

فصلنامه پژوهشنامه بازرگانی، شماره ۵۴، بهار ۱۳۸۹، ۲۱۹ - ۲۰۱

مطالعه میزان و نحوه اثرگذاری سیاست‌ها و اقدامات دولت در بازار خرماي ایران

مهدي عبداللهي* محمدرضا عابدين**

پذيرش: ۸۸/۹/۳

دریافت: ۸۷/۱۲/۲۴

بازار خرما / سیاست‌های حمایتی / مداخلات دولت / نرخ حمایت اسمی / عرضه خرما /
خرید تضمینی

چکیده

در جهت برقراری تعادل بین عرضه و تقاضا، کنترل نوسانات قیمت و حمایت از تولیدکنندگان و مصرف‌کنندگان داخلی، مداخلات و سیاست‌هایی از سوی دولت‌ها در بازار برخی کالاها به اجرا در می‌آید. پژوهش حاضر با هدف مطالعه و بررسی این مداخلات در بازار خرماي ایران انجام شده است. در این مطالعه، پس از بررسی اجمالی بازار خرما، به معرفی سیاست‌های حمایتی و تنظیمی دولت در این بازار و ارزیابی آنها پرداخته شده است. این ارزیابی از طریق تحلیل‌های کمی و با استفاده از روش‌های رگرسیونی و همبستگی و تحلیل‌های آمار توصیفی انجام شده است.

نتایج تحقیق نشان می‌دهد که اجرای اغلب مداخلات دولت در بازار خرما که در قالب سیاست‌های داخلی و تجاری و با هدف حمایت از تولید خرما به اجرا درآمده است تاثیر بامعنا و مطلوبی بر متغیرهای اساسی این بخش نداشته و این بازار همچنان با نارسایی‌های زیادی در حوزه‌های تولید، بازرگانی داخلی و خارجی مواجه می‌باشد. برای ساماندهی بازار خرماي کشور، بازنگری در نحوه مداخلات و سیاست‌های دولت و نیز برنامه‌ریزی جامع، هماهنگی دستگاه‌های اجرایی، تعامل فعالان بازار و ایجاد انگیزه جهت جلب مشارکت و

* کارشناس ارشد اقتصاد و محقق اداره بررسی‌ها و سیاست‌های اقتصادی بانک مرکزی ج.ا.ایران mahdabdl@yahoo.com
** عضو هیأت علمی موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی و مدرس دانشگاه پیام‌نور abedin.reza@gmail.com

یکپارچگی بخش های تولید، جمع آوری، بسته بندی، فرآوری، توزیع و بازاریابی داخلی و صادرات ضروری است.

طبقه بندی JEL: Q18, Q11, C16.

مقدمه

عدم تعادل در بازار برخی کالاها و عدم توازن نیروهای بازار موجب می‌شود که منافع تولیدکنندگان یا رفاه مصرف‌کنندگان و یا توامان منافع هر دو گروه تحت تاثیر شرایط نامطلوب بازار مورد تهدید قرار گیرند. به دلیل انحصارات، عدم کارایی نظام تولیدی، بحران‌های سیاسی و اقتصادی، سازوکار عرضه و تقاضا توانایی خود را در ایجاد تعادل قیمت‌ها از دست می‌دهد و بازار با کمبود کالا و افزایش شدید قیمت‌ها مواجه می‌گردد. در اثر نارسایی بازار، منابع به نحو بهینه بین کالاها و بخش‌های اقتصادی اختصاص نمی‌یابند. از طرف دیگر مواردی نیز وجود دارند که تولید بعضی از کالاها و خدمات با استقبال مصرف‌کنندگان مواجه نمی‌گردد. در این موارد دولت با استفاده از سیاست‌ها و ابزارهایی در بازار دخالت نموده و تعادل بین عرضه و تقاضا را برقرار می‌نماید.

در این مقاله قصد آن را داریم تا با بررسی وضعیت بازار خرماي ایران و بررسی کلی شیوه‌های گوناگون مداخله دولت در بازار کالایی، سیاست‌های دولت در بازار خرماي کشور و نیز آثار این سیاست‌ها بر متغیرهای اساسی این محصول و به‌ویژه عرضه آن طی سال‌های اخیر را مورد بررسی قرار دهیم.

۱. نگاهی گذرا به بازار خرما

خرما یکی از مهمترین اقلام محصولات باغی و صادرات غیرنفتی ایران است. براساس آمار وزارت جهاد کشاورزی، سطح زیرکشت خرما در سال ۱۳۸۴ معادل ۲۳۸/۹ هزارهکتار بوده که ۸۳ درصد از این سطح (معادل ۱۹۹ هزارهکتار) درخت بارور و تولید آن نیز اندکی کمتر از یک میلیون تن (۹۹۶/۸ هزارتن) بوده است. به‌طور متوسط از هر هکتار باغ خرما حدود پنج تن محصول برداشت می‌شود. با توجه به آنکه ارقام خرماي تولیدی ایران، بسیار متنوع است؛ برداشت عمده ارقام خرماي تولیدی کشور از مردادماه آغاز و تا مهرماه به طول می‌انجامد. به‌علاوه ایران یکی از بزرگترین تولیدکنندگان و صادرکنندگان خرما در جهان بوده است. مطابق با آمار سازمان خواروبار و کشاورزی (FAO)، کشور ما در سال ۲۰۰۵ میلادی حدود ۱۲/۷ درصد از تولید خرماي جهان را به خود اختصاص داده

