

اقتصاد کشاورزی و توسعه، سال ۲۸، شماره ۱۱۰، تابستان ۱۳۹۹

DOI: 10.30490/aead.2020.279971.1048

## بررسی اثر عضویت ایران در موافقت‌نامه‌های تجاری بر صادرات پسته ایران

میلاد امینی‌زاده<sup>۱</sup>، حامد رفیعی<sup>۲</sup>، سیدعباس زارع<sup>۳</sup>، مطهره کیبوتبار<sup>۴</sup>، اتابک کاظم‌پور<sup>۵</sup>

تاریخ دریافت: ۱۳۹۷/۷/۱۲ تاریخ پذیرش: ۱۳۹۸/۳/۱۱

### چکیده

به‌طور کلی، موافقت‌نامه‌های تجاری با کاهش هزینه‌های تجاری و افزایش ایمنی قراردادهای نقشی مؤثر در کاهش موانع تجارت دارند. ایران در دو موافقت‌نامه تجاری نظام جهانی ترجیحات تجاری (GSTP) و سازمان همکاری‌های اقتصادی (ECO) حضور دارد. با

---

۱- دانشجوی دکتری اقتصاد کشاورزی، دانشگاه فردوسی مشهد، ایران.

(milad.aminizadeh@mail.um.ac.ir)

۲- نویسنده مسئول و استادیار اقتصاد کشاورزی، دانشگاه تهران، تهران، ایران. (hamedrafiee@ut.ac.ir)

۳- دانشجوی کارشناسی ارشد اقتصاد کشاورزی، دانشگاه تهران، تهران، ایران. (abbas.zare95@ut.ac.ir)

۴- دانشجوی کارشناسی ارشد اقتصاد کشاورزی، دانشگاه تهران، تهران، ایران. (m.kaboudtabar@ut.ac.ir)

۵- دانشجوی دکتری اقتصاد کشاورزی، دانشگاه تهران، تهران، ایران. (kazempoor.atabak@ut.ac.ir)

وجود این باور عمومی مبنی بر اثر مثبت حضور در موافقت‌نامه‌های تجاری بر جریان تجاری کشورها، در واقع، هیچ ضمانتی برای این اثر در همه کشورها و کالاها وجود ندارد. از این‌رو، با توجه به اهمیت صادرات پسته برای ایران، هدف مطالعه حاضر بررسی اثرات حضور ایران در موافقت‌نامه‌های تجاری بر صادرات پسته بود. بدین منظور، از الگوی جاذبه و داده‌های صادرات پسته در سال‌های ۲۰۰۱ تا ۲۰۱۶ استفاده شد. بر اساس نتایج مطالعه، عضویت ایران در موافقت‌نامه‌های تجاری اثری مثبت و معنی‌دار (۰/۳۸۰) بر صادرات پسته کشور داشته است. از این‌رو، پیشنهاد می‌شود که شرکت‌های صادرات پسته ایران، با بهره‌گیری از فرصت‌های پدیدآمده از حضور کشورمان در این موافقت‌نامه‌های تجاری، با اتخاذ سیاست‌ها و راهبردهای مناسب بازاریابی، در راستای افزایش صادرات پسته ایران به دیگر کشورها و شرکای تجاری عضو این موافقت‌نامه‌ها گام بردارند.

**کلیدواژه‌ها:** موافقت‌نامه تجاری، الگوی جاذبه، پسته، ایران.

طبقه‌بندی JEL: Q17, F53, C33

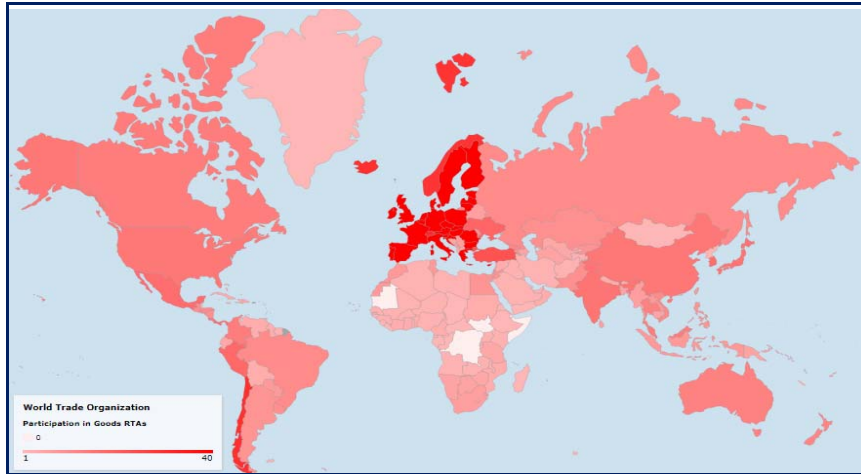
#### مقدمه

تجارت بین‌الملل نقش اساسی در فرآیند پیشرفت و توسعه اقتصادی کشورها دارد و یک منبع مهم درآمدی به‌شمار می‌رود که افزون بر رونق کسب‌وکار و تولید داخلی، منجر به ایجاد اشتغال می‌شود. ارتباطات تجاری و اقتصادی کشورها به ایجاد منافع از قبیل دستیابی به افزایش سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی، تخصصی شدن تولید کالاها داخلی و کارآیی بالاتر و صرفه‌های مقیاس در فرآیند تولید می‌انجامد (Vanhnalat et al., 2015). بر همین اساس، سازمان تجارت جهانی<sup>۱</sup> همواره بر ایجاد موافقت‌نامه‌های تجاری به عنوان یکی از راه‌های دستیابی به آزادسازی تجاری چندجانبه تأکید داشته است (Bagwell and Staiger, 2004).

