



دانشکده کشاورزی
بخش اقتصاد کشاورزی

پایان نامه کارشناسی ارشد

بررسی مسائل و اثرات رفاهی برنامه خرید توافقی محصولات کشاورزی
در استان فارس

توسط:

محسن عبدی

استاد راهنما:

دکتر محمد بخشوده

اساتید مشاور:

دکتر بهاءالدین نجفی

دکتر عبدالکریم اسماعیلی

به نام خدا

بررسی مسائل و اثرات رفاهی برنامه خرید توافقی محصولات کشاورزی
در استان فارس

به کوشش:

محسن عبدی

پایان نامه

ارائه شده به تحصیلات تکمیلی دانشگاه به عنوان بخشی
از فعالیتهای تحصیلی لازم برای اخذ درجه کارشناسی ارشد

در رشتهی:

مهندسی کشاورزی

(اقتصاد کشاورزی)

از دانشگاه شیراز

شیراز

جمهوری اسلامی ایران

ارزیابی شده توسط کمیته پایان نامه با درجه: ----

دکتر محمد بخشوده، استاد بخش اقتصاد کشاورزی (رئیس کمیته).....

دکتر بهاءالدین نجفی، استاد بخش اقتصاد کشاورزی.....

دکتر عبدالکریم اسماعیلی، دانشیار بخش اقتصاد کشاورزی.....

آبان ماه ۱۳۸۸

لہذا ہم

پدرو مادرم

کہ تمام زندگی ام رادیون

آہایم.

سپاسگزاری

سپاس و ستایش پروردگاری است که گویندگان را توان مداحی و شمارشگران نعمت را قدرت شمارش نیست. همه عاجزند و او فارغ. چون به زمینیان می نگرم حق است که پدر و مادرم را سپاس گویم که آنها هم از الطاف و نعم ذات کبریایی او هستند. اینک که به حمد وی بدین مرحله از کسب معرفت ره یافته ام، بر خود لازم و واجب می دانم که از اساتید بزرگووارم برای مشاورت ارزشمندشان در تدوین پایان نامه و همچنین گشاده رویی و سعه صدرشان در نشانگری راه کسب علم و معرفت کمال تشکر را نمایم. همچنین از جناب آقای مهندس امیر تحور برای دقت و زحماتشان در زمینه تهیه مطالب کمال سپاس و تشکر را دارم. جا دارد زحمات دوستان و همکلاسی هایم بویژه آقایان مهندس محمد استخر و مهدی روستایی که همکاری نمودند تا جوی صمیمانه برای تبادل افکار و اطلاعات فراهم گردد، را ارج نهم.

چکیده

بررسی مسائل و اثرات رفاهی برنامه خرید توافقی محصولات کشاورزی
در استان فارس

به وسیله‌ی:

محسن عبدی

برنامه خرید توافقی محصولات کشاورزی بمنظور حل مسائل موجود در سیاست تضمین خرید این محصولات در سال ۱۳۸۴ ارائه گردیده است. در برنامه خرید توافقی ۴۰ قلم محصول کشاورزی را در بر می‌گیرد. این مطالعه با هدف تعیین مسائل و اثرات رفاهی اجرای برنامه خرید توافقی محصولات کشاورزی در استان فارس انجام شد. تفاوت اصلی این برنامه با خرید تضمینی آن است که در این مورد قیمت از قبل اعلام نشده و شرکت‌ها می‌توانند در بازار وارد و محصولات را در زمان برداشت خریداری نمایند. اختلاف دیگر آن است که برنامه خرید توافقی طیف وسیعی از محصولات را در بر می‌گیرد. برنامه خرید توافقی بر بازار محصولات کشاورزی مختلف اثرات متفاوتی داشته است. اجرای این برنامه موجب افزایش نقش شرکت‌های تعاونی شده است.

با توجه به نتایج برآوردهای صورت گرفته و محاسبه اثرات رفاهی مشخص شد که توزیع مجدد درآمد به دلیل افزایش مازاد تولیدکنندگان، با افزایش روبرو بوده است. با توجه به نتایج، می‌توان چنین بیان نمود که با اجرای برنامه خرید توافقی محصولات کشاورزی، مازاد تولیدکنندگان در کوتاه‌مدت افزایش می‌یابد همچنین نتایج نشان می‌دهد که اجرای برنامه خرید توافقی بر هزینه‌های دولتی اثر مثبت داشته و باعث کاهش هزینه‌ها شده است. بنابراین می‌توان چنین نتیجه‌گیری نمود که کاهش دخالت‌های دولت در بازار محصولات کشاورزی با جایگزینی برنامه خرید توافقی به جای خرید تضمینی برای برخی محصولات، همچنین کاهش میزان خریدهای تضمینی در مورد تعدادی دیگر از محصولات مناسب بوده و افزایش رفاه تولیدکنندگان و در نهایت افزایش رفاه جامعه را به همراه داشته است.

فهرست مطالب

فصل اول: مقدمه

- ۱-۱- مقدمه ۱
- ۱-۲- خرید توافقی ۴
- ۱-۳- اهداف مطالعه ۱۱
- ۱-۴- فرضیات ۱۱

فصل دوم: پیشینه مطالعات

- ۲-۱- کلیات ۱۲
- ۲-۲- مطالعات انجام گرفته در داخل و خارج از کشور ۱۴

فصل سوم: تئوری و روش تحقیق

- ۳-۱- الگوی لاجیت ۱۹
- ۳-۲- توابع عرضه ۲۱
- ۳-۳- آزمون ایستایی ۲۳
- ۳-۳-۱- آزمون پایداری ضرایب مدل (Cusum) ۲۶
- ۳-۴- حاشیه بازاریابی ۲۶
- ۳-۵- اثرات رفاهی ۲۷
- ۳-۵-۱- هزینه‌های دولت در رابطه با پرداخت یارانه به تولید TPP ۲۸
- ۳-۵-۲- تغییر در مازاد تولیدکنندگان CPW ۲۸
- ۳-۵-۳- هزینه‌های اجتماعی تولید SPC ۲۹
- ۳-۶- آمار و اطلاعات مورد نیاز ۲۹

