

مزیت نسبی منطقه‌ای تولید گل‌گاوزبان در استان‌های ایران

محسن صالحی کمرودی^{۱*} و فرزانه بهادری^۱

۱. مرکز تحقیقات و آموزش کشاورزی و منابع طبیعی استان سمنان، سمنان، ایران

[*salehi205@gmail.com](mailto:salehi205@gmail.com)

بیان مسئله و اهمیت موضوع

بی‌شک محدودیت و کمیابی اقتضا می‌کند که منابع و امکانات به طور بهینه تخصیص یابند تا منافع به حداکثر برسد. خرج منبع در یک فعالیت خاص به بهای از دست دادن منافع بالقوه‌ی حاصل از فعالیت‌های دیگر است. از این‌روست که رتبه‌بندی فعالیت‌های اقتصادی اهمیت می‌یابد. کشورها و بنگاه‌هایی که بتوانند این اولویت‌بندی را به نحو مطلوب‌تری انجام دهند به کارایی و به تبع آن پیشرفت بالاتری دست می‌یابند. یکی از راه‌های اولویت‌بندی اقتصادی کشت محصولات، بررسی مزیت نسبی تولید این محصولات است.

مزیت نسبی، عبارت است از توانایی یک منطقه یا کشور برای تولید و صادرات کالاها با هزینه نسبی کمتر و قیمت ارزان‌تر. به این مفهوم که هر منطقه که در کالای خاصی مزیت نسبی دارد، در تولید و صادرات آن کالا تخصص پیدا خواهد کرد و در مقابل، کالاهایی را که در آنها مزیت نسبی ندارد از سایر مناطق وارد خواهد کرد تا نیاز تقاضاکنندگان را پاسخگو باشد (Salvatore, 2019).

شناسایی مزیت نسبی محصولات برای اجرای سیاست‌های آمایش سرزمین و دستیابی به الگوی کشت بهینه در مناطق مختلف کشور ضرورت دارد. به‌ویژه، شناسایی مزیت نسبی از جمله برای استان‌هایی که با محدودیت بیشتری در زمینه آب، زمین و منابع طبیعی مواجه هستند، اهمیت مضاعفی دارد.

اصل مزیت نسبی در تولیدات، یکی از اصول پایه تفکر جهانی شدن را تشکیل می‌دهد. با بروز نوسانات قیمت نفت و تغییرات شدید درآمدهای ارزی، توجه دولت به گسترش صادرات غیرنفتی و تنوع بخشیدن به درآمدهای صادراتی افزایش یافته است. لذا با توجه به استعداد بسیار وسیع کشورمان در تولید محصولات کشاورزی می‌توان بر روی صادرات این محصولات برنامه‌ریزی نمود. همان‌طور که می‌دانیم در برنامه پنجم توسعه کشور، جهش صادراتی در

سرلوحه برنامه‌های اقتصادی دولت قرار دارد، لذا دولت عزم آن را دارد تا با افزایش صادرات کالاهایی که دارای مزیت هستند از صادرات نفت و مواد نفتی به‌عنوان اصلی‌ترین عامل تأمین ارز خارجی جلوگیری نماید. به همین منظور شناسایی و تعیین کالاهای مزیت‌دار و همچنین شناخت بازارهای هدف می‌تواند در صادرات غیرنفتی نقش بسزایی داشته باشد. در ضمن با توجه به کاهش مواد غذایی و افزایش تقاضای آن و نقش استراتژیک این بخش در امنیت غذایی، تجارت آن بسیار مهم و اساسی است. مفهوم مزیت نسبی در میان نظریه‌های اقتصادی از جایگاه مهم و اساسی برخوردار است. بنابراین، درک دقیق‌تر و بهتر از چگونگی ارتباط آن با دنیای واقعی، در جهت شناخت نتایج منطقی تحولات سیاسی و رفاه اقتصادی سودمند به‌شمار می‌آید. پراکندگی منابع طبیعی و عوامل تولید نظیر نیروی کار، سرمایه و فن‌آوری در نقاط مختلف جهان و تفاوت‌های بسیار در کیفیت و کمیت این عوامل، این تفکر را در بسیاری از کشورهای در حال توسعه به وجود آورده است که بدون توسل به تجارت خارجی ادامه روند رشد و توسعه اقتصادی مقدور نیست.

