



اشتغال بخش کشاورزی از طریق رفع موانع عرضه محصولات کشاورزی به بورس کالا (مورد مطالعه: استان خراسان رضوی)

محمدامین امیربیک^۱، محمود احمدپور برازجانی^۲، ماشاءالله سالارپور^۳ و حمید کریمی^۴

۱- دانش‌آموخته کارشناسی ارشد، گروه اقتصاد کشاورزی، دانشگاه زابل، زابل، ایران

۲- استادیار، گروه اقتصاد کشاورزی، دانشگاه زابل، زابل، ایران (نویسنده مسؤول: mahmadpour@uoz.ac.ir)

۳- استادیار، گروه اقتصاد کشاورزی، دانشگاه زابل، زابل، ایران

۴- استادیار، گروه ترویج و آموزش کشاورزی، دانشگاه زابل، زابل، ایران

تاریخ دریافت: ۱۳۹۸/۰۳/۰۶ تاریخ پذیرش: ۱۳۹۸/۰۹/۲۶

صفحه: ۵۹ تا ۶۸

چکیده

ایجاد اشتغال کامل از جمله اهداف کلان اقتصادی سیاستمداران همه‌ی کشورها می‌باشد. بیکاری نیروی انسانی، یکی از معضلات اساسی اقتصاد ایران است که کاهش آن نیازمند سرمایه‌گذاری در بخش‌های مختلف اقتصاد و رونق تولید است. بهبود وضعیت بازاریابی محصولات کشاورزی می‌تواند سبب رونق تولید، افزایش درآمد و اشتغال در بخش کشاورزی شود. رونق بورس کالای کشاورزی یکی از راه‌های بهبود وضعیت بازاریابی محصولات کشاورزی می‌باشد. بورس کالای کشاورزی، بازاری سازمان‌یافته و نمونه‌ی گویایی از فرضی‌بودن بازارها می‌باشد. بازارهای سنتی ایران به دلایل رقابتی‌نبودن، کوچک‌بودن، وجود لایه‌های متعدد بازاریابی، شفاف‌نبودن اطلاعات بازار و وجود نوسانات قیمتی از کارایی کافی برخوردار نمی‌باشد. بر این اساس، هدف تحقیق حاضر، شناسایی موانع ورود محصولات کشاورزی منتخب استان خراسان رضوی به بورس کالا می‌باشد. به این منظور ابتدا مهم‌ترین موانع با روش دلفی فازی شناسایی و سپس با استفاده از تکنیک دیمتل فازی تأثیر هر شاخص بر عرضه کالا بررسی شد. جامعه‌ی آماری این تحقیق شامل کارشناسان جهاد کشاورزی، اساتید دانشگاه و کارشناسان کارگزاری استان خراسان رضوی در سال ۱۳۹۶ می‌باشد. نتایج تحقیق نشان داد که مهم‌ترین موانع عرضه محصولات کشاورزی به بورس، نبود نظام‌های آموزشی جهت افزایش مهارت و آشنایی کشاورزان با بورس، فقدان تشکلهای کشاورزی منسجم، فسادپذیری کالا، غیریکنواختی کالا (ناهمگن‌بودن محصولات)، نبود قراردادهای متناسب با شرایط تولیدکنندگان و خریداران محصولات کشاورزی و وجود بازارهای موازی مانند میادین میوه و تره‌بار می‌باشد. بررسی تأثیر متقابل عوامل نشان می‌دهد که نبود سیستم‌های آموزشی در راستای افزایش مهارت و آشنایی کشاورزان و عدم آشنایی تولیدکنندگان محصولات کشاورزی با بورس کالای کشاورزی تأثیرگذارترین عوامل و نبود قراردادهای متناسب با شرایط تولیدکنندگان و خریداران محصولات کشاورزی، فسادپذیری کالا، غیریکنواختی کالا و نبود تشکلهای کشاورزی منسجم، تأثیرپذیرترین یا نفوذپذیرترین عوامل می‌باشند. در نهایت، آشنا سازی تولیدکنندگان با بورس کالای کشاورزی و ایجاد زمینه‌های لازم برای عرضه تولیدات کشاورزان در بورس کالا توصیه می‌شود.

واژه‌های کلیدی: بازاریابی، بخش کشاورزی، بورس کالا، روش دلفی فازی، روش دیمتل فازی

مقدمه

اسم‌سمر، مایکل تودارو، روستو، آرتور لویز و روزن اشتاین، با احتساب این‌که روستا به‌عنوان بخش مهمی از جامعه زیستی کشورها، راه توسعه‌ی اقتصادی کشورها و توسعه روستایی را در توسعه‌ی بخش و در این راستا کشاورزی دیده‌اند. بر اثرات عمده‌ی بخش کشاورزی مانند کاهش بیکاری، ایجاد فرصت‌های شغلی، بالا بردن سطح کیفیت زندگی و غیره در روستاها تأکید کرده‌اند (۱۷، ۲۳). بنابراین اگر با رویکرد توسعه‌ی کشاورزی نگاه شود، کاهش موانع موجود در بازاریابی محصولات کشاورزی می‌تواند باعث افزایش درآمد خانوارهای روستایی، رفاه، ارتقاء کیفیت زندگی و به تبع آن توسعه‌ی پایدار روستایی شود. استدلالی که برای این ادعا می‌توان آورد این است که کشاورزی قابلیت دارد که هم بخش صنعت و تجارت هم‌پویایی آموزش، اشتغال، درآمد و پس‌انداز و توانمندسازی اقتصادی و اجتماعی خانوارهای

بخش کشاورزی نقش بسیار مهمی در ایجاد اشتغال، درآمد، فقرزدایی مناطق روستایی (۱)، امنیت غذایی، افزایش رفاه اجتماعی و اقتصادی و استقلال اقتصادی و سیاسی هر کشوری قرار دارد و از محورهای اساسی توسعه در کشورهای در حال توسعه و توسعه‌یافته به‌شمار می‌رود (۱۲). بنابراین هر اقدامی که سبب رونق، بخش کشاورزی شود، گامی در جهت کارآفرینی، ایجاد اشتغال برای اقشار کم‌درآمد و توزیع عادلانه‌تر درآمد در جامعه خواهد بود. رونق بورس کالاهای کشاورزی از این دست اقدامات است. کارکرد اصلی مناطق روستایی در جهان سوم کشاورزی است و تأثیر آن بر اشتغال، تعدیل فقر و درآمد، امنیت غذایی و خودکفایی خانوارهای روستایی، کشاورزی از اهمیت بالایی برخوردار است (۱۵). صاحب‌نظران توسعه مانند لوئیس امرج، جون رابینسون، نیل