---

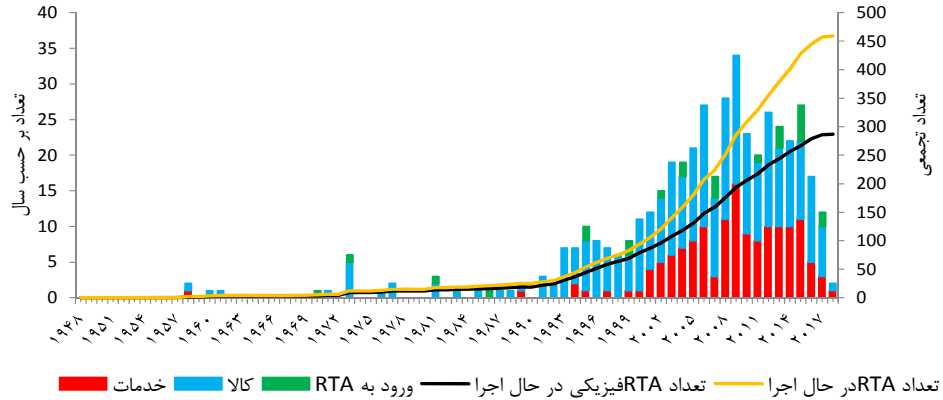
1. World Trade Organization (WTO)

حضور در موافقت‌نامه‌های تجاری دلایل اقتصادی، سیاسی و اجتماعی دارد و کشورها با اهداف مختلف تمایل به حضور در موافقت‌نامه‌های تجاری دارند. از منظر اقتصادی، کشورهای کوچک‌تر حضور در این‌گونه موافقت‌نامه‌ها را راهی برای دستیابی به بازارهای بزرگ‌تر و ایمن‌تر می‌دانند، چراکه حضور در توافق‌نامه‌ها می‌تواند افزون بر کاهش هزینه‌های تجارت مانند هزینه‌های مرتبط با قراردادها و دریافت اطلاعات، موجب افزایش امنیت قراردادها میان صادرکنندگان و واردکنندگان شود. افزون بر دلایل اقتصادی یادشده، امتیازهای سیاسی موجود در موافقت‌نامه‌ها موجب ترغیب کشورها به حضور در موافقت‌نامه‌های تجاری شده است. عضویت در موافقت‌نامه‌های تجاری به‌ویژه برای کشورهای در حال توسعه بسیار اهمیت دارد، زیرا موانع زیادی بر سر راه تجارت بین‌الملل این کشورهاست، که می‌توان با حضور در توافق‌نامه‌ها آنها را کاهش داد. به دیگر سخن، ایجاد موافقت‌نامه‌های تجاری می‌تواند گامی مؤثر در راستای کاهش موانع تجارت و در نتیجه، توسعه جریان تجاری میان کشورهای در حال توسعه و توسعه‌یافته باشد (Sagheb, 2006). با همه مزایای پیش‌گفته برای توافق‌نامه‌های تجاری، به گزارش بانک جهانی (World Bank., 2005)، حضور در یک موافقت‌نامه تجاری تضمینی برای موفقیت یک کشور در حوزه توسعه تجارت در شبکه جهانی نیست و اثر منفی یا مثبت موافقت‌نامه‌ها بر تجارت کشورها بستگی به نحوه طراحی و اجرای آن توسط کشورها دارد. به همین دلیل، مطالعات تجربی متعدد بر عدم اثر مثبت آن اشاره داشته‌اند. با این همه، یک دیدگاه کلی مبنی بر اثر مثبت موافقت‌نامه‌های تجاری بر مؤلفه‌های تجارت کشورها وجود دارد؛ و از این‌رو، بسیاری از کشورها اقدام به حضور در موافقت‌نامه‌های تجاری می‌کنند. نمودار ۱ گسترده‌گی موافقت‌نامه‌های تجاری کالا در سال ۲۰۱۸ را نشان می‌دهد، نمایانگر آنکه کشورهای اتحادیه اروپا بیشترین میزان توافق‌نامه‌ها را به خود اختصاص داده‌اند، در حالی که کمترین میزان حضور کشورها در توافق‌نامه‌های تجاری مربوط به کشورهای منطقه غرب آسیا و آفریقا است (WTO, 2018). نمودار ۲ بیانگر آن است که هر سال، موافقت‌نامه‌های تجاری متعدد میان کشورها وضع شده که از سال ۲۰۰۰ بدین‌سو، رشدی فزاینده و چشمگیر داشته است، نمایانگر آنکه کشورهای مختلف به اهمیت ایجاد موافقت‌نامه‌های تجاری بیش از پیش پی برده و بدان اقدام کرده‌اند. بر این اساس، تعداد موافقت‌نامه‌های تجاری مادی در حال اجرا از نزدیک به صد موافقت‌نامه در سال ۲۰۰۰ به حدود سی صد قرارداد در سال ۲۰۱۸ رسیده است (WTO, 2018).



منبع: سازمان تجارت جهانی (WTO, 2018)

نمودار ۱- گستردگی موافقت‌نامه‌های تجاری میان کشورها



منبع: سازمان تجارت جهانی (WTO, 2018)

نمودار ۲- تعداد موافقت‌نامه‌های تجاری منطقه‌ای (RTA)<sup>۱</sup>

1. Regional Trade Agreement

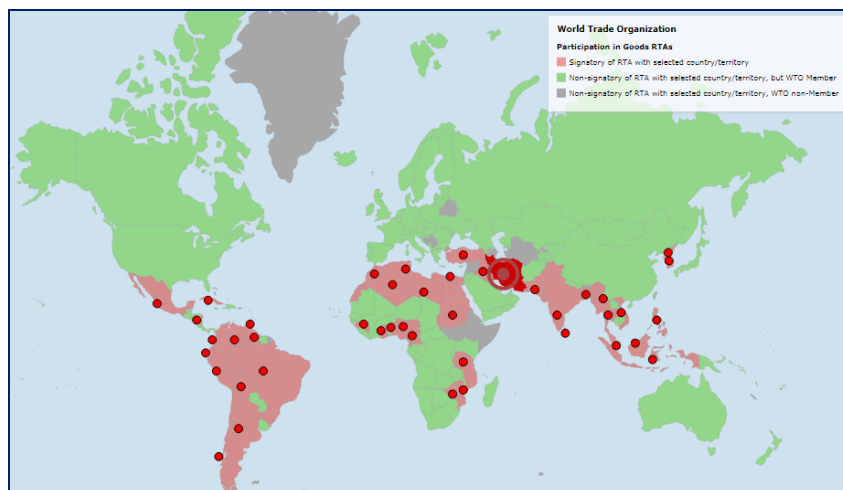
بر اساس اطلاعات سازمان تجارت جهانی (WTO, 2018)، ایران همانند دیگر کشورهای غرب آسیا در تعداد کمی از موافقت‌نامه‌های تجاری حضور دارد، به گونه‌ای که در حال حاضر، ایران تنها در دو موافقت‌نامه تجاری سازمان همکاری‌های اقتصادی (ECO)<sup>۱</sup> و نظام جهانی ترجیحات تجاری (GSTP)<sup>۲</sup> حضور دارد. سازمان همکاری‌های اقتصادی در سال ۱۹۶۴، با مشارکت ایران، ترکیه و پاکستان، پایه‌گذاری شد و هدف آن رفع موانع تجاری به منظور افزایش تجارت و ایجاد توسعه اقتصادی پایدار در کشورهای عضو است. معاهده نظام جهانی ترجیحات تجاری نیز در سال ۱۹۸۸، با هدف توسعه حجم تجارت در کشورهای در حال توسعه، ایجاد شد. نمودار ۳ نشان‌دهنده دیگر کشورهای عضو در موافقت‌نامه‌های تجاری ECO و GSTP است. بر این اساس، می‌توان به سادگی دریافت که عمده کشورهای عضو این موافقت‌نامه‌ها را کشورهای آسیا، آمریکای لاتین و آفریقا تشکیل می‌دهند.<sup>۳</sup>