ازجمله محصولاتی که بررسی مزیت نسبی برای آنها به‌منظور افزایش تولید با حداقل هزینه اهمیت دارد، گیاهان دارویی هستند.



در این میان، گل‌گاوزبان دارای تأثیرات مختلف دارویی و درمانی است: ضدالتهاب، ضد میکروب، ضد درد، ضد سرماخوردگی، ضد اضطراب و غیره. بنابراین با توجه به اهمیت دارویی گیاه مذکور، پرمصرف بودن آن، پیشینه کشت طولانی آن در ایران و استقبال کشاورزان از پرورش آنها برای مطالعه انتخاب شده است.

همان طور که در جدول (۱) مشاهده می‌شود در سال ۱۴۰۱ نزدیک ۶۶۵ تن گل‌گاوزبان در کشور تولید شده است. در این میان، استان‌های مازندران، خوزستان، کرمان و گیلان به ترتیب با تولید ۳۴۸، ۲۲۶، ۶۵ و ۶۱ تن رتبه‌های اول تا سوم را در این زمینه به خود اختصاص داده‌اند.

امروزه، گرایش عمومی جامعه به استفاده از داروهای گیاهی به علت ثروتمندتر شدن جوامع جهانی، ایجاد تنوع در فرهنگ مصرف، اعتقاد به اثرات مخرب و جانبی داروهای شیمیایی و افزایش اعتماد به استفاده از گیاهان دارویی در اجتماعات صنعتی و ایجاد آلودگی‌های زیست‌محیطی باعث افزایش توجه به خرید گیاهان دارویی شده است. در این میان، ایران با داشتن خصوصیات اکولوژیکی و اقلیمی متنوع، دارای ظرفیت کم‌نظیر برای تولید گیاهان دارویی مختلف است. ایران از ۱۳ اقلیم موجود در جهان، ۱۱ اقلیم را به خود اختصاص داده است. حدود ۳۰۰ روز آفتابی و تقریباً ۸۰۰۰ گونه گیاهی که معادل ۲ برابر فلور کل اروپا است (علیزاده و محمودی، ۱۳۹۵).

جدول ۱. میزان تولید گل‌گاوزبان در استان‌های منتخب ایران در سال ۱۴۰۱

نام استان	تولید گل‌گاوزبان (تن)	نام استان	تولید گل‌گاوزبان (تن)
مازندران	۲۴۸	سمنان	۴
خوزستان	۲۲۶	خراسان رضوی	۲
کرمان	۶۵	قزوین	۲
گیلان	۶۱	همدان	۱
گلستان	۱۴	یزد	۱
اردبیل	۸	البرز	۰.۳
چهارمحال و بختیاری	۶	قم	۰.۱
اصفهان	۵	آذربایجان شرقی	۰.۰۵
فارس	۵	مرکزی	۰.۰۰۰۱
لرستان	۵	کل کشور	۶۶۵

*آمار تولید برخی از استان‌ها (احتمالاً به دلیل ناچیز بودن تولید یا عدم دسترسی نبودن داده‌ها) توسط جهاد کشاورزی گزارش نشده است، بنابراین از محاسبات حذف شدند (منبع: یافته‌های تحقیق).

با توجه به اهمیت تولید گل‌گاوزبان و همچنین لزوم بررسی مزیت نسبی تولید آنها در مناطق مختلف کشور، هدف اصلی این تحقیق، بررسی مزیت نسبی منطقه‌ای تولید گل‌گاوزبان در استان‌های ایران است.

مبانی نظری

آدام اسمیت (۱۷۷۶) پدر علم اقتصاد معتقد بود که تجارت بین دو کشور باید بر اساس مزیت مطلق صورت گیرد یعنی: کشوری که در تولید کالایی کارایی بیشتر دارد دارای مزیت مطلق است و می‌تواند آن کالا را به کشوری

صادر کند. در سال ۱۸۱۷ ریکاردو نظریه مزیت نسبی را مطرح کرد. بر طبق این نظریه، حتی اگر کشوری در تولید هیچ کالایی نسبت به کشور دیگر کارایی بالاتر ندارد (در



تولید هیچ کالایی مزیت مطلق ندارد) بازهم می‌تواند با کشور دیگر وارد تجارت شود و از منافع این تجارت هر دو کشور سود ببرند (Salvatore, 2019).