روستایی را به دنبال داشته باشد (۳). بورس کالای کشاورزی، بازارهایی سازمان یافته و نمونه‌ی گویایی از فرضی بودن بازارها هستند. در کشور ایران بازارهای سنتی به دلیل رقابتی نبودن، کوچک بودن، وجود لایه‌های مضاعف بازاریابی، شفاف نبودن اطلاعات بازار و وجود نوسانات قیمتی از کارایی کافی برخوردار نمی باشد (۲۱). اکثر کارشناسان از بورس کالای کشاورزی به عنوان انقلاب سبز دوم یاد می کنند؛ که به کشاورزان اجازه می دهد در زمینه‌ی کشت محصولات مناسب و زمان بندی فروش به منظور افزایش سود، تصمیمات بهتری اتخاذ کنند. علاوه بر این انقلاب سبز، با یکپارچه گی بیشتر بازارهای فیزیکی و مالی در سطوح محلی و جهانی اطمینان بیشتر، بهبود استانداردهای کیفی، کاهش ریسک نکول طرفین معامله، و تشویق تأمین اعتبارات از طریق نهادهای مالی ایجاد می شود. این مسئله به حذف واسطه ها و نهادهای سازی و بهبود سطح قیمت ها منجر می شود که به نوبه خود کشاورزان بیشتری را به کشت محصولاتی که قیمت های بهتری دارند ترغیب می کند (۲۵). نقش بورس کالا در اصلاح ساختار سنتی بازارهای کشاورزی و به تبع آن دفع بسیاری از نارسایی ها و مشکلات و ناکارآمدی ها موجود در کشف قیمت و شفاف سازی بازار، از مهم ترین اهداف راه اندازی چنین بازارهایی در اکثر کشورهای در حال توسعه بوده است.

در ایران اولین گام برای ایجاد بورس های کالا با فراهم شدن مقدمات لازم در قانون پنج ساله ی سوم برداشته شد و بورس های فلزات و کشاورزی به ترتیب در سال های ۱۳۸۲ و ۱۳۸۳ تشکیل شدند. فرایند تحول و تکامل بازار سرمایه در کشور با تصویب قانون جدید بازار اوراق بهادار در آذرماه سال ۱۳۸۴ تداوم یافت و منجر به ادغام بورس های فلزات و کشاورزی و شکل گیری بورس کالای ایران گردید (۲). در سال زراعی ۱۳۹۵-۱۳۹۴ سطح محصولات زراعی ایران حدود ۱۱/۳۸ میلیون هکتار بوده که استان خراسان رضوی با دارا بودن ۸/۵ درصد از سطح زیر کشت و ۷/۲ درصد از میزان تولید در رتبه سوم در کشور قرار دارد (۱۱).

پژوهش ها نشان می دهد که در سطح جهان، افزایش حجم معاملات ناشی از ارائه قراردادهای مشتقه کالاهای جدید ناچیز است و زمانی که حجم کل معاملات همگام با افزایش کالاهای مورد معامله افزایش نیابد، قاعده بازده نزولی در اقتصاد به وجود می آید (۲۰). در رابطه با بورس کالا تحقیقات زیادی در ایران و جهان صورت گرفته است که از این میان به موارد زیر می توان اشاره کرد.

محمدی و همکاران (۱۶) تأثیر متغیرهای منتخب اقتصاد کلان بر نوسانات قیمت جو دامی در بورس کالای ایران را بررسی کردند. نتایج تحقیق آن ها نشان داد که تغییرات قیمت نفت خام و نرخ ارز اثرات معنی داری روی تغییرات قیمت جو دامی در بورس کالای ایران داشته است. در ضمن آن ها با

مقایسه نوسانات قیمت جوی دامی در بورس کالای ایران با بورس کالای شیکاگو و بازار آزاد ایران، نشان دادند که نوسانات قیمت در بازار بورس کالا از نوسانات قیمت در بازار آزاد ایران و بورس کالای شیکاگو بیشتر است که این موضوع منعکس کننده پایین بودن درجه کارایی بازار بورس کالای ایران است. کشیری کالایی و حسینی یکانی (۱۳) اثرات ایجاد بورس کالا بر رقابت تولیدکنندگان پسته در مناطق مختلف ایران را بررسی کردند. نتایج تحقیق آن ها نشان داد در صورت وجود بورس کالا، بر تعداد متقاضیان محصول پسته ی استان های خراسان رضوی، یزد و سمنان افزوده شده و در مقابل، استان های فارس، قم و قزوین برخی از بازارهای خود را از دست خواهند داد. همچنین، علی رغم ثابت ماندن صادرات کل پسته، تغییرات معنی داری در نحوه صادرات استان های صادرکننده خواهد داشت. حسینی یکانی و زیبایی (۸) به بررسی مناسب ترین کالاها برای راه اندازی یک بازار آتی محصولات کشاورزی در ایران پرداختند. نتایج این مطالعه نشان می دهد درجه تجاری بودن، اندازه بازار نقدی و نوسانات قیمت های نقدی محصولات بیشترین تأثیر را در توفیق به کارگیری قراردادهای آتی خواهد داشت. همچنین، برخی کالاها با وجود دارا بودن شرایط لازم برای ورود به بازار آتی، از جذابیت کافی برای مبادله در چنین بازارهای از نقطه نظر پوشش ریسک تولیدکنندگان برخوردار نمی باشند. غزالی و نصرآبادی (۶) عوامل موثر بر عدم رونق رینگ کشاورزی (در مقایسه با بخش فلزات و پتروشیمی) در بورس کالای ایران را بررسی کردند. نتایج این پژوهش حاکی از آن است که ناکامی معاملات رینگ کشاورزی بورس کالا را می توان سه گروه عمده ی عوامل کلان دولتی، عوامل مربوط به بورس کالا و عوامل ساختاری دانست. حاجتی (۷) اثرات بورس کالا را بر اقتصاد مقاومتی با تأکید بر شرکت های تولیدی مورد ارزیابی قرار داده است. یافته های وی نشان داد که رشد تولید و توان صادراتی بیشترین تأثیر را بر اقتصاد مقاومتی داشتند. همچنین بین ابعاد مختلف اقتصاد مقاومتی از نظر تأثیرپذیری از بورس کالا تفاوت معنی داری مشاهده می شود. اندرسون و همکاران (۴) نقش بورس کالا در پراکندگی فضایی قیمت قهوه در دو بازار خرده فروشی و بازار صادراتی را در اتیوپی ارزیابی کردند. نتایج آن ها نشان داد وقتی که هر دو بازار از یک انبار عامل استفاده می کنند پراکندگی قیمت کاهش یافته و همچنین استفاده از انبارهای بورس کالا سبب افزایش کارایی این گونه بازارها می شود.

