

با توجه به کاهش درآمدهای ارزی در سایه پایین آمدن بهای نفت، امکان پیشبرد برنامه‌های توسعه اقتصادی کشور بر پایه درآمدهای نفتی قابل تأمل است. از این رو به منظور کاهش آسیب پذیری اهداف توسعه اقتصادی، گسترش صادرات غیرنفتی و تنوع بخشیدن به درآمدهای صادراتی ضرورت دارد.

از عوامل مؤثر در تعیین راهبرد مناسب برای توسعه اقتصادی هر کشور با عنوان راهبرد توسعه صادرات، داشتن مزیت نسبی در تولید صادرات است. در این زمینه راهکارهای گوناگونی از سوی برخی اقتصاددانان مانند بالاسا، هیلمن، والر اس و... ارائه شده است. با توجه به اینکه بخش کشاورزی در استواری پایه‌های استقلال اقتصادی کشورهای رو به رشد و در حال گذر، نقش اساسی بازی می‌کند، در این مقاله به بررسی مزیت نسبی کالاهای کشاورزی می‌پردازیم.

هدف از این نوشتار بررسی این نکته است که آیا مزیت نسبی همچنان مفهوم ریکاردویی خود را حفظ کرده است یا نه. مزیت نسبی با رقابت پذیری چه رابطه‌ای دارد؟ عناصر اصلی مؤثر بر رقابت پذیری کالاها (بویژه کالاهای کشاورزی) کدام است؟ برای اقتصاد ایران با این ساختار و اهداف برون مرزی خود چه چیز باید مورد توجه باشد؟

پیشگفتار

بخش کشاورزی همواره نقش چشمگیری در صادرات غیرنفتی و افزایش درآمدهای ارزی کشور داشته است؛ به گونه‌ای که در سه دهه گذشته محصولات کشاورزی و سنتی به‌طور میانگین بیش از ۸۰ درصد کل این صادرات را تشکیل داده است. مزیت نسبی داشتن یک محصول برای تولید بیشتر، عاملی است برای تحقق اهداف اقتصادی جامعه مانند توسعه صادرات کشاورزی. در ایران که هدف بنیادین خود را اقتصاد بدون نفت قرار داده و ابزارهای سیاستی ویژه‌ای چون افزایش صدور محصولات کشاورزی برای آن در نظر گرفته است، موضوع مزیت نسبی کالاهای کشاورزی اهمیت ویژه دارد. نفوذ در بازارهای جهانی و پیچیده امروز، شناخت عوامل مؤثر بر مزیت تولیدی و تجاری کالاها و مهمتر، رابطه آنها، در گرو داشتن دیدی نظام‌مند و هدفدار برای حل مسئله است.

در این مقاله، روش محاسبه هزینه منابع داخلی (DRC) به‌عنوان شاخص اندازه‌گیری مزیت اقتصادی به کار گرفته شده است. با محاسبه هزینه

داخلی به وجود مزیت نسبی یا نبود مزیت نسبی پی می‌بریم. چنانچه حاصل محاسبه کمتر از یک باشد، در محصول مورد بررسی دارای مزیت نسبی هستیم. به سخن دیگر در این صورت سرمایه‌گذاری در تولید داخلی موجه است. اگر DRC بزرگتر از یک باشد، این شاخص، واردات را در برابر تولید داخلی موجه می‌سازد، و نشانگر نبود مزیت نسبی است.

۱- جایگاه کشاورزی در اقتصاد ایران

رابطه بخش کشاورزی و بخش صنعت در فرایند توسعه اقتصادی از موضوعات مهمی است که از آغاز شکل‌گیری نظریه‌های اقتصاد توسعه (از اواخر دهه ۱۹۴۰ به این سو) درباره آن بحث شده است. جاذبه‌های صنعتی شدن، در کنار مترادف دانستن توسعه اقتصادی و صنعتی شدن، بسیاری از اقتصاددانان توسعه را به راه پیشتیبانی از بخش صنعت، به بهای نادیده گرفتن بخش کشاورزی انداخته، در حالی که ثابت شده است توسعه بخش کشاورزی نقشی بنیادین در جریان توسعه اقتصادی دارد. بخش کشاورزی به علت برخورداری از رشد پیوسته و پایدار و درون‌زای اقتصادی و نقش بنیادین

بخش پیشگام و راهگشای دیگر بخشها و نیز بعنوان بخشی که دارای مزیت‌های نسبی است، (به سبب وابستگی بیشتر به نهاده‌های داخلی) مورد پشتیبانی جدی قرار گیرد.

۲- استراتژی توسعه صادرات

گروهی از دانشمندان توسعه بر این باورند که استراتژی توسعه صادرات بر استراتژی جانشینی واردات برتری دارد. آنان می‌گویند که هزینه منابع داخلی (DRC) برای به دست آوردن يك واحد ارز خارجی از راه صدور کالا همواره نسبت به هزینه منابع داخلی برای پس انداز کردن يك واحد ارز خارجی از راه جانشینی واردات کمتر است و دلیل آن رانرخ‌های بالای سیاست‌های حمایتی در استراتژی جانشینی واردات می‌دانند. سیاست برون‌گرای اقتصادی و به بیان دیگر سیاست اقتصادی، بر پایه توسعه بخش صادرات و مبتنی بر تشویق صادرات در کشور است؛ بدین مفهوم که این سیاست در راستای صدور کالا و افزایش صادرات کشور و با تأکید بر توسعه صنایعی که از مزیت نسبی برخوردارند، عمل می‌کند. تأمین منافع اقتصادی از راه توسعه و تنوع صادرات و به دست آوردن درآمدهای ارزی بیشتر در راستای رودرویی با کسری تراز پرداخت‌های خارجی کشورهای در حال توسعه است. از دید چتری، در کشورهای در حال توسعه صادرات محصولات صنعتی نه تنها منبع رشد اقتصادی آنهاست، بلکه در بر طرف کردن نیازهای ارزی آنها بسیار مؤثر است. وی بر این باور است که در سیاست توسعه بخش صادرات اصول و مکانیسم‌های بازار باید مورد توجه باشد، و گرنه، صادرات در بازارهای جهانی و بین‌المللی با شکست روبرو خواهد شد و در نتیجه رشد و توسعه‌ای هم به دست نخواهد آمد. از این رو بر نامریزان کشورهای در حال توسعه نخست باید به بررسی شرایط اقتصادی و توانایی‌های بالقوه داخلی بپردازند. سپس با بررسی شرایط بازارهای بین‌المللی، کالاهایی تولید کنند که این بازارها آمادگی پذیرش آنها را داشته باشند و گذشته از آن تولید کالاهای با ظرفیت‌های بالقوه صادراتی را افزایش دهند. این امر نیازمند رشد صادرات کالاهای غیر سنتی است. به باور میردال،