در ادامه، هکشر و اوهلین^۱ (۱۹۳۳) نظریه فراوانی منابع طبیعی را ارائه کرده و برخلاف ریکاردو، بهره‌وری عوامل تولید را عامل ایجاد مزیت نسبی در تولید معرفی کردند. در سال ۱۹۳۶ هابرلر مزیت نسبی را بر اساس هزینه فرصت، تفسیر نمود. پانزر (۱۹۶۱) در نظریه شکاف تکنولوژیک پانزر^۲، مزیت نسبی یک کشور را برخلاف هکشر و اوهلین، نه در فراوانی عوامل طبیعی تولید بلکه در برخورداری آن کشور از دانش و فناوری بالاتر نسبت به سایر کشورها می‌داند. نظریه‌های جدیدتر تجارت بین‌الملل نیز همچنان بر اهمیت مزیت نسبی تأکید می‌کنند (Dini Turkmani, 2011; Salvatore, 2019).

پیشینه تحقیق

پژوهش‌هایی در داخل و خارج از کشور در مورد مزیت نسبی محصولات کشاورزی انجام شده است. از جمله نصایبان و همکاران (Nessabian et al., 2012) با بررسی یازده کشور عمده صادرکننده گیاهان دارویی با شاخص RSCA در دوره زمانی ۲۰۰۸-۱۹۹۵ جایگاه رقابتی سوم را برای ایران در نظر گرفتند. خداوردی‌زاده و محمدی (Khodaverdizadeh & Mohammadi, 2017) نشان دادند در دوره ۲۰۱۲-۲۰۰۰ به ترتیب کشورهای سوریه، افغانستان، ایران، هند و مصر دارای بالاترین مزیت نسبی صادرات گیاهان دارویی در جهان بوده‌اند. کرباسی و رستگاری‌پور (Karbasi & Rastegaripour, 2014) آشکار کردند که در سال‌های ۲۰۱۲-۲۰۰۴ به ترتیب ایران، اسپانیا و یونان دارای بالاترین مزیت نسبی صادرات زعفران در جهان بودند. تحلیل یزدانی و محبی‌نیا (Yazdani & Mohebinia, 2021) با شاخص مزیت نسبی آشکارشده (RCA) و با استفاده از اطلاعات جداول داده-ستانده ایران و جهان طی دوره ۹۵-۱۳۷۵ حاکی از آن است که ایران در سه زیر بخش زراعت، باغداری و «دامداری طیور و شکار و سایر فعالیت‌های وابسته» مزیت نسبی دارد. کاظم پور و

همکاران (Kazem pour et al., 2022) با استفاده از چند شاخص مختلف از جمله RCA وضعیت مزیت نسبی گوجه‌فرنگی ایران را بی‌ثبات ارزیابی کردند. راسخ چهارمی و نورانی آزاد (Rasekhjahromi & Noraniazad, 2023) با کمک شاخص‌های RCA، RCA متقارن و کای‌دو ادعا کردند که ایران در دوره ۲۰۱۸-۲۰۱۱ در صادرات گیاهان دارویی دارای مزیت نسبی بوده است. سالارپور و اکاتی (Salarpoor & Okati, 2023) بر اساس داده‌های سال‌های ۱۹۹۷ تا ۲۰۲۰ ضمن معرفی بهترین بازارها برای صادرات گیاهان دارویی ایران، این بازارها را در چهار گروه بخش‌بندی کردند. مطالعه بی‌ریا (Biria, 2023) از محدود پژوهش‌هایی است که مزیت نسبی را برای استان سمنان بررسی کرده است. در این تحقیق بر اساس محاسبه شاخص‌های مختلف مزیت نسبی مانند شاخص کارایی مزیت، شاخص مقیاس مزیت و شاخص جمعی مزیت با داده‌های سال‌های ۱۳۹۶ تا ۱۳۹۸ بر لزوم اصلاح الگوی فعلی کشت محصولات زراعی تأکید شده است.

