

مقاله

نقش و اهمیت بازرگانی بین‌المللی برنج

ارائه‌دهنده مقاله :

دکتر رسول محمدرضائی

دانشیار و عضو هیئت علمی دانشگاه تبریز

بسمه تعالی

نقش و اهمیت اقتصادی برنج در مواجهه با بخش بازرگانی اقتصاد ملی ایران

از: رسول - محمدرضائی: عضو هیات علمی و مدیر گروه اقتصاد کشاورزی

دانشگاه تبریز

۱- مقدمه: براساس تجربیات کشورهای توسعه یافته و اهمیت بخش کشاورزی در اقتصاد ملی از نظر متخصصین اقتصاد کشاورزی مواردی کلا "روشن و مشهود است. در این مقاله ضمن اشاره به نقشهای متعدد بخش کشاورزی در اقتصاد ملی، همین نقش را در رابطه با محصول استراتژیک برنج نه به عنوان یک محصول، بلکه به عنوان یک زیر مجموعه از اقتصاد ملی و از بخش کشاورزی بررسی می شود. بررسیهای مقدماتی به صورت آرمانی است سپس در مرحله سوم به میزان عملی نقش و اهمیت برنج در اقتصاد ملی ایران اشاره می شود که تابعی از جو فعالیتی فراهم شده برای زیر مجموعه برنج از طرف کارگزاران و سیاستگذاران مملکت یعنی دولت دیده شده است. در این جو فعالیتی، بخشهای متعدد اقتصاد و در هر بخش عوامل متعددی ایفای نقش می نمایند که در این مقاله فقط در ارتباط با بخش بازرگانی به موارد چندی پرداخته می شود. در این سو: در چهارچوب نظری حالات متعددی وجود خواهد داشت که سه حالت اتفاق افتاده در رابطه با بازار برنج در دو دهه اخیر در ایران مورد تحلیل اقتصادی قرار می گیرد تا باشد که به وضعیت نقش برنج در چشم انداز آینده نظرات کارشناسی ارائه شود. تا با توجه به مشکلات موجود در این زیر مجموعه و در وضعیت فعلی پیشنهادهای چند در راستای تعدیل یا ترمیم نقش اقتصادی برنج در مقابله با بخش بازرگانی در جو آینده ارائه شود، تا چه قبول افتد در نزد اهل نظر.

لازم به توضیح اینکه واژه ها و مفاهیم کلیدی و علائم اقتصادی به کار گرفته در این مقاله عبارت از عرضه، عرضه برنج، عرضه داخلی یا ملی برنج و عرضه بین المللی برنج، در جناح دیگر تقاضا، تقاضای برنج، تقاضای داخلی یا ملی برنج و تقاضای بین المللی برنج، تولید و تولیدکننده، مصرف و مصرف کننده، دولت، ادوات سیاستگذاری، مالیات، یارانه، بازار، بازاریابی، بازرگانی، تعرفه، موافقتنامه عمومی تعرفه و تجارت خواهد بود که امیدوار است خواننده محترم آشنائی نسبی با این مجموعه داشته باشند.

۱- نقش و اهمیت بخش کشاورزی در اقتصاد ملی: نقش و اهمیت بخش کشاورزی، در دیگر نوشته‌ها از جمله در یک مقاله مشروح ارائه شده در سمینار آذربایجان و توسعه تحت همین عنوان به نحو مطلوب مورد بررسی و کنکاش قرار گرفته است. به طور خلاصه بخش کشاورزی در اقتصاد ملی و در فرآیند توسعه اقتصادی عهده‌دار ایفای نقش‌های زیرین است:

۱- تغذیه‌آحاد انسانی جامعه و اقتصاد ملی:

۲- تهیه و عرضه مواد اولیه مورد نیاز سایر بخشهای اقتصادی مرتبط با کشاورزی از قبیل صنایع کشاورزی، غذایی و دیگر صنایع گوناگون موجود در اقتصاد ملی،

۳- تامین بخشی از سرمایه مورد نیاز اقتصاد ملی از طریق پس‌اندازها و ذخایر مربوطه که از فعالیتهای کشاورزی عاید می‌شود،

۴- تهیه ارزهای خارجی از طریق صادرات بخشی از محصولات تولیدی داخلی،

۵- عرضه مازاد نیروی انسانی از طریق آزادسازی مطلوب این نیرو و ارائه به دیگر بخشهای اقتصاد ملی که در حال گسترش و توسعه میباشند،

۶- فراهم‌آوری بازار مطلوب برای کالاهای تولیدی سایر بخشهای اقتصادی که در فرآیند توسعه اقتصاد ملی تکوین و تکامل می‌یابند.

