

# شناخت ظرفیتهای بالقوه وارداتی بازار اتحادیه اروپا برای محصولات کشاورزی ایران

علی کیانی رادا، سعید یزدانی<sup>۲</sup>

## ۱. مقدمه

برای تعدادی از کشورهای در حال توسعه، و از جمله ایران، صادرات محصولات کشاورزی، بویژه محصولات باغی، یکی از منابع مهم افزایش درآمدهای صادراتی است. در فاصله سالهای ۱۹۷۵ تا ۱۹۸۵ ارزش صادرات میوه و تره بار کشورهای در حال توسعه به طور متوسط سالانه ۸/۳ درصد (برحسب دلار آمریکا) رشد داشته است. حال آن که در همین مدت رشد کل صادرات محصولات کشاورزی همین کشورها در حدود ۵/۲ درصد بوده است (آمار فائو).

صادرات محصولات کشاورزی این کشورها تا حد زیادی به بازارهای کشورهای توسعه یافته بستگی دارد. اتحادیه اروپا از بازارهای روبه رشدی است که ظرفیتهای بالقوه فراوانی برای واردات محصولات کشاورزی از نواحی مختلف جهان دارد. براساس آمار فائو در نیمه اول دهه ۱۹۸۰ تقریباً ۸۰ درصد صادرات میوه و تره بار کشورهای در حال توسعه به کشورهای توسعه یافته بوده است که در حدود نیمی از آن به کشورهای عضو اتحادیه اروپا صادر شده است. سهم اتحادیه اروپا از صادرات محصولات باغی کشورهای در حال توسعه (جدول ۱) از ۴۸/۷ درصد طی سالهای ۱۹۶۲ تا ۱۹۶۵ به ۴۲/۹ در سالهای ۱۹۷۱ تا ۱۹۷۵ و در دهه ۱۹۸۰ به حدود ۴۰ درصد رسیده است.

۱. دانشجوی کارشناسی ارشد اقتصاد کشاورزی، دانشگاه تهران.

۲. دانشیار گروه اقتصاد کشاورزی دانشگاه تهران

## جدول ۱ سهم اتحادیه اروپا در کل صادرات محصولات باغی کشورهای درحال توسعه

(درصد)

نواحی	۶۵ - ۱۹۶۲	۷۵ - ۱۹۷۱	۸۴ - ۱۹۸۱	۸۹ - ۱۹۸۵
حوزه مدیترانه	۶۹/۹	۶۴/۱	۵۲/۰	۵۸/۰
آفریقا	۷۱/۸	۵۰/۹	۵۷/۱	۶۵/۱
آسیا	۲۸/۵	۲۱/۵	۲۶/۶	۳۲/۱
آمریکای لاتین	۳۹/۲	۴۷/۵	۴۶/۳	۴۰/۱
همه کشورهای در حال توسعه	۴۸/۷	۴۲/۹	۳۹/۰	۴۱/۵

مأخذ: UN Trade data

بنابراین، چنان که مشاهده می شود، شناخت بازار اروپا از نظر توان وارداتی آن هم می تواند در برنامه ریزیهای آینده به برنامه ریزان توسعه صادرات محصولات کشاورزی کمک کند و هم راهنمایی باشد برای صادرکنندگان محصولات کشاورزی.

در زمینه بررسی بازار اتحادیه اروپا از این نظر تاکنون مطالعات چندانی صورت نگرفته است. مطالعات انجام گرفته بیشتر درباره اثر گسترش بازار اتحادیه اروپا (قسمت جنوبی اروپا) در بازار میوه و تره بار بوده است و یا به آثار سیاستهای EC در تجارت محصولات کشاورزی با کشورهای مدیترانه ای در حال توسعه (Ritson and soninbank 1991) پرداخته است، که اینها چندان مورد علاقه کشورهای در حال توسعه نیست همچنین در زمینه آثار ترجیحات تجاری که از سوی اتحادیه اروپا برای گروه خاصی از کشورهای درحال توسعه وضع شده نیز تحقیقاتی صورت گرفته است.

در بخش بعدی این مقاله، ابتدا به اختصار به سیاستهای اتحادیه اروپا در قبال واردات محصولات کشاورزی از کشورهای درحال توسعه می پردازیم، و آنگاه برای آنکه ظرفیتهای این بازار را هرچه بیشتر بشناسیم چارچوبی جهت تحلیل تغییرات مشاهده شده در صادرات میوه و تره بار کشورهای درحال توسعه، از جمله ایران، به بازار اتحادیه اروپا ارائه می شود. روشن است

که میزان این صادرات به عواملی از این‌گونه بستگی دارد: قابلیت رقابت بین‌المللی، بازگشایی نسبی بازار اتحادیه اروپا، درجه ترجیحات تجاری کسب شده از سوی هر ناحیه، و کل واردات تره‌بار اتحادیه اروپا. در بخش بعدی، این تحلیل با استفاده از اطلاعات موجود برای میوه و تره‌بار سالهای ۱۹۷۱ تا ۱۹۷۵ و ۱۶۸۵ تا ۱۹۸۹ صورت می‌گیرد.