از بین مطالعات خارجی، آینی و همکاران (Aini et al., 2010) نشان دادند که در سال‌های ۱۹۹۹-۲۰۰۶ محصولات چوب مالزی در بازارهای اروپایی دارای مزیت نسبی بوده‌اند. بانو و همکاران (Bano et al., 2013) با شاخص RCA آشکار کردند که در بین سال‌های ۱۹۸۱ تا ۲۰۱۱ نیوزیلند مزیت نسبی بالایی در صادرات کیوی داشته است. بر اساس همین شاخص، الریا (Elryah, 2015) ادعا می‌کند سودان در محصولات میوه مانند پنبه، منابع حیوانی و صمغ عربی مزیت نسبی دارد. جاگدامب (Jagdambe, 2019) با همین روش، محصولات کشاورزی مزیت دار را برای هند در دوره ۱۹۹۶-۲۰۱۵ انتخاب می‌کند. رومیرز-لویز و همکاران (Ramírez-López et al., 2020) با استفاده از شاخص‌های مزیت نسبی آشکارشده بالاسا^۳، موقعیت نسبی بازار^۴ (RPM)، مزیت صادرات نسبی^۵ (RX)، تخصص واردات^۶ (RMA)، مزیت نسبی تجارت^۷ (RTA) و

³ Balassa's revealed comparative advantage

⁴ Relative position market

⁵ Relative export advantage

⁶ Imported specialization index

⁷ Relative trade advantage

¹ Heckscher & Ohlin

² Panzer Technologic Gap Theory

$$LQ_{ij} = \frac{\frac{P_{ij}}{\sum_i P_{ij}}}{\frac{\sum_j P_{ij}}{\sum_i \sum_j P_{ij}}} \quad (1)$$

که در آن i نوع کالا، j استان، P ارزش تولید، I تعداد کل کالاها و J تعداد کل استان‌ها است. در این رابطه، صورت کسر، سهم کالای تولیدی i از کل تولید استان j و مخرج کسر، سهم کل تولید کالای i از کل تولید کشور است. مقدار بزرگ‌تر از یک این شاخص برای محصول نشان می‌دهد که استان در تولید این محصول مزیت نسبی دارد. شاخص ضریب مکانی متقارن (SLQ) می‌تواند به صورت زیر محاسبه کرد (همان منبع، ۲۰۲۱):

$$SLQ_{ij} = \frac{LQ_{ij} - 1}{LQ_{ij} + 1} \quad (2)$$

برای محاسبه دو رابطه فوق، به اطلاعات زیر برای استان‌های کشور نیاز است که از آمارنامه‌های جهاد کشاورزی و مرکز آمار استخراج شده است:

قیمت فروش گل‌گاوزبان

میزان تولید گل‌گاوزبان (برای استان‌ها و کشور)

ارزش تولیدات گیاهی (برای ارزیابی وضعیت محصول در سید تولید گیاهی استان)

ارزش تولید بخش کشاورزی (برای ارزیابی وضعیت محصول در بین محصولات کشاورزی)

ارزش تولید بخش‌های صنعت و کشاورزی (برای ارزیابی وضعیت محصول در کل تولید استان)

تجزیه و تحلیل یافته‌ها

در جدول (۲) مقادیر شاخص مزیت نسبی منطقه‌ای تولید گل‌گاوزبان برای استان‌های منتخب کشور گزارش شده است. همان‌طور که مشاهده می‌شود بر اساس شاخص ضریب مکانی محاسبه‌شده بر مبنای کل محصولات تولیدی (SLQ1)، به ترتیب استان‌های مازندران و گیلان، دارای مزیت نسبی منطقه‌ای در تولید گل‌گاوزبان بوده و رتبه اول و دوم را در این زمینه دارا می‌باشند. سایر استان‌ها در این

صادرات خالص^۱ (NEI) بازار جهانی گوسفند را ساختار دوپولیستی^۲ بسیار متمرکز ارزیابی می‌کنند. باکی و همکاران (Baki, 2023) با استفاده از رویکرد طبقه‌بندی پیشنهادی جایگزین‌های بازار بالقوه (CAPMA)، کشورهای آمریکا، هند، بریتانیا و ژاپن را در رده بازارهایی با بیشترین ظرفیت برای افزایش صادرات ترکیه قرار دارند.