است. در سال مذکور صادرات خرمای ایران از لحاظ وزنی، ۳۰ درصد و از نظر ارزش ۱۸/۷ درصد از صادرات جهانی این محصول بوده است. براساس آمار گمرک ج.ا.ایران، در سال ۱۳۸۴ بالغ بر ۱۲۴ هزار تن خرما به ارزش ۷۶/۸ میلیون دلار به کشورهای مختلف صادر شده است. به این ترتیب کشور توانست در سال مذکور حدود ۱۲/۴ درصد از کل خرمای تولیدی خود را با متوسط قیمت هر تن ۶۲۰ دلار به خارج از کشور صادر نماید. خرما علاوه بر مصرف مستقیم غذایی، دارای فرآورده‌های زیادی است که کاربردهای وسیعی نیز دارند. طی سال‌های اخیر متوسط مصرف سرانه خرما در کشور حدود ۲۷/۵ گرم در روز و ۱۰ کیلوگرم در سال برآورد شده است. قیمت خرده‌فروشی خرما در دوره ۱۳۸۵-۱۳۷۶، اغلب با افزایش همراه بوده و از متوسط نرخ رشد سالانه ۱۴/۸ درصد برخوردار بوده است. به عبارت دیگر، این کالا توانسته قیمت خود را همگام با تورم تعدیل نماید. قیمت خرما در بازار داخلی علاوه بر شرایط عرضه محصول، متأثر از شوک‌های تقاضا نیز می‌باشد. مصرف خرما در ماه مبارک رمضان افزایش قابل توجهی می‌یابد و لذا بازار داخلی خرما کاملاً متأثر از افزایش تقاضا در این ماه است.

۲. شیوه‌های مداخله دولت در بازار محصولات کشاورزی

از دیرباز دولت‌ها، سیاست‌هایی را در زمینه محصولات کشاورزی اتخاذ کرده‌اند. سیاست کشاورزی مجموعه‌ای از قوانین مرتبط با کشاورزی داخلی و تجارت خارجی محصولات کشاورزی است. معمولاً دولت‌ها، سیاست‌های کشاورزی را با هدف دستیابی به نتیجه‌ای خاص در بازارهای داخلی محصولات کشاورزی اجرا می‌کنند. نتایج موردنظر می‌تواند دامنه‌ای از سطح عرضه تضمین شده، ثبات قیمت، کیفیت محصول، گزینش محصول، استفاده از زمین و ... را دربرگیرد^۱.

ابزارهای مداخله دولت در بازار و سیاست‌های تنظیم بازار دارای دامنه متنوعی هستند ولی به طور کلی آنها را می‌توان در دو دسته سیاست‌های داخلی^۲ و مرزی^۳ (تجاری)

1. www.Wikipedia.com/Agricultural policy.

2. Internal (Domestic) Policy.

3. Border Policy.

تقسیم‌بندی نمود.^۱ سیاست‌های داخلی که به منظور تنظیم بازار داخلی محصولات کشاورزی توسط دولت‌ها به اجرا درآمده‌اند، شامل سیاست‌های قیمتی، کنترل عرضه، پرداخت جبرانی، صندوق تثبیت، یارانه تولید و یارانه مصرف‌کننده می‌باشند. سیاست‌های قیمتی در اغلب موارد از طریق اعمال قیمت تضمینی، قیمت هدف، قیمت حداقل و حداکثر برای حفظ و افزایش محصول تولید، ایجاد ثبات در قیمت بازار، ایجاد و حفظ درآمد قابل قبول برای تولیدکنندگان و عرضه مناسب محصولات برای حفظ رفاه مصرف‌کنندگان اجرا می‌شود.^۲ همچنین سیاست‌های تجاری (مرزی) را می‌توان به یارانه صادراتی و محدودیت‌های وارداتی (تعرفه و موانع غیرتعرفه‌ای) تقسیم‌بندی نمود. این سیاست‌ها نیز می‌تواند با تاثیر بر قیمت‌ها، ترجیحات مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان را تغییر دهند.

۳. سیاست‌های مداخله‌جویانه دولت در بازار خرماي ایران

دولت طی سال‌های گذشته به شیوه‌های مختلفی در بازار خرما دخالت کرده است. برخی از سیاست‌ها و اقدامات دولت در بازار خرما را می‌توان خرید خرما به قیمت تضمینی، اعطای اعتبار برای خرید توافقی، اعطای جوایز صادراتی، تعرفه واردات، بیمه محصول، توزیع نهاده‌های یارانه‌ای به تولید و اعطای معافیت مالیاتی به نخل‌کاران برشمرد. در ادامه، این اقدامات به طور اجمالی معرفی و تاثیرگذاری آنها بر بعضی متغیرهای مهم بازار خرما مورد بررسی قرار می‌گیرد.

۳-۱. خرید خرما به قیمت تضمینی

در راستای اجرای قانون خرید تضمینی محصولات کشاورزی، خرید تضمینی خرما از سال ۱۳۷۹ به اجرا درآمده و به طور مستمر در دوره ۸۵-۱۳۷۹ و توسط سازمان مرکزی تعاون روستایی انجام شده است. در این سال‌ها برای برخی ارقام عمده خرما به صورت

۱. پرهم، زورار، (۱۳۸۴).

۲. بخشوده، محمد، (۱۳۸۲).

مشخص قیمت تعیین شده است. شاخص قیمت واقعی خرید تضمینی خرما^۱ طی این دوره، با روندی نزولی همراه بوده و از ۱۰۰ واحد در سال ۱۳۷۹ به ۸۹ واحد در سال ۱۳۸۵ رسیده است. بنابراین، دولت قیمت تضمینی خرما را در حدی کمتر از سطح قیمت عمده‌فروشی آن و نیز پایین تر از شاخص کل بهای عمده‌فروشی تعیین نموده است. این امر بیانگر این است که از تولیدکنندگانی که محصول خود را به صورت تضمینی به دولت فروخته‌اند، مالیات پنهانی دریافت شده و این امر کاهش درآمد این کشاورزان را در پی داشته است.

