

ارزیابی سیاستهای تجاری و اقتصادی کشور در صادرات محصولات دامی

نادر مهرگان^۱

مقدمه

مطالعات تاریخی نشان می‌دهد که کشور ما در گذشته (دوره صفوی و قاجار) بسیاری از محصولات دامی نظیر چرم، پوست، کرک، پشم، شتر، گوسفند، عسل، روغنهای حیوانی، ابریشم ... را به کشورهای دیگر صادر می‌کرد و از این راه درآمدهای ارزی مورد نیاز خود را به دست می‌آورد. بتدریج صادرات محصولات مذکور به دلیل نداشتن سیاست تجاری مناسب کاهش یافت.

در این مقاله دلایل کاهش صادرات کالاهای مذکور بررسی می‌شود و نقاط ضعف و قوت سیاستهای تجاری دوره‌های مختلف مورد تحلیل قرار می‌گیرد و سرانجام با توجه به شرایط جدید اقتصاد جهانی برای سیاستگذاری در صادرات محصولات دامی سیاست تجاری مناسبی ارائه خواهد شد.

روش تحقیق در این بررسی استفاده از فنون آماری و اقتصادسنجی جهت آزمون فرضیه‌های مطرح شده است. داده‌های مورد استفاده در استنتاج آماری نیز به سالهای ۱۳۵۵-۷۲ مربوط می‌شود.

۱. عضو هیئت علمی دانشگاه بوعلی سینا همدان.

۱. صادرات محصولات دامی به تفکیک نوع کالا

صادرات فراورده‌ها و محصولات دام و طیور بترتیب اهمیت، پوست، روده، پشم و گُرک و مو، دام زنده و سایر محصولات^۱ را شامل می‌شود. برای بررسی روند و عوامل مؤثر در تغییر و تحولات صادرات نخست لازم است که صادرات هر یک از فراورده‌های دامی به تفکیک مورد توجه قرار گیرد.

۱.۱ ارزش صادرات پوست

پوست یکی از مهمترین اقلام صادراتی زیربخش دامداری است که ارزش صادرات آن سهم چشمگیری در فعالیت دامداری دارد. ارزش سهم صادرات پوست به مقداری است که تحولات صادرات زیربخش دامداری (به جز تحولات سالهای ۱۳۵۸ و ۱۳۷۱) با تحولات صادرات پوست کاملاً هماهنگ است. به عبارت دیگر، به منظور تعیین عوامل مؤثر در ارزش صادرات محصولات دامی می‌توان از عواملی که در ارزش صادرات پوست مؤثر است نیز استفاده کرد. ارزش صادرات پوست در کشور در سال ۱۳۵۶ بالغ بر ۲۷۵۳ میلیون ریال بوده است که تا سال ۱۳۵۸ روند نزولی داشته بگونه‌ای که در سال ۱۳۵۸ به ۱۹۷۱ میلیون ریال رسید. ارزش صادرات پوست پس از پیروزی انقلاب اسلامی تا سال ۱۳۶۰ بسیار افزایش یافت، به طوری که در سال ۱۳۶۰ به ۴۲۸۶۰۰۰ ریال رسید. اشاره به این نکته ضروری است که در سالهای مذکور کشور از لحاظ ارزی در تنگنا بوده و فشار تقاضای ارزی یکی از عوامل مهم توجه به صادرات کالاهای غیرنفتی بوده است. ارزش صادرات پوست تا سال ۱۳۶۲ هم روند نزولی داشته و در ارزش صادرات پوست ۱۳۶۲ به ۱۰۴۶۰۰۰ ریال رسید. پس از آن تا سال ۱۳۶۴ روند صعودی داشته به گونه‌ای که ارزش این صادرات در سال ۱۳۶۴ به ۵۳۱۵۰۰۰ ریال رسید. نکته‌ای که اینجا باید درباره سالهای ۱۳۵۶ تا ۱۳۶۴ گفت این است که در طی همین سالها صادرات محصولات دامی به ترتیب دو سال با رکورد و دو سال با رونق مواجه بود. به سخن دیگر، در صادرات پوست رفتار نوسانی دو ساله سینوسی مشاهده می‌شود، که مبین این واقعیت است که صادرات پوست به دلیل فقدان یک سیستم متمرکز، در برخی سالها بیش از ظرفیت و امکانات

۱. شامل خامه، تخم مرغ، کشک، عسل، سوسیس، جوجه بکروزه، زنبور عسل، پنیر و ...

بالتوجه و در برخی سالها کمتر از آن بوده است.

ارزش صادرات پوست در طی سالهای ۱۳۶۵ تا ۱۳۷۲ نیز نوسان منظم یکساله داشته به گونه‌ای که یک سال کاهش و یک سال افزایش می‌یافت، به طوری که در سال ۱۳۶۵ به ۴۱,۷۰,۰۰۰ ریال کاهش یافت، و در سال ۱۳۷۲ به ۸۱۱۷۰,۰۰۰ ریال ترقی کرد. نوسانهای ارزش صادرات پوست در طی سالهای ۱۳۶۵ تا ۱۳۷۲ نیز دارای رفتار سینوسی یکساله واگرا بوده است که خود بیانگر این واقعیت است که در زمینه صادرات پوست هنوز ثبات لازم ایجاد نشده و انتظار می‌رود که بی‌ثباتی آن در آینده بیشتر شود.

۲.۱. ارزش صادرات روده

روده یکی دیگر از اقلام مهم صادراتی فعالیت دامداری است که صادرات آن روند باثباتی داشته است. ارزش صادرات روده در سال ۱۳۵۶ نزدیک به ۷۸۷ میلیون ریال بود که در سال ۱۳۷۲ به ۲۶۶۳ میلیون ریال رسید. حداقل مقدار صادرات روده در طی سالهای ۱۳۵۶ - ۷۲ به میزان ۵۳۴ میلیون ریال بود که مربوط به سال ۱۳۵۷ است و حداکثر آن نیز در سال ۱۳۷۲ بوده که به میزان ۲۶۶۳۰ میلیون ریال رسید.

جدول ۱. ارزش صادرات زیربخش دام و طیور به تفکیک پوست، روده، پشم، کرک، دام زنده و ... در طی سالهای ۱۳۵۶ - ۱۳۷۲ (هزار ریال)

سال	زیربخش دام و طیور	پوست	روده	پشم و کرک و مو	گاو و گوسفند و بز	سایر
obs	XD	XP	XK	XM	XG	XSS
1356	3634853	2703320	786666.	87824.00	57043.00	0.000000
1357	2886063.	2190520	534248.	113873.0	47422.00	0.000000
1358	3418407.	1970750	1317033.	130624.0	0.000000	0.000000
1359	5459520.	3505025.	1746708.	207787.0	0.000000	0.000000
1360	6183422.	4286627.	1521623.	375172.0	0.000000	0.000000
1361	5405908.	3605126.	1440805.	359977.0	0.000000	0.000000
1362	4842032.	3189933.	1192202.	457282.0	2615.000	0.000000
1363	6081553.	4602011.	1045680.	433862.0	0.000000	0.000000
1364	6897389.	5314571.	1088629.	494189.0	0.000000	0.000000
1365	6084826.	4170360.	958882.0	955584.0	0.000000	0.000000
1366	8418214.	6470892.	1266731.	680591.0	0.000000	0.000000
1367	7340556.	4759612.	2146658.	434286.0	0.000000	0.000000
1368	9261226.	6742100.	1818500.	666100.0	0.000000	34526.00
1369	5291122.	3777500.	1452838.	47250.00	0.000000	13534.00
1370	7461363.	5158800.	1440461.	737380.0	59072.00	65650.00
1371	7618830.	5092348.	1960192.	238582.0	192711.0	134997.0
1372	12068328	8117147.	2263014.	786420.0	576000.0	325747.0

۳.۱ ارزش صادرات پشم

پس از پوست و روده صادرات پشم نیز سهم چشمگیری از کل صادرات محصولات دامی را به

خود اختصاص داده است. ارزش صادرات این محصول از سال ۱۳۵۶ تا سال ۱۳۶۵ با روندی باثبات رو به افزایش بود، ولی از سال ۱۳۶۵ با نوسانهای باروند نزولی مواجه بوده است. یکی از دلایل عمده کاهش ارزش صادرات پشم پس از سالهای ۱۳۶۵ افزایش تقاضای داخلی است. این محصول در سال ۱۳۵۶ به میزان ۸۸ میلیون ریال صادر شد و صادرات آن در سال ۱۳۷۲ به ۷۸۶ میلیون ریال، و در سالهای ۱۳۵۶ - ۷۲ حداقل به ۴۷ میلیون ریال، مربوط به سال ۱۳۶۹، و حداکثر آن نیز به ۹۵۵ میلیون ریال در سال ۱۳۶۵ رسید.

