

نقش و اهمیت اقتصادی برنج در مواجهه با بخش بازرگانی اقتصاد ملی ایران

رسول محمدرضایی*

۱. مقدمه

بر اساس تجربیات کشورهای توسعه یافته نقش و اهمیت بخش کشاورزی در اقتصاد ملی از نظر متخصصین اقتصاد کشاورزی مواردی به طور کامل روشن است. در این مقاله ضمن اشاره به نقشهای متعدد بخش کشاورزی در اقتصاد ملی، همین نقش در رابطه با محصول استراتژیک برنج نه به عنوان یک محصول، بلکه به عنوان زیرمجموعه‌ای از اقتصاد ملی و از بخش کشاورزی بررسی می‌شود. بررسیهای مقدماتی به صورت آرمانی است. سپس در مرحله بعد به میزان عملی نقش و اهمیت برنج در اقتصاد ملی ایران اشاره می‌شود که تابعی از جو فعالیتی فراهم شده برای زیر

*- عضو هیئت علمی و مدیر گروه اقتصاد کشاورزی تبریز

مجموعه برخی از طرف کارگزاران و سیاستگذاران مملکت یعنی دولت دیده شده است. در این جو فعالیتی بخشهای متعدد اقتصاد و در هر بخش عوامل متعددی ایفای نقش می‌نمایند و که در این مقاله فقط در ارتباط با بخش بازرگانی به موارد چندی پرداخته می‌شود.

در این سو، در چهارچوب نظری حالات متعددی وجود خواهد داشت که سه حالت اتفاق افتاده در رابطه با بازار برخی در دو دهه اخیر در ایران مورد تجلیل اقتصادی قرار می‌گیرد تا باشد که به وضعیت نقش برخی در چشم انداز، آینده نظرات کارشناسی ارائه شود، تا با توجه به مشکلات موجود در این زیرمجموعه و در وضعیت فعلی پیشنهادهایی چند در راستای تعدیل یا ترمیم نقش اقتصادی برخی در مقابله با بخش بازرگانی در جو آینده ارائه شود.

توضیح اینکه واژه‌ها و مفاهیم کلیدی و علائم اقتصادی به کارگرفته در این مقاله عبارت از عرضه، عرضه برخی، عرضه داخلی یا ملی برخی و عرضه بین‌المللی آن، از طرفی تقاضا، تقاضای برخی، تقاضای داخلی یا ملی و تقاضای بین‌المللی آن، تولید و تولیدکننده، مصرف و مصرف‌کننده، دولت، ادوات سیاستگذاری، مالیات، یارانه، بازار، بازاریابی، بازرگانی، تعرفه، موافقتنامه عمومی تعرفه و تجارت GATT خواهد بود که امیدوار است خواننده محترم آشنائی نسبی با این مجموعه داشته باشد.

۲. نقش و اهمیت بخش کشاورزی در اقتصاد ملی:

نقش و اهمیت بخش کشاورزی، در دیگر نوشته‌ها از جمله در یک مقاله مشروح ارائه شده در سمینار آذربایجان و توسعه تحت همین عنوان به نحو مطلوب مورد بررسی و کنکاش قرار گرفته است. به طور خلاصه بخش کشاورزی در اقتصاد ملی و در فرایند توسعه اقتصادی عهده‌دار ایفای نقشهای زیرین است:

۱.۲. تغذیه آحاد انسانی جامعه و اقتصاد ملی؛

۲.۲. تهیه و عرضه مواد اولیه مورد نیاز سایر بخشهای اقتصادی مرتبط با کشاورزی از قبیل

صنایع کشاورزی، غذایی و دیگر صنایع گوناگون موجود در اقتصاد ملی؛

۳.۲. تأمین بخشی از سرمایه مورد نیاز اقتصاد ملی از طریق پس‌اندازها و ذخایر مربوطه که

از فعالیتهای کشاورزی عاید می‌شود؛

۴.۲. تهیه ارزهای خارجی از طریق صادرات بخشی از محصولات تولیدی داخل؛

۵.۲. عرضه مازاد نیروی انسانی از طریق آزادسازی مطلوب این نیرو و ارائه به دیگر

بخشهای اقتصاد ملی که در حال گسترش و توسعه می‌باشد.

۶.۲. فراهم‌آوری بازار مطلوب برای کالاهای تولیدی سایر بخشهای اقتصادی که در فرایند

توسعه اقتصاد ملی تکوین و تکامل می‌یابد.

دنیای نقشهای آرمانی فوق توسط بخش کشاورزی موجبات فراهم‌سازی زمین‌ها به ثبات اقتصادی ملی بیشتر و از آن طریق به ثبات سیاسی ملی بیشتر شده و این همه وظایف و نقشهای بنیانی برای بخش کشاورزی به این بخش اهمیت خاصی بخشیده است. از طرف دیگر این نقشها لزوم ارتباط با دیگر بخشهای اقتصاد ملی و با دیگر اقتصادها و کشورهای جهان را مطرح می‌کند که در این زمینه‌ها بررسیهای اختصاصی و موردی متعددی لازم است. اما در رابطه با عنوان و هدف این مقاله نقشهای آرمانی زیرمجموعه برنج را در زیر بررسی می‌کنیم.