جدول ۱- دامنه قیمت خرید تضمینی و شاخص قیمت عمده‌فروشی

طی سال‌های ۸۵-۱۳۷۹ (ریال/کیلوگرم)

شرح / سال	حداکثر قیمت خرید تضمینی	حداقل قیمت خرید تضمینی	میانگین قیمت خرید تضمینی	شاخص قیمت خرید تضمینی	شاخص قیمت عمده‌فروشی خرما ^۱ مصرف داخلی	شاخص کل بهای عمده‌فروشی	شاخص قیمت واقعی خرید تضمینی
۱۳۷۹	۱۷۰۰	۱۱۶۰	۱۴۳۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰
۱۳۸۵	۲۹۰۰	۱۶۳۰	۲۲۶۵	۱۵۸	۲۱۲	۱۷۹	۸۹
متوسط نرخ رشد دوره (درصد)	۹/۳	۵/۸	۸	۸	۱۳/۴	۱۰/۱	-۲

ماخذ: سازمان تعاون روستایی ایران، گزارش اقتصادی و ترازنامه بانک مرکزی و طرح مطالعه پشتیبان تنظیم بازار خرما

۱-۱-۳. ارزیابی اثر خرید تضمینی بر سرمایه‌گذاری، تولید، قیمت محصول و مصرف

همان‌طور که در جدول (۲) ملاحظه می‌شود انحراف معیار و ضریب تغییرات سرمایه‌گذاری در نخلستان‌ها و تولید خرما طی دوره ۸۴-۱۳۷۹ از ثبات نسبی برخوردار بوده است. از آنجاییکه شاخص قیمت واقعی خرید تضمینی روندی نزولی داشته، ضریب همبستگی سرمایه‌گذاری با عامل یادشده بیانگر فقدان رابطه بین این دو متغیر است. به‌علاوه ضریب همبستگی تولید با شاخص قیمت واقعی خرید تضمینی مبین ناهمسویی رابطه بین قیمت واقعی خرید تضمینی و تولید خرما می‌باشد. بنابراین شیوه قیمت‌گذاری تضمینی موجود توسط دولت محرکی مثبت در جهت سرمایه‌گذاری و افزایش سطح زیرکشت نخلستان‌ها و نیز افزایش تولید محصول خرما محسوب نمی‌شود.

۱. قیمت واقعی برابر است با نسبت شاخص میانگین قیمت تضمینی خرما بر شاخص کل بهای عمده‌فروشی در سال پایه (۱۳۷۹).

جدول ۲- تاثیر قیمت تضمینی بر سرمایه‌گذاری و تولید خرما ۸۵-۱۳۷۹

مشخصه آماری	میانگین قیمت خرید تضمینی (ریال/کیلوگرم)	شاخص میانگین قیمت واقعی خرید تضمینی	میزان خرید تضمینی (تن)	سرمایه‌گذاری کل (به قیمت ثابت ۱۳۷۸ میلین ریال)	تولید (تن)
میانگین	۱۸۳۲	۱۰۳	۳۶۸۰۷	۱۱۱۷۹۰	۹۲۹۰۴۲
انحراف معیار	۲۳۹	۱۱	۱۷۴۶۳	۸۸۰۴	۶۰۸۷۷
ضریب تغییرات (درصد)	۱۳/۱	۱۱	۴۷/۴	۷/۹	۶/۶
ضریب همبستگی	-	۱	-	-۰/۰۶	-۰/۶۸

ماخذ: وزارت جهاد کشاورزی، سازمان مرکزی تعاون روستایی ایران و طرح مطالعه پشتیبان تنظیم بازار خرما

به‌طور کلی یکی از معیارهایی که باید در تعیین قیمت تضمینی محصولات کشاورزی مورد توجه قرار گیرد معیار رابطه مبادله است. رابطه مبادله به صورت شاخصی از قیمت دریافتی محصول توسط زارعان به شاخص قیمت‌های پرداختی توسط آنها برای هزینه‌های تولید و کالاهای مصرفی تعریف می‌شود. این معیار با هدف حفظ رابطه مناسب سطح قیمت محصول با قیمت کالاهای و خدمات در سایر بخش‌های اقتصادی صورت می‌گیرد. شاخص رابطه مبادله خرما - نسبت شاخص قیمت تولیدکننده خرما به شاخص کل بهای عمده‌فروشی - حاکی از شتاب بیشتر افزایش قیمت خرما در سطح تولیدکننده در مقایسه با شاخص کل بهای عمده‌فروشی است. مقدار ضریب همبستگی بین شاخص قیمت واقعی خرید تضمینی و شاخص رابطه مبادله نشان‌دهنده عدم وجود ارتباط میان این دو متغیر می‌باشد (جدول ۳). بنابراین قیمت‌های تضمینی خرما بدون در نظر گرفتن معیار رابطه مبادله که در قانون خرید تضمینی تصریح گردیده، تعیین شده است.

جدول ۳- تاثیر قیمت واقعی خرید تضمینی بر رابطه مبادله خرما طی ۸۵-۱۳۷۹

مشخصه آماری	متوسط قیمت تولیدکننده	شاخص قیمت واقعی خرید تضمینی	شاخص رابطه مبادله
میانگین نرخ رشد سالانه (درصد)	۱۵/۴	-۲	۴/۷
میانگین (ریال/کیلوگرم)	۲۲۹۶	۱۰۱	۱۲۹
انحراف معیار	۶۷۸	۱۲	۱۹
ضریب تغییرات (درصد)	۲۹/۵	۱۱/۷	۱۴/۸
ضریب همبستگی	۰/۸۸	۱/۰۰	-۰/۰۴

ماخذ: طرح مطالعه پشتیبان تنظیم بازار خرما

علیرغم آنکه قیمت تضمینی خرما متناسب با تورم افزایش نیافته و به طور نسبی تثبیت شده، ولی بهای خرما در سطوح عمده‌فروشی و به ویژه خرده‌فروشی همپای تورم افزایش یافته است. در دوره مورد بررسی، شاخص قیمت عمده‌فروشی خرما مصرف داخلی و شاخص قیمت مصرف کننده سالانه به طور متوسط، به ترتیب ۱۳/۴ و ۱۳/۹ درصد افزایش یافته که بیش از نرخ رشد هشت درصدی میانگین قیمت تضمینی است (جدول ۴). بنابراین قیمت‌گذاری خرما نتوانسته بهای آن را برای مصرف کنندگان کاهش دهد تا الگوی غذایی خود را با افزایش مصرف آن سازگار سازند؛ ضمن آنکه به زیان تولیدکنندگان عمل نموده و در واقع از آنها مالیات پنهانی دریافت شده است.