۴.۱ ارزش صادرات دام زنده

دام زنده، طیور، گاو، گوسفند و بز، تنها در برخی سالها، یعنی فقط در سالهای ۱۳۵۶ - ۵۷ و ۱۳۶۲ و سالهای ۱۳۷۰ - ۷۲ به مقدار ناچیزی صادر شده است، بدین صورت که در ۱۳۵۶ و ۱۳۵۷ به ترتیب به ۵/۷ و ۴/۷ میلیون ریال و در ۱۳۶۲ نیز به ۲/۶ میلیون ریال رسید و سپس در سالهای ۱۳۷۰ - ۷۲ به ترتیب به ۵۹، ۱۹۳، ۵۷۶ میلیون ریال افزایش یافت.

۵.۱ ارزش صادرات سایر محصولات دامی:

سایر اقلام صادراتی در فعالیت دامداری را می توان به ترتیب اهمیت چنین برشمرد: عسل، تخم مرغ، پنیر، جوجه، خامه، کشک، سوسیس و مانند آن، ماکیان، زنبور عسل، و سایر حیوانات زنده، به جز حیوانات باغ وحش، مواد حیوانی برای ساختن محصولات دارویی، روغن حیوانی، موم زنبور عسل، کنسرو گوشت و مانند اینها. ارزش صادرات این اقلام در سال ۱۳۷۲، ۴/۶۵ میلیون دلار بوده که از این مقدار ۱/۱۵ میلیون دلار مربوط به صادرات عسل بوده است.

۶.۱ ارزش صادرات زیربخش دام و طیور

ارزش صادرات محصولات دامی از هم فزونی ارزش صادرات پوست، پشم، روده، دام زنده و سایر محصولات دامی که ذکر آن رفت به دست می آید.

ارزش صادرات زیربخش دام و طیور در ۱۳۵۶ نزدیک به ۳۶۳۵ میلیون ریال، و در ۱۳۵۷، که با پیروزی انقلاب اسلامی مصادف بود به ۲۸۸۶ میلیون ریال می رسد که حداقل آن در

سالهای ۱۳۵۶ - ۱۳۷۲ قرار دارد. پس از آن صادرات زیربخش تا سه سال متوالی رشد چشمگیری داشته است به گونه‌ای که در سال ۱۳۶۰ به ۶۱۸۳ میلیون ریال رسید. از آنجا که در این سالها از یک سو درآمد ارزی حاصل از فروش نفت کاهش یافت، و از سوی دیگر کشتار دام بیشتر شد پوست بیشتری به دست آمد. صادرات آن و محصولات دامی دیگری نظیر پوست و روده افزایش یافت، اما در سالهای ۱۳۶۱ و ۱۳۶۲ که همزمان است با افزایش درآمد ارزی حاصل از فروش نفت، صادرات محصولات دامی روند نزولی داشته است. از سال ۱۳۶۳ تا سال ۱۳۷۲ دگرگونیهای ارزش صادرات زیربخش دام و طیور با تغییرات صادرات پوست کاملاً هماهنگ است، و دلیل آن نیز سهم چشمگیر صادرات پوست است. بدین ترتیب آنچه در تولید و افزایش صادرات پوست مؤثر است می‌تواند در صادرات زیربخش دام و طیور معنیدار و درخور ملاحظه باشد، که از آن جمله است مقدار کشتار دام در کشور. در سال ۱۳۷۲ ارزش صادرات محصولات دامی به حداکثر آن، یعنی ۱۲۰۶۸ میلیون ریال رسید که در سالهای ۱۳۵۶ - ۱۳۷۲ بی سابقه بوده است.

یادآوری این نکته ضروری است که اگر چه صادرات مستقیم زیربخش دام و طیور محدود به موارد اشاره شده است ولی بسیاری از کالاهای صادراتی که بسیاری از مواد اولیه آنها از زیربخش دام و طیور تأمین می‌شود اما از آنجا که تولید کالای نهایی در بخش دیگری صورت می‌گیرد معمولاً آن رابه عنوان صادرات همان صنعت منظور می‌کنند که از آن جمله می‌توان به قالی و قالیچه، پشم و کرک، منسوجات پشمی، کیف و کفش چرمی و غیره اشاره کرد، که صادرات این کالاها به طور نامستقیم صدور کالاهای زیربخش دام و طیور را در پی دارد ولی عملاً در این زیربخش ثبت نمی‌شود.

۲. بررسی مهمترین طرفهای تجاری ایران در زمینه صادرات محصولات دامی

یکی از مشکلات ما در زمینه صادرات، وجود تمرکز طرف تجاری است به گونه‌ای که کالاهای صادراتی ایران عموماً به سه کشور آلمان، ترکیه و امارات متحدعربی صادر می‌شود. و این کشورها نیز بیشتر نقش واسطه را بین کشور ما و سایر کشورها ایفا می‌کنند، که این خود عامل کاهش درآمد ایران است. از این گذشته، وجود چنین تمرکزی در امر صادرات موجب بی‌ثباتی

می‌شود.

در شرایط کنونی تمرکز طرف تجاری معمولاً به صورت واسطه‌گری است که این سرانجام به انحصار خرید در بازار صادراتی کشور می‌انجامد که سود هنگفتی نصیب انحصارگر (واسطه) خواهد شد. بازار خاویار ایران از جمله این بازارها است.

در زمینه صادرات محصولات دامی نیز تمرکز طرف تجاری به شکل نگران‌کننده‌ای در حال شکل‌گیری است به گونه‌ای که ترکیه در صدر اغلب محصولات دامی کشور نقش واسطه را بین کشورها و کشور خریدار نهایی ایفا می‌کند. برای روشن شدن این مسئله به بررسی صادرات محصولات دامی به تفکیک کشورهای مقصد و به تفکیک نوع کالا می‌پردازیم.

۱.۲ صادرات پوست به تفکیک کشورهای مقصد

در دوره قاجار، روسیه یکی از کشورهای طرف تجاری عمده در زمینه صدور پوست بوده است که پس از انقلاب سوسیالیستی صادرات این کالا به آن کشور بشدت کاهش یافت.

براساس اطلاعاتی که در زمینه صدور پوست در سالهای ۱۳۶۸ - ۱۳۷۲، یعنی در سالهای اجرای برنامه اول توسعه جمهوری اسلامی ایران به دست آمده است روشن می‌شود که ایتالیا مهمترین طرف تجاری ایران در این زمینه است. به این نکته نیز باید اشاره کرد که ایتالیا در زمینه صدور کفشهای چرمی از شهرت جهانی برخوردار است بنابراین از این نکته می‌توان این نتیجه را گرفت که ایتالیا در واقع خریدار نهایی پوست کشورهاست و واسطه به شمار نمی‌آید. مثلاً در سال ۱۳۶۸، که سال شروع برنامه اول توسعه کشور است، ۹۲ درصد از درآمد ارزی ما، یعنی نزدیک به ۶/۲۲۳ میلیون ریال، از صدور پوست به این کشور به دست آمده است.