۳. نقش زیرمجموعه برنج در اقتصاد ملی:

منظور از زیرمجموعه برنج عبارت از کلیه عوامل، نهاده‌هایی که به اندازه‌ها و شکل‌های گوناگون و در قالب متغیرهای متعدد به کمک همدیگر نخست طی فرایندی محصولی به نام برنج را بوجود می‌آورد و در نهایت به صورت یک فرایند مرتبط با فرایند نخست برنج را به مصرف نهایی می‌رساند. با این تعریف از زیرمجموعه برنج، به صورت آرمانی نقش برنج در اقتصاد ملی به شرح زیر خواهد بود:

۱.۳. تغذیه جامعه: برنج عهده‌دار تغذیه آن دسته از جامعه و آن قسمت از نیاز غذایی

جامعه است که با مکانیسمهای اقتصادی بازار و توزیع، در دسترس، متقاضیان مربوطه قرار می‌گیرد. به عنوان مثال در سال زراعی ۷۱-۷۲ برنج حاصل از تولید ۳/۲۸ میلیون تن شلتوک عهده‌دار تأمین بخشی از نیازهای غذایی ۵/۵۸ میلیون نفر جمعیت ایران بوده است.

۲.۳. عرضه مواد اولیه مورد نیاز سایر بخشهای اقتصادی: محصول ۳/۲۸ میلیون تنی از

شلتوک و محصولات ثانویه آن از قبیل کلش، کرزل، شالی، برن و سایر مواد، عوامل اولیه صنایع غذایی، کشاورزی، حمل و نقل، بسته بندی و دیگر صنایع مربوطه است.

۳.۳. تهیه سرمایه: زیرمجموعه برنج با وارد شدن در مبادلات بازرگانی و به طریق دادوستدهای مربوطه پس انداز و ذخایر سرمایه‌ای متعددی را به دست می آورد که این ذخایر از طرفی عهده دار تأمین نیازهای سرمایه خود زیرمجموعه برنج و از طرف دیگر به شرط داشتن مازاد عهده دار تأمین نیازهای سرمایه‌ای سایر بخشها و زیربخشهای اقتصادی است.

۴.۳. تهیه ارز: همین زیرمجموعه برنج در صورت انجام مبادلات بازرگانی خارجی و صدور بخشی از محصولات زیرمجموعه برنج به ماوراء مرزهای ملی موفق به کسب بعضی پوله‌های خارجی یا ارزی می شود، که این ارز از طرفی بعضی نیازهای خود زیرمجموعه و به شرط نیل به مازادهای ارزی بعضی نیازهای ارزی سایر بخشهای مجموعه اقتصاد ملی را تأمین می کند.

۵.۳. عرضه نیروی کار: چنانچه در زیرمجموعه برنج بعضی تحولات تکنولوژی محتوم به آزادسازی نیروی انسانی بوجود آید، و از طرف دیگر در دیگر بخشهای اقتصاد ملی نیاز به نیروی کار جدید باشد این زیرمجموعه بخشی از نیروی کار آزادشده خویش را تزریق سایر بخشهای اقتصاد ملی می کند.

۶.۳. بازار برای سایر بخشهای اقتصادی: حاصل مبادلات زیرمجموعه برنج با سایر بخشهای اقتصادی تأمین بازار برای کالاهای سایر بخشهای اقتصاد ملی است.

اگر مجموعه نقشهای ششگانه فوق از طرف زیرمجموعه برنج به نحو مطلوب ایفاء گردد که برنج موجب ثبات اقتصادی و سیاسی اقتصاد ملی می شود ولی اگر چنانچه در ایفای نقشهای فوق تعلق، خلل یا نقصی بوجود آید که موجب نامطلوبی وضعیت گردد در این حالت برنج موجبات بخشی از بی ثباتی اقتصادی و سیاسی مملکت را فراهم می سازد. اما چه شرایط، نیروها و عوامل در چه حالتی موجب ایفای نقشهای مطلوب برنج و یا برعکس موجب ایفای نقشهای نامطلوب آن می شود. با نگرش کلان اقتصادی، کلیه عوامل و نیروهای موجود در کلیه بخشهای اقتصادی با عمل و عکس العملهای متعدد موجب نقش مطلوب برنج و یا برعکس در شرایطی موجب نقش نامطلوب برنج می شود. که در این مقاله در رابطه با نقش بخش بازرگانی مباحثی چند در سوی مدلهای

نقش و اهمیت اقتصادی برنج ...

