

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

به نام خدا

منشور اخلاق پژوهش

با یاری از خداوند سبحان و اعتقاد به اینکه عالم محضر خداوند است و همواره ناظر بر اعمال انسان و به منظور پاس داشت مقام بلند دانش پژوهش و نظر به اهمیت جایگاه و دانشگاه در اعتلای فرهنگ و تمدن بشری ما دانشجویان و اعضای هیات علمی واحدهای دانشگاه آزاد اسلامی متعهد می گردیم. اصول زیر را در انجام فعالیت های پژوهشی مد نظر قرار داده و از آن تخلفی نکنیم:

- ۱- اصل برائت: التزام به برائت جویی از هرگونه رفتار غیر حرفه ای و اعلام موضوع نسبت به کسانی که حوزه علم و پژوهش را به شائب های غیر علمی می پالایند.
- ۲- اصل رعایت انصاف و امانت: تعهد به اجتناب از هر گونه جانب داری غیر علمی و حفاظت از اموال تجهیزات و منابع در اختیار.
- ۳- اصل ترویج: تعهد به رواج دانش و اشاعه نتایج تحقیقات و انتقال آن به همکاران علمی و دانشجویان به غیر از مواردی که منع قانونی دارد.
- ۴- اصل احترام: تعهد به رعایت حریم ها و حرمت ها در انجام تحقیقات و رعایت جانب نقد و خودداری از هرگونه حرمت شکنی.
- ۵- اصل رعایت حقوق: التزام به رعایت کامل حقوق پژوهشگران و پژوهیدگان (انسان حیوان و نبات) و سایر صاحبان حق.
- ۶- اصل راز داری: تعهد به صیانت از اسرار و اطلاعات محرمانه افراد سازمان ها و کشورها و کلیه افراد و نهادهای مرتبط با تحقیق.
- ۷- اصل حقیقت جویی: تلاش در راستای پی جویی حقیقت و وفاداری به آن و دوری از هر گونه پنهان سازی حقیقت.
- ۸- اصل مالکیت مادی و معنوی: تعهد به رعایت کامل حقوق مادی و معنوی دانشگاه و کلیه همکاران پژوهش.
- ۹- اصل منافع ملی: تعهد به رعایت مصالح ملی و در نظر داشتن پیشبرد و توسعه کشور در کلیه مراحل پژوهش.

امضاء پژوهشگر



دانشگاه آزاد اسلامی
واحد تهران مرکزی
دانشکده مدیریت و حسابداری

پایان نامه برای دریافت درجه کارشناسی ارشد MA
گرایش: علوم اقتصادی

عنوان:

بررسی عوامل موثر بر صادرات کشمش وانگور

استاد راهنما:

دکتر ابراهیم عباسی

استاد مشاور:

دکتر هادی محمدی

پژوهشگر:

میعاد پورمیدانی

زمستان ۱۳۹۱

تقدیم به

پدر و مادر عزیزم که همواره در طول تحصیل متحمل زحماتم بودند و تکیه گاه من در مواجهه با مشکلات، و وجودشان مایه دلگرمی من می باشد.

تقدیم به همسرم که وجودش شادی بخش و صفایش مایه آرامش من است.

تشکر و قدردانی

از اساتید عزیزم که در کمال سعه صدر، با حسن خلق و فروتنی، از هیچ کمکی در این عرصه بر من دریغ ننمودند و زحمت راهنمایی این رساله را بر عهده گرفتند؛ تشکر و قدردانی مینمایم.

تعهد نامه اصالت پایان نامه کارشناسی ارشد

اینجانب میعاد پورمیدانی دانش آموخته مقطع کارشناسی ارشد ناپیوسته به شماره دانشجویی ۸۷۱۰۹۰۰۳۳۰۰ در رشته علوم اقتصادی که در تاریخ ۹۱/۱۰/۱۹ از پایان نامه خود تحت عنوان بررسی مزیت نسبی صادرات کشمش و انگور با کسب نمره هجده ۱۸ و درجه بسیار خوب دفاع نموده ام بدینوسیله متعهد می شوم:

۱ - این پایان نامه حاصل تحقیق و پژوهش انجام شده توسط اینجانب بوده و در مواردی که از دستاوردهای علمی و پژوهشی دیگران (اعم از پایان نامه، کتاب، مقاله و...) استفاده نموده ام، مطابق ضوابط و رویه های موجود، نام منبع مورد استفاده و سایر مشخصات آن را در فهرست ذکر و درج کرده ام.