ایفای نقشهای آرماتی فوق توسط بخش کشاورزی، موجبیات فراهم‌سازی زمینه‌ها به ثبات اقتصادی ملی بیشتر و از آن طریق به ثبات سیاسی ملی بیشتر شده و این همه وظایف و نقشهای بنیانی برای بخش کشاورزی به این بخش اهمیت خاصی بخشیده است از طرف دیگر این نقشها لزوم ارتباط با دیگر بخشهای اقتصاد ملی و با دیگر اقتصادها و کشورهای جهان را مطرح می‌نماید که در این زمینه با بررسی‌های اختصاصی و موردی متعددی لازم است. اما در رابطه با عنوان و هدف این مقاله می‌خواهیم نقشهای آرماتی زیر مجموعه برنج را ذیلاً بررسی نمائیم.

۳- نقش زیر مجموعه برنج در اقتصاد ملی: منظور از زیر مجموعه برنج عبارت از کلیه عوامل، نهاده‌هایی که به اندازه‌ها و شکل‌های گوناگون و در قالب متغیرها متعدد به کمک هم‌دیگر اولاً طی یک فرآیند محصولی بنام برنج را بوجود می‌آورند و ثانیاً در نهایت بصورت یک فرآیند مرتبط با فرآیند اول برنج را به مصرف نهائی می‌رسانند. با این تعریف از زیر مجموعه برنج، بصورت آرماتی نقش برنج در اقتصاد ملی به شرح زیرین خواهد بود:

۱- تغذیه جامعه: برنج عهده‌دار تغذیه آن دسته از جامعه و آن قسمت از نیاز غذایی جامعه هست که با مکانیسم‌های اقتصادی بازار و توزیع، در دسترس متقاضیان مربوطه قرار می‌گیرد بعنوان مثال در سال زراعی ۷۲-۷۱ برنج حاصل از تولید ۲/۲۸ میلیون تن شلتوک عهده‌دار تامین بخشی از نیازهای غذایی ۵/۵۸ میلیون نفر جمعیت ایران بوده است.

۱- عرضه مواد اولیه مورد نیاز سایر بخشهای اقتصادی: محصول ۳/۲۸ میلیون تنی از شلتوک و محصولات ثانویه آن از قبیل کلش، کوزل، شالی، برن و سایر مواد، عوامل اولیه صنایع غذایی، کشاورزی، حمل و نقل، بسته‌بندی و دیگر صنایع مربوطه میباشد.

۲- تهیه سرمایه: زیر مجموعه برنج با وارد شدن در مبادلات بازرگانی و بطریق داد و ستدهای مربوطه پس‌انداز و ذخایر سرمایه‌ای متعددی را بدست می‌آورد که این ذخایر از طرفی عهده‌دار تامین نیازهای سرمایه خود زیر مجموعه برنج و از طرف دیگر به شرط داشتن مازاد عهده‌دار تامین نیازهای سرمایه‌ای سایر بخشها و زیر بخشهای اقتصادی است.

۴- تهیه ارز: همین زیر مجموعه برنج در صورت انجام مبادلات بازرگانی خارجی و صدور بخشی از محصولات زیر مجموعه برنج به ماوراء مرزهای ملی موفق به کسب بعضی پولهای خارجی یا ارز می‌شود که این ارز از طرفی بعضی نیازهای خود زیر مجموعه و به شرط نیل به مازادهای ارزی بعضی نیازهای ارزی سایر بخشهای مجموعه اقتصادی ملی را تامین می‌نماید.

۵- عرضه نیروی کار: چنانچه در زیر مجموعه برنج بعضی تحولات تکنولوژی مخترم به آزادسازی نیروی انسانی بوجود آید، و از طرف دیگر در دیگر بخشهای اقتصاد ملی نیاز به نیروی کار جدید باشد این زیر مجموعه بخشی از نیروی کار آزاد شده خویشتن را تزریق سایر بخشهای اقتصاد ملی می‌نماید.

۶- بازار برای سایر بخشهای اقتصادی: حاصل مبادلات زیر مجموعه برنج با سایر بخشهای اقتصادی تامین بازار برای کالاهای سایر بخشهای اقتصاد ملی است.

اگر مجموعه نقشهای شگانه فوق از طرف زیر مجموعه برنج به نحو مطلوب ایفاء گردد که برنج موجب ثبات اقتصادی و سیاسی اقتصاد ملی میگردد ولی اگر چنانچه در ایفاء نقشهای فوق تعلل، خلل یا نقمی بوجود آید که موجب نامطلوبی وضعیت گردد در این حالت برنج موجبات بخشی از بی‌ثباتی اقتصادی و سیاسی مملکت را فراهم

می‌سازد، اما چه شرایط نیروها و عوامل در چه حالتی موجب ایفاء نقشهای مطلوب برنج و یا برعکس موجب ایفاء نقشهای نامطلوب برنج می‌شوند. با نگرش کلان اقتصادی، کلیه عوامل و نیروهای موجود در کلیه بخشهای اقتصادی با عمل و عکس‌العمل‌های متعدّد موجب نقش مطلوب برنج و یا برعکس در شرایطی موجب نقش نامطلوب برنج می‌شود. که در این مقاله در رابطه با نقش بخش بازرگانی مباحثی چند در سوی مدلهای بازار، دخالت دولت، واردات و صادرات ارائه خواهد شد.