بعد از کشور ایتالیا مهمترین طرفهای تجاری ایران در این زمینه به ترتیب کشورهای فرانسه، شوروی سابق، اسپانیا، آلمان، ترکیه... هستند که ۸ درصد از درآمد ارزی کشور را تشکیل می‌دهد. در طی سالهای اجرای برنامه اول توسعه ارزش صادرات پوست کشور به ایتالیا به مرور روند نزولی گرفته است به گونه‌ای که در سال ۱۳۶۹ به ۲۹۱۵ میلیون ریال و در سال ۱۳۷۰ به ۲۴۷۲ میلیون ریال و در سال ۱۳۷۱ به ۲۳۰۸ میلیون ریال و در سال ۱۳۷۲ به ۱۸۲۳ میلیون ریال رسید. در مقابل ارزش صادرات کالاهای مذکور به کشور ترکیه بشدت روند صعودی

داشته است چنانکه از ۴۱ میلیون ریال سال ۱۳۶۸ در سال ۱۳۶۹ به ۳۵۵ میلیون ریال، و در سال ۱۳۷۰، به ۱۶۵۸ میلیون ریال و در سال ۱۳۷۱ به ۲۴۱۶ میلیون ریال ترقی کرد. به عبارت دیگر، کشوری که در سال ۱۳۶۸ در ردیف ششمین کشور خریدار پوست کشور ما بود در سال ۱۳۷۱ ردیف اول را به خود اختصاص داد و عمده‌ترین طرف تجاری ایران در زمینه صدور پوست شد. در سال ۱۳۷۲ نیز روند مذکور ادامه داشت و ارزش صادرات محصولات دامی کشور به ترکیه به ۲۱۲۶ میلیون ریال رسید و این کشور همچنان در ردیف اول و ایتالیا در ردیف دوم قرار داشت.



پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی

جدول ۲. صادرات پوست به تفکیک کشورهای مقصد

ارزش: هزار ریال

تاریخ	نام قاره	نام کشور	۱۳۶۸	۱۳۶۹	۱۳۷۰	۱۳۷۱	۱۳۷۲
۱۳۳۸	اروپا	ایتالیا	۶۲۲۳۱۶۲	۲۹۱۲۵۶۷	۲۴۷۲۲۳۲	۲۳۰۸۳۴۷	۱۸۲۲۸۸۵
۱۳۳۹	آسیا	ترکیه	۴۱۱۷۰	۳۵۵۲۷۲	۱۶۵۷۸۴۷	۲۴۱۶۳۸۳	۲۱۲۶۰۱۰
۱۳۴۰	اروپا	آلمان	۵۲۱۶۵	۵۸۶۶۳	۲۰۰۷۳	۴۷۸۶۹	۱۰۱۶
۱۳۴۱	اروپا	فرانسه	۱۷۱۸۰۳	۹۴۴۹۲	-	۲۶۴۵۹	-
۱۳۴۲	اروپا	اسپانیا	۸۸۸۶۲	۱۹۷۶	-	۸۸	-
۱۳۴۳	اروپا - آسیا	شوری سابق	۱۴۱۶۶۲	۲۱۰۱۶۸	۸۲۹۴۳۵	-	-
۱۳۴۴	آسیا	نخجوان	-	-	-	۴۰۲۹	-
۱۳۴۵	-	مجارستان	۶۶۵۳	-	۲۱	-	-
۱۳۴۶		بلژیک	۸۰۸۲	۶۹۴۴	-	-	-
۱۳۴۷		آلبانی	۶۱۶۶	-	-	-	-
۱۳۴۸	سوئیس	سوئیس	۱۸۸۳	-	-	-	-
۱۳۴۹		انگلستان	-	۵۳۶	۱۹	۵۲۸	-
۱۳۵۰	اروپا	بلغارستان	-	-	۲۳۹۵۵	۶۷۲۵	-
۱۳۵۱		هلند	-	-	۲۷۰	-	-
۱۳۵۲		فیرس	-	-	-	۵۷۲۴	۷۹۹۰
۱۳۵۳		سوئد	-	-	-	۳۷۴۷	۴۹۲
۱۳۵۴		لهستان	-	-	-	۶۵۸	-
۱۳۵۵		یوگسلاوی سابق	-	-	-	-	۲۸۶۹
۱۳۵۶	آمریکای شمالی	کانادا	۱۴۲	-	-	۴۹۵۴	۵۲۷
۱۳۵۷	اقیانوسیه	استرالیا	-	۵۰۹۶	-	-	-
۱۳۵۸	آسیا	ژاپن	۱۴۷	-	-	-	-
۱۳۵۹	//	تایوان	۱۵۳	-	-	-	-

ادامه جدول ۲.

تاریخ	نام قاره	نام کشور	۱۳۶۸	۱۳۶۹	۱۳۷۰	۱۳۷۱	۱۳۷۲
۱۳۶۰	//	پاکستان	-	۱۲۹۰۲۹	۲۵۵۶۷	۸۷۸۲۵	۲۵۱۳۳
۱۳۶۱	//	کویت	-	-	۳۴۳	-	-
۱۳۶۲	//	امارات متحد	-	۴۷۹	۵۱	۶۳۶۹	-
۱۳۶۳	//	مالزی	-	۱۳۸	-	-	-
۱۳۶۴	//	هندوستان	-	۱۸۳	-	۲۹	-
۱۳۶۵	//	قطر	-	-	۷۱۳۹	-	-
۱۳۶۶	//	کره جنوبی	-	-	۱۰۱۷۰۲	-	-
۱۳۶۷	//	اندونزی	-	-	-	۱۸۲	-
۱۳۶۸	//	جمهوری کره	-	-	-	۱۷۲۴۳۰	-
۱۳۶۹	//	هنگ کنگ	-	-	-	-	۱۹۸
۱۳۷۰	آفریقا	-	-	-	-	-	-
۱۳۷۱	آمریکای جنوبی	-	-	-	-	-	-

اگر صادرات پوست به تفکیک قاره‌های جهان بررسی شود ملاحظه خواهد شد که مهمترین قاره طرف تجاری ایران اول اروپا و سپس قاره آسیاست. صدور پوست ایران به قاره آفریقا و امریکای جنوبی صفر و به امریکای شمالی و اقیانوسیه نیز بسیار ناچیز است.

۲.۲ صادرات روده بر اساس کشورهای مقصد

اکنون روده نیز یکی از اقلام مهم صادراتی زیربخش دام و طیور است که در گذشته جزو اقلام صادرات دامی ایران نبوده است ولی امروزه پس از پوست مهمترین کالای صادراتی است. در بین کشورهای وارد کننده روده از ایران آلمان در مقام اول جای دارد. در طی سالهای اجرای برنامه اول بیش از ۹۰ درصد از درآمد ارزی حاصل از فروش روده از کشور آلمان به دست آمد. این رقم در سال ۱۳۶۸ در حدود ۱۷۰۰ میلیون ریال بود و در سال ۱۳۷۱ به ۱۷۷۹

میلیون ریال رسید. پس از آلمان، سوئیس قرار دارد که در سال ۱۳۷۱ در حدود ۵۶ میلیون ریال درآمد ارزی از آن به دست آمد و بعد از سوئیس، به ترتیب فرانسه، دانمارک، اتریش، ترکیه قرار دارند. از لحاظ قاره‌ای، به جز ترکیه سایر طرفهای تجاری ایران کشورهای اروپایی اند.