در ایجاد عدالت اجتماعی، تأمین امنیت غذایی و افزایش اشتغال در جامعه، نیازمند عنایت ویژه و پشتیبانی کارآمد است. این بخش به لحاظ دارا بودن توانمندی‌های چشمگیر در منابع و عوامل تولید مانند بیش از ۳۷ میلیون هکتار زمینهای مستعد کشاورزی، ۱۱۸ میلیارد متر مکعب آب قابل استحصال (با احتساب حجم آبهای برگشتی)، نواحی متنوع آب و هوایی و توانایی تولید طیف گسترده‌ای از محصولات گرمسیری و سردسیری به منابع تجدید شونده مانند جنگلها و مراتع به وسعت ۱۰۲/۴ میلیون هکتار و با داشتن ۲۷۰۰ کیلومتر مرز آبی، نیروی انسانی متخصص و کارشناسان با تجربه، بهره‌برداران و تولیدکنندگان پرکار و متعهد در شرایطی که هنوز بطور کامل از ظرفیتهای تولیدی بهره‌گیری نشده و کاستی‌های فراوانی در این راه وجود دارد، توانسته است با تکیه بر رشد مداوم تولید، بازدهی مطلوب سرمایه و ارزآوری بیشتر و ارزبری کمتر در سنجش با دیگر بخشهای اقتصادی از چنان توانی برخوردار باشد که می‌توان آن را به درستی زیر بنای اساسی توسعه اقتصادی کشور به‌شمار آورد. این بخش در سال ۱۳۸۰ نزدیک به ۱۷ درصد تولید ناخالص داخلی (به بهای سال ۱۳۶۹)، يك پنجم ارزش صادرات غیر نفتی^۲، يك چهارم اشتغال^۳، بیش از ۸۰ درصد از عرضه مواد خوراکی و ۹۰ درصد مواد اولیه مورد نیاز صنایع تبدیلی کشاورزی را به خود اختصاص داده است. از این رو بخش کشاورزی در عین برخورداری از جایگاه استراتژیک و دارا بودن مزیت نسبی در توسعه، یکی از بسترهای مناسب برای توسعه پایدار اقتصادی در کشور نیز به‌شمار می‌آید. همچنین این بخش با برخورداری از منابع طبیعی تجدید شونده بویژه جنگلها و مراتع در تثبیت محیط زیست و ایجاد شرایط مناسب و امنیت زیست محیطی و تداوم زندگی اقتصادی، شایسته توجه است.

روی هم رفته با توجه به ویژگیهای بخش کشاورزی (وابستگی ناچیز به خارج، نیاز به سرمایه‌گذاری اندک برای ایجاد يك واحد ارزش افزوده در سنجش با دیگر بخشها، وابستگی کمتر به درآمدهای نفتی و...) این بخش دارای جایگاه مهمی در اقتصاد ایران است و می‌بایست بتوان

○ عوامل متعددی بر رقابت پذیری کالاهای کشاورزی مؤثرند:
۱- عوامل اقتصادی و سیاسی
۲- عوامل جغرافیایی
۳- عوامل تاریخی.

برای سنجش هزینه منابع داخلی با نرخهای ارز باید از نرخهای سایه‌ای بهره برد. (وجود اختلافات بازار در کشورهای در حال توسعه به این معناست که در بهای کالاهای بازاری موجود اغلب هزینه‌های فرصت واقعی اندازه‌گیری نمی‌شود.

همچنین در این کشورها بهای کالاها در بازار برای ارزیابی مشارکت‌هایی و هزینه عوامل، مورد اعتماد نیست. از این رو در این کشورها بیشتر از قیمت‌های سایه‌ای بهره می‌برند. این معیار کارایی تولید داخلی را نسبت به بازار بین‌المللی اندازه‌گیری می‌کند.

$$DRC = \frac{\sum b_{ok} P^s_k}{P^b_{of} \sum a_{oj} P^b_{if}}$$

که در این رابطه P^s_k : قیمت سایه‌ای نهاده غیر قابل تجارت K مقدار b_{ok} مقدار K امین نهاده مورد نیاز برای تولید يك واحد از محصول O

P^b_{of} : بها بر حسب پول خارجی O که برابر با بهای سر مرز بوده و بر حسب هزینه‌های جابجایی و نگهداری و توزیع و اختلاف کیفیت تعدیل شده است.

a_{oj} : مقدار زمین نهاده مورد نیاز برای تولید يك واحد از محصول O P^b_{if} : بهای نهاده زام بر حسب پول خارجی است.

اگر حاصل این نسبت (DRC) کمتر از يك باشد، در محصول مورد بررسی دارای مزیت نسبی هستیم و اگر حاصل بزرگتر از يك باشد نشانگر نبود مزیت نسبی است.

۱-۱-۳ قیمت سایه‌ای

بهای هر کالا و نهاده ممکن است با بهای واقعی آن متفاوت باشد و این مسئله ممکن است برخاسته از ناکارایی بازار، محدودیت‌های طبیعی در به کارگیری کالاها و نهاده‌ها یا بر اثر سیاست‌های اقتصادی کشورها باشد. ولی بهای واقعی عبارت است از بهایی که متناسب با بهترین کارایی اقتصادی کالاها و نهاده‌ها باشد، که در واقع با وجود بازار رقابت آمیز این بها به دست می‌آید. به گونه‌ای که در این شرایط بازار رقابت نهاده‌ها و عوامل تولیدی با بالاترین کارایی به کار گرفته شده و از سویی هزینه

به سود کشورهای در حال توسعه نخواهد بود اگر همچنان به صدور کالاهای سنتی ادامه دهند. او پیشنهاد می‌کند که کشورهای توسعه نیافته به ترکیب صادرات خود توجه کنند و با عنایت به شرایط بازارهای جهانی تصمیم بگیرند که صدور چه کالاهایی را افزایش و صدور چه کالاهایی را کاهش دهند. این کشورها باید به تولید و صدور کالاهایی که تقاضا برای آنها روند صعودی و کوشش‌های درآمدی و بهای آنها نیز بالا است، بپردازند. در اجرای این سیاست راهکارهای زیر پیشنهاد می‌شود:

۱- دستیابی به اهداف مورد نظر در بخشهای اولیه کشاورزی، صنعت و معدن پیش شرط لازم برای تشویق صادرات است.

۲- مصرف داخلی برای کالاهای صادراتی از راه به کارگیری سیاست‌های مناسب کاهش، تا مازاد تولید برای صادرات افزایش یابد.

۳- بهای کالاهای داخلی شبیهت و از فشار تورمی کاسته شود.

۴- از تکنولوژی برتر و مناسب در بخش تولید کالاهای صادراتی بهره گرفته شود.

۵- وارد کردن بهنگام مواد اولیه و کالاهای سرمایه‌ای و واسطه‌ای مورد نیاز برای تولید کالاهای صادراتی، حتی به بهای کاهش واردات دیگر کالاها در اولویت قرار گیرد.

۳- ابزارهای سنجش کارایی و هزینه

واقعی تولید:

اقتصاددانان نئو کلاسیک معتقدند هر کشور باید به تولید کالایی بپردازد که در سطح جهانی از لحاظ هزینه تولید دارای مزیت نسبی باشد. آنان روشهای گوناگونی برای اندازه‌گیری سیاست تشویق صادرات و جانشینی واردات و تأثیر فراگیر آن بر اقتصاد ملی ارائه کرده‌اند که از میان آنها از دوروش زیر بهره می‌جوییم:

۱-۳ روش هزینه منابع داخلی (DRC):

با به کارگیری این روش می‌توان هزینه فرصت صرفه جویی شده (در خصوص عوامل تولیدی به کار رفته) را با کمترین هزینه به دست آمده از هر واحد ارز خارجی برآورد کرد. از آنجایی که نرخهای ارز خارجی پیوسته در حال نوسان است،

○ در يك کشور که در صحنه بین‌الملل به تجارت می‌پردازد، منابع از بخشهای کمتر مولد اقتصاد خارج و به سوی بخشهای مولدتر سرزیر می‌شود. یکی از مهمترین ابزارها برای درك بهتر سود بر خاسته از تجارت و چگونگی جابه جاشدن منابع از بخشی به بخش دیگر را «قیمتهای نسبی» و «منحنی امکانات تولید» (PPC) هر کشور به دست می‌دهد.

بهره‌وری از عوامل و نهاده‌ها نیز متناسب با کارایی آنهاست. این بهای واقعی «قیمت سایه‌ای» نامیده می‌شود.

