



Welfare Effects of Increasing Competition in the Market of Export Products (Case Study: Saffron Product)

Mohammadjavad Mehdizadehrayeni¹, Hamid Mohammadi^{2*} and Masoud Dehdashti³

Article type:

Research Article

Article history:

Submitted: 19 May 2021

Revised: 7 July 2021

Accepted: 6 September 2021

Available Online: 21 September 2021

How to cite this article:

Mehdizadehrayeni, M., Mohammadi, H., Dehdashti, M. 2022. Welfare Effects of Increasing Competition in the Market of Export Products (Case Study: Saffron Product). *Saffron Agronomy & Technology*, 10(3): 287-301.

DOI: 10.22048/jsat.2022.346984.1462

Abstract

Saffron is one of the non-export products that belong to Iran, which is more than half of their global market. In the last two decades, the export price of saffron has been declining. Continuing this process by reducing exports can have important welfare consequences for producers, exporters, and consumers. In this regard, the present study aimed to evaluate the welfare effects of saffron export prices in the world market on the aforementioned groups. The analytical tools used include domestic supply and demand functions and export supply, which were estimated by the series of data during the period of 1980-2020. The findings of the study indicate a significant effect of reducing export prices on saffron exports. It has been found that the price of exporting producers and exporters is suffering from welfare, but the welfare of domestic consumers increases, which is far less than the welfare of the two groups. Welfare analysis showed that in the saffron market if the monopoly in the market of these products completely disappeared, the total welfare of the said groups would be reduced by about 53 percent. It is suggested that before the producers are harmed, support programs should be prepared for this group specifically so that in case of changes in the world market, with the support of the product, it will be possible to continue production. Until now, the export price has always been much higher than the domestic price and exporters have been able to make a profit, so to support producers, transferring income from exporters in the form of a production protection fund can be a political solution. This fund can also be used as a tool to reduce the volatility of exporters' income.

Keywords: Saffron, Export, Welfare Impacts.

1 -PhD Candidate of Agricultural Economics, Ferdowsi University of Zabol

2 -Assistant Professor and Faculty Member of the Faculty of Agriculture, University of Zabol

3 -Assistant Professor and Faculty Member of the Faculty of Economics, Islamic Azad University of Bushehr Branch

Corresponding author: Hamidmohammadi@uoz.ac.ir





مقاله پژوهشی

آثار رفاهی افزایش رقابت در بازار محصولات صادراتی (مورد مطالعه: محصول زعفران)

محمدجواد مهدی‌زاده راینی^۱، حمید محمدی^{۲*} و مسعود دهدشتی^۳

تاریخ دریافت: ۲۹ اردیبهشت ۱۴۰۰

تاریخ بازنگری: ۱۶ تیر ۱۴۰۰

تاریخ پذیرش: ۱۵ شهریور ۱۴۰۰

مهدی‌زاده راینی، م.ج.، محمدی، ح.، و دهدشتی، م. ۱۴۰۱. آثار رفاهی افزایش رقابت در بازار محصولات صادراتی (مورد مطالعه: محصول زعفران). زراعت و فناوری زعفران، ۱۰(۳): ۲۸۷-۳۰۱.

چکیده

زعفران از جمله محصولات صادراتی غیرنفتی است که بیش از نیمی از بازار جهانی آن به ایران تعلق دارد. در دو دهه اخیر قیمت صادراتی محصول زعفران روند نزولی داشته است. ادامه این روند از طریق کاهش صادرات می‌تواند پیامدهای رفاهی مهمی بر روی تولیدکنندگان، صادرکنندگان و مصرف‌کنندگان داشته باشد. در همین راستا مطالعه حاضر با هدف ارزیابی اثرات رفاهی کاهش قیمت صادراتی زعفران در بازار جهانی بر روی گروه‌های یادشده صورت گرفت. ابزارهای تحلیلی مورد استفاده شامل توابع عرضه و تقاضای داخلی و عرضه صادرات می‌باشد که با استفاده از داده‌های سری زمانی دوره ۱۳۹۹-۱۳۵۹ برآورد گردید. یافته‌های مطالعه حاکی از اثر معنی‌دار کاهش قیمت صادراتی بر صادرات زعفران می‌باشد. مشخص شد که با کاهش قیمت صادراتی تولیدکنندگان و صادرکنندگان با زیان رفاهی مواجه می‌شوند اما رفاه مصرف‌کنندگان داخلی افزایش می‌یابد که البته این افزایش به مراتب کمتر از کاهش رفاه دو گروه دیگر است. تحلیل رفاهی نشان داد در بازار زعفران در صورتی که انحصار در بازار این محصولات به‌طور کامل از میان برود رفاه کل گروه‌های یادشده حدود ۵۳ درصد کاهش خواهد یافت. پیشنهاد می‌شود پیش از آسیب دیدن تولیدکنندگان، برای این گروه به‌طور خاص برنامه‌های حمایتی تدارک دیده شود تا در صورت تغییر شرایط در بازار جهانی با حمایت از محصول امکان تداوم تولید فراهم شود. تاکنون همواره قیمت صادراتی به مراتب بالاتر از قیمت داخل بوده است و صادرکنندگان توانسته‌اند سود کسب نمایند لذا برای حمایت از تولیدکنندگان انتقال درآمد از صادرکنندگان در قالب تشکیل صندوق حمایت از تولید می‌تواند به‌عنوان یک راهکار سیاستی باشد. این صندوق می‌تواند به‌عنوان وسیله‌ای برای کاهش نوسان درآمد صادرکنندگان نیز مورد استفاده قرار گیرد.

کلمات کلیدی: زعفران، صادرات، اثرات رفاهی.

۱- دانشجوی دکتری اقتصاد کشاورزی، دانشگاه زابل

۲- استادیار و عضو هیئت علمی دانشکده کشاورزی، دانشگاه زابل

۳- استادیار و عضو هیئت علمی دانشکده اقتصاد، دانشگاه آزاد اسلامی واحد بوشهر

*- نویسنده مسئول: Hamidmohammadi@uoz.ac.ir

مقدمه

در دنیای مدرن، وابستگی متقابل بین اقتصاد کشورهای مختلف وجود داشته و به سختی می‌توان کشوری پیدا کرد که اقتصادی بسته داشته باشد، به عبارت دیگر تمام اقتصادهای جهان با یکدیگر ارتباط دارند اما درجه باز بودن اقتصاد از یک کشور به کشور دیگر متفاوت است (Vijayasri, 2013). از راه‌های دستیابی به بازارهای جهانی در کشورهای گذار، توسعه صادرات محصولات غیرنفتی به‌ویژه محصولات کشاورزی است که بدون توجه به ساختار بازار کالاهای صادراتی به دست نمی‌آید (Sadeghi et al., 2011). از سوی دیگر اقتصادهای متکی به نفت همچون ایران، همواره یکی از اولویت‌های اصلی برنامه‌ریزان و سیاست‌گذاران در عرصه تجارت بوده است. به‌منظور کسب درآمد ارزی و نفوذ در بازارهای همگن، تعیین بازارهای هدف صادراتی مناسب برای محصولات امری ضروری است. بازار هدف بازاری است که در خارج از مرزهای یک کشور قرار داشته و هنوز به فعلیت نرسیده است، ولی با تدوین استراتژی‌های بهینه بازاریابی و بازرسانی بین‌المللی می‌توان به این بازار وارد شد (Mehrabi Boshir Abadi & Neshat, 2010).