---

#### 1. Economic Cooperation Organization

#### 2. Global System of Trade Preferences

۳- کشورهای عضو نظام جهانی ترجیحات تجاری (GSTP): ایران، الجزایر، آرژانتین، بنگلادش، بنین، بولیوی، برزیل، کامرون، شیلی، کلمبیا، کوبا، اکوادور، مصر، غنا، گینه، گویان، هند، اندونزی، عراق، کره جنوبی، لیبی، مالزی، مکزیک، مراکش، موزامبیک، میانمار، نیکاراگوئه، نیجریه، پاکستان، پرو، فیلیپین، سنگاپور، سری لانکا، سودان، تانزانیا، تایلند، ترینیداد و توباگو، تونس، ونزوئلا، بولیواریان، ویتنام، زیمبابوه. کشورهای عضو موافقت‌نامه تجاری سازمان همکاری‌های اقتصادی (ECO): ایران، ترکیه، پاکستان. شایان یادآوری است که کشورهای افغانستان، آذربایجان، قزاقستان، قرقیزستان، تاجیکستان، ترکمنستان و ازبکستان نیز به عنوان اعضای توافق‌نامه ECO مطرح شده‌اند؛ ولی در سازمان جهانی تجارت، به دلیل عدم امضای توافق‌نامه، لحاظ نشده‌اند؛ و از این رو، پژوهش حاضر متغیر موافقت‌نامه تجاری را بر اساس تقسیم‌بندی سازمان تجارت جهانی در نظر گرفته است.



منبع: سازمان تجارت جهانی (WTO, 2018)

### نمودار ۳- موافقت‌نامه‌های تجاری میان ایران و دیگر کشورها

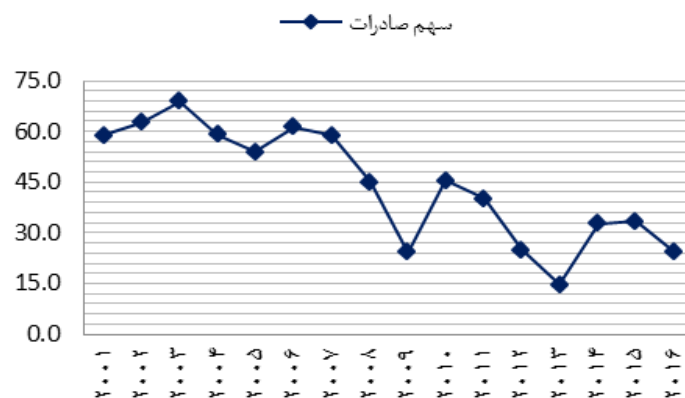
اساس موافقت‌نامه‌های تجاری سهولت در تجارت از طریق کاهش موانع تجاری در میان کشورهاست؛ با این همه، تردیدهایی در جامعیت منافع آنها وجود دارد. به دیگر سخن، این پرسش مطرح است که «آیا وجود موافقت‌نامه‌های تجاری موجب افزایش تجارت در همه کشورها و کالاها شده است؟». به باور فولپونی و انگلر (Fulponi and Engler, 2013)، با وجود اثرگذاری مثبت موافقت‌نامه‌های تجاری بر جریان کلی تجارت کشورها، اثر این مؤلفه برای یک کشور یا محصول خاص نامعلوم است و به منظور طراحی سیاست‌ها و برنامه‌های بازاریابی مؤثر، ضرورت دارد که اثر موافقت‌نامه‌های تجاری بر اساس محصول و کشور ارزیابی شود.

پسته یکی از مهم‌ترین محصولات صادراتی بخش کشاورزی ایران است که در راستای تحقق برنامه‌های توسعه مبنی بر افزایش صادرات غیرنفتی به‌عنوان یکی از منابع مهم ارزآور در کشور شناخته می‌شود (Aminizadeh et al., 2014). بر اساس اطلاعات سازمان خواربار و کشاورزی (FAO, 2018)، سهم صادراتی ایران در سال‌های اخیر با کاهش چشمگیر روبه‌رو بوده، به گونه‌ای که سهم ایران از صادرات پسته به بازار جهانی از حدود شصت درصد در سال

۲۰۰۱ به کمتر از سی درصد در سال ۲۰۱۶ رسیده (نمودار ۴) و از قدرت صادراتی ایران کاسته شده است. هرچند، بخشی از این کاهش صادرات را می‌توان به کاهش تولید در سال‌های مختلف مربوط دانست، اما در سال‌هایی که تولید پسته ایران روند افزایشی هم داشته، میزان صادرات ایران افزایش نیافته است (نمودار ۵). بر این اساس، می‌توان گفت که موانع تجاری پیشروی صادرکنندگان دلیلی محتمل بر کاهش صادرات ایران است. از این‌رو، پژوهش‌های گوناگون در ایران به بررسی عوامل تقویت‌کننده و تضعیف‌کننده صادرات پسته کشور پرداختند. بر پایه ارزیابی انجام‌شده، از جمله عوامل دارای اثر مثبت و معنی‌دار بر صادرات پسته ایران عبارت‌اند از تولید ناخالص داخلی کشورهای واردکننده (Ashkturab, 2011; Mortazavi et al., 2011)، افزایش قیمت داخلی پسته (Mortazavi et al., 2011)، نرخ رسمی ارز (-Biria and Jabal-Amjadi et al., 2010)، کشورهای با درآمد بالا (Amjadi et al., 2010)، میزان تولید داخلی (Ameli, 2006)، کشورهای با درآمد سرانه شرکای تجاری (Biria and Jabal-Ameli, 2006; Mohammadi, 2013)، و درآمد شرکای تجاری (Mohammadi, 2013; Pishbahar et al., 2013)، و از جمله عوامل دارای اثر منفی و معنی‌دار بر صادرات پسته ایران عبارت‌اند از نوسان‌های نرخ ارز (Mortazavi et al., 2011)، سم آفلاتوکسین (Abdollahi Ezzatabadi, 2010; Pishbahar et al., 2013; Zheng et al., 2012; Ashkturab, 2011)، فاصله بین ایران و شرکای تجاری (Scoppola et al., 2018)، تولید پسته دیگر کشورها (Mohammadi, 2013)، و کاهش ارزش پول کشورهای واردکننده پسته (Karbasi, 2015).