۲-۳ روش نرخ حمایتی مؤثر

واژه مؤثر به منظور سنجش اثر مشترک پشتیبانی از ستانده و نهاده‌ها یا داده‌ها بر فعالیت تولیدی و بررسی این اثر بر تخصیص منابع مطرح شده است. واژه حمایت به معنی پشتیبانی دولت از یک فعالیت تولیدی یا پرداخت یارانه‌ای داده‌های تولیدی با برقراری تعرفه بر واردات کالای تولید شده است. نخستین کار این شاخص، نشان دادن درصد تغییر قیمت ارزش افزوده (در نتیجه برقراری اقدامهای حمایتی) است که با عنوان نرخ حمایت مؤثر مورد استفاده قرار می‌گیرد. این نرخ همچنین می‌تواند دگرگونی در مقدار ارزش افزوده را نشان دهد. نرخ حمایت مؤثر درجه حمایت از ارزش افزوده را در هر بخش از تولید نشان می‌دهد. بالاسا، نرخ حمایت مؤثر را در صد افزایش در ارزش افزوده داخلی نسبت به یک درصد افزایش ارزش افزوده در تجارت آزاد بیان می‌کند (Balassa, 1972). کوردن نیز معتقد است که نرخ حمایت مؤثر اثر سیاستهای دولت را بر بهای تولیدات و بهای نهاده‌ها همزمان بررسی می‌کند، بدین مفهوم که وقتی بهای داخلی نهاده‌ها و تولیدات به علت سیاستهای دولت واقعی نیست، نرخ حمایت مؤثر اثر سیاستهای دولت را بر آورد می‌کند. (corden, 1966). رابطه‌ای که بالاسا برای این نرخ ارائه می‌کند به شرح زیر است (weiss, 1988, 182)

$$ERP = \frac{(P_i(1+T_i) - \sum M_{ij}(1+T_i) - P_i - \sum M_{ji}) / (P_i - \sum M_{ji})}{W_i - V_i / V_i} \quad (2)$$

ERP = نرخ حمایت مؤثر از محصول
 T_i, i = تعرفه اسمی (ضریب تفاوت بهای یک کالا در داخل و خارج) = m_{ji} هزینه نهاده قابل تجارت ز برای تولید یک واحد محصول i (در فرمول DRC برابر $N_j R_j$ است)، w_i = ارزش افزوده فعالیت تولیدی در کشور مورد نظر در برابر تولید یک واحد محصول i, i = ارزش افزوده فعالیت تولیدی i در تجارت آزاد در برابر تولید یک واحد محصول i = بهای جهانی محصول i

مایکل برو نو در مقاله‌ای با عنوان «هزینه منابع داخلی و حمایت مؤثر» نوشته است به علت اینکه شاخص DRC نرخ ارز را در نظر می‌گیرد، می‌تواند بیان روشنی از اصل هزینه نسبی در تجارت جهانی باشد و در سنجش با برخی اندازه‌گیرها و محاسبات واقعی که نرخ ارز در آن دخالت دارد به عنوان شاخص سرمایه‌گذاری به کار گرفته شود. البته باید به یاد داشت که شاخص DRC با برخی محدودیتها همراه است از جمله اینکه همواره در کوتاه مدت محاسبه می‌شود و از این رو نمی‌تواند از نوسانهای که در کوتاه مدت رخ می‌دهد مصون باشد. دیگر اینکه این شاخص از منظور کردن آثار بیرونی که در اثر پیدایش یک صنعت پدید می‌آید، ناتوان است

۴- محاسبه شاخص مزیت نسبی تجاری

یک راه برای دلوری در خصوص مزیت نسبی یا نبود مزیت نسبی وجود دارد و آن اینکه پرسیده شود: عملکرد ملون کشورهای در خصوص تجارت جهانی چیست؟ برای نمونه می‌خواهیم بدانیم، ایالات متحده چگونه بازار گندم را در سطح جهانی اداره می‌کند. در مرحله نخست می‌توانیم، شاخصی برای سهم نسبی صادرات و سهم نسبی واردات پیدا کنیم و یا این شیوه مزیت نسبی را بسنجیم.

صادرات گندم در ایالات متحده	میلیارد دلار ۴/۲۵	سهم نسبی صادرات گندم در ایالات متحده
صادرات جهانی گندم	میلیارد ۱۰/۰۹	
صادرات کل ایالات متحده	میلیارد ۳۶۳/۹۹	
صادرات کل جهانی	میلیارد ۳۰۴۴/۲۶	

$$\frac{0.4221}{0.1196} = 3.52 \quad (1)$$

واردات گندم در ایالات متحده	میلیارد دلار ۰/۱۹	سهم نسبی واردات گندم در ایالات متحده
واردات جهانی گندم	میلیارد ۱۱/۳۲	
واردات کل در ایالات متحده	میلیارد ۴۹۲/۹۲	
واردات کل جهانی	میلیارد ۳۱۴۶/۵۰	

$$\frac{0.0164}{0.15167} = 0.108 \quad (2)$$

این موارد نشان می‌دهد که در ایالات متحده

○ غنی تر شدن و ثروتمندتر شدن برخی کشورهای بدان سبب است که به گونه مدوم و پایدار افزایش بهره‌وری دارند (بهره‌وری کار، سرمایه و دیگر عوامل تولید). شهروندان آن کشورها مشاغلی بسیار مولد دارند و حقوق و دستمزد خوبی هم دریافت می‌کنند.

۱-۴ معیار مزیت نسبی جهانی و اکمال دو جانبه Liesner نخستین کسی است که در ۱۹۸۵ از معیار مزیت نسبی بهره برد. این شاخص تازه برای سهم نسبی صادرات به صورت زیر بیان می شود:

$$RXS^a_i = \frac{X^a_i}{X^t_i} / \frac{X^a_w}{X^t_w} \quad (1)$$

در اینجا X نمادی برای صادرات، i نمادی برای کشور یا یک ناحیه تجاری ویژه و W نشان دهنده جهان است. a، t برای معلوم کردن هر کالا و همه کالاهای معامله شده به کار رفته است. PXS عملکرد نسبی صادرات را اندازه می گیرد. بالاسا در ۱۹۶۵ با گسترش به کارگیری این معیار مزیت نسبی آشکار شده (RCA) را که از نظر اقتصادی اهمیت ویژه ای دارد مطرح کرد (مراجعه کنید به Vollrad- 1991)

از نظر مفهومی، نسبت به RXS، هیلمن (۱۹۸۰، ص ۳۱۵) اشاره دارد که رابطه دقیقی میان مزیت نسبی از لحاظ ثوریک هنگامی که به شکل بهای نسبی پیش از تجارت با الگوهای موجود کالاهای مبادله شده سنجیده شود، وجود دارد.

در جهان بسیار پیچیده تر و متنوع تر یعنی در جهان چند کالایی بررسی مقطعی آماری نشان می دهد که برای صنایع خالی از این معیار، این تشریح سازگار است. البته از مفروضات مهم این مدل آن است که کشورهای مرجع راداری ترجیحات همسان می داند. (۳۲۱ ص و ۱۹۸۰ و هیلمن)

در این پژوهش از یکی از گزینه های RCA یعنی از مزیت نسبی تجاری (RTA) بهره گرفته شده است؛ چرا که با مزیت نسبی در سطح جهان همخوانی بیشتری دارد.

RTA به گونه زیر بیان می شود:

$$RTA^a_i = RXA^a_i \quad (2)$$

در اینجا RXA و RMA به مزیت نسبی صادرات و مزیت نسبی واردات اشاره دارد و به صورت زیر بیان می شود:

$$RXA = \frac{X^a_i}{X^t_i} / \frac{X^a_r}{X^t_r} \quad (3)$$

$$RMA = \frac{M^a_i}{M^t_i} / \frac{M^a_r}{M^t_r} \quad (4)$$

سهم صادرات گندم ۳/۵۲ برابر سهم صادرات در همه معاملات تجاری است. همچنین این شاخص معلوم می کند که در ایالات متحده سهم واردات گندم یک دهم سهم صادرات کالاهای دیگر است. زمانی که ایالات متحده را با دیگر نواحی جهان می سنجیم، ارزش سهم صادرات و واردات نسبی کالاهای گوناگون معلوم می شود.

