

عنوان مقاله:

بررسی تطابق الگوی صادرات آب مجازی با مزیت های رقابتی ایران

محل انتشار:

مهندسی آبیاری و آب ایران، دوره 12، شماره 1 (سال: 1400)

تعداد صفحات اصل مقاله: 16

نویسندگان:

فرزانه امیری - کارشناس ارشد

حامد رفیعی - عضو هیات علمی دانشگاه تهران

ابوالفضل محمودی - گروه کشاورزی، دانشگاه پیام نور تهران

خلاصه مقاله:

باتوجه به تشدید کمیابی آب در کشورهای مختلف و از جمله ایران، موضوع آب مجازی و تجارت آن از اهمیت ویژه‌ای در برنامه ریزی و سیاست‌گذاری کلان آب در آینده برخوردار شده است. در این پژوهش سعی شده طی سال‌های ۹۵-۱۳۷۱ مزیت های صادراتی، مقادیر آب مجازی خروجی و ارزش هر متر مکعب آب مجازی صادر شده برای محصولات صادراتی اصلی (پسته، خرما، زعفران، کیوی و سیب) برآورد و ارتباط صادرات آب مجازی با مزیت های صادراتی بررسی گردد. نتایج نشان داد که بطور متوسط طی دوره مورد بررسی، صادرات آب مجازی و ارزش آن برای محصول پسته به ترتیب معادل سالانه ۹/۴ میلیارد مترمکعب و ۱۴۹٪ دلار به ازای هر مترمکعب و شاخص مزیت نسبی آشکار شده متقارن نیز بیانگر وجود مزیت صادراتی پسته در همین دوره می‌باشد. این در حالی است که ضریب همبستگی بیانگر ارتباط منفی و معنی‌دار بین ارزش صادرات آب مجازی و مزیت صادراتی بوده که نشان دهنده عدم تطابق الگوی صادرات آب مجازی با مزیت رقابتی پسته خواهد بود. در مورد محصول زعفران نیز این ارتباط منفی، مشابه پسته بیانگر عدم تطابق بین الگوهای تجاری و ارزش آب مجازی بوده و در مورد محصول خرما نیز عدم وجود رابطه معنی‌دار بین ارزش هر مترمکعب آب مجازی صادراتی و مزیت صادراتی نیز این عدم تطابق را تأیید می‌نماید. این در حالی است که کاراترین وضعیت مربوط به صادرات محصولاتی کیوی و سیب بوده است. براین اساس همسویی سیاست های تجاری و سیاست‌های حفاظت از منابع آبی در شرایط فعلی کشور و بحران منابع آبی بیش از پیش ضرورت خواهد داشت.

کلمات کلیدی:

آب مجازی، ارزش صادرات آب مجازی، الگوی تجاری، مزیت رقابتی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1289396>