مرور مطالعات گذشته به‌ویژه مطالعات داخلی نشان می‌دهد باوجود مطالعات ارزشمند صورت گرفته، همچنان کمبود مطالعات در زمینه بررسی مزیت نسبی منطقه‌ای گل‌گاوزبان وجود دارد. از این‌رو، هدف اصلی این تحقیق بررسی مزیت نسبی منطقه‌ای تولید گل‌گاوزبان در استان‌های کشور است. نوآوری این پژوهش این است که مزیت نسبی منطقه‌ای را در قالب چند سبد تولیدی و صادراتی ارزیابی می‌کند.

مراحل اجرا

در این مطالعه، بررسی مزیت نسبی منطقه‌ای بر اساس داده‌های سال ۱۴۰۱، اخذشده از آمارنامه وزارت جهاد کشاورزی (Jahad, 2024)، برای محصول گل‌گاوزبان در قالب سه سبد تولیدی ارزیابی می‌شود: ۱- سبد محصولات گیاهی ۲- سبد محصولات کشاورزی ۳- سبد کل محصولات بخش تولید (دو بخش کشاورزی و صنعت). محصول مذکور به سه دلیل انتخاب شده است: ۱- داده کافی برای مطالعه مزیت نسبی این محصول موجود بوده است ۲- به‌ندرت مطالعه‌ای تاکنون مزیت نسبی این محصول را بررسی کرده است ۳- این محصول از گیاهان دارویی مهم محسوب می‌شود.

برای بررسی مزیت نسبی منطقه‌ای استان‌ها در تولید گل‌گاوزبان کشور از شاخص ضریب مکانی (LQ) به صورت زیر استفاده می‌شود (Aghamohammadi et al., 2021):

¹ Net export index

² Duopolistic structure

زمینه مزیت نسبی منطقه‌ای ندارند. بر اساس شاخص ضریب مکانی محاسبه‌شده بر مبنای کل ستانده بخش کشاورزی (SLQ2)، به ترتیب استان‌های مازندران، خوزستان، گیلان و کرمان دارای مزیت نسبی منطقه‌ای در تولید گل‌گاوزبان بوده و رتبه اول تا چهارم را در این زمینه دارا می‌باشند. بر مبنای سهم تولید گل‌گاوزبان در تولیدات گیاهی (SLQ3) به ترتیب استان‌های خوزستان، مازندران و گیلان دارای مزیت نسبی منطقه‌ای در تولید گل‌گاوزبان

بوده و رتبه اول تا سوم را در این زمینه دارا می‌باشند. درمجموع می‌توان گفت از نظر هر سه شاخص و هر سه سبد مورد مطالعه، استان‌های مازندران و گیلان (دو استان شمالی) مزیت نسبی مطلوبی در زمینه تولید گل‌گاوزبان دارند. شاخص‌های LQ1، LQ2، LQ3، SLQ2 و SLQ3 برای رتبه اول (مازندران) به ترتیب برابر با ۵/۴۴۴، ۰/۶۹۰، ۴/۸۲۷، ۰/۶۵۷ و ۴/۵۵۲ و ۰/۶۴۰ است.