با یک تعدیل دوباره می توانیم به مزیت نسبی صادرات و مزیت نسبی واردات دست یابیم.

سهم صادرات گندم ایالات متحده	۰/۴۲۱۲
سهم صادرات از کل کالاهای گندم = مزیت نسبی صادرات گندم در ایالات متحده	۰/۱۱۸۶
سهم صادرات جهانی گندم	۰/۵۷۸۸
سهم صادرات جهانی از کل کالاهای گندم	۰/۸۸۱۴

$$\frac{۳/۵۵۱}{۰/۶۵۶} = ۵/۴۱ \quad (5)$$

سهم واردات گندم در ایالات متحده	۰/۰۱۶۳
سهم واردات ایالات متحده از کل کالاهای گندم = مزیت نسبی واردات گندم در ایالات متحده	۰/۱۵۷۱
سهم واردات جهانی گندم	۰/۱۸۳۷
سهم واردات جهانی از کل کالاهای گندم	۸۲۲۹

$$\frac{۰/۱۰۳۷}{۱/۱۶۷۰} = ۰/۱۹۰ \quad (6)$$

با معرفی این شاخصها معلوم می شود که در ایالات متحده مزیت صادرات برای گندم ۵/۴۱ برابر مزیت صادرات کالاهای صادر شده دیگر است. این نتایج بر پایه سنجش ایالات متحده با دیگر کشورهای جهان نشان می دهد که در ایالات متحده واردات نسبی گندم، ناچیز و در کمترین مقدار است.

برای دستیابی به شاخص نهایی در مورد مزیت نسبی تجاری (RTA) باید مزیت نسبی واردات را از مزیت نسبی صادرات کسر کنیم. مثبت بودن (RTA) گویای آن است که کشور در آن کالا مزیت دارد. منفی بودن آن عدد نشان می دهد که آن کشور چنین مزیتی ندارد. در ایالات متحده، (RTA) در خصوص گندم بیانگر آن است که این کشور در زمینه تولید و صدور گندم، مزیت دارد.

$$= \text{مزیت نسبی واردات گندم} - \text{مزیت نسبی صادرات گندم} = \text{مزیت نسبی تجارت گندم در ایالات متحده}$$

در ایالات متحده	در ایالات متحده
۵/۴۱ - ۰/۱۹۰ = ۵/۳۲	(5)

مزیت نسبی اندازه گیری کند. ایالات متحده و شرکای خارجی آن کشور RTA را به کار می‌برند و البته از شاخص دیگری به نام معیار «اکمال متقابل کلی» (OBS) نیز بهره می‌جویند.

در این فرمول M نشان دهنده واردات، α دیگر کشورهای جهان (جز i) و π همه کالاها را معامله شده است (جز a). زمانی که نتایج منفی احتمالی اثر گذاری تجارت را جدا می‌کنیم RTA همخوانی بیشتری با مفهوم نظری به شاخص مزیت نسبی آشکار شده پیدا می‌کند. مزیت نسبی تجاری محاسبه مضاعف را در مورد کالاها و کشورها از میان می‌برد. برخلاف شاخص سهم نسبی صادرات، همچنین (RTA) با مزیت نسبی تجاری، آثار عرضه و تقاضا را منظور می‌کند.

۵- رقابت پذیری جهانی در اقتصاد

محصولات کشاورزی

عوامل متعددی که بر رقابت پذیری کالاها و کشاورزی مؤثرند در یک تقسیم بندی کلی عبارتند از:
 ۱) عوامل اقتصادی و سیاسی (۲) عوامل جغرافیایی (۳) عوامل تاریخی.
 در این پژوهش، در حوزه نخستین گروه به رابطه مزیت نسبی و رقابت پذیری کالاها و کشاورزی از دیدگاه کاربردی پرداخته می‌شود.

سیاستها و دخالت‌های دولت می‌تواند به گونه پایه‌ای بر جریانهای تجاری صادرات و واردات مؤثر باشد. بدین علت RCA (شامل RTA) به گونه دقیق تر می‌تواند رقابت پذیری جهانی را نسبت به

○ اقتصاددانان نو کلاسیک معتقدند هر کشور باید به تولید کالایی پردازد که در سطح بین الملل از لحاظ هزینه تولید دارای مزیت نسبی باشد.

جدول (۱) تجارت جهانی کندم، آرد و دیگر محصولات در ماههای ژوئن - ژوئیه بر حسب هزار تن متریک

۲۰۰۲/۰۳ ۱۲-نوامبر	۲۰۰۲/۰۳ ۱۱-اکتبر	۲۰۰۱/۰۲ ۱۲-نوامبر	۲۰۰۱/۰۲ ۱۱-اکتبر	۲۰۰۰/۰۱	۱۹۹۷/۰۰	۱۹۹۸/۹۹	
۹/۰۰۰	۹/۰۰۰	۱۱/۴۷۷	۱۱/۴۷۷	۱۱/۳۹۶	۱۱/۰۸۳	۹/۱۹۹	آرژانتین
۷/۰۰۰	۸/۰۰۰	۱۶/۴۹۴	۱۶/۴۹۴	۱۶/۶۸۲	۱۷/۱۲۴	۱۶/۱۰۴	استرالیا
۹/۰۰۰	۹/۰۰۰	۱۶/۷۵۸	۱۶/۷۵۸	۱۷/۳۵۱	۱۹/۳۷۳	۱۴/۳۹۴	کانادا
۶/۰۰۰	۶/۰۰۰	۳/۰۰۰	۳/۰۰۰	۲/۳۵۷	۲۰۰	-	هند
۵/۰۰۰	۵/۰۰۰	۳/۷۸۰	۳/۷۸۰	۳/۶۶۸	۶/۵۱۴	۲/۲۹۵	قزاقستان
۶/۵۰۰	۵/۵۰۰	۴/۳۷۲	۴/۳۷۲	۴۹۴	۵۱۸	۱/۶۵۲	روسیه
۱/۰۰۰	۱/۰۰۰	۵۴۸	۵۴۸	۱/۶۰۱	۱/۹۸۴	۲/۸۰۳	ترکیه
۷/۵۰۰	۶/۰۰۰	۵/۴۸۶	۵/۴۸۶	۷۸	۱/۹۵۲	۲/۶۹۶	آلمان
۱۵/۵۰۰	۱۵/۵۰۰	۱۱/۴۹۴	۱۰/۵۰۰	۱۵/۲۲۵	۱۷/۴۳۲	۱۴/۵۸۹	اتحادیه اروپا
۳/۳۵۰	۲/۸۲۰	۴/۱۳۷	۴/۰۲۶	۲/۳۳۶	۲/۴۰۱	۴/۱۷۲	فدراسیون شرقی
۶/۷۹۵	۶/۲۲۰	۶/۰۶۶	۵/۹۸۴	۴/۲۴۵	۳/۷۴۶	۳/۰۹۱	دیگر کشورها
۷۶/۶۴۵	۷۴/۰۴۰	۸۳/۶۱۲	۸۲/۴۲۵	۷۵/۶۳۵	۸۳/۳۲۷	۷۲/۹۹۵	جمع فرضی
۲۶/۰۰۰	۲۶/۰۰۰	۲۶/۱۳۹	۲۶/۱۳۹	۲۷/۸۴۵	۲۹/۴۴۹	۲۹/۰۲۸	ایالات متحده
۱۰۲/۶۴۵	۱۰۰/۰۴۰	۱۰۹/۷۵۱	۱۰۸/۵۶۴	۱۰۳/۴۸۰	۱۱۲/۷۷۶	۱۰۲/۰۲۳	کل جهان
۴/۸۰۰	۴/۵۰۰	۴/۵۰۰	۴/۰۰۰	۵/۶۰۰	۴/۷۵۰	۴/۲۵۰	الجزایر
۶/۵۰۰	۶/۵۰۰	۷/۱۰۰	۷/۰۰۰	۷/۵۱۸	۷/۳۴۰	۷/۴۲۲	برزیل
۱/۰۰۰	۱/۰۰۰	۱/۱۰۰	۱/۱۰۰	۱۹۵	۱/۰۱۰	۸۲۹	چین
۶/۷۰۰	۶/۰۰۰	۷/۰۰۰	۷/۰۰۰	۶/۰۵۰	۵/۸۷۲	۷/۴۵۴	مصر
۴/۰۰۰	۴/۰۰۰	۴/۰۰۰	۴/۰۰۰	۴/۰۶۹	۳/۷۴۴	۳/۱۱۷	اندونزی
۳/۰۰۰	۳/۰۰۰	۶/۰۰۰	۶/۰۰۰	۶/۲۴۵	۷/۳۶۳	۷/۵۸۵	ایران
۵/۸۰۰	۵/۸۰۰	۵/۸۳۶	۵/۸۳۶	۵/۸۸۵	۵/۹۶۰	۵/۹۵۹	ژاپن
۷/۰۰۰	۵/۰۰۰	۹/۵۰۰	۹/۵۰۰	۳/۱۵۹	۴/۱۷۶	۳/۷۶۱	اتحادیه اروپا
۲/۰۰۰	۲/۰۰۰	۲/۸۵۰	۲/۸۵۰	۲/۴۱۷	۲/۵۰۳	۲/۸۴۲	ایالات متحده
۶۰/۸۹۸	۶۰/۸۹۸	۶۱/۱۲۱	۶۰/۳۸۷	۶۰/۳۹۶	۶۷/۱۶	۶۱/۴۴۴	دیگر کشورها
۱/۴۴۷	۱/۳۴۲	۷۴۴	۸۹۱	۱/۹۴۶	۲/۸۹۸	۲/۳۶۰	به حساب نیامده
۱۰۲/۶۴۵	۱۰۰/۰۴۰	۱۰۹/۷۵۱	۱۰۸/۵۶۴	۱۰۳/۴۸۰	۱۱۲/۷۷۶	۱۰۲/۰۲۳	کل جهان