جدول ۳. ارزش صادرات روده به تفکیک کشورهای مقصد

کشور	۱۳۶۸	۱۳۶۹	۱۳۷۰	۱۳۷۱
ایتالیا	۱۴۱۵	-	۸۵۴۸	-
آلمان	۱۷۰۰۰۱۱	۱۳۳۶۷۱۴	۱۳۸۷۰۷۷	۱۷۹۶۶۷۹
فرانسه	۳۱۲	۹۳۹	-	۶۵۲۱۰
اسپانیا	۲۹۸۰	-	۱۲۸۰	۲۰۸۲
اتریش	۲۴۶۹۷	۲۸۸۶۳	۱۶۰۳۰	۴۰۱۰
دانمارک	۱۱۴۵	-	۵۹۸	۴۶۵۸۸
سوئیس	۸۳۳۳۴	۸۵۱۴۸	۲۴۹۱۱	۵۵۷۶۸
فنلاند	۳۸۱۰	-	-	-
مجارستان	۷۹۳	-	-	-
انگلستان	-	۱۰۷۹	-	-
سوئد	-	۹۵	۱۹۰۴	۱۵۲۲
هلند	-	-	۱۱۹۶۴	-
روسیه	-	-	-	۲۱۳۷
ترکیه	-	-	-	۴۴/۸۸۴

۳.۲ صادرات پشم و کرک و مو بر اساس کشورهای مقصد

صادرات پشم و کرک از سابقه زیادی برخوردار است و سهم چشمگیری از صادرات کشور را از دوره صفویه به بعد تشکیل می‌دهد. ولی از اوایل قرن حاضر بتدریج از صادرات آن به دلیل افزایش تقاضای داخلی کاسته شد. این محصول در شرایط فعلی به صورتهای دیگر صادر می‌شود؛ برای مثال فرش که مهمترین کالای صادراتی غیر نفتی کشور است مواد اولیه اش از پشم

و کرک است، و همین گونه است پوشاک و پارچه‌های پشمی. این محصول نیز به شکلی با تولیدات زیربخش دام و طیور ارتباط دارد. بدین ترتیب توجه کردن به صادرات محصولات دامی به صورت خام و کارنشده سهم واقعی این زیربخش را در کل صادرات کشور نشان نمی‌دهد و به یقین صادرات محصولات دامی بیش از آن است که در این بررسی نشان داده شده است. این مسئله از آن رو از اهمیت زیادی برخوردار است که ستانده‌های زیربخش دام و طیور از سایر فعالیتها بسیار کمتر ولی داده‌های آن بسیار زیادتر است.

بلژیک مهمترین طرف تجاری ایران در زمینه صدور پشم و کرک و پوست. از این کشور در سال ۱۳۶۸ بابت فروش محصولات مذکور ۲۶۶ میلیون ریال در آمد به دست آمد که این مقدار در سال ۱۳۷۳ به ۱۲۵ میلیون ریال رسید. پس از بلژیک کشورهای آلمان، ترکیه، شوروی سابق... به ترتیب از مهمترین کشورهای طرف تجاری ایرانند. در طی برنامه اول توسعه در سال ۱۳۶۸، آلمان مهمترین طرف تجاری ایران در این زمینه بود اما در سال پایان اجرای برنامه اول ترکیه به این مقام رسید.

۴.۲. صادرات عسل طبیعی برحسب کشورهای مقصد

عسل یکی دیگر از محصولات صادراتی زیربخش دام و طیور است که عمده‌ترین طرف تجاری آن در سال شروع برنامه اول، کشورهای عربی و حوزه خلیج فارس بود. ولی در سال ۱۳۷۱ سهم چشمگیری از این کالا به کشورهای ترکیه و روسیه صادر شد. ذکر این نکته لازم است که صادرات عسل به سایر کشورها نیز از رشد چشمگیری برخوردار بوده است. با توجه به این نکته که این محصول از لحاظ درآمد ارزی می‌تواند بسیار پرکشش باشد جا دارد توجه زیادی به تولید و صادرات آن بشود.

۳. تشخیص و تخمین معادله صادرات محصولات دامی

در ادبیات اقتصادی عموماً فرض بر این است که صادرات کشورهای در حال توسعه متأثر از عرضه اقتصاد داخلی است^۱، و این کشورها غالباً قدرت چانه‌زنی و تغییر قیمت بازار جهانی را

۱. برای مثال نگاه کنید به: Blasa (1978) and Tyler (1981)

جدول ۴. ارزش صادرات، پشم و کرک و مو بر حسب کشورهای مقصد
واحد: هزار ریال

کشور	۱۳۶۸	۱۳۷۲
آلمان	۲۹۹۷۴۴	-
بلژیک	۲۶۶۰۳۷	۱۲۵۱۵۴
شوروی	۱۰۰۲۲۷	-
ژاپن	۲۴۱۲۵	-
ترکیه	-	۱۸۹۴۶۰
ترکمنستان	-	۱۸۲۴۴
افغانستان	-	۷۹۹۷
چین	-	۹۸۳
سوئیس	-	۵۱۷۵۵

جدول ۵. ارزش صادرات عسل طبیعی بر حسب کشورهای مقصد

واحد: هزار ریال

کشور	۱۳۶۸	۱۳۷۱
دوبی	۲۵۸۶	۲۳۸۹۶
ترکیه	-	۴۴۹۳۱
قطر	۴۹۰	۴۰۹
کویت	۱۳۳۴	۷۹۶۸
لبنان	۱۴	۴۸۳
بحرین	۴۹۰	۴۹۱۳
روسیه	-	۲۴۱۶۷
سوئد	۴۷۶	۳۲۴
آلمان	-	۲۱۳۹
کانادا	-	۷۵۵
امارات متحده عربی	-	۱۷۵۹

از طریق فشار تقاضا، عرضه و سیاستهای درآمدی ندارند. بدین جهت متغیرهای بازار جهانی جزو متغیرهای برونزا تلقی و تعیین می‌شوند و غالباً بازار عرضه داخلی به طور چشمگیری سقف صادرات کالا را مشخص می‌کند. به هر حال ایران نیز از این قاعده مستثنی نیست و همانند سایر کشورهای در حال توسعه با تغییر تعیین شده و برونزایی همانند تقاضای جهانی مواجه است و آنچه می‌تواند در صادرات کالا تأثیر چشمگیری بگذارد مازاد بر عرضه داخلی است.

۱.۳ تشخیص معادله عرضه صادرات محصولات دامی

براساس مبانی نظری ارائه شده و مطالعاتی که در متون مربوط به ادبیات صادرات محصولات دامی صورت گرفته می‌توان صادرات محصولات دامی ایران را در بازار، تابعی از ارزش افزوده زیربخش دام و طیور دانست و آن را به قیمت ثابت به عنوان متغیری که از طریق عرضه بر صادرات تأثیر می‌گذارد، نسبت شاخص قیمت کالاهای صادراتی به شاخص ضمنی قیمت زیربخش دام و طیور و شاخص قیمت کالاهای وارداتی که به عنوان متغیر جانشین (Proxy Variable) قیمت جهانی استفاده نشده در نظر گرفت. بدین ترتیب معادله صادرات محصولات دامی را می‌توان به صورت زیر معرفی کرد:

$$X^d = a_0 + a_1 VF + a_2 \left(\frac{PX}{PD} \right) + a_3 PM$$

که در آن X^d معرف صادرات مطلوب محصولات دامی ایران در بازار جهانی؛ VF ارزش افزوده زیربخش دام و طیور به قیمت ثابت سال ۱۳۶۱؛ $\left(\frac{PX}{PD} \right)$ ، نسبت شاخص قیمت کالاهای صادراتی کشور به شاخص ضمنی زیر بخش دام و طیور که خود از نسبت ارزش افزوده اسمی زیربخش به ارزش افزوده واقعی (به قیمت ثابت ۶۱) به دست آمده است و PM معرف شاخص قیمت کالاهای وارداتی است. شاخص قیمت کالای وارداتی غالباً به عنوان متغیر جانشین قیمت‌های جهانی مورد استفاده قرار می‌گیرد. در تابع صادرات ارائه شده انتظار داریم که ضرایب متغیرها که بیانگر نحوه اثرگذاری متغیرهای مستقل به روی متغیر وابسته است به صورت $a_1 > 0$ و $a_2 > 0$ و $a_3 > 0$ باشد.