## ۲. سیاستهای کشاورزی و تجاری اتحادیه اروپا درباره میوه و تره‌بار

قابلیت دستیابی یک کشور در حال توسعه معین به بازار اتحادیه اروپا از طریق ترکیبی از اقدامات یا مقررات مرزی<sup>۱</sup> و ترجیحات تجاری<sup>۲</sup> تعیین می‌شود. مقررات مرزی، که از تولیدکنندگان داخلی در مقابل کلیه عرضه‌کنندگان خارجی محافظت می‌کند. حاصل فشارهای سیاسی دولتهای عضو اتحادیه در جهت ترویج اندیشه خودکفایی است. ترجیحات تجاری نوعی ابزار سیاسی اتحادیه اروپا در مقابل گروههای مختلفی از کشورهاست که در درجه اول تحت تأثیر عوامل جغرافیایی و سیاسی قرار دارد.

### ۱.۲ مقررات مرزی:

واردات میوه و تره‌بار از کشورهای غیر عضو اتحادیه اروپا بستگی به تعرفه‌هایی دارد که برای محصولات، فصول و کشورهای مختلف وضع می‌شود. نرخهای تعرفه برای محصولات که به‌طور مستقیم با تولیدات محلی رقابت نمی‌کنند (مانند میوه‌های نواحی گرمسیری، نارگیل، انبه) و همچنین برای محصولات محلی که تحت توافقهای دو یا چند جانبه هستند (مانند حبوبات و خشکبار) پایین است. علاوه بر این برای محصولات تازه در طی فصولی که عرضه داخلی وجود ندارد نیز نرخهای تعرفه پایین است. به‌طور مثال، نرخ حقوق گمرکی پرتقال که در ماههای اکتبر تا مه ۲۰ درصد است در سایر ماهها تا ۴ درصد تغییر می‌کند. حقوق گمرکی برای محصولات صنایع تبدیلی بالاتر از میوه و تره‌بار است و حتی به حدود ۴۲ درصد یا بیشتر نیز می‌رسد بخصوص این مسئله در مورد عصارة میوه‌هایی که قند بالاتری دارند صادق است. برای مثال،

1- Border Measures

2- Trade preferences

نرخ تعرفه برای آناناس تازه ۹ درصد است درحالی که برای آب آناناس با حجم قند کم به ۱۹ درصد و برای محصول با حجم قند زیادتر به ۴۲ درصد می‌رسد. تعرفه‌ها به صورتی وضع می‌شوند که از تولیدکنندگان داخلی اتحادیه اروپا در مقابل نوسانات قیمت حمایت شود، و این عمل از طریق یک رشته برنامه‌های داخلی صورت می‌گیرد. برای تعدادی از محصولات تازه که از نظر استانداردهای کیفیت و همچنین فصول عرضه متفاوتند قیمت‌های مرجع<sup>۱</sup> به صورت سالانه در نظر گرفته می‌شوند. قیمت‌های ورودی<sup>۲</sup> (قیمت‌های صادراتی که برای هزینه‌های حمل به بندر و خالص حقوق گمرکی غیر ترجیحی تعدیل شده‌اند) به طور روزانه در بازارهای مشخص اتحادیه اروپا محاسبه می‌شوند. اگر قیمت ورودی به مقدار مشخصی و برای چند روز پایینتر از قیمت مرجع قرار بگیرد، اتحادیه یک هزینه جبرانی برابر با اختلاف بین قیمت ورودی و قیمت مرجع وضع می‌کند. این سیستم تولیدکنندگان اتحادیه را بیشتر در مقابل رقابت کشورهای تولیدکننده دیگر محافظت می‌کند. در طی دهه ۱۹۸۰ تعداد محصولاتی که شامل این سیستم بودند افزایش یافته است و در حال حاضر به ۱۰ نوع میوه (پرتقال، نارنگی، لیمو، انگور، گلابی، سیب، هلو، زردآلو، گیلاس و آلو) و ۷ نوع تره‌بار (گوجه فرنگی، کدو، کلم، کاهو، خیار، کنگر فرنگی و بادمجان) می‌رسد.

از اواسط دهه ۱۹۷۰، برای تعدادی از محصولات فرآوری شده گواهینامه و سهمیه‌های وارداتی در نظر گرفته شده است. محدودیتهای بهداشتی نیز در میان اعضای اتحادیه، بر حسب کشور مبدا کالا و فصل عرضه، متفاوت است.