جدول (۲) تولید جهانی گندم، میزان مصرف و ذخایر

۲۰۰۲/۰۳ ۱۲-نوامبر	۲۰۰۲/۰۳ ۱۱-اکتبر	۲۰۰۱/۰۲ ۱۲-نوامبر	۲۰۰۱/۰۲ ۱۱-اکتبر	۲۰۰۰/۰۱	۱۹۹۹/۰۰	۱۹۹۸/۹۹	
۱/۱۰۰	۱/۴۰۰	۲/۰۱۰	۲/۰۱۰	۷۶۰	۱/۴۷۰	۲/۲۰۰	الجزایر
۱۴/۰۰۰	۱۴/۰۰۰	۱۵/۵۰۰	۱۵/۵۰۰	۱۶/۲۳۰	۱۶/۴۰۰	۱۳/۳۰۰	آرژانتین
۱۱/۰۰۰	۱۳/۰۰۰	۲۴/۰۰۰	۲۴/۰۰۰	۲۳/۷۶۶	۲۴/۷۵۷	۲۱/۴۶۵	استرالیا
۳/۳۰۰	۳/۳۰۰	۳/۲۵۰	۳/۲۵۰	۱/۶۶۰	۲/۴۰۳	۲/۱۸۸	برزیل
۱۵/۵۰۰	۱۵/۵۰۰	۲۰/۵۶۸	۲۰/۵۶۸	۲۶/۸۰۴	۲۶/۹۰۰	۲۴/۰۷۶	کانادا
۹۲/۰۰۰	۹۲/۰۰۰	۹۳/۸۷۰	۹۳/۸۷۰	۹۹/۶۴۰	۱۱۳/۸۸۰	۱۰۹/۷۲۶	چین
۷۲/۰۰۰	۷۲/۰۰۰	۶۸/۷۶۳	۶۸/۷۶۳	۷۶/۳۶۹	۷۰/۷۸۰	۶۶/۳۵۰	هند
۱۰/۵۰۰	۱۰/۵۰۰	۷/۵۰۰	۷/۵۰۰	۷/۵۰۰	۸/۵۰۰	۱۲/۰۰۰	ایران
۳/۱۵۰	۳/۱۵۰	۳/۲۷۰	۳/۲۷۰	۳/۴۰۰	۳/۰۵۰	۳/۲۳۵	مکزیک
۴۹/۵۰۰	۴۹/۰۰۰	۴۶/۹۰۰	۴۶/۹۰۰	۳۴/۴۵۰	۳۱/۰۰۰	۲۷/۰۰۰	روسیه
۱۸/۵۰۰	۱۸/۵۰۰	۱۵/۵۰۰	۱۵/۵۰۰	۱۸/۰۰۰	۱۶/۵۰۰	۱۸/۰۰۰	ترکیه
۲۱/۰۰۰	۲۱/۰۰۰	۲۱/۳۰۰	۲۱/۳۰۰	۱۰/۱۹۷	۱۳/۵۸۵	۱۴/۹۳۷	اکراین
۱۰۳/۵۰۰	۱۰۴/۰۰۰	۹۱/۷۲۵	۹۱/۷۲۵	۱۰۴/۷۸۴	۹۶/۳۹۲	۱۰۳/۰۸۵	اتحادیه اروپا
۱۱۰/۲۹۶	۱۰۸/۲۰۸	۱۱۱/۳۰۴	۱۱۰/۲۹۶	۹۹/۵۲۹	۹۷/۸۳۳	۱۰۲/۸۰۸	دیگر کشورها
۵۶۹/۳۳۸	۵۶۹/۷۷۱	۵۷۸/۷۲۲	۵۷۸/۶۴۳	۵۸۳/۸۴۷	۵۸۶/۰۱۹	۵۸۹/۶۹۷	کل جهان
۶/۲۰۰	۶/۱۰۰	۶/۳۰۰	۶/۱۰۰	۶/۱۵۰	۶/۱۰۰	۶/۱۵۰	الجزایر
۷/۱۸۰	۷/۱۸۰	۷/۰۲۵	۷/۰۲۵	۶/۸۹۴	۵/۲۲۷	۴/۵۳۰	استرالیا
۹/۹۰۰	۹/۹۰۰	۱۰/۱۵۰	۱۰/۰۵۰	۹/۴۹۹	۹/۵۳۲	۸/۹۶۰	برزیل
۸/۰۵۰	۸/۰۵۰	۷/۵۳۸	۷/۵۳۸	۷/۷۲۸	۷/۶۶۱	۸/۰۷۷	کانادا
۱۰۶/۱۱۴	۱۱۰/۰۰۰	۱۰۸/۷۴۷	۱۱۲/۶۰۰	۱۱۰/۲۷۸	۱۰۹/۳۴۰	۱۰۸/۲۵۰	چین
۱۲/۷۰۰	۱۲/۶۰۰	۱۲/۷۵۰	۱۲/۷۵۰	۱۲/۴۸۶	۱۲/۷۵۰	۱۲/۹۵۸	مصر
۶۴/۰۵۰	۶۴/۰۵۰	۶۱/۲۹۵	۶۱/۲۹۵	۶۶/۸۲۱	۶۸/۷۹۳	۶۳/۷۰۷	هند
۱۴/۵۰۰	۱۴/۵۰۰	۱۵/۰۰۰	۱۵/۰۰۰	۱۵/۲۰۰	۱۵/۷۰۰	۱۵/۴۰۰	ایران
۶/۰۹۰	۶/۰۹۰	۵/۹۹۱	۵/۹۹۱	۵/۸۲۴	۵/۹۰۹	۶/۱۱۲	ژاپن
۶/۱۰۰	۶/۱۰۰	۶/۰۰۰	۶/۰۰۰	۵/۹۶۵	۵/۸۷۸	۵/۶۲۸	مراکش
۱۹/۷۵۰	۱۹/۷۵۰	۱۹/۸۰۰	۱۹/۸۰۰	۲۰/۵۰۰	۲۰/۴۵۲	۲۱/۲۸۴	پاکستان
۴۱/۵۰۰	۴۱/۵۰۰	۳۸/۰۷۸	۳۸/۰۷۸	۳۵/۱۵۸	۳۵/۳۶۵	۳۴/۸۲۸	روسیه
۱۷/۰۰۰	۱۷/۰۰۰	۱۶/۵۰۰	۱۶/۵۰۰	۱۶/۷۰۰	۱۶/۷۷۷	۱۶/۸۸۶	ترکیه
۱۳/۶۰۰	۱۳/۶۰۰	۱۲/۶۴۴	۱۲/۶۴۴	۱۲/۱۵۵	۱۲/۱۸۶	۱۲/۴۱۹	اکراین
۹۶/۱۹۷	۹۵/۶۹۷	۹۱/۹۳۳	۹۱/۹۳۳	۹۱/۹۸۳	۸۷/۱۴۵	۸۸/۱۳۵	اتحادیه اروپا
۳۰/۵۷۵	۳۱/۱۵۵	۳۰/۸۳۳	۳۱/۱۷۹	۲۸/۸۸۰	۲۹/۶۳۱	۳۱/۸۹۸	اروپای شرقی
۱۰۳/۴۵۷	۱۰۳/۱۵۱	۱۰۱/۵۳۹	۱۰۰/۷۱۱	۹۷/۹۷۴	۱۰۱/۲۹۳	۹۶/۲۸۲	دیگر کشورها
۵۶۳/۳۶۳	۵۶۶/۴۲۳	۵۵۲/۱۲۴	۵۵۵/۱۹۵	۵۵۰/۱۹۵	۵۳۹/۷۴۸	۵۴۱/۵۱۴	جمع فرعی
۳۱/۷۳۳	۳۱/۷۳۳	۳۲/۷۲۲	۳۲/۷۲۲	۳۶/۳۰۱	۳۵/۴۰۷	۳۷/۵۷۹	ایالات متحده
۵۹۵/۰۹۰	۵۹۸/۱۵۶	۵۸۴/۸۴۶	۵۸۷/۹۱۷	۵۸۶/۴۹۶	۵۸۵/۱۵۵	۵۷۹/۰۹۳	کل جهان C
۳/۱۹۰	۳/۰۹۹	۵/۲۷۰	۵/۱۷۹	۴/۶۲۹	۳/۶۱۳	۱/۸۶۸	استرالیا
۵/۲۳۸	۵/۲۳۸	۶/۴۸۸	۶/۴۸۸	۹/۶۵۸	۷/۶۹۹	۷/۴۳۵	کانادا
۶۱/۹۷۴	۱۹/۳۳۱	۷۶/۵۸۸	۳۷/۳۳۱	۹۱/۸۷۷	۱۰۲/۹۴۳	۹۷/۹۳۵	چین
۲۸/۰۰۰	۲۸/۰۰۰	۲۶/۰۰۰	۲۶/۰۰۰	۲۱/۵۰۰	۱۳/۰۸۰	۹/۹۲۱	هند
۸/۴۰۰	۸/۹۰۰	۶/۴۰۰	۶/۴۰۰	۱/۴۰۰	۱/۲۰۰	۱/۰۰۰	روسیه
۳/۶۹۵	۵/۱۹۵	۳/۶۹۵	۳/۶۹۵	۴۵۰	۱/۸۰۰	۱/۹۰۰	اکراین
۹/۹۸۵	۹/۹۷۹	۱۱/۱۸۲	۱۲/۱۷۶	۱۳/۳۴۸	۱۲/۶۴۹	۱۶/۶۶۷	اتحادیه اروپا
۴۲/۲۴۶	۴۱/۳۴۶	۴۱/۴۴۴	۴۱/۱۴۴	۳۷/۵۹۷	۳۸/۱۵۸	۴۳/۶۵۶	دیگر کشورها
۱۶۲/۷۲۸	۱۲۱/۰۸۸	۱۷۷/۰۶۷	۱۳۸/۴۱۳	۱۸۰/۴۹۵	۱۸۱/۱۴۲	۱۸۰/۳۸۲	جمع فرعی
۹/۷۳۱	۱۰/۰۹۰	۲۱/۱۵۰	۲۱/۱۵۰	۲۳/۸۴۶	۲۵/۸۴۸	۲۵/۷۴۴	ایالات متحده
۱۷۲/۴۵۹	۱۳۱/۱۷۸	۱۹۸/۲۱۷	۱۵۹/۵۶۳	۲۰۴/۳۴۱	۲۰۶/۹۹۰	۲۰۶/۱۲۶	کل جهان