فصل چهارم: نتایج و بحث

- ۴-۱- بررسی دیدگاه‌های اعضای تعاونی‌های روستایی ۳۳
- ۴-۱-۱- چگونگی فروش محصول قبل و بعد از اجرای برنامه خرید توافقی ۳۳
- ۴-۱-۲- دیدگاه کشاورزان در مورد برنامه خرید توافقی ۳۵
- ۴-۱-۳- میزان رضایت کشاورزان از برنامه خرید توافقی ۳۷
- ۴-۱-۴- اثرات برنامه خرید توافقی بر قیمت بازار از دیدگاه کشاورزان ۳۸

- ۴۰-۱-۴- پیشنهادات کشاورزان برای بهبود برنامه خرید توافقی
- ۴۱-۱-۴- میزان رضایت از برنامه خرید توافقی
- ۴۲-۴- ویژگیهای عمومی شرکت های تعاونی
- ۴۴-۲-۴- خرید تضمینی محصول توسط شرکت های تعاونی
- ۴۴-۲-۲- مشارکت شرکت های تعاونی در برنامه خرید توافقی
- ۴۵-۲-۳- استقبال از خریدهای توافقی شرکت ها
- ۴۸-۲-۴- روش تصمیم گیری درباره خرید توافقی در شرکت ها
- ۵۰-۲-۵- نقش افراد و گروه ها در تصمیم گیری های خرید شرکت تعاونی
- ۵۲-۲-۶- فرآیند تصمیم گیری برای فروش محصولات
- ۵۴-۲-۷- مشکلات کلی فروش
- ۵۸-۲-۸- اثرات برنامه خرید توافقی
- ۶۰-۲-۹- گسترش فعالیت های شرکت
- ۶۰-۲-۱۰- پیشنهادهای مدیران عامل شرکت ها برای بهبود برنامه خرید توافقی
- ۶۲-۳-۴- ویژگیهای کلی اتحادیه ها
- ۶۲-۳-۱- مشارکت اتحادیه های تعاونی در برنامه خرید توافقی
- ۶۷-۳-۲- حاشیه بازاریابی
- ۶۷-۳-۳- نقش اتحادیه تعاونی استان در برنامه خرید توافقی
- ۶۸-۳-۴- استقبال از خریدهای توافقی شرکت ها
- ۶۹-۳-۵- روش تصمیم گیری درباره خرید و فروش توافقی محصولات در اتحادیه ها
- ۷۰-۳-۶- نقش افراد و گروه ها در تصمیم گیری های خرید و فروش اتحادیه تعاونی
- ۷۲-۳-۷- فعالیت های بازاریابی صورت گرفته در اتحادیه های مورد مطالعه
- ۷۲-۳-۸- مشکلات کلی فروش
- ۷۳-۳-۹- مشکلات کلی خرید توافقی
- ۷۶-۳-۱۰- اثرات برنامه خرید توافقی
- ۷۷-۳-۱۱- تأثیر بر قیمت مصرف کننده و هزینه بازاریابی محصولات مختلف
- ۷۸-۳-۱۲- گسترش فعالیت های اتحادیه
- ۷۹-۴- تخمین توابع
- ۷۹-۴-۱- مراحل قبل از برآورد
- ۸۱-۴-۲- برآورد تابع عرضه
- ۸۹-۴-۵- اثرات رفاهی
- ۸۹-۴-۵-۱- اثرات رفاهی تولید
- ۸۹-۴-۵-۱-۱- تغییر در هزینه های دولت در رابطه با پرداخت یارانه به تولید TPP
- ۹۰-۴-۵-۱-۲- تغییر در مازاد تولیدکنندگان CPW
- ۹۲-۴-۵-۱-۳- هزینه اجتماعی تولیدی SPC

فصل پنجم: خلاصه، نتیجه‌گیری و پیشنهادات

- ۵-۱- جمع بندی، نتیجه‌گیری و پیشنهادات ۹۳
- ۵-۲- شناخت اثرات و آسیب‌های موجود در فرآیند خرید توافقی ۹۴
- ۵-۳- اثرات برنامه خرید توافقی بر بازار، قیمت و حاشیه بازاریابی ۹۸
- ۵-۴- اثرات رفاهی ۱۰۱
- ۵-۵- بررسی بهترین شیوه قیمت‌گذاری محصولات ۱۰۳
- ۵-۶- شیوه مناسب تأمین مالی فرآیند خرید توافقی ۱۰۶
- ۵-۷- پیشنهادات و توصیه‌های سیاست‌گذاری ۱۰۸
- پیوست ۱۱۲
- فهرست منابع ۱۲۳

