

بررسی و اولویت‌بندی بازارهای بالقوه جهت واردات تخم ماهی چشم زده برای کشور ایران عاطفه کریمی^۱، عدالت سلیم اودلو^۲

چکیده

در عصر حاضر یکی از منابع سالم جهت تامین پروتئین، گوشت ماهی محسوب می‌شود. از آنجایی که یکی از نهادهای اصلی در تولید ماهی، نهاده تخم چشم زده است، هدف مطالعه حاضر، اولویت‌بندی بازارهای مبدأ برای واردات تخم ماهی چشم زده بوده که برای این منظور از رهیافت تاکسونومی عددی استفاده شده است. برای دستیابی به این هدف، با استفاده از داده‌های از ۶ شاخص (قیمت واردات، نوسان قیمت واردات، مقدار واردات، نوسان مقدار واردات، شاخص تدوام بازار و سهم مقدار واردات از هر کشور) برای رتبه‌بندی کشورهای عمده صادرکننده این نهاده به ایران (۸ کشور) طی سال‌های ۱۳۸۸ الی ۱۳۹۸ استفاده گردید. نتایج مطالعه نشان داد که کشور اسپانیا رتبه اول را برای صادرات تخم ماهی چشم زده به ایران به خود اختصاص داده است و آخرین رتبه را نیز استرالیا کسب کرده است. محاسبه شاخص‌ها و تعیین رتبه‌بندی نشان می‌دهد که واردات پایدار تخم چشم زده از کشور اسپانیا بیش از سایر کشورها قابل دسترسی خواهد بود. بنابراین پیشنهاد می‌گردد در خصوص واردات تخم ماهی چشم زده، سازمان شیلات به مذاکره با این کشورها پرداخته و تفاهم‌نامه‌های دو جانبه جهت تأمین بلندمدت این نهاده با این مبادی به امضا برساند.

واژه‌های کلیدی: تخم ماهی چشم زده، تاکسونومی عددی، اولویت‌بندی، ماهی قزل‌آلا.

E-mail: Atefeh.karimi1995@ut.ac.ir

^۱ دانش آموخته گروه اقتصاد کشاورزی دانشگاه تهران

^۲ دانشجوی دکتری گروه اقتصاد کشاورزی دانشگاه تهران

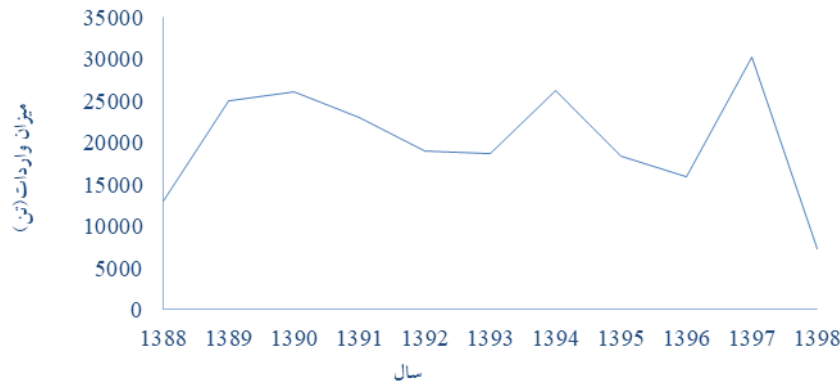
مقدمه

تقاضای روزافزون برای محصولات آبی، به دلیل افزایش جمعیت و همچنین کاهش ذخایر آبیان در منابع آبی به دلیل صید بی رویه باعث توسعه آبی‌پروری و اعمال سیاست‌های مختلف جهت افزایش تولید گردیده است. حدود ۶۰۰ گونه آبی در حدود ۱۹۰ کشور در مزارع آبی‌پروری و سیستم‌های متنوع به صورت مترکم در حال تولید می‌باشند. میزان تولید شیلات و آبی‌پروری در جهان حدود ۱۵۴ میلیون تن در سال ۲۰۱۶ بوده که از این مقدار حدود ۱۴۹ میلیون تن برای تغذیه انسان‌ها مورد استفاده قرار گرفت. هدف تولید آبی‌پروری و شیلات جهان در سال ۲۰۲۱ دستیابی به تولید حدود ۱۷۲ میلیون تن یک رشد ۱۵ درصدی است (FAO, 2018).