در معادله مذکور از آنجا که X^d یا سطح مطلوب صادرات مستقیماً نمایان نیست بنابراین از بحث مدل تعدیل جزئی به منظور ایجاد ارتباط بین صادرات مطلوب و صادرات واقعی

استفاده می‌کنیم که آن را می‌توان به صورت رابطه زیر نشان داد.

$$x_t - x_{t-1} = \lambda(x_t^d - x_{t-1})$$

که در آن λ ضریب تعدیل است و مقدار آن بین صفر و یک قرار می‌گیرد $0 \leq \lambda \leq 1$. همچنین

$x_t - x_{t-1}$ تغییر مقدار واقعی صادرات است و $(x_t - x_{t-1})$ تغییر مطلوب صادرات را نشان می‌دهد.^۱

معادله فوق فرض می‌کند که تغییر مطلوب مقدار واقعی صادرات در هر دوره زمانی معین

مثل t مساوی λ ضرب در تغییر مطلوب در صادرات است. که در آن اگر $\lambda = 1$ باشد به این معنی

است که مقدار واقعی صادرات برابر مقدار مطلوب صادرات است و اگر $\lambda = 0$ باشد در آن

صورت نشان می‌دهد که مقدار صادرات در دوره جاری فقط تابعی از صادرات دوره قبل است و

معمولاً انتظار این است که به علت کندی در تعدیل، مقدار λ بین صفر و یک باشد.^۲

۲.۳ تفسیر معادلات و پارامترها:

کشش و حساسیت میزان عرضه صادرات محصولات دامی نسبت به ارزش افزوده زیر

بخش دام و طیور به صورت زیر محاسبه می‌شود.

$$E_{x,vf} = \frac{\Delta x}{\Delta vf} \cdot \frac{\bar{vf}}{x} = (11/23) \frac{(905/69411)}{(5890/7226)} = 1/727$$

عرضه صادرات محصولات دامی نسبت به ارزش افزوده دام و طیور پرکشش است و

مقدار آن برابر $1/727$ برآورده شده است. بدین ترتیب از آنجا که کشش عرضه صادرات نسبت

به ارزش افزوده بزرگتر از واحد است می‌تواند به عنوان یک متغیر مناسب جهت سیاستگذاری

در افزایش صادرات محصولات دامی مورد استفاده قرار گیرد.

کشش عرضه صادرات نسبت به متغیر $P \times D$ نیز به صورت زیر محاسبه می‌شود:

$$E_{x,PXD} = \frac{\Delta x}{\Delta PXD} \cdot \frac{\bar{PXD}}{x} = (235/47) \frac{(2/67143)}{(5890/7226)} = 0/107$$

۱. هزرکیانی، کامبیز، اقتصاد سنجی و کاربرد آن، تهران: انتشارات بخش فرهنگی جهاد دانشگاهی دانشگاه شهید بهشتی؛

۱۳۶۸؛ ص ۳۵۳

۲. گجراتی، وامودار؛ مبانی اقتصاد سنجی (جلد دوم)؛ ترجمه دکتر حمید ابریشمی؛ تهران: انتشارات دانشگاه تهران؛

۱۳۷۲؛ ص ۶۷۵

رقم ۰/۱۰۷ نشان می‌دهد که عرضه صادرات محصولات دامی نسبت به قیمت کالاهای صادراتی بی‌کشش است. بی‌کشش بودن عرضه بدین معنی است که با افزایش تقاضای جهانی محصولات دامی عرضه صادرات آن تغییر محسوس نمی‌کند. علت بی‌کشش بودن عرضه نسبت به قیمت را می‌توان ناشی از این مسئله دانست که فعالیتهای زیربخش دام و طیور مستقیماً به منظور صادرات کالا آغاز نشده است. و غالباً محصولات فرعی این زیربخش جنبه صادراتی دارد برای مثال همان طور که قبلاً نیز اشاره کردیم مهمترین کالاهای صادراتی در زیربخش دام و طیور صادرات پوست است که تولید آن به مثابه محصولات ضمنی زیربخش دام و طیور است. بدین معنا که دامداران نه به منظور تولید و صدور پوست بلکه برای به دست آوردن گوشت به پرورش گوسفند می‌پردازند و پوست، پشم و روده به عنوان محصول فرعی به بازار عرضه و صادر می‌شود. با افزایش قیمت گوشت و کاهش مصرف آن در جامعه، میزان عرضه پوست گوسفند به تولید کنندگان سالامبور و چرم کاهش می‌یابد.^۱

بی‌کشش بودن عرضه و تقاضا نسبت به قیمت به منزله اخطار مکانیسم بازار به آن فعالیت تلقی می‌شود، چنانکه به مرور با افزایش امکانات تولید، که نهایتاً منجر به افزایش درآمد جامعه می‌شود، سهم ناچیزی از این امکانات به فعالیتهای مذکور، که از لحاظ قیمتی بی‌کشش هستند، جذب خواهد شد. در این صورت به منظور توسعه صادرات و افزایش حساسیت صادرکنندگان محصولات دامی به قیمت، باید سیاستی اتخاذ شود که این حساسیت را افزایش دهد. از جمله سیاستهایی که در افزایش کشش قیمت عرضه مؤثر است می‌توان اینها را نام برد:

(۱) ایجاد تنوع در صدور محصولات دامی

(۲) جلوگیری از تمرکز طرف تجاری

(۳) امکان ذخیره و انبار کردن

(۴) ایجاد یک نظام حقوقی باثبات در بازرگانی خارجی

قیمتهای جهانی نیز روی عرضه صادرات محصولات دامی تأثیر مثبت دارد به گونه‌ای که

اثر نهایی قیمتهای جهانی روی عرضه صادرات این محصولات دامی ۰/۶۲۱ بوده است.

(۰/۶۲۱ = $\alpha_p = 5 \times 15 PM$) که نشان می‌دهد به ازای هر واحد افزایش (یا کاهش) از شاخص

۱. این مسئله را مسئولان شرکت صنایع چرم امیر واقع در استان همدان مطرح کرده‌اند.

قیمت کالاهای وارداتی، که به عنوان متغیر جانشین قیمت‌های جهانی در مدل ظاهر شده، عرضه صادرات محصولات دامی به اندازه ۰/۶۲۱ میلیون ریال افزایش (یا کاهش) خواهد یافت.

کشش عرضه صادرات محصولات دامی نسبت به قیمت‌های جهانی و یا شاخص قیمت کالاهای وارداتی ۰/۰۲ محاسبه شده که محاسبات آن به صورت زیر است:

$$E_{x,PM} = \frac{\Delta x}{\Delta PM} \cdot \frac{PM}{X} = (0/621) \frac{(190/2)}{5890/7226} = 0/02$$

چنانکه می‌بینیم کشش عرضه محصولات دامی نسبت به قیمت‌های جهانی (شاخص قیمت کالاهای وارداتی) مثبت و بسیار پایین است. به بیان دیگر، عرضه محصولات دامی نسبت به افزایش قیمت در بازار جهانی شدیداً کم کشش است.

ذکر این نکته در خصوص رابطه مثبت عرضه صادرات محصولات دامی با قیمت‌های جهانی ضروری است که در بین محصولات مختلفی که صادر می‌شود برخی وابستگی شدیدی به واردات مواد اولیه دارند، که در این زمینه می‌توان به کالاهای صنعتی اشاره کرد. در این صورت، به دلیل وابستگی تولید به واردات عرضه صادرات این محصولات نسبت به قیمت‌های جهانی رابطه معکوس خواهد داشت زیرا با افزایش قیمت‌های جهانی واردات مواد اولیه برای این گونه صنایع بسیار گران تمام شده در نتیجه کالاهای تولیدی با قیمت بالاتری عرضه خواهد شد که در نهایت منجر به کاهش صادرات خواهد شد. ولی در فعالیتهایی که وابستگی تولید به واردات ناچیز است افزایش قیمت‌های جهانی نه تنها تأثیری منفی بر عرضه صادرات نخواهد گذاشت بلکه به افزایش آن نیز منجر خواهد شد زیرا کالاهای مذکور به نسبت در مقابل سایر کالاها ارزاتر خواهد شد.