برای روشن‌گری بیشتر بخشهای بازرگانی مواد اولیه برای زیر مجموعه برنج و بازاریابی مطلوب داخلی و خارجی محصولات زیر مجموعه برنج، بخشهای صنایع تهیه‌کننده عوامل

مورد نیاز زیر مجموعه برنج بخشهای صنایع تبدیلی، بخشهای راه و ترابری و زیربنایی، همگی می‌توانند به تفاوت نقشهای مطلوب یا نامطلوبی را ایفاء نمایند. اما برای هر

کدام از این بخشها جو فعالیتی تعریف شده توسط چه عوامل و نیروهای تعیین می‌گردد. در اینجا نقش دولت مهم است و لازم به بررسی است، جو فعالیتی برای کلیه بخشهای

اقتصادی از جمله بازرگانی، صنایع تبدیلی، صنایع تهیه‌کننده مواد اولیه، بخشهای راه و ترابری و زیربنایی، بخش کشاورزی و برای زیر مجموعه برنج همگی توسط دولت

و از طریق مکانیسمهای مبادله و بازارهای با ساختارهای گوناگون و با مکانیسمهای کنترلی گوناگون تبیین و تعیین می‌گردد. با این نگرش، سیاستگذاران با طراحی مجموعه‌های

سیاستگذاری موجبات تعیین میزان نقش هر کدام از بخشها و مجموعه‌های فوق می‌گردند. تا به نحوی که از نقش آن مجموعه ارزیابی آرمانی و یا برعکس ارزیابی نقشهای نامطلوب و یا خدای‌ناکرده مضر به عمل می‌آید. حلّول این نقشها در رابطه با بخش

بازرگانی و ارتباط آن با زیر مجموعه برنج در قالب بازارها و مکانیسمهای گوناگون قابل ارزیابی است که در اینجا سه حالت اتفاق افتاده در دهه‌های اخیر در رابطه با برنج

ذیلاً تشریح و تحلیل می‌گردد.

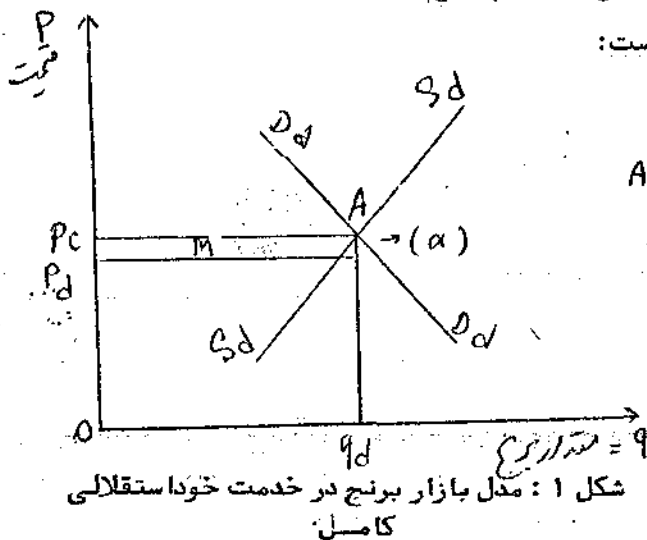
۱- بازار برنج با حالت خود استقلالی کامل و بدون دخالت دولت: در این نوع بازار دو - نیروی عمده بازار یعنی عرضه‌کنندگان و مصرف‌کنندگان بدون کمترین دخالت دولت

به توافق رسیده و بازار به تعادل میرسد. در این نوع بازار کلیه برنج مصرف‌کنندگان توسط مصرف‌کنندگان از طریق زیرمجموعه داخلی برنج تهیه و عرضه میشود. این نوع

بازار برنج تا اوائل دهه ۵۰ شمسی در کشور ایران عمل می‌کرده است و به لحاظ شباهت نزدیک به بازارهای رقابتی نشانه‌های معنی‌داری از تبانی، تمرکز و روابط زنجیری که

ناقصهای اصول بازار رقابتی هستند دیده نمیشد. مدل ایرن-وع بازار به ترتیب شکل ۱ (یک) زیر میباشد. آثار و نتایج چنین نوع از بازار برنج گوناگون. اما مجموعاً

به شرح و مختصات زیرین قابل ارزیابی است:



الف - مصرف کنندگان برنج را با نرخ P_c

و به مقدار Q_d مجموعاً به میزان ناحیه A

به نظام توزیع برنج پرداخت مینمایند،

به شرح: $P_c \times Q_d = O P_c A \quad Q_d = A$

مصرف کنندگان در قبال پرداخت فوق،

کلیه برنج تولید شده و عرضه شده را

خریداری کرده و با مصرف برنج از زیر

مجموعه برنج متنفع میشوند.