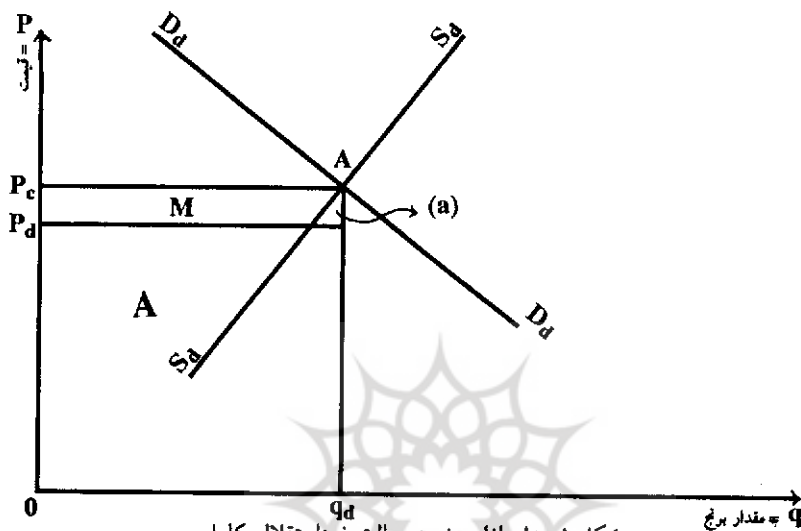
بازار، دخالت دولت، واردات و صادرات ارائه خواهد شد. برای روشنگری بیشتر بخشهای بازرگانی در تأمین مواد اولیه برای زیرمجموعه برنج و بازاریابی مطلوب داخلی و خارجی محصولات زیرمجموعه آن، بخشهای صنایع تهیه کننده عوامل مورد نیاز زیرمجموعه برنج، بخشهای صنایع تبدیلی، بخشهای راه و ترابری و زیربنایی همگی می توانند به تفاوت نقشهای مطلوب یا نامطلوبی را ایفا کنند. اما برای هر کدام از این بخشها جو فعالیتی تعریف شده توسط چه عوامل و نیروهایی تعیین می شود.

در اینجا نقش دولت مهم و لازم به بررسی است. جو فعالیتی برای کلیه بخشهای اقتصادی از جمله بازرگانی، صنایع تبدیلی، صنایع تهیه کننده مواد اولیه، بخشهای راه و ترابری و زیربنایی، بخش کشاورزی و برای زیرمجموعه برنج همگی توسط دولت و از طریق مکانیسمهای مبادله و بازارهای با ساختارهای گوناگون و با مکانیسمهای کنترلی گوناگون تبیین و تعیین می شود. با این نگرش، سیاستگذاران؛ طراحی مجموعه های سیاستگذاری موجب تعیین میزان نقش هر کدام از بخشها و مجموعه های فوق می شود تا به نحوی که از نقش آن مجموعه ارزیابی آرمانی و یا برعکس ارزیابی نقشهای نامطلوب و یا خدای ناکرده مضر به عمل می آید. حلول این نقشها در رابطه با بخش بازرگانی و ارتباط آن با زیرمجموعه برنج در قالب بازارها و مکانیسمهای گوناگون قابل ارزیابی است که در این ۳ حالت اتفاق افتاده در دهه های اخیر در رابطه با برنج به شرح زیر تشریح و تحلیل می شود.

۴. بازار برنج با حالت خوداستقلال کامل و بدون دخالت دولت:

در این نوع بازار دو نیروی عمده بازار یعنی عرضه کنندگان و مصرف کنندگان بدون کمترین دخالت دولت به توافق رسیده و بازار به تعادل می رسد. در این نوع بازار تمام برنج مصرف شده توسط مصرف کنندگان از طریق زیرمجموعه داخلی برنج تهیه و عرضه می شود. این نوع بازار برنج تا اوایل دهه ۵۰ شمسی در کشور ایران عمل می کرده است و به لحاظ شباهت نزدیک به بازارهای رقابتی نشانه های معنی داری از تبانی متمرکز و روابط زنجیری که ناقضهای اصول بازار رقابتی است دیده نمی شد. مدل این نوع بازار به ترتیب شکل ۱ زیر می باشد. آثار و نتایج چنین نوع از بازار برنج گوناگون، اما در مجموع به شرح و مختصات زیر قابل ارزیابی است:

الف: مصرف‌کنندگان برنج را با نرخ P_c و به مقدار q_d در مجموعه به میزان ناحیه A به نظام توزیع برنج پرداخت می‌کنند، به شرح:
 $P_c * q_d = opc \ A \ q_d = A$
 مصرف‌کنندگان در قبال پرداخت فوق، کلیه برنج تولیدشده و عرضه‌شده را خریداری کرده و با مصرف آن از زیرمجموعه برنج منتفع می‌شوند.