جدول ۲. شاخص مزیت نسبی منطقه‌ای تولید گل‌گاوزبان برای استان‌های منتخب ایران

نام استان	بر اساس کل ستانده بخش تولید (صنعت و کشاورزی)				بر اساس کل ستانده بخش کشاورزی				بر اساس تولیدات گیاهی			
	LQ1	SLQ1	رتبه	وضعیت	LQ2	SLQ2	رتبه	وضعیت	LQ3	SLQ3	رتبه	وضعیت
مازندران	۵.۴۴۴	۰.۶۹۰	۱	مزیت دارد	۴.۸۲۷	۰.۶۵۷	۲	مزیت دارد	۴.۵۵۲	۰.۶۴۰	۲	مزیت دارد
گیلان	۱.۶۹۴	۰.۲۵۷	۲	مزیت دارد	۲.۱۲۶	۰.۳۶۰	۳	مزیت دارد	۲.۰۱۳	۰.۳۳۶	۳	مزیت دارد
خوزستان	۰.۸۵۱	-۰.۰۸۱	۳	مزیت ندارد	۶.۱۱۱	۰.۷۱۹	۱	مزیت دارد	۵.۵۱۳	۰.۶۹۳	۱	مزیت دارد
کرمان	۰.۷۹۵	-۰.۱۱۴	۴	مزیت ندارد	۱.۳۴۸	۰.۱۴۸	۴	مزیت دارد	۰.۹۹۳	-۰.۰۰۳	۴	مزیت ندارد
گلستان	۰.۷۱۹	-۰.۱۶۴	۵	مزیت ندارد	۰.۵۸۹	-۰.۲۵۹	۷	مزیت ندارد	۰.۶۴۴	-۰.۲۱۷	۷	مزیت ندارد
اردبیل	۰.۶۳۷	-۰.۲۲۲	۶	مزیت ندارد	۰.۶۲۵	-۰.۲۳۱	۶	مزیت ندارد	۰.۶۵۰	-۰.۲۱۲	۶	مزیت ندارد
چهارمحال و بختیاری	۰.۴۷۷	-۰.۳۵۴	۷	مزیت ندارد	۰.۶۵۱	-۰.۲۱۱	۵	مزیت ندارد	۰.۹۳۰	-۰.۰۳۶	۵	مزیت ندارد
لرستان	۰.۳۵۴	-۰.۴۷۸	۸	مزیت ندارد	۰.۳۰۶	-۰.۵۳۱	۸	مزیت ندارد	۰.۳۰۴	-۰.۵۳۴	۸	مزیت ندارد
سمنان	۰.۱۷۸	-۰.۶۹۸	۹	مزیت ندارد	۰.۲۹۹	-۰.۵۴۰	۹	مزیت ندارد	۰.۲۶۴	-۰.۵۸۳	۹	مزیت ندارد
فارس	۰.۰۹۵	-۰.۸۲۶	۱۰	مزیت ندارد	۰.۱۰۱	-۰.۸۱۶	۱۲	مزیت ندارد	۰.۰۷۹	-۰.۸۵۴	۱۲	مزیت ندارد
همدان	۰.۰۵۹	-۰.۸۸۹	۱۱	مزیت ندارد	۰.۰۵۷	-۰.۸۹۱	۱۴	مزیت ندارد	۰.۰۴۶	-۰.۹۱۲	۱۴	مزیت ندارد
قزوین	۰.۰۴۸	-۰.۹۰۸	۱۲	مزیت ندارد	۰.۱۱۴	-۰.۷۹۶	۱۱	مزیت ندارد	۰.۱۴۳	-۰.۷۴۹	۱۱	مزیت ندارد
اصفهان	۰.۰۳۳	-۰.۹۳۶	۱۳	مزیت ندارد	۰.۱۳۷	-۰.۷۵۹	۱۰	مزیت ندارد	۰.۲۰۵	-۰.۶۶۰	۱۰	مزیت ندارد
خراسان رضوی	۰.۰۳۲	-۰.۹۳۸	۱۴	مزیت ندارد	۰.۰۴۴	-۰.۹۱۵	۱۵	مزیت ندارد	۰.۰۴۶	-۰.۹۱۳	۱۵	مزیت ندارد
یزد	۰.۰۱۹	-۰.۹۶۳	۱۵	مزیت ندارد	۰.۰۷۶	-۰.۸۵۸	۱۳	مزیت ندارد	۰.۰۷۲	-۰.۸۶۶	۱۳	مزیت ندارد
البرز	۰.۰۰۷	-۰.۹۸۷	۱۶	مزیت ندارد	۰.۰۳۱	-۰.۹۴۰	۱۶	مزیت ندارد	۰.۰۳۴	-۰.۹۳۴	۱۶	مزیت ندارد
قم	۰.۰۰۵	-۰.۹۸۹	۱۷	مزیت ندارد	۰.۰۱۵	-۰.۹۷۱	۱۷	مزیت ندارد	۰.۰۳۲	-۰.۹۳۸	۱۷	مزیت ندارد
آذربایجان شرقی	۰.۰۰۱	-۰.۹۹۹	۱۸	مزیت ندارد	۰.۰۰۲	-۰.۹۹۶	۱۸	مزیت ندارد	۰.۰۰۲	-۰.۹۹۵	۱۸	مزیت ندارد