۲ - این پایان نامه قبلاً برای دریافت هیچ مدرک تحصیلی (هم سطح، پایین تر یا بالاتر) در سایر دانشگاهها و موسسات آموزش عالی ارائه نشده است.

۳ - چنانچه بعد از فراغت از تحصیل، قصد استفاده و هر گونه بهره برداری اعم از چاپ کتاب،

ثبت اختراع و ... از این پایان نامه داشته باشم، از حوزه معاونت پژوهشی واحد مجوزهای مربوطه را اخذ نمایم.

۴ - چنانچه در هر مقطع زمانی خلاف موارد فوق ثابت شود، عواقب ناشی از آن را بپذیرم و واحد دانشگاهی مجاز است با اینجانب مطابق ضوابط و مقررات رفتار نموده و در صورت ابطال مدرک تحصیلی ام هیچگونه ادعایی نخواهم داشت.

نام و نام خانوادگی

تاریخ و امضاء

بسمه تعالی

در تاریخ: ۱۳۹۱/۱۰/۱۹

دانشجوی کارشناسی ارشد خانم **میعاد پورمیدانی** از پایان نامه خود دفاع نموده و با نمره **۱۸** بحروف **هجده تمام** و با درجه **بسیار خوب** مورد تصویب قرار گرفت.

امضا استاد راهنما

بسمه تعالی

دانشکده اقتصاد و حسابداری

(این چکیده به منظور چاپ در پژوهش نامه دانشگاه تهیه شده است)

نام واحد دانشگاهی: تهران مرکزی کد واحد: ۱۰۱	کد شناسایی پایان نامه: 10120915911008
عنوان پایان نامه: بررسی مزیت نسبی صادرات کشمش و انگور	
نام و نام خانوادگی دانشجو: میعاد پورمیدانی شماره دانشجویی: ۸۷۱۰۹۰۰۳۳۰۰ رشته تحصیلی: علوم اقتصادی	تاریخ شروع پایان نامه: ۱۳۹۰/۱۱/۹ تاریخ اتمام پایان نامه: ۱۳۹۱/۱۰/۱۹
استاد راهنما: دکتر عباسی استاد مشاور: دکتر هادی محمدی	
آدرس و شماره تلفن: ۰۹۱۲۲۷۵۸۴۷۱ خ قائم مقام - کوچه سهیلی - پلاک ۲	
چکیده پایان نامه (شامل خلاصه، اهداف، روش های اجرا و نتایج بدست آمده): کشمش و انگور یکی از منابع بسیار ارزشمند در گستره وسیع منابع طبیعی ایران است که در صورت شناخت صحیح می تواند نقش مهمی در اشتغالزایی و صادرات غیرنفتی داشته باشد و بخشی از صادرات غیر نفتی کشور را تشکیل می دهند. در نتیجه توجه به جنبه های اقتصادی این محصولات به منظور تامین نیازهای داخلی و خارجی ضروری است. بر این اساس، در این رساله مزیت نسبی صادرات محصولات کشمش و انگور را در طی سری زمانی ۸۳-۷۰ بررسی می شود. بدین منظور با بهره گیری از آمار سایت خوار و بار جهانی (F.A.O)، به محاسبه شاخص مزیت نسبی آشکار شده (RCA)، مزیت نسبی آشکار شده متقارن (RSCA)، پرداخته شده است. و به منظور بررسی عوامل موثر بر صادرات انگور و کشمش و تخمین تابع عرضه صادرات این محصولات و بررسی پویایی مدل در کوتاه مدت و بلند مدت از روش خودرگرسیون برداری با وقفه های توزیعی (ARDL) استفاده گردید. نرم افزار Excel برای دسته بندی و محاسبات آمار توصیفی و نرم افزارهای Eviews 7 و MICROFIT برای تحلیل های اقتصادسنجی و آزمون فرضیات مورد استفاده قرار گرفته است نتایج مطالعه براساس شاخص RCA بدست آمده برای انگور ایران نشان می دهد که این کالای کشاورزی در هیچ یک از سالهای مورد بررسی دارای مزیت نسبی صادرات نبوده است زیرا RCA در تمامی سالها کوچکتر از یک بوده است و نشان دهنده این است که ایران در صادرات انگور فاقد مزیت نسبی میباشد و کشورهای ترکیه و مصر در منطقه خاورمیانه نسبت به ایران دارای وضعیت بهتری هستند، اما در مورد محصول کشمش نتایج نشان می دهد که ایران در طی این سالها دارای مزیت نسبی صادرات میباشد و کشور ایران بعد از ترکیه وضعیت بهتری نسبت به سایر کشورها دارد و مهم ترین عوامل موثر بر صادرات انگور و کشمش در ایران عبارتند از نرخ ارز واقعی، میزان تولید انگور و کشمش، قیمت صادراتی انگور و کشمش و قیمت های داخلی این کالاها به نحوی که به غیر از قیمت داخلی کالاها بقیه عوامل تاثیر مثبت بر افزایش صادرات انگور و کشمش در ایران طی دوره مورد بررسی دارند.	