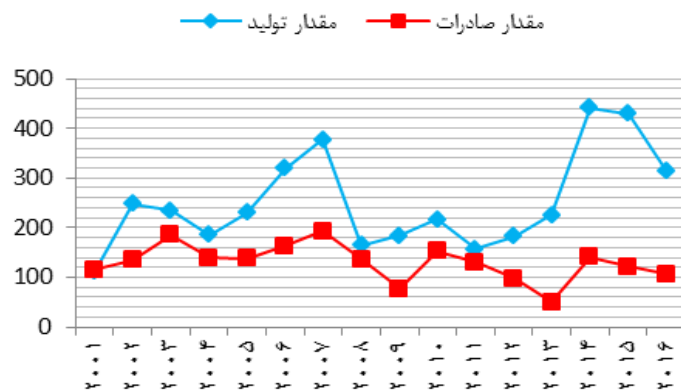
هرچند، حضور در موافقت‌نامه‌های تجاری یکی از راهکارهای موجود در راستای رفع موانع تجاری است، ولی تاکنون مطالعه‌ای به ارزیابی این موضوع نپرداخته است. البته در برخی از مطالعات داخلی پیشین (Toosi et al., 2011)، به بررسی اثر موافقت‌نامه‌های تجاری بر حجم کل تجارت محصولات کشاورزی ایران پرداخته شد، که نتایج آن حاکی از اثر مثبت و معنی‌دار این موافقت‌نامه‌ها بود. از این‌رو، به دلیل نبود پژوهشی مستقل در خصوص صادرات پسته، بررسی این موضوع که «آیا توافق‌نامه‌های تجاری صورت گرفته اثری مثبت بر صادرات پسته ایران

به شرکای تجاری خود داشته است؟» ضروری می‌نماید، چراکه در صورت مثبت بودن پاسخ این پرسش، با اقدام به حضور در موافقت‌نامه‌های تجاری و اتخاذ سیاست‌ها و برنامه‌های بازاریابی هدفمند، می‌توان شرایط مناسب برای توسعه صادرات پسته ایران را فراهم آورد.



منبع: سازمان خواربار و کشاورزی (FAO, 2018)

نمودار ۴- سهم صادرات پسته ایران



منبع: سازمان خواربار و کشاورزی (FAO, 2018)

نمودار ۵- مقدار تولید و صادرات پسته ایران



در پژوهش‌های گوناگون، اثر موافقت‌نامه‌های تجاری بر صادرات کشورها به‌ویژه صادرات محصولات کشاورزی ارزیابی شده، که خلاصه آن در جدول ۱ آمده است. مطالعات صورت گرفته گویای درستی ادعای فولپونی و انگلر (Fulponi and Engler, 2013) مبنی بر اثرات مختلف موافقت‌نامه‌های تجاری بر صادرات محصولات بخش کشاورزی است. ویلسون و اوتسوکي (Wilson and Otsuki, 2002)، با استفاده از الگوی جاذبه و داده‌های ۲۱ کشور صادرکننده و یازده کشور واردکننده موز، به ارزیابی عوامل مؤثر بر صادرات این محصول پرداختند؛ نتایج نشان داد که حضور کشورهای صادرکننده و واردکننده موز در یک موافقت‌نامه تجاری اثری مثبت و معنی‌دار بر تجارت این محصول دارد. همچنین، شفرد و ویلسون (Shepherd and Wilson, 2013)، با استفاده از الگوی جاذبه، عوامل مؤثر بر صادرات هفده گروه محصولات کشاورزی را ارزیابی کردند؛ نتایج نشان داد که حضور صادرکنندگان و واردکنندگان در یک توافق‌نامه بر صادرات شش گروه کالایی اثر مثبت و معنی‌دار داشته، در حالی که بر صادرات دو گروه کالایی اثر منفی و معنی‌دار و بر صادرات نه گروه کالایی دیگر اثر معنی‌دار نداشته است. تران و همکاران (Tran et al., 2014) نیز با برآورد الگوی جاذبه، به ارزیابی عوامل مؤثر بر صادرات هفت گروه محصولات دامی پرداختند و نتایج نشان داد که موافقت‌نامه‌های تجاری اثرات مختلف بر هر گروه محصولات داشته است. با بررسی نتایج مطالعات یادشده، می‌توان گفت که حضور در یک موافقت‌نامه تجاری نمی‌تواند تضمین‌کننده افزایش صادرات برای همه گروه‌های کالایی باشد.

با وجود انجام مطالعات مختلف در راستای ارزیابی اثر موافقت‌نامه‌های تجاری بر صادرات محصولات انفرادی ایران، تاکنون مطالعه‌ای تجربی در ایران، به‌ویژه برای محصول پسته به‌عنوان یکی از مهم‌ترین محصولات صادراتی بخش کشاورزی کشور صورت نگرفته و تنها در مطالعات اندکی، به ارزیابی تأثیر این مؤلفه بر صادرات کل کشاورزی پرداخته شده است. بر پایه نتایج مشابه مطالعات مقدسی و رحیمی (Moghaddasi and Rahimi, 2012) و طوسی و همکاران (Toosi et al., 2011)، حضور در موافقت‌نامه‌های تجاری اثر مثبت و

معنی‌دار بر صادرات کشاورزی ایران داشته است. از این‌رو، با تحلیل اثر حضور ایران در موافقت‌نامه‌های تجاری بر صادرات محصولات کشاورزی مهم مانند پسته، می‌توان به انتخاب برنامه‌ها و سیاست‌های مناسب برای پیشبرد اهداف صادراتی همانند تلاش برای حضور در موافقت‌نامه‌های تجاری و ایجاد سازوکارهای مورد نیاز برای بهره‌مندی از تسهیلات موجود در آن کمکی شایان توجه کرد، چراکه تاکنون به‌طور جدی، اثرگذاری حضور در توافق‌نامه‌های تجاری بر صادرات محصولات کشاورزی ایران مورد بررسی قرار نگرفته است و با وجود پیامدهای مثبت آن برای صادرات کلی بخش کشاورزی ایران، اطلاعات جامع در خصوص فهرست محصولات با اثرپذیری مثبت و منفی وجود ندارد. بر همین اساس، پژوهش حاضر به دنبال پاسخ بدین پرسش است که «آیا توافق‌نامه‌های تجاری بر صادرات پسته ایران به شرکای تجاری عمده اثر مثبت داشته یا اینکه حضور در این موافقت‌نامه‌ها موجب افزایش صادرات پسته نشده است؟». با پاسخ بدین پرسش می‌توان دریچه‌ای به روی سیاست‌گذاران گشود تا به بررسی‌هایی با هدف تعیین میزان اثرگذاری حضور ایران در توافق‌نامه‌ها و تعیین فرصت‌ها و چالش‌های پیش روی صادرکنندگان پردازند. از این‌رو، هدف پژوهش حاضر ارزیابی اثر موافقت‌نامه‌های تجاری بر صادرات پسته ایران به شرکای تجاری است.