بنابر آمار وزارت جهاد کشاورزی ایران، تولید آبیان از ۳۲ هزار تن در سال ۱۳۵۷ به رقمی بالغ بر ۱۲۰۰ هزار تن در سال ۱۳۹۶ رسیده است و سرانه مصرف آبیان در کشور از یک کیلوگرم در سال ۱۳۵۷ به ۱۱/۲ کیلوگرم در سال ۱۳۹۶ افزایش یافته است و در پایان برنامه پنجم توسعه ذکر شده است که این مقدار به ۱۳/۸ کیلوگرم برسد (Volume 2 of the Agricultural Statistics of the Ministry of Jihad Agriculture, 2018). این در حالی است که سرانه مصرف جهانی، آمریکا، اقیانوسیه، چین و کشورهای صنعتی به ترتیب ۱۶/۷، ۱۸/۹، ۲۴/۵، ۲۶/۱ و ۲۹/۳ کیلوگرم است (FAO, 2018). از بین بردن اختلاف مصرف سرانه ماهی مردم ایران با کشورهای توسعه یافته می‌تواند با افزایش تولید ماهی قزل‌آلا میسر گردد، زیرا وجود شرایط اقلیمی مناسب در قسمت‌های شمالی و غربی ایران، آب‌ها و چشمه‌سارهای مناسب و همچنین متناسب بودن گوشت و طعم این ماهی با ذائقه مردم ایران، باعث گسترش چشمگیر مزارع تکثیر و پرورش این ماهی در سال‌های اخیر در ایران شده است (Rastyannasab, 2018). هم‌اکنون ۱۳ کشور در قاره آسیا دارای مزارع پرورش ماهی قزل‌آلا هستند، در این میان ایران و ترکیه در مجموع با تولید سالانه ۲۷۴ هزار و ۲۳۰ تن پرورش ماهی قزل‌آلا در رتبه‌های اول و دوم در قاره آسیا قرار دارند (Ministry of Jihad Agriculture, 2017).

یکی از نهاده‌های اصلی در تولید ماهی قزل‌آلا، نهاده تخم چشم زده است. تخم‌های با کیفیت و با راندمان رشد و بازماندگی بالا به عنوان یک ابزار مهم و کلیدی در صنعت آبیان سردآبی به خصوص گونه مهمی مانند قزل‌آلا رنگین‌کمان محسوب می‌شود (Mahdavi et al., 2013). در گذشته نهاده تخم چشم زده در داخل کشور تولید می‌شد که به سبب آنکه تکنولوژی داخلی آن در سطح بالایی نبود با شکست مواجه شد. از این رو استفاده از تکنولوژی، دستاوردهای علمی و نیز واردات محصولات ملل توسعه‌یافته از جمله تخم چشم زده تمام ماده ماهی قزل‌آلا رنگین‌کمان بطور اجتناب‌ناپذیری مورد توجه پرورش‌دهندگان داخل کشور قرار گرفته است (Rastyannasab, 2018).

نمودار (۱) میزان واردات تخم ماهی چشم زده به ایران را در دوره ۹۸-۱۳۸۸ نشان می‌دهد. مشخص است که واردات این محصول در این دوره دارای نوسان زیادی بوده و در این میان، بیشترین میزان واردات در سال ۱۳۹۷ رخ داده است. این نوسان در واردات نه تنها در میزان واردات رخ داده، بلکه در میان کشورهای مبدا برای واردات ایران نیز قابل مشاهده می‌باشد.