جدول ۴- شاخص قیمت عمده‌فروشی و خرده‌فروشی خرما طی ۸۵-۱۳۷۹

شاخص قیمت مصرف کننده	شاخص قیمت عمده‌فروشی		مشخصه آماری
	خرمای مصرف داخلی	کل	
۱۳/۹	۱۳/۴	۱۱/۹	میانگین نرخ رشد سالانه (درصد)
۱۵۳	۱۶۴	۱۵۵	میانگین
۴۴	۴۹	۴۲	انحراف معیار
۲۸/۴	۲۹/۹	۲۷/۰	ضرب تغییرات (درصد)

ماخذ: طرح مطالعه پشتیبان تنظیم بازار خرما

۲-۳. سایر سیاست‌ها و اقدامات دولت

طرح خرید تضمینی خرما طی سال‌های اجرا زیان قابل ملاحظه‌ای را برای دولت به همراه داشته است. برای جلوگیری از این زیان و در راستای کاهش تصدیی‌گری دولت و توسعه کارگاه‌های بسته‌بندی و صنایع تبدیلی، از سال ۱۳۸۵ طرح خرید توافقی خرما توسط بخش خصوصی در دستور کار ستاد خرما قرار گرفت و به صورت پایلوت در استان خوزستان با پرداخت تسهیلات از محل منابع داخلی بانک‌ها و طرح‌های زودبازده به بخش خصوصی به اجرا درآمد. در سال ۱۳۸۶ اجرای طرح خرید تضمینی خرما متوقف و طرح خرید توافقی در استان‌های خرماخیز به اجرا درآمد. در سال مذکور بانک‌های عامل در مجموع ۴۰۶/۶ میلیارد ریال تسهیلات به ۱۴۸ مباشر خرید توافقی اعطا کردند و ۱۵۹/۷ هزار تن خرما توسط آنها خریداری گردید.

مطابق ماده ۱۱۳ قانون برنامه سوم توسعه و ماده ۳۳ قانون برنامه چهارم توسعه، کالاها و خدمات صادراتی مشمول پرداخت عوارض و مالیات نمی‌باشند. براساس بند (ب) ماده ۳۳ قانون برنامه چهارم توسعه، به منظور تشویق صادرات کالاهای غیرنفتی، موضوع اعطای جوایز صادراتی به صادرکنندگان مورد توجه قرار گرفته و وزارت بازرگانی اقدام به پرداخت جایزه صادراتی نموده است. سقف پرداخت جوایز سه درصد ارزش کالای صادر شده بوده است. در سال ۱۳۸۵ ضرایب جوایز صادراتی خرما بین یک تا سه درصد ارزش صادرات این محصول تعیین گردید.

خرما جزء محصولات است که از حقوق ورودی بسیار بالایی برخوردار است. در سال ۱۳۸۲ حقوق ورودی خرما به صورت واحد و به میزان ۱۲۰ درصد بود. از سال ۱۳۸۳، حقوق ورودی به تفکیک بعضی از ارقام خرما تعیین گردید. در سال ۱۳۸۵ حقوق ورودی برخی ارقام خرما ۱۰۰ درصد و برای برخی دیگر ۶۵ درصد بود. با وجود اینکه ایران در زمینه خرما دارای مزیت نسبی و رقابتی است، تعرفه‌های بالا بر واردات آن وضع گردیده که مانعی مهم برای واردات خرما می‌باشد.

صندوق بیمه محصولات کشاورزی در سال‌های گذشته اقدام به بیمه نخلستان‌های خرما در برابر زیان‌های ناشی از عوامل قهری و طبیعی نموده است. سطح نخیلات بیمه شده توسط این صندوق از ۱/۳ هزار هکتار در سال ۱۳۷۷ به ۵۷/۱ هزار هکتار در سال ۱۳۸۴ رسید. سطح باغات خرما تحت پوشش بیمه محصول در سال‌های اخیر نزدیک به ۳۰ درصد کل نخلستان‌های بارور کشور بوده که مبین توجه دولت به حمایت از نخل کاران در مقابل خطرات قهری و طبیعی تولید خرما و کاهش زیان‌های آنها بوده است. ضریب همبستگی مثبت و بالا بر وجود رابطه بین سرمایه‌گذاری و تولید خرما با سطح باغات بیمه شده دلالت دارد.

جدول ۵- اثر بیمه باغات بر سرمایه‌گذاری و تولید خرما

مشخصه آماری	سطح باغات بیمه شده (هکتار)	سرمایه‌گذاری کل (میلیون ریال)	تولید (تن)
میانگین	۲۹۵۳۳	۱۱۱۷۹۰	۹۲۹۰۴۲
انحراف معیار	۲۴۹۳۰	۸۸۰۴	۶۰۸۷۷
ضریب تغییرات (درصد)	۸۴/۴	۷/۹	۶/۶
ضریب همبستگی	۱/۰۰	۰/۶۷	۰/۹۹

ماخذ: گزارش اقتصادی و ترانزنامه بانک مرکزی و طرح مطالعه پشتیبان تنظیم بازار خرما

از سال ۱۳۷۴ طرح توزیع نهال یارانه‌دار ارقام تجاری نظیر پیاروم، مضافتی، زاهدی، مجول، شهابی، ربی و ... اجرا شده است. در سال‌های ابتدایی اجرای طرح، نهال به صورت رایگان و در سال‌های اخیر با ۷۰ درصد یارانه در اختیار کشاورزان قرار گرفته است. آمار عملکرد طرح مذکور در دسترس نمی‌باشد. به‌علاوه کودشیمیایی و سم از دیگر نهاده‌های تولیدی است که طی سال‌های گذشته به صورت یارانه‌ای توزیع شده‌اند، اما آمار دقیقی در رابطه با میزان کودشیمیایی و سموم توزیع شده نیز به تفکیک محصول وجود ندارد. البته لازم به‌ذکر است که برخی کارشناسان وزارت جهاد کشاورزی معتقدند که باغداران، نهاده‌های مذکور را به‌عنوان سهمیه بخش باغبانی دریافت ولی عملاً^۱ در بخش زراعت - به‌دلیل بازده سریع آن - مصرف می‌نمایند.