**جدول ۱- خلاصه‌ای از مطالعات تجربی**

مطالعه	محصول	مثبت		منفی	
		معنی‌دار	غیر معنی‌دار	معنی‌دار	غیر معنی‌دار
ویلسون و اوتسوکي (Wilson and Otsuki, 2002)	موز	✓			
کریم (Kareem, 2016)	ماهی		✓	✓	✓
ناتاله و همکاران (Natale et al., 2015)	آبزیان	✓	✓		
شفرد و ویلسون (Shepherd and Wilson, 2013)	۱۷ گروه محصولات	✓	✓	✓	✓
تران و همکاران (Tran et al., 2014)	محصولات دامی	✓	✓	✓	✓
اسکوپولا و همکاران (Scoppola et al., 2018)	کل صادرات کشاورزی	✓	✓		✓
مقدسی و رحیمی (Moghaddasi and Rahimi, 2012)	کل صادرات کشاورزی	✓			
طوسی و همکاران (Toosi et al., 2011)	کل صادرات کشاورزی	✓			

منبع: یافته‌های تحقیق

**مواد و روش‌ها**

الگوی تجربی مورد استفاده در مطالعه پیش رو الگوی جاذبه<sup>۱</sup> است که نخستین بار، براساس قانون جاذبه نیوتن، توسط تینبرگن (Tinbergen, 1962) برای تحلیل جریان‌های تجاری بین‌المللی مورد استفاده قرار گرفت. امروزه، به دلیل توانمندی بالای الگوی جاذبه در ارزیابی مؤلفه‌های اثرگذار بر جریان تجاری کشورها، این الگو به ابزاری مهم برای محققان تبدیل شده است. پژوهش‌های بسیاری مانند انوار و انگوین (Anwar and Nguyen, 2011)، شفرد و ویلسون (Shepherd and Wilson, 2013)، فراساسو (Fracasso, 2014)، ماژیککی‌یف

1 Gravity model

و همکاران (Mazhikeyev et al., 2015)، پادل و بورک (Paudel and Burke, 2015)، با استفاده از این الگو، به ارزیابی اثر موافقت‌نامه‌های تجاری بر تجارت میان کشورها پرداختند. از این‌رو، در پژوهش حاضر، به‌منظور بررسی اثر حضور ایران در موافقت‌نامه‌های تجاری بر صادرات پسته از این الگو استفاده شده است. الگوی پایه جاذبه تینبرگن به‌صورت رابطه (۱) تعریف می‌شود:

$$T_{ij} = \alpha_0 Y_i^{\alpha_1} Y_j^{\alpha_2} D_{ij}^{\alpha_3} \quad (1)$$

که در آن،  $T_{ij}$  سطح تجارت بین دو کشور  $i$  و  $j$ ،  $Y_i$  تولید ناخالص داخلی کشور  $i$ ،  $Y_j$  تولید ناخالص داخلی کشور  $j$  و  $D_{ij}$  فاصله بین دو کشور است. شایان یادآوری است که الگوی پایه همواره بر اساس اهداف مطالعات با تغییراتی روبه‌رو شده است. الگوی تجربی پژوهش حاضر در رابطه (۲) ارائه شده است:

$$\ln(\text{Export}) = C + \beta_1 \ln(\text{Income}) + \beta_2 \ln(\text{Population}) + \beta_3 \ln(\text{Distance}) + \beta_4 \ln(\text{IncomeDifference}) + D_1 \text{HighIncome} + D_2 \text{RTA} + \varepsilon_{ij} \quad (2)$$

که در آن،  $\text{Export}$  صادرات پسته ایران به شرکای تجاری آسیایی است. متغیرهای  $\text{Income}$  و  $\text{Population}$ ، به‌ترتیب، درآمد سرانه و جمعیت کشورهای واردکننده پسته ایران، متغیر  $\text{Distance}$  فاصله جغرافیایی میان ایران و شرکای تجاری و متغیر  $\text{IncomeDifference}$  تفاوت اقتصادی بین دو کشور است. در پژوهش حاضر، تفاوت اقتصادی از تفاوت درآمد سرانه دو کشور به‌دست آمده است (Caporale et al., 2015). همچنین، متغیر  $\text{HighIncome}$  نشان‌دهنده شرکای تجاری پردرآمد است؛ این متغیر به‌صورت مجازی وارد الگو شده، به‌گونه‌ای که بر اساس تقسیم‌بندی بانک جهانی (World Bank, 2018)، به شرکای تجاری پردرآمد عدد یک و به شرکای تجاری کم‌درآمد عدد صفر اختصاص داده شده است. متغیر  $\text{RTA}$  معرف عضویت در توافق‌نامه‌های تجاری است؛ این متغیر به‌صورت مجازی وارد شده است که بر این اساس، اگر ایران و شریک تجاری آن به‌طور همزمان در یک موافقت‌نامه تجاری حضور داشته باشند، عدد یک و اگر این دو کشور به‌طور همزمان در یک موافقت‌نامه تجاری حضور نداشته

بررسی اثر عضویت ایران در.....

باشند، عدد صفر را به خود می‌گیرد. منابع دریافت اطلاعات متغیرهای وابسته و توضیحی و علامت مورد انتظار متغیرهای توضیحی در جدول ۲ آمده است.

**جدول ۲. معرفی متغیرهای وابسته و توضیحی**

منابع اطلاعات	علامت مورد انتظار	متغیر	متغیر وابسته
گمرک جمهوری اسلامی ایران	.....	صادرات پسته	متغیر وابسته
بانک جهانی (World Bank, 2018)	+	درآمد واردکننده	پیوسته
بانک جهانی (World Bank, 2018)	+	جمعیت واردکننده	پیوسته
محاسبات محققین	- / +	تفاوت درآمد سرانه	پیوسته
مرکز مطالعات و داده‌های بین‌المللی (CEPII, 2018)	-	فاصله	پیوسته
بانک جهانی (World Bank, 2018)	+	کشورهای پردرآمد	مجازی
سازمان تجارت جهانی (WTO, 2018)	- / +	موافقت‌نامه تجاری	مجازی