تجارت کلاسیک تجارت و سودبر خاسته از تجارت بیانگر آن است که چگونگی کشور یا بهره‌گیری از تجارت در مجموع می‌تواند زندگی خود را بهبود بخشد. در یک کشور که در صحنه جهانی به تجارت می‌پردازد، منابع از بخش‌های کمتر مولد اقتصاد خارج و به سوی بخش‌های مولد تر سرازیر می‌شود. یکی از مهمترین ابزارها برای درک بهتر سودبر خاسته از تجارت و چگونگی جابجاشدن منابع از بخشی به بخش دیگر را «قیمتهای نسبی» و «منحنی امکانات تولید» (PPC) هر کشور به دست می‌دهد. یکی از ویژگی‌های اساسی تئوریهای اقتصادی آن است که برخی واژه‌های اقتصادی مانند تعادل رابۀ آسانی بیان می‌کنند، ولی از تحلیل و توضیح اینکه چرا و چگونه وقتی دو بنگاه از محیط داخلی و خارجی یکسان برخوردارند و با ساختار بازار یکسانی روبه‌رو هستند و به تولید کالاهای همسان می‌پردازند و از نهاده‌های یکسان بهره می‌گیرند، باز یکی از آنها موفق و دیگری ناموفق است، در می‌مانند. ممکن است چنین استدلال شود که یکی از دلایل ناتوانی در زمینه تحلیلها آن است که فرض می‌کنند همه بنگاه‌های مورد بحث یکسان و همگن هستند.

اشاره به این نکته اهمیت دارد که در این تحلیل کشورها به رقابت نمی‌پردازند، بلکه صنایع ویژه‌ای هستند که نخست در صحنه اقتصاد ملی رقابت را می‌آزمایند و سپس به صحنه رقابت جهانی گام می‌گذارند.

همان‌گونه که تئوری کلاسیک تجارت می‌گوید: هنگامی منابع اقتصادی از یک صنعت به صنعت دیگر منتقل می‌شود که صنعت اخیر رقابت پذیر تر و مولد تر باشد.

رقابت پذیری به دو دیدۀ بسیار مهم در صحنه تجارت بین‌المللی یعنی شرکتهای چند ملیتی و سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی می‌پردازد. یکی از با ارزش‌ترین منابع پژوهش در این زمینه کار ارزنیۀ پروفیسور پورتر در کتاب معروفش «مزیت و رقابت ملت‌ها» است که در سال ۱۹۹۰ به چاپ رسید و از آن زمان اقتصاددانان کشاورزی تلاش می‌کنند مفاهیم آن کتاب را در مورد بازارهای کشاورزی نیز به کار گیرند.