تفاوت‌های کیفی بین محصولات کشاورزی داخلی و وارداتی تخمین نرخهای اسمی حمایت مؤثر را مشکل می‌سازد. جدول شماره ۲ معادلهای تعرفه را برای چندین محصول طی سالهای ۱۹۸۶ تا ۱۹۸۸ نشان می‌دهد. این جدول اثر حمایتی کلیه مقررات مرزی را ترکیب کرده است که از پنج درصد قیمت سرمرز برای مرکبات کوچک تا ۱۷۰ درصد برای گوجه فرنگی متغیر است.

1- Reference prices

2- Entry prices

جدول ۲. متوسط معادلهای تعرفه برای چند محصول انتخابی ۱۹۸۶ - ۱۹۸۸

(F.cu) در ۱۰۰ کیلوگرم

معادل تعرفه به عنوان درصدی از قیمت سرمرز	معادل تعرفه	قیمت سرمرز (قیمت مرجع)	قیمت داخلی (قیمت ورودی)	محصول
۹۰/۰	۲۹/۷	۳۳/۰	۶۲/۷	سیب
۱۰۴/۴	۲۹/۶	۲۷/۳	۵۶/۹	گلابی
۳۳/۸	۲۸/۵	۸۴/۳	۱۱۲/۸	زردآلو
۲۸/۰	۳۴/۲	۱۲۲/۰	۱۵۶/۲	گیلاس
۲۱/۶	۱۶/۳	۷۵/۳	۹۱/۶	هلو
۲۶/۷	۱۲/۰	۴۵/۰	۵۷/۰	انگور
۲۱/۸	۱۲/۹	۵۹/۳	۷۲/۲	آلو
۱۰۵/۳	۳۱/۹	۳۰/۳	۶۲/۲	لیمو
۳۱/۴	۸/۹	۲۸/۳	۳۷/۲	پرتقال
۵/۰	۳/۲	۶۴/۳	۶۷/۵	مرکبات کوچک
۸۵/۸	۶۲/۴	۷۲/۷	۱۳۵/۱	خیار
۳۵/۲	۱۹/۰	۵۴/۰	۷۳/۰	کدو
۴۰/۲	۲۸/۷	۷۴۱/۳	۱۰۰/۰	کاهو
۱۷۰/۰	۱۴۰/۸	۸۲/۸	۲۲۳/۶	گوجه فرنگی

مأخذ: Agra - Europem November 9,1990

۲.۲ ترجیحات تجاری

گروهی از کشورها، مانند کشورهای حوزه مدیترانه، SGP (اسپانیا، یونان و پرتغال) و کشورهای ACP (موزامبیک، ماداگاسکار، سومالی، کنیا، زیمبابوه، کامرون و ...) ترجیحات

تجاری را از اتحادیه اروپا به شکل کاهش تعرفه دریافت کرده‌اند. همان‌طور که قبلاً نیز ذکر شده است ترجیحات تجاری اعطا شده به کشورها یا گروهی از کشورها بستگی به سوابق تاریخی و روابط سیاسی این گروه از کشورها با کشورهای عضو اتحادیه اروپا دارد.<sup>۱</sup>

### ۳. تئوری تحقیق و آمار و اطلاعات مورد نیاز

درحقیقت می‌توان گفت که سیاست اتحادیه اروپا بیشتر به صورت ترجیحات تجاری است که به برخی از نواحی (یا کشورها) داده می‌شود. یکی از راههای جداسازی اثر ترجیحات اتحادیه اروپا از سایر عواملی که قابلیت رقابت یک ناحیه را تعیین می‌کنند، این است که عملیات صادرات آن ناحیه با عملیات صادرات کشورهای غیرعضو اتحادیه اروپا مقایسه و سنجیده شود. عمل صادرات یک ناحیه مشخص به بازار اتحادیه اروپا طی یک دوره زمانی ویژه را می‌توان ناشی از موارد زیر دانست:

(۱) عواملی که در قابلیت رقابت نسبی این ناحیه با دیگر کشورهای غیرعضو اتحادیه موثر است یا

(۲) رشد نسبی تقاضای واردات اتحادیه اروپا و یا

(۳) سود ترجیحی کسب شده از طریق صادرات ناحیه‌ای به بازار اتحادیه اروپا. یانگ (Yong) ۱۹۷۲ و یاتوپولوس (Yannopoulos) ۱۹۸۶، استفاده از یک روش استاندارد جهت جداکردن عوامل ۱ و ۲ یادشده را پیشنهاد می‌کنند در نتیجه عامل سوم در جزء باقیمانده ظاهر می‌شود. اولین مرحله این روند استانداردسازی دوطرفه، جداکردن اثر رشد واردات اتحادیه اروپاست از طریق تعیین سهم صادرات هر یک از نواحی در کل واردات اتحادیه اروپا از کشورهای غیرعضو. البته این سهم به تنهایی نمی‌تواند نشان‌دهنده اثر قابلیت رقابت هر ناحیه در مقایسه با دیگر صادرکنندگان غیرعضو باشد.