نظر استاد راهنما برای چاپ در پژوهش نامه دانشگاه مناسب است

تاریخ و امضا مناسب نیست

فهرست

فصل اول: کلیات تحقیق.....	۱
۱-مقدمه.....	۴
۲-بیان مساله تحقیق.....	۷
۳-اهمیت موضوع تحقیق.....	۱۱
۴-هدفهای تحقیق.....	۱۲
۵-سوالات یا فرضیه های تحقیق.....	۱۲
۶-فرضیات تحقیق.....	۱۳
۷- روش تحقیق.....	۱۳
۷-۱- شاخص های مزیت نسبی مورد استفاده.....	۱۴
۸- جامعه آماری و حجم آن.....	۱۶
۹-روش گرد آوری اطلاعات.....	۱۶
۱۰-واژه های کلیدی.....	۱۶
فصل دوم: مبانی نظری تحقیق و مطالعات انجام شده.....	۱۸
۲-۱- مقدمه.....	۱۹
۲-۲- جهانی شدن و رقابت بین کشورها.....	۲۱
۳-۲- مبانی تئوریک تجارت بینالملل و مزیت نسبی.....	۲۲
۲-۳-۱- نظریات مکتب مرکانتیلیسم یا مکتب سوداگران.....	۲۲
۲-۳-۲- نظریات اقتصاددانان کلاسیک.....	۲۳
۲-۳-۱- نظریه مزیت مطلق آدام اسمیت.....	۲۴
۲-۲-۳-۲- مزیت نسبی ریکاردو.....	۲۵
۳-۳-۲- نظریه هیکشر- اوهلین.....	۲۶
۳-۳-۱- تناقض لئونتیف.....	۲۸
۳-۳-۲- نظریه استالپر- ساموئلسون.....	۳۰
۳-۳-۵- نظریه برابری قیمت عوامل تولید.....	۳۱
۳-۳-۶- نظریه ریپزینسکی.....	۳۱

۳۲	۷-۳-۲- نظریه هزینه فرصت هابرلر (۱۹۳۶).....
۳۲	۸-۳-۲- نظریه لیندر.....
۳۳	۴-۲- نظریه های جدید تجارت جهانی.....
۳۴	۱-۴-۲- نظریه شکاف تکنولوژی.....
۳۴	۲-۴-۲- نظریه دور تولیدی ورفون.....
۳۶	۳-۴-۲- مزیت نسبی پویا.....
۳۷	۵-۲- مروری بر مطالعات انجام شده.....
۳۷	۱-۵-۲- مطالعات داخلی.....
۵۲	۲-۵-۲- مطالعات خارجی.....
۶۴	۶-۲- بررسی وضعیت صادرات انگور و کشمش در ایران و جهان.....
۶۶	۱-۶-۲- انواع مختلف انگور و کشمش و ویژگیهای آنها در ایران.....
۷۲	۲-۶-۲- بررسی آماری انگور و کشمش در ایران و جهان.....
۷۵	۴- میزان صادرات انگور در ایران طی دوره ۱۹۹۰ تا ۲۰۱۰ (هزار تن).....
۹۲	فصل سوم: روش شناسی تحقیق.....
۹۳	۱-۳- مقدمه.....
۹۳	۲-۳- معیارهای سنجش مزیت نسبی.....
۹۳	۱-۲-۳- شاخص مزیت نسبی آشکار شده (RCA).....
۹۴	۱-۱-۲-۳- شاخص لیزنر (۱۹۵۸).....
۹۵	۲-۱-۲-۳- شاخص بالاسا (۱۹۶۵).....
۹۶	۳-۱-۲-۳- شاخص والر اس (۱۹۹۱).....
۹۷	۴-۱-۲-۳- شاخص باون (۱۹۸۳).....
۹۸	۵-۱-۲-۳- شاخص بالانس (۱۹۸۶).....
۹۹	۶-۱-۲-۳- شاخص مزیت نسبی آشکار شده متقارن.....
۱۰۰	۷-۱-۲-۳- شاخص نسبت تمرکز n کشور (CR).....
۱۰۰	۲-۲-۳- شاخص هزینه منابع داخلی (DRC).....
۱۰۹	۱-۲-۲-۳- مشکلات شاخص هزینه منابع داخلی.....

