کشاورزی، بررسی هزینه تولید و پیشنهاد قیمت تضمینی خرید محصولات زراعی و باغی (سالهای مختلف).