

بررسی مزیت نسبی صادرات محصولات کشاورزی (مطالعه موردی استان اصفهان)^۱

نعمت الله اکبری*، عباس عصارى** و سید ابوالقاسم مرتضوی**

* گروه اقتصاد دانشگاه اصفهان

** گروه اقتصاد دانشگاه تربیت مدرس

چکیده

ارزش افزوده بخش کشاورزی در کشور همواره سهم قابل توجهی از تولید ناخالص داخلی را به خود اختصاص داده است، از اینرو بررسی مزیت نسبی صادرات محصولات این بخش ضروری به نظر می‌رسد. با توجه به موقعیت اقلیمی و جغرافیایی استان اصفهان و استعداد این منطقه در تولیدات محصولات کشاورزی، پژوهش حاضر بر آن است تا مزیت نسبی صادرات محصولات کشاورزی را در استان اصفهان مورد بررسی قرار داده و با استفاده از شاخص‌های مناسب مزیت نسبی مانند شاخص لیزنر و بالاسا به تحلیل مزیت نسبی محصولات کشاورزی استان اصفهان در مقایسه با کشور، خاور میانه و جهان پردازد. قلمرو زمانی در این مطالعه سالهای ۷۸ الی ۸۲ است. هدف اصلی این مقاله محاسبه مزیت نسبی صادرات محصولات کشاورزی استان و مقایسه آن با محصولات مشابه در کشور؛ منطقه خاور میانه و جهان می‌باشد.

نتایج محاسبات شاخص بالاسا در بررسی مزیت نسبی محصولات کشاورزی استان اصفهان نسبت به کشور، خاورمیانه و جهان نشان می‌دهد سیب درختی دارای بیشترین مزیت نسبی در بین سایر محصولات می‌باشد و پس از آن به ترتیب تنباکو، سبزی‌های منجمد، سیر، گلرنگ، عسل، زردآلو، بادام و گوجه فرنگی دارای مزیت نسبی می‌باشد.

واژه‌های کلیدی: مزیت نسبی، محصولات کشاورزی، شاخص لیزنر، شاخص بالاسا.

۱- این مقاله از طرح تحقیقاتی ۱۰۲ که توسط دانشگاه اصفهان و اداره بازرگانی حمایت شده استخراج گردیده است

Investigating the Comparative Advantage of Agricultural Exports: the Case of Isfahan Province

N.Akbari*, A.Assari** and S.A.Mortazavi**
*Economics Department, the University of Isfahan
**Economics Department, Tarbiat Moddares University

Abstract

The added value of the agricultural products has a high share in Iran's GDP. It is thus necessary to identify the comparative advantages of various products of this section. Due to the particular climate and geographical potentials of Isfahan province in agriculture, this paper employs Balasa and Liesner indexes to measure the revealed comparative advantages of agricultural exports in order to find out the agricultural potentials of Isfahan province compared to other Iranian provinces and to other countries around the world. The results attained in a period of 1999-2003 indicate that apple has the highest value of revealed comparative advantage among other provinces of the country, Middle East and other countries of the world. There is also comparative advantage for Isfahan Province in tobacco, frozen vegetables, garlic, honey, apricot, almond and tomato.

Keywords: Comparative Advantage, Agricultural Products, Liesner and Balasa Indexes, Isfahan Province

دارا باشند امرى ضرورى به نظر مى رسد. به دليل تنوع شرايط اقليمى و جغرافيايى کشور و امکان توليد انواع محصولات کشاورزى در نقاط گوناگون باعث شده تا اين بخش به عنوان يکى از مهمترين بخش هاى اقتصادى کشور مطرح گردد و محصولات کشاورزى و صادرات آن بيش از هر زمان ديگرى مورد توجه قرار گيرد. شناسايى مزيت هاى نسبى هر منطقه در واقع راههاى استفاده بهتر از امکانات موجود را فراهم مى سازد و با تحقق اين امر، توسعه منطقه و به تبع آن کشور، تسريع مى گردد.

هدف اين پژوهش بررسى مزيت نسبى صادرات محصولات کشاورزى در استان اصفهان است و اين که استان اصفهان در چه محصولات کشاورزى داراى مزيت است.

مقدمه

از آنجاى که در سال هاى اخير بحث توسعه و صادرات غيرنفتى به دليل رکود بازارهاى نفتى و آثار سويى که صادرات تک محصولى بر اقتصاد کشور تحميل کرده است، به شدت مورد توجه واقع شده است، بنا بر اين انتخاب اين سياست مستلزم بررسى و شناسايى مزيت هاى نسبى کشور در توليدات محصولات مختلف، تقويت اين مزيت ها و سپس صدور اين محصولات به کشورهاى ديگر است.

با توجه به جاىگاه بخش کشاورزى در توسعه اقتصادى کشورها به ويژه کشورهاى در حال توسعه جا دارد که دولت در برنامه ريزى هاى خود به بخش کشاورزى و فرآورده هاى کشاورزى اهميت بيشترى مبذول دارد. به همين منظور در راستاى سياست افزايش صادرات غيرنفتى شناخت محصولات و کالاهاى توليدى کشور که شرايط لازم از نظر نفوذ در بازارهاى جهانى را

۱- مروری بر مطالعات صورت گرفته در زمینه مزیت نسبی

۱-۱- مطالعات داخلی

یکی از مطالعات داخلی صورت گرفته در این زمینه، بررسی و تعیین مزیت نسبی محصولات زراعی در استان فارس است. محققین در این تحقیق برای تعیین مزیت نسبی از دو معیار هزینه منابع داخلی (DRC) و نسبت هزینه به منفعت اجتماعی (SCB) استفاده نموده‌اند. از معیارهای مذکور برای ۱۸ محصول زراعی شامل گندم دیم، جو دیم، گندم آبی، جو آبی، ذرت دانه‌ای، نخود آبی، نخود دیم، عدس آبی، عدس دیم، آفتابگردان، چغندر قند، هندوانه، خیار، سیب زمینی، پیاز، گوجه فرنگی، لوبیا و شلتوک محصولات مورد بررسی چهار محصول گندم دیم، جو دیم، چغندر قند و آفتابگردان در نرخ برابری نسبی ارز دارای مزیت نسبی نبوده و گوجه فرنگی بالاترین مزیت نسبی را به خود اختصاص داده است و خیار، سیب زمینی و عدس آبی در مراحل بعدی قرار دارند. به طور کلی، محاسبات نشان می‌دهد که تعداد زیادی از محصولات زراعی استان فارس دارای مزیت نسبی می‌باشند که این موضوع، پتانسیل بالای استان فارس در تولید محصولات زراعی را نشان می‌دهد (نجفی و میرزایی، ۱۳۸۲).

از دیگر مطالعات می‌توان به مطالعه بررسی مزیت نسبی محصولات کشاورزی منتخب اشاره نمود که توسط مؤسسه پژوهش‌های برنامه‌ریزی و اقتصاد کشاورزی در قالب یک کتاب منتشر شده است. این مطالعه در پی برآورد شاخص‌های مزیت نسبی و حمایتی از محصولات

کشاورزی منتخب بر اساس نگرش توسعه صادرات است. بیشتر مطالعات دیگر مزیت نسبی را با نگرش جایگزینی واردات مورد مطالعه قرار داده‌اند، بنحوی که رقابت پذیری محصولات تولید داخل با مشابه خارجی در بازار داخلی بررسی گردیده است. اما در این مطالعه نگرش توسعه صادرات و رقابت پذیری محصولات داخلی در بازارهای مقصد خارجی بررسی و مطالعه شده‌اند محاسبه شاخص‌های مزیت نسبی نشان می‌دهد که به غیر از چای و خرما، تولید تمام محصولات به قیمت‌های بازار برای زارع یا باغدار سودآور است اما با قیمت‌های سایه‌ای، سود باغدار و زارع در تمام محصولات کاهش یافته یا منفی شده است (موسسه پژوهش‌های برنامه‌ریزی و اقتصاد کشاورزی، ۱۳۸۲).

در مطالعه‌ای تحت عنوان «ارزیابی مزیت نسبی تولید و صادرات نخود در ایران (مطالعه موردی استان کرمانشاه)»، مزیت نسبی محصول نخود دیم برای سال زراعی منتهی به سال ۱۳۷۸ مورد بررسی قرار گرفته است. نخود از جمله محصولاتی است که سطح زیر کشت و میزان تولید آن از افزایش چشمگیری برخوردار بوده است. بنحوی که با وجود عدم حمایت دولت و وجود برخی مخالفت‌ها در جریان کشت توانسته است ایران را در زمره کشورهای عمده تولید کننده و صادر کننده این محصول قرار دهد. شرایط آب و هوایی استان کرمانشاه موقعیت ویژه‌ای را برای تولید انواع حبوبات از جمله نخود بوجود آورده است.

نوحی تهرانی (۱۳۷۶)، در پایان نامه کارشناسی ارشد خود با عنوان «مزیت نسبی محصولات کشاورزی

(۱۳۶۸) اشاره کرد که در آن مزیت نسبی کشور در صادرات پنبه محاسبه شده است. روش مورد بررسی این مطالعه، روش هزینه منابع داخلی (DRC) است (یوسف زاده، ۱۳۷۸).

