

عنوان مقاله:

مزیت نسبی در صادرات زعفران طی سال های 87 تا 90

محل انتشار:

چهارمین همایش ملی زعفران (سال: 1394)

تعداد صفحات اصل مقاله: 7

نویسندگان:

سارا امانی رفتار - دانشجوی کارشناسی اقتصاد کشاورزی دانشگاه غیرانتفاعی کرمان

مهری صفاری - دانشیار گروه اقتصاد دانشگاه غیرانتفاعی کرمان

خلاصه مقاله:

مزیت نسبی یکی از معیارهای مهم اقتصادی جهت برنامه ریزی، تولید، صادرات و واردات و به معنای توانایی یک کشور یا یک منطقه در تولید یک کالا با هزینه کمتر است. لذا در این مطالعه، مزیت نسبی ایران در صادرات زعفران مورد بررسی قرار گرفته است. بدین منظور از شاخص های مزیت نسبی آشکار شده (RCA)، مزیت نسبی آشکار شده متقارن (RSCA)، میچلی MI، هیلمن HI و کای دو X2 استفاده شده است و داده های مورد نیاز برای دوره زمانی 1387-1390 از سایت سازمان خوار و بار کشاورزی (فایو) اخذ گردیده است. نتایج حاصل از محاسبه شاخص ها نشان داد که ایران در صادرات زعفران دارای مزیت نسبی می باشد و امکان افزایش مزیت و تخصص ایران در صادرات زعفران وجود دارد. لذا اتخاذ سیاست های مناسب جهت افزایش سطح زیر کشت، شناسایی و معرفی بازارهای هدف در سطح ملی و بین المللی، تدوین قوانین و ضوابط جمع آوری، تولید، فرآوری، بازاریابی و صادرات زعفران در ایران ضروری به نظر می رسد

کلمات کلیدی:

عفران، صادرات، مزیت نسبی آشکار شده، مزیت نسبی آشکار شده متقارن، میچلی، هیلمن، شاخص کایدو

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/691300>