شکل ۱: مدل بازار برنج در حالت خوداستقلال کامل

ب: زیرمجموعه تولید برنج، برنج را با نرخ P_c و به مقدار q_q به میزان ناحیه A از مصرف‌کنندگان دریافت کرده و در قبال آن کلیه برنج تولیدکرده خویش را در اختیار مصرف‌کنندگان قرار می‌دهند. از ناحیه A، نظام توزیع منطقه M را به عنوان اجرت تبدیل، فراوری، بازاریابی، حمل‌ونقل و خرده‌فروشی و سایر عملیات بازاریابی دریافت و ناحیه (A-M) به طور مستقیم در اختیار تولیدکنندگان برنج قرار می‌گیرد. بخش بازرگانی داخلی مربوط به برنج به تبع میزان خدماتی که به تولیدکننده و مصرف‌کننده برنج ارائه می‌کند و به تبع نوع بازار خدمات بازرگانی، که اکثراً به دلیل ماهیت تعادلی بازار برنج از سلامت کافی برخوردار است منافع و اجرت لازم را که در کل در حد M است دریافت می‌کند. M هزینه‌ای است که اکثراً به مصرف‌کنندگان برنج منتقل می‌شود مگر آن قسمت از هزینه‌های بازاریابی در حد ناحیه (a) زیر منحنی عرضه که توسط تولیدکنندگان پرداخت می‌شود.

ج: دولت در این نوع بازارها به طور معمول دولتها هیچگونه دخالتی ندارند، چراکه مکانیسم

نقش و اهمیت اقتصادی برنج ...

طبیعی بازار مطابق آرمانهای سیاسی و اقتصادی دولت عمل می‌کند. بنابراین در چنین بازارهایی دولتها صاحب درآمد و صاحب هزینه‌هایی نیستند. این نوع بازارها از نکته نظرات سیاسی و اقتصادی برای دولت ایده‌آل است. بازار با مکانیسم آرمانی زمینه‌ای برای دخالت دولت فراهم نکرده است.

۵. بازار برنج با حالت تأمین کمبود از منشاء واردات خارج از کشور:

در این نوع بازار دولت به لحاظ ارزیابی‌هایی که از کمبود برنج در بازار داخلی به عمل می‌آورد و نیز به لحاظ سنجش آثار آن که در نهایت منفی پیشبینی می‌شود در جناح عرضه وارد بازار برنج می‌شود. برنج مورد نیاز مصرف‌کنندگان نه تنها از طرف تولیدکنندگان داخلی بلکه قسمتی از آن از طرف تولیدکنندگان خارج از کشور و به طریق نظام بازرگانی دولتی تأمین می‌شود. این مدل بازار از بعد از انقلاب اسلامی در ایران رایج بوده است. مصرف‌کنندگان برنج، برنج را به صورت دو قیمتی تهیه و مصرف می‌کنند.

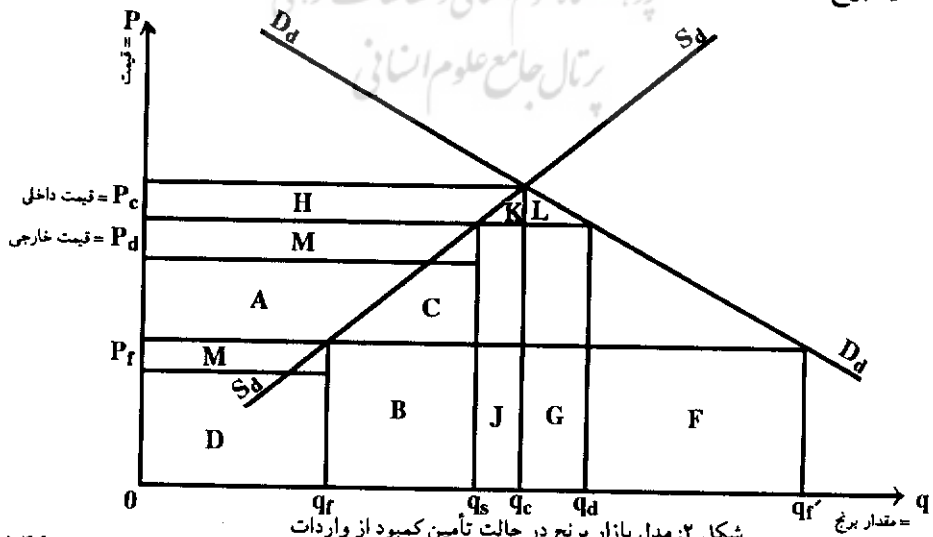
مدل این بازار به شکل ۲ (زیر) است. آثار و نتایج چنین نوع از بازار برنج نیز گوناگون، اما

در مجموع به شرح و مختصات زیر قابل ارائه است:

الف: مصرف‌کنندگان برنج را با نرخ P_H و به مقدار q_H که مساوی با $(oq_d - oq_f)$ است از تولید

داخلی و با نرخ P_F و به مقدار q_F از برنج خارجی و با پرداخت نواحی A, B, C کلیه برنج تولید داخلی

و D کلیه برنج وارد شده و عرضه شده را خریداری کرده و از مصرف برنج متافع می‌شوند.