شکل (۱) میزان واردات تخم ماهی چشم زده ایران در دوره ۱۳۸۸-۱۳۹۸

ماخذ: بانک اطلاعاتی سایت گمرک جمهوری اسلامی ایران

مطابق جدول (۱) در دوره زمانی مورد بررسی، ایران از ۱۰ کشور اقدام به واردات تخم ماهی چشم زده کرده است. با توجه به این جدول می‌توان مشاهده کرد که میزان واردات از این مبادی همواره با نوسان قابل توجهی همراه بوده و این نوسانات در مبدأ و مقادیر وارداتی، نشان‌دهنده عدم وجود استراتژی مشخص و مطمئن برای تعیین و اولویت‌بندی بازارهای هدف وارداتی برای این محصول بوده است. بنابراین ضروری است تا بازارهای هدف واردات تخم ماهی چشم زده را از بعد شاخص‌های مختلف تاثیرگذار بر آن بررسی کرده و به اولویت‌بندی این بازارها پرداخت.

جدول (۱) میزان واردات تخم ماهی چشم زده ایران به تفکیک مبادی اصلی مختلف در دوره ۹۸-۱۳۸۸ (تن)

سال	اسپانیا	فرانسه	لهستان	دانمارک	نروژ	استرالیا	ایتالیا	آفریقای جنوبی	آمریکا	امارات
۱۳۸۸	۲۷۲۴	۴۶۸۲	۰	۴۰۷۶	۱۹۲۸	۳۹۰	۰	۰	۰	۰
۱۳۸۹	۴۴۴۸	۷۵۲۴	۰	۲۷۲۵	۰	۳۷۲۵	۱۴۰	۰	۷۱۳۲	۰
۱۳۹۰	۳۸۰۷	۱۰۲۲۰	۱۱۸۱	۵۱۵۱	۰	۳۸۴	۴۱۶	۰	۴۹۸۷	۰
۱۳۹۱	۴۶۹۴	۱۰۳۱۵	۲۲۸۵	۰	۲۵۹۷	۰	۰	۶۵۵	۰	۱۵۳۲
۱۳۹۲	۴۸۴۰	۱۰۴۱۸	۱۵۳۵	۱۲۰۹	۰	۰	۸۰	۰	۹۲۸	۷۰
۱۳۹۳	۰	۱۰۱۴۶	۱۲۹۰	۰	۰	۱۸۰۰	۰	۰	۰	۱۸۳۰
۱۳۹۴	۲۵۵۰	۱۵۱۲۸	۱۸۰۴	۱۸۰۵	۰	۰	۲۸۴۰	۰	۷۶۴	۱۱۱۰
۱۳۹۵	۱۷۰	۱۳۱۷۸	۱۷۴۵	۱۶۸۴	۰	۰	۲۹۰	۰	۵۵۶	۷۱۰
۱۳۹۶	۲۵۵۰	۱۰۱۶۰	۷۸۶	۱۴۹۶	۰	۰	۰	۴۵۸	۴۰۲	۰
۱۳۹۷	۱۲۵۵۱	۱۲۰۶۴	۲۱۴۲	۵۵۷	۰	۰	۷۷۰	۵۱۸	۶۰۱	۰
۱۳۹۸	۲۹۸۸	۳۵۸۹	۵۱۵	۱۶۳	۰	۰	۰	۰	۰	۰

ماخذ: بانک اطلاعاتی سایت گمرک جمهوری اسلامی ایران

تاکنون پژوهشگران مختلفی به بررسی مسئله بازارهای هدف وارداتی و صادراتی محصولات مختلف و اولویت بندی این بازارها پرداخته‌اند. از جمله مطالعات داخلی انجام شده در این زمینه، می‌توان به مطالعه mojavariyan et al