*آمار تولید برخی از استان‌ها (احتمالاً به دلیل ناچیز بودن تولید یا عدم دسترسی نبودن داده‌ها) توسط جهاد کشاورزی گزارش نشده است، بنابراین از محاسبات حذف شدند (منبع: یافته‌های تحقیق).

نتیجه‌گیری

طبق سیاست‌های آمایش سرزمین، هر منطقه از کشور باید به تولید محصولی پردازد که در آن قابلیت بالاتری دارد. علاوه بر این، کمبود عوامل و زیرساخت‌های تولید (مانند آب، زمین، سرمایه، نیروی انسانی و غیره) تمرکز روی تولید محصولاتی خاص و تخصصی شدن تولید را اجتناب‌ناپذیر می‌سازد. از این رو لازم است بر اساس معیارهای مختلف مانند شاخص مزیت نسبی، الگوی کشت و برنامه تولیدی بهینه برای هر استان یا منطقه مشخص گردد. در راستای چنین هدفی، این مطالعه بررسی مزیت نسبی گل‌گاوزبان را مورد توجه قرار داده است. در این مطالعه برای بررسی تمایز استان‌ها از شاخص‌های مزیت نسبی با عنوان ضریب مکانی (LQ و SLQ) به عنوان معیار استفاده می‌شود. این شاخص‌ها قادر هستند جایگاه محصول گل‌گاوزبان در سبدهای تولیدی مختلف (سبد تولیدات گیاهی، سبد محصولات کشاورزی و سبد کل تولیدات) را در

سطح استان با کل کشور مقایسه کنند. چنان چه محصول مورد نظر در مقایسه با متوسط کشوری، از اهمیت یکسان یا بالاتری برخوردار باشد نشان‌دهنده برخورداری استان از مزیت نسبی است و در غیر این صورت استان مورد نظر هنوز در تولید این محصول مزیت نسبی ندارد. با محاسبه مزیت نسبی استان‌های کشور با شاخص مناسب در سال ۱۴۰۱ و بر اساس سه سبد تولیدی مختلف نتایج نشان داد: استان‌های مازندران و گیلان در تولید گل‌گاوزبان دارای مزیت نسبی منطقه‌ای هستند. البته اگر تنها بخش کشاورزی مبنای مطالعه قرار دهیم، استان‌های خوزستان و کرمان نیز دارای مزیت نسبی خواهند بود. اگر سبد تولیدات گیاهی را مبنای قرار دهیم، استان‌های خوزستان، مازندران و گیلان دارای مزیت نسبی خواهند بود.

پیام ترویجی

بر طبق نتایج، پیشنهاد می‌شود استان‌هایی که مزیت نسبی آنها در این مطالعه اثبات شده است روی تولید گل‌گاوزبان تمرکز کرده و برنامه‌های تولیدی، ترویجی و آموزشی مناسبی در جهت ارتقای تولید و پرورش این محصول اجرا کنند. سایر استان‌هایی که مزیت نسبی ندارند در کوتاه‌مدت بهتر است روی محصولات دیگری که دارای مزیت نسبی هستند؛ تمرکز کنند اما در بلندمدت شاید با شناسایی موانع برخورداری از مزیت نسبی بتوانند با صرفه اقتصادی به تولید این محصول پردازند. به طور خاص پیشنهاد می‌شود: استان‌های مازندران و گیلان روی تولید گل‌گاوزبان تمرکز کنند.