پیرا سته و کریمی (۱۳۸۴) در مقاله ای با عنوان بررسی مزیت‌های نسبی محصولات زراعی در استان اصفهان با به کارگیری روش ضرایب مکانی (LQ)، توانمندی‌های تولیدی محصولات زراعی در استان اصفهان را ارزیابی نموده است.

نتایج این تحقیق نشان می‌دهد که کشت دیم محصولات زراعی در استان اصفهان هیچ گونه مزیت نسبی ندارد و تنها کشت آبی برخی از محصولات زراعی، مانند حبوبات، دارای مزیت نسبی است، لذا توسعه و بهزراعی کشت این محصولات نتایج مثبتی برای اقتصاد ملی و منطقه ای به همراه خواهد داشت.

فرقانی و کیانی (۱۳۸۴) مزیت نسبی زیره سبز ایران در مقایسه با گروه کشورهای منتخب را مورد مطالعه قرار داده، این تحقیق با استفاده از محاسبه شاخص مزیت نسبی آشکار شده (RCA) در صدد تعیین جایگاه ایران در صادرات زیره سبز و رتبه آن در بین کشورهای عمده صادر کننده این محصول است. به همین منظور اطلاعات مربوط به صادرات زیره سبز ایران و چند کشور منتخب که بیشترین صادرات این محصول را به خود اختصاص داده اند در سال های ۱۹۹۷ - ۲۰۰۰ میلادی جمع آوری گردیده و سپس شاخص RCA برای این سالها به تفکیک هر کشور محاسبه و رتبه ایران در سال های مزبور تعیین شده است.

ایران در مقایسه با گروه کشورهای منتخب» به محاسبه و بررسی مزیت‌های نسبی محصولات کشاورزی ایران طی سال‌های برنامه اول توسعه ۷۲-۱۳۶۸ (معادل ۹۳-۱۹۸۹ میلادی) پرداخته است. وی در این محاسبه، مبنا را بر ارزش صادرات این نوع محصولات قرار داده است. به عبارت دیگر محصولاتی مورد بررسی قرار گرفته‌اند که میزان ارزش صادراتی آنها در حدی باشد که بتوان آنها را در مقایسه‌ای بین المللی قرار داد. به این منظور، هر یک از زیر بخش‌های زراعت و باغداری؛ دام و طیور؛ شیلات و آبزیان و جنگل و مرتع در نظر گرفته شده و در هر یک از این زیر بخش‌ها، اقلام مهم صادراتی کشور تعیین شده‌اند.

مطالعه دیگر، بررسی مقاری (۱۳۶۸) تحت عنوان «بررسی کمی مزیت نسبی در کالاهای صادراتی ایران» است. در این بررسی، عوامل مؤثر بر مزیت نسبی کالاهای صادراتی بویژه پسته و بادام مورد بررسی قرار گرفته است. به این منظور، از مدل‌های اقتصاد سنجی و از دو نوع تابع کاب- داگلاس و CES استفاده شده است. به عبارت دیگر دو عامل سرمایه‌بری و کاربری محصولات از جمله عوامل مهم و تعیین کننده مزیت نسبی در نظر گرفته شده است ولی در نهایت به دلیل نیافتن اطلاعات و آمار مناسب، تنها متغیر زمان، متغیر مجازی و چند متغیر دیگر مورد آزمون قرار گرفته و از آنها به عنوان عوامل تعیین کننده مزیت نسبی یاد شده است (یوسف‌زاده، ۱۳۷۸).

از جمله دیگر مطالعات داخلی در زمینه محاسبه مزیت نسبی محصولات در ایران می‌توان به مطالعه امینی

آن طی دوره یاد شده در میان این کشورها بیشترین تغییر را داشته است.

نوری (۱۳۸۱) برای استان گیلان و مازنداران مزیت نسبی تولید گروههای عمده برنج را محاسبه کرده اند. در این مطالعه مزیت نسبی گروه های عمده برنج (برنج دانه بلند مرغوب، برنج دانه بلند پر محصول، برنج دامنه متوسط مرغوب و برنج دانه کوتاه) در استان های گیلان و مازندران طی سالهای ۱۳۷۳ - ۷۹ و بر اساس آمار و اطلاعات طرح هزینه تولید وزارت جهاد کشاورزی بررسی گردیده است. در این تحقیق از شاخص هزینه منابع داخلی بهره گرفته و نتایج تحقیق نشان می دهد که طی دوره ۱۳۷۳ - ۷۹ به طور متوسط درصد بهره برداران دارای مزیت نسبی برای گروه های برنج دانه بلند مرغوب، دانه بلند پر محصول، دانه متوسط مرغوب و دانه کوتاه در استان مازندران به ترتیب برابر ۹،۱، ۴۶،۷، ۳۰،۰ و ۶۶،۴ و در استان گیلان به ترتیب معادل ۴،۳، ۱۹،۷، ۴،۰ و ۸،۱ بوده است. با ملاحظه این اعداد می توان دریافت که درصد بیشتری از بهره برداران استان مازندران در مقایسه با بهره برداران استان گیلان از مزیت نسبی برخوردارند.

سلیمی فر و میرزایی خلیل آبادی (۱۳۸۱) مزیت نسبی ایران را در تولید و صادرات پسته در مقاله ای با همین عنوان محاسبه کرده اند؛ هدف اصلی مقاله بررسی این موضوع است که آیا ایران در تولید و صادرات پسته از مزیت نسبی برخوردار است؟ به این منظور از شاخصهای هزینه منابع داخلی (DRC) و مزیت نسبی آشکار (RCA) استفاده شده است. به کارگیری این

رباسی، کریم کشته و هاشمی (۱۳۸۴) مزیت نسبی تولید پنبه آبی در استان گلستان را مورد مطالعه قرار داده اند، استان گلستان با عملکرد بالاتر از متوسط جهانی (۲،۵ درصد بالاتر) در تولید پنبه یکی از عمده ترین مناطق تولید این محصول در کشور به شمار می آید. از آنجا که سیاستهای حاکم بر بازرگانی و قیمت گذاری این محصول در دو دهه اخیر نسبت به دیگر محصولات این منطقه بر تولید و سطح زیر کشت آن بیشتر تاثیرگذار بوده است و همچنین به دلیل مساعد بودن اقلیم این استان در تولید اغلب محصولات کشاورزی، بحث تخصیص منابع به محصولات مختلف مطرح می باشد، لذا بررسی وجود مزیت نسبی تولید پنبه در این منطقه اهمیت ویژه ای دارد. بر این اساس، در تحقیق حاضر با به کارگیری آمار مقطعی سال زراعی ۱۳۸۰-۸۱ به بررسی مزیت نسبی تولید این محصول با استفاده از شاخص هزینه منابع داخلی پرداخته شده است. نتایج حاکی از وجود مزیت نسبی است.

عابدین و عسگری (۱۳۸۴) مزیتهای نسبی و اولویت بندی بازارهای هدف عسل صادراتی را ارزیابی کرده اند. هدف از این مطالعه، بررسی مزیت نسبی ایران و کشورهای جهان در تجارت عسل است. نتایج بررسی ها نشان می دهد کشورهای برزیل، پرو، پاکستان، نپال، پرتغال در تولید عسل در سال ۲۰۰۳ از مزیت نسبی برخوردار بوده اند و مقدار شاخص آنها طی دوره ۱۹۸۴-۲۰۰۳ افزایشی و دارای بیشترین تغییر بوده است. ولی ایران در گروه کشورهای قرار داشته که در سال ۲۰۰۳ مزیت صادراتی نداشته اند، اما مقدار شاخص

محاسبه مزیت نسبی محصولات عمده کشاورزی کشور موزامبیک پرداخته است. در این مطالعه از شاخص‌های هزینه منابع داخلی (DRC)، سودآوری خالص اجتماعی (NSP) و روش نسبت هزینه به منفعت اجتماعی (SCB) استفاده شده است. محقق در این مطالعه، کشور موزامبیک را به سه منطقه شمالی، مرکزی و جنوبی تقسیم نموده و مزیت نسبی محصولات ذرت، پنبه، لوبیا، سیب زمینی، سورگم، پیاز و آفتاب گردان را به تفکیک سه منطقه محاسبه نموده است. نتایج این مطالعه نشان می‌دهد که کشور تقریباً "در همه محصولات مورد نظر دارای مزیت نسبی است به گونه‌ای که تولید ذرت در منطقه شمالی موزامبیک همراه با مزیت نسبی است و محصولاتی نظیر پنبه و آفتاب گردان در مناطق شمالی و مرکزی دارای مزیت نسبی است. از طرف دیگر، هر سه منطقه در تولید محصولاتی نظیر سیب زمینی، سورگم، لوبیا و پیاز مزیت نسبی دارند. همچنین نتایج این مطالعه نشان می‌دهد که مراکز بالقوه تولید محصولات عمده‌ای نظیر ذرت، سورگم و لوبیا در مناطق شمالی کشور واقع شده‌اند، در حالی که مراکز عمده مصرف این محصولات در جنوب کشور قرار دارند. از اینرو، امکان تجارت داخلی این محصولات در کشور وجود دارد به گونه‌ای که محصولات مذکور در شمال، تولید شده و به مناطق جنوبی صادر شود. و لیکن به دلیل بالا بودن هزینه‌های حمل و نقل و انبارداری، این امر امکان پذیر نیست. از این رو، اعمال سیاست‌هایی در زمینه بهبود زیرساختها ضروری است تا امکان جریان یافتن محصولات

شاخصها نشان می‌دهد که ایران در هر دو زمینه تولید و صادرات پسته از مزیت نسبی برخوردار است. اما با این حال با سه مشکل عمده روبه روست. در رابطه با تولید پسته، مشکل به بهره‌وری پایین عامل زمین بر می‌گردد به گونه‌ای که کشور از این بابت رتبه هفتم را در میان ده تولید کننده عمده جهان در سال ۲۰۰۰ داشته است. در زمینه صادرات پسته نیز می‌توان به وجود موانعی مانند ناکارایی بازار صادراتی و ساختار نامناسب (انحصار چند جانبه خرید) این بازار اشاره کرد.