منبع: یافته‌های تحقیق

در پژوهش حاضر، نمونه مورد مطالعه شامل ۴۲ کشور واردکننده محصول پسته ایران است (استرالیا، بحرین، بلژیک، بلغارستان، کانادا، چین، قبرس، جمهوری چک، مصر، فرانسه، آلمان، یونان، هنگ‌کنگ، مجارستان، هند، عراق، ایتالیا، ژاپن، اردن، قزاقستان، کویت، لبنان، لوزامبورگ، مالزی، مکزیک، هلند، پاکستان، لهستان، قطر، رومانی، روسیه، عربستان سعودی، اسلواکی، اسپانیا، سوئد، سوئیس، سوریه، تونس، ترکیه، ترکمنستان، امارات متحده عربی، انگلستان) که بر اساس آمار گمرک جمهوری اسلامی ایران، در دوره زمانی ۲۰۰۱ تا ۲۰۱۶، به‌طور میانگین، بیش از نود درصد از صادرات ایران را به خود اختصاص داده‌اند (IRICA, 2018). در این میان، ایران تنها با ده کشور (مصر، هند، عراق، قزاقستان، مالزی، مکزیک، پاکستان، تونس، ترکیه و ترکمنستان) در توافق‌نامه‌های تجاری مشترک حضور داشته است که در سال ۲۰۱۶، نزدیک به سی درصد صادرات پسته ایران را به خود اختصاص داده‌اند. از آنجا که اطلاعات سال‌های پیش

از ۲۰۰۱ شماری از شرکای تجاری ایران در دست نبود، ناگزیر مبدأ تحلیل سال ۲۰۰۱ قرار گرفت. همچنین، برای برآورد نتایج از بسته نرم‌افزاری STATA14 استفاده شده است.

### نتایج و بحث

یکی از آزمون‌هایی که باید در هنگام تحلیل‌های رگرسیونی کنترل و بررسی شود، آزمون هم‌خطی بین متغیرهای توضیحی است که از طریق آماره‌های عامل تورم واریانس<sup>۱</sup> و تولرانس<sup>۲</sup> بررسی شده است. از آنجا که مقدار عددی آماره عامل تورم واریانس کمتر از عدد ده است، هیچ‌کدام از متغیرهای توضیحی با یکدیگر هم‌خطی ندارند.

#### جدول ۳- نتایج آزمون هم‌خطی VIF

1/VIF	VIF	متغیر
۰/۱۵	۶/۴۶	درآمد سرانه شرکای تجاری
۰/۵۵	۱/۸۲	جمعیت شرکای تجاری
۰/۱۷	۵/۷۷	تفاوت اقتصادی
۰/۶۳	۱/۵۸	فاصله جغرافیایی
۰/۲۱	۴/۷۸	کشورهای پردرآمد
۰/۴۴	۲/۲۵	موافقت‌نامه تجاری
۳/۷۸		میانگین VIF

منبع: یافته‌های تحقیق

پیش از برآورد نتایج، برای دستیابی به ضرایب قابل اعتماد و اجتناب از برآورد رگرسیون کاذب، باید ایستایی متغیرها بررسی شود. بررسی و ارزیابی آزمون ایستایی با استفاده از آزمون فیشر<sup>۳</sup> صورت گرفت، که نتایج آن در جدول ۴ آمده است. نتایج بیانگر رد فرض صفر مبنی بر وجود ریشه واحد و ایستایی کلیه متغیرهای پیوسته مورد استفاده در الگو است.

1. Variance Inflation Factor (VIF)

2. tolerance

3. Fisher test

**جدول ۴- نتایج آزمون ایستایی با استفاده از آزمون فیشر**

متغیر	مقدار آماره	سطح معنی داری
میزان صادرات پسته ایران به شرکای تجاری	۱۳/۶۰۵	۰/۰۰۰
درآمد سرانه شرکای تجاری	۹/۷۳۹	۰/۰۰۰
جمعیت شرکای تجاری	۱۷/۵۴۳	۰/۰۰۰
تفاوت اقتصادی	۸/۱۱۱	۰/۰۰۰

منبع: یافته‌های تحقیق

نتایج الگوی جاذبه و آزمون‌های تشخیص برآورد الگو در جدول ۵ ارائه شده است. نتایج آزمون‌های چاو و هاسمن بیانگر بالاتر بودن کارایی برآورد الگو به صورت روش اثرات ثابت است؛ همچنین، درآمد سرانه شرکای تجاری اثری مثبت بر صادرات پسته ایران دارد، که این اثر در سطح یک درصد معنی دار است. به دیگر سخن، افزایش درآمد کشورهای واردکننده پسته موجب افزایش تقاضا و واردات این گروه از کشورها شده است. نتیجه به دست آمده همسو با نتیجه پژوهش پیش‌بهار و همکاران (Pishbahar et al., 2013) مبنی بر نقش مهم درآمد سرانه کشورهای واردکننده پسته ایران در افزایش صادرات این محصول است. بر اساس نتایج تحقیق، جمعیت شرکای تجاری که بیانگر بزرگی بازار هدف است، اثری مثبت و معنی دار بر صادرات پسته ایران دارد؛ افزایش جمعیت کشورهای واردکننده موجب افزایش تقاضا برای محصول پسته شده، که نتیجه آن افزایش واردات پسته است. همچنین، تفاوت اقتصادی ایران و شرکای تجاری اثری مثبت و معنی دار بر صادرات پسته ایران دارد. از آنجا که این شاخص از تفاوت درآمد سرانه به دست آمده است، می‌توان گفت که کشورهای برخوردار از شرایط اقتصادی بهتر نسبت به ایران بیشتر واردکننده پسته ایران هستند. نتایج به دست آمده از پژوهش حاضر با نتایج پژوهش کوچک‌زاده و مهرابی بشرآبادی (Koochakzadeh and Mehrabi Boshrbadi, 2014)، مبنی بر اثر مثبت و معنی دار تفاوت درآمدی بر صادرات پسته ایران، سازگار است. همچنین، بر پایه نتایج به دست آمده، مطابق نظریه الگوی جاذبه، فاصله جغرافیایی بین ایران و شرکای تجاری آن یکی از موانع صادرات پسته

است؛ زیرا فاصله بیشتر منجر به هزینه‌های حمل‌ونقل بیشتر می‌شود و بازارهای دوردست جذابیت کمتری برای صادرات محصول دارند؛ و در صورت برابری شرایط، کشورهای نزدیک‌تر ارجحیت بیشتری دارند. نتایج نشان می‌دهد که وجود کشورهای پردرآمد اثری مثبت و معنی‌دار بر صادرات پسته دارد. از آنجا که پسته از محصولات لوکس بخش کشاورزی به‌شمار می‌رود و در مقایسه با عمده محصولات کشاورزی، میزان ارزش به‌حجم آن بیشتر است و تضمین‌کننده امنیت غذایی نیست، در الگوی مصرف و واردات کشورهای پردرآمد جای دارد.