۱۵- ریشه‌های رقابت پذیری جهانی به یاد داریم که رقابت پذیری با این‌انگاره آغاز

می‌شود که: غنی‌تر شدن و ثروتمندتر شدن برخی کشورها بدان سبب است که به گونه‌مند و پایدار افزایش بهره‌وری دارند (بهره‌وری کار، سرمایه و دیگر عوامل تولید). شهر و ندان آن کشورها مشاغلی بسیار مولد دارند و حقوق و دستمزد خوبی هم دریافت می‌کنند. سرمایه‌گذاری در صنایع گوناگون سود خوبی نصیب سرمایه‌گذاران می‌کند و فضای حقوقی و مقررات حاکم بر روابط اقتصادی باعث می‌شود بنگاه‌ها متمرکز تر و مولد تر عمل کنند. همه این شرایط سبب می‌شود تا در آمد ملی بالا رود. در کشورهای ثروتمند این صنایع و بنگاه‌های رقابت پذیر هستند که می‌توانند حقوق و مزایای خوبی به کارمندان خود بدهند و کاراترین نیروها را به کار بگیرند و بهترین کالاها را به صحنه رقابت ملی و جهانی روانه‌سازند. این کشورها فضایی فراهم می‌کنند که در آن، صنایع و کشاورزی به مزیت‌هایی دست می‌یابند و از این‌رو می‌توانند بر موانع موجود بر سر راه توسعه، مشکلات طبیعی (مانند آب و هوا و منابع طبیعی) و مشکلات ساخته دست بشر (مانند مقررات و فشارهای جمعیتی) چیر شویند.

روی هم رفته در آن کشورها فرآیندی از توسعه فراهم می‌شود که بنگاه‌ها و صنایع پیوسته تولید و صادرات خود را افزایش می‌دهند؛ صنایع به کارگران خود حقوق و دستمزد بالا می‌پردازند زیرا کارایی بالا دارند؛ و چون بازده فعالیت آنها بسیار بالاست در جلب و جذب سرمایه موفق ترند.

به هر حال فرآیندهای زیادی در هر کشور، صنایع کمتر رقابتی را که بازده خوبی ندارند، به حاشیه می‌رانند. این فرآیند توجیه اقتصادی دارد زیرا توسعه تولید و صادرات در بنگاه‌ها و صنایع رقابت پذیر باعث می‌شود که منابع تولید به سوی این صنایع روانه‌سازند. صنایع کم بازده ناتوان از رقابت خارج‌شود؛ یا منابع از راه سرمایه‌گذاری خارجی و واردات به کشورهای دیگر روانه‌گردند. بنگاه‌هایی که توان رقابت ندارند یا باید از صحنه کسب و کار بیرون‌روند یا منابع خود را به دیگر کشورهای روانه‌سازند. یکی از تئوری‌هایی که می‌توانست این جابجایی منابع به خارج را تشریح کند، تئوری «سیکل زندگی تولید» بود که از سوی «ورنان» مطرح شد: در مرحله نخست بنگاه، کالا و محصول تازه‌ای تولید می‌کند (یا تکنولوژی تازه برای تولید کالاهایی که تولید می‌کند به کار می‌گیرد) و آنرا

○ از دید چسنری، در کشورهای در حال توسعه، صادرات محصولات صنعتی نه تنها منبع رشد اقتصادی آنهاست، بلکه در بر طرف کردن نیازهای ارزی آنها بسیار مؤثر است. وی بر این باور است که در سیاست توسعه بخش صادرات، اصول و مکانیسم‌های بازار باید مورد توجه باشد، و گر نه صادرات در بازارهای جهانی با شکست روبه‌رو خواهد شد و در نتیجه رشد و توسعه‌ای هم به دست نخواهد آمد.

که در صحنه جهانی فعالند و با بهبود کالاها و بهره‌گیری از مهارت نیروی کار، در آمد بالا و بازار ده‌بلا برای سرمایه‌گذارهای خود تضمین می‌کنند رقابت کنند؟ پورتر شرایط لازم برای موفقیت هر کشور در این زمینه را در چهار دسته طبقه‌بندی کرده است: شرایط از نظر عوامل، شرایط تقاضا، صنایع مرتبط و پشتیبان و سرانجام استراتژی بنگاه، ساختار آن و چشم‌وهم چشمیها. بسته به شرایط عمومی کشورها، اهمیت هر یک از این عوامل چهار گانه و نسبت تعاملی آنها با یکدیگر فرق می‌کند.

۳-۵ تحلیل رقابت پذیری در صنایع وابسته به کشاورزی

پژوهشگرانی صنایع غذایی ایالات متحده را از زاویه رقابت پذیری بین المللی مورد تجزیه و تحلیل قرار داده‌اند و دریافته‌اند که صنایع غذایی آن کشور کمترین درصد تولید را نسبت به آنچه صادر شده به خود اختصاص داده است (۵/۴ درصد). دو پژوهشگر دیگر به نام‌های «ابوت» و «بردمل» محصولات کشاورزی را به چهار گروه تقسیم کرده‌اند و آنگاه به تحلیل رقابت پذیری آنها پرداخته‌اند:

تولید محصولات اولیه نامتفاوت، تولید محصولات اولیه متفاوت، تبدیل مواد محصولات اولیه به محصولات نیمه‌فراوری شده و سرانجام تبدیل مواد محصولات اولیه و نیمه‌فراوری شده به کالاهای آماده مصرف. آنان می‌گویند به لحاظ تاریخی، کشاورزی آمریکا بر محصولات اولیه نامتفاوت متمرکز شده است.

در بازار داخلی و ملی به فروش می‌رسانند. در مرحله دوم با گسترش تکنولوژی و اطلاعات، آن کالا از سوی کمپانیهای خارجی تولید می‌شود و این امر برای کمپانی میزبان محدودیتهایی ایجاد می‌کند. در مرحله سوم، هزینه پایین کمپانی‌های بین‌المللی اجازه صدور آن کالا را به کمپانی اصلی نمی‌دهد. و سرانجام در مرحله پایانی کمپانی اولیه نوآور دیگر نمی‌تواند به تولید آن کالا بپردازد و آن را در بازار ملی به فروش برساند، زیرا توان رقابت با واردات ارزان قیمت را ندارد. در این جریان، امکانات تولید خارجی از راه سرمایه‌گذاری خارجی از سوی کمپانی اولیه تصاحب می‌شود. از این رو بنگاه فروش خود را در کشورهای زیادی از دست نمی‌دهد، ولی تولید آن کالا در کشور مبدأ اولیه پس از فرایندی که گفته شد، کاهش می‌یابد.

اگر در مبحث رقابت پذیری به نقش شرکت‌های چندملیتی به داده می‌شود بدان سبب است که رقابت پذیری بین‌المللی بر محور این شرکت‌ها قرار دارد، زیرا آنها با فعالیت در بیش از یک کشور و تخصص یافتن در تولید و توزیع کالاهای متفاوت و با به کارگیری فرایندهای افزایش تولید، می‌توانند از توان رقابت پذیری خود بیشترین بهره را ببرند.

۲-۵ چهار عنصر اصلی رقابت پذیری از دیدگاه پورتر

چگونه یک کشور می‌تواند محیطی فراهم آورد که بنگاههای اقتصادی آن کشور چه در بخش صنایع و کشاورزی و چه در بخش خدمات با شرکت‌های دیگر

○ میردال بر این باور است که به سود کشورهای در حال توسعه نخواهد بود که همچنان به صدور کالاهای سنتی ادامه دهند. او پیشنهاد می‌کند که کشورهای توسعه نیافته به ترکیب صادرات خود توجه کنند و با عنایت به شرایط بازارهای جهانی تصمیم بگیرند که صدور چه کالاهایی را افزایش و صدور چه کالاهایی را کاهش دهند.