در ایران به دلیل تنوع پوشش گیاهی، استعداد بالقوه تولید انواع فرآورده‌های باغی و زراعی، غلات، حبوبات، تره‌بار، گل و گیاهان دارویی و نظیر آن، بخش کشاورزی و منابع طبیعی می‌تواند منبع طبیعی از صادرات غیرنفتی را در برگیرد. اطلاعات موجود نیز مؤید آن است که بخش کشاورزی در ایران ۲۳ درصد تولید ناخالص ملی، ۲۳ درصد میانگین اشتغال کل، ۷۵ درصد نیازهای غذایی و ۲۰ درصد صادرات غیرنفتی را به خود اختصاص داده است. در این میان، از بین محصولات کشاورزی ایران، زعفران از جمله ارزشمندترین محصولات است که با توجه به

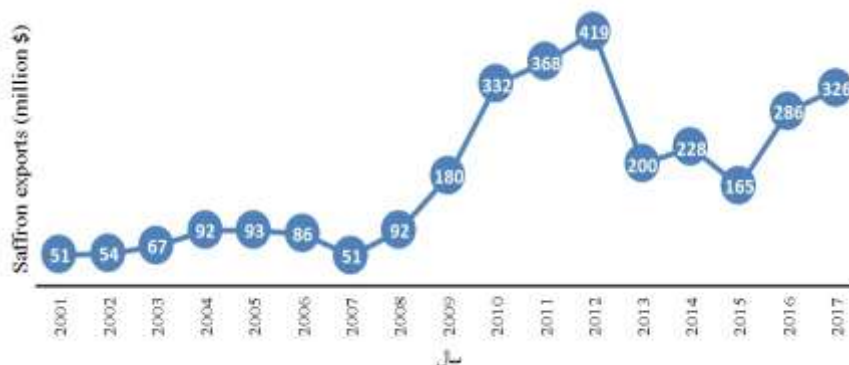
ویژگی‌های خاص خود، امکان گسترش تولید و صادرات آن وجود دارد (Riahi & Azizi, 2020). تجارت خارجی ایران با صادرات تک‌محصولی و وابستگی شدید به درآمدهای ارزی حاصل از صادرات نفت و واردات زیاد شناخته می‌شود. به‌طوری‌که براساس آمار از سال ۱۹۸۰ تا ۲۰۲۰ صادرات نفتی ایران به‌طور میانگین ۸۳ درصد صادرات ایران را به خود اختصاص داده است (I.R of Iran Custom 2020). لزوم گریز از صادرات تک‌محصولی و رهایی از مشکلات ناشی از آن، ایجاد تنوع در محصولات صادراتی، سرمایه‌گذاری و افزایش سهم در تجارت جهانی و بازارهای بین‌المللی، اهمیت صادرات غیرنفتی به‌خصوص صادرات محصولات کشاورزی را به وضوح نشان می‌دهد. در میان محصولات صادراتی بخش کشاورزی، زعفران از نظر تولید و صادرات جایگاه ویژه‌ای دارد (Ministry of Agriculture-Jihad, 2020). امروزه توسعه صادرات، یکی از مهم‌ترین راهبردها جهت دستیابی کشورهای در حال توسعه به رشد اقتصادی محسوب می‌شود (Mahdinia, 2018). صادرات منبع اصلی ارز خارجی مورد نیاز برای تأمین مالی واردات کالاهای واسطه‌ای و سرمایه‌گذاری در فناوری‌های جدید است که نقش مهمی در بهره‌وری تولید دارد (Foster-McGregor et al., 2016). صادرات و حضور در شبکه جهانی موجب می‌شود که کشورها ظرفیت‌های تولیدی مزیت‌دار خود را شناسایی کرده و به تبع آن برنامه‌های تولیدی خود را از بخش‌های کم‌بازده به بخش‌های با بازدهی بالاتر هدایت کنند (IsaiahZayone et al., 2020). صادرات غیرنفتی طیف وسیعی از محصولات پتروشیمی، صنعت، کشاورزی و صنایع غذایی، معدن و فرش و صنایع دستی را در بر می‌گیرد. در این میان، صادرات محصولات کشاورزی و صنایع غذایی نقش قابل توجهی در صادرات غیر نفتی در سال‌های زیادی داشته

مختلف در ایران نشان می‌دهد یکی از دلایل عدم موفقیت شرکت‌های ایرانی در بازارهای جهانی صادراتی گیاهان دارویی، کاهش قدرت رقابت‌پذیری ایران در بازارهای جهانی در سال‌های اخیر است (Hosseini et al., 2015). رقابت‌پذیری به معنای توانایی و عملکرد یک شرکت، یک بخش اقتصادی یا یک کشور در فروش و عرضه کالا و خدمات در یک بازار در مقایسه با دیگر شرکت‌ها، زیربخش‌ها و کشورهای حاضر در همان بازار است (Taheri Rikandeh et al., 2016).

از میان این محصولات کشاورزی، گیاهان دارویی و به خصوص زعفران یکی از مهم‌ترین کالاهای صادراتی مزیت‌دار و رقابت‌پذیر کشاورزی ایران می‌باشد که سهم زیادی در ایجاد ارزش افزوده بخش کشاورزی بر عهده دارد (Taheri Rikandeh et al., 2016). زعفران به عنوان با ارزش‌ترین محصول کشاورزی و دارویی جهان، جایگاه ویژه‌ای در صادرات محصولات کشاورزی ایران دارد. ایران به دلیل داشتن اراضی وسیع و اقلیم خشک و نیمه خشک، بزرگترین تولیدکننده این محصول در جهان محسوب می‌شود (AmiriAghdaie & Roshan, 2015). آمارهای غیر رسمی حاکی از کشت بیش از ۱۰۰ هزار هکتار زعفران در کشور است که به تنهایی حدود ۹۰ درصد از زعفران جهان را تولید می‌کند. بر اساس آخرین آمار موجود، تولید این محصول در سال‌های اخیر افزایش یافته و به ۴۳۰ تن تن در سال ۲۰۱۹ رسیده است (Statista, 2021). در زمینه صادرات زعفران نیز، ایران به‌طور میانگین با دارا بودن بیش از ۷۰ درصد از سهم ارزش صادرات جهانی زعفران در دو دهه اخیر، رتبه نخست را در جهان دارا است. به طوری که بازار زعفران بیش از ۹۰ کشور را در اختیار دارد (International Trade Center, 2020).

است. به طوری که در دوره ۱۳۹۲-۱۳۵۰ به‌طور متوسط ۳۳ درصد از صادرات غیر نفتی را تشکیل داده است (Shahabadi & Safaee, 2017). با این حال، در سال‌های اخیر سهم صادرات محصولات کشاورزی و صنایع غذایی کاهش یافته و در هفت ماهه نخست سال ۱۴۰۰ به میزان حدود ۱۰ درصد از کل ارزش صادرات غیر نفتی رسیده است. ارزش صادرات محصولات کشاورزی و صنایع غذایی در هفت ماهه نخست سال ۱۴۰۰ حدود ۲/۷ میلیارد دلار بوده که نسبت به مدت مشابه سال ۱۳۹۹ حدود ۱۵ درصد کاهش داشته است (Trade Promotion Organization of Iran, 2021). این کاهش در حالی است که ایران به دلیل برخورداری از اقلیم‌های آب و هوایی متنوع، مستعد تولید و پرورش انواع محصولات کشاورزی، دامی و آبیان است، به طوری که بر اساس گزارش فائو، رتبه اول تا چهاردهم را در تولید محصولات مختلف کشاورزی در جهان را کسب کرده است (Khodaverdizadeh & Mohammadi, 2017).

اقتصاد ایران در شرایطی است که از یک طرف جهت آزادسازی تجاری با محدودیت‌های بین‌المللی روبه‌رو است و از طرف دیگر ناگزیر به توسعه صادرات غیرنفتی در بخش کشاورزی است (Pakravan & Gilanpour, 2013). با وجود منابع، ظرفیت‌ها و استعدادهای زیاد به نظر می‌رسد بنگاه‌های ایران به واسطه حمایت، هدایت و مدیریت مناسب می‌توانند به درجه قابل قبولی از رقابت‌پذیری در عرصه بازارهای جهانی دست پیدا کنند (Aghazadeh et al, 2017). از میان ۳۰۷ کالای صادراتی ایران که دارای مزیت نسبی و رقابتی هستند، ۶۳ کالا به محصولات کشاورزی تعلق دارد (Islamic Republic of Iran Customs, 2016). نتایج پژوهش‌های



شکل ۱- ارزش صادرات زعفران ایران به جهان
Figure 1- Iran's saffron exports to the world.
 منبع: مرکز تجارت بین الملل، ۲۰۲۰.
 Source: International Trade Center, 2020.