هوچت و فام (۹) رابطه ی بین متغیرهای مالی از جمله شاخص های سفته بازی در بازدهی محصولات در بورس آتی کالا کشاورزی را ارزیابی کردند. نتایج آنها از بررسی داده های هفتگی نشان از تأثیر مثبت سفته بازی در بازدهی این محصولات می باشد. مجرنک و همکاران (۱۵) رابطه ی بین

مطالب فوق‌الذکر، تاکنون یک پژوهش علمی در مورد موانع عرضه محصولات کشاورزی به بورس کالا انجام نشده است. بر این اساس، هدف مطالعه حاضر شناسایی موانع عرضه محصولات کشاورزی استان خراسان رضوی به بورس کالا در راستای افزایش اشتغال در بخش کشاورزی و ارائه راهکارهای پیشنهادی برای رفع موانع شناسایی شده و عرضه بیشتر محصولات کشاورزی به بورس کالا است.

مواد و روش‌ها

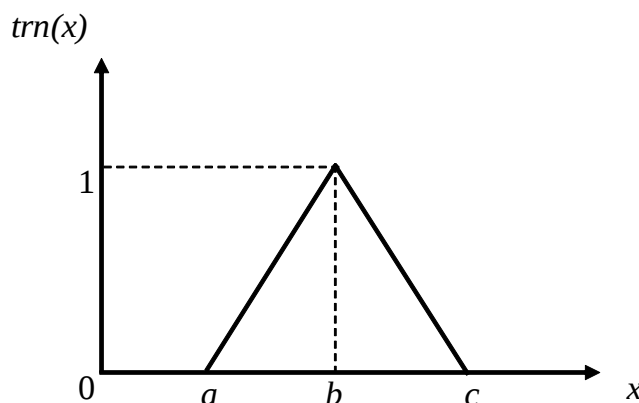
در این پژوهش ابتدا مهم‌ترین موانع عرضه محصولات کشاورزی با روش دلفی فازی تأثیر هر شاخص بر عرضه کالا بررسی شد. جامعه آماری این تحقیق از کارشناسان جهاد کشاورزی، اساتید دانشگاه و کارشناسان کارگزاری استان خراسان رضوی بود (شامل ۴ نفر خبرگان حوزه پژوهشی - دولتی، ۳ نفر خبرگان حوزه دانشگاهی و ۳ نفر خبرگان حوزه اجرایی). به‌طور کلی روش انجام دلفی فازی کاملاً شبیه روش دلفی است با این تفاوت که معمولاً خبرگان نظرات خود را به‌جای استفاده از اعداد قطعی از اعداد فازی در قالب حداقل مقدار ممکن، ممکن‌ترین مقدار یا حداکثر مقدار (اعداد فازی مثلثی)^۲ ارائه می‌دهند. عدد فازی مثلثی با سه عدد حقیقی a, b, c قابل تعریف است. تابع عضویت مثلثی نیز توسط سه عدد a, b, c تعریف می‌شود که به شرح رابطه (۱) است (۱۴):

$$trn(x) = \begin{cases} 0 & \text{if } x < a \\ \frac{(x-a)}{(b-a)} & \text{if } a \leq x \leq b \\ \frac{(c-x)}{(c-b)} & \text{if } b \leq x \leq c \\ 0 & \text{if } x > c \end{cases} \quad (1)$$

منحنی تابع عضویت اعداد فازی مثلثی به‌صورت شکل (۱)، قابل ترسیم است.

بورس کالا به‌عنوان یک سازمان رسمی و سایر نهادهای و بازارهای غیررسمی و سنتی را در تجارت کنگد مورد ارزیابی قرار دادند. بررسی آن‌ها نشان داد که در بازارهای رسمی به‌دلیل وجود قوانین و مقررات و شرایط نظارتی دولت، باعث افزایش اعتماد شرکای تجاری، افزایش سرمایه‌گذاری و افزایش تجارت در این بازارها نسبت به بازارهای غیررسمی می‌باشد. سیتکو و جین (۲۳) دلایل بی‌حالی بورس کالای کشاورزی در زیمبابوه را مورد بررسی قرار دادند. آن‌ها از طریق مصاحبه و تهیه پرسش‌نامه پنج عامل (۱) پایین‌بودن موفقیت بورس در جذب سازمان‌های سرمایه‌گذاری در بورس (۲) ماهیت غیرطبیعی و بیشترشدن ریسک مبادله با عدم وجود قراردادهای قابل قبول و رفتارهای فرصت‌طلبانه (۳) وجود شرایط تضاد منافع در کارگزاری (۴) امکان وجود شرایط دستکاری بازار (۵) بالا بودن هزینه‌ی ثابت در بازار مورد بررسی، را بر حجم تجارت، اثرگذار تشخیص دادند.

بخش کشاورزی، به‌ویژه در کشورهای در حال توسعه، به‌عنوان ماشین رشد برای توسعه‌ی پایدار روستایی عمل می‌نماید (۱۲) و در اقتصاد روستایی بسیاری از کشورها خصوصاً کشورهای در حال توسعه نقش مهمی داراست. در ایران نیز کشاورزی به واسطه‌ی موقعیت و نقش‌های مهمی که در اقتصاد از نظر تولید و اشتغال دارد و همچنین به‌واسطه‌ی رابطه آن با سایر بخش‌های اقتصادی از اهمیت بالایی برخوردار است (۲۸) و نقشی استراتژیک در نظام اقتصادی و اجتماعی کشور و رسالت سنگینی در پیشبرد اهداف توسعه‌ی ملی و تأمین نیازهای اساسی جامعه بر عهده دارد (۱۷). به‌طورکلی، بخش کشاورزی در سال ۱۳۹۵ با تأمین ۱۰/۷ درصد تولید ناخالص داخلی، ۱۸ درصد اشتغال، ۸۲ درصد نیازهای غذایی و ۲۶ درصد صادرات غیرنفتی و ۸۰ درصد موارد مورد نیاز صنایع مرتبط جایگاه ویژه‌ای در اقتصاد کشور دارد (۲۳). با این وجود، امروزه این بخش با چالش‌هایی همچون افزایش جمعیت و فشار فزاینده جهت تولید غذای کافی، عدم دسترسی کشاورزان به دانش و فناوری‌های نوین، کارایی پایین سازمان‌ها و نهادهای دولتی در انتقال دانش و اطلاعات جدید به کشاورزان روبه‌رو است (۱۰، ۱۶). با توجه به



شکل ۱- نمایش اعداد فازی مثلثی در فضای هندسی

Figure 1. Representation of triangular fuzzy numbers in geometric space

زبانی به اعداد مثلثی فازی در روش دلفی فازی در جدول یک، مشاهده می‌شود.