(2016) اشاره نمود. آنها به بررسی بازارهای هدف صادراتی گیاهان دارویی با استفاده از روش تاکسونومی عددی پرداختند. نتایج به دست آمده از مطالعه آنها نشان داد که مقاصد فعلی صادرات این محصول با توجه به اولویتهای بازار هدف صادراتی صحیح انتخاب نشده است. با توجه به تعیین اولویتهای صورت گرفته، کشور هنگ کنگ در اولویت اول کشور هدف صادراتی گیاهان دارویی قرار دارد و پس از آن کشورهای امریکا، چین، هند، ژاپن، آلمان، کره جنوبی، فرانسه، تایوان و اسپانیا در اولیتهای بعدی قرار می گیرند. (Modaresi et al (2020) در مطالعه خود اقدام به شناسایی و اولویت بندی بازارهای هدف صادراتی گوجه فرنگی ایران نمودند، و از روش تاکسونومی عددی برای انتخاب بازارهای هدف صادراتی بالقوه استفاده شد. داده های مورد استفاده مربوط به مقطع ۲۰۰۱ الی ۲۰۱۷ بوده است. در این مطالعه از پنج ضریب نوسان رتبه، ضریب نزدیکی، ضریب میانگین رتبه، ضریب میانگین سهم و و ضریب نوسان سهم استفاده شد. نتایج مطالعه نشان داد که با توجه به تعیین اولویتهای صورت گرفته، کشور عراق در اولویت اول کشور هدف صادراتی گوجه فرنگی قرار دارد و پس از آن کشور افغانستان رتبه دوم و روسیه رتبه سوم را به خود اختصاص داده است. (Hatab (2009) در مطالعه خود به بررسی عملکرد صادرات پنبه مصر در بازارهای جهانی پرداخته و ژاپن، کره و ایتالیا را از پایدارترین بازار برای صادرات پنبه مصر در طول دوره مطالعه خود عنوان کرده است. نتایج مطالعه ای دیگر از (Baghestani et al (2014) که به بررسی اولویت بندی و نوع بازار صادرات و واردات ذرت در جهان طی دوره ۲۰۰۰ تا ۲۰۱۰ پرداخته نشان می دهد که در بازار واردات چهار کشور ژاپن، کره جنوبی، مکزیک و چین با ۲/۳۶ درصد از واردات کل جهان در سال ۲۰۱۰ بزرگ ترین واردکنندگان ذرت هستند و نوع بازار واردات رقابت انحصاری است اما نوع بازار صادرات محصول ذرت انحصار چندجانبه بسته می باشد که امریکا بیشترین صادرات را دارد. همچنین کشور چین یکی از بزرگ ترین تولیدکنندگان ذرت است اما به دلیل تقاضای داخلی به یکی از بزرگ ترین واردکنندگان این محصول تبدیل شده است. با توجه به مطالعات بررسی شده تاکنون مطالعه ای در راستای اولویت بندی بازارهای مبدا وارداتی تخم ماهی چشم زده در داخل کشور صورت نگرفته است، از این رو هدف مطالعه حاضر اولویت بندی بازارهای هدف وارداتی تخم ماهی چشم زده می باشد.

روش تحقیق

روش تاکسونومی عددی از متداول ترین روش های اولویت بندی گزینه ها (بازارها، مناطق، کالاها...) بر اساس تعدادی شاخص است (Brewer, 2001). این روش که اولین بار توسط آندرسن پیشنهاد شد، در سال ۱۹۵۰ توسط ریاضی دان لهستانی به طور علمی در برنامه ریزی ریاضی به کار برده شده است (Bidabdi, 1983). این روش قادر است یک مجموعه را به زیرمجموعه های کم و بیش همگن تقسیم نموده و مقیاسی برای اولویت بندی گزینه ها ارائه دهد (Hosseini et al., 2008). از قابلیت های تاکسونومی این است که قادر است دو عمل را با هم انجام دهد: ۱. مجموعه مورد بررسی را بر اساس شاخص های تعیین شده به زیر مجموعه های همگن تقسیم می کند. ۲. عناصر و اجزای هر دو زیر مجموعه همگن را درجه بندی می کند (Klein, 1994). (Sarukhani et al (2012) طبق گفته مراحل این روش به شرح زیر می باشد:

۱- ابتدا جدول ماتریس اطلاعات بر مبنای شاخص های تعیین شده تشکیل می شود.