شکل ۲- مقدار صادرات زعفران ایران به جهان
Figure 2- Iran's quantity of saffron exports to the world.
 منبع: مرکز تجارت بین الملل، ۲۰۲۰.
 Source: International Trade Center, 2020

۲۰۱۸ میزان تولید زعفران در ایران حدود ۴۳۰ تن و در سال ۲۰۱۹ تولید ایران ۳۰۲ تن بوده است. تولید کشور هند در رتبه دوم با ۴۰۸ تن اختلاف و تنها ۲۲ تن بوده است. پس از هند نیز یونان با ۷/۲ تن، افغانستان با ۶ تن، مراکش با ۶/۲ تن، اسپانیا با ۲/۳ تن و ایتالیا و چین با یک تن در رتبه‌های بعدی این جدول قرار گرفته‌اند. اگر تولید را در نظر گرفته شود، انتظار این است که ایران در جایگاه نخست صادرات نیز حضور داشته باشد اما رتبه نخست صادرات زعفران با میزان ۳۵۵ تن از آن اسپانیا بوده و در یک مدت مشابه با این کشور ایران با ۲۷۶ تن صادرات، یعنی ۷۹ تن کمتر از اسپانیا در رتبه دوم جای گرفته است، نکته

بررسی روند ارزش و مقدار صادرات زعفران ایران در نمودارهای ۱ و ۲ حاکی از آن است که در سال‌های اخیر ارزش صادرات ایران با کاهش روبرو بوده است (International Trade Center, 2020). این کاهش در حالی است که اسپانیا به عنوان بزرگ‌ترین رقیب صادراتی ایران، در حال افزایش سهم خود در بازار جهانی زعفران است. براساس آمار منتشر شده، کشور ایران ۳۰ سال متوالی است که جایگاه نخست تولید زعفران را در دست خود دارد. درحالی این جایگاه به نام ایران ثبت شده است که اختلافی فاحش در میزان تولید جایگاه اول و دوم وجود دارد. به گونه‌ای که در سال

۱۴۰۰ با کاهش نزدیک به ۱۹ درصدی نسبت به سال قبل به ۲۶۲ تن رسیده است. اگر انتظار بر این است که محصول تولید شده در ایران جهش صادراتی داشته باشد باید اقدامات زیربنایی انجام شود و زیرساخت‌های تولید، توزیع و تجارت برای آن فراهم شود (I.R of Iran Custom, 2022).

در ادامه بررسی‌ها در سامانه‌های خرده‌فروشی بین‌المللی زعفران، زعفران کاشت اسپانیا تنها دو دلار ارزش دارد در حالی که زعفران ایرانی به دلیل کیفیت بالا بیش از دو برابر آن ارزش‌گذاری می‌شود. اما ۲ برابر بودن قیمت زعفران برای اقتصاد داخلی تأثیر است زیرا ما سهمی از صنایع تبدیلی زعفران در دنیا نداریم و راهکاری هم برای برون‌رفت از این مشکل ارائه نمی‌شود. در کشور ترکیه به‌عنوان کشور همسایه، هم‌مرز و مصرف‌کننده زعفران، این محصول به‌طور حدودی از کیلویی ۲۸۰ میلیون تومان خرده‌فروشی می‌شود (۱۴۰ لیر در هر گرم) این درحالی است که ترکیه خود از فروشندگان اصلی زعفران به هند محسوب می‌شود و با قیمتی چند برابر از آن چیزی که خریداری شده به‌صورت بسته‌بندی و خرده‌فروشی به هند و سایر کشورها صادر می‌کند (I.R of Iran Custom, 2022).

در سال ۱۴۰۰ و با شروع ماه رمضان و نزدیکی زمانی با عید نوروز فروش زعفران افزایش یافت و در وضعیت خوبی قرار گرفت اما صادرات همچنان در روند کاهشی خود پیش رفت. در دی‌ماه سال گذشته نسبت به دی‌ماه سال ۹۹ حدود ۵۷ درصد کاهش صادرات و در بهمن‌ماه ۳۸ درصد کاهش در زمینه صادرات زعفران ثبت شد. درمان این نقص را می‌توان با تکیه بر شعار سال و توجه به تولید دانش‌بنیان و اشتغال‌آفرین یافت و میزان صادرات را رونق بخشید. شرکت‌های دانش‌بنیان با ورود به زمینه‌های تولید فرآورده‌های جانبی زعفران و بخش صنعتی این محصول می‌توانند در زمینه جهانی برای خود جا باز کنند. درحال حاضر صنعتی در رابطه با زعفران وجود ندارد و معمولاً روی زعفران‌ها میزان کمی فرآوری انجام می‌شود در حالی که

قابل توجه اینجاست که پس از ایران کشورهایی که تولید زعفران ندارند یا تولید کمی دارند جزء ۱۰ صادرکننده اول زعفران شناخته می‌شوند. کشورهایی مثل انگلستان با ۶۸ تن، جمهوری چک و هند با ۳۳ تن، آمریکا با ۳۰ تن، چین با ۱۶ تن، فرانسه با ۱۱ تن، یونان با ۱۰ تن، ایتالیا با ۱۰ تن و بلغارستان با ۹ تن از این دست کشورها هستند. چرایی اینکه بزرگ‌ترین تولیدکننده زعفران نمی‌تواند بزرگ‌ترین صادرکننده آن نیز باشد را می‌توان در خام‌فروشی و عدم عرضه مستقیم زعفران به مصرف‌کننده، ورود افراد غیرمتخصص، عدم وجود زیرساخت‌های مناسب و نبود توجه کافی به این بخش دانست (I.R of Iran Custom, 2022).

قبل از آن که ایران رتبه نخست تولید زعفران را از آن خود کند اسپانیا بزرگ‌ترین تولیدکننده زعفران شمرده می‌شود اما ایران توانست زعفرانی با کیفیت‌تر و ارزان‌تر از اسپانیا تولید کند و بازارهای جهانی را محل عرضه خود قرار دهد. امروزه ایران با خطر از دست دادن بازارهای بین‌المللی این صنعت مواجه است و کشورهای همسایه نیز در صدد گرفتن این جایگاه از ایران هستند. مشکل این بازار را می‌توان نشأت گرفته از عدم توانایی کشاورز ایرانی در تولید ارزان زعفران به‌مثابه سابق دانست. از طرفی صادرکنندگان ایرانی قصد دارند زعفران را به همان قیمتی که این محصول در بازارهای جهانی عرضه می‌شود به خریداران خارجی بفروشند اما این خریداران با افزایش چند برابری قیمت زعفران، بعد از احتساب حاشیه سود و هزینه‌های صادرات تمایلی برای خرید از خودشان نشان نمی‌دهند. بنابراین دست‌فعلان ایرانی کوتاه می‌ماند. با نگاهی به آمار صادرات زعفران ایران در ۶ سال گذشته می‌توان نتیجه گرفت روند صادرات چه در وزن و چه در ارزش به‌طور کلی نوسانی و کاهشی و کمتر از حد انتظار بوده است؛ به‌طوری‌که میزان صادرات زعفران ایران در سال ۹۵ حدود ۲۰۳ تن، سال ۹۶ حدود ۲۳۶ تن، سال ۹۷ حدود ۲۶۶ تن، سال ۹۸ حدود ۲۷۹ تن، سال ۹۹ حدود ۳۲۳ تن بوده و در سال

تفاوت اقتصادی (Dourandish et al., 2019)، بحران اقتصادی جهانی (Dourandish et al., 2019)، نوسانات نرخ ارز (Amirtaimoori & Amirtaimoori, 2017)، شوک درآمد نفتی (Mohammadzadeh & Karbasi, 2019)، جنگ تحمیلی (Paseban, 2006)، و تحریم‌های اقتصادی (Dourandish et al., 2019) اثری منفی و کاهنده بر صادرات ایران داشته باشد.