شاخص ترجیحی<sup>۲</sup> اتحادیه اروپا برای ناحیه  $k$  و محصول  $k$  را می‌توان از طریق نسبت سهم ناحیه  $k$  در واردات اتحادیه اروپا به سهم همان ناحیه در کل صادرات کشورهای غیرعضو اتحادیه

۱- منبع ۵۱

اروپا به کل جهان محاسبه کرد.

$$P_{ik} = m_{ik} / S_{ik} \quad (1)$$

که در فرمول فوق  $P_{ik}$  شاخص ترجیحی واردات اتحادیه اروپا برای ناحیه  $i$  و محصول  $k$ ؛  $m_{ik}$  سهم  $i$  در واردات محصول  $K$  از منابع غیر عضو اتحادیه و  $S_{ik}$  سهم  $i$  در کل صادرات محصول  $K$  است. براساس معیار فوق اگر هر دو سهم برابر باشند نشانه آن است که رشد صادرات ناحیه  $i$  تنها ناشی از قدرت تقاضای واردات اتحادیه اروپا و تغییرات در قابلیت رقابت نسبی آن ناحیه است. هرگونه افزایش صورت نسبت به مخرج، حضور عوامل دیگر بر روی تجارت را نشان می دهد که تعدادی از این عوامل ناشی از ترجیحات تجاری است. شاخصهای ترجیحی بالاتر نشاندهنده ترجیحات تجاری بالاتر برای آن ناحیه است. معیار ترجیحی رابطه (1) را به صورت زیر نیز می توان نشان داد:

$$P_{ik} = m_{ik} / M^*_{ik} \quad (2)$$

که  $M_{ik}$  واردات حقیقی اتحادیه اروپا برای محصول  $K$  از ناحیه  $i$  و  $M^*_{ik}$  نشانگر<sup>1</sup> یا جریان تجارت مورد انتظار برای محصول  $K$  از ناحیه  $i$  به بازار اتحادیه اروپاست. با این فرض این نشانگر با سهم  $i$  در کل صادرات کشورهای غیر عضو اتحادیه اروپا از محصول  $K$  مشخص می شود، داریم:

$$M^*_{ik} = S_{ik} M_{ek} \quad (3)$$

که  $M_{ek}$  کل واردات اتحادیه اروپا از محصول  $K$  از هر ضه کنندگان غیر عضو اتحادیه است. بنابراین باتوجه به روابط (2) و (3) می توان نوشت:

$$M_{ik} = P_{ik} = S_{ik} M_{ek} \quad (4)$$

واردات اتحادیه اروپا از کشورهای غیر عضو را می توان به صورت زیر نوشت:

$$M_{ek} = M_{ek} M_k \quad (5)$$

که  $M_k$  کل واردات  $K$  به وسیله اتحادیه و  $M_{ek}$  سهم کشورهای غیر عضو اتحادیه در کل واردات اتحادیه از  $K$  است. بنابراین:

$$M_{ik} = P_{ik} S_{ik} m_{ek} M_k \quad (6)$$

رابطه (6) چهار منبع مهم رشد (با کاهش) در واردات اتحادیه اروپا برای محصول  $K$  از ناحیه  $i$  در

یک دوره مشخص را تعیین می‌کند.

(۱) اثر ترجیحی ناحیه‌ای<sup>۱</sup>: ناشی از یک تغییر در ترجیحات تجاری اروپا به ناحیه  $\Delta$  برای

محصول  $k$  ( $\Delta P_{ik}$ )

(۲) اثر سهم صادرات ناحیه‌ای<sup>۲</sup>: ناشی از یک تغییر در سهم  $\Delta$  در کل صادرات کشورهای

غیر عضو از  $K$  ( $\Delta S_{ik}$ )

(۳) اثر ترجیحات کشورهای غیر عضو<sup>۳</sup>: ناشی از یک تغییر در سهم عرضه‌کنندگان

غیر عضو اتحادیه به عنوان یک گروه در کل واردات بازار اروپا از  $K$  ( $\Delta m_{ek}$ )

(۴) اثر رشد واردات<sup>۴</sup>: ناشی از یک تغییر در کل واردات اتحادیه اروپا از  $K$  ( $\Delta m_k$ ) البته اثر

پنجمی نیز وجود دارد و آن اثر برهمکنش<sup>۵</sup> است. هر یک از آثار فوق را می‌توان وسیله ثابت