۱-۲- مطالعات خارجی

پژوهشی با استفاده از ماتریس تحلیل سیاستی به بررسی مزیت نسبی حمایت از محصولات کشاورزی عمده چین برای سال‌های ۹۸-۱۹۹۲ پرداخته است. نتایج این تحقیق نشان می‌دهد که چین در محصولات کشاورزی کاربر، دارای مزیت نسبی و در محصولات زمین‌بر فاقد مزیت نسبی است و در میان محصولات، کشت سبزی‌های و میوه از لحاظ هزینه و فایده اجتماعی مناسب‌تر است.

همچنین یافته‌های تحقیق بیان می‌کند که سیاست خود کفایی در محصولات استراتژیک (غلات و حبوبات) باعث عدم کارایی می‌شود و در پایان پیش‌بینی می‌کند که شاید با ورود چین به سازمان تجارت جهانی در الگوی تولید و تجارت کشاورزی چین تغییراتی به وقوع بپیوندد (Fang, 1999).

مطالعه‌ای در سال ۲۰۰۰ با عنوان "تحلیل مزیت نسبی و تجارت محصولات کشاورزی در موزامبیک" به

کشورهای آفریقایی صادر کننده قهوه محاسبه نموده است. نتایج این بررسی نشان می‌دهد که کشورهای اوگاندا، اتیوپی و تانزانیا در تولید قهوه فاقد مزیت نسبی هستند که این امر به علت بالا بودن هزینه تولید عوامل داخلی بوده است (FAO, 1992). مطالعه دیگری به بررسی مزیت نسبی فیلیپین در تولید برنج که تولید آن در این کشور به شدت در حال افزایش می‌باشد، پرداخته است. در این بررسی شاخص DRC مورد استفاده قرار گرفته که نتایج تحقیق نشان دهنده مزیت نسبی فیلیپین در تولید برنج است (ثاقب، ۱۳۷۸).

در کشور کنیا مزیت نسبی سه طبقه وسیع از محصولات که همگی در مناطقی که دارای توانایی بالقوه بالا در کشاورزی بودند شامل حبوبات، محصولات صادراتی سنتی و محصولات باغی مورد بررسی قرار گرفته است. در این تحقیق DRC این محصولات، محاسبه شده و محصولات کشاورزی بر اساس ارزش ضریب شاخص مذکور رتبه بندی شده‌اند.

۲- مبانی نظری مزیت نسبی و شاخص‌های اندازه‌گیری آن

۱-۲ شاخص لیزنر^۲

برای محاسبه مزیت نسبی، روش‌ها و شاخص‌های گوناگونی به کار گرفته شده است و برخی از این روش‌ها و شاخص‌ها کاملاً بر پایه‌های نظری بنا شده است. اما از آنجا که این نظریه‌ها شاید بر اساس برخی از مفروضات غیر واقعی، مانند رقابتی عمل کردن بازارها استوار هستند، اقتصاددانان به اطلاعات بعد از مبادلات

کشاورزی از مناطق شمالی به جنوبی فراهم شود (Mucavele, 2000).

جان مین لی^۱ در سال ۱۹۹۵ با استفاده از شاخص‌های مزیت نسبی آشکار شده (RCA)، مزیت نسبی را در صنعت کره طی سال‌های ۱۹۶۵-۹۲ مورد بررسی قرار داده است. وی به این منظور از طبقه بندی گروه کالایی (کدهای SITC) در حد سه رقمی استفاده کرده است. نتایج این بررسی نشان می‌دهد که در سال ۱۹۶۵ که کره مراحل اولیه صنعتی شدن را طی نموده، محصولات صنایع سبک نظیر کالاهای چوبی، نساجی و پوشاک از مقدار شاخص RCA بالاتر از یک برخوردار است. محاسبه این شاخص برای سال‌های ۱۹۶۵-۹۲ گویای این واقعیت است که برخی از محصولاتی که در گروه صنایع سبک قرار می‌گیرند (نظیر پوشاک، نساجی، پافزار، کالاهای مسافرتی و کیف دستی) همچنان از مقدار RCA بالایی برخوردار بوده‌اند ولی رقابت پذیری آنها روند کاهنده‌ای را طی کرده است. از طرف دیگر، کره در صنایع سنگین و واسطه‌ای در فاصله سال‌های ۱۹۷۵-۸۰ دارای مزیت نسبی بوده و در این سال‌ها، رقابت پذیری صنایع مذکور، روند فزاینده‌ای را طی نموده است. لی در این مطالعه مزیت نسبی صنایع مختلف کره را بر اساس کدهای SITC سه رقمی در فاصله‌های ۱۹۶۵-۹۲ با یکدیگر مقایسه کرده و آنها را از این نظر رتبه‌بندی نموده است (یوسف‌زاده، ۱۳۷۸).

پژوهشی تحت عنوان، «مزیت نسبی در میان تولید کنندگان قهوه در آفریقا» شاخص DRC را در بین

بیانگر ارزش کل صادرات کالای a توسط هفت کشور ویژه اروپایی^۲ است (نوحی تهرانی، ۱۳۷۶).

با اندازه گیری این شاخص، ممکن است سه حالت مختلف روی دهد؛

وجود مزیت نسبی برای کشور انگلستان، در حالتی که $RCA_a^i > 1$ است.

عدم وجود مزیت نسبی برای کشور انگلستان، در حالتی که $RCA_a^i < 1$ است.

عدم وجود هر گونه برتری نسبی بین انگلستان و سایر کشورها، در حالتی که $RCA_a^i = 1$ است.

بدین ترتیب، این شاخص با وجود آن که یک ملاک و روش ساده برای محاسبه مزیت نسبی است، اما دارای معایبی در محاسبه است. از جمله اشکالات آن این است که این شاخص، صادرات انگلستان را تنها با یکی از کشورهای اروپایی مقایسه می کند. از طرف دیگر، در این مقایسه، سایر کالاهای صادراتی یا سایر صنایع انگلستان به حساب نیامده و تنها یک کالای خاص در نظر گرفته شده است. علاوه بر این، در این شاخص صادرات انگلستان تنها با یکی از کشورهای اروپایی مقایسه می شود. بنابراین چنین محاسبه‌ای، سهم نسبی صادرات انگلستان را در واقعیت نشان نداده است (یوسف زاده، ۱۳۷۸).

تجارت خارجی تکیه نموده و مزیت‌های نسبی را بر اساس این اطلاعات تعیین می کنند. با در نظر گرفتن این فرض منطقی که هر کشور کالایی را صادر می کند که نسبت به سایر کشورها بیشتر داشته باشد، می توان گفت که اگر آمار صادرات یک کشور در مورد کالا یا کالاهایی به طور نسبی از سایر کشورها بیشتر باشد نشان دهنده این است که این کشور در تولید و صدور آن کالا یا کالاها دارای مزیت نسبی است. به این شیوه محاسبه مزیت نسبی، روش عملکردی گفته می شود (پیراسته، ۱۳۷۷).

در سال ۱۹۵۸، برای اولین بار لیزنر در مقاله‌ای با عنوان «بازار مشترک اروپا و صنعت انگلستان»^۱ به تعیین مزیت نسبی با روش عملکردی پرداخت. به عبارت دیگر، او اطلاعات بعد از تجارت را به این منظور بکار برد. لیزنر از شاخص‌های عملکرد نسبی صادرات در صنایع انگلستان به عنوان متغیر جانشین برای هزینه‌های نسبی استفاده کرد تا تأثیر ورود به بازار مشترک اروپا را بر صنایع انگلستان بررسی کند. شاخصی که او برای اندازه گیری مزیت نسبی بکار برده است به صورت زیر است:

$$RCA_a^i = (X_a^i / X_a^e) / (X_a^d / X_a^e) = X_a^i / X_a^d \quad (۱)$$

که در آن RCA_a^i نشان دهنده شاخص مزیت نسبی کشور انگلستان در تولید کالای خاص a است و X_a^i ارزش کل صادرات کالای a توسط کشور انگلستان می باشد. X_a^d ارزش کل صادرات کالای a توسط یکی از کشورهای ویژه اروپایی را نشان می دهد. X_a^e نیز

۲- منظور لیزنر از کشورهای ویژه اروپایی، کشورهای بلژیک، فرانسه، ایتالیا، لوکزامبورگ، هلند، سوئد و آلمان غربی می باشد.