ایران به‌عنوان یک کشور با پتانسیل‌های فراوان در بخش کشاورزی به‌ویژه در زمینه تولید محصول زعفران می‌تواند جایگاه خود را به‌عنوان کشوری مسلط در عرصه صادرات این محصول ارتقاء بخشد. این پژوهش نیز جهت کمک به شناخت واقع‌بینانه ساختار بازار محصولات کشاورزی و اختصاصاً زعفران شکل گرفته است تا بتواند رویکردی مناسب برای ارزیابی علمی این مسأله ارائه کند. با وجود مطالعات داخلی گسترده در حوزه صادرات زعفران، آثار رفاهی افزایش رقابت در بازار محصولات صادراتی و بالایش زعفران به‌طور مستقیم مورد توجه قرار نگرفته است. بنابراین پژوهش حاضر در صدد است آثار رفاهی افزایش رقابت در بازار محصول زعفران را مورد بررسی قرار دهد.

مواد و روش‌ها

بر اساس تئوری اقتصاد خرد در ساختار بازار رقابتی در مقایسه با ساختار انحصاری میزان کالای مبادله شده در سطح بالاتر و قیمت در سطح پایین‌تری قرار دارد. وجود ساختاری انحصاری موجب تحمیل زیان رفاهی به مصرف‌کنندگان شده و همچنین نوعاً سود اقتصادی برای تولیدکنندگان به همراه خواهد داشت. بنابراین از نگاه عرضه‌کنندگان ساختار غیررقابتی مطلوب خواهد بود. در مورد محصولات صادراتی نیز وجود درجه‌ای از انحصار موجب افزایش منافع صادرکنندگان خواهد شد. برای اندازه‌گیری آثار رفاهی ناشی از وجود انحصار لازم است به تفاوت

کشورهایی مانند آلمان و آمریکا با استفاده از صنایع تبدیلی، محصولات فرآوری شده زعفران را در صنایع غذایی، لوازم آرایشی و بهداشتی مورد استفاده قرار می‌دهند و در زمینه اشتغال‌زایی و ارزش افزوده موفق عمل می‌کنند، در صورت ایجاد این فناوری در کشور از خام‌فروشی جلوگیری شده و فرار ارزها را نخواهیم داشت (I.R of Iran Custom, 2022).

از این رو، به منظور توسعه صادرات و حفظ جایگاه اول ایران در بازار جهانی زعفران، ضروری است که مؤلفه‌های رقابت‌پذیری ایران در بازار جهانی مورد بررسی قرار گیرد. مطالعات متعددی در خصوص تحلیل رقابت‌پذیری صادرات زعفران ایران در دسته‌بندی‌های مختلف صورت گرفته است. گروه نخست مطالعات به تحلیل مزیت‌های رقابتی پرداختند که نتایج بیانگر وجود مزیت صادراتی ایران در بازارهای جهانی است (Sadeghi et al., 2011; Karbasi & Rastegaripour, 2014). گروه دوم مطالعات، ساختار بازار جهانی و ساختار بازار صادراتی زعفران را مورد تحلیل قرار داده‌اند که نتایج حکایت از ساختار چندجانبه بسته و تسلط ایران بر بازار جهانی داشته است (Mirbagheri et al., 2019). گروه سوم مطالعات نیز مؤلفه‌های اثرگذار بر صادرات زعفران ایران را مورد بررسی قرار داده‌اند که نتایج آن در برگیرنده این است که مؤلفه‌هایی همانند تولید ناخالص داخلی (Koochakzadeh & Karbasi, 2015; Hendizadeh et al., 2019)، درآمد و جمعیت شرکای تجاری (Aminizadeh et al., 2020)، نرخ واقعی ارز (Fallahi & Mazraeh, 2018; AghapourSabbaghi, 2019)، میزان تولید زعفران (Paseban, 2006) و جهانی شدن (Rezapoor & Mortazavi, 2011) تقویت‌کننده و پیش‌برنده صادرات زعفران ایران است در حالی که متغیرهای فاصله جغرافیایی میان ایران و شریک تجاری (Aminizadeh et al., 2020)،

حاضر بازار محصولات منتخب در قالب یک روش سیستمی به صورت زیر بررسی شد:

$$\begin{aligned} Q_{d,t}^i &= Q_{d,t}^m(P_t^i, Y_t, PP_t^i) \\ Q_{s,t}^i &= Q_{s,t}^i(P_t^i, r_t^i) \\ X_t^i &= X_t(RP_t^i, Y_{m,t}, PR_t^i, V_t) \\ Q_{s,t}^i &= Q_{s,t}^i + X_t \end{aligned} \quad (1)$$

در روابط فوق متغیرهای مورد استفاده نیز به شرح زیر است: Q: مقدار عرضه یا تقاضا (تن)، P: قیمت (ریال)، Y: تولید ناخالص ملی (میلیارد ریال)، PP: جمعیت (نفر)، X: مقدار صادرات (تن)، RP: نسبت قیمت داخل به قیمت جهانی، PR: تولید داخل (تن)، V: شاخص نوسانات نرخ ارز، و α : نرخ بهره است. لازم به ذکر است که نرخ بهره به عنوان معیاری از قیمت نهاده های مورد استفاده در تولید به کار گرفته می شود. پانویس ها و بالانویس های مورد استفاده در متغیرها نیز به شرح زیر است:

t: زمان، d: تقاضا، s: عرضه، و i: محصول است.

شاخص نوسان نرخ ارز نیز به صورت زیر است (Cho et al., 2002):

$$V_t = \frac{\max x_{t-10} - \min x_{t-10}}{\min x_{t-10}} + \left[1 + \frac{|x_t - x_t^p|}{x_t^p} \right] \quad (2)$$

که در آن $\max x_{t-10}$ و $\min x_{t-10}$ به ترتیب حداکثر و حداقل مقدار مطلق نرخ ارز واقعی در یک دوره ۱۰ ساله، x_t^p نرخ ارز تعادلی و x_t نرخ ارز در دوره t است. در این مطالعه همانند مطالعه چو و همکاران (Cho et al., 2002) از میانگین ۱۰ سال گذشته بعنوان نرخ ارز تعادلی استفاده شد.

همان طور که عنوان شد یکی از اهداف مطالعه حاضر تحلیل تغییرات رفاهی محصولات منتخب به دنبال افزایش رقابت در بازار محصولات منتخب است که به صورت کاهش قیمت مورد توجه قرار گرفته است. گروه های متأثر از تغییرات در بازار محصولات

قیمت در دو ساختار انحصاری و رقابتی دسترسی داشته باشیم. روش های مورد استفاده برای این منظور شامل برآورد تابع تقاضای محصولات و همزمان اتخاذ فروشی در خصوص ساختار بازار و همچنین محاسبه تفاوت میان قیمت بازار و هزینه نهایی است. البته محاسبه هزینه نهایی خود با دشواری هایی همراه است. در مورد محصولات صادراتی با توجه به اینکه صادرکنندگان محصول را در سطح قیمت بازار داخلی خریداری می کنند می توان از قیمت بازار داخل به عنوان هزینه نهایی صادرکنندگان استفاده نمود. نمونه ای از این روش در مطالعه داریوال (Durevall, 2007) در بازار قهوه سوئد دیده می شود. در این مطالعه نیز قیمت بازار داخل و صادراتی به عنوان قیمت های بیانگر ساختار رقابتی و انحصاری در نظر گرفته شده است. در مطالعه لاورگن و همکاران (Lavergne et al., 2001) نیز نمونه ای از این روش دیده می شود. به منظور محاسبه زیان رفاهی ناشی از افزایش رقابت در بازار محصولات منتخب و به طور مترادف کاهش قیمت صادراتی در میان گروه های مختلف شامل تولیدکنندگان و مصرف کنندگان داخلی و همچنین صادرکنندگان لازم است معادله رفتار این گروه ها در مقابل تغییرات قیمت برآورد شود که برای همین منظور الگوی سیستمی متشکل از معادلات سه گروه شامل عرضه و تقاضای داخلی و عرضه صادرات برآورد گردید. از نکات حایز اهمیت دخالت دادن نوسانات ارز در تابع صادرات می باشد که در مطالعات اخیر توجه بیشتری به آن شده است. در ادامه ابتدا معادلات یاد شده معرفی شده است.