نگهداشتن آثار متغیرهای دیگر دانست. تغییر در رشد واردات اتحادیه اروپا برای محصول  $K$  از

ناحیه  $i$  طی یک دوره از سال صفر تا سال  $n$  را می‌توان به صورت زیر نشان داد:

(۷) که منابع رشد واردات به صورت زیر هستند:

$\Delta m_{ik} = s^{\circ}ik m^{\circ}ek m^{\circ}k \Delta P_{ik}$  (اثر ترجیحی ناحیه‌ای)

$+ P^{\circ}ik m^{\circ}ek m^{\circ}k \Delta S_{ik}$  (اثر سهم صادرات ناحیه‌ای)

$+ P^{\circ}ik s^{\circ}ik m^{\circ}k \Delta m_{ek}$  (اثر ترجیحی کشورهای غیر عضو)

$+ P^{\circ}ik s^{\circ}ik m^{\circ}ek \Delta m^{\circ}k$  (اثر رشد صادرات)

جزء باقیمانده (اثر برهمکنش)

که جزء باقیمانده شامل موارد زیر است:

$$m^{\circ}ek M^{\circ}k \Delta p_{ik} + \Delta s_{ik} + S^{\circ}ik M^{\circ}k \Delta p_{ik} \Delta M_{ek} + s^{\circ}ik m^{\circ}ek \Delta p_{ik} \Delta m_k + p^{\circ}ik M^{\circ}k \Delta s_{ik} \Delta m_{ek}$$

$$+ P^{\circ}ik m^{\circ}ek \Delta s_{ik} \Delta m_k + p^{\circ}ik s^{\circ}ik \Delta m_{ek} \Delta m_k + s^{\circ}ik \Delta p_{ik} \Delta m_{ek} \Delta M_k$$

$$+ m^{\circ}ek \Delta p_{ik} \Delta s_{ik} \Delta m_{ik} + m^{\circ}k \Delta s_{ik} \Delta m_{ek} + \Delta p_{ik} \Delta s_{ik} \Delta m_{ek} \Delta M_k$$

1- Regional preference effect

2\_ Regoal export share effect

3- Non - Ec preference effect

4- Import growth effect

5- Interaction effect



برای این تحلیل چند منبع اصلی آمار و اطلاعات وجود دارد: (۱) تحقیقاتی که پیش از این دو محقق اسپانیایی امریکایی انجام داده‌اند؛ (۲) آمار و اطلاعات فائو برای تجارت محصولات کشاورزی و (۳) سالنامه‌های آماری سازمان ملل در زمینه تجارت. میوه و تره‌بار به ۳ گروه اصلی یعنی میوه تازه، تره‌بار تازه و تولیدات صنایع تبدیلی تقسیم شدند. ارزشهای سالانه هر گروه از محصولات طی سالهای ۱۹۷۵-۱۹۷۹ و ۱۹۸۵-۱۹۸۹ براساس واحد پول مشترک اروپا (Ecu) محاسبه و از طریق شاخص واردات کلی اتحادیه تعدیل شد. کشورهای در حال توسعه به ۹ ناحیه تقسیم شدند (پیوست ۱) که در این تقسیمبندی ایران در بخش جنوب آسیا منظور شده است. دقت شده است که در تقسیمبندی نواحی نزدیکی جغرافیایی و توافقات تجاری در نظر قرار گیرند. در این زمینه چهار ناحیه مغرب، دیگر کشورهای حوزه مدیترانه، نواحی Acp آفریقا و Acp کارائیب از اهمیت ویژه‌ای برخوردارند. کشورهای توسعه یافته به دو گروه تقسیم شده‌اند: یکی SGP (اسپانیا، یونان و پرتغال) و دیگری کشورهای توسعه یافته دیگر.

#### ۴. نتایج تجربی

نتایج تحلیل واردات اتحادیه اروپا برای محصولات باغی در جدول ۳ خلاصه شده است. لازم به یادآوری است که این جدول نتایج را برای کشورهای در حال توسعه نشان می‌دهد. چنان که جدول ۳ آمده، کل صادرات محصولات باغی کشورهای در حال توسعه به بازار اتحادیه اروپا در دوره مورد مطالعه افزایش یافته است (آخرین ستون جدول ۳). این افزایش تا حد زیادی ناشی از رشد چشمگیر در صادرات صنایع تبدیلی بوده است. همچنین، واردات اتحادیه اروپا از میوه تازه رشد داشته است.