۲-۲- شاخص بالاسا^۱

بالاسا با اصلاح روش لیزنر، اصطلاح «مزیت نسبی آشکار شده»^۲ را در سال ۱۹۶۵ ابداع نمود. او در مقاله‌ای تحت عنوان «آزاد سازی تجاری و مزیت نسبی آشکار شده»^۳ به رفع کاستی‌های شاخص لیزنر پرداخت. او شاخص خود را که از طریق تقسیم کردن سهم یک کشور در صادرات کالایی خاص بر صادرات مرکب کالاهای تولید شده ۱۱ کشور صنعتی بدست آمده بود، به صورت زیر معرفی نمود:

$$RCA_a^i = (X_a^i / X_a^c) / (X_m^i / X_m^c) \quad (۲)$$

در این شاخص، m بیان کننده صادرات مرکب ۷۴ قلم کالای تولید شده و i نشان دهنده هر یک از کشورهای توسعه یافته بوده‌اند که عبارت بودند از: بلژیک، کانادا، فرانسه، ایتالیا، ژاپن، لوکزامبورگ، هلند، سوئد، انگلستان، ایالات متحده و آلمان غربی. c نیز مصرف ۱۱ کشور فوق به صورت یکجا است (نوحی تهرانی، ۱۳۷۶). بر این اساس، متغیرهای رابطه (۲) را می‌توان به صورت زیر بیان نمود:

RCA_a^i ، شاخص مزیت نسبی آشکار شده کشور i در کالای صادراتی a ، X_a^i ارزش کل صادرات کالای a در کشور i ، X_a^c ارزش صادرات کالای a در ۱۱ کشور صنعتی ذکر شده، X_m^i ارزش کل صادرات ۷۴ قلم کالای تولیدی کشور i و X_m^c ارزش کل صادرات ۷۴ قلم کالای تولیدی در ۱۱ کشور صنعتی می‌باشد.

شاخص بالاسا، عملکرد صادراتی یک کالای معین را نسبت به کل تجارت در نظر می‌گیرد و از این نظر، ضعف موجود در شاخص لیزنر را پوشش می‌دهد. اگر چه هر دو شاخص به پوشش کالایی و کشوری محدود شده و در آنها بر کشورهای توسعه یافته و نیز کالاهای صنعتی تمرکز شده است (یوسف زاده، ۱۳۷۸).

بالاسا علاوه بر رابطه (۲)، شاخص دیگری را نیز معرفی نمود که در آن از ارزش واردات و صادرات استفاده کرده و به صورت زیر است:

$$RCA_a^i = (X_a^i / M_a^i) / (X_m^c / M_m^c) \quad (۳)$$

که در آن M بیانگر ارزش واردات کالا است و تعریف اندیس‌ها نیز همانند شاخص قبلی بالاسا می‌باشد. با این وجود، بالاسا بعدها اعتبار و اهمیت این شاخص را به دلیل آن که تحت تأثیر درجه انحراف در الگوهای حمایتی قرار می‌گیرد، رد نمود. او در مقاله خود در سال ۱۹۶۵، چنین استدلال کرده بود که بر اساس فرضیه یکسانی سلیقه‌ها و مشمولیت یکسان عوارض گمرکی برای صنایع داخلی، نسبت‌های صادرات به واردات بازتابی از مزیت‌های نسبی است. ولی در سال ۱۹۷۷، خود به دلیل صحیح نبودن فرضیه مذکور، شاخص رابطه (۲) را رد نمود. زیرا اختلاف در سلیقه‌ها و ترجیحات و همچنین موجودی عوامل تولید از دقت مزیت نسبی می‌کاهد. علاوه بر این عوارض گمرکی برای کشورهای مختلف یکسان وضع نمی‌شود (یوسف‌زاده، ۱۳۷۸).

1- Balasa
2- Revealed Comparative Advantage
3- Trade Liberalization and Revealed Comparative Advantages

۲-۳- شاخص تکامل یافته بالاسا

در سال ۱۹۹۱، توماس والراس^۱، ضمن اشاره به شاخص‌های لیزنر و بالاسا، آن‌ها را دارای محدودیت دانسته و اظهار کرد که این شاخص‌ها بیشتر بر تولید و صادرات کشورهای پیشرفته تمرکز داشته و از کشورهای کمتر توسعه یافته و دارای اقتصاد متکی بر کشاورزی و خدمات صحبتی به میان نیاورده‌اند (نوحی تهرانی، ۱۳۷۶). والراس معتقد بود به راحتی می‌توان با لحاظ کردن همه کشورها و کالاهای تجاری، معیار بالاسا را برای منعکس کردن مزیت نسبی جهانی گسترش داد. به این ترتیب، شاخص بالاسا به صورت زیر تکمیل و ارایه شد:

$$RCA_a^i = (X_a^i / X_t^i) / (X_a^w / X_t^w) \quad (۴)$$

که در آن X_a^i ارزش صادرات کالای a (تولیدی یا غیر تولیدی) توسط کشور i ، X_t^i ارزش صادرات تمام کالاهای صادراتی کشور i ، X_a^w ارزش کل صادرات کالای a در سطح جهان و X_t^w ارزش صادرات تمام کالاهای صادراتی در سطح جهان است. بنابراین در این شاخص i معرف کشور مورد بررسی، a معرف کالای مورد بررسی، t نماینده تمام کالاهای مورد مطالعه و w بیانگر جهان می‌باشد. با استفاده از این شاخص، می‌توان مزیت نسبی را برای همه کشورها و همه کالاهای تجاری محاسبه نمود (یوسف‌زاده، ۱۳۷۸).

در این مورد نیز سه حالت ممکن است پیش‌آید:

- هنگامی که $RCA_a^i > 1$ است که نشان دهنده وجود مزیت نسبی در صدور کالای a برای کشور i است.
- حالتی که $RCA_a^i < 1$ است که بر عدم وجود مزیت نسبی در صدور کالای a برای کشور i دلالت دارد.
- زمانی که $RCA_a^i = 1$ است که بیانگر آن است که کشور i هیچگونه برتری یا عدم برتری نسبت به کشورهای دیگر جهان در صادرات کالای a ندارد.

۳- تحلیل مزیت نسبی محصولات کشاورزی استان اصفهان

قلمرو زمانی در نظر گرفته شده به منظور بررسی مزیت نسبی محصولات کشاورزی استان اصفهان سال‌های ۸۲-۱۳۷۸ (۲۰۰۳-۱۹۹۹) می‌باشد. از لحاظ قلمرو مکانی نیز، مزیت نسبی محصولات کشاورزی استان اصفهان نسبت به کشور، منطقه خاورمیانه و جهان محاسبه شده است. لازم بذکر است خاورمیانه شامل کشورهای بحرین، قبرس، مصر، ایران، عراق، اسرائیل، اردن، کویت، لبنان، عمان، قطر، عربستان سعودی، سوریه، ترکیه، امارات متحده عربی و یمن می‌باشد که به دلیل در دسترس نبودن آمار و اطلاعات، برخی از کشورها در این قلمرو مکانی حذف شده‌اند. کشورهای مذکور عبارتند از: قبرس، مصر، عراق و ترکیه. در قسمت‌های بعد به تجزیه و تحلیل مزیت نسبی محصولات کشاورزی استان اصفهان نسبت به کشور، منطقه خاور میانه و جهان می‌پردازیم.

۳-۱- مزیت نسبی استان اصفهان نسبت به کشور

نتایج محاسبات شاخص بالاسا در بررسی مزیت نسبی محصولات کشاورزی استان اصفهان نسبت به کشور در جدول (۱) نشان داده شده است. همانگونه که در (بخش دوم) مبانی نظری تحقیق بدان اشاره شد، هرگاه شاخص بالاسا برای یک کالای خاص بزرگتر از یک باشد، نشان دهنده آن است که در صادرات آن محصول

مزیت نسبی وجود دارد. این در حالی است که یک ضریب کوچکتر از یک برای این شاخص نشان دهنده عدم وجود مزیت نسبی است. بر اساس اطلاعات جدول (۱) طی سالهای ۱۹۹۹-۲۰۰۳، سیب درختی دارای بیشترین مزیت نسبی در بین سایر محصولات می باشد و پس از آن به ترتیب تنباکو، سبزیهای منجمد، سیر، گلرنگ، عسل، زردآلو، دارای مزیت نسبی می باشد.

جدول (۱): محاسبه شاخص بالاسا در بررسی مزیت نسبی صادرات محصولات کشاورزی استان اصفهان نسبت به کشور

سال محصول	۱۹۹۹	۲۰۰۰	۲۰۰۱	۲۰۰۲	۲۰۰۳
بادام	۰/۵۵	۰/۴۹	-	۰/۴۵	۱۴/۴۱
سیب درختی	۳۳/۱	۲۴/۶۵	۲۰/۹۷	۴۱/۸۱	۳۴/۹۲
زرد آلو	۰/۲۴	۰/۶۷	۱/۲۳	۲/۴۴	۰/۸۴
گیلاس	-	۰/۰۹	۰/۰۸	۰	۰
تخم مرغ	-	-	-	۰/۱۱	۰/۰۲
سیر	۱/۰۴	۴/۱۶	۰/۳۷	۳/۱۱	۲
عسل	-	-	-	۲/۷۲	۴/۱۴
عدس	-	-	-	۰	۰/۱۳
هلو	-	۰/۱	۰/۱۵	۰	۰
پسته	-	-	-	۰	۰
سیب زمینی	۰/۰۳	-	-	۰	۰/۰۱
کشمش	۰	۰/۰۱	۰	۰	۰
گلرنگ	-	-	-	۴/۶۱	۳۵/۲۶
تنباکو	۳/۳۸	۵/۲۱	۵/۶۹	۲۰/۸۳۱	۲/۸۸
گوجه فرنگی	۰/۰۳	۰/۱۲	۰/۲۷	۱/۸۹	۰/۱۶
سبزیهای منجمد	-	۵/۳۰	۱۵/۴۹	۱۳/۵۲	۸/۵۱

ماخذ: محاسبات محققین

نکته جالب توجه آن است که در سال ۲۰۰۲ استان اصفهان در مقایسه با کشور در صادرات اکثر محصولات کشاورزی از مزیت نسبی برخوردار است.