شکل ۲: مدل بازار برنج در حالت تأمین کمبود از واردات

ب: زیرمجموعه تولید برنج: در این مدل زیرمجموعه تولید برنج دوگانه است. زیرمجموعه داخلی برنج را با نرخ P_d و به مقدار $q_d - q_f$ به مصرف‌کننده تحویل و در قبال آن پول و دیگر وسایل پرداخت را به میزان نواحی A, B, C را دریافت می‌کنند. از مجموعه این نواحی نظام توزیع برنج داخلی منطقه M را به عنوان اجرت تبدیل، فراوری، بازاریابی، حمل‌ونقل و خرده‌فروشی و سایر عملیات بازاریابی دریافت و ناحیه (A-M) به طور مستقیم در اختیار تولیدکنندگان داخلی برنج قرار می‌گیرد. بخش بازرگانی داخلی مربوط به برنج به تبع نوع بازار خدمات بازرگانی منافع و اجرت لازم را می‌گیرد.

زیرمجموعه خارجی برنج را با نرخ P_f و به مقدار q_f از طریق نظام بازرگانی خارجی به مصرف‌کنندگان داخلی تحویل می‌دهد. در این سطح از نرخ برنج مصرف‌کننده آماده مصرف در حد q_f است ولی به لحاظ محدودیت اعمالی از طرف نظام بازرگانی دولتی فقط q_f میزان از برنج خارجی توسط مصرف‌کننده داخلی مصرف می‌شود. در قبال این حد از واردات برنج تولیدکننده خارجی ناحیه D را دریافت می‌کند. از مجموعه این ناحیه نظام توزیع برنج داخلی منطقه M را به عنوان اجرت بازاریابی از تولیدکنندگان خارجی برنج دریافت می‌کند.

ج: دولت: در این نوع بازار حساسترین نقش مربوط به دولت است. چرا که اگر برای تأمین نیازهای مصرف‌کننده از برنج با احتیاط و تدابیر لازم سیاستگذارهای اصولی طراحی نشود، تولید داخلی ضربه دیده، مصرف رشد بی‌رویه پیدا کرده و بار ارزی بزرگی را به دوش دولت درست می‌کند. به عبارت دیگر نقش عمده دولت تنظیم نواحی A, B, C, D, F, G, J به همدیگر است، C, B, A مجموعه دریافتی زیرمجموعه برنج کشور، D دریافتی زیرمجموعه خارجی برنج، F مقادیر رفاهی است که مصرف‌کننده داخلی از طریق عدم مصرف برنج خارجی از دست می‌دهد. G ناحیه از دست رفته از حوزه منافع مصرف‌کننده به لحاظ تأثیر کاهش واردات برنج در نرخ داخلی است که در دوره‌های بعدی تولید این نواحی مصادیق ضربه از تولید داخلی از قبل واردات برنج است. دولت با مکانیسمها و ادوات سیاستگذاری متعددی اعمال سیاست می‌کند. اگر این مجموعه سیاستها با نظام اداری عملی گردد دولت متحمل هزینه و نیز اگر، یارانه واردات (در شق ارز و پول خارجی ارزانتر یا یارانه ریالی پرداختی) همراه باشد دولت متحمل هزینه و اگر همگام با

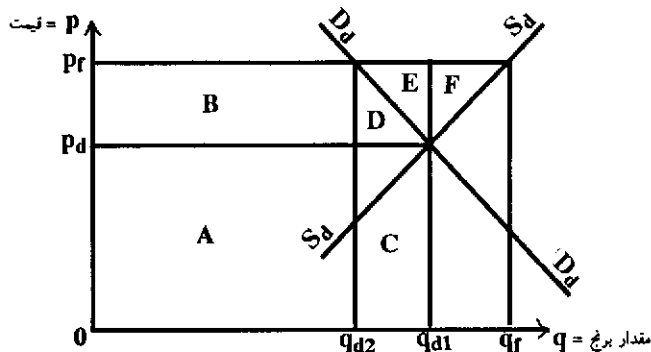
نقش و اهمیت اقتصادی برنج ...

مالیات باشد دولت دارای درآمد خواهد بود. موارد اتفاق افتاده در ایران به طور معمول برای دولت هزینه‌زا بوده است.

در مجموع این مدل بازار به نفع مصرف‌کننده داخلی و تولیدکننده خارجی است و به ضرر تولیدکننده داخلی بوده و دولت در اجرای این سیاست از طرق گوناگون متحمل هزینه می‌شود. آثار این نوع بازار برنج ضربه به تولید داخلی زده و کاهش انگیزه‌ای تولید در بین تولیدکنندگان داخلی را موجب می‌شود که اجرای درازمدت این مدل بازار به طور کامل خطرناک است. بی‌انگیزگی مولدین داخلی فشار به منابع ارزی ملی می‌آورد و این منافع که به یقین نامحدود نیست و دارای گزینه‌های مصرفی متعددی است. تخصیص ارز به مصرف برنج موجب کاهش ارزش در سرمایه‌گذارهای اساسی و مهم ملی می‌شود. نقش بخش بازرگانی تابعی از جوکاری آماده‌شده از طرف دولت برای این بخش است. در نهایت ممکن است نقش تعدیل‌کننده و تنظیم‌کننده و یا برعکس نقش مخرب بازی کند.