مهمترین عامل رشد تجارت اتحادیه اروپا اثر رشد واردات است که با اثر منفی سهم عرضه‌کنندگان غیرعضو اتحادیه خنثی می‌شود. اثر منفی ترجیحات برای کشورهای غیرعضو اتحادیه برای سبزیجات تازه و همچنین برای محصولات صنایع تبدیلی حائز اهمیت است. بنابراین وجود ترجیحات منفی کوچک برای میوه تازه می‌تواند ما را به این نتیجه رهنمون باشد که صادرکنندگان غیرعضو اتحادیه اروپا قابلیت رقابت با تولیدکنندگان داخلی اتحادیه را دارند و این بویژه زمانی است که بازار اتحادیه اروپا فاقد تولید برخی محصولات است، مثلاً خرما

جدول ۳. تفکیک منابع رشد واردات محصولات باغی به وسیله اتحادیه اروپا از کشورهای درحال توسعه ۱۹۷۵-۱۹۷۹-۱۹۸۵-۱۹۸۹ (میلیون اکو ۱۹۸۵)

کل	مداخله	سهم واردات	ترجیحات غیرعضو	سهم صادرات ناحیه‌ای	ترجیحات ناحیه‌ای	(نواحی و محصولات)
-۲۰۰/۱	-۲۳/۸	۸۲/۹	-۶۰/۵	-۲۵۳/۹	۵۵/۲	کل میوه و تره‌بار مغرب
۹/۳	-۴۱/۶	۱۴۶/۵	-۷۵/۵	۲۲/۲	-۴۲/۳	دیگر کشورهای مدیترانه‌ای
-۶۰/۶	-۱۴/۱	۴۸/۱	-۲۱/۱	-۸۹/۴	۱۵/۹	Acپ آفریقا
-۵۶/۶	-۱۱/۹	۲۸/۰	-۴/۸	-۷۲/۳	۴/۴	ناحیه کارائیب
۸۰/۲	۲/۱	۲۹/۹	-۳/۶	۴۵/۶	۶/۲	آمریکای مرکزی
۳۹۴/۳	۴۹/۶	۵۴/۱	-۲۱/۲	۲۸۶/۰	۲۵/۸	برزیل - آند
۹۷/۶	۱۶/۴	۲۸/۵	-۱۶/۶	۷۱/۱	-۱/۸	آمریکای جنوبی
-۱۸/۹	-۱۴/۵	۸۹/۳	-۵۴/۱	۳۷/۳	-۷۶/۹	جنوب شرقی آسیا
۳۶/۵	-۴/۷	۱۰/۶	-۲/۶	-۱۶/۱	۴۹/۳	جنوب آسیا
۲۸۱/۷	-۴۲/۵	۵۱۷/۹	-۲۶۰/۰	۳۰/۵	۳۵/۸	کل
-۴۵/۶	-۱۶/۲	۱۷/۷	-۰/۲	-۸۷/۵	۴۰/۶	میوه تازه مغرب
-۱۲۶/۸	-۱۸/۷	۵۹/۵	-۰/۶	-۲۰۳/۴	۳۶/۴	دیگر کشورهای مدیترانه‌ای
-۲۲/۳	-۲/۱	۱۷/۴	-۰/۲	-۳۵/۸	-۱/۶	Acپ آفریقا
-۴۰/۰	-۸/۶	۲۱/۹	-۰/۲	-۷۵/۸	۲۲/۷	ناحیه کارائیب
۸۰/۲	۳/۶	۲۵/۷	-۰/۳	۴۸/۳	۲/۹	آمریکای مرکزی
۶۴/۵	-۲/۳	۱۲/۴	-۰/۱	۶۹/۵	-۲۱/۷	برزیل - آند
۱۳۲/۴	۱۳/۵	۱۲/۴	-۰/۱	۹۲/۶	۱۴/۰	آمریکای جنوبی
۷/۹	۰/۴	۳/۲	-۰/۰	۳/۴	۰/۹	جنوب شرقی آسیا
۳۶/۱	-۳/۵	۷/۸	-۰/۰	-۱۴/۳	۴۶/۲	جنوب آسیا
۸۶/۴	-۳۳/۹	۱۸۴/۸	-۱/۹	-۲۰۳/۰	۱۴	کل
-۱۴۳/۲	۳/۶	۳۸/۱	-۴۴/۱	-۱۳۲/۴	-۸/۴	تره‌بار مغرب
-۳۵/۰	-۳۲/۶	۴۱/۰	-۴۷/۴	۹۳/۴	-۸۹/۴	دیگر کشورهای مدیترانه‌ای