ب- فهرست جداول

- جدول (۱-۱): محصولات مشمول خرید توافقی و میزان پیش‌بینی خرید آنها در سال ۱۳۸۷ ۷
- جدول (۱-۲): مقایسه میزان خرید محصولات مشترک در خرید تضمینی و توافقی در سال ۱۳۸۵ ۸
- جدول (۱-۳): پیش‌بینی و میزان خرید محصولات مشمول خریدهای تضمینی بصورت توافقی سال ۱۳۸۵ (تن) ۹
- جدول (۱-۴): مقایسه میزان خرید محصولات مشترک در خرید تضمینی و برنامه خرید توافقی در سال ۱۳۸۶ ۱۰
- جدول (۳-۱): داده‌های مورد استفاده در مطالعه (هکتار / تن / کیلوگرم-ریال) ۲۸
- جدول (۳-۲): ویژگیهای عمومی اتحادیه‌های مورد مطالعه ۲۹
- جدول (۳-۳): ویژگیهای عمومی شرکتهای مورد مطالعه در هر شهرستان ۲۹
- جدول (۴-۱): توزیع فراوانی فروش محصول به خریداران متفاوت قبل و پس از اجرای برنامه ۳۲
- جدول (۴-۲): وضعیت زمان فروش محصول در نمونه مورد مطالعه قبل و بعد از اجرای برنامه ۳۲
- جدول (۴-۳): وضعیت زمان دریافت بهای محصول در نمونه مورد مطالعه پیش از اجرای برنامه ۳۳
- جدول (۴-۴): توزیع فراوانی میزان رضایت کشاورزان در نمونه مورد مطالعه از برنامه خرید توافقی ۳۵
- جدول (۴-۵): دیدگاه کشاورزان درباره اثرات برنامه خرید توافقی بر بازار محصولات کشاورزی ۳۶
- جدول (۴-۶): میزان و میانگین قیمت خرید و فروش محصولات توسط شرکتهای تعاونی مورد مطالعه در سال ۸۶ ۴۱
- جدول (۴-۷): مشکلات کلی فروش محصول از دیدگاه مدیران عامل شرکتهای مورد مطالعه ۴۹
- جدول (۴-۸): راه‌حل مشکلات کلی فروش از دیدگاه مدیران عامل شرکتهای مورد مطالعه ۵۰
- جدول (۴-۹): توزیع فراوانی پیشنهادات ارائه شده توسط مدیران عامل شرکت‌ها ۵۶
- جدول (۴-۱۰): وضعیت خرید توافقی محصولات مختلف در سال ۸۶ توسط اتحادیه‌های تعاونی ۵۸
- جدول (۴-۱۱): میانگین مقدار و قیمت خرید محصولات مختلف در برنامه خرید توافقی در سال ۸۶ (کیلوگرم-ریال) ۵۸
- جدول (۴-۱۲): قیمت محصول آفتابگردان در اتحادیه‌های تعاونی مورد مطالعه در سال ۸۶ ۶۰
- جدول (۴-۱۳): وضعیت خرید توافقی محصولات دیگر توسط اتحادیه‌های تعاونی در سال ۸۶ ۶۱
- جدول (۴-۱۴): میانگین قیمت خرید و فروش محصول توسط اتحادیه‌های تعاونی مورد مطالعه در سال ۸۶ ۶۲
- جدول (۴-۱۵): دیدگاه مدیران عامل اتحادیه‌ها درباره میزان استقبال از برنامه خرید توافقی ۶۴
- جدول (۴-۱۶): نقش اداره تعاون در فعالیت اتحادیه‌ها در فرآیند خرید و فروش توافقی ۶۵
- جدول (۴-۱۷): مقایسه نقش گروه‌ها در فعالیت اتحادیه‌ها در فرآیند خرید و فروش توافقی ۶۶
- جدول (۴-۱۸): زمینه‌های گسترش فعالیت اتحادیه در شهرستان نیریز ۷۳
- جدول (۴-۱۹): زمینه‌های گسترش فعالیت اتحادیه در شهرستانهای مورد مطالعه ۷۳
- جدول (۴-۲۰): نتایج آزمون پایایی متغیرهای موجود در مدل‌ها ۷۵
- جدول (۴-۲۱): نتایج حاصل از برآورد مدل $ARDL(1,1,0,0,2)$ برای تابع کوتاه‌مدت عرضه محصول گندم .. ۷۶
- جدول (۴-۲۲): نتایج حاصل از برآورد مدل $ARDL(3,0,2,2,0)$ برای تابع عرضه کوتاه‌مدت محصول جو ۷۷
- جدول (۴-۲۳): نتایج حاصل از برآورد مدل $ARDL(0,1,0,2,2)$ برای تابع عرضه کوتاه‌مدت محصول ذرت ... ۷۸
- جدول (۴-۲۴): نتایج برآورد رابطه بلندمدت برای عرضه محصول گندم ۷۹

- جدول (۴-۲۵): نتایج برآورد رابطه بلندمدت برای عرضه محصول جو ۷۹
- جدول (۴-۲۶): نتایج برآورد رابطه بلندمدت برای عرضه محصول ذرت ۷۹
- جدول (۴-۲۷): نتایج حاصل از برآورد رابطه‌های کوتاه‌مدت و بلند مدت محصولات ۸۰
- جدول (۴-۲۸): نتایج حاصل از برآورد مدل تصحیح خطا برای محصول گندم ۸۱
- جدول (۴-۲۹): نتایج حاصل از برآورد مدل تصحیح خطا برای محصول جو ۸۲
- جدول (۴-۳۰): نتایج حاصل از برآورد مدل تصحیح خطا برای محصول ذرت ۸۲
- جدول (۴-۳۱): داده‌های مورد نیاز جهت محاسبه اثرات رفاهی ۸۴
- جدول (۴-۳۲): نتایج محاسبات تغییر در هزینه دولت در رابطه با پرداخت یارانه به تولید ۸۵
- جدول (۴-۳۳): تغییر در مازاد تولیدکنندگان در کوتاه‌مدت در اثر اجرای برنامه خرید توافقی ۸۶
- جدول (۴-۳۴): تغییر در مازاد تولیدکنندگان در بلندمدت در اثر اجرای برنامه خرید توافقی ۸۶
- جدول (۴-۳۵): نتایج تغییر در هزینه اجتماعی تولید در کوتاه‌مدت ۸۷
- جدول (۴-۳۶): نتایج تغییر در هزینه اجتماعی تولید در بلندمدت ۸۷

ج- فهرست نمودارها

نمودار (۱-۱): مقایسه میزان خرید تضمینی محصولات کشاورزی (به غیر از گندم) توسط سازمان تعاون روستایی ۸

فصل اول: مقدمه

بسیاری از کشورهای در حال توسعه، از حیث اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی با کشاورزی عجین هستند. کشاورزی چه معیشتی و چه به صورت تجاری، فعالیت عمده اقتصادی را در این کشورها تشکیل داده، به نحوی که از آن نه تنها به عنوان یک شغل، بلکه به عنوان یک شیوه زندگی یاد می‌شود (تودارو، ۱۳۷۷). بخش کشاورزی نقش غالب و حیاتی در اقتصاد ملی ایران نیز ایفا می‌کند. بخش کشاورزی نه تنها تأمین کننده غذای جمعیت داخل کشور می‌باشد، بلکه از طریق صادر کردن محصولات این بخش، درآمدهای ارزی نیز برای کشور ایجاد می‌کند (بانک جهانی، ۲۰۰۳؛ وزارت جهاد کشاورزی، ۱۳۸۲). از اینرو حمایت سیاست‌گذاران از این بخش و تلاش در جهت تقویت آن، ضروری است.