۶. بازار برنج با حالت اجازه به صدور یا چشم‌پوشی از قاچاق برنج داخلی به خارج از کشور: در این نوع بازار عرضه داخلی برنج با دو تیپ مصرف‌کننده است. مصرف‌کننده داخلی و مصرف‌کننده خارجی و کلیه برنج تولیدشده توسط مصرف‌کننده داخلی و بخشی از آن توسط مصرف‌کننده خارجی به مصرف می‌رسد.

این نوع برنج به صورت مقطعی در دو سال اخیر در کشور تجربه شد و مدل این نوع بازار به ترتیب شکل ۳ زیر است. آثار این مدل از بازارهای متعدد برنج در جای دیگر به طور مشروح تحلیل شده است اما به طور خلاصه آثار آن در رفاه مصرف‌کننده داخلی، دریافتهای مولدین داخلی و بخش بازرگانی و دولت به شرح زیر است:



الف: مصرف‌کنندگان: با عنایت به موارد زیر آثار ورود به بازرگانی خارجی برنج در این حالت از دست دادن رفاه از طرف مصرف‌کنندگان داخلی برنج در قالب کاهش مصرف برنج، افزایش قیمت برنج در بازارهای داخلی و مراجعه به سایر منابع برنج و مواد غذایی خواهد بود، به شرح زیر:

۱. کل پرداختهای مصرف‌کنندگان داخلی برنج در حالت قبل از ورود به صدور برنج: (مانند

$$P_d * q_{d1} = A + C \quad \text{مدل یک سابق)}$$

۲. کل پرداختهای مصرف‌کنندگان داخلی برنج در حالت بعد از ورود به صدور برنج:

$$P_f * q_{d2} = A + B - C$$

۳. خالص کاهش منافع مصرف‌کنندگان داخلی: $B > C$ $(P_d * q_{d1}) - (P_f * q_{d2}) = B - C$

ناحیه B حاصل اضافه نرخی است که برای محصول مصرف‌شده در داخل پرداخت می‌شود. ناحیه C حاصل صرفه‌جویی در مصرفی از برنج داخلی است که به دلیل افزایش قیمت آن، مورد مصرف قرار نمی‌گیرد. با عنایت به اینکه میزان B از C بزرگتر است، مصرف‌کننده داخلی با ورود زیر مجموعه برنج به بازرگانی خارجی رفاه از دست می‌دهد.

ب: تولیدکنندگان: براساس مدل بازار فوق و با عنایت به موارد زیر آثار ورود به بازرگانی خارجی برنج برای تولیدکنندگان داخلی در قالب فروش با نرخهای بالا که بخشی از این از منابع داخلی و بخش دیگر از منابع خارجی است افزایش منافع و بهره‌مندی است که مشروح آن به شرح زیر است:

۱. کل دریافتهای تولیدکنندگان داخلی برنج در حالت قبل از ورود به صدور برنج: (مانند مدل

$$P_d * q_{d1} = A + C \quad \text{یک سابق)}$$

۲. کل دریافتهای تولیدکنندگان داخلی برنج در حالت بعد از ورود به صدور برنج:

$$P_f * q_{d1} = A + B + C + D + E + F$$

۳. خالص افزایش دریافتهای تولیدکنندگان داخلی برنج:

$$(P_f * q_{d1}) - (P_d * q_{d1}) = B + D + E + F$$

ناحیه B مصرف‌کننده داخلی، D، از چشم‌پوشی مصرف‌کننده داخلی از مصرف برنج در نرخ

نقش و اهمیت اقتصادی برنج ...

بالای جدید است که از طریق مصرف‌کننده خارجی نصیب تولیدکننده (عرضه‌کننده) داخلی برنج می‌شود. E، حاصل ورود به بازار مصرف‌کننده جدید خارجی است که از طرف مصرف‌کننده خارجی عاید تولیدکننده داخلی می‌شود و بالاخره ناحیه F درآمدی است که تولیدکنندگان داخلی در صورت توان تنظیم سریع تولید برنج به نیاز بازار به دست خواهند آورد. چون این عمل از طریق تولید در کوتاهمدت میسر نیست این درآمد برای سال جاری جزء از طریق تقلبهای متعدد از قبیل فروش برنجهای خارجی به نام برنج ایرانی از طرق گوناگون قابل حصول نیست. بدین ترتیب با ورود به بازرگانی خارجی برنج عرضه‌کننده داخلی برنج از جمله بهره‌مندان عمده است.