۱۱۱	۳-۳- بررسی عوامل موثر بر صادرات انگور و کشمش
۱۱۴	۳-۳-۱- روش برآورد معادلات
۱۲۲	فصل چهارم: تجزیه و تحلیل اطلاعات آماری
۱۲۳	مقدمه:
۱۲۴	۴-۱- بررسی مزیت نسبی انگور و کشمش در ایران
۱۳۲	۴-۲- تصریح مدل و شرح متغیرها
۱۳۴	۴-۳- بررسی ایستایی متغیرها
۱۳۴	۴-۳-۱- آزمون ریشه واحد
۱۳۵	۴-۳-۲- آزمون دیکی- فولر تعمیم یافته (ADF)
۱۳۹	۴-۴- تخمین مدل و تجزیه و تحلیل داده‌ها
۱۳۹	۴-۴-۱- بررسی ایستایی متغیرهای مورد مطالعه
۱۴۰	۴-۴-۲- تخمین مدل
۱۵۱	۴-۵- هم‌انباشتگی و آزمون انگل- گرنجر (EG)
۱۵۴	فصل پنجم: نتیجه گیری و ارائی پیشنهادات
۱۵۵	مقدمه
۱۵۷	۵-۱- خلاصه نتایج و پیشنهادات
۱۶۰	پیوست:
۱۶۰	نتایج کامپیوتری تحقیق
۱۶۷	منابع

فهرست جداول

- جدول ۱- بررسی ایستایی متغیرهای مورد استفاده در تحقیق ۱۴۰
- جدول ۲- برآورد تاثیر عوامل موثر بر صادرات انگور در ایران ۱۴۱
- جدول ۳- برآورد تاثیر عوامل موثر بر صادرات کشمش در ایران ۱۴۴
- جدول ۴- بررسی روابط بلندمدت بين عوامل موثر بر صادرات انگور ۱۴۷
- جدول ۵- بررسی روابط بلندمدت بين عوامل موثر بر صادرات کشمش ۱۴۸
- جدول ۶- نتایج حاصل از برآورد مدل تصحیح خطا صادرات انگور ۱۴۹
- جدول ۷- نتایج حاصل از برآورد مدل تصحیح خطا صادرات کشمش ۱۵۰

فهرست نمودارها:

- نمودار ۱ میزان تولید انگور در ایران..... ۷۲
- نمودار ۲- کشورهای عمده تولید کننده انگور..... ۷۳
- نمودار ۳- سهم تولید انگور در مناطق مختلف ایران..... ۷۴
- نمودار ۴ - میزان صادرات انگور در ایران طی دوره ۱۹۹۰ تا ۲۰۱۰..... ۷۵
- نمودار ۵ - واردات انگور به ایران طی دوره زمانی ۱۹۹۰ تا ۲۰۱۰..... ۷۵
- نمودار ۶ - کشورهای عمده صادر کننده انگور در دنیای طی دوره ۱۹۹۰ تا ۲۰۱۰..... ۷۶
- نمودار ۷ - صادرات کشمش ایران طی سالهای ۱۹۹۰ تا ۲۰۱۰..... ۷۷
- نمودار ۸ - میزان واردات کشمش ایران طی دوره ۱۹۹۰ تا ۲۰۱۰..... ۷۸
- نمودار ۹ - کشورهای عمده صادر کننده کشمش دنیای طی سالهای ۱۹۹۰ تا ۲۰۱۰..... ۷۸
- نمودار ۱۰ - میزان صادرات انگور کشور در سال ۱۳۸۹ به تفکیک استانهای کشور..... ۸۲
- نمودار ۱۱ - میزان صادرات کشمش در سال ۱۳۸۹ به تفکیک استانهای کشور..... ۸۴
- نمودار ۱۲ - کشورهای عمده وارد کننده انگور از ایران در سال ۱۳۹۰..... ۸۶
- نمودار ۱۳ - کشورهای عمده وارد کننده کشمش از ایران در سال ۱۳۹۰..... ۸۹
- نمودار ۱۴ - شاخص مزیت نسبی آشکار شده انگور ایران در سالهای مختلف..... ۱۳۰
- نمودار ۱۵ - شاخص مزیت نسبی آشکار شده کشمش ایران در سالهای مختلف..... ۱۳۱