حمایت از بخش کشاورزی نیاز به هزینه‌های سنگین دارد که بخشی از آنرا مصرف‌کنندگان داخلی این محصولات و بخشی را دولت بر عهده می‌گیرد. بنابراین بحث حمایت در کشورهایی می‌تواند به طور جدی مطرح باشد که اولاً مصرف‌کنندگان شهری از نظر قدرت خرید توانایی پرداخت مالیات ناشی از حمایت را دارا باشند و ثانیاً، دولت توان پرداخت هزینه حمایت از بخش کشاورزی را داشته باشد. لذا، کشورهای صنعتی، بویژه کشورهای صادرکننده محصولات کشاورزی، برخی از کشورهایی که تازه صنعتی شده و کشورهای دارای درآمدهای نفتی بالا را می‌توان حمایت‌کنندگان اصلی محصولات کشاورزی دانست. گرچه در کشورهای در حال توسعه، برخی حمایتها مانند پرداخت یارانه به نهاده‌ها و قیمت‌های تضمینی وجود دارد، اما سیاست‌های کلان اقتصادی، اغلب به نحوی طراحی می‌شود که این حمایتها خنثی بوده و عملاً از بخش کشاورزی مالیات گرفته می‌شود (رحمتی، ۱۳۷۹).

با توجه به رشد سریع جمعیت و مشکلات موجود در تأمین مواد غذایی جامعه، مهمترین هدف برنامه‌ریزان کشاورزی افزایش میزان تولید محصولات کشاورزی از منابع داخلی است. چنانچه اقدامات ضروری و جدی برای افزایش تولید محصولات کشاورزی صورت نگیرد، در آینده به علت بالا رفتن نیازهای غذایی کشور، توازن تولید و مصرف داخلی به هم خورده و سیاست‌های کشاورزی از مسیر خودکفایی منحرف خواهد شد. با توجه به اینکه درآمدهای کشاورزی نسبت به دیگر بخش‌های اقتصادی از عدم اطمینان بیشتری برخوردار است، بایستی

شرایطی ایجاد شود تا کشاورزان نسبت به درآمد مورد نظر مطمئن تر شوند و به تولید محصولات کشاورزی ترغیب گردند (رفاهیت و همکاران، ۱۳۷۵). به بیان دیگر، مناسبتر است که سیاست‌هایی به منظور حمایت از تولیدکنندگان محصولات کشاورزی از قبیل سیاست افزایش تقاضا، کنترل مقدار عرضه و سیاست‌های قیمتی توسط دولت اتخاذ شود. دولت با توجه به محدودیت بودجه باید سیاستی اتخاذ کند تا از یک طرف کمترین هزینه را در بر داشته باشد و از سوی دیگر کشاورزان را نسبت به درآمدهای خود مطمئن تر نماید. تحقیقات متفاوت در کشورهای مختلف جهان نشان داده که تولیدکنندگان کشاورزی، حتی تولیدکنندگان سنتی این بخش، قیمت محصولات را به عنوان مهمترین عامل در تصمیمات خود، در انتخاب نوع و میزان کشت محصولات مختلف در نظر می‌گیرند و نسبت به آن حساس می‌باشند. بنابراین، اگر سیاست‌های قیمت‌گذاری جنبه تشویقی داشته باشد، کشاورزان به منظور کسب درآمد بیشتر، اقدام به تولید اضافی می‌نمایند (وزارت جهاد کشاورزی، ۱۳۷۸). لذا سیاست‌گذاران و برنامه‌ریزان اقتصادی از سیاست‌های قیمتی به عنوان ابزاری بسیار مؤثر و کارآمد در جهت‌دهی تولیدکنندگان به سمت تولیدات خاص و تقویت و حمایت نسبی یک بخش از اقتصاد، در مقابل بخش‌های دیگر و در نتیجه تغییر سهم و نقش آن در جریان توسعه اقتصادی، استفاده وسیع به عمل می‌آورند.

در ایران و قبل از انقلاب اسلامی سیاست‌ها در جهتی اتخاذ می‌گردید که رابطه مبادله به ضرر بخش کشاورزی بود. در گذشته دور که نظام تولید و توزیع محصولات کشاورزی از یک سازماندهی سنتی برخوردار بود، دخالت دولت تنها در حد تعیین نرخ محصولاتی که در انحصار سازمانهای دولتی بود، محدود می‌گردید. در این دوره قیمت‌گذاری دولتی برای محصولات فوق دارای ضوابط و روشهای اجرایی نسبتاً ساده‌ای بود (الیاسی بختیاری، ۱۳۷۲). از اوایل دهه ۴۰، با اجرای قانون اصلاح اراضی، نظام تولید و اشتغال در سطح روستاها دچار تحولات بسیاری شد. موج مهاجرت روستاییان به شهر و مراکز صنعتی، موجب کاهش نسبی تولیدات کشاورزی و بالا رفتن میزان مصرف شهری، افزایش دستمزد روستاها، افزایش هزینه‌های مربوط به فعالیت‌های کشاورزی و بالاخره افزایش قیمت فروش محصولات کشاورزی گردید. در دهه ۵۰، سودآوری صنایع مونتاژ بر رکود فعالیتهای کشاورزی افزود و مسائل قیمت‌گذاری محصولات اساسی کشاورزی پیچیده‌تر گردید. اما پس از انقلاب، به دلیل تأکید مسئولین نظام بر خودکفایی، شیوه برخورد با این بخش دستخوش تحولات اساسی گردید. دولت با کنار گذاشتن سیاست منفی قیمت‌گذاری در بخش کشاورزی که تا آن زمان اعمال می‌شد، با استفاده از دو ابزار بالا بردن قیمت تضمینی محصولات استراتژیک و پرداخت یارانه به عوامل تجاری تولید مانند کودهای شیمیایی و سموم، سعی نمود با سود آور نمودن فعالیت در بخش کشاورزی، انگیزه تولید را تقویت نماید.