خالص آثار ورود به بازرگانی برنج برای اقتصاد ملی در سومین مدل بازار از مطالعه تطبیقی بندهای الف و ب فوق روشن می‌شود. اقتصاد ملی به اندازه نواحی F, E, D, C از اقتصادپذیرنده محصول برنج ایران عایدی دریافت می‌کند. بخش بازرگانی داخلی و بخش بازرگانی خارجی به تبع خدماتی که به تولیدکنندگان برنج، به مصرف‌کنندگان داخلی و خارجی ارائه می‌دهد مزایای مربوط به خویش را دریافت می‌کند که در این قسمت پیچیدگیهای متعددی وجود دارد. اما آثار و نمودهای دریافتیهای گوناگون از مصرف‌کنندگان داخلی و خارجی به تولیدکنندگان داخلی و به بخش بازرگانی چیست؟ پاسخ این سؤال مهم و اساسی تحت عنوان نمودهای اقتصادی، اجتماعی و سیاسی از تحولات بوجود آمده از مدل سوم بازار و با مباحثی در رابطه با نمودهای اقتصادی - اجتماعی و سیاسی کاهش رفاه مصرف‌کنندگان داخلی؛ نمودهای اقتصادی، اجتماعی و سیاسی افزایش بهره‌مندی تولیدکنندگان داخلی و بالاخره مطالعه تطبیقی این نمودها در جای دیگر به طور مشروح بحث شده است و در این جا جهت جلوگیری از طولانی شدن مقاله تکرار نمی‌شود.

ج. دولت: در این نوع بازار ینز حساسترین نقش مربوط به دولت است، چرا که دولت بر سر دوراهی ارزآوری صادرات برنج که مورد نیاز ملی است و تأمین برنج مورد نیاز مصرف‌کننده داخلی که عدم تأمین آن نمودهای حساس سیاسی و اجتماعی دارد حد اعتدال مطلوبی را انتخاب کند. چشم‌پوشی از ارزآوری صادرات برنج بخصوص در جو فعالیتی کمبود ارز مسئله ساده‌ای نیست. از طرف دیگر تحمل بعضی نمودهای سیاسی نیز راحت نخواهد بود.

جمع‌بندی: متأسفانه به لحاظ جلوگیری از طولانی شدن مقاله، فرصت کامل به تحلیل مطلوب

تمام انواع بازارها در این مقاله دست نداد، اما به اختصار دیده شد نگرش متخصصان اقتصادی برنج در مواجهه با انواع بازارها متفاوت است در نگرش ملی - داخلی به اقتصاد ملی مطلوبترین بازار به ایفای نقشهای اقتصاد داخلی برنج در راستای تأمین غذا و مواد اولیه و تأمین سرمایه و ... بازارهای تعادلی و رقابتی است. مطلوبترین بازار به ایفای نقش کسب ارز بازارهای تعادلی رقابتی با صادرات بازار برنج است (که برای این نوع بازار در مقاله فرصت تحلیل دست نداد) اما دیگر انواع بازارها به نوعی که در مقاله تحلیل شد، یا موجب ضربه به تولید داخلی برنج و یا موجب نارضایتی تراشیهایی بی مورد بین مصرف کنندگان داخلی می شود. بدین ترتیب نقشهای اقتصادی برنج در مواجهه با این نوع بازارها کم رنگتر و بعضی مواقع نامطلوبتر می شود. مطلوبترین بازار برای ایفای نقشهای مطلوب برنج در اقتصاد ملی، بازارهای تعادلی و رقابتی است.

لازمه نیل به چنین بازاریابی تنظیم تولید برنج به مصرف آن به صورت طبیعی است که این آرمان از طریق شتابدهی مطلوب به تولید برنج و کنترل فرم، مطلوب و بی سروصدا در مصرف آن است که با توجه به محدودیتهایی که در رابطه با عواملی از قبیل زمین، آب، بذر، تکنولوژی در جناح تولید برنج پیشبینی می شود و نیز روندی از رشد جمعیت و درآمد و تغییرات تدریجی و خزنده در کیش و کردارهای مصرفی مصرف کنندگان ایرانی برنج تا سالهای دراز آینده دیده می شود، این مطلوب (بازاریابی تعادلی) تا سالهای آینده که در پیش است دسترسی به آن مشکل خواهد بود. در این جاست که نقش دولت در تعدیل و تنظیم بازارهای برنج با شرط ایفای نقشهای پیشگفته با مطلوبیت کامل از زیرمجموعه برنج در اقتصاد ملی به طور کامل حساس و در مواردی حیاتی خواهد بود.

اما این نقش اعتدالی دولت در چنین مدل از بازار چگونه میسر خواهد بود. پیشنهادات زیرین برای تنظیم اصولی سیاست تولید و بازرگانی برنج که از یک نگرش چکیده بازارهای سه گانه بررسی شده در این مقاله است مهم به نظر می رسد:

۱. بر مبنای مدل های موجود در این مقاله از کردار مصرفی برنج کشور با عوامل تشکیل دهنده

آن بر مبنای یک پژوهش سیستمی و اصولی باید شناخت پیدا کرد.

نقش و اهمیت اقتصادی برنج ...