در این مطالعه برای تبدیل واژگان زبانی خبرگان به اعداد فازی از اعداد فازی مثلثی استفاده شده است و تبدیل واژه‌های

جدول ۱- عبارات کلامی مرتبط با معیارها

Table 1. Verbal phrases related to criteria

عبارت کلامی	معیار سنجش
خیلی کم	(۰، ۰، ۱۵)
کم	(۰، ۰، ۱، ۰، ۴)
متوسط	(۰، ۳۵، ۰، ۵، ۰، ۶۵)
زیاد	(۰، ۶، ۰، ۸، ۰، ۹)
خیلی زیاد	(۰، ۸۵، ۱، ۱)

۳- در این مرحله هر فرد خبره بر اساس اطلاعات به‌دست آمده از مرحله قبل یک پیش‌بینی جدید ارائه می‌دهد و بدین‌ترتیب در صورت صلاح‌دید نظر قبلی خود را اصلاح می‌نماید.

$$(A_2^{(i)}, B_2^{(i)}, C_2^{(i)}) \quad i = 1, \dots, n \quad (5)$$

پس از پایان این مرحله به مرحله ۲ بازگشته و فرآیند تکرار می‌شود.

۴- وقتی که میانگین دسته اعداد فازی به اندازه کافی با ثبات گردید این فرآیند خاتمه می‌یابد. البته بعدها اگر لازم شود یا کشف یا واقعه مهمی اتفاق افتد تصمیم‌گیری را می‌توان با تکرار فرآیندهایی فوق ارزیابی مجدد نمود.

۵- به‌منظور غربال‌سازی عوامل نامناسب یک مقدار آستانه α انتخاب می‌شود.

اگر میانگین نظرات کوچکتر از حد آستانه باشد ($M_a \leq \alpha$) عامل مورد نظر پذیرفته می‌شود و اگر ($M_a \geq \alpha$) باشد عامل مورد نظر پذیرفته نمی‌شود.

همچنین در این تحقیق برای مدل‌سازی روابط میان متغیرها و اولویت‌بندی آن‌ها از روش دیمتل فازی استفاده شد. به‌طور کلی پنج گام برای دیمتل به شرح ذیل ارائه شده است (۵). در ابتدا از خبرگان خواسته می‌شود تا با استفاده از اعداد

به‌طور کلی مراحل انجام روش دلفی فازی، در قالب ۵ گام به شرح ذیل می‌باشد (۲۲):

۱- از افراد خبره خواسته می‌شود تا نظر خود را (با توجه به اعداد فازی مثلثی) در قالب حداقل مقدار، ممکن‌ترین مقدار و یا حداکثر مقدار ارائه دهند.

$$i = 1, \dots, n \quad (A_i^{(i)}, B_i^{(i)}, C_i^{(i)}) \quad (2)$$

در این رابطه i بیانگر خبره i ام و عدد یک نشانگر اولین مرحله در فرایند پیش‌بینی است.

۲- پاسخ‌های n فرد خبره، دسته‌ای را شکل می‌دهد. مفهوم دسته اعداد فازی برای عینی‌سازی نظرات و عقاید ذهنی بسیار مفید است. میانگین حسابی این دسته محاسبه می‌شود.

$$(A_{m1}, B_{m1}, C_{m1}) \quad (3)$$

و برای هر فرد خبره میزان اختلاف از میانگین دسته به‌صورت رابطه (۴) محاسبه می‌شود:

$$(A_{m1} - A_1^{(i)}, B_{m1} - B_1^{(i)}, C_{m1} - C_1^{(i)}) \quad (4)$$

این اختلاف می‌تواند مثبت، منفی یا تهی باشد آنگاه این اطلاعات برای اخذ نظرات جدید از افراد خبره منتخب برای آن‌ها فرستاده می‌شود.

واقع شدن و محور عمودی (R-D) نشان دهنده موقعیت عنصر در محور عرضها است. این موقعیت در صورت مثبت بودن (R-D) به طور قطع یک نفوذکننده بوده و در صورت منفی بودن، به طور قطع تحت نفوذ خواهد بود. اطلاعات مورد نیاز برای انجام این تحقیق با استفاد از پرسشنامه و مصاحبه حضوری با خبرگان در سه مرحله در سال ۱۳۹۶ جمع آوری شد. تحلیل داده ها با نرم افزارهای Excel و DEMATEL انجام شد.

نتایج و بحث

برای شناسایی موانع عرضه محصولات کشاورزی به بورس، در گام اول از ۱۰ خبره منتخب، خواسته شد موانع عرضه محصولات کشاورزی به بورس را بیان کنند. در گام بعدی از آن ها خواسته شد که این موانع را با استفاده از متغیرهای زبانی که با اعداد فازی معیاربندی شده اند را اولویت بندی کنند و مهمترین موانع را از نظر شدت تأثیر معرفی نمایند. سرانجام، در لیست نهایی ۲۱ عامل شناسایی شد و با توجه قاعده وو و همکاران (۷۰-۳۰) هفت عامل به عنوان مهم ترین عوامل انتخاب و در جدول (۲) ارائه شده است. در مراحل بعد اثرات نسبی عوامل، با استفاده از روش دیمتل فازی محاسبه شد که نتایج آن در جداول ۳، ۴ و ۵ نشان داده شده است.