همچنین به‌منظور حمایت از تولیدکنندگان بخش کشاورزی و مطابق ماده ۸۱ قانون مالیات‌های مستقیم مصوب اسفند ماه ۱۳۶۶ و اصلاحیه‌های بعدی آن، باغات و نخیلات، از پرداخت مالیات معاف می‌باشند.

۴. روش‌شناسی تحقیق

این تحقیق بر بررسی و مطالعه کتابخانه‌ای با استفاده از منابع آماری و مستندات مربوط به خرما مبتنی است. در قسمت‌های قبل تاثیر سیاست‌ها و اقدامات اقتصادی دولت بر متغیرهای اساسی بخش خرما به‌صورت مجزا و در مقطع زمانی کوتاهی که از اجرای آنها می‌گذرد، مورد ارزیابی قرار گرفت. در این قسمت با استفاده از اطلاعات سری زمانی و تکنیک اقتصادسنجی به بررسی اثر سیاست‌های حمایتی بر عرضه خرما و سطح زیرکشت پرداخته می‌شود.

۴-۱. روش‌شناسی برآورد مدل

به‌منظور تخمین تابع عرضه خرما، مدل تعدیل جزئی نرلاو^۱ استفاده شده، با این تفاوت که نرخ حمایت اسمی^۲ دولت به‌عنوان یکی از متغیرهای توضیحی موثر وارد مدل شده

1. Nerlove.

2. Nominal Protection Rate.

است. در این باره جاست (۱۹۷۴) و هاگ و همکاران (۱۹۷۶)، لین (۱۹۷۷) و نجفی^۱ (۱۳۸۰) در مطالعاتشان معیار نرخ حمایت را به‌عنوان متغیر بیان‌کننده سیاست‌گذاری دولت، در مدل‌های عرضه محصولات کشاورزی به کار برده‌اند. مدل عرضه محصول بصورت زیر است:

$$Y_t = \alpha_0 + \alpha_1 P_{t-1} + \alpha_2 PR_{t-1} + \alpha_3 Y_{t-1} + \varepsilon_t$$

که Y_t میزان تولید محصول، Y_{t-1} میزان تولید محصول در دوره قبل، P_{t-1} قیمت محصول در دوره قبل و PR_{t-1} نرخ حمایت دولت در دوره قبل است.

برای ارزیابی اثر دخالت‌های دولت بر انگیزه‌های اقتصادی، از معیار نرخ حمایت اسمی استفاده شد. نرخ حمایت اسمی می‌تواند اثرات سیاست‌های کلان اقتصادی را بر ستانده‌ها و نهاده‌ها اندازه‌گیری نماید. نرخ حمایت اسمی معیاری است که تفاوت بین قیمت‌های پرداختی به تولیدکننده و قیمت معادل مرزی^۲ را در مورد یک کالای مشخص اندازه گرفته و میزان مالیات (یارانه) ضمنی را برای تولیدکننده تعیین می‌کند. برای محاسبه قیمت معادل مرزی نیز قیمت نماینده جهانی با استفاده از نرخ ارز بازار آزاد به ریال تبدیل شد. بدون دخالت دولت انتظار می‌رود قیمت تولیدات داخلی، تقریباً همان قیمت سرمرز محصولات باشد. بنابراین، نرخ حمایت اسمی به‌عنوان مقدار انحراف قیمت‌های داخلی تولیدات قابل تجارت از قیمت سرمرز آنها تعریف می‌شود که رابطه آن را می‌توان به صورت زیر تعریف کرد:

$$NPR = \frac{P_0^d}{P_0^b} - 1$$

که در آن P_0^d قیمت داخلی محصول قابل تجارت (۰) و P_0^b قیمت سرمرز محصول (۰) بر مبنای نرخ ارز اما بر حسب واحد پول داخلی می‌باشد. حصول نتیجه مثبت در رابطه فوق، نشان‌دهنده حمایت قیمتی و ایجاد انگیزه اقتصادی لازم برای تولید یا صدور کالای

۱. نجفی، بهاء‌الدین (۱۳۸۰)، صص ۳۱-۷.

مربوطه است. به بیان دیگر نرخ حمایت اسمی مثبت، نشان‌دهنده آن است که یک فعالیت تولیدی از طریق سیاست‌های مالی و تجاری و نرخ ارز، انگیزه مثبت دریافت نموده و تشویق می‌شود. برعکس، NPR منفی بیانگر وجود عدم انگیزه در بخش تولید، ناشی از دریافت مالیات ضمنی از آن فعالیت است.

۲-۴. بررسی روند متغیرها

اطلاعات مورد نیاز در زمینه میزان تولید و قیمت تولیدکننده از آمارنامه وزارت جهاد کشاورزی و مرکز آمار ایران به دست آمد. همچنین به منظور دستیابی به قیمت‌های واقعی تولیدکننده داخلی، قیمت‌های اسمی با بهره‌گیری از شاخص کل بهای عمده‌فروشی تعدیل شد. متوسط قیمت تولیدکننده داخلی خرما طی دوره ۸۴-۱۳۶۰ روندی صعودی داشته، لیکن قیمت واقعی تولیدکننده طی این دوره، به‌رغم نوسانهایی که داشته با روندی نزولی همراه بوده است (جدول ۶).