ب - زیرمجموعه تولید برنج، برنج را با نرخ P_c و به مقدار Q_d مجموعاً به میزان

ناحیه A از مصرف کنندگان دریافت کرده و در قبال آن کلیه برنج تولید کرده خویش را در

اختیار مصرف کنندگان قرار میدهند. از ناحیه A، نظام توزیع منطقه M را به عنوان

اجرت تبدیل، فرآوری، بازاریابی، حمل و نقل و خرده فروشی و سایر عملیات بازاریابی

دریافت و ناحیه (A-M) مستقیماً در اختیار تولید کنندگان برنج قرار میگیرد

بخش بازرگانی داخلی مربوط به برنج به تبع میزان خدماتی که به تولید کننده و مصرف

کننده برنج ارائه میکند و به تبع نوع بازار خدمات بازرگانی که اکثراً به دلیل ماهیت

تعاونی بازار برنج از سلامت کافی برخوردار است منافع و اجرت لازم را که کلاً در حد

است دریافت مینماید. M هزینه‌ای است که اکثراً به مصرف کنندگان برنج

منتقل میشود مگر آن قسمت از هزینه‌ای بازاریابی در حد ناحیه (A) زیرمنحنی

عرضه که توسط تولید کنندگان پرداخت میشود.

ج - دولت در این نوع بازارها معمولاً دولت‌ها هیچگونه دخالتی ندارد، چرا که مکانیسم

طبیعی بازار مطابق آرمانهای سیاسی و اقتصادی دولت عمل مینماید. بنابراین

در چنین بازارهایی دولت‌ها صاحب درآمد و صاحب هزینه‌هایی نیستند. این نوع بازارها

از نکته نظرات سیاسی و اقتصادی برای دولت‌ها کم زحمت‌ترین و کم دردسرتریین

بازارهاست. بازار با مکانیسم آرمانی زمینه‌ای برای اخالت دولت فراهم نکرده است.

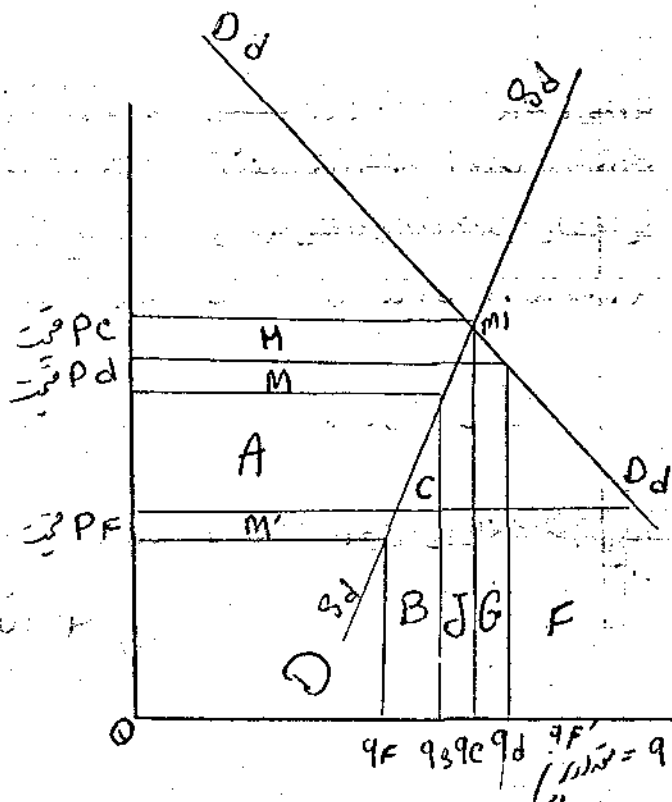
د - بازار برنج با حالت تا-مین کمبود از منشاء واردات خارج از کشور: در این نسوع