علاوه بر آن دولت جهت حمایت از تولیدکنندگان بخش کشاورزی از اواسط دهه ۴۰ اقدام به تأسیس ارگانهایی برای جمع آوری، بسته بندی و عرضه بعضی از تولیدکنندگان بخش کشاورزی به منظور تعیین قیمت‌ها نمود که مهمترین آنها سازمان مرکزی تعاونی روستایی می‌باشد (مجتهد، ۱۳۷۲). در نهایت نیز دولت به منظور حمایت از تولید محصولات اساسی کشاورزی و ایجاد تعادل در نظام و جلوگیری از ضایعات محصولات کشاورزی و ضرر و زیان کشاورزان، همه ساله خرید محصولات اساسی (شامل گندم، برنج، جو، ذرت، چغندر قند، پنبه‌وش، دانه‌های روغنی، چای، سیب زمینی، پیاز و حبوبات) را تضمین نموده و حداقل قیمت خرید تضمینی را اعلام و نسبت به خرید آنها از طریق واحدهای ذیربط از جمله سازمان تعاون روستایی اقدام نمود. این خرید تضمینی محصولات حداقل پوشش حمایتی را برای زارعین فراهم می‌نمود.

هدف اصلی سیاست خرید تضمینی محصولات کشاورزی، ضمن حفظ و تثبیت درآمد زارعین، ایجاد تعادل در نظام تولید، افزایش تولید محصولات اساسی کشاورزی و جلوگیری از نوسانات قیمتی بوده است (یاسایی، ۱۳۶۱). طبق ارزیابی‌های انجام شده در مورد این سیاست بنظر می‌رسد در بسیاری از موارد عملاً واسطه‌ها از این سیاست بهره برده‌اند و بر اساس برخی از شواهد موجود اساساً محصولاتی که دارای مزیت نسبی کمتری هستند، بیشتر مورد حمایت قرار گرفته‌اند. همچنین بر اساس برخی مطالعات انجام شده در سالهای اخیر سیاست خرید تضمینی در نیل به اهداف خود از جمله هدف اصلی اجرای آن، موفق نبوده است. این سیاست تأثیر چندانی بر افزایش درآمد زارعین نداشته و از سوی دیگر مشکلات عدیده و زیان‌های مالی زیادی را بر دولت و کشاورزان تحمیل نموده است از جمله:

- حمایت حداقل از تولیدکنندگان و کشاورزان.
- شکل‌گیری و جاری شدن فرهنگ تحویل محصول بی‌کیفیت در قالب خرید تضمینی.
- تحمیل زیان‌های مالی و اقتصادی گسترده بر دولت و اقتصاد کشور. میزان این زیان‌ها در سال ۱۳۸۳ حدود ۳۷۸ میلیارد ریال و در سال ۱۳۸۴ حدود ۴۲۲ میلیارد ریال بوده است.
- موانع و مشکلات ناشی از تشریفات زائد اداری موجود در خریدهای تضمینی.
- عدم تأییدیه به موقع وجوه و مطالبات کشاورزان و بروز نارضایتی در بین آنان و مسئولین ذیربط (وزارت جهاد کشاورزی، ۱۳۸۵).
- زیان‌های ناشی از افزایش هزینه‌های دیرکرد و جرائم بازپرداخت تسهیلات دریافتی و عدم تأمین نقدینگی ناشی از فروش محصول.
- افت و ضایعات شدید محصولات کشاورزی (رحمتی، ۱۳۷۹).

این مسأله، سیاست‌گذاران و دست‌اندرکاران تولیدات محصولات اساسی کشاورزی را بر آن داشت که به منظور خروج از این وضعیت و شرایط غیر اصولی، غیر منطقی و ناعادلانه خرید و فروش محصولات و همچنین اصلاح شرایط نامناسب حاکم بر چرخه خریدهای تضمینی، نسبت به تهیه و تدوین مبانی قانون در مورد تغییر سیاست تضمین خرید محصولات کشاورزی، اقدام کنند تا کشاورز بتواند با اطمینان خاطر بیشتری به تولید بپردازد (وزارت جهاد کشاورزی، ۱۳۸۶). تجربه بسیاری از کشورها حاکی از آن است که سیاست‌های قیمتی به تنهایی برای توسعه کشاورزی کافی نیست. از اینرو، به طور همزمان عملیات دیگری نیز در بازار اجرا می‌شود. مثلاً از طریق فعال کردن بخش خصوصی در بازار نهاده‌ها و سایر خدمات، سعی شده نهاده‌ها به شکل مؤثرتر و در زمان مناسب تحویل تولیدکنندگان گردد (نجفی، ۱۳۸۴).

۱-۲- خرید توافقی

با توجه به مطالعات صورت گرفته در این زمینه خلاء یک سیاست مناسب در زمینه حمایت از بخش کشاورزی در کشور مشاهده شده است. با توجه به کاستی‌های موجود در برنامه خرید تضمینی محصولات کشاورزی (شفیعی، ۱۳۸۲؛ خادمی‌پور، ۱۳۸۲)، دولت در سال ۱۳۸۴ به بازنگری برنامه خرید تضمینی محصولات کشاورزی اقدام نمود. بر این اساس سیاست دولت در جهتی قرار گرفت که خرید تضمینی گندم به شیوه گذشته ادامه یابد ولی خرید محصولات دیگر به صورت توافقی انجام گیرد. در برنامه خرید توافقی که بیش از ۴۰ قلم از محصولات کشاورزی را در بر می‌گرفت، مقرر گردید که سازمان تعاون روستایی کشور در زمان برداشت محصولات وارد بازار شده و شرکت‌های تعاونی روستایی محصولات حوزه عمل خود را به قیمت بازار از کشاورزان خریداری نمایند. تفاوت اصلی این برنامه با خرید تضمینی آن است که در این مورد قیمت خاصی از قبل اعلام نمی‌گردد و شرکت‌ها می‌توانند در بازار وارد شده و بر اساس قیمت بازار نسبت به خرید محصولات اقدام نمایند. اختلاف دیگر این برنامه با برنامه خرید تضمینی آن است که طیف گسترده‌ای از محصولات را شامل می‌گردد. بنابراین وزارت جهاد کشاورزی به منظور کاهش هزینه‌ها و افزایش عملکرد در واحد سطح، سیاست جایگزینی خرید توافقی به جای خرید تضمینی را در دستور کار قرار داد. «خرید و فروش توافقی» در طرح جامع خرید و فروش توافقی محصولات و فرآورده‌های کشاورزی (وزارت جهاد کشاورزی، ۱۳۸۶) بدینگونه تعریف شده است:

«روشی که خریداران و فروشندگان در انجام خرید و فروش محصولات، پیرامون مؤلفه‌های قیمت، میزان، کیفیت، نحوه پرداخت و دیگر شرایط مورد نظر و مورد توافق متقابل، توافق نموده و معامله می‌نمایند».