جدول ۶- قیمت اسمی و واقعی تولیدکننده داخلی، قیمت معادل مرزی

و نرخ حمایت اسمی خرما

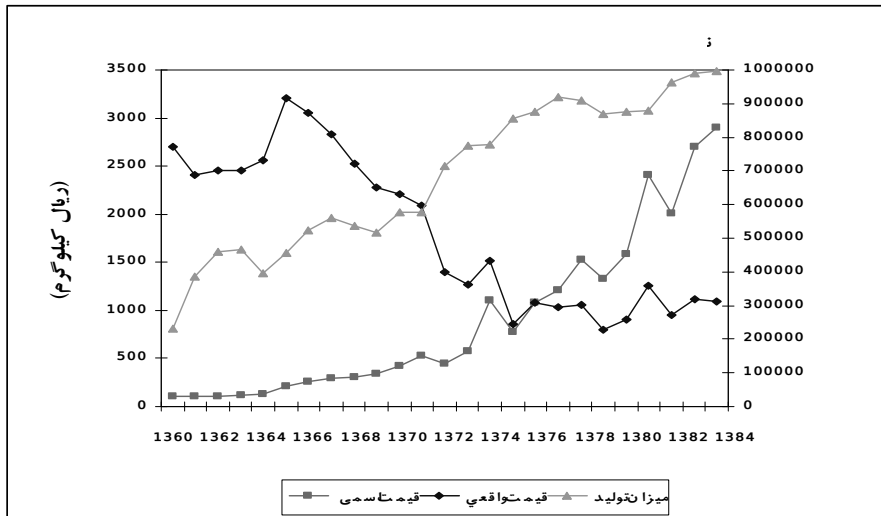
سال	متوسط قیمت تولیدکننده (ریال/کیلوگرم)	قیمت واقعی تولیدکننده (ریال/کیلوگرم)	قیمت معادل مرزی (ریال/کیلوگرم)	نرخ حمایت اسمی
۱۳۶۰	۱۰۰/۰	۲۷۰۲/۷	۱۹۳/۷	-۰/۴۸
۱۳۶۵	۲۰۸/۳	۳۲۰۴/۶	۶۲۳/۷	-۰/۶۷
۱۳۷۰	۴۲۰/۹	۲۲۰۳/۷	۱۵۴۴/۲	-۰/۷۳
۱۳۷۵	۷۷۹/۱	۸۵۶/۲	۳۳۹۵/۹	-۰/۷۷
۱۳۸۰	۱۵۸۸/۵	۹۰۹/۳	۳۶۸۹/۸	-۰/۵۷
۱۳۸۴	۲۸۹۸/۶	۱۰۹۴/۲	۶۳۲۴/۲	-۰/۵۴

ماخذ: مرکز آمار ایران، سایت FAO و طرح مطالعه پشتیبان تنظیم بازار خرما

با ملاحظه روند قیمت اسمی و واقعی و میزان تولید خرما در نمودار (۱) نتایج زیر قابل استنباط است. قیمت واقعی با روندی کاهشی و پرنوسان مواجه بوده و با روند قیمت اسمی همسو نبوده است. همچنین، روند قیمت واقعی با روند تولید خرما همسو نبوده که این امر برخلاف انتظار است. این امر می‌تواند منعکس‌کننده واقعیاتی باشد که در ذیل برخی از

آنها مورد اشاره قرار می‌گیرند. کشاورزان مناطق خرماخیز کشور به کشت و نگهداری نخل خرما توجهی خاص دارند و خرما به‌عنوان یک محصول غذایی مهم محسوب می‌شود. میزان خودمصرفی آن در این مناطق قابل ملاحظه بوده فلذا کشت خرما صرف‌نظر از قیمت آن، در الگوی کشت کشاورزان همواره اهمیت ویژه‌ای داشته است. به‌علاوه خرما به‌عنوان محصول اصلی مناطق جنوبی کشور محسوب شده و شرایط اقلیمی این مناطق، قابلیت جایگزینی باغات خرما را محدود ساخته است. همچنین به‌سبب فعالیت‌های ترویجی، عملکرد نخلستان‌های خرما افزایش یافته که این امر درنهایت موجب بالا رفتن کارایی و کاهش هزینه نسبی در تولید خرما شده است.

روند قیمت واقعی، تنها تصویری جزئی را از آثار مستقیم و غیرمستقیم سیاست‌های دولت بر تولید نشان می‌دهد. محاسبه نرخ حمایت اسمی به شیوه بهتری آثار سیاست‌های مزبور را بر انگیزه تولید مشخص می‌سازد. همانطور که پیشتر عنوان شد، نرخ حمایت اسمی به صورت نسبت قیمت تولیدکننده داخلی به قیمت معادل مرزی منهای یک محاسبه می‌شود. طی دوره مورد بررسی قیمت معادل مرزی خرما همواره بیشتر از قیمت تولیدکننده داخلی بوده و با گذشت زمان اختلاف بین این دو قیمت افزایش یافته است. افزایش شکاف بین قیمت تولیدکننده داخلی و قیمت معادل مرزی عمدتاً ناشی از افزایش نرخ ارز می‌باشد. افزون بر این، نرخ حمایت اسمی خرما طی دوره مطالعه (۸۴-۱۳۶۰) منفی است (جدول ۶)؛ که بیانگر این است که از تولیدکنندگان خرما حمایت منفی (دریافت مالیات ضمنی از آنها) شده است. به‌عبارت‌دیگر تولید خرما از طریق سیاست‌های مالی، تجاری و نرخ ارز انگیزه مثبت دریافت نکرده و دخالت‌های دولت در این بازار از کارایی لازم برخوردار نبوده است. این امر موجب شده که تفاوت بین قیمت‌های پرداختی به تولیدکننده داخلی و قیمت معادل مرزی افزایش یابد.



نمودار ۱- میزان تولید و قیمت اسمی و واقعی تولیدکننده خرما

۳-۴. نتایج برآورد مدل

در برآورد مدل‌های اقتصادی که در آنها از متغیرهای سری زمانی استفاده می‌شود، می‌باید قبل از تخمین مدل، این متغیرها از لحاظ ایستایی و همگرایی مورد آزمون قرار گیرند. در صورت عدم انجام این آزمون‌ها، نتایج حاصل از تخمین مدل مورد تردید بوده و از اعتبار لازم برخوردار نمی‌باشد. بر همین اساس، نخست کلیه متغیرهای مورد استفاده مورد آزمون ایستایی قرار گرفتند.

