

عنوان مقاله:

تعیین مزیت نسبی چای در استان گیلان

محل انتشار:

فصلنامه پژوهشها و سیاست های اقتصادی، دوره 15، شماره 44 (سال: 1386)

تعداد صفحات اصل مقاله: 20

نویسنده:

حمید فتوحی

خلاصه مقاله:

ایران با جمعیتی حدود یک درصد از کل جمعیت دنیا حدود پنج درصد مصرف کل چای جهان را به خود اختصاص داده است. مصرف سرانه کشور ۱۵۵۰ گرم است که ۵۰ درصد آن در داخل تولید و بقیه از طریق واردات تامین می شود. در این نوشتار به بررسی مزیت نسبی تولید چای در استان گیلان پرداخته شده است. داده های جمع آوری شده در مورد چای کاران استان گیلان مربوط به سال زراعی ۱۳۸۱-۱۳۸۲ است و برای تعیین مزیت نسبی چای از سه معیار منفعت خالص اجتماعی، هزینه منابع داخلی و نسبت هزینه به منفعت اجتماعی استفاده شده و برای محاسبه نرخ سایه ای از روشهای برابری قدرت خرید نسبی، برابری قدرت خرید مطلق و روش فائو استفاده شده است. نتایج تحقیق نشان دهنده آن است که گیلان نسبت به کشورهای هند و امارات متحده عربی به عنوان صادرکننده های چای به ایران دارای مزیت نسبی است و از نظر صادرات نسبت به کشورهای انگلستان، تاجیکستان، ترکمنستان، ازبکستان، افغانستان و اوگاندا دارای برتری نسبی است.

کلمات کلیدی:

,Relative Advantage, Tea, Net Social Profit (NSP), Domestic Resource Cost, Ratio of Cost to Social Benefit, Shadow Price, Foreign Exchange

مزیت نسبی، چای، منفعت خالص اجتماعی، هزینه منابع داخلی، نسبت هزینه به منفعت اجتماعی، قیمت سایه ای، ارز

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/2022809>