بازار دولت به لحاظ ارزیابیهای که از کمبود برنج در بازار داخلی به عمل میآورد و نیز به لحاظ سنجش آثار آن که در نهایت منفی پیش بینی میشود در جناح عرضه وارد بازار برنج میشود. برنج مورد نیاز مصرف کنندگان نه تنها از طرف تولید کنندگان داخلی بلکه قسمتی از آن از طرف تولید کنندگان خارج از کشور و به طریق نظام بازرگانی دولتی تاء مین میشود. این مدل بازار از بعد از انقلاب اسلامی در ایران رایج بوده است. مصرف کنندگان برنج، برنج را بصورت دو قیمتی تهیه و مصرف مینمایند. مدل این بازار به شکل ۲ (زیر) میباشد. آثار و نتایج چنین نوع از بازار برنج نیز گوناگون، اما مجموعاً "به شرح و مختصات زیرین قابل ارائه است:

الف - مصرف کنندگان برنج را با نرخ P_d و به مقدار Q_d که مساوی با $(Q_c - Q_f)$ میباشد از تولید داخلی و با نرخ P_f و به مقدار Q_f از برنج خارج و با پرداخت نواحی C و B و A کلیه برنج تولید داخلی و D کلیه برنج وارد شده و عرضه شده را خریداری کرده و از مصرف برنج متنفع میشوند و گروه M از مصرف برنج متنفع نمیشود. ب - زیر مجموع تولید برنج: در این مدل زیر مجموعه تولید برنج درگانه است، زیرا مجموعه داخلی برنج را با نرخ P_d و به مقدار $Q_d = Q_c - Q_f$ مصرف کننده تحویل و در قبال آن پول و دیگر وسائل پرداخت را به میزان نواحی C و B و A را دریافت میکنند. از مجموعه این نواحی نظام توزیع برنج داخلی M را به عنوان اجرت تبدیل،

فرآوری، بازاریابی، حمل و نقل و خرده فروشی و سایر عملیات بازاریابی دریافت و ناحیه $(A-M)$ مستقیماً در اختیار تولید کنندگان داخلی برنج قرار میگیرد. بخش بازرگانی داخلی مربوط به برنج به تبع نوع بازار خدمات بازرگانی منافع و اجرت لازم را میگیرند.

زیر مجموعه خارجی برنج را با نرخ P_f و به مقدار Q_f از طریق نظام بازرگانی خارجی به مصرف کنندگان داخلی تحویل می دهند. در این سطح از



نرخ برنج مصرف‌کننده آماده مصرف در حد ۹۴ است ولی به لحاظ محدودیت اعمالی از طرف نظام بازرگانی دولتی فقط ۹۴ میزان از برنج خارجی توسط مصرف‌کننده داخلی مصرف می‌شود. در قبال این حد از واردات برنج تولیدکننده خارجی ناحیه D را دریافت می‌کنند. از مجموعه این ناحیه نظام توزیع برنج داخلی منطقه M را به‌عنوان اجرت بازاریابی از تولیدکنندگان خارجی برنج دریافت می‌کنند.

ج: دولت: در این نوع بازار حساسترین نقش، مربوط به دولت است. چرا که اگر برای تامین نیازهای مصرف‌کننده از برنج با احتیاط و تدابیر لازم سیاستگذاری‌های اصولی طراحی نشود، تولید داخلی ضربه دیده، مصرف رشد بی‌رویه پیدا کرده و بار ارزی بزرگی را به دوش دولت درست می‌کند. به عبارت دیگر نقش عمده دولت تنظیم نواحی A, B, C, D, F, G, J به هم‌دیگر است، مجموعه دریافتی زیر مجموعه برنج کشور.

D دریافتی زیر مجموعه خارجی برنج، F مقادیر رفاهی است که مصرف‌کننده داخلی از طریق عدم مصرف برنج خارجی از دست می‌دهد. ناحیه از دست رفته از حوزه منافع مصرف‌کننده به لحاظ تاثیر کاهش واردات برنج در نرخ داخلی است که در دوره‌های بعدی تولید این نواحی مصادیق ضربه به تولید داخلی از قبیل واردات برنج است. دولت با مکانیسمها و ادوات سیاستگذاری متعددی اعمال سیاست می‌نماید. اگر این مجموعه سیاستها با نظام اداری عملی گردد دولت متحمل هزینه و نیز آگهی، بارانه واردات (در شق ارز و پول خارجی ارزانتر یا یارانه ریالی برداختی) همراه باشد دولت متحمل هزینه و اگر همگام با مالیات باشد دولت دارای درآمد خواهد بود. موارد اتفاق افتاده در ایران معمولاً برای دولت هزینه‌زا بوده است.