هر چند در برخی از مطالعات همانند لانگلی و همکاران (Langley et al., 2000) تابع عرضه صادرات بصورت انفرادی برآورد شده است اما مزیت استفاده از یک سیستم از معادلات آن است که امکان شبیه سازی اثرات ناشی از تغییر متغیرها را فراهم می کند و همچنین به دلیل امکان وجود رابطه میان جملات اخلال معادلات مختلف در بازار یک کالا یا محصول روش سیستمی مطلوب تر است (Marsh, 2003). از این رو در مطالعه

ناظر بر کوتاه‌مدت است. با توجه به اینکه از قیمت‌های ثابت سال ۱۳۶۹ استفاده شده است لذا مقادیر ارزش‌های ارایه شده برای تحلیل رفاهی نیز بر اساس قیمت‌های ثابت سال ۱۳۶۹ می‌باشد. در مورد هر یک از محصولات ابتدا سیستم معادلات بازار محصولات و سپس تحلیل رفاهی ارایه شده است. همچنین لازم به ذکر است ابتدا ایستایی داده‌ها بررسی شد که تمامی متغیرهای مورد استفاده رفتاری ایستا نشان دادند. البته برخی از آنها دچار شکست ساختاری بودند که پس از حذف اثر شکست رفتاری ایستا نشان دادند. برای تخمین سیستم معادلات نیز از روش سیستمی گشتاورهای تعمیم یافته یا GMM استفاده شد.

تصریح ارایه شده برای سیستم عرضه و تقاضای داخلی و عرضه صادرات زعفران الگوی مناسبتی به نظر می‌رسد. به این ترتیب که افزون بر معنی‌داری اغلب متغیرهای به دست آمده علامت ضرایب نیز مبتنی بر انتظارات نظری است. در تابع تقاضا رابطه میان قیمت و مقدار منفی به دست آمده است و در تابع عرضه نیز این رابطه مثبت ارزیابی شده است که به ترتیب تأیید کننده تئوری تقاضا و عرضه می‌باشد. از سوی دیگر در تابع تقاضای معکوس افزایش تولید ناخالص داخلی بر قیمت اثر مثبت نشان داده است و انتظار می‌رود با ثابت بودن سایر شرایط افزایش تولید ناخالص جهانی از طریق افزایش مقدار تقاضا موجب افزایش قیمت نیز شود. همچنین قیمت سرمایه به‌عنوان قیمت نهاده‌های مورد استفاده حاکی از اثر منفی آن بر عرضه می‌باشد. در تابع عرضه صادرات نیز افزایش قیمت داخلی نسبت به قیمت جهانی اثری منفی بر صادرات نشان داده است که چنین انتظار نیز وجود دارد. همچنین افزایش تولید داخلی زعفران با فرض ثابت بودن سایر شرایط انتظار می‌رود موجب افزایش صادرات شود. نوسان نرخ ارز نیز اثر منفی نشان داده است. البته همانطور که پیش‌تر نیز ذکر شد اثر آن می‌تواند مثبت نیز باشد اما بطور معمول اثر منفی بیشتر مشاهده می‌شود.

منتخب عبارتند از تولیدکنندگان، مصرف‌کنندگان و صادرکنندگان. تغییرات رفاهی گروه‌های یاد شده نیز بصورت زیر قابل بیان است:

مازاد مصرف کنندگان

$$\Delta CSF = \int_{P_0^i}^{P^i} Q_d(P^i) dP^i \quad (۳)$$

مازاد تولیدکنندگان

$$\Delta PSF = \int_{P_0^i}^{P^i} Q_s^i(P^i) dP^i \quad (۴)$$

مازاد صادرکنندگان

$$\Delta ESF = \int_{P_0^i}^{P^i} Q_x^i(P^i) dP^i \quad (۵)$$

که در آن dP تغییرات قیمت است.

داده‌های مورد استفاده شامل سری زمانی متغیرهای یاد شده برای محصولات منتخب است که از پایگاه اطلاعاتی FAO، سازمان ملل متحد، سازمان گمرک ایران و بانک مرکزی به دست آمد. دوره مورد مطالعه برای داده‌ها شامل سال‌های ۱۳۵۹-۱۳۹۹ می‌باشد. مقادیر متغیرهای ارزشی بر اساس قیمت‌های ثابت سال ۱۳۶۹ مورد استفاده قرار گرفته است.

نتایج و بحث

یافته‌های مطالعه شامل تخمین سیستم معادلات متشکل از تقاضا و عرضه داخلی و عرضه صادرات محصولات منتخب و همچنین محاسبه اثرات رفاهی ناشی از کاهش قیمت در بازار جهانی است. همانند مطالعه داریوال (Durevall, 2007) تفاوت قیمت داخلی و صادراتی محصولات منتخب بعنوان اختلاف میان قیمت رقابتی و انحصاری در نظر گرفته شده است. از سوی دیگر با توجه به اینکه محصولات منتخب چندساله هستند سطح تولید آن‌ها برای تحلیل کوتاه مدت ثابت فرض شده است و فرض شده است مازاد عرضه داخلی در اثر کاهش قیمت جهانی از طریق کاهش قیمت داخلی و افزایش تقاضا موجب ایجاد تعادل در بازار داخل می‌شود. به این ترتیب می‌توان گفت تحلیل رفاهی

بودن سایر شرایط به ازاء ۱۰ درصد افزایش در قیمت سرمایه انتظار می‌رود میزان عرضه ۶ درصد کاهش یابد. در تابع عرضه صادرات نیز واکنش صادرات نسبت به متغیرها در سطح بالایی قرار دارد. افزایش نسبت قیمت داخلی به قیمت جهانی زعفران به میزان ۱۰ درصد اندکی کمتر از ۵ درصد کاهش در صادرات را موجب خواهد شد. همچنین انتظار می‌رود افزایش تولید داخلی به میزان ۱۰ درصد با فرض ثابت بودن سایر شرایط موجب افزایش صادرات به میزان ۹ درصد شود. شاخص نوسان نرخ ارز نیز بر صادرات زعفران اثر منفی نشان داده است و انتظار می‌رود وقوع نوسان در نرخ ارز موجب کاهش صادرات زعفران شود.

در تابع تقاضا اثر افزایش قیمت بر تقاضا در سطح نسبتاً بالایی قرار دارد. به این ترتیب که انتظار می‌رود ۱۰ درصد افزایش در قیمت میزان تقاضای داخلی برای زعفران را به میزان ۱۱/۱ درصد کاهش دهد. البته نتایج آرایه شده در جدول برای تابع تقاضای معکوس آرایه شده است. همچنین انتظار می‌رود افزایش تولید ناخالص داخلی به میزان ۱ درصد بیش از ۲ درصد افزایش در تقاضا برای زعفران را به دنبال داشته باشد. بر خلاف مصرف کنندگان واکنش عرضه کنندگان در سطح بالاتری قرار دارد و انتظار می‌رود به ازاء ۱ درصد افزایش در قیمت میزان عرضه بیش از ۲ درصد افزایش یابد. در صورتی که ضریب مربوط به متغیر سرمایه نیز بر حسب کشش بیان شود عدد ۰/۶- حاصل خواهد شد. به این ترتیب که با فرض ثابت

جدول ۱- نتایج حاصل از برآورد سیستم عرضه، تقاضا و صادرات زعفران
Table 1- The results of the saffron supply, demand and export system estimation

متغیر Variable	ضریب The coefficient	انحراف معیار Conventional deviation	آماره t T-statistics
تابع تقاضا (مکعوس) Demand function (Inverse)	عرض از مبدأ Width of the origin	6.31	2.14
	مقدار تقاضای سرانه The amount of per capita demand	0.90	-2
	درآمد سرانه The per capita income	2.33	2.33
تابع عرضه Supply function	عرض از مبدأ Width of the origin	0.42	69.21
	قیمت داخلی واقعی Real domestic price	1.17	1.93
	قیمت سرمایه Price of capital	0.02	1.50
تابع عرضه صادرات Export supply function	عرض از مبدأ Width of the origin	2.94	-2.46
	نسبت قیمت داخلی به قیمت صادراتی Internal Price Ratio to Export Price	0.31	1.60
	تولید داخلی Internal production	0.22	4.07
	نوسانات نرخ ارز Exchange rate fluctuations	0.15	-8.44

*, **, و *** به ترتیب معنی دار در سطح ۱۰، ۵ و ۱ درصد.
*, **, ***, In the sense of meaningful at level 10, 5 and 1 percent.