در برنامه خرید توافقی قیمت‌هایی مدنظر قرار داده می‌شود که کشاورز با آن موافق باشد و برای فروش محصول خود به این قیمت نیز تمایل داشته باشد. همانگونه که اشاره شد تفاوت اصلی این سیاست با سیاست تضمین خرید محصولات در تعیین قیمت می‌باشد. سازمان مرکزی تعاون روستایی وظیفه خریدهای توافقی را به عهده شرکت‌ها و اتحادیه‌های تعاونی (به عنوان بخشی از شبکه تعاون کشور) گذاشته و آنها به عنوان خریدار محصولات در کنار دیگر عوامل بازاریابی محصولات (عمده‌فروش، خرده فروش، صادرکننده) در مورد قیمت محصول با کشاورز به تفاهم می‌رسند. علاوه بر آن اجرای برنامه خرید توافقی در جهت رفع محدودیت اقلام مشمول خرید تضمینی بوده و تدوین آن بر اساس توانمندی‌های شبکه تعاون و به خصوص شرکت‌های تعاونی روستایی، که نزدیکترین نهاد به زارعین هستند؛ بوده است.

سازمان مرکزی تعاون روستایی در راستای وظایف خود اهدافی را در جهت اجرای مناسب‌تر برنامه خرید توافقی تعیین نموده است. بازگشت سازمان و تشکلهای تعاونی به وظایف اساسی و قانونی خود در رابطه با ساماندهی خرید، بازاریابی و فروش محصولات کشاورزی از طریق گسترش خریدهای توافقی عمده‌ترین هدف بوده است. مطابق اساسنامه سازمان مرکزی تعاون روستایی ایران این هدف از جمله وظایف سازمان نیز تلقی شده است. لذا در تغییر سیاست خرید تضمینی محصولات کشاورزی به خرید توافقی لازم است نقش سازمان تعاون روستایی نیز به عنوان یکی از تشکیلات دولتی که سالهاست امر خرید تضمینی محصولات کشاورزی را بر عهده دارد، مدنظر قرار داد. اتحادیه تعاون روستایی به‌عنوان یک تشکل متعلق به تولیدکنندگان بخش کشاورزی، می‌تواند ارتباط مناسبی را بین مرحله تولید تا توزیع محصولات کشاورزی برقرار کند. می‌توان خرید توافقی محصولات کشاورزی را شروع مناسبی برای انجام وظیفه اتحادیه تعاون روستایی در برقراری ارتباط بین مرحله تولید تا توزیع محصولات کشاورزی دانست. بنابراین رویکرد سازمان تعاون روستایی تغییر روش خریدهای تضمینی محصولات به خرید توافقی از کشاورزان است.

بازگشت سازمان و تشکلهای تعاونی به وظایف اساسی و قانونی خود در رابطه با ساماندهی خرید، بازاریابی و فروش محصولات کشاورزی از طریق گسترش خریدهای توافقی نیز از اهداف عمده بوده است. از سوی دیگر سازمان درصدد می‌باشد که شبکه تعاونی‌ها و تشکل‌ها بعنوان بازویی قوی، مطمئن و متعلق به زارعین در بازار خرید و فروش محصولات کشاورزی (مراحل خرید، بازاریابی و فروش) حضوری مؤثرتر را تجربه نماید و سهم مناسبی از آن بازار را

همانگونه که در اساسنامه سازمان و اتحادیه آمده، کسب نماید. به دلیل مشکلات ایجاد شده در مسیر اجرای خرید تضمینی، سازمان هدف دیگری را نیز برای جلوگیری از زیان‌های ناشی از افساد و امحاء محصولات و سازماندهی و بهبود خرید و فروش محصولات کشاورزی از نظر کمی و کیفی از طریق روش توافقی در نظر گرفته است (سازمان مرکزی تعاون روستایی، ۱۳۸۶).

از دیگر اهداف تعیین شده می‌توان به موارد ذیل اشاره نمود:

- خرید و فروش بی واسطه محصولات و اصلاح روش پرداخت به موقع مطالبات زارعین.
- خرید کیفی با تعیین حداقل استانداردهای قابل قبول بعنوان اولویت کاری سازمان و شبکه تعاونی‌ها و کمک به ارتقاء کیفیت محصولات با استفاده از مشوق‌های قیمتی و حمایت از استانداردهای لازم.
- ایجاد پشتوانه و بستر لازم برای گسترش بازاریابی و فروش به موقع محصولات کشاورزی در داخل و خارج از کشور.

یکی از اهداف اجرای برنامه خرید توافقی گسترش تنوع خرید محصولات کشاورزی عنوان شده است. محصولات مشمول برنامه خرید توافقی در سه گروه طبقه بندی شده‌اند. این گروهها عبارتند از محصولات مشمول سیاست خرید تضمینی، محصولات دارای اهمیت و حساسیت در سطح ملی و منطقه‌ای، و محصولات دارای اهمیت اقتصادی، مصرفی و مؤثر.

به لحاظ سیاست جایگزینی خرید تضمینی با خریدهای توافقی در گروه نخست، محصولاتی نظیر خرما، کشمش، ذرت و جو که به واسطه مصوبات شورای اقتصاد از سال ۱۳۷۶ دولت موظف به خرید تضمینی آنها می‌باشد و از این بابت هر ساله زیان‌های فراوانی را متحمل می‌شده، در اولویت قرار دارند.

گروه دوم، شامل آن اقلام از محصولات تولیدی کشاورزی می‌باشند که هر چند از دسته محصولات تضمینی نبوده، لیکن در چرخه خرید و فروش محصولات کشاورزی برای تولیدکنندگان و مصرف‌کنندگان و به ویژه شبکه تشکلهای تعاونی واجد اهمیت و حساسیت می‌باشند.

گروه سوم، به آندسته از اقلام تولیدی کشاورزی اطلاق می‌گردد که دارای حساسیت بالا در سطح ملی نیستند لیکن در استانها و مناطق تولید برای کشاورزان و شبکه تعاون روستایی دارای اهمیت اقتصادی می‌باشند.

پیش‌بینی‌های انجام شده در زمینه میزان خرید این محصولات در سالهای آینده به ترتیب گروه‌بندی آنها رابطه دارد. محصولاتی که در گذشته بصورت تضمینی خریداری شده‌اند از اولویت بیشتری برخوردار بوده و میزان خرید بیشتری برای آنان، پیش‌بینی شده است. میزان خرید محصولات حساس در حدود ۳۰ درصد میزان خریدهای تضمینی می‌باشد و میزان خرید محصولات گروه سوم در حدود ۱۷ درصد میزان خریدهای تضمینی پیش‌بینی شده است. بدین ترتیب بیشتر تلاش سازمان در جهت جایگزینی خرید تضمینی با خرید توافقی بوده و بموازات آن برنامه‌ای برای خرید سایر محصولات در نظر گرفته شده است. جدول (۱-۱) این محصولات و میزان پیش‌بینی خرید هر یک را نشان می‌دهد.

جدول (۱-۱): محصولات مشمول خرید توافقی و میزان پیش‌بینی خرید آنها در سال ۱۳۸۷

| ردیف | محصولات تضمینی | | محصولات حساس | | محصولات اقتصادی | |
|----------------|----------------|---------------------|-------------------|---------------------|------------------|---------------------|
| | محصول | برآورد خرید سالیانه | محصول | برآورد خرید سالیانه | محصول | برآورد خرید سالیانه |
| ۱ | خرما | ۲۶۱۵۰ | خیار | ۱۸۲۴۰ | هندوانه | ۲۰۵۰۰ |
| ۲ | کشمش | ۱۳۳۶۰ | گوجه فرنگی | ۱۱۱۱۰۰ | خربزه | ۱۴۴۰۰ |
| ۳ | چای خشک | ۳۵۰۰ | انگور | ۴۰۶۰۰ | فلفل | ۶۰۰ |
| ۴ | جو | ۱۵۳۹۰۰ | گللابی | ۱۰۰ | عنب | ۳۰ |
| ۵ | سیب زمینی | ۸۵۴۰۰ | میوه‌های هسته‌دار | ۸۳۱۵ | گردو | ۷۰۵ |
| ۶ | پیاز | ۳۰۶۰۰ | زعفران | ۵۰۲ | بادام | ۶۲۵ |
| ۷ | ذرت دانه‌ای | ۱۰۰۰۰۰ | پسته | ۱۰۲۰۰ | فندق | ۴۶۰ |
| ۸ | پنبه | ۴۸۵۰۰ | انجیر | ۱۵۵۰ | یونجه | ۷۴۲۰۰ |
| ۹ | برنج | ۶۱۰۰۰ | توت فرنگی | ۱۷۰۰ | توت | ۱۵۰۰ |
| ۱۰ | حبوبات | ۲۱۹۳۰ | بادمجان | ۱۱۶۰۰ | سقز | ۲۰۰ |
| ۱۱ | مرکبات | ۵۴۵۰۰ | هویج | ۲۰۰۰ | نخودفرنگی | ۳۰۰ |
| ۱۲ | لیموترش | ۷۰۰۰ | زیتون | ۹۰۰ | ارزن | ۱۰۰ |
| ۱۳ | انار | ۱۰۹۵۰ | - | - | کاهو، کلم و سبزی | ۸۲۰۰ |
| ۱۴ | سیب درختی | ۶۷۴۱۰ | - | - | انبه | ۱۰۰ |
| ۱۵ | - | - | - | - | موز | ۱۴۰۰ |
| ۱۶ | - | - | - | - | زرشک | ۳۰۰ |
| جمع میزان خرید | | ۶۸۴۲۰۰ | ۲۰۶۸۰۷ | | ۱۲۳۶۲۰ | |

مأخذ: سازمان مرکزی تعاون روستایی ۱۳۸۶

نمودار (۱-۱) نشان از افزایش ۱۷ درصدی خریدهای تضمینی سازمان در سال ۱۳۸۵ نسبت به سال ۱۳۸۴ دارد. آمار خریدها نشان می‌دهد که علی‌رغم اجرای خرید توافقی همچنان برخی از محصولات به صورت تضمینی خریداری شده‌اند که از جمله می‌توان به محصولاتمانند پیاز، جو، خرما، ذرت، وش و کشمش اشاره کرد که به هر دو صورت تضمینی و توافقی در سال ۱۳۸۵ خریداری شده است. جدول (۱-۲) میزان کل خرید محصولات پیاز، جو، خرما، وش و کشمش را در سال ۱۳۸۵ و همچنین میزان خریدهای تضمینی و توافقی این محصولات را نشان می‌دهد.

نمودار (۱-۱): مقایسه میزان خرید تضمینی محصولات کشاورزی (به غیر از گندم) توسط سازمان



مأخذ: گزارش آماری سازمان مرکزی تعاون روستایی ۱۳۸۶

جدول (۱-۲) نشان می‌دهد که به جز محصول جو وضعیت خرید توافقی در مورد محصولات دیگر در دومین سال اجرای برنامه رضایت بخش نبوده به منظور خروج از این وضعیت و با توجه به تجربه موفق خرید توافقی در مورد برخی محصولات به خصوص محصول جو و اثرات آن بر کیفیت محصولات و افزایش درآمد کشاورزان توجه بیشتر به برنامه خرید توافقی و بازنگری اساسی پیرامون ابعاد مختلف آن در دستور کار سازمان مرکزی تعاون روستایی قرار گرفت. این تصمیم با هدف کاهش میزان خرید تضمینی محصولات کشاورزی و گسترش برنامه خرید توافقی با همکاری بخش‌های غیر دولتی به ویژه تشکل‌های تعاونی در سال ۱۳۸۵ آغاز شد.

جدول (۱-۲): مقایسه میزان خرید محصولات مشترک در خرید تضمینی و توافقی در سال ۱۳۸۵

| محصول | کل میزان خریدها (کیلوگرم) | میزان خرید تضمینی (کیلوگرم) | درصد | میزان خرید توافقی (کیلوگرم) | درصد |
|-------|---------------------------|-----------------------------|-------|-----------------------------|------|
| پياز | ۱۸۶۰۰۰ | ۱۵۵۰۰۰ | ۸۳ | ۳۱۰۰۰ | ۱۷ |
| جو | ۵۱۴۰۸۹۴۹ | ۲۰۹۸۸۰۰۰ | ۴۱ | ۳۰۴۲۰۹۴۹ | ۵۹ |
| خرما | ۳۸۳۹۳۱۰۰ | ۳۸۳۸۷۰۰۰ | ۹۹/۹۸ | ۶۱۰۰ | ۰/۰۲ |
| وش | ۱۶۴۷۹۷۵۹ | ۱۵۰۰۴۰۰۰ | ۹۱ | ۱۴۷۵۷۵۹ | ۹ |
| کشمش | ۴۹۰۱۰۳۵ | ۳۹۴۱۰۰۰ | ۸۰ | ۹۶۰۰۳۵ | ۲۰ |

مأخذ: سازمان مرکزی تعاون روستایی ۱۳۸۶

به واسطه انجام این فعالیت‌های سازمان، انتظار می‌رفت که با این حجم دخالت توسط تولیدکنندگان در قالب شبکه تعاون روستایی ساماندهی خرید و فروش محصولات کشاورزی، قیمت بیشتر برای تولیدکنندگان و قیمت کمتر برای مصرف‌کنندگان با حذف عوامل واسطه،

حاصل شود. سازمان مرکزی تعاون روستایی همزمان با اجرای این برنامه پیش‌بینی‌هایی نیز در مورد میزان خریدهای سالانه این محصولات انجام داده است. جدول (۳-۱) میزان پیش‌بینی و خرید انجام گرفته در مورد برخی از محصولات را در سال ۱۳۸۵ نشان می‌دهد.

جدول (۳-۱): مقایسه پیش‌بینی و میزان خرید محصولات مشمول خریدهای تضمینی به صورت توافقی در سال ۱۳۸۵ (تن)

| محصول | پیش‌بینی | عملکرد | عدم تحقق پیش‌بینی (درصد) |
|-------|----------|--------|--------------------------|
| پیاز | ۳۰۶۰۰ | ۳۱ | ۹۹/۹ |
| جو | ۱۵۳۹۰۰ | ۳۰/۴۲۱ | ۸۰/۲ |
| خرما | ۲۶۱۵۰ | ۶ | ۱۰۰/۰ |
| پنبه | ۴۸۵۰۰ | ۱۴۷۶ | ۹۷/۰ |
| کشمش | ۱۳۶۳۰ | ۹۶۰ | ۹۳/۰ |

مأخذ: گزارش آماری سازمان مرکزی تعاون روستایی ۱۳۸۶

چنانچه در جدول (۳-۱) مشاهده می‌شود مقایسه میزان خرید توافقی محصولات در سال ۱۳۸۵ با پیش‌بینی‌ها حاکی از اختلاف گسترده میان پیش‌بینی و عملکرد برنامه می‌باشد. این اختلاف در مورد جو اندکی بهتر بوده و حدود ۸۰ درصد در مورد خرما میزان خرید بسیار اندک و نزدیک به ۱۰۰ درصد می‌باشد.

عدم اطلاع رسانی مناسب به زارعین و عدم شناخت کافی برنامه خرید توافقی از سوی آنها، وزارت جهاد کشاورزی را بر آن داشت تا فعالیت‌های دیگری را در راستای تلاش‌های سازمان مرکزی تعاون برای توسعه این برنامه انجام دهد. مهمترین آنها را می‌توان افزایش فعالیت‌های اطلاع‌رسانی در قالب طرح نظامک (نظام ملی اطلاع‌رسانی کشاورزی) دانست. وزارت جهاد کشاورزی همگام با سازمان، به اطلاع‌رسانی به شرکت‌های تعاونی و کشاورزان پرداخته است. همزمان با اجرایی شدن طرح جامع ساماندهی خرید و فروش محصولات کشاورزی در سال ۱۳۸۵ از سوی سازمان مرکزی تعاون روستایی، تغییرات فراوانی در زمینه خرید و فروش محصولات کشاورزی در بازار این محصولات مشاهده شده است. شرکت‌های تعاونی به عنوان متولیان اجرای برنامه خرید توافقی در بازار روستاها، فعالیت خود را در زمینه خریدهای توافقی بسیار گسترش دادند. البته این تغییر رفتار شرکت‌های تعاونی در زمینه روش خرید به سود تمامی محصولات نبوده و در برخی موارد عدم اقدام به خرید محصول توسط شرکت‌ها مشکلاتی را پدید آورده است. به دلیل ماهیت خرید توافقی، شرکت‌ها از خرید برخی محصولات که برای شرکت سودآور نبوده امتناع کرده و تا حدودی از اهداف برنامه خرید توافقی فاصله گرفته‌اند. حرکت قابل توجه دیگر انتقال چشمگیر از برنامه خرید تضمینی به سوی خرید توافقی محصولات بوده است. همانگونه که جدول (۴-۱) نشان می‌دهد در سال ۱۳۸۶ شرکت‌ها خرید تضمینی برخی از محصولات را انجام نداده و تنها به خرید توافقی آنها اقدام نموده‌اند که