۲- سپس بر مبنای ماتریس داده، ماتریس استاندارد به صورت زیر تشکیل می گردد:

$$y_i = \frac{\sum_{j=1}^k y_{ij}}{k} \quad i=1,2,\dots,n \quad j=1,2,\dots,k \quad (2)$$

$$S_i^1 = \frac{\sum_{j=1}^k (y_{ij} - y_i)^2}{k} \quad (3)$$

$$Z_{ij} = \frac{y_{ij} - y_i}{S_i} \quad (4)$$

که در آن i

نوع شاخص، j کشور، y_{ij} مقدار کشور j در شاخص i ، y_i میانگین شاخص i ، S_i^2 واریانس شاخص i ، Z_{ij} مقادیر استاندارد شده. پس از استاندارد کردن شاخص‌های مورد استفاده، جدول استاندارد شده‌ای بدست می‌آید. ماتریس زیر عناصر استاندارد شده را نشان می‌دهد.

$$Z = \begin{bmatrix} Z_{11} & Z_{12} & \dots & Z_{1k} \\ Z_{21} & Z_{22} & \dots & Z_{2k} \\ \dots & \dots & \dots & \dots \\ Z_{n1} & Z_{n2} & \dots & Z_{nk} \end{bmatrix} \quad (5)$$

تعیین شاخص‌های واردات و صادرات مهم‌ترین گام در بررسی تجارت می‌باشد. شاخص‌های تجارت در واقع بیان آماری پدیده‌های موجود در منطقه است که امکان مقایسه و ارزیابی پدیده‌ها را در زمان‌ها و مکان‌های مختلف فراهم می‌کند و امکان پیش‌بینی، سیاست‌گذاری، تصمیم‌گیری و برنامه‌ریزی را در حوزه‌های مختلف برای سازمان‌ها و افراد فراهم می‌سازد (kalantari, 2013). بر اساس مطالعاتی که در زمینه شناسایی بازارهای هدف صورت گرفته است، ۶ شاخص قیمت واردات، نوسان قیمت واردات (انحراف معیار واردات)، مقدار واردات، نوسان مقدار واردات، سهم مقدار واردات، و شاخص تداوم بازار مورد بررسی قرار می‌گیرد، شاخص تداوم بازار واردات از تقسیم تعداد سال‌های حضور هر کشور در بازار ایران به کل سال‌های واردات کشور ایران از کشور مدنظر بدست می‌آید.

۳- در مرحله سوم، ماتریس فواصل مرکب که عناصر آن (D_{ab}) فاصله متغیرهای دو کشور a و b می‌باشد، به صورت زیر محاسبه می‌گردد:

$$D_{ab} = \sqrt{\sum_{i=1}^n (Z_{ai} - Z_{bi})^2} \quad (6)$$

بدیهی است که $D_{ab} = D_{ba}$ یعنی ماتریس فواصل، ماتریس متقارن است. در نتیجه عناصر قطر اصلی آن صفر است.

۴- در این مرحله کوچکترین عدد در هر سطر از ماتریس بدست آمده‌ی مرحله قبل انتخاب گردید. بدین ترتیب ماتریسی تشکیل شده است که یک ستون آن بیانگر کم‌ترین تفاوت (فاصله) بین کشورها می‌باشد.

۵- در مرحله پنجم با استفاده از ماتریس نهایی مرحله چهارم میانگین و انحراف معیار، ستون کم‌ترین تفاوت میان کالاها محاسبه می‌شود و سپس با توجه به آن‌ها فاصله اعتماد $(1-\alpha)$ درصدی برای متغیر d_j ساخته می‌شود که در رابطه (۹) قابل مشاهده است.

$$\bar{d} = \frac{\sum_{j=1}^k d_j}{k} \quad (7)$$

$$S_d^2 = \frac{\sum_{j=1}^k (d_j - \bar{d})^2}{k} \quad (8)$$

$$I_{d,1-\alpha}(L = \bar{d} - 2.S_d, L = \bar{d} + 2.S_d) \quad (9)$$

سپس کشورهایی که d_j آن‌ها در بین دو حد به دست آمده از رابطه (۹) باشد به عنوان کشورهای همگن در یک گروه در نظر گرفته می‌شود و کشورهایی که خارج از فاصله اعتماد قرار می‌گیرند، به عنوان کشورهای غیر همگن از مجموعه حذف می‌شوند.