منبع: یافته‌های تحقیق.

Source: Research findings.

بصورت کاهش رفاه جامعه یا زیان رفاهی می باشد. به این ترتیب که در صورتی که اختلاف میان قیمت داخلی و صادراتی از میان برود جامعه به میزان حدود ۷۸ میلیارد ریال زیان رفاهی خواهند دید.

نتیجه گیری

زعفران یکی از مهم ترین محصولات کشاورزی و دارویی جهان می باشد و جایگاه ویژه ای در صادرات محصولات کشاورزی ایران دارد. در سالهای اخیر، ارزش صادرات زعفران ایران به بازارهای جهانی با کاهش هایی روبرو بوده است. از این رو، به منظور توسعه صادرات و حفظ جایگاه اول ایران در بازار جهانی زعفران، ضروری است که آثار رفاهی افزایش رقابت در بازار محصول زعفران مورد بررسی قرار گیرد. از این رو، هدف پژوهش حاضر بررسی آثار رفاهی افزایش رقابت در بازار محصول زعفران قرار گرفت.

نقش و اهمیت توسعه صادرات در فرآیند توسعه اقتصادی امری کاملاً پذیرفته شده است. توسعه صادرات تأمین کننده منابع ارزی برای توسعه اقتصادی است و می تواند نقش تعیین کننده ای در شکل گیری ساختارهای اقتصادی، تخصیص بهینه منابع، استفاده از صرفه های ناشی از مقیاس تولید، دستیابی به تخصص بین المللی و غیره داشته باشد. پس از جنگ دوم جهانی بسیاری از کشورها در پی آن شدند که اقتصاد خود را بازسازی کنند. در این میان کشورهای در حال توسعه نیز برای جبران عقب ماندگی های اقتصادی به گزینش و اجرای الگوهای توسعه اقتصادی روی آوردند. شماری از کشورهای در حال توسعه به الگوی جایگزینی واردات روی آوردند تا وابستگی اقتصادشان به واردات از کشورهای پیشرفته را کم کنند و به سرمایه گذاری در این گونه طرح ها روی آورند.

در جدول ۴ نیز تغییرات رفاهی ناشی از افزایش رقابت در بازار زعفران ارایه شده است. به این ترتیب که کاهش قیمت صادراتی موجب افزایش عرضه محصول در بازار داخل شده و کاهش قیمت آن در داخل با افزایش تقاضا مواجه خواهد بود اما در اثر این تغییرات، تولیدکنندگان و صادرکنندگان زیان رفاهی متحمل می شوند که بخش از این زیان به صورت افزایش رفاه به مصرف کنندگان منتقل می شود. در مورد زعفران قیمت صادراتی حدود ۵۱ درصد بالاتر از قیمت داخلی قرار دارد. در صورتی که این اختلاف به ۴۵ درصد کاهش یابد صادرات به میزان ۲ درصد کاهش یافته و به حدود ۱۳۹ تن خواهد رسید. رقم متناظر برای سناریو برابری قیمت صادراتی و داخل برابر با ۲۵ درصد کاهش صادرات است. کاهش صادرات به میزان ۲ درصد به دنبال افزایش عرضه در بازار داخل موجب افزایش تقاضای داخلی به میزان ۶/۳۷ درصد خواهد شد. تحت سناریو برابری قیمت صادراتی و داخل تقاضا با حدود ۸۹ درصد افزایش به سطح ۸۰/۵ تن خواهد رسید. در سطوح بالاتر اختلاف میان قیمت داخل و صادراتی تغییر رفاه تولیدکنندگان و صادرکنندگان نزدیک به یکدیگر قرار دارد. به این ترتیب که در سناریو ۴۵ درصد میزان کاهش رفاه تولیدکنندگان و صادرکنندگان به ترتیب ۵/۸ و ۵/۹ درصد است اما در سناریو برابری قیمت داخلی و صادرات میزان کاهش در رفاه به ترتیب بیش از ۷۲ درصد و بیش از ۵۰ درصد است. بر اساس ارزش، زیان رفاهی در سناریو برابری قیمت داخلی و صادراتی برای دو گروه یاد شده به ترتیب بیش از ۴۴ و بیش از ۳۵ میلیارد ریال است. برخلاف زیان رفاهی حادث شده برای تولیدکنندگان و صادرکنندگان افزایش رفاهی به دست آمده برای مصرف کنندگان بسیار کمتر است. به گونه ای که در سناریو برابری قیمت داخلی و صادراتی میزان افزایش رفاه تنها ۲/۲ میلیارد ریال است. به همین ترتیب رفاه کل جامعه ناشی از کاهش قدرت بازار ایران و کاهش قیمت در تمامی سناریوها

جدول ۲- تغییرات رفاهی ناشی از کاهش قیمت در بازار جهانی زعفران
Table 2- Welfare changes caused by price decline in the world market of saffron

سطوح مختلف اختلاف قیمت داخلی و صادراتی Different levels of internal and export price differences (percent)		45	30	15	5	0
قیمت صادراتی Export price	مقدار Amount (1,000 rials)	477.7	428.3	378.9	345.9	329.4
صادرات Export	مقدار (تانه) Value (tone)	139.1	130.8	120.02	111.5	106.5
	تغییر Change (%)	-2.02	-7.91	-15.33	-	-
تقاضای داخلی Internal demand	مقدار Value (tone)	47.9	56.2	66.8	75.5	80.5
	تغییر Change (%)	6.37	24.95	48.37	67.71	78.82
تغییر رفاه تولیدکنندگان Change in manufacturers' welfare	ارزش Value (billion rials)	-3.57	-	-27.12	-	-
	درصد Percentage	-5.80	-	-44.02	-	-
تغییر رفاه صادرکنندگان Change of exporters' welfare	ارزش Value (billion rials)	-4.17	-	-25.08	-	-
	درصد Percentage	-5.90	-	-35.51	-	-
تغییر رفاه مصرف کنندگان Change in consumers' welfare	ارزش Value (billion rials)	0.13	0.57	1.22	1.84	2.23
	درصد Percentage	0.88	3.84	8.23	12.41	15.04
تغییر رفاه کل Changing the whole welfare	ارزش Value (billion rials)	-7.61	-	-50.98	-	-
	درصد Percentage	-5.17	-	-34.66	-	-

منبع: یافته‌های تحقیق.
Source: Research findings.

می‌شود که با جذب سرمایه‌گذاری و فناوری نوین، رشد صادرات کالاهای با ارزش افزوده بیشتر (فراورده‌های واسطه‌ای و نهایی) امکان‌پذیر شود (Nasabian & Jafari, 2016). سهم بالای ایران در بازار صادراتی زعفران موجب شده است تا ایران این شرایط را داشته باشد که قیمت را بالاتر از سطح تعادلی آن در بازار رقابتی تعیین نماید. وجود ساختار غیررقابتی در بازار زعفران در مطالعات دیگر نیز مورد تأکید قرار گرفته است. اما روند گذشته قیمت این محصول نشان می‌دهد که علیرغم آنکه ایران سهم بالایی در بازار این محصول دارد اما روند

تجربه‌های مثبت شده نشان از توفیق کشورهای دارد که به الگوی تشویق و توسعه صادرات روی آورده‌اند و امروزه در شمار کشورهای توسعه یافته یا تازه صنعتی شده قرار دارند. الگوی توسعه صادرات در جریان سرمایه‌گذاری به انتقال دانش فنی و ارتقاء مهارت‌های نیروی انسانی توجه خاص دارد. اغلب کشورهای توسعه یافته که به الگوی توسعه و تشویق صادرات روی آوردند، با ایجاد مناطق آزاد تجاری-صنعتی یا مناطق پردازش صادرات، زمینه‌های مساعدی را برای جذب سرمایه‌گذاری‌های خارجی بوجود آوردند. راهبرد توسعه و تشویق صادرات سبب