محصولات دامی صادراتی بویژه پوست، روده و پشم که بیشترین سهم را در کل صادرات زیربخش دام و طیور دارد وابستگی نسبتاً ناچیزی به واردات دارد که در این صورت افزایش قیمت‌های جهانی تأثیر منفی بر تولید نخواهد گذاشت و از آنجا که کالاهای تولید شده به دلیل استفاده از منابع داخلی (با فرض ثابت بودن قیمت‌های دائمی) ارزاتر از سایر کالاها تولید می‌شود از این رو امکان افزایش عرضه صادرات بیشتر خواهد شد.

عرضه صادرات دوره گذشته که مدل را به شکل خود رگرسیون تبدیل کرده تأثیر منفی بر عرضه صادرات دوره جاری خواهد گذاشت

حالت منفی شدن متغیر وابسته می‌تواند محدودیت عرضه و تولید محصولات دامی صادراتی باشد، به صورتی که به لحاظ محدود بودن منابع زیربخش دام و طیور می‌توان یک رشد باثبات و بالقوه را در زیربخش مذکور در نظر گرفت.^۱ اگر رشد بالفعل بیش از رشد بالقوه آن باشد در آن صورت به دلیل استفاده از عوامل تولید بیش از حد مطلوب منابع بالقوه انتظار می‌رود که در سال آینده با همان عوامل تولید به دلیل کاهش منابع، تولید کمتری حاصل شود. مثلاً، اگر در یک سال معین به دلایل مختلف به کشتار بیش از حد مطلوب دام اقدام کنند در آن صورت به دلیل کاهش امکان زاد و ولد انتظار می‌رود که سطح تولید و کشتار در سال آینده کاهش یابد.

از آنجا که معادله مذکور یک معادله تفاضلی مرتبه اول است می‌توان رفتار دنباله جواب را برای آن پیدا کرد و در مورد ثبات و یا بی‌ثباتی این فعالیت در سالهای آینده اظهار نظر کرد.^۲

بر اساس معادله برآورد شده $\alpha_p = \delta x_t / \delta x_{t-1} = 0/16$ برآورد شده است که رفتار دنباله جواب معادله مذکور به صورت همگرا به سمت مقدار تعادلی صادرات محصولات دامی سیر خواهد کرد یعنی رفتار دنباله جواب نوسانی است. در این صورت می‌توان نتیجه گرفت که هر چند رفتار عرضه کنندگان کالاهای صادراتی زیر بخش دام و طیور نوسان دارد یا بی‌ثبات است ولی انتظار می‌رود که در دراز مدت از نوسانات آن کاسته شود و رفتار باثباتی را نشان دهند. این مسئله را می‌توان به کمک شکل نشان داد. قبل از رسم شکل نخست باید مقدار تعادلی تغییر در صادرات (DX) را به دست آورد که بر اساس قضایای معادلات تفاضلی مرتبه اول مقدار تعادلی Y در معادله تفاضلی به شکل $Y_t = AY_{t-1} + B$ به صورت $Y^* = \frac{B}{1-A}$ داده می‌شود. حال به منظور به دست آوردن مقدار تعادلی DX معادله زیر برآورد شده است

$$DX_t = 408/84 - 0/55DX_{t-1}$$

که در این صورت مقدار تعادلی برابر است:

$$DX_t^{!*} = \frac{408/84}{1 - (-0/55)} = 263/77$$

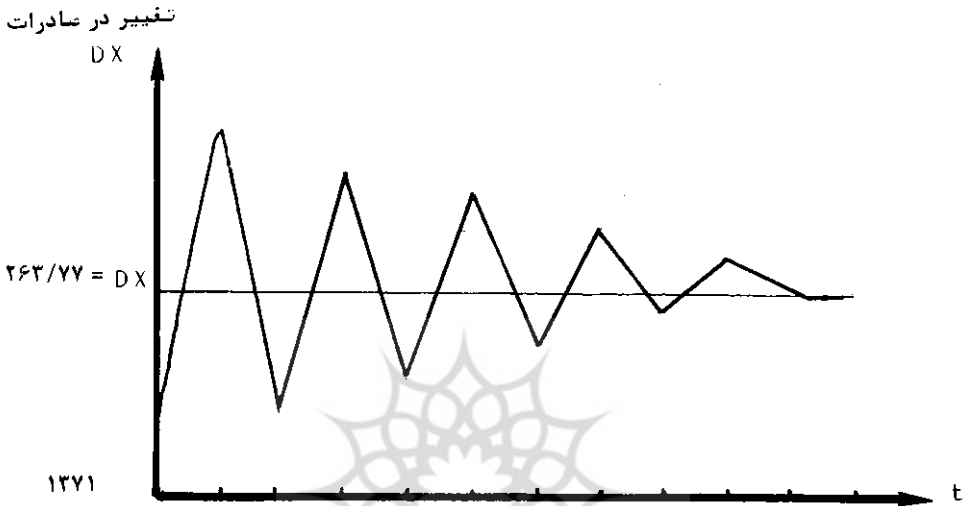
که در این صورت تغییر در صادرات محصولات دامی در حول مقدار تعادلی یعنی

۱. معادله دوم در دستگاه معادلات برآورد شده فرض باثبات و غیرنوسانی بودن ارزش افزوده زیربخش دام و طیور را تأیید می‌کند. زیرا $\delta \Delta VF_c / \delta \Delta VF_{t-1} = 0/36$ برآورد شده است

۲. ر. ک. (ویر) صص ۶۶۹-۷۶.

۲۶۳/۷۷ در نوسان است که در دراز مدت به سمت آن میل می‌کند. این مسئله در شکل زیر نشان داده شده است.

شکل



متغیر موهومی ۵۹ که بیانگر اثر وقوع جنگ دز سال ۱۳۵۹ است نشان می‌دهد که وقوع جنگ در سال ۱۳۵۹ موجب کاهش صادرات محصولات دامی شده است. معادله دوم برآورد شده در دستگاه معادلات نشان می‌دهد که تغییر ارزش افزوده زیربخش دام و طیور دارای دنباله رفتار همگرا به سمت مقدار تعادلی است و یا به عبارت دیگر به طور یکنواخت صعودی است زیرا

$$\beta_p = \frac{\delta v_t}{\delta v_{t-1}} = +0.36$$

و از آنجا که $0 < \beta_p < 1$ است بنابراین همگرا و یکنواخت و صعودی است. این نتیجه نشان می‌دهد که تولید زیربخش دام و طیور به طور متوسط از یک روند باثبات (غیرنوسانی) برخوردار است.

ضریب پرداختیهای عمرانی واقعی دولت به زیربخش دام و طیور نشان می‌دهد که به ازای یک میلیون ریال افزایش (یا کاهش) در پرداختیهای عمرانی واقعی دولت به زیربخش دام و

طیور، تغییر در ارزش افزوده زیربخش مذکور به اندازه ۵۱۰ میلیون ریال افزایش (یا کاهش) خواهد یافت و از طرفی بر طبق معادله اول به ازای یک میلیارد ریال تغییر در ارزش افزوده ۱۱/۳۳ میلیون ریال در صادرات تغییر ایجاد می شود و از اینجا می توان نتیجه گرفت که به ازای هر یک میلیون ریال افزایش (یا کاهش) در پرداختیهای عمرانی واقعی دولت در زیربخش دام و طیور صادرات به اندازه ۵/۷۳ میلیون ریال تغییر خواهد کرد از این نتیجه می توان در سیاستگذاریها استفاده کرد زیرا پرداختیهای عمرانی دولت به زیربخش دام و طیور یک ابزار مالی و سیاستگذاری است که در اختیار دولت بوده کنترل پذیر است.