جدول ۵- نتایج الگوی جاذبه

متغیر	ضریب	انحراف معیار	آماره t	سطح معنی‌داری
درآمد سرانه شرکای تجاری	۰/۰۴۴	۰/۰۱۲	۳/۵۹	۰/۰۰۰
جمعیت شرکای تجاری	۰/۰۷۴	۰/۰۳۱	۵/۰۷	۰/۰۱۷
تفاوت اقتصادی	۰/۰۱۹	۰/۰۰۸	۲/۳۰	۰/۰۲۱
فاصله جغرافیایی	-۰/۱۰۹	۰/۰۱۸	-۶/۱۸	۰/۰۰۰
کشورهای پردرآمد	۰/۴۲۷	۰/۱۲۰	۳/۵۵	۰/۰۰۰
موافقت‌نامه تجاری	۰/۳۸۰	۰/۰۸۳	۴/۵۶	۰/۰۰۰
جزء ثابت	۰/۶۰۷	۰/۳۲۶	۱/۸۶	۰/۰۶۲
ضریب تعیین		۰/۷۷		
آزمون چاو		۴۲/۴۳		(۰/۰۰۰)
آزمون هاسمن		۱۰/۷۶		(۰/۰۱۳)

منبع: یافته‌های تحقیق

هدف اصلی پژوهش حاضر ارزیابی اثر موافقت‌نامه تجاری بر صادرات پسته ایران بوده است. نتایج به‌دست آمده بیانگر آن است که طبق انتظار، موافقت‌نامه‌های تجاری اثری مثبت و معنی‌دار بر صادرات پسته ایران داشته است. به‌دیگر سخن، عضویت ایران و شرکای تجاری واردکننده پسته در یک توافق‌نامه تجاری موجب افزایش صادرات پسته ایران به شرکای تجاری آن شده است. نتایج پژوهش حاضر همسو با نتایج پژوهش‌های ویلسون و



اوتسوکی (Wilson and Otsuki, 2002)، شفرد و ویلسون (Shepherd and Wilson, 2013)، تران و همکاران (Tran et al., 2014) و ناتاله و همکاران (Natale et al., 2015) در ادبیات تجارت بین‌الملل است، زیرا این پژوهش‌ها نیز نشان دادند که حضور کشورهای صادرکننده و واردکننده محصولات کشاورزی در موافقت‌نامه‌های تجاری، به دلیل کاهش هزینه‌های تجاری، موجب افزایش تجارت میان آنها می‌شود. به دیگر سخن، عضویت در موافقت‌نامه‌ها برای افزایش و توسعه صادرات پسته اثرگذار بوده است. از این رو، می‌توان گفت که با توجه به نتایج به‌دست آمده، عضویت در شمار بیشتری از موافقت‌نامه‌های تجاری می‌تواند نقش تعیین‌کننده در صادرات پسته ایران به شرکای تجاری آن داشته باشد.

### نتیجه‌گیری و پیشنهادها

عضویت در موافقت‌نامه‌های تجاری، به دلیل دستیابی به بازارهای بزرگ‌تر و ایمن‌تر، از اهمیت فراوان به‌ویژه برای کشورهای در حال توسعه برخوردار است. از این رو، بسیاری از کشورهای در حال توسعه، به‌منظور کاستن از موانع تجاری، می‌کوشند که در موافقت‌نامه‌های تجاری حضور داشته باشند. با وجود اثرگذاری مثبت موافقت‌نامه‌های تجاری بر جریان تجاری کشورها، بر اساس نتایج پژوهش‌های تجربی، حضور در این‌گونه موافقت‌نامه‌ها نمی‌تواند تضمینی برای افزایش صادرات همه گروه‌های محصولات باشد. بر این اساس، ضرورت دارد که اثر موافقت‌نامه‌های تجاری به‌صورت ویژه برای محصولات و کشورهای مختلف مورد ارزیابی قرار گیرد. با توجه به اهمیت صادرات پسته برای ایران، هدف پژوهش حاضر ارزیابی اثر حضور ایران در موافقت‌نامه‌های تجاری (ECO و GSTP) بر صادرات پسته ایران به شرکای تجاری آن است. برای دستیابی به اهداف پژوهش، از الگوی جاذبه و داده‌های صادرات پسته ایران برای دوره زمانی ۲۰۰۱ تا ۲۰۱۶ استفاده شده است. نتایج به‌دست آمده بیانگر این موضوع است که حضور ایران در موافقت‌نامه‌های تجاری اثری مثبت و معنی‌دار بر صادرات پسته کشور داشته است. بنابراین، پیشنهاد می‌شود که: (۱) اقدامات مناسب و ظرفیت‌های لازم برای حضور

ایران در شمار بیشتری از موافقت‌نامه‌های تجاری صورت گیرد. بر این اساس، می‌توان از ظرفیت‌های موجود در کشورهای عضو توافق‌نامه برای کاستن از موانع تجاری و افزودن بر صادرات پسته ایران بهره جست؛ ۲) با اتخاذ راهبرد و برنامه‌های بازاریابی مناسب، از ظرفیت‌های بازاری کشورهای عضو در دو موافقت‌نامه تجاری سازمان همکاری‌های اقتصادی (ECO)<sup>۱</sup> و نظام جهانی ترجیحات تجاری (GSTP) استفاده شود؛ به دیگر سخن، صادرکنندگان، با بهره‌برداری از ظرفیت‌هایی که این دو موافقت‌نامه تجاری برای معرفی محصول پسته در اختیار آنها قرار داده است و نیز با شناسایی بازارهای جدید، اقدام به صادرات این محصول کنند. این اقدام می‌تواند منجر به ایجاد درآمد پایدارتری از صادرات پسته در بلندمدت شود؛ ۳) در نهایت، لازم است که هم‌ارز با مطالعات کلان، اثرگذاری توافق‌نامه‌ها و ابعاد مختلف آن (قوت‌ها، ضعف‌ها، فرصت‌ها و تهدیدها) در سطح خرد و از منظر صادرکنندگان بررسی شود تا با تحلیلی جامع از ابعاد و اثرگذاری موافقت‌نامه‌های تجاری در سطوح خرد و کلان، پیشنهادهای سیاستی کاربردی به صادرکنندگان ارائه شود.