منابع منتخب

- Aghamohammadi, S. N., Haji, G., Ghafari, H., & Ghafari Ashtiani, P. (2021). Measuring the Relative Advantage of Economic Activities in the Provinces of Iran: Location Quotient Approach. *Regional Planning*, 10(40), 35-52. (In Persian)
- Aini, Z. N., Roda, J., & Fauzi, P. A. (2010). Comparative advantage of Malaysian wood products in the European market. Paper presented at the Paper presented at National Postgraduate Seminar (NAPAS 2010).

- Baki, R. (2023). The evaluation of target markets for hazelnut exports with the classification approach of potential market alternatives. *British Food Journal*, 125(10), 3540-3552.
- Bano, S., Takahashi, Y., & Scrimgeour, F. (2013). ASEAN-New Zealand trade relations and trade potential: Evidence and analysis. *Journal of Economic Integration*, 144-182.
- Biria, S. (2023). Determining the crop cultivation pattern of Semnan province using regional relative advantage criteria. *Journal of climate and ecology of arid and semi-arid regions*, 1(1), 15-41. (In Persian)
- Dini Turkmani, P. (2011). A Review of International Trade Theories. *Economic Journal* (2), 99-104. (In Persian)
- Elryah, Y. (2015). Back to the Agriculture—the Development of the Comparative Advantage of Sudan's Commodities'. *Journal of Finance and Economics*, 3(1), 1-5.
- Jagdambe, S. (2019). Consistency test of revealed comparative advantage index: Evidence from India's agricultural export. *Foreign Trade Review*, 54(1), 16-28.
- Jahad, T. M. o. A. (2024). The Ministry of Agriculture Jahad. Retrieved from <https://maj.ir/>
- Karbasi, A., & Rastegaripour, F. (2014). Evaluation of comparative advantage on production and export of saffron. *Saffron Agronomy and Technology*, 2(1), 59-74. doi:10.22048/jsat.2014.6186 (In Persian)
- Kazem pour, A., Rafiee, H., Noroozi, H., zarer, S. A., Yousefzadeh, L., & Kaboudtabar, M. (2022). Prioritization of Iranian Tomato Target Markets Based on Market Competition Indicators. *Journal of Agricultural Economics and Development*, 36(1), 49-65. doi:10.22067/jead.2022.72231.1075 (In Persian)
- Khodaverdizadeh, M., & Mohammadi, S. (2017). Comparative Advantages and Analysis of International Market Structure of Medicinal Plants: Case Study of Anise, Badin, Fennel and Coriander. *Agricultural Economics Research*, 9(34), 153-174. (In Persian)
- Nessabian, S., Gholamhosseini, T., & Jabalameli, F. (2012). Comparison of Iran's Medicinal Plants Exporting Comparative Advantage with Other Exporting Countries (A Case Study: Fennel, Badian, Anise And Corian). *Journal of Economic Modelling*, 6(4), 75-92. (In Persian)
- Ramírez-López, A., Figueroa-Sandoval, B., Figueroa-Rodríguez, K. A., & Ramírez-Valverde, B. (2020). Structure and concentration of the global sheep meat market. *Revista Brasileira de Zootecnia*, 49, e20190033.
- Rasekhjahromi, e., & Noraniazad, s. (2023). Investigating the Market Structure and Comparative Advantage of Medicinal Plants Export in Iran and World Selected Countries. *Agricultural Economics Research*, 15(1), 71-56. doi:10.30495/jae.2023.26356.2205 (In Persian)
- Salarpoor, M., & Okati, M. (2023). Clustering the target markets of Iranian medicinal plants export. *Rural Development Strategies*, 10(1), -. doi:10.22048/rdsj.2022.324499.1996 (In Persian)
- Salvatore, D. (2019). *International economics*: John Wiley & Sons.
- Yazdani, M., & Mohebinia, F. (2021). Revealed Comparative Advantage; Consistency and Stability Tests (Evidences of the Competitiveness of Agriculture, Industry and Services Sectors in the Iranian Economy). *Iranian Journal of Economic Research*, 26(89), 155-195. doi:10.22054/ijer.2021.60785.975 (In persian)