فازی جدول (۱)، مقایسه زوجی بین متغیرها را انجام دهند؛ چنانچه متغیر (X) بر متغیر (Y) تأثیرگذار باشد جهت پیکان از X به Y و چنانچه متغیر Y بر X تأثیرگذار باشد جهت پیکان از Y به X خواهد بود. در ضمن، جهت پیکان در روابط می تواند دوسویه نیز باشد. سپس میانگین حسابی (حسابی یا هندسی) اعداد که با توجه به متغیرهای کلامی مربوطه انتخاب شدند محاسبه و به صورت یک ماتریس M نشان داده می شود. سپس، مجموعه ردیفی هر سطر از ماتریس M محاسبه شده و هریک از درایه های ماتریس M در معکوس بیشترین مجموعه ردیفی (a) ضرب می شود. در ادامه، مجموعه دنباله ای نامحدود از آثار مستقیم و غیرمستقیم از عناصر بر یکدیگر به صورت یک تصاعد هندسی، بر اساس قوانین موجود از گرافها محاسبه می شود. مجموعه دنباله نامحدود از اثرهای مستقیم و غیرمستقیم از عناصر بر یکدیگر به صورت $M(I-M)^{-1}$ است. لازم است که ارزش آستانه ای P برای فیلتر کردن تأثیر ناچیز در ماتریس T تدوین شود. تنها باید برخی از معیارها که تأثیر آنها در ماتریس T بیشتر از ارزش آستانه ای است انتخاب و در نقشه روابط شبکه ای نمایش داده شود. در آخر نمودار (R+D, R-D) از ماتریس T به گونه ای ترسیم می شود که در آن R برابر با سطر و D برابر با ستون باشد. محور افقی (R+D) نشان دهنده مجموعه شدت یک عنصر هم از نظر نفوذکننده و هم از نظر تحت نفوذ

جدول ۲- رتبه بندی عوامل اثرگذار

Table 2. Ranking of effective factors

رتبه	عوامل اثرگذار	میانگین
C1	نبود تشکلهای کشاورزی منسجم	۰/۹
C2	فساد پذیری کالا	۰/۸۸
C3	غیریکنواختی کالا (ناهمگن بودن محصولات)	۰/۸۳
C4	عدم آشنایی تولیدکنندگان محصولات کشاورزی با بورس کالای کشاورزی	۰/۸۱
C5	وجود بازارهای موازی مانند میادین	۰/۸
C6	نبود قراردادهای متناسب با شرایط تولیدکنندگان و خریداران محصولات کشاورزی	۰/۷۳
C7	نبود نظامهای آموزشی در راستای افزایش مهارت و آشنایی کشاورزان با بورس	۰/۷۲

جدول ۳- ماتریس (M) میانگین نظرات خبرگان

Table 3. Matrix (M) average expert opinions

	C ₁	C ₂	C ₃	C ₄	C ₅	C ₆	C ₇
C ₁	.	۰/۳۹	۰/۴۱	۰/۳۵	.	۰/۷	۰/۱۱
C ₂	.	.	.	.	.	۰/۵۹	.
C ₃	.	.	.	.	.	۰/۶۷	.
C ₄	۰/۶۶	۰/۳۶	۰/۳۸	.	.	.	۰/۱۱
C ₅	.	.	.	.	.	.	.
C ₆	۰/۴۲	۰/۱۵	۰/۰۸۸	.	.	.	.
C ₇	۰/۸۳	۰/۰۹۳	۰/۲۳	۰/۷۶	.	.	.

جدول ۴- ماتریس (T)، M(I-M)-1 شدت نسبی روابط مستقیم و غیرمستقیم

Table 4. Matrix (T), M (I-M) -1 Relative intensity of direct and indirect relationships

	C ₁	C ₂	C ₃	C ₄	C ₅	C ₆	C ₇
C ₁	۰/۱۶	۰/۲۸	۰/۲۸	۰/۰۲۵	.	۰/۶	۰/۰۶۶
C ₂	۰/۰۷۶	۰/۰۴۲	۰/۰۳۲	۰/۰۰۱	.	۰/۳۵	۰/۰۰۴
C ₃	۰/۰۸۶	۰/۰۴۸	۰/۰۳۶	۰/۰۰۱	.	۰/۳۹	۰/۰۰۴
C ₄	۰/۴۵	۰/۳	۰/۳۱	۰/۰۳۲	.	۰/۳۶	۰/۰۸۳
C ₅	.	.	.	.	.	.	.
C ₆	۰/۲۵	۰/۱۴	۰/۱	۰/۰۰۵	.	۰/۱۷	۰/۰۰۱
C ₇	۰/۶۷	۰/۲۹	۰/۳۵	۰/۴۱	.	۰/۴۵	۰/۰۶

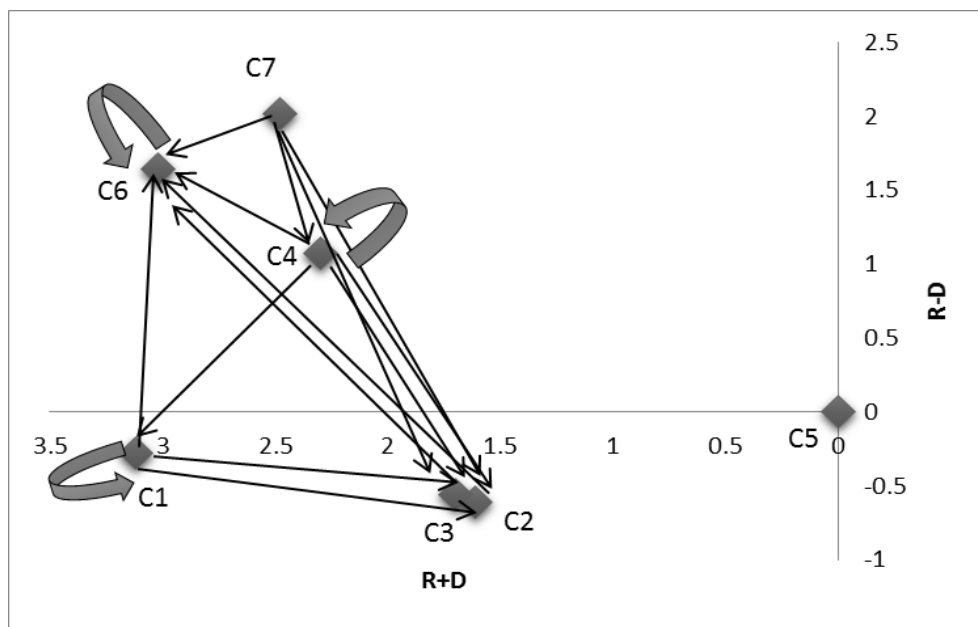
جدول ۵- رتبه‌بندی متغیرها

Table 5. Variable rankings

تأثیرگذاری	R-D	R+D	R	D	معیار
۳	-۰/۲۸	۳/۱۲	۱/۴۲	۱/۷	C ₁
۵	-۰/۶۱	۱/۶۱	۰/۵	۱/۱۱	C ₂
۶	-۰/۵۶	۱/۷	۰/۵۷	۱/۱۳	C ₃
۲	۱/۰۷	۲/۳	۱/۵۵	۰/۴۸	C ₄
تهی	.	.	.	.	C ₅
۷	-۱/۶۴	۳/۰۲	۰/۶۹	۲/۳۳	C ₆
۱	۲/۰۲	۲/۴۸	۲/۲۵	۰/۲۳	C ₇

در این مطالعه برابر با ۰/۲۲۴ است. به بیان دیگر، در ماتریس T هر کدام از درایه‌ها که بیشتر از ۰/۲۲۴ باشد به معنای تأثیرگذاری آن معیار بر معیار دیگری است. با توجه به محاسبه ارزش آستانه‌ای و رابطه (R+D, R-D) متغیرهای نفوذپذیر و نفوذکننده مشخص شده است که به صورت شکل (۲)، نیز قابل نمایش است.