۶- در مرحله ششم، ماتریس بدست آمده پس از حذف بعضی از کشورها بازنویسی می‌شود. در ماتریس جدید برای هر ستون بزرگترین مقدار را پیدا کرده و مقدار ایده آل یا $Z_{i,max}$ نام‌گذاری می‌شود. سپس با استفاده از آن برای هر یک از کشورها مقدار C_j (سرمشق بهینگی) به صورت رابطه زیر محاسبه می‌شود:

$$C_j = \sqrt{\sum_{i=1}^n (Z_{ij} - Z_{i,max})^2} \quad (10)$$

در رابطه فوق هر چه C_j کوچکتر باشد، بهینگی کشور بیشتر خواهد بود. پس از تعیین C_j ها، میانگین و انحراف معیار آن‌ها محاسبه می‌شوند:

$$\bar{C} = \frac{\sum_{j=1}^k C_j}{k} \quad (11)$$

$$S_c^2 = \frac{\sum_{j=1}^k (C_j - \bar{C})^2}{k} \quad (12)$$

بر مبنای نتایج بدست آمده از دو رابطه اخیر حد مطلوب بهینگی کشور (C^*) مطابق رابطه (۱۳) تعیین می‌گردد و در نهایت اولویت‌بندی کشورها از رابطه (۱۴) بدست می‌آید:

$$C^* = \bar{C} - 2S_c \quad (13)$$

$$F_i = \frac{C_j}{C^*} \quad (14)$$

که در آن F_i رتبه مربوط به هر کشور و C_j سرمشق بهینگی کشور و C^* حد بهینگی مطلوب کشور هستند. با استفاده از F_i بدست آمده از این روش می‌توان کشورها را بر اساس F_i صعودی اولویت‌بندی نمود. در نتیجه هر F_i به صفر نزدیک‌تر باشد، کشور i از اولویت و برتری بیشتری برخوردار است. در تحقیق حاضر از داده‌های گمرک جمهوری اسلامی ایران استفاده شده است. براساس این داده‌ها، کشورهای صادر کننده تخم ماهی چشم زده به ایران طی سال‌های ۹۸-۱۳۸۸، ۱۹ کشور می‌باشد که در جدول (۱)، ۱۰ کشور اول مبدأ آورده شده است. اما این کشورها به طور مداوم با ایران در تجارت نبوده‌اند به همین منظور از میان کشورهای که تداوم بازار آن‌ها از سال ۱۳۹۴ به بعد کمتر از ۳ سال بوده است حذف گردیده‌اند که در انتها تنها هشت کشور اسپانیا، فرانسه، لهستان، دانمارک، استرالیا، ایتالیا، آمریکا و امارات از این فیلتر عبور کرده و مورد بررسی قرار گرفته‌اند.

نتایج و بحث

شاخص‌های مورد بررسی برای کشورهای هدف واردات تخم ماهی چشم زده برای ایران در جدول (۲) آورده شده است. بر اساس این جدول در طی دوره مطالعه (۱۳۸۸-۹۸)، بیشترین سهم را از لحاظ مقدار و قیمت واردات به ایران را کشورهای فرانسه، اسپانیا و دانمارک به خود اختصاص داده‌اند. همچنین کشورهای فرانسه، لهستان، اسپانیا و دانمارک بالاترین شاخص تداوم بازار را از بین مبادی وارداتی ایران داشته‌اند. بررسی میانگین قیمت تخم ماهی چشم زده نشان می‌دهد که کشورهای فرانسه و اسپانیا بیشترین و کشورهای استرالیا و امارات کمترین میزان قیمت را دارا می‌باشند.