ضریب متغیر تغییر در صادرات نیز ۰/۰۳ برآورد شده است که نشان می دهد به ازای هر یک میلیون ریال تغییر در صادرات انتظار می رود که تغییر در ارزش افزوده به میزان ۳۰ میلیون ریال باشد، و یا به عبارت دیگر، ضریب تکاثر صادرات در زیربخش دام و طیور ۰/۰۳ است. متغیر موهوم D59 که اثر وقوع جنگ را نشان می دهد بیانگر این واقعیت است که وقوع جنگ اثر مثبتی روی ارزش افزوده زیربخش دام و طیور داشته است.

نتیجه گیری

۱) در بین محصولات صادراتی زیربخش دام و طیور، پوست و روده بیشترین سهم را داشته است به گونه ای که بیش از ۹۰ درصد صادرات زیربخش دو کالای مذکور را در برمی گیرد. بدین ترتیب در بررسی رفتار مربوط به صادرات محصولات زیربخش دام و طیور باید به این نکته توجه داشت و عوامل مؤثر بر صادرات کالاهای مذکور را به عنوان مهمترین عامل مؤثر در صادرات محصولات زیربخش دام و طیور در نظر گرفت.

۲) در بررسی صادرات محصولات زیربخش این نکته بوضوح نمایان بود که صادرات زیربخش از رفتار نوسانی برخوردار است که این رفتار بیانگر بی ثباتی صادراتی زیربخش مذکور در کوتاهمدت است. به منظور ایجاد ثبات در رفتار صادرکنندگان باید نظام اداری و حقوقی باثباتی را در خصوص صادرات ایجاد کرد. یکی دیگر از دلایل بی ثباتی در صادرات فقدان تمرکز و یکپارچگی صادرکنندگان است به گونه ای که به دلیل تعدد آنان معمولاً سیاست مشترکی (ثباتی) در زمینه صادرات صورت نمی گیرد و این خود باعث می شود که در یک سال، صادرات

بیش از ظرفیت تولید بالقوه کشور و در سال بعد کمتر از ظرفیت بالقوه آن، باشد.

۳) یکی از موانع توسعه صادرات محصولات دامی انگیزه تولید کنندگان این محصولات است. اغلب کالاهای صادراتی در زیربخش دام و طیور شامل محصولات فرعی تولید کنندگان است، نظیر صادرات پوست، روده و پشم که در عین حال مهمترین کالای صادراتی زیربخش نیز به شمار می آیند. به عبارت دیگر، انگیزه تولید کنندگان دام نه عرضه بیشتر پوست، روده و پشم بلکه افزایش میزان وزن دام (گوشت) است که در این صورت اگر تقاضا برای گوشت در جامعه کاهش یابد در آن صورت کشتار دام کاهش خواهد یافت که با کاهش کشتار دام میزان تولید پوست و چرم هم تنزل می یابد. بدین ترتیب به منظور تعیین عوامل مؤثر در عرضه صادرات محصولات دامی باید به عواملی که بر تولید محصولات دامی اثر دارند توجه کرد که این به طور نامستقیم با عرضه صادرات نیز مرتبط خواهد بود.

۴) بر طبق ارقام موجود صادرات زیربخش دام و طیور در طی دهه گذشته به طور متوسط در حدود ۱۰ درصد از کل صادرات بخش کشاورزی و صادرات سستی بوده است ولی توجه به این نکته در سیاستگذاریها ضروری است که بسیاری از کالاهای صادراتی کشور به صورتی وابسته به تولیدات زیربخش دام و طیور و یا، به عبارت دیگر، برخی از محصولات دامی پس از فراوری آنها و تبدیل بر کالای دیگر از کشور صادر می شود که سهم آنها در صادرات غیرنفتی کشور قابل توجه است. مثلاً، فرش که بیشترین سهم را در صادرات غیرنفتی کشور دارد مواد اولیه اش غالباً از بخش دام و طیور به دست می آید ولی ارزش صادرات این محصول و محصولاتی نظیر آن مثل منسوجات پشمی، کیف و کفش و غیره معمولاً در جایی ثبت می شود که کالای نهایی را تولید کرده است به گونه ای که صادرات کالاهای مذکور به طور غیرمستقیم باید جزو صادرات زیربخش دام و طیور محسوب شود ولی عملاً ارزش صادرات آنها در صنعت فرش، نساجی، کفاشی و غیره ثبت می شود.

۵) یکی از مشخصه های بازار صادراتی محصولات دامی کشور تمرکز طرف تجاری ایران است. در شرایط فعلی اغلب محصولات صادراتی زیربخش دام و طیور به کشورهای ترکیه، آلمان، ایتالیا و سایر کشورهای اروپایی و امارات متحد عربی صادر می شود. در بررسی روند طرفهای تجاری این صادرات، این مسئله در حال شکل گیری است که برخی از کشورها بویژه ترکیه و امارات متحد عربی نقش واسطه بین ایران و سایر کشورهای مصرف کنندگان نهایی را بر

عهده دارند که این در نهایت به تمرکز تجاری انحصار خرید منجر می شود که نتیجه آن بی ثباتی و نوسانات شدیدی در بازار صادراتی محصولات دامی خواهد بود. در این حال ضروری است که در جهت حذف واسطه های مذکور سیاستگذارهای ضروری صورت گیرد. مثلاً در گذشته مهمترین خریدار پوست ایران ایتالیا بود. اما در شرایط کنونی ترکیه بیشترین سهم را به خود اختصاص داده، در حالی که در گذشته سهمی از آن نداشته است.

۶) پیشنهاد می شود که ایران همانند ترکیه نقش واسطه بین کشورهای تازه به استقلال رسیده و افغانستان را که محصولات دامی زیادی تولید می کنند به عهده بگیرد و از طریق تبدیل محصولات دامی کار نشده به کالاهای مصرفی نهایی ارزش اضافی را ایجاد کرده از قدرت انحصاری در خرید و فروش برخوردار شود. با پیش گرفتن این سیاست انتظار می رود که در داخل کشور نیز زمینه صدور محصولات دامی مساعدتر شود و ترکیه نیز از واسطه گری بین ایران و سایر کشورها کنار رفته و از بازار خارج شود.

۷) نتایج عددی برآورد تابع عرضه صادرات محصولات دامی نشان می دهد که تولید و ارزش افزوده زیربخش دامداری مهمترین عامل مؤثر در افزایش صادرات محصولات دامی است. به عبارت دیگر، به منظور توسعه صادرات محصولات دامی باید در زمینه افزایش تولید محصولات دامی سیاستگذاری لازم صورت گیرد.

۸) عرضه صادرات محصولات دامی در مقابل تغییرات قیمت بی کشش است که این بی کشش بودن بیشتر ناشی از عوامل زیر است:

الف) کالاهای صادراتی این زیربخش غالباً به شکل محصولات ضمنی و فرعی تولیدات زیربخش دام و طیور است و بدین جهت تولید کنندگان معمولاً عرضه خود را براساس قیمت محصولات اصلی و نه محصولات فرعی تطبیق می دهند.

ب) فقدان تنوع در محصولات دامی. در این زمینه به جای این که محصولات دامی بدون تنوع و غالباً کار نشده صادر شود مقداری از آن به صورت کالاهای نهایی صادر شود.

پ) تمرکز طرف تجاری. با تمرکز طرف تجاری قدرت چانه زنی خریدار بسیار زیاد خواهد شد، و برعکس با افزایش تعداد خریداران واکنش و حساسیت صادر کنندگان نیز بیشتر می شود.

ت) امکان ذخیره سازی و انبار کردن کالا از سوی صادر کنندگان حساسیت آینده را در

مقابل تغییرات قیمت بیشتر می‌کند.

ث) نبود یک نظام اداری و حقوقی باثبات در زمینه بازرگانی خارجی امکان واکنش بموقع صادرکنندگان را از آنان سلب می‌کند و غالباً آنان به این خاطر که با موانع قانونی مواجه نشوند در اولین فرصت و به هر قیمتی که شده اقدام به صدور کالا می‌کنند.