ماتریس (M) در جدول (۳)، برگرفته از نظرات خبرگان است که از محاسبه میانگین حسابی اعداد با توجه به متغیرهای کلامی به دست آمده و ماتریس T در جدول (۴) محاسبه دنباله نامحدود از آثار مستقیم و غیرمستقیم عناصر بر یکدیگر است. با توجه به جدول T، ارزش آستانه‌ای، در این تحقیق، میانگین کل اعداد روابط مستقیم و غیرمستقیم (جدول T) در نظر گرفته شده است. بنابراین، ارزش آستانه‌ای



شکل ۲- تأثیر هر معیار بر معیار دیگر
Figure 2. The effect of each criterion on another criterion

نیست. C6، از C1، C2، C3، C4، C6 تأثیرپذیر است. C7، بر C2، C3، C4، C6 تأثیرگذار است.

در تفسیر این نتایج، به عنوان مثال می توان گفت که نبود تشکلهای کشاورزی منسجم، فسادپذیری کالا، غیریکتوانختی کالا (ناهمگن بودن محصولات)، عدم آشنایی تولیدکنندگان محصولات کشاورزی با بورس کالای کشاورزی و نبود قراردادهای متناسب با شرایط تولیدکنندگان و خریداران محصولات کشاورزی؛ باعث کاهش احتمال بسته شده یک قرارداد متناسب با شرایط تولیدکنندگان و خریداران (C6) می شود.

در پایان از کارشناسان خواسته شد تا با توجه به مشکلات شناسایی شده راه کارهای خود را ارائه و سپس اولویت بندی نمایند که نتایج به شرح جدول (۶) می باشد.

همانطور که گفته شد هرچه مقدار R-D مثبت تر باشد، به قطع یک نفوذکننده قوی و هرچه منفی تر باشد، یک نفوذپذیر قوی است. از این رو، C7 یعنی نبود نظامهای آموزشی در راستای افزایش مهارت و آشنایی کشاورزان با بورس (۲/۰۲) دارای بیشترین تأثیرگذاری و C6 یعنی نبود قراردادهای متناسب با شرایط تولیدکنندگان و خریداران محصولات کشاورزی (۱/۶۴-) تأثیرپذیرترین عامل می باشد. بدین ترتیب همان طور که در شکل مشاهده می شود معیارها را می توان به صورت زیر دسته بندی کرد:

C1 بر C1، C2، C3 و C6 تأثیرگذار است. C2 بر C6 تأثیرگذار است. C3 بر C6 تأثیرگذار است. C4 بر C1، C2، C3، C4، C6 تأثیرگذار است. C5 بر هیچ عاملی تأثیرگذار

جدول ۶- راه حل های پیشنهادی خبرگان

Table 6. Suggested expert solutions

ردیف	راه حل پیشنهادی	میانگین نظرات	رتبه
۱	ایجاد تشکلهای تولیدی مانند تعاونی های تولید شرکت سهامی زراعی	۰/۸۰	۱
۲	استفاده از قراردادهای اسلامی مانند استصناع	۰/۷۹	۲
۳	ایجاد قراردادهای سلف و آتی با توجه به شرایط تولیدکنندگان محصولات کشاورزی	۰/۷۳	۳
۴	توسعه تعاونی های بازاریابی و مراکز خرید با مشارکت روستائیان به عنوان سهامدار	۰/۷۳	۴
۵	تبدیل بازارها محلی (میادین) از حالت سنتی به صنعتی به عنوان زیرمجموعه بورس کالا با کارکردی مشابه بورس	۰/۷۲	۵
۶	حمایت دولت از طریق اعطای تنخواه به شرکت های خرید و تعاونی های بازاریابی جهت ایجاد شرایط مناسب خرید	۰/۷۱	۶
۷	ایجاد نظام نشانگر جغرافیایی (GIS) در تعیین محصولات منحصر به فرد هر منطقه	۰/۷۰	۷
۸	ایجاد انبارها و سردخانه های مناسب	۰/۶۸	۸
۹	توسعه بازارهای محلی (میادین) به عنوان مکمل بازار بورس	۰/۶۷	۹
۱۰	ارائه برنامه های رادیویی و تلویزیونی بیشتر با هدف آشنایی و شناساندن مفاهیم اساسی و منافع حاصله	۰/۶۳	۱۰
۱۱	احداث کارگاه های بسته بندی	۰/۶۳	۱۱
۱۲	افزایش وسایل حمل و نقل بین شهری و کشوری مانند کانتینرهای یخچال دار	۰/۶۲	۱۲
۱۳	افزایش تبلیغات و ترویج محاسن بورس	۰/۶۰	۱۳
۱۴	فراهم سازی شرایط آموزش با به کارگیری سربازان سازندگی که ارتباط مسقیم با بهره بردار دارند	۰/۵۹	۱۴
۱۵	ارایه کارگاه های آموزشی برای بهره برداران و جلسات توجیهی برای شوراهای روستایی و اتحادیه های کشاورزی	۰/۵۹	۱۵
۱۶	اصلاح نظام ترویج و آموزش کشاورزی و تعریف دوره های آموزشی تحت عنوان آشنایی با بورس در نهادهای ترویج و آموزش کشاورزی	۰/۵۷	۱۶
۱۷	اصلاح روش های برداشت و حمل محصول به منظور کاهش فسادپذیری محصول مانند دستگاه های مجهز برداشت و آموزش کشاورزان در رابطه با نحوه و زمان مناسب برداشت	۰/۵۶	۱۷
۱۸	ساخت یا استفاده از تکنولوژی های موجود در سورتنینگ در مبدأ و در زمان برداشت محصول	۰/۵۳	۱۸
۱۹	قراردادن دوره های آموزشی و حتی واحد آموزشی در دانشگاه ها	۰/۵۲	۱۹
۲۰	استفاده از ظرفیت نظام صنعتی	۰/۵۰	۲۰
۲۱	انجام آزمایشی فروش محصول به بورس توسط تشکلهای به منظور آشنایی ملموس کشاورزان با نمونه های عینی	۰/۴۶	۲۱