در مجموع این مدل بازار به نفع مصرف‌کننده داخلی و تولیدکننده خارجی است و به تولیدکننده داخلی بوده و دولت در اجرای این سیاست از طرق گوناگون متحمل هزینه می‌شود. آثار این نوع بازار برنج ضربه به تولید داخلی زده و کاهش انگیزه‌های تولید در بین تولیدکنندگان داخلی را موجب می‌شود. که اجرای دراز مدت این مدل بازار کاملاً خطرناک است. بی‌انگیزگی مولدین داخلی فشار به منابع ارزی ملی می‌آورد و این منافع قطعاً نامحدود نیستند و دارای گزینه‌های مصرفی متعددی هستند. تخصیص ارز به مصرف برنج موجب کاهش ارز در سرمایه‌گذاریهای اساسی و مهم ملی می‌شود. نقش بخش بازرگانی تابعی از جوکاری آماده شده از طرف دولت برای این بخش می‌باشد.

در نهایت ممکن است نقش تعدیل کننده و تنظیم کننده و یا برعکس نقش مخرب بازی نماید.

بازار برنج با حالت اجازه به صدور یا چشمپوشی از قاچاق برنج داخلی به خارج از کشور: در این نوع بازار عرضه داخلی برنج با دو تیپ مصرف کننده مواجهه است مصرف کننده داخلی و مصرف کننده خارجی و کلیه برنج تولید شده توسط مصرف کننده داخلی بخشی از آن توسط مصرف کننده خارجی به مصرف می رسد.

این نوع برنج بصورت مقطعی در دو سال اخیر در کشور تجربه گردید و مدل این نوع، مازاد برنج به ترتیب شکل ۳ زیرین میباشد. آثار این مدل از بازارهای متعدد برنج در حال دیگر

به طور مشروح تحلیل گردیده است

اما به طور خلاصه آثار آن در رفاه

مصرف کننده داخلی، دریافتیهای

مولدین داخلی و بخش بازرگانی و

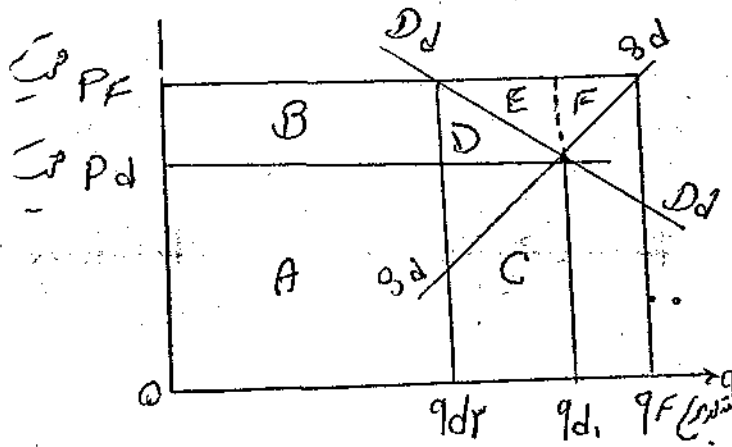
دولت به شرح زیرین است.

الف: مصرف کنندگان با عنایت به

موارد زیرین آثار ورود به بازرگانی

خارجی برنج در این حالت از دست

دادن رفاه از طرف مصرف کنندگان



داخلی برنج در قالب کاهش مصرف برنج، افزایش قیمت برنج در بازارهای داخلی و

مراجعه به سایر منابع برنج و مواد غذایی خواهد بود، به شرح زیرین:

۱- کل پرداختیهای مصرف کنندگان داخلی برنج

در حالت قبل از ورود به صدور برنج: (بمانند مدل یک سابق)

۲- کل پرداختیهای مصرف کنندگان داخلی برنج

در حالت بعد از ورود بر صدور برنج:

۳- خالص کاهش منافع مصرف کنندگان داخلی: $B > C$

ناحیه B حاصل اضافه نرخی است که برای محصول مصرف شده در داخل پرداخت می شود.

ناحیه C حاصل صرفه جوئی در مصرفی از برنج داخلی است که به دلیل افزایش قیمت آن

مصرف می شود. مصرف قرار نمی گیرد. با عنایت به اینکه میزان B از C بزرگتر است، مصرف برنج

کننده داخلی با ورود زیر مجموعه برنج به بازرگانی خارجی رفاه از دست می دهد.

ب: تولیدکنندگان: براساس مدل بازار فوق و با عنایت به موارد زیرین آثار ورود به بازرگانی خارجی برنج برای تولیدکنندگان داخلی در قالب فروش با نرخهای بالا کسه بخشی از این از منابع داخلی و بخش دیگر از منابع خارجی است افزایش منافسوع و بهره‌مندی است که مشروح آن به شرح زیرین است:

۱- کل دریافتیهای تولیدکنندگان داخلی برنج

$$P_d \times q_{d_1} = A + C \quad \text{در حالت قبل از ورود به صدور برنج: (بمانند مدل یک سابق)}$$

$$P_F \times q_{d_1} = A + B + C + D + E + F \quad \text{۲- کل دریافتیهای تولیدکنندگان داخلی برنج}$$