ج) یکی از ویژگیهای صادرات زیربخش دام و طیور، پایین بودن میزان وابستگی آن است. بسیاری از کالاهای صادراتی در بخش صنعت غالباً وابسته به وارداتند به گونه‌ای که صادرات آنها همراه با واردات کالا است. در این صورت افزایش صادرات آن منجر به واردات کالاهای مورد نیاز زیربخش نخواهد شد. به این نکته در سیاستگذارهای مربوط به صادرات باید توجه شود. ج) از آن جا که منابع محصولات دامی محدود است هرگاه صادرات زیربخش مذکور در یک سال معین بیش از رشد بالقوه آن باشد در آن صورت منجر به کاهش صادرات در سال آینده خواهد شد. بدین جهت به دلیل خصلت تولیدات زیربخش دام و طیور (تجدید پذیری آنها) در صادرات محصولات زیربخش دام و طیور باید یک روند باثبات گند در پیش گرفته شود.

ح) مطالعه رفتار صادرکنندگان محصولات دامی نشان می‌دهد که در شرایط فعلی عرضه صادرات محصولات دامی حالت نوسانی دارد که انتظار می‌رود این حالت نوسانی در دراز مدت میراشده و بسمت مقدار تعادلی حرکت کند.

خ) نتایج به دست آمده از دستگاه معادلات برآورد شده نشان می‌دهد که پرداختیهای عمرانی دولت به زیربخش دام و طیور از طریق تأثیرگذاری آن بر تولید موجب افزایش صادرات محصولات دامی خواهد شد به گونه‌ای که با افزایش هر یک میلیون ریال در پرداختیهای عمرانی دولت به زیربخش، انتظار می‌رود که صادرات آن زیربخش به میزان $5/73$ میلیون ریال افزایش می‌یابد.

د) در پایان ذکر این نکته ضروری است که برای موفقیت در صادرات محصولات دامی باید یک نهاد هماهنگ کننده ایجاد شود که تولید و توزیع و اتخاذ یک سیاست مشترک را سازماندهی کند به گونه‌ای که صادرکنندگان بتوانند باتبانی با یکدیگر سیاست قیمتی مناسب اتخاذ کرده از تراکم عرضه کالا در بازار خاص جلوگیری کنند و همچنین حاضر شوند که در زمینه بازاریابی محصولات دامی هزینه صرف کنند و از ایجاد انحصار بازار خرید از سوی کشورهای خریدار، خصوصاً کشورهایی که نقش واسطه دارند، جلوگیری کنند.

۱. اشرف، احمد، موانع تاریخی رشد سرمایه‌داری در ایران (دوره فاجاربه). تهران: انتشارات زمینه. ۱۳۵۹.
 ۲. باری میر، جولیان. اقتصاد ایران. تهران: موسسه حسابرسی سازمان صنایع ملی و سازمان برنامه. ۱۳۶۳.
 ۳. پینه یک، رابرت و دانیل روبینفیلد. الگوهای اقتصاد سنجی و پیش بینی‌های اقتصادی. ترجمه و تألیف: محمد امین کیانیان. تهران انتشارات سمت. ۱۳۷۰.
 ۴. تقوی، مهدی. تجارت بین الملل. انتشارات پیشبرد. ۱۳۶۶.
 ۵. رزاقی، ابراهیم. اقتصاد ایران. تهران، شوقی. ۱۳۶۷.
 ۶. داتا، مانورانجان. روشهای اقتصادسنجی. ترجمه دکتر ابوالقاسم هاشمی. تهران، مرکز نشر دانشگاهی. ۱۳۶۹.
 ۷. ساری، ام. مقدمه‌ای بر اقتصاد سنجی. ترجمه دکترحسین عظیمی. تهران: شرکت سهامی کتابهای جیبی. ۱۳۶۰.
 ۸. عیسوی، چارلز. تاریخ اقتصاد ایران. ترجمه: دکتر یعقوب آژند. تهران: نشر گستره. ۱۳۶۹.
 ۹. فرهنگ، منوچهر. زندگی اقتصادی ایران، تهران، دانشکده علوم اجتماعی. ۱۳۵۰.
 ۱۰. کاتوزیان، محمدعلی. اقتصاد سیاسی ایران (از مشروطیت تا سقوط رضا شاه). تهران، انتشارات پایروس. ۱۳۶۶.
 ۱۱. کاتوزیان، محمدعلی. اقتصاد سیاسی ایران (سلطنت محمدرضا شاه). تهران، انتشارات پایروس. ۱۳۶۸.
 ۱۲. کهننیا، یان. مبانی اقتصاد سنجی، ترجمه: دکتر کامبیز هژبرکیانی. تهران، مرکز نشر دانشگاهی. ۱۳۷۲.
 ۱۳. گجراتی، دامودار. مبانی اقتصاد سنجی (جلد دوم). ترجمه دکتر حمید ابریشمی. تهران: انتشارات دانشگاه تهران. ۱۳۷۲.
 ۱۴. مهرگان، نادر. تبیین ساختار اقتصادی صادرات غیرنفتی. ماهنامه بررسیهای بازرگانی. شماره ۹۶. اردیبهشت ۱۳۷۴.
 ۱۵. نادری، ابوالقاسم و دیگران. بررسی مسایل و مشکلات صادرات غیرنفتی. تهران: موسسه مطالعات و پژوهشهای بازرگانی. ۱۳۶۹.
 ۱۶. بررسی مبادلات بازرگانی خارجی طی برنامه پنجم عمرانی در ارتباط با فرآورده‌های کشاورزی، مرداد ۱۳۵۷. وزارت کشاورزی و عمران روستایی. موسسه پژوهشهای دهقانی و روستایی ایران.
 ۱۷. وبر، جین. تحلیلهای ریاضی و کاربرد آن در اقتصاد و بازرگانی (جلد دوم). ترجمه: حسین علی پور کاظمی. تهران: انتشارات دانشگاه شهید بهشتی. ۱۳۶۷. وزارت کشاورزی و عمران روستایی. موسسه پژوهشهای دهقانی و روستایی ایران.
 ۱۸. هژبرکیانی، کامبیز. اقتصاد سنجی و کاربرد آن. تهران، انتشارات بخش فرهنگی جهاد دانشگاهی. دانشگاه شهید بهشتی. ۱۳۶۸.
- 19 - Ahmadi, M; A Study Economic Development and the formulation a simulation of the Economy of Iran; Ph. D Dissertation North Texas State University; 1976.
- 220 - Akhtar Hossain; Disaggregated demand function for Bangladesh exports: Some econometri results, 1974 - 1985; The India Economic Journal; vol 40; No3; PP 76 - 96.
- 21 - Branson, William; Macroeconomic Theory and policy; 1979.
- 22 - Chacholiades, Miltiades; International Economics; Mc Graw - Hill; 1990.

- 23 - Evans, Michael; Macro Economic Activity, theory, forecasting and control; 1969.
- 24 - Parhizgari Alimohammad; Mathematical and Econometric Model of development Planing, the case of Iran's; PH. D Dissertation; 1987.
- 25 - Vakil, F; A Macroeconometrics Projection for Iran: 1973 - 1992; Plan and Budget Organization; April 1971.
- 26 - Weiss,R; The Effect of Price Reduction and direct income support Policies on agricultural markets in Austria.
- 27 - Balassa B; Exports and Economic Growth: Further Evidence; Journal of Development Economic Vol 5; 1978.
- 28 - Hossain: Akhtar; Disaggregated Demand Functions for Bangladeah Exports: some Econometric Results 1974 - 1985; The Indian Economic Journal; Vol. 40 No. 3.
- 29 - Tyler W. ; Growth and Export Expansion in Developing Countries: Some Empirical Evidence; Journal of Development Economics; Vol 9; 1981.

