

قیمت های صادراتی ایران چه در کوتاه مدت و چه در بلندمدت می گذارد و لذا با سیاست گذاری مناسب و متفاوت برای دوره های افزایش و یاکاهش قیمت های رقیب در کوتاه و بلندمدت، ایران می تواند اثرات نامطلوب این انتقال را به حداقل برساند.

جدول ۴-۵۵- نتیجه آزمون انتقال قیمت بازار صادراتی انگور

آماره	توضیح	انتقال در کوتاه مدت	انتقال قیمت در بلندمدت
آماره نرمال	مقدار آماره برآوردی	۶/۰۹۳	۸/۰۰۸
مجانبی	سطح احتمال	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰
آماره والد	مقدار آماره برآوردی	۳۷/۱۲۸	۶۴/۱۲۳
	سطح احتمال	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰
نتیجه		نامتقارن	نامتقارن

مأخذ: یافته های مطالعه

#### ۴-۲۳- پیش بینی قیمت های واقعی صادراتی انگور ایران

در ادامه با استفاده از روش های اقتصادسنجی تک متغیره و چندمتغیره پیش بینی قیمت های واقعی و اسمی صادراتی انگور ایران تا پایان برنامه ششم توسعه و تحت سناریوهای وجود تحریم و عدم وجود تحریم انجام شد. براین اساس روش های AR، MA، ARIMA و VECM برآورد شده و پیش بینی ها براساس آن انجام گرفت. نتایج پیش بینی روش های تک متغیره نشان داد که مناسب ترین الگو براساس خطای درون و برون نمونه ای روش ARIMAX(2,2) می باشد و در مقایسه با روش چند متغیره (ARDL) نیز، مشخص شده رهیافت ARIMAX(2,2) نتایج مناسب تری ارائه می نمایند. لذا در نهایت پیش بینی براساس روش ARIMAX(2,2) انجام گرفته است.

جدول ۴-۵۶- انتخاب روش مناسب برای پیش بینی قیمت‌های صادراتی

ARDL	ARIMAX(2,2)	MAX(2)	ARX(2)	نوع خطا
۶/۴۸	۱/۶۹	۴/۳۳	۸/۵۹	خطای درون نمونه‌ای
۸/۳۲	۶/۲۰	۸/۶۳	۹/۳۱	خطای برون نمونه‌ای
۳	۱	۲	۴	رتبه الگو برای پیش بینی

مأخذ: یافته‌های مطالعه

نتایج پیش‌بینی در نهایت با وجود تحریم‌ها نشان می‌دهد که قیمت‌های اسمی انگور در سال ۱۳۹۵ معادل ۳/۱۰۷ دلار پیش‌بینی می‌شود که با توجه به شاخص‌های قیمت پیش‌بینی شده، قیمت‌های واقعی (به ثابت سال ۱۳۸۳) معادل ۱/۵۶۵ دلار خواهد بود. همچنین تا سال ۱۳۹۹ نیز قیمت‌های اسمی انگور به ۳/۴۸۴ دلار افزایش خواهد یافت اما قیمت‌های واقعی با توجه به رشد شاخص‌های قیمت صادراتی به ۱/۵۶۰ دلار به ثابت سال ۱۳۸۳ خواهد رسید که نشان از آن دارد که از ابتدا تا انتهای برنامه ششم توسعه، رشد قیمت‌های اسمی به میزان ۱۲/۱۳ درصد و رشد قیمت‌های واقعی نیز به میزان ۰/۳۲- درصد خواهد بود که نشان از کاهش واقعی قیمت‌های صادراتی دارد. اما نتایج بیانگر آن است که با رفع تحریم‌ها، در سال ۱۳۹۵، قیمت‌های اسمی انگور ۲/۵۵۱ دلار در سال ۱۳۹۵ (ابتدای برنامه ششم) و ۲/۸۵۹ دلار در سال ۱۳۹۹ (انتهای برنامه ششم توسعه) پیش‌بینی می‌شود. لذا قیمت‌های اسمی رشدی معادل ۱۲/۰۷ درصد در ابتدا تا انتهای برنامه ششم خواهد داشت. اما قیمت‌های واقعی مجدداً روندی کاهشی داشته است بطوریکه رشد قیمت‌های واقعی در ابتدا و انتهای برنامه توسعه ۰/۳۸۹- درصد خواهد بود و از ۱/۲۸۵ دلار در سال ۱۳۹۵ به ۱/۲۸۰ دلار در سال ۱۳۹۹ پیش‌بینی می‌شود.

جدول ۴-۵۷- نتایج پیش بینی قیمت‌های صادراتی واقعی و اسمی در دو سناریوی وجود و عدم وجود تحریم

با لغو تحریم		با وجود تحریم		سال
به قیمت اسمی	به قیمت ثابت ۸۳	به قیمت اسمی	به قیمت ثابت ۸۳	
۲,۵۵۱	۱,۲۸۵	۳,۱۰۷	۱,۵۶۵	۱۳۹۵
۲,۸۳۶	۱,۳۹۸	۳,۴۰۴	۱,۶۷۸	۱۳۹۶
۲,۹۴۴	۱,۳۹۷	۳,۵۳۴	۱,۶۷۷	۱۳۹۷
۲,۹۲۴	۱,۳۳۸	۳,۵۳۶	۱,۶۱۸	۱۳۹۸
۲,۸۵۹	۱,۲۸۰	۳,۴۸۴	۱,۵۶	۱۳۹۹

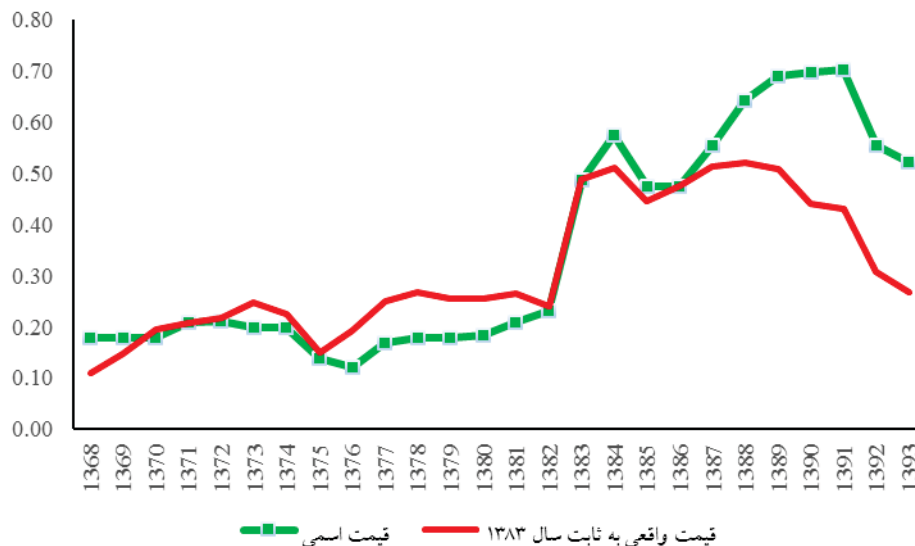
مأخذ: یافته‌های مطالعه

لازم به ذکر است که افزایش قیمت‌های واقعی و اسمی در دوره تشدید تحریم‌ها نکته غیرقابل انتظاری نیست. چرا روند نموداری هم نشان داد که قیمت‌های واقعی ایران در بازار جهانی انگور پس از تشدید تحریم‌ها افزایش یافته است. اما نکته دیگری هم پیشتر نشان داده شد که با تشدید تحریم‌ها و افزایش قیمت‌های واقعی ایران در بازارهای جهانی، رشد سالانه مقادیر صادراتی ایران نسبت به دوره پیش از تحریم‌ها افت کرده و در نتیجه هرچند دوره تشدید تحریم‌ها هرچند به لحاظ قیمتی منجر به افزایش قیمت‌های صادراتی ایران شده اما رشد سالانه صادرات ایران در بازارهای جهانی را کند کرده است. بطوریکه رشد سالانه صادرات ایران در بازارهای جهانی از میانگین ۷۰/۰۳۸ به ۲۵/۳۹ درصد در دوره تشدید تحریم‌ها رسیده است و میانگین قیمت‌های واقعی صادراتی نیز در همین دو دوره از ۰/۷۶۴ دلار به ۱/۲۶۲ دلار رسیده است.

#### ۴-۲۴- محصول پرتقال

##### ۴-۲۴-۱- تحلیل روند قیمت های اسمی و واقعی صادرات پرتقال ایران

در نمودار ۴-۵۷ روند اسمی و ثابت قیمت های صادراتی پرتقال مشاهده می شود. همان گونه که مشخص است، هرچند روند قیمت های اسمی از سال ۱۳۹۱ نزولی شده است، روند قیمت های واقعی پرتقال ایران به قیمت های ثابت سال ۱۳۸۳، بویژه در سال های اخیر افت قابل توجهی داشته و روند مشخص نزولی طی سال های ۱۳۸۸ به بعد کاملاً مشخص است. یکی از مهم ترین دلایل این افت قیمت، کاهش قیمت های همزمان جهانی بوده است. بطوریکه قیمت کشور مسلط بر بازار و بزرگترین صادرکننده پرتقال در جهان (اسپانیا) نیز در سال های بیان شده، روندی نزولی داشته است و از ۰/۷۴ دلار در سال ۲۰۰۹ به ۰/۶۰ دلار در سال ۲۰۱۴ رسیده است. لازم به ذکر است که آثار افت قیمت های جهانی در قیمت های ایران نمود بیشتری پیدا کرده است که به دلیل جریان انتقال نامتقارن قیمت ها است که در ادامه توضیح داده خواهد شد. همچنین دلایل دیگری برای روند فعلی قیمت های ایران وجود دارد که در قسمت های نموداری، اقتصادسنجی و رهیافت AHP توضیح داده خواهد شد.



نمودار ۴-۵۷- روند قیمت های صادراتی اسمی و واقعی محصول پرتقال ایران

در ادامه در جدول ۴-۵۸ مشخص است که میانگین قیمت اسمی پرتقال صادراتی ایران ۰/۳۵ دلار بوده در حالی که در مورد قیمت واقعی پرتقال به قیمت ثابت سال ۱۳۸۳، این میانگین قیمت ۰/۵۲ دلار می باشد. این در حالی است که حداقل قیمت اسمی و ثابت پرتقال صادراتی ایران به ترتیب ۰/۱۲ و ۰/۱۱ دلار بوده است. همچنین حداکثر قیمت اسمی و ثابت پرتقال صادراتی ایران به ترتیب ۰/۷۰ و ۰/۵۲ دلار تجربه شده است. در نهایت در مورد مقادیر صادراتی پرتقال ایران به بازارهای جهانی نیز، حداقل و حداکثر مقادیر صادراتی به ترتیب ۱۹۰۵/۴۹ و ۲۵۴۵۸/۵۱ تن و میانگین میزان صادرات نیز برای سال های مورد بررسی ۱۲۴۱۰/۷۷ تن بوده است. همان گونه که مشخص است، بیشترین ضریب نوسان مربوط به قیمت های اسمی صادرات و کمترین نوسان نیز به قیمت های ثابت پرتقال صادراتی ایران مربوط می باشد. لذا صادرکنندگان ایرانی بیشتر با ریسک مقادیر صادرات مواجه هستند تا ریسک قیمت های صادراتی.

جدول ۴-۵۸- تحلیل معیارهای قیمت اسمی و ثابت صادراتی و مقادیر صادرات پرتقال ایران

مقدار صادرات-تن	قیمت ثابت- دلار	قیمت اسمی- دلار	معیارها
۱۹۰۵,۴۹	۰,۱۱	۰,۱۲	حداقل
۲۵۴۵۸,۵۱	۰,۵۲	۰,۷۰	حداکثر
۱۲۴۱۰,۷۷	۰,۳۱	۰,۳۵	میانگین
۸۴۴۵,۸۰	۰,۱۳	۰,۲۱	انحراف معیار
۰,۶۸	۰,۴۲	۰,۵۹	ضریب نوسان

مأخذ: یافته های مطالعه

اما بررسی وضعیت کشور مسلط بر بازارهای جهانی یعنی اسپانیا نیز نشان می دهد که میانگین قیمت اسمی پرتقال صادراتی اسپانیا ۰/۶۴ دلار بوده در حالی که در مورد قیمت واقعی پرتقال به قیمت ثابت سال ۲۰۰۴، این میانگین قیمت ۰/۶۹ دلار می باشد. این در حالی است که حداقل قیمت اسمی و ثابت پرتقال صادراتی اسپانیا به ترتیب ۰/۴۱ و ۰/۵۹ دلار بوده است. همچنین حداکثر قیمت اسمی و ثابت پرتقال صادراتی اسپانیا به ترتیب ۰/۹۵ و ۰/۸۲ دلار تجربه شده است. در نهایت در مورد مقادیر صادراتی پرتقال اسپانیا به بازارهای جهانی نیز،

حداقل و حداکثر مقادیر صادراتی به ترتیب  $989873/00$  و  $1811409/00$  تن و میانگین میزان صادرات نیز برای سال‌های مورد بررسی  $1347251/96$  تن بوده است. همان‌گونه که مشخص است، بیشترین ضریب نوسان مربوط به مقادیر صادرات و کمترین نوسان نیز به قیمت‌های ثابت پرتقال صادراتی اسپانیا مربوط می‌باشد. اما نکته قابل توجه آن است که ضریب نوسان برای قیمت‌ها و مقادیر صادرات اسپانیا بسیار کمتر از ضریب نوسان برای ایران بوده است و لذا اسپانیا ثبات قیمت‌ها و ثبات مقادیر صادرات بسیار مناسب‌تری نسبت به ایران برخوردار است.

جدول ۴-۵۹- تحلیل معیارهای قیمت اسمی و ثابت صادراتی کشور مسلط

مقدار صادرات-تن	قیمت ثابت-دلار	قیمت اسمی-دلار	معیارها
989873,00	0,59	0,41	حداقل
1811409,00	0,82	0,95	حداکثر
1347251,96	0,69	0,64	میانگین
189593,44	0,06	0,17	انحراف معیار
0,14	0,09	0,27	ضریب نوسان

مأخذ: یافته‌های مطالعه

#### ۴-۲۴-۲- تحلیل دوره‌های تشدید تحریم‌ها نسبت به دوره‌های پیش از آن

اما تحلیل مقادیر قیمت و مقدار صادرات طی دوره‌های تشدید تحریم و قبل از آن نشان می‌دهد که میانگین قیمت ثابت در دوره‌های تحریم بیش از دوره‌های پیش از تحریم بوده است ولی مقادیر صادرات در دوره پس از تحریم نسبت به دوره پیش از تحریم کاهش یافته است اما این نکته به معنی مناسب‌تر بودن سال‌های تحریم نیست. به این دلیل که در جدول ۴-۶۰ نشان داده شده است که قیمت‌های واقعی صادراتی ایران در سال‌های بعد از تشدید تحریم‌ها نسبت به سال‌های پیش از آن بطور میانگین از  $0/232$  به  $0/441$  دلار رسیده و لذا رشدی معادل ۹۰ درصد داشته در حالیکه مقادیر صادراتی نه تنها رشدی مثبت نداشته بلکه معادل  $54/5$  درصد رشد منفی را تجربه کرده است. لذا افزایش قیمت‌های ایران در نهایت منجر به کاهش میزان صادرات ایران شده

و این در حالی است که اسپانیا در همین دوره با کاهش قیمت های صادراتی واقعی خود به میزان ۰/۷۲ درصد، در مقدار صادرات خود رشدی معادل ۱۱/۸ درصد داشته است. البته لازم به ذکر است که از سال ۱۳۹۱ نه تنها قیمت های واقعی صادراتی نزولی است، بلکه سهم صادرات ایران نیز در حال افول است و این نامناسب ترین وضعیت را برای آینده صادرات پرتقال رقم خواهد زد. علاوه بر کاهش مقادیر صادرات، مشخص است که نوسان مقادیر صادراتی بسیار افزایش یافته و لذا ریسک مقادیر صادرات صادرکنندگان ایرانی با تشدید تحریم ها افزایش یافته است. این در حالی است که اسپانیا با کاهش ناچیز قیمت های صادراتی خود سهم بسیار مناسبی از بازار را کسب کرده است. همچنین ثبات قیمت های صادراتی و مقادیر صادراتی پیش و پس از تشدید تحریم ها نوسان بسیار اندکی نسبت به وضعیت مشابه برای ایران داشته است. همچنین نوسان قیمت های صادراتی اسپانیا در دوره تشدید تحریم ها علیه ایران، بهبود و کاهش یافته است. رشد میانگین سالانه قیمت و مقدار صادراتی ایران در دوره قبل و پس از تشدید تحریم ها کاهش یافته است این در حالی است که رشد میانگین سالانه مقادیر صادراتی اسپانیا هرچند اندکی کاهش یافته اما قیمت های صادراتی ایران کشور میانگین رشد سالانه مثبتی را نشان می دهد.

جدول ۴-۶۰- تحلیل مقادیر قیمت و مقدار صادرات ایران در سال های قبل و بعد از تشدید تحریم ها

پس از تشدید تحریم		پیش از تشدید تحریم		معیارها
مقادیر صادراتی - تن	قیمت ثابت - دلار	مقادیر صادراتی - تن	قیمت ثابت - دلار	
۱۹۰۵,۴۸۶	۰,۲۶۸	۳۰۶۹,۴۱۳	۰,۱۱۰	حداقل
۲۰۱۱۳,۹۹۳	۰,۵۱۹	۲۵۴۵۸,۵۱۱	۰,۴۸۷	حداکثر
۷۳۹۳,۷۷۹	۰,۴۴۱	۱۶۲۶۹,۹۹۲	۰,۲۳۲	میانگین
۷۰۸۸,۲۶۸	۰,۰۸۸	۷۴۸۲,۱۱۲	۰,۰۸۲	انحراف معیار
۰,۹۵۹	۰,۱۹۸	۰,۴۶۰	۰,۳۵۵	ضریب نوسان

مأخذ: یافته های مطالعه

جدول ۴-۶۱- تحلیل مقادیر قیمت و مقدار صادرات اسپانیا در سال های قبل و بعد از تشدید تحریم های ایران

پس از تشدید تحریم		پیش از تشدید تحریم		معیارها
مقادیر صادراتی- تن	قیمت ثابت- دلار	مقادیر صادراتی- تن	قیمت ثابت- دلار	
۱۱۱۶۲۷۴,۰۰۰	۰,۶۰۴	۹۸۹۸۷۳,۰۰۰	۰,۵۸۹	حداقل
۱۸۱۱۴۰۹,۰۰۰	۰,۷۵۰	۱۵۰۴۰۹۴,۰۰۰	۰,۸۲۲	حداکثر
۱۴۴۵۱۹۲,۱۱۱	۰,۶۸۹	۱۲۹۲۱۶۰,۶۲۵	۰,۶۹۴	میانگین
۲۲۲۹۵۶,۴۲۵	۰,۰۵۰	۱۴۸۳۵۲,۷۸۲	۰,۰۶۸	انحراف معیار
۰,۱۵۴	۰,۰۷۳	۰,۱۱۵	۰,۰۹۸	ضریب نوسان

مأخذ: یافته های مطالعه

#### ۴-۲۴-۳- تحلیل های کشورهای هدف صادرات ایران در دوره های قبل و بعد از دوره های تشدید تحریم

در ادامه به بررسی تعداد کشورهای هدف و تعداد کشورهای غالب هدف در ایران پرداخته شده است. همان گونه که در جدول ۴-۶۲ مشاهده می شود، تعداد حداقل ۹ و حداکثر ۲۱ کشور، کشورهای هدف ایران را در مورد محصول پرتقال تشکیل می دهند. بطور میانگین تعداد کشورهای هدف ایران ۱۵ کشور بوده است. همچنین تعداد کشورهای غالب هدف حداقل ۱ و حداکثر ۳ کشور بوده اند که در مجموع سهم ۵۰ درصدی از سبد صادرات پرتقال ایران را به خود اختصاص می دادند. بطور میانگین بین ۱ تا ۲ کشور، کشور غالب هدف ایران بوده اند. در نهایت سهم کشور هدف اصلی (کشور اول) از سبد صادراتی ایران، حداقل ۲۵/۶۴ درصد و حداکثر ۹۵/۳۴ درصد بوده است که بطور میانگین این سهم ۵۳/۳۲ درصد برآورد می شود. همان گونه که مشخص است نوسان کشورهای غالب و سهم کشور اصلی بیشتر از تعداد کشورهای هدف بوده است.



جدول ۴-۶۲- تعداد کشورهای هدف، تعداد کشورهای غالب هدف و سهم کشور اصلی در ایران

معیارها	تعداد کشورهای هدف	تعداد کشورهای غالب هدف	سهم کشور هدف اصلی-درصد
حداقل	۹,۰۰	۱,۰۰	۲۵,۶۴
حداکثر	۲۱,۰۰	۳,۰۰	۹۵,۳۴
میانگین	۱۵,۰۰	۱,۵۵	۵۳,۳۲
انحراف معیار	۲,۹۹	۰,۶۰	۲۰,۵۹
ضریب نوسان	۰,۲۰	۰,۳۹	۰,۳۹

مأخذ: یافته های مطالعه

در جدول ۴-۶۳ به تفکیک سال های تشدید تحریم ها و سال های پیش از تشدید تحریم ها مشخص است که تعداد کشورهای هدف در پیش از تشدید تحریم ها، حداقل ۱۲ و حداکثر ۲۱ کشور بوده و بطور متوسط تعداد کشورهای هدف حدود ۱۷ کشور بوده است. این در حالی است که در سال های تشدید تحریم تعداد کشورهای هدف کاهش یافت. بطوریکه حداقل ۹ و حداکثر ۱۶ کشور بوده و بطور متوسط تعداد کشورهای هدف حدود ۱۳ کشور بوده است. به عبارتی تعداد کشورهای هدف بطور متوسط ۴ کشور کمتر شده است. همچنین تعداد کشورهای غالب هدف در دوره پیش از تشدید تحریم، حداقل ۱، حداکثر ۳ و بطور میانگین بین ۱ تا ۲ کشور بوده است. این در حالی است که در سال های تشدید تحریم نیز تعداد کشورهای غالب و حداقل ۱، حداکثر ۲ و بطور میانگین بین ۱ تا ۲ کشور بوده است. این نشان از عدم تفاوت محسوس در تعداد کشورهای غالب در سال های پیش و پس از تحریم ها است. سهم کشور هدف اصلی از مجموع صادرات ایران در دوره پیش از تشدید تحریم، حداقل ۲۵/۶۴۳، حداکثر ۹۵/۳۴۳ و بطور میانگین ۵۲/۳۱۳ درصد بوده است. در حالی که در سال های تشدید تحریم، این سهم به طور میانگین افزایش یافته است. چرا که با کاهش تعداد کشورهای هدف، سهم هر کشور و در نهایت سهم کشور اصلی از مجموع سبد صادرات ایران افزایش یافته است. بطوریکه در سال های تشدید تحریم، سهم کشور هدف اصلی از سبد صادراتی ایران بطور میانگین ۵۴/۵۳۹ درصد بوده است. لذا سهم کشور هدف اصلی در سال های تشدید تحریم بطور میانگین بیش از ۴ درصد رشد مثبت داشته است.

در ادامه لازم است بررسی شود که آیا این تحولات در نهایت اثر مثبت بر قیمت‌های صادراتی ایران در بازارهای جهانی خواهد داشت یا خیر؟ این نکته در تحلیل نموداری و برآورد الگوهای اقتصادسنجی در ادامه مشخص خواهد شد.

جدول ۴-۶۳- وضعیت کشورهای هدف صادرات ایران در سال‌های قبل و بعد از تشدید تحریم‌ها

پس از تشدید تحریم			پیش از تشدید تحریم			معیارها
سهم کشور هدف اصلی	تعداد کشورهای غالب هدف	تعداد کشورهای هدف	سهم کشور هدف اصلی	تعداد کشورهای غالب هدف	تعداد کشورهای هدف	
۳۰,۷۵۰	۱,۰۰۰	۹,۰۰۰	۲۵,۶۴۳	۱,۰۰۰	۱۲,۰۰۰	حداقل
۹۰,۷۴۶	۲,۰۰۰	۱۶,۰۰۰	۹۵,۳۴۳	۳,۰۰۰	۲۱,۰۰۰	حداکثر
۵۴,۵۳۹	۱,۵۰۰	۱۳,۱۰۰	۵۲,۳۱۳	۱,۵۸۳	۱۶,۵۸۳	میانگین
۲۲,۰۹۲	۰,۵۲۷	۲,۳۷۸	۲۰,۱۸۶	۰,۶۶۹	۲,۵۳۹	انحراف معیار
۰,۴۰۵	۰,۳۵۱	۰,۱۸۲	۰,۳۸۶	۰,۴۲۲	۰,۱۵۳	ضریب نوسان

مأخذ: یافته‌های مطالعه

#### ۴-۲۴-۴- تحلیل ارتباط سهم صادرات پر تقال ایران و قیمت‌های صادراتی

همان‌گونه که بررسی نتایج تا به اینجا نشان داد، هرچند قیمت‌های ایران پس از تشدید تحریم‌ها افزایش یافته است اما دو نکته در مورد این قیمت‌های صادراتی رخ داده که منجر به وضعیت نامطلوبی بویژه در دوره تشدید تحریم‌ها شده است:

الف) عدم توازن رشد قیمت‌های صادراتی ایران: با توجه به نمودار (۴-۱) رشد قیمت‌های صادراتی حفظ نشده و هم‌چنین در سال‌های اخیر سیر نزولی به خود گرفته است. این در حالی است که همان‌طور که در ادامه بررسی خواهد شد، رشد قیمت‌های صادراتی اسپانیا تقریباً از ثبات بیشتری نسبت به رشد قیمت‌های ایران برخوردار بوده است.

ب) کاهش سهم ایران از بازارهای جهانی با افزایش قیمت‌های صادراتی ایران: همان‌گونه که بیان شد و در ادامه نیز به آن پرداخته خواهد شد، افزایش قیمت‌های صادراتی ایران، به کاهش میزان صادرات پرتقال ایران در بازارهای جهانی منجر گردید و هم‌چنین سبب شد که سهم صادراتی ایران کاهش یافته و به جای آن کشور اسپانیا به عنوان بزرگترین رقیب ایران در بازارهای جهانی، سهم خود را بطور متوسط از بازارهای جهانی افزایش داده است.

همان‌گونه که در جدول ۴-۶۴ مشخص است، بررسی علیت بین سهم صادراتی ایران و قیمت‌های صادراتی ایران نشان می‌دهد که تغییر قیمت صادراتی ایران علت تغییر سهم صادرات ایران بوده است و لذا با افزایش قیمت‌های صادراتی برای ایران، سهم کشور از بازارهای جهانی نیز تغییر یافته است. این نتیجه در سطح پنج درصد معنی‌دار بوده است. کشش برآوردی بلندمدت در این رابطه بیانگر آن است که با افزایش یک درصدی در قیمت‌های صادراتی ایران در بازارهای جهانی، سهم ایران از بازارهای جهانی ۱/۲۷۶ درصد کاهش خواهد یافت. همان‌گونه که ملاحظه می‌شود، هرچند رابطه بین سهم صادراتی ایران و قیمت‌های صادراتی ایران منفی است اما کشش برآورد شده بیان‌گر با کشش بودن سهم صادراتی نسبت به تغییر قیمت می‌باشد. لذا با افزایش قیمت‌های صادراتی پرتقال ایران و ثابت بودن سایر شرایط (مانند ثابت بودن قیمت رقبا)، سهم صادراتی ایران کاهش خواهد یافت و این کاهش بیش از رشد قیمت‌ها خواهد بود.

جدول ۴-۶۴- علیت بین تغییر قیمت صادراتی و تغییر سهم صادرات ایران

سطح معنی‌داری	آماره برآوردی	فرضیه صفر
۰/۰۳	۴/۷۸	تغییر قیمت صادراتی ایران علت تغییر سهم صادرات ایران نیست
۰/۸۳	۰/۰۵	تغییر سهم صادرات ایران علت تغییر قیمت صادراتی ایران نیست
۰/۰۰۴	-۱/۲۷۶	برآورد کشش بلندمدت اثر قیمت صادراتی بر سهم صادرات ایران

مأخذ: یافته‌های مطالعه

همچنین نتیجه مهم دیگری که از بررسی رابطه قیمت صادراتی ایران و سهم صادرات ایران در بازارهای جهانی می توان به آن دست یافت آن است که نتیجه رابطه علیت نشان داد که تغییر قیمت صادراتی ایران علت تغییر نسبت صادرات ایران به اسپانیا خواهد بود. این نتیجه نیز در سطح پنج درصد معنی دار بوده است. برآورد کشش بلندمدت در مورد رابطه اثر قیمت صادراتی بر نسبت مقادیر صادرات ایران به مقادیر اسپانیا بیانگر آن است که زمانی که قیمت صادراتی پرتقال ایران در بازارهای جهانی افزایش یک درصدی می یابد، نسبت مقادیر صادرات ایران به مقادیر صادرات اسپانیا ۱/۱۳ درصد کاهش خواهد یافت. در نتیجه افزایش قیمت های صادراتی ایران لازم است همگام با روند بلندمدت قیمت ها در جهان دنبال شود و باتوجه به تعیین کننده نبودن ایران در بازارهای جهانی پرتقال با افزایش قیمت های صادراتی بدون توجه به روند باثبات و بلندمدت قیمت های جهانی، تقاضا برای پرتقال ایرانی کاهش یافته و سهم ایران از بازارهای جهانی کاسته خواهد شد.

جدول ۴-۶۵- علیت بین تغییر قیمت صادراتی و تغییر نسبت مقادیر صادرات ایران به میزان صادرات اسپانیا

سطح معنی داری	آماره برآوردی	فرضیه صفر
۰/۰۶	۳/۴۹	تغییر قیمت صادراتی ایران علت تغییر نسبت مقادیر صادرات ایران به مقادیر اسپانیا نیست
۰/۸۰	۰/۰۶	تغییر نسبت مقادیر صادرات ایران به مقادیر اسپانیا علت تغییر قیمت صادراتی ایران نیست
۰/۰۰	-۱/۱۳	برآورد کشش بلندمدت اثر قیمت صادراتی بر نسبت مقادیر صادرات ایران به مقادیر اسپانیا

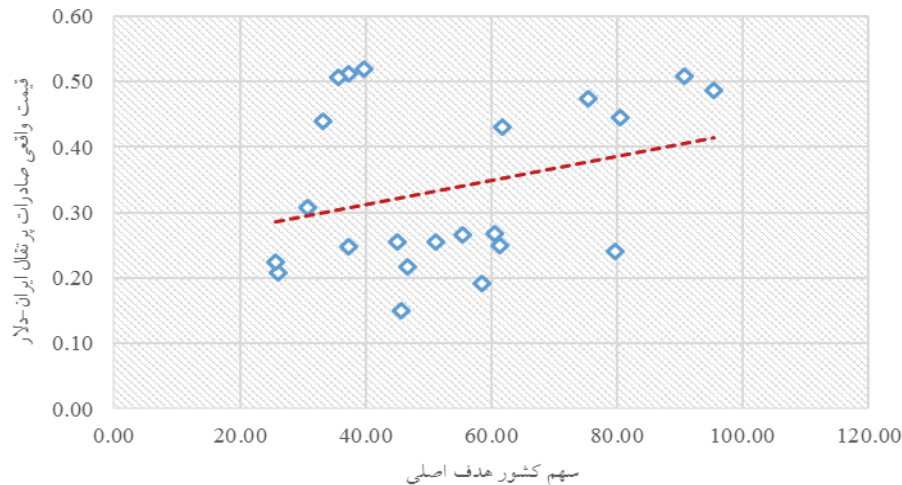
مأخذ: یافته های مطالعه

#### ۴-۲۵- تحلیل نموداری عوامل اثرگذار بر نوسان قیمت های صادراتی ایران در بازارهای جهانی

##### ۴-۲۵-۱- رابطه قیمت واقعی صادرات و سهم کشور هدف اصلی

همان گونه که نمودار ۴-۵۸ نشان می دهد، بین قیمت های واقعی صادرات ایران و سهم کشور هدف اصلی ایران رابطه مستقیم و مشخصی وجود دارد. به این معنی که با افزایش سهم کشور هدف اول، قیمت های واقعی صادرات ایران در مورد پرتقال در بازارهای جهانی با افزایش روبرو بوده است. براین اساس انتظار می رود در الگوی

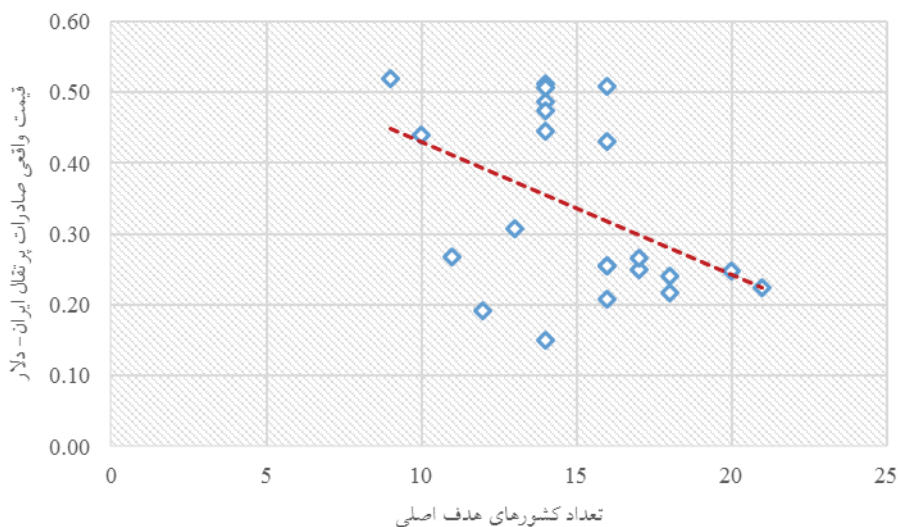
بلندمدت که در ادامه برآورد خواهد شد، ارتباط بین قیمت‌های واقعی صادرات و سهم کشور هدف اصلی ایران یک رابطه مثبت برآورد گردد.



نمودار ۴-۵۸- ارتباط بین قیمت واقعی صادرات و سهم کشور هدف اصلی

#### ۴-۲۵-۲- رابطه قیمت واقعی صادرات و تعداد کشورهای هدف

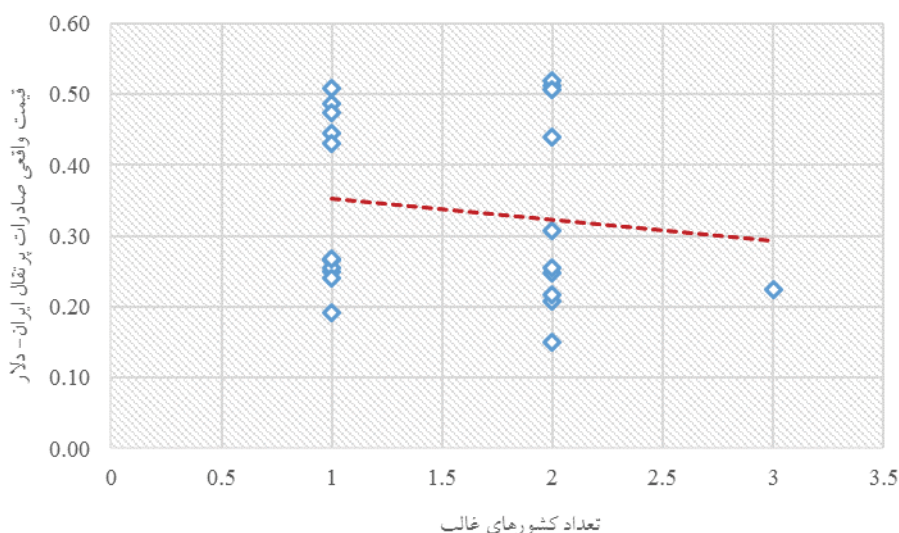
همان‌گونه که نمودار ۴-۵۹ نشان می‌دهد، بین قیمت‌های واقعی صادرات ایران و تعداد کشورهای هدف ایران رابطه منفی و مشخصی وجود دارد. به این معنی که با افزایش تعداد کشورهای هدف، قیمت‌های واقعی صادرات ایران در مورد پرتقال در بازارهای جهانی با کاهش روبرو بوده است. براین اساس انتظار می‌رود در الگوی بلندمدت که در ادامه برآورد خواهد شد، ارتباط بین قیمت‌های واقعی صادرات و تعداد کشورهای هدف ایران یک رابطه منفی برآورد گردد.



نمودار ۴-۵۹- ارتباط بین قیمت واقعی صادرات و تعداد کشورهای هدف

#### ۴-۲۵-۳- رابطه قیمت واقعی صادرات و تعداد کشورهای غالب

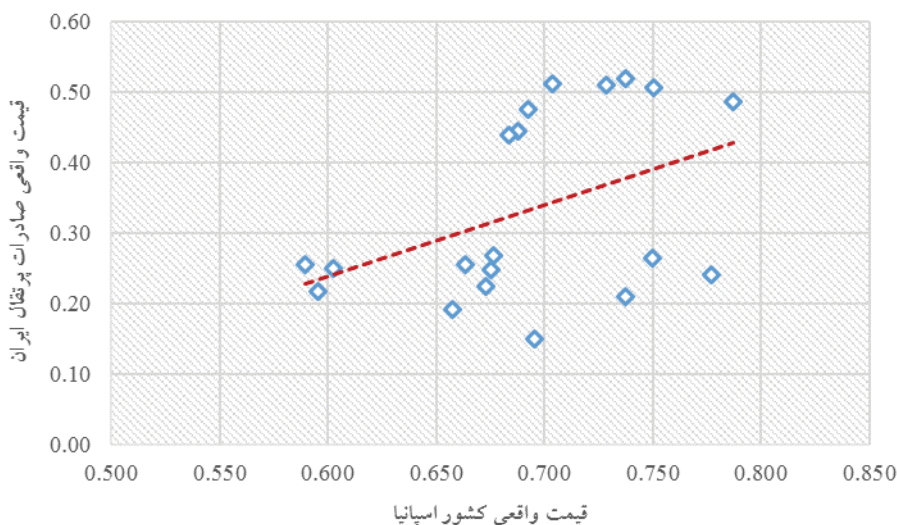
همان گونه که نمودار ۴-۶۰ نشان می دهد، بین قیمت های واقعی صادرات ایران و تعداد کشورهای غالب هدف ایران رابطه منفی و مشخصی وجود دارد. به این معنی که با افزایش تعداد کشورهای غالب هدف، قیمت های واقعی صادرات ایران در مورد پرتقال در بازارهای جهانی با کاهش روبرو بوده است. براین اساس انتظار می رود در الگوی بلندمدت که در ادامه برآورد خواهد شد، ارتباط بین قیمت های واقعی صادرات و تعداد کشورهای غالب هدف ایران یک رابطه منفی برآورد گردد.



نمودار ۴-۶۰- ارتباط بین قیمت واقعی صادرات و تعداد کشورهای غالب هدف

#### ۴-۲۵-۴- رابطه قیمت واقعی صادرات و قیمت کشور مسلط بر بازار

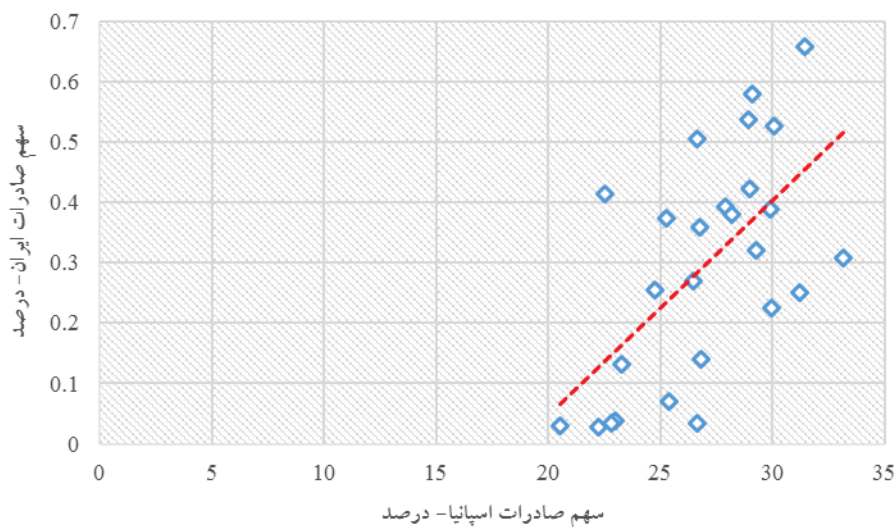
همان گونه که نمودار ۴-۶۱ نشان می دهد، بین قیمت های واقعی صادرات ایران و قیمت های واقعی پرتقال اسپانیا رابطه مثبتی وجود دارد. به این معنی که با افزایش تقاضای پرتقال اسپانیا، قیمت های واقعی صادرات برای این کشور افزایش یافته و لذا افزایش در قیمت صادراتی پرتقال اسپانیا سبب افزایش قیمت های واقعی پرتقال ایران خواهد شد. البته افزایش و کاهش قیمت های اسپانیا به عنوان مهم ترین صادرکننده جهان و معرف اصلی قیمت های جهانی، به یک اندازه به قیمت های صادرات ایران منتقل نمی شوند. این مورد در تحلیل الگوی انتقال قیمت در ادامه مورد بررسی قرار خواهد گرفت. در هر صورت با توجه به نتیجه این بخش، انتظار می رود در الگوی بلندمدت که در ادامه برآورد خواهد شد، ارتباط بین قیمت های واقعی صادرات و قیمت کشور رقیب یک رابطه مثبت برآورد گردد.



نمودار ۴-۶۱- ارتباط بین قیمت واقعی صادرات ایران و اسپانیا

اما نکته قابل توجه، ارتباط بین سهم صادرات ایران و اسپانیا خواهد بود. همان گونه که نمودار ۴-۶۲ نشان می دهد، رابطه سهم صادراتی ایران و اسپانیا کاملاً مثبت بوده و با افزایش سهم صادراتی اسپانیا، سهم صادراتی ایران نیز افزایش داشته است. به عبارت دیگر هر گاه سهم صادراتی اسپانیا به عنوان کشور مسلط بر بازارهای جهانی افزایش یافته، سهم ایران نیز در بازارهای هدف بهبود یافته است. لازم به ذکر است که این مورد یک تحلیل نموداری است و به هیچ وجه به معنی علت و معلول بودن سهم صادراتی ایران و اسپانیا نیست.





نمودار ۴-۶۲- ارتباط بین سهم صادراتی ایران و اسپانیا از بازارهای جهانی

#### ۴-۲۶- برآورد الگوی بلندمدت عوامل مؤثر بر قیمت های صادراتی پرتقال ایران

##### ۴-۲۶-۱- تعیین پایایی متغیرهای مورد بررسی

در ادامه در این قسمت از نتایج، برآورد الگوی بلندمدت عوامل مؤثر بر قیمت های واقعی صادراتی پرتقال ایران انجام خواهد شد. براین اساس در قدم اول پایایی<sup>۴۸</sup> متغیرهای مورد بررسی آزمون شده است. در مورد پرتقال بر مبنای جدول ۴-۶۶، متغیرهای مورد بررسی برخی پایا از مرتبه اول  $I(1)$  و برخی در سطح پایا  $I(0)$  هستند و شرایط اولیه برای برآورد الگوهای خودرگرسیون با وقفه های توضیحی (ARDL)<sup>۴۹</sup> را خواهند داشت. جدول ۴-۶۶ آزمون پایایی متغیرهای الگو را نشان می دهد.

48 . Stationary Test

49 . Autoregressive Distributed lag model

جدول ۴-۶۶- آزمون پایایی متغیرها با استفاده از آزمون دیکی فولر تعمیم یافته

نتیجه	سطح معنی داری	آماره بحرانی	آماره برآوردی	متغیر
I(1)	۰/۰۰۹	-۴/۳۹۴	-۴/۴۶۱	قیمت صادراتی ایران
I(1)	۰/۰۰۰	-۴/۳۹۴	-۵/۷۹۴	قیمت صادراتی رقیب
I(0)	۰/۰۰۷	-۴/۳۹۴	-۴/۶۱۰	تعداد کشورهای هدف
I(0)	۰/۰۵۶	-۳/۷۹۱	-۳/۷۲۴	تعداد کشورهای غالب
I(0)	۰/۰۵۴	-۳/۷۹۱	-۳/۷۴۳	سهم کشور هدف اصلی

مأخذ: نتایج مطالعه

برای تخمین رابطه بلندمدت می توان از روش دو مرحله ای به صورت زیر عمل نمود: در مرحله اول ارتباط بلند مدت بین متغیرهای تحت بررسی آزمون می شود. در این رابطه برای مجموع ضرایب برآوردی مربوط به وقفه های متغیر وابسته در الگوی کوتاه مدت، رابطه زیر آزمون خواهد شد:

$$t = \frac{\sum_{i=1}^n \hat{\beta}_i - 1}{\sum_{i=1}^n \delta_{\hat{\beta}_i}} = \frac{0.451 - 1}{0.139} = -3.950$$

که در آن  $\hat{\beta}_i$  ضریب برآوردی برای وقفه متغیر وابسته و  $\delta_{\hat{\beta}_i}$  خطای استاندارد ضریب مورد نظر می باشد. با مقایسه آماره t محاسباتی و بحرانی دولدومستر می توان به وجود یا عدم وجود رابطه بلندمدت بین متغیرهای الگو پی برد. با توجه به مقدار t محاسباتی که برابر است با (-۳/۹۵) و بزرگتر از t بحرانی است. لذا وجود رابطه بلندمدت بین متغیرها اثبات می شود که در ادامه مدل بلندمدت برآورد گردیده است.

جدول ۴-۶۷- برآورد الگوی کوتاه مدت الگوی  $ARDL(1, 1, 0, 0, 0)$

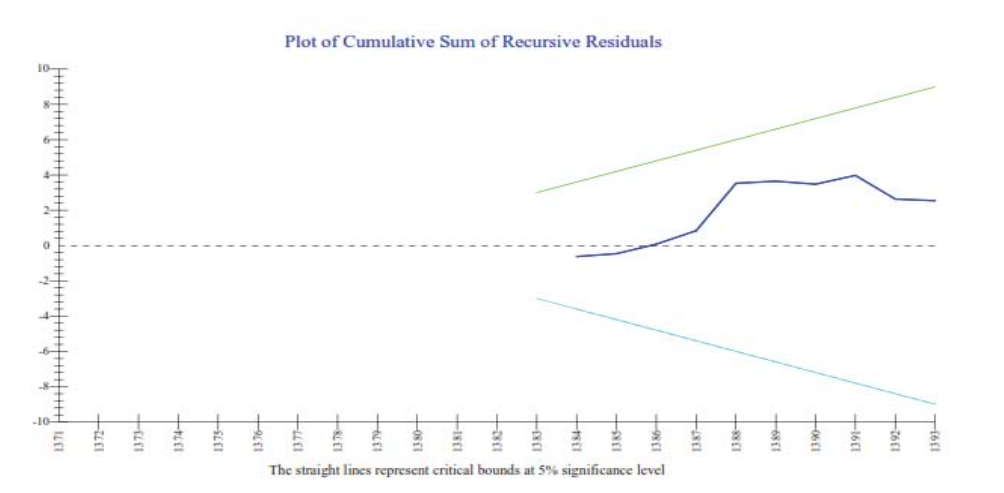
متغیرها	ضریب برآوردی	خطای استاندارد	آماره t	سطح احتمال
وقفه لگاریتم قیمت صادراتی ایران	۰,۴۵۱۰۱	۰,۱۳۸۷۵	۳,۲۵۰۶	۰,۰۰۸
لگاریتم قیمت صادراتی اسپانیا	۰,۰۵۲۴۸۶	۰,۵۰۴۴۷	۰,۱۰۴۰۴	۰,۹۱۹
وقفه لگاریتم قیمت صادراتی اسپانیا	۱,۲۹۹۵	۰,۵۱۶۱۶	۲,۵۱۷۷	۰,۰۲۹
لگاریتم سهم کشور اصلی هدف	۰,۰۸۱۵۶۹	۰,۲۲۳۴۴	۰,۳۶۵۰۶	۰,۷۲۲
وقفه اول لگاریتم سهم کشور اصلی هدف	۰,۳۲۶۳۸	۰,۲۱۵۹۳	۱,۵۱۱۵	۰,۱۵۹
وقفه دوم لگاریتم سهم کشور اصلی هدف	-۰,۳۲۶۲۷	۰,۲۲۰۹۲	-۱,۴۷۶۹	۰,۱۶۸
لگاریتم تعداد کشورهای اصلی هدف	۰,۱۸۸۱۸	۰,۲۲۷۸۵	۰,۸۲۵۹	۰,۴۲۶
وقفه اول لگاریتم تعداد کشورهای اصلی هدف	-۰,۰۳۷۸۸	۰,۲۱۲۶۵	-۰,۱۷۸۱۴	۰,۸۶۲
وقفه دوم لگاریتم تعداد کشورهای اصلی هدف	-۰,۴۹۱۱۶	۰,۱۹۲۶۴	-۲,۵۴۹۷	۰,۰۲۷
لگاریتم تعداد کشورهای اصلی هدف	-۰,۱۳۶۲۶	۰,۱۹۲۸۸	-۰,۷۰۶۴۹	۰,۴۹۵
وقفه اول لگاریتم تعداد کشورهای اصلی هدف	-۰,۵۱۲۹۵	۰,۲۳۸۳۷	-۲,۱۵۱۹	۰,۰۵۴
عرض از مبدأ	۱,۴۶۲۱	۱,۶۷۸۹	۰,۸۷۰۸۳	۰,۴۰۲
R-Squared= 0.92526 Durbin's h-statistic= 0.39966 [0.689] F statistic= 12.3796[0.000] Schwarz Bayesian Criterion= 1.0477				

در ادامه به بررسی فروض کلاسیک در الگوی برآوردی پرداخته شده است که نتایج بدست آمده در جدول ۴-۶۸ بیانگر عدم وجود مشکلات مختلف کلاسیک در نتایج می باشد. نتایج آزمون نرمال بودن اجزای اخلال بیانگر آن است که اجزای اخلال در الگوی مورد نظر از توزیع نرمال تبعیت می نمایند. لذا آماره های T و F در الگوی برآوردی از اعتبار مناسبی برخوردارند. نتایج آزمون خودهمبستگی و ناهمسانی واریانس نیز بیانگر آن است که در الگوی برآوردی همبستگی سریالی اجزای اخلال و همسانی واریانس وجود نداشته و از این جهت نیز فروض کلاسیک در نتایج برآوردی برقرار می باشند.

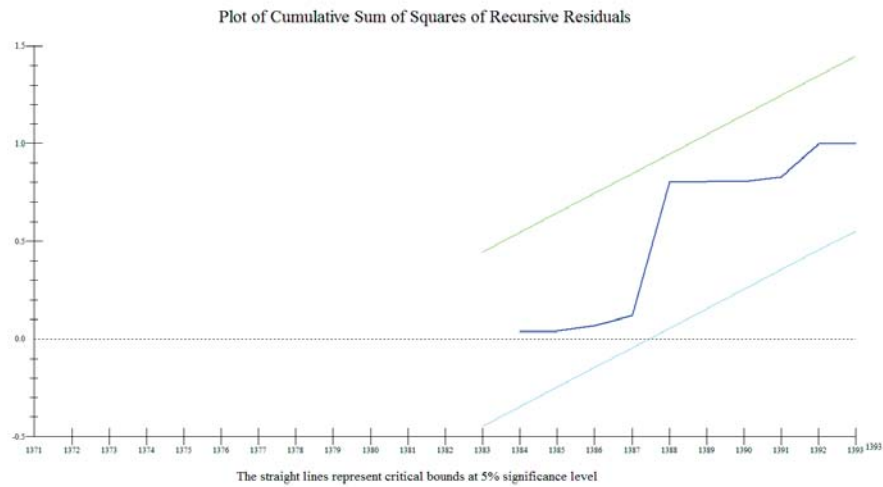
جدول ۴-۶۸- آزمون های فرض کلاسیک برای الگوی ARDL (1, 1, 0, 0, 0)

متغیرها	آماره LM	سطح معنی داری
خودهمبستگی سریالی	۰/۰۲۴	۰/۸۸
فرم تابعی	۲/۵۸۸	۰/۱۱
نرمال بودن اجزای اخلاص	۰/۶۶۳	۰/۷۲
ناهمسانی واریانس	۰/۳۰۳	۰/۵۸۲

در ادامه به منظور تحلیل شکست ساختاری در الگوی برآوردی از آماره های CUSUM و CUSUMQ استفاده شده است که به دلیل حضور خطوط برآوردی در بازه بحرانی، از این حیث مشکلات شکست ساختاری در الگوی برآوردی ملاحظه نمی شود.



نمودار ۴-۶۳- آزمون شکست ساختاری CUSUM



### نمودار ۴-۶۴-آزمون شکست ساختاری CUSUMQ

با توجه به نتایج برآورد الگو در جدول ۴-۶۹ متغیرهای لگاریتم تعداد کشورهای هدف در سطح ۵ درصد و لگاریتم قیمت صادرات اسپانیا و در سطح ۱۰ درصد معنی دار شده اند و سایر متغیرهای در سطح مناسبی معنی دار نیستند. نتایج الگو بیان گر این است که با افزایش ۱ درصدی در قیمت صادراتی اسپانیا، ۲/۴۶ درصد قیمت های صادراتی ایران افزایش می یابد. هم چنین با افزایش یک درصدی در تعداد کشورهای هدف به میزان ۱/۱۸ درصد از قیمت های صادراتی ایران کاسته می شود.

### جدول ۴-۶۹- برآورد الگوی بلند مدت الگوی ARDL(1, 1, 0, 0, 0)

متغیرها	ضریب برآوردی	خطای استاندارد	آماره t	سطح معنی داری
لگاریتم قیمت صادرات اسپانیا	۲,۴۶۲۸	۱,۳۶۲۷	۱,۸۰۷۲	۰,۰۹۸
لگاریتم سهم کشور اصلی هدف	۰,۱۴۸۷۷	۰,۷۰۹۷۲	۰,۲۰۹۶۲	۰,۸۳۸
لگاریتم تعداد کشورهای اصلی هدف	-۰,۶۲۰۸۷	۰,۷۹۵۲۸	-۰,۷۸۰۷	۰,۴۵۱
لگاریتم تعداد کشورهای هدف	-۱,۱۸۲۶	۰,۴۴۷۹	-۲,۶۴۰۲	۰,۰۲۳
عرض از مبدأ	۲,۶۶۳۲	۳,۲۳۲۵	۰,۸۲۳۸۷	۰,۴۲۸

در مرحله بعد الگوی ضریب تصحیح خطا برآورد گردیده است. نتایج در این قسمت نشان می دهد که اگر شوکی به قیمت های صادراتی پرتقال ایران وارد شود اثر این شوک در هر دوره به میزان حدود ۵۴/۹ درصد تعدیل می شود و برای تعدیل کامل این شوک به حدود ۲ دوره نیاز است. ضریب تصحیح خطا در این الگو در سطح یک درصد معنی دار بوده است.

جدول ۴-۷۰- برآورد ضریب تصحیح خطا برای الگوی ARDL(1, 1, 0, 0, 0)

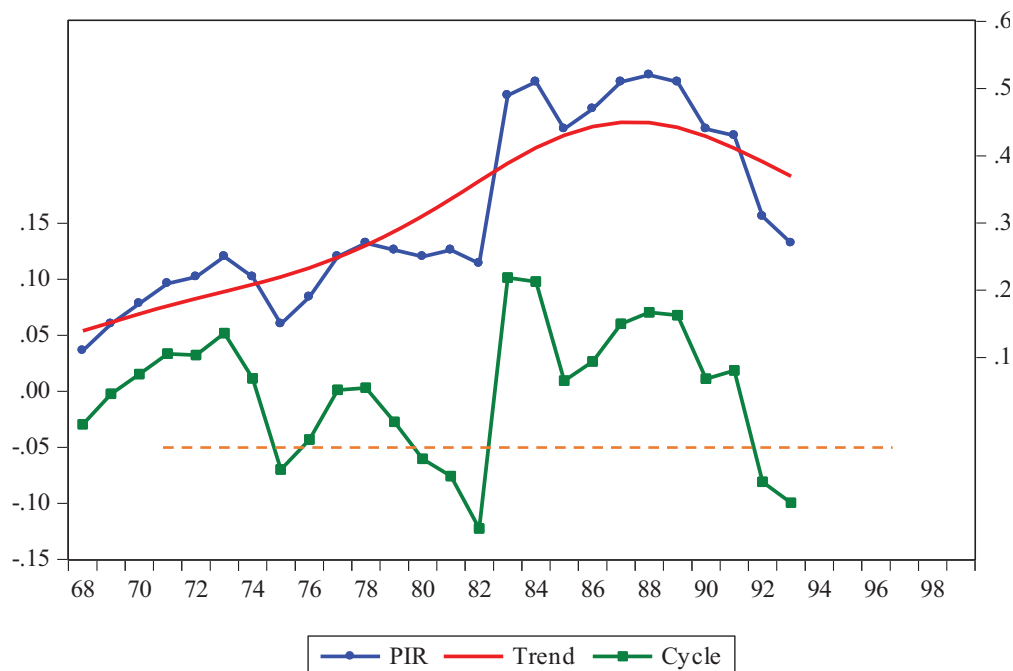
متغیرها	ضریب برآوردی	خطای استاندارد	آماره t	سطح معنی داری
تغییرات لگاریتم قیمت صادراتی اسپانیا	۰,۰۵۲	۰,۵۰۴	۰,۱۰۴	۰,۹۱۹
تغییرات لگاریتم سهم صادرات کشور اصلی هدف	۰,۰۸۲	۰,۲۲۳	۰,۳۶۵	۰,۷۲۰
وقفه تغییرات لگاریتم سهم صادرات کشور اصلی هدف	۰,۳۲۶	۰,۲۲۱	۱,۴۷۷	۰,۱۶۰
تغییرات لگاریتم تعداد کشورهای اصلی هدف	۰,۱۸۸	۰,۲۲۸	۰,۸۲۶	۰,۴۲۲
وقفه لگاریتم تعداد کشورهای اصلی هدف	۰,۴۹۱	۰,۱۹۳	۲,۵۵۰	۰,۰۲۲
تغییرات وقفه تعداد کشورهای اصلی هدف	-۰,۱۳۶	۰,۱۹۳	-۰,۷۰۶	۰,۴۹۱
تغییرات ضریب ثابت	۱,۴۶۲	۱,۶۷۹	۰,۸۷۱	۰,۳۹۸
وقفه ضریب تصحیح خطا	-۰,۵۴۹	۰,۱۳۹	-۳,۹۵۷	۰,۰۰۱
R-Squared = 0.76960 DW-statistic = 1.8756 F-statistic= 5.2490[0.003] Schwarz Bayesian Criterion= 1.0477				

#### ۴-۲۷- تحلیل رفتار بلندمدت قیمت های صادراتی ایران و انحراف از روند باثبات

نتایج تحلیل فیلتر هودریک - پرسکات بیان گر آن است که مقدار باثبات قیمت های واقعی صادراتی ایران با روندهای فعلی قیمت های واقعی صادراتی متفاوت است. همچنین در سال های پایانی روند باثبات قیمت های واقعی صادراتی کاهش می باشد، اما روند واقعی قیمت های صادراتی ایران از همین روند باثبات کاهشی نیز کمتر بوده و نشان می دهد در سال های پایانی بیش از آنچه انتظار می رفت، قیمت های صادراتی واقعی ایران کاهش

یافته است. همان گونه که ملاحظه می شود، تغییرات قیمت های صادراتی ایران از روند باثبات در سال های مختلف بسیار نوسانی بوده و بیان گر عدم ثبات لازم در قیمت های صادراتی ایران در بازارهای جهانی است.

Hodrick-Prescott Filter (lambda=100)

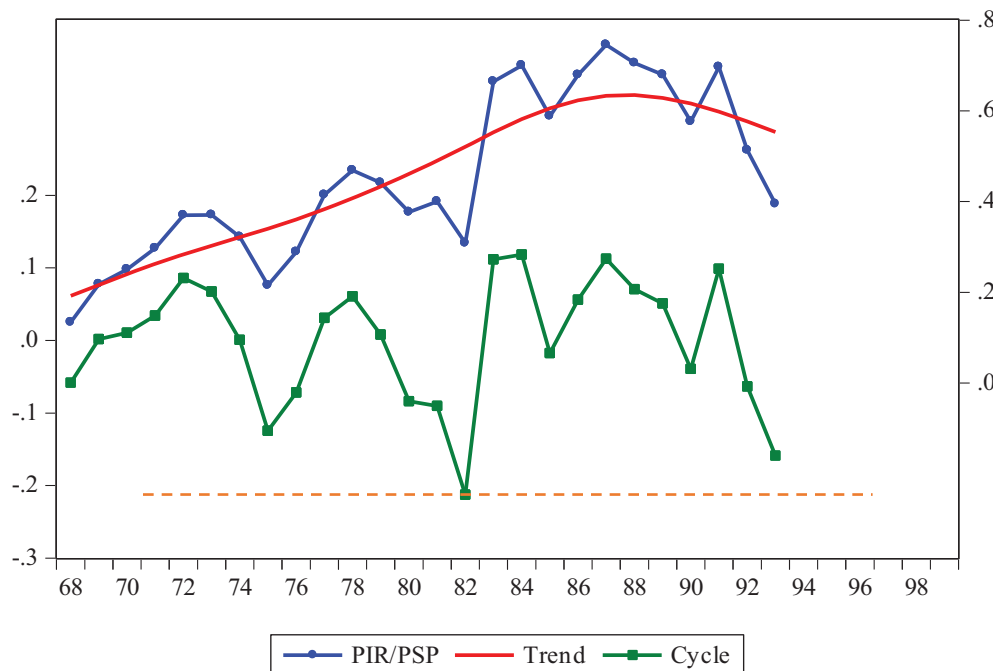


نمودار ۴-۶۵- تحلیل فیلتر هودریک اسکات قیمت واقعی پرتقال صادراتی ایران

همچنین نتایج تحلیل فیلتر هودریک - پرسکات در قیمت های نسبی ایران نسبت به اسپانیا بیان گر آن است که روند باثبات نسبت قیمت های صادراتی ایران به قیمت های صادراتی اسپانیا با روندهای واقعی فاصله دارد. هرچند در سال های پایانی روند باثبات نسبت قیمت صادراتی ایران به قیمت های صادراتی اسپانیا کاهشی می باشد، اما در این مورد نیز روند واقعی نسبت قیمت های صادراتی ایران به قیمت های صادراتی اسپانیا از همین روند باثبات کاهشی نیز کمتر بوده و نشان می دهد در سال های اخیر قیمت های صادراتی واقعی ایران در مقابل قیمت های واقعی اسپانیا افزایش مناسبی نداشته و این نسبت در سال های پایانی از حد مورد انتظار کاهش بیشتری داشته است. همان گونه که ملاحظه می شود، نوسان نسبت قیمت های صادراتی ایران به قیمت های صادراتی اسپانیا از

روند باثبات در سال‌های مختلف بسیار مشخص بوده و بیان‌گر عدم ثبات لازم در نسبت قیمت‌های صادراتی ایران به قیمت‌های صادراتی اسپانیا است. مشاهده می‌شود که بویژه در سال‌های پایانی اختلاف نسبت قیمت‌های صادراتی ایران به قیمت‌های صادراتی اسپانیا از نسبت‌های باثبات کمتر می‌باشد. هرچند این روند در برخی سال‌های قبل نیز وجود داشته اما در سال‌های پایانی شدت یافته است.

Hodrick-Prescott Filter (lambda=100)

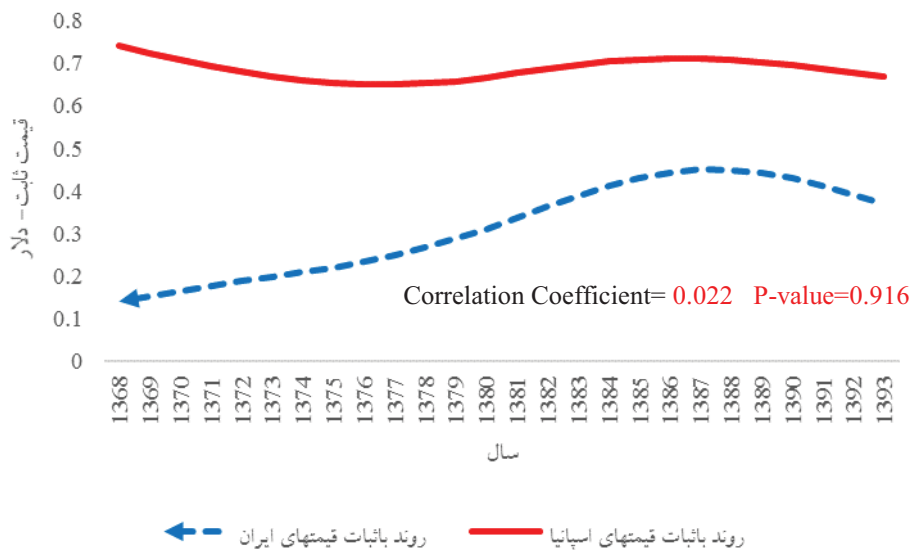


نمودار ۴-۶۶- تحلیل فیلتر هودریک اسکات نسبت قیمت واقعی پرتقال صادراتی ایران به اسپانیا

#### ۴-۲۸- تحلیل قیمت‌ها و سهم صادرات ایران با اسپانیا

باتوجه به نتایج نموداری در جدول ۴-۶۷، روند باثبات قیمت‌های ایران و اسپانیا نشان می‌دهد که این روند برای ایران هرچند صعودی بوده اما در سال‌های اخیر نزولی شده است. هر چند روند قیمت‌های واقعی اسپانیا در سال‌های اخیر هم جهت با روند قیمت‌های ایران کاهش یافته اما این کاهش نسبت به کاهش قیمت‌های صادراتی ایران کمتر بوده است و قیمت‌های صادراتی اسپانیا در مجموع از ثبات بیشتری برخوردار بوده است. رابطه کلی این دو متغیر مثبت اما بسیار ضعیف بوده و در سطح مناسبی نیز معنی‌دار نمی‌باشد.





#### نمودار ۴-۶۷- مقایسه روندهای باثبات قیمتی ایران و اسپانیا

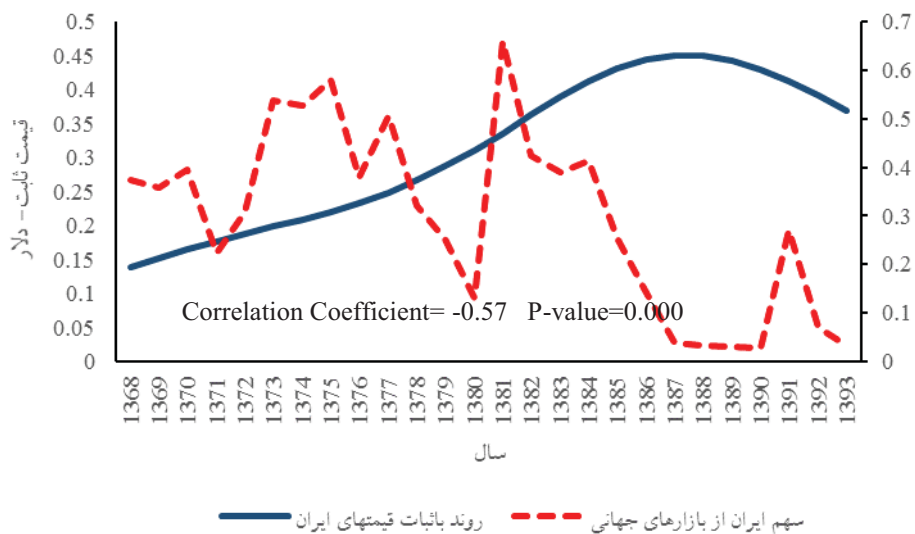
همان گونه که بررسی علیت بین روند باثبات قیمت های ایران و اسپانیا نشان می دهد، هم قیمت های باثبات ایران و هم قیمت های باثبات اسپانیا علت همدیگر در بازارهای جهانی بوده و از این جهت علیت دوطرفه برقرار بوده است. این نتیجه در سطح یک درصد معنی دار می باشد. لذا توجه به روند باثبات قیمت های صادراتی و سیاست گذاری جهت دستیابی به آن، منجر به افزایش قدرت رقابتی ایران شده و قیمت های ایران می تواند در شرایط بلندمدت خود، بر قیمت های جهانی نیز اثرگذار باشد.

جدول ۴-۷۱- تحلیل علیت روند قیمت های باثبات ایران و اسپانیا

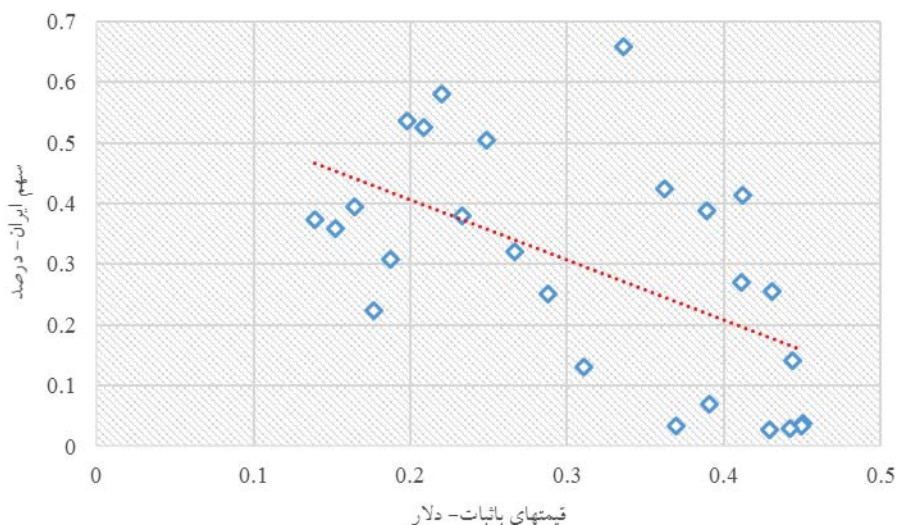
سطح احتمال	درجه آزادی	ضریب برآوردی	فرض صفر
۰/۰۰۰	۲	۱۴/۶۹	روند باثبات قیمت اسپانیا علت روند باثبات قیمت ایران نیست
۰/۰۰۴	۲	۶/۶۵	روند باثبات قیمت ایران علت روند باثبات قیمت اسپانیا نیست

مأخذ: یافته های مطالعه

همان گونه که در نمودار روند و هم چنین نمودار پراکندگی (۴-۶۸ و ۴-۶۹) نیز مشخص است، روند باثبات سهم ایران از صادرات پرتقال در بازارهای جهانی با قیمت های صادراتی واقعی ایران رابطه منفی داشته است. اما آنچه که بسیار قابل تأمل است آن است که در سال های پایانی علی رغم کاهش قیمت های واقعی صادرات ایران در بازارهای جهانی، سهم صادرات ایران از این بازارها نیز کاهش یافته است. لذا در سال های پایانی نامناسب ترین وضعیت برای صادرکنندگان ایرانی ایجاد شده که هم قیمت های فروش آنها افت کرده و هم سهم فروش آنها در مقایسه با رقبای جهانی خود خود کاهش یافته است. یکی از مهمترین علل این اتفاق، براساس آمار موجود در سایت نقشه تجاری (۲۰۱۶) ظهور قدرتهای جدید در بازار جهانی سیب مانند صربستان، آلبانی، لیتوانی و ... می باشد.

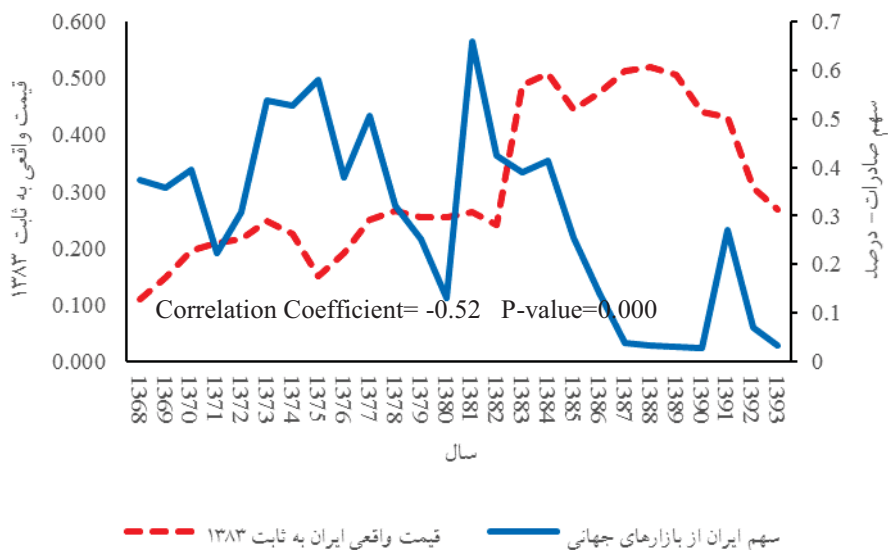


نمودار ۴-۶۸- روند سهم ایران از بازارهای جهانی و روند باثبات قیمت های ایران

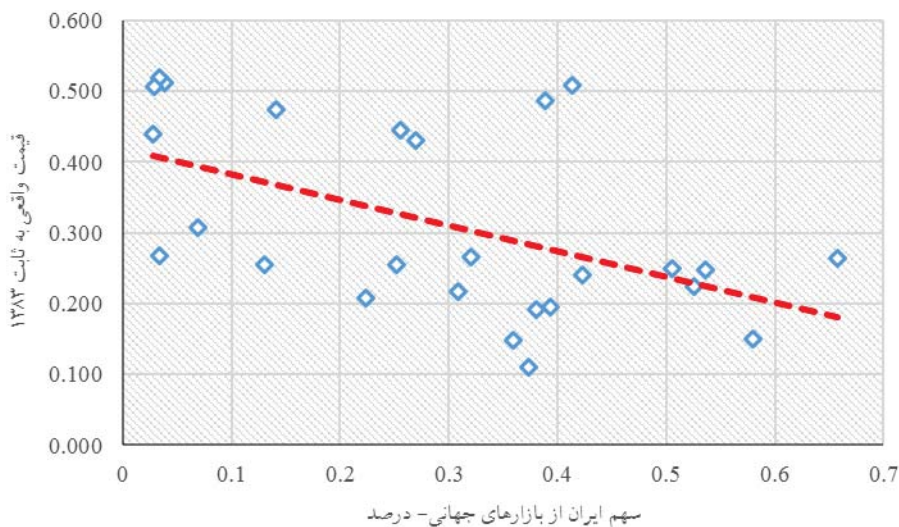


نمودار ۴-۶۹- ارتباط سهم ایران از بازارهای جهانی و روند باثبات قیمت‌های ایران

تحلیل روند قیمت‌های فعلی ایران در بازارهای جهانی در مقابل سهم‌های بدست آورده فعلی نیز در بازارهای جهانی همین نتیجه را تأیید می‌کند. مشاهده می‌شود که بویژه در سال‌های پایانی علی‌رغم کاهش قیمت‌های ایران در بازارهای جهانی سهم ایران از بازارهای جهانی نیز کاهش یافته که بسیار به ضرر صادرکنندگان ایرانی بوده است. همان‌گونه که پیش تر بیان شد، یکی از مهم‌ترین علل این اتفاق، ظهور قدرت‌های جدید در بازار جهانی سیب مانند صربستان، آلبانی، لیتوانی و ... می‌باشد. در هر صورت مطابق ضرایب همبستگی برآورد شده و نمودار پراکندگی، ارتباط منفی بین قیمت صادراتی ایران و سهم ایران از بازارهای جهانی برقرار است.



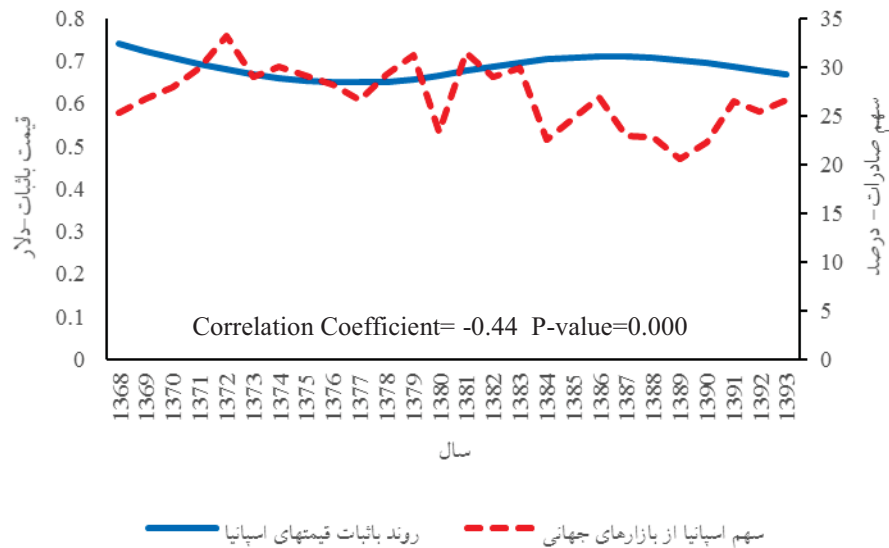
نمودار ۴-۷۰- روند قیمت های صادراتی ایران و سهم ایران از بازارهای جهانی



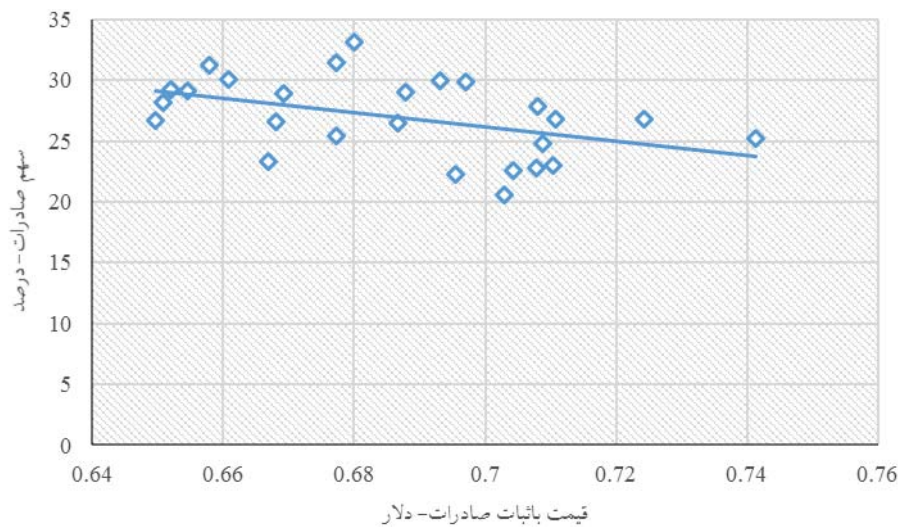
نمودار ۴-۷۱- ارتباط قیمت های صادراتی ایران و سهم ایران از بازارهای جهانی

این در حالی است که در مورد اسپانیا به عنوان بزرگ ترین کشور در بازارهای جهانی، شرایط به گونه ای دیگر بوده است. هرچند در مورد اسپانیا نیز بطور کلی ارتباط منفی بین قیمت های باثبات این کشور و سهم صادرات آن وجود دارد، اما ثبات روند قیمت های اسپانیا به خوبی قابل مشاهده است. ضمن اینکه در سال های پایانی با کاهش

قیمت های اسپانیا، سهم آن از بازارهای جهانی رو به افزایش بوده است. نمودار پراکندگی نیز رابطه منفی بین قیمت های صادراتی و سهم اسپانیا از بازارهای جهانی را تأیید می نماید.

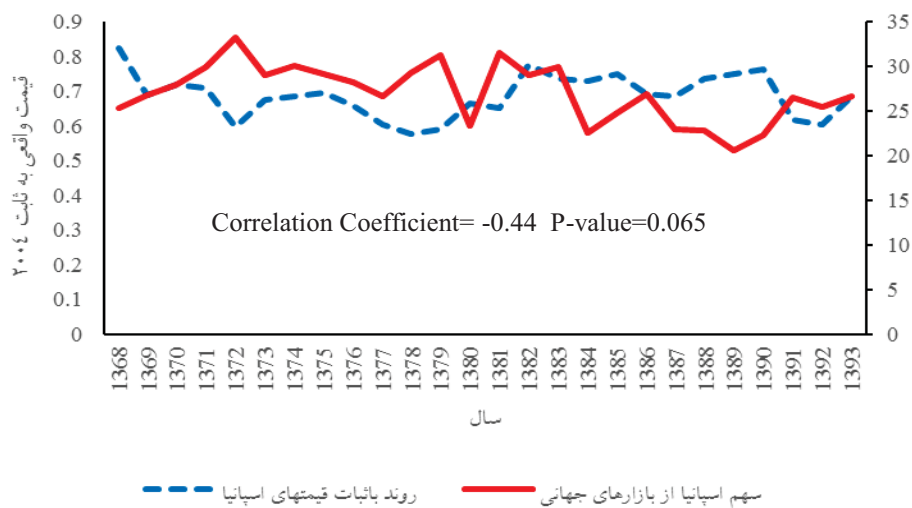


نمودار ۴-۷۲- روند سهم اسپانیا از بازارهای جهانی و روند باثبات قیمت های اسپانیا

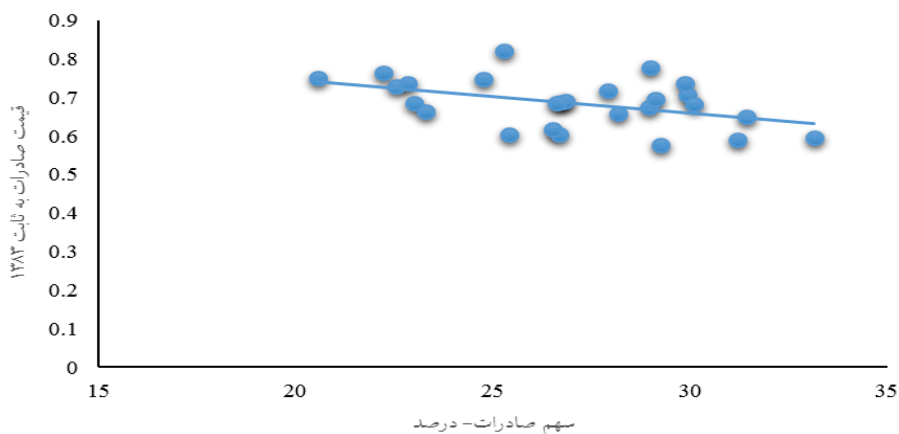


نمودار ۴-۷۳- ارتباط سهم اسپانیا از بازارهای جهانی و روند باثبات قیمت های اسپانیا

روند واقعی قیمت های صادراتی و سهم اسپانیا از بازارهای جهانی نیز مؤکد همین نتیجه بوده است. بطوریکه در سال های پایانی با کاهش ثبات قیمت های واقعی صادراتی اسپانیا در بازارهای جهانی پرتقال، سهم این کشور از بازارهای جهانی افزایش یافته است و ثبات بیشتر قیمت ها و سهم صادرات نسبت به ایران در آن کاملاً قابل مشاهده است. نمودار پراکندگی نیز ارتباط منفی و معنی دار قیمت های صادراتی واقعی اسپانیا و سهم آن از بازارهای جهانی را تأیید می نماید.



نمودار ۴-۷۴- روند قیمت های صادراتی اسپانیا و سهم اسپانیا از بازارهای جهانی



نمودار ۴-۷۵- ارتباط قیمت های صادراتی و سهم اسپانیا از بازارهای جهانی

#### ۴-۲۹- تحلیل الگوی انتقال قیمت

نتایج آزمون انتقال قیمت نشان می دهد که بجز متغیر وقفه اول تغییرات قیمت ایران که در سطح ده درصد معنی دار است سایر متغیرهای مورد بررسی در این الگو در سطح یک درصد معنی دار می باشند. ضرایب تصحیح خطای در حالت افزایشی و کاهشی در هر دو حالت منفی و معنی دار شده است که بیان گر تعدیل اثرات شوک وارده مثبت و منفی بر قیمت ایران در بازارهای جهانی خواهد بود. هم چنین بیان گر همگرایی قیمت های ایران و اسپانیا به عنوان دو رقیب در بازار جهانی پرتقال می باشد. آماره ضریب تعیین در این الگو بیش از ۶۸ درصد بوده که بیان گر توضیح مناسب تغییرات قیمت ایران با متغیرهای مستقل بکار رفته در الگو می باشد. هم چنین آماره جاکوبرا بیانگر نرمال بودن توزیع اجزای اخلاص در الگوی مورد بررسی و اعتبار آماره های  $F$  و  $t$  می باشد.

نتایج آزمون انتقال قیمت بیان گر آن است که انتقال قیمت در کوتاه مدت و بلندمدت نامتقارن بوده است. به این معنی که نحوه اثر افزایش قیمت های اسپانیا در بازارهای جهانی، بر قیمت های صادراتی ایران چه در کوتاه مدت و چه در بلندمدت متفاوت است از مقدار اثری که کاهش قیمت های اسپانیا در بازارهای جهانی، بر قیمت های صادراتی ایران چه در کوتاه مدت و چه در بلندمدت می گذارد و لذا با سیاست گذاری مناسب و متفاوت برای دوره های افزایش و یا کاهش قیمت های رقیب، چه در کوتاه مدت و چه در بلندمدت ایران می تواند اثرات نامطلوب این انتقال را به حداقل برساند.

جدول ۴-۷۱- نتایج انتقال قیمت

متغیر	پارامتر برآوردی	انحراف استاندارد	آماره t
وقفه اول تغییرات قیمت ایران	۰/۰۷۷	۰/۰۴۴	۱/۷۵۵
وقفه اول تغییرات مثبت قیمت اسپانیا	-۰/۰۸۲	۰/۰۲۵	-۳/۲۴۱
وقفه اول تغییرات منفی قیمت اسپانیا	-۰/۳۷۹	۰/۰۵۴	-۶/۹۴۸
جزء تصحیح خطای منفی	-۰/۳۲۰	۰/۰۴۲	-۷/۵۸۴
جزء تصحیح خطای مثبت	-۰/۲۹۹	۰/۰۴۳	-۶/۸۷۲
روند زمانی	-۰/۰۱۹	۰/۰۰۳	-۶/۳۳۳
ضریب ثابت	-۰/۰۳۲	۰/۰۰۴	-۷/۲۶۰
آماره شوارتز	۰/۶۶۸		
آماره ضریب تعیین	۶۸/۲۱۱		
آماره دوربین واتسون	۱/۷۵۷		
آماره جاکوبرا	۳/۲۲		
سطح احتمال آماره جاکوبرا	۰/۲۰۰		

مأخذ: یافته های مطالعه

جدول ۴-۷۲- نتیجه آزمون انتقال قیمت بازار صادراتی پرتقال

آماره	توضیح	انتقال در کوتاه مدت	انتقال قیمت در بلندمدت
آماره نرمال	مقدار آماره برآوردی	۷/۳۷۷	-۵/۰۰۶
مجانبی	سطح احتمال	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰
آماره والد	مقدار آماره برآوردی	۵/۴۱۷	۵/۰۶
	سطح احتمال	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰
نتیجه		نامتقارن	نامتقارن

مأخذ: یافته های مطالعه

#### ۴-۳۰- پیش بینی قیمت های واقعی صادراتی پرتقال ایران

در ادامه با استفاده از روش های اقتصادسنجی تک متغیره و چندمتغیره پیش بینی قیمت های واقعی و اسمی صادراتی پرتقال ایران تا پایان برنامه ششم توسعه انجام شد. به دلیل اثرگذار نبودن دوره های تحریم بر قیمت های واقعی صادراتی، در این قسمت به تفکیک دوره های تحریم این پیش بینی انجام نشده است. براین اساس



روش‌های AR، MA، ARIMA و ARDL برآورد شده و پیش‌بینی‌ها براساس آن انجام گرفت. نتایج پیش‌بینی روش‌های تک‌متغیره و هم‌چنین در مقایسه با روش چند متغیره (ARDL) نشان داد که مناسب‌ترین الگو براساس خطای درون و برون نمونه‌ای روش ARIMA(2,2) می‌باشد لذا در نهایت پیش‌بینی براساس روش ARIMA(2,2) انجام گرفته است.

جدول ۴-۷۳- انتخاب روش مناسب برای پیش‌بینی قیمت‌های صادراتی

نوع خطا	ARX(2)	MA(2)	ARIMAX(2,2)	ARDL(1,1,0,0,0)
خطای درون نمونه‌ای	۶/۰۱	۹/۸۸	۵/۱۰	۸/۴۲
خطای برون نمونه‌ای	۷/۰۵	۱۴/۵۳	۵/۴۳	۹/۵۸
رتبه الگو برای پیش	۲	۴	۱	۳

مأخذ: یافته‌های مطالعه

نتایج پیش‌بینی در نهایت با وجود تحریم‌ها نشان می‌دهد که قیمت‌های اسمی پرتقال در سال ۱۳۹۵ معادل ۰/۸۲ دلار پیش‌بینی می‌شود که باتوجه به شاخص‌های قیمت پیش‌بینی شده، قیمت‌های واقعی (به ثابت سال ۱۳۸۳) معادل ۰/۴۲ دلار خواهد بود. هم‌چنین تا سال ۱۳۹۹ نیز قیمت‌های اسمی پرتقال به ۰/۷۶ دلار کاهش خواهد یافت و هم‌چنین قیمت‌های واقعی باتوجه به رشد شاخص‌های قیمت صادراتی به ۰/۳۴ دلار به ثابت سال ۱۳۸۵ خواهد رسید که نشان از آن دارد که از ابتدا تا انتهای برنامه ششم توسعه، رشد قیمت‌های اسمی به میزان ۳/۷- درصد و رشد قیمت‌های واقعی نیز به میزان ۱۹/۰۴- درصد خواهد بود که نشان از کاهش واقعی قیمت‌های صادراتی دارد.

جدول ۴-۷۴- نتایج پیش بینی قیمت های صادراتی واقعی و اسمی

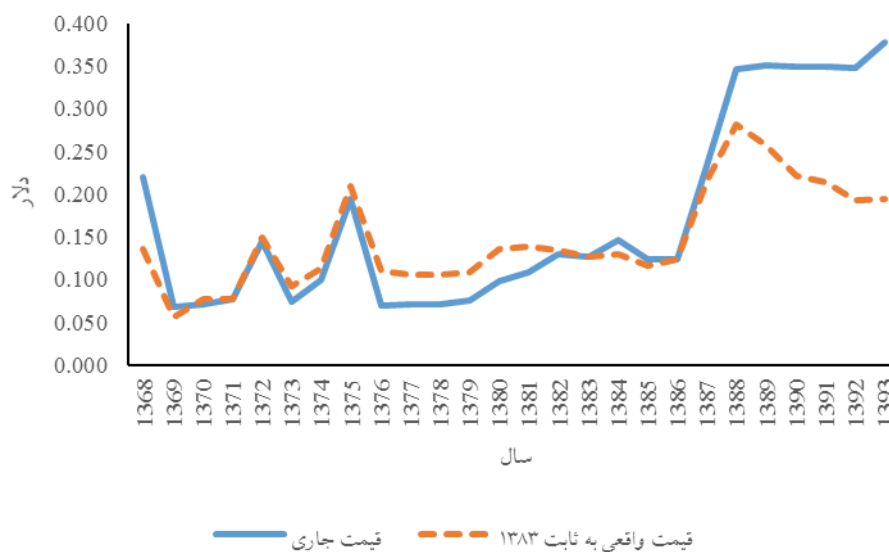
سال	به قیمت ثابت ۸۳	به قیمت اسمی
۱۳۹۵	۰/۴۲	۰/۸۲
۱۳۹۶	۰/۳۹	۰/۷۹
۱۳۹۷	۰/۳۲	۰/۶۸
۱۳۹۸	۰/۳۰	۰/۶۵
۱۳۹۹	۰/۳۴	۰/۷۶

مأخذ: یافته های مطالعه

#### ۴-۳۱- محصول پیاز

#### ۴-۳۱-۱- تحلیل روند قیمت های اسمی و واقعی صادرات پیاز ایران

در نمودار ۴-۷۶ روند اسمی و ثابت قیمت های صادراتی پیاز مشاهده می شود. همان گونه که مشخص است، روند قیمت های واقعی پیاز ایران به قیمت های ثابت سال ۱۳۸۳، بویژه در سال های اخیر روندی متفاوت با قیمت های اسمی پیاز داشته و روند مشخص نزولی طی سال های ۱۳۸۸ به بعد کاملاً مشخص است.



نمودار ۴-۷۶- روند قیمت های صادراتی اسمی و واقعی محصول پیاز ایران

در ادامه در جدول ۴-۷۵ مشخص است که میانگین قیمت اسمی پیاز صادراتی ایران ۰/۱۷۱ دلار بوده در حالی که در مورد قیمت واقعی پیاز به قیمت ثابت سال ۱۳۸۳، این میانگین قیمت ۰/۱۴۷ دلار می باشد. همچنین حداقل قیمت اسمی و ثابت پیاز صادراتی ایران به ترتیب ۰/۰۶۸ و ۰/۰۵۶ دلار بوده است. حداکثر قیمت اسمی و ثابت پیاز صادراتی ایران به ترتیب ۰/۳۷۸ و ۰/۲۸۱ دلار تجربه شده است. در نهایت در مورد مقادیر صادراتی پیاز ایران به بازارهای جهانی نیز، حداقل و حداکثر مقادیر صادراتی به ترتیب ۸۸/۸۳۲ و ۲۷۸۶۰۵/۵ تن و میانگین میزان صادرات نیز برای سال های مورد بررسی ۸۸۶۹۰/۰۹ تن بوده است. همان گونه که مشخص است، بیشترین ضریب نوسان مربوط به مقدار صادرات و کمترین نوسان نیز به قیمت های ثابت پیاز صادراتی ایران می باشد. لذا ریسک مقادیر صادرات بیش از ریسک قیمتی در بازار پیاز ایران مطرح است.

جدول ۴-۷۵- تحلیل معیارهای قیمت اسمی و ثابت صادراتی و مقادیر صادرات پیاز ایران

مقدار صادرات-تن	قیمت ثابت- دلار	قیمت اسمی- دلار	معیارها
۸۸,۸۳۲	۰,۰۵۶	۰,۰۶۸	حداقل
۲۷۸۶۰۵,۵	۰,۲۸۱	۰,۳۷۸	حداکثر
۸۸۶۹۰,۰۹	۰,۱۴۷	۰,۱۷۱	میانگین
۷۴۶۷۰,۹۲	۰,۰۵۸	۰,۱۱۱	انحراف معیار
۰,۸۴۲	۰,۳۹۵	۰,۶۵۲	ضریب نوسان

مأخذ: یافته های مطالعه

اما بررسی کشور مسقط در بازارهای جهانی یعنی هند نیز نشان می دهد که میانگین قیمت اسمی پیاز صادراتی هند ۰/۲۱۶ دلار بوده و در مورد قیمت واقعی پیاز به قیمت ثابت سال ۲۰۰۴، این میانگین قیمت ۰/۱۶۱ دلار می باشد. این در حالی است که حداقل قیمت اسمی و ثابت پیاز صادراتی هند به ترتیب ۰/۱۲۶ و ۰/۱۰۴ دلار بوده است. همچنین حداکثر قیمت اسمی و ثابت پیاز صادراتی هند به ترتیب ۰/۴۳۰ و ۰/۲۳۲ دلار تجربه شده است. در نهایت در مورد مقادیر صادراتی پیاز هند به بازارهای جهانی نیز، حداقل و حداکثر مقادیر صادراتی به ترتیب ۲۱۵/۷۶۶ و ۱۶۷۷/۱۶۶ هزار تن و میانگین میزان صادرات نیز برای سال های مورد بررسی ۷۸۲/۳۴۰

هزار تن بوده است. بیشترین ضریب نوسان مربوط به مقادیر صادرات و کمترین نوسان نیز به قیمت های ثابت پیاز صادراتی هند مربوط می باشد. اما همان گونه که مشخص است، ضریب نوسانات قیمت و مقدار صادراتی ایران بیشتر از بزرگترین صادرکننده این محصول یعنی هند است و این به معنی ریسک بیشتر ایران در قیمت و مقدار صادراتی نسبت به هند می باشد.

جدول ۴-۷۶- تحلیل معیارهای قیمت اسمی و ثابت صادراتی کشور مسقط

مقدار صادرات-تن	قیمت ثابت-دلار	قیمت اسمی-دلار	معیارها
۲۱۵۷۶۶	۰,۱۰۴	۰,۱۲۶	حداقل
۱۶۷۷۱۶۶	۰,۲۳۲	۰,۴۳	حداکثر
۷۸۲۳۴۰,۵	۰,۱۶۱	۰,۲۱۶	میانگین
۵۲۲۴۱۰,۶	۰,۰۳	۰,۰۸	انحراف معیار
۰,۶۶۸	۰,۱۸۶	۰,۳۷۲	ضریب نوسان

مأخذ: یافته های مطالعه

#### ۴-۳۱-۲- تحلیل دوره های تشدید تحریم ها نسبت به دوره های پیش از آن

تحلیل مقادیر قیمت و مقدار صادرات طی دوره های تشدید تحریم و قبل از آن نشان می دهد که میانگین قیمت ثابت و مقادیر صادرات در دوره های تحریم بیش از دوره های پیش از تحریم بوده است. همان طور که در جدول ۴-۷۷ نشان داده شده است قیمت های واقعی صادراتی ایران در سال های بعد از تشدید تحریم ها نسبت به سال های پیش از آن بطور میانگین از ۰/۱۱۷ به ۰/۱۹۴ دلار رسیده و لذا رشدی معادل ۶۵/۸ درصد داشته در حالیکه مقادیر صادراتی رشدی معادل ۱۸۹/۴ درصد تجربه کرده است. این در حالی است که هند در همین دوره با ثبات در قیمت های صادراتی واقعی خود، رشدی مقداری معادل ۲۳۲/۰۶ درصد داشته است. این افزایش رشد قیمت در سال های بعد از تحریم نسبت به پیش از تحریم به دلیل افزایش قیمت در طی سال های ۸۶ تا ۸۸ بوده اما همان طور که مشخص است قیمت واقعی صادراتی ایران از سال ۸۸ به بعد افت شدیدی داشته است.

جدول ۴-۷۷- تحلیل مقادیر قیمت و مقدار صادرات ایران در سال های قبل و بعد از تشدید تحریم ها

پس از تشدید تحریم		پیش از تشدید تحریم		معیارها
مقادیر صادراتی - تن	قیمت ثابت - دلار	مقادیر صادراتی - تن	قیمت ثابت - دلار	
۲۲۷۰۰	۰,۱۱۷	۸۸,۸۳۲	۰,۰۵۶	حداقل
۲۷۸۶۰۵,۵	۰,۲۸۱	۱۱۹۶۴۸,۳	۰,۲۱	حداکثر
۱۴۸۵۰۰,۶	۰,۱۹۴	۵۱۳۰۸,۵۵	۰,۱۱۷	میانگین
۸۱۴۱۰,۴۴	۰,۰۵۶	۳۷۹۵۹,۳۹	۰,۰۳۶	انحراف معیار
۰,۵۴۸	۰,۲۸۹	۰,۷۴	۰,۳۰۳	ضریب نوسان

مأخذ: یافته های مطالعه

جدول ۴-۷۸- تحلیل مقادیر قیمت و مقدار صادرات هند در سال های قبل و بعد از تشدید تحریم های ایران

پس از تشدید تحریم		پیش از تشدید تحریم		معیارها
مقادیر صادراتی - تن	قیمت ثابت - دلار	مقادیر صادراتی - تن	قیمت ثابت - دلار	
۹۶۱۸۰۶	۰,۱۰۴	۲۱۵۷۶۶	۰,۱۱۹	حداقل
۱۶۷۷۱۶۶	۰,۲۳۲	۸۶۰۳۳۴	۰,۲۱۳	حداکثر
۱۳۷۲۳۸۳	۰,۱۶۲	۴۱۳۵۶۳,۹	۰,۱۶۱	میانگین
۲۶۱۵۸۰,۹	۰,۰۳۶	۱۹۱۴۰۸,۹	۰,۰۲۷	انحراف معیار
۰,۱۹۱	۰,۲۲۱	۰,۴۶۳	۰,۱۶۸	ضریب نوسان

مأخذ: یافته های مطالعه

#### ۴-۳۱-۳- تحلیل های کشورهای هدف صادرات ایران در دوره های قبل و بعد از دوره های تشدید تحریم

در ادامه به بررسی تعداد کشورهای هدف و تعداد کشورهای غالب هدف در ایران پرداخته شده است. همان گونه که در جدول ۴-۷۹ مشاهده می شود، تعداد حداقل ۹ و حداکثر ۳۵ کشور، کشورهای هدف ایران را تشکیل می دهند. بطور میانگین تعداد کشورهای هدف ایران ۲۳ کشور بوده است. همچنین تعداد کشورهای غالب هدف حداقل یک و حداکثر ۴ کشور بوده اند که در مجموع سهم ۵۰ درصدی از سبد صادرات پیاز ایران را به خود

اختصاص می دادند. بطور میانگین ۲ کشور، کشور غالب هدف ایران بوده اند. در نهایت سهم کشور هدف اصلی (کشور اول) از سبد صادراتی ایران، حداقل ۱۵/۱۰۶ درصد و حداکثر ۶۲/۴۵۲ درصد بوده است که بطور میانگین این سهم ۴۴/۴۴۷ درصد برآورد می شود. همان گونه که مشخص است نوسان کشورهای غالب و سهم کشور اصلی بیشتر از تعداد کشورهای هدف بوده است.

جدول ۴-۷۹- تعداد کشورهای هدف، تعداد کشورهای غالب هدف و سهم کشور اصلی در ایران

معیارها	تعداد کشورهای هدف	تعداد کشورهای غالب هدف	سهم کشور هدف اصلی-درصد
حداقل	۹	۱	۱۵,۱۰۶
حداکثر	۳۵	۴	۶۲,۴۵۲
میانگین	۲۳,۰۴۳	۱,۸۲۶	۴۴,۴۴۷
انحراف معیار	۴,۸۹۴	۰,۸۸۷	۱۲,۵۴۹
ضریب نوسان	۰,۲۱۲	۰,۴۸۶	۰,۲۸۲

مأخذ: یافته های مطالعه

در جدول ۴-۸۰ به تفکیک سال های تشدید تحریم ها و سال های پیش از تشدید تحریم ها مشخص است که تعداد کشورهای هدف در پیش از تشدید تحریم ها، حداقل ۹ و حداکثر ۳۵ کشور بوده و بطور متوسط تعداد کشورهای هدف حدود ۲۳ کشور بوده است. این در حالی است که در سال های تشدید تحریم تعداد کشورهای هدف حداقل ۱۷ و حداکثر ۲۹ کشور بوده و بطور متوسط تعداد کشورهای هدف حدود ۲۲ کشور بوده است. به عبارتی تعداد کشورهای هدف بطور متوسط ۱ کشور کمتر شده است. هم چنین تعداد کشورهای غالب هدف در دوره پیش از تشدید تحریم، حداقل ۱، حداکثر ۳ و بطور میانگین حدود ۲ کشور بوده است. این در حالی است که در سال های تشدید تحریم، تعداد کشورهای غالب حداقل ۱، حداکثر ۴ و بطور میانگین ۲ کشور بوده است. سهم کشور هدف اصلی از مجموع صادرات ایران در دوره پیش از تشدید تحریم، حداقل ۳۱/۶۸۵، حداکثر ۶۲/۴۵۲ و بطور میانگین ۴۶/۱۶ درصد بوده است. در حالی که در سال های تشدید تحریم، این سهم کاهش یافته است. بطوریکه در سال های تشدید تحریم، سهم کشور هدف اصلی از سبد صادراتی ایران حداقل ۱۵/۱۰۶،

حداکثر ۵۶/۲۱۴ و بطور میانگین ۴۱/۷۰۷ درصد بوده است. لذا سهم کشور هدف اصلی در سال های تشدید تحریم بطور میانگین بیش از ۹ درصد رشد منفی داشته است.

جدول ۴-۸۰- وضعیت کشورهای هدف صادرات ایران در سال های قبل و بعد از تشدید تحریم ها

پس از تشدید تحریم			پیش از تشدید تحریم			معیارها
سهم کشور هدف اصلی	تعداد کشورهای غالب هدف	تعداد کشورهای هدف	سهم کشور هدف اصلی	تعداد کشورهای غالب هدف	تعداد کشورهای هدف	
۱۵,۱۰۶	۱	۱۷	۳۱,۶۸۵	۱	۹	حداقل
۵۶,۲۱۴	۴	۲۹	۶۲,۴۵۲	۳	۳۵	حداکثر
۴۱,۷۰۷	۲	۲۲,۵	۴۶,۱۶	۱,۶۹۲	۲۳,۴۶۲	میانگین
۱۴,۷۱۵	۱,۱۵۵	۳,۳۷۵	۱۱,۱۵۴	۰,۶۳	۵,۹۱۱	انحراف معیار
۰,۳۵۳	۰,۵۷۷	۰,۱۵	۰,۲۴۲	۰,۳۷۳	۰,۲۵۲	ضریب نوسان

مأخذ: یافته های مطالعه

#### ۴-۳۱-۴- تحلیل ارتباط سهم صادرات پیاز ایران و قیمت های صادراتی

همان گونه که بررسی نتایج تا به اینجا نشان داد، هر چند قیمت های ایران پس از تشدید تحریم ها افزایش یافته است اما رشد قیمت های صادراتی حفظ نشده و با گذشت زمان رشد سالیانه قیمت های صادراتی کاهش یافته است، بطوریکه از سال ۸۸ به بعد قیمت های ثابت ایران افت محسوسی داشته است. این در حالی است از سال ۹۱ به بعد قیمت های صادراتی هند با افزایش همراه بوده است.

همان گونه که در جدول ۴-۸۱ مشخص است، بررسی علیت بین سهم صادراتی ایران و قیمت های صادراتی ایران نشان می دهد که تغییر سهم صادراتی ایران علت تغییر قیمت صادرات ایران بوده است و لذا با تغییر سهم صادراتی برای ایران، سهم کشور از بازارهای جهانی نیز تغییر یافته است. این نتیجه در سطح ۵ درصد معنی دار بوده است. عکس مطلب فوق صحیح نبوده و قیمت های صادراتی علت تغییر سهم ایران در بازارهای جهانی نبوده است. ضریب برآورد بلندمدت در این رابطه بیان گر آن است که با افزایش یک درصدی در سهم صادراتی ایران از بازارهای جهانی، قیمت ایران در بازارهای جهانی ۰/۱۰۴ درصد کاهش خواهد یافت. همان گونه که ملاحظه

می شود، هرچند رابطه بین سهم صادراتی ایران و قیمت های صادراتی ایران منفی است اما کشش برآورد شده بیانگر کم کشش بودن قیمت صادراتی نسبت به تغییر سهم ایران از بازارهای جهانی می باشد.

جدول ۴-۸۱- علیت بین تغییر قیمت صادراتی و تغییر سهم صادرات ایران

سطح معنی داری	آماره برآوردی	فرضیه صفر
۰/۴۲۶	۰/۶۳۳	تغییر قیمت صادراتی ایران علت تغییر سهم صادرات ایران نیست
۰/۰۴۵	۴/۰۱۴	تغییر سهم صادرات ایران علت تغییر قیمت صادراتی ایران نیست
۰/۰۰۳	-۰/۱۰۴	برآورد کشش بلندمدت اثر قیمت صادراتی بر سهم صادرات ایران

مأخذ: یافته های مطالعه

هم چنین نتیجه مهم دیگری که از بررسی رابطه قیمت صادراتی ایران و سهم صادرات ایران در بازارهای جهانی می توان به آن دست یافت آن است که نتیجه رابطه علیت نشان داد که تغییر قیمت صادراتی ایران علت تغییر نسبت صادرات ایران به هند نخواهد بود و بر عکس. لذا قیمت صادراتی ایران در بازار و تعیین سهم ایران از بازارهای جهانی در مقابل رقبا، تعیین کننده نبوده است.

جدول ۴-۸۲- علیت بین تغییر قیمت صادراتی و تغییر نسبت مقادیر صادرات ایران به میزان صادرات هند

سطح معنی داری	آماره برآوردی	فرضیه صفر
۰/۴۱۸	۰/۶۵۵	تغییر قیمت صادراتی ایران علت تغییر نسبت مقادیر صادرات ایران به مقادیر هند نیست
۰/۸۶۶	۰/۰۲۹	تغییر نسبت مقادیر صادرات ایران به مقادیر هند علت تغییر قیمت صادراتی ایران نیست
---	---	برآورد کشش بلندمدت اثر قیمت صادراتی بر نسبت مقادیر صادرات ایران به مقادیر هند

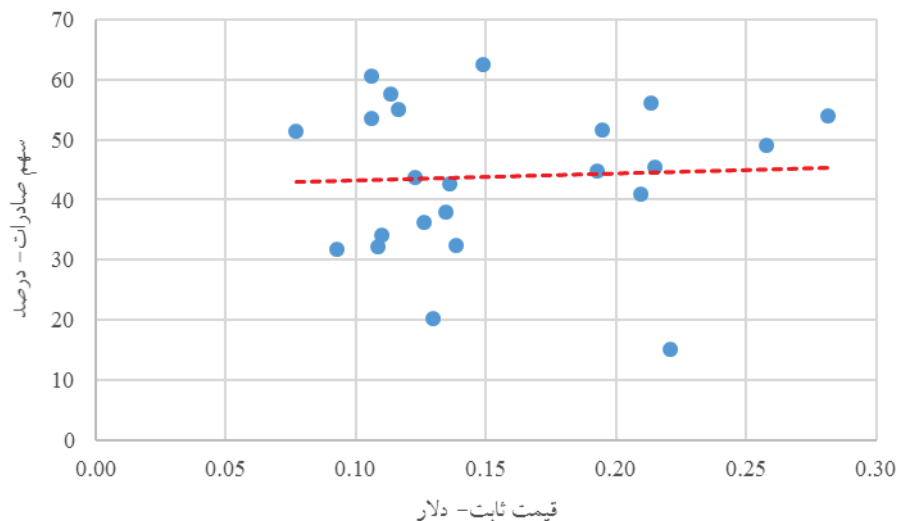
مأخذ: یافته های مطالعه



## ۴-۳۲- تحلیل نموداری عوامل اثرگذار بر نوسان قیمت‌های صادراتی ایران در بازارهای جهانی

### ۴-۳۲-۱- رابطه قیمت واقعی صادرات و سهم کشور هدف اصلی

همان‌گونه که نمودار ۴-۷۷ نشان می‌دهد، بین قیمت‌های واقعی صادرات ایران و سهم کشور هدف اصلی ایران رابطه مستقیم وجود دارد. به این معنی که با افزایش سهم کشور هدف اول، قیمت‌های واقعی صادرات ایران در مورد پیاز در بازارهای جهانی با افزایش روبرو بوده است. براین اساس انتظار می‌رود در الگوی بلندمدت که در ادامه برآورد خواهد شد، ارتباط بین قیمت‌های واقعی صادرات و سهم کشور هدف اصلی ایران یک رابطه مثبت برآورد گردد.

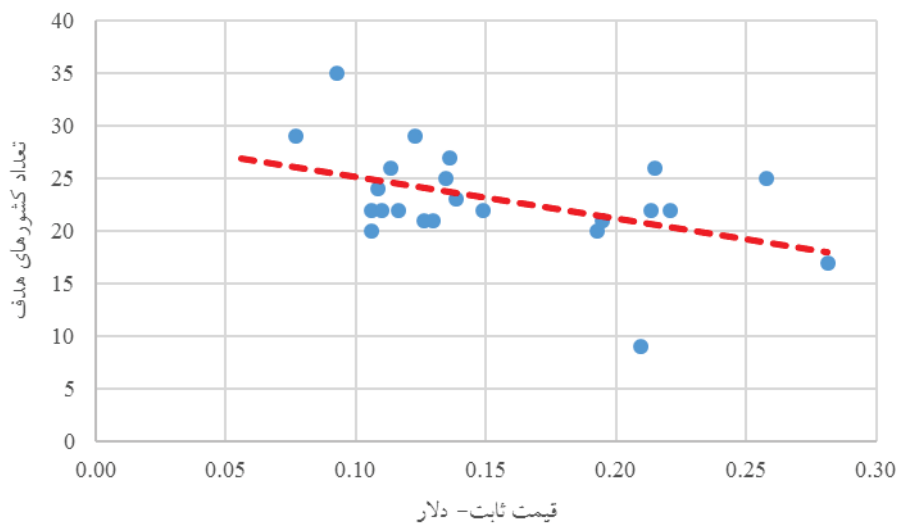


نمودار ۴-۷۷- ارتباط بین قیمت واقعی صادرات و سهم کشور هدف اصلی

### ۴-۳۲-۲- رابطه قیمت واقعی صادرات و تعداد کشورهای هدف

همان‌گونه که نمودار ۴-۷۸ نشان می‌دهد، بین قیمت‌های واقعی صادرات ایران و تعداد کشورهای هدف ایران رابطه منفی وجود دارد. به این معنی که با افزایش تعداد کشورهای هدف، قیمت‌های واقعی صادرات ایران در مورد پیاز در بازارهای جهانی با کاهش روبرو بوده است. براین اساس انتظار می‌رود در الگوی بلندمدت که در

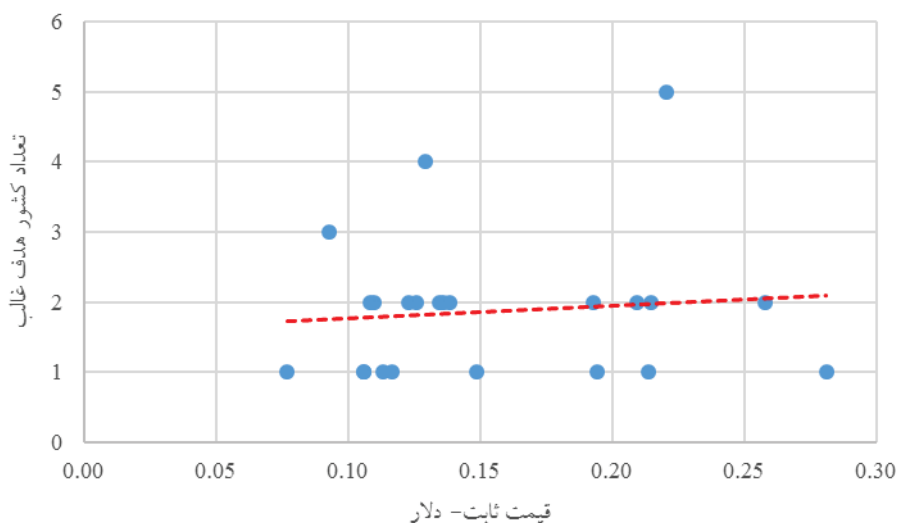
ادامه برآورد خواهد شد، ارتباط بین قیمت‌های واقعی صادرات و تعداد کشورهای هدف ایران یک رابطه منفی برآورد گردد.



نمودار ۴-۷۷- ارتباط بین قیمت واقعی صادرات و تعداد کشورهای هدف

#### ۴-۳۲-۳- رابطه قیمت واقعی صادرات و تعداد کشورهای غالب

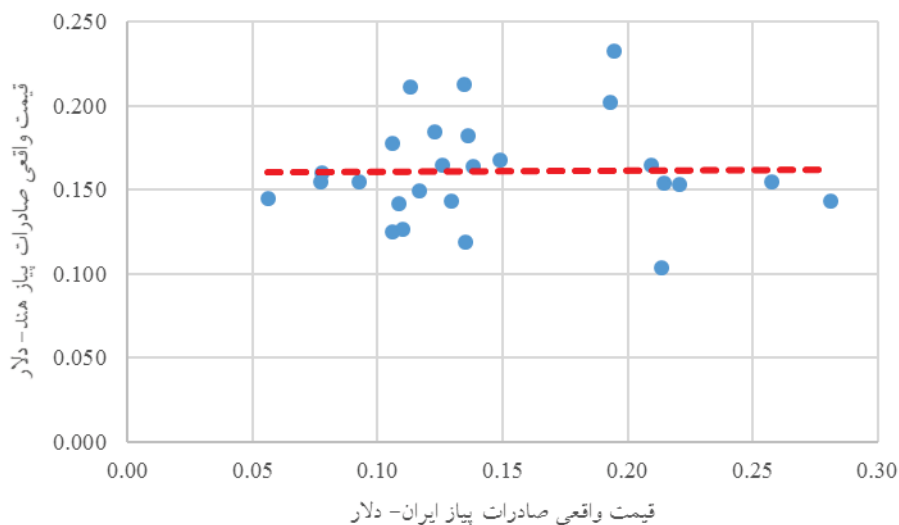
همان‌گونه که نمودار ۴-۷۹ نشان می‌دهد، بین قیمت‌های واقعی صادرات ایران و تعداد کشورهای غالب هدف ایران رابطه مثبت و مشخصی وجود دارد. به این معنی که با افزایش تعداد کشورهای غالب هدف، قیمت‌های واقعی صادرات ایران در مورد پیاز در بازارهای جهانی با افزایش روبرو بوده است. لذا انتظار می‌رود با افزایش تعداد کشورهای هدف اصلی (کشورهایی هدف اصلی که مجموع سهم در آنها به ۵۰ درصد برسد)، قیمت‌های صادراتی ایران در رقابت با قیمت‌های جهانی و رقبا افزایش یابد. براین اساس انتظار می‌رود در الگوی بلندمدت که در ادامه برآورد خواهد شد، ارتباط بین قیمت‌های واقعی صادرات و تعداد کشورهای غالب هدف ایران یک رابطه مثبت برآورد گردد.



نمودار ۴-۷۹- ارتباط بین قیمت واقعی صادرات و تعداد کشورهای غالب هدف

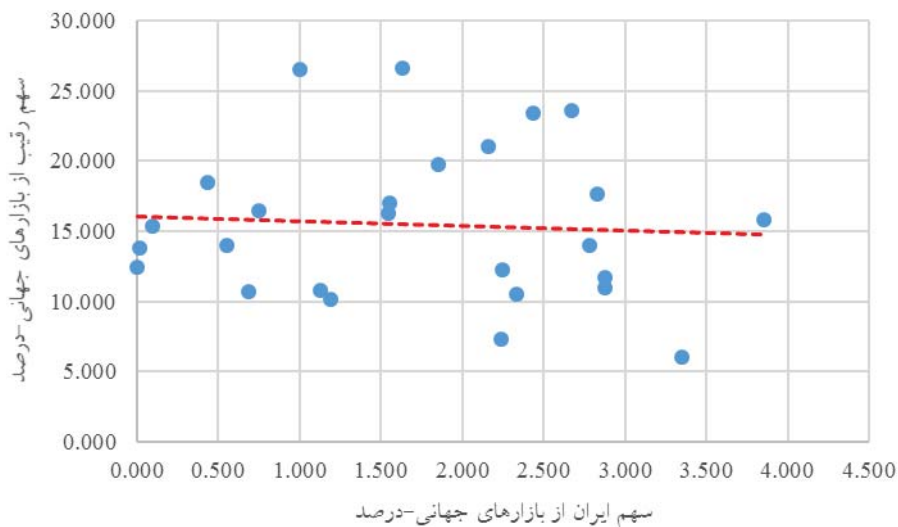
#### ۴-۳۲-۴- رابطه قیمت واقعی صادرات و قیمت کشور مسلط در بازار جهانی

همان گونه که نمودار ۴-۸۰ نشان می دهد، بین قیمت های واقعی صادرات ایران و قیمت های واقعی پیاز هند رابطه مثبت بسیار ضعیفی وجود دارد. لذا در هر صورت انتظار می رود در الگوی بلندمدت که در ادامه برآورد خواهد شد، ارتباط بین قیمت های واقعی صادرات و قیمت کشور رقیب یک رابطه مثبت برآورد گردد، هر چند که این رابطه به نظر معنی دار نخواهد بود.



نمودار ۴-۷۹- ارتباط بین قیمت واقعی صادرات ایران و هند

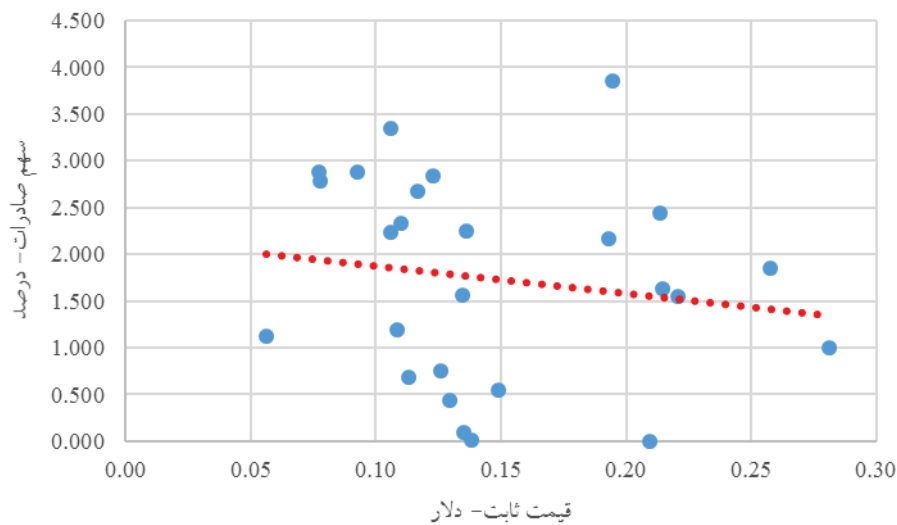
همان گونه که نمودار ۴-۸۰ نشان می دهد، رابطه سهم صادراتی ایران و هند تا حدودی منفی بوده و لذا با افزایش سهم صادراتی هند، سهم صادراتی ایران کاهش ناچیز داشته است.



نمودار ۴-۸۰- ارتباط بین سهم صادراتی ایران و هند از بازارهای جهانی

#### ۴-۳۳- رابطه قیمت واقعی صادرات سهم ایران در بازارهای جهانی

باتوجه به اینکه رابطه علیت سهم صادرات با قیمت‌های صادراتی از سمت سهم صادرات به قیمت‌های واقعی صادرات ایران بوده است، لذا در این قسمت رابطه بین قیمت‌های صادراتی و سهم صادرات ایران مورد بررسی قرار گرفته است. نتایج تحلیل نمودار ۴-۸۱، رابطه منفی بین سهم و قیمت صادراتی ایران را تایید می‌کند. لذا انتظار می‌رود در الگوهای برآوردی ارتباط بین سهم صادرات و قیمت صادراتی منفی برآورد گردد.



نمودار ۴-۸۱- ارتباط بین سهم صادراتی و قیمت‌های واقعی صادرات ایران

#### ۴-۳۴- برآورد الگوی بلندمدت عوامل مؤثر بر قیمت‌های صادراتی پیاز ایران

##### ۴-۳۴-۱- تعیین پایایی متغیرهای مورد بررسی

در ادامه در این قسمت از نتایج، برآورد الگوی بلندمدت عوامل مؤثر بر قیمت‌های واقعی صادراتی پیاز ایران (به ثابت ۱۳۸۳) انجام خواهد شد. براین اساس در قدم اول پایایی<sup>۵۰</sup> متغیرهای مورد بررسی آزمون شده است. در مورد پیاز بر مبنای جدول ۴-۸۳، متغیرهای مورد بررسی در سطح (I(0) بوده و شرایط اولیه برای برآورد

50 . Stationary Test

الگوهای خودرگرسیو برداری (VAR)<sup>۵۱</sup> را خواهند داشت. جدول ۴-۸۳ آزمون پایایی متغیرهای الگو را نشان می‌دهد.

جدول ۴-۸۳- آزمون پایایی متغیرها با استفاده از آزمون دیکی فولر تعمیم یافته

متغیر	آماره برآوردی	آماره بحرانی	سطح معنی داری	نتیجه
قیمت صادراتی ایران	-۳/۳۸۹	-۳/۲۳۸	۰/۰۷۶	I(0)
قیمت صادراتی هند	-۴/۱۰۴	-۳/۶۰۳	۰/۰۱۸	I(0)
تعداد کشورهای هدف	-۴/۶۱۶	-۴/۴۴۱	۰/۰۰۷	I(0)
تعداد کشورهای غالب	-۵/۶۶۶	-۴/۴۴۱	۰/۰۰۸	I(0)
سهم کشور هدف اصلی	-۵/۶۴۲	-۴/۳۷۴	۰/۰۰۰	I(0)
سهم صادرات ایران	-۴/۳۶۳	-۳/۶۰۳	۰/۰۱۰	I(0)

مأخذ: نتایج مطالعه

در مرحله بعد الگوی خودرگرسیو برداری برای قیمت واقعی پیاز و موسیر پس از برآورد وقفه بهینه (وقفه یک) برآورد شد. نتایج جدول ۴-۸۴ بیان‌گر رابطه مثبت وقفه قیمت‌های صادراتی ایران در بازار جهانی و قیمت‌های صادراتی رقیب با قیمت‌های صادراتی حاضر ایران در بازارهای جهانی می‌باشد. هرچند که رابطه قیمت‌های رقیب با قیمت پیاز و موسیر ایران در بازارهای جهانی در سطح مناسبی معنی‌دار نمی‌باشد. وقفه تعداد کشورهای هدف نیز بر قیمت‌های ایران در بازارهای جهانی اثر مثبت و معنی‌داری در سطح یک درصد داشته است. هرچند که ضریب برآوردی در کوتاه مدت برای این متغیر قابل توجه نمی‌باشد. وقفه سهم صادرات ایران در بازارهای جهانی و وقفه تعداد کشور هدف اصلی با قیمت‌های ایران در بازارهای جهانی رابطه مثبت و معنی‌داری به ترتیب در سطوح ۱۰ و ۵ درصد داشته است. همچنین رابطه وقفه سهم ایران در کشور هدف اصلی با قیمت‌های صادراتی ایران در سطح مناسبی معنی‌دار نمی‌باشد. متغیر مجازی سال‌های تحریم نیز هرچند رابطه منفی با قیمت‌های صادراتی ایران در بازارهای جهانی داشته اما این رابطه نیز در سطح مناسبی معنی‌دار نمی‌باشد.

جدول ۴-۸۴- برآورد الگوی خودرگرسیو برداری (VAR)

متغیرها	ضریب برآوردی	انحراف استاندارد	آماره t
وقفه قیمت صادراتی ایران	۰,۶۹۱۲	۰,۲۴۷۱	۲,۷۹۷۸
وقفه قیمت صادراتی هند	۰,۲۶۳۹	۰,۲۵۲۸	۱,۰۴۴۱
وقفه سهم صادرات ایران	-۰,۰۱۸۰	۰,۰۱۰۵	-۱,۷۱۶۷
وقفه سهم ایران در کشور هدف اصلی	-۰,۰۰۰۳	۰,۰۰۰۹	-۰,۳۲۴۸
وقفه تعداد کشورهای هدف	۰,۰۰۷۶	۰,۰۰۱۷	۴,۵۸۶۰
وقفه تعداد کشورهای هدف اصلی	-۰,۰۲۸۵	۰,۰۱۵۲	-۱,۸۷۰۷
عرض از مبدأ	-۰,۲۱۴۸	۰,۰۸۶۴	-۲,۴۸۵۳
متغیر مجازی تشدید تحریم	-۰,۰۵۰۲	۰,۰۳۴۲	-۱,۴۶۵۶
روند زمانی	۰,۰۱۰۶	۰,۰۰۳۸	۲,۸۲۲۱
R-squared	۰,۹۱۳		
F-statistic	۶,۴۹۳		
Log likelihood	۶۰,۰۵۴		
Akaike AIC	-۴,۱۸۴		
Schwarz SC	-۳,۴۹۲		

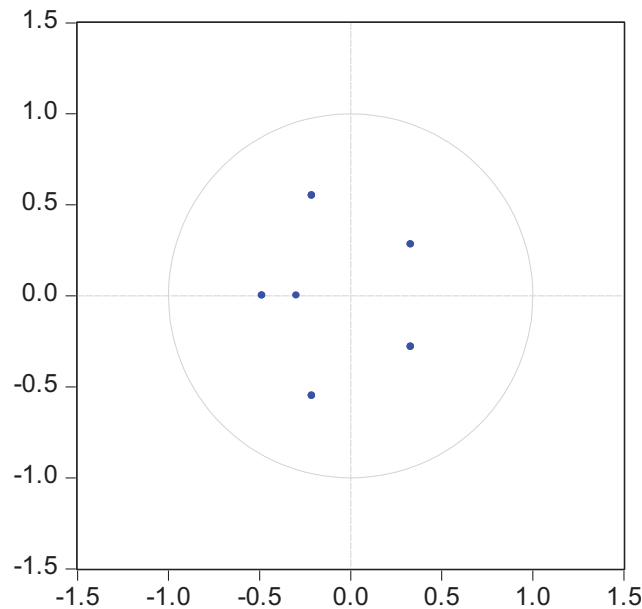
در ادامه به بررسی فروض کلاسیک در الگوی برآوردی پرداخته شده است که نتایج بدست آمده در جدول ۴-۸۵ بیانگر عدم وجود مشکلات مختلف کلاسیک در نتایج الگو می باشد. نتایج آزمون نرمال بودن اجزای اخلال بیانگر آن است که اجزای اخلال در الگوی مورد نظر از توزیع نرمال تبعیت می نمایند. لذا آماره های T و F در الگوی برآوردی از اعتبار مناسبی برخوردارند. نتایج آزمون خودهمبستگی نیز بیانگر آن است که در الگوی برآوردی همبستگی سریالی اجزای اخلال وجود نداشته و از این جهت نیز فروض کلاسیک در نتایج برآوردی برقرار می باشند. هم چنین آزمون ناهمسانی واریانس نیز بیانگر عدم وجود مشکل ناهمسانی واریانس از نوع ARCH در الگوی برآوردی می باشد.

جدول ۴-۸۵- آزمون های فرض کلاسیک برای الگوی VAR

متغیرها	آماره LM	سطح معنی داری
خودهمبستگی سریالی	۳۴/۸۸۰	۰/۵۲۲
نرمال بودن اجزای اخلاص	۷/۸۴۳	۰/۷۹۷
ناهمسانی واریانس	۴/۳۴	۰/۲۴۱

آزمون ثبات الگو با استفاده از رهیافت آزمون ریشه معکوس مورد بررسی قرار گرفت. ملاحظه می شود که نقاط برآوردی در دامنه نقاط بحرانی قرار داشته و از این نظر الگوی برآورد VAR و ضرایب برآوردی آن ثبات و اعتبار لازم را داشته اند.

Inverse Roots of AR Characteristic Polynomial



جدول ۴-۸۳- نمودار آزمون ریشه معکوس خودرگرسیو

برای بررسی اثر متقابل متغیرها در الگوی VAR از تکنیک توابع عکس العمل آنی (IRF) استفاده می شود. در این روش ابتدا بر جزء اخلاص هر کدام از معادلات شوکی آنی به اندازه یک انحراف معیار وارد می شود. سپس



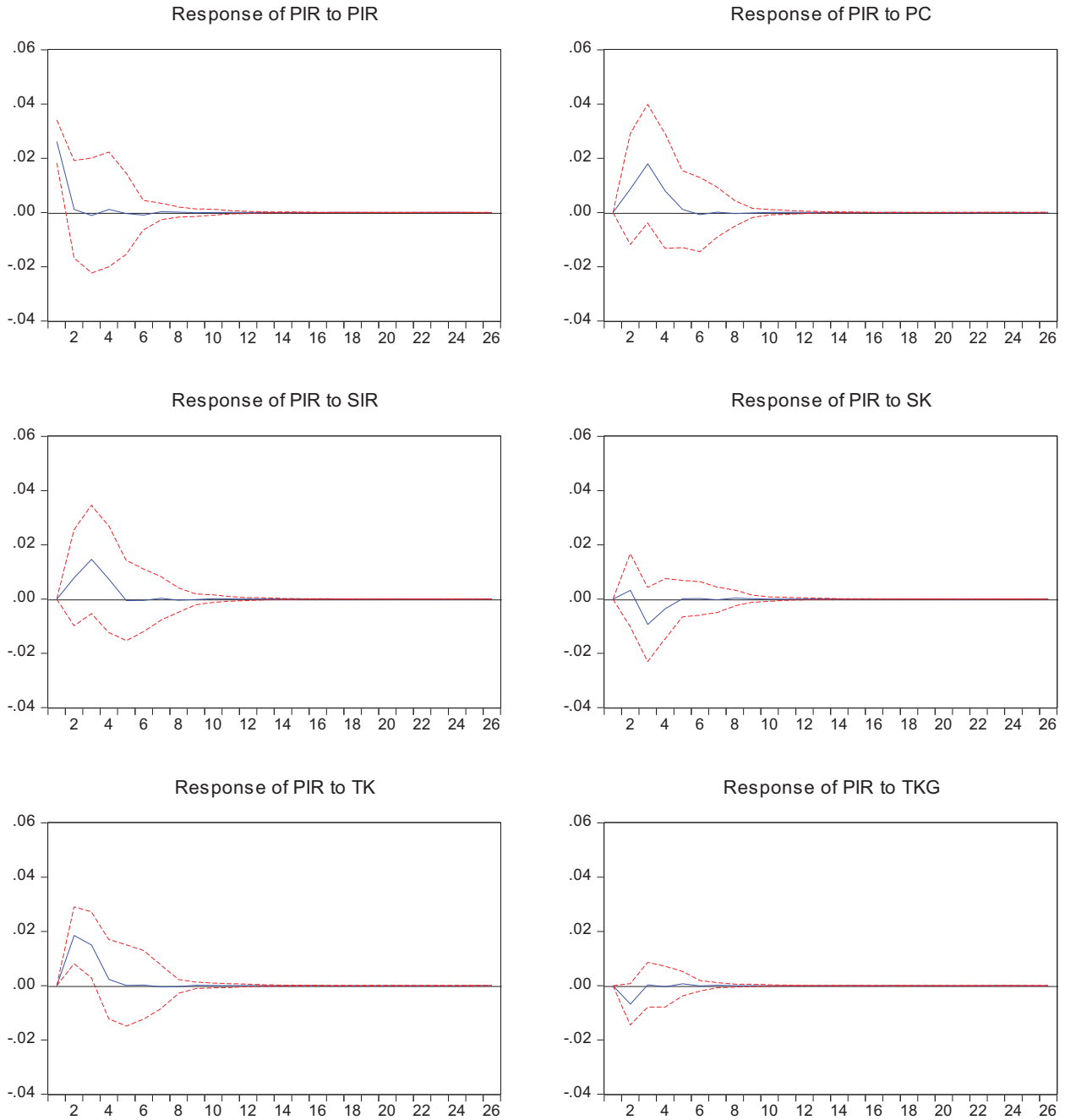
مسیر این شوک بر متغیر درون زای الگو (قیمتهای صادراتی ایران) پیگیری می شود. پیگیری این اثر در قالب توابع واکنش آنی بررسی می شود.

در پاسخ به شوک قیمت های صادراتی ایران، اثر شوک تا دوره سوم کاهش یافته و پس از آن اثر شوک میرا شده و تعدیل می شود. از ویژگی های الگوی VAR ایستا آن است که اگر به سیستم معادلات شوکی وارد شود، اثر شوک بتدریج توسط یک مکانیسم تصحیح خطا از بین می رود و متغیرها مجدداً به مسیر بلندمدت شان بر می گردند.

در پاسخ به شوک قیمت های رقیب، اثر شوک تا دوره سوم افزایش یافته و پس از آن اثر شوک کاهش یافته و میرا شده و به تدریج در دوره ششم اثر شوک تعدیل می شود. همچنین در پاسخ به شوک سهم ایران در بازارهای جهانی نیز اثر شوک تا دوره سوم افزایش یافته و پس از آن اثر شوک کاهش یافته و به تدریج در دوره پنجم اثر شوک تعدیل می شود.

در ادامه شوک های وارده به سهم ایران در کشور هدف اصلی در دوره دوم افزایش یافته و سپس تا دوره سوم کاهش یافته و در نهایت تا دوره پنجم اثر شوک میرا و تعدیل خواهد شد. در مورد شوک های تعداد کشورهای هدف نیز تا دوره سوم اثر شوک بر قیمت های صادراتی ایران در بازارهای جهانی افزایش یافته و پس از آن اثر شوک میرا شده و در نهایت در دوره ششم اثر شوک تعدیل خواهد شد. در نهایت در پاسخ به شوک تعداد کشورهای هدف غالب، اثر شوک تا دوره سوم کاهش یافته و پس از آن اثر شوک میرا شده و به تدریج در دوره چهارم اثر شوک تعدیل می شود.

Response to Cholesky One S.D. Innovations  $\pm 2$  S.E.



۴-۸۴- نمودارهای تابع عکس العمل آنی قیمت های واقعی صادرات

تجزیه واریانس متعامد سهم هر یک از متغیرهای درونزا را در خطای پیش بینی قیمت های صادراتی ایران را در طول زمان نشان می دهد و نسبت به روش تعمیم یافته دارای این مزیت است که سهم متغیرها در هر دوره زمانی در مجموع برابر یک است (سلمان پور و همکاران، ۱۳۸۸).

نتایج برآورد تجزیه واریانس نشان می دهد که در دوره کوتاه مدت سهم نوسان قیمت های صادراتی بر خطای پیش بینی همین متغیر، ۵۶/۱۱ درصد بوده<sup>۵۲</sup> و سهم نوسان قیمت های صادراتی رقیب در خطای پیش بینی قیمت های صادراتی ایران در بازارهای جهانی ۶/۱۷ درصد، سهم نوسان متغیر سهم صادرات ایران نیز ۵/۰۶ درصد، سهم نوسان متغیر سهم کشور هدف اصلی به اندازه کمتر از یک درصد، سهم نوسان متغیر تعداد کشورهای هدف ۲۷/۹۷ درصد و در نهایت سهم نوسان متغیر تعداد کشورهای هدف غالب نیز ۳/۸۶ درصد در خطای پیش بینی قیمت های صادراتی ایران خواهد بود. مشخص است که در کوتاه مدت پس از اثر نوسان خودرگرسیو قیمت های صادراتی، سهم اصلی موثر بر خطای پیش بینی قیمت های صادراتی ایران، مربوط به نوسان متغیر تعداد کشورهای هدف و پس از آن با اختلافی مشخص، مربوط به نوسان قیمت صادراتی رقیب می باشد. همچنین سهم نوسان قیمت های صادراتی رقیب و سهم نوسان متغیر سهم صادرات ایران بر قیمت های صادراتی ایران اختلاف چندانی با هم ندارند. اما در بلندمدت هرچند همچنان اولویت بندی فوق برقرار بوده اما سهم نوسان قیمت های رقیب به سهم نوسان تعداد کشورهای هدف بسیار نزدیک شده و همچنین سهم نوسان قیمت های رقیب بر خطای پیش بینی قیمت های صادراتی ایران با متغیر سهم صادرات ایران اختلاف محسوسی داشته است. مشخص است که با فاصله گرفتن از دوره کوتاه مدت و ورود به دوره های بلندمدت، اثر خودرگرسیو نوسان قیمت های صادراتی کاهش می یابد. بطوریکه این سهم از ۱۰۰ درصد در دوره اول به حدود ۳۱ درصد در دوره آخر تنزل یافته است. هرچند که همچنان در بلندمدت اثر خودرگرسیو نوسان قیمت های صادراتی سهم بیشتری از سایر متغیر بر خطای پیش بینی قیمت های صادراتی در بلندمدت خواهد داشت.

<sup>۵۲</sup> سهم نوسان قیمت های صادراتی بر خطای پیش بینی همین متغیر، همواره در دوره اول ۱۰۰ است و سایر متغیرها سهمی در این خطا در دوره اول ندارند. به همین منظور دوره کوتاه مدت پس از دوره اول (دوره دوم) در نظر گرفته می شود (سلمان پور و همکاران، ۱۳۸۸).

جدول ۴-۸۶- نتایج آزمون تجزیه واریانس

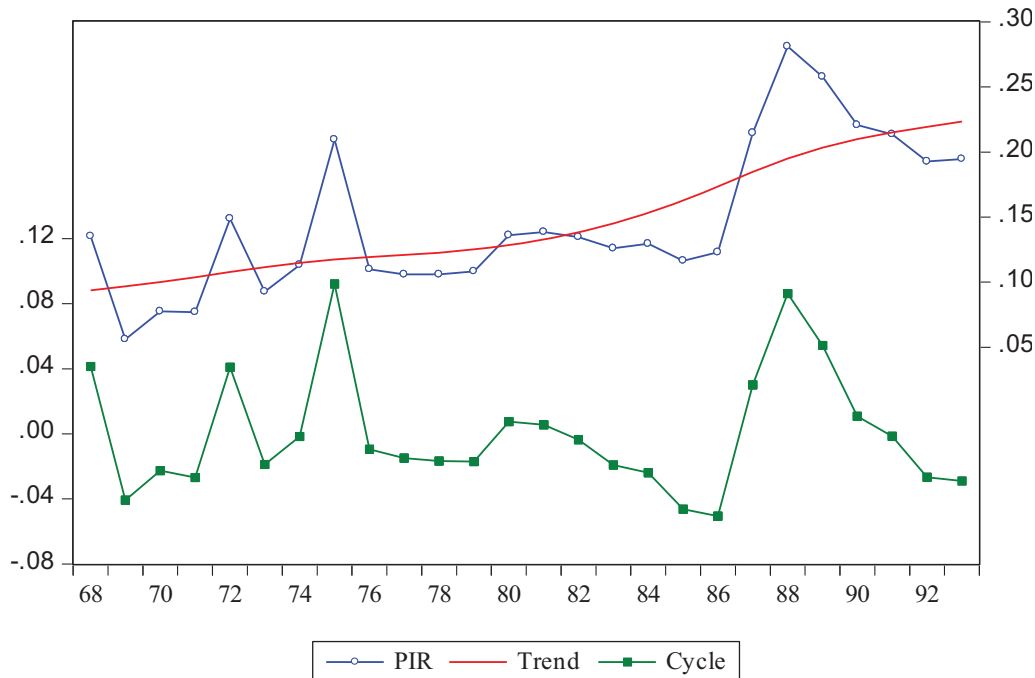
دوره زمانی	خطای استاندارد	قیمت صادراتی ایران	قیمت صادراتی رقیب	سهم صادرات ایران	سهم کشور هدف اصلی	تعداد کشورهای هدف	تعداد کشورهای هدف غالب
۱	۰,۰۲۶	۱۰۰,۰۰۰	۰,۰۰۰	۰,۰۰۰	۰,۰۰۰	۰,۰۰۰	۰,۰۰۰
۲	۰,۰۳۵	۵۶,۱۰۵	۶,۱۷۱	۵,۰۵۷	۰,۸۴۷	۲۷,۹۶۵	۳,۸۵۵
۳	۰,۰۴۶	۳۳,۱۹۶	۱۹,۲۰۹	۱۳,۳۰۷	۴,۷۲۹	۲۷,۲۷۹	۲,۲۸۰
۴	۰,۰۴۷	۳۱,۲۲۸	۲۰,۸۶۰	۱۴,۸۸۴	۵,۰۲۲	۲۵,۸۵۷	۲,۱۴۹
۵	۰,۰۴۷	۳۱,۲۰۳	۲۰,۸۹۸	۱۴,۸۸۳	۵,۰۱۸	۲۵,۸۳۰	۲,۱۶۸
۶	۰,۰۴۷	۳۱,۲۱۸	۲۰,۹۱۱	۱۴,۸۸۱	۵,۰۱۴	۲۵,۸۰۹	۲,۱۶۷
۷	۰,۰۴۷	۳۱,۲۱۵	۲۰,۹۰۶	۱۴,۸۸۰	۵,۰۱۷	۲۵,۸۱۴	۲,۱۶۷
۸	۰,۰۴۷	۳۱,۲۰۷	۲۰,۹۰۸	۱۴,۸۸۴	۵,۰۲۱	۲۵,۸۱۴	۲,۱۶۶
۹	۰,۰۴۷	۳۱,۲۰۷	۲۰,۹۰۸	۱۴,۸۸۵	۵,۰۲۱	۲۵,۸۱۳	۲,۱۶۶
۱۰	۰,۰۴۷	۳۱,۲۰۶	۲۰,۹۰۸	۱۴,۸۸۶	۵,۰۲۱	۲۵,۸۱۲	۲,۱۶۶
۱۱	۰,۰۴۷	۳۱,۲۰۷	۲۰,۹۰۸	۱۴,۸۸۶	۵,۰۲۱	۲۵,۸۱۲	۲,۱۶۶
۱۲	۰,۰۴۷	۳۱,۲۰۷	۲۰,۹۰۸	۱۴,۸۸۶	۵,۰۲۱	۲۵,۸۱۲	۲,۱۶۶
۱۳	۰,۰۴۷	۳۱,۲۰۶	۲۰,۹۰۸	۱۴,۸۸۶	۵,۰۲۱	۲۵,۸۱۲	۲,۱۶۶
۱۴	۰,۰۴۷	۳۱,۲۰۶	۲۰,۹۰۸	۱۴,۸۸۶	۵,۰۲۱	۲۵,۸۱۲	۲,۱۶۶
۱۵	۰,۰۴۷	۳۱,۲۰۶	۲۰,۹۰۸	۱۴,۸۸۶	۵,۰۲۱	۲۵,۸۱۲	۲,۱۶۶
۱۶	۰,۰۴۷	۳۱,۲۰۶	۲۰,۹۰۸	۱۴,۸۸۶	۵,۰۲۱	۲۵,۸۱۲	۲,۱۶۶
۱۷	۰,۰۴۷	۳۱,۲۰۶	۲۰,۹۰۸	۱۴,۸۸۶	۵,۰۲۱	۲۵,۸۱۲	۲,۱۶۶
۱۸	۰,۰۴۷	۳۱,۲۰۶	۲۰,۹۰۸	۱۴,۸۸۶	۵,۰۲۱	۲۵,۸۱۲	۲,۱۶۶
۱۹	۰,۰۴۷	۳۱,۲۰۶	۲۰,۹۰۸	۱۴,۸۸۶	۵,۰۲۱	۲۵,۸۱۲	۲,۱۶۶
۲۰	۰,۰۴۷	۳۱,۲۰۶	۲۰,۹۰۸	۱۴,۸۸۶	۵,۰۲۱	۲۵,۸۱۲	۲,۱۶۶
۲۱	۰,۰۴۷	۳۱,۲۰۶	۲۰,۹۰۸	۱۴,۸۸۶	۵,۰۲۱	۲۵,۸۱۲	۲,۱۶۶
۲۲	۰,۰۴۷	۳۱,۲۰۶	۲۰,۹۰۸	۱۴,۸۸۶	۵,۰۲۱	۲۵,۸۱۲	۲,۱۶۶
۲۳	۰,۰۴۷	۳۱,۲۰۶	۲۰,۹۰۸	۱۴,۸۸۶	۵,۰۲۱	۲۵,۸۱۲	۲,۱۶۶
۲۴	۰,۰۴۷	۳۱,۲۰۶	۲۰,۹۰۸	۱۴,۸۸۶	۵,۰۲۱	۲۵,۸۱۲	۲,۱۶۶
۲۵	۰,۰۴۷	۳۱,۲۰۶	۲۰,۹۰۸	۱۴,۸۸۶	۵,۰۲۱	۲۵,۸۱۲	۲,۱۶۶
۲۶	۰,۰۴۷	۳۱,۲۰۶	۲۰,۹۰۸	۱۴,۸۸۶	۵,۰۲۱	۲۵,۸۱۲	۲,۱۶۶

#### ۴-۳۵- تحلیل رفتار بلندمدت قیمت های صادراتی ایران و انحراف از روند باثبات

نتایج تحلیل فیلتر هودریک - پرسکات بیانگر آن است که روند باثبات قیمت های واقعی صادراتی ایران با روندهای فعلی قیمت های واقعی صادراتی فاصله دارد. در سال های پایانی مشخص است که روند واقعی قیمت های واقعی صادراتی ایران از روند باثبات بلندمدت کمتر بوده و نشان می دهد در سال های پایانی بیش از آنچه

انتظار می‌رفت، قیمت‌های صادراتی واقعی ایران کاهش یافته است. همان‌گونه که ملاحظه می‌شود، تغییرات قیمت‌های صادراتی ایران نسبت به روند باثبات خود در سال‌های مختلف رفتار نوسانی داشته و بیانگر عدم ثبات لازم در قیمت‌های صادراتی ایران در بازارهای جهانی است.

Hodrick-Prescott Filter (lambda=100)

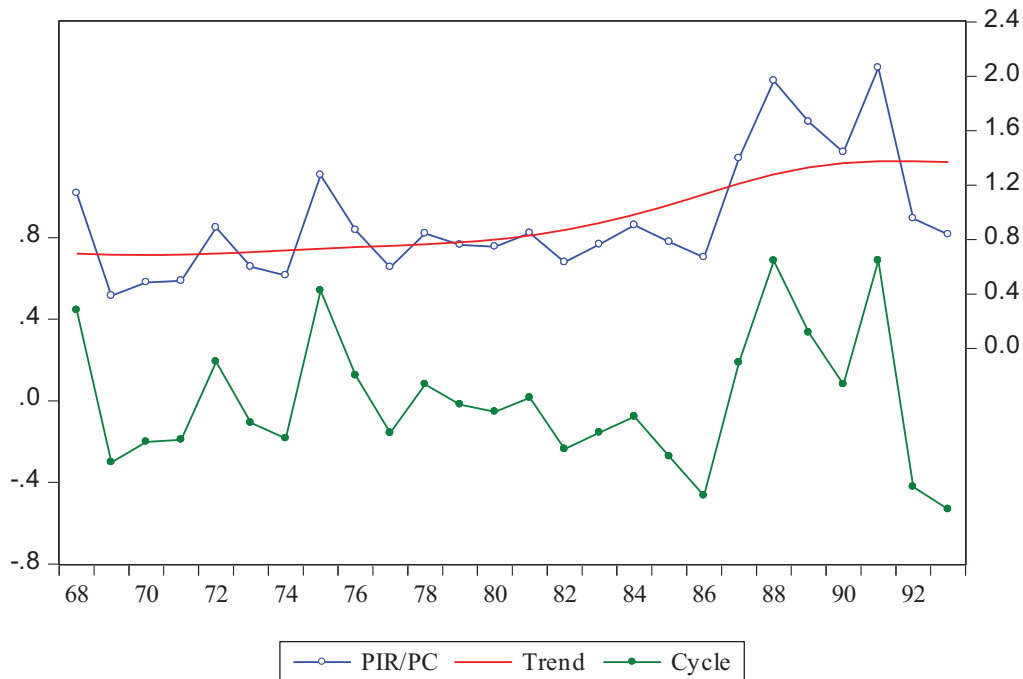


نمودار ۴-۸۵- تحلیل فیلتر هودریک اسکات قیمت واقعی پیاز صادراتی ایران

هم‌چنین نتایج تحلیل فیلتر هودریک - پرسکات در قیمت‌های نسبی ایران نسبت به هند بیان‌گر آن است که روند باثبات نسبت قیمت‌های صادراتی ایران به قیمت‌های صادراتی هند با روندهای واقعی آن فاصله دارد. در سال‌های پایانی در این مورد نیز مشخص است که روند واقعی نسبت قیمت‌های صادراتی ایران به قیمت‌های صادراتی هند از روند باثبات، کمتر بوده و نشان می‌دهد در سال‌های پایانی قیمت‌های صادراتی واقعی ایران در مقابل قیمت‌های واقعی هند افزایش مناسبی نداشته و این نسبت در سال‌های پایانی از حد مورد انتظار کاهش بیشتری داشته است. همان‌گونه که ملاحظه می‌شود، نوسان نسبت قیمت‌های صادراتی ایران به قیمت‌های

صادراتی هند از روند باثبات در سال های مختلف بسیار مشخص بوده و بیان گر عدم ثبات لازم در نسبت قیمت های صادراتی ایران به قیمت های صادراتی هند بویژه در سال های پایانی است.

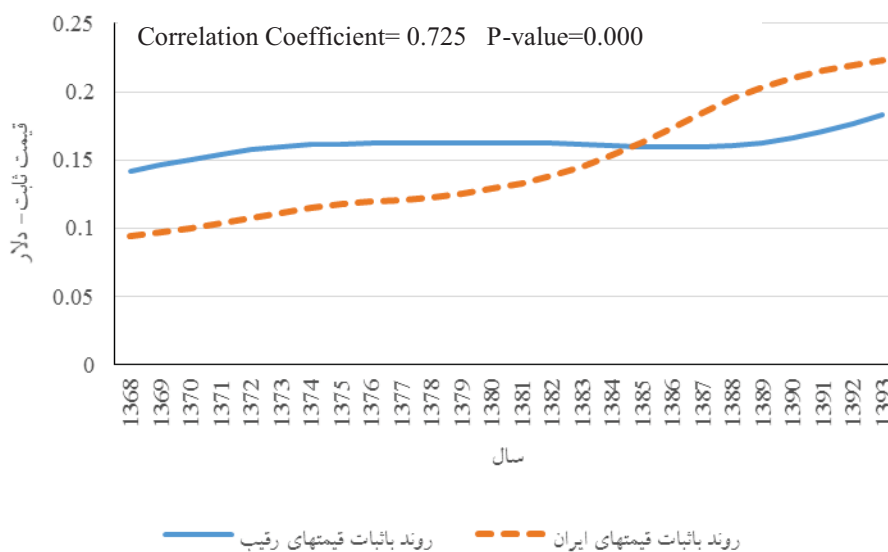
Hodrick-Prescott Filter (lambda=100)



نمودار ۴-۸۶- تحلیل فیلتر هودریک اسکات نسبت قیمت واقعی پیاز صادراتی ایران به هند

#### ۴-۳۶- تحلیل قیمت ها و سهم صادرات ایران با هند

تحلیل روند باثبات قیمت های ایران و هند نشان می دهد که این روند بلندمدت برای ایران سعودی و در دوره های اول به شیب فزاینده و دوره های پایانی با شیب کاهنده می باشد. هرچند روند کلی باثبات قیمت های ایران و هند همسو است اما برای هند برعکس ایران در دوره های اول روند قیمت ها با شیبی کاهنده روبرو بوده و در دوره های بعد این روند با نرخ فزاینده در حال افزایش است.



نمودار ۴-۸۷- مقایسه روندهای باثبات قیمتی ایران و هند

همان گونه که بررسی علیت بین روند باثبات قیمت های ایران و هند نشان می دهد، هم قیمت های ایران و هم قیمت های هند علت همدیگر در بازارهای جهانی بوده و از این حیث علیت دوطرفه برقرار بوده است. این نتیجه در سطح ۵ درصد معنی دار می باشد. لذا رفتار باثبات ایران در بازارهای جهانی می تواند روی قیمت های باثبات رقبا اثر گذار بوده و بالعکس.

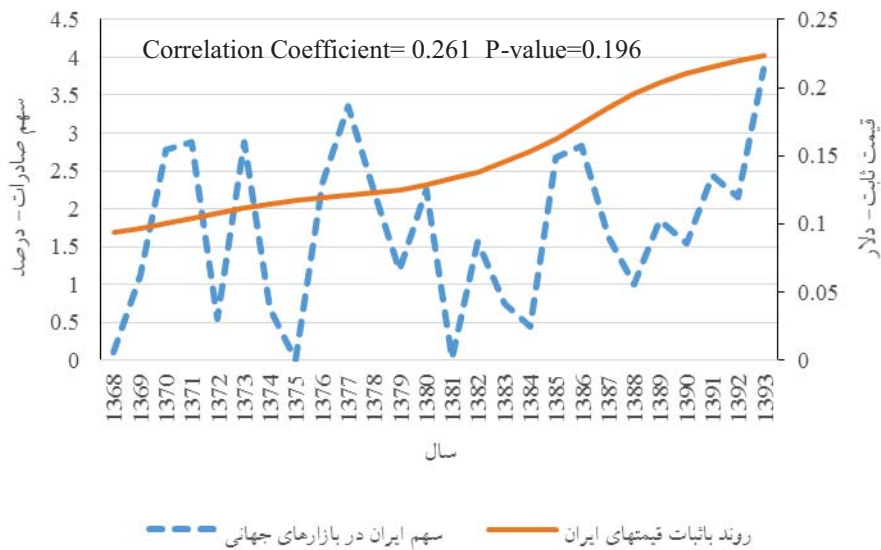
جدول ۴-۹۸- تحلیل علیت روند قیمت های باثبات ایران و هند

سطح احتمال	درجه آزادی	ضریب برآوردی	فرض صفر
۰/۰۲۳	۱	۵/۱۷۲	روند باثبات قیمت هند علت روند باثبات قیمت ایران نیست
۰/۰۲۰	۱	۵/۳۷۹	روند باثبات قیمت ایران علت روند باثبات قیمت هند نیست

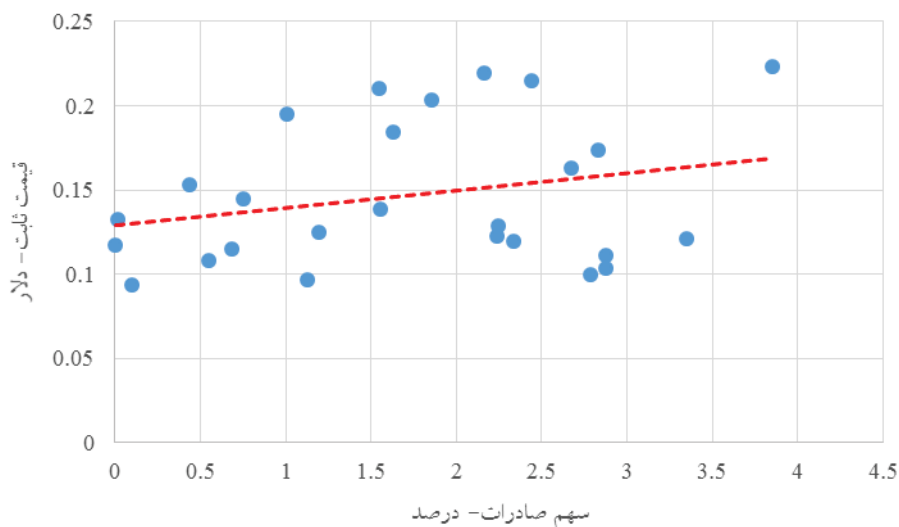
مأخذ: یافته های مطالعه

همان گونه که در نمودار ۴-۸۷ و همچنین نمودار پراکندگی نیز مشخص است، روند باثبات سهم ایران از صادرات پیاز در بازارهای جهانی با روند باثبات قیمت های صادراتی واقعی ایران رابطه مستقیم داشته است. هرچند این رابطه در سطح مناسبی معنی دار نبوده است. همان گونه که مشخص است ایران با افزایش سهم

صادرات در سال های پایانی، می توانست قیمت های افزایشی را کسب نماید در صورتیکه روند باثبات قیمت های صادراتی را دنبال می نمود. این در حالی است که باتوجه به نمودارهای بعد نیز، قیمت های ایران در سال های پایانی با افزایش سهم صادراتی نزولی بوده است.



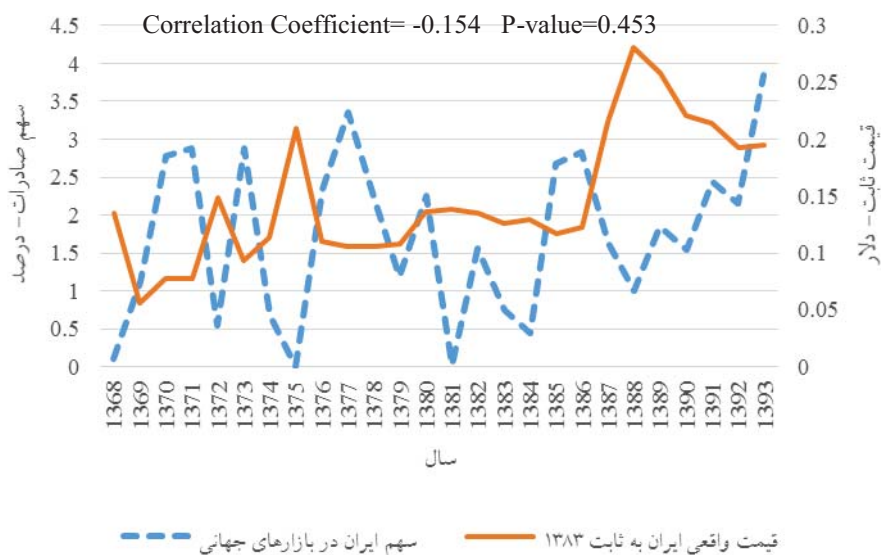
نمودار ۴-۸۷- روند سهم ایران از بازارهای جهانی و روند باثبات قیمت های ایران



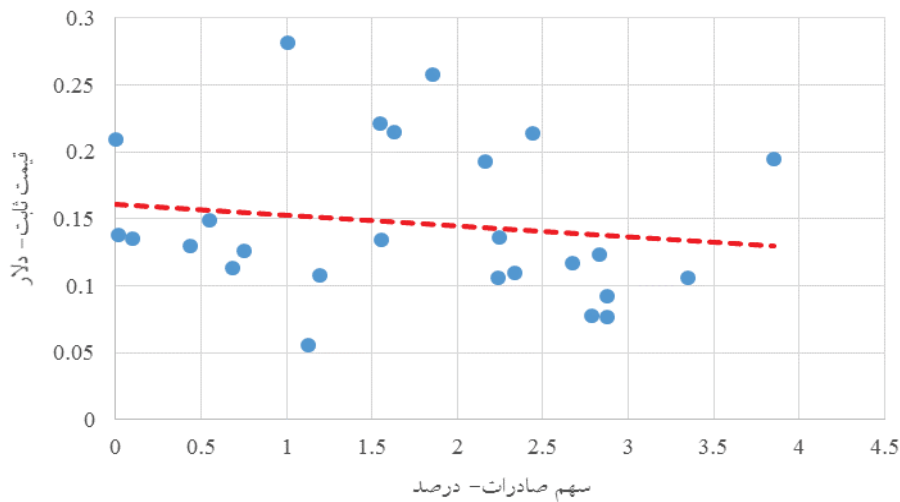
نمودار ۴-۸۸- ارتباط سهم ایران از بازارهای جهانی و روند باثبات قیمت های ایران



همان گونه که مشخص است علی رغم اینکه قیمت های باثبات با سهم صادراتی ایران رابطه مثبتی داشته و در سال های پایانی نیز با افزایش سهم صادرات، قیمت های باثبات ایران نیز می توانست افزایش یابد اما در این قسمت شرایط کاملاً بر عکس است. بطوریکه رابطه بین قیمت های واقعی ایران و سهم صادرات ایران از بازارهای جهانی منفی بوده (هرچند در سطح مناسبی معنی دار نبوده است) و در سال های پایانی نیز با افزایش سهم صادراتی ایران، قیمت های صادراتی کشور کاهش چشم گیری داشته است که برخلاف رفتار باثبات و بلندمدت قیمت های صادراتی ایران بوده است. لذا از این حیث، رفتار واقعی قیمت های صادراتی ایران نتوانسته روند باثبات خود را دنبال نماید.

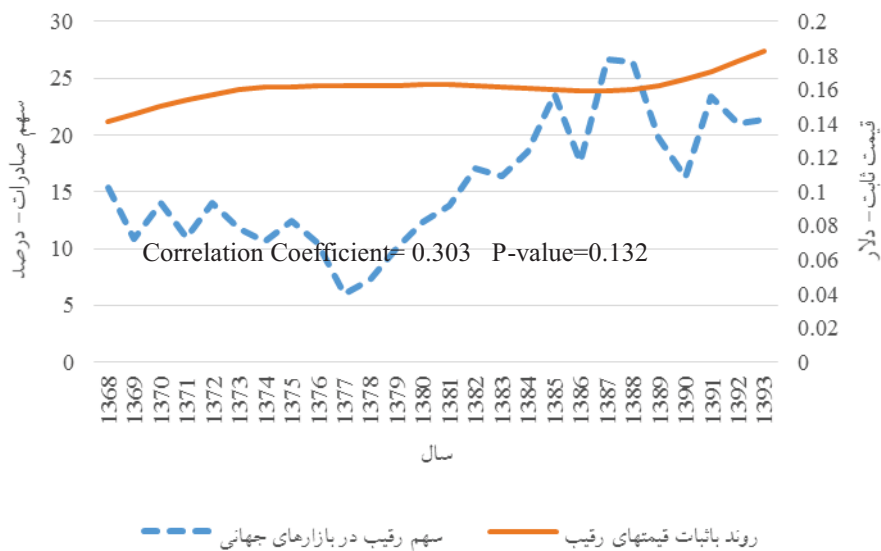


نمودار ۴-۸۹- روند قیمت های صادراتی ایران و سهم ایران از بازارهای جهانی

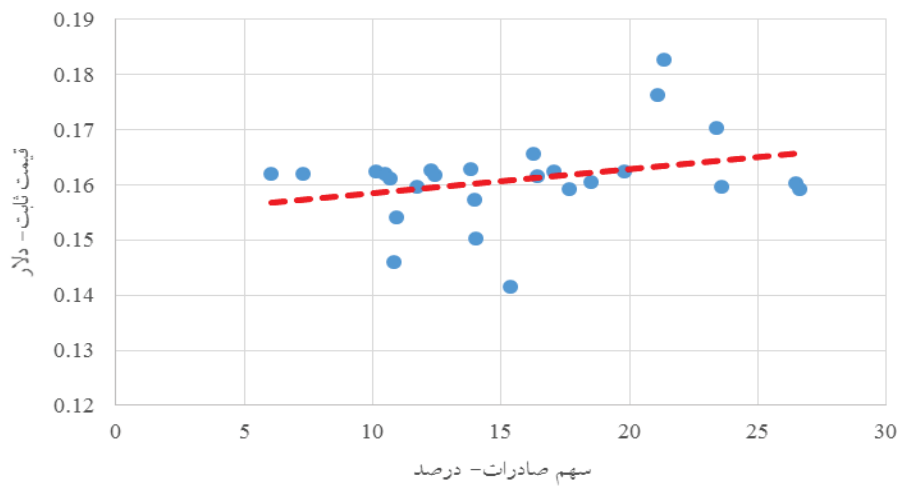


نمودار ۴-۹۰- ارتباط قیمت‌های صادراتی ایران و سهم ایران از بازارهای جهانی

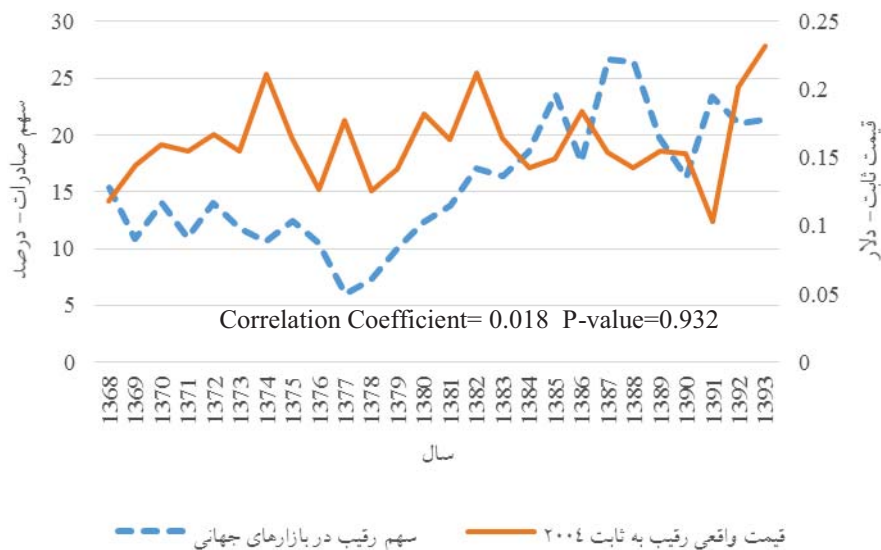
این در حالی است که در مورد هند به عنوان کشور مسلط در بازارهای جهانی، بطور کلی با افزایش روند باثبات قیمت‌های واقعی صادراتی سهم این کشور از بازارهای جهانی در سال‌های اخیر با نوسان همراه و در ادامه نیز مشخص خواهد شد که رفتار باثبات قیمت‌های هند انطباق بیشتری با رفتار واقعی قیمت‌ها در این کشور داشته است.



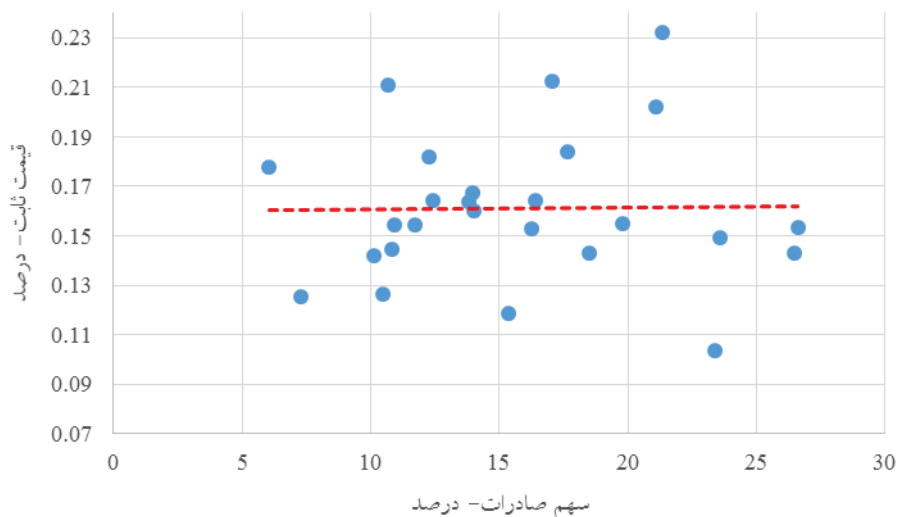
نمودار ۴-۹۱- روند سهم هند از بازارهای جهانی و روند باثبات قیمت‌های هند



نمودار ۴-۹۲- ارتباط سهم هند از بازارهای جهانی و روند باثبات قیمت های هند  
 نتایج نشان می دهد که در سال های پایانی علیرغم افزایش قیمت های واقعی صادراتی هند در بازارهای جهانی  
 پیاز، سهم این کشور از بازارهای جهانی کاهش نبوده و رو به بهبود می باشد. لذا قیمت های صادراتی در هند با  
 ثبات بیشتری نسبت به شرایط مشابه در کشور برخوردار بوده است.



نمودار ۴-۹۳- روند قیمت های صادراتی و سهم هند از بازارهای جهانی



نمودار ۴-۹۴- ارتباط قیمت های صادراتی و سهم هند از بازارهای جهانی

#### ۴-۳۷- تحلیل الگوی انتقال قیمت

همان گونه که نتایج برآورد الگوی انتقال قیمت نشان می دهد، ضرایب تصحیح خطای در حالت افزایشی و کاهششی در هر دو حالت منفی و معنی دار شده است که بیانگر تعدیل اثرات شوک وارده مثبت و منفی بر قیمت ایران در بازارهای جهانی خواهد بود. همچنین بیانگر همگرایی قیمت های ایران و هند به عنوان دو رقیب در بازار جهانی پیاز می باشد. آماره ضریب تعیین در این الگو ۶۸/۵۵ درصد بوده که بیانگر توضیح مناسب تغییرات قیمت ایران با متغیرهای مستقل بکار رفته در الگو می باشد. همچنین آماره جاکوبرا بیانگر نرمال بودن توزیع اجزای اخلاص در الگوی مورد بررسی و اعتبار آماره های  $t$  و  $F$  می باشد. نتایج آزمون انتقال قیمت بیانگر آن است که انتقال قیمت در کوتاه مدت نامتقارن بوده است. به این معنی که نحوه اثر افزایش قیمت های هند در بازارهای جهانی، بر قیمت های صادراتی ایران در کوتاه مدت متفاوت است از مقدار اثری که کاهش قیمت های هند در بازارهای جهانی، بر قیمت های صادراتی ایران در کوتاه مدت می گذارد. لذا در کوتاه مدت نیاز به سیاست گذاری مناسب و متفاوت برای دوره های افزایش و یا کاهش قیمت های جهانی می باشد، تا کشور توان لازم جهت کنترل

اثرات نامطلوب این انتقال را داشته باشد. اما انتقال قیمت در بلندمدت متقارن بوده است. به این معنی که با افزایش و یا کاهش قیمت های هند در بازارهای جهانی به یک اندازه به قیمت های صادراتی ایران در بلندمدت منتقل خواهد شد و لذا با سیاست گذاری یکسان در دوره های افزایش و کاهش قیمت های رقیب، ایران می تواند اثرات نامطلوب این انتقال را در بلندمدت به حداقل برساند و نیاز به سیاست گذاری دوگانه در دوره های افزایش یا کاهش قیمت ها در بلندمدت نیست.

جدول ۴-۸۷- نتایج انتقال قیمت

متغیر	پارامتر برآوردی	انحراف استاندارد	آماره t
وقفه اول تغییرات قیمت ایران	-۰,۲۳۲۳	۰,۰۶۱۳	-۳,۷۹۳
تغییرات مثبت قیمت هند	۰,۴۵۱۷	۰,۱۱۸۸	۳,۸۰۳
تغییرات منفی قیمت هند	-۰,۷۵۴۰	۰,۱۶۷۴	-۴,۵۰۴
وقفه اول تغییرات مثبت قیمت هند	۰,۵۱۶۶	۰,۰۷۲۲	۷,۱۵۸
وقفه اول تغییرات منفی قیمت هند	۰,۰۲۰۲	۰,۱۷۱۶	۰,۱۱۸
جزء تصحیح خطای مثبت	-۰,۷۳۲۲	۰,۲۹۷۹	-۲,۴۵۸
جزء تصحیح خطای منفی	-۰,۴۸۶۶	۰,۱۸۴۰	-۲,۶۴۵
تحریم	-۰,۰۲۱۲	۰,۰۰۶۵	-۳,۲۸۸
روند زمانی	-۰,۰۰۰۳	۰,۰۰۰۶	-۰,۴۳۱
برنامه سوم توسعه	-۰,۰۰۱۱	۰,۰۰۷۷	-۰,۱۴۹
برنامه چهارم توسعه	۰,۰۵۸۴	۰,۰۱۲۵	۴,۶۷۴
برنامه پنجم توسعه	-۰,۰۱۳۵	۰,۰۱۳۰	-۱,۰۳۸
ضریب ثابت	-۰,۰۱۹۰	۰,۰۰۴۳	-۴,۳۸۰
آماره شوارتز	۰/۰۰۵		
آماره ضریب تعیین	۶۸/۵۵		
آماره دوربین واتسون	۲/۴۰۲		
آماره جارکوبرا	۲/۵۶۳		
سطح احتمال آماره جارکوبرا	۰/۲۷۸		

مأخذ: یافته های مطالعه

جدول ۴-۸۸- نتیجه آزمون انتقال قیمت بازار صادراتی پیاز

انتقال قیمت در بلندمدت	انتقال در کوتاه مدت	توضیح	آماره
۰/۵۶۸	۵/۲۰۹	مقدار آماره برآوردی	آماره نرمال
۰/۵۷۱	۰/۰۰۰	سطح احتمال	مجانبی
۰/۳۲۲	۲۷/۱۳۲	مقدار آماره برآوردی	آماره والد
۰/۵۷۱	۰/۰۰۰	سطح احتمال	
متقارن	نامتقارن	نتیجه	

مأخذ: یافته های مطالعه

#### ۴-۳۸- پیش بینی قیمت های واقعی صادراتی پیاز ایران

در ادامه با استفاده از روش های اقتصادسنجی تک متغیره و چندمتغیره پیش بینی قیمت های واقعی و اسمی صادراتی پیاز ایران تا پایان برنامه ششم توسعه و تحت سناریوهای وجود تحریم و عدم وجود تحریم انجام شد. براین اساس روش های  $AR$ ،  $MA$ ،  $ARIMA$  و  $VAR$  برآورد شده و پیش بینی ها براساس آن انجام گرفت. نتایج پیش بینی روش های تک متغیره نشان داد که مناسب ترین الگو براساس خطای درون و برون نمونه ای روش  $ARIMAX(2,3)$  می باشد و در مقایسه با روش چند متغیره  $(VARX(1))$ ، مشخص شده رهیافت چند متغیره نتایج مناسب تری ارائه می نمایند. لذا در نهایت پیش بینی براساس روش  $VARX(1)$  انجام گرفته است.

جدول ۴-۸۹- انتخاب روش مناسب برای پیش بینی قیمت های صادراتی

VARX(1)	ARIMAX(2,3)	MAX(2)	ARX(2)	نوع خطا
۳/۳۸	۶/۱۱	۱۲/۸۸	۱۱/۱۹	خطای درون نمونه ای
۵/۴۲	۶/۳۹	۱۴/۲۲	۱۱/۳۸	خطای برون نمونه ای
۱	۲	۴	۳	رتبه الگو برای پیش بینی

مأخذ: یافته های مطالعه

نتایج پیش بینی در نهایت با وجود تحریم ها نشان می دهد که قیمت های اسمی پیاز در سال ۱۳۹۵ معادل ۰/۶۶۶ دلار پیش بینی می شود که با توجه به شاخص های قیمت پیش بینی شده، قیمت های واقعی (به ثابت سال

۱۳۸۳) معادل ۰/۳۳۵ دلار خواهد بود. هم‌چنین تا سال ۱۳۹۹ نیز قیمت‌های اسمی پیاز به ۰/۶۱۵ دلار کاهش خواهد یافت اما قیمت‌های واقعی باتوجه به رشد شاخص‌های قیمت صادراتی به ۰/۲۷۵ دلار به ثابت سال ۱۳۸۵ خواهد رسید که نشان از آن دارد که از ابتدا تا انتهای برنامه ششم توسعه، رشد قیمت‌های اسمی به میزان ۷/۶۵- درصد و رشد قیمت‌های واقعی نیز به میزان ۱۷/۹۱- درصد خواهد بود که نشان از کاهش واقعی قیمت‌های صادراتی دارد. اما نتایج بیانگر آن است که با رفع تحریم‌ها، قیمت‌های صادراتی ایران اندکی بهبود خواهد یافت و در سال ۱۳۹۵، قیمت‌های اسمی پیاز ۰/۷۱۰ دلار در سال ۱۳۹۵ (ابتدای برنامه ششم) و ۰/۶۶۴ دلار در سال ۱۳۹۹ (انتهای برنامه ششم توسعه) پیش بینی می‌شود. لذا قیمت‌های اسمی رشدی معادل ۶/۴۷- درصد در ابتدا تا انتهای برنامه ششم خواهد داشت. اما قیمت‌های واقعی مجدداً روندی کاهشی داشته است هرچند که این قیمت‌ها از قیمت‌های دوره تحریم مناسب‌تر بوده است. بطوریکه رشد قیمت‌های واقعی در ابتدا و انتهای برنامه توسعه ۱۶/۸- درصد خواهد بود و از ۰/۳۵۷ دلار در سال ۱۳۹۵ به ۰/۲۹۷ دلار در سال ۱۳۹۹ پیش‌بینی می‌شود.

جدول ۴-۹۰- نتایج پیش‌بینی قیمت‌های صادراتی واقعی و اسمی در دو سناریوی وجود و عدم وجود تحریم

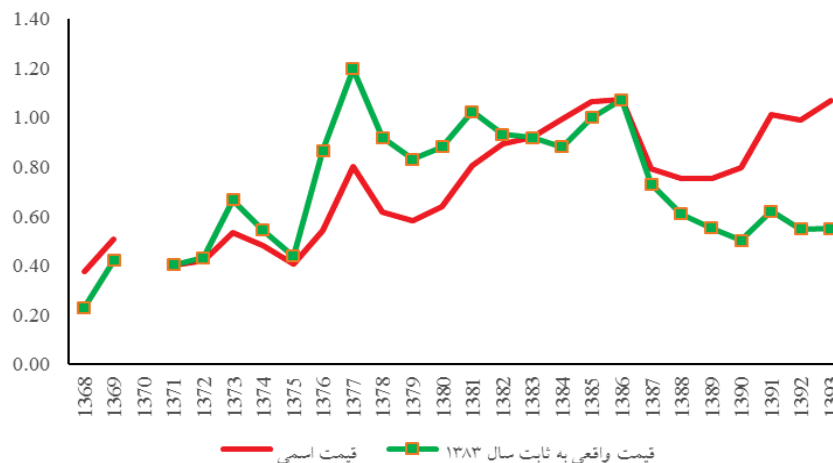
با لغو تحریم		با وجود تحریم		سال
به قیمت اسمی	به قیمت ثابت ۸۳	به قیمت اسمی	به قیمت ثابت ۸۳	
۰,۷۱۰	۰,۳۵۷	۰,۶۶۴	۰,۳۳۵	۱۳۹۵
۰,۷۵۸	۰,۳۷۴	۰,۷۱۳	۰,۳۵۲	۱۳۹۶
۰,۷۳۷	۰,۳۵۰	۰,۶۹۰	۰,۳۲۷	۱۳۹۷
۰,۶۸۳	۰,۳۱۲	۰,۶۳۵	۰,۲۹۰	۱۳۹۸
۰,۶۶۴	۰,۲۹۷	۰,۶۱۵	۰,۲۷۵	۱۳۹۹

مأخذ: یافته‌های مطالعه

## ۴-۳۹- محصول چای

### ۴-۳۹-۱- تحلیل روند قیمت‌های اسمی و واقعی صادرات چای ایران

در نمودار ۴-۹۵ روند اسمی و ثابت قیمت‌های صادراتی چای مشاهده می‌شود. همان‌گونه که مشخص است، روند قیمت‌های واقعی چای ایران به قیمت‌های ثابت سال ۱۳۸۳، در سال‌های اخیر روندی متفاوت با قیمت‌های اسمی چای داشته و روند مشخص نزولی طی سال‌های ۱۳۸۶ به بعد کاملاً مشخص است که علت این امر طبق موضوعات دنبال شده در این طرح دو دلیل عمده خواهد بود. یکی روند رو به رشد شاخص‌های صادراتی ایران که منجر به افت قیمت‌های واقعی صادرات خواهد شد. بطوریکه در سال ۱۳۸۶، شاخص قیمت صادراتی از عدد حدود ۱ به ۱/۹۴ در سال ۱۳۹۳ رسیده است. اما دلیل مهم‌تر از آن این موضوع است که سهم کشور اصلی هدف در سال‌های مورد نظر کاهش یافته است. در ادامه به این موضوع پرداخته خواهد شد که در مورد محصول چای، ارتباط بین سهم کشور اصلی هدف با قیمت‌های واقعی صادراتی ایران رابطه مثبتی برقرار می‌باشد. در سال ۱۳۸۶ سهم کشور ۶۶/۵ درصد بوده که به تدریج از این سال به بعد این سهم افت کرده و در سال ۱۳۹۳ این سهم به حدود ۲۲ درصد رسیده است. این سهم در سال‌های بین ۱۳۸۶ تا ۱۳۹۳ به کمتر از ۱۰ درصد نیز رسیده است.



نمودار ۴-۹۵- روند قیمت‌های صادراتی اسمی و واقعی محصول چای ایران



در ادامه در جدول ۴-۹۱ مشخص است که میانگین قیمت اسمی چای صادراتی ایران ۰/۷۲۸ دلار بوده در حالی که قیمت واقعی چای به قیمت ثابت سال ۱۳۸۳، ۰/۷۱۱ دلار می باشد. این در حالی است که حداقل قیمت اسمی و ثابت چای صادراتی ایران به ترتیب ۰/۳۷۴ و ۰/۲۳۰ دلار بوده است. همچنین حداکثر قیمت اسمی و ثابت چای صادراتی ایران به ترتیب ۱/۰۷۲ و ۱/۱۹۶ دلار تجربه شده است. در نهایت در مورد مقادیر صادراتی چای ایران به بازارهای جهانی نیز، حداقل و حداکثر مقادیر صادراتی به ترتیب صفر و ۶۷ تن و میانگین میزان صادرات نیز برای سال های مورد بررسی ۱۵/۴۰۱ تن بوده است. همان گونه که مشخص است، ضریب نوسان مربوط مقادیر صادرات بیشتر از قیمت های صادراتی است و در نتیجه صادرکنندگان ایرانی بیش از آنکه مواجه با ریسک قیمتی باشند، با ریسک مقدار صادرات روبرو خواهند بود.

جدول ۴-۹۱- تحلیل معیارهای قیمت اسمی و ثابت صادراتی و مقادیر صادرات چای ایران

مقدار صادرات-هزار تن	قیمت ثابت- دلار	قیمت اسمی- دلار	معیارها
۰	۰,۲۳	۰,۳۷۴	حداقل
۶۷	۱,۱۹۶	۱,۰۷۲	حداکثر
۱۵,۴۰۱	۰,۷۱۱	۰,۷۲۸	میانگین
۱۶,۱۵	۰,۲۵۱	۰,۲۳۳	انحراف معیار
۱,۰۴۹	۰,۳۵۳	۰,۳۲	ضریب نوسان

مأخذ: یافته های مطالعه

اما بررسی کشور مسقط در بازارهای جهانی یعنی کنیا نیز نشان می دهد که میانگین قیمت اسمی چای صادراتی کنیا ۲/۴۱۱ دلار بوده در حالی که در مورد قیمت واقعی چای به قیمت ثابت سال ۲۰۰۴، این میانگین قیمت ۲/۲۱۹ دلار می باشد. این در حالی است که حداقل قیمت اسمی و ثابت چای صادراتی کنیا به ترتیب ۱/۸۵۲ و ۱/۸۰۰ دلار بوده است. همچنین حداکثر قیمت اسمی و ثابت چای صادراتی کنیا به ترتیب ۳/۵۸۲ و ۲/۷۹۵ دلار تجربه شده است. در نهایت در مورد مقادیر صادراتی چای کنیا به بازارهای جهانی نیز، حداقل و حداکثر مقادیر صادراتی به ترتیب ۱۴۷/۶۴۴ و ۳۴۹/۹۰۷ تن و میانگین میزان صادرات نیز برای سال های مورد بررسی

۲۴۳/۱۶۸ تن بوده است. همان گونه که مشخص است، بیشترین ضریب نوسان مربوط به قیمت اسمی و کمترین نوسان نیز به قیمت های ثابت چای صادراتی کنیا مربوط می باشد. مشاهده می شود که ضریب نوسان قیمت و مقدار در کنیا بسیار کمتر از موارد مشابه در ایران بوده و صادرکنندگان کنیایی از ضریب اطمینان بیشتری نسبت به صادرکنندگان ایرانی در بازارهای جهانی برخوردارند.

جدول ۴-۹۲- تحلیل معیارهای قیمت اسمی و ثابت صادراتی کشور مسقط

مقدار صادرات-هزار تن	قیمت ثابت- دلار	قیمت اسمی- دلار	معیارها
۱۴۷,۶۴۴	۱,۸۰۰	۱,۸۵۲	حداقل
۳۴۹,۹۰۷	۲,۷۹۵	۳,۵۸۲	حداکثر
۲۴۳,۱۶۸	۲,۲۱۹	۲,۴۱۱	میانگین
۵۳,۱۹۸	۰,۲۵۶	۰,۵۶۲	انحراف معیار
۰,۲۱۹	۰,۱۱۶	۰,۲۳۳	ضریب نوسان

مأخذ: یافته های مطالعه

#### ۴-۳۹-۲- تحلیل دوره های تشدید تحریم ها نسبت به دوره های پیش از آن

اما تحلیل مقادیر قیمت و مقدار صادرات طی دوره های تشدید تحریم و قبل از آن نشان می دهد که قیمت ثابت در دوره تحریم نسبت به دوره قبل از تحریم کاهش یافته اما مقادیر صادرات در دوره های تحریم بیش از دوره های پیش از تحریم بوده است. ملاحظه می شود که قیمت های صادراتی ایران در بازارهای جهانی برای چای با قیمت های کشور رقیب یعنی کنیا تفاوت معنی داری داشته است. ضمن اینکه نکته مهمتر آن است که میانگین رشد سالانه قیمت ها و مقادیر صادراتی در شرایط تشدید تحریم ها کاهش یافته است. بطوریکه قیمت های واقعی ایران در دوره پیش از تشدید تحریم ها ۱۸/۳۹ درصد و در دوره تشدید تحریم در حد نازل ۳/۶- درصد افول کرده است. هم چنین در دوره پیش از تشدید تحریم ها میانگین رشد سالانه مقادیر صادرات ۴۸/۷۱ درصد بوده که در دوره تشدید تحریم ها این رقم به ۳۵/۳۴ درصد کاهش یافته است. این در حالی است که برای کنیا، عکس این اتفاقات افتاده است و میانگین رشد سالانه قیمت و مقادیر صادراتی برای این کشور بعد از تشدید

تحریم های ایران، رشد مناسبی داشته است. بطوریکه قیمت های صادراتی از میانگین رشد سالانه ۰/۲۴۵ درصدی در دوران قبل از تشدید تحریم ها به میانگین رشد سالانه ۱/۵ درصدی رسیده و رشد مقادیر صادراتی نیز از ۲/۶۲ به ۳/۸۹۸ درصدی رسیده است. لذا ادامه وضعیت موجود موقعیت صادرات چای ایران را با خطرات بیشتری مواجه خواهد نمود.

جدول ۴-۹۳- تحلیل مقادیر قیمت و مقدار صادرات ایران در سال های قبل و بعد از تشدید تحریم ها

پس از تشدید تحریم ها		پیش از تشدید تحریم		معیارها
مقادیر صادراتی - تن - هزار	قیمت ثابت - دلار	مقادیر صادراتی - هزار تن	قیمت ثابت - دلار	
۱۱,۸	۰,۵۰۲	۰,۰۰۰	۰,۲۳۴	حداقل
۶۷	۱,۰۷۲	۱۸,۵	۱,۱۹۶	حداکثر
۳۰,۵۳۴	۰,۷۰۶	۵,۹۴۲	۰,۷۱۴	میانگین
۱۵,۷۵۳	۰,۲۰۶	۶,۱۴	۰,۲۸۳	انحراف معیار
۰,۵۱۶	۰,۲۹۲	۱,۰۳۳	۰,۳۹۶	ضریب نوسان
۳۵,۳۴۲	-۳,۶۰۰	۴۸,۷۱۰	۱۸,۳۹۰	میانگین رشد سالانه - درصد

مأخذ: یافته های مطالعه

جدول ۴-۹۴- تحلیل مقادیر قیمت و مقدار صادرات کنیا در سال های قبل و بعد از تشدید تحریم های ایران

پس از تشدید تحریم		پیش از تشدید تحریم		معیارها
مقادیر صادراتی- هزار تن	قیمت ثابت- دلار	مقادیر صادراتی- هزار تن	قیمت ثابت- دلار	
۲۳۶,۸۷۷	۱,۹۰۹	۱۴۷,۶۴۴	۱,۸	حداقل
۳۴۹,۹۰۷	۲,۲۵۹	۲۵۵	۲,۷۹۵	حداکثر
۲۹۲,۹۹۵	۲,۱۱۹	۲۱۲,۰۲۷	۲,۲۷۶	میانگین
۳۹,۱۰۲	۰,۱۱۶	۳۳,۳۱۲	۰,۲۹۷	انحراف معیار
۰,۱۳۳	۰,۰۵۵	۰,۱۵۷	۰,۱۳۱	ضریب نوسان
۳,۸۹۸	۱,۵۰۷	۲,۶۲۰	۰,۲۴۵	میانگین رشد سالانه- درصد

مأخذ: یافته های مطالعه

#### ۴-۳۹-۳- تحلیل های کشورهای هدف صادرات ایران در دوره های قبل و بعد از دوره های تشدید تحریم

در ادامه به بررسی تعداد کشورهای هدف و تعداد کشورهای غالب هدف در ایران پرداخته شده است. منظور از تعداد کشورهای غالب هدف، تعداد کشورهایی است که در مجموع ۵۰ درصد سبد صادراتی ایران را تشکیل می دهند. همان گونه که در جدول ۴-۹۵ مشاهده می شود، تعداد حداقل ۵ و حداکثر ۴۸ کشور، کشورهای هدف ایران را تشکیل می دهند. بطور میانگین تعداد کشورهای هدف ایران حدود ۲۵ کشور بوده است. هم چنین تعداد کشورهای غالب هدف حداقل یک و حداکثر ۸ کشور بوده اند که در مجموع سهم ۵۰ درصدی از سبد صادرات چای ایران را به خود اختصاص می دهند. بطور میانگین ۳ کشور، کشور غالب هدف ایران بوده اند. در نهایت سهم کشور هدف اصلی (کشور اول) از سبد صادراتی ایران، حداقل ۸/۵ درصد و حداکثر ۶۶/۵ درصد بوده است که بطور میانگین این سهم ۳۴ درصد برآورد می شود. همان گونه که مشخص است نوسان کشورهای غالب و سهم کشور اصلی بسیار بیشتر از تعداد کشورهای هدف بوده است.

جدول ۴-۹۵- تعداد کشورهای هدف، تعداد کشورهای غالب هدف و سهم کشور اصلی در ایران

معیارها	تعداد کشورهای هدف	تعداد کشورهای غالب هدف	سهم کشور هدف اصلی-درصد
حداقل	۵	۱	۸,۵
حداکثر	۴۸	۸	۶۶,۵
میانگین	۲۴,۸۶۴	۳,۲۲۷	۳۴,۰۰
انحراف معیار	۱۱,۳۰۷	۲,۳۴۹	۱۷,۴
ضریب نوسان	۰,۴۵۵	۰,۷۲۸	۰,۵۱۲

مأخذ: یافته‌های مطالعه

در جدول ۴-۹۶ به تفکیک سال‌های تشدید تحریم‌ها و سال‌های پیش از تشدید تحریم‌ها مشخص است که تعداد کشورهای هدف در پیش از تشدید تحریم‌ها، حداقل ۵ و حداکثر ۲۷ کشور بوده و بطور متوسط تعداد کشورهای هدف حدود ۱۸ کشور بوده است. این در حالی است که در سال‌های تشدید تحریم تعداد کشورهای هدف افزایش یافت. بطوریکه حداقل ۲۶ و حداکثر ۴۸ کشور بوده و بطور متوسط تعداد کشورهای هدف حدود ۳۴ کشور بوده است. به عبارتی تعداد کشورهای هدف بطور متوسط ۱۶ کشور بیشتر شده است. هم‌چنین تعداد کشورهای غالب هدف در دوره پیش از تشدید تحریم، حداقل ۱، حداکثر ۲ و بطور میانگین حدود ۲ کشور بوده است. این در حالی است که در سال‌های تشدید تحریم، تعداد کشورهای غالب نیز افزایش یافته و حداقل ۱، حداکثر ۸ و بطور میانگین ۵ کشور بوده است. لذا ۳ کشور به تعداد کشورهایی که در مجموع ۵۰ درصد از سبد صادراتی چای ایران را به خود اختصاص داده‌اند افزایش یافته است. سهم کشور هدف اصلی از مجموع صادرات ایران در دوره پیش از تشدید تحریم، حداقل ۲۸/۹، حداکثر ۶۶ و بطور میانگین ۴۳/۱ درصد بوده است. در حالی که در سال‌های تشدید تحریم، بطور متوسط سهم کشور هدف اصلی کاهش یافته است. چرا که با افزایش تعداد کشورهای هدف و تعداد کشورهای غالب، سهم هر کشور و در نهایت سهم کشور اصلی از مجموع سبد صادرات ایران کاهش یافته است. بطوریکه در سال‌های تشدید تحریم، سهم کشور هدف اصلی از سبد صادراتی ایران

حداقل ۸/۵، حداکثر ۶۶/۵ و بطور میانگین ۲۳/۱ درصد بوده است. لذا سهم کشور هدف اصلی در سال‌های تشدید تحریم بطور میانگین بیش از ۴۶ درصد رشد منفی داشته است. حال لازم است در ادامه بررسی شود که آیا این تحولات در نهایت اثر مثبت بر قیمت‌های صادراتی ایران در بازارهای جهانی خواهد داشت یا خیر؟ این نکته در تحلیل نموداری و برآورد الگوهای اقتصادسنجی در ادامه مشخص خواهد شد.

جدول ۴-۹۶- وضعیت کشورهای هدف صادرات ایران در سال‌های قبل و بعد از تشدید تحریم‌ها

معیارها	پیش از تشدید تحریم			پس از تشدید تحریم		
	تعداد کشورهای هدف	تعداد کشورهای غالب هدف	سهم کشور هدف اصلی	تعداد کشورهای هدف	تعداد کشورهای غالب هدف	سهم کشور هدف اصلی
حداقل	۵,۰۰۰	۱,۰۰۰	۰,۲۸۹	۲۶,۰۰۰	۱,۰۰۰	۸,۵
حداکثر	۲۷,۰۰۰	۲,۰۰۰	۰,۶۶۰	۴۸,۰۰۰	۸,۰۰۰	۶۶,۵
میانگین	۱۷,۵۰۰	۱,۷۵۰	۰,۴۳۱	۳۳,۷۰۰	۵,۰۰۰	۲۳,۱
انحراف معیار	۸,۵۱۲	۰,۴۵۲	۰,۱۱۸	۷,۱۱۹	۲,۴۹۴	۱۷,۱
ضریب نوسان	۰,۴۸۶	۰,۲۵۸	۰,۲۷۵	۰,۲۱۱	۰,۴۹۹	۰,۷۴۰

مأخذ: یافته‌های مطالعه

#### ۴-۳۹-۴- تحلیل ارتباط سهم صادرات چای ایران و قیمت‌های صادراتی

همان‌گونه که بررسی نتایج تا به اینجا نشان داد، هرچند قیمت‌های ایران پس از تشدید تحریم‌ها افزایش یافته است بدون در نظر گرفتن سال‌های قبل و بعد از تحریم بور متوسط رشد داشته است اما نکته ای که در مورد این قیمت‌های صادراتی رخ داده و منجر به وضعیت نامطلوبی بویژه در دوره تشدید تحریم‌ها شده است این است که رشد قیمت‌ها در سال‌های تحریم منفی است. همچنین علاوه بر این با توجه به جداول اشاره شده در قبل، رشد مقادیر صادراتی ایران نیز در دوره تحریم نسبت به دوره قبل از تحریم کاهش یافته است.

همان‌گونه که در جدول ۴-۹۷ مشخص است، بررسی علیت بین سهم صادراتی ایران و قیمت‌های صادراتی ایران نشان می‌دهد که تغییر قیمت صادراتی ایران علت تغییر سهم صادرات ایران نبوده است و همچنین تغییر سهم

صادراتی نیز علت تغییر قیمت صادراتی ایران نبوده است. لذا بر این اساس قیمت‌های صادراتی و سهم صادرات ایران در بازارهای جهانی علت و معلول هم نبوده و از این حیث نمی‌توان انتظار داشت که سهم صادراتی در بازارهای جهانی قیمت‌های صادراتی ایران را تعیین نماید و بالعکس.

جدول ۴-۹۷- علیت بین تغییر قیمت صادراتی و تغییر سهم صادرات ایران

سطح معنی‌داری	آماره برآوردی	فرضیه صفر
۰/۲۲۲	۱/۴۸۲	تغییر قیمت صادراتی ایران علت تغییر سهم صادرات ایران نیست
۰/۴۲۷	۰/۶۳۲	تغییر سهم صادرات ایران علت تغییر قیمت صادراتی ایران نیست
---	---	برآورد کشش بلندمدت اثر قیمت صادراتی بر سهم صادرات ایران

مأخذ: یافته‌های مطالعه

هم‌چنین نتیجه مهم دیگری که از بررسی رابطه قیمت صادراتی ایران و سهم صادرات ایران در بازارهای جهانی می‌توان به آن دست یافت آن است که نتیجه رابطه علیت نشان داد که تغییر قیمت صادراتی ایران علت تغییر نسبت صادرات ایران به کنیا نخواهد بود. به عبارت دیگر با تغییر قیمت‌های صادراتی نمی‌توان انتظار تغییر در نسبت صادرات ایران به کنیا را داشت و بالعکس.

جدول ۴-۹۸- علیت بین تغییر قیمت صادراتی و تغییر نسبت مقادیر صادرات ایران به میزان صادرات کنیا

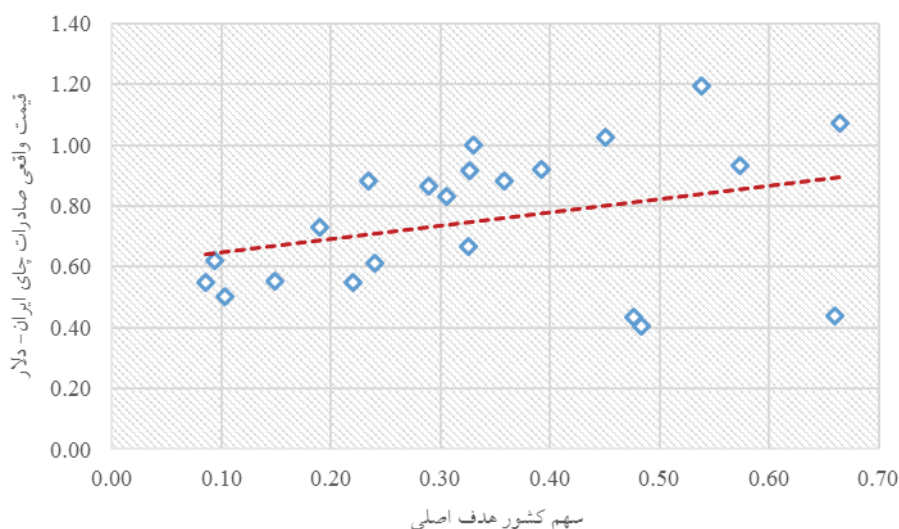
سطح معنی‌داری	آماره برآوردی	فرضیه صفر
۰/۴۲۹	۰/۰۲۰	تغییر قیمت صادراتی ایران علت تغییر نسبت مقادیر صادرات ایران به مقادیر کنیا نیست
۰/۲۱۷	۱/۵۲۱	تغییر نسبت مقادیر صادرات ایران به مقادیر کنیا علت تغییر قیمت صادراتی ایران نیست
---	---	برآورد کشش بلندمدت اثر قیمت صادراتی بر نسبت مقادیر صادرات ایران به مقادیر کنیا

مأخذ: یافته‌های مطالعه

## ۴-۴۰- تحلیل نموداری عوامل اثرگذار بر نوسان قیمت‌های صادراتی ایران در بازارهای جهانی

### ۴-۴۱-۱- رابطه قیمت واقعی صادرات و سهم کشور هدف اصلی

همان‌گونه که نمودار ۴-۹۶ نشان می‌دهد، بین قیمت‌های واقعی صادرات ایران و سهم کشور هدف اصلی ایران رابطه مستقیم و مشخصی وجود دارد. به این معنی که با افزایش سهم کشور هدف اول، قیمت‌های واقعی صادرات ایران در مورد چای در بازارهای جهانی با افزایش روبرو بوده است. براین اساس انتظار می‌رود در الگوی بلندمدت که در ادامه برآورد خواهد شد، ارتباط بین قیمت‌های واقعی صادرات و سهم کشور هدف اصلی ایران یک رابطه مثبت برآورد گردد.



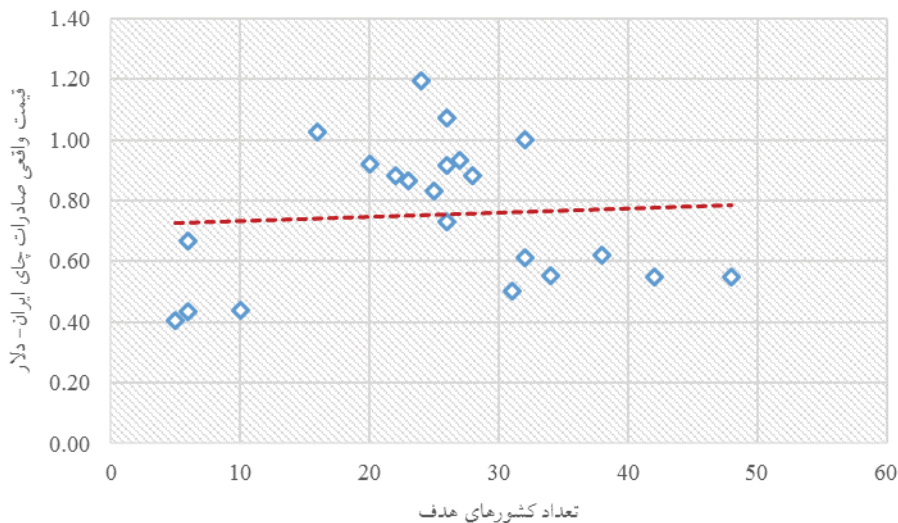
نمودار ۴-۹۶- ارتباط بین قیمت واقعی صادرات و سهم کشور هدف اصلی

### ۴-۴۱-۲- رابطه قیمت واقعی صادرات و تعداد کشورهای هدف

همان‌گونه که نمودار ۴-۹۷ نشان می‌دهد، بین قیمت‌های واقعی صادرات ایران و تعداد کشورهای هدف ایران رابطه مثبت وجود دارد. به این معنی که با افزایش تعداد کشورهای هدف، قیمت‌های واقعی صادرات ایران در مورد چای در بازارهای جهانی با افزایش (هرچند اندک) روبرو بوده است. لذا انتظار می‌رود با توسعه بازارهای



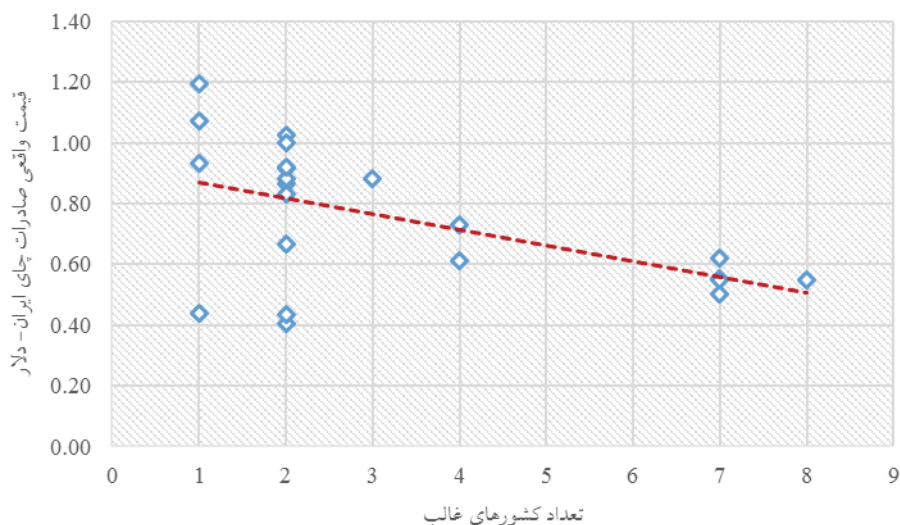
هدف، قیمت‌های صادراتی ایران در رقابت بین کشورهای هدف افزایش یابد. براین اساس انتظار می‌رود در الگوی بلندمدت که در ادامه برآورد خواهد شد، ارتباط بین قیمت‌های واقعی صادرات و تعداد کشورهای هدف ایران یک رابطه مثبت برآورد گردد.



نمودار ۴-۹۷- ارتباط بین قیمت واقعی صادرات و تعداد کشورهای هدف

#### ۴-۶۱-۳- رابطه قیمت واقعی صادرات و تعداد کشورهای غالب

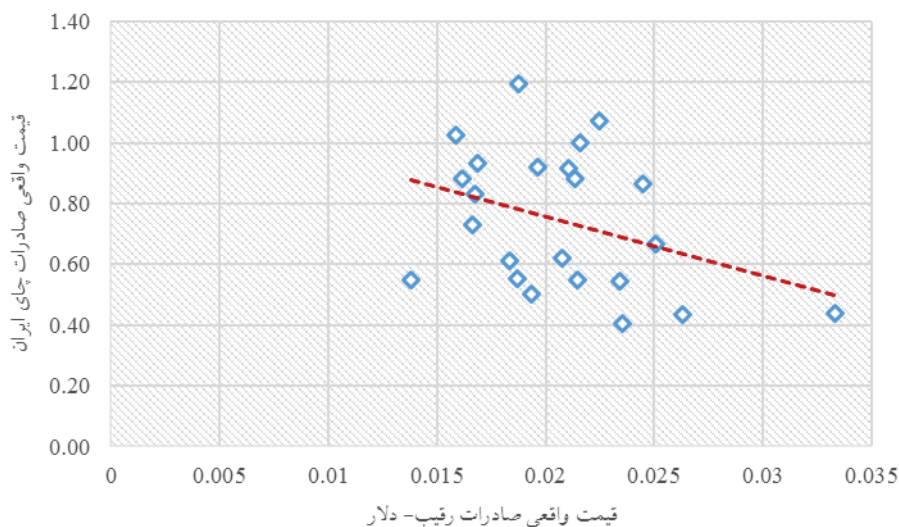
همان‌گونه که نمودار ۴-۹۸ نشان می‌دهد، بین قیمت‌های واقعی صادرات ایران و تعداد کشورهای غالب هدف ایران رابطه منفی و مشخصی وجود دارد. به این معنی که با افزایش تعداد کشورهای غالب هدف، قیمت‌های واقعی صادرات ایران در مورد چای در بازارهای جهانی با کاهش روبرو بوده است. براین اساس انتظار می‌رود در الگوی بلندمدت که در ادامه برآورد خواهد شد، ارتباط بین قیمت‌های واقعی صادرات و تعداد کشورهای غالب هدف ایران یک رابطه منفی برآورد گردد.



نمودار ۴-۹۸- ارتباط بین قیمت واقعی صادرات و تعداد کشورهای غالب هدف

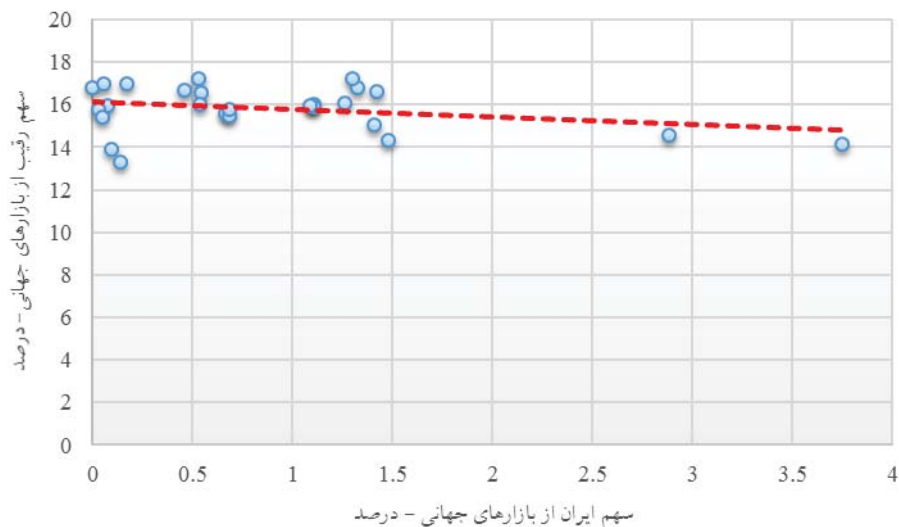
#### ۴-۴۱-۴- رابطه قیمت واقعی صادرات و قیمت کشور رقیب

همان‌گونه که نمودار ۴-۹۹ نشان می‌دهد، بین قیمت‌های واقعی صادرات ایران و قیمت‌های واقعی چای کنیا رابطه منفی وجود دارد. این رابطه به دلیل رقابت بسیار قابل توجه ایران و کنیا در بازارهای جهانی است. به این معنی که با افزایش تقاضای چای کنیا، قیمت‌های واقعی صادرات برای این کشور افزایش یافته و لذا افزایش تقاضا برای چای کنیا منجر به کاهش تقاضا برای چای ایران خواهد شد و در نهایت کاهش قیمت‌های واقعی چای ایران را نیز به همراه خواهد داشت. براین اساس انتظار می‌رود در الگوی بلندمدت که در ادامه برآورد خواهد شد، ارتباط بین قیمت‌های واقعی صادرات و قیمت کشور رقیب یک رابطه منفی برآورد گردد.



نمودار ۴-۹۹- ارتباط بین قیمت واقعی صادرات ایران و کنیا

برای درک بهتر ارتباط معکوس قیمتی بین ایران و کنیا توجه به نمودار ۴-۱۰۰ جالب توجه خواهد بود. همان گونه که نمودار ۴-۱۰۰ نشان می دهد، رابطه سهم صادراتی ایران و کنیا منفی بوده و با افزایش سهم صادراتی کنیا، سهم صادراتی ایران کاهش مشخصی داشته است.



نمودار ۴-۱۰۰- ارتباط بین سهم صادراتی ایران و کنیا از بازارهای جهانی

## ۴-۴-۲- برآورد الگوی بلندمدت عوامل مؤثر بر قیمت‌های صادراتی چای ایران

### ۴-۴-۱- تعیین پایایی متغیرهای مورد بررسی

در ادامه در این قسمت از نتایج، برآورد الگوی بلندمدت عوامل مؤثر بر قیمت‌های واقعی صادراتی چای ایران انجام خواهد شد. براین اساس در قدم اول پایایی<sup>۵۳</sup> متغیرهای مورد بررسی آزمون شده است. در مورد چای بر مبنای جدول ۴-۱۰۱، متغیرهای مورد بررسی پایا از مرتبه اول I(1) بوده و شرایط اولیه برای برآورد الگوهای همجمعی<sup>۵۴</sup> و الگوهای تصحیح خطای برداری (VECM)<sup>۵۵</sup> را خواهند داشت. جدول ۴-۱۰۱ آزمون پایایی متغیرهای الگو را نشان می‌دهد.

53 . Stationary Test

54 . Co-integration

55 . Vector Error Correction Model

جدول ۴-۱۰۱- آزمون پایایی متغیرها با استفاده از آزمون دیکی فولر تعمیم یافته

نتیجه	سطح معنی داری	آماره بحرانی	آماره برآوردی	متغیر
I(1)	۰/۰۰۱	-۴/۴۹۸	-۵/۵۸۴	قیمت صادراتی ایران
I(1)	۰/۰۰۱	-۴/۳۹۴	-۵/۴۲۱	قیمت صادراتی رقیب
I(1)	۰/۰۳۰	-۳/۷۳۳	-۴/۰۴۲	تعداد کشورهای هدف
I(1)	۰/۰۰۱	-۴/۵۷۲	-۵/۵۸۵	تعداد کشورهای غالب
I(1)	۰/۰۰۰	-۴/۵۷۲	-۶/۶۷۳	سهم کشور هدف اصلی

مأخذ: نتایج مطالعه

#### ۴-۴۲-۲- تعیین وقفه بهینه

در مرحله بعد لازم است تا وقفه بهینه جهت برآورد الگوهای همجمعی تعیین شود. براین اساس این وقفه بهینه با برآورد الگوی VAR اولیه آزمون شده است که نتایج بیان گر آن می باشد که وقفه بهینه در این الگو، ۲ خواهد بود. لازم به ذکر است که باتوجه به محدودیت سری زمانی داده ها در کشور، همواره آماره شوارتز (SC) به این دلیل که تعداد وقفه های کمتری را پیشنهاد می دهد، همواره مناسب خواهد بود.

جدول ۴-۱۰۲- آزمون تعیین وقفه بهینه بر مبنای الگوی VAR

وقفه	Log L	LR	FPE	AIC	SC	HQ
۰	-۹۲,۶۲۳۹۹	NA	۰,۰۳۵۳۷۷	۱۰,۸۴۷۱۱	۱۱,۰۹۴۴۴	۱۰,۸۸۱۲۱
۱	-۹,۱۰۸۷۶۳	۱۱۱,۳۵۳۶*	۶/۰۶×۱۰ <sup>-۵</sup>	۴,۳۴۵۴۱۸	۵,۸۲۹۳۷۱*	۴,۵۵۰۰۳۵
۲	۱۹,۹۹۱۷۶	۲۲,۶۳۳۷۴	۹/۱۱×۱۰ <sup>-۵</sup>	۳,۸۸۹۸۰۴*	۶,۶۱۰۳۸۵	۴,۲۶۴۹۳۶*

مأخذ: نتایج مطالعه

#### ۴-۴۲-۳- بررسی الگوی همجمعی

در ادامه با تعیین وقفه بهینه، الگوی همجمعی بین متغیرهای الگو آزمون خواهد شد. در الگوی همجمعی این موضوع مورد بررسی قرار می گیرد که آیا متغیرهای الگو در بلندمدت باهم ارتباط دارند؟ اگر این ارتباط اثبات شود آنگاه برآورد الگوی تصحیح خطای برداری برای تحلیل آثار بلندمدت اهمیت خواهد داشت. لازم به ذکر

است که تعداد وقفه در الگوی همجمعی یک وقفه کمتر از وقفه بهینه برآوردی خواهد بود. نتایج برآورد الگوی همجمعی نشان می دهد که وجود یک رابطه بلندمدت در هر دو آزمون اثر و حداکثر مقدار ویژه تأیید می شود. لذا این فرضیه تأیید می شود که بین قیمت های صادراتی ایران و متغیرهای تعداد کشورهای هدف، تعداد کشورهای غالب هدف، سهم کشور اصلی هدف و قیمت های رقیب، رابطه بلندمدت و معنی داری در سطح پنج درصد وجود دارد.

جدول ۴-۱۰۳- نتایج برآورد الگوی همجمعی و رابطه بلندمدت در سطح پنج درصد

آزمون حداکثر مقدار ویژه			آزمون اثر			فرض صفر
سطح معنی داری	آماره بحرانی	آماره اثر	سطح معنی داری	آماره بحرانی	آماره اثر	
۰,۰۰۲۲	۳۳,۸۷۶۸۷	۴۴,۰۸۲۸۷	۰,۰۰۰۲	۶۹,۸۱۸۸۹	۹۳,۹۲۶۱۱	عدم وجود رابطه بلندمدت*
۰,۰۸۹۳	۲۷,۵۸۴۳۴	۲۵,۵۳۹۹۴	۰,۱۳۲۱	۴۳,۸۵۶۱۳	۴۹,۸۴۳۲۴	بیش از یک رابطه بلندمدت
۰,۰۸۸۳	۲۱,۱۳۱۶۲	۱۹,۳۰۵۲	۰,۱۸۷۹	۲۹,۷۹۷۰۷	۲۴,۳۰۳۳	بیش از دو رابطه بلندمدت
۰,۷۴۹۵	۱۴,۲۶۴۶	۴,۹۳۹۳۸۸	۰,۸۰۹	۱۵,۴۹۴۷۱	۴,۹۹۸۰۹۹	بیش از سه رابطه بلندمدت
۰,۸۰۸۵	۳,۸۴۱۴۶۶	۰,۰۵۸۷۱۲	۰,۸۰۸۵	۳,۸۴۱۴۶۶	۰,۰۵۸۷۱۲	بیش از چهار رابطه بلندمدت

مأخذ: نتایج مطالعه

#### ۴-۴۴-۴- برآورد الگوی تصحیح خطای برداری

در ادامه باتوجه به وجود رابطه بلندمدت در الگوی همجمعی، الگوی ضریب تصحیح خطای برداری برآورد گردید. همانگونه که برآورد الگوی VECM در این گزارش نشان می دهد، در بلندمدت تعداد کشورهای هدف رابطه مثبت و معنی داری با قیمت صادرات چای ایران داشته است. بطوریکه این اثر در سطح یک درصد معنی دار بوده است. براین اساس با افزایش یک کشور به کشورهای هدف، قیمت واقعی صادراتی چای ایران ۰/۰۳۴ دلار افزایش خواهد یافت. ضریب کشش برآوردی این متغیر نیز نشان می دهد با افزایش یک درصدی در تعداد کشورهای هدف ایران در بازارهای جهانی چای، قیمت های واقعی صادراتی ایران در بازارهای جهانی ۱/۱۹ درصد افزایش خواهد یافت.

همچنین در بلندمدت تعداد کشورهای غالب هدف (یعنی تعداد کشورهایی که در مجموع ۵۰ درصد صادرات ایران را به خود اختصاص داده‌اند) رابطه منفی و معنی‌داری با قیمت صادرات چای ایران داشته است. بطوریکه این اثر نیز در سطح یک درصد معنی‌دار بوده است. این نتیجه از این جهت قابل تأمل است که با افزایش یک کشور به کشورهای غالب هدف، قیمت واقعی صادراتی چای ایران ۰/۲۱۳ دلار کاهش خواهد داشت. ضریب کشش برآوردی این متغیر نیز نشان می‌دهد با افزایش یک درصدی در تعداد کشورهای غالب هدف ایران در بازارهای جهانی چای، قیمت‌های واقعی صادراتی ایران در بازارهای جهانی ۰/۹۶۷ درصد کاهش خواهد یافت. نتایج نشان می‌دهد که قیمت صادراتی کنیا رابطه منفی و معنی‌داری با قیمت صادرات چای ایران داشته است. بطوریکه این اثر نیز در سطح یک درصد معنی‌دار بوده است. این نتیجه نشان‌دهنده آن است که با افزایش یک دلاری در قیمت‌های صادراتی کنیا (به دلیل افزایش تقاضای بازار برای این کشور)، با از دست رفتن بازارهای طرف تقاضای ایران، قیمت واقعی صادراتی چای ایران ۰/۳۵۵ دلار کاهش خواهد یافت و بالعکس. ضریب کشش برآوردی این متغیر نیز نشان می‌دهد با افزایش یک درصدی در قیمت واقعی صادراتی کنیا در بازارهای جهانی چای، قیمت‌های واقعی صادراتی ایران در بازارهای جهانی ۱/۱۰۷ درصد کاهش خواهد یافت و بالعکس. در نهایت مطابق نتایج الگوی تصحیح خطای برداری، در بلندمدت سهم کشور اصلی هدف رابطه منفی و معنی‌داری با قیمت صادرات چای ایران داشته است. بطوریکه این اثر در سطح یک درصد معنی‌دار بوده است. براین اساس با افزایش یک واحدی در سهم کشور اصلی هدف، قیمت واقعی صادراتی چای ایران ۰/۰۰۹ دلار کاهش خواهد یافت. ضریب کشش برآوردی این متغیر نیز نشان می‌دهد با افزایش یک درصدی در سهم کشور اصلی هدف ایران در بازارهای جهانی چای، قیمت‌های واقعی صادراتی ایران در بازارهای جهانی ۰/۶۴ درصد کاهش خواهد یافت.

همان‌گونه که نتایج این الگو نشان داد، مهمترین متغیر اثرگذار بر قیمت‌های صادراتی ایران باتوجه به کشش برآوردی، متغیر تعداد کشورهای هدف بوده است و از این جهت توجه به تنوع بخشی در کشورهای هدف در مورد صادرات چای بیش از هر سیاست دیگری اثرگذار خواهد بود.

برآورد ضریب تصحیح خطا نیز بیانگر آن است که چنانچه شوکی در کوتاه مدت به قیمت‌های صادراتی ایران در بازارهای جهانی وارد شود، در دوره بلندمدت اثر این شوک در هر دوره  $3/03$  درصد تعدیل خواهد شد و در نتیجه برای تعدیل کامل اثر شوک به سه دوره زمان احتیاج خواهد بود. لذا همان‌گونه که مشخص است، باتوجه به سرعت بالای تعدیل شوک، ورود شوک به قیمت‌های صادراتی ایران، عواقب نامطلوبی در بلندمدت برای صادرکنندگان ایرانی خواهد داشت.

نتایج برآورد کوتاه مدت الگو نیز نشان می‌دهند که تمرکز روی کشورهای اروپایی نتایج اثربخش تری بر افزایش قیمت‌های صادراتی ایران نسبت به تمرکز بر کشورهای آسیایی و ترکیب کشورهای آسیایی-اروپایی خواهد داشت. در سال‌های تشدید تحریم‌ها هم طبق جداول قیمت‌های واقعی و هم نمودار ارائه شده در قبل، صادرات ایران کاهش یافته همچنین طبق جدول  $4-104$  اثر تشدید تحریم‌ها بر تغییرات یا رشد این قیمت‌های صادراتی منفی است. هرچند این اثر در سطح مناسبی معنی‌دار نبوده است. نتایج برآورد الگوی کوتاه مدت هم‌چنین نشان می‌دهد که برنامه‌های توسعه سوم و چهارم نسبت به برنامه اول با تغییرات افزایشی قیمت‌های واقعی صادراتی (نماینده رشد قیمت‌های صادراتی) مواجه بوده‌اند در حالی که برنامه‌های توسعه دوم و پنجم با تغییرات کاهش قیمت‌های واقعی صادراتی مواجه بوده‌اند. هرچند اثر تفکیکی برنامه‌ها در سطوح مناسبی معنی‌دار نیست.

در نهایت آماره برآوردی  $F$  نیز بیانگر معنی‌داری کل الگوی مورد نظر بوده و آماره ضریب تعیین نیز بیانگر برازش مناسب الگو توسط متغیرهای توضیحی خواهد بود.



جدول ۴-۱۰۴- برآورد الگوی تصحیح خطای برداری

برآورد بلندمدت		
۰,۰۳۴۲	ضریب برآوردی	تعداد کشورهای هدف
۰,۰۰۳۳۵	انحراف استاندارد	
[۱۰,۲۱۲۴]	آماره t	
۱,۱۸۸۸	کشش بلندمدت	
-۰,۲۱۳۷۷۵	ضریب برآوردی	تعداد کشورهای غالب
۰,۰۴۳۶۵	انحراف استاندارد	
[-۴,۸۹۶۹]	آماره t	
-۰,۹۶۷۶	کشش بلندمدت	
-۰,۳۵۵۱	ضریب برآوردی	قیمت چای هند
۰,۱۳۸۶	انحراف استاندارد	
[-۲,۵۶۱۸]	آماره t	
-۱,۱۰۷۹	کشش بلندمدت	
-۰,۰۰۹۶	ضریب برآوردی	سهم کشور هدف اول
۰,۰۰۳۰۲	انحراف استاندارد	
[-۳,۱۹۱۹]	آماره t	
-۰,۴۶۰۰	کشش بلندمدت	
۱,۶۶۲	ضریب برآوردی	عرض از مبدأ
ضریب تصحیح خطا		
-۰,۳۱۰۳	ضریب برآوردی	ضریب برآوردی
۰,۱۱۲۹	انحراف استاندارد	
[-۲,۷۴۷]	آماره t	
برآورد کوتاه مدت		
۱,۱۲۷۸	ضریب برآوردی	عرض از مبدأ
۰,۲۰۰۵	انحراف استاندارد	
[۵,۶۲۴۳]	آماره t	
-۰,۲۷۲۳	ضریب برآوردی	کشورهای آسیایی هدف
۰,۱۲۵۰	انحراف استاندارد	
[-۲,۱۷۸۱]	آماره t	
-۰,۴۰۲۵	ضریب برآوردی	کشورهای آسیایی-اروپایی
۰,۱۵۹۷	انحراف استاندارد	
[-۲,۵۲۱۰]	آماره t	
-۰,۰۱۱۹	ضریب برآوردی	تشدید تحریم
۰,۱۶۱۱	انحراف استاندارد	
[-۰,۰۷۳۸]	آماره t	
-۰,۱۱۱۸	ضریب برآوردی	برنامه دوم توسعه
۰,۱۴۳۳	انحراف استاندارد	
[-۰,۷۸۰۲]	آماره t	
۰,۱۹۶۶۴	ضریب برآوردی	برنامه سوم توسعه
۰,۱۵۰۷۴	انحراف استاندارد	
[۱,۳۰۳۱]	آماره t	

مأخذ: یافته های مطالعه

ادامه جدول ۴-۱۰۴- برآورد الگوی تصحیح خطای برداری

برآورد کوتاه مدت	
۰,۱۲۸۸۱	ضریب برآوردی
۰,۱۴۹۷	انحراف استاندارد
[۰,۸۶۰۲]	آماره t
-۰,۱۵۷۲	ضریب برآوردی
۰,۱۰۰۷	انحراف استاندارد
[-۱,۵۶۱۳]	آماره t
۰,۷۳۵۶	R-squared
۲,۷۸۲۰	F-statistic
$۵,۶۴ \times ۱۰^{-۷}$	Determinant resid covariance (dof adj.)
$۱,۳۵ \times ۱۰^{-۸}$	Determinant resid covariance
۳۷,۳۷۴۷	Log likelihood
۱,۸۵۵۳	Akaike information criterion
۴,۵۸۹۲	Schwarz criterion

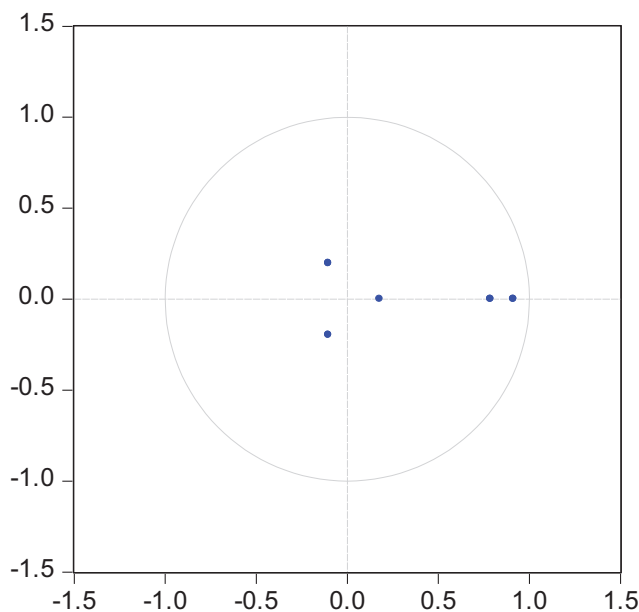
مأخذ: یافته های مطالعه

۴-۴۵- آزمون های الگوی تصحیح خطای برداری

۴-۴۵-۱- آزمون ثبات نتایج الگو

آزمون ثبات الگو با استفاده از رهیافت آزمون ریشه معکوس مورد بررسی قرار گرفت. ملاحظه می شود که نقاط برآوردی در دامنه نقاط بحرانی قرار داشته و از این نظر الگوی برآورد ضریب تصحیح خطای برداری و ضرایب برآوردی آن ثبات و اعتبار لازم را داشته اند.

### Inverse Roots of AR Characteristic Polynomial



نمودار ۴-۱۰۱- آزمون ریشه معکوس جهت بررسی ثبات نتایج برآوردی

### ۳-۴۵-۲- آزمون فروض کلاسیک در الگو

در ادامه بررسی فروض کلاسیک در الگوی برآوردی نیز بیان گر عدم وجود مشکلات مختلف کلاسیک در نتایج می باشد. نتایج آزمون نرمال بودن اجزای اخلال بیانگر آن است که اجزای اخلال در الگوی مورد نظر از توزیع نرمال تبعیت می نمایند. لذا آماره های  $t$  و  $F$  در الگوی برآوردی از اعتبار مناسبی برخوردارند.

جدول ۴-۱۰۵- نتایج آزمون نرمال بودن جملات پسماند در رابطه خود توضیح برداری

سطح احتمال	درجه آزادی	آماره جاکوبرا	اجزاء
۰,۸۵	۲	۰,۳۲	۱
۰,۲۷	۲	۲,۳۱	۲
۰,۴۴	۲	۱,۶۴	۳
۰,۶۲	۲	۰,۹۵	۴
۰,۴۹	۲	۱,۴۰	۵
۰,۷۱	۴	۹۶,۷۵	آماره مشترک

مأخذ: یافته های مطالعه

نتایج آزمون خودهمبستگی و ناهمسانی واریانس نیز بیانگر آن است که در الگوی برآوردی همبستگی سریالی اجزای اخلاص و همسانی واریانس وجود نداشته و از این حیث نیز فروض کلاسیک در نتایج برآوردی برقرار می باشند.

جدول ۴-۱۰۶- نتایج آزمون های همبستگی سریالی و ناهمسانی واریانس جملات پسماند در رابطه بلندمدت

نوع آزمون	آماره	مقدار میانگین آماره	سطح احتمال میانگین
Residual Serial Correlation LM Tests	LM-Stat	۲۳/۰۹	۰/۵۷
Residual Heteroskedasticity Tests	Chi-sq	۱۱۸/۰۳	۰/۵۳

مأخذ: یافته های مطالعه

#### ۴-۶- تحلیل تجزیه واریانس

نتایج برآورد تجزیه واریانس نشان می دهد که در دوره کوتاه مدت سهم نوسان قیمت های صادراتی بر خطای پیش بینی همین متغیر، ۹۱/۷۱ درصد بوده<sup>۵۶</sup> و سهم نوسان قیمت های صادراتی رقیب در خطای پیش بینی قیمت های صادراتی ایران در بازارهای جهانی ۴/۳۴ درصد، سهم نوسان متغیر سهم کشور هدف اصلی به اندازه کمتر از یک درصد، سهم نوسان متغیر تعداد کشورهای هدف حدود یک درصد و در نهایت سهم نوسان متغیر تعداد کشورهای هدف غالب نیز ۲/۱۸ درصد در خطای پیش بینی قیمت های صادراتی ایران خواهد بود. مشخص است که در کوتاه مدت پس از اثر نوسان خودرگرسیو قیمت های صادراتی، سهم اصلی مؤثر بر خطای پیش بینی قیمت های صادراتی ایران، مربوط به نوسان متغیر قیمت های صادراتی رقیب و پس از آن با اختلافی مشخص، مربوط به متغیر تعداد کشورهای هدف غالب می باشد. اما در بلندمدت هرچند هم چنان اولویت بندی فوق برقرار بوده اما مشخص است که با فاصله گرفتن از دوره کوتاه مدت و ورود به دوره های بلندمدت، اثر خودرگرسیو نوسان قیمت های صادراتی کاهش می یابد. بطوریکه این سهم از ۱۰۰ درصد در دوره اول به حدود ۸۹ درصد در

<sup>۵۶</sup> سهم نوسان قیمت های صادراتی بر خطای پیش بینی همین متغیر، همواره در دوره اول ۱۰۰ است و سایر متغیرها سهمی در این خطا در دوره اول ندارند. به همین منظور دوره کوتاه مدت پس از دوره اول (دوره دوم) در نظر گرفته می شود (سلمان پور و همکاران، ۱۳۸۸).

دوره آخر تنزل یافته است. هرچند که همچنان در بلندمدت اثر خودرگرسیو نوسان قیمت های صادراتی بطور قابل ملاحظه ای سهم بیشتری از سایر متغیر بر خطای پیش بینی قیمت های صادراتی در بلندمدت خواهد داشت.

جدول ۴-۱۰۷- نتایج آماره تجزیه واریانس

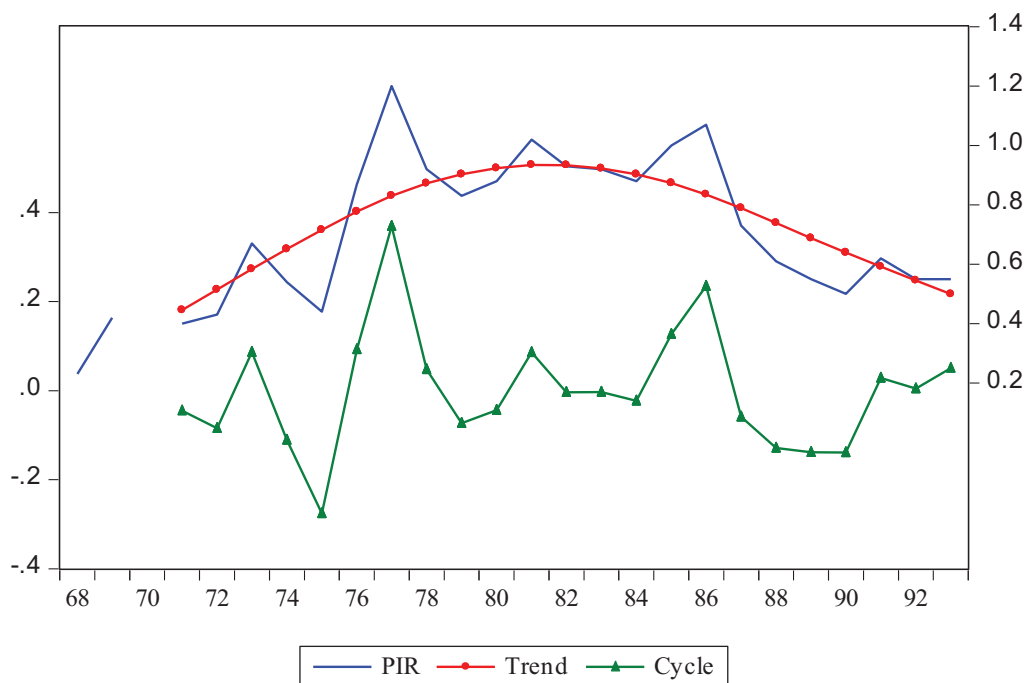
دوره زمانی	انحراف استاندارد	قیمت ایران	قیمت کشور مسلط	سهم کشور غالب	تعداد کشورهای هدف	تعداد کشورهای غالب
۱۳۶۸	۰,۱۰۰۲	۱۰۰	۰	۰	۰	۰
۱۳۶۹	۰,۱۶۱۵۵	۹۱,۷۱۴۰۸	۴,۳۳۶۰۱۴	۰,۷۵۴۰۴۹	۱,۰۱۵۸۱۸	۲,۱۸۰۰۴۱
۱۳۷۰	۰,۲۰۲۹۴	۹۰,۶۶۹۴۵	۴,۸۸۲۶۶۷	۰,۸۴۹۱۱۴	۱,۱۴۳۸۸۵	۲,۴۵۴۸۸۵
۱۳۷۱	۰,۲۳۷۴۵۱	۹۰,۱۰۸۶۴	۵,۱۷۶۱۳۶	۰,۹۰۰۱۴۹	۱,۲۱۲۶۳۷	۲,۶۰۲۴۳۴
۱۳۷۲	۰,۲۶۷۵۲۱	۸۹,۷۹۳۰۹	۵,۳۴۱۲۶۷	۰,۹۲۸۸۶۶	۱,۲۵۱۳۲۴	۲,۶۸۵۴۵۸
۱۳۷۳	۰,۲۹۴۵۴	۸۹,۵۸۱۷۳	۵,۴۴۸۹۵۲	۰,۹۴۷۵۹۳	۱,۲۷۶۵۵۲	۲,۷۳۹۵۹۹
۱۳۷۴	۰,۳۱۹۲۸۱	۸۹,۴۴۲۹	۵,۵۲۴۵۱۷	۰,۹۶۰۷۳۴	۱,۲۹۴۲۵۴	۲,۷۷۷۵۹۱
۱۳۷۵	۰,۳۴۲۲۳۷	۸۹,۳۳۵۹۴	۵,۵۸۰۴۹	۰,۹۷۰۴۶۸	۱,۳۰۷۳۶۸	۲,۸۰۵۷۳۳
۱۳۷۶	۰,۳۶۳۷۴۸	۸۹,۲۵۳۵۳	۵,۶۲۳۶۱۵	۰,۹۷۷۹۶۷	۱,۳۱۷۴۷	۲,۸۲۷۴۱۵
۱۳۷۷	۰,۳۸۴۰۵۶	۸۹,۱۸۸۰۹	۵,۶۵۷۸۵۹	۰,۹۸۳۹۲۲	۱,۳۲۵۴۹۳	۲,۸۴۴۶۳۲
۱۳۷۸	۰,۴۰۳۳۴۲	۸۹,۱۳۴۸۷	۵,۶۸۵۷۱	۰,۹۸۸۷۶۶	۱,۳۳۲۰۱۸	۲,۸۵۸۶۳۵
۱۳۷۹	۰,۴۲۱۷۴۸	۸۹,۰۹۰۷۴	۵,۷۰۸۸۰۵	۰,۹۹۲۷۸۲	۱,۳۳۷۴۲۹	۲,۸۷۰۲۴۷
۱۳۸۰	۰,۴۳۹۳۸۳	۸۹,۰۵۳۵۵	۵,۷۲۸۲۶۷	۰,۹۹۶۱۶۷	۱,۳۴۱۹۸۸	۲,۸۸۰۰۳۲
۱۳۸۱	۰,۴۵۶۳۳۷	۸۹,۰۲۱۷۸	۵,۷۴۴۸۹۱	۰,۹۹۹۰۵۸	۱,۳۴۵۸۸۲	۲,۸۸۸۳۹
۱۳۸۲	۰,۴۷۲۶۸۳	۸۸,۹۹۴۳۳	۵,۷۵۹۲۵۵	۱,۰۰۱۵۵۵	۱,۳۴۹۲۴۷	۲,۸۹۵۶۱۱
۱۳۸۳	۰,۴۸۸۴۸۳	۸۸,۹۷۰۳۸	۵,۷۷۱۷۹	۱,۰۰۳۷۳۵	۱,۳۵۲۱۸۴	۲,۹۰۱۹۱۴
۱۳۸۴	۰,۵۰۳۷۸۸	۸۸,۹۴۹۲۹	۵,۷۸۲۸۲۵	۱,۰۰۵۶۵۴	۱,۳۵۴۷۶۹	۲,۹۰۷۴۶۲
۱۳۸۵	۰,۵۱۸۶۴۱	۸۸,۹۳۰۵۸	۵,۷۹۲۶۱۵	۱,۰۰۷۳۵۷	۱,۳۵۷۰۶۳	۲,۹۱۲۳۸۴
۱۳۸۶	۰,۵۳۳۰۸	۸۸,۹۱۳۸۷	۵,۸۰۱۳۵۸	۱,۰۰۸۸۷۷	۱,۳۵۹۱۱۱	۲,۹۱۶۷۸
۱۳۸۷	۰,۵۴۷۱۳۸	۸۸,۸۹۸۸۶	۵,۸۰۹۲۱۳	۱,۰۱۰۲۴۳	۱,۳۶۰۹۵۲	۲,۹۲۰۷۳
۱۳۸۸	۰,۵۶۰۸۴۵	۸۸,۸۸۵۳	۵,۸۱۶۳۱۱	۱,۰۱۱۴۷۸	۱,۳۶۲۶۱۴	۲,۹۲۴۲۹۸
۱۳۸۹	۰,۵۷۴۲۲۴	۸۸,۸۷۲۹۹	۵,۸۲۲۷۵۴	۱,۰۱۲۵۹۸	۱,۳۶۴۱۲۴	۲,۹۲۷۵۳۸
۱۳۹۰	۰,۵۸۷۲۹۸	۸۸,۸۶۱۷۶	۵,۸۲۸۶۳۱	۱,۰۱۳۶۲	۱,۳۶۵۵۰۱	۲,۹۳۰۴۹۲
۱۳۹۱	۰,۶۰۰۰۸۸	۸۸,۸۵۱۴۷	۵,۸۳۴۰۱۱	۱,۰۱۴۵۵۶	۱,۳۶۶۷۶۱	۲,۹۳۳۱۹۷
۱۳۹۲	۰,۶۱۲۶۱	۸۸,۸۴۲۰۲	۵,۸۳۸۹۵۶	۱,۰۱۵۴۱۶	۱,۳۶۷۹۲	۲,۹۳۵۶۸۴
۱۳۹۳	۰,۶۲۴۸۸۲	۸۸,۸۳۳۳۱	۵,۸۴۳۵۱۷	۱,۰۱۶۲۰۹	۱,۳۶۸۹۸۸	۲,۹۳۷۹۷۷

مأخذ: یافته های مطالعه

#### ۴-۴۷- تحلیل رفتار بلندمدت قیمت‌های صادراتی ایران و انحراف از روند باثبات

نتایج تحلیل فیلتر هودریک-پرسکات بیانگر آن است که روند باثبات قیمت‌های واقعی صادراتی ایران با روندهای فعلی قیمت‌های واقعی صادراتی تقریباً منطبق بوده و در برخی سال‌ها انحراف از روند باثبات افزایش یافته است که این موارد انحراف بطور متعددی تکرار شده است. در سال‌های پایانی نیز علی‌رغم انطباق قیمت‌های صادراتی با روند باثبات، روند این قیمت‌ها نزولی بوده که علت آن قبلاً توضیح داده شد. لذا علی‌رغم انطباق قیمت‌ها با روند باثبات، به دلیل افت قیمت‌های صادراتی و همزمان اختلاف آن با قیمت‌های جهانی (که در جداول قبل توضیح داده شد) نمی‌توان وضعیت مناسبی را برای صادرکننده این محصول در کشور متصور بود.

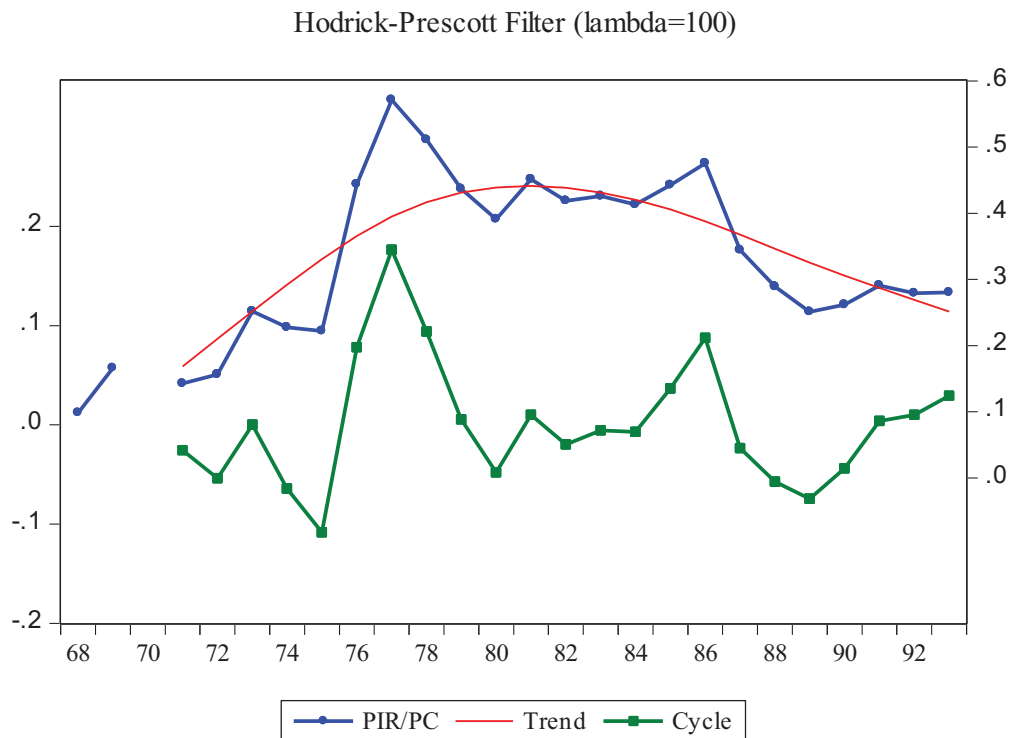
Hodrick-Prescott Filter (lambda=100)



نمودار ۴-۱۰۲- تحلیل فیلتر هودریک اسکات قیمت واقعی چای صادراتی ایران

همچنین نتایج تحلیل فیلتر هودریک-پرسکات در قیمت‌های نسبی ایران نسبت به کنیا بیانگر آن است که روند باثبات نسبت قیمت‌های صادراتی ایران به قیمت‌های صادراتی کنیا نیز مشابه نمودار قبل بوده و مشخص است که نوسانات متعدد بصورت شوک‌هایی کشور را از مسیر روند باثبات صادراتی منحرف نموده‌اند. در سال‌های

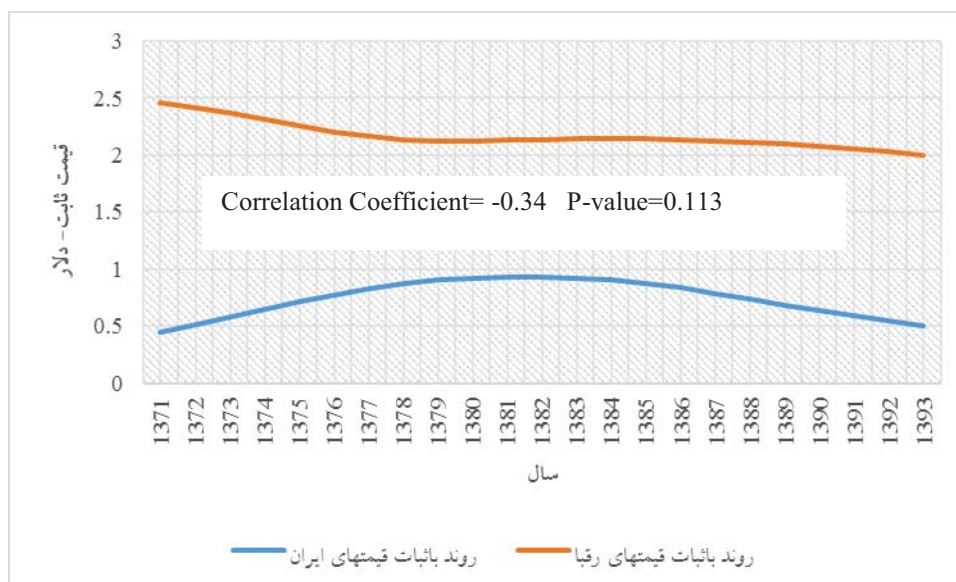
اخیر روند نسبت قیمت‌ها تمایل به افزایش داشته که می‌تواند ادامه روند مورد نظر به بهبود قیمت‌های صادراتی در کنار بهبود مقادیر صادراتی منجر گردد.



نمودار ۴-۱۰۳- تحلیل فیلتر هودریک اسکات نسبت قیمت واقعی چای صادراتی ایران به کنیا

#### ۴-۸- تحلیل قیمت‌ها و سهم صادرات ایران با کنیا

بررسی روند باثبات قیمت‌های ایران و کنیا نشان می‌دهد که این روند برای ایران هرچند در ابتدا صعودی بوده اما از سال ۸۳ نزولی شده است. این در حالی است که روند قیمت‌های واقعی کنیا ثبات مناسب‌تری داشته هرچند این روند بطور بسیار ملایمی نزولی بوده است. در نهایت ارتباط بین روند باثبات قیمت‌های ایران و کنیا منفی اما در سطح مناسبی معنی‌دار نبوده است..



نمودار ۴- ۱۰۴- مقایسه روندهای باثبات قیمتی ایران و کنیا

همان گونه که بررسی علیت بین روند باثبات قیمت های ایران و کنیا نشان می دهد، هم روند باثبات قیمت های ایران و هم روند باثبات قیمت های کنیا علت همدیگر در بازارهای جهانی بوده و از این حیث علیت دوطرفه برقرار بوده است. این نتیجه در سطح یک درصد معنی دار می باشد. لذا ایران با در پیش گرفتن روندهای باثبات قیمتی در بازارهای جهانی می تواند بر سطوح قیمت های جهانی اثرپذیری داشته باشد. لازم به تأکید است که این در حالی است که روند باثبات توسط ایران در بازارهای جهانی حفظ شود.

جدول ۴-۱۰۸- تحلیل علیت روند قیمت های باثبات ایران و کنیا

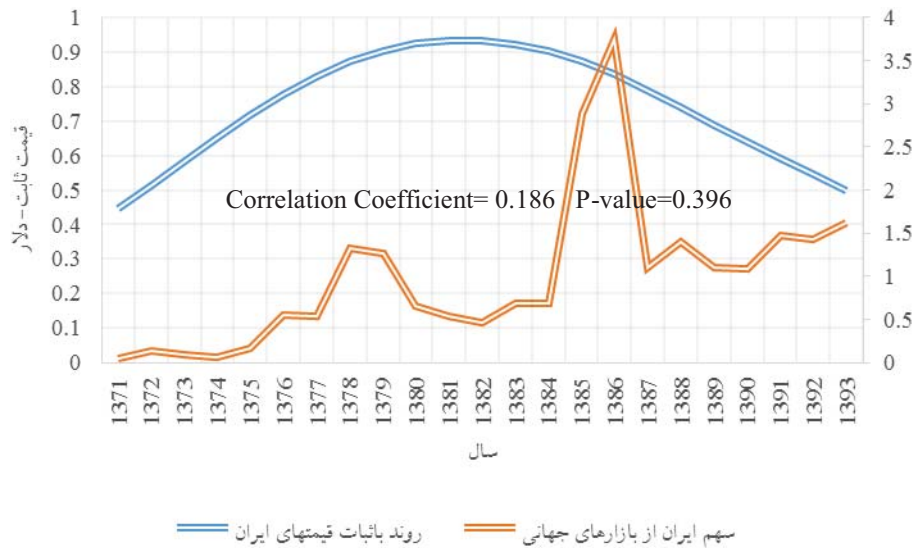
فرض صفر	ضریب برآوردی	درجه آزادی	سطح احتمال
روند باثبات قیمت کنیا علت روند باثبات قیمت ایران نیست	۳۹/۴۶	۱	۰/۰۰۰
روند باثبات قیمت ایران علت روند باثبات قیمت کنیا نیست	۲۲/۳۹	۱	۰/۰۰۰

مأخذ: یافته های مطالعه

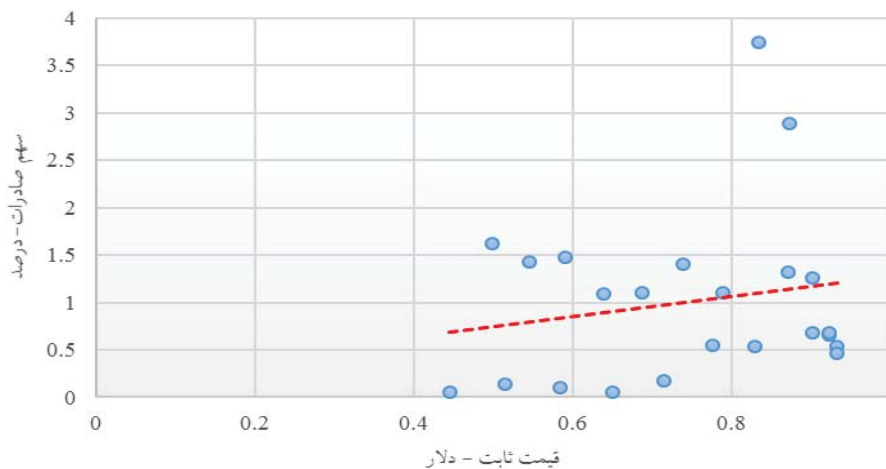
همان گونه که از نمودار روند و پراکندگی نیز مشخص است، روند سهم ایران از صادرات سیب در بازارهای جهانی با قیمت های باثبات صادراتی ایران در برخی سال ها رابطه منفی و در برخی سال ها رابطه مثبت داشته است. اما



در نهایت ارتباط بین قیمت های باثبات صادراتی و سهم صادراتی ایران مثبت شده اما در سطح مناسبی معنی دار نبوده است و لذا مشخص است که روند سهم ایران در بازارهای جهانی ارتباط مشخصی با روندهای باثبات قیمتی در بازارهای جهانی نداشته است.

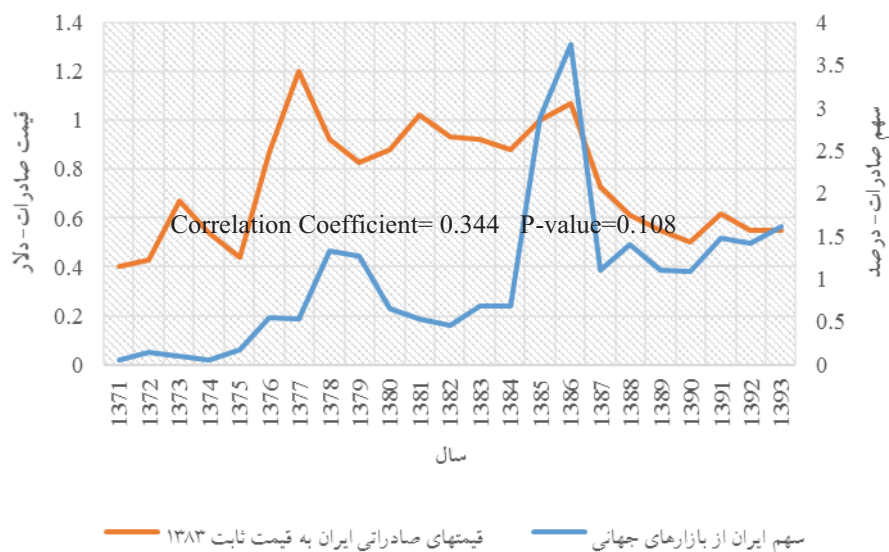


نمودار ۴-۱۰۵- روند سهم ایران از بازارهای جهانی و روند باثبات قیمت های ایران



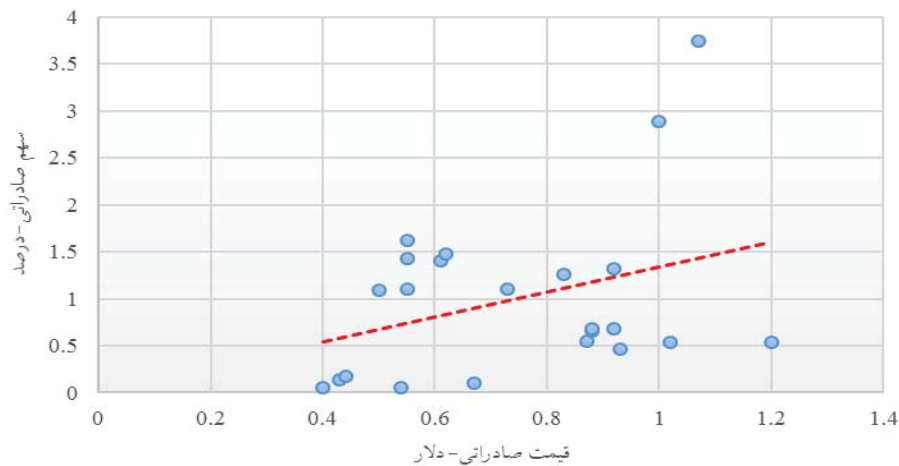
نمودار ۴-۱۰۶- ارتباط سهم ایران از بازارهای جهانی و روند باثبات قیمت های ایران

تحلیل روند قیمت های واقعی ایران در بازارهای جهانی در مقابل سهم های بدست آورده فعلی نیز در بازارهای جهانی همین نتیجه را تأیید می کند. مشاهده می شود که سهم صادراتی ایران بیش از آنکه با روندهای قیمتی باثبات ارتباط داشته باشد، با قیمت های واقعی صادرات رابطه دارد. مشخص است که در مورد قیمت های واقعی ارتباط مشخص تری با سهم کشور در بازارهای جهانی مشاهده می شود. هرچند هنوز هم این رابطه در سطح مناسبی معنی دار نیست.

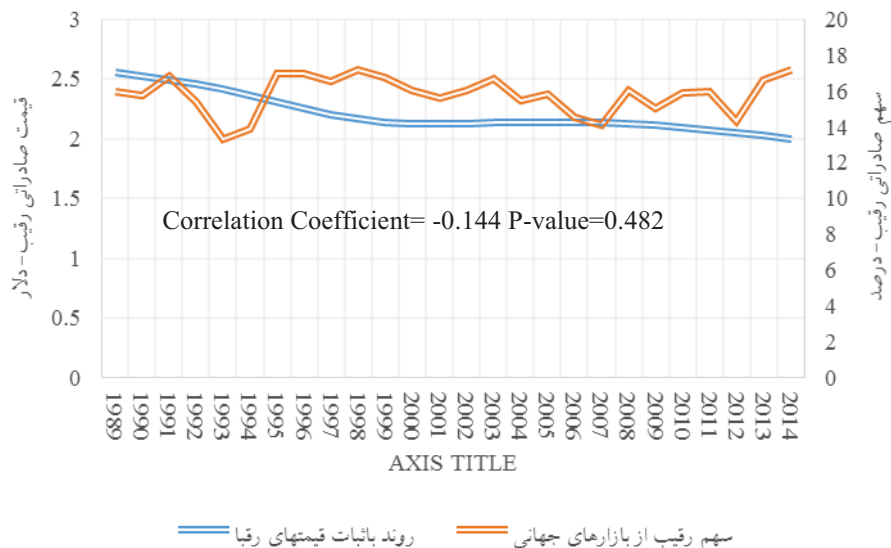


نمودار ۴-۱۰۷- روند قیمت های صادراتی ایران و سهم ایران از بازارهای جهانی

هرچند در نمودار پراکندگی بطور کلی افزایش قیمت های ایران با افزایش سهم صادراتی همراه بوده اما این ارتباط در سطح مناسبی معنی دار نبوده و در نهایت نمی توان رابطه معنی داری بین سهم صادراتی و قیمت های صادراتی ایران در بازار چای نیز در نظر گرفت.

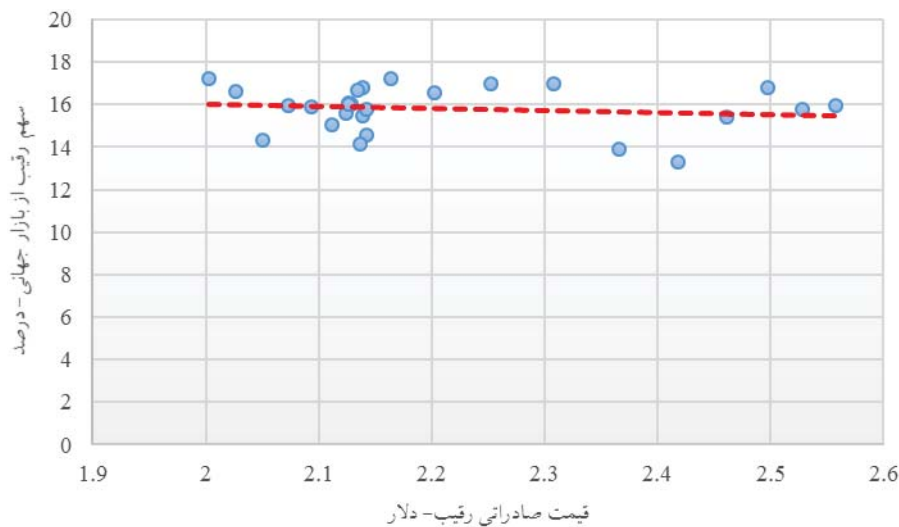


نمودار ۴-۱۰۸- ارتباط قیمت‌های صادراتی ایران و سهم ایران از بازارهای جهانی  
این در حالی است که در مورد کنیا به عنوان بزرگ‌ترین صادرکننده در بازارهای جهانی، شرایط به گونه‌ای دیگر بوده است. در مورد کنیا بطور کلی با کاهش روند باثبات قیمت‌های واقعی صادراتی سهم این کشور از بازارهای جهانی افزایش یافته است که ارتباط منفی بین قیمت‌ها و سهم صادراتی این کشور وجود دارد. هرچند که این ارتباط برای کنیا نیز در سطح مناسبی معنی‌دار نبوده است.



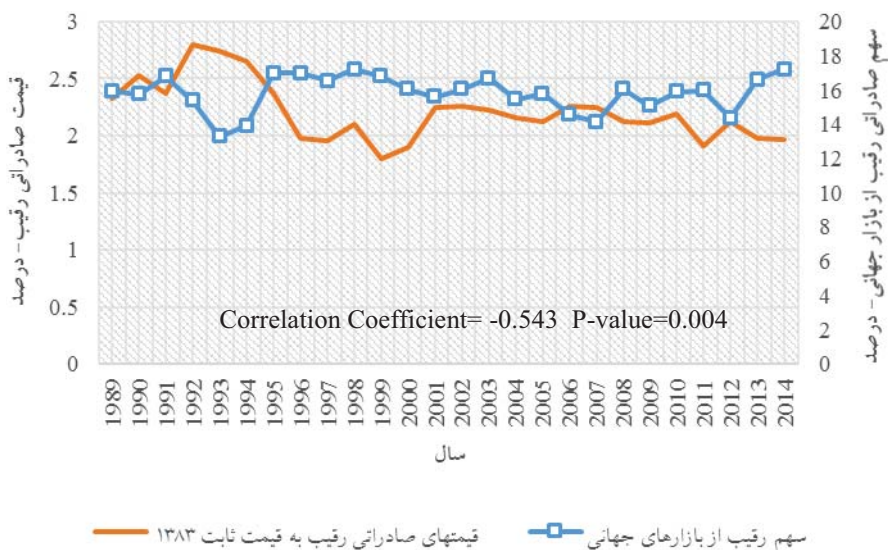
نمودار ۴-۱۰۹- روند سهم کنیا از بازارهای جهانی و روند باثبات قیمت‌های کنیا

نمودار پراکندگی نیز در این قسمت نیز بخوبی بیان گر ارتباط منفی بسیار ضعیف بین قیمت های باثبات صادراتی رقیب می باشد. لذا مشخص است که هرچند نوع ارتباط سهم ها و قیمت های باثبات برای ایران و کنیا متفاوت است اما آنچه مشخص است، در کنیا نیز سهم صادراتی این کشور، از روند قیمت های باثبات تبعیت نمی کند.

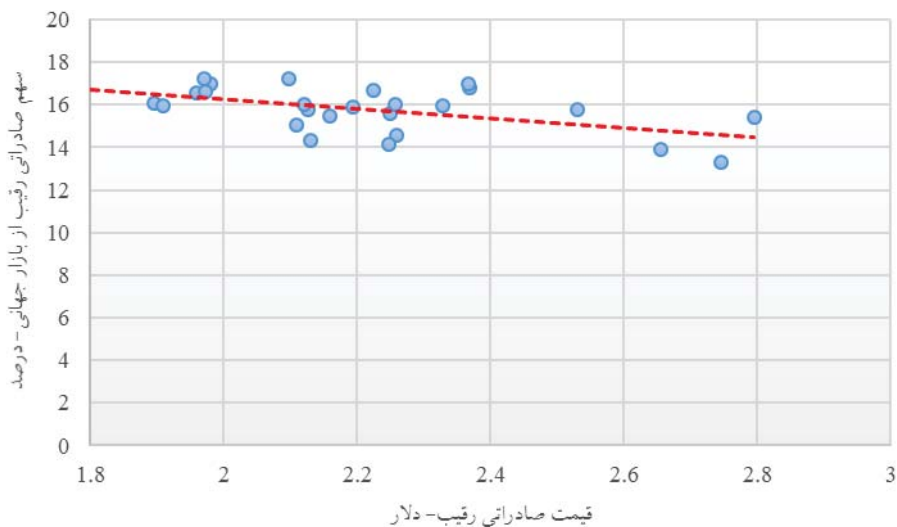


نمودار ۴-۱۱۰- ارتباط سهم کنیا از بازارهای جهانی و روند باثبات قیمت های کنیا

اما آنچه برای کنیا قابل ملاحظه است، آن است که روند سهم صادراتی برای کنیا ارتباط منفی و معنی داری با قیمت های واقعی صادرات چای برای این کشور دارد. لذا در سال های اخیر کاهش قیمت های واقعی صادراتی کنیا منجر به افزایش سهم صادراتی این کشور در بازارهای جهانی شده است. نمودار پراکندگی نیز بیانگر این ارتباط منفی بین قیمت های واقعی و سهم صادرات کشور کنیا می باشد.



نمودار ۴-۱۱۱- روند قیمت های صادراتی ایران و سهم کنیا از بازارهای جهانی



نمودار ۴-۱۱۲- ارتباط قیمت های صادراتی و سهم کنیا از بازارهای جهانی

#### ۴-۴۹- تحلیل الگوی انتقال قیمت

نتایج آزمون انتقال قیمت در جدول ۴-۱۰۹ نشان داده شده است. همان گونه که از نتایج مشخص است، تمامی متغیرهای مورد بررسی بجز متغییر تحریم و جز تصحیح خطای مثبت معنی دار می باشند. ضرایب تصحیح خطای در حالت افزایشی و کاهششی در هر دو حالت منفی و البته جز تصحیح خطای مثبت در سطح مناسبی معنی دار نشده است که بیان گر تعدیل اثرات شوک وارده مثبت و منفی بر قیمت ایران در بازارهای جهانی خواهد بود. همچنین بیان گر همگرایی قیمت های ایران و کنیا می باشد. آماره ضریب تعیین در این الگو بیش از ۷۵ درصد بوده که بیان گر توضیح مناسب تغییرات قیمت ایران با متغیرهای مستقل بکار رفته در الگو می باشد. همچنین آماره جاکوبرا بیان گر نرمال بودن توزیع اجزای اخلال در الگوی مورد بررسی و اعتبار آماره های  $t$  و  $F$  می باشد.

جدول ۴-۱۰۹- نتایج انتقال قیمت

متغیر	پارامتر برآوردی	انحراف استاندارد	آماره t
وقفه اول تغییرات قیمت ایران	-۰,۲۴۷	۰,۰۸۹	-۲,۷۵۹
تغییرات مثبت قیمت کنیا	۰,۰۹۸	۰,۰۴۸	۲,۰۶۹
تغییرات منفی قیمت کنیا	۰,۷۷۳	۰,۱۲۸	۶,۰۵۷
وقفه اول تغییرات مثبت قیمت کنیا	۰,۴۳۳	۰,۰۸۰	۵,۴۰۷
وقفه اول تغییرات منفی قیمت کنیا	-۰,۱۸۶	۰,۰۷۵	-۲,۴۷۴
جزء تصحیح خطای منفی	-۰,۸۱۰	۰,۲۳۶	-۳,۴۳۴
جزء تصحیح خطای مثبت	-۰,۱۷۴	۰,۱۶۱	-۱,۰۸۱
تحریم	-۰,۱۶۰	۰,۱۰۷	-۱,۴۹۵
برنامه اول توسعه	-۰,۱۹۰	۰,۱۰۷	-۱,۷۸۳
برنامه دوم توسعه	-۰,۰۳۲	۰,۱۰۴	-۰,۳۱۰
برنامه سوم توسعه	-۰,۲۲۸	۰,۱۰۶	-۲,۱۵۰
برنامه چهارم توسعه	-۰,۱۱۴	۰,۰۳۱	-۳,۷۱۵
ضریب ثابت	۰,۱۵۴	۰,۱۱۰	۱,۴۰۲
آماره شوارتز	۰/۰۲۸		
آماره ضریب تعیین	۷۵/۱۱		
آماره دوربین واتسون	۲/۲۴۸		
آماره جارکوبرا	۱/۱۳۵		
سطح احتمال آماره جارکوبرا	۰/۵۶۷		

مأخذ: یافته های مطالعه

نتایج آزمون انتقال قیمت بیانگر آن است که انتقال قیمت در کوتاه مدت متقارن بوده است. به این معنی که با افزایش و یا کاهش قیمت های کنیا در بازارهای جهانی به یک اندازه به قیمت های صادراتی ایران در کوتاه مدت منتقل خواهد شد و لذا با سیاست گذاری یکسان در دوره های افزایش و کاهش قیمت های رقیب، ایران می تواند اثرات نامطلوب این انتقال را به حداقل برساند و نیاز به سیاست گذاری دوگانه در دوره های افزایش یا کاهش قیمت ها نیست. اما در بلند مدت این موضوع به عکس بوده بگونه ای که انتقال قیمت در بلندمدت نامتقارن است به این معنی که نحوه اثر افزایش قیمت های کنیا در بازارهای جهانی، بر قیمت های صادراتی ایران در بلندمدت

متفاوت است از مقدار اثری که کاهش قیمت های کنیا در بازارهای جهانی، بر قیمت های صادراتی ایران در بلندمدت می گذارد. لذا در بلند مدت نیاز به سیاست گذاری مناسب و متفاوت برای دوره های افزایش و یا کاهش قیمت های رقیب می باشد، تا ایران بتواند اثرات نامطلوب این انتقال را به حداقل برساند.

جدول ۴-۱۱۰- نتیجه آزمون انتقال قیمت بازار صادراتی چای

آماره	توضیح	انتقال در کوتاه مدت	انتقال قیمت در بلندمدت
آماره نرمال مجانبی	مقدار آماره برآوردی	-۰/۲۶۴	۱/۷۳۹
	سطح احتمال	۰/۷۹۲	۰/۰۸۲
آماره والد	مقدار آماره برآوردی	۰/۰۶۹	۳/۰۲۳
	سطح احتمال	۰/۷۹۲	۰/۰۸۲
نتیجه		متقارن	نامتقارن

مأخذ: یافته های مطالعه

#### ۴-۵۰- پیش بینی قیمت های واقعی و اسمی صادراتی چای ایران

در ادامه با استفاده از روش های اقتصادسنجی تک متغیره و چندمتغیره پیش بینی قیمت های واقعی و اسمی صادراتی چای ایران تا پایان برنامه ششم توسعه و تحت سناریوهای وجود تحریم و عدم وجود تحریم انجام شد. براین اساس روش های AR، MA، ARIMA و VECM برآورد شده و پیش بینی ها براساس آن انجام گرفت. نتایج پیش بینی روش های تک متغیره نشان داد که مناسب ترین الگو براساس خطای درون و برون نمونه ای روش AR(2) می باشد و در مقایسه با روش چند متغیره (VECM)، مشخص شده رهیافت چند متغیره نتایج مناسب تری ارائه می نمایند. لذا در نهایت پیش بینی براساس روش VECM انجام گرفته است.



جدول ۴-۱۱۱- انتخاب روش مناسب برای پیش بینی قیمت های صادراتی

VECM	ARIMA(2,2)	MA(3)	AR(2)	نوع خطا
۲/۱۳	۱۶/۵۲	۱۱/۲۶۲	۹/۸۵	خطای درون نمونه ای
۲/۲۴	۳۳/۲۲	۲۳/۴۶	۹/۶۲	خطای برون نمونه ای
۱	۴	۳	۲	رتبه الگو برای پیش بینی

مأخذ: یافته های مطالعه

نتایج پیش بینی در نهایت با وجود تحریم ها نشان می دهد که قیمت های اسمی چای در سال ۱۳۹۵ معادل ۱/۳۵ دلار پیش بینی می شود که با توجه به شاخص های قیمت پیش بینی شده، قیمت های واقعی (به ثابت سال ۱۳۸۳) معادل ۰/۶۸ دلار خواهد بود. همچنین تا سال ۱۳۹۹ نیز قیمت های اسمی چای به ۲/۲۸ دلار افزایش خواهد یافت اما قیمت های واقعی با توجه به رشد شاخص های قیمت صادراتی به ۱/۰۲ دلار به ثابت سال ۱۳۸۵ خواهد رسید که نشان از آن دارد که از ابتدا تا انتهای برنامه ششم توسعه، رشد قیمت های اسمی به میزان ۶۸/۸۸ درصد و رشد قیمت های واقعی نیز به میزان ۵۰/۰۰ درصد خواهد بود که نشان از افزایش واقعی قیمت های صادراتی دارد. اما نتایج بیان گر آن است که با رفع تحریم ها، قیمت های صادراتی ایران اندکی بهبود خواهد یافت و در سال ۱۳۹۵، قیمت های اسمی چای ۱/۴۷ دلار در سال ۱۳۹۵ (ابتدای برنامه ششم) و ۲/۴۲ دلار در سال ۱۳۹۹ (انتهای برنامه ششم توسعه) پیش بینی می شود. لذا قیمت های اسمی رشدی معادل ۶۴/۶۲ درصد در ابتدا تا انتهای برنامه ششم خواهد داشت. قیمت های واقعی نیز روند افزایشی خواهد داشت بطوریکه رشد قیمت های واقعی در ابتدا و انتهای برنامه توسعه ۰/۴۵ درصد خواهد بود و از ۰/۷۴ دلار در سال ۱۳۹۵ به ۱/۰۸ دلار در سال ۱۳۹۹ پیش بینی می شود.

جدول ۴-۱۱۲- نتایج پیش بینی قیمت های صادراتی واقعی و اسمی در دو سناریوی وجود و عدم وجود تحریم

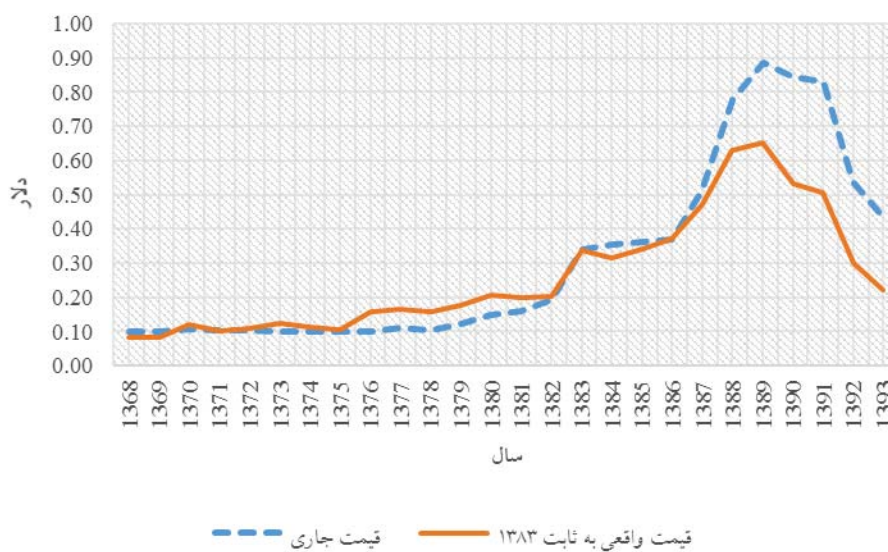
با لغو تحریم		با وجود تحریم		سال
به قیمت اسمی	به قیمت ثابت ۸۳	به قیمت اسمی	به قیمت ثابت ۸۳	
۱,۴۷	۰,۷۴	۱,۳۵	۰,۶۸	۱۳۹۵
۱,۷۰	۰,۸۴	۱,۵۸	۰,۷۸	۱۳۹۶
۲,۰۷	۰,۹۸	۱,۹۴	۰,۹۲	۱۳۹۷
۲,۳۴	۱,۰۷	۲,۲۱	۱,۰۱	۱۳۹۸
۲,۴۲	۱,۰۸	۲,۲۸	۱,۰۲	۱۳۹۹

مأخذ: یافته های مطالعه

#### ۴-۵۱- محصول سیب

##### ۴-۵۱-۱- تحلیل روند قیمت های اسمی و واقعی صادرات سیب ایران

در نمودار ۴-۱۱۳ روند اسمی و ثابت قیمت های صادراتی سیب مشاهده می شود. همان گونه که مشخص است، روند قیمت های واقعی سیب ایران به قیمت های ثابت سال ۱۳۸۳، بویژه در سال های اخیر روندی متفاوت داشته و روند مشخص نزولی طی سال های ۱۳۸۹ به بعد کاملاً مشخص است. افت قیمت های اسمی در این دوره در نهایت به کاهش چشم گیر قیمت های واقعی صادراتی نیز منجر شده است. یکی از دلایل این تغییر که در ادامه هم به آن پرداخته خواهد شد، کاهش سهم کشور اصلی هدف ایران نسبت به سایر کشورهای هدف کشور بوده است. بطوریکه طی سال های ۱۳۸۴ تا ۱۳۹۰ سهم کشور هدف اصلی در بین سایر کشورهای هدف ایران بین ۷۰ تا ۸۲ درصد بوده است که در سال ۱۳۹۱ تا ۱۳۹۳ به طور میانگین به ۴۳ درصد کاهش یافته است. البته این نزول دلایل دیگری نیز می تواند داشته باشد که بویژه در قسمت AHP به آن پرداخته خواهد شد.



#### نمودار ۴-۱۱۳- روند قیمت های صادراتی اسمی و واقعی محصول سیب ایران

در ادامه در جدول ۴-۱۱۳ مشخص است که میانگین قیمت اسمی سیب صادراتی ایران ۰/۳۰۸ دلار بوده در حالی که در مورد قیمت واقعی سیب به قیمت ثابت سال ۱۳۸۳، این میانگین قیمت ۰/۲۶۱ دلار می باشد. این در حالی است که حداقل قیمت اسمی و ثابت سیب صادراتی ایران به ترتیب ۰/۰۹۹ و ۰/۰۸۱ دلار بوده است. همچنین حداکثر قیمت اسمی و ثابت سیب صادراتی ایران به ترتیب ۰/۸۸۷ و ۰/۶۵۱ دلار تجربه شده است. در نهایت در مورد مقادیر صادراتی سیب ایران به بازارهای جهانی نیز، حداقل و حداکثر مقادیر صادراتی به ترتیب ۲۴/۵۹۰ و ۴۳۶/۴۵۴ هزار تن و میانگین میزان صادرات نیز برای سال های مورد بررسی ۱۹۰/۲۲۹ هزار تن بوده است. همان گونه که مشخص است، بیشترین ضریب نوسان مربوط به قیمت های اسمی صادرات و کمترین نوسان نیز به مقدار صادراتی سیب مربوط می باشد.

جدول ۴-۱۱۳- تحلیل معیارهای قیمت اسمی و ثابت صادراتی و مقادیر صادرات سیب ایران

مقدار صادرات-هزار تن	قیمت ثابت- دلار	قیمت اسمی- دلار	معیارها
۲۴,۵۹	۰,۰۸۱	۰/۰۹۹	حداقل
۴۳۶,۴۵۴	۰,۶۵۱	۰,۸۸۷	حداکثر
۱۹۰,۲۲۹	۰,۲۶۱	۰,۳۰۸	میانگین
۱۰۷,۳۵	۰,۱۷۲	۰,۲۶۸	انحراف معیار
۰,۵۶۴	۰,۶۶	۰,۸۷	ضریب نوسان

مأخذ: یافته های مطالعه

اما بررسی وضعیت کشور مسلط در بازارهای جهانی یعنی چین نیز نشان می دهد که میانگین قیمت اسمی سیب صادراتی چین ۰/۶۶۵ دلار بوده در حالی که در مورد قیمت واقعی سیب به قیمت ثابت سال ۲۰۰۴، این میانگین قیمت ۰/۶۷۰ دلار می باشد. این در حالی است که حداقل قیمت اسمی و ثابت سیب صادراتی چین به ترتیب ۰/۴۱۳ و ۰/۵۶۴ دلار بوده است. همچنین حداکثر قیمت اسمی و ثابت سیب صادراتی چین به ترتیب ۱/۱۴۵ و ۰/۹۹۰ دلار تجربه شده است. در نهایت در مورد مقادیر صادراتی سیب چین به بازارهای جهانی نیز، حداقل و حداکثر مقادیر صادراتی به ترتیب ۵۴۶/۸۴۶ و ۱۲۰۵/۲۴۸ هزار تن و میانگین میزان صادرات نیز برای سال های مورد بررسی ۸۵۵/۲۱۰ هزار تن بوده است. همانگونه که مشخص است، بیشترین ضریب نوسان مربوط به قیمت اسمی و کمترین نوسان نیز به قیمت های ثابت سیب صادراتی چین مربوط می باشد. نتایج در این قسمت نشان می دهد که هم قیمت ها و مقادیر صادراتی چین بیشتر از ایران بوده و هم ثبات قیمت ها و مقادیر صادراتی ایران کمتر از چین می باشد. لذا از این حیث کشور علاوه بر فاصله با قیمت ها و مقادیر صادراتی کشورهای بزرگ صادرکننده، حائز ثبات لازم در بازارهای جهانی نمی باشد و همین عدم ثبات در بازارهای جهانی خود منجر به عدم توانایی لازم جهت رقابت صادرکنندگان ایرانی با صادرکنندگان بزرگ جهانی خواهد شد.

جدول ۴-۱۱۴- تحلیل معیارهای قیمت اسمی و ثابت صادراتی کشور مسلط

مقدار صادرات-هزارتن	قیمت ثابت- دلار	قیمت اسمی- دلار	معیارها
۵۴۶,۸۴۶	۰,۵۶۴	۰,۴۱۳	حداقل
۱۲۰۵,۲۴۸	۰,۹۹	۱,۱۴۵	حداکثر
۸۵۵,۲۱	۰,۶۷	۰,۶۶۵	میانگین
۱۸۴,۵۵۷	۰,۰۹۹	۰,۲۱	انحراف معیار
۰,۲۱۶	۰,۱۴۸	۰,۳۱۶	ضریب نوسان

مأخذ: یافته‌های مطالعه

#### ۴-۵۱-۲- تحلیل دوره‌های تشدید تحریم‌ها نسبت به دوره‌های پیش از آن

اما تحلیل مقادیر قیمت و مقدار صادرات طی دوره‌های تشدید تحریم و قبل از آن نشان می‌دهد که میانگین قیمت ثابت و مقادیر صادرات در دوره‌های تحریم بیش از دوره‌های پیش از تحریم بوده است. همان‌طور که در جدول ۴-۱۱۵ نشان داده شده است، قیمت‌های واقعی صادراتی ایران در سال‌های بعد از تشدید تحریم‌ها نسبت به سال‌های پیش از آن بطور میانگین از ۰/۱۵۳ به ۰/۴۳۴ دلار رسیده و لذا رشدی معادل ۱۸۳/۶۶ درصد داشته و مقادیر صادراتی رشدی معادل ۱۰۴/۳۶ درصد تجربه کرده است. این در حالی است که چین در همین دوره با کاهش قیمت‌های صادراتی واقعی خود، رشدی معادل ۴۱/۳۵ درصد داشته است. اما همان‌گونه که در نمودار ابتدایی این بخش مشخص بوده است، هرچند ایران بطور متوسط قیمت‌های صادراتی مناسب تری نسبت به میانگین قیمت‌های صادراتی پیش از تحریم‌ها بدست آورده است اما در سال‌های پیش از تشدید تحریم‌ها رشد قیمت‌های ایران بطور متوسط و سالانه ۸/۱۲ درصد بوده در حالیکه این رشد برای سال‌های تشدید تحریم‌ها به ۴/۶۷ درصد تنزل یافته است. همچنین در سال‌های ۱۳۸۹ به بعد، قیمت‌های واقعی صادرات از سال بطور متوسط و سالانه روندی رو به افولی معادل رشد ۲۲/۴۴ درصد داشته است. لذا شرایط در دوران تشدید تحریم‌ها و بویژه طی سال‌های ۱۳۸۹ به بعد از این حیث که بیان شد، شرایط مناسبی برای کشور نبوده است. در مورد

مقادیر صادراتی نیز مشخص است که در دوره پیش از تشدید تحریم‌ها رشد سالانه حدود ۳۸ درصدی برقرار بوده که در دوره تشدید تحریم‌ها این رشد به ۳۰/۹۸ درصد کاهش یافته است.

این در حالی است که رشد قیمت‌های صادراتی رقیب در دوره تشدید تحریم‌های ایران بهبود یافته است. بطوریکه رشد قیمت‌های صادراتی برای چین از ۰/۵ درصد در دوره پیش از تشدید تحریم‌های ایران به ۴/۳۷۴ درصد در دوره تشدید تحریم‌های ایران رسیده است. همچنین در دوره‌ای که ایران با افول مشخص قیمت‌های صادراتی روبرو بوده است (۹۳-۱۳۸۹) و رشدی معادل ۲۲/۴۴- درصد را تجربه کرده، چین رشدی معادل ۵/۸۷ درصد در همین دوره را تجربه کرده است. در مورد مقادیر صادرات نیز مشخص است که چین از رشد ۱/۶۵ درصدی در دوره پیش از تشدید تحریم‌های ایران به رشدی معادل ۳/۶۷ درصد در دوره تشدید تحریم‌های ایران رسیده است. لذا همواره وضعیت رقیب برخلاف وضعیت ایران در بازارهای جهانی بهبود یافته است. همچنین از جداول مشخص است که در سال‌های تشدید تحریم‌ها و قبل از آن نوسان قیمت‌ها و مقادیر صادراتی ایران بیشتر از رقبا بوده و از این حیث در هر دو دوره رقبا ایران ثبات بیشتری در بازارهای جهانی داشته‌اند.

جدول ۴-۱۱۵- تحلیل مقادیر قیمت و مقدار صادرات ایران در سال های قبل و بعد از تشدید تحریم ها

پس از تشدید تحریم		پیش از تشدید تحریم		معیارها
مقادیر صادراتی- هزار تن	قیمت ثابت- دلار	مقادیر صادراتی- هزار تن	قیمت ثابت- دلار	
۱۹۳,۵۲۴	۰,۲۲۲	۲۴,۵۹۰	۰,۰۸۱	حداقل
۴۳۶,۴۵۴	۰,۶۵۱	۲۱۳,۵۶۹	۰,۳۳۸	حداکثر
۲۹۳,۶۶۰	۰,۴۳۴	۱۲۵,۵۸۵	۰,۱۵۳	میانگین
۸۵,۴۳۵	۰,۱۴۶	۵۶,۹۰۱	۰,۰۶۵	انحراف معیار
۰,۲۹۱	۰,۳۳۶	۰,۴۵۳	۰,۴۲۴	ضریب نوسان
۳۰/۹۸۲	۴/۶۷۰	۳۸/۰۴۸	۸/۱۱۸	میانگین رشد سالانه

مأخذ: یافته های مطالعه

جدول ۴-۱۱۶- تحلیل مقادیر قیمت و مقدار صادرات چین در سال های قبل و بعد از تشدید تحریم های ایران

پس از تشدید تحریم		پیش از تشدید تحریم		معیارها
مقادیر صادراتی- هزارتن	قیمت ثابت- دلار	مقادیر صادراتی- هزار تن	قیمت ثابت- دلار	
۸۰۴,۲۲۶	۰,۵۶۴	۵۴۶,۸۴۶	۰,۵۷۶	حداقل
۱۲۰۵,۲۴۸	۰,۷۸۶	۸۴۷,۸۳۳	۰,۹۹	حداکثر
۱۰۴۳,۰۰۳	۰,۶۴۳	۷۳۷,۸۳۹	۰,۶۸۶	میانگین
۱۴۰,۳۰۸	۰,۰۶۸	۸۲,۱۷	۰,۱۱۴	انحراف معیار
۰,۱۳۵	۰,۱۰۵	۰,۱۱۱	۰,۱۶۵	ضریب نوسان
۳/۶۷۴	۲/۳۷۴	۱/۶۵۱	۰/۵۰۲	میانگین رشد سالانه

مأخذ: یافته های مطالعه

#### ۴-۵۲-۲- تحلیل های کشورهای هدف صادرات ایران در دوره های قبل و بعد از دوره های

##### تشدید تحریم

در ادامه به بررسی تعداد کشورهای هدف و تعداد کشورهای غالب هدف در ایران پرداخته شده است. منظور از تعداد کشورهای غالب هدف، تعداد کشورهایی است که در مجموع ۵۰ درصد سبد صادراتی ایران را تشکیل می دهند. همان گونه که مشاهده می شود، تعداد حداقل ۱۶ و حداکثر ۳۳ کشور، کشورهای هدف ایران را تشکیل

می دهند. بطور میانگین تعداد کشورهای هدف ایران حدود ۲۴ کشور بوده است. همچنین تعداد کشورهای غالب هدف حداقل یک و حداکثر ۳ کشور بوده اند که در مجموع سهم ۵۰ درصدی از سبد صادرات سیب ایران را به خود اختصاص می دادند. بطور میانگین بین ۱ تا ۲ کشور، کشور غالب هدف ایران بوده اند. در نهایت سهم کشور هدف اصلی (کشور اول) از سبد صادراتی ایران، حداقل ۲۲/۷ درصد و حداکثر ۸۲ درصد بوده است که بطور میانگین این سهم ۴۸/۵ برآورد می شود. همان گونه که مشخص است نوسان کشورهای غالب و سهم کشور اصلی بطور محسوسی بیشتر از تعداد کشورهای هدف بوده است.

جدول ۴-۱۱۷- تعداد کشورهای هدف، تعداد کشورهای غالب هدف و سهم کشور اصلی در ایران

معیارها	تعداد کشورهای هدف	تعداد کشورهای غالب هدف	سهم کشور هدف اصلی-درصد
حداقل	۱۶	۱	۲۲,۷
حداکثر	۳۳	۳	۸۲
میانگین	۲۳,۶۹۶	۱,۷۸۳	۴۸,۵
انحراف معیار	۴,۹۴۹	۰,۷۳۶	۲۱,۴
ضریب نوسان	۰,۲۰۹	۰,۴۱۳	۰,۴۴

مأخذ: یافته های مطالعه

در جدول ۴-۱۱۸ به تفکیک سال های تشدید تحریم ها و سال های پیش از تشدید تحریم ها مشخص است که تعداد کشورهای هدف در پیش از تشدید تحریم ها، حداقل ۱۶ و حداکثر ۳۳ کشور بوده و بطور متوسط تعداد کشورهای هدف حدود ۲۶ کشور بوده است. این در حالی است که در سال های تشدید تحریم تعداد کشورهای هدف کاهش یافت. بطوریکه حداقل ۱۷ و حداکثر ۲۷ کشور بوده و بطور متوسط تعداد کشورهای هدف حدود ۲۰ کشور بوده است. به عبارتی تعداد کشورهای هدف بطور متوسط ۶ کشور کمتر شده است. همچنین تعداد کشورهای غالب هدف در دوره پیش از تشدید تحریم، حداقل ۱، حداکثر ۳ و بطور میانگین ۲ کشور بوده است. این در حالی است که در سال های تشدید تحریم، تعداد کشورهای غالب نیز کاهش یافته و حداقل ۱، حداکثر ۲ و بطور میانگین ۱ کشور بوده است. لذا تقریباً در دوره تشدید تحریم تعداد کشورهای هدف و بویژه کشورهای



غالب هدف کاهش یافته است. سهم کشور هدف اصلی از مجموع صادرات ایران در دوره پیش از تشدید تحریم، حداقل ۲۲/۷، حداکثر ۶۰/۴ و بطور میانگین ۳۳ درصد بوده است. در حالی که در سال‌های تشدید تحریم، این سهم افزایش یافته است. چرا که با کاهش تعداد کشورهای هدف و تعداد کشورهای غالب، سهم هر کشور و در نهایت سهم کشور اصلی از مجموع سبد صادرات ایران افزایش یافته است. بطوریکه در سال‌های تشدید تحریم، سهم کشور هدف اصلی از سبد صادراتی ایران حداقل ۴۶/۸، حداکثر ۸۲/۰ و بطور میانگین ۶۸/۷ درصد بوده است. حال لازم است در ادامه بررسی شود که آیا این تحولات در نهایت اثر مثبت بر قیمت‌های صادراتی ایران در بازارهای جهانی خواهد داشت یا خیر؟ این نکته در تحلیل نموداری و برآورد الگوهای اقتصادسنجی در ادامه مشخص خواهد شد.

جدول ۴-۱۱۸- وضعیت کشورهای هدف صادرات ایران در سال‌های قبل و بعد از تشدید تحریم‌ها

پس از تشدید تحریم			پیش از تشدید تحریم			معیارها
سهم کشور هدف اصلی	تعداد کشورهای غالب هدف	تعداد کشورهای هدف	سهم کشور هدف اصلی	تعداد کشورهای غالب هدف	تعداد کشورهای هدف	
۴۶,۸۴۳	۱	۱۷	۲۲,۷۰۱	۱	۱۶	حداقل
۸۱,۹۶۵	۲	۲۷	۶۰,۳۸۴	۳	۳۳	حداکثر
۶۸,۷۰۰	۱,۲	۲۰,۶	۳۳,۰۴۲	۲,۲۳۱	۲۶,۰۷۷	میانگین
۱۴,۳۱۹	۰,۴۲۲	۳,۴۳۸	۹,۲۲۷	۰,۵۹۹	۴,۶۸۱	انحراف معیار
۰,۲۰۸	۰,۳۵۱	۰,۱۶۷	۰,۲۷۹	۰,۲۶۹	۰,۱۸	ضریب نوسان

مأخذ: یافته‌های مطالعه

### ۴-۵۲-۳- تحلیل ارتباط سهم صادرات سیب ایران و قیمت های صادراتی

همان گونه که در جدول ۴-۱۱۹ مشخص است، بررسی علیت بین سهم صادراتی ایران و قیمت های صادراتی ایران نشان می دهد که تغییر قیمت صادراتی ایران علت تغییر سهم صادرات ایران نبوده است و هم چنین تغییر سهم صادراتی نیز علت تغییر قیمت صادراتی ایران نبوده است. لذا بر این اساس قیمت های صادراتی و سهم صادرات ایران در بازارهای جهانی علت و معلول هم نبوده و از این حیث نمی توان انتظار داشت که سهم صادراتی در بازارهای جهانی قیمت های صادراتی ایران را تعیین نماید و بالعکس.

جدول ۴-۱۱۹- علیت بین تغییر قیمت صادراتی و تغییر سهم صادرات ایران

سطح معنی داری	آماره برآوردی	فرضیه صفر
۰/۳۴۹	۲/۱۰۹	تغییر قیمت صادراتی ایران علت تغییر سهم صادرات ایران نیست
۰/۸۸۰	۰/۲۵۶	تغییر سهم صادرات ایران علت تغییر قیمت صادراتی ایران نیست
---	---	برآورد کشش بلندمدت اثر قیمت صادراتی بر سهم صادرات ایران

مأخذ: یافته های مطالعه

هم چنین نتیجه مهم دیگری که از بررسی رابطه قیمت صادراتی ایران و سهم صادرات ایران در بازارهای جهانی می توان به آن دست یافت آن است که نتیجه رابطه علیت نشان داد که تغییر قیمت صادراتی ایران علت تغییر نسبت صادرات ایران به چین نخواهد بود. به عبارت دیگر با تغییر قیمت های صادراتی نمی توان انتظار تغییر در نسبت صادرات ایران به چین را داشت و بالعکس.

جدول ۴-۱۲۰- علت بین تغییر قیمت صادراتی و تغییر نسبت مقادیر صادرات ایران به میزان صادرات چین

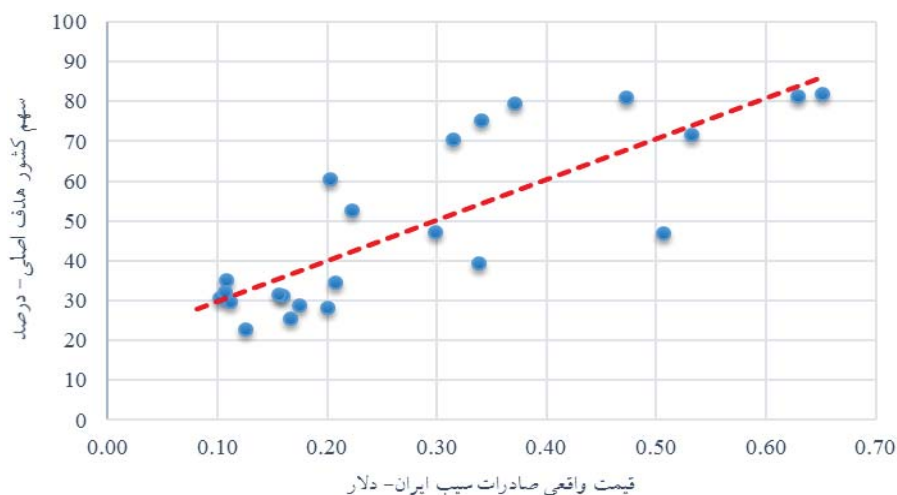
سطح معنی داری	آماره برآوردی	فرضیه صفر
۰/۱۳۱	۴/۰۷۱	تغییر قیمت صادراتی ایران علت تغییر نسبت مقادیر صادرات ایران به مقادیر چین نیست
۰/۹۱۵	۰/۱۷۷	تغییر نسبت مقادیر صادرات ایران به مقادیر چین علت تغییر قیمت صادراتی ایران نیست
---	---	برآورد کشش بلندمدت اثر قیمت صادراتی بر نسبت مقادیر صادرات ایران به مقادیر چین

مأخذ: یافته های مطالعه

## ۴-۵۳- تحلیل نموداری عوامل اثرگذار بر نوسان قیمت های صادراتی ایران در بازارهای جهانی

### ۴-۵۳-۱- رابطه قیمت واقعی صادرات و سهم کشور هدف اصلی

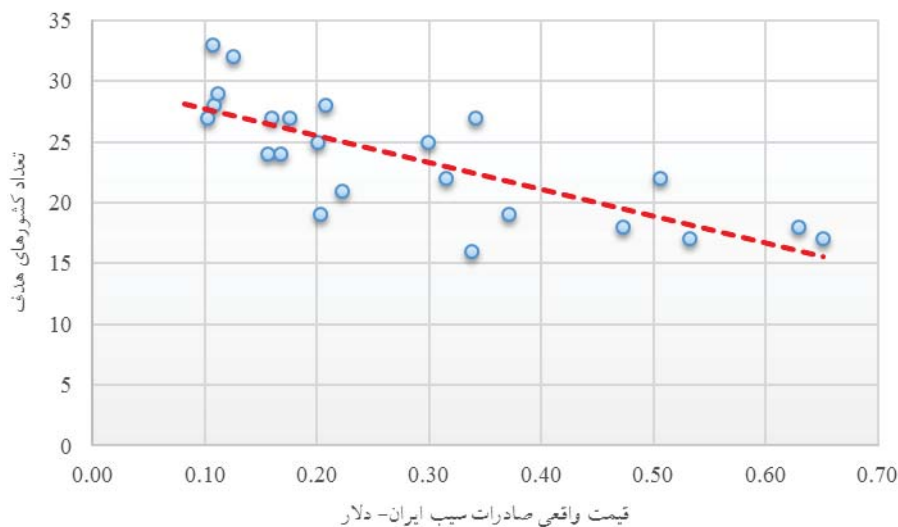
همان گونه که نمودار ۴-۱۱۴ نشان می دهد، بین قیمت های واقعی صادرات ایران و سهم کشور هدف اصلی ایران رابطه مستقیم و مشخصی وجود دارد. به این معنی که با افزایش سهم کشور هدف اول، قیمت های واقعی صادرات ایران در مورد سبب در بازارهای جهانی با افزایش روبرو بوده است. براین اساس انتظار می رود در الگوی بلندمدت که در ادامه برآورد خواهد شد، ارتباط بین قیمت های واقعی صادرات و سهم کشور هدف اصلی ایران یک رابطه مثبت برآورد گردد.



نمودار ۴-۱۱۴- ارتباط بین قیمت واقعی صادرات و سهم کشور هدف اصلی

#### ۴-۵۳-۲- رابطه قیمت واقعی صادرات و تعداد کشورهای هدف

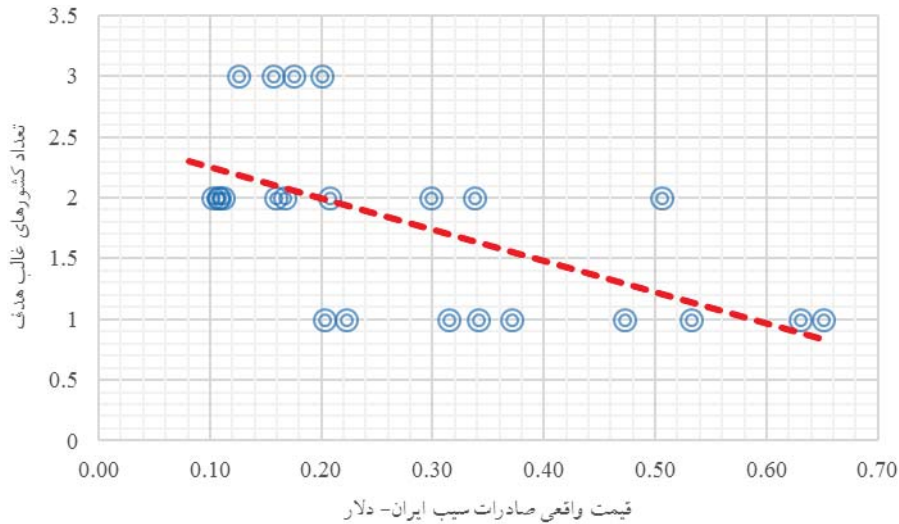
همان‌گونه که نمودار ۴-۱۱۵ نشان می‌دهد، بین قیمت‌های واقعی صادرات ایران و تعداد کشورهای هدف ایران رابطه منفی و مشخصی وجود دارد. به این معنی که با افزایش تعداد کشورهای هدف، قیمت‌های واقعی صادرات ایران در مورد سیب در بازارهای جهانی با کاهش روبرو بوده است. براین اساس انتظار می‌رود در الگوی بلندمدت که در ادامه برآورد خواهد شد، ارتباط بین قیمت‌های واقعی صادرات و تعداد کشورهای هدف ایران یک رابطه منفی برآورد گردد.



نمودار ۴-۱۱۵- ارتباط بین قیمت واقعی صادرات و تعداد کشورهای هدف

#### ۴-۵۳-۳- رابطه قیمت واقعی صادرات و تعداد کشورهای غالب

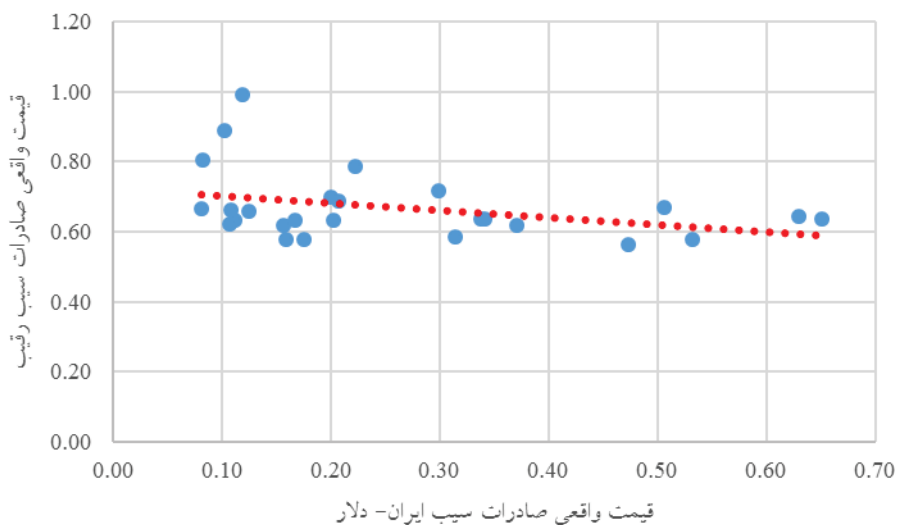
همان‌گونه که نمودار ۴-۱۱۶ نشان می‌دهد، بین قیمت‌های واقعی صادرات ایران و تعداد کشورهای غالب هدف ایران رابطه منفی و مشخصی وجود دارد. به این معنی که با افزایش تعداد کشورهای غالب هدف، قیمت‌های واقعی صادرات ایران در مورد سیب در بازارهای جهانی با کاهش روبرو بوده است. براین اساس انتظار می‌رود در الگوی بلندمدت که در ادامه برآورد خواهد شد، ارتباط بین قیمت‌های واقعی صادرات و تعداد کشورهای غالب هدف ایران یک رابطه منفی برآورد گردد.



نمودار ۴-۱۱۶- ارتباط بین قیمت واقعی صادرات و تعداد کشورهای غالب هدف

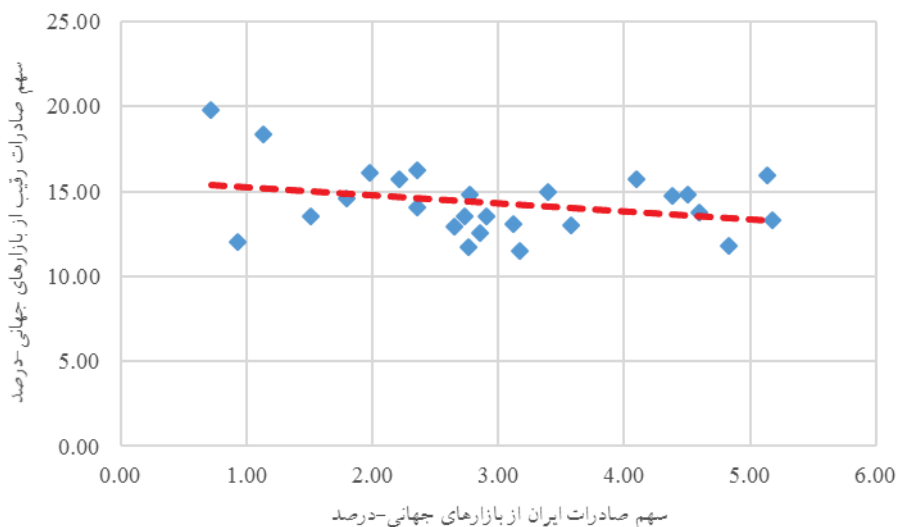
#### ۴-۵۳-۴- رابطه قیمت واقعی صادرات و قیمت کشور مسلط بر بازارهای جهانی

همان گونه که نمودار ۴-۱۱۷ نشان می دهد، بین قیمت های واقعی صادرات ایران و قیمت های واقعی سیب چین رابطه منفی وجود دارد. به این معنی که با افزایش تقاضای سیب چین، قیمت های واقعی صادرات برای این کشور افزایش یافته و لذا افزایش تقاضا برای سیب چین منجر به کاهش تقاضا برای سیب ایران خواهد شد و در نهایت کاهش قیمت های واقعی سیب ایران را نیز به همراه خواهد داشت. براین اساس انتظار می رود در الگوی بلندمدت که در ادامه برآورد خواهد شد، ارتباط بین قیمت های واقعی صادرات ایران و قیمت صادراتی چین یک رابطه منفی برآورد گردد.



#### نمودار ۴-۱۱۷-ارتباط بین قیمت واقعی صادرات ایران و چین

اما در ادامه توجه به نمودار ۴-۱۱۸ جالب توجه خواهد بود. همان گونه که نمودار ۴-۱۱۸ نشان می دهد، رابطه سهم صادراتی ایران و چین کاملاً منفی بوده و با افزایش سهم صادراتی چین، سهم صادراتی ایران کاهش مشخصی خواهد داشت. بطوریکه افزایش تقاضا برای محصول چین (و در نتیجه افزایش قیمت های واقعی سیب چین)، تقاضا برای سیب ایرانی کاهش یافته و در نتیجه با افزایش کاهش تقاضا، قیمت های واقعی سیب ایرانی در بازارهای جهانی نسبت به محصولات مشابه چینی، کاهش خواهد یافت.



نمودار ۴-۱۱۸- ارتباط بین سهم صادراتی ایران و چین از بازارهای جهانی

#### ۴-۵۴- برآورد الگوی بلندمدت عوامل مؤثر بر قیمت های صادراتی سیب ایران

##### ۴-۵۴-۱- تعیین پایایی متغیرهای مورد بررسی

در ادامه در این قسمت از نتایج، برآورد الگوی بلندمدت عوامل مؤثر بر قیمت های واقعی صادراتی سیب ایران انجام خواهد شد. براین اساس در قدم اول پایایی<sup>۵۷</sup> متغیرهای مورد بررسی آزمون شده است. در مورد سیب بر مبنای جدول ۴-۱۱۹، متغیرهای مورد بررسی برخی پایا از مرتبه اول  $I(1)$  و برخی در سطح پایا  $I(0)$  هستند و شرایط اولیه برای برآورد الگوهای خودرگرسیون با وقفه های توضیحی (ARDL)<sup>۵۸</sup> را خواهند داشت. جدول ۴-۱۱۹ آزمون پایایی متغیرهای الگو را نشان می دهد.

57 . Stationary Test

58 . Autoregressive Distributed lag model

جدول ۴-۱۱۹- آزمون پایایی متغیرها با استفاده از آزمون دیکی فولر تعمیم یافته

نتیجه	سطح معنی داری	آماره بحرانی	آماره برآوردی	متغیر
I(1)	۰/۰۷۱	-۳/۲۴۳	-۳/۴۲۶	قیمت صادراتی ایران
I(1)	۰/۰۰۰	-۴/۴۱۶	-۷/۱۱۲	قیمت صادراتی چین
I(0)	۰/۰۱۵	-۳/۶۳۳	-۴/۲۶۱	تعداد کشورهای هدف
I(1)	۰/۰۰۰	-۴/۴۴۱	-۸/۰۹۴	تعداد کشورهای غالب
I(0)	۰/۰۲۳	-۳/۶۹۱	-۴/۱۳۲	سهم کشور هدف اصلی

مأخذ: نتایج مطالعه

برای تخمین رابطه بلندمدت می توان از روش دو مرحله ای بصورت زیر عمل نمود: در مرحله اول ارتباط بلندمدت بین متغیرهای تحت بررسی آزمون می شود. در این رابطه برای مجموع ضرایب برآوردی مربوط به وقفه های متغیر وابسته در الگوی کوتاه مدت، رابطه زیر آزمون خواهد شد:

$$t = \frac{\sum_{i=1}^n \hat{\beta}_i - 1}{\sum_{i=1}^n \delta_{\hat{\beta}_i}} = \frac{0.324 - 1}{0.119} = -5.681$$

که در آن  $\hat{\beta}_i$  ضریب برآوردی برای وقفه متغیر وابسته و  $\delta_{\hat{\beta}_i}$  خطای استاندارد ضریب مورد نظر می باشد. با مقایسه آماره  $t$  محاسباتی و بحرانی دولادومستر می توان به وجود یا عدم وجود رابطه بلند مدت بین متغیرهای الگو پی برد. با توجه به مقدار  $t$  محاسباتی که برابر است با  $(-۵/۶۸)$  و بزرگتر از  $t$  بحرانی  $(-۳/۴۵)$  است. لذا وجود رابطه بلندمدت بین متغیرها اثبات می شود که در ادامه مدل بلند مدت برآورد گردیده است.



جدول ۴-۱۲۱- برآورد الگوی کوتاه مدت الگوی  $ARDL(1, 1, 0, 1, 0)$

متغیرها	ضریب برآوردی	خطای استاندارد	آماره t	سطح معنی داری
وقفه قیمت صادراتی ایران	۰,۳۲۴	۰,۱۱۹	۲,۷۱۹	۰,۰۱۹
تعداد کشورهای هدف	-۰,۰۰۴	۰,۰۰۳	-۱,۳۵۱	۰,۲۰۲
وقفه تعداد کشورهای هدف	-۰,۰۰۷	۰,۰۰۴	-۱,۷۷۰	۰,۱۰۲
تعداد کشورهای هدف اصلی	-۰,۰۰۱	۰,۰۳۱	-۰,۰۳۳	۰,۹۷۴
سهم کشور هدف اصلی	۰,۱۰۰	۰,۱۴۴	۰,۶۹۴	۰,۵۰۱
وقفه سهم کشور هدف اصلی	۰,۴۵۱	۰,۱۱۹	۳,۷۸۵	۰,۰۰۳
قیمت صادراتی چین	۰,۱۷۸	۰,۲۴۱	۰,۷۳۸	۰,۴۷۵
وقفه قیمت صادراتی چین	-۰,۲۸۲	۰,۱۶۱	-۱,۷۵۰	۰,۱۰۶
عرض از مبدأ	۰,۳۲۶	۰,۲۲۳	۱,۴۶۲	۰,۱۶۹
سال های تحریم	-۰,۱۱۳	۰,۰۵۳	-۲,۱۵۰	۰,۰۵۳

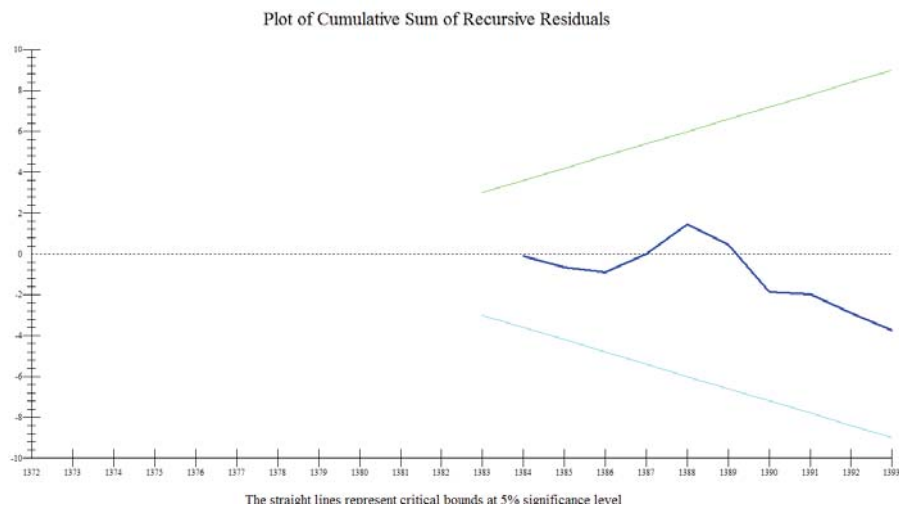
R-Squared= 0.96153  
F-statistic= 33.3269[.000]  
Durbin's h-statistic= -0.47067[0.494]  
Schwarz Bayesian Criterion=28.5586

در ادامه پیش از برآورد الگوی بلندمدت، ابتدا به بررسی فرض کلاسیک در الگوی برآوردی پرداخته شده است که نتایج بدست آمده در جدول ۴-۱۲۲ بیانگر عدم وجود مشکلات مختلف کلاسیک در نتایج می باشد. نتایج آزمون نرمال بودن اجزای اخلاص بیانگر آن است که اجزای اخلاص در الگوی مورد نظر از توزیع نرمال تبعیت می نمایند. لذا آماره های T و F در الگوی برآوردی از اعتبار مناسبی برخوردارند. نتایج آزمون خودهمبستگی و ناهمسانی واریانس نیز بیانگر آن است که در الگوی برآوردی همبستگی سریالی اجزای اخلاص و همسانی واریانس وجود نداشته و از این جهت نیز فرض کلاسیک در نتایج برآوردی برقرار می باشد.

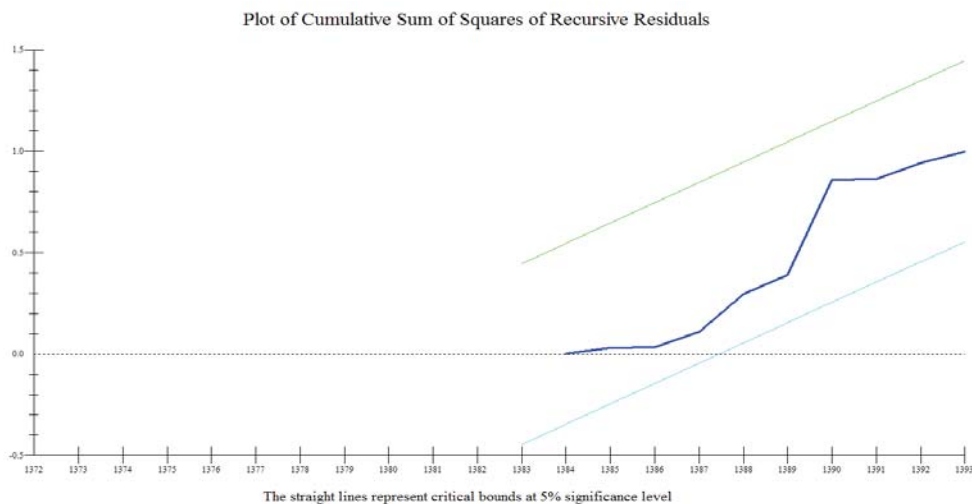
جدول ۴-۱۲۲- آزمون های فرض کلاسیک برای الگوی  $ARDL(1, 1, 0, 1, 0)$

متغیرها	آماره LM	سطح معنی داری
خودهمبستگی سریالی	۰/۳۶۹	۰/۵۴۳
فرم تابعی	۱/۲۲۶	۰/۲۶۸
نرمال بودن اجزای اخلاص	۰/۶۴۳	۰/۷۲۵
ناهمسانی واریانس	۲/۵۲۱	۰/۱۱۲

در ادامه به منظور تحلیل شکست ساختاری در الگوی برآوردی از آماره های CUSUM و CUSUMQ استفاده شده است که به دلیل حضور خطوط برآوردی در بازه بحرانی، از این حیث مشکلات شکست ساختاری در الگوی برآوردی ملاحظه نمی شود.



نمودار ۴-۱۱۹-آزمون شکست ساختاری CUSUM



نمودار ۴-۱۲۰-آزمون شکست ساختاری CUSUMQ

با توجه به جدول برآورد بلندمدت (جدول ۴-۱۲۳)، متغیر تعداد کشورهای هدف اثر منفی و معنی داری بر قیمت های صادراتی ایران دارد به طوری که با افزایش یک کشور به تعداد کشورهای هدف ایران به میزان ۰/۰۱۷ دلار از قیمت صادراتی سبب ایران کاسته می شود. سهم کشور هدف اصلی در سطح یک درصد معنی دار شده و اثر مثبت بر قیمت صادراتی ایران دارد، به طوری که با افزایش یک واحد به سهم کشور هدف اصلی قیمت صادراتی ایران به میزان ۰/۸۱۴ دلار افزایش می یابد. اثر سالهای تحریم منفی و در سطح ده درصد معنی دار شده است که نشان از اثر منفی تحریم بر قیمت صادراتی سبب ایران است. هر چند متغیرهای قیمت صادراتی چین و تعداد کشورهای هدف اصلی در سطح مناسبی معنی دار نشده اند اما اثر آنها بر قیمت صادراتی مشابه و منفی بوده است.

جدول ۴-۱۲۳- برآورد الگوی بلند مدت الگوی  $ARDL(1, 1, 0, 1, 0)$

متغیرها	ضریب برآوردی	خطای استاندارد	آماره t	سطح معنی داری
تعداد کشورهای هدف	-۰,۰۱۷	۰,۰۰۶	-۲,۹۳۰	۰,۰۱۳
تعداد کشورهای هدف اصلی	-۰,۰۰۲	۰,۰۴۶	-۰,۰۳۳	۰,۹۷۴
سهم کشور هدف اصلی	۰,۸۱۴	۰,۲۰۳	۴,۰۰۴	۰,۰۰۲
قیمت صادراتی چین	-۰,۱۵۴	۰,۳۷۳	-۰,۴۱۲	۰,۶۸۸
عرض از مبدأ	۰,۴۸۲	۰,۳۳۹	۱,۴۲۰	۰,۱۸۱
سالهای تحریم	-۰,۱۶۷	۰,۰۸۲	-۲,۰۳۸	۰,۰۶۴

در مرحله بعد الگوی ضریب تصحیح خطا برآورد گردیده است. نتایج در این قسمت نشان می دهد که اگر شوکی به قیمت های صادراتی ایران وارد شود اثر این شوک در هر دوره به میزان حدود ۶۷/۶ درصد تعدیل می شود و برای تعدیل کامل این شوک به حدود ۱/۵ دوره نیاز است. ضریب تصحیح خطا در این الگو در سطح یک درصد معنی دار بوده است.

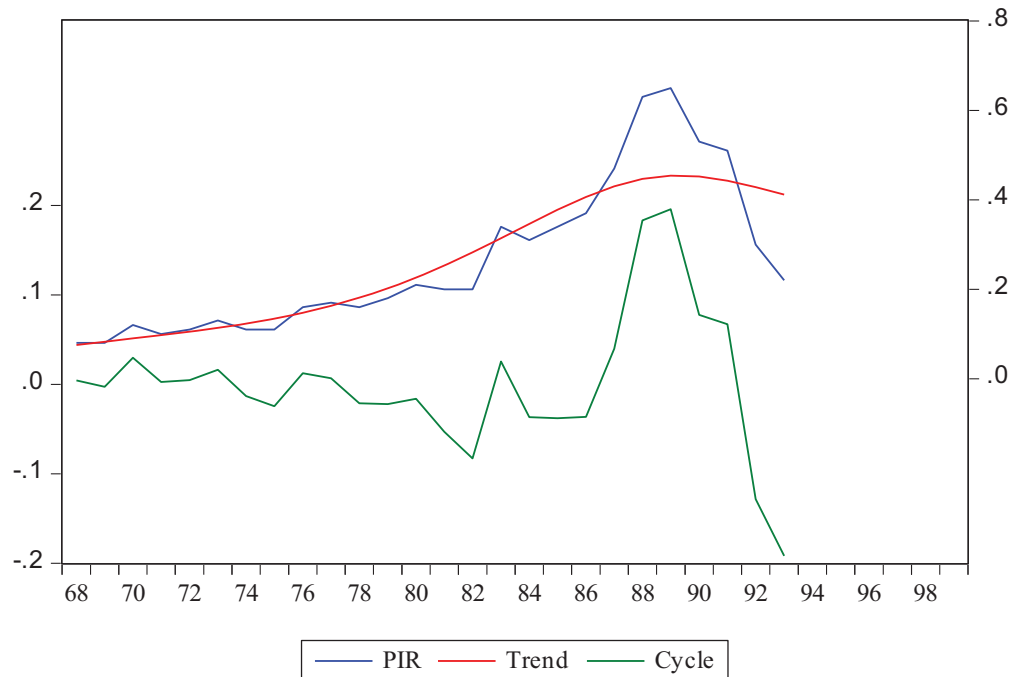
جدول ۴-۱۲۴- برآورد ضریب تصحیح خطا برای الگوی ARDL(1, 1, 0, 1, 0)

متغیرها	ضریب برآوردی	خطای استاندارد	آماره t	سطح معنی داری
تغییرات تعداد کشورهای هدف	-۰,۰۰۴	۰,۰۰۳	-۱,۳۵۱	۰,۱۹۷
تغییرات تعداد کشورهای هدف اصلی	-۰,۰۰۱	۰,۰۳۱	-۰,۰۳۳	۰,۹۷۴
تغییرات سهم کشور هدف اصلی	۰,۱۰۰	۰,۱۴۴	۰,۶۹۴	۰,۴۹۸
تغییرات قیمت صادراتی چین	۰,۱۷۸	۰,۲۴۱	۰,۷۳۸	۰,۴۷۲
تغییرات عرض از مبدأ	۰,۳۲۶	۰,۲۲۳	۱,۴۶۲	۰,۱۶۴
تغییرات سال های تحریم	-۰,۱۱۳	۰,۰۵۳	-۲,۱۵۰	۰,۰۴۸
وقفه ضریب تصحیح خطا	-۰,۶۷۶	۰,۱۱۹	-۵,۶۷۵	۰,۰۰۰
R-Squared = 0.80930 DW-statistic = 2.1664 F-statistic= 8.4877[0.000] Schwarz Bayesian Criterion= 44.0138				

#### ۴-۵۵- تحلیل رفتار بلندمدت قیمت های صادراتی ایران و انحراف از روند باثبات

نتایج تحلیل فیلتر هودریک - پرسکات بیانگر آن است که روند باثبات قیمت های واقعی صادراتی ایران با روندهای فعلی قیمت های واقعی صادراتی تا حدود سال ۱۳۸۷ فاصله اندکی دارد. اما مشخص است که در سال های پایانی روند باثبات قیمت های واقعی صادراتی کاهشی می باشد، اما روند واقعی قیمت های صادراتی ایران از همین روند باثبات کاهشی نیز کمتر بوده و نشان می دهد در سال های پایانی بیش از آنچه انتظار می رفت، قیمت های صادراتی واقعی ایران کاهش یافته است. همان گونه که ملاحظه می شود، تغییرات قیمت های صادراتی ایران از روند باثبات در سال های اخیر بسیار نوسانی بوده و بیان گر عدم ثبات لازم در قیمت های صادراتی ایران در بازارهای جهانی است.

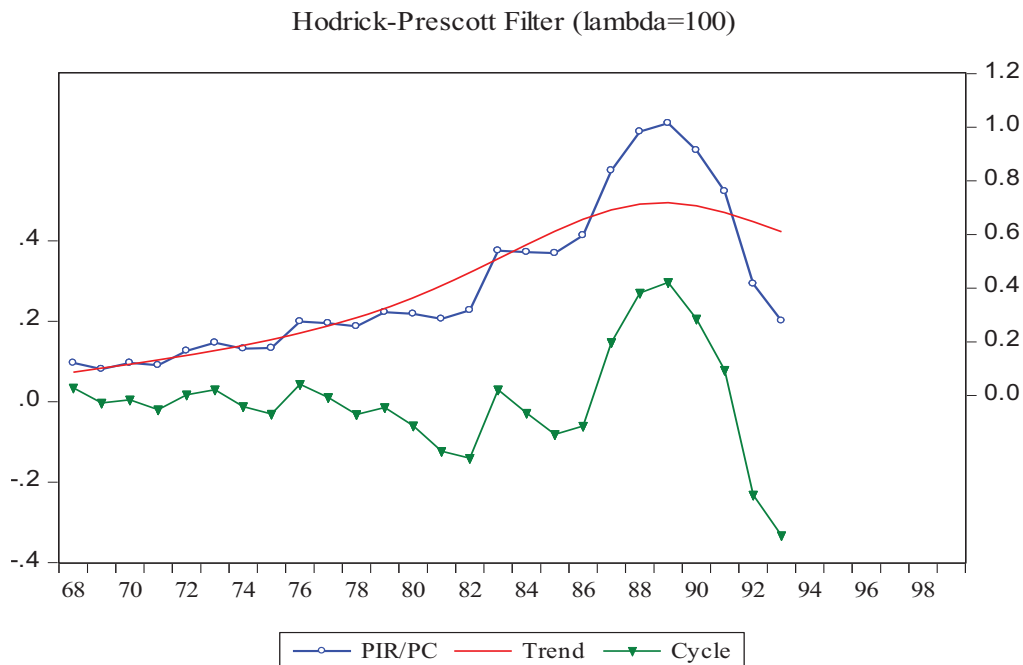
Hodrick-Prescott Filter (lambda=100)



نمودار ۴-۱۲۱- تحلیل فیلتر هودریک اسکات قیمت واقعی سیب صادراتی ایران

همچنین نتایج تحلیل فیلتر هودریک - پرسکات در قیمت های نسبی ایران نسبت به چین بیان گر آن است که روند باثبات نسبت قیمتهای صادراتی ایران به قیمت های صادراتی چین نیز با روندهای واقعی تا سال ۱۳۸۷ فاصله اندکی دارد. هرچند در این مورد نیز در سال های پایانی روند باثبات نسبت قیمت صادراتی ایران به قیمت های صادراتی چین کاهش می باشد، اما روند واقعی نسبت قیمتهای صادراتی ایران به قیمت های صادراتی چین از همین روند باثبات کاهش نیز کمتر بوده و نشان می دهد در سال های پایانی بیش از آنچه انتظار می رفت، قیمت های صادراتی واقعی ایران در مقابل قیمت های واقعی چین افزایش مناسبی نداشته و این نسبت در سال های پایانی از حد مورد انتظار کاهش بیشتری داشته است. همان گونه که ملاحظه می شود، نوسان نسبت قیمت های صادراتی ایران به قیمت های صادراتی چین از روند باثبات در سال های مختلف بویژه در سال های اخیر

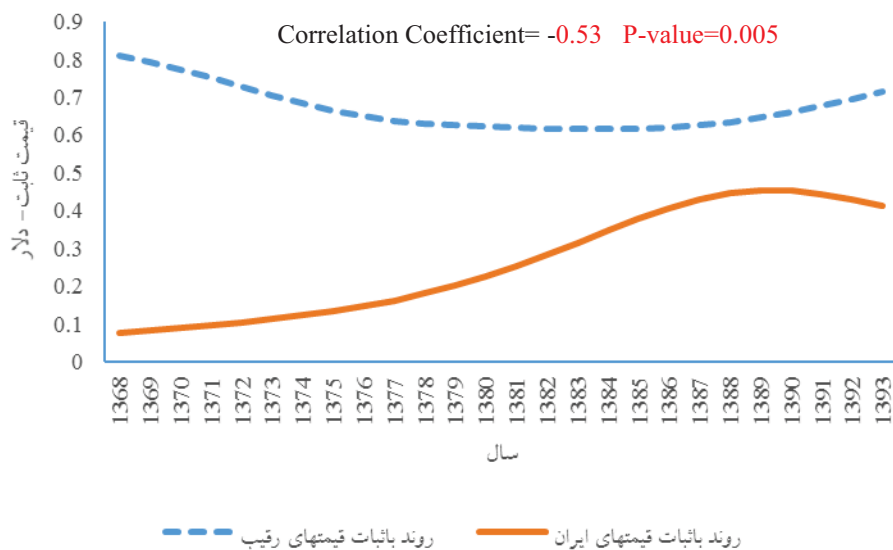
بسیار مشخص بوده و بیان گر عدم ثبات لازم در نسبت قیمت های صادراتی ایران به قیمت های صادراتی چین بویژه در سال های پایانی است.



نمودار ۴-۱۲۲- تحلیل فیلتر هودریک اسکات نسبت قیمت واقعی سیب صادراتی ایران به چین

#### ۴-۵۶- تحلیل قیمت ها و سهم صادرات ایران با چین

تحلیل روند باثبات قیمت های ایران و چین نشان می دهد که این روند برای ایران هرچند صعودی بوده اما در سال های اخیر نزولی شده است. این در حالی است که روند قیمت های واقعی چین در خلاف جهت روند قیمت های ایران حرکت کرده و روند باثبات تری داشته است. ضمن اینکه در سال های پایانی علاوه بر اینکه روند باثبات چین افت نکرده است بلکه روند افزایشی داشته است.



#### نمودار ۴-۱۲۳- مقایسه روندهای باثبات قیمتی ایران و چین

همان گونه که بررسی علیت بین روند باثبات قیمت های ایران و چین نشان می دهد، هم قیمت های باثبات ایران و هم قیمت های باثبات چین علت همدیگر در بازارهای جهانی بوده و از این حیث علیت دوطرفه برقرار بوده است. این نتیجه در سطح یک درصد معنی دار می باشد. لذا ایران با در پیش گرفتن روندهای باثبات قیمتی در بازارهای جهانی می تواند بر سطوح قیمت های جهانی اثرپذیری داشته باشد. لازم به تأکید است که این در حالی است که روند باثبات توسط ایران در بازارهای جهانی حفظ شود.

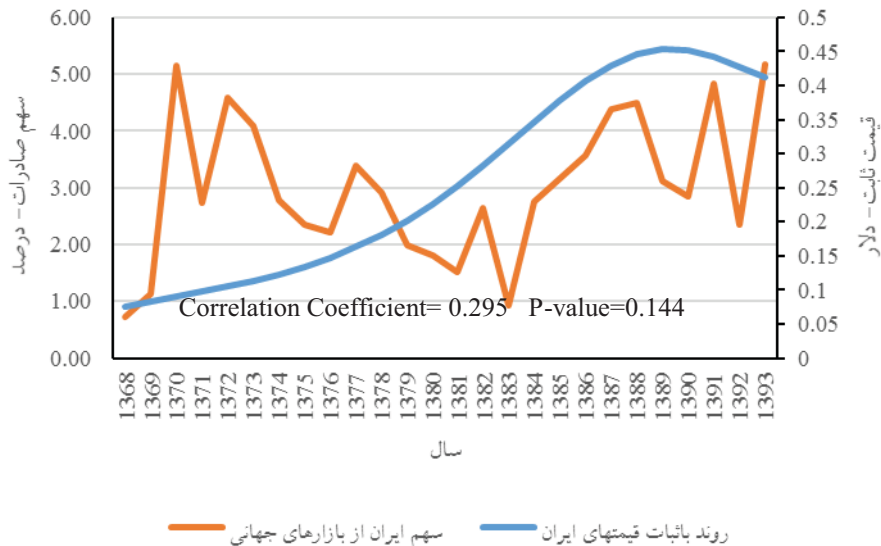
#### جدول ۴-۱۲۵- تحلیل علیت روند قیمت های باثبات ایران و چین

سطح احتمال	درجه آزادی	ضریب برآوردی	فرض صفر
۰/۰۰۰	۱	۱۶۴/۹۸۷	روند باثبات قیمت چین علت روند باثبات قیمت ایران نیست
۰/۰۰۰	۱	۳۲/۴۴۴	روند باثبات قیمت ایران علت روند باثبات قیمت چین نیست

مأخذ: یافته های مطالعه

همان گونه که در نمودار ۴-۱۲۴ و هم چنین نمودار پراکندگی نیز مشخص است، روند سهم ایران از صادرات سیب در بازارهای جهانی با قیمت های باثبات صادراتی ایران در برخی سال ها رابطه منفی و در برخی سال ها

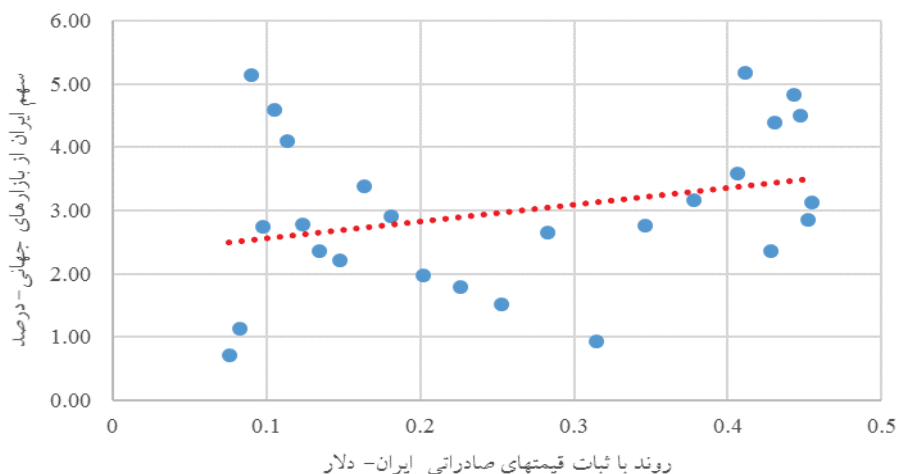
رابطه مثبت داشته است. اما در نهایت ارتباط بین قیمت های باثبات صادراتی و سهم صادراتی ایران مثبت شده اما در سطح مناسبی معنی دار نبوده است و لذا مشخص است که روند سهم ایران در بازارهای جهانی ارتباط مشخصی با روندهای باثبات قیمتی در بازارهای جهانی نداشته است.



نمودار ۴-۱۲۴ - روند سهم ایران از بازارهای جهانی و روند باثبات قیمت های ایران

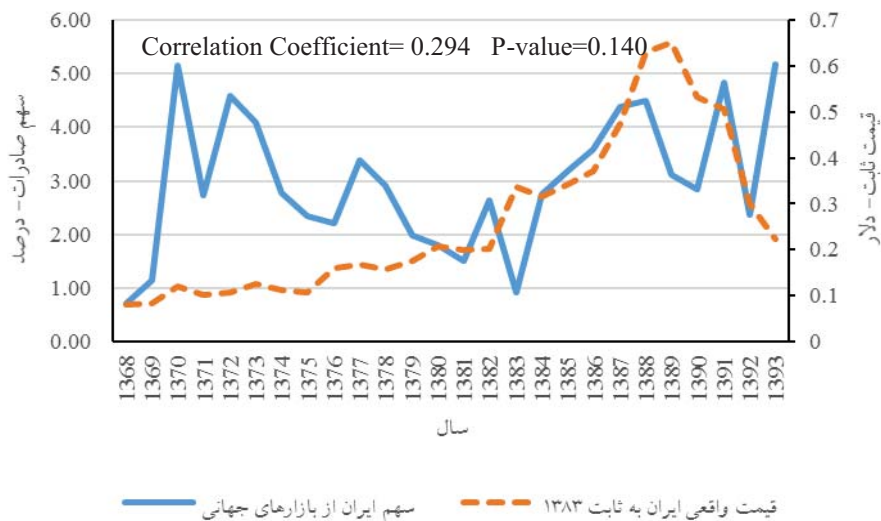
تفسیر فوق در نمودار ۴-۱۲۵ بخوبی مشاهده می شود و رابطه هرچند کم سهم صادرات ایران و قیمت های باثبات در بازارهای جهانی در این قسمت مشخص تر می باشد.





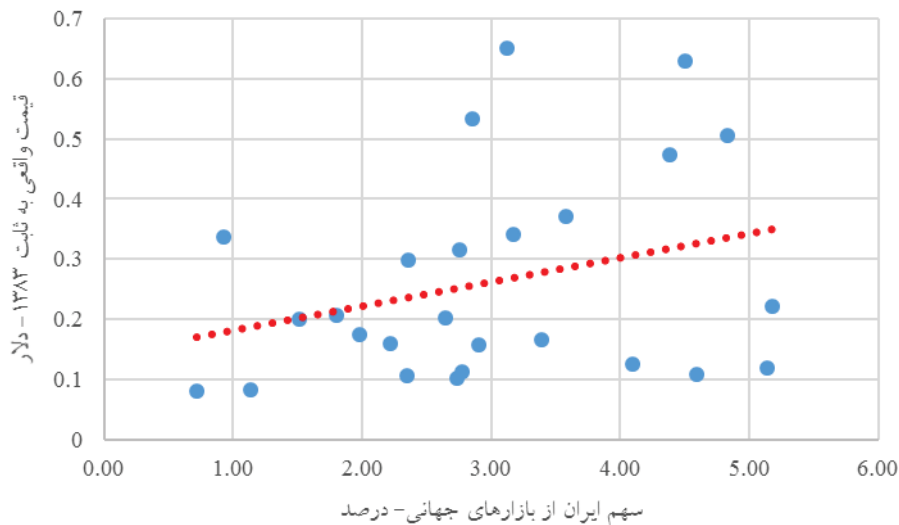
نمودار ۴-۱۲۵- ارتباط سهم ایران از بازارهای جهانی و روند با ثبات قیمت های ایران

تحلیل روند قیمت های واقعی ایران در بازارهای جهانی در مقابل سهم های بدست آورده فعلی نیز در بازارهای جهانی همین نتیجه را تأیید می کند. مشاهده می شود که بویژه در سال های پایانی علی رغم کاهش قیمت های ایران در بازارهای جهانی سهم ایران با ثبات نبوده است. مشخص است که در مورد قیمت های واقعی نیز ارتباط مشخصی با سهم کشور در بازارهای جهانی مشاهده نمی شود.



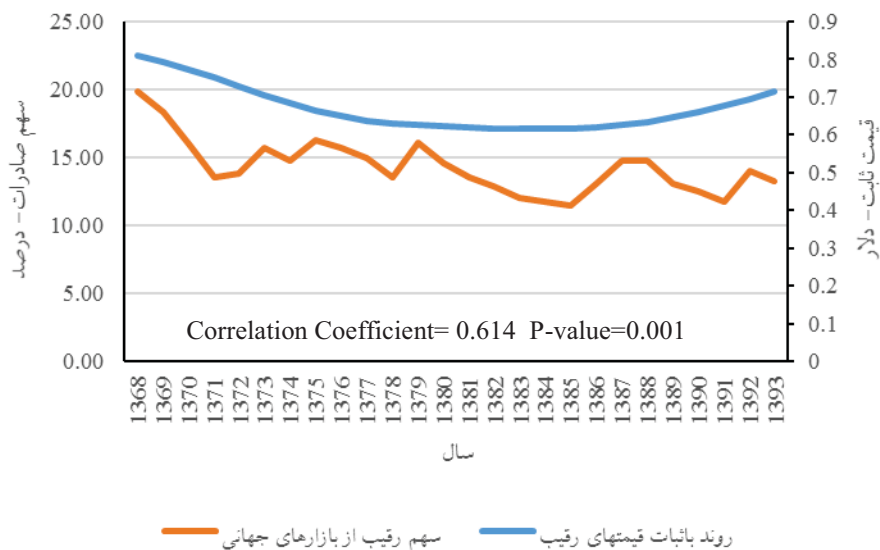
نمودار ۴-۱۲۶- روند قیمت های صادراتی ایران و سهم ایران از بازارهای جهانی

هرچند در نمودار پراکندگی بطور کلی افزایش قیمت‌های ایران با افزایش سهم صادراتی همراه بوده اما در سال‌های پایانی همان‌گونه که نمودار فوق نیز نشان می‌داد، علی‌رغم کاهش قیمت‌های صادراتی، سهم ایران از بازارهای جهانی نوسانات زیادی داشته است و در نهایت نمی‌توان رابطه معنی‌داری بین سهم صادراتی و قیمت‌های صادراتی ایران در بازار سیب در نظر گرفت.



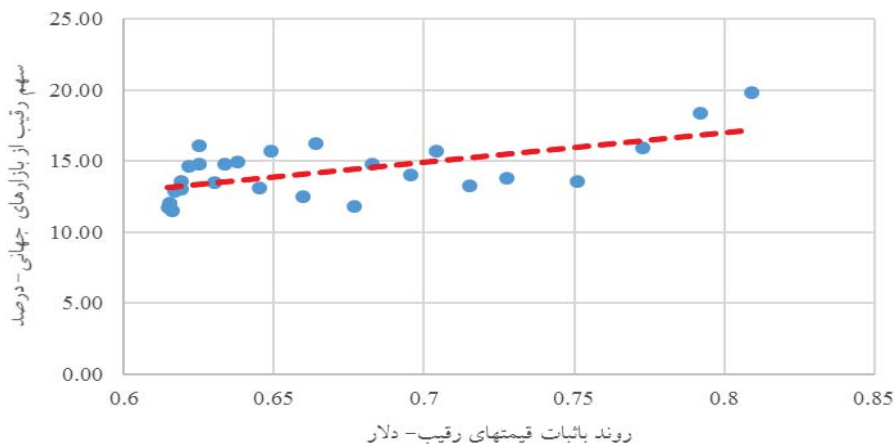
نمودار ۴-۱۲۷- ارتباط قیمت‌های صادراتی ایران و سهم ایران از بازارهای جهانی

این در حالی است که در مورد چین به عنوان رقیب ایران در بازارهای جهانی، شرایط بگونه‌ای دیگر بوده است. هرچند روند باثبات قیمت‌های واقعی صادراتی چین در سال‌های ابتدایی کاهشی است اما این روند در سال‌های اخیر افزایشی است. با این حال سهم این کشور و حتی قیمت‌های باثبات صادراتی آن نسبت به موارد مشابه برای ایران از ثبات بیشتری برخوردار است. نتیجه بررسی تحلیل همبستگی هم بیانگر رابطه مثبت و معنی‌دار سهم صادرات و قیمت‌های صادراتی رقیب در بازارهای جهانی می‌باشد.



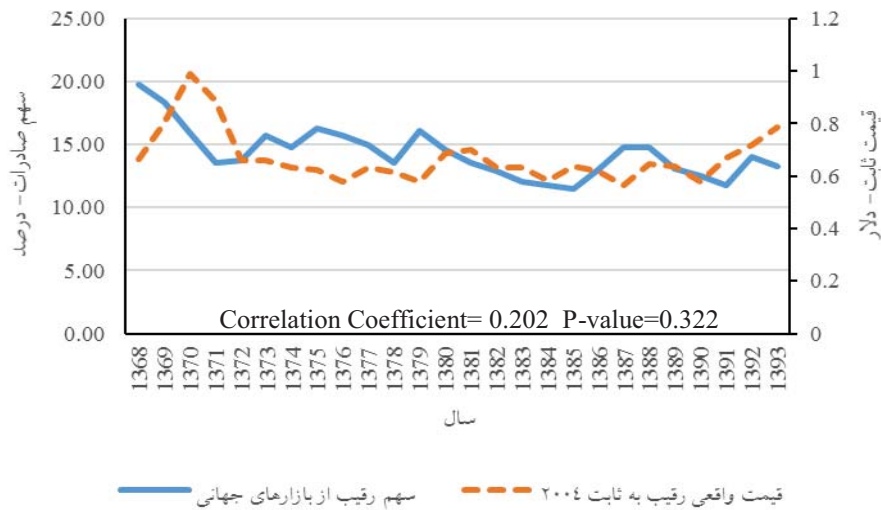
نمودار ۴-۱۲۸- روند سهم چین از بازارهای جهانی و روند باثبات قیمت های چین

تفاسیر فوق در نمودار پراکندگی بخوبی مشاهده می شود و رابطه مثبت و مناسب سهم صادرات چین و قیمت های باثبات آن در بازارهای جهانی در این قسمت کاملاً مشخص می باشد.

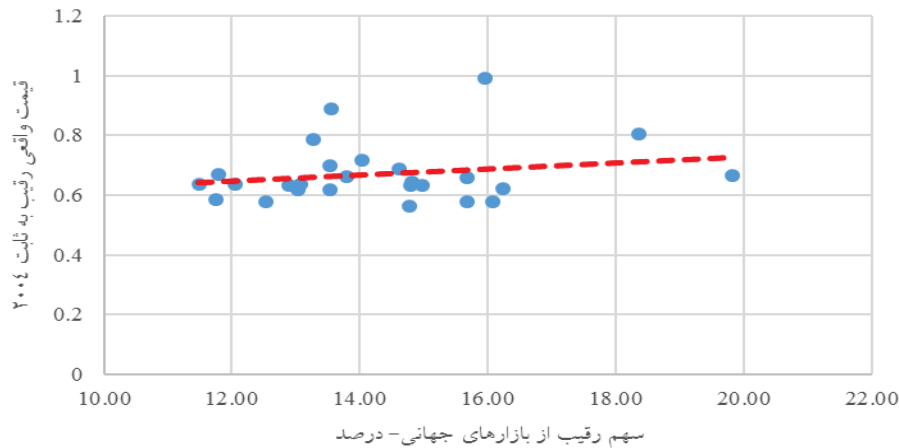


نمودار ۴-۱۲۹- ارتباط سهم چین از بازارهای جهانی و روند باثبات قیمت های چین

روند قیمت‌های واقعی صادراتی و سهم چین از بازارهای جهانی نیز مؤید همین نتیجه بوده است. که علاوه بر اینکه هم قیمت و هم مقدار صادراتی چین نسبت به ایران از ثبات بیشتری برخوردار است، ارتباط نزدیک‌تری نیز بین قیمت‌های واقعی صادرات چین و سهم آن از بازارهای جهانی برقرار بوده است، هرچند این ارتباط نیز برای قیمت‌های واقعی چین و سهم آن از بازار در سطح مناسبی معنی‌دار نمی‌باشد.



نمودار ۴-۱۳۰- روند قیمت‌های صادراتی چین و سهم چین از بازارهای جهانی



نمودار ۴-۱۳۱- ارتباط قیمت‌های صادراتی و سهم رقیب از بازارهای جهانی

#### ۴-۵۷- تحلیل الگوی انتقال قیمت

همان گونه که از نتایج الگوی انتقال قیمت در این بخش از مطالعه و در جدول ۴-۱۲۶ مشخص است، تمامی متغیرهای مورد بررسی بجز متغیرهای دوم و چهارم توسعه، سایر متغیرها در این الگو معنی دار در سطح یک درصد می باشند. ضرایب تصحیح خطای در حالت افزایشی و کاهششی در هر دو حالت منفی و معنی دار شده است که بیانگر تعدیل اثرات شوک وارده مثبت و منفی بر قیمت ایران در بازارهای جهانی خواهد بود. هم چنین بیانگر همگرایی قیمت های ایران و چین به عنوان دو رقیب اصلی در بازار جهانی سیب می باشد. آماره ضریب تعیین در این الگو بیش از ۷۳/۵۷ درصد بوده که بیانگر توضیح مناسب تغییرات قیمت ایران با متغیرهای مستقل بکار رفته در الگو می باشد. هم چنین آماره جاکوبرا بیانگر نرمال بودن توزیع اجزای اخلاص در الگوی مورد بررسی و اعتبار آماره های t و F می باشد.

جدول ۴-۱۲۶- نتایج انتقال قیمت

متغیر	پارامتر برآوردی	انحراف استاندارد	آماره t
وقفه اول تغییرات قیمت ایران	$3/69 \times 10^{-7}$	$1/103 \times 10^{-7}$	۳,۵۷۹
وقفه اول تغییرات مثبت قیمت چین	۰,۳۹۵	۰,۰۶۷	۵,۹۲۱
وقفه اول تغییرات منفی قیمت چین	-۰,۶۳۱	۰,۰۸۲	-۷,۷۴۰
جزء تصحیح خطای منفی	-۰,۲۱۵	۰,۰۹۳	-۲,۳۱۶
جزء تصحیح خطای مثبت	-۰,۳۶۱	۰,۰۷۴	-۴,۸۶۸
سال های تحریم	-۰,۰۶۶	۰,۰۳۲	-۲,۰۳۵
برنامه اول	-۰,۱۵۴	۰,۰۲۱	-۷,۲۷۰
برنامه دوم	۰,۰۰۲	۰,۰۰۴	۰,۴۲۰
برنامه چهارم	-۰,۰۱۹	۰,۰۳۰	-۰,۶۳۵
برنامه پنجم	-۰,۱۴۰	۰,۰۳۱	-۴,۴۴۸
ضریب ثابت	-۰,۰۰۸	۰,۰۰۱	-۶,۰۲۸
آماره شوارتز	۰/۰۰۶		
آماره ضریب تعیین	۷۳/۵۷۰		
آماره دوربین واتسون	۲/۳۷۳		
آماره جاکوبرا	۰/۳۵۹		
سطح احتمال آماره جاکوبرا	۰/۱۸۳۶		

مأخذ: یافته های مطالعه

نتایج آزمون انتقال قیمت بیان گر آن است که انتقال قیمت در کوتاه مدت نامتقارن است. لذا این نتیجه بیان گر آن است که نحوه اثر افزایش قیمت های چین در بازارهای جهانی، بر قیمت های صادراتی ایران در کوتاه مدت متفاوت است از مقدار اثری که کاهش قیمت های چین در بازارهای جهانی، بر قیمت های صادراتی ایران در کوتاه مدت می گذارد. لذا در کوتاه مدت نیاز به سیاست گذاری مناسب و متفاوت برای دوره های افزایش و یا کاهش قیمت های رقیب می باشد، تا ایران بتواند اثرات نامطلوب این انتقال را به حداقل برساند. اما در بلندمدت این موضوع به عکس بوده به گونه ای که انتقال قیمت در بلند مدت متقارن است به این معنی که با افزایش و یا کاهش قیمت های چین در بازارهای جهانی به یک اندازه به قیمت های صادراتی ایران در بلندمدت منتقل خواهد شد و لذا با سیاست گذاری یکسان در دوره های افزایش و کاهش قیمت های رقیب، ایران می تواند در بلندمدت اثرات نامطلوب این انتقال را به حداقل برساند و نیاز به سیاست گذاری بلندمدت دوگانه در دوره های افزایش یا کاهش قیمت ها نیست.

جدول ۴-۱۲۷- نتیجه آزمون انتقال قیمت بازار صادراتی سیب

آماره	توضیح	انتقال در کوتاه مدت	انتقال قیمت در بلندمدت
آماره نرمال	مقدار آماره برآوردی	۸/۲۲۹	-۱/۳۸۸
	سطح احتمال	۰/۰۰۰	۰/۱۶۵
آماره والد	مقدار آماره برآوردی	۶۷/۷۱۲	۱/۹۲۸
	سطح احتمال	۰/۰۰۰	۰/۱۶۵
نتیجه		نامتقارن	متقارن

مأخذ: یافته های مطالعه

#### ۴-۵۸- پیش بینی قیمت های واقعی صادراتی سیب ایران

در ادامه با استفاده از روش های اقتصادسنجی تک متغیره و چندمتغیره پیش بینی قیمت های واقعی و اسمی صادراتی سیب ایران تا پایان برنامه ششم توسعه و تحت سناریوهای وجود تحریم و عدم وجود تحریم انجام شد.

براین اساس روش‌های AR، MA، ARIMA و VECM برآورد شده و پیش‌بینی‌ها براساس آن انجام گرفت. نتایج پیش‌بینی روش‌های تک متغیره نشان داد که مناسب‌ترین الگو براساس خطای درون و برون نمونه‌ای روش ARIMAX(2,3) می‌باشد و همچنین در مقایسه با روش چند متغیره (VECM)، نیز مشخص شده رهیافت ARIMAX(2,3) نتایج مناسب‌تری ارائه می‌نمایند. لذا در نهایت پیش‌بینی براساس روش ARIMAX(2,3) انجام گرفته است.

جدول ۴-۱۲۸- انتخاب روش مناسب برای پیش‌بینی قیمت‌های صادراتی

نوع خطا	ARX(2)	MAX(3)	ARIMAX(2,3)	ARDL
خطای درون نمونه‌ای	۷/۴۲	۸/۱۵	۳/۳۲	۹/۲۷
خطای برون نمونه‌ای	۱۱/۲۳	۸/۶۴	۴/۸۲	۱۱/۶۴
رتبه الگو برای پیش‌بینی	۳	۲	۱	۴

مأخذ: یافته‌های مطالعه

نتایج پیش‌بینی در نهایت با رفع تحریم‌ها نشان می‌دهد که قیمت‌های اسمی سبب در سال ۱۳۹۵ معادل ۰/۸۰۳ دلار پیش‌بینی می‌شود که با توجه به شاخص‌های قیمت پیش‌بینی شده، قیمت‌های واقعی (به ثابت سال ۱۳۸۳) معادل ۰/۴۰۴ دلار خواهد بود. همچنین تا سال ۱۳۹۹ نیز قیمت‌های اسمی سبب به ۱/۰۹۳ دلار افزایش خواهد یافت و همچنین قیمت‌های واقعی با توجه به رشد شاخص‌های قیمت صادراتی به ۰/۴۸۹ دلار به ثابت سال ۱۳۸۵ خواهد رسید که نشان از آن دارد که از ابتدا تا انتهای برنامه ششم توسعه، رشد قیمت‌های اسمی به میزان ۳۶/۱۱ درصد و رشد قیمت‌های واقعی نیز به میزان ۲۱/۰۴ درصد خواهد بود. اما نتایج بیان‌گر آن است که با وجود تحریم‌ها، قیمت‌های صادراتی ایران کاهش خواهد یافت و در سال ۱۳۹۵، قیمت‌های اسمی سبب ۰/۵۵۷ دلار در سال ۱۳۹۵ (ابتدای برنامه ششم) و ۰/۷۷۸ دلار در سال ۱۳۹۹ (انتهای برنامه ششم توسعه) پیش‌بینی می‌شود. لذا قیمت‌های اسمی رشدی معادل ۳۹/۶۷ درصد در ابتدا تا انتهای برنامه ششم

خواهد داشت. قیمت‌های واقعی نیز افزایش دارد بطوریکه رشد قیمت‌های واقعی در ابتدا و انتهای برنامه توسعه ۲۷/۲ درصد خواهد بود و از ۰/۲۸ دلار در سال ۱۳۹۵ به ۰/۳۴۸ دلار در سال ۱۳۹۹ پیش‌بینی می‌شود.

جدول ۴-۱۲۹- نتایج پیش‌بینی قیمت‌های صادراتی واقعی و اسمی

وجود تحریم		عدم وجود تحریم		سال
به قیمت اسمی	به قیمت ثابت ۸۳	به قیمت اسمی	به قیمت ثابت ۸۳	
۰,۵۵۷	۰,۲۸۰	۰,۸۰۳	۰,۴۰۴	۱۳۹۵
۰,۷۳۱	۰,۳۶۰	۱,۰۱۷	۰,۵۰۱	۱۳۹۶
۰,۸۶۵	۰,۴۱۰	۱,۱۶۲	۰,۵۵۱	۱۳۹۷
۰,۸۶۵	۰,۳۹۵	۱,۱۷۳	۰,۵۳۶	۱۳۹۸
۰,۷۷۸	۰,۳۴۸	۱,۰۹۳	۰,۴۸۹	۱۳۹۹

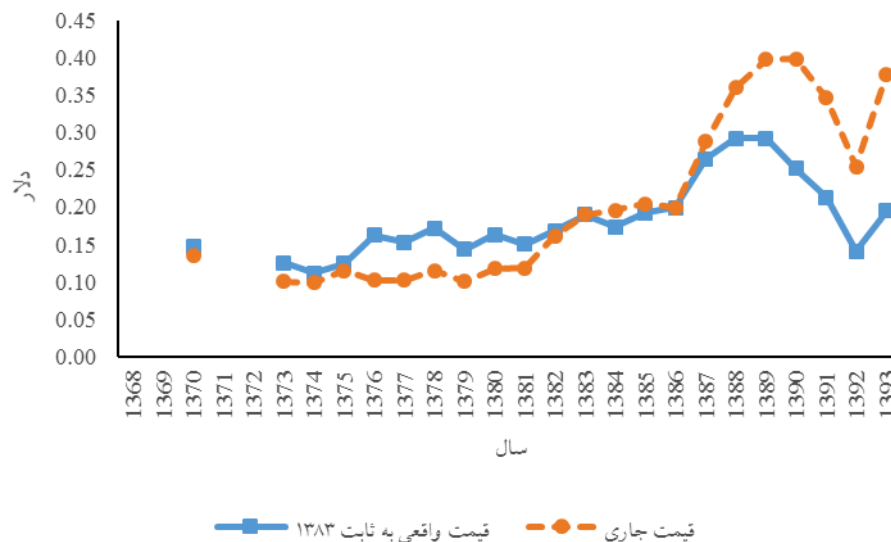
مأخذ: یافته‌های مطالعه

#### ۴-۵۹- محصول سیب زمینی

##### ۴-۵۹-۱- تحلیل روند قیمت‌های اسمی و واقعی صادرات سیب زمینی ایران

در نمودار ۴-۱۳۲ روند اسمی و ثابت قیمت‌های صادراتی سیب‌زمینی مشاهده می‌شود. همان‌گونه که مشخص است، روند قیمت‌های واقعی سیب‌زمینی ایران به قیمت‌های ثابت سال ۱۳۸۳، بویژه در سال‌های اخیر روندی هم‌جهت با قیمت‌های اسمی سیب‌زمینی داشته و روند مشخص نزولی بویژه طی سال‌های ۱۳۸۹ تا ۱۳۹۲ کاملاً مشخص است. این افت به دو دلیل اصلی بوده که در ادامه هم به این موارد پرداخته خواهد شد. دلیل اول افت قیمت‌های رقبای اصلی در بازارهای جهانی است که سهم بالایی در تجارت سیب زمینی در جهان دارند. دلیل دوم کاهش تمرکز کشور در کشورهای هدف اصلی بوده است. به عبارت دیگر کاهش سهم کشورهای هدف اصلی از مجموع صادرات ایران منجر به افت قیمت‌های ایران در بازارهای جهانی شده است. همان‌گونه که بیان شد، در ادامه به تفصیل به این موارد پرداخته خواهد شد. سایر دلایل نوسانات قیمت‌های صادراتی ایران در ادامه در قالب الگوهای اقتصادسنجی و روش‌های تحلیل سلسله مراتبی ارائه خواهد شد.





#### نمودار ۴-۱۳۲- روند قیمت های صادراتی اسمی و واقعی محصول سیب زمینی ایران

در ادامه در جدول ۴-۱۳۰ مشخص است که میانگین قیمت اسمی سیب زمینی صادراتی ایران ۰/۲۰۴ دلار بوده در حالی که در مورد قیمت واقعی سیب زمینی به قیمت ثابت سال ۱۳۸۳، این میانگین قیمت ۰/۱۸۳ دلار می باشد. این در حالی است که حداقل قیمت اسمی و ثابت سیب زمینی صادراتی ایران به ترتیب ۰/۰۸۹ و ۰/۱۱ دلار بوده است. همچنین حداکثر قیمت اسمی و ثابت سیب زمینی صادراتی ایران به ترتیب ۰/۲۹۲ و ۰/۳۹۹ دلار تجربه شده است. در نهایت در مورد مقادیر صادراتی سیب زمینی ایران به بازارهای جهانی نیز حداقل و حداکثر مقادیر صادراتی به ترتیب صفر و ۶۵۸۹۷۰۰ تن و میانگین میزان صادرات نیز برای سال های مورد بررسی ۱۴۹۵۶۸/۵۴۷ تن بوده است. همان گونه که مشخص است، بیشترین ضریب نوسان مربوط به میزان صادرات و بعد از آن قیمت های اسمی صادراتی و کمترین نوسان نیز به قیمت های ثابت سیب زمینی صادراتی ایران مربوط می باشد. لذا صادرکنندگان ایرانی بیش از ریسک قیمتی، مواجه با ریسک مقدار صادرات هستند.

جدول ۴-۱۳۰- تحلیل معیارهای قیمت اسمی و ثابت صادراتی و مقادیر صادرات سیب زمینی ایران

مقدار صادرات-تن	قیمت ثابت-دلار	قیمت اسمی-دلار	معیارها
۰,۰۰۰	۰,۱۱۱	۰,۰۹۸	حداقل
۶۵۸۷۰۰,۰۰۰	۰,۲۹۲	۰,۳۹۹	حداکثر
۱۴۹۵۶۸,۵۴۷	۰,۱۸۳	۰,۲۰۴	میانگین
۱۶۳۸۷۰,۳۲۶	۰,۰۵۲	۰,۱۰۹	انحراف معیار
۱,۰۹۶	۰,۲۸۳	۰,۵۳۷	ضریب نوسان

مأخذ: یافته های مطالعه

اما بررسی وضعیت کشور مسلط در بازارهای جهانی یعنی فرانسه نیز نشان می دهد که میانگین قیمت اسمی سیب زمینی صادراتی فرانسه ۰/۲۵۸ دلار بوده در حالی که در مورد قیمت واقعی سیب زمینی به قیمت ثابت سال ۲۰۰۴، این میانگین قیمت ۰/۲۶۸ دلار می باشد. این در حالی است که حداقل قیمت اسمی و ثابت سیب زمینی صادراتی فرانسه به ترتیب ۰/۱۶۶ و ۰/۱۸۴ دلار بوده است. همچنین حداکثر قیمت اسمی و ثابت سیب زمینی صادراتی فرانسه به ترتیب ۰/۳۹۵ و ۰/۴۰۷ دلار تجربه شده است. در نهایت در مورد مقادیر صادراتی سیب زمینی فرانسه به بازارهای جهانی نیز، حداقل و حداکثر مقادیر صادراتی به ترتیب ۴۵۴۵۱۳ و ۲۳۱۸۶۸۰ تن و میانگین میزان صادرات نیز برای سال های مورد بررسی ۱۳۰۶۸۱۲/۰۲۰ تن بوده است. همان گونه که مشخص است، بیشترین ضریب نوسان مربوط به مقادیر صادرات و کمترین نوسان نیز به قیمت های ثابت سیب زمینی صادراتی فرانسه مربوط می باشد. اما نکته قابل توجه آن است که نوسان قیمتی و مقداری فرانسه بسیار کمتر از موارد مشابه در ایران بوده و لذا صادرکنندگان فرانسوی با ریسک قیمتی و مقداری و در نتیجه ریسک درآمدی کمتری نسبت به صادرکنندگان ایرانی مواجه هستند.

جدول ۴-۱۳۱- تحلیل معیارهای قیمت اسمی و ثابت صادراتی کشور مسلط

مقدار صادرات-تن	قیمت ثابت-دلار	قیمت اسمی-دلار	معیارها
۴۵۴۵۱۳,۰۰۰	۰,۱۸۴	۰,۱۶۶	حداقل
۲۳۱۸۶۸۰,۰۰۰	۰,۴۰۷	۰,۳۹۵	حداکثر
۱۳۰۶۸۱۲,۰۲۰	۰,۲۶۸	۰,۲۵۸	میانگین
۵۹۶۷۳۷,۱۱۸	۰,۰۵۰	۰,۰۶۷	انحراف معیار
۰,۴۵۷	۰,۱۸۵	۰,۲۵۹	ضریب نوسان

مأخذ: یافته های مطالعه

#### ۴-۵۹-۲- تحلیل دوره های تشدید تحریم ها نسبت به دوره های پیش از آن

اما تحلیل مقادیر قیمت و مقدار صادرات طی دوره های تشدید تحریم و قبل از آن نشان می دهد که میانگین قیمت ثابت و مقادیر صادرات در دوره های تحریم بیش از دوره های پیش از تحریم بوده است. باتوجه به نتایج این بخش، مشخص است که ریسک قیمتی ایران در دوره تشدید تحریم ها افزایش یافته و ریسک مقدار صادرات کاهش یافته است. این در حالی است که در دوره پیش از تشدید تحریم ها ریسک قیمتی ایران کمتر از ریسک قیمتی فرانسه بوده است اما در دوره تشدید تحریم ها هم ریسک قیمتی و هم ریسک مقداری صادرکنندگان ایرانی بیشتر از صادرکنندگان فرانسوی بوده است. در جدول ۴-۱۳۲ نشان داده شده است که رشد سالانه قیمت های صادراتی ایران پس از تشدید تحریم ها کمتر شده و رشد مقدار صادرات بهبود یافته است. این در حالی است که برای کشور فرانسه عکس مطلب فوق رخ داده است. در هر صورت آنچه مشخص است دوره تشدید تحریم ها با تمام مشکلاتی که داشته، اما رشد مقادیر صادرات سیب زمینی ایران را در بازارهای جهانی به همراه داشته است و نمی توان نقش سال های تشدید تحریم ها را از این حیث مخرب دانست. اما در هر صورت از این حیث که نوسان قیمتی و مقداری را در بازارهای جهانی برای ایران افزایش داده، می تواند آثار منفی را به همراه داشته باشد.

جدول ۴-۱۳۲- تحلیل مقادیر قیمت و مقدار صادرات ایران در سال های قبل و بعد از تشدید تحریم ها

پس از تشدید تحریم		پیش از تشدید تحریم		معیارها
مقادیر صادراتی- تن	قیمت ثابت- دلار	مقادیر صادراتی- تن	قیمت ثابت- دلار	
۵۱۱۰۰,۰۰۰	۰,۱۴۱	۰,۰۰۰	۰,۱۱۱	حداقل
۶۵۸۷۰۰,۰۰۰	۰,۲۹۲	۱۱۵۰۰۰,۰۰۰	۰,۱۹۰	حداکثر
۳۰۱۹۹۰,۰۰۰	۰,۲۲۱	۵۴۳۰۵,۱۳۹	۰,۱۵۱	میانگین
۱۷۱۲۶۱,۲۸۵	۰,۰۵۱	۴۴۶۰۰,۷۳۳	۰,۰۲۲	انحراف معیار
۰,۵۶۷	۰,۲۳۲	۰,۸۲۱	۰,۱۴۸	ضریب نوسان
۸۷,۸۹۰	۳,۳۱۷	-۴,۳۷۰	۴,۳۴۹	میانگین رشد سالانه- درصد

مأخذ: یافته های مطالعه

جدول ۴-۱۳۳- تحلیل مقادیر قیمت و مقدار صادرات فرانسه در سال های قبل و بعد از تشدید تحریم های ایران

پس از تشدید تحریم		پیش از تشدید تحریم		معیارها
مقادیر صادراتی- تن	قیمت ثابت- دلار	مقادیر صادراتی- تن	قیمت ثابت- دلار	
۱۴۸۸۲۳۰,۰۰۰	۰,۱۸۴	۴۵۴۵۱۳,۰۰۰	۰,۲۲۱	حداقل
۲۳۱۸۶۸۰,۰۰۰	۰,۲۸۲	۱۴۳۸۶۱۱,۰۰۰	۰,۴۰۷	حداکثر
۱۹۵۹۸۷۴,۵۵۱	۰,۲۳۷	۸۹۸۶۴۷,۹۳۸	۰,۲۸۸	میانگین
۲۲۴۴۳۹,۱۴۸	۰,۰۳۴	۳۱۸۱۷۷,۰۹۳	۰,۰۴۸	انحراف معیار
۰,۱۱۵	۰,۱۴۳	۰,۳۵۴	۰,۱۶۸	ضریب نوسان
۴,۶۷۷	۳,۳۱۲	۸,۸۸۵	۳,۰۱۵	میانگین رشد سالانه- درصد

مأخذ: یافته های مطالعه

#### ۴-۵۹-۳- تحلیل های کشورهای هدف صادرات ایران در دوره های قبل و بعد از دوره های

#### تشدید تحریم

در ادامه به بررسی تعداد کشورهای هدف و تعداد کشورهای غالب هدف در ایران پرداخته شده است. منظور از تعداد کشورهای غالب هدف، تعداد کشورهایی است که در مجموع ۵۰ درصد سبد صادراتی ایران را تشکیل می دهند. همانگونه که مشاهده می شود، تعداد حداقل ۳ و حداکثر ۲۱ کشورهای هدف ایران را تشکیل می دهند.

بطور میانگین تعداد کشورهای هدف ایران ۱۳ کشور بوده است. هم‌چنین تعداد کشورهای غالب هدف حداقل یک و حداکثر ۲ کشور بوده‌اند که در مجموع سهم ۵۰ درصدی از سبد صادرات سیب زمینی ایران را به خود اختصاص می‌دادند. بطور میانگین بین ۱ تا ۲ کشور، کشور غالب هدف ایران بوده‌اند. در نهایت سهم کشور هدف اصلی (کشور اول) از سبد صادراتی ایران، حداقل ۳۲ درصد و حداکثر ۸۰/۹ درصد بوده است که بطور میانگین این سهم ۵۲/۵ درصد برآورد می‌شود. همان‌گونه که مشخص است نوسان کشورهای غالب هدف و پس از آن تعداد کشورهای هدف بیشترین نوسان را به خود اختصاص دادند و بعد از آن سهم کشورهای اصلی کمترین نوسان را دارد.

جدول ۴-۱۳۴- تعداد کشورهای هدف، تعداد کشورهای غالب هدف و سهم کشور اصلی در ایران

معیارها	تعداد کشورهای هدف	تعداد کشورهای غالب هدف	سهم کشور هدف اصلی-درصد
حداقل	۳,۰۰۰	۱,۰۰۰	۰,۳۲۰
حداکثر	۲۱,۰۰۰	۲,۰۰۰	۰,۸۰۹
میانگین	۱۲,۹۱۳	۱,۴۳۵	۰,۵۲۵
انحراف معیار	۴,۴۰۰	۰,۵۰۷	۰,۱۵۶
ضریب نوسان	۰,۳۴۱	۰,۳۵۳	۰,۲۹۶

مأخذ: یافته‌های مطالعه

در جدول ۴-۱۳۵ به تفکیک سال‌های تشدید تحریم‌ها و سال‌های پیش از تشدید تحریم‌ها مشخص است که تعداد کشورهای هدف در پیش از تشدید تحریم‌ها، حداقل ۳ و حداکثر ۱۹ کشور بوده و بطور متوسط تعداد کشورهای هدف حدود ۱۰ کشور بوده است. این در حالی است که در سال‌های تشدید تحریم تعداد کشورهای هدف افزایش یافت. بطوریکه حداقل ۱۰ و حداکثر ۲۱ کشور بوده و بطور متوسط تعداد کشورهای هدف حدود ۲۱ کشور بوده است. به عبارتی تعداد کشورهای هدف بطور متوسط ۱۶ کشور بیشتر شده است. هم‌چنین تعداد کشورهای غالب هدف در دوره پیش از تشدید تحریم، حداقل ۱، حداکثر ۲ و بطور میانگین بین ۱ تا ۲ کشور بوده است. این در حالی است که در سال‌های تشدید تحریم، تعداد کشورهای غالب نیز تغییر جدی نیافته است.

سهام کشور هدف اصلی از مجموع صادرات ایران در دوره پیش از تشدید تحریم، حداقل ۳۴/۷، حداکثر ۸۰/۹ و بطور میانگین ۵۸/۱ درصد بوده است. در حالی که در سال‌های تشدید تحریم، این سهم کاهش یافته است. چرا که با افزایش تعداد کشورهای هدف، سهم هر کشور و در نهایت سهم کشور اصلی از مجموع سبد صادرات ایران کاهش یافته است. بطوریکه در سال‌های تشدید تحریم، سهم کشور هدف اصلی از سبد صادراتی ایران حداقل ۳۲ حداکثر ۷۹/۱ و بطور میانگین ۴۵/۲ درصد بوده است. لذا سهم کشور هدف اصلی در سال‌های تشدید تحریم بطور میانگین بیش از ۲۲ درصد رشد منفی داشته است.

در ادامه لازم است بررسی شود که آیا این تحولات در نهایت اثر مثبت بر قیمت‌های صادراتی ایران در بازارهای جهانی خواهد داشت یا خیر؟ این نکته در تحلیل نموداری و برآورد الگوهای اقتصادسنجی در ادامه مشخص خواهد شد.

جدول ۴-۱۳۵- وضعیت کشورهای هدف صادرات ایران در سال‌های قبل و بعد از تشدید تحریم‌ها

پس از تشدید تحریم			پیش از تشدید تحریم			معیارها
سهم کشور هدف اصلی	تعداد کشورهای غالب هدف	تعداد کشورهای هدف	سهم کشور هدف اصلی	تعداد کشورهای غالب هدف	تعداد کشورهای هدف	
۰,۳۲۰	۱,۰۰۰	۱۰,۰۰۰	۰,۳۴۷	۱,۰۰۰	۳,۰۰۰	حداقل
۰,۷۹۱	۲,۰۰۰	۲۱,۰۰۰	۰,۸۰۹	۲,۰۰۰	۱۹,۰۰۰	حداکثر
۰,۴۵۲	۱,۷۰۰	۱۶,۱۰۰	۰,۵۸۱	۱,۲۳۱	۱۰,۴۶۲	میانگین
۰,۱۴۲	۰,۴۸۳	۳,۲۸۱	۰,۱۴۶	۰,۴۳۹	۳,۵۲۶	انحراف معیار
۰,۳۱۴	۰,۲۸۴	۰,۲۰۴	۰,۲۵۲	۰,۳۵۶	۰,۳۳۷	ضریب نوسان

مأخذ: یافته‌های مطالعه

#### ۴-۵۹-۴- تحلیل ارتباط سهم صادرات سیب زمینی ایران و قیمت‌های صادراتی

همان‌گونه که در جدول ۴-۱۳۶ مشخص است، بررسی علیت بین سهم صادراتی ایران و قیمت‌های صادراتی ایران نشان می‌دهد که تغییر قیمت صادراتی ایران علت تغییر سهم صادرات ایران نبوده است و همچنین تغییر سهم صادراتی نیز علت تغییر قیمت صادراتی ایران نبوده است. لذا بر این اساس قیمت‌های صادراتی و سهم

صادرات ایران در بازارهای جهانی علت و معلول هم نبوده و از این حیث نمی توان انتظار داشت که سهم صادراتی ایران در بازارهای جهانی سیب زمینی، قیمت های صادراتی ایران را تعیین نماید و بالعکس.

جدول ۴-۱۳۶- علت بین تغییر قیمت صادراتی و تغییر سهم صادرات ایران

سطح معنی داری	آماره برآوردی	فرضیه صفر
۰/۳۲۱	۰/۹۸۷	تغییر قیمت صادراتی ایران علت تغییر سهم صادرات ایران نیست
۰/۶۶۳	۰/۱۹۰	تغییر سهم صادرات ایران علت تغییر قیمت صادراتی ایران نیست
---	---	برآورد کشش بلندمدت اثر قیمت صادراتی بر سهم صادرات ایران

مأخذ: یافته های مطالعه

هم چنین نتیجه مهم دیگری که از بررسی رابطه قیمت صادراتی ایران و سهم صادرات ایران در بازارهای جهانی می توان به آن دست یافت آن است که نتیجه رابطه علت نشان داد که تغییر قیمت صادراتی ایران علت تغییر نسبت صادرات ایران به فرانسه نخواهد بود. هم چنین بررسی علت بین ارتباط تغییرات نسبت صادرات مقادیر ایران به صادرات فرانسه علت تغییرات قیمت ایران در بازار جهانی نیست، یعنی تغییرات نسبت صادرات ایران به فرانسه تاثیری بر قیمت ایران نخواهد داشت به عبارت دیگر با تغییر قیمت های صادراتی نمی توان انتظار تغییر در نسبت صادرات ایران به صادرات فرانسه را داشت و بالعکس.

جدول ۴-۱۳۷- علت بین تغییر قیمت صادراتی و تغییر نسبت مقادیر صادرات ایران به میزان صادرات فرانسه

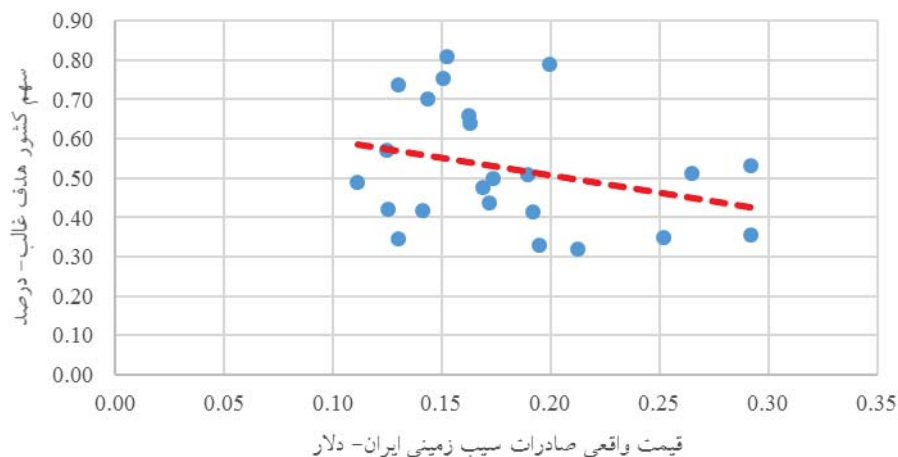
سطح معنی داری	آماره برآوردی	فرضیه صفر
۰/۷۰۸	۰/۱۴۰	تغییر قیمت صادراتی ایران علت تغییر نسبت مقادیر صادرات ایران به مقادیر فرانسه نیست
۰/۹۹۸	۰/۱۹۴	تغییر نسبت مقادیر صادرات ایران به مقادیر فرانسه علت تغییر قیمت صادراتی ایران نیست
---	---	برآورد کشش بلندمدت اثر قیمت صادراتی بر نسبت مقادیر صادرات ایران به مقادیر فرانسه

مأخذ: یافته های مطالعه

## ۴-۶۰- تحلیل نموداری عوامل اثرگذار بر نوسان قیمت های صادراتی ایران در بازارهای جهانی

### ۴-۶۰-۱- رابطه قیمت واقعی صادرات و سهم کشور هدف اصلی

همان گونه که نمودار ۴-۱۳۳ نشان می دهد، بین قیمت های واقعی صادرات ایران و سهم کشور هدف غالب ایران رابطه معکوس و مشخصی وجود دارد. به این معنی که با افزایش سهم کشور هدف اول، قیمت های واقعی صادرات ایران در مورد سیب زمینی در بازارهای جهانی با کاهش روبرو بوده است. براین اساس انتظار می رود در الگوی بلندمدت که در ادامه برآورد خواهد شد، ارتباط بین قیمت های واقعی صادرات و سهم کشور هدف اصلی ایران یک رابطه منفی برآورد گردد.



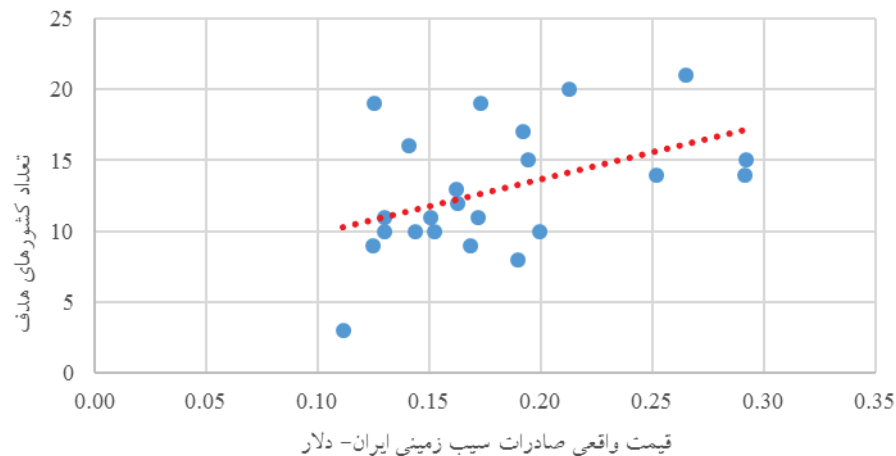
نمودار ۴-۱۳۳- ارتباط بین قیمت واقعی صادرات و سهم کشور هدف اصلی

### ۴-۶۰-۲- رابطه قیمت واقعی صادرات و تعداد کشورهای هدف

همان گونه که نمودار ۴-۱۳۴ نشان می دهد، بین قیمت های واقعی صادرات ایران و تعداد کشورهای هدف ایران رابطه مثبت و مشخصی وجود دارد. به این معنی که با افزایش تعداد کشورهای هدف، قیمت های واقعی صادرات ایران در مورد سیب زمینی در بازارهای جهانی با افزایش روبرو بوده است. براین اساس انتظار می رود در الگوی



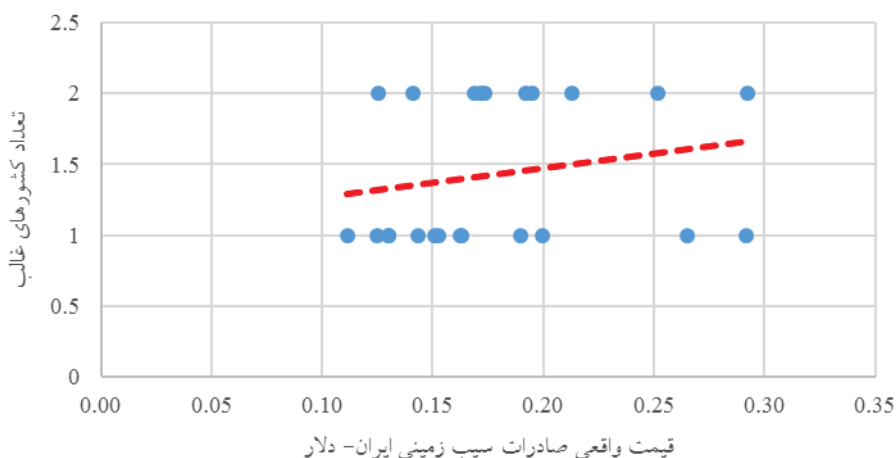
بلندمدت که در ادامه برآورد خواهد شد، ارتباط بین قیمت‌های واقعی صادرات و تعداد کشورهای هدف ایران یک رابطه مثبت برآورد گردد.



نمودار ۴-۱۳۴- ارتباط بین قیمت واقعی صادرات و تعداد کشورهای هدف

#### ۴-۶۰-۳- رابطه قیمت واقعی صادرات و تعداد کشورهای غالب

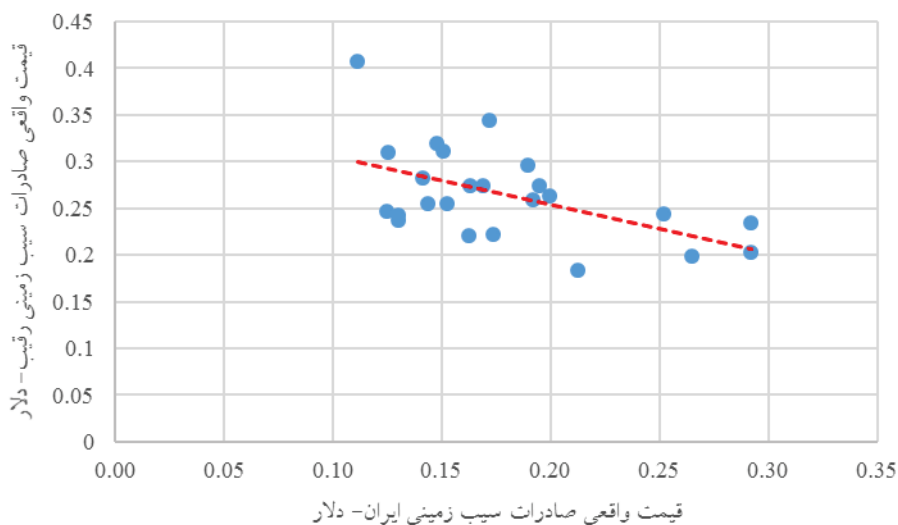
همان‌گونه که نمودار ۴-۱۳۵ نشان می‌دهد، بین قیمت‌های واقعی صادرات ایران و تعداد کشورهای غالب هدف ایران رابطه مثبت و مشخصی وجود دارد. به این معنی که با افزایش تعداد کشورهای غالب هدف، قیمت‌های واقعی صادرات ایران در مورد سیب زمینی در بازارهای جهانی با افزایش روبرو بوده است. لذا انتظار می‌رود با توسعه بازارهای غالب هدف، قیمت‌های صادراتی ایران در رقابت بین این کشورها افزایش یابد. براین اساس انتظار می‌رود در الگوی بلندمدت که در ادامه برآورد خواهد شد، ارتباط بین قیمت‌های واقعی صادرات و تعداد کشورهای غالب هدف ایران یک رابطه مثبت برآورد گردد.



نمودار ۴-۱۳۵- ارتباط بین قیمت واقعی صادرات و تعداد کشورهای غالب هدف

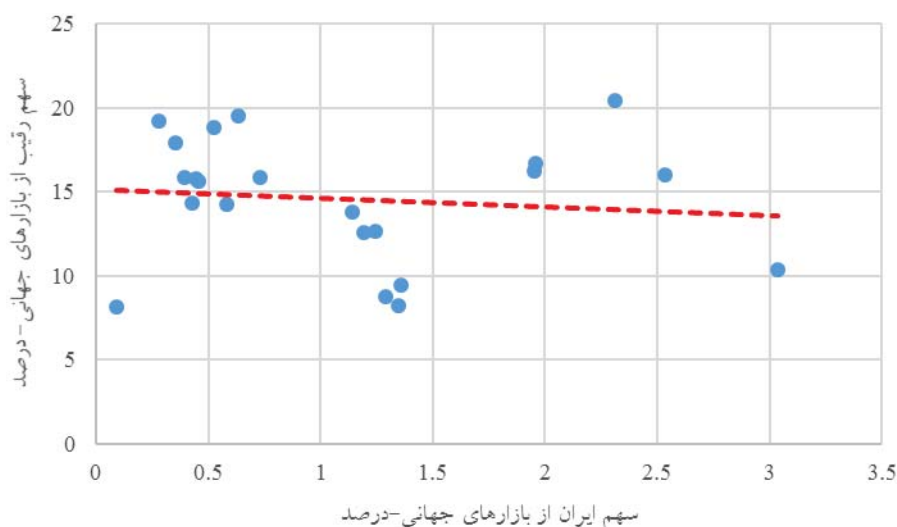
#### ۴-۶۰-۴- رابطه قیمت واقعی صادرات و قیمت کشور مسلط بر بازارهای جهانی

همان‌گونه که نمودار ۴-۱۳۶ نشان می‌دهد، بین قیمت‌های واقعی صادرات ایران و قیمت‌های واقعی سیب‌زمینی فرانسه رابطه منفی وجود دارد. به این معنی که با افزایش تقاضای سیب‌زمینی فرانسه، قیمت‌های واقعی صادرات برای این کشور افزایش یافته و لذا افزایش تقاضا برای سیب‌زمینی فرانسه منجر به کاهش تقاضا برای سیب‌زمینی ایران خواهد شد و در نهایت کاهش قیمت‌های واقعی سیب‌زمینی ایران را نیز به همراه خواهد داشت. یکی از مهم‌ترین دلایل کاهش تقاضای سیب‌زمینی ایرانی در سال‌های اخیر، افزایش حجم تولید و کیفیت سیب‌زمینی تولیدی رقبا در عین کاهش قیمت تمام‌شده فرانسه بوده و در نتیجه بازارهای پرترفداری چون اروپا را از دست ایران خارج ساخته و منجر به کاهش قیمت‌های صادراتی ایران بویژه در این کشورها شده است. براین اساس انتظار می‌رود در الگوی بلندمدت که در ادامه برآورد خواهد شد، ارتباط بین قیمت‌های واقعی صادرات و قیمت کشور رقیب یک رابطه منفی برآورد گردد.



نمودار ۴-۱۳۶- ارتباط بین قیمت واقعی صادرات ایران و فرانسه

برای درک بهتر ارتباط معکوس قیمتی بین ایران و فرانسه توجه به نمودار ۴-۱۳۷ جالب توجه خواهد بود. همان گونه که نمودار ۴-۱۳۷ نشان می دهد، رابطه سهم صادراتی ایران و فرانسه کاملاً منفی بوده و با افزایش سهم صادراتی فرانسه، سهم صادراتی ایران کاهش چشم گیری داشته است. بطوریکه افزایش تقاضا برای محصولات فرانسه (و در نتیجه افزایش قیمت های واقعی سیب زمینی فرانسه)، تقاضا برای سیب زمینی ایرانی کاهش یافته و در نتیجه با کاهش بیشتر تقاضا، قیمت های واقعی سیب زمینی ایرانی در بازارهای جهانی کاهش خواهد یافت.



نمودار ۴-۱۳۷- ارتباط بین سهم صادراتی ایران و فرانسه از بازارهای جهانی

#### ۴-۶۱- برآورد الگوی بلندمدت عوامل مؤثر بر قیمت های صادراتی سیب زمینی ایران

##### ۴-۶۱-۱- تعیین پایایی متغیرهای مورد بررسی

در ادامه در این قسمت از نتایج، برآورد الگوی بلندمدت عوامل مؤثر بر قیمت های واقعی صادراتی سیب زمینی ایران انجام خواهد شد. براین اساس در قدم اول پایایی<sup>۵۹</sup> متغیرهای مورد بررسی آزمون شده است. در مورد سیب زمینی بر مبنای جدول ۴-۱۳۸، متغیرهای مورد بررسی پایا از مرتبه صفر  $I(0)$  و  $I(1)$  بوده و شرایط اولیه برای برآورد الگوهای همجمعی<sup>۶۰</sup> و الگوهای (ARDL) را خواهند داشت. جدول ۴-۱۳۸ آزمون پایایی متغیرهای الگو را نشان می دهد.

59 . Stationary Test  
60 . Co-integration

جدول ۴-۱۳۸- آزمون پایایی متغیرها با استفاده از آزمون دیکی فولر تعمیم یافته

نتیجه	سطح معنی داری	آماره بحرانی	آماره برآوردی	متغیر
I(0)	۰/۰۲۴	-۳/۶۹۱	-۴/۰۹۹	قیمت صادراتی ایران
I(0)	۰/۰۰۲	-۳/۳۹۴	-۵/۲۳۵	قیمت صادراتی رقیب
I(1)	۰/۰۱۱	-۳/۶۴۵	-۴/۴۰۶	تعداد کشورهای هدف
I(0)	۰/۰۰۸	-۴/۴۴۱	-۴/۵۴۴	تعداد کشورهای غالب
I(1)	۰/۰۰۰	-۴/۴۶۸	-۸/۳۴۹	سهم کشور هدف اصلی

مأخذ: نتایج مطالعه

برای تخمین رابطه بلند مدت می توان از روش دو مرحله ای بصورت زیر عمل نمود: در مرحله اول ارتباط بلندمدت بین متغیرهای تحت بررسی آزمون می شود. در این رابطه برای مجموع ضرایب برآوردی مربوط به وقفه های متغیر وابسته در الگوی کوتاه مدت، رابطه زیر آزمون خواهد شد:

$$t = \frac{\sum_{i=1}^n \hat{\beta}_i - 1}{\sum_{i=1}^n \delta_{\hat{\beta}_i}} = \frac{0.552 - 1}{0.110} = -4.073$$

که در آن  $\hat{\beta}_i$  ضریب برآوردی برای وقفه متغیر وابسته و  $\delta_{\hat{\beta}_i}$  خطای استاندارد ضریب مورد نظر می باشد. با مقایسه آماره t محاسباتی و بحرانی دولدومستر می توان به وجود یا عدم وجود رابطه بلند مدت بین متغیرهای الگو پی برد. با توجه به مقدار t محاسباتی که برابر است با (-۳/۹۵) و بزرگتر از t بحرانی است. لذا وجود رابطه بلند مدت بین متغیرها اثبات می شود که در ادامه مدل بلند مدت برآورد گردیده است.

جدول ۴-۱۳۹- برآورد الگوی کوتاه مدت الگوی  $ARDL(1, 0, 0, 0, 1)$

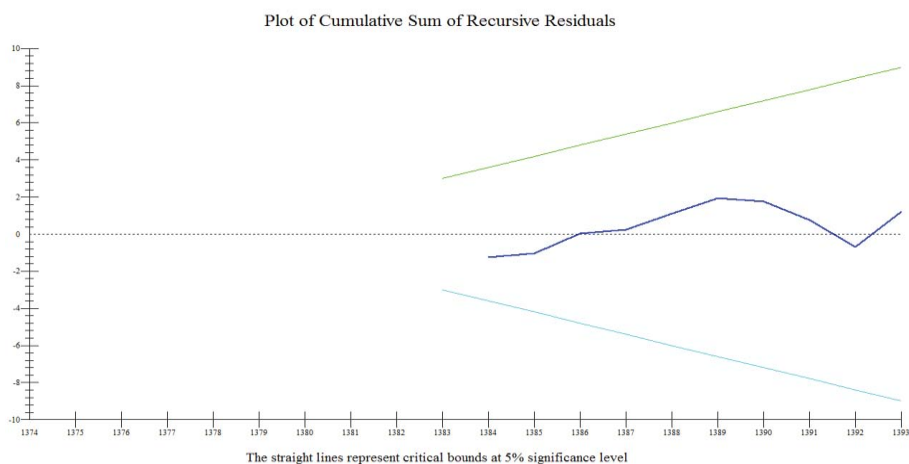
متغیرها	ضریب برآوردی	خطای استاندارد	آماره t	سطح احتمال
وقفه قیمت صادراتی ایران	۰,۵۵۲	۰,۱۱۰	۵,۰۱۸	۰,۰۰۰
قیمت صادراتی فرانسه	-۰,۳۳۵	۰,۱۵۴	-۲,۱۷۰	۰,۰۵۳
تعداد کشورهای هدف	۰,۰۰۴	۰,۰۰۲	۱,۸۹۵	۰,۰۸۵
تعداد کشورهای هدف اصلی	۰,۰۲۸	۰,۰۱۶	۱,۷۷۶	۰,۱۰۳
سهم کشور غالب هدف	-۰,۱۰۳	۰,۰۵۱	-۲,۰۲۷	۰,۰۶۸
وقفه سهم کشور غالب هدف	۰,۱۸۶	۰,۰۳۸	۴,۸۴۶	۰,۰۰۱
عرض از مبدأ	۰,۱۷۵	۰,۰۸۰	۲,۱۸۲	۰,۰۵۲
تحریم	۰,۰۴۴	۰,۰۲۰	۲,۱۷۱	۰,۰۵۳
روند زمانی	۰,۰۰۲	۰,۰۰۲	۰,۸۳۰	۰,۴۲۴
R-Squared= 0.92687 Durbin's h-statistic= 0.78108 [0.435] F statistic= 17.4264[0.000] Schwarz Bayesian Criterion= 4.9932				

در ادامه به بررسی فروض کلاسیک در الگوی برآوردی پرداخته شده است که نتایج بدست آمده در جدول ۴-۱۴۰ بیانگر عدم وجود مشکلات مختلف کلاسیک در نتایج می باشد. نتایج آزمون نرمال بودن اجزای اخلاص بیانگر آن است که اجزای اخلاص در الگوی مورد نظر از توزیع نرمال تبعیت می نمایند. لذا آماره های t و F در الگوی برآوردی از اعتبار مناسبی برخوردارند. نتایج آزمون خودهمبستگی و ناهمسانی واریانس نیز بیانگر آن است که در الگوی برآوردی همبستگی سریالی اجزای اخلاص و همسانی واریانس وجود نداشته و از این جهت نیز فروض کلاسیک در نتایج برآوردی برقرار می باشند.

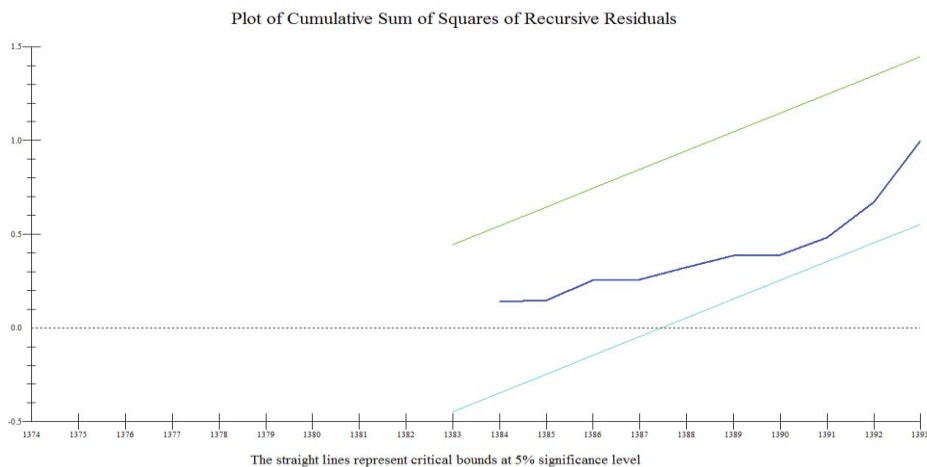
جدول ۴-۱۴۰-آزمون های فروض کلاسیک برای الگوی ARDL (1, 0, 0, 0, 1)

متغیرها	آماره LM	سطح معنی داری
خودهمبستگی سریالی	۱/۹۵۸	۰/۱۹۲
فرم تابعی	۲/۲۱۵	۰/۱۳۷
نرمال بودن اجزای اخلاص	۰/۲۵۸	۰/۸۷۹
ناهمسانی واریانس	۰/۴۴۹	۰/۵۰۳

در ادامه به منظور تحلیل شکست ساختاری در الگوی برآوردی از آماره های CUSUM و CUSUMQ استفاده شده است که به دلیل حضور خطوط برآوردی در بازه بحرانی، از این حیث مشکلات شکست ساختاری در الگوی برآوردی ملاحظه نمی شود.



نمودار ۴-۱۳۸-آزمون شکست ساختاری CUSUM



#### نمودار ۴-۱۳۹-آزمون شکست ساختاری CUSUMQ

با توجه به نتایج برآورد الگو متغیرهای قیمت صادراتی فرانسه، تعداد کشورهای هدف، سهم مشور غالب هدف و دوره تحریمها در سطح ۵ و ۱۰ درصد معنی دار شده اند و سایر متغیرهای در سطح مناسبی معنی دار نیستند. نتایج الگو بیانگر این است که با افزایش ۱ دلاری در قیمت صادراتی فرانسه، ۰/۳۴۷ دلار قیمت های صادراتی ایران کاهش می یابد. همچنین با افزایش هر کشور به تعداد کشورهای هدف به میزان ۰/۰۰۹ دلار به قیمت های صادراتی ایران افزوده می شود. با افزایش هر یک درصد به سهم کشور غالب هدف نیز قیمت های صادراتی ایران معادل ۰/۱۷۳ دلار کاسته خواهد شد.

#### جدول ۴-۱۴۱- برآورد الگوی بلند مدت الگوی (ARDL(1, 0, 0, 0, 1)

متغیرها	ضریب برآوردی	خطای استاندارد	آماره t	سطح معنی داری
قیمت صادراتی فرانسه	-۰,۳۴۷	۰,۱۵۷	-۲,۲۱۰	۰,۰۵۰
تعداد کشورهای هدف	۰,۰۰۹	۰,۰۰۵	۱,۸۵۳	۰,۰۹۱
تعداد کشورهای هدف اصلی	۰,۰۶۳	۰,۰۴۱	۱,۵۳۷	۰,۱۵۳
سهم کشور غالب هدف	-۰,۱۷۳	۰,۰۸۹	-۱,۹۴۰	۰,۰۶۷
عرض از مبدأ	۰,۳۸۹	۰,۱۶۷	۲,۳۲۶	۰,۰۴۰
تحریم	۰,۰۹۷	۰,۰۴۸	۲,۰۰۷	۰,۰۷۰
روند زمانی	۰,۰۰۳	۰,۰۰۴	۰,۸۶۷	۰,۴۰۵



در مرحله بعد نیز الگوی ضریب تصحیح خطا برآورد گردیده است. نتایج در این قسمت نشان می دهد که اگر شوکی به قیمت های واقعی صادراتی سیب زمینی ایران وارد شود اثر این شوک در هر دوره به میزان حدود ۴۴/۸ درصد تعدیل می شود و برای تعدیل کامل این شوک به بیش از دو دوره نیاز است. ضریب تصحیح خطا در این الگو در سطح یک درصد معنی دار بوده است.

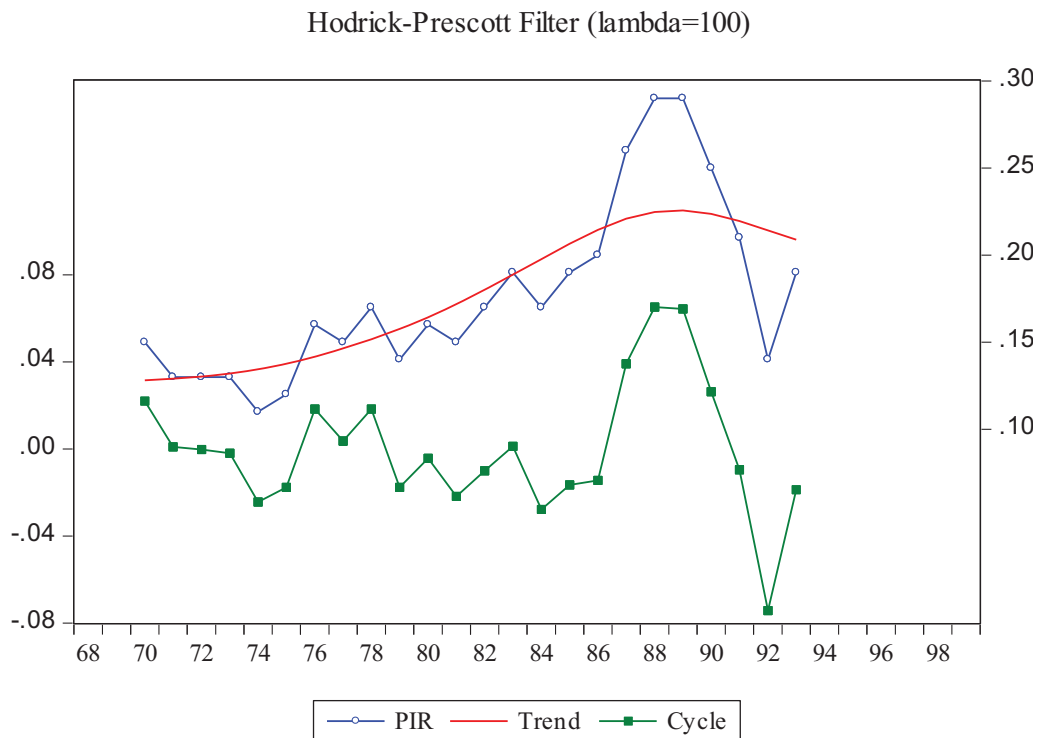
جدول ۴-۱۴۲- برآورد ضریب تصحیح خطا برای الگوی  $ARDL(0, 0, 0, 0, 1)$

متغیرها	ضریب برآوردی	خطای استاندارد	آماره t	سطح معنی داری
تغییرات قیمت صادراتی فرانسه	-۰,۳۳۵	۰,۱۵۴	-۲,۱۷۰	۰,۰۵۱
تغییرات تعداد کشورهای هدف	-۰,۰۰۴	۰,۰۰۲	-۱,۸۹۵	۰,۰۸۲
تغییرات تعداد کشورهای هدف اصلی	-۰,۰۲۸	۰,۰۱۶	-۱,۷۷۶	۰,۱۰۱
تغییرات سهم کشور غالب هدف	-۰,۱۰۳	۰,۰۵۱	-۲,۰۲۷	۰,۰۶۵
تغییرات عرض از مبدأ	۰,۱۷۵	۰,۰۸۰	۲,۱۸۲	۰,۰۵۰
تغییرات تحریم	۰,۰۴۴	۰,۰۲۰	۲,۱۷۱	۰,۰۵۱
تغییرات روند زمانی	۰,۰۰۲	۰,۰۰۲	۰,۸۳۰	۰,۴۲۳
وقفه ضریب تصحیح خطا	-۰,۴۴۸	۰,۱۳۰	-۳,۴۵۸	۰,۰۰۵
R-Squared = 0.79651 DW-statistic = 2.1287 F-statistic= 6.1510[0.003] Schwarz Bayesian Criterion= 4.9932				

#### ۴-۶۲- تحلیل رفتار بلندمدت قیمت های صادراتی ایران و انحراف از روند باثبات

نتایج تحلیل فیلتر هودریک - پرسکات بیان گر آن است که مقدار باثبات قیمت های واقعی صادراتی ایران با روندهای فعلی قیمت های واقعی صادراتی متفاوت است. در سال های پایانی روند باثبات قیمت های واقعی صادراتی کاهشی می باشد، اما روند واقعی قیمت های صادراتی ایران از همین روند باثبات کاهشی نیز کمتر بوده و نشان می دهد در سال های پایانی بیش از آنچه انتظار می رفت قیمت های صادراتی واقعی ایران کاهش یافته است. اما در سال های اخیر نمودار قیمت های واقعی رو به رشد بوده و می توان امیدوار بود که در سال های آتی قیمت های واقعی بتواند به میزان با ثبات قیمت ها نزدیک شود. همان گونه که ملاحظه می شود، تغییرات قیمت های صادراتی

ایران از روند باثبات در سال های مختلف بسیار نوسانی بوده و بیان گر عدم ثبات لازم در قیمت های صادراتی ایران در بازارهای جهانی است.

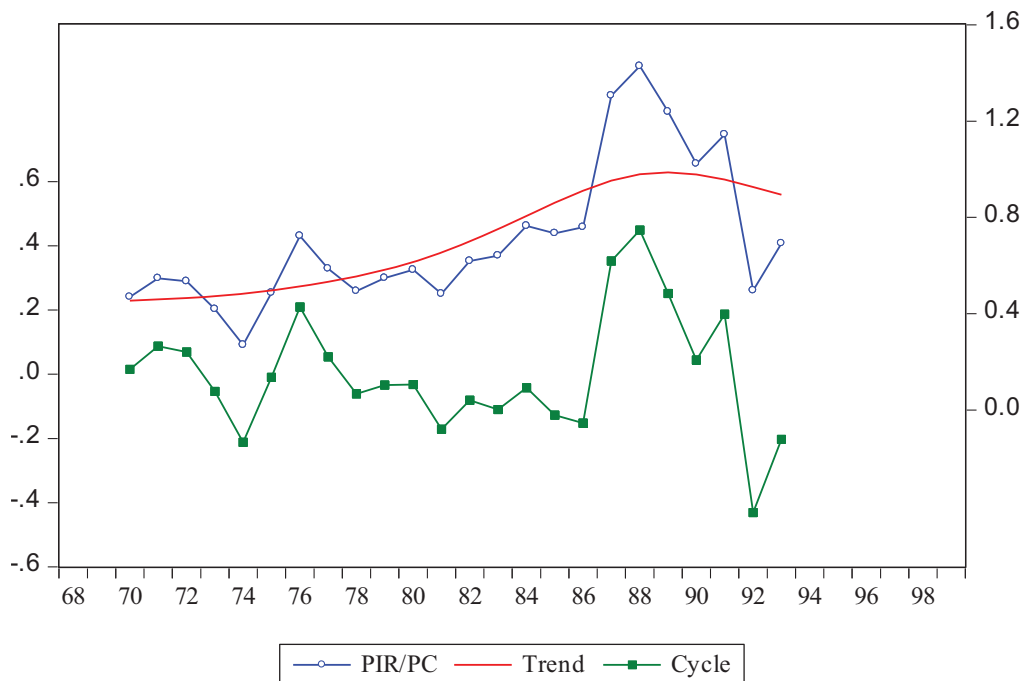


نمودار ۴-۱۴۰- تحلیل فیلتر هودریک اسکات قیمت واقعی سیبزمینی صادراتی ایران

همچنین نتایج تحلیل فیلتر هودریک - پرسکات در قیمت های نسبی ایران نسبت به فرانسه بیانگر آن است که روند باثبات نسبت قیمت های صادراتی ایران به قیمت های صادراتی فرانسه با مقادیر واقعی فاصله دارد. هرچند در سال های پایانی روند باثبات نسبت قیمت صادراتی ایران به قیمت های صادراتی فرانسه کاهش می باشد، اما مجدداً مقادیر واقعی نسبت قیمت های صادراتی ایران به قیمت های صادراتی فرانسه از همین روند باثبات کاهش نیز کمتر بوده و نشان می دهد در سال های پایانی قیمت های صادراتی واقعی ایران در مقابل قیمت های واقعی فرانسه افزایش مناسبی نداشته و این نسبت در سال های پایانی از حد مورد انتظار کاهش بیشتری داشته است. همان گونه که ملاحظه می شود، نوسان نسبت قیمت های صادراتی ایران به قیمت های صادراتی فرانسه از روند باثبات

در سال‌های مختلف بسیار مشخص بوده و بیانگر عدم ثبات لازم در نسبت قیمت‌های صادراتی ایران به قیمت‌های صادراتی فرانسه بویژه در سال‌های پایانی است. مشاهده می‌شود که بویژه در سال‌های پایانی اختلاف نسبت قیمت‌های صادراتی ایران به قیمت‌های صادراتی فرانسه از نسبت‌های باثبات منفی می‌باشد. هرچند این روند در برخی سال‌های قبل نیز وجود داشته اما در سال‌های پایانی شدت یافته است.

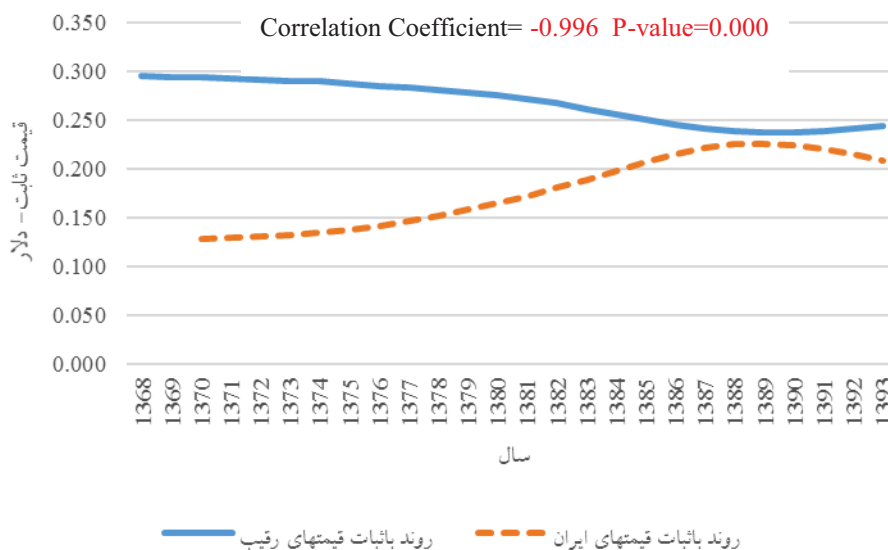
Hodrick-Prescott Filter (lambda=100)



نمودار ۴-۱۴۱- تحلیل فیلتر هودریک اسکات نسبت قیمت واقعی سبب زمینی صادراتی ایران به فرانسه

#### ۴-۶۳- تحلیل قیمت‌ها و سهم صادرات ایران با فرانسه

همان‌گونه که نمودار ۴-۱۴۲ نیز نشان می‌دهد، روند باثبات قیمت‌های ایران و فرانسه نشان می‌دهد که این روند برای ایران هرچند صعودی بوده اما در سال‌های اخیر نزولی شده است. این در حالی است که روند قیمت‌های واقعی فرانسه در خلاف جهت روند قیمت‌های ایران حرکت کرده و روند باثبات‌تری داشته است. ضمن اینکه در سال‌های پایانی پس از یک کاهش مختصر میل به افزایش داشته است. همان‌گونه که ملاحظه می‌شود، روند باثبات قیمت‌های ایران و فرانسه رابطه منفی و معنی‌داری در سطح یک درصد باهم داشته‌اند.



#### نمودار ۴-۱۴۲- مقایسه روندهای باثبات قیمتی ایران و فرانسه

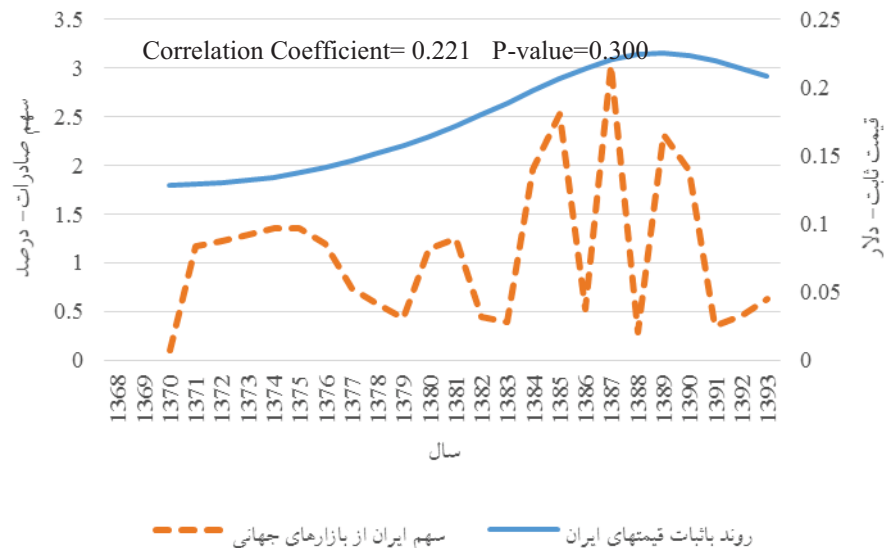
همان گونه که بررسی علیت بین روند باثبات قیمت های ایران و فرانسه نشان می دهد، هم قیمت های ایران و هم قیمت های فرانسه علت همدیگر در بازارهای جهانی بوده و از این حیث علیت دوطرفه برقرار بوده است. این نتیجه در سطح یک درصد معنی دار می باشد. لذا توجه به روند باثبات قیمت های صادراتی و سیاست گذاری جهت دستیابی به آن، منجر به افزایش قدرت رقابتی ایران شده و قیمت های ایران می تواند در شرایط بلندمدت خود، بر قیمت های جهانی نیز اثرگذار باشد.

#### جدول ۴-۱۴۳- تحلیل علیت روند قیمت های باثبات ایران و فرانسه

سطح احتمال	درجه آزادی	ضریب برآوردی	فرض صفر
۰/۰۰۰	۱	۱۱۶/۲۱۵	روند باثبات قیمت فرانسه علت روند باثبات قیمت ایران نیست
۰/۰۰۰	۱	۱۰۶/۲۱۹	روند باثبات قیمت ایران علت روند باثبات قیمت فرانسه نیست

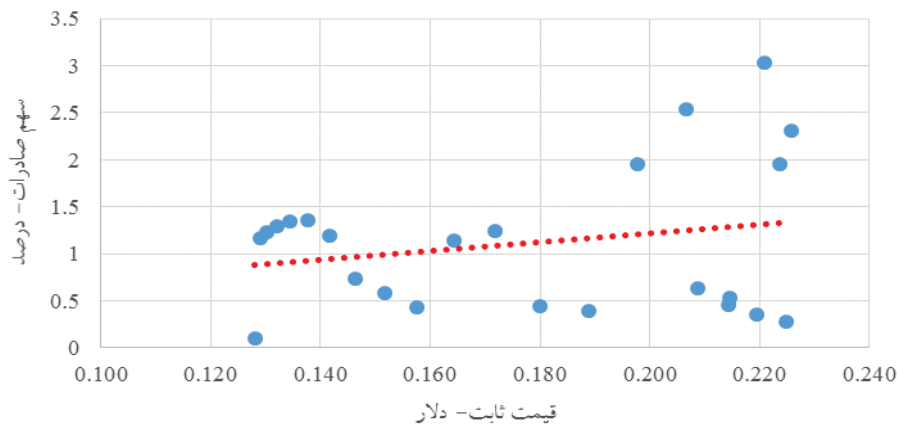
مأخذ: یافته های مطالعه

همان گونه که در نمودار ۴-۱۴۳ و هم چنین نمودار پراکندگی نیز مشخص است، روند باثبات سهم ایران از صادرات سیب زمینی در بازارهای جهانی با قیمت های صادراتی واقعی ایران رابطه مثبت داشته است. هرچند این رابطه مثبت در سطح مناسبی معنی دار نبوده است. اما آن چه که بسیار قابل تأمل است آن است که در سال های پایانی علی رغم کاهش قیمت های باثبات و واقعی صادرات ایران در بازارهای جهانی، سهم صادرات ایران از این بازارها کاهش یافته است. لذا در سال های پایانی نامناسب ترین وضعیت برای صادرکنندگان ایرانی ایجاد شده که هم قیمت های فروش آنها افت کرده و هم سهم فروش آنها در مقایسه با رقبای خود کاهش یافته است.

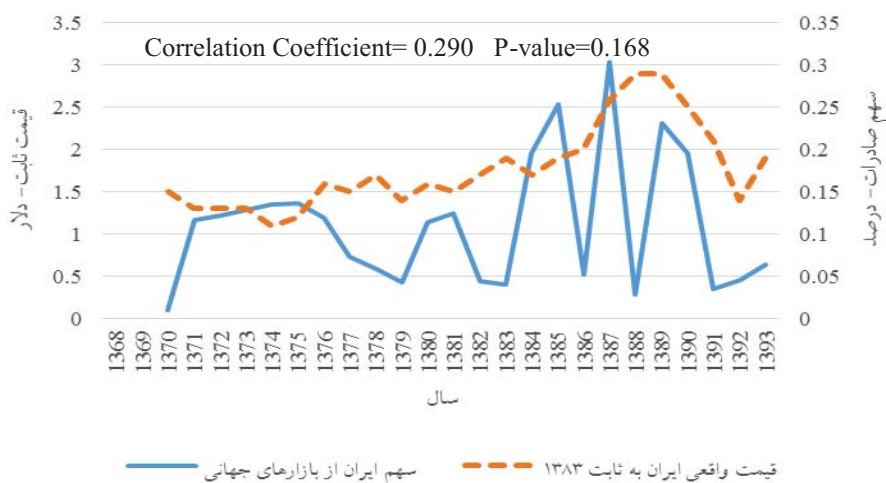


نمودار ۴-۱۴۳ - روند سهم ایران از بازارهای جهانی و روند باثبات قیمت های ایران

نمودار پراکندگی نیز بیان گر رابطه مثبت بین قیمت های باثبات صادراتی ایران و سهم ایران از بازارهای جهانی است که در سطح مناسبی نیز معنی دار نبوده و رابطه مثبت قوی بین این دو متغیر مشاهده نمی شود.

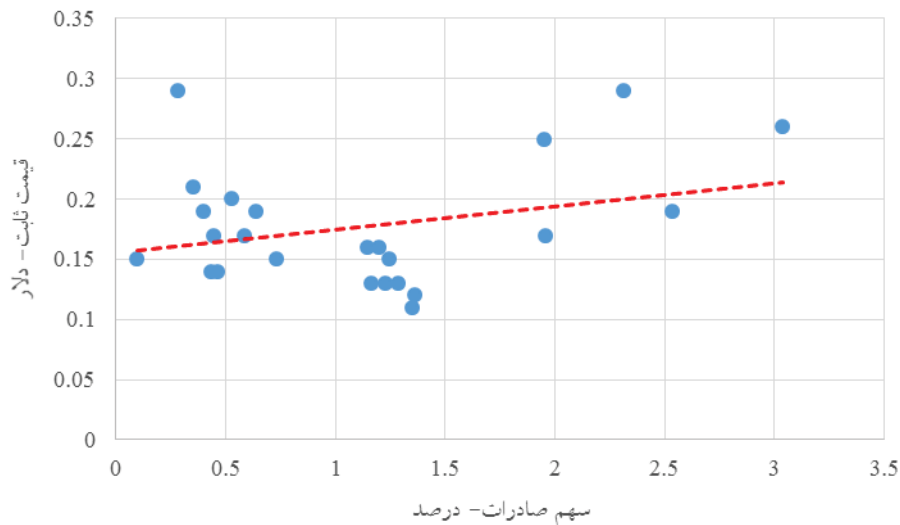


نمودار ۴-۱۴۴- ارتباط سهم ایران از بازارهای جهانی و روند باثبات قیمت های ایران  
تحلیل روند قیمت های فعلی ایران در بازارهای جهانی در مقابل سهم های بدست آورده فعلی نیز در بازارهای جهانی همین نتیجه را تأیید می کند. مشاهده می شود که بویژه در سال های پایانی (به غیر از سال آخر) علی رغم کاهش قیمت های ایران در بازارهای جهانی سهم ایران از بازارهای جهانی نیز کاهش یافته که به زیان صادرکنندگان ایرانی بوده است. اما در سال ۱۳۹۳ این روند رو به بهبود رفته و با مقداری افزایش در قیمت های واقعی صادراتی، سهم صادرات ایران نیز افزایش یافته است.



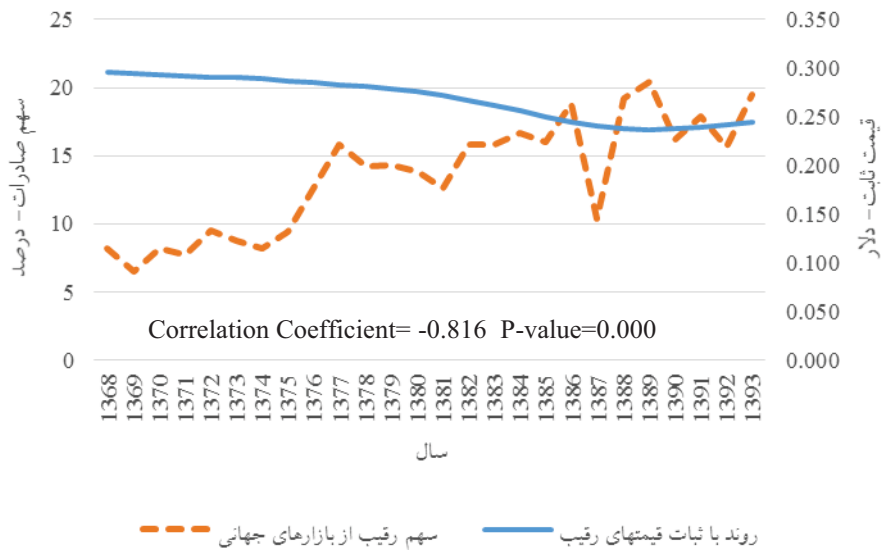
نمودار ۴-۱۴۵- روند قیمت های صادراتی ایران و سهم ایران از بازارهای جهانی

هرچند در نمودار پراکندگی بطور کلی افزایش قیمت‌های ایران با افزایش سهم صادراتی همراه بوده اما همان گونه که در سطح معنی‌داری ضریب همبستگی مشخص شد، این رابطه در سطح مناسبی معنی دار نبوده هرچند به نظر می‌رسد سهم صادراتی ایران بیش از آنکه با قیمت‌های باثبات ایران رابطه داشته باشد، با قیمت‌های واقعی صادراتی رابطه داشته است.



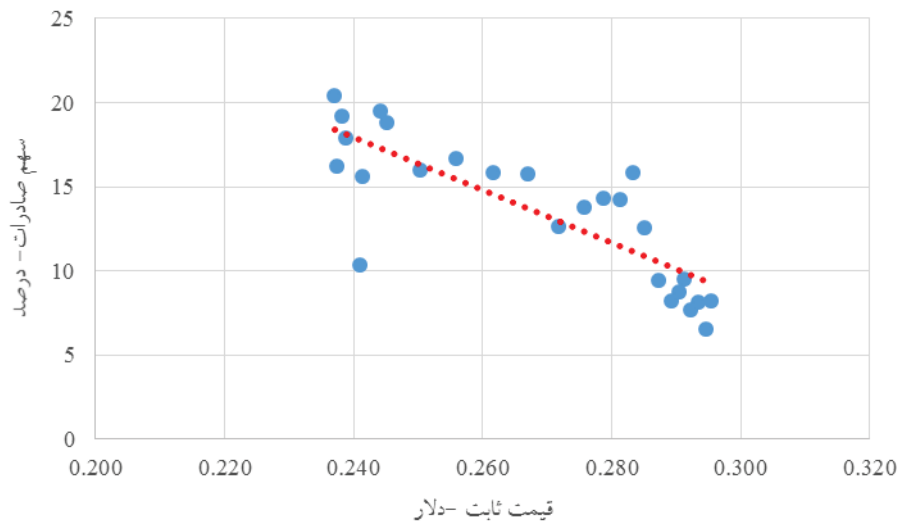
#### نمودار ۴-۱۴۶- ارتباط قیمت‌های صادراتی ایران و سهم ایران از بازارهای جهانی

این در حالی است که در مورد فرانسه به عنوان کشور مسلط در بازارهای جهانی، شرایط کاملاً به گونه‌ای دیگر بوده است. در مورد فرانسه بطور کلی با کاهش روند باثبات قیمت‌های واقعی صادراتی سهم این کشور از بازارهای جهانی افزایش یافته است و این رابطه منفی بوده که در سطح یک درصد نیز معنی‌دار است. روند سهم و روند قیمت‌های باثبات فرانسه مشخص است که نوسان کمتری نسبت به موارد مشابه در ایران داشته و لذا بازار صادراتی برای صادرکنندگان فرانسوی بازاری باثبات‌تر و برای صادرکنندگان ایرانی بازاری بی‌ثبات‌تر بوده است.



نمودار ۴-۱۴۷- روند سهم فرانسه از بازارهای جهانی و روند باثبات قیمت های فرانسه

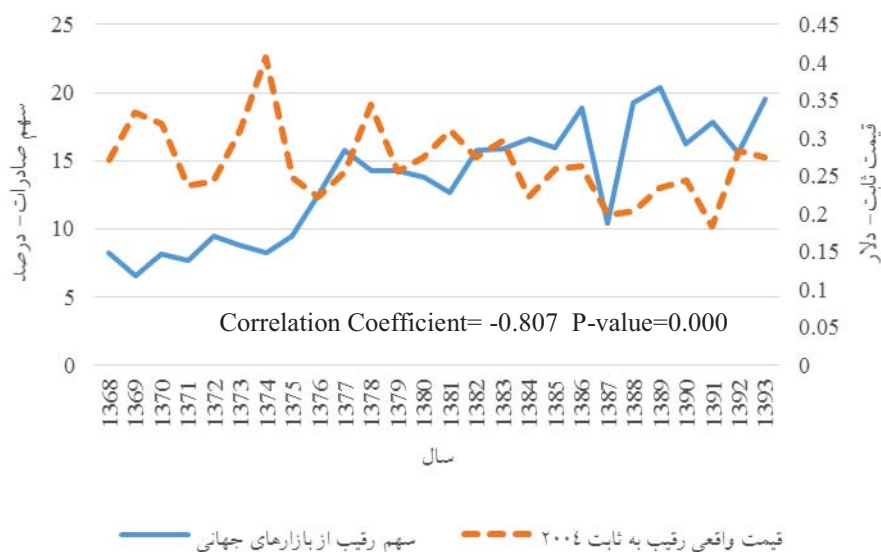
نمودار پراکندگی نیز بیانگر رابطه منفی بین قیمت های باثبات صادراتی فرانسه و سهم ایران از بازارهای جهانی است که در سطح مناسبی نیز معنی دار بوده و رابطه منفی قوی بین این دو متغیر مشاهده می شود.



نمودار ۴-۱۴۸- ارتباط سهم فرانسه از بازارهای جهانی و روند باثبات قیمت های فرانسه

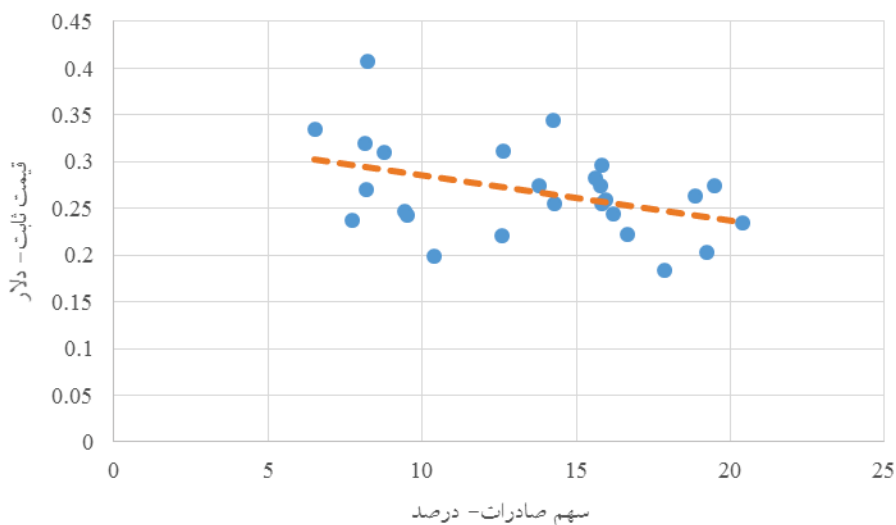


روند واقعی قیمت‌های صادراتی و سهم فرانسه از بازارهای جهانی نیز مؤید همین نتیجه بوده است. بطوریکه در سال‌های پایانی علی‌رغم کاهش و ثبات قیمت‌های واقعی صادراتی فرانسه در بازارهای جهانی سیب‌زمینی، سهم این کشور از بازارهای جهانی افزایش یافته است. نتیجه‌ای که در مورد ایران کاملاً عکس اتفاق افتاده است. همان گونه که ملاحظه می‌شود، ضریب همبستگی منفی بین قیمت‌های واقعی صادرات فرانسه و سهم آن از بازارهای جهانی در سطح یک درصد معنی‌دار است.



نمودار ۴-۱۴۹- روند قیمت‌های صادراتی فرانسه و سهم فرانسه از بازارهای جهانی

نمودار پراکندگی نیز بیان‌گر رابطه منفی بین قیمت‌های واقعی صادراتی فرانسه و سهم ایران از بازارهای جهانی است که در سطح مناسبی نیز معنی‌دار بوده و رابطه منفی قوی بین این دو متغیر مشاهده می‌شود.



نمودار ۴-۱۵۰- ارتباط قیمت های صادراتی و سهم فرانسه از بازارهای جهانی

#### ۴-۶- تحلیل الگوی انتقال قیمت

نتایج آزمون انتقال قیمت در جدول ۴-۱۴۴ نشان داده شده است. همان گونه که از نتایج مشخص است، تمامی متغیرهای مورد بررسی در این الگو معنی دار در سطح یک درصد می باشند. ضرایب تصحیح خطای در حالت افزایشی و کاهششی در هر دو حالت منفی و معنی دار شده است که بیانگر تعدیل اثرات شوک وارده مثبت و منفی بر قیمت ایران در بازارهای جهانی خواهد بود. همچنین بیانگر همگرایی قیمت های ایران و فرانسه در بازار جهانی سیب زمینی می باشد. آماره ضریب تعیین در این الگو بیش از ۷۷/۴۱ درصد بوده که بیانگر توضیح مناسب تغییرات قیمت ایران با متغیرهای مستقل بکار رفته در الگو می باشد. همچنین آماره جاکوبرا بیانگر نرمال بودن توزیع اجزای اخلاص در الگوی مورد بررسی و اعتبار آماره های  $t$  و  $F$  می باشد.

جدول ۴-۱۴۴- نتایج انتقال قیمت

متغیر	پارامتر برآوردی	انحراف استاندارد	آماره t
وقفه اول تغییرات قیمت ایران	۰,۰۲۰	۰,۰۴۹	۰,۴۱۴
تغییرات مثبت قیمت فرانسه	۰,۳۰۰	۰,۰۵۲	۵,۷۹۳
تغییرات منفی قیمت فرانسه	۰,۳۲۶-	۰,۰۴۹	۶,۶۴۶-
جزء تصحیح خطای منفی	۰,۵۳۷-	۰,۰۹۹	۵,۴۴۸-
جزء تصحیح خطای مثبت	۰,۴۹۱-	۰,۱۰۱	۴,۸۶۵-
تحریم	۰,۰۳۶	۰,۰۰۵	۷,۵۲۶
روند	۰,۰۰۱-	۰,۰۰۰	۴,۸۱۰-
ضریب ثابت	۰,۰۰۶	۰,۰۰۲	۲,۹۸۶
آماره شوارتز	۰/۰۶۸		
آماره ضریب تعیین	۷۷/۴۱		
آماره دوربین واتسون	۱/۸۲۲۳		
آماره جارکوبرا	۰/۰۵۴		
سطح احتمال آماره جارکوبرا	۰/۹۷۴		

مأخذ: یافته های مطالعه

نتایج آزمون انتقال قیمت بیان گر آن است که انتقال قیمت در کوتاه مدت متقارن و در بلندمدت نامتقارن بوده است. به این معنی که در کوتاه مدت با افزایش و یا کاهش قیمت های فرانسه در بازارهای جهانی به یک اندازه به قیمت های صادراتی ایران منتقل خواهد شد و در بلندمدت شرایط متفاوت است از مقدار اثری که کاهش یا افزایش قیمت های فرانسه در بازارهای جهانی، بر قیمت های صادراتی ایران در بلندمدت می گذارد و لذا با سیاست گذاری مناسب و متفاوت برای دوره های افزایش و یا کاهش قیمت های فرانسه، ایران می تواند اثرات نامطلوب این انتقال را به حداقل برساند. در کوتاه مدت نیاز به سیاست گذاری دوگانه در دوره های افزایش یا کاهش قیمت ها نیست تا اثرات نامطلوب این انتقال را به حداقل برساند.

جدول ۴-۱۴۵- نتیجه آزمون انتقال قیمت بازار صادراتی سیب زمینی

آماره	توضیح	انتقال در کوتاه مدت	انتقال قیمت در بلندمدت
آماره نرمال	مقدار آماره برآوردی	۱/۷۳۹	-۲/۵۸۸
	سطح احتمال	۰/۱۰۳	۰/۰۰۰
آماره والد	مقدار آماره برآوردی	۳/۰۲۴	۶/۶۹۷
	سطح احتمال	۰/۱۰۳	۰/۰۲۰۶
نتیجه		مقارن	نامقارن

مأخذ: یافته های مطالعه

#### ۴-۶۵- پیش بینی قیمت های واقعی صادراتی سیب زمینی ایران

در ادامه با استفاده از روش های اقتصادسنجی تک متغیره و چندمتغیره پیش بینی قیمت های واقعی و اسمی صادراتی سیب زمینی ایران تا پایان برنامه ششم توسعه و تحت سناریوهای وجود تحریم و عدم وجود تحریم انجام شد. براین اساس روش های AR، MA، ARIMA و ARDL برآورد شده و پیش بینی ها براساس آن انجام گرفت. نتایج پیش بینی روش های تک متغیره نشان داد که مناسب ترین الگو براساس خطای درون و برون نمونه ای روش ARIMAX(2,2) می باشد و در مقایسه با روش چند متغیره (ARDL)، مشخص شده رهیافت ARIMAX(2,2) نتایج مناسب تری ارائه می نمایند. لذا در نهایت پیش بینی براساس روش ARIMAX(2,2) انجام گرفته است.

جدول ۴-۱۴۶- انتخاب روش مناسب برای پیش بینی قیمت های صادراتی

نوع خطا	ARX(2)	MAX(2)	ARIMAX(2,2)	ARDL
خطای درون نمونه ای	۱۱/۹۰	۸/۲۷	۴/۲۸	۸/۳۲
خطای برون نمونه ای	۱۲/۱۵	۸/۳۲	۵/۴۶	۶/۷۳
رتبه الگو برای پیش بینی	۴	۳	۱	۲

مأخذ: یافته های مطالعه

نتایج پیش‌بینی در نهایت با لغو تحریم‌ها نشان می‌دهد که قیمت‌های اسمی سیب‌زمینی در سال ۱۳۹۵ معادل ۰/۵۱۵ دلار پیش‌بینی می‌شود که با توجه به شاخص‌های قیمت پیش‌بینی شده، قیمت‌های واقعی (به ثابت سال ۱۳۸۳) معادل ۰/۲۵۹ دلار خواهد بود. هم‌چنین تا سال ۱۳۹۹ نیز قیمت‌های اسمی سیب‌زمینی به ۰/۴۲۰ دلار افزایش خواهد یافت اما قیمت‌های واقعی باتوجه به رشد شاخص‌های قیمت صادراتی به ۰/۱۸۸ دلار به ثابت سال ۱۳۸۵ خواهد رسید که نشان از آن دارد که از ابتدا تا انتهای برنامه ششم توسعه، رشد قیمت‌های اسمی به میزان ۱۸/۴۴- درصد و رشد قیمت‌های واقعی نیز به میزان ۲۷- درصد خواهد بود که نشان از کاهش واقعی قیمت‌های صادراتی دارد. اما نتایج بیانگر آن است که با وجود تحریم‌ها، قیمت‌های صادراتی ایران اندکی بهبود خواهد یافت و در سال ۱۳۹۵، قیمت‌های اسمی سیب‌زمینی ۰/۶۹۳ دلار در سال ۱۳۹۵ (ابتدای برنامه ششم) و ۰/۶۲۱ دلار در سال ۱۳۹۹ (انتهای برنامه ششم توسعه) پیش‌بینی می‌شود. لذا قیمت‌های اسمی رشدی معادل ۱۰/۳- درصد در ابتدا تا انتهای برنامه ششم خواهد داشت. اما قیمت‌های واقعی مجدداً روندی کاهشی داشته است هرچند که این قیمت‌ها از قیمت‌های قبل از تحریم مناسب‌تر بوده است. بطوریکه رشد قیمت‌های واقعی در ابتدا و انتهای برنامه توسعه ۲۰/۳- درصد خواهد بود و از ۰/۳۴۹ دلار در سال ۱۳۹۵ به ۰/۲۷۸ دلار در سال ۱۳۹۹ پیش‌بینی می‌شود.

جدول ۴-۱۴۷- نتایج پیش‌بینی قیمت‌های صادراتی واقعی و اسمی در دو سناریوی وجود و عدم وجود تحریم

سال	با وجود تحریم		با لغو تحریم	
	به قیمت ثابت ۸۳	به قیمت اسمی	به قیمت ثابت ۸۳	به قیمت اسمی
۱۳۹۵	۰,۳۴۹	۰,۶۹۳	۰,۲۵۹	۰,۵۱۵
۱۳۹۶	۰,۳۷۴	۰,۷۵۹	۰,۲۸۴	۰,۵۷۷
۱۳۹۷	۰,۳۵۴	۰,۷۴۷	۰,۲۶۴	۰,۵۵۷
۱۳۹۸	۰,۳۱۲	۰,۶۸۱	۰,۲۲۲	۰,۴۸۴
۱۳۹۹	۰,۲۷۸	۰,۶۲۱	۰,۱۸۸	۰,۴۲۰

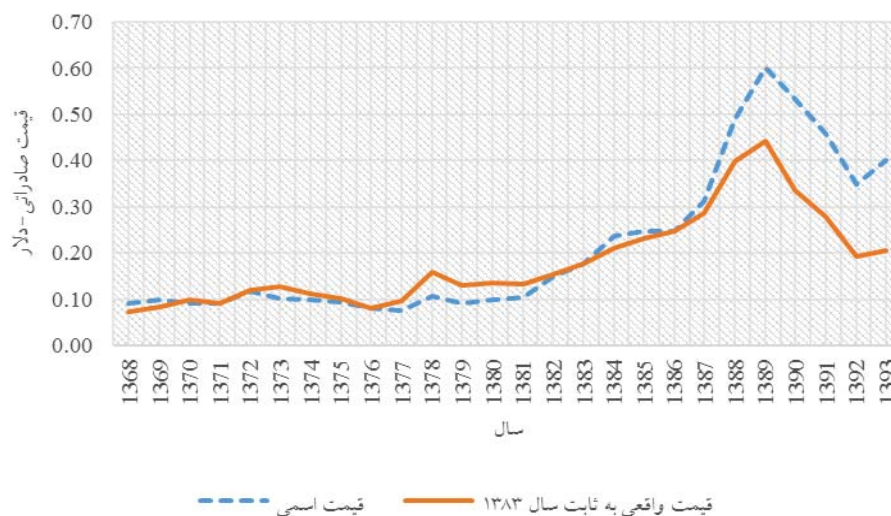
مأخذ: یافته‌های مطالعه

لازم به ذکر است که افزایش قیمت‌های واقعی و اسمی در دوره تشدید تحریم‌ها نکته غیرقابل انتظاری نیست. چرا روند نموداری هم نشان داد که قیمت‌های واقعی ایران در بازار جهانی سیب‌زمینی پس از تشدید تحریم‌ها افزایش یافته است. اما نکته مهمی که لازم به ذکر است آن است که اگر افزایش قیمت‌ها به دلیل بهبود متغیرهایی مانند تنوع‌بخشی در تعداد کشورهای هدف (باتوجه به الگوی برآوردی بلندمدت در طرح) نباشد و تنها به دلیل تشدید تحریم‌ها و افزایش قیمت‌های صادراتی ناشی از این تحریم‌ها (به دلیل افزایش قیمت‌های تمام شده و یا انتخاب نامناسب کشورهای هدف) این افزایش قیمت‌ها علاوه بر تهدیدی برای سهم ایران در بازارهای جهانی منجر به افزایش نوسان و ریسک قیمتی و درآمدی صادرکنندگان ایرانی در بازارهای جهانی خواهد شد.

## ۴-۶۶- گوجه فرنگی

### ۴-۶۶-۱- تحلیل روند قیمت‌های اسمی و واقعی صادرات گوجه فرنگی ایران

در نمودار ۴-۱۵۱ روند اسمی و ثابت قیمت‌های صادراتی گوجه فرنگی مشاهده می‌شود. همان‌گونه که مشخص است، روند قیمت‌های واقعی گوجه فرنگی ایران به قیمت‌های ثابت سال ۱۳۸۳، بویژه در سال‌های اخیر روندی متفاوت داشته و روند مشخص نزولی طی سال‌های ۱۳۸۹ به بعد کاملاً مشخص است. افت قیمت‌های اسمی در این دوره در نهایت به کاهش چشم‌گیر قیمت‌های واقعی صادراتی نیز منجر شده است. یکی از مهم‌ترین دلایل این افت قیمت، کاهش قیمت‌های جهانی بوده است. بطوریکه قیمت بزرگ‌ترین صادرکننده گوجه فرنگی در جهان (مکزیک) نیز روندی نزولی داشته است و از ۱/۲۴ دلار در سال ۲۰۱۰ به ۱/۰۲ دلار در سال ۲۰۱۴ رسیده است. لازم به ذکر است که آثار افت قیمت‌های جهانی در قیمت‌های ایران نمود بیشتری پیدا کرده است که به دلیل جریان انتقال نامتقارن قیمت‌هاست که در ادامه توضیح داده خواهد شد. هم‌چنین دلایل دیگری برای روند فعلی قیمت‌های ایران وجود دارد که در قسمت‌های نموداری، اقتصادسنجی و رهیافت AHP توضیح داده خواهد شد.



نمودار ۴-۱۵۱- روند قیمت‌های صادراتی اسمی و واقعی محصول گوجه فرنگی ایران

در ادامه در جدول ۴-۱۴۸ مشخص است که میانگین قیمت اسمی گوجه فرنگی صادراتی ایران ۰/۲۱۳ دلار بوده در حالیکه در مورد قیمت واقعی گوجه فرنگی به قیمت ثابت سال ۱۳۸۳، این میانگین قیمت ۰/۱۸۱ دلار می باشد. این در حالی است که حداقل قیمت اسمی و ثابت گوجه فرنگی صادراتی ایران به ترتیب ۰/۰۷۵ و ۰/۰۷۳ دلار بوده است. همچنین حداکثر قیمت اسمی و ثابت گوجه فرنگی صادراتی ایران به ترتیب ۰/۶۰۱ و ۰/۴۴۱ دلار تجربه شده است. در نهایت در مورد مقادیر صادراتی گوجه فرنگی ایران به بازارهای جهانی نیز، حداقل و حداکثر مقادیر صادراتی به ترتیب ۱/۵ و ۲۶۴/۸۵۱ هزار تن و میانگین میزان صادرات نیز برای سال های مورد بررسی ۶۳/۴۰۲ هزار تن بوده است. همان گونه که مشخص است، بیشترین ضریب نوسان مربوط به مقدار صادرات و کمترین نوسان نیز به قیمت های ثابت گوجه فرنگی صادراتی ایران مربوط می باشد. لذا ریسک مقادیر صادراتی بیشتر از ریسک قیمتی صادرکنندگان ایرانی را تهدید خواهد نمود.

جدول ۴-۱۴۸- تحلیل معیارهای قیمت اسمی و ثابت صادراتی و مقادیر صادرات گوجه فرنگی ایران

مقدار صادرات-تن	قیمت ثابت- دلار	قیمت اسمی- دلار	معیارها
۱۵۰۰	۰,۰۷۳	۰,۰۷۵	حداقل
۲۶۴۸۵۱	۰,۴۴۱	۰,۶۰۱	حداکثر
۶۳۴۰۱,۸۹۲	۰,۱۸۱	۰,۲۱۳	میانگین
۷۱۴۸۵,۷۳۲	۰,۱۰۰	۰,۱۶۲	انحراف معیار
۱,۱۲۸	۰,۵۵۰	۰,۷۶۰	ضریب نوسان

مأخذ: یافته های مطالعه

اما بررسی وضعیت کشور مسلط در بازارهای جهانی یعنی مکزیک نیز نشان می دهد که میانگین قیمت اسمی گوجه فرنگی صادراتی مکزیک ۱/۰۱۳ دلار بوده در حالی که در مورد قیمت واقعی گوجه فرنگی به قیمت ثابت سال ۲۰۰۴، این میانگین قیمت ۱/۰۵۸ دلار می باشد. این در حالی است که حداقل قیمت اسمی و ثابت گوجه فرنگی صادراتی مکزیک به ترتیب ۰/۶۲۷ و ۰/۸۹۴ دلار بوده است. همچنین حداکثر قیمت اسمی و ثابت گوجه فرنگی صادراتی مکزیک به ترتیب ۱/۴۰۲ و ۱/۳۳۸ دلار تجربه شده است. در نهایت در مورد مقادیر



صادراتی گوجه فرنگی مکزیکی به بازارهای جهانی نیز، حداقل و حداکثر مقادیر صادراتی به ترتیب ۵۷۱/۳۵۵ و ۱۵۳۵/۱۵۷ هزار تن و میانگین میزان صادرات نیز برای سال های مورد بررسی ۹۸۳/۱۶۵ هزار تن بوده است. همان گونه که مشخص است، بیشترین ضریب نوسان مربوط به مقدار صادرات و کمترین نوسان نیز به قیمت های ثابت گوجه فرنگی صادراتی مکزیکی مربوط می باشد. اما نکته قابل توجه آن است که ضریب نوسان مقادیر صادراتی و قیمت صادراتی مکزیکی از نوسانات قیمتی و مقداری ایران بسیار کمتر است و نشان از ثبات بیشتر در قیمت و مقدار صادراتی مکزیکی نسبت به قیمت و مقدار صادراتی ایران دارد.

جدول ۴-۱۴۲- تحلیل معیارهای قیمت اسمی و ثابت صادراتی رقیب

مقدار صادرات-تن	قیمت ثابت-دلار	قیمت اسمی-دلار	معیارها
۵۷۱۳۵۵	۰,۸۹۴	۰,۶۲۷	حداقل
۱۵۳۵۱۵۷	۱,۳۳۸	۱,۴۰۲	حداکثر
۹۸۳۱۶۵,۱۹۲	۱,۰۵۸	۱,۰۱۳	میانگین
۳۰۱۸۶۳,۳۶۱	۰,۱۰۲	۰,۲۰۷	انحراف معیار
۰,۳۰۷	۰,۰۹۷	۰,۲۰۵	ضریب نوسان

مأخذ: یافته های مطالعه

#### ۴-۶۶-۲- تحلیل دوره های تشدید تحریم ها نسبت به دوره های پیش از آن

اما تحلیل مقادیر قیمت و مقدار صادرات طی دوره های تشدید تحریم و قبل از آن نشان می دهد که میانگین قیمت ثابت و مقادیر صادرات در دوره های تحریم بیش از دوره های پیش از تحریم بوده است. اما دو نکته در این بین لازم به ذکر است. اول این که در هر صورت در جریان دوران تشدید تحریم ها بطور متوسط هم قیمت های صادراتی ایران بهبود یافته و هم مقادیر صادراتی اما از سال ۱۳۸۹ روند قیمت های صادراتی ایران همان گونه که پیش تر بیان شد رو به افول گذاشته و در سال ۱۳۹۳ مجدداً اندکی بهبود یافته است. دوم اینکه نوسان قیمت های صادراتی و هم چنین مقادیر صادراتی ایران نسبت به رقیب خود در بازار، بسیار بیشتر بوده و نوسان قیمت ها در دوره پس از تشدید تحریم ها بیشتر نیز شده است. هم چنین، قیمت های واقعی ایران در مقایسه با رقیب هم-

چنان اختلاف مشخصی داشته و ادامه روند موجود (یعنی سطوح پایین قیمت های واقعی ایران و نوسانات بالاتر نسبت به رقبا) به زیان صادرکنندگان ایرانی خواهد بود. ضمن اینکه توجه به این نکته حائز توجه است که تحلیل سال های قبل از تشدید تحریم ها نشان می دهد که میانگین رشد قیمت های صادراتی ایران ۸/۰۹۵ درصد و رشد مقادیر صادرات ایران نیز ۹۲/۶ درصد بوده است. این در حالی است که بعد از تشدید تحریم ها، رشد قیمت های صادراتی و رشد مقادیر صادراتی هر دو کاهش یافته و به ترتیب به ۳/۶ و ۴۸/۸ درصد تنزل یافته است. این در حالی است که در مورد مکزیک دقیقاً عکس این مورد اتفاق افتاده است. بطوریکه میانگین رشد قیمت های صادراتی مکزیک در سال های قبل از تشدید تحریم ها ۱/۳۵۷- درصد و رشد مقادیر صادرات مکزیک نیز طی این سال ها ۴/۳۵۹ درصد بوده است. این در حالی است که بعد از تشدید تحریم ها، رشد قیمت های صادراتی و رشد مقادیر صادراتی مکزیک هر دو به ترتیب به ۰/۹ و ۴/۶ درصد افزایش یافته است.

جدول ۴-۱۴۳- تحلیل مقادیر قیمت و مقدار صادرات ایران در سال های قبل و بعد از تشدید تحریم ها

معیارها	پیش از تشدید تحریم		پس از تشدید تحریم	
	قیمت ثابت- دلار	مقادیر صادراتی- تن	قیمت ثابت- دلار	مقادیر صادراتی- تن
حداقل	۰,۰۷۳	۱۵۰۰,۰۰۰	۰,۱۹۳	۲۸۷۶۲,۰۰۰
حداکثر	۰,۱۷۸	۵۶۷۴۵,۰۰۰	۰,۴۴۱	۲۶۴۸۵۱,۰۰۰
میانگین	۰,۱۱۷	۱۲۰۸۴,۸۱۰	۰,۲۸۳	۱۳۰۱۱۴,۰۹۸
انحراف معیار	۰,۰۳۱	۱۴۵۷۴,۳۸۲	۰,۰۸۴	۵۸۸۱۷,۷۲۷
ضریب نوسان	۰,۲۶۱	۱,۲۰۶	۰,۲۹۸	۰,۴۵۲
میانگین رشد سالانه	۸,۰۹۵	۹۲,۶۴۲	۳,۵۶۴	۴۸,۷۵۴

مأخذ: یافته های مطالعه

جدول ۴-۱۴۴- تحلیل مقادیر قیمت و مقدار صادرات مکزیکیک در سال های قبل و بعد از تشدید تحریم های ایران

پس از تشدید تحریم		پیش از تشدید تحریم		معیارها
مقادیر صادراتی- تن	قیمت ثابت- دلار	مقادیر صادراتی- تن	قیمت ثابت- دلار	
۹۲۳۹۰۷,۰۰۰	۰,۹۴۴	۵۷۱۳۵۵,۰۰۰	۰,۸۹۴	حداقل
۱۵۳۵۱۵۷,۰۰۰	۱,۱۳۳	۱۰۲۳۰۲۸,۰۰۰	۱,۳۳۸	حداکثر
۱۲۷۳۴۱۰,۵۰۰	۱,۰۴۱	۸۰۱۷۶۱,۸۷۵	۱,۰۶۸	میانگین
۲۵۰۴۱۳,۴۸۰	۰,۰۶۳	۱۵۱۵۹۹,۶۹۶	۰,۱۲۱	انحراف معیار
۰,۱۹۷	۰,۰۶۱	۰,۱۸۹	۰,۱۱۴	ضریب نوسان
۴,۵۵۵	۰,۸۷۳	۴,۳۵۹	-۱,۳۵۷	میانگین رشد سالانه

مأخذ: یافته های مطالعه

#### ۴-۶۶-۳- تحلیل های کشورهای هدف صادرات ایران در دوره های قبل و بعد از دوره های

##### تشدید تحریم

در ادامه به بررسی تعداد کشورهای هدف و تعداد کشورهای غالب هدف در ایران پرداخته شده است. منظور از تعداد کشورهای غالب هدف، تعداد کشورهایی است که در مجموع ۵۰ درصد سبد صادراتی ایران را تشکیل می دهند. همان گونه که در جدول ۴-۱۴۵ مشاهده می شود، تعداد حداقل ۸ و حداکثر ۲۰ کشور، کشورهای هدف ایران را تشکیل می دهند. بطور میانگین تعداد کشورهای هدف ایران ۱۴ کشور بوده است. هم چنین تعداد کشورهای غالب هدف حداقل یک و حداکثر ۲ کشور بوده اند که در مجموع سهم ۵۰ درصدی از سبد صادرات گوجه فرنگی ایران را به خود اختصاص می دادند. بطور میانگین ۱ کشور، کشور غالب هدف ایران بوده اند. در نهایت سهم کشور هدف اصلی (کشور اول) از سبد صادراتی ایران، حداقل ۳۴/۶ درصد و حداکثر ۹۳/۷ درصد بوده است که بطور میانگین این سهم ۷۲/۷ برآورد می شود. همان گونه که مشخص است نوسان تعداد کشورهای غالب و سهم کشور اصلی بیشتر از تعداد کشورهای هدف بوده است.

جدول ۴-۱۴۵- تعداد کشورهای هدف، تعداد کشورهای غالب هدف و سهم کشور اصلی در ایران

معیارها	تعداد کشورهای هدف	تعداد کشورهای غالب هدف	سهم کشور هدف اصلی-درصد
حداقل	۸	۱	۳۴,۶
حداکثر	۲۰	۲	۹۳,۷
میانگین	۱۳,۷۸۳	۱,۱۷۴	۷۲,۷
انحراف معیار	۳,۳۷	۰,۳۸۸	۲۰,۲
ضریب نوسان	۰,۲۴۵	۰,۳۳	۰,۲۷۸

مأخذ: یافته‌های مطالعه

در جدول ۴-۱۴۶ به تفکیک سال‌های تشدید تحریم‌ها و سال‌های پیش از تشدید تحریم‌ها مشخص است که تعداد کشورهای هدف در پیش از تشدید تحریم‌ها، حداقل ۸ و حداکثر ۱۹ کشور بوده و بطور متوسط تعداد کشورهای هدف حدود ۱۳ کشور بوده است. این در حالی است که در سال‌های تشدید تحریم تعداد کشورهای هدف افزایش یافت. بطوریکه حداقل ۱۰ و حداکثر ۲۰ کشور بوده و بطور متوسط تعداد کشورهای هدف حدود ۱۴ کشور بوده است. به عبارتی تعداد کشورهای هدف بطور متوسط ۱ کشور بیشتر شده است. هم‌چنین تعداد کشورهای غالب هدف در دوره پیش از تشدید تحریم، حداقل ۱، حداکثر ۲ و بطور میانگین ۱ کشور بوده است. این در حالی است که در سال‌های تشدید تحریم، تعداد کشورهای غالب تغییر چندانی نداشته است و همواره ۱ کشور بوده است. سهم کشور هدف اصلی از مجموع صادرات ایران در دوره پیش از تشدید تحریم، حداقل ۳۴/۶، حداکثر ۸۸/۱ و بطور میانگین ۵۹/۶ درصد بوده است. در حالی که در سال‌های تشدید تحریم، این سهم افزایش یافته است. بطوریکه در سال‌های تشدید تحریم، سهم کشور هدف اصلی از سبد صادراتی ایران حداقل ۸۱/۸، حداکثر ۹۳/۷ و بطور میانگین ۸۹/۸ درصد بوده است. لذا سهم کشور هدف اصلی در سال‌های تشدید تحریم بطور میانگین بیش از ۵۰ درصد رشد داشته است.

در ادامه لازم است بررسی شود که آیا این تحولات در نهایت اثر مثبت بر قیمت‌های صادراتی ایران در بازارهای جهانی خواهد داشت یا خیر؟ این نکته در تحلیل نموداری و برآورد الگوهای اقتصادسنجی در ادامه مشخص خواهد شد.

جدول ۴-۱۴۶- وضعیت کشورهای هدف صادرات ایران در سال‌های قبل و بعد از تشدید تحریم‌ها

پس از تشدید تحریم			پیش از تشدید تحریم			معیارها
سهم کشور هدف اصلی	تعداد کشورهای غالب هدف	تعداد کشورهای هدف	سهم کشور هدف اصلی	تعداد کشورهای غالب هدف	تعداد کشورهای هدف	
۸۱,۸	۱	۱۰	۳۴,۶	۱	۸	حداقل
۹۳,۷	۱	۲۰	۸۸,۱	۲	۱۹	حداکثر
۸۹,۸	۱	۱۴,۴	۵۹,۶	۱,۳۰۸	۱۳,۳۰۸	میانگین
۳,۵	۰	۳,۴۷۱	۱۷,۶	۰,۴۸	۳,۳۵۱	انحراف معیار
۰,۰۳۸	۰	۰,۲۴۱	۰,۲۹۵	۰,۳۶۷	۰,۲۵۲	ضریب نوسان

مأخذ: یافته‌های مطالعه

#### ۴-۶۶-۳- تحلیل ارتباط سهم صادرات گوجه فرنگی ایران و قیمت‌های صادراتی

همان‌گونه که در جدول ۴-۱۴۷ مشخص است، بررسی علیت بین سهم صادراتی ایران و قیمت‌های صادراتی ایران نشان می‌دهد که تغییر قیمت صادراتی ایران علت تغییر سهم صادرات ایران بوده است و لذا با افزایش قیمت‌های صادراتی برای ایران، سهم کشور از بازارهای جهانی نیز تغییر یافته است. این نتیجه در سطح یک درصد معنی‌دار بوده است. ضریب برآورد بلندمدت در این رابطه بیان‌گر آن است که با افزایش یک درصدی در قیمت‌های صادراتی ایران در بازارهای جهانی، سهم ایران از بازارهای جهانی ۰/۳۲ درصد بهبود خواهد یافت. این نتیجه مبتنی بر این نکته است که با بهبود قیمت‌های صادراتی ایران در بازارهای جهانی به اندازه یک درصد، صادرکنندگان ایرانی به عرضه بیشتر در بازارهای جهانی هرچند تشویق خواهند شد اما تنها ۰/۳۲ درصد این سهم صادراتی بهبود خواهد یافت که همان‌گونه که بیان شد نشان دهنده کم‌کشش بودن صادرکنندگان ایرانی به تغییر قیمت در بازارهای جهانی می‌باشد. تغییر سهم صادرات علت تغییر قیمت‌های صادراتی ایران در

بازارهای جهانی نبوده و در واقع نشان می دهد ایران قدرت بازاری مشخصی در بازار نداشته و نمی تواند روی قیمت های صادرکنندگان خود در بازارهای جهانی با مدیریت طرف عرضه تأثیرگذار باشد. در هر صورت نکته دیگری که در این قسمت مشخص است، آن است که تغییر سهم صادراتی علت تغییر قیمت های صادراتی ایران در بازارهای جهانی نخواهد بود و از این حیث، علیت یک طرفه برقرار می باشد.

جدول ۴-۱۴۷- علیت بین تغییر قیمت صادراتی و تغییر سهم صادرات ایران

سطح معنی داری	آماره برآوردی	فرضیه صفر
۰/۰۰۰	۱۸/۰۵۲	تغییر قیمت صادراتی ایران علت تغییر سهم صادرات ایران نیست
۰/۳۹۶	۰/۷۲۲	تغییر سهم صادرات ایران علت تغییر قیمت صادراتی ایران نیست
۰/۰۰۰	۰/۳۲	برآورد کشش بلندمدت اثر قیمت صادراتی بر سهم صادرات ایران

مأخذ: یافته های مطالعه

هم چنین نتیجه مهم دیگری که از بررسی رابطه قیمت صادراتی ایران و سهم صادرات ایران در بازارهای جهانی می توان به آن دست یافت آن است که نتیجه رابطه علیت نشان داد که تغییر قیمت صادراتی ایران علت تغییر نسبت صادرات ایران به مکزیک خواهد بود. این نتیجه نیز در سطح یک درصد معنی دار بوده است. برآورد کشش بلندمدت در مورد این رابطه بیان گر آن است که زمانی که قیمت صادراتی گوجه فرنگی ایران در بازارهای جهانی افزایش یک درصدی می یابد، نسبت مقادیر صادرات ایران به مقادیر صادرات مکزیک تنها ۰/۵۷۱ درصد بهبود خواهد یافت. به عبارت دیگر افزایش قیمت های ایران منجر به تشویق صادرکنندگان ایرانی جهت افزایش سهم در بازار می شود اما این بهبود سهم در سطح ناچیزی انجام خواهد شد که به نظر این مسئله به توان صادراتی کشور در بازارهای جهانی مربوط می باشد.

جدول ۴-۱۴۸- علت بین تغییر قیمت صادراتی و تغییر نسبت مقادیر صادرات ایران به میزان صادرات مکزیک

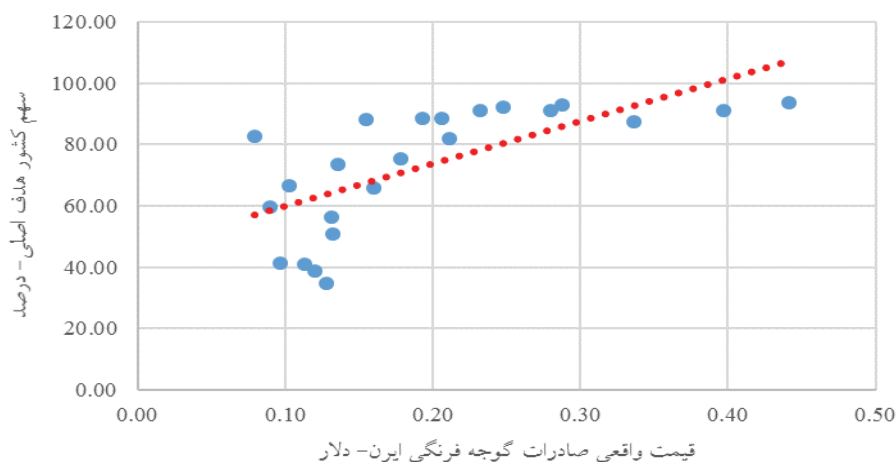
سطح معنی داری	آماره برآوردی	فرضیه صفر
۰/۰۰۶	۷/۵۰۱	تغییر قیمت صادراتی ایران علت تغییر نسبت مقادیر صادرات ایران به مقادیر مکزیک نیست
۰/۸۹۵	۰/۰۱۷	تغییر نسبت مقادیر صادرات ایران به مقادیر مکزیک علت تغییر قیمت صادراتی ایران نیست
۰/۰۰۰	۰/۵۷۱	برآورد کشش بلندمدت اثر قیمت صادراتی بر نسبت مقادیر صادرات ایران به مقادیر مکزیک

مأخذ: یافته های مطالعه

## ۴-۶۲- تحلیل نموداری عوامل اثرگذار بر نوسان قیمت های صادراتی ایران در بازارهای جهانی

### ۴-۶۲-۱- رابطه قیمت واقعی صادرات و سهم کشور هدف اصلی

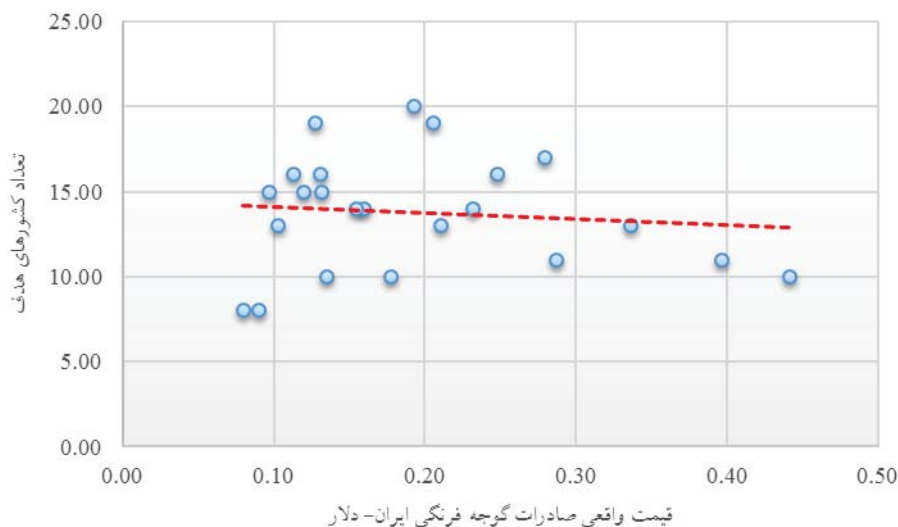
همان گونه که نمودار ۴-۱۵۲ نشان می دهد، بین قیمت های واقعی صادرات ایران و سهم کشور هدف اصلی ایران رابطه مثبت و مشخصی وجود دارد. به این معنی که با افزایش سهم کشور هدف اول، قیمت های واقعی صادرات ایران در مورد گوجه فرنگی در بازارهای جهانی با افزایش روبرو بوده است. براین اساس انتظار می رود در الگوی بلندمدت که در ادامه برآورد خواهد شد، ارتباط بین قیمت های واقعی صادرات و سهم کشور هدف اصلی ایران یک رابطه مثبت برآورد گردد.



نمودار ۴-۱۵۲- ارتباط بین قیمت واقعی صادرات و سهم کشور هدف اصلی

#### ۴-۶۷-۳- رابطه قیمت واقعی صادرات و تعداد کشورهای هدف

همان‌گونه که نمودار ۴-۱۵۳ نشان می‌دهد، بین قیمت‌های واقعی صادرات ایران و تعداد کشورهای هدف ایران رابطه منفی و مشخصی وجود دارد. به این معنی که با افزایش تعداد کشورهای هدف، قیمت‌های واقعی صادرات ایران در مورد گوجه‌فرنگی در بازارهای جهانی با کاهش روبرو بوده است. براین اساس انتظار می‌رود در الگوی بلندمدت که در ادامه برآورد خواهد شد، ارتباط بین قیمت‌های واقعی صادرات و تعداد کشورهای هدف ایران یک رابطه منفی برآورد گردد.



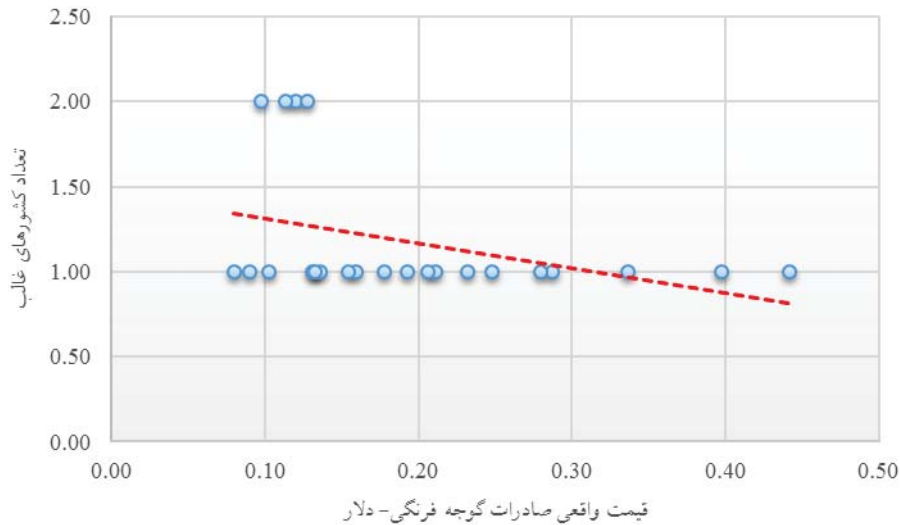
نمودار ۴-۱۵۳- ارتباط بین قیمت واقعی صادرات و تعداد کشورهای هدف

#### ۴-۶۷-۴- رابطه قیمت واقعی صادرات و تعداد کشورهای غالب

همان‌گونه که نمودار ۴-۱۵۴ نشان می‌دهد، بین قیمت‌های واقعی صادرات ایران و تعداد کشورهای غالب هدف ایران رابطه تقریباً منفی وجود دارد. به این معنی که با افزایش تعداد کشورهای غالب هدف، قیمت‌های واقعی صادرات ایران در مورد گوجه‌فرنگی در بازارهای جهانی با کاهش روبرو بوده است. براین اساس انتظار می‌رود در



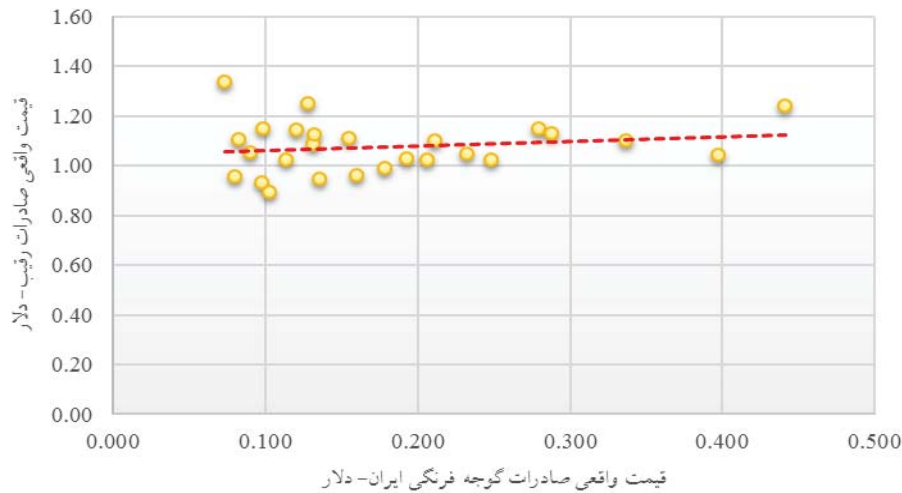
الگوی بلندمدت که در ادامه برآورد خواهد شد، ارتباط بین قیمت‌های واقعی صادرات و تعداد کشورهای غالب هدف ایران یک رابطه منفی برآورد گردد.



نمودار ۴-۱۵۴- ارتباط بین قیمت واقعی صادرات و تعداد کشورهای غالب هدف

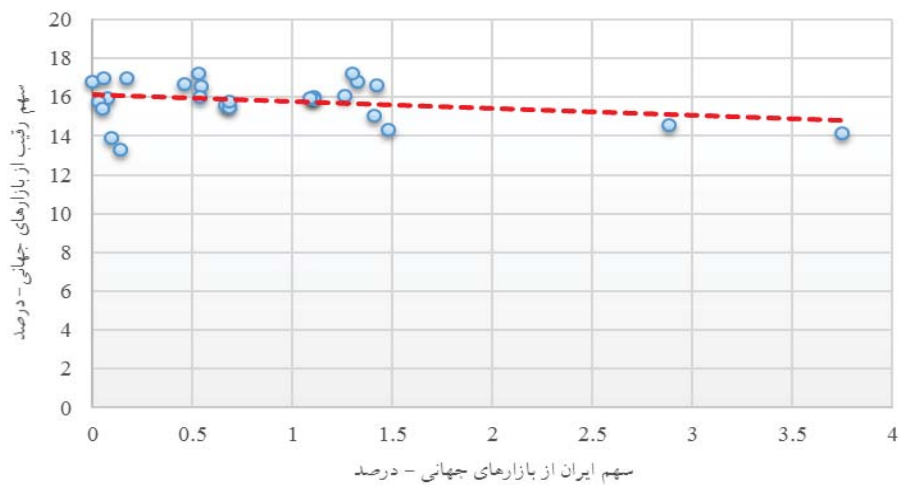
#### ۴-۶۷-۵- رابطه قیمت واقعی صادرات و قیمت کشور مسلط بر بازارهای جهانی

همان‌گونه که نمودار ۴-۱۵۵ نشان می‌دهد، بین قیمت‌های واقعی صادرات ایران و قیمت‌های واقعی گوجه‌فرنگی مکزیکی رابطه مثبت ضعیفی وجود دارد. براین اساس انتظار می‌رود در الگوی بلندمدت که در ادامه برآورد خواهد شد، ارتباط بین قیمت‌های واقعی صادرات و قیمت کشور رقیب یک رابطه مثبت برآورد گردد.



نمودار ۴-۱۵۵- ارتباط بین قیمت واقعی صادرات ایران و مکزیك

همان گونه که نمودار پراکندگی سهم ایران و رقیب نشان می دهد، رابطه سهم صادراتی ایران و مکزیك منفی بوده و با افزایش سهم صادراتی مکزیك، سهم صادراتی ایران کاهش داشته است. بطوریکه افزایش تقاضا برای گوجه فرنگی مکزیك، در رقابت با سایر کشورها، سهم صادرات گوجه فرنگی ایران را کاهش خواهد داد.



نمودار ۴-۱۵۶- ارتباط بین سهم صادراتی ایران و مکزیك از بازارهای جهانی

## ۴-۶۸- برآورد الگوی بلندمدت عوامل مؤثر بر قیمت های صادراتی گوجه فرنگی ایران

### ۴-۶۸-۱- تعیین پایایی متغیرهای مورد بررسی

در ادامه در این قسمت از نتایج، برآورد الگوی بلندمدت عوامل مؤثر بر قیمت های صادراتی گوجه فرنگی ایران انجام خواهد شد. براین اساس در قدم اول پایایی<sup>۶۱</sup> متغیرهای مورد بررسی آزمون شده است. در مورد گوجه فرنگی بر مبنای جدول ۴-۱۴۹، متغیرهای مورد بررسی برخی پایا از مرتبه اول I(1) و برخی در سطح پایا I(0) بوده و شرایط اولیه برای برآورد الگوهای خودرگرسیون با وقفه های توضیحی (ARDL)<sup>۶۲</sup> را خواهند داشت. جدول ۴-۱۴۹ آزمون پایایی متغیرهای الگو را نشان می دهد.

جدول ۴-۱۴۹- آزمون پایایی متغیرها با استفاده از آزمون دیکی فولر تعمیم یافته

متغیر	آماره برآوردی	آماره بحرانی	سطح معنی داری	نتیجه
قیمت صادراتی ایران	-۳/۰۴۸	-۳/۰۱۲	۰/۰۴۷	I(1)
قیمت صادراتی رقیب	-۴/۲۳۷	-۳/۶۷۴	۰/۰۱۸	I(0)
تعداد کشورهای هدف	-۳/۳۲۰	-۳/۲۵۵	۰/۰۸۹	I(0)
تعداد کشورهای غالب	-۷/۱۸۵	-۴/۴۵۷	۰/۰۰۰	I(1)
سهم کشور هدف اصلی	-۴/۸۹۴	-۴/۴۴۱	۰/۰۰۴	I(0)

مأخذ: نتایج مطالعه

برای تخمین رابطه بلندمدت می توان از روش دو مرحله ای به صورت زیر عمل نمود: در مرحله اول ارتباط بلندمدت بین متغیرهای تحت بررسی آزمون می شود. در این رابطه برای مجموع ضرایب برآوردی مربوط به وقفه های متغیر وابسته در الگوی کوتاه مدت، رابطه زیر آزمون خواهد شد:

$$t = \frac{\sum_{i=1}^n \hat{\beta}_i - 1}{\sum_{i=1}^n \delta_{\hat{\beta}_i}} = \frac{0.473 - 1}{0.13} = 4.054$$

61 . Stationary Test

62 . Autoregressive Distributed lag model

که در آن  $\hat{\beta}_i$  ضریب برآوردی برای وقفه متغیر وابسته و  $\delta_{\hat{\beta}_i}$  خطای استاندارد ضریب مورد نظر می باشد. با مقایسه آماره t محاسباتی و بحرانی دولادومستر می توان به وجود یا عدم وجود رابطه بلندمدت بین متغیرهای الگو پی برد. با توجه به مقدار t محاسباتی که برابر است با (۵/۶۸) و بزرگتر از t بحرانی (۳/۴۵) است. لذا وجود رابطه بلندمدت بین متغیرها اثبات می شود که در ادامه مدل بلندمدت برآورد گردیده است.

جدول ۴-۱۵۰- برآورد الگوی کوتاه مدت الگوی ARDL(1, 0, 0, 1, 0)

متغیرها	ضریب برآوردی	خطای استاندارد	آماره t	سطح احتمال
وقفه قیمت صادراتی ایران	۰,۴۷۲۸۴	۰,۱۲۹۵۶	۳,۶۴۹۵	۰,۰۰۵
تعداد کشورهای هدف	-۰,۰۰۷۴	۰,۰۰۳۳۳۶	-۲,۲۱۷۹	۰,۰۵۴
وقفه تعداد کشورهای هدف	-۰,۰۰۳۰۱	۰,۰۰۲۵۷۷	-۱,۱۶۷۶	۰,۲۷۳
تعداد کشورهای غالب	-۰,۰۷۲۸۹	۰,۰۴۳۸۳۷	-۱,۶۶۲۷	۰,۱۳۱
سهم کشور هدف اصلی	-۰,۲۰۳۳۲	۰,۰۸۹۷۲۱	-۲,۲۶۶۱	۰,۰۵
قیمت کشور مکزیک	۰,۰۶۹۱۱۶	۰,۰۷۱۹۹	۰,۹۶۰۰۸	۰,۳۶۲
سالهای تشدید تحریم	-۰,۰۴۵۸۸	۰,۰۳۳۸۸۹	-۱,۳۵۳۹	۰,۲۰۹
روند زمانی	۰,۰۱۶۱۲	۰,۰۰۳۸۶۴	۴,۱۷۱۶	۰,۰۰۲
عرض از مبدأ	-۰,۱۳۵۴۱	۰,۰۳۴۸۶۸	-۳,۸۸۳۵	۰,۰۰۴
R-Squared= 0.97270 Durbin's h-statistic= 0.27164 [0.786] F statistic= 26.7251[0.000] Schwarz Bayesian Criterion= 3.6259				

مأخذ: نتایج مطالعه

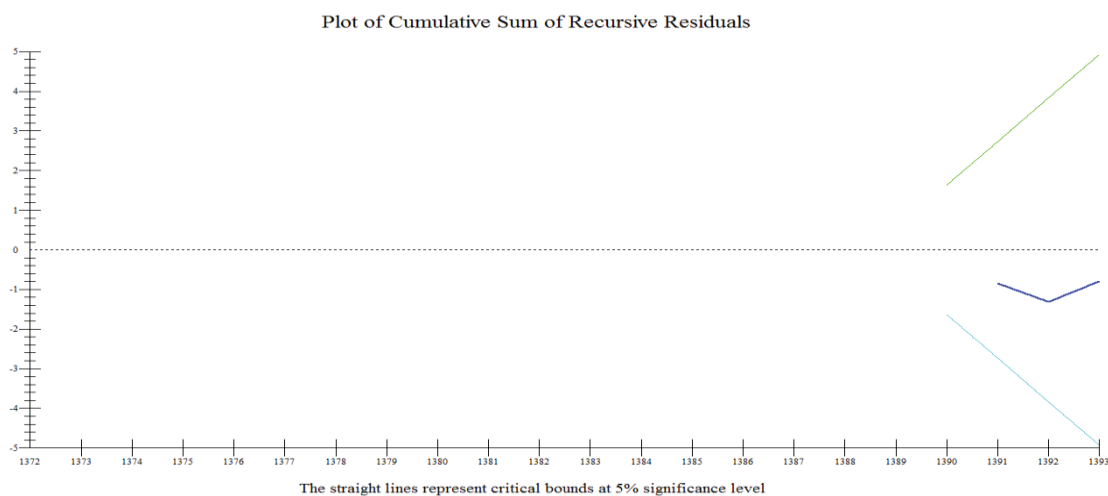
در ادامه به بررسی فروض کلاسیک در الگوی برآوردی پرداخته شده است که نتایج بدست آمده در جدول ۴-۱۵۱ بیان گر عدم وجود مشکلات مختلف کلاسیک در نتایج می باشد. نتایج آزمون نرمال بودن اجزای اخلاص بیان گر آن است که اجزای اخلاص در الگوی مورد نظر از توزیع نرمال تبعیت می نمایند. لذا آماره های T و F در الگوی برآوردی از اعتبار مناسبی برخوردارند. نتایج آزمون خودهمبستگی و ناهمسانی واریانس نیز بیان گر آن است که در الگوی برآوردی همبستگی سریالی اجزای اخلاص و همسانی واریانس وجود نداشته و از این جهت نیز فروض کلاسیک در نتایج برآوردی برقرار می باشند.

جدول ۴-۱۵۱- آزمون های فروض کلاسیک برای الگوی ARDL (1, 0, 0, 1, 0)

سطح معنی داری	آماره LM	متغیرها
۰/۸۵۸	۰/۰۳۲	خودهمبستگی سریالی
۰/۲۳۶	۱/۴۰۴	فرم تابعی
۰/۸۹۹	۰/۲۱۳	نرمال بودن اجزای اخلاص
۰/۹۵۱	۰/۰۰۴	ناهمسانی واریانس

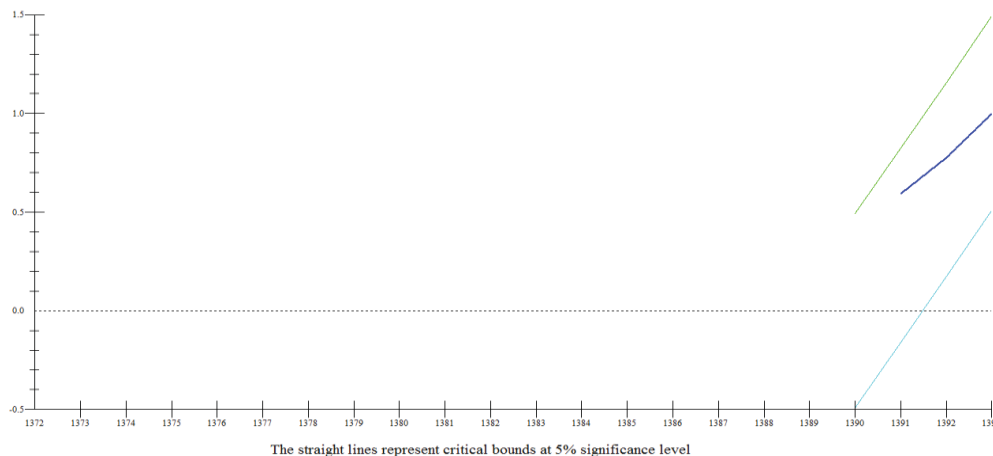
مأخذ: نتایج مطالعه

در ادامه به منظور تحلیل شکست ساختاری در الگوی برآوردی از آماره های CUSUM و CUSUMQ استفاده شده است که به دلیل حضور خطوط برآوردی در بازه بحرانی، از این حیث مشکلات شکست ساختاری در الگوی برآوردی ملاحظه نمی شود.



نمودار ۴-۱۵۷- آزمون شکست ساختاری CUSUM

Plot of Cumulative Sum of Squares of Recursive Residuals



#### نمودار ۴-۱۵۸-آزمون شکست ساختاری CUSUMQ

با توجه به نتایج برآورد الگوی بلندمدت، متغیر تعداد کشور هدف در سطح ۵ درصد معنی دار شده و اثر منفی بر قیمت های صادراتی ایران دارد به طوری که با افزایش یک کشور به کشورهای هدف به میزان ۰/۰۱۹۷ دلار از قیمت صادراتی ایران کاسته می شود. متغیر سهم کشور هدف اصلی نیز اثری منفی و معنی داری بر قیمت صادراتی ایران دارد به طوری که با افزایش یک درصدی در سهم کشور هدف اصلی، ۰/۳۸۵ دلار قیمت صادراتی ایران کاهش می یابد. همچنین قیمت کشور مکزیک اثر مثبت و معنی داری بر قیمت های صادراتی ایران دارد و در سطح ۵ درصد معنادار شده است و با افزایش یک دلار به قیمت صادراتی کشور مکزیک به میزان ۰/۶۹۳ دلار قیمت صادراتی گوجه فرنگی ایران افزایش می یابد. متغیر تحریم نیز اثر منفی بر قیمت های صادراتی ایران در بلندمدت داشته است، هرچند این اثر در سطح مناسبی معنی دار نبوده است.

جدول ۴-۱۵۲- برآورد الگوی بلند مدت الگوی  $ARDL(1, 0, 0, 1, 0)$

متغیرها	ضریب برآوردی	خطای استاندارد	آماره t	سطح معنی داری
تعداد کشورهای هدف	-۰,۰۱۹۷۵	۰,۰۰۶۰۵۵	-۳,۲۶۰۸	۰,۰۱
تعداد کشورهای غالب	-۰,۱۳۸۲۷	۰,۰۷۸۷۸۱	-۱,۷۵۵۱	۰,۱۱۳
سهم کشور هدف اصلی	-۰,۳۸۵۶۹	۰,۱۷۱۹	-۲,۲۴۳۷	۰,۰۵۲
قیمت کشور رقیب	۰,۶۹۳۵۱	۰,۲۱۴۳۳	۳,۲۳۵۸	۰,۰۱
سالهای تشدید تحریم	-۰,۰۸۷۰۴	۰,۰۶۶۷۴۹	-۱,۳۰۴	۰,۲۲۵
روند زمانی	۰,۰۳۰۵۷۹	۰,۰۰۷۴۰۳	۴,۱۳۰۴	۰,۰۰۳
عرض از مبدأ	-۰,۰۷۲۵۴	۰,۰۴۲۳۵۷	-۱,۷۱۲۶	۰,۱۲۱

در مرحله بعد الگوی ضریب تصحیح خطا برآورد گردیده است. نتایج در این قسمت نشان می دهد که اگر شوکی به قیمت های صادراتی ایران وارد شود اثر این شوک در هر دوره به میزان حدود ۵۲/۷ درصد تعدیل می شود و برای تعدیل کامل این شوک به کمتر از ۲ دوره نیاز است. ضریب تصحیح خطا در این الگو در سطح یک درصد معنی دار بوده است.

جدول ۴-۱۵۳- برآورد ضریب تصحیح خطا برای الگوی  $ARDL(1, 0, 0, 1, 0)$

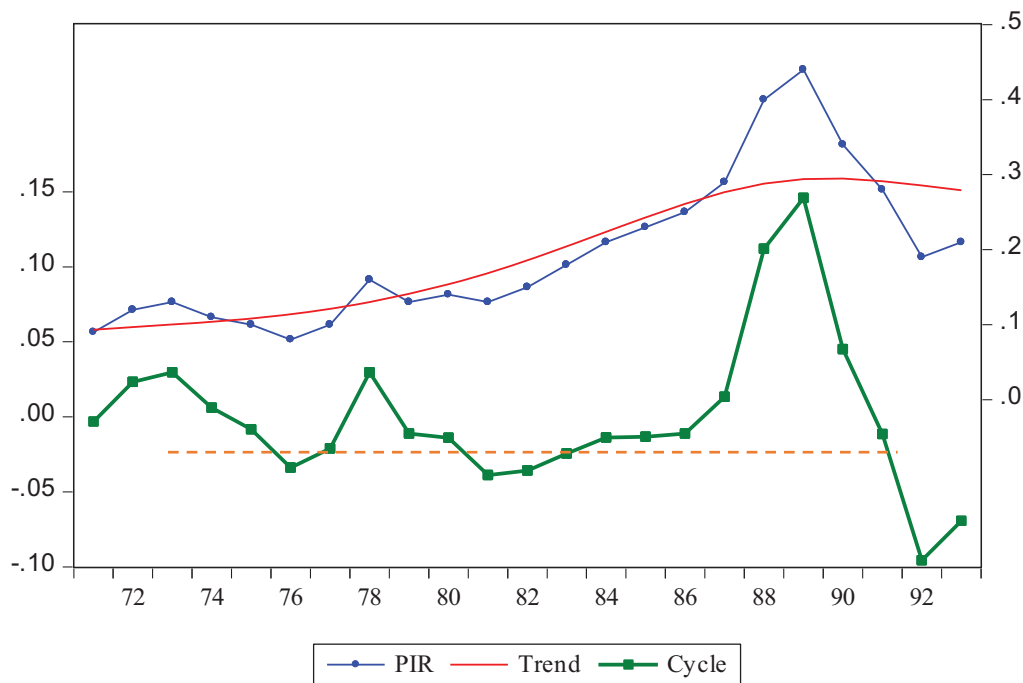
متغیرها	ضریب برآوردی	خطای استاندارد	آماره t	سطح معنی داری
تغییرات تعداد کشورهای هدف	-۰,۰۰۷	۰,۰۰۳	-۲,۲۱۸	۰,۰۴۹
تغییرات تعداد کشورهای غالب	-۰,۰۷۳	۰,۰۴۴	-۱,۶۶۳	۰,۱۲۵
تغییرات سهم کشور هدف اصلی	-۰,۲۰۳	۰,۰۹۰	-۲,۲۶۶	۰,۰۴۵
تغییرات قیمت کشور مکزیکی	۰,۰۶۹	۰,۰۷۲	۰,۹۶۰	۰,۳۵۸
تغییرات سالهای تشدید تحریم	-۰,۰۳۸	۰,۰۲۲	-۱,۷۲۷	۰,۱۱۲
تغییرات روند زمانی	-۰,۰۴۶	۰,۰۳۴	-۱,۳۵۴	۰,۲۰۳
تغییرات ضریب ثابت	۰,۰۱۶	۰,۰۰۴	۴,۱۷۲	۰,۰۰۲
وقفه ضریب تصحیح خطا	-۰,۰۵۲۷	۰,۱۳۰	-۴,۰۶۹	۰,۰۰۲

R-Squared = 0.87909  
DW-statistic = 1.9080  
F-statistic= 6.5433[0.002]  
Schwarz Bayesian Criterion= 3.6259

#### ۴-۶۹- تحلیل رفتار بلندمدت قیمت های صادراتی ایران و انحراف از روند باثبات

نتایج تحلیل فیلتر هودریک-پرسکات بیان گر آن است که روند باثبات قیمت های واقعی صادراتی ایران با روندهای فعلی قیمت های واقعی صادراتی در سال های اخیر فاصله دارد. هرچند در سال های پایانی روند باثبات قیمت های واقعی صادراتی کاهش می باشد، اما روند واقعی قیمت های صادراتی ایران از همین روند باثبات کاهش نیز کمتر بوده و نشان می دهد در سال های پایانی بیش از آنچه انتظار می رفت، قیمت های صادراتی واقعی ایران در مورد محصول پرتقال کاهش یافته است. همانگونه که ملاحظه می شود، تغییرات قیمت های صادراتی ایران از روند باثبات در سال های مختلف بسیار نوسانی بوده و بیان گر عدم ثبات لازم در قیمت های صادراتی ایران در بازارهای جهانی است.

Hodrick-Prescott Filter (lambda=100)

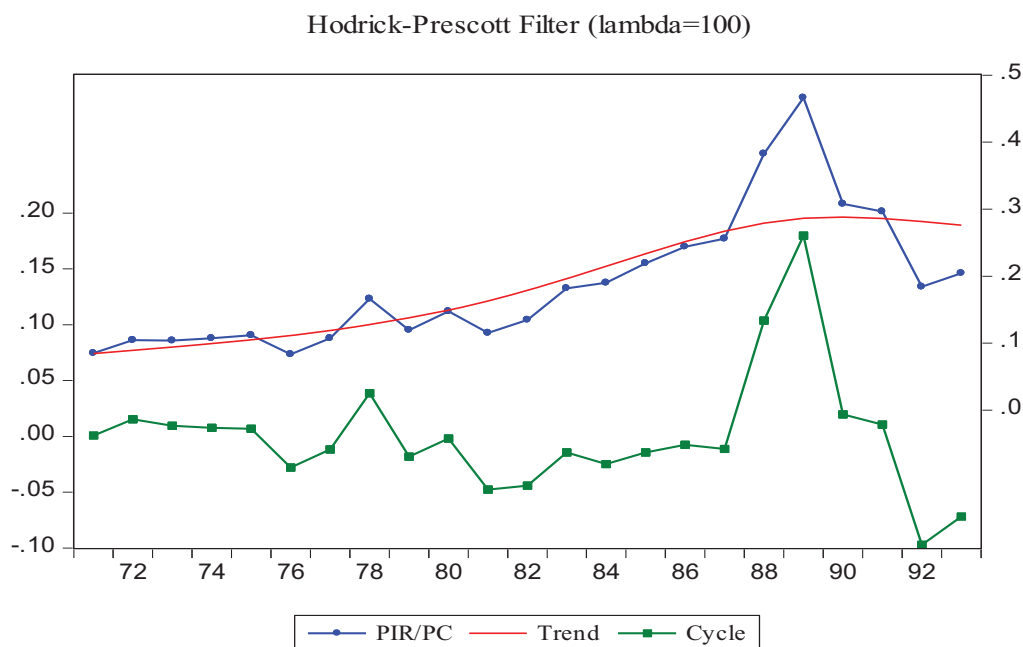


نمودار ۴-۱۵۹- تحلیل فیلتر هودریک اسکات قیمت واقعی گوجه فرنگی صادراتی ایران

همچنین نتایج تحلیل فیلتر هودریک-پرسکات در قیمت های نسبی ایران نسبت به مکزیک بیان گر آن است که روند باثبات نسبت قیمت های صادراتی ایران به قیمت های صادراتی مکزیک با روندهای واقعی در سال های اخیر



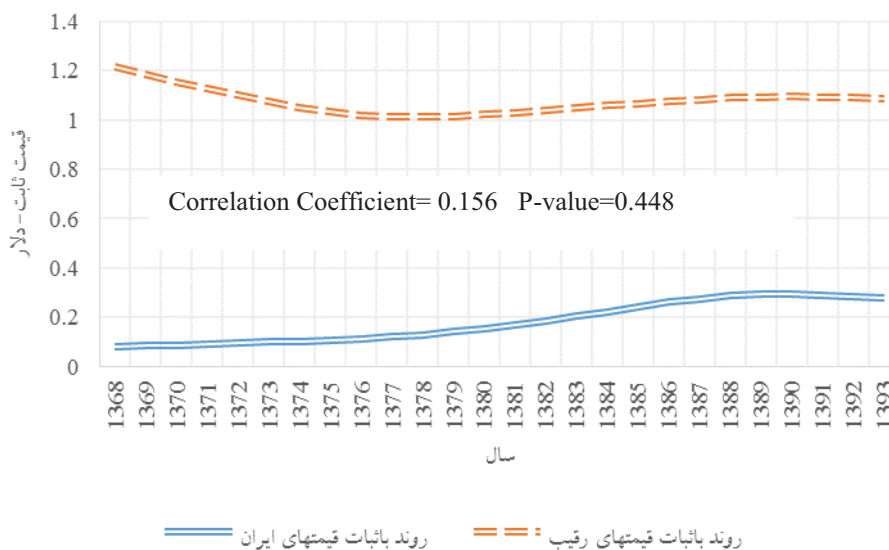
فاصله دارد. هر چند در سال‌های پایانی روند باثبات نسبت قیمت صادراتی ایران به قیمت‌های صادراتی مکزیک کاهشی می‌باشد، اما روند واقعی نسبت قیمت‌های صادراتی ایران به قیمت‌های صادراتی مکزیک از همین روند باثبات کاهشی نیز کمتر بوده و نشان می‌دهد در سال‌های پایانی بیش از آنچه انتظار می‌رفت، قیمت‌های صادراتی واقعی ایران در مقابل قیمت‌های واقعی مکزیک افزایش مناسبی نداشته و این نسبت در سال‌های پایانی از حد مورد انتظار کاهش بیشتری داشته است. همان‌گونه که ملاحظه می‌شود، نوسان نسبت قیمت‌های صادراتی ایران به قیمت‌های صادراتی مکزیک از روند باثبات (خط سبزرنگ) در سال‌های مختلف بسیار مشخص بوده و بیان‌گر عدم ثبات لازم در نسبت قیمت‌های صادراتی ایران به قیمت‌های صادراتی مکزیک بویژه در سال‌های پایانی است. هرچند این روند در برخی سال‌های قبل نیز وجود داشته اما در سال‌های پایانی شدت یافته است.



نمودار ۴-۱۶۰- تحلیل فیلتر هودریک اسکات نسبت قیمت واقعی گوجه فرنگی صادراتی ایران به مکزیک

#### ۴-۷۰- تحلیل قیمتها و سهم صادرات ایران با مکزیک

باتوجه به نتایج نمودار ۴-۱۶۱ در این قسمت، روند باثبات قیمت های ایران و مکزیک نشان می دهد که این روند برای ایران هرچند صعودی بوده اما در سال های اخیر نزولی شده است. هر چند روند قیمت های واقعی مکزیک در سال های اخیر هم جهت با روند قیمت های ایران کاهش یافته اما این کاهش نسبت به کاهش قیمت های صادراتی ایران کمتر بوده است و قیمت های باثبات صادراتی مکزیک در مجموع از ثبات بیشتری برخوردار بوده است. رابطه کلی این دو متغیر مثبت اما بسیار ضعیف بوده و در سطح مناسبی نیز معنی دار نمی باشد.



#### نمودار ۴-۱۶۱- مقایسه روندهای باثبات قیمتی ایران و مکزیک

همان گونه که بررسی علیت بین روند باثبات قیمت های ایران و مکزیک نشان می دهد، هم قیمت های ایران و هم قیمت های مکزیک علت همدیگر در بازارهای جهانی بوده و از این حیث علیت دوطرفه برقرار بوده است. این نتیجه در سطح یک درصد معنی دار می باشد. لذا توجه به روند باثبات قیمت های صادراتی و سیاست گذاری جهت

دستیابی به آن، منجر به افزایش قدرت رقابتی ایران در بازار گوجه فرنگی شده و قیمت های ایران می تواند در شرایط بلندمدت خود، بر قیمت های جهانی نیز اثرگذار باشد.

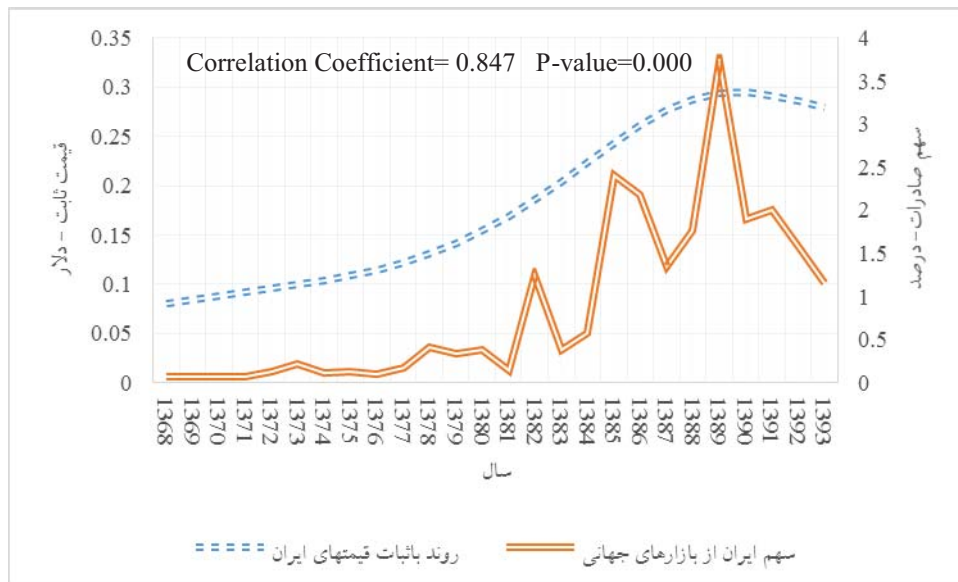
جدول ۴-۱۵۴- تحلیل علیت روند قیمت های باثبات ایران و مکزیک

فرض صفر	ضریب برآوردی	درجه آزادی	سطح احتمال
روند باثبات قیمت مکزیک علت روند باثبات قیمت ایران نیست	۵/۹۹۰	۱	۰/۰۱۴
روند باثبات قیمت ایران علت روند باثبات قیمت مکزیک نیست	۴۴/۶۰۷	۱	۰/۰۰۰

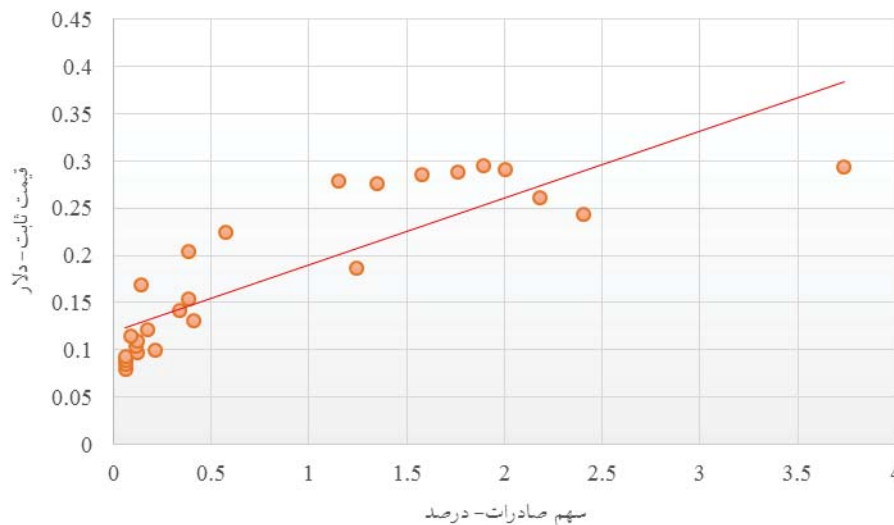
مأخذ: یافته های مطالعه

همان گونه که در نمودار ۴-۱۶۲ و هم چنین نمودار پراکندگی نیز مشخص است، روند باثبات سهم ایران از صادرات گوجه فرنگی در بازارهای جهانی با قیمت های صادراتی واقعی ایران رابطه مثبت داشته است. اما آن چه که بسیار قابل تأمل است آن است که در سال های پایانی علی رغم کاهش قیمت های واقعی صادرات ایران در بازارهای جهانی، سهم صادرات ایران از این بازارها کاهش یافته است. لذا در سال های پایانی نامناسب ترین وضعیت برای صادرکنندگان ایرانی ایجاد شده که هم قیمت های فروش آنها افت کرده و هم سهم فروش آنها در مقایسه با رقبای خود کاهش یافته است. علت افت سهم صادراتی و هم زمان قیمت های صادراتی در سال های پایانی، ظهور کشورهای بیشتر در صادرات گوجه فرنگی (مانند پاکستان، قزاقستان و ...) و در نتیجه عرضه بیشتر و هم زمان افت قیمت های جهانی (همانگونه که پیش تر گفته شد) و در نهایت انتقال این کاهش قیمت های جهانی به قیمت های صادراتی ایران می باشد.

در نهایت نمودار پراکندگی در کل بیانگر ارتباط مثبت بین قیمت های صادراتی ایران و بهبود سهم ایران در بازارهای جهانی می باشد.



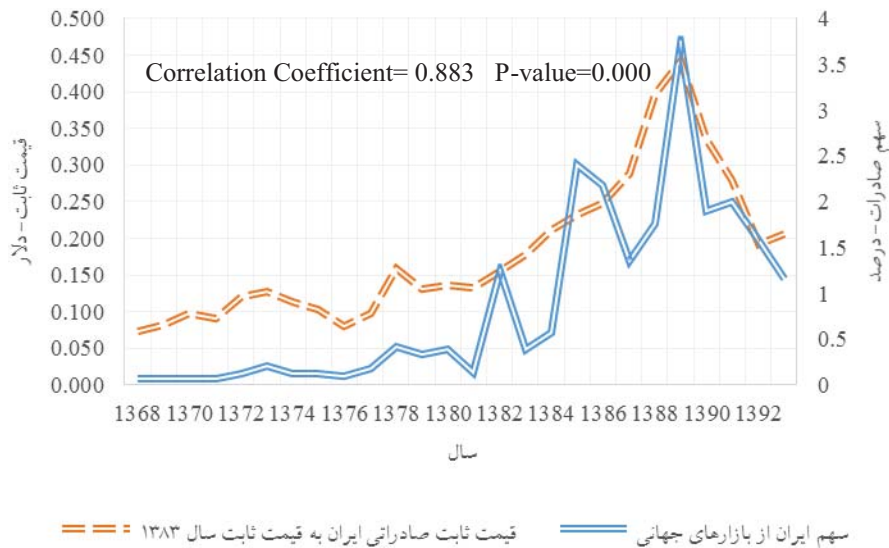
نمودار ۴-۱۶۲- روند سهم ایران از بازارهای جهانی و روند باثبات قیمت های ایران



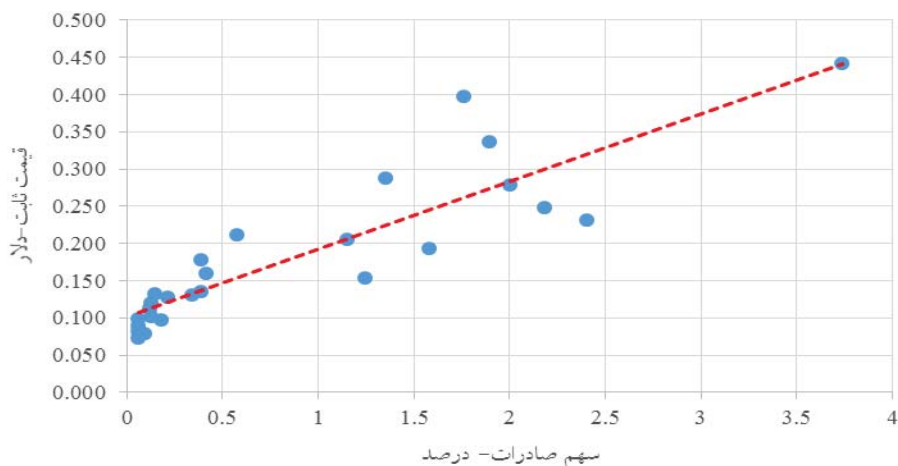
نمودار ۴-۱۶۳- ارتباط سهم ایران از بازارهای جهانی و روند باثبات قیمت های ایران

تحلیل روند قیمت های فعلی ایران در بازارهای جهانی در مقابل سهم های بدست آورده فعلی نیز در بازارهای جهانی همین نتیجه را تأیید می کند. مشاهده می شود که بویژه در سال های پایانی علیرغم کاهش قیمت های

ایران در بازارهای جهانی سهم ایران از بازارهای جهانی نیز کاهش یافته که بسیار به ضرر صادرکنندگان ایرانی بوده است. همان‌گونه که بیان گردید، علت افت سهم صادراتی و هم‌زمان قیمت‌های صادراتی در سال‌های پایانی، ظهور کشورهای بیشتر در صادرات گوجه‌فرنگی (مانند پاکستان، قزاقستان و ...) و در نتیجه عرضه بیشتر و هم‌زمان افت قیمت‌های جهانی (همان‌گونه که پیش‌تر گفته شد) و در نهایت انتقال این کاهش قیمت‌های جهانی به قیمت‌های صادراتی ایران می‌باشد. مطابق نمودار پراکندگی نیز رابطه مثبت و معنی‌دار سهم صادرات و قیمت‌های صادراتی کاملاً مشخص و معنی‌دار بوده است.

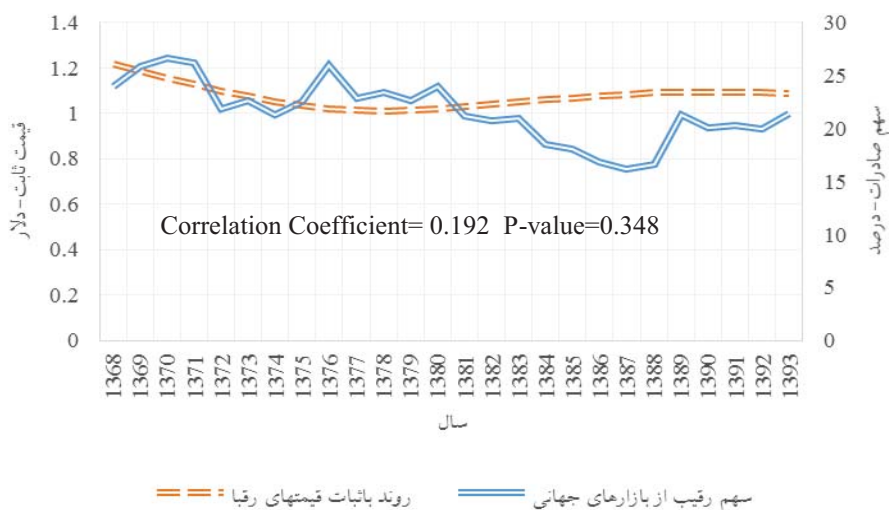


نمودار ۴-۱۶۴ - روند قیمت‌های صادراتی ایران و سهم ایران از بازارهای جهانی

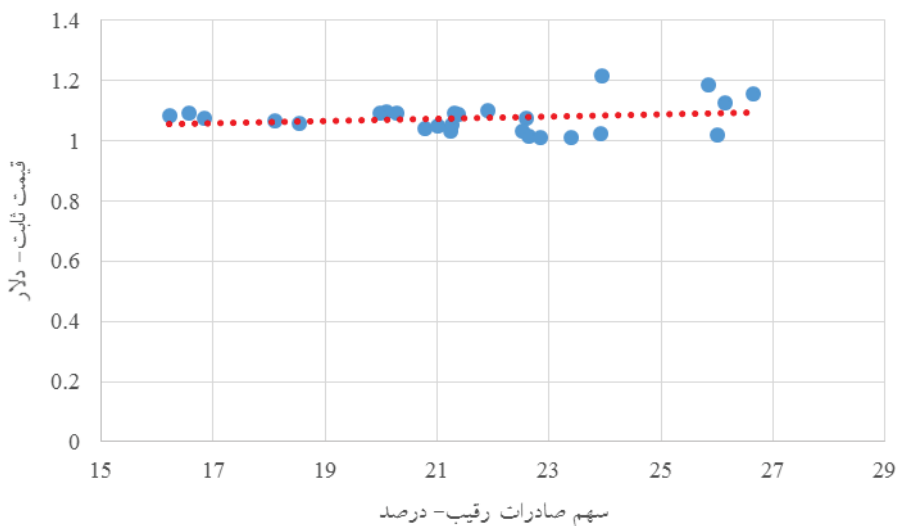


نمودار ۴-۱۶۵- ارتباط قیمت‌های صادراتی ایران و سهم ایران از بازارهای جهانی

این در حالی است که در مورد مکزیك به عنوان بزرگ‌ترین رقیب ایران در بازارهای جهانی، شرایط به گونه‌ای دیگر بوده است. هرچند برای مکزیك نیز بطور کلی روند باثبات قیمت‌های واقعی صادراتی در سال‌های پایانی میل به نزول دارد اما سهم این کشور از بازارهای جهانی افزایش یافته است. بطور کلی ثبات در قیمت‌ها و مقادیر صادراتی در کشور رقیب بسیار مناسب‌تر بوده است. مطابق نمودار پراکندگی، رابطه بین قیمت‌های باثبات صادراتی و سهم صادرات ایران از گوجه‌فرنگی مثبت می‌باشد. هرچند این اثر در سطح مناسبی معنی دار نبوده است.



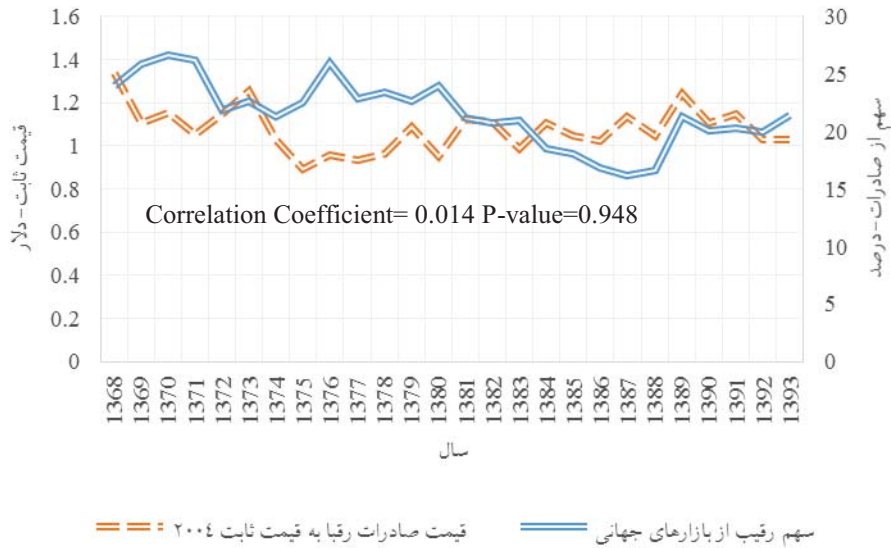
نمودار ۴-۱۶۶- روند سهم مکزیک از بازارهای جهانی و روند باثبات قیمت های مکزیک



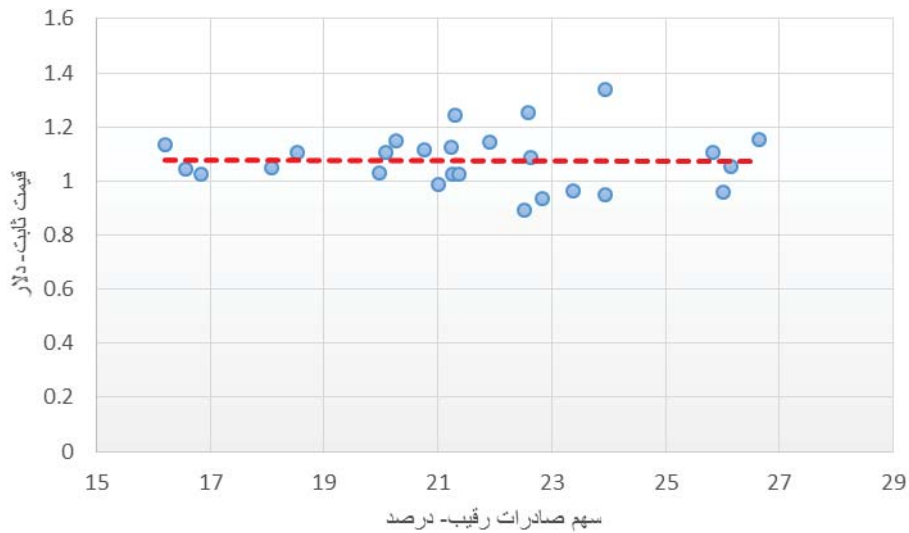
نمودار ۴-۱۶۷- ارتباط سهم مکزیک از بازارهای جهانی و روند باثبات قیمت های مکزیک

روند واقعی قیمت های صادراتی و سهم مکزیک از بازارهای جهانی نیز مؤید همین نتیجه بوده است. بطوریکه در سال های پایانی علیرغم کاهش قیمت های واقعی صادراتی مکزیک در بازارهای جهانی گوجه فرنگی، سهم این

کشور از بازارهای جهانی بهبود یافته است. هرچند که رابطه مثبت این دو متغیر در سطح مناسبی معنی‌دار نبوده است.



نمودار ۴-۱۶۸- روند قیمت‌های صادراتی و سهم مکزیک از بازارهای جهانی



نمودار ۴-۱۶۹- ارتباط قیمت‌های صادراتی و سهم مکزیک از بازارهای جهانی



#### ۴-۷۱- تحلیل الگوی انتقال قیمت

باتوجه به نتایج آزمون انتقال قیمت در این قسمت مشخص است که بجز متغیر وقفه اول تغییرات منفی قیمت مکزیک، سایر متغیرهای مورد بررسی در این الگو معنی دار در سطح یک درصد می باشند. ضرایب تصحیح خطای در حالت افزایشی و کاهشی در هر دو حالت منفی و معنی دار شده است که بیانگر تعدیل اثرات شوک وارده مثبت و منفی بر قیمت ایران در بازارهای جهانی خواهد بود. همچنین بیانگر همگرایی قیمت های ایران و مکزیک به عنوان دو رقیب اصلی در بازار جهانی گوجه فرنگی می باشد. آماره ضریب تعیین در این الگو ۷۶ درصد بوده که بیانگر توضیح مناسب تغییرات قیمت ایران با متغیرهای مستقل بکار رفته در الگو می باشد. همچنین آماره جاکوبرا بیانگر نرمال بودن توزیع اجزای اخلاص در الگوی مورد بررسی و اعتبار آماره های  $F$  و  $t$  می باشد. نتایج آزمون انتقال قیمت بیانگر آن است که انتقال قیمت در کوتاه مدت و بلندمدت نامتقارن بوده است. به این معنی که نحوه اثر افزایش قیمت های مکزیک در بازارهای جهانی، بر قیمت های صادراتی ایران چه در کوتاه مدت و چه در بلندمدت متفاوت است از مقدار اثری که کاهش قیمت های شیلی در بازارهای جهانی، بر قیمت های صادراتی ایران چه در کوتاه مدت و چه در بلندمدت می گذارد و لذا با سیاست گذاری مناسب و متفاوت برای دوره های افزایش و یا کاهش قیمت های جهانی، چه در کوتاه مدت و چه در بلندمدت ایران می تواند اثرات نامطلوب این انتقال را به حداقل برساند.

جدول ۴-۱۵۵- نتایج انتقال قیمت

متغیر	پارامتر برآوردی	انحراف استاندارد	آماره t
وقفه اول تغییرات قیمت ایران	۰,۶۰۹۰	۰,۰۹۱۴	۶,۶۶۰۰
تغییرات مثبت قیمت مکزیک	-۰,۱۴۵۸	۰,۰۳۱۱	-۴,۶۹۴۰
تغییرات منفی قیمت مکزیک	۰,۱۸۹۶	۰,۰۲۸۰	۶,۷۷۳۰
وقفه اول تغییرات مثبت قیمت مکزیک	-۰,۱۷۴۴	۰,۰۴۱۱	-۴,۲۳۹۰
وقفه اول تغییرات منفی قیمت مکزیک	-۰,۰۰۰۷	۰,۰۱۸۱	-۰,۰۳۸۸
جزء تصحیح خطای منفی	-۰,۴۵۰۶	۰,۰۷۳۳	-۶,۱۵۱۰
جزء تصحیح خطای مثبت	-۰,۲۲۴۱	۰,۰۶۵۷	-۳,۴۰۹۰
تحریم	۰,۰۱۰۶	۰,۰۰۴۴	۲,۳۹۷۰
ضریب ثابت	۰,۰۲۷۰	۰,۰۰۴۲	۶,۳۸۸۰
آماره شوارتز	۰/۰۰۳		
آماره ضریب تعیین	۰/۷۶۰۰		
آماره دوربین واتسون	۲/۲۱۹		
آماره جارکوبرا	۲/۷۷۴		
سطح احتمال آماره جارکوبرا	۰/۲۵۰		

مأخذ: یافته های مطالعه

جدول ۴-۱۵۶- نتیجه آزمون انتقال قیمت بازار صادراتی گوجه فرنگی

آماره	توضیح	انتقال در کوتاه مدت	انتقال قیمت در بلندمدت
آماره نرمال	مقدار آماره برآوردی	-۵/۴۶۲	-۲/۵۳۵
مجانسی	سطح احتمال	۰/۰۰۰	۰/۰۱۱
آماره والد	مقدار آماره برآوردی	۲۹/۸۳۳	۶/۴۲۸
	سطح احتمال	۰/۰۰۰	۰/۰۱۱
نتیجه		نامتقارن	نامتقارن

مأخذ: یافته های مطالعه

#### ۴-۷۲- پیش بینی قیمت های واقعی صادراتی گوجه فرنگی ایران

در ادامه با استفاده از روش های اقتصادسنجی تک متغیره و چندمتغیره پیش بینی قیمت های واقعی و اسمی صادراتی گوجه فرنگی ایران تا پایان برنامه ششم توسعه و تحت سناریوهای وجود تحریم و عدم وجود تحریم

انجام شد. براین اساس روش های  $AR$ ،  $MA$ ،  $ARIMA$  و  $ARDL$  برآورد شده و پیش بینی ها براساس آن انجام گرفت. نتایج پیش بینی روش های تک متغیره نشان داد که مناسب ترین الگو براساس خطای درون و برون نمونه- ای روش  $ARIMAX(2,3)$  می باشد و در مقایسه با روش چند متغیره ( $ARDL$ )، مشخص شده رهیافت  $ARIMAX(2,3)$  نتایج مناسب تری ارائه می نمایند. لذا در نهایت پیش بینی براساس روش  $ARIMAX(2,3)$  انجام گرفته است.

جدول ۴-۱۵۷- انتخاب روش مناسب برای پیش بینی قیمت های صادراتی

نوع خطا	$ARX(2)$	$MAX(3)$	$ARIMAX(2,3)$	$ARDL(1,00,1,0)$
خطای درون نمونه ای	۱۷/۸۱۶	۱۷/۰۲۴	۳/۷۲۱	۷/۲۶۸
خطای برون نمونه ای	۲۲/۷۱۸	۲۸/۲۱۰	۴/۲۷۱	۷/۴۴۹
رتبه الگو برای پیش بینی	۴	۳	۱	۲

مأخذ: یافته های مطالعه

نتایج پیش بینی در نهایت با لغو تحریم ها نشان می دهد که قیمت های اسمی گوجه فرنگی در سال ۱۳۹۵ معادل ۰/۷۱۹ دلار پیش بینی می شود که با توجه به شاخص های قیمت پیش بینی شده، قیمت های واقعی (به ثابت سال ۱۳۸۳) معادل ۰/۳۶۲ دلار خواهد بود. همچنین تا سال ۱۳۹۹ نیز قیمت های اسمی گوجه فرنگی به ۰/۶۷۰ دلار کاهش خواهد یافت. همچنین قیمت های واقعی با توجه به رشد شاخص های قیمت صادراتی به ۰/۳۰۰ دلار به ثابت سال ۱۳۸۵ خواهد رسید که نشان از آن دارد که از ابتدا تا انتهای برنامه ششم توسعه، رشد قیمت های اسمی به میزان ۶/۸۱- درصد و رشد قیمت های واقعی نیز به میزان ۱۷/۱۲- درصد خواهد بود که نشان از کاهش واقعی قیمت های صادراتی دارد. اما نتایج بیانگر آن است که با وجود تحریم ها، قیمت های صادراتی ایران اندکی کاهش خواهد یافت و در سال ۱۳۹۵، قیمت های اسمی گوجه فرنگی ۰/۷۱۵ دلار در سال ۱۳۹۵ (ابتدای برنامه ششم) و ۰/۶۶۶ دلار در سال ۱۳۹۹ (انتهای برنامه ششم توسعه) پیش بینی می شود. لذا قیمت های اسمی رشدی معادل ۶/۸۵- درصد در ابتدا تا انتهای برنامه ششم خواهد داشت. اما قیمت های واقعی مجدداً روندی

کاهشی داشته است بطوریکه رشد قیمت‌های واقعی در ابتدا و انتهای برنامه توسعه ۱۷/۲۲- درصد خواهد بود و از ۰/۳۶۰ دلار در سال ۱۳۹۵ به ۰/۲۹۸ دلار در سال ۱۳۹۹ پیش‌بینی می‌شود. هرچند با توجه به اثر متغیر تحریم در الگوها که در سطح مناسبی معنی دار نبوده، اختلاف قیمت‌های صادراتی در دوره تحریم و یا لغو آن تفاوت قابل توجهی نخواهد داشت.

جدول ۴-۱۵۸- نتایج پیش‌بینی قیمت‌های صادراتی واقعی و اسمی در دو سناریوی وجود و عدم وجود تحریم

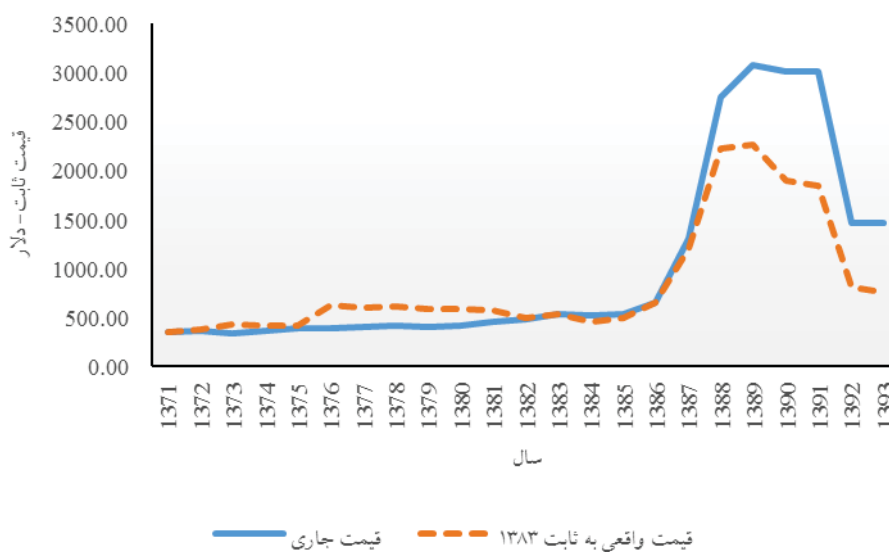
با لغو تحریم		با وجود تحریم		سال
به قیمت اسمی	به قیمت ثابت ۸۳	به قیمت اسمی	به قیمت ثابت ۸۳	
۰,۷۱۹	۰,۳۶۲	۰,۷۱۵	۰,۳۶۰	۱۳۹۵
۰,۷۸۳	۰,۳۸۶	۰,۷۷۹	۰,۳۸۵	۱۳۹۶
۰,۷۴۸	۰,۳۵۵	۰,۷۴۵	۰,۳۵۳	۱۳۹۷
۰,۶۸۴	۰,۳۱۳	۰,۶۸۰	۰,۳۱۱	۱۳۹۸
۰,۶۷۰	۰,۳۰۰	۰,۶۶۶	۰,۲۹۸	۱۳۹۹

مأخذ: یافته‌های مطالعه

#### ۴-۲۳- زعفران

#### ۴-۲۳-۱- تحلیل روند قیمت‌های اسمی و واقعی صادرات انگور ایران

در نمودار ۴-۱۷۰ روند اسمی و ثابت قیمت‌های صادراتی زعفران مشاهده می‌شود. همان‌گونه که مشخص است، روند قیمت‌های واقعی زعفران ایران به قیمت‌های ثابت سال ۱۳۸۳، بویژه در سال‌های اخیر اختلاف بیشتری با قیمت‌های اسمی زعفران داشته و روند مشخص نزولی طی سال‌های ۱۳۸۹ به بعد کاملاً مشخص است. علت این افت قیمت‌های واقعی علاوه بر افزایش شاخص‌های قیمت صادراتی جهت تبدیل متغیر قیمت اسمی به قیمت‌های واقعی، قیمت‌های جهانی بوده است. در ادامه تحلیل نموداری این علل ارائه خواهد شد.



#### نمودار ۴-۱۷۰- روند قیمت‌های صادراتی اسمی و واقعی محصول کیوی ایران

بررسی رفتار صادراتی ایران در سالهای ۹۳-۱۳۷۰ در جدول ۴-۱۵۹ مشخص است که میانگین قیمت اسمی زعفران صادراتی ایران ۱۰۰۳/۹۷۷ دلار بوده در حالی که در مورد قیمت واقعی زعفران به قیمت ثابت سال ۱۳۸۳، این میانگین قیمت ۸۳۵/۶۲۱ دلار می‌باشد. این در حالی است که حداقل قیمت اسمی و ثابت زعفران صادراتی ایران به ترتیب ۳۴۳/۶۶۶ و ۳۵۱/۴۲۳ دلار بوده است. هم‌چنین حداکثر قیمت اسمی و ثابت زعفران صادراتی ایران به ترتیب ۳۰۷۲/۲۸۹ و ۲۲۵۶/۲۱۲ دلار تجربه شده است. در نهایت در مورد مقادیر صادراتی زعفران ایران به بازارهای جهانی نیز، حداقل و حداکثر مقادیر صادراتی به ترتیب ۲۵/۴۱۰ و ۱۸۳/۵۰۰ تن و میانگین میزان صادرات نیز برای سال‌های مورد بررسی ۹۵/۰۷۷ تن بوده است. همان‌گونه که مشخص است، بیشترین ضریب نوسان مربوط به قیمت‌های جاری صادرات و کمترین نوسان نیز به مقادیر صادراتی زعفران ایران مربوط می‌باشد. لذا صادرکنندگان ایرانی بیش از آنکه با ریسک مقدار صادرات روبرو باشند، با ریسک قیمتی در بازار جهانی مواجه‌اند.

جدول ۴-۱۵۹- تحلیل معیارهای قیمت اسمی و ثابت صادراتی و مقادیر صادرات زعفران ایران (سالهای ۹۳-۱۳۷۱)

مقدار صادرات-تن	قیمت ثابت-دلار	قیمت اسمی-دلار	معیارها
۲۵,۴۱۰	۳۵۱,۴۲۳	۳۴۳,۶۶۶	حداقل
۱۸۳,۵۰۰	۲۲۵۶,۲۱۲	۳۰۷۲,۲۸۹	حداکثر
۹۵,۰۷۷	۸۳۵,۶۲۱	۱۰۰۳,۹۷۷	میانگین
۴۶,۸۸۶	۶۰۴,۱۷۴	۹۷۸,۴۸۷	انحراف معیار
۰,۴۹۳	۰,۷۲۳	۰,۹۷۵	ضریب نوسان

مأخذ: یافته‌های مطالعه

در ادامه جهت مقایسه رفتار ایران با کشورهای رقیب شرایط را از سالهای ۹۳-۱۳۸۰ مورد بررسی قرار می‌گیرد. چرا که اطلاعات مربوط به کشورهای رقیب با کد تعرفه مشابه ایران در سامانه Trade Map موجود بوده و از سال ۲۰۰۱ برای کشورها اطلاعات گزارش شده است. در جدول ۴-۱۶۰ مشخص است که میانگین قیمت اسمی زعفران صادراتی ایران ۱۴۰۴/۵۰۳ دلار بوده در حالی که در مورد قیمت واقعی زعفران به قیمت ثابت سال ۱۳۸۳، این میانگین قیمت ۱۰۵۷/۵۴۲ دلار می‌باشد. این در حالی است که حداقل قیمت اسمی و ثابت زعفران صادراتی ایران به ترتیب ۴۲۱/۸۷۵ و ۴۶۰/۰۶۹ دلار بوده است. همچنین حداکثر قیمت اسمی و ثابت زعفران صادراتی ایران به ترتیب ۳۰۷۲/۲۸۹ و ۲۲۵۶/۲۱۲ دلار تجربه شده است. در نهایت در مورد مقادیر صادراتی زعفران ایران به بازارهای جهانی نیز، حداقل و حداکثر مقادیر صادراتی به ترتیب ۶۵/۸۰۰ و ۱۸۳/۵۰۰ تن و میانگین میزان صادرات نیز برای سال‌های مورد بررسی ۱۲۳/۴۰۸ تن بوده است. همان‌گونه که مشخص است، بیشترین ضریب نوسان مربوط به قیمت‌های اسمی صادرات پس از آن قیمت‌های ثابت و کمترین نوسان نیز به مقادیر صادراتی زعفران ایران مربوط می‌باشد. لذا هم‌چنان صادرکنندگان ایرانی بیش از آنکه با ریسک مقدار صادرات روبرو باشند، با ریسک قیمتی در بازار جهانی مواجه‌اند.

جدول ۴-۱۶۰- تحلیل معیارهای قیمت اسمی و ثابت صادراتی و مقادیر صادرات زعفران ایران (سالهای ۹۳-۱۳۸۰)

مقدار صادرات-تن	قیمت ثابت-دلار	قیمت اسمی-دلار	معیارها
۶۵,۸۰۰	۴۶۰,۰۶۹	۴۲۱,۸۷۵	حداقل

۱۸۳,۵۰۰	۲۲۵۶,۲۱۲	۳۰۷۲,۲۸۹	حداکثر
۱۲۳,۴۰۸	۱۰۵۷,۵۴۲	۱۴۰۴,۵۰۳	میانگین
۳۵,۹۸۳	۶۸۸,۸۲۰	۱۰۸۵,۵۳۰	انحراف معیار
۰,۲۹۲	۰,۶۵۱	۰,۷۷۳	ضریب نوسان

مأخذ: یافته های مطالعه

اما بررسی وضعیت کشور مسلط بر بازارهای جهانی یعنی اسپانیا نیز نشان می دهد که میانگین قیمت اسمی زعفران صادراتی اسپانیا ۵۳۱/۲۰۲ دلار بوده در حالی که در مورد قیمت واقعی زعفران به قیمت ثابت سال ۲۰۰۴، این میانگین قیمت ۴۷۰/۰۷۷ دلار می باشد. این در حالی است که حداقل قیمت اسمی و ثابت زعفران صادراتی اسپانیا به ترتیب ۲۱۶/۸۲۱ و ۲۱۲/۱۱۵ دلار بوده است. همچنین حداکثر قیمت اسمی و ثابت زعفران صادراتی اسپانیا به ترتیب ۱۶۴۲/۱۱۶ و ۱۳۳۵/۹۵۹ دلار تجربه شده است. در نهایت در مورد مقادیر صادراتی زعفران اسپانیا به بازارهای جهانی نیز، حداقل و حداکثر مقادیر صادراتی به ترتیب ۴۳ و ۱۹۳ تن و میانگین میزان صادرات نیز برای سال های مورد بررسی ۹۷/۷۸۶ تن بوده است. همان گونه که در جدول ۴-۱۶۱ مشخص است، بیشترین ضریب نوسان مربوط به مقادیر قیمت اسمی صادرات و کمترین نوسان نیز به مقادیر صادراتی زعفران صادراتی اسپانیا مربوط می باشد. بنابراین صادرکنندگان اسپانیایی نیز بیش از آنکه با ریسک مقدار صادرات روبرو باشند، با ریسک قیمتی در بازار جهانی مواجه اند.

جدول ۴-۱۶۱- تحلیل معیارهای قیمت اسمی و ثابت صادراتی کشور مسلط

مقدار صادرات-تن	قیمت ثابت-دلار	قیمت اسمی-دلار	معیارها
۴۳,۰۰۰	۲۱۲,۱۱۵	۲۱۶,۸۲۱	حداقل
۱۹۳,۰۰۰	۱۳۳۵,۹۵۹	۱۶۴۲,۱۱۶	حداکثر
۹۷,۷۸۶	۴۷۰,۰۷۷	۵۳۱,۲۰۲	میانگین
۴۹,۷۹۱	۳۰۰,۵۱۶	۳۹۲,۸۹۳	انحراف معیار
۰,۵۰۹	۰,۶۳۹	۰,۷۴۰	ضریب نوسان

مأخذ: یافته های مطالعه

#### ۴-۷۳-۲- تحلیل دوره های تشدید تحریم ها نسبت به دوره های پیش از آن

تحلیل رفتار صادراتی ایران در بلندمدت در سال های ۱۳۹۳-۱۳۷۱ نشان میدهد مقادیر قیمت و مقدار صادرات طی دوره های تشدید تحریم و قبل از آن، که میانگین قیمت واقعی و مقادیر صادرات در دوره های تشدید تحریم بیش از دوره های پیش از تحریم بوده است. در واقع قیمت های واقعی صادراتی ایران در سال های بعد از تشدید تحریم ها نسبت به سال های پیش از آن بطور میانگین از ۵۰۸/۳۸۹ به ۱۲۶۱/۰۲۱ دلار رسیده و لذا رشدی معادل ۱۴۸ درصد داشته در حالیکه مقادیر صادراتی به طور میانگین از ۷۴/۱۹۱ به ۱۲۲/۲۲۹ رسیده و رشدی معادل ۶۴/۷۴ درصد تجربه کرده است.



جدول ۴-۱۶۲- تحلیل مقادیر قیمت و مقدار صادرات ایران در سال های قبل و بعد از تشدید تحریم ها (طی سال های ۹۳-۱۳۷۱)

معیارها	پیش از تشدید تحریم		پس از تشدید تحریم	
	قیمت ثابت- دلار	مقادیر صادراتی- تن	قیمت ثابت- دلار	مقادیر صادراتی- تن
حداقل	۳۵۱,۴۲۳	۲۵,۴۱۰	۴۶۰,۰۶۹	۶۵,۸۰۰
حداکثر	۶۲۲,۲۱۹	۱۴۷,۴۰۰	۲۲۵۶,۲۱۲	۱۸۳,۵۰۰
میانگین	۵۰۸,۳۸۹	۷۴,۱۹۱	۱۲۶۱,۰۲۱	۱۲۲,۲۲۹
انحراف معیار	۹۷,۵۵۹	۴۰,۲۳۰	۷۲۳,۷۷۶	۴۲,۰۲۸
ضریب نوسان	۰,۱۹۲	۰,۵۴۲	۰,۵۷۴	۰,۳۴۴

مأخذ: یافته های مطالعه

جهت بررسی و مقایسه رفتار ایران با وضعیت جهانی نیاز به بررسی دوره کوتاه تر از سال ۱۳۸۰-۱۳۹۳ خواهد بود که میانگین قیمت ثابت در دوره های تشدید تحریم بیش از دوره های پیش از تشدید تحریم بوده است اما این نکته به معنی مناسب تر بودن جریان سال های تشدید تحریم نیست. چرا که قیمت های واقعی صادراتی ایران در سال های بعد از تشدید تحریم ها نسبت به سال های پیش از آن بطور میانگین از ۵۴۸/۸۴۵ به ۱۲۶۱/۰۲۱ دلار رسیده و لذا رشدی معادل ۱۲۹ درصد داشته در حالیکه مقادیر صادراتی به طور میانگین از ۱۲۶/۳۵۴ تن به ۱۲۲/۲۲۹ تن کاهش یافته و بنابراین رشدی منفی معادل ۳/۲۶- درصد تجربه کرده است. این در حالی است که اسپانیا در همین دوره با افزایش میانگین قیمت های صادراتی واقعی خود، رشدی معادل ۴۷/۳ درصد داشته و مقادیر صادراتی اسپانیا به طور میانگین رشدی معادل ۱۴/۲ درصد داشته است.

همچنین بررسی میانگین رشد سالانه نیز نشان می دهد که هرچند در دوران تشدید تحریم ها میانگین رشد سالانه قیمت های صادراتی افزایش یافته اما میانگین رشد سالانه مقادیر صادراتی برای ایران افت کرده و از ۱۰/۷۸۷ درصد به ۳/۹۰۵ درصد تنزل یافته است. در مورد اسپانیا نیز هم میانگین رشد سالانه قیمت های صادراتی بهبود چشم گیری داشته و هم رشد سالانه مقادیر صادراتی نیز بهبود یافته است و لذا از این حیث صادرکنندگان اسپانیایی بیشتر منتفع شده اند. بطوریکه این امکان وجود داشت که در صورت رفع تحریم های موجود، ایران نیز این روند مناسب را در پیش بگیرد.

جدول ۴-۱۶۳- تحلیل مقادیر قیمت و مقدار صادرات ایران در سال های قبل و بعد از تشدید تحریم ها (طی سال های ۹۳-۱۳۸۰)

پس از تشدید تحریم		پیش از تشدید تحریم		معیارها
مقادیر صادراتی- تن	قیمت ثابت- دلار	مقادیر صادراتی- تن	قیمت ثابت- دلار	
۶۵,۸۰۰	۴۶۰,۰۶۹	۱۰۶,۲۰۰	۵۰۲,۳۸۲	حداقل
۱۸۳,۵۰۰	۲۲۵۶,۲۱۲	۱۴۷,۴۰۰	۵۸۳,۱۸۰	حداکثر
۱۲۲,۲۲۹	۱۲۶۱,۰۲۱	۱۲۶,۳۵۴	۵۴۸,۸۴۵	میانگین
۴۲,۰۲۸	۷۲۳,۷۷۶	۱۷,۱۸۹	۳۸,۰۸۸	انحراف معیار
۰,۳۴۴	۰,۵۷۴	۰,۱۳۶	۰,۰۶۹	ضریب نوسان
۳,۹۰۵	۱۰,۸۹۹	۱۰,۷۸۷	-۷,۰۰۰	میانگین رشد

مأخذ: یافته های مطالعه

جدول ۴-۱۶۴- تحلیل مقادیر قیمت و مقدار صادرات اسپانیا در سال های قبل و بعد از تشدید تحریم های ایران

پس از تشدید تحریم		پیش از تشدید تحریم		معیارها
مقادیر صادراتی- تن	قیمت ثابت- دلار	مقادیر صادراتی- تن	قیمت ثابت- دلار	
۴۳,۰۰۰	۲۱۲,۱۱۵	۶۰,۰۰۰	۲۱۶,۸۲۱	حداقل
۱۹۳,۰۰۰	۱۳۳۵,۹۵۹	۱۲۳,۰۰۰	۴۸۳,۰۷۹	حداکثر
۱۰۱,۴۰۰	۵۱۷,۵۵۱	۸۸,۷۵۰	۳۵۱,۳۹۲	میانگین
۵۷,۰۰۳	۳۴۱,۵۷۸	۲۹,۰۲۲	۱۲۲,۵۶۱	انحراف معیار
۰,۵۶۲	۰,۶۶۰	۰,۳۲۷	۰,۳۴۹	ضریب نوسان
۳۲,۵۵۰	۱۶,۹۷۹	۳۱,۱۹۰	-۲۲,۷۲۶	میانگین رشد

مأخذ: یافته های مطالعه

## ۴-۷۳-۳- تحلیل های کشورهای هدف صادرات ایران در دوره های قبل و بعد از دوره های

### تشدید تحریم

در ادامه به بررسی تعداد کشورهای هدف و تعداد کشورهای غالب هدف در رفتار بلند مدت ایران از سال ۱۳۹۳-۱۳۷۰ پرداخته شده است. همان گونه که مشاهده می شود، تعداد حداقل ۴۲ و حداکثر ۸۰ کشورهای هدف ایران را تشکیل می دهند. بطور میانگین تعداد کشورهای هدف ایران ۶۸ کشور بوده است. همچنین تعداد کشورهای غالب هدف حداقل یک و حداکثر ۴ کشور بوده اند که در مجموع سهم ۵۰ درصدی از سبد صادرات زعفران ایران را به خود اختصاص می دادند. بطور میانگین بین ۲ تا ۳ کشور، کشور غالب هدف ایران بوده اند. در نهایت سهم کشور هدف اصلی (کشور اول) از سبد صادراتی ایران، حداقل ۱۸ درصد و حداکثر ۵۵ درصد بوده است که بطور میانگین این سهم ۳۳/۴۳ برآورد می شود. همان گونه که مشخص است نوسان کشورهای غالب و سهم کشور اصلی بسیار بیشتر از تعداد کشورهای هدف بوده است.

جدول ۴-۱۶۵- تعداد کشورهای هدف، تعداد کشورهای غالب هدف و سهم کشور اصلی در ایران (طی سال های ۹۳-۱۳۷۱)

معیارها	تعداد کشورهای هدف	تعداد کشورهای غالب هدف	سهم کشور هدف اصلی-درصد
حداقل	۳۱,۰۰۰	۱,۰۰۰	۲۳,۳۷۴
حداکثر	۵۶,۰۰۰	۳,۰۰۰	۵۰,۸۴۵
میانگین	۴۰,۹۱۳	۲,۰۴۳	۳۶,۷۱۲
انحراف معیار	۵,۸۶۹	۰,۳۶۷	۷,۰۹۵
ضریب نوسان	۰,۱۴۳	۰,۱۷۹	۰,۱۹۳

مأخذ: یافته های مطالعه

در ادامه بررسی جهت مقایسه ایران با کشور هدف نیاز به بررسی تعداد کشورهای هدف و غالب هدف در دوره ۱۳۸۰-۱۳۹۳ است. همان گونه که مشاهده می شود، تعداد حداقل ۳۳ و حداکثر ۵۶ کشورهای هدف ایران را تشکیل می دهند. بطور میانگین تعداد کشورهای هدف ایران ۴۳ کشور بوده است. همچنین تعداد کشورهای غالب هدف حداقل یک و حداکثر ۳ کشور بوده اند که در مجموع سهم ۵۰ درصدی از سبد صادرات زعفران ایران

را به خود اختصاص می دادند. بطور میانگین بین ۲ کشور، کشور غالب هدف ایران بوده اند. در نهایت سهم کشور هدف اصلی (کشور اول) از سبد صادراتی ایران، حداقل ۲۷/۱۸۷ درصد و حداکثر ۵۰/۸۴۵ درصد بوده است که بطور میانگین این سهم ۳۷/۷۳۰ برآورد می شود. همان گونه که مشخص است نوسان سهم کشورهای هدف اصلی بیشترین مقدار را به خود اختصاص داده و پس از آن تعداد کشورهای غالب هدف و در نهایت تعداد کشورهای هدف کمترین نوسان را دارد.

جدول ۴-۱۶۶- تعداد کشورهای هدف، تعداد کشورهای غالب هدف و سهم کشور اصلی در ایران (طی سال های ۹۳-۱۳۸۰)

معیارها	تعداد کشورهای هدف	تعداد کشورهای غالب هدف	سهم کشور هدف اصلی-درصد
حداقل	۳۳,۰۰۰	۱,۰۰۰	۲۷,۱۸۷
حداکثر	۵۶,۰۰۰	۳,۰۰۰	۵۰,۸۴۵
میانگین	۴۲,۷۸۶	۲,۰۰۰	۳۷,۷۳۳
انحراف معیار	۶,۳۱۵	۰,۳۹۲	۷,۸۹۶
ضریب نوسان	۰,۱۴۸	۰,۱۹۶	۰,۲۰۹

مأخذ: یافته های مطالعه

در جدول ۴-۱۶۷ به بررسی کشورهای هدف ایران به تفکیک سال های تشدید تحریم ها و سال های پیش از تشدید تحریم ها پرداخته است که تعداد کشورهای هدف در پیش از تشدید تحریم ها، حداقل ۳۱ و حداکثر ۴۵ کشور بوده و بطور متوسط تعداد کشورهای هدف حدود ۳۹ کشور بوده است. این در حالی است که در سال های تشدید تحریم تعداد کشورهای هدف افزایش یافت. بطوریکه حداقل ۳۳ و حداکثر ۵۶ کشور بوده و بطور متوسط تعداد کشورهای هدف حدود ۴۳ کشور بوده است. به عبارتی تعداد کشورهای هدف بطور متوسط ۴ کشور بیشتر شده است. هم چنین تعداد کشورهای غالب هدف در دوره پیش از تشدید تحریم، حداقل ۱، حداکثر ۳ و بطور میانگین ۲ کشور بوده است. این در حالی است که در سال های تشدید تحریم، تعداد کشورهای غالب نیز افزایش یافته و حداقل ۲، حداکثر ۳ و بطور میانگین ۲ کشور بوده است. سهم کشور هدف اصلی از مجموع صادرات ایران در دوره پیش از تشدید تحریم، حداقل ۲۳/۳۷۴، حداکثر ۵۰/۸۴۵ و بطور میانگین ۳۸/۷۲۵ درصد بوده است.

در حالی که در سال‌های تشدید تحریم، این سهم کاهش یافته است. چرا که با افزایش تعداد کشورهای هدف و تعداد کشورهای غالب، سهم هر کشور و در نهایت سهم کشور اصلی از مجموع سبد صادرات ایران کاهش یافته است. بطوریکه در سال‌های تشدید تحریم، سهم کشور هدف اصلی از سبد صادراتی ایران حداقل ۲۷/۱۸۷، حداکثر ۴۵/۷۱۵ و بطور میانگین ۳۴/۰۹۶ درصد بوده است. لذا سهم کشور هدف اصلی در سال‌های تشدید تحریم بطور میانگین ۱۱/۹۵ درصد رشد منفی داشته است.

در ادامه لازم است بررسی شود که آیا این تحولات در نهایت اثر مثبت بر قیمت‌های صادراتی ایران در بازارهای جهانی خواهد داشت یا خیر؟ این نکته در تحلیل نموداری و برآورد الگوهای اقتصادسنجی در ادامه مشخص خواهد شد.

جدول ۴-۱۶۷- وضعیت کشورهای هدف صادرات ایران در سال‌های قبل و بعد از تشدید تحریم‌ها

پس از تشدید تحریم			پیش از تشدید تحریم			معیارها
سهم کشور هدف اصلی	تعداد کشورهای غالب هدف	تعداد کشورهای هدف	سهم کشور هدف اصلی	تعداد کشورهای غالب هدف	تعداد کشورهای هدف	
۲۷,۱۸۷	۲,۰۰۰	۳۳,۰۰۰	۲۳,۳۷۴	۱,۰۰۰	۳۱,۰۰۰	حداقل
۴۵,۷۱۵	۳,۰۰۰	۵۶,۰۰۰	۵۰,۸۴۵	۳,۰۰۰	۴۵,۰۰۰	حداکثر
۳۴,۰۹۶	۲,۱۰۰	۴۳,۳۰۰	۳۸,۷۲۵	۲,۰۰۰	۳۹,۰۷۷	میانگین
۵,۸۹۴	۰,۳۱۶	۷,۱۵۰	۷,۴۹۴	۰,۴۰۸	۴,۰۵۱	انحراف معیار
۰,۱۷۳	۰,۱۵۱	۰,۱۶۵	۰,۱۹۴	۰,۲۰۴	۰,۱۰۴	ضریب نوسان

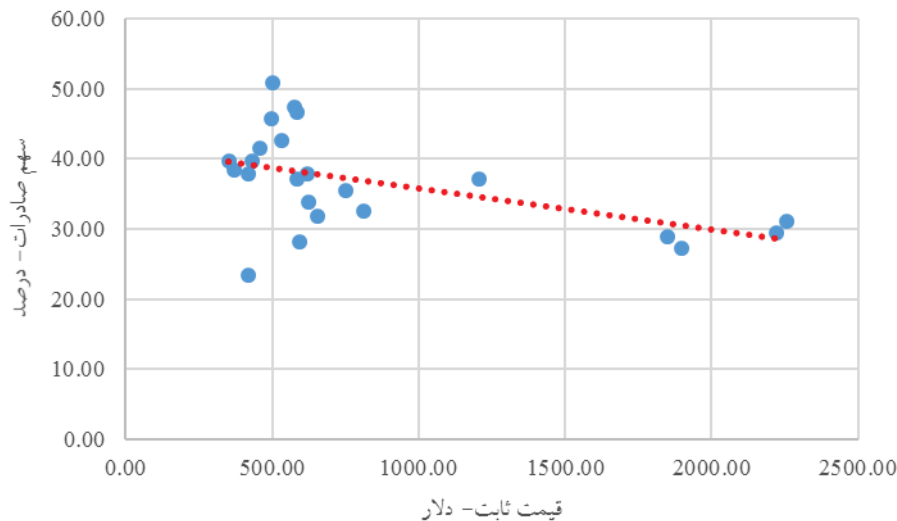
مأخذ: یافته‌های مطالعه

#### ۴-۷۴- تحلیل نموداری عوامل اثرگذار بر نوسان قیمت‌های صادراتی ایران در بازارهای جهانی

##### ۴-۷۴-۱- رابطه قیمت واقعی صادرات و سهم کشور هدف اصلی

همان‌گونه که نمودار ۴-۱۷۱ نشان می‌دهد، بین قیمت‌های واقعی صادرات ایران و سهم کشور هدف اصلی ایران رابطه معکوس و مشخصی وجود دارد. به این معنی که با افزایش سهم کشور هدف اول، قیمت‌های واقعی صادرات

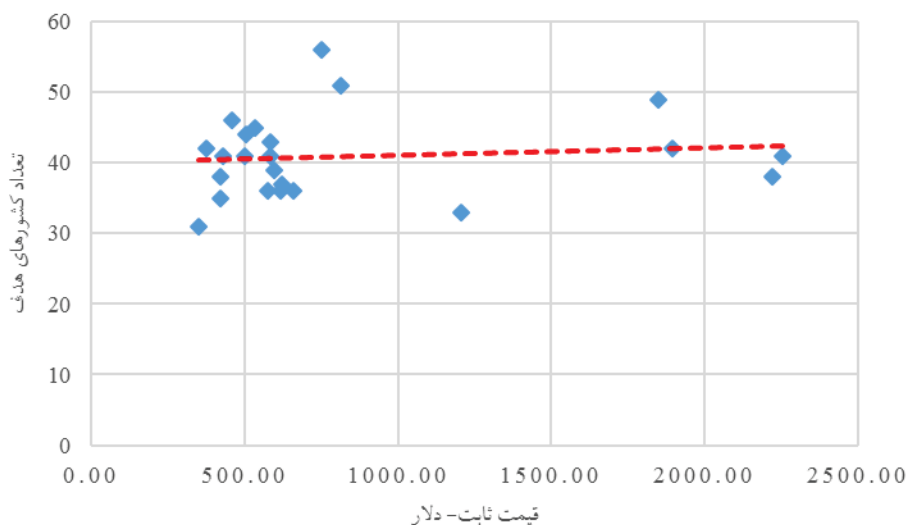
ایران در مورد زعفران در بازارهای جهانی با کاهش روبرو بوده است. در واقع کشور هدف تقریباً در تمام سال‌ها اسپانیا و بویژه امارات بوده‌اند که قیمت‌های مناسب‌تری را نصیب صادرکنندگان ایرانی کرده‌اند.



نمودار ۴-۱۷۱- ارتباط بین قیمت واقعی صادرات و سهم کشور هدف اصلی

#### ۴-۷۴-۲- رابطه قیمت واقعی صادرات و تعداد کشورهای هدف

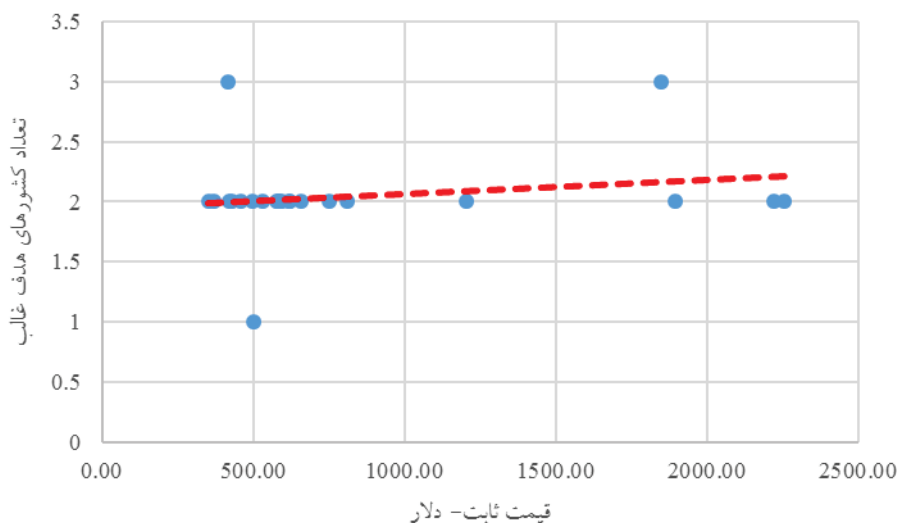
همان‌گونه که نمودار ۴-۱۷۲ نشان می‌دهد، بین قیمت‌های واقعی صادرات ایران و تعداد کشورهای هدف ایران رابطه مثبت و مشخصی وجود دارد. به این معنی که با افزایش تعداد کشورهای هدف، قیمت‌های واقعی صادرات ایران در مورد زعفران در بازارهای جهانی با افزایش ناچیز روبرو بوده است. لذا انتظار می‌رود با توسعه بازارهای هدف، قیمت‌های صادراتی ایران در رقابت بین کشورهای هدف افزایش اندکی یابد.



نمودار ۴-۱۷۲- ارتباط بین قیمت واقعی صادرات و تعداد کشورهای هدف

#### ۴-۷۴-۳- رابطه قیمت واقعی صادرات و تعداد کشورهای غالب

همان‌گونه که نمودار ۴-۱۷۳ نشان می‌دهد، بین قیمت‌های واقعی صادرات ایران و تعداد کشورهای غالب هدف ایران رابطه مثبت و مشخصی وجود دارد. به این معنی که با افزایش تعداد کشورهای غالب هدف، قیمت‌های واقعی صادرات ایران در مورد زعفران در بازارهای جهانی با افزایش روبرو بوده است. هرچند که این رابطه قابل توجه نبوده و نمودار مورد نظر بیانگر ارتباط مثبت مشخصی بین متغیرهای بیان شده نیست.

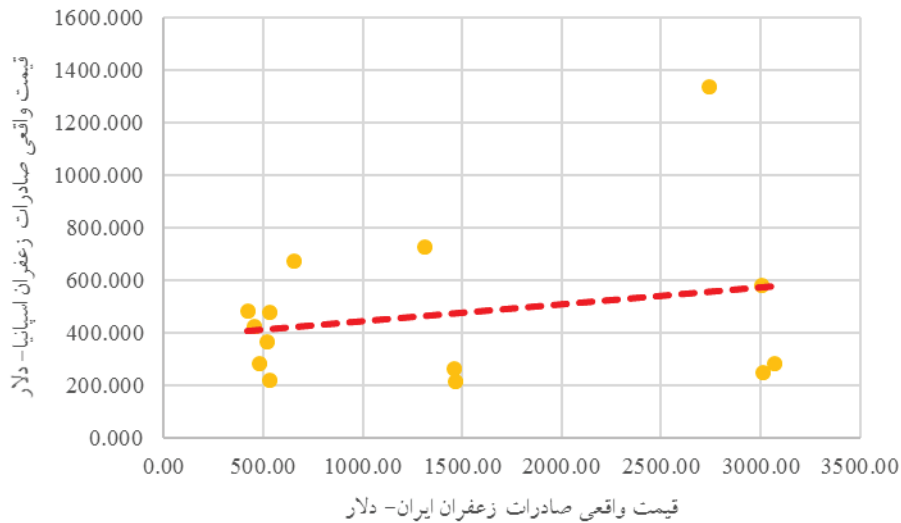


نمودار ۴-۱۷۳- ارتباط بین قیمت واقعی صادرات و تعداد کشورهای غالب هدف

#### ۴-۷۴-۴- رابطه قیمت واقعی صادرات و قیمت کشور مسلط بر بازار

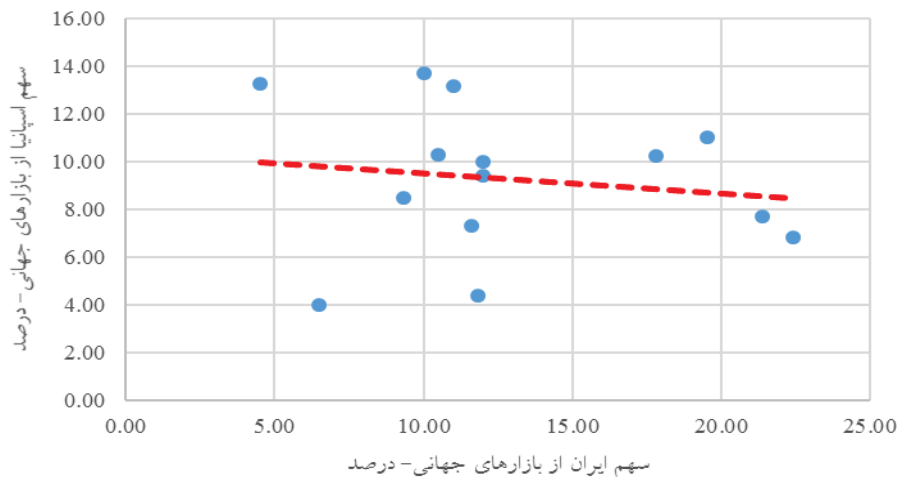
همان گونه که نمودار ۴-۱۷۴ نشان می دهد، بین قیمت های واقعی صادراتی زعفران ایران و قیمت های واقعی زعفران اسپانیا رابطه مثبت وجود دارد. طبق نمودار ۴-۱۷۴ افزایش قیمت ثابت اسپانیا همراه با افزایش قیمت ثابت صادراتی ایران است. به این معنی که با افزایش تقاضا برای زعفران ایران قیمت زعفران افزایش یافته و قیمت زعفران اسپانیا نیز افزایش خواهد یافت و بالعکس با افزایش تقاضای زعفران اسپانیا، قیمت های واقعی صادرات برای این کشور افزایش یافته و لذا افزایش در قیمت صادراتی زعفران اسپانیا همراه با افزایش قیمت های واقعی زعفران ایران خواهد بود.





نمودار ۴-۱۷۴- ارتباط بین قیمت واقعی صادرات ایران و اسپانیا

توجه به نمودار ۴-۱۷۵ رابطه سهم صادراتی ایران و اسپانیا منفی بوده و با افزایش سهم صادراتی اسپانیا، سهم صادراتی ایران کاهش داشته است و بالعکس. بطوریکه افزایش تقاضا برای محصولات اسپانیا، افزایش در قیمت های واقعی زعفران این کشور را به همراه دارد و باتوجه به رقابت ایران با این کشور در صادرات اسپانیا به جهان، سهم ایران از بازارهای جهانی کاهش خواهد یافت و بالعکس.

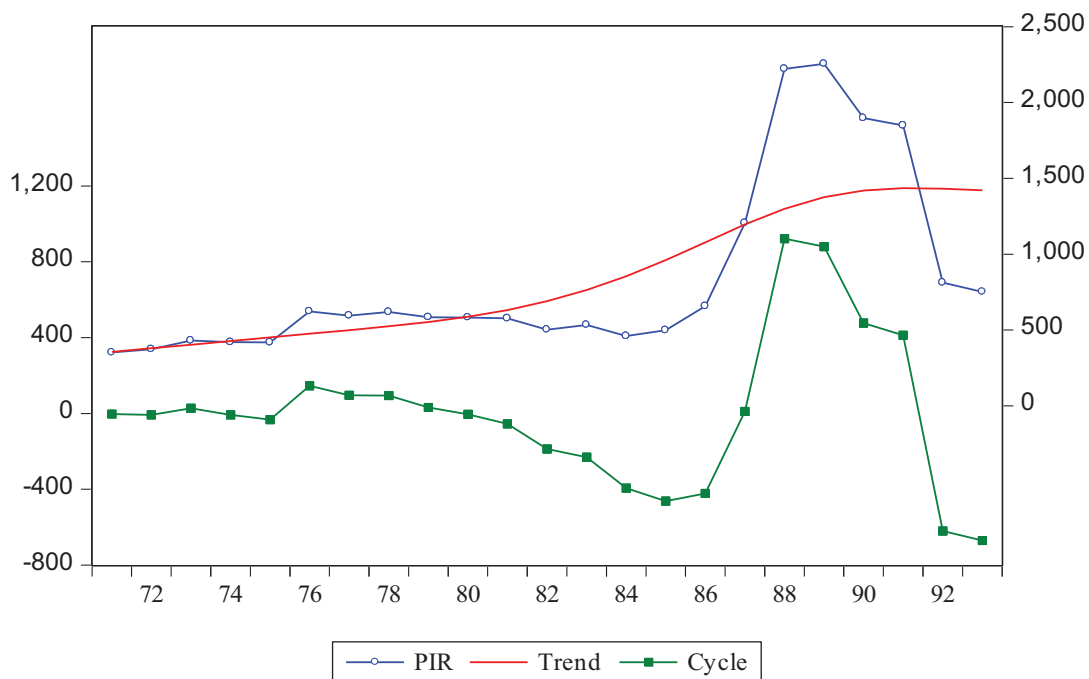


نمودار ۴-۱۷۵- ارتباط بین سهم صادراتی ایران و اسپانیا از بازارهای جهانی

#### ۴-۷۵- تحلیل رفتار بلندمدت قیمت های صادراتی ایران و انحراف از روند باثبات

نتایج تحلیل فیلتر هودریک - پرسکات بیان گر آن است که روند باثبات قیمت های واقعی صادراتی ایران با روندهای فعلی قیمت های واقعی صادراتی فاصله زیادی دارد. این اختلاف در سال های پایانی بطور فزاینده افزایش یافته است. هرچند در سال های پایانی روند باثبات قیمت های واقعی صادراتی کاهشی می باشد، اما روند واقعی قیمت های صادراتی ایران از همین روند باثبات کاهشی نیز کمتر بوده و نشان می دهد در سال های پایانی بیش از آنچه انتظار می رفت، قیمت های صادراتی واقعی ایران کاهش یافته است. همانگونه که ملاحظه می شود، تغییرات قیمت های صادراتی ایران از روند باثبات که با سیکل قیمتی نشان داده شده است، بیان گر عدم ثبات لازم در قیمت های صادراتی ایران در بازارهای جهانی در چند سال اخیر است.

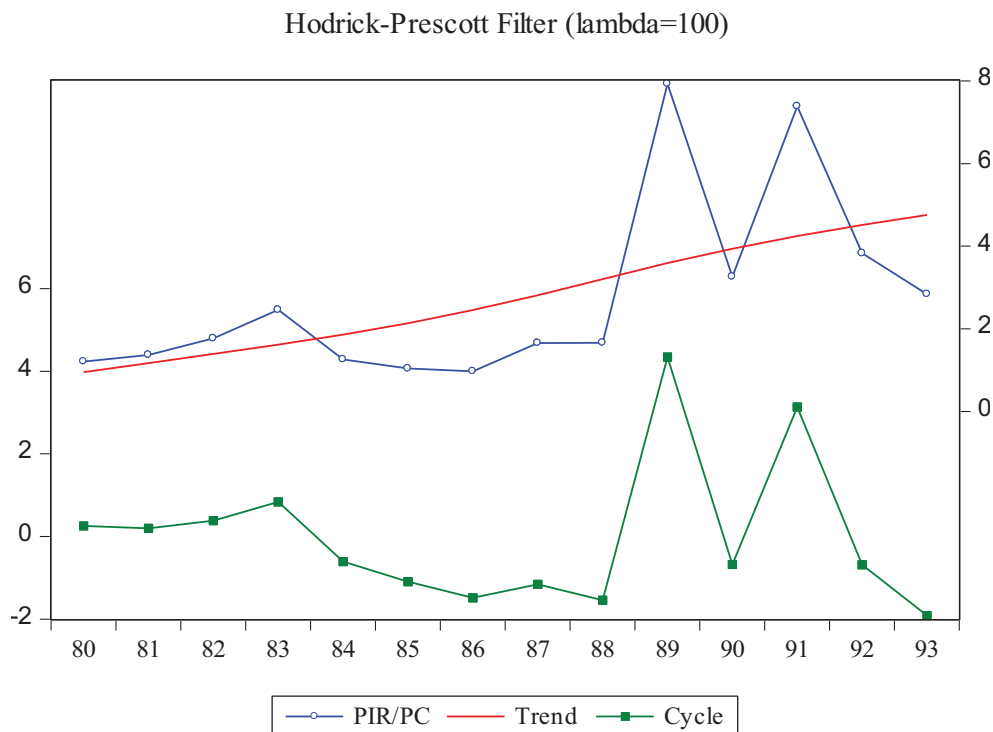
Hodrick-Prescott Filter (lambda=100)



نمودار ۴-۱۷۶- تحلیل فیلتر هودریک اسکات قیمت واقعی زعفران صادراتی ایران

همچنین نتایج تحلیل فیلتر هودریک - پرسکات در قیمت های نسبی ایران نسبت به اسپانیا بیان گر آن است که مقادیر باثبات نسبت قیمت های صادراتی ایران به قیمت های صادراتی اسپانیا با مقادیر واقعی بویژه در سال های

پایانی اختلاف نوسانی دارد. روند واقعی نسبت قیمت‌های صادراتی ایران به قیمت‌های صادراتی اسپانیا در چند سال پایانی نزولی بوده و از روند باثبات قیمت‌ها کمتر بوده است. لذا مشخص است که در دو سال پایانی و در برخی سال‌های گذشته قیمت‌های صادراتی واقعی ایران در مقابل قیمت‌های واقعی اسپانیا افزایش مناسبی نداشته و این نسبت در سال‌های پایانی از حد مورد انتظار کاهش بیشتری داشته است. همان‌گونه که ملاحظه می‌شود، نوسان نسبت قیمت‌های صادراتی ایران به قیمت‌های صادراتی اسپانیا از روند باثبات در سال‌های مختلف بسیار مشخص بوده و بیانگر عدم ثبات لازم در نسبت قیمت‌های صادراتی ایران به قیمت‌های صادراتی اسپانیا بویژه در سال‌های پایانی است.

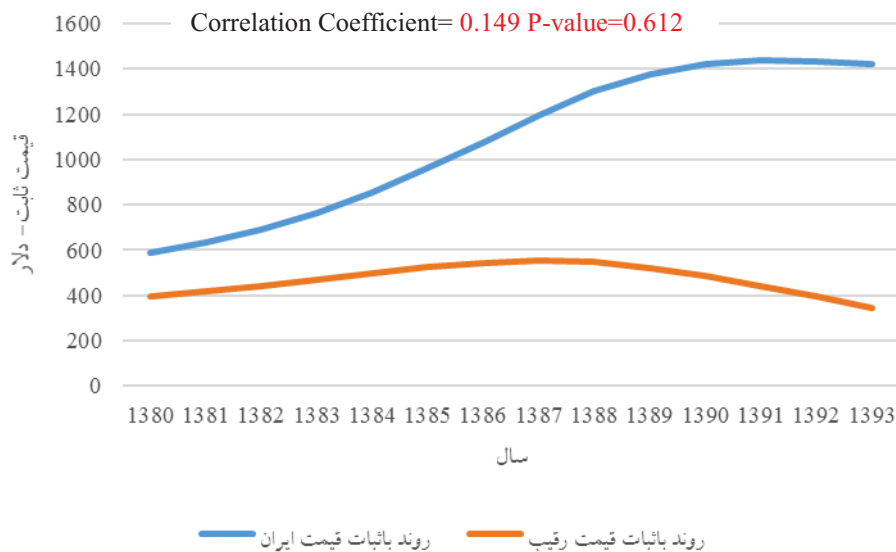


نمودار ۴-۱۷۷- تحلیل فیلتر هودریک اسکات نسبت قیمت واقعی زعفران صادراتی ایران به اسپانیا

#### ۴-۷۶- تحلیل قیمت‌ها و سهم صادرات ایران با اسپانیا

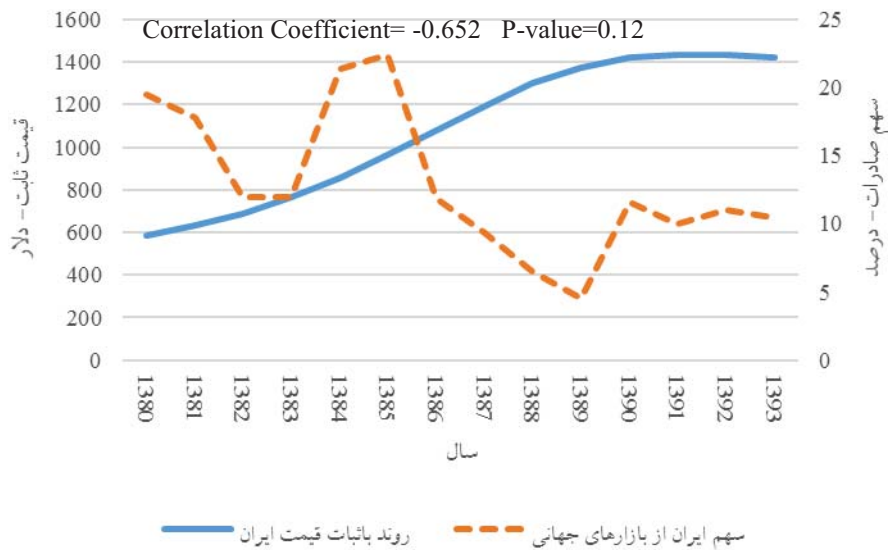
مشاهده می‌شود که قیمت‌های باثبات ایران و اسپانیا رابطه مثبت باهم دارند. هرچند که این نتیجه در سطح مناسبی معنی‌دار نبوده است. روند باثبات ایران نسبت به اسپانیا در وضعیت صعودی بوده و لذا چنانچه

صادرکنندگان ایرانی رفتار باثبات قیمت‌ها را مبنای تصمیم‌گیری در نظر بگیرند و از نوسان و انحراف از روند باثبات تاجایی که به مدیریت بازار صادراتی توسط صادرکننده مربوط باشد، پرهیز نمایند (مانند تنوع بخشی در بازار صادراتی، توجه به سهم کشورهای هدف، توجه به قیمت‌های جهانی و ...)، قیمت‌های مناسب‌تری را در آینده کسب خواهند نمود.



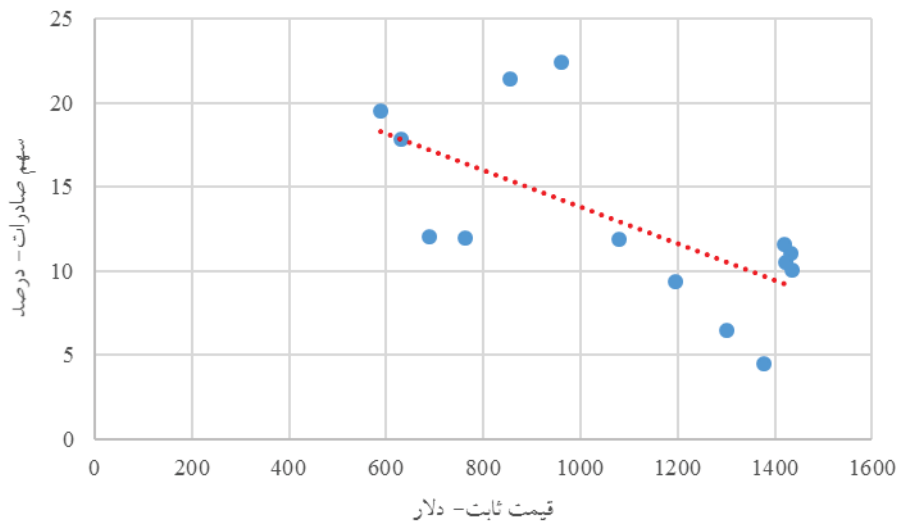
نمودار ۴- ۱۷۸- مقایسه روندهای باثبات قیمتی ایران و فرانسه

روند باثبات قیمت ایران از صادرات زعفران در بازارهای جهانی با میزان صادراتی ایران رابطه منفی داشته است. هرچند این ارتباط در سطح مناسبی معنی‌دار نبوده است. در سال‌های پایانی توجه به قیمت‌های باثبات منجر به ثبات در سهم بازار و ثبات در قیمت‌های صادراتی خواهد شد که به نظر توجه به آن برای برنامه‌ریزی آتی صادرکنندگان ضروری خواهد بود.



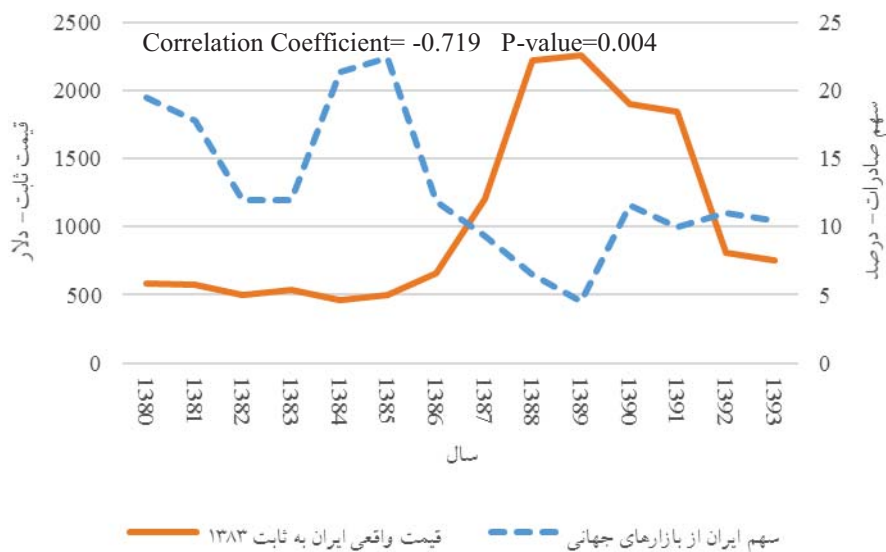
نمودار ۴-۱۷۹- روند سهم ایران از بازارهای جهانی و روند باثبات قیمت های ایران

نمودار پراکندگی هم تایید کننده ارتباط منفی بین قیمت های با ثبات ایران و میزان سهم ایران از بازارهای جهانی است.



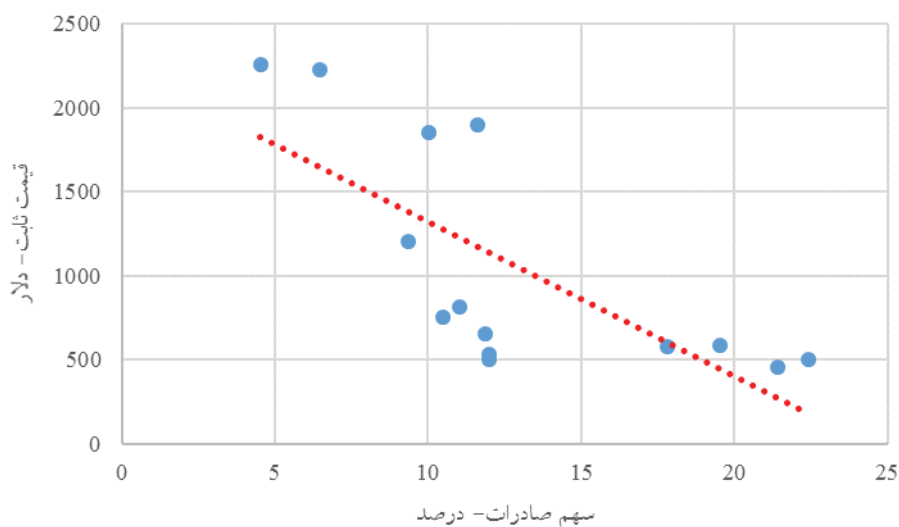
نمودار ۴-۱۸۰- ارتباط سهم ایران از بازارهای جهانی و روند باثبات قیمت های ایران

تحلیل روند قیمت های فعلی ایران در بازارهای جهانی در مقابل سهم های بدست آورده فعلی نیز در بازارهای جهانی همین نتیجه را تأیید می کند. اما این بار رابطه منفی سهم صادرات ایران و قیمت های واقعی ایران در بازارهای جهانی منفی و معنی دار در سطح یک درصد بوده است اما نکته قابل توجه آن است که بویژه در سال های پایانی علی رغم کاهش قیمت های ایران در بازارهای جهانی سهم ایران از بازارهای جهانی نیز کاهش یافته که ادامه این وضعیت می تواند به ضرر صادرکنندگان ایرانی باشد.



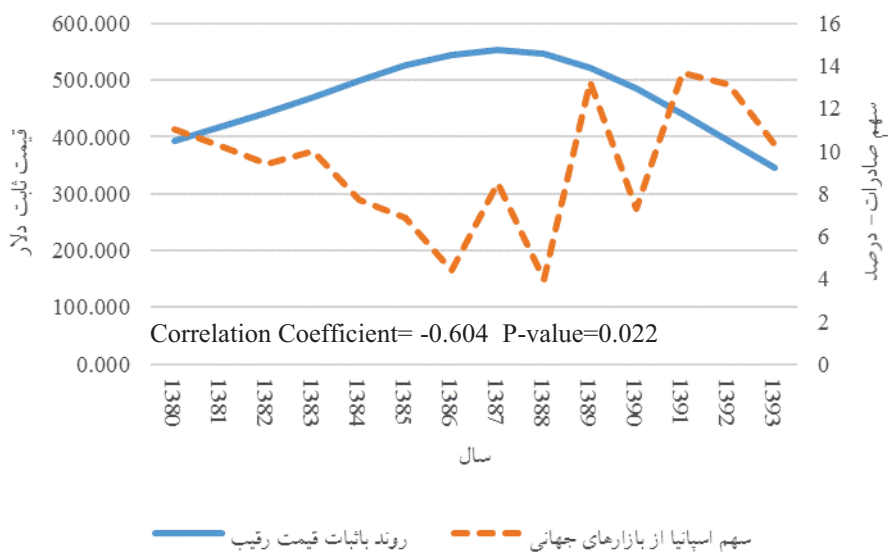
نمودار ۴-۱۸۱- روند قیمت های صادراتی ایران و سهم ایران از بازارهای جهانی

نمودار پراکندگی هم تایید کننده ارتباط منفی بین قیمت های واقعی ایران و میزان سهم ایران از بازارهای جهانی است.

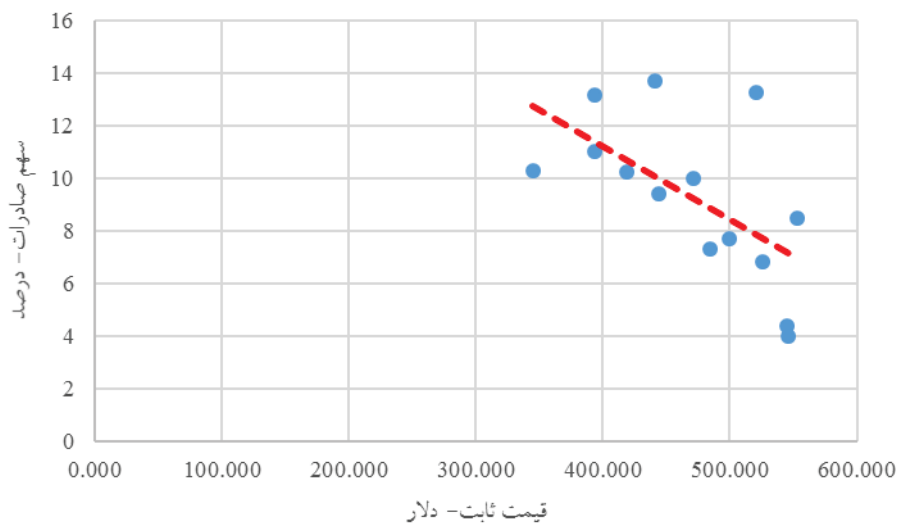


نمودار ۴-۱۸۲- ارتباط قیمت های صادراتی ایران و سهم ایران از بازارهای جهانی

بین قیمت های واقعی اسپانیا و سهم این کشور از بازارهای جهانی ارتباط منفی و معنی داری در سطح پنج درصد برقرار است. در سال های ۱۳۸۷ به بعد، بطور کلی با کاهش روند باثبات قیمت های واقعی صادراتی سهم این کشور از بازارهای جهانی افزایش یافته است اما در سال های پایانی علاوه بر کاهش قیمت های باثبات صادراتی، سهم این کشور نیز از بازارهای جهانی رو به کاهش است و لذا صادرکنندگان زعفران اسپانیایی نیز با ادامه این روند و برنامه ریزی براساس قیمت های باثبات و همزمان کاهش سهم صادراتی، موقعیت مناسبی در بازار جهانی نخواهند داشت.



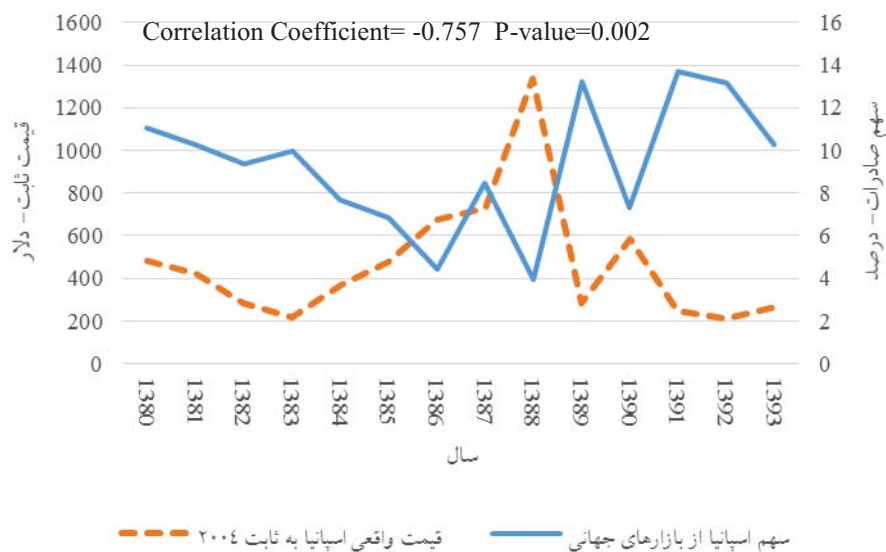
نمودار ۴-۱۸۳- روند سهم اسپانیا از بازارهای جهانی و روند باثبات قیمت های اسپانیا نمودار پراکندگی در این مورد نیز تأیید کننده ارتباط منفی بین دو متغیر قیمت واقعی صادراتی و سهم صادرات ایران است.



نمودار ۴-۱۸۴- ارتباط سهم اسپانیا از بازارهای جهانی و روند باثبات قیمت های اسپانیا

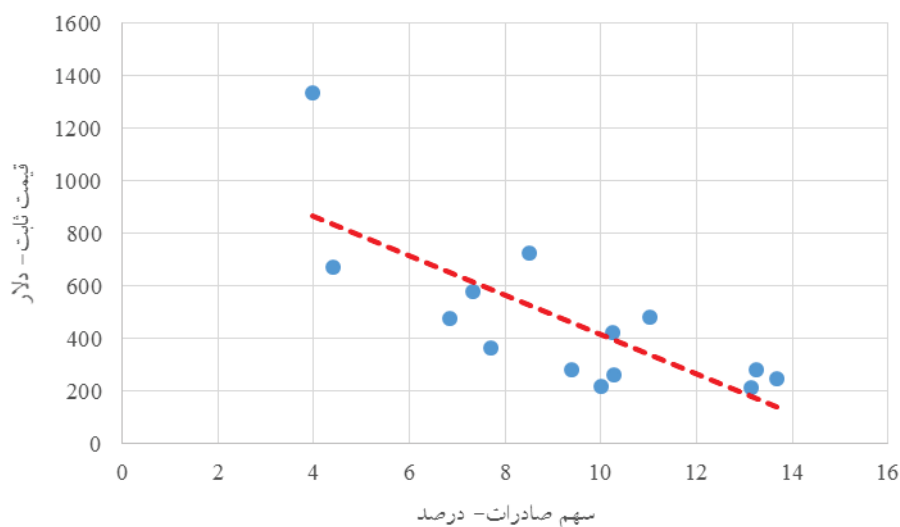


روند واقعی قیمت‌های صادراتی و سهم اسپانیا از بازارهای جهانی نیز مؤید همین نتیجه بوده است. بطوریکه در رابطه قیمت‌های واقعی و سهم صادرات مانند شرایط ایران، منفی و معنی‌دار در سطح یک درصد بوده است. در این قسمت نیز در سال‌های پایانی، کاهش قیمت و همچنین کاهش سهم کشور اسپانیا هر دو تجربه شده که ادامه این روند موقعیت صادرکنندگان اسپانیا را در بازارهای جهانی متزلزل خواهد نمود.



نمودار ۴-۱۸۵- روند قیمت‌های صادراتی اسپانیا و سهم اسپانیا از بازارهای جهانی

نمودار پراکندگی در این مورد نیز تایید کننده ارتباط منفی بین دو متغیر قیمت واقعی صادراتی و سهم صادرات اسپانیا است.

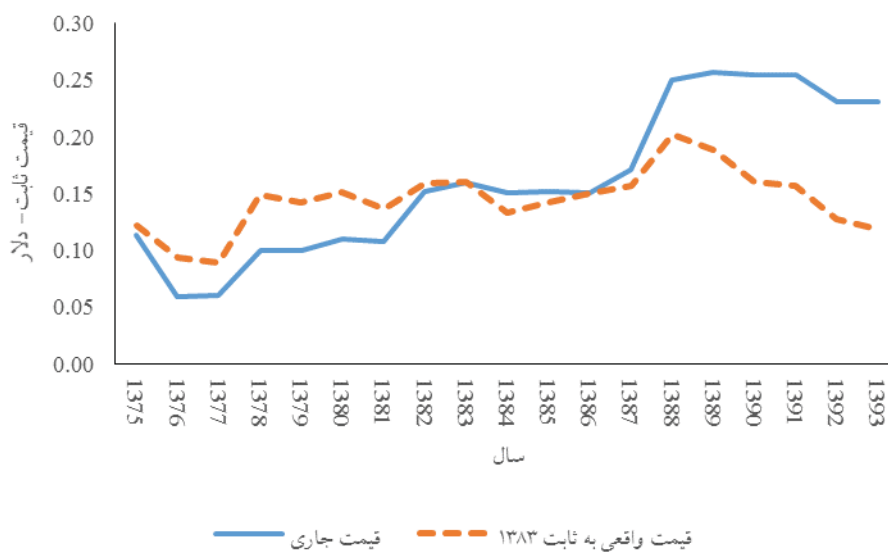


نمودار ۴-۱۸۶- ارتباط قیمت‌های صادراتی اسپانیا و سهم اسپانیا از بازارهای جهانی

#### ۴-۷۷- محصول هندوانه

##### ۴-۷۷-۱- تحلیل روند قیمت‌های اسمی و واقعی صادرات و ایران در مقایسه با رقیب

در نمودار ۴-۱۸۷ روند اسمی و ثابت قیمت‌های صادراتی هندوانه مشاهده می‌شود. همان‌گونه که مشخص است، روند قیمت‌های واقعی هندوانه ایران به قیمت‌های ثابت سال ۱۳۸۳، بویژه در سال‌های ۱۳۸۸ به بعد روندی نزولی و تا حدودی متفاوت با قیمت‌های اسمی هندوانه داشته است. علاوه بر افزایش شاخص‌های قیمت صادراتی جهت تبدیل متغیر قیمت اسمی به قیمت‌های واقعی، افت قیمت‌های جهانی نیز عامل دیگری در کاهش قیمت‌های واقعی صادراتی بوده است (در ادامه بصورت نمودار پراکندگی توضیح داده خواهد شد).



#### نمودار ۴-۱۸۷- روند قیمت های صادراتی اسمی و واقعی محصول هندوانه ایران

در جدول ۴-۱۶۸ مشخص است که میانگین قیمت اسمی هندوانه صادراتی ایران ۰/۱۶۵ دلار بوده در حالی که در مورد قیمت واقعی هندوانه به قیمت ثابت سال ۱۳۸۳، این میانگین قیمت ۰/۱۴۵ دلار می باشد. این در حالی است که حداقل قیمت اسمی و ثابت هندوانه صادراتی ایران به ترتیب ۰/۰۵۹ و ۰/۰۹۰ دلار بوده است. همچنین حداکثر قیمت اسمی و ثابت هندوانه صادراتی ایران به ترتیب ۰/۲۵۷ و ۰/۲۰۳ دلار تجربه شده است. در نهایت در مورد مقادیر صادراتی هندوانه ایران به بازارهای جهانی نیز، حداقل و حداکثر مقادیر صادراتی به ترتیب ۸۴ و ۸۵۵ هزار تن و میانگین میزان صادرات نیز برای سال های مورد بررسی ۲۵۰ هزار تن بوده است. همان گونه که مشخص است، بیشترین ضریب نوسان مربوط به مقادیر صادراتی ایران و کمترین نوسان نیز به قیمت های ثابت هندوانه صادراتی ایران مربوط می باشد. لذا صادرکنندگان ایرانی بیشتر با ریسک مقادیر صادرات مواجه هستند تا ریسک قیمت های صادراتی.

جدول ۴-۱۶۸- تحلیل معیارهای قیمت اسمی و ثابت صادراتی و مقادیر صادرات هندوانه ایران

مقدار صادرات-تن	قیمت ثابت-دلار	قیمت اسمی-دلار	معیارها
۸۳۹۷۴,۶۸۷	۰,۰۹۰	۰,۰۵۹	حداقل
۸۵۵۰۰۳,۴۸۰	۰,۲۰۳	۰,۲۵۷	حداکثر
۲۵۰۸۶۳,۶۸۰	۰,۱۴۵	۰,۱۶۵	میانگین
۱۹۲۸۸۸,۱۴۱	۰,۰۲۸	۰,۰۶۷	انحراف معیار
۰,۷۶۹	۰,۱۹۱	۰,۴۰۶	ضریب نوسان

مأخذ: یافته‌های مطالعه

اما بررسی کشور مسلط در بازارهای جهانی یعنی مکزیک نیز نشان می‌دهد که میانگین قیمت اسمی هندوانه صادراتی مکزیک ۰/۳۶۹ دلار بوده در حالی که در مورد قیمت واقعی هندوانه به قیمت ثابت سال ۲۰۰۴، این میانگین قیمت ۰/۳۷۳ دلار می‌باشد. این در حالی است که حداقل قیمت اسمی و ثابت هندوانه صادراتی مکزیک به ترتیب ۰/۲۰۳ و ۰/۲۵۴ دلار بوده است. همچنین حداکثر قیمت اسمی و ثابت هندوانه صادراتی مکزیک به ترتیب ۰/۵۴۶ و ۰/۵۰۹ دلار تجربه شده است. در نهایت در مورد مقادیر صادراتی هندوانه مکزیک به بازارهای جهانی نیز، حداقل و حداکثر مقادیر صادراتی به ترتیب ۲۰۱ و ۷۰۲ هزار تن و میانگین میزان صادرات نیز برای سال‌های مورد بررسی ۴۱۶ هزار تن بوده است. همان‌گونه که مشخص است، بیشترین ضریب نوسان مربوط به مقادیر صادرات و کمترین نوسان نیز به قیمت‌های ثابت هندوانه صادراتی مکزیک مربوط می‌باشد. اما بطور کلی ریسک قیمت‌های اسمی و مقادیر صادرات صادرکنندگان مکزیک کمتر از صادرکنندگان ایرانی بوده و نوسان قیمت‌های واقعی برای دو کشور یکسان بوده است. لذا بازار جهانی برای صادرکنندگان مکزیک ثبات بیشتری داشته است. همچنین برای صادرکنندگان مکزیک نیز بیشتر ریسک مقادیر صادرات مواجه هستند تا ریسک قیمت‌های صادراتی.

جدول ۴-۱۶۹- تحلیل معیارهای قیمت اسمی و ثابت صادراتی کشور مسلط

مقدار صادرات-تن	قیمت ثابت-دلار	قیمت اسمی-دلار	معیارها
۲۰۱۴۹۰	۰,۲۵۴	۰,۲۰۳	حداقل
۷۰۲۴۰۱	۰,۵۰۹	۰,۵۴۶	حداکثر
۴۱۶۳۹۸,۱۵۸	۰,۳۷۳	۰,۳۶۹	میانگین
۱۶۲۲۵۱,۲۴۳	۰,۰۷۲	۰,۱۰۷	انحراف معیار
۰,۳۹۰	۰,۱۹۲	۰,۲۹۰	ضریب نوسان

مأخذ: یافته های مطالعه

#### ۴-۷۷-۲- تحلیل دوره های تشدید تحریم ها نسبت به دوره های پیش از آن

اما تحلیل مقادیر قیمت و مقدار صادرات طی دوره های تشدید تحریم و قبل از آن نشان می دهد که میانگین قیمت واقعی و مقادیر صادرات در دوره های تشدید تحریم بیش از دوره های تحریم بوده است اما این نکته به معنی مناسب تر بودن سال های تحریم نیست. همان گونه که میانگین رشد سالانه برای متغیرها نشان می دهد، برای ایران رشد سالانه قیمت های واقعی به شدت رو به افول بوده و این رشد منفی شده است. بطوریکه در پیش از دوره تشدید تحریم این رشد معادل ۶/۷۲۷ بوده که در دوره تشدید تحریم نیز این رشد معادل ۱/۷۹۸- درصد گردید که افت محسوسی را نشان می دهد. سهم صادرات اما رشد کرده و از ۶/۷۲۷ به ۲۶/۹۷ درصد رسیده است. این در حالی است که در مورد مکزیک هر دو مورد پس از تشدید تحریم ها بهبود یافته است. بطوریکه رشد قیمت های واقعی از ۱/۵۴۰- در دوره پیش از تشدید تحریم ها به ۷/۱۲۹ درصد در دوره تشدید تحریم ها افزایش یافته است. هم چنین مقادیر صادراتی نیز از ۱/۵۴- درصد به رشد ۳/۵۵۱ درصد و مقادیر برای مکزیک نیز از ۷/۱۲۹ به ۸/۴۰۵ درصد رسیده است. بنابراین این احتمال وجود داشت که در صورت نبود تشدید تحریم ها رشد قیمت های صادراتی ایران نیز منفی نبوده بلکه رشدی نیز داشته باشد.

جدول ۴-۱۷۰- تحلیل مقادیر قیمت و مقدار صادرات ایران در سال های قبل و بعد از تشدید تحریم ها

پس از تشدید تحریم		پیش از تشدید تحریم		معیارها
مقادیر صادراتی- تن	قیمت ثابت- دلار	مقادیر صادراتی- تن	قیمت ثابت- دلار	
۲۰۲۳۶۹,۷۶۵	۰,۱۱۹	۸۳۹۷۴,۶۸۷	۰,۰۹۰	حداقل
۸۵۵۰۰۳,۴۸۰	۰,۲۰۳	۲۰۴۲۳۹,۰۹۸	۰,۱۶۰	حداکثر
۳۸۸۹۳۸,۶۲۱	۰,۱۵۶	۱۲۶۵۹۶,۲۳۲	۰,۱۳۴	میانگین
۲۰۲۹۷۰,۸۲۷	۰,۰۲۷	۳۹۶۱۱,۴۲۴	۰,۰۲۵	انحراف معیار
۰,۵۲۲	۰,۱۷۰	۰,۳۱۳	۰,۱۸۷	ضریب نوسان
۲۶,۹۶۷	-۱,۷۹۸	-۵,۰۲۷	۶,۷۲۷	میانگین رشد سالانه- درصد

مأخذ: یافته های مطالعه

جدول ۴-۱۷۱- تحلیل مقادیر قیمت و مقدار صادرات مکزیک در سال های قبل و بعد از تشدید تحریم های ایران

پس از تشدید تحریم		پیش از تشدید تحریم		معیارها
مقادیر صادراتی- تن	قیمت ثابت- دلار	مقادیر صادراتی- تن	قیمت ثابت- دلار	
۵۰۹۲۶۵,۰۰۰	۰,۳۴۶	۲۰۱۴۹۰,۰۰۰	۰,۲۵۴	حداقل
۷۰۲۴۰۱,۰۰۰	۰,۵۰۹	۵۸۰۷۰۳,۰۰۰	۰,۴۶۰	حداکثر
۵۸۳۹۶۶,۳۳۳	۰,۴۱۱	۳۳۹۰۵۹,۰۰۰	۰,۳۴۳	میانگین
۷۰۸۰۴,۹۵۸	۰,۰۶۱	۱۲۹۹۲۲,۹۳۳	۰,۰۶۷	انحراف معیار
۰,۱۲۱	۰,۱۴۹	۰,۳۸۳	۰,۱۹۶	ضریب نوسان
۸,۴۰۵	۳,۵۵۱	۷,۱۲۹	-۱,۵۴۰	میانگین رشد سالانه- درصد

مأخذ: یافته های مطالعه

#### ۴-۷۷-۳- تحلیل های کشورهای هدف صادرات ایران در دوره های قبل و بعد از دوره های

##### تشدید تحریم

در ادامه به بررسی تعداد کشورهای هدف و تعداد کشورهای غالب هدف در ایران پرداخته شده است. منظور از تعداد کشورهای غالب هدف، تعداد کشورهایی است که در مجموع ۵۰ درصد سبد صادراتی ایران را تشکیل می دهند. همان گونه که مشاهده می شود، تعداد حداقل ۲۴ و حداکثر ۳۴ کشورهای هدف ایران را تشکیل

می دهند. بطور میانگین تعداد کشورهای هدف ایران ۲۶/۸۵ کشور بوده است. هم چنین تعداد کشورهای غالب هدف حداقل یک و حداکثر ۲ کشور بوده اند که در مجموع سهم ۵۰ درصدی از سبد صادرات هندوانه ایران را به خود اختصاص می دادند. بطور میانگین بین ۱ تا ۲ کشور، کشور غالب هدف ایران بوده اند. در نهایت سهم کشور هدف اصلی (کشور اول) از سبد صادراتی ایران، حداقل ۴۰/۶۱ درصد و حداکثر ۷۸/۵۳ درصد بوده است که بطور میانگین این سهم ۶۰/۲۸ درصد برآورد می شود. همان گونه که مشخص است نوسان کشورهای غالب و سهم کشور اصلی بسیار بیشتر از تعداد کشورهای هدف بوده است.

جدول ۴-۱۷۲- تعداد کشورهای هدف، تعداد کشورهای غالب هدف و سهم کشور اصلی در ایران

معیارها	تعداد کشورهای هدف	تعداد کشورهای غالب هدف	سهم کشور هدف اصلی-درصد
حداقل	۲۲,۰۰۰	۱,۰۰۰	۴۰,۶۱۱
حداکثر	۳۴,۰۰۰	۲,۰۰۰	۷۸,۵۳۹
میانگین	۲۶,۸۵۰	۱,۲۵۰	۶۰,۲۸۲
انحراف معیار	۳,۰۱۴	۰,۴۴۴	۱۱,۴۳۹
ضریب نوسان	۰,۱۱۲	۰,۳۵۵	۰,۱۹۰

مأخذ: یافته های مطالعه

در جدول ۴-۱۷۳ به تفکیک سال های تشدید تحریم ها و سال های پیش از تشدید تحریم ها مشخص است که تعداد کشورهای هدف در پیش از تشدید تحریم ها، حداقل ۲۴ و حداکثر ۳۴ کشور بوده و بطور متوسط تعداد کشورهای هدف حدود ۲۸ کشور بوده است. این در حالی است که در سال های تشدید تحریم تعداد کشورهای هدف کاهش یافت. بطوریکه حداقل ۲۲ و حداکثر ۳۱ کشور بوده و بطور متوسط تعداد کشورهای هدف حدود ۲۶ کشور بوده است. به عبارتی تعداد کشورهای هدف بطور متوسط ۲ کشور کمتر شده است. هم چنین تعداد کشورهای غالب هدف در دوره پیش از تشدید تحریم، حداقل ۱، حداکثر ۲ و بطور میانگین ۱/۵ بوده است. این در حالی است که در سال های تشدید تحریم، تعداد کشورهای غالب نیز کاهش یافته و حداقل ۱، حداکثر ۱ و بطور میانگین یک کشور بوده است. لذا یک کشور از تعداد کشورهایی که در مجموع ۵۰ درصد از سبد صادراتی

هندوانه ایران را به خود اختصاص داده‌اند کاهش یافته است. سهم کشور هدف اصلی از مجموع صادرات ایران در دوره پیش از تشدید تحریم، حداقل ۴۰/۶۱، حداکثر ۶۸/۲۹ و بطور میانگین ۵۱/۹۹ درصد بوده است. در حالی که در سال‌های تشدید تحریم، این سهم افزایش یافته است. چرا که با کاهش تعداد کشورهای هدف و تعداد کشورهای غالب، سهم هر کشور و در نهایت سهم کشور اصلی از مجموع سبب صادرات ایران افزایش یافته است. بطوریکه در سال‌های تشدید تحریم، سهم کشور هدف اصلی از سبب صادراتی ایران حداقل ۵۸/۹۲۴، حداکثر ۷۸/۵۳ و بطور میانگین ۶۸/۵۶۷ درصد بوده است. لذا سهم کشور هدف اصلی در سال‌های تشدید تحریم بطور میانگین ۳۱/۸۶ درصد رشد مثبت داشته است.

در ادامه لازم است بررسی شود که آیا این تحولات در نهایت اثر مثبت بر قیمت‌های صادراتی ایران در بازارهای جهانی خواهد داشت یا خیر؟ این نکته در تحلیل نموداری و برآورد الگوهای اقتصاد سنجی در ادامه مشخص خواهد شد.

جدول ۴-۱۷۳- وضعیت کشورهای هدف صادرات ایران در سال‌های قبل و بعد از تشدید تحریم‌ها

پس از تشدید تحریم		پیش از تشدید تحریم			معیارها	
سهم کشور هدف اصلی	تعداد کشورهای غالب هدف	تعداد کشورهای هدف	سهم کشور هدف اصلی	تعداد کشورهای غالب هدف		تعداد کشورهای هدف
۵۸,۹۲۴	۱,۰۰۰	۲۲,۰۰۰	۴۰,۶۱۱	۱,۰۰۰	۲۴,۰۰۰	حداقل
۷۸,۵۳۹	۱,۰۰۰	۳۱,۰۰۰	۶۸,۲۹۵	۲,۰۰۰	۳۴,۰۰۰	حداکثر
۶۸,۵۶۷	۱,۰۰۰	۲۶,۰۰۰	۵۱,۹۹۶	۱,۵۰۰	۲۷,۷۰۰	میانگین
۵,۷۱۱	۰,۰۰۰	۲,۸۶۷	۹,۵۴۴	۰,۵۲۷	۳,۰۵۷	انحراف معیار
۰,۰۸۳	۰,۰۰۰	۰,۱۱۰	۰,۱۸۴	۰,۳۵۱	۰,۱۱۰	ضریب نوسان

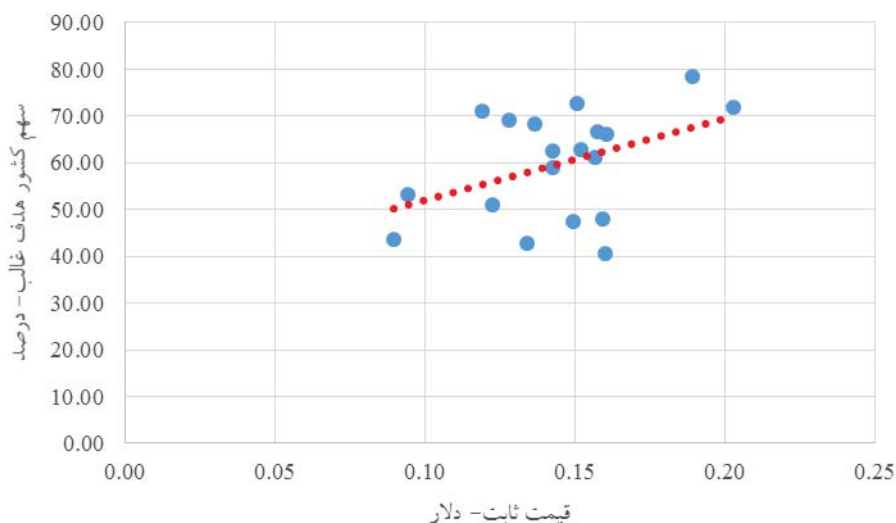
مأخذ: یافته‌های مطالعه



## ۴-۲۸- تحلیل نموداری عوامل اثرگذار بر نوسان قیمتهای صادراتی ایران در بازارهای جهانی

### ۴-۲۸-۱- رابطه قیمت واقعی صادرات و سهم کشور هدف اصلی

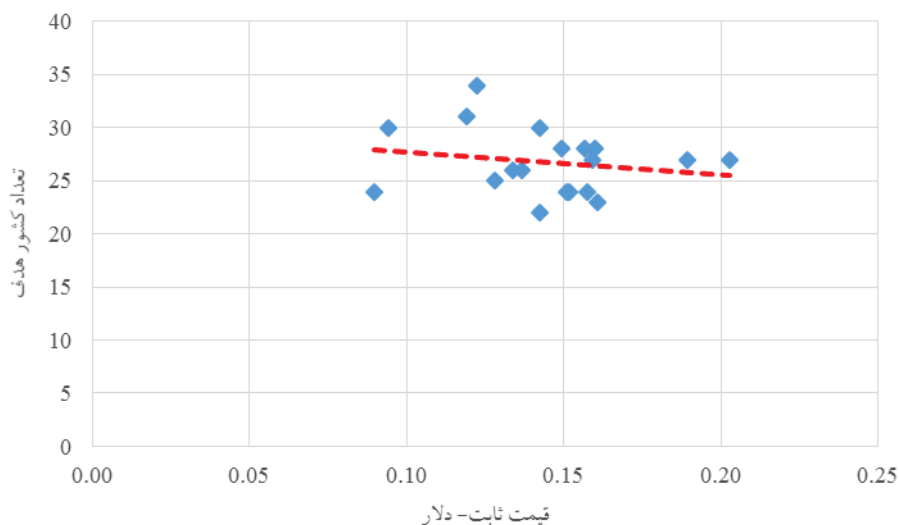
همان گونه که نمودار ۴-۱۸۸ نشان می دهد، بین قیمت های واقعی صادرات ایران و سهم کشور هدف اصلی ایران رابطه مستقیم و مشخصی وجود دارد. به این معنی که با افزایش سهم کشور هدف اول، قیمت های واقعی صادرات ایران در مورد هندوانه در بازارهای جهانی با افزایش روبرو خواهند بود.



نمودار ۴-۱۸۸- ارتباط بین قیمت واقعی صادرات و سهم کشور هدف اصلی

### ۴-۲۸-۲- رابطه قیمت واقعی صادرات و تعداد کشورهای هدف

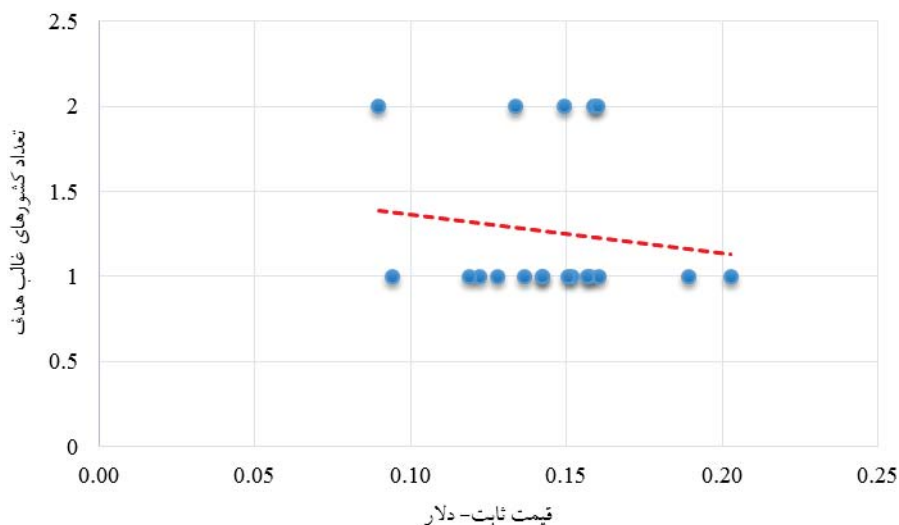
همان گونه که نمودار ۴-۱۸۹ نشان می دهد، بین قیمت های واقعی صادرات ایران و تعداد کشورهای هدف ایران رابطه معکوس ضعیفی وجود دارد. به این معنی که با افزایش تعداد کشورهای هدف، قیمت های واقعی صادرات ایران در مورد هندوانه در بازارهای جهانی با کاهش اندکی روبرو بوده است. لذا انتظار می رود با کاهش بازارهای هدف، و تخصصی سازی صادرات محصول هندوانه، قیمتهای صادراتی ایران در رقابت بین کشورهای هدف افزایش یابد و بالعکس.



نمودار ۴-۱۸۹- ارتباط بین قیمت واقعی صادرات و تعداد کشورهای هدف

#### ۴-۲۸-۳- رابطه قیمت واقعی صادرات و تعداد کشورهای غالب

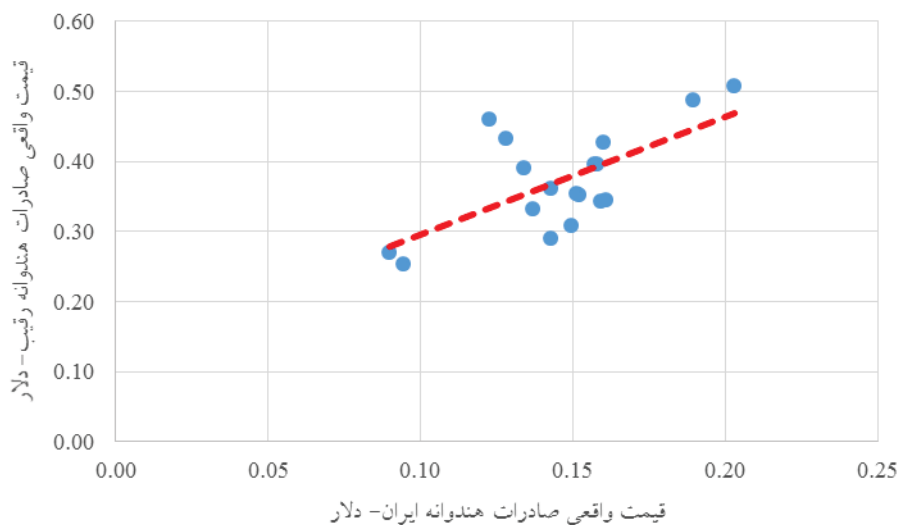
همان‌گونه که نمودار ۴-۱۹۰ نشان می‌دهد، بین قیمت‌های واقعی صادرات ایران و تعداد کشورهای غالب هدف ایران رابطه منفی و مشخصی وجود دارد. به این معنی که با کاهش تعداد کشورهای غالب هدف، قیمت‌های واقعی صادرات ایران در مورد هندوانه در بازارهای جهانی با افزایش روبرو بوده است. لذا انتظار می‌رود با تخصصی‌سازی و کاهش تعداد بازارهای غالب هدف، قیمت‌های صادراتی ایران در رقابت بین این کشورها افزایش یابد.



نمودار ۴-۱۹۰- ارتباط بین قیمت واقعی صادرات و تعداد کشورهای غالب هدف

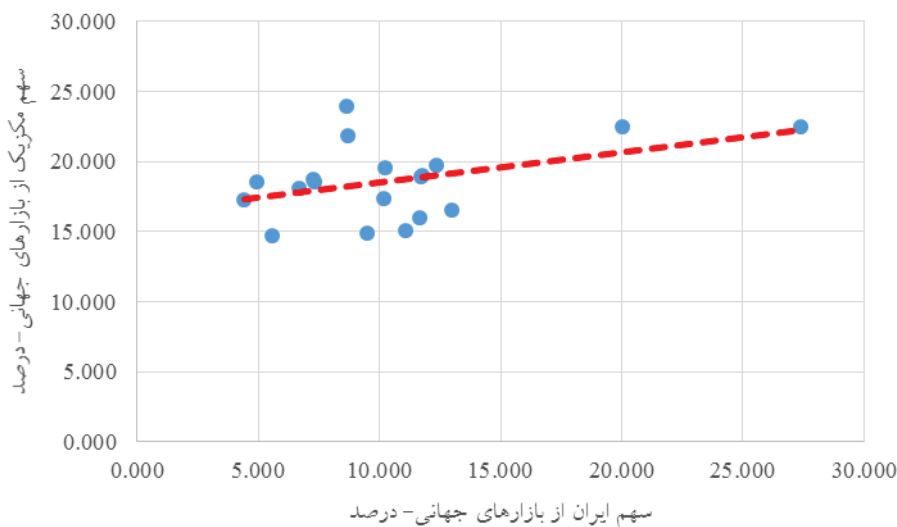
#### ۴-۷۸-۴- رابطه قیمت واقعی صادرات و قیمت کشور مسلط بر بازارهای جهانی

همان گونه که نمودار ۴-۱۹۱ نشان می دهد، بین قیمت های واقعی صادرات ایران و قیمت های واقعی هندوانه مکزیکی رابطه مثبت وجود دارد. به این معنی که با افزایش تقاضای هندوانه مکزیکی، قیمت های واقعی صادرات برای این کشور افزایش یافته و لذا افزایش در قیمت صادراتی هندوانه مکزیکی سبب افزایش قیمت های هندوانه ایران خواهد شد.



#### نمودار ۴-۱۹۱-ارتباط بین قیمت واقعی صادرات ایران و مکزیک

همان گونه که نمودار پراکندگی ۴-۱۹۲ نیز نشان می دهد، رابطه سهم صادراتی ایران و مکزیک مثبت بوده و با افزایش سهم صادراتی مکزیک، سهم صادراتی ایران نیز افزایش داشته است. به این معنی که با افزایش تقاضای جهانی برای هندوانه و در دوران رونق، سهم ایران و مکزیک ارتباط مستقیمی با هم داشته و در دوران رکود نیز جریان عکس بوده و سهم هر دو صادرکننده از بازار کاهش یافته است.

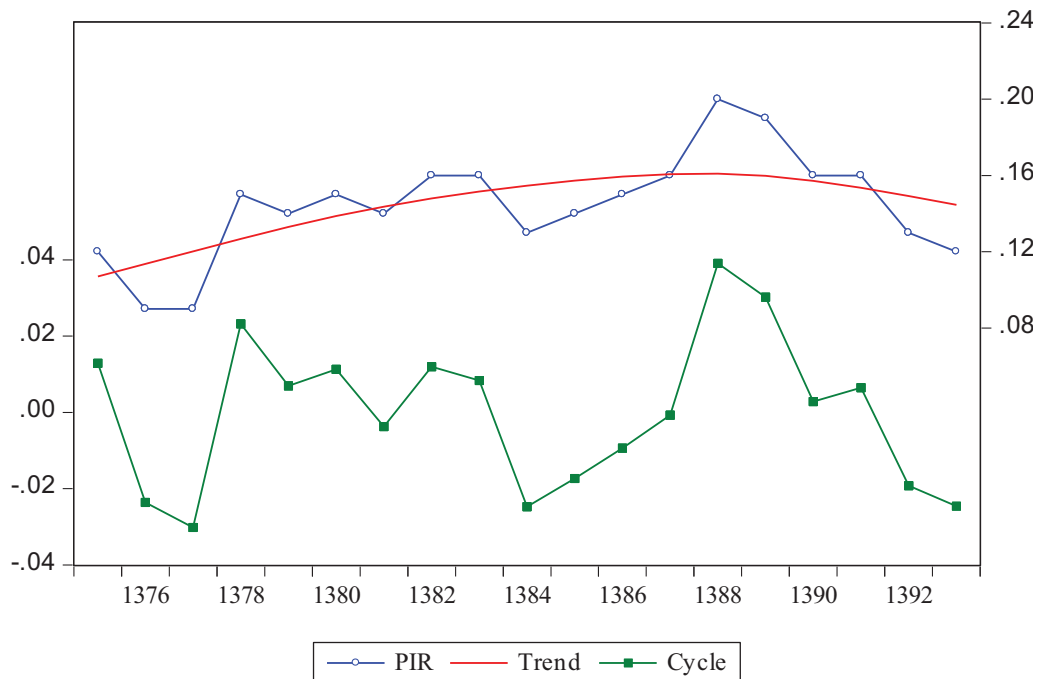


نمودار ۴-۱۹۲- ارتباط بین سهم صادراتی ایران و مکزیک از بازارهای جهانی

#### ۴-۲۹- تحلیل رفتار بلندمدت قیمت‌های صادراتی ایران و انحراف از روند باثبات

نتایج تحلیل فیلتر هودریک - پرسکات بیان‌گر آن است که در بیشتر سال‌های مطالعه بین مقادیر واقعی و مقادیر باثبات قیمت‌های صادراتی اختلاف وجود داشته است. در سال‌های پایانی روند باثبات قیمت‌های واقعی صادراتی کاهش می‌باشد، اما روند واقعی قیمت‌های صادراتی ایران از همین روند باثبات کاهش‌ی نیز کمتر بوده و نشان می‌دهد در سال‌های پایانی بیش از آنچه انتظار می‌رفت، قیمت‌های صادراتی واقعی ایران کاهش یافته است. همان‌گونه که ملاحظه می‌شود، تغییرات قیمت‌های صادراتی ایران از روند باثبات در سال‌های مختلف بسیار نوسانی بوده و بیان‌گر عدم ثبات لازم در قیمت‌های صادراتی ایران در بازارهای جهانی است.

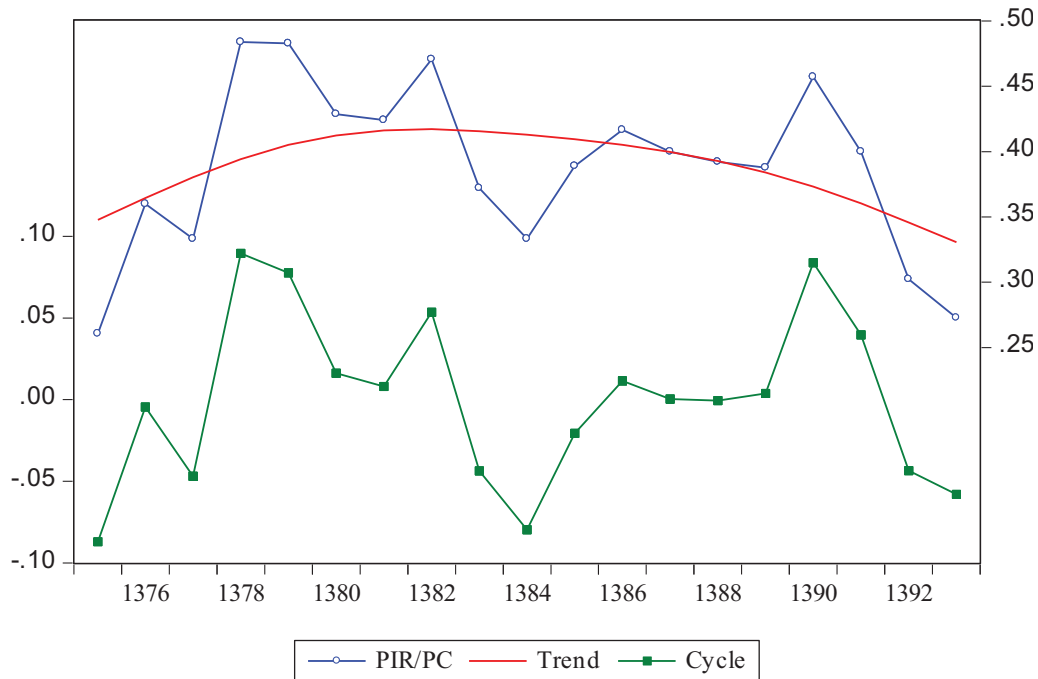
Hodrick-Prescott Filter (lambda=100)



نمودار ۴-۱۹۳- تحلیل فیلتر هودریک اسکات قیمت واقعی هندوانه صادراتی ایران

همچنین نتایج تحلیل فیلتر هودریک- پرسکات در قیمت های نسبی ایران نسبت به مکزیک بیانگر آن است که روند باثبات نسبت قیمت های صادراتی ایران به قیمت های صادراتی مکزیک با قیمت های واقعی فاصله دارد. هرچند در سال های پایانی روند باثبات نسبت قیمت صادراتی ایران به قیمت های صادراتی مکزیک کاهش می باشد، اما روند واقعی نسبت قیمت های صادراتی ایران به قیمت های صادراتی مکزیک از همین روند باثبات کاهش نیز کمتر بوده و نشان می دهد در سال های پایانی بیش از آنچه انتظار می رفت، قیمت های صادراتی واقعی ایران در مقابل قیمت های واقعی مکزیک افزایش مناسبی نداشته و این نسبت در سال های پایانی از حد مورد انتظار کاهش بیشتری داشته است. همان گونه که ملاحظه می شود، نوسان قیمت های نسبی واقعی از روند باثبات آن در سال های مختلف بسیار مشخص بوده و بیان گر عدم ثبات لازم در نسبت قیمت های صادراتی ایران به قیمت های صادراتی مکزیک بویژه در سال های پایانی است.

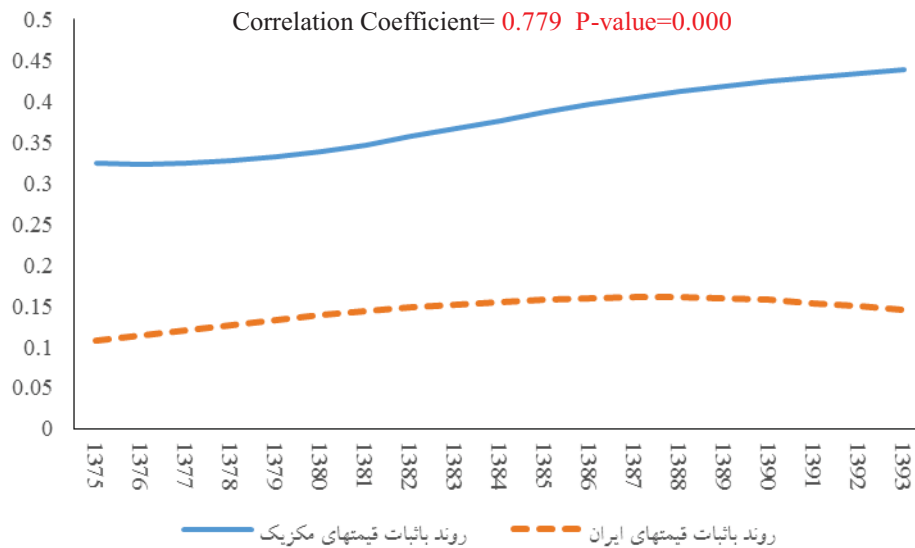
Hodrick-Prescott Filter (lambda=100)



نمودار ۴-۱۹۴- تحلیل فیلتر هودریک اسکات نسبت قیمت واقعی هندوانه صادراتی ایران به مکزیك

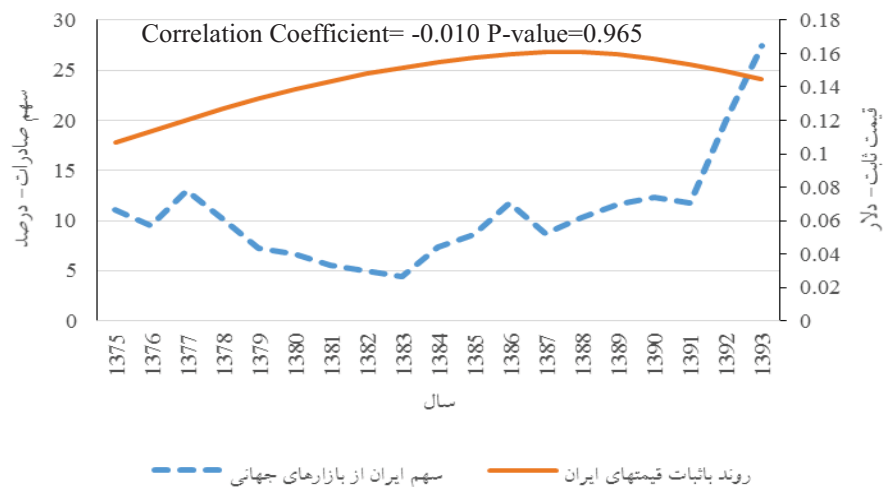
#### ۴-۸۰- تحلیل قیمت‌ها و سهم صادرات ایران با مکزیك

روند باثبات قیمت‌های ایران و مکزیك نشان می‌دهد که این روند برای ایران هرچند صعودی بوده اما در سال‌های اخیر این روند رو به نزول نهاده است. این در حالی است که روند قیمت‌های واقعی مکزیك بعد از یک ثبات در سال‌های اول در سال‌های اخیر رو به رشد بوده است. بطور کلی همبستگی قیمت‌های باثبات ایران و مکزیك مثبت و معنی دار در سطح یک درصد بوده است.



نمودار ۴-۱۹۵- مقایسه روندهای باثبات قیمتی ایران و فرانسه

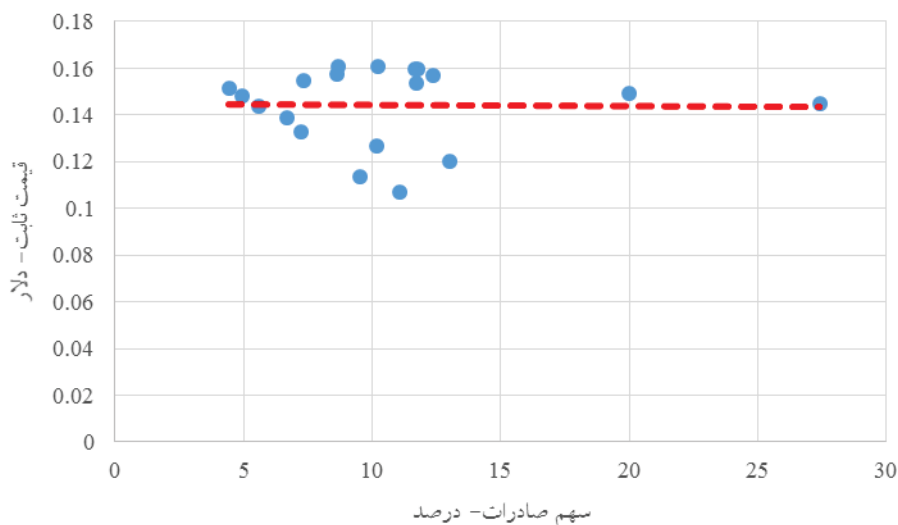
همان‌گونه که در نمودار ۴-۱۹۶ و هم‌چنین نمودار پراکندگی نیز مشخص است، روند باثبات قیمت‌های ایران از صادرات هندوانه در بازارهای جهانی با سهم صادراتی واقعی ایران رابطه منفی داشته است. هرچند این رابطه منفی به هیچ عنوان در سطح مناسبی معنی‌دار نبوده است. اما در سال‌های پایانی با کاهش قیمت‌های با ثبات صادراتی ایران در بازارهای جهانی، سهم واقعی صادرات ایران از بازارهای جهانی را افزایش یافته است.



نمودار ۴-۱۹۶- روند سهم ایران از بازارهای جهانی و روند باثبات قیمت‌های ایران

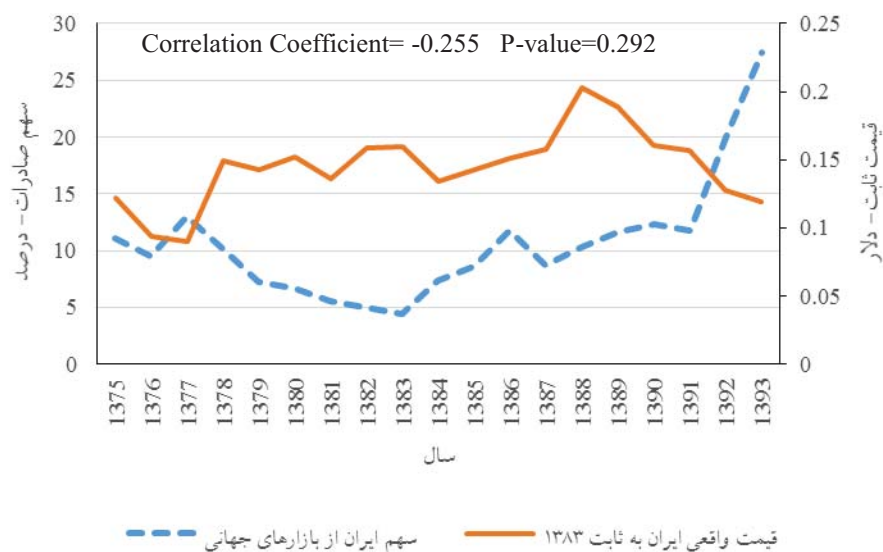


نمودار پراکندگی نیز بیانگر رابطه منفی بسیار ضعیفی بین قیمت های باثبات ایران و سهم ایران از بازارهای جهانی است. به عبارت دیگر، قیمت های باثبات ایران رابطه مشخصی با سهم صادراتی ایران بطور کلی نداشته است. هرچند در سال های پایانی رابطه منفی مشخص بوده است.



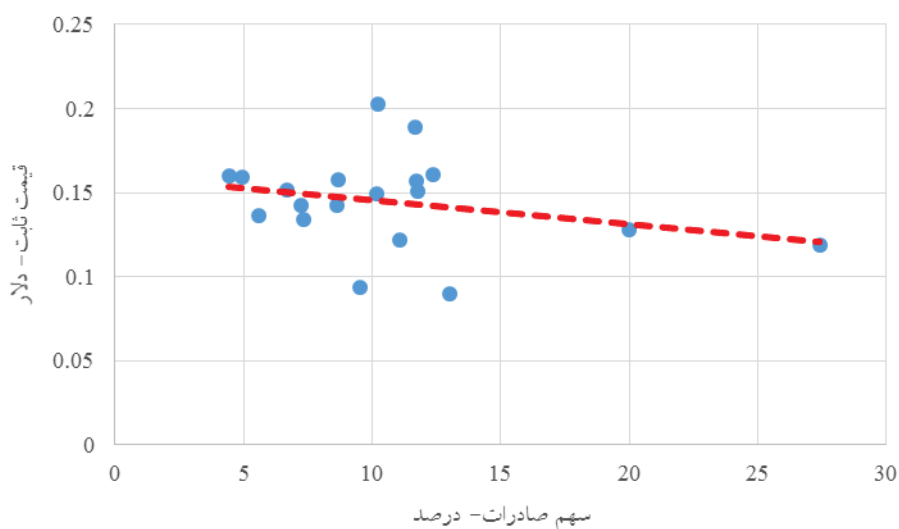
نمودار ۴-۱۹۷- ارتباط سهم ایران از بازارهای جهانی و روند باثبات قیمت های ایران

تحلیل روند قیمت های واقعی ایران در بازارهای جهانی در مقابل سهم های بدست آورده فعلی نیز در بازارهای جهانی نیز منفی بوده اما در سطح مناسبی این روند نیز معنی دار نبوده است. مشاهده می شود که بویژه در سال های پایانی علی رغم کاهش قیمت های ایران در بازارهای جهانی سهم ایران از بازارهای جهانی نیز افزایش یافته است. این افزایش سهم در مقابل کاهش قیمت های واقعی ایران در بازارهای جهانی، از زیان وارده به صادرکنندگان می تواند جلوگیری نماید. هرچند افزایش قیمت های صادراتی با توجه به مواردی مانند افزایش سهم کشور هدف اصلی و افزایش قیمت های جهانی، نه تنها با کاهش سهم ایران همراه نخواهد بود بلکه منافع صادرکنندگان را افزایش خواهد داد.



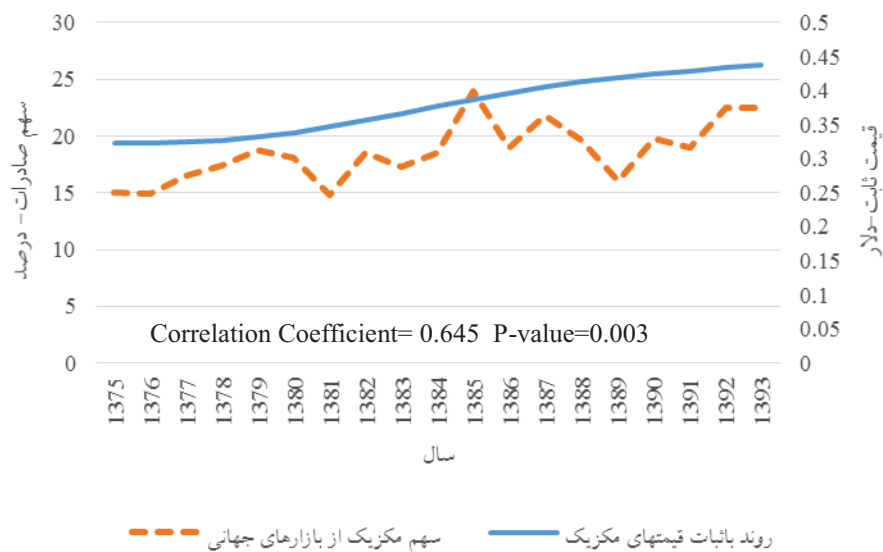
نمودار ۴-۱۹۸- روند قیمت های صادراتی ایران و سهم ایران از بازارهای جهانی

نمودار پراکندگی نیز نشان می دهد که ارتباط منفی بین سهم صادرات و قیمت های واقعی صادرات ایران برقرار می باشد. هرچند این رابطه منفی از شدت بالایی برخوردار نیست.



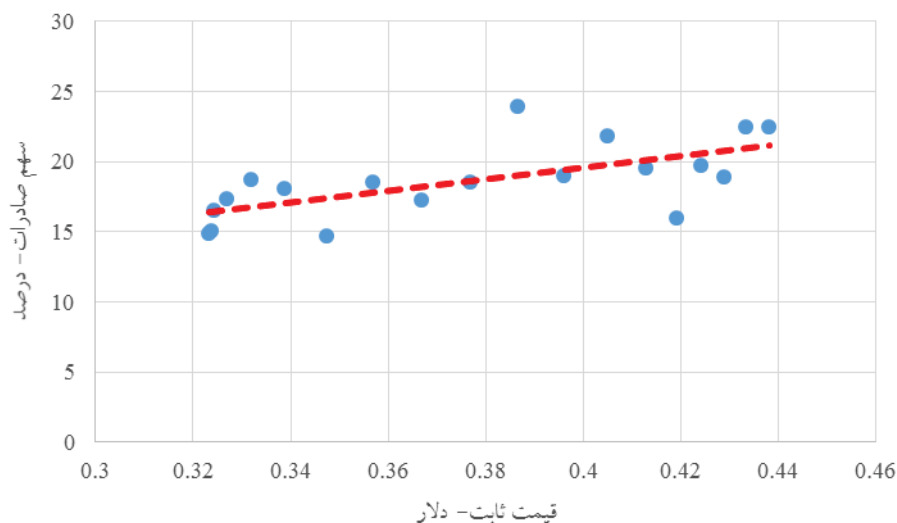
نمودار ۴-۱۹۹- ارتباط قیمت های صادراتی ایران و سهم ایران از بازارهای جهانی

این در حالی است که در مورد مکزیک در بازارهای جهانی، شرایط به‌گونه‌ای دیگر بوده است. ارتباط بین سهم صادراتی و قیمت‌های باثبات در مکزیک مثبت بوده است. نکته مهم در این قسمت آن است که در مورد مکزیک بطور کلی با افزایش روند باثبات قیمت‌های واقعی صادراتی سهم این کشور از بازارهای جهانی افزایش یافته است و لذا صادرکنندگان هندوانه در مکزیک با سیاست‌گذاری براساس روند باثبات قیمت‌ها، منافع قابل توجهی را کسب خواهند نمود.



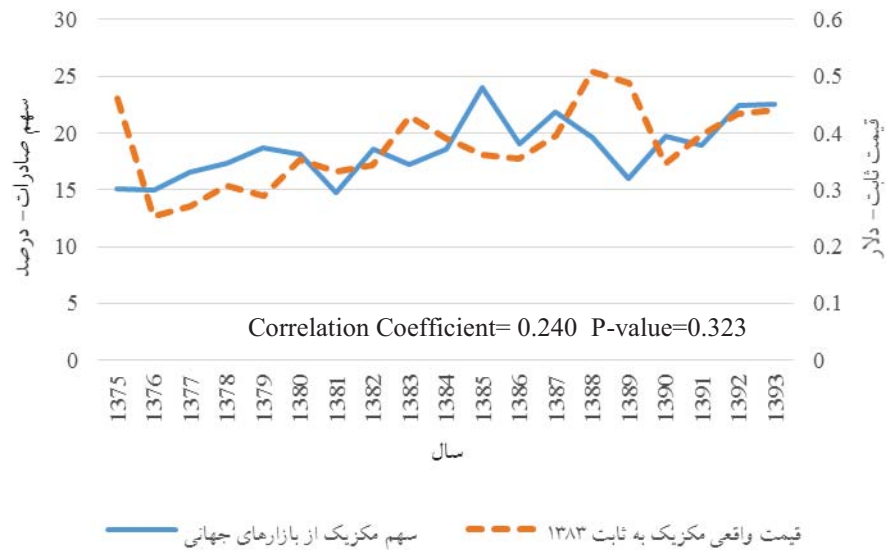
نمودار ۴-۲۰۰- روند سهم مکزیک از بازارهای جهانی و روند باثبات قیمت‌های مکزیک

نمودار پراکندگی نیز بیانگر این رابطه مثبت و معنی‌دار بین قیمت‌های باثبات صادراتی و سهم صادرات صادرکنندگان مکزیک از بازارهای جهانی است.



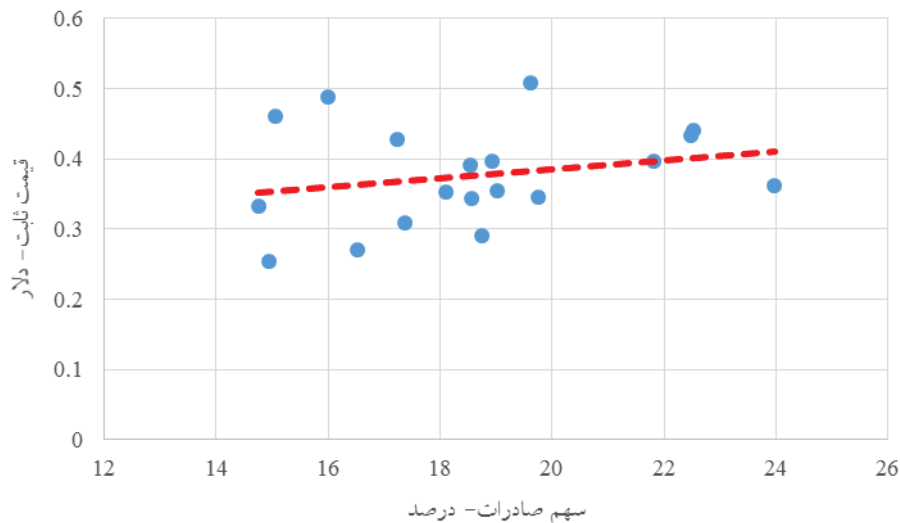
نمودار ۴-۲۰۱- ارتباط سهم مکزیک از بازارهای جهانی و روند باثبات قیمت های مکزیک

روند واقعی قیمت های صادراتی و سهم مکزیک از بازارهای جهانی نیز مؤید همین نتیجه بوده است. ارتباط بین سهم صادراتی و قیمت های واقعی صادراتی در مکزیک مثبت بوده است. هرچند این رابطه مثبت در سطح مناسبی معنی دار نبوده است. در سال های پایانی کاملاً مشخص است که علی رغم افزایش قیمت های واقعی صادراتی مکزیک در بازارهای جهانی هندوانه، سهم این کشور از بازارهای جهانی بهبود یافته است و لذا صادرکنندگان هندوانه در مکزیک به این ترتیب منافع مناسبی از بازارهای جهانی کسب خواهند نمود.



نمودار ۴-۲۰۲- روند قیمتهای صادراتی مکزیک و سهم مکزیک از بازارهای جهانی

نمودار پراکندگی نیز بیانگر این رابطه مثبت و معنی دار بین قیمت های واقعی صادراتی و سهم صادرات صادرکنندگان مکزیک از بازارهای جهانی است. هرچند این رابطه در سطح مناسبی معنی دار نبوده است.

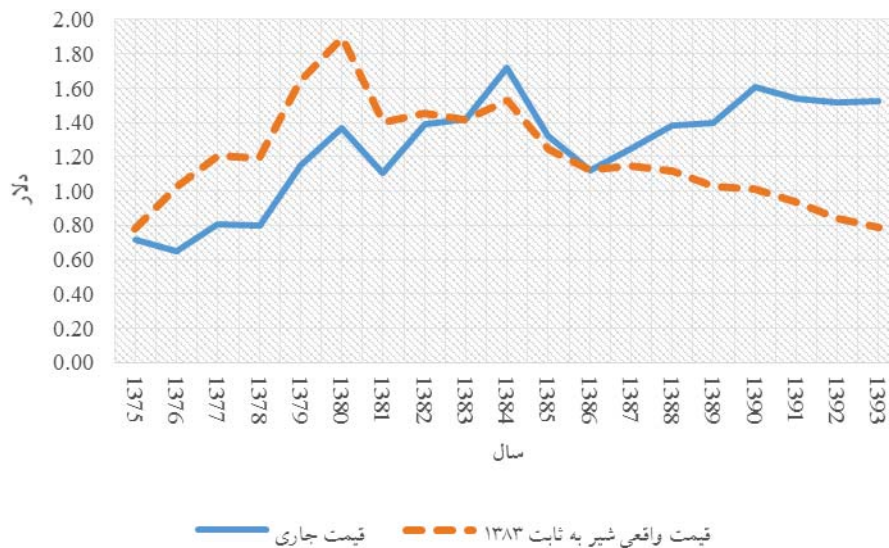


نمودار ۴-۲۰۳- ارتباط قیمتهای صادراتی مکزیک و سهم مکزیک از بازارهای جهانی

## ۴-۸۱- محصول شیر و فرآورده‌های آن

### ۴-۸۱-۱- تحلیل روند قیمت‌های اسمی و واقعی صادرات شیر ایران

در نمودار ۴-۲۰۴ روند اسمی و ثابت قیمت‌های صادراتی شیر و فرآورده‌های آن مشاهده می‌شود. همان‌گونه که مشخص است، روند قیمت‌های واقعی شیر و فرآورده‌های آن، ایران به قیمت‌های ثابت سال ۱۳۸۳، بویژه در سال‌های اخیر (بعد از سال ۱۳۸۶) روندی کاملاً متفاوت با قیمت‌های اسمی شیر و فرآورده‌های آن داشته و روند مشخص نزولی قیمت واقعی طی سال‌های ۱۳۸۶ به بعد کاملاً مشخص است. علاوه بر افزایش شاخص‌های قیمت صادراتی جهت تبدیل متغیر قیمت اسمی به قیمت‌های واقعی، کاهش تعداد کشورهای هدف اصلی در سبد صادراتی ایران عامل دیگری در کاهش قیمت‌های واقعی صادراتی بوده است (در ادامه بصورت نمودار پراکندگی توضیح داده خواهد شد).



نمودار ۴-۲۰۴- روند قیمت‌های صادراتی اسمی و واقعی محصول شیر ایران

در بررسی رفتار کشور ایران در سالهای ۹۳-۱۳۷۵ در جدول ۴-۱۷۴ مشخص است که میانگین قیمت اسمی شیر و فرآورده‌های آن صادراتی ایران ۱/۲۳۷ دلار بوده در حالی که در مورد قیمت واقعی شیر و فرآورده‌های آن به قیمت ثابت سال ۱۳۸۳، این میانگین قیمت ۱/۲۲۱ دلار می‌باشد. این در حالی است که حداقل قیمت اسمی

و ثابت شیر و فرآورده های آن صادراتی ایران به ترتیب ۰/۶۴۵ و ۰/۷۷۷ دلار بوده است. همچنین حداکثر قیمت اسمی و ثابت شیر و فرآورده های آن صادراتی ایران به ترتیب ۱/۷۲۲ و ۱/۸۹۳ دلار تجربه شده است. در نهایت در مورد مقادیر صادراتی شیر و فرآورده های آن ایران به بازارهای جهانی نیز، حداقل و حداکثر مقادیر صادراتی به ترتیب ۱۱۸/۱۴۱ و ۳۰۷۴۰۰ تن و میانگین میزان صادرات نیز برای سال های مورد بررسی ۸۱۶۱۸/۹۰۶ تن بوده است. همان گونه که مشخص است، بیشترین ضریب نوسان مربوط به قیمت های اسمی صادرات و کمترین نوسان نیز به قیمت های ثابت شیر و فرآورده های آن صادراتی ایران مربوط می باشد. لذا مشخص است که صادرکنندگان شیر و فرآورده های آن در ایران بیش از اینکه با ریسک های قیمتی مواجه باشند، با ریسک های مقادیر صادرات مواجه اند.

جدول ۴-۱۷۴- تحلیل معیارهای قیمت اسمی و ثابت صادراتی و مقادیر صادرات شیر و فرآورده های آن (سال های ۹۳-۱۳۷۵)

مقدار صادرات-تن	قیمت ثابت- دلار	قیمت اسمی- دلار	معیارها
۱۱۸,۱۴۱	۰,۷۷۷	۰,۶۴۵	حداقل
۳۰۷۴۰۰,۰۰۰	۱,۸۹۳	۱,۷۲۲	حداکثر
۸۱۶۱۸,۹۰۶	۱,۲۲۱	۱,۲۳۷	میانگین
۱۰۷۹۸۳,۶۸۶	۰,۲۸۸	۰,۳۱۷	انحراف معیار
۱,۳۲۳	۰,۲۳۶	۰,۲۵۶	ضریب نوسان

مأخذ: یافته های مطالعه

در ادامه جهت مقایسه رفتار ایران با کشورهای رقیب شرایط را از سالهای ۹۳-۱۳۸۰ مورد بررسی قرار می گیرد. چرا که اطلاعات مربوط به کشورهای رقیب با کد تعرفه مشابه ایران در سامانه Trade Map موجود بوده و از سال ۲۰۰۱ برای کشورها اطلاعات گزارش شده است. در جدول ۴-۱۷۵ مشخص است که میانگین قیمت اسمی شیر و فرآورده های آن صادراتی ایران ۱/۳۹۵ دلار بوده در حالی که در مورد قیمت واقعی شیر و فرآورده های آن به قیمت ثابت سال ۱۳۸۳، این میانگین قیمت ۰/۸۴۱ دلار می باشد. این در حالی است که حداقل قیمت اسمی و ثابت شیر و فرآورده های آن صادراتی ایران به ترتیب ۱/۱۰۳ و ۰/۸۴۱ دلار بوده است. همچنین حداکثر قیمت اسمی و ثابت شیر و فرآورده های آن صادراتی ایران به ترتیب ۱/۷۲۲ و ۱/۸۹۳ دلار تجربه شده است. در نهایت

در مورد مقادیر صادراتی شیر و فرآورده های آن ایران به بازارهای جهانی نیز، حداقل و حداکثر مقادیر صادراتی به ترتیب ۱۲۲۰/۰۶۹ و ۳۰۷۴۰۰ تن و میانگین میزان صادرات نیز برای سال های مورد بررسی ۱۱۲۷۷۰/۹۷۹ تن بوده است. همان گونه که مشخص است، بیشترین ضریب نوسان مربوط به مقادیر صادراتی و پس از آن قیمت های ثابت و در نهایت کمترین ضریب نوسان مربوط به قیمت های اسمی است. لذا هم چنان مشخص است که صادرکنندگان شیر و فرآورده های آن در ایران بیش از این که با ریسک های قیمتی مواجه باشند، با ریسک های مقادیر صادرات مواجه اند.

جدول ۴-۱۷۵- تحلیل معیارهای قیمت اسمی و ثابت صادراتی و مقادیر صادرات شیر و فرآورده های آن ایران (سال های ۹۳-۱۳۸۰)

مقدار صادرات-تن	قیمت ثابت-دلار	قیمت اسمی-دلار	معیارها
۱۲۲۰,۰۶۹	۰,۸۴۱	۱,۱۰۳	حداقل
۳۰۷۴۰۰,۰۰۰	۱,۸۹۳	۱,۷۲۲	حداکثر
۱۱۲۷۷۰,۹۷۹	۱,۲۴۲	۱,۳۹۵	میانگین
۱۱۲۸۴۵,۲۰۸	۰,۲۸۸	۰,۱۷۷	انحراف معیار
۱,۰۰۱	۰,۲۳۲	۰,۱۲۷	ضریب نوسان

مأخذ: یافته های مطالعه

اما بررسی وضعیت کشور مسلط بر بازارهای جهانی یعنی آلمان نیز نشان می دهد که میانگین قیمت اسمی شیر و فرآورده های آن صادراتی آلمان ۱/۴۶۰ دلار بوده در حالی که در مورد قیمت واقعی شیر و فرآورده های آن به قیمت ثابت سال ۲۰۰۴، این میانگین قیمت ۱/۲۹۹ دلار می باشد. این در حالی است که حداقل قیمت اسمی و ثابت شیر و فرآورده های آن صادراتی آلمان به ترتیب ۰/۹۱۱ و ۱/۱۷۰ دلار بوده است. هم چنین حداکثر قیمت اسمی و ثابت شیر و فرآورده های آن صادراتی آلمان به ترتیب ۲/۰۲۰ و ۱/۵۳۳ دلار تجربه شده است. در نهایت در مورد مقادیر صادراتی شیر و فرآورده های آن آلمان به بازارهای جهانی نیز، حداقل و حداکثر مقادیر صادراتی به ترتیب ۴۲۲۹۰۳۷ و ۵۶۰۵۸۶۸ تن و میانگین میزان صادرات نیز برای سال های مورد بررسی ۵۰۸۲۱۵۶/۶۱۵



تن بوده است. مشخص است که ضریب نوسان قیمت‌های واقعی و مقدار صادرات شیر و فرآورده‌های آن برای صادرکنندگان آلمانی بسیار کوچک بوده و بیان‌گر ثبات بسیار بالای قیمت واقعی و مقدار صادراتی می‌باشد و لذا ثبات درآمدی صادرکنندگان آلمانی در مقایسه با ایران بسیار مناسب‌تر خواهد بود.

جدول ۴-۱۷۶- تحلیل معیارهای قیمت اسمی و ثابت صادراتی رقیب

مقدار صادرات-تن	قیمت ثابت- دلار	قیمت اسمی- دلار	معیارها
۴۲۲۹۰۳۷,۰۰۰	۱,۱۷۰	۰,۹۱۱	حداقل
۵۶۰۵۸۶۸,۰۰۰	۱,۵۳۳	۲,۰۲۰	حداکثر
۵۰۸۲۱۵۶,۶۱۵	۱,۲۹۹	۱,۴۶۰	میانگین
۴۴۶۴۶۳,۳۷۵	۰,۱۰۹	۰,۳۶۵	انحراف معیار
۰,۰۸۸	۰,۰۸۴	۰,۲۵۰	ضریب نوسان

مأخذ: یافته‌های مطالعه

#### ۴-۸۱-۲- تحلیل دوره‌های تشدید تحریم‌ها نسبت به دوره‌های پیش از آن

تحلیل وضعیت کشور ایران در بازارهای جهانی در طی دوره‌های ۱۳۷۵-۱۳۹۳ در زمان تشدید تحریم و قبل از آن نشان می‌دهد که میانگین قیمت ثابت و مقادیر صادرات در دوره‌های تحریم بیشتر از دوره‌های تشدید تحریم بوده است. هم‌چنین قیمت‌های واقعی صادراتی ایران در سال‌های بعد از تشدید تحریم‌ها نسبت به سال‌های پیش از آن بطور میانگین از ۱/۳۲۳ به ۱/۱۴۰ دلار رسیده و لذا رشدی منفی معادل ۱۳/۸- درصد داشته است. هرچند مقادیر صادراتی به دلیل حضور تدریجی ایران در بازارهای جهانی رشد فزاینده‌ای داشته است.

اما جهت تحلیل و مقایسه ایران با وضعیت جهانی لازم به بررسی اطلاعات از سال ۹۳-۱۳۸۰ خواهد بود. تحلیل مقادیر قیمت و مقدار صادرات طی دوره‌های تشدید تحریم و قبل از آن نشان می‌دهد که میانگین قیمت واقعی در دوره‌های قبل از تشدید تحریم بیش از دوره‌های تشدید تحریم بوده است. قیمت‌های واقعی صادراتی ایران در سال‌های بعد از تشدید تحریم‌ها نسبت به سال‌های پیش از آن بطور میانگین از ۱/۵۸۳ به ۱/۱۴۰ دلار کاهش یافته است و لذا رشدی منفی معادل ۲۴/۱۲ درصد

داشته در حالیکه مقادیر صادراتی رشدی چشمگیری داشته است. همان گونه که بیان شد علت این رشد فزاینده در مقادیر صادراتی عدم حضور جدی ایران در بازارهای مورد نظر تا قبل از سال ۱۳۸۴ بوده است. میانگین رشد سالانه قیمت های واقعی ایران در دوره پیش از تشدید تحریم ها ۳/۳۲۸ درصد بوده که در دوره تشدید تحریم ها این میزان به ۱/۶۴۲ تنزل یافته اما مقادیر صادراتی مشخصاً در دوره تشدید تحریم ها بهبود یافته است.

این در حالی است که آلمان در همین دوره با رشد منفی قیمت های صادراتی خود معادل ۱۲/۶ درصدی رشد مقادیر صادراتی معادل ۱۹/۵ درصد همراه بوده است. میانگین رشد سالانه قیمت های واقعی آلمان و مقادیر صادراتی مشخصاً در دوره تشدید تحریم های ایران نسبت به دوره قبل بهبود یافته است. اما نکته بسیار مهم ثبات قابل توجه قیمت و مقدار صادراتی آلمان در بازارهای جهانی است. همان گونه که ملاحظه می شود، ضریب نوسان قیمت واقعی و مقدار صادرات برای این کشور بسیار پایین تر از ارقام مشابه برای ایران است.

جدول ۴-۱۷۷- تحلیل مقادیر قیمت و مقدار صادرات ایران در سال های قبل و بعد از تشدید تحریم ها

پس از تشدید تحریم		پیش از تشدید تحریم		معیارها
مقادیر صادراتی - تن	قیمت ثابت - دلار	مقادیر صادراتی - تن	قیمت ثابت - دلار	
۱۲۲۰,۰۶۹	۰,۸۴۱	۱۱۸,۱۴۱	۰,۷۷۷	حداقل
۳۰۷۴۰۰,۰۰۰	۱,۵۲۷	۴۶۰۰,۰۰۰	۱,۸۹۳	حداکثر
۱۴۵۶۱۷,۹۲۹	۱,۱۴۰	۱۶۲۰,۱۲۸	۱,۳۲۳	میانگین
۱۰۸۵۵۲,۲۸۴	۰,۲۱۰	۱۶۲۶,۹۵۸	۰,۳۵۱	انحراف معیار
۰,۷۴۵	۰,۱۸۴	۱,۰۰۴	۰,۲۶۵	ضریب نوسان

مأخذ: یافته های مطالعه

جدول ۴-۱۷۸- تحلیل مقادیر قیمت و مقدار صادرات ایران در سال های قبل و بعد از تشدید تحریم ها (طی سال های ۹۳-۱۳۸۰)

پس از تشدید تحریم		پیش از تشدید تحریم		معیارها
مقادیر صادراتی- تن	قیمت ثابت- دلار	مقادیر صادراتی- تن	قیمت ثابت- دلار	
۱۲۲۰,۰۶۹	۰,۸۴۱	۲۳۰۰,۰۰۰	۱,۴۰۲	حداقل
۳۰۷۴۰۰,۰۰۰	۱,۵۲۷	۴۶۰۰,۰۰۰	۱,۸۹۳	حداکثر
۱۴۵۶۱۷,۹۲۹	۱,۱۴۰	۳۲۸۱,۱۴۶	۱,۵۸۳	میانگین
۱۰۸۵۵۲,۲۸۴	۰,۲۱۰	۱۱۸۶,۶۰۷	۰,۲۷۰	انحراف معیار
۰,۷۴۵	۰,۱۸۴	۰,۳۶۲	۰,۱۷۱	ضریب نوسان
۱۲۴,۰۴۳	۱,۶۴۲	-۲۸,۹۳۶	۳,۳۲۸	میانگین رشد سالانه- درصد

مأخذ: یافته های مطالعه

جدول ۴-۱۷۹- تحلیل مقادیر قیمت و مقدار صادرات آلمان در سال های قبل و بعد از تشدید تحریم های ایران

پس از تشدید تحریم		پیش از تشدید تحریم		معیارها
مقادیر صادراتی- تن	قیمت ثابت- دلار	مقادیر صادراتی- تن	قیمت ثابت- دلار	
۴۹۲۲۴۷۳,۰۰۰	۱,۱۷۰	۴۲۲۹۰۳۷,۰۰۰	۱,۳۸۱	حداقل
۵۶۰۵۸۶۸,۰۰۰	۱,۳۹۳	۴۶۲۳۰۴۵,۰۰۰	۱,۵۳۳	حداکثر
۵۲۸۱۱۵۵,۴۰۰	۱,۲۵۷	۴۴۱۸۸۲۷,۳۳۳	۱,۴۳۹	میانگین
۲۵۷۷۶۷,۹۳۹	۰,۰۷۷	۱۹۷۳۹۹,۸۱۵	۰,۰۸۳	انحراف معیار
۰,۰۴۹	۰,۰۶۱	۰,۰۴۵	۰,۰۵۸	ضریب نوسان
۱,۷۹۵	۱,۱۷۶	-۲,۱۸۸	-۴,۲۲۷	میانگین رشد سالانه- درصد

مأخذ: یافته های مطالعه

#### ۴-۸۱-۳- تحلیل های کشورهای هدف صادرات ایران در دوره های قبل و بعد از دوره های

#### تشدید تحریم

در این قسمت به بررسی تعداد کشورهای هدف و تعداد کشورهای غالب هدف در ایران در دوره بلندمدت ۹۳-۱۳۷۵ پرداخته شده است. منظور از تعداد کشورهای غالب هدف، تعداد کشورهایی است که در مجموع ۵۰ درصد سبد صادراتی ایران را تشکیل می دهند. همان گونه که در جدول ۴-۱۸۰ مشاهده می شود، تعداد حداقل ۱۴ و

حداکثر ۴۰ کشورهای هدف ایران را تشکیل می‌دهند. بطور میانگین تعداد کشورهای هدف ایران ۳۰/۱۵۸ کشور بوده است. هم‌چنین تعداد کشورهای غالب هدف حداقل یک و حداکثر ۷ کشور بوده‌اند که در مجموع سهم ۵۰ درصدی از سبد صادرات شیر و فرآورده‌های آن ایران را به خود اختصاص می‌دادند. بطور میانگین بین ۲ تا ۳ کشور، کشور غالب هدف ایران بوده‌اند. در نهایت سهم کشور هدف اصلی (کشور اول) از سبد صادراتی ایران، حداقل ۱۶/۹۳۰ درصد و حداکثر ۸۶/۳۴۰ درصد بوده است که بطور میانگین این سهم ۵۸/۰۶۸ برآورد می‌شود. همان‌گونه که مشخص است، نوسان کشورهای غالب و سهم کشور اصلی بیشتر از تعداد کشورهای هدف بوده است.

جدول ۴-۱۸۰- تعداد کشورهای هدف، تعداد کشورهای غالب هدف و سهم کشور اصلی در ایران

معیارها	تعداد کشورهای هدف	تعداد کشورهای غالب هدف	سهم کشور هدف اصلی-درصد
حداقل	۱۴,۰۰۰	۱,۰۰۰	۱۶,۹۳۰
حداکثر	۴۰,۰۰۰	۷,۰۰۰	۸۶,۳۴۰
میانگین	۳۰,۱۵۸	۲,۳۸۹	۵۸,۰۶۸
انحراف معیار	۸,۹۱۵	۱,۹۱۴	۲۶,۵۶۱
ضریب نوسان	۰,۲۹۶	۰,۸۰۱	۰,۴۵۷

مأخذ: یافته‌های مطالعه

در ادامه به بررسی تعداد کشورهای هدف و تعداد کشورهای غالب هدف در ایران و مقایسه ایران با کشورهای رقیب اطلاعات از دوره ۱۳۸۰-۱۳۹۳ پرداخته شده است. همان‌گونه که مشاهده می‌شود، تعداد حداقل ۲۴ و حداکثر ۴۰ کشورهای هدف ایران را تشکیل می‌دهند. بطور میانگین تعداد کشورهای هدف ایران ۳۴/۳۵۷ کشور بوده است. هم‌چنین تعداد کشورهای غالب هدف حداقل یک و حداکثر ۳ کشور بوده‌اند که در مجموع سهم ۵۰ درصدی از سبد صادرات شیر و فرآورده‌های آن ایران را به خود اختصاص می‌دادند. بطور میانگین بین ۱ تا ۲ کشور، کشور غالب هدف ایران بوده‌اند. در نهایت سهم کشور هدف اصلی (کشور اول) از سبد صادراتی ایران، حداقل ۳۶/۴۲۰ درصد و حداکثر ۸۶/۳۴۰ درصد بوده است که بطور میانگین این سهم ۶۹/۷۳۶ برآورد می‌شود.

همان‌گونه که مشخص است نوسان کشورهای غالب بیشتر از تعداد کشورهای هدف و سهم کشور هدف اصلی بوده است.

جدول ۴-۱۸۱- تعداد کشورهای هدف، تعداد کشورهای غالب هدف و سهم کشور اصلی در ایران (طی سال‌های ۹۳-۱۳۸۰)

معیارها	تعداد کشورهای هدف	تعداد کشورهای غالب هدف	سهم کشور هدف اصلی-درصد
حداقل	۲۴,۰۰۰	۱,۰۰۰	۳۶,۴۲۰
حداکثر	۴۰,۰۰۰	۳,۰۰۰	۸۶,۳۴۰
میانگین	۳۴,۳۵۷	۱,۴۶۲	۶۹,۷۳۶
انحراف معیار	۴,۸۶۱	۰,۷۷۶	۲۰,۵۳۲
ضریب نوسان	۰,۱۴۱	۰,۵۳۱	۰,۲۹۴

مأخذ: یافته‌های مطالعه

در جدول ۴-۱۸۲ به تفکیک سال‌های تشدید تحریم‌ها و سال‌های پیش از تشدید تحریم‌ها مشخص است که تعداد کشورهای هدف در پیش از تشدید تحریم‌ها، حداقل ۴۲ و حداکثر ۳۶ کشور بوده و بطور متوسط تعداد کشورهای هدف حدود ۲۴ کشور بوده است. این در حالی است که در سال‌های تشدید تحریم تعداد کشورهای هدف افزایش یافت. بطوریکه حداقل ۲۴ و حداکثر ۴۰ کشور بوده و بطور متوسط تعداد کشورهای هدف حدود ۳۴ کشور بوده است. به عبارتی تعداد کشورهای هدف بطور متوسط ۱۰ کشور بیشتر شده است. هم‌چنین تعداد کشورهای غالب هدف در دوره پیش از تشدید تحریم، حداقل ۲، حداکثر ۷ و بطور میانگین ۴ کشور بوده است. این در حالی است که در سال‌های تشدید تحریم، تعداد کشورهای غالب نیز کاهش یافته و حداقل ۱، حداکثر ۲ و بطور میانگین بین ۱-۲ کشور بوده است. لذا به طور میانگین ۳ کشور به تعداد کشورهایی که در مجموع ۵۰ درصد از سبد صادراتی شیر و فرآورده‌های ایران را به خود اختصاص داده‌اند کاهش یافته است. سهم کشور هدف اصلی از مجموع صادرات ایران در دوره پیش از تشدید تحریم، حداقل ۱۶/۹۳۰، حداکثر ۴۱/۸۵۰ و بطور میانگین ۳۱/۸۲۰ درصد بوده است. در حالی که در سال‌های تشدید تحریم، این سهم افزایش یافته است. بطوریکه در سال‌های تشدید تحریم، سهم کشور هدف اصلی از سبد صادراتی ایران حداقل ۴۹، حداکثر ۸۶/۳۴۰

و بطور میانگین ۷۹/۰۶۷ درصد بوده است. لذا سهم کشور هدف اصلی در سال‌های تشدید تحریم بطور میانگین رشد مثبت بیش از ۱۴۸ درصدی داشته است.

در ادامه لازم است بررسی شود که آیا این تحولات در نهایت اثر مثبت بر قیمت‌های صادراتی ایران در بازارهای جهانی خواهد داشت یا خیر؟ این نکته در تحلیل نموداری و برآورد الگوهای اقتصادسنجی در ادامه مشخص خواهد شد.

جدول ۴-۱۸۲- وضعیت کشورهای هدف صادرات ایران در سال‌های قبل و بعد از تشدید تحریم‌ها

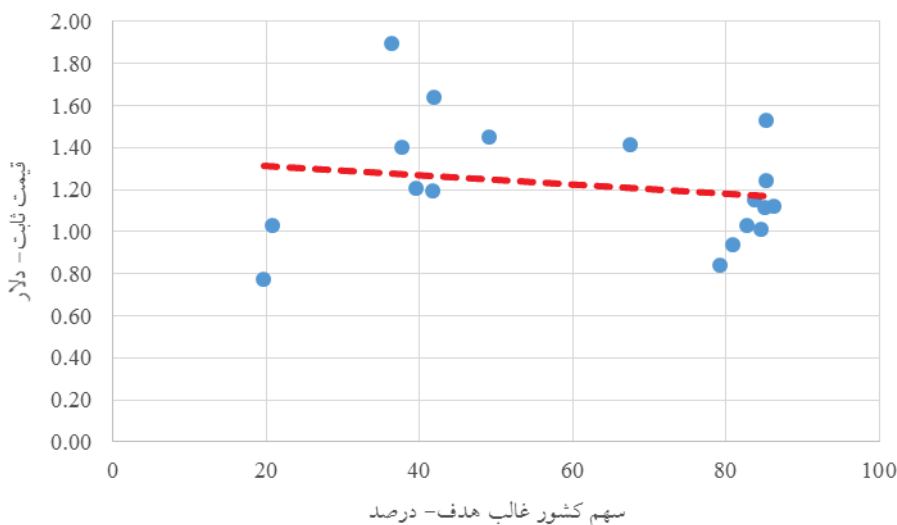
پس از تشدید تحریم			پیش از تشدید تحریم			معیارها
سهم کشور هدف اصلی	تعداد کشورهای غالب هدف	تعداد کشورهای هدف	سهم کشور هدف اصلی	تعداد کشورهای غالب هدف	تعداد کشورهای هدف	
۴۹,۰۶۰	۱,۰۰۰	۲۴,۰۰۰	۱۶,۹۳۰	۲,۰۰۰	۱۴,۰۰۰	حداقل
۸۶,۳۴۰	۲,۰۰۰	۴۰,۰۰۰	۴۱,۸۵۰	۷,۰۰۰	۳۶,۰۰۰	حداکثر
۷۹,۰۶۷	۱,۱۰۰	۳۴,۴۰۰	۳۱,۸۲۰	۴,۰۰۰	۲۳,۶۲۵	میانگین
۱۱,۸۷۷	۰,۳۱۶	۵,۰۶۰	۱۰,۷۰۵	۱,۸۵۲	۹,۱۱۷	انحراف معیار
۰,۱۵۰	۰,۲۸۷	۰,۱۴۷	۰,۳۳۶	۰,۴۶۳	۰,۳۸۶	ضریب نوسان

مأخذ: یافته‌های مطالعه

#### ۴-۸۲- تحلیل نموداری عوامل اثرگذار بر نوسان قیمت‌های صادراتی ایران در بازارهای جهانی

##### ۴-۸۲-۱- رابطه قیمت واقعی صادرات و سهم کشور هدف اصلی

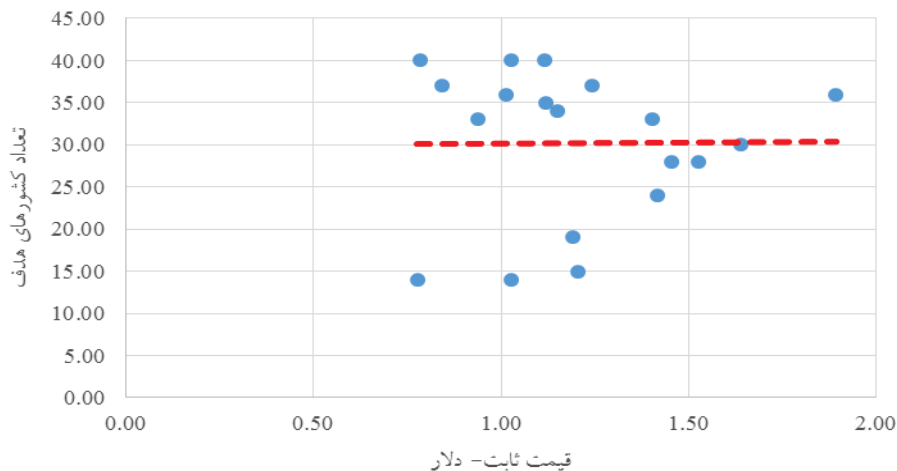
همان‌گونه که نمودار ۴-۲۰۵ نشان می‌دهد، بین قیمت‌های واقعی صادرات ایران و سهم کشور هدف اصلی ایران رابطه معکوس و مشخصی وجود دارد. به این معنی که با افزایش سهم کشور هدف اول، قیمت‌های واقعی صادرات ایران در مورد شیر و فرآورده‌های آن در بازارهای جهانی با کاهش روبرو بوده است.



نمودار ۴-۲۰۵- ارتباط بین قیمت واقعی صادرات و سهم کشور هدف اصلی

#### ۴-۸۲-۲- رابطه قیمت واقعی صادرات و تعداد کشورهای هدف

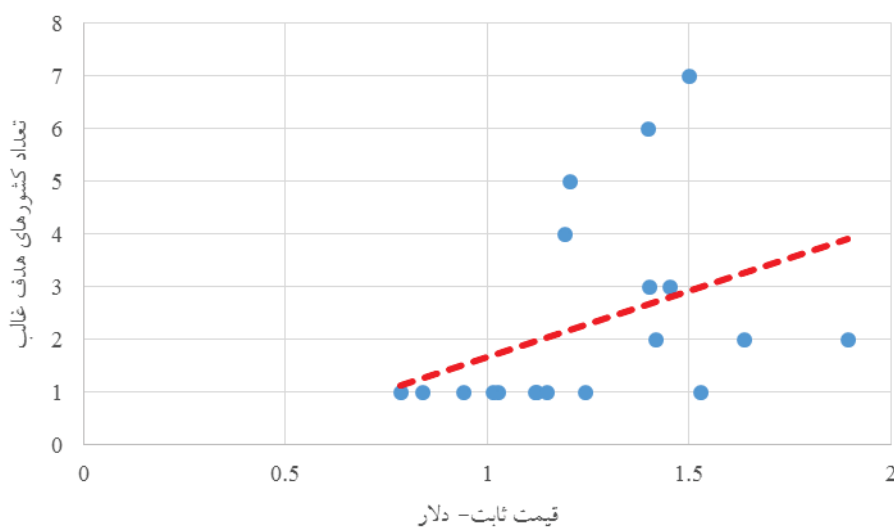
همان گونه که نمودار ۴-۲۰۶ نشان می دهد، بین قیمت های واقعی صادرات ایران و تعداد کشورهای هدف ایران رابطه مثبت ضعیفی وجود دارد. در واقع می توان بیان داشت که بین قیمت های واقعی صادرات و تعداد کشورهای هدف ایران رابطه مشخصی وجود ندارد.



نمودار ۴-۲۰۶- ارتباط بین قیمت واقعی صادرات و تعداد کشورهای هدف

#### ۴-۸۲-۳- رابطه قیمت واقعی صادرات و تعداد کشورهای غالب

همان‌گونه که نمودار ۴-۲۰۷ نشان می‌دهد، بین قیمت‌های واقعی صادرات ایران و تعداد کشورهای غالب هدف ایران رابطه مثبت و مشخصی وجود دارد. به این معنی که با افزایش تعداد کشورهای غالب هدف، قیمت‌های واقعی صادرات ایران در مورد شیر و فرآورده‌های آن در بازارهای جهانی با افزایش روبرو بوده است. لذا انتظار می‌رود با توسعه بازارهای غالب هدف، قیمت‌های صادراتی ایران در رقابت بین این کشورها افزایش یابد.

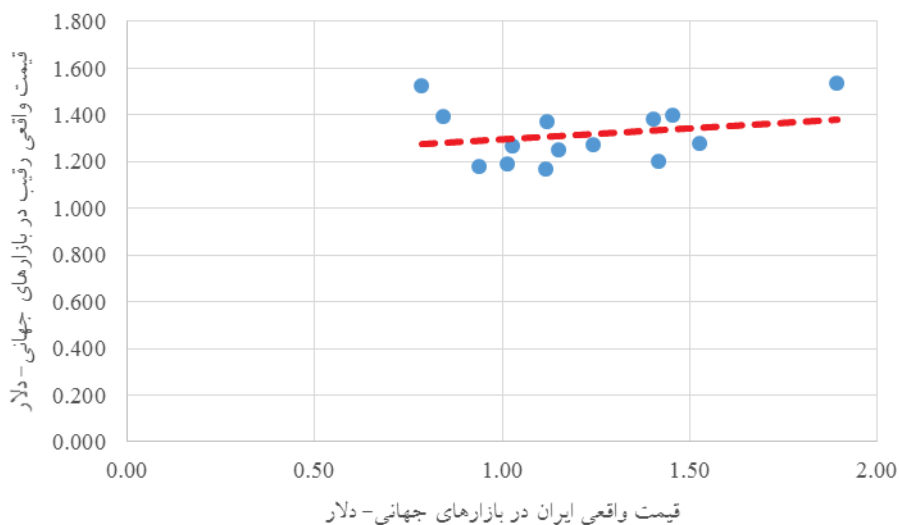


نمودار ۴-۲۰۷- ارتباط بین قیمت واقعی صادرات و تعداد کشورهای غالب هدف

#### ۴-۸۲-۴- رابطه قیمت واقعی صادرات و قیمت کشور مسلط

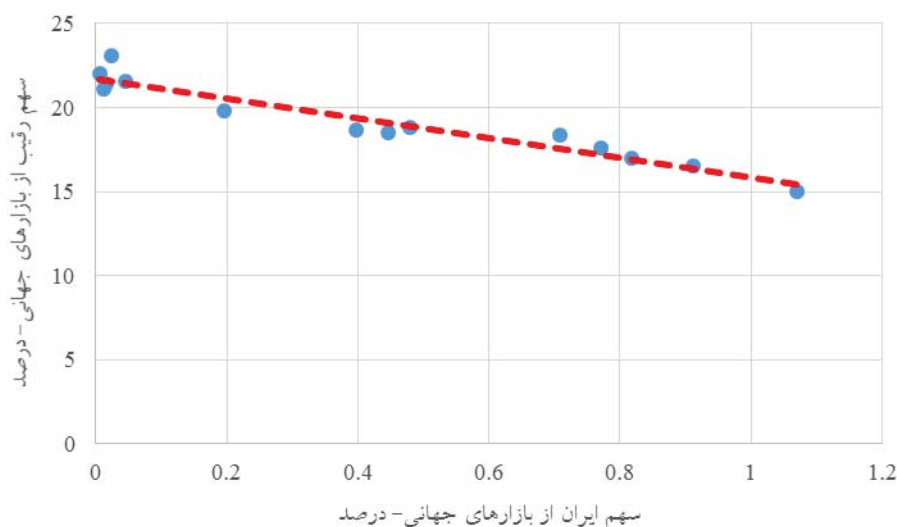
همان‌گونه که نمودار ۴-۲۰۸ نشان می‌دهد، بین قیمت‌های واقعی صادرات ایران و قیمت‌های واقعی شیر و فرآورده های آلمان رابطه مثبت ضعیفی وجود دارد طبق نمودار ۴-۲۰۸ افزایش قیمت ثابت آلمان همراه با افزایش قیمت ثابت صادراتی ایران است. لذا افزایش قیمت‌های واقعی آلمان منجر به افزایش قیمت‌های واقعی ایران در بازارهای جهانی خواهد شد.





نمودار ۴-۲۰۸- ارتباط بین قیمت واقعی صادرات ایران و آلمان

همان گونه که نمودار ۴-۲۰۹ نشان می دهد، رابطه سهم صادراتی ایران و آلمان کاملاً منفی بوده و با افزایش سهم صادراتی آلمان