جدول (۲) شاخص‌های مطالعه شده در کشورهای مورد بررسی

کشور/شاخص	قیمت واردات (میلیارد دلار به ازای هرتن)	نوسان قیمت واردات	مقدار واردات (تن)	نوسان مقدار واردات	سهم مقدار واردات تداوم بازار(درصد)
اسپانیا	۶۱۳۸۵۰	۱/۲۶	۴۲۳۲	۰/۸۳	۱۹/۳۲
فرانسه	۱۶۴۰۸۸۱	۰/۵۱	۹۷۷۴	۲/۸۶	۴۹/۰۸
لهستان	۱۶۸۵۶۹	۰/۴۶	۱۴۷۵	۲/۴۹	۶/۰۶
دانمارک	۲۲۵۵۶۱	۰/۵۵	۲۰۴۶	۱/۴۳	۹/۳۴
استرالیا	۴۷۴۳۵	۱/۳۷	۱۳۲۴	۰/۷۵	۲/۴۲
ایتالیا	۱۴۱۳۲۶	۰/۴۷	۷۲۷	۱/۱۵	۲/۳۲
آمریکا	۱۲۴۹۱۶	۰/۷۰	۲۱۱۲	۰/۸۳	۱/۸۷
امارات	۱۱۴۴۱۵	۰/۸۹	۸۲۰	۱/۱۹	۷/۷۱

ماخذ: یافته‌های تحقیق

به منظور حذف اثرگذاری واحدهای متفاوت و امکان پذیر بودن انجام عملیات جبری روی شاخص‌ها، ماتریس داده‌های اولیه با استفاده از رابطه (۳) استاندارد گردید. سپس با توجه به اعداد استاندارد شده در ماتریس استاندارد شده Z ، فاصله‌های مرکب بین فعالیت‌های مختلف n گانه (کشورها)، برای شاخص‌های m گانه به دست آمد. پس از آن برای مشخص کردن فعالیت‌های همگن مطابق رابطه (۸) در روش تحقیق، حد بالا (۵/۵۶) و حد پایین (۰/۷۳) به دست آمد و کشور فرانسه به دلیل قرار نگرفتن در این دامنه به عنوان کشور غیر همگن حذف گردید و مابقی کشورها در یک گروه به عنوان کشورهای همگن باقی ماندند. شاخص نهایی کشورهای باقی مانده به منظور اولویت‌بندی بازارهای هدف واردات تخم ماهی چشم زده در جدول (۳) آورده شده است. بر اساس این جدول، کشورهای اسپانیا، دانمارک، لهستان، امارات، آمریکا، ایتالیا و استرالیا رتبه اول تا هفتم را به خود اختصاص داده‌اند و جزء مناسب‌ترین بازارهای مبدأ وارداتی تخم ماهی چشم زده برای ایران به شمار می‌آیند.

جدول (۳) شاخص F_i کشورهای مبدأ واردات تخم ماهی چشم زده

رتبه	کشور	شاخص F_i
۱	اسپانیا	۰/۵۹
۲	دانمارک	۰/۷۵
۳	لهستان	۰/۷۶
۴	امارات	۰/۸۳
۵	آمریکا	۰/۸۲
۶	ایتالیا	۰/۸۸