فصل اول : کلیات تحقیق

چکیده

کشمش وانگور یکی از منابع بسیار ارزشمند در گستره وسیع منابع طبیعی ایران است که در صورت شناخت صحیح می‌تواند نقش مهمی در اشتغال‌زایی و صادرات غیرنفتی داشته باشد و بخشی از صادرات غیر نفتی کشور را تشکیل می‌دهند. در نتیجه توجه به جنبه‌های اقتصادی این محصولات به منظور تامین نیازهای داخلی و خارجی ضروری است. بر این اساس، در این رساله مزیت نسبی صادرات محصولات کشمش وانگور را در طی سری زمانی ۸۳-۷۰ بررسی می‌شود. بدین منظور با بهره‌گیری از آمار سایت خوار و بار جهانی (F.A.O)، به محاسبه شاخص مزیت نسبی آشکار شده (RCA)، مزیت نسبی آشکار شده متقارن (RSCA)، پرداخته شده است.

و به منظور بررسی عوامل موثر بر صادرات انگور و کشمش و تخمین تابع عرضه صادرات این محصولات و بررسی پویایی مدل در کوتاه مدت و بلند مدت از روش خودرگرسیون برداری با وقفه‌های توزیعی (ARDL) استفاده گردید. نرم افزار Excel برای دسته بندی و محاسبات آمار توصیفی و نرم افزارهای Eviews 7 و MICROFIT برای تحلیل‌های اقتصادسنجی و آزمون فرضیات مورد استفاده قرار گرفته است.

نتایج مطالعه براساس شاخص RCA بدست آمده برای انگور ایران نشان میدهد که این کالای کشاورزی در هیچ یک از سالهای مورد بررسی دارای مزیت نسبی صادرات نبوده است زیرا RCA در تمامی سالها کوچکتر از یک بوده است و نشان دهنده این است که ایران در صادرات انگور فاقد مزیت نسبی میباشد و کشورهای ترکیه و مصر در منطقه خاورمیانه نسبت به ایران دارای وضعیت بهتری هستند، اما در مورد محصول کشمش نتایج نشان میدهد که ایران در طی این سالها دارای مزیت نسبی صادرات میباشد و کشور ایران بعد از ترکیه وضعیت بهتری نسبت به سایر کشورها دارد و مهم ترین عوامل موثر بر صادرات انگور و کشمش در ایران عبارتند از نرخ ارز واقعی، میزان تولید انگور و کشمش، قیمت صادراتی انگور و کشمش و قیمت های داخلی این کالاها به نحوی که به غیر از قیمت داخلی کالاها بقیه عوامل تاثیر مثبت بر افزایش صادرات انگور و کشمش در ایران طی دوره مورد بررسی دارند.