۲. همینطور، بر مبنای مدلهای موجود در این مقاله از کردارهای تولیدی برنج کشور با عوامل تشکیل دهنده آن بر مبنای یک تحقیق سیستمی باید شناخت پیدا کرد.
۳. پتانسیلهای بخش بازرگانی مربوط به برنج در شق داخلی و خارجی آن را نیز بایستی بر مبنای یک برنامه تحقیقاتی جامع شناخت.
۴. بر مبنای موارد سه گانه فوق بنیان استفاده از روشهای پیشبینی از طریق توسل به مدلهای اقتصادسنجی را طراحی کرد.
۵. از وضعیت سوئیس، مصرف، بازرگانی، قیمت برنج در بازارهای عمده برنج دنیا بایستی اطلاعاتی جامع و پویا در دسترس داشت.
۶. از روشها، ابزار و ادوات سیاستگذاری و نیز از آثار و تبعات هر کدام از روشها و ابزار آشنایی کافی پیدا کرد و همینطور از موارد استفاده هر کدام اطلاع کافی به دست آورد.
۷. طراحی و اجرای سیاستگذاری برای برنج را بر مبنای مدلهای پیشبینی از مصرف، عرضه ملی و با استفاده از اطلاعات مفید از تولید و مصرف و قیمت بین المللی بایستی به نحوی انجام داد که نخست بازارهای داخلی برنج توان تنظیم و تعدیل را پیدا کند، دوم از پتانسیلهای واردات و یا صادرات خارج از کشور به نحو مطلوب استفاده شود و سوم هر کدام از بخشها و زیربخشهای اقتصادی از جمله بخش بازرگانی، بازدههای عادلانه، معقول و مطلوب خویش را دریافت دارد. به یقین اجرای این پیشنهادات آن طور که باید سهل و ساده و سریع نخواهد بود. ولی اگر ارقام ضررهای اقتصادی حاصل از سیاستهای انفعالی را مرور کرده و آیندهای را در نظر داشته باشیم که محدودیت نسبی محصولات غذایی بالاتر، قیمتها شکننده تر، محدودیتهای ارزی بیشتر، نیازهای غذایی بالنده تر خواهد بود، نقش و اهمیت اجرای این پیشنهادات بیشتر روشن خواهد بود. بخصوص در جو پیچیده‌ای که از طریق اجرای موافقتنامه عمومی تعرفه و تجارت (GATT) در چند سال آینده بوجود خواهد آمد، حفظ منافع اقتصاد ملی در شقهای منافع مصرف کنندگان و تولیدکنندگان بدون توسل به یک نظام سیاستگذاری جامع که پیش نیاز آن مطالعات و تحقیقات به شرح فوق است میسر نخواهد بود.

منابع:

1. H. Peter Gray, (1979), "International Trade, Investment, and Payments" Houghton Mifflin Company, Boston, U.S.A. Pp 188-194.
2. H. Robert Heller, (1968), "International Trade Theory and Empirical Evidence" Prentice-Hall Inc., London, U.K., Pp1-7.
3. World Bank (1994), "World Development Report 1994" Infrastructure for Development, The International Bank for U.S.A., Pp 162-163.
4. G. Lancaster, R. Pearson, (1989) "Marketing Charles and Letts. Co., London, U.K.
5. L. Elliot, M. Christopher, (1973) "Research Methods in Marketing", Halt Rinehart Winston, London, U.K.
6. P. Kotler, (1980) "Marketing Management, Analysis, Planning & control", Prentice Hall International edition, New Jersey, U.S.A.
7. M. Capstick (1970)
"The Economics of Agriculture", George Allen & Irwin, London, U.K.
8. A. Silbertson (1970) "Survey of Applied Economics: price Behaviour of Firms" The Economic Journal, Vol. 80, pp 511-582.
۹. ابراهیم رزاقی، اقتصاد ایران، نشر نی (تهران: نشر نی، ۱۳۶۸) ص ۲۶۳-۳۶۰.
۱۰. رسول محمد رضائی، مسائل جاری بازاریابی زعفران در بازارهای بین‌المللی (گناباد: پژوهشکده خراسان، ۱۳۷۳).
۱۱. رسول محمد رضائی، نقش بازاریابی در توسعه صادرات مرکبات ایران (بایلسر: دانشگاه مازندران، ۱۳۷۳).
۱۲. رسول محمد رضائی، مسائل بازرگانی بین‌المللی سیب ایران (ارومیه: دانشگاه ارومیه، ۱۳۷۳).
۱۳. رسول محمد رضائی، طراحی سیاستگذاری برای بازرگانی انار ایران (ساوه: معاونت میوه‌های گرمسیری، ۱۳۷۳).
۱۴. مرکز پژوهش‌های بازرگانی، «دفتر اطلاع‌رسانی».
۱۵. رسول محمد رضائی، نقش و اهمیت بخش کشاورزی در توسعه اقتصادی (تبریز: سمینار آذربایجان و توسعه دانشگاه تبریز: ۱۳۷۲).
۱۶. رسول محمد رضائی، نقش و اهمیت بازرگانی بین‌المللی برنج در توسعه اقتصاد ملی (رشت: سمینار شناخت استعدادهای بازرگانی - اقتصادی استان گیلان: ۱۳۷۲) مجموعه مقالات، صفحه ۱۲۶-۱۳۴.
۱۷. فصلنامه اقتصاد کشاورزی و توسعه. سال سوم، شماره ۱۰ - تابستان ۷۴.