سپس، با بررسی رابطه زوجی معیارها، C7 یعنی نبود نظامهای آموزشی در راستای افزایش مهارت و آشنایی کشاورزان با بورس به عنوان اثرگذارترین عامل و C6 یعنی نبود قراردادهای متناسب با شرایط تولیدکنندگان و خریداران محصولات کشاورزی به عنوان اثرپذیرترین عامل شناسایی شد. همچنین، عامل C5 (وجود بازارهای موازی مانند میادین) با مقدار تهی (0) بدون اثرگذاری یا نفوذکنندگی بر سایر گروه ها است. دلیل تهی بودن اثرگذاری معیار C5 به نظر اکثر خبرگان پژوهش حاضر، کارکرد موازی این بازار محلی در

به طور کلی، در پایان پس از رسیدن به اجماع با استفاده از قاعده وو و همکاران (۲۷)، ۷ عامل شامل: نبود تشکلهای کشاورزی منسجم، فسادپذیری کالا، غیریکتوانختی کالا (ناهمگن بودن محصولات)، عدم آشنایی تولیدکنندگان محصولات کشاورزی با بورس کالای کشاورزی، وجود بازارهای موازی مانند میادین، نبود قراردادهای متناسب با شرایط تولیدکنندگان و خریداران محصولات کشاورزی، نبود نظامهای آموزشی در راستای افزایش مهارت و آشنایی کشاورزان با بورس به عنوان اثرگذارترین عوامل شناسایی شد.

با توجه به اهمیت قراردادهای آتی، سلف و اختیار معامله در افزایش عرضه کالا به بورس، توصیه می‌شود سیاست‌گذاران و مدیران بورس کالای کشاورزی در راستای شناسایی عوامل اثرگذار بر ایجاد این گونه قراردادهای جدید متناسب با شرایط و پتانسیل‌های کشاورزی را مورد تحقیق قرار داده و همچنین دولت و به‌ویژه وزارت جهاد کشاورزی و وزارت بازرگانی با توسعه‌ی زیرساخت‌های کشاورزی بستری مناسبی برای توسعه این گونه قرار دادهای اعمال نمایند.

تشکر و قدرانی

این تحقیق با حمایت پژوهشی دانشگاه زابل (با کد پژوهانه UOZ-GR-9517-30) انجام شده که بدین وسیله از معاونت پژوهش و فناوری دانشگاه قدرانی می‌گردد.

عرضه محصولات کشاورزی با بورس می‌باشد. با توجه به مشکلات موجود و راه‌کارهای شناسایی شده در این تحقیق، پیشنهادهای زیر قابل طرح است: ۱) با توجه به نقش آموزش در آشنایی بهره‌برداران و روستاییان با بازار بورس، توصیه می‌شود سازمان جهاد کشاورزی با برگزاری دوره‌های سربازان ترویجی در روستاها و بهره‌گیری از صدا و سیما، با هدف آشنایی و شناساندن مفاهیم اساسی و منافع حاصله از بورس و همچنین هدایت پژوهش‌های علمی به‌سمت شناساندن این بازار نوین گام بردارند. ۲) مدیریت هماهنگی ترویج کشاورزی و واحدهای تابعه‌ی آن، با شناسایی محصولات غالب هر منطقه برای ایجاد نظام نشانگر جغرافیایی در تعیین محصولات منحصر به‌فرد کشاورزی در هر منطقه و بررسی راهکارهای تبیین این نظام در کشور شرایط همگن‌سازی محصولات کشاورزی برای عرضه به بورس را فراهم کند. ۳)

منابع

1. Afrakhteh, H., M. Hajipour, M. Gourzin and B. Nejati. 2013. The Situation of sustainable agricultural development in Iran development plans Case: Five-year plans after the revolution. Quarterly Journal of The Macro and strategic Policies, 1(1): 43-62 (In Persian).
2. Amirbayk, M. 2017. Study of Barriers to Supply Selected Agricultural Products in Khorasan Razavi Province to Commodity Exchange. Master's Thesis. University of Zabol (In Persian).
3. Anabestani, A. and M. Tolabi-Nejad. 2019. Assessment and prioritization of agricultural marketing challenges using Fuzzy Analytical Network Process (case study: the central rural city Poldokhtar). Geographical Planning of Space Quarterly Journal, 8(30): 59-77 (In Persian).
4. Anderson, C., M. Bezabi and A. Mannberg. 2017. The Ethiopian commodity exchange and spatial price dispersion. Food Policy, 66: 1-11.
5. Chang, B., C.W. Chang and C.H. Wu. 2011. Fuzzy DEMATEL method for developing supplier selection criteria. Expert systems with Applications, 38(3): 1850-1858.
6. Ghazali, A. and H. Bakhtyar-Nasrabadi. 2016. Identification of factors affecting lack of boom in the agricultural ring in Iran's mercantile exchange. Strategic management thought, 10(1): 181-214 (In Persian).
7. Hajati, N. 2015. Evaluating the effects of commodity exchange on resistive economy with emphasis on manufacturing companies (A structured model). Master's Thesis. Persian Gulf University. Industrial management department (In Persian).
8. Hosseini-Yekani, S.A. and M. Zibaei. 2010. Determination of feasible commodities for futures trading (a study of Iranian agricultural commodities). Journal of Agricultural Economics and Development, 24(3): 268-278 (In Persian).
9. Huchet, N. and P.G. Fam. 2016. The role of speculation in international futures markets on commodity prices. Research in International Business and Finance, 37: 49-65.
10. Jihad Keshavarzi. 2015. Database of Jihad Keshavarzi. First Edition. Tehran: Jihad Keshavarzi. Economic and Economic Development Deputy, Center for Information and Communication Technology: 174-176 (In Persian).
11. Karimi-Gougheri, H. and A. Rezvanfar. 2014. The influence of quality of work life on agricultural extension expert's organizational commitment (A study in Kerman province). Iranian Journal of Agricultural Economics and Development Research, 45(1): 125-141 (In Persian).
12. Karimi-Gougheri, H., K. Rezaei-Moghaddam, Gh.H. Zamani, D. Hayati and A. Rezaei. 2018. Analysis of agricultural extension and education organizational network in Kerman province: Social network analysis. Iran Agricultural Extension and Education Journal, 13(2): 131-151 (In Persian).
13. Kashiri-Kalaei, F. and S.A. Hoseini-Yekani. 2016. Investigating the effects of commodity exchange on competition of pistachios trade in Iran. Iranian journal of agricultural economics and Development research, 47(3): 581-587 (In Persian).
14. Kianimavi, R., H. Rangriz and A. Ostadaliakbari. 2012. Determining the status of products in the supply chain industry in order to improve its performance using the hierarchical fuzzy TOPSIS method Supply Chain Management. 13(34): 38-47 (In Persian).
15. Meijerink, G., E. Bulte and D. Alemu. 2014. Formal institutions and social capital in value chains: The case of the Ethiopian Commodity Exchange. Food Policy, 49(1): 1-12.