در حالت بعد از ورود به صدور برنج:

$$3- \text{خالص افزایش دریافتیهای تولیدکنندگان داخلی برنج:}$$

$$(P_F \times q_{d_1}) - (P_d \times q_{d_1}) = B + D + E + F$$

داخلی برنج:

ناحیه B از مصرفکننده داخلی، D، از چشمپوشی مصرفکننده داخلی از مصرف برنج در نرخ بالای جدید است که از طریق مصرفکننده خارجی نصیب تولیدکننده (عرضه کننده) داخلی برنج می‌شود. E، حاصل ورود به بازار مصرفکننده جدید خارجی است که از طرف مصرفکننده خارجی عاید تولیدکننده داخلی میگردد و بالاخره ناحیه F درآمدی است که تولیدکنندگان داخلی در صورت توان تنظیم سریع تولید برنج به نیاز بازار بدست خواهند آورد. چون این عمل از طریق تولید در کوتاه مدت میسر نیست این درآمد برای سال جاری جزء از طریق تعقب‌های متعدد از قبیل فروش برنجهای خارجی به نام برنج ایرانی از طرق گوناگون قابل حصول نیست. بدین ترتیب با ورود بسسه بازرگانی خارجی عرضه‌کننده داخلی برنج از جمله بهره‌مندان عمده می‌باشند.

خالص آثار ورود به بازرگانی برنج برای اقتصاد ملی در سومان مدل بازار از مطالعه

تطبیقی بندهای الف، ب فوق روشن می‌شود. اقتصاد ملی به اندازه نواحی C, D, E, F

از اقتصاد پذیرنده محصول برنج ایران عایدی دریافت می‌نماید. بخش بازرگانی داخلی

و بخش بازرگانی خارجی به تبع خدماتی که به تولیدکنندگان برنج به مصرفکنندگان

داخلی و خارجی ارائه میدهند مزایای مربوط به خویش را دریافت می‌نمایند که در این

قسمت پیچیدگیهای متعددی وجود دارد. اما آثار و نمودهای دریافتیهای گوناگون از

مصرفکنندگان داخلی و خارجی به تولیدکنندگان داخلی و به بخش بازرگانی چیست؟

پاسخ این سؤال مهم و اساسی تحت عنوان نمودهای اقتصادی، اجتماعی و سیاسی از

تحولات بوجود آمد.

از مدل سوم بازار و با مباحثی در رابطه با نمودهای اقتصادی، اجتماعی و سیاسی کاهش رفاه مصرف‌کنندگان داخلی به نمودهای اقتصادی، اجتماعی و سیاسی افزایش بهره‌مندی تولیدکنندگان داخلی و بالاخره مطالعه تطبیقی این نمودها در جای دیگر به‌طور مشروح بحث گردیده است (-) و در اینجا جهت جلوگیری از طولانی شدن مقاله تکمیل آن را به شرح زیر نمی‌گردد.

دولت: در این نوع بازار نیز حساسترین نقش مربوط به دولت است، چرا که دولت بر سر دوراهی ارز آوری صادرات برنج که مورد نیاز ملی است و تأمین برنج مورد نیاز داخلی مصرف‌کننده داخلی که عدم تأمین آن نمودهای حساس سیاسی و اجتماعی وارد حد اعتدال مطلوبی را انتخاب نماید.

چشم‌پوشی از ارزآوری صادرات برنج مخصوصاً در جو فعالیتی کمبود ارز مسئله ساده‌ای نیست. از طرف دیگر تحمل بعضی نمودهای سیاسی نیز راحت نخواهد بود.

۴- جمع‌بندی: متأسفانه به لحاظ جلوگیری از طولانی شدن مقاله، فرصت کامل به تحلیل مطلوب تمام انواع بازارها در این مقاله دست نداده اما مختصراً دیده شد که نقش

اقتصادی برنج در مواجهه با انواع بازارها متفاوت است. در نگرش ملی داخلی بلکه اقتصاد ملی مطلوب‌ترین بازار به ایفای نقشهای اقتصاد داخلی برنج در راستای تأمین غذا و مواد اولیه و تأمین سرمایه و ... بازارهای تعادلی و رقابتی است. مطلوب‌ترین بازار به ایفای نقش کسب ارز بازارهای تعادلی رقابتی با صادرات مازاد برنج است (که برای این نوع بازار در مقاله فرصت تحلیل دست نداد) اما دیگر انواع بازارها بنوعی که در مقاله تحلیل گردید، یا موجب ضربه به تولید داخلی برنج و یا موجب ناراضگی تراشیها بی‌مورد بین مصرف‌کنندگان داخلی می‌شود. بدین ترتیب نقشهای اقتصادی برنج

در مواجهه با این نوع بازارها کم رنگتر و بعضی مواقع نامطلوبتر می‌شود. مطلوب‌ترین بازار برای ایفای نقشهای مطلوب برنج در اقتصاد ملی، بازارهای تعادلی و رقابتی است.