#### منابع

1. Abdollahi Ezzatabadi, M. (2010). An investigation of the role of Aflatoxin in the instability of pistachio market and measuring WTP for reducing contamination. *Iranian Journal of Agricultural Economics and Development Research*, 2: 159-169. (Persian)
2. Aminizadeh, M., Rafiee, H., Riahi, A. and Mehrparvar Hosseini, E. (2014). Pattern of competitiveness of the world premier pistachio exporters in Iran's importing market. *Agricultural Economics*, 8(2): 41-68. (Persian)
3. Amjadi, A, Mohammadzadeh, R. and Barikani, A. (2010). Determining target market of Iran's pistachio and date export using export demand model and screening method. *Agricultural Economics and Development*, 18: 193-220. (Persian)
4. Anwar, S. and Nguyen, I.P. (2011). Foreign direct investment and trade: the case of Vietnam. *Research in International Business and Finance*, 25: 39-52.

---

1. Economic Cooperation Organization

5. Ashkturab, N. (2011). Investigating effective factors on demand function of Iranian export pistachio. *Master's Thesis*, Ferdowsi University of Mashhad. (Persian)
6. Bagwell, K. and Staiger, R.W. (2004). Multilateral trade negotiations, bilateral opportunism and the rules of GATT/WTO. *Journal of International Economics*, 63: 1-29.
7. Biria, S. and Jabal-Ameli, F. (2006). The effective factors in exporting pistachio, saffron and dates in Iran's non-oil export commodities basket, 1991-2001. *Agricultural Economics and Development*, 14(54): 85-102. (Persian)
8. Caporale, G.M., Sova, A. and Sova, R. (2015). Trade flows and trade specialisation: the case of China. *China Economic Review*, 34: 261-273.
9. CEPIL. (2018). Cepii database. Centre d'Etudes Prospectives et d'Informations Internationales (CEPII). Available at <http://www.cepii.fr/>.
10. FAO (2018). FAO statistics and data. Food and Agriculture Organization (FAO). Available at <http://www.fao.org/faostat/en/#data/bc>.
11. Fracasso, A. (2014). A gravity model of virtual water trade. *Ecological Economics*, 108: 215-228.
12. Fulponi, L. and Engler, A. (2013). The impact of regional trade agreements on Chilean fruit exports. Available at [https://www.oecd-ilibrary.org/agriculture-and-food/the-impact-of-regional-trade-agreements-on-chilean-fruit-exports\\_5k3z0kd43z5f-en](https://www.oecd-ilibrary.org/agriculture-and-food/the-impact-of-regional-trade-agreements-on-chilean-fruit-exports_5k3z0kd43z5f-en)
13. IRICA (2018). IRICA database. Islamic Republic of Iran Customers Administration (IRICA). Available at <http://www.irica.gov.ir/portal/home/>. (Persian)
14. Karbasi, A. (2015). Estimating the export demand function of Iran's pistachio in selected destination markets. *Journal of Agricultural Economics Research*, 7: 91-112. (Persian)
15. Kareem, O.I. (2016). Food safety regulations and fish trade: evidence from European Union-Africa trade relations. *Journal of Commodity Markets*, 2: 18-25.
16. Koochakzadeh, A. and Mehrabi Boshrbadi, H. (2014). Effect of exchange rate uncertainty on trade of agricultural products in Iran (case study: pistachio, dates, raisins and walnuts). *Agricultural Economics and Development*, 22: 109-125. (Persian)
17. Mazhikeyev, A., Edwards, T.H. and Rizov, M. (2015). Openness and isolation: the trade performance of the former Soviet Central Asian Countries. *International Business Review*, 24: 935-947.

18. Moghaddasi, R. and Rahimi, R. (2012). The effects of free trade agreements on agricultural bilateral trade in ECO countries. *Journal of Financial Economics*, 5: 9-22. (persian)
19. Mohammadi, H.A. (2013). Assessment of effective factors on supply and demand of Iran's pistachios export (vector auto regression approach). *Journal of Agricultural Economics*, 7: 23-42. (Persian)
20. Mortazavi, S.A., Zamani, O., Noori, M. and Nader, H. (2011). Investigation of effect of exchange rate volatility on Iran's pistachio export. *Iranian Journal of Agricultural Economics and Development Research*, 25: 347-354. (Persian)
21. Natale, F., Borrello, A. and Motova, A. (2015). Analysis of the determinants of international seafood trade using a gravity model. *Marine Policy*, 60: 98-106.
22. Paudel, R.C. and Burke, P.J. (2015). Exchange rate policy and export performance in a landlocked developing country: the case of Nepal. *Journal of Asian Economics*, 38: 55-63.
23. Pishbahar, A., Dashti, Gh., Zohouri Kahnamouei, R., Raheli, H. and Hosseinzad, J. (2013). Analyzing affective economic factors on demand export of Iran's pistachio. *Agricultural Economics and Development*, 21: 1-17. (Persian)
24. Sagheb, H.A. (2006). The effects of establishing preferential tariffs among the members of D8 Group on Iranian agricultural trade. *Agricultural Economics and Development*, 55: 91-120. (Persian)
25. Scoppola, M., Raimondi, V. and Olper, A. (2018). The impact of EU trade preferences on the extensive and intensive margins of agricultural and food products. *Agricultural Economics*, 49: 251-263.
26. Shepherd, B. and Wilson, N.L. (2013). Product standards and developing country agricultural exports: the case of the European Union. *Food Policy*, 42: 1-10.
27. Tinbergen, J. (1962). *Shaping the world economy; suggestions for an international economic policy*. New York: The Twentieth Century Fund.
28. Toosi, M., Moghaddasi, R., Yazdani, S. and Ahmadian, M. (2011). Regionalism and Iran's agricultural trade promotion in Economic Cooperation Organization (ECO). *Agricultural Economics*, 4: 131-157. (Persian)
29. Tran, N., Nguyen, A. and Wilson, N.L. (2014). The differential effects of food safety regulations on animal products trade: the case of crustacean product trade. *Agribusiness*, 30: 31-45.

30. Vanhnalat, B., Phonvisay, A. and Sengsourivong, B. (2015). Assessment of the effect of free trade agreements on exports of Laos. *International Journal of Economics and Financial Issues*, 5: 365-376.
31. Wilson, J. and Otsuki, T. (2002). To spray or not to spray? Pesticides, banana exports, and food safety. The World Bank.
32. World Bank (2018). World Bank database. Available at <https://data.worldbank.org/>.
33. World Bank (2005). Global economic prospects: trade, regionalism, and development. World Bank: The International Bank for Reconstruction and Development.
34. WTO (2018). WTO database. World Trade Organization (WTO). Available at <http://rtais.wto.org/ui/publicmaintainrtahome.aspx>.
35. Zheng, Z., Saghaeian, S.H. and Reed, M.R. (2012). Factors affecting the export demand for US pistachios. *International Food and Agribusiness Management Review*, 15: 139.