## ادامه جدول ۳.

کل	مداخله	سهم واردات	ترجیحات غیر عضو	سهم صادرات ناحیه‌ای	ترجیحات ناحیه‌ای	(نواحی و محصولات)
۰/۹	-۵/۵	۴/۵	-۵/۲	-۹/۵	۱۶/۶	ACP آفریقا
-۷/۳	۰/۲	۱/۷	-۲/۰	-۰/۴	-۶/۸	ناحیه کارائیب
-۰/۸	۰/۳	۱/۵	-۱/۷	-۰/۱	-۰/۲	آمریکای مرکزی
-۳/۱	۹/۱	۰/۴	-۰/۴	-۱/۷	۱۳/۹	برزیل - آند
-۳۶/۵	۱۳/۵	۲/۲	-۱۴/۱	۱۹/۹	۱۸/۲	آمریکای جنوبی
۶۹/۷	۱۰/۸	۴/۸	-۵/۵	۱۰/۸	۴۸/۸	جنوب شرقی آسیا
-۳/۴	۰/۱	۱/۴	-۱/۶	-۰/۵	-۲/۸	جنوب آسیا
-۱۵۲/۵	-۲۹/۳	۱۰۵/۶	-۱۲۲/۰	۶۰/۳	-۴۶۵	کل
						محصولات صنایع تبدیلی
-۱۱/۳	-۱۱/۲	۲۷/۱	-۱۶/۲	-۳۴/۰	۲۳/۰	مغرب
۱۷۱	۱۹/۶	۴۶/۰	-۲۷/۵	۱۳۲/۲	۱۰/۷	دیگر کشورهای
						مدیترانه‌ای
-۳۹/۲	-۶/۵	۲۶/۲	-۱۵/۷	-۴۴/۱	۰/۹	ACP آفریقا
-۹/۳	-۳/۵	۴/۴	-۲/۶	۳/۹	۱۱/۵	ناحیه کارائیب
۰/۸	-۱/۲	۲/۷	-۱/۶	-۲/۶	۳/۵	آمریکای مرکزی
۳۲۶/۷	۶۱/۰	۳۴/۵	-۲۰/۶	۲۱۸/۲	۳۳/۶	برزیل - آند
۱/۷	-۰/۶	۳/۹	-۲/۴	-۱/۶	۲/۴	آمریکای جنوبی
-۹۶/۵	-۲۵/۷	۸۱/۳	-۴۸/۶	۲۳/۱	۲۶/۶	جنوب شرقی آسیا
۳/۸	-۱/۳	۱/۴	-۰/۹	-۱/۳	۵/۹	جنوب آسیا
۳۴۷/۸	۲۰/۷	۲۷/۵	-۱۳۶/۱	۲۹۳/۸	-۵۸/۱	کل

مأخذ: منبع ۱

یکی از آنهاست که در داخل بازار اتحادیه تولید نمی‌شود، و یا محصولاتی که غیرفصل تولید، وارد این بازار می‌شوند.

وجود اثر منفی ترجیحات تجاری برای محصولات صنایع تبدیلی چندان تعجب‌آور نیست چرا که کشورهای عضو اتحادیه اروپا برای این محصولات حقوق گمرکی بالایی وضع می‌کنند و یارانه‌های بالایی نیز به صنایع تبدیلی داخلی می‌پردازند.

در ایران و هند و سریلانکا که این دو در بخش جنوب آسیا قرار دارند، واردات رشد مثبتی را در زمینه تره‌بار تجربه کرده‌اند. همچنین اثر مثبت ترجیحات ناحیه‌ای نیز در مورد این منطقه حائز اهمیت است. ولی منفی بودن اثر سهم صادرات ناحیه‌ای که نشان از کاهش سهم این ناحیه در صادرات تره‌بار دارد می‌تواند روی رشد واردات نیز اثر بگذارد.

با مقایسه بین گروه‌های محصولات صنایع تبدیلی، جنوب آسیا از نظر ترجیحات ناحیه‌ای نیز از بیشترین رشد برخوردار بوده است. (عدد ۵/۹ در ستون اول) در میان نواحی نه‌گانه فوق، نواحی برزیل - آندو آمریکای مرکزی در کل صادرات محصولات باغی به بازار اتحادیه اروپا بیشترین افزایش را داشته‌اند. در هر یک از این نواحی، اثر سهم صادرات ناحیه‌ای (یعنی اثر ناشی از افزایش سهم صادرات) عامل اصلی رشد صادرات بوده است که از مقدار اثر رشد واردات پیشی گرفته است که این نشانه معیندار بودن رشد عامل عرضه محلی یا عوامل تولید محلی است بویژه آنکه اثر ترجیحات ناحیه‌ای در این نواحی منفی بوده است. در مورد منطقه جنوب آسیا وضع بدین منوال نیست چرا که اثر سهم صادرات ناحیه‌ای منفی است و بیشتر افزایش، ناشی از اثر ترجیحات ناحیه‌ای و رشد واردات است.