۱- مقدمه

در شرایط کنونی، حیات سیاسی و اقتصادی بسیاری از کشورهای در حال توسعه، از جمله ایران، بشدت متکی به درآمد حاصل از صادرات مواد اولیه است، در حالی که در اغلب این کشورها تنوع بسیار کمی در صادرات دیده می شود. در ایران نیز رهایی از اقتصاد متکی به درآمدهای نفتی، با عنایت به وجود استعدادهای مناسب تولید و صادرات برخی از محصولات و کالاهای غیرنفتی بویژه محصولات کشاورزی، از طریق شناخت استعداد منطقه ای و حمایت جدی از این گونه استعدادهای ضروری به نظر می رسد. البته وجود استعدادهای منطقه ای تنها شرط لازم (نه کافی) برای توسعه کشت این محصولات است. به عبارت دیگر، لازم است تا در راستای بهبود تولید کالاهای غیرنفتی علاوه بر وجود استعدادهای موجود در هر منطقه به شرایط بیرونی و خارجی نیز توجه شود و تصمیمگیری در این زمینه با دیدی جامع و همه جانبه صورت گیرد.. از طرف دیگر یکی از پدیده های قابل توجه در سال های اخیر، افزایش روز افزون تجارت بین الملل و روند رو به رشد جهانی شدن می باشد. جهانی شدن فرآیندی است که در پی وقوع انقلاب الکترونیک در دهه ۱۹۷۰ و بهبود تکنولوژی مخابراتی، ارتباطی و حمل و نقل، امکان انتقال سرمایه، فناوری، نیروی کار و اطلاعات را در سطح جهان فراهم و دامنه تجارت و مبادله را جهانی کرده است. پیوستن به سازمان تجارت جهانی منجر به دگرگونی در بازارهای عرضه و تقاضا میشود و تولید کنندگان خارجی و داخلی بر حسب مرغوبیت و قیمت پایین، جای خود را عوض میکنند. به عبارت دیگر تولید کنندهای که بتواند کالای خود را با قیمت پایینتر و کیفیت بالاتر تولید کند، در عرصه بین الملل دارای موقعیت ممتازتری بوده و توان رقابتی بالاتری در مقابل رقبای خود خواهد داشت. رویکرد جهانی شدن برای هر کشوری لازم و ضروری است. انزوا در

اقتصاد جهانی و عدم عضویت در سازمان تجارت جهانی با توجه به این که اکثر کشورهای دارای اقتصاد معتبر و قدرتمند در عرصه تجارت جهانی، در آن عضویت دارند و نیز با توجه به امتیازاتی که برای کشورهای عضو در مقابل محدودیت های کشورهای غیر عضو وجود دارد، برای هر کشوری، به ویژه در بلند مدت، زیان بار و از لحاظ حضور در بازارهای جهانی محدود کننده خواهد بود. با این وجود صرف علاقمندی برای عضویت در این سازمان و حرکت به سمت آزادسازی تجاری برای حضوری موفق در عرصه تجارت جهانی کافی نمی باشد، بلکه گام اساسی در این مسیر شناخت مزیت های نسبی و رقابتی است. در حال حاضر که درخواست الحاق جمهوری اسلامی ایران به سازمان تجارت جهانی پذیرفته شده است و ایران به عضویت ناظر این سازمان درآمده است، باید اقداماتی را جهت مطابقت قوانین و مقررات خود با مقررات سازمان به عمل آورد و قوانین تجاری خود را به سمت شرایط سازمان تجارت جهانی سوق دهد که با این اقدام احتمالاً بسیاری از بنگاه های اقتصادی کشور دستخوش تحول خواهند شد. از این رو در طی مدتی که ایران به عضویت کامل سازمان تجارت جهانی درآید بنگاه های اقتصادی داخل کشور باید خود را آماده کنند تا نه تنها خود را با شرایط جدید منطبق نمایند، بلکه از شرایط به وجود آمده برای تصحیح ساختار فعالیت های خود جهت رقابت در سطح بین المللی بهره مند شوند. به عبارت دیگر لازم است تمامی بخشها و صنایع کشور به بررسی این مسئله بپردازند که پیوستن ایران به این سازمان چه تاثیری روی آنها خواهد گذاشت و آیا آنها می توانند پس از الحاق کامل، رقابت کنند یا نه، مزیتها و عدم مزیتهای خود را شناسایی کرده و تصمیمات لازم را برای رفع و بهبود عدم مزیت ها اتخاذ کنند و در راستای شکوفایی و بهبود هر چه بیشتر مزیت هایشان، تلاش نمایند (رضاقلی زاده، ۱۳۸۷).