محصول گلرنگ در استان در سال ۲۰۰۳ بیشترین مزیت را نسبت به کشور به خود اختصاص داده است. سیب درختی، بادام، سبزی‌های منجمد، عسل، تنباکو و سیر به ترتیب پس از این محصول دارای مزیت نسبی می‌باشند. در این سال، استان در صادرات بادام نسبت به سالهای قبل از مزیت برخوردار گردیده است. از طرف دیگر، در این سال مزیت خود را در صادرات زردآلو در مقایسه با سالهای ۲۰۰۱ و ۲۰۰۲ نسبت به کشور از دست داده است. در میان محصولات مورد بررسی، استان تنها در سال ۲۰۰۲ در صادرات گوجه فرنگی نسبت به کشور دارای مزیت بوده ولی در سال ۲۰۰۳ مزیت خود را از دست داده است.

با بررسی شاخص بالاسای محاسبه شده در سالهای مورد بررسی مشخص می‌شود که استان اصفهان در صادرات محصولات سیب درختی و تنباکو در همه سالها نسبت به کشور از مزیت نسبی برخوردار می‌باشد. به دلیل عدم وجود اطلاعات کافی، شاخص بالاسا برای محصول سبزیهای منجمد در سال ۱۹۹۹ محاسبه نگردیده ولی استان در مقایسه با کشور از سال ۲۰۰۰ تا ۲۰۰۳ در صادرات این محصول دارای مزیت می‌باشد. در ارتباط با محصولات گلرنگ و عسل نیز شاخص بالاسا در سالهای ۲۰۰۲ و ۲۰۰۳ محاسبه شده و ضریب محاسبه شده نشان می‌دهد که استان در سال های مذکور در صادرات این دو محصول در مقایسه با کشور از مزیت نسبی برخوردار می‌باشد.

بررسی روند زمانی شاخص بالاسا نشان می‌دهد که در سال ۱۹۹۹، استان اصفهان در مقایسه با کشور در زمینه صادرات محصول سیب درختی با شاخصی برابر با ۳۳/۱، از بیشترین مزیت نسبی برخوردار است. پس از سیب درختی، تنباکو و سیر محصولاتی هستند که در این سال در استان در مقایسه با کشور دارای مزیت نسبی می‌باشند. همچنین بادام، زرد آلو، سیب زمینی، کشمش و گوجه فرنگی محصولاتی هستند که در سال مذکور از مزیت نسبی برخوردار نمی‌باشند.

در سال ۲۰۰۰ نیز، سیب درختی بیشترین مزیت را در استان به خود اختصاص داده و پس از آن سبزی‌های منجمد با شاخصی برابر با ۵/۳، تنباکو با ۵/۲۱ و سیر با ۴/۱۶ دارای بیشترین مزیت می‌باشند. در این سال نیز، استان در صادرات محصولاتی همچون بادام، زرد آلو، گیلاس، هلو، کشمش و گوجه فرنگی از مزیت نسبی برخوردار نیست.

استان اصفهان نسبت به کشور در سال ۲۰۰۱ به ترتیب در صادرات محصولات سیب درختی، سبزی‌های منجمد، تنباکو و زردآلو دارای بیشترین مزیت نسبی بوده و در صادرات گیلاس، سیر، هلو، کشمش و گوجه فرنگی دارای مزیت نمی‌باشد. در این سال استان در صادرات محصول زردآلو نسبت به سالهای ۹۹ و ۲۰۰۰ مزیت نسبی بدست آورده و در صادرات سیر نسبت به سالهای ۹۹ و ۲۰۰۰ مزیت خود را از دست داده است.

در سال ۲۰۰۲ میلادی، تنباکو در میان محصولات مورد بررسی استان، دارای بیشترین مزیت نسبی بوده و پس از آن سیب درختی، سبزیهای منجمد، گلرنگ، سیر، عسل، زردآلو و گوجه فرنگی دارای مزیت می‌باشند. در این سال تنها بادام و تخم مرغ از مزیت برخوردار نیستند.

به ترتیب سیب درختی و بادام در رده های بعدی قرار دارند. آن دسته از محصولات استان که این سال در زمینه صادرات از مزیت نسبی برخوردار نیستند عبارتند از: زردآلو، سیر، سیب زمینی، کشمش و گوجه فرنگی.

در سال ۲۰۰۰ نیز بیشترین میزان مزیت نسبی در صادرات محصولات استان مربوط به محصول تنباکو می باشد. سیب درختی و بادام نیز مانند سال قبل از آن به ترتیب دارای مزیت نسبی می باشند. در این سال میزان مزیت نسبی استان در صادرات تنباکو و سیب درختی نسبت به منطقه در مقایسه با سال ۱۹۹۹ کاهش یافته است. همچنین محصولاتی نظیر زردآلو، گیلاس، سیر، هلو، کشمش، گوجه فرنگی و سبزی‌های منجمد اقلامی هستند که در سال ۲۰۰۰ در زمینه صادرات در استان نسبت به منطقه خاورمیانه دارای مزیت نسبی نمی باشند.

محصول سیب درختی در سال ۲۰۰۱ بیشترین مزیت را در زمینه صادرات در استان نسبت به منطقه به خود اختصاص داده است و پس از آن محصولاتی همچون سبزیهای منجمد و سیر به ترتیب دارای بیشترین مزیت می باشند. در این سال، استان اصفهان در صادرات محصول سیر در مقایسه با سالهای ۱۹۹۹ و ۲۰۰۰ از مزیت نسبی نسبت به منطقه برخوردار گردیده است.

از طرف دیگر، صادرات سبزی‌های منجمد نیز در این سال در مقایسه با سال ۲۰۰۰ دارای مزیت می باشد. در مقابل صادرات تنباکو در مقایسه با سالهای ۱۹۹۹ و ۲۰۰۰ مزیت خود را در استان در مقایسه با منطقه از دست داده است.

استان اصفهان در صادرات محصولاتی همچون گیلاس، عدس، هلو، پسته، سیب زمینی و کشمش در هیچ‌کدام از سال‌های مورد بررسی دارای مزیت نسبی نمی باشد.

۲-۳- مزیت نسبی استان اصفهان نسبت به منطقه خاورمیانه

در بررسی مزیت نسبی محصولات کشاورزی استان اصفهان نسبت به خاورمیانه شاخص بالاسا در فاصله سال های ۲۰۰۰-۱۹۹۹ میلادی (۸۲-۱۳۷۸) محاسبه شده است. نتایج محاسبه شاخص مذکور در جدول (۲) نشان داده شده است.

در بررسی مزیت نسبی صادرات محصولات کشاورزی استان اصفهان نسبت به خاورمیانه، شاخص بالاسا برای محصولات کشاورزی منتخب در فاصله سال های ۲۰۰۰-۱۹۹۹ میلادی (۸۲-۱۳۷۸) محاسبه شده که نتایج آن در جدول (۲) نشان داده شده است. ضرایب محاسبه شده نشان می‌دهد که استان اصفهان نسبت به منطقه خاورمیانه در صادرات محصولاتی همچون سیب درختی، تنباکو، بادام، عدس، سیر، گلرنگ و سبزی‌های منجمد دارای مزیت نسبی می باشد.

از طرف دیگر استان در صادرات محصولاتی همچون زردآلو، گیلاس، تخم مرغ، عدس، هلو، پسته، سیب زمینی، کشمش و گوجه فرنگی از مزیت نسبی برخوردار نیست.