از طرفی مناطقی مانند جنوب آسیا و ایران با گسترش صادرات خود می‌توانند شاخص ترجیحی خود را به میزان بیشتری افزایش دهند، یعنی سهم صادرات خود را بالاتر ببرند. با توجه به ستون آخر جدول ۳ مشاهده می‌شود که بیشترین افزایش در صادرات محصولات باغی کشورهای درحال توسعه به بازار اتحادیه اروپا، به محصولات صنایع تبدیلی مربوط بوده است و در این مورد تنها نواحی برزیل، آندو کشورهای مدیترانه‌ای سهم بالایی داشته‌اند در حالی که ایران و سایر کشورهای منطقه جنوب آسیا از این افزایش صادرات تنها سهمی در حدود چهار درصد را به خود اختصاص داده‌اند.

##### ۵. نتیجه‌گیری و پیشنهادها

این تحقیق مبتنی بر هیچ‌گونه آزمون آماری نیست اما عواملی که روی واردات محصولات باغی اتحادیه اروپا موثر است را مشخص می‌کند. رشد صادرات محصولات باغی کشورهای درحال توسعه، از جمله ایران، تا حد زیادی بستگی به رشد و واردات بازار اتحادیه اروپا دارد که این اثر

رشد واردات برای منطقه‌ای که ایران را نیز شامل می‌شود (جنوب آسیا)، مثبت است. از آنجا که رشد واردات خود به‌طور مستقیم به رشد درآمد بستگی دارد، افزایش آینده صادرات میوه و تره‌بار کشورهای در حال توسعه تا حد زیادی به رشد اقتصادی کشورهای عضو اتحادیه اروپا وابسته خواهد بود.

نکته درخور توجه دیگر این است: در صورتی که مقررات مرزی اتحادیه اروپا برداشته شود (به خصوص آن دسته مقرراتی که سبزیجات تازه و محصولات صنایع تبدیلی را شامل می‌شوند) صادرات این محصولات به بازار اتحادیه اروپا افزایش چشمگیری خواهد یافت. اختلافات بزرگی که در کار صادرات بین کشورهای در حال توسعه دیده شود نشان از تأثیر عوامل مؤثر بر عرضه محلی صادرات است. این خود به معنی این است که برای ترویج صادرات محصولات باغی در کشورهایی که از این صادرات سهم کوچکی دارند (مانند ایران) باید در سیاستهای اقتصادی آنان اصلاحاتی صورت گیرد که می‌تواند به صورتهای تأسیسات زیربنایی، خدمات حمل و نقل منظم، عملیات دقیق بازاریابی، کمکهای مالی و افزایش استانداردهای کیفی محصولات باشد.

سرانجام با توجه به نتایج به دست آمده می‌توان پیشنهاد کرد که کشورهای در حال توسعه از جمله ایران با استفاده کارآمدتر از عوامل تولید در مورد محصولات کشاورزی از یک سو و توسعه صادرات از سوی دیگر، بخصوص در مورد محصولات صنایع تبدیلی، سهم خود را در بازار اتحادیه اروپا افزایش دهند تا از این طریق از تجارت با اتحادیه اروپا سود درخور توجهی کسب کنند.

## منابع

1. Batistuta R.M. and Alvarez - hque, "Sources of EC horticultural import growth from developing countries". Agr. Ecn 10(1994) 125-141.
2. Nurma.M., "Growth in horticultural trade: Japan's market for developing countries". Agr, 9 (1993) 37-51.
3. Konandreas, P. and Hurtade, H. "Analysis of trade flows i the International wheat market." Can.J. Agric. Ecn. 26 (1978): 11-23.
4. مروری بر شکل‌گیری و تحولات جامعه اقتصادی اروپا، موسسه مطالعات و پژوهشهای بازرگانی، ۱۳۷۴.
5. دولوقاجار، محمدرضا، سیاست مشترک کشاورزی جامعه اقتصادی اروپا، تقسیم جهانی کار و آینده بازار مشترک، تحلیل و بازسازی سیاستهای اروپایی، ترجمه، انتشارات دانشگاه تهران ۱۳۷۴.

## پیوست

تعریف نواحی:

مغرب: مراکش الجزایر

دیگر کشورهای مدیترانه‌ای: ترکیه، اسرائیل، یوگسلاوی، مصر، اردن ACP آفریقا: موزامبیک، ماداگاسکار، سومالی، کنیا، زیمبابوه، کامرون

ناحیه کارائیب، دومینیک، گرانادا، جامائیکا، سورینام، ولز

آمریکای مرکزی: مکزیک، گواتمالا، هندوراس، نیکاراگوئه، پاناما، کستاریکا

برزیل - آند: برزیل، کلمبیا، ونزوئلا، اکوادور، پرو

آمریکای جنوبی: آرژانتین، اروگوئه، شیلی

جنوب شرقی آسیا: تایلند، فیلیپین، اندونزی، مالزی، تایوان، چین، هنگ‌کنگ

جنوب آسیا: ایران، هند، سریلانکا