بنابراین لازم است فعالیتهای اقتصادی کشور را تحلیل کرده و ببینیم کشور ما در چه بخشی دارای مزیت رقابتی و نسبی است. به این ترتیب میتوانیم بخش هایی را که لازم است اصلاح یا گسترش یابند شناسایی کنیم. از سوی دیگر باید بررسی کنیم که سیاست های جاری دولت چه اثری بر توان رقابتی بنگاهها دارد و دولت چگونه میتواند نقش سودمندی در ارتقاء توان رقابتی بخشها و بنگاهها داشته باشد. دولت با دخالت در نرخ ارز، وضع مالیات، ارائه سوبسیدها و سیاست های تعرفهای و غیر تعرفهای و . . . بر روی توان رقابتی بنگاهها تأثیر میگذارد. بنابراین لازم است برای پیوستن به سازمان تجارت جهانی تصمیمات درست اتخاذ گردد تا کمترین آسیب به بخشها و صنایع کشور وارد شود.

یکی از بخشهای اقتصادی کشور که می تواند تأثیر بسزایی در ارزآوری داشته باشد و پتانسیل مزیت های نسبی و رقابتی فراوانی دارد، بخش کشاورزی است. صادرات محصولات کشاورزی ایران سهم عمده ای از صادرات غیرنفتی را به خود اختصاص داده اس. صادرات محصولات کشاورزی یکی از موارد مهمی است که در صورت پیوستن ایران به سازمان تجارت جهانی (WTO) و کاستن از اقتصاد تک محصولی و ارزآوری کشور باید از جنبه مزیت نسبی مورد بررسی قرار گیرد. در میان محصولات کشاورزی کشمش و انگور از اهمیت ویژه ای برخوردار هستند و از کالاهای مهم صادراتی کشور محسوب می شوند، بنابراین شناسایی مزیت نسبی صادرات این محصولات حایز اهمیت می باشد. به همین منظور در این مطالعه کوشش می شود تا با استفاده از شاخصهای مناسب مزیت نسبی صادراتی این محصولات مورد بررسی و تجزیه و تحلیل قرار گیرد و عوامل موثر بر صادرات این کالاها مشخص گردند.

۲- بیان مساله تحقیق

بخش بازرگانی خارجی از مهمترین اجزای نظامهای اقتصادی محسوب می شود که از دیر باز نقش مهمی را در توسعه اقتصاد کشورهای جهان ایفا کرده است. این موضوع در شرایط حاضر اقتصاد جهانی با پیوستن قریب به اتفاق کشورهای جهان به سازمان تجارت جهانی و گسترش تجارت بین الملل و الزام کشورها به برداشتن موانع تعرفه ای و غیر تعرفه ای و کاهش سیاستهای حمایتی از تولیدات داخلی و باز شدن بازارهای کشورهای بر روی یکدیگر بویژه در ارتباط با بخش کشاورزی از اهمیت ویژه ای برخوردار است.

تحقیقات نشان می دهد بهره وری در اقتصادهای باز سریعتر از بهره وری در اقتصادهای بسته رشد کرده و توسعه صادرات موجب افزایش تولید داخلی و تخفیف معضل بیکاری شده و از طریق جذب سرمایه و کمک های خارجی به تعادل تراز پرداختها کمک می کند.

این موضوع برای کشور ما از اهمیت خاصی برخوردار است چرا که اقتصاد ایران وابستگی شدیدی به درآمدهای نفتی دارد به گونه ای که نوسانات شدید قیمت نفت در بازارهای جهان، مستقیماً رفتارهای کلان اقتصادی نظیر حجم بودجه، اعتبارات عمرانی، سطح فعالیتهای اقتصادی و حتی رشد و رونق اقتصادی را تحت تاثیر قرار می دهد. به همین خاطر کارشناسان بیش از پیش بر لزوم رهایی از اقتصاد تک محصولی و پیش رفتن به سوی افزایش صادرات غیر نفتی تاکید می کنند.

بر اساس آمار طی سه برنامه ۵ ساله توسعه، صادرات غیر نفتی به طور کلی روند افزایشی داشته است ولی این روند همراه با نوسانات شدید و قابل توجه بوده است. به طوریکه رشد افزایشی ۲۲ درصدی صادرات غیرنفتی طی سال های ۱۳۷۰ تا ۱۳۷۳ در سال های ۱۳۷۴ تا ۷۶ بارشده کاهشی شدید ۱۵/۸ درصدی عملاً خنثی شده است. ارزش صادرات غیر نفتی در سال ۷۶ تنها حدود ۲۳۰ میلیون دلار