شایان ذکر است که معمولاً در مدل عرضه محصولات کشاورزی از قیمت با یک وقفه زمانی استفاده می‌شود. در مورد خرما نیز هرچند احداث نخلستان و بارور شدن آن به چند سال زمان نیاز دارد ولی می‌توان از طریق روش‌های به‌زراعی و استفاده موثر از نهاده‌های کشاورزی، ظرف یک سال، تا حدی میزان بهره‌وری در سطح نخلستان‌ها را بالا برده و به محصول بیشتری دست یافت. مدل عرضه خرما به صورت لگاریتمی در نظر گرفته شده است. در این مدل، نرخ حمایت اسمی به‌عنوان متغیر توضیحی در سمت راست مدل وارد شد. متغیرهای تولید و قیمت ایستا از مرتبه اول $I(1)$ و متغیر نرخ حمایت در سطح ایستا $I(0)$ می‌باشند. نتایج این تخمین بصورت زیر می‌باشد:

$$LY_t = 5/74 + 0/13LP_{t-1} + 0/003PR_{t-1} + 0/51LY_{t-1}$$

$$t: (2/51) \quad (2/09) \quad (0/02) \quad (2/53)$$

$$R^2 = 0/95 \quad \bar{R}^2 = 0/94 \quad F = 112/3$$

که در آن LY_t معرف لگاریتم تولید خرما، LP_t لگاریتم قیمت تولیدکننده داخلی خرما و PR_t نرخ حمایت اسمی هستند. متغیرهای توضیحی مدل، ۹۵ درصد از تغییرات متغیر وابسته را توضیح می‌دهند. آماره دوربین-واتسون معیاری برای ارزیابی خودهمبستگی مرتبه اول است، این معیار تنها برای وقتی مناسب است که مقدار ثابت در رابطه وجود دارد و هیچ وقفه‌ای از متغیر وابسته در بین متغیرهای توضیحی وجود نداشته باشد^۱. چون در میان متغیرهای توضیحی مدل، متغیر وابسته باوقفه وجود دارد، برای آزمون خودهمبستگی پیاپی از آزمون بریوش-گادفری^۲ استفاده شده و مقدار آماره LM در ناحیه عدم وجود خود همبستگی مثبت و منفی قرار گرفته است. توجه به علائم ضرایب بدست آمده در مدل نشان می‌دهد که در مورد هر سه ضریب، علائم بدست آمده موافق انتظار بوده است.

ضریب متغیر قیمت که بیانگر کشش قیمتی عرضه خرما است، معنادار و معادل ۰/۱۳ بوده و به معنی این است که با افزایش ۱۰ درصدی در قیمت تولیدکننده، تولید معادل ۱/۳ درصد افزایش خواهد یافت. ضریب متغیر وابسته با یک وقفه زمانی موافق انتظار بوده و معادل ۰/۵۱ می‌باشد. بنابراین چنین استنباط می‌شود که موثرترین عامل در افزایش عرضه خرما در سال‌های مورد بررسی، سطح تولید سال قبل بوده است. ضریب متغیر نرخ حمایت که بیانگر سیاست‌گذاری دولت می‌باشد، در تابع معنی‌دار نشد (ضریب آن نزدیک به صفر است). بنابراین، اقدامات حمایتی دولت در دوره مورد بررسی، موجب افزایش تولید این محصول نشده و تأثیر این سیاست‌ها بر افزایش عرضه و تشویق کشاورزان به تولید بیشتر خرما مورد تردید است.

1. Johnston, J.(1992), PP. 319-321.

2. Breusch - Godfrey.

در برخی مطالعات از مدل تعدیل جزئی نرلاو برای بررسی رابطه بین سطح زیر کشت محصولات و میزان حمایت استفاده کرده‌اند.^۱ به بیان دیگر در مدل مذکور می‌توان سطح زیر کشت محصول مورد نظر را با تولید جایگزین کرد. متغیرهای سطح زیر کشت و قیمت تولید کننده این محصول ایستا از مرتبه اول $I(1)$ و متغیر نرخ حمایت در سطح ایستا $I(0)$ می‌باشند. نتیجه برآورد سطح زیر کشت خرما بصورت زیر می‌باشد:

$$LA_t = 4/12 + 0/1LP_{t-1} - 0/11PR_{t-1} + 0/6LA_{t-1}$$

$$t: (2/19) \quad (2/15) \quad (-1/00) \quad (3/31)$$

$$R^2 = 0/97 \quad \bar{R}^2 = 0/96 \quad F = 189/6$$

که در آن LA_t معرف لگاریتم سطح زیر کشت خرما، LP_t لگاریتم قیمت تولید کننده داخلی خرما و PR_t نرخ حمایت اسمی است. متغیرهای توضیحی مدل، ۹۷ درصد از تغییرات متغیر وابسته را توضیح می‌دهند و مقدار آماره LM در ناحیه عدم وجود خود همبستگی مثبت و منفی قرار گرفته است. توجه به علائم ضرایب بدست آمده در مدل نشان می‌دهد که در مورد قیمت و متغیر وابسته با یک وقفه زمانی، علائم بدست آمده موافق انتظار بوده و فقط علامت ضریب نرخ حمایت، مورد انتظار نمی‌باشد که به دلیل معنی دار نبودن آن، اهمیتی ندارد.

ضریب متغیر قیمت که بیانگر کشش قیمتی عرضه خرما است، معنادار و معادل ۰/۱ می‌باشد. این بدان معنی است که افزایش ۱۰ درصدی قیمت تولید کننده، سطح زیر کشت خرما را معادل یک درصد افزایش خواهد داد. ضریب متغیر وابسته با یک وقفه زمانی موافق انتظار بوده و معادل ۰/۶ می‌باشد. به علاوه متغیر نرخ حمایت که بیانگر سیاست گذاری دولت می‌باشد، در تابع معنی دار نشد. بنابراین، همان گونه که در مورد تولید بیان شد در زمینه سطح زیر کشت نیز اقدامات حمایتی دولت طی دوره مورد بررسی، اثری معنادار نداشته است.