16. Mohammadi, M., H. Mohammadi and B. Fakari. 2015. Effect of selected macro variables on agricultural product price volatility in Iranian commodity exchange. *Agricultural economics and Development*, 24(95): 1-23 (In Persian).
17. Rajaei, N., Kh. Kalantari, H.S. Fami and S.M. Hosseini. 2009. Study factors affecting farmers' use of formal loans. *Proceedings of the 7th Iranian Conference on Agricultural Economics*. 3-4 February 2010: Iranian Agricultural Economics Society, University College of Agriculture and Natural Resources, University of Tehran, Iran (In Persian).
18. Rezaee, R., S.M. Hosseini, H.S. Fami and A.M. Sarafrazi. 2009. Identification and analysis of mechanisms of development of nanotechnology in agriculture. Ph.D. dissertation, University of Tehran, Iran (In Persian).
19. Saifi, B. and L. Drake. 2008. A coevolutionary model for promoting agricultural sustainability. *Ecobgical Economics*, 65(1): 24-34.
20. Santana, L. and E.D. Adam-Gross. 2006. Commodity exchange in the world, past, present and future. Twenty-seventh International Conference of the Union of Swiss futures and options exchange. Burggen Stuck, Switzerland. Publications of Agriculture's Commodity Exchange.
21. Shahnoshi, N., S. Dehghanian and A.A. Baghestani. 2003. Examining the ways to improve the position of agricultural commodity exchange. Fifth Agricultural Economics Conference. Zahedan. Iran, 150-164 (In Persian).
22. Shokouhi, S. and A. Afrazeh. 2015. Designing Model of Nanotechnology and Technology Transfer in Iran by Fuzzy Delphi Method. *Roshde-e-Fanavari*, 11(41): 2-13 (In Persian).
23. Sitko, N. and T.S. Jayne. 2012. Why are African commodity exchanges languishing? A case study of the Zambian agricultural commodity exchange. *Food Policy*, 37: 275-282.
24. Statistics times. 2015. List of Countries by GDP Sector Composition. Retrieved from statistics times.com
25. Swiss Futures and Futures Exchange Association. 2013. United Nations Conference on Trade and Development. Iran Commodity Exchange Co. Available in <http://www.ketabforooshi.com> (In Persian).
26. White, B. 2012. Agriculture and the generation problem: Rural youth, employment and the future of farming. *IDS Bulletin*, 43(6): 9-19.
27. Wu, W.W., Y.T. Lee, M.L. Tseng and Y.H. Chiang. 2002. Data mining for exploring hidden patterns between KM and its performance. *Knowledge-Based Systems*, 23(5): 397-401.
28. Zare-Mehrjerdi, M.R. and A. Javedan. 2009. Anticipated growth in the agricultural sector of Iran parametric or nonparametric econometric techniques and artificial neural networks. *Proceedings of the 7th Iranian Conference on Agricultural Economics*. 3-4 February 2010: Iranian Agricultural Economics Society, University College of Agriculture and Natural Resources, University of Tehran, Iran (In Persian).

Agricultural Employment through the Removal of Barriers of Agricultural Products Supply To Commodity Exchanges (A Case of Khorasan Rezavi Province)

Mohammad Amin Amirbik¹, Mahmoud Ahmadpour Borazjani², Mashallah Salarpour³
and Hamid Karimi⁴

1- M.Sc. Graduated, Department of Agricultural Economics, University of Zabol, Zabol, Iran

2- Assistant Professor, Department of Agricultural Economics, University of Zabol, Zabol, Iran

(Corresponding Author: Mahmoud_ahmadpour@yahoo.com)

3- Assistant Professor, Department of Agricultural Economics, University of Zabol, Zabol, Iran

4- Assistant Professor, Department of Agricultural Extension and Education, University of Zabol, Zabol, Iran

Received: May 27, 2019

Accepted: December 17, 2019

Abstract

Creating full employment is one of the macroeconomic goals of politicians in all countries. Unemployment is one of the major problems facing the Iranian economy, reduction of which requires investment in various sectors of the economy and production boom. Improving the marketing situation of agricultural products can boost production, increase income and employment in agriculture. An agricultural commodity exchange boom is one way to improve the marketing position of agricultural products. The agricultural commodity exchange is an organized marketplace and a speculative example of the hypothetical of the markets. Traditional Iranian markets are not efficient for reasons not competitive, smallness, the existence of multiple marketing layers, the lack of transparency of market information and the existence of price fluctuations. Hence, the purpose of this study was to identify barriers to entry of selected agricultural products in Khorasan Razavi province to the Commodity Exchange. For this purpose, the most important barriers to supplying agricultural products were first identified by the Fuzzy Delphi method and then, using the fuzzy DEMTEL technique, the effect of each indicator on the supply of goods was investigated. The statistical population of this research includes agricultural Jihad experts, university professors and brokerage experts in Khorasan Razavi province in 2018. The results indicated that the most important obstacles to the supply of agricultural products to the stock exchange were the lack of educational systems to increase the skills and knowledge of farmers with the stock exchange, the lack of integrated agricultural organizations, commodity corruption, non-uniformity of goods (non-homogeneity of products), the absence of contracts proportional to the conditions for agricultural producers and buyers, and the existence of parallel markets such as Fruit and vegetable squares. Investigation of the interactions of factors illustrates that lack of educational systems to increase the skills and knowledge of farmers and the lack of familiarity of agricultural producers with agricultural commodity stock are the most effective factor and the lack of appropriate contracts to the conditions of the producers and buyers of agricultural products, the corruption of goods, non-uniformity of goods, and the lack of coherent agricultural associations are the most influential or most perceptible factors. Finally, it is recommended to familiarize producers with the agricultural commodity exchange and to provide the necessary background for the commodity producers to supply the commodity exchange.

Keywords: Marketing, Commodity Exchange, Fuzzy Delphi Method, Fuzzy DEMTEL Method