در بازار جهانی با حمایت از محصول امکان تداوم تولید فراهم شود. تاکنون همواره قیمت صادراتی به مراتب بالاتر از قیمت داخل بوده است و صادرکنندگان توانسته‌اند سود کسب نمایند لذا برای حمایت از تولیدکنندگان انتقال درآمد از صادرکنندگان در قالب تشکیل صندوق حمایت از تولید می‌تواند به‌عنوان یک راهکار سیاستی با شد. این صندوق می‌تواند به‌عنوان وسیله‌ای برای کاهش نوسان درآمد صادرکنندگان نیز مورد استفاده قرار گیرد. ممنوعیت از خروج و صادرات فله‌ای و بی‌ضابطه زعفران به خارج از کشور به‌خصوص کشورهای حوزه خلیج فارس و کشور اسپانیا که عمدتاً با بسته‌بندی مجدد آن ارزش افزوده محصول به‌جای کشاورزان زحمتکش زعفران کار نصیب این‌گونه کشورها می‌شود نیز پیشنهاد می‌گردد. افزایش قیمت با وجود آنکه باعث افزایش رفاه تولیدکنندگان داخلی می‌گردد، اما این افزایش اگر زیاد باشد باعث کاهش شدید در رفاه مصرف‌کنندگان خواهد گردید که در بلندمدت بر روی میزان مصرف آن‌ها تأثیر منفی خواهد داشت. بنابراین پیشنهاد می‌گردد که این افزایش قیمت‌ها به‌صورت تدریجی باشد که برای کنترل این موضوع کنترل میزان صادرات ایران به‌عنوان بزرگ‌ترین یا یکی از بزرگ‌ترین تولیدکنندگان زعفران می‌تواند در کنترل قیمت جهانی تأثیر داشته باشد. پیشنهاد می‌شود که با توجه به اینکه کشورمان در جهت پیوستن به سازمان تجارت جهانی حرکت می‌کند، لازم است به محصولات که قدرت رقابت در بازار جهانی دارند، نگاهی ویژه به‌عمل آید. از جمله با شناخت عوامل مؤثر بر عرضه و تقاضا صادرات زعفران که از گیاهان مزیت‌دار کشورمان می‌باشد، راه حفظ و افزایش سهم بازار این محصول تقویت شود. پیشنهاد می‌شود سیاست متنوع‌سازی جغرافیایی در بازارهای هدف و سیاست نفوذ و توسعه بازار به صورت همزمان در زمینه صادرات محصول زعفران مورد مطالعه قرار گیرد. به دلیل فعالیت چشمگیر رقبا در بازار زعفران پیشنهاد می‌شود سیاست‌های

کاهش قیمت آن مشهود است (Fao, 2021). هر چند که این روند در مورد محصولات کشاورزی عمومیت دارد (Rakotoarisoa & Shapouri, 2007) اما با توجه به مساعدت ارزی این محصول لازم است به‌طور خاص به آثار آن توجه شود. کاهش قیمت در بازار جهانی به موازات افزایش رقابت، افزون بر اینکه مساعدت ارزی آن‌ها را کاهش می‌دهد از این جهت موجب کاهش درآمد صادرکنندگان و نهایتاً تولیدکنندگان شده و جامعه کشاورزی را به‌طور نامطلوب تحت تأثیر قرار می‌دهد از اهمیت بالایی برخوردار است. در مطالعه حاضر سعی شد تا ابعاد آثار رفاهی مشخص شود. البته مشخص شد که مصرف‌کنندگان از کاهش قیمت در بازارهای صادراتی منتفع می‌شوند اما میزان زیان رفاهی که تولیدکنندگان و صادرکنندگان متحمل خواهند شد به مراتب بیشتر است و در مجموع گروه‌های ایرانی از فرآیند افزایش رقابت در بازار جهانی آسیب خواهند دید. یافته‌ها نشان داد در مورد محصول زعفران نسبت قیمت داخل به قیمت جهانی اثر معنی‌دار دارد و لذا کاهش قیمت جهانی این محصول می‌تواند صادرات آن‌ها را کاهش دهد. در مورد زعفران زیان رفاهی تحمیلی به تولیدکنندگان و صادرکنندگان تا حدودی به یکدیگر نزدیک است. به‌طور کلی گروه‌های درگیر در بازار زعفران در صورتی که انحصار در بازار این محصولات به‌طور کامل از میان برود به ترتیب حدود ۵۳ درصد زیان رفاهی تحمل خواهند نمود که رقم قابل ملاحظه‌ای می‌باشد. پیشنهاد می‌شود منابع کاهش قیمت شناسایی و تا حد امکان از کاهش آن جلوگیری شود. تغییر ترکیب صادرکنندگان محصول زعفران و افزایش تمرکز در میان آنان در جهت یافتن بازارهای جدید می‌تواند مؤثر باشد. در مورد محصول زعفران با توجه به چندساله بودن آن، خطر عمده طولانی بودن فرآیند تعدیل است و لذا پیشنهاد می‌شود پیش از آسیب دیدن تولیدکنندگان، برای این گروه به‌طور خاص برنامه‌های حمایتی تدارک دیده شود تا در صورت تغییر شرایط

تا از این راه بخشی از مشکلات تجار و صادرکنندگان این حوزه به دلیل بروکراسی اداری و موازی کاری ارگان‌های دولتی حل شود. اجازه ثبت برند، تغییرات سرمایه شرکت‌ها بدون بروکراسی‌های اداری و استفاده از استانداردهای بین‌المللی برای صادرکنندگان از مؤلفه‌های این پیشنهاد می‌باشد. در نهایت پیشنهاد می‌شود که در پژوهش‌های آتی ارزش افزوده حاصل از صادرات مجدد توسط کشورهای هم‌اندکسپانیا و شناسایی مؤلفه‌های اثرگذار بر آن مورد تحقیق و بررسی قرار گیرد.

تشکر و قدردانی

بدین‌وسیله نویسندگان مقاله از حوزه معاونت پژوهش و فناوری دانشگاه زابل براساس پژوهانه UR.AC.IR.GR-6707 قدردانی می‌نمایند.

راهبردی تجاری، بخصوص صادرات مجدد (ریکسپورت) و سیاست حداکثر کردن درآمد به جای سود، در میان مدت مطالعه و ارزیابی شود. با توجه به اینکه صادرات زعفران تا به حال در چارچوب یک استراتژی بازاریابی مدون و اصولی صورت نگرفته، ضرورت دارد که بازارهای هدف در این زمینه معرف گردد و استراتژی توسعه صادرات زعفران مشخص گردد تا راهبردهای عملی برای صادرکنندگان و نیز مسئولین امر در برنامه‌ریزی بازرگانی کشور ارائه شود. همچنین یک استراتژی بلندمدت توسعه صنعتی و نهایتاً یک استراتژی توسعه صادرات و بازاریابی نیز از جمله ضروریات حتمی در این مورد می‌باشد که قابل پیشنهاد است. براساس پیشنهاد صادرکنندگان که از طریق تحقیقات میدانی حین انجام پژوهش به دست آمد، لازم است تا اختیارات مربوط به صادرات به خود بخش خصوصی واگذار گردد.