جمع‌بندی و ملاحظات

از ابتدای اجرای قانون برنامه سوم توسعه (سال ۱۳۷۹) جهت حمایت از تولید و صادرات خرما دولت سیاست‌ها و اقدامات گوناگونی را به اجرا گذاشته است. به‌طور کلی می‌توان گفت که:

۱- یکی از مهمترین اقدامات دولت در بازار خرما، اجرای طرح خرید تضمینی بوده که براساس آن می‌بایست دولت به‌عنوان آخرین خریدار محصول زمان برداشت، در بازار از تولیدکنندگان حمایت می‌نمود. این اقدام به دلیل کمبود بودجه نه‌تنها عملاً" به‌طور گسترده اجرا نشده، بلکه همچنین زیان قابل ملاحظه‌ای را به دولت تحمیل نموده است. به‌علاوه مشخص گردید که شیوه قیمت‌گذاری تضمینی، عامل محرک در جهت افزایش سرمایه‌گذاری و توسعه سطح زیرکشت نخلستان‌ها و افزایش تولید محصول خرما نبوده است.

۲- در سال‌های اجرای طرح خرید تضمینی، معیار رابطه مبادله که در قانون خرید تضمینی معین گردیده در قیمت‌های تضمینی خرما مورد بی‌توجهی قرار گرفته است. بنابراین، قیمت تضمینی خرما متناسب با افزایش هزینه تولید و زندگی نخلداران افزایش نیافته و به‌طور نسبی تثبیت شده است. از سوی دیگر بهای خرما در سطوح عمده‌فروشی و به‌ویژه خرده‌فروشی همپای تورم افزایش یافته است. بنابراین قیمت تضمینی خرما نتوانسته بر بهای آن در جهت منافع مصرف‌کنندگان اثر گذارد.

۳- گسترش پوشش بیمه محصول باعث کاهش ریسک بهره‌برداری از باغات خرما شده و سرمایه‌گذاری در ایجاد نخلستانها و تولید خرما را افزایش داده است. به‌علاوه با وجود اینکه کشور در زمینه خرما دارای مازاد عرضه و نیز مزیت نسبی و رقابتی است، نرخ‌های بالای تعرفه‌ای بر واردات آن وضع گردیده که یک سیاست تجاری ناکارآمد است.

۴- قیمت اسمی تولیدکننده خرما افزایش یافته ولی به‌سبب نرخ بالای تورم و افزایش سریعتر هزینه‌ها، قیمت واقعی خرما کاهش پیدا کرده است. این موضوع نشان می‌دهد که رابطه مبادله به زیان نخلداران کاهش یافته است.

- ۵- معیار نرخ حمایت اسمی در دوره مورد مطالعه منفی بوده و بیانگر این است که تولید خرما از طریق سیاست‌های مالی، تجاری و نرخ ارز مورد تشویق قرار نگرفته و دخالت‌های دولت در این بازار دارای کارایی و انعطاف‌پذیری لازم نبوده است. به بیان دیگر تدوین سیاست‌ها منتج به عدم حمایت از کشاورزان شده است.
- ۶- طی دوره مورد بررسی اقدامات حمایتی بر تولید و عرضه محصول و سطح زیرکشت باغات خرما تاثیر معناداری نداشته است. تولید با یک وقفه زمانی و قیمت محصول در دوره قبل عوامل موثر بر عرضه خرما می‌باشند. بنابراین تاثیر سیاست‌های دولت بر افزایش تولید و سطح زیرکشت خرما مورد تردید است.
- ۷- به‌طور کلی می‌توان گفت که با توجه به اینکه کشور در زمینه تولید خرما از مزیت نسبی و رقابتی برخوردار است، حذف دخالت‌های دولت (تحت عنوان ساماندهی بازار خرما) می‌تواند ضمن صرفه‌جویی در هزینه‌های دولتی منجر به تقویت این زیربخش گردد. اما به‌عنوان جایگزین حضور دولت، می‌توان حمایت از ایجاد تشکل‌های تولیدی-بازرگانی، ایجاد بورس‌های کالایی منطقه‌ای و موارد مشابه را پیشنهاد نمود.

منابع

بخشوده، محمد، (۱۳۸۲)؛ "بررسی تجربه کشورها در تنظیم بازار محصولات کشاورزی"، مؤسسه پژوهش‌های برنامه‌ریزی و اقتصاد کشاورزی.

شفیعی، حسین و محمد بخشوده، (۱۳۸۴)؛ "بررسی میزان حمایت سیاست خرید تضمینی از پنبه، خرما، سیب زمینی، پیاز و کشمش در استان فارس"، مجله علوم کشاورزی ایران، جلد ۳۶، شماره ۳.

بانک مرکزی ج.ا.ایران، گزارش اقتصادی و ترازنامه سال‌های مختلف.

پرمه، زورار، (۱۳۸۴)؛ "بررسی روند سیاست‌های تنظیم بازار در ایران و مقایسه آن با تجارب سایر کشورهای منتخب"، مؤسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی.

سازمان مرکزی تعاون روستایی ایران، آمار قیمت و میزان خرید تضمینی.

سازمان مدیریت و برنامه ریزی کشور، قوانین بودجه سالانه.

سیاست‌های قیمت‌گذاری در کشاورزی سازمان خواروبار و کشاورزی (فائو)، ترجمه سید جواد میر، (۱۳۷۲)؛ تهران مرکز تحقیقات و بررسی مسائل روستایی، ص ۹۸.

عبداللهی، مهدی و همکاران، (۱۳۸۶)؛ طرح پژوهشی مطالعه پشتیبان تنظیم بازار خرما، مؤسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی.

مرکز آمار ایران، (۱۳۸۴)؛ قیمت فروش محصولات و هزینه خدمات کشاورزی در مناطق روستایی کشور.

نجفی، بهاء‌الدین، (۱۳۸۰)؛ "بررسی سیاست‌های دولت در زمینه گندم: چالش‌ها و رهیافتها"، مجله اقتصاد کشاورزی و توسعه. شماره ۳۴.

وزارت جهاد کشاورزی، آمارنامه کشاورزی سال‌های مختلف.

وزارت جهاد کشاورزی، اداره میوه‌های گرمسیری و نیمه گرمسیری.

Johnston, J. (1992); "Econometric Methods", third Edition, McGraw-Hill.

Line, W. (1977); Measuring aggregate supply response under instability,

www.tpo.ir.

www.fao.faostat.org.

[www.wikipedia.com/agricultural policy](http://www.wikipedia.com/agricultural_policy).