جدول (۳)، دسته‌بندی چهار گانه محصولات کشاورزی و اهمیت عوامل تعیین کننده رقابت پذیری

تولید ممتاز، تبدیل و فراوری و توزیع‌هایی مربوط به:	
محصولات اولیه نامتفاوت (با ارزش افزوده کم)	حوزه رقابت پذیری تعیین کننده (ارزش افزوده)
عموماً حیاتی هستند، اما سرعت تحرک تکنولوژی احتمالاً با کاهش اهمیت آن همراه است	مزیت منابع طبیعی (عوامل خدادادی)
الزامی است اما تکنولوژی را بالا می‌برد	تکنولوژی کاهش دهنده هزینه
تا اندازه‌ای مهم است؛ سرعت به کارگیری تکنولوژی تولید مهم است؛ شمار کسانی که درگیر	سرمایه انسانی و تخصص
موضوع می‌شوند زیاد است	مدیریتی
مهم است و شکل دهنده الگوی تجارت	مقررات و فضای قضایی و سیاسی
قدری مهم است، برای نمونه حمل و نقل	تکنولوژی بهتر کننده کیفیت
درجه بندی و استانداردهای محصولات، اطلاعات را تأمین می‌کند.	ویژگیهای تولید و محصول و عوامل غیر قیمتی
استراتژی هزینه حداقل، تنها استراتژی امکان پذیر است	استراتژی بنگاه یا مزه

درآمدهای نفتی است. یعنی با افزایش درآمد از محل فروش نفت و تزریق آن به جامعه، سطح زندگی بالا می‌رود و در زمان کاهش درآمدهای نفتی توان اقتصادی دولت و استانداردهای زندگی جامعه کاهش می‌یابد. گواه این مطلب بالا رفتن سطح زندگی مردم پس از شوک نفتی ۱۹۷۳ یعنی در طول برنامه پنجم پیش از انقلاب است. به نظر می‌رسد سطح زندگی در ایران وابستگی چندانی به فعالیتهای تولیدی (صنعتی-کشاورزی) ندارد و اینها نامی توان تشخیص برای رقابت پذیری کشور در صحنه جهانی باشد. در نتیجه، عامل بهره‌وری را در این گفتمان بعنوان مهمترین عوامل مؤثر بر رقابت پذیری در اقتصاد داخلی در نظر می‌گیریم و تلاش می‌کنیم بهره‌وری بخش غیر نفتی اقتصاد کشور را مورد بررسی قرار دهیم.

باتوجه به ویژگیهای بخش کشاورزی از لحاظ بهره‌وری و کمترین وابستگی ارزی برای تنوع بخشی به اقتصاد نفتی ایران لازم است به عناصر یاد شده در بخش (۳.۵) بهاداده شود.

یادداشت‌ها

۱. حساب‌های ملی، بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران
۲. همان
۳. پیشین

فهرست منابع

۱. بهکیش، محمد مهدی، اقتصاد ایران در بستر جهانی شدن، تهران: نشر نی، ۱۳۸۰
۲. بهکیش، مهدی، «هزینه منابع داخلی شاخصی برای اندازه گیری مزیت‌های اقتصادی و کاربرد آن در ایران»، مجله برنامه بودجه، شماره ۳۶، ۱۳۷۹
۳. دیباغ، رحیم، گزارش طرح تحقیقاتی «بررسی آثار افزایش صادرات و سرمایه گذاری بخشهای کشاورزی و صنعت بر روی توزیع درآمد مجتهد آن در اقتصاد ایران»، وزارت جهاد کشاورزی، معاونت برنامه ریزی و اقتصادی، مؤسسه پژوهشهای برنامه ریزی و اقتصاد کشاورزی، تهران، ۱۳۸۱
۴. زهره یلزنگیان، «بررسی مزیت نسبی بخش کشاورزی با استفاده از تکنیک داده ستاند و برنامه ریزی خطی». پایان نامه کارشناسی ارشد علوم اقتصادی، دانشکده علوم اقتصادی و اجتماعی، دانشگاه الزهراء، آبان ۱۳۸۰
۵. بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران، حسابهای ملی، سال ۱۳۸۰
۶. گمرک جمهوری اسلامی ایران، سالنامه آمار بازرگانی، سال ۱۳۸۰
7. Porter, Michael. E. 1907, *The Competitive Advantage Nation: With A New Introduction*: New York, Free Press, 1998

برخی عوامل مؤثر بر رقابت پذیری محصولات کشاورزی و خوراکی خدادادی است. ولی بیشتر آنها رابینگاههای کشاورزی می‌توانند پدید آورند (تکنولوژی، استراتژی بنگاه و ویژگیهای کالاها). برخی از این عناصر به نیروی انسانی مربوط می‌شود (تجربه مدیریتی و سرمایه انسانی) و مسئولیت فراهم کردن برخی از آنها بر دوش دولت است (زیر بناها، آثار جانبی، مقررات، سیاستهای تجاری و...).

برای اقتصادهایی که تولیدشان بر پایه محصولات اولیه نامتفاوت استوار است، وجود منابع طبیعی و تکنولوژیهای کاهش دهنده هزینه تمام شده، حیاتی است. این دو عامل برای اقتصادهایی که محصولات کشاورزی متفاوت و محصولات نیمه فرآوری شده آماده مصرف تولید می‌کنند، اهمیت کمتری دارد. سرمایه انسانی و تجربه مدیریتی، تکنولوژی بهبود کیفیت کالاها و ویژگیهای محصولات، عناصر بنیادی برای رقابت پذیری اقتصادهای تولید کننده محصولات نیمه فرآوری شده و آماده مصرف به شمار می‌رود. استراتژی بنگاه، فضای قانون گذاری و مقررات و سیاستهای تجاری عناصری است که در قدرت رقابتی هر چهار اقتصاد کشاورزی یاد شده در درجه آخر قرار دارد، ولی در جمودامنه اثر گذاری آنها بستگی به آن دارد که رقابت بر مبنای هزینه یا بر مبنای محصول شکل بگیرد.

۶- پیشنهادهای سیاستی در ایران

هر چه اقتصاد داخلی رقابتی تر باشد شرف کنتهای موجود می‌توانند بار قابت و تولید بیشتر در بازار خارجی عمل کنند و در پی آن، کشور مسیر رشد و ترقی را پریشتاب ترقی خواهد کرد. بر پایه پژوهشهای مؤسسه مدیریت توسعه (IDM) در خصوص طبقه بندی کشورها از لحاظ رقابت پذیری، ارتباط مهمی میان سطح استاندارد زندگی، بهره‌وری و میزان رقابت پذیری وجود دارد. کشورهایی که از رقابت پذیری بالایی برخوردارند از لحاظ بهره‌وری و استاندارد زندگی نیز وضع مطلوب تری دارند. باتوجه به شرایط حاکم بر اقتصاد ایران، به نظر می‌رسد سطح استاندارد زندگی، شاخص مناسبی برای اندازه گیری توان رقابت پذیری کشور نباشد. علت اساسی آن هم بالا بودن سهم جایگاه درآمد نفت در اقتصاد ملی است. به سخن دیگر، سطح رفاه جامعه تا اندازه زیادی وابسته به

○ باتوجه به ویژگیهای بخش کشاورزی (وابستگی ناچیز به خارج، نیاز به سرمایه گذاری اندک برای ایجاد یک واحد ارزش افزوده در سنجش با دیگر بخشها، وابستگی کمتر به درآمدهای نفتی و...) این بخش جایگاه مهمی در اقتصاد ایران دارد و باید بعنوان بخش پیشگام و راهگشای دیگر بخشها و نیز بعنوان بخشی که دارای مزیت‌های نسبی است، (به سبب وابستگی بیشتر به نهادهای داخلی) مورد پشتیبانی جدی قرار گیرد.