منابع

- AghapourSabbaghi, M. 2019. Investigating the factors affecting the export of Iranian saffron to BRICS countries (Panel data approach). *Journal of Saffron Agronomy and Technology* 7 (3): 411-420. (In Persian with English Summary).
- Aghazadeh, H., Estiri, M., and Asanlou, B. 2017. Investigating the effective components on the competitiveness of Iranian enterprises. *Quarterly Journal of Sustainable Growth and Development* 7 (3): 17-34. (In Persian with English Summary).
- Aminizadeh, M., Karbasi, A., Riahi, A., and Ramezani, M. 2020. Assessing the effect of Iran's membership in trade agreements on saffron exports. *Journal of Saffron Agronomy and Technology* 7 (4): 537-549. (In Persian with English Summary).
- Aminizadeh, M., Karbasi, A., Riahi, A., and Ramezani, M. 2020. Assessing the effect of Iran's membership in trade agreements on saffron exports. *Journal of Saffron Agronomy and Technology* 7 (4): 537-549. (In Persian with English Summary).
- Amiri, H., and AminiDaran, M. 2018. Factors affecting diversification of industrial exports in Iran. *Iranian Economic Journal: Macroeconomics* 13 (25): 65-91. (In Persian with English Summary).
- AmiriAghdaie, S.F., and Roshan, J. 2015. Investigating effective factors on Iran's saffron exportation. *International Review of Management and Business Research* 4 (2): 590-600.
- Amirtaimoori, S., and Amirtaimoori, S. 2015. The effect of exchange rate uncertainty on Iranian saffron exports. *Journal of Saffron Research* 4 (2): 199-209. (In Persian with English Summary).
- Cho, G., Sheldon, I. M. and McCorriston, S. (2002). Exchange Rate Uncertainty and Agricultural Trade. *American Journal of Agricultural Economics*, 84(4), 931-942.
- Dourandish, A., Aminizadeh, M., Riahi, A., and MehrparvarHosseini, E. 2019. Assessing the role of trade sanctions and global economic crisis on

- Iran's saffron exports. *Journal of Saffron Agronomy and Technology* 6 (4): 499- 511. (In Persian with English Summary).
- Durevall, D. 2007. Demand for coffee in Sweden: The role of prices, preferences and market power. *Food Policy* 32: 566–584.
- Fallahi, E., and Mazraeh, F. 2018. Economic analysis of short-term and long-term effects of exchange rate uncertainty on the export of Iranian saffron. *Journal of Saffron Agronomy and Technology* 6 (3): 367-381. (In Persian with English Summary).
- FAO Statistical Database., <http://www.fao.org>.
- Foster-McGregor, N., Isaksson, A., and Kaulich, F. 2016. Importing, productivity and absorptive capacity in Sub-Saharan African manufacturing and services firms. *Open Economies Review* 27: 87-117.
- Hendizadeh, H., Karbasi, A., Mohtashami, T., and Sahabi, H. 2019. Ranking of socio-economic variables affecting the bilateral trade of saffron in Iran and business partners. *Journal of Saffron Research* 7 (1): 55-67. (In Persian with English Summary).
- Hosseini, S., and Jahangiri, Z. 2015. Development of export strategy for agricultural products in Bushehr province. First National Conference on Future Studies, Management and Development, Tehran, Center for the Development of Modern Education in Iran 8 (13): 27-44. (In Persian with English Summary)
- International Trade Center. 2020. www.trademap.org.
- IsaiahZayone, T., Henneberry, S.R., and Radmehr, R. 2020. Effects of agricultural, manufacturing, and mineral exports on Angola's economic growth. *Energies* 13 (6): 1-17.
- The Islamic Republic of Iran Customs. 2020. Foreign Trade Statistics of Iran. Publications of the Customs Office of the Islamic Republic of Iran, Tehran. (In Persian).
- The Islamic Republic of Iran Customs. 2022. Foreign Trade Statistics of Iran. Publications of the Customs Office of the Islamic Republic of Iran, Tehran. (In Persian).
- Karbasi, A., and Rastegaripour, F. 2014. Evaluation of comparative advantage on production and export of saffron. *Journal of Saffron Agronomy and Technology* 2 (1): 59- 74. (In Persian with English Summary).
- Khodaverdizadeh, M., and Mohammadi, S. 2017. Comparative advantages and analysis of international market structure of medicinal plants: Case study of Anise, Badin, Fennel and Coriander. *Journal of Agricultural Economics Research* 9 (34): 153-174. (In Persian with English Summary).
- Koochakzadeh, S., and Karbasi, A. 2015. Study of the effective factors on the commerce of Iranian saffron. *Journal of Saffron Agronomy and Technology* 3 (3): 217-227. (In Persian with English Summary).
- Langley, S.V., Giugale, M., Meyers, W.H., and Hallahan, C. 2000. International Financial Volatility and Agricultural Commodity Trade: A Primer. *America Journal of Agricultural Economics* 82: 695–700.
- Lavergne, P., Requillart, V., and Simioni, M. 2001. Welfare loss due to market power: Hicksian versus Marshallian measurement. *America Journal of Agricultural Economics* 83 (1): 157–165.
- Mahdinia, M. 2018. Investigation on non-oil export developing obstacles case study (Exporter of Mazandaran province). *Research Journal of Economics* 2 (3): 1-5.
- Marsh, J. 2003. Impacts of declining U. S. retail beef demand on farm-level beef prices and production. *America Journal of Agricultural Economics* 85 (4): 902–913.
- Mehrabi Boshir Abadi, H., and Neshat, A. 2010. Investigation of effective factors on Iran's comparative advantage in pistachio export and ranking of its target markets. *Iranian Journal of*

- Trade Studies 14: 213-233. (In Persian with English Summary).
- Ministry of Agriculture-Jihad. 2020. The area under cultivation and the amount of garden products. Agriculture Statistics, <http://www.maj.ir>. (In Persian).
- Mirbagheri, S.SH., Rafiee, H., and Akbarpour, H. 2019. Market structure analysis and export pattern of Iranian saffron. *Iranian Journal of Medicinal and Aromatic Plants* 35 (5): 802-818. (In Persian with English Summary).
- Mohammadzadeh, H., and Karbasi, A. 2019. The shock effect of oil revenues on the export of Iran saffron. *Journal of Saffron Agronomy and Technology* 7 (1): 125-136. (In Persian with English Summary).
- Nasabian, Sh., and Jafari, S. 2016. Effect of saffron export on agricultural growth: Case study of Iran and Spain. *Journal of Agricultural Economics Research* 8 (31): 17-36. (In Persian with English Summary).
- Pakravan, M.R. and Gilanpour, A. 2013. A survey of export potential perspective and competitiveness of Iranian agricultural products in the Middle East and North Africa. *Journal of Agricultural Economics and Development* 27 (1): 48-69. (In Persian with English Summary).
- Paseban, F. 2007. Study of effective factors on the export of saffron. *Economic Research Journal* 6 (12): 1- 15. (In Persian with English Summary).
- Rakotoarisoa, M.A., and Shapouri, S. 2001. Market power and the pricing of commodities imported from developing countries: the case of US vanilla bean imports. *Agricultural Economics* 25: 285-294.
- Rezapoor, S., and Mortazavi, S.A. 2011. Effects of globalization on supply and demand export saffron. *Iranian Journal of Agricultural Economics* 4 (3): 153-169. (In Persian with English Summary).
- Riahi, V., and Azizi, S. 2020. The effects of saffron cultivation on the economy of farmers in the rural areas of Tehran. *Journal Space Economy and Rural Development* 9 (3): 239-254. (In Persian with English Summary).
- Sadeghi, S.K., Khodaverdizadeh, S., and Khodaverdizadeh, M. 2011. Comparative advantage and world market structure of saffron. *Journal of Agricultural Economic Research* 11: 59-76. (In Persian with English Summary).
- Shahabadi, A., and Safaee, M. 2017. Effects of knowledge factors on supply of agricultural exports of Iran. *Iranian Journal of Trade Studies* 21 (84): 1-26. (In Persian with English Summary).
- Statista. 2021. <https://www.statista.com/statistics/1135621/leading-saffron-producers-worldwide/>
- Taheri Rikandeh, A., Pakravan, M., Gilanpour, A., and Abolghasemi, F. 2016. Assessing Iran's competitiveness in the global market of medicinal herbs and prioritizing export-import Destinations. *Journal of Agricultural Economics* 10 (1): 153-174. (In Persian with English Summary).
- Trade Promotion Organization of Iran. 2021. <https://en.tpo.ir/Non-oil-Export>
- Vijayasri, G. V. 2013. The importance of international trade in the world. *International Journal of Marketing Financial Services and Management Research* 9: 111-119.