بر اساس اطلاعات جدول، در سال ۱۹۹۹، صادرات تنباکو در بین محصولات مورد بررسی، بیشترین مزیت نسبی را در استان نسبت به منطقه دارا بوده و پس از آن

جدول (۲): محاسبه شاخص بالاسا در بررسی مزیت نسبی صادرات محصولات کشاورزی استان اصفهان نسبت به منطقه خاورمیانه

سال محصول	۱۹۹۹	۲۰۰۰	۲۰۰۱	۲۰۰۲	۲۰۰۳
بادام	۳/۷۱	۳/۱	-	۲/۵	۷۸/۲۶
سیب درختی	۹۱/۰۱	۸۲/۹۳	۷۹/۴۳	۱۱۶/۱۹	۱۴۰/۶۸
زرد آلو	۰/۰۶	۰/۱۸	۰/۴۶	۰/۵۶	۰/۶۹
گیلاس	-	۰/۰۳	۰/۰۳	۰	۰
تخم مرغ	-	-	-	۰/۳۲	۰/۱۱
سیب	۰/۱۱	۰/۴۹	۱/۴۵	۱/۸۱	۰/۳۷
عسل	-	-	-	۶/۵۶	۱۴/۲۷
عدس	-	-	-	۰	۰/۱۶
هلو	-	۰/۰۴	۰/۰۹	۰	۰
پسته	-	-	-	۰	۰
سیب زمینی	۰/۰۱	-	-	۰	۰/۰۱
کشمش	۰	۰/۱۱	۰/۰۱	۰	۰
گلرنگ	-	-	-	۳۷/۸۸	۳۰۱/۵۱
تنباکو	۳۳۶/۷۸	۳۲۹/۱۷	۰/۱۶	۹۳۱/۵۹	۲۰۸/۰۹
گوجه فرنگی	۰	۰/۰۱	۰/۰۳	۰/۰۶	۰/۱۱
سبزیهای منجمد	-	۰/۱۵	۹/۴۹	۳/۹۸	۳/۰۸

ماخذ: محاسبات محققین

در سال ۲۰۰۲ استان اصفهان نسبت به منطقه به ترتیب در صادرات محصولاتی همچون تنباکو، سیب درختی، گلرنگ، عسل، سبزیهای منجمد، بادام و سیب دارای مزیت بوده و در صادرات محصولات زردآلو، تخم مرغ، گیلاس، عدس، هلو، پسته، سیب زمینی، کشمش و گوجه فرنگی از مزیت نسبی برخوردار نمی باشد. مقایسه شاخص بالاسا برای محصول تنباکو در سال ۲۰۰۲ نسبت به سال ۲۰۰۱ حاکی از آن است که در این سال استان اصفهان در صادرات سیر را نسبت به منطقه از مزیت نسبی برخوردار گردیده است. از طرف دیگر، در مقایسه با سال ۲۰۰۱ میزان مزیت نسبی استان در صادرات سبزیهای منجمد کاهش و میزان مزیت نسبی در صادرات سیب درختی افزایش یافته است. در مقایسه با بقیه سالها، در سال ۲۰۰۲ تعداد بیشتری از محصولات استان در مقایسه با منطقه خاورمیانه در زمینه صادرات دارای مزیت نسبی می باشند.

در سال ۲۰۰۲ استان اصفهان نسبت به منطقه به ترتیب در صادرات محصولاتی همچون تنباکو، سیب درختی، گلرنگ، عسل، سبزیهای منجمد، بادام و سیب دارای مزیت بوده و در صادرات محصولات زردآلو، تخم مرغ، گیلاس، عدس، هلو، پسته، سیب زمینی، کشمش و گوجه فرنگی از مزیت نسبی برخوردار نمی باشد. مقایسه شاخص بالاسا برای محصول تنباکو در سال ۲۰۰۲ نسبت به سال ۲۰۰۱ حاکی از آن است که در این سال استان

در صادرات زردآلو، سیر، سیب زمینی، کشمش، تنباکو و گوجه فرنگی دارای مزیت نمی باشد.

محصول سیب درختی در سال ۲۰۰۰ در میان محصولات استان تنها موردی است که در زمینه صادرات دارای مزیت نسبی در مقایسه با جهان می باشد. در این سال صادرات بادام استان نسبت به سال قبل از آن مزیت خود را از دست داده و صادرات محصولات زردآلو، سیر، سیب زمینی، کشمش، تنباکو، گوجه فرنگی و سبزیهای منجمد در استان نسبت به جهان مانند سال ۱۹۹۹ بدون مزیت می باشند.

در سال ۲۰۰۱ نیز تنها صادرات سیب درختی در استان نسبت به جهان دارای مزیت می باشد در حالی که در مقایسه با سالهای ۱۹۹۹ و ۲۰۰۰ میزان مزیت این محصول کاهش یافته است. در سال ۲۰۰۲ سیب درختی بیشترین مزیت نسبی را در زمینه صادرات محصولات کشاورزی استان نسبت به جهان به خود اختصاص داده است و پس از آن به ترتیب صادرات محصولات گلرنگ، بادام، عسل و سیر دارای مزیت می باشند. صادرات محصول سیر استان در مقایسه با سالهای مورد نظر در سال ۲۰۰۲ دارای مزیت می باشد. بادام نیز در این سال در مقایسه با سال ۲۰۰۰ دارای مزیت نسبی در صادرات استان نسبت به جهان می باشد. در سال ۲۰۰۲ نسبت به سال های دیگر صادرات محصولات بیشتری از استان نسبت به جهان دارای مزیت نسبی می باشند. در این سال، صادرات محصولات زردآلو، گیلاس، عسل، عدس، هلو، پسته، سیب زمینی، کشمش، تنباکو، گوجه فرنگی و سبزیهای منجمد در استان از مزیت نسبت به جهان برخوردار نمی باشند.

در سال ۲۰۰۳، صادرات محصول گلرنگ در میان محصولات مورد بررسی استان اصفهان دارای بیشترین مزیت نسبی نسبت به منطقه خاورمیانه می باشد. همچنین محصولات تنباکو، سیب درختی، بادام، عسل و سبزیهای منجمد به ترتیب از نظر دارا بودن مزیت نسبی در صادرات در رده های بعدی قرار دارند. در مقایسه با سال ۲۰۰۲ استان اصفهان در صادرات سیر مزیت خود را نسبت به منطقه از دست داده است در حالی که مزیت نسبی استان در صادرات بادام، سیب درختی، عسل و گلرنگ در مقایسه با سال ۲۰۰۲ افزایش یافته است. در مقایسه با سال ۲۰۰۲ میزان مزیت نسبی استان در صادرات تنباکو کاهش یافته است. صادرات زردآلو، گیلاس، تخم مرغ، سیر، عدس، هلو، پسته، سیب زمینی، کشمش، عدس و گوجه فرنگی در سال ۲۰۰۳ در استان اصفهان نسبت به منطقه دارای مزیت نمی باشند.

۳-۳- مزیت نسبی استان اصفهان نسبت به جهان
نتایج مربوط به محاسبه شاخص بالاسا در بررسی مزیت نسبی محصولات کشاورزی استان اصفهان نسبت به جهان در جدول (۳) نشان داده شده است. بر اساس اطلاعات جدول مذکور طی سالهای ۱۹۹۹-۲۰۰۳ به ترتیب صادرات محصولات سیب درختی، بادام، گلرنگ، عسل و سیر دارای مزیت نسبی می باشند و صادرات محصولات زردآلو، گیلاس، تخم مرغ، عدس، هلو، پسته، سیب زمینی، تنباکو، گوجه فرنگی و سبزیهای منجمد در استان از مزیت نسبی نسبت به جهان برخوردار نمی باشند.

در سال ۱۹۹۹، به ترتیب استان نسبت به جهان در صادرات سیب درختی و بادام دارای مزیت نسبی بوده و

جدول (۳) : محاسبه شاخص بالاسا در بررسی مزیت نسبی صادرات محصولات کشاورزی استان اصفهان نسبت به جهان

سال محصول	۱۹۹۹	۲۰۰۰	۲۰۰۱	۲۰۰۲	۲۰۰۳
بادام	۱/۷۲	۰/۹۷	-	۳/۳۹	۱۴/۷۵
سیب درختی	۵۷/۱۶	۳۵/۰۹	۲۹/۴۵	۴۶/۱۲	۴۵/۳۲
زرد آلو	۰/۱	۰/۲۶	۰/۴۲	۰/۶۶	۰/۱۹
گیلاس	-	۰/۰۲	۰/۰۲	۰	۰
تخم مرغ	-	-	-	۰/۲۴	۰/۰۷
سیر	۰/۱۱	۰/۲	۰/۳۱	۱/۰۶	۰/۰۹
عسل	-	-	-	۲/۷۴	۳/۷۳
عدس	-	-	-	۰	۰/۲۱
هلو	-	۰/۰۱	۰/۰۱	۰	۰
پسته	-	-	-	۰	۰/۰۴
سیب زمینی	۰/۰۲	-	-	۰	۰/۰۱
کشمش	۰/۰۱	۰/۲۴	۰/۰۲	۰	۰/۰۱
گلرنگ	-	-	-	۱/۹۶	۶۱/۸۷
تنباکو	۰/۲	۰/۱۳	۰/۱۳	۰/۱۹	۰/۱۵
گوجه فرنگی	۰	۰/۰۱	۰/۰۴	۰/۰۸	۰/۰۷
سبزیهای منجمد	-	۰/۰۹	۰/۷۵	۰/۵	۰/۱۴

ماخذ: محاسبات محققین

استان در سیب درختی نسبت به جهان در مقایسه با سال

۲۰۰۳ در بیشترین مزیت در صادرات محصولات کشاورزی استان نسبت به جهان مربوط به محصول گلرنگ می باشد. همچنین پس از گلرنگ به ترتیب محصولات سیب درختی، بادام و عسل دارای بیشترین مزیت در صادرات می باشند. در سال ۲۰۰۳ استان در صادرات سیر مزیت خود را نسبت به جهان از دست داده است. در این سال میزان مزیت نسبی صادرات محصولات بادام، عسل و گلرنگ در مقایسه با سالهای قبل افزایش یافته است اما میزان مزیت نسبی صادرات

۲۰۰۳ در بیشترین مزیت در صادرات محصولات کشاورزی استان نسبت به جهان مربوط به محصول گلرنگ می باشد. همچنین پس از گلرنگ به ترتیب محصولات سیب درختی، بادام و عسل دارای بیشترین مزیت در صادرات می باشند. در سال ۲۰۰۳ استان در صادرات سیر مزیت خود را نسبت به جهان از دست داده است. در این سال میزان مزیت نسبی صادرات محصولات بادام، عسل و گلرنگ در مقایسه با سالهای قبل افزایش یافته است اما میزان مزیت نسبی صادرات

۲۰۰۳ در بیشترین مزیت در صادرات محصولات کشاورزی استان نسبت به جهان مربوط به محصول گلرنگ می باشد. همچنین پس از گلرنگ به ترتیب محصولات سیب درختی، بادام و عسل دارای بیشترین مزیت در صادرات می باشند. در سال ۲۰۰۳ استان در صادرات سیر مزیت خود را نسبت به جهان از دست داده است. در این سال میزان مزیت نسبی صادرات محصولات بادام، عسل و گلرنگ در مقایسه با سالهای قبل افزایش یافته است اما میزان مزیت نسبی صادرات

۴- نتیجه گیری

الف- مزیت نسبی استان اصفهان نسبت به کشور

۱- نتایج محاسبات شاخص بالاسا در بررسی مزیت

نسبی محصولات کشاورزی استان اصفهان نسبت به

کشور نشان می دهد سیب درختی دارای بیشترین مزیت

نسبی در بین سایر محصولات می باشد و پس از آن به

کشور از سال ۲۰۰۰ تا ۲۰۰۳ در صادرات این محصول دارای مزیت می باشد.

ب: مزیت نسبی استان اصفهان نسبت به خاورمیانه

در بررسی مزیت نسبی محصولات کشاورزی استان اصفهان نسبت به خاورمیانه شاخص بالاسا در فاصله سال های ۲۰۰۰-۱۹۹۹ میلادی (۸۲-۱۳۷۸) محاسبه شده است. نتایج نشان می دهد که:

۱- ضرایب محاسبه شده نشان می دهد که استان اصفهان نسبت به منطقه خاورمیانه در صادرات محصولاتی همچون سیب درختی، تنباکو، بادام، عسل، سیر، گلرنگ و سبزیهای منجمد دارای مزیت نسبی می باشد. از طرف دیگر استان در صادرات محصولاتی همچون زردآلو، گیلاس، تخم مرغ، عدس، هلو، پسته، سیب زمینی، کشمش و گوجه فرنگی از مزیت نسبی برخوردار نیست.

۲- در سال ۱۹۹۹، صادرات تنباکو در بین محصولات مورد بررسی، بیشترین مزیت نسبی را در استان نسبت به منطقه دارا بوده و پس از آن به ترتیب سیب درختی و بادام در رده های بعدی قرار دارند. در سال ۲۰۰۰ نیز بیشترین میزان مزیت نسبی در صادرات محصولات استان مربوط به محصول تنباکو می باشد. سیب درختی و بادام نیز مانند سال قبل از آن به ترتیب دارای مزیت نسبی می باشند. در این سال میزان مزیت نسبی استان در صادرات تنباکو و سیب درختی نسبت به منطقه در مقایسه با سال ۱۹۹۹ کاهش یافته است. محصول سیب درختی در سال ۲۰۰۱ بیشترین مزیت را در زمینه صادرات در استان نسبت به منطقه به خود اختصاص داده است و پس از آن محصولاتی همچون سبزیهای منجمد و سیر به ترتیب دارای بیشترین

ترتیب تنباکو، سبزیهای منجمد، سیر، گلرنگ، عسل، زردآلو، دارای مزیت نسبی می باشد.

۲- بررسی روند زمانی شاخص بالاسا نشان می دهد که در سال ۱۹۹۹، استان اصفهان در مقایسه با کشور در زمینه صادرات محصول سیب درختی از بیشترین مزیت نسبی برخوردار است. پس از سیب درختی، تنباکو و سیر محصولاتی هستند که در این سال در استان در مقایسه با کشور دارای مزیت نسبی می باشند. در سال ۲۰۰۰ نیز، سیب درختی بیشترین مزیت را در استان به خود اختصاص داده و پس از آن سبزیهای منجمد، تنباکو و سیر دارای بیشترین مزیت می باشند. در سال ۲۰۰۱ به ترتیب در صادرات محصولات سیب درختی، سبزیهای منجمد، تنباکو و زردآلو دارای بیشترین مزیت نسبی بوده است. در سال ۲۰۰۲ میلادی، تنباکو در میان محصولات مورد بررسی استان، دارای بیشترین مزیت نسبی بوده و پس از آن سیب درختی، سبزیهای منجمد، گلرنگ، سیر، عسل، زردآلو و گوجه فرنگی دارای مزیت می باشند. محصول گلرنگ در استان در سال ۲۰۰۳ بیشترین مزیت را نسبت به کشور به خود اختصاص داده است. سیب درختی، بادام، سبزیهای منجمد، عسل، تنباکو و سیر به ترتیب پس از این محصول دارای مزیت نسبی می باشند. در این سال، استان در صادرات بادام نسبت به سالهای قبل از مزیت برخوردار گردیده است. با بررسی شاخص بالاسای محاسبه شده در سالهای مورد بررسی مشخص می شود که استان اصفهان در صادرات محصولات سیب درختی و تنباکو در همه سالها نسبت به کشور از مزیت نسبی برخوردار می باشد. به دلیل عدم وجود اطلاعات کافی، شاخص بالاسا برای محصول سبزیهای منجمد در سال ۱۹۹۹ محاسبه نگردیده ولی استان در مقایسه با

منجمد در استان از مزیت نسبی نسبت به جهان برخوردار نمی‌باشند.

۲- در سال ۱۹۹۹، به ترتیب استان نسبت به جهان در صادرات سیب درختی و بادام دارای مزیت نسبی بوده محصول سیب درختی در سال ۲۰۰۰ در میان محصولات استان تنها موردی است که در زمینه صادرات دارای مزیت نسبی در مقایسه با جهان می‌باشد. در سال ۲۰۰۱ نیز تنها صادرات سیب درختی در استان نسبت به جهان دارای مزیت می‌باشد در حالی که در مقایسه با سال‌های ۱۹۹۹ و ۲۰۰۰ میزان مزیت این محصول کاهش یافته است. در سال ۲۰۰۲ سیب درختی بیشترین مزیت نسبی را در زمینه صادرات محصولات کشاورزی استان نسبت به جهان به خود اختصاص داده است و پس از آن به ترتیب صادرات محصولات گلرنگ، بادام، عسل و سیر دارای مزیت می‌باشند. صادرات محصول سیر استان در مقایسه با سالهای مورد نظر در سال ۲۰۰۲ دارای مزیت می‌باشد. بادام نیز در این سال در مقایسه با سال ۲۰۰۰ دارای مزیت نسبی در صادرات استان نسبت به جهان می‌باشد. در سال ۲۰۰۲ نسبت به سال‌های دیگر صادرات محصولات بیشتری از استان نسبت به جهان دارای مزیت نسبی می‌باشند. در سال ۲۰۰۳ بیشترین مزیت در صادرات محصولات کشاورزی استان نسبت به جهان مربوط به محصول گلرنگ می‌باشد. همچنین، پس از گلرنگ به ترتیب محصولات سیب درختی، بادام و عسل دارای بیشترین مزیت در صادرات می‌باشند.

۵- جمع‌بندی

۱- استان اصفهان نسبت به کشور و منطقه خاور میانه در محصولاتی مانند سیب درختی، تنباکو، بادام، عسل، سیر، گلرنگ و سبزیهای منجمد دارای مزیت

مزیت می‌باشند. در این سال، استان اصفهان در صادرات محصول سیر در مقایسه با سالهای ۱۹۹۹ و ۲۰۰۰ از مزیت نسبی نسبت به منطقه برخوردار گردیده است. از طرف دیگر، صادرات سبزیهای منجمد نیز در این سال در مقایسه با سال ۲۰۰۰ دارای مزیت می‌باشد. در سال ۲۰۰۲ استان اصفهان نسبت به منطقه به ترتیب در صادرات محصولاتی همچون تنباکو، سیب درختی، گلرنگ، عسل، سبزیهای منجمد، بادام و سیر دارای مزیت بوده است. از طرف دیگر، در مقایسه با سال ۲۰۰۱ میزان مزیت نسبی استان در صادرات سبزیهای منجمد کاهش و میزان مزیت نسبی در صادرات سیب درختی افزایش یافته است. در مقایسه با بقیه سالها، در سال ۲۰۰۲ تعداد بیشتری از محصولات استان در مقایسه با منطقه خاورمیانه در زمینه صادرات دارای مزیت نسبی می‌باشند.

در سال ۲۰۰۳، صادرات محصول گلرنگ در میان محصولات مورد بررسی استان اصفهان دارای بیشترین مزیت نسبی نسبت به منطقه خاورمیانه می‌باشد. همچنین محصولات تنباکو، سیب درختی، بادام، عسل و سبزیهای منجمد به ترتیب از نظر دارا بودن مزیت نسبی در صادرات در رده‌های بعدی قرار دارند.

ج: مزیت نسبی استان اصفهان نسبت به جهان

نتایج مربوط به محاسبه شاخص بالاسا در بررسی مزیت نسبی محصولات کشاورزی استان اصفهان نسبت به جهان نشان می‌دهد که:

۱- به ترتیب صادرات محصولات سیب درختی، بادام، گلرنگ، عسل و سیر دارای مزیت نسبی می‌باشند و صادرات محصولات زردآلو، گیلاس، تخم مرغ، عدس، هلو، پسته، سیب زمینی، تنباکو، گوجه فرنگی و سبزیهای

استان نسبت به ایجاد زیر ساخت‌های لازم مانند: سردخانه‌ها، انبارهای نگهداری، صنایع تبدیلی، تسهیل صادرات محصول از گمرگ استان، گسترش محصول سیب درختی در سایر مناطق استان اصفهان که دارای شرایط مناسب است اقدام نمایند.

- با توجه به این که استان اصفهان نسبت به خاورمیانه دارای مزیت نسبی در محصولاتی مانند: سیب درختی، تنباکو بادام، عسل، سیر و سبزی‌های منجمد می‌باشد؛ توصیه می‌شود بازار یابی در منطقه، اطلاع رسانی به موقع و به هنگام به صادر کنندگان و ملزم نمودن صادر کنندگان به رعایت استانداردهای لازم برای حضور مستمر در بازارهای منطقه در دستور کار مدیران و مسئولین قرار گیرد.

- در محصولاتی که استان اصفهان دارای مزیت نسبی نمی‌باشد موانع و مشکلات آن بررسی تا در صورت امکان زمینه افزایش مزیت نسبی این محصولات فراهم گردد.

منابع

- ۱- آریانا، کاووس. بررسی مزیت نسبی تولید سیب درختی در استان آذربایجان غربی، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشکده علوم اقتصادی، دانشگاه تهران، ۱۳۷۷.
- ۲- امینی، مینو. تعیین مزیت نسبی ایران در صادرات پنبه، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه تربیت مدرس، تهران، ۱۳۶۸.
- ۳- بهکیش، محمد مهدی. هزینه منابع داخلی شاخصی برای اندازه گیری مزیت‌های اقتصادی و کاربرد آن در ایران، مجله برنامه و بودجه، شماره ۳۶، تهران، ۱۳۷۸.
- ۴- پورمقیم، سید جواد. تجارت بین الملل، نظریه‌ها و سیاست‌های بازرگانی، چاپ سوم، نشر نی، تهران، ۱۳۷۵.
- ۵- پیراسته حسین، کریمی فرزاد. بررسی مزیت‌های نسبی محصولات زراعی در استان اصفهان، فصلنامه اقتصاد کشاورزی و توسعه، سال سیزدهم، شماره ۵۴، ص ۳۹، ۱۳۸۴.

نسبی می‌باشد اما در مقایسه با جهان در سبزیهای منجمد دارای مزیت نیست، این مساله می‌تواند ناشی از زیر ساخت‌های مورد نیاز برای انجماد سبزیهای باشد.

۲- با توجه به اینکه مزیت‌های استان اصفهان در سطح کشور و خاور میانه و جهان به جز سبزیهای منجمد تا حد زیادی مشابه است به احتمال زیاد استان اصفهان در این محصولات از مزیت شرایط طبیعی (آب و هوا و...) برخوردار است.

۶- پیشنهادات

۶-۱ پیشنهادات تکمیلی

- توصیه می‌شود مزیت نسبی صادرات محصولات کشاورزی استان با توجه به روشهای فازی و بازه ای که ریسک و عدم حتمیت را در نظر می‌گیرد بررسی و نتایج مورد توجه قرار گیرد.

- با توجه به این که استان‌های کشور در زمینه محصولات کشاورزی دارای مزیت‌های مختلف هستند توصیه می‌شود مزیت نسبی محصولات به صورت استانی مورد بررسی قرار گیرد تا جایگاه هر استان در سطح کشور روشن شود و استان اصفهان در مقایسه با تک استانها مورد مقایسه قرار گیرد.

- توصیه می‌شود مزیت نسبی محصولات در استان اصفهان بر حسب شهرستان یا مناطق آب و هوای مورد مطالعه قرار گیرد تا با توجه به مناطق مختلف استان و بر حسب دیدگاه آمایشی مزیت محصولات مورد توجه قرار گیرد.

۶-۲ پیشنهادهای اجرایی

- با توجه به مزیت نسبی استان اصفهان در محصول سیب درختی نسبت به کشور توصیه می‌شود مسئولین

۱۷- مؤسسه پژوهش های برنامه ریزی و اقتصاد کشاورزی. بررسی مزیت نسبی محصولات کشاورزی منتخب، وزارت جهاد کشاورزی، معاونت برنامه ریزی و اقتصادی، ۱۳۸۲.

۱۸- مقاری، سعید. بررسی کمی مزیت نسبی کالاهای صادراتی ایران، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه تربیت مدرس، تهران، ۱۳۶۸.

۱۹- نجفی، بهاءالدین و افراسیاب میرزایی. بررسی و تعیین مزیت نسبی محصولات زراعی در استان فارس، فصلنامه پژوهشنامه بازرگانی، شماره ۲۶، صص ۵۰ - ۳۵، ۱۳۸۲.

۲۰- نوحی تهرانی، علیرضا. مزیت نسبی محصولات کشاورزی ایران در مقایسه با گروه کشاورزی منتخب، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه اصفهان، اصفهان، ۱۳۷۶.

۲۱- نوری، کیومرث. تعیین مزیت نسبی تولید گروههای عمده برنج در گیلان و مازندران، فصلنامه اقتصاد کشاورزی و توسعه، سال دهم، شماره ۴۰، صص ۲۵، ۱۳۸۱.

۲۲- ولد بیگی، حسن. اندازه گیری مزیت نسبی در صنعت قطعه سازی خودرو کشور از طریق DRC، فصلنامه پژوهشنامه بازرگانی، شماره ۲۳، صص ۹۶-۷۳، ۱۳۸۱.

۲۳- یوسف زاده، کاوه. بررسی مزیت نسبی در بخش صنایع ایران، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه اصفهان، اصفهان، ۱۳۷۸.

24- Balassa, B. (1977), "Revealed Comparative Advantage Revisited An Analysis of Relative Export Shares of the Industrial Countries" 1953 - 1971, The Manchester School, pp. 327 - 343.

25- Fang, C. and Jon C. B (2000), "Food Self - Sufficiency, Comparative Advantage, and Agricultural Trade: A policy Analysis Matrix for Chinese Agriculture", Working paper 99 - WP 223. FAO, www.fao.org

26- Jaimin, Lee (1995), "Comparative Advantage in Manufacturing as a Determinant of Industrialization: On The Korean Case", World Development, Vol. 23, No. 7, pp. 1195 - 1214.

27- Young Sun Lee (1986), "Changing Export Patterns in Korea, Taiwan and Japan", Weltwirtschaftliches Archiv, Vol. Cxxll, pp. 150 - 162.

۶- پیراسته، حسین. شناسایی مزیت های نسبی منطقه ای در ایران با تأکید بر صنایع استان آذربایجان شرقی، پژوهشنامه بازرگانی، شماره ۶، تهران، ۱۳۷۸.

۷- ثاقب، حسن. بررسی مزیت نسبی تولید و صدور میوه کیوی در ایران (مطالعه موردی استان مازندران)، دانشکده اقتصاد، دانشگاه علامه طباطبائی، تهران، ۱۳۷۸.

۸- دایی، بابک. بررسی مزیت نسبی مقایسه ای صنایع در ایران، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه تربیت مدرس، ۱۳۷۵.

۹- رحیمی بروجردی، علیرضا. روابط تجاری بین الملل معاصر تئوریهها، سیاستها، مرکز علمی دانشگاه آزاد، تهران، ۱۳۷۴.

۱۰- سلیمی فر، مصطفی؛ میرزایی خلیل آبادی، صدیقه. مزیت نسبی ایران در تولید و صادرات پسته، فصلنامه اقتصاد کشاورزی و توسعه، سال دهم، شماره ۳۸، صص ۷، ۱۳۸۱.

۱۱- عابدین، محمدرضا؛ عسگری، منصور. بررسی مزیت های نسبی و اولویت بندی بازارهای هدف عسل صادراتی ایران، فصلنامه اقتصاد کشاورزی و توسعه، سال سیزدهم، شماره ۵۰، صص ۱۶۷، ۱۳۸۴.

۱۲- عباسی، صباح، ارزیابی مزیت نسبی تولید و صادرات نخود در ایران (مطالعه موردی استان کرمانشاه)، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه اصفهان، اصفهان.

۱۳- فرقانی؛ کیان ابری، مهدی. بررسی مزیت نسبی زیره سبز ایران در مقایسه با گروه کشورهای منتخب، فصلنامه اقتصاد کشاورزی و توسعه، سال سیزدهم، شماره ۵۲، صص ۱۵۲، ۱۳۸۴.

۱۴- قره باغیان؛ مرتضی. اقتصاد رشد و توسعه، چاپ اول، تهران؛ نشر نی، ۱۳۷۰.

۱۵- کرباسی، علیرضا؛ کریم کشته، محمدحسین؛ هاشمی محمود. بررسی مزیت نسبی تولید پنبه آبی در استان گلستان، فصلنامه اقتصاد کشاورزی و توسعه، سال سیزدهم، شماره ۵۰، صص ۱۲۹، ۱۳۸۴.

۱۶- گمرک جمهوری اسلامی ایران، سالنامه آمار بازرگانی خارجی ایران، ۱۳۸۲.