نتیجه‌گیری و پیشنهادها

با بررسی واردات تخم ماهی چشم زده به ایران مشخص گردید که در دوره مورد بررسی، ۱۹ کشور از جمله صادرکنندگان این محصول به ایران هستند که از این میان تنها ۸ کشور دارای شاخص تداوم مناسبی بوده‌اند. همانگونه که نتایج اولویت‌بندی کشورهای هدف تخم ماهی چشم زده نشان می‌دهد اسپانیا، دانمارک و لهستان در رتبه‌های اول تا سوم قرار دارند. بر اساس نتایج به دست آمده، کشور استرالیا بیشترین نوسانات قیمت واردات و کمترین نوسانات مقدار واردات را به خود اختصاص داده است. این در حالی است که کشور لهستان بیشترین نوسانات مقدار واردات و کمترین نوسان قیمت واردات را داشته است. به طور کلی، بیشترین میزان واردات تخم ماهی چشم زده توسط ایران، از کشور اسپانیا و کمترین میزان واردات از کشور استرالیا صورت گرفته است. لذا با توجه به هدف واردکنندگان، از بعد قیمت واردات کشور لهستان و از بعد مقدار واردات کشور استرالیا دارای مزیت نسبی واردات می‌باشد. با توجه به نتایج، کشور اسپانیا عدد شاخص مناسبی را برای صادرات تخم ماهی چشم زده به ایران داشته است، بنابراین پیشنهاد می‌گردد در خصوص واردات تخم ماهی چشم زده، سازمان شیلات به مذاکره با این کشورها پرداخته و تفاهم‌نامه‌های دو جانبه جهت تأمین بلندمدت این نهاده با این مبادی به امضا برساند.

منابع

- Bidabadi B. 1983. Numerical taxonomy analysis. Plan and Budget Organization, Arak. (In Farsi)
- Brewer P. (2001) International market selection: developing a model from Australian case studies. International business review 10:pp. 155-174.
- Chizari, A. and Abolhassani Yasuri, S. (2011) A Study of Comparative Advantages and Prioritization of Target Markets of Iranian Export Kiwi. Journal of Agricultural Economics and Development. International Business Management Faculty of Economics and Management, University of Tabriz, 19: 83-120. (In Farsi)
- Fahimifar, J. Wali Beigi, H. Abedin Moghanaki, M. (2004). Prioritization of Target Markets of Selected Iranian Petrochemical Products, Journal of Business Research: Volume 8, Number 31; From page 153 -202. (In Farsi)
- Food and Agriculture Organization (FAO). 2014 web page www.fao.org
- Hatab, A. A. (2009) Performance of Egyptian Cotton Exports in International Market. Agricultural Economics Research Review, 22(2).225-235.
- Hosseini S.S.,Kavoosi M.,and Dorijani A. 2008. Comparative advantage and prioritize Iranian caviar export target market. Journal of Agricultural Sciences and Natural Resources 8-11. (In Farsi)
- Kaanar,Kh., (2013) Regional Panning and Deveopment (Theores and Technques), khoshbin publication. (In Farsi)
- Kline P. (1994) An easy guide to factor analysis. London and New York.
- Mahdavi, M., Amiri, V. and Sayadborani, M. (2012) Comparison of hatching, survival and growth percentage of larvae of rainbow trout (*Oncorhynchus mykiss*) obtained from imported and domestically hatched eggs. Journal of Aquaculture Development.7 (1): 87-94. (In Farsi)
- Ministry of agriculture-J (MAJ). (2014). Web page www.maj.ir. Modaresi, M., Afrasiabi, Sh. Bagheri Qarabagh, H.and Khani, F. (2019) Prioritization of target markets for Iranian tomato exports using numerical taxonomy, Third Year No. 2, 103-119. (In Farsi)
- Najafi Alamdarloo, H. Hasani, H. (2009) Investigating the comparative advantage of production, export and identification of cumin green target markets Agricultural Economics Research. 1 (3): 101-122. (In Farsi)
- Rastian Nasab, A, H., (2017) Chromosomal and ploidy status of rainbow trout obtained from

imported hatched eggs, Ministry of Jihad Agriculture, Fisheries Science Research Institute, Registration No. 52455. (In Farsi)

Sarukhani, b. Tavakoli Vala, J. Rostamzadeh, A. (2012) Numerical taxonomy and its application in social research. Historical Sociology. 4 (1): 171-194. (In Farsi) Serin V, Civan A. (2008) Revealed comparative advantage and competitiveness: a case study for Turkey towards the EU. Journal of Economic and Social Research. Jul 1;10(2):25-41.

Tehran chamber of commerce industries mines and agriculture (TCCIM). (2019) web page WWW.tccim.ir.

www.shilat.com. (2015).