لازمه نیل به چنین بازارهایی، تنظیم تولید برنج به مصرف برنج به صورت طبیعی است که این آرمان از طریق شتاب دهی مطلوب به تولید برنج و کنترل نرم، مطلوب و بی‌سز و

صادر مصرف برنج است که با توجه به محدودیتهایی که در رابطه با عواملی از قبیل زمین، آب، بذر، تکنولوژی، کلیما در جناح تولید برنج پیش‌بینی می‌شود و نیز روندی از

رشد جمعیت و درآمد و تغییرات تدریجی و خزنده در کیش و کردارهای مصرفی مصرف

کنندگان ایرانی برنج تا سالهای دراز آینده دیده می‌شود. این مطلوب (بازارهای تعادلی)

تا سالهای آینده که در پیش است مشکل به دسترسی خواهد بود. در اینجا است که نقش دولت در تعدیل و تنظیم بازارهای برنج با شرط ایفای نقشهای فوق الذکر با مطلوبیت کامل از زیر مجموعه برنج در اقتصاد ملی کاملاً حساس و در مواردی کاملاً حیاتی خواهد بود.

اما این نقش اعتدالی دولت در چنین مدل از بازار چگونه میسر خواهد بود. پیشنهادات زیرین برای تنظیم اصولی سیاست تولید و بازرگانی برنج که از یک نگرش چکیده بازارهای سه‌گانه بررسی شده در این مقاله است، مهم به نظر می‌رسد:

۱- بر مبنای مدلهای موجود در این مقاله از کردار مصرفی برنج کشور با عوامل متشکله آن بر مبنای یک پژوهش سیستمی و اصولی باید شناخت پیدا کرد.

۲- همینطور، بر مبنای مدلهای موجود در این مقاله از کردارهای تولیدی برنج کشور با عوامل متشکله آن بر مبنای یک تحقیق سیستمی باید شناخت پیدا کرد.

۳- پتانسیلهای بخش بازرگانی مربوط به برنج در شق داخلی و خارجی آن را نیز باید بایستی بر مبنای یک برنامه تحقیقاتی جامع شناخت کرد.

۴- بر مبنای موارد سه‌گانه فوق بنیان استفاده از روشهای پیش‌بینی از طریق توسل به مدلهای اقتصاد سنجی را طراحی کرد.

۵- از وضعیت تولید، مصرف، بازرگانی، قیمت برنج در بازارهای عمده برنج دنیا بایستی اطلاعاتی جامع و پویا در دسترس داشت.

۶- از روشها: ابزار و ادوات سیاست‌گذاری و نیز از آثار و تبعات هر کدام از روشها و ابزار آشنائی کافی پیدا کرد و همینطور از موارد استفاده هر کدام اطلاع کافی بدست آورد.

۷- طراحی و اجرای سیاست‌گذاری برای برنج را بر مبنای مدلهای پیش‌بینی از مصرف، عرضه ملی و با استفاده از اطلاعات مفید از تولید و مصرف و قیمت بین‌المللی بایستی

بر مبنای نحوی انجام داد که اولاً بازارهای داخلی برنج توان تنظیم و تعدیل را پیدا بکنند، ثانیاً از پتانسیلهای واردات و یا صادرات خارج از کشور به نحو مطلوب استفاده کرد

و ثالثاً هر کدام از بخشها و زیر بخشهای اقتصادی از جمله بخش بازرگانی بازدههای عادلانه، معقول و مطلوب خویش را دریافت دارد. مطمئناً اجرای این پیشنهادات آنطور باید سهل، ساده و سریع نخواهد بود. ولی اگر ارقام ضررهای اقتصادی حاصله از سیاستهای انفعالی را مرور کرده و آینده‌ای را در نظر داشته باشیم که محدودیت

نسبی محصولات غذایی بالاتر، قیمت‌ها شکننده‌تر، محدودیت‌های ارزی بیشتر، نیازهای غذایی بالنده‌تر خواهد بود، نقش و اهمیت اجرای این پیشنهادات بیشتر روشن خواهد بود. مخصوصاً "در جو پیچیده‌ای که از طریق اجرای موافقتنامه عمومی تعرفه و تجارت (GATT) در چند سال آینده بوجود خواهد آمد، حفظ منافع اکتصاد ملی در شق‌های منافع مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان بدون توسل به یک نظام سیاستگذاری جامع که پیش نیاز آن مطالعات و تحقیقات به شرح فوق است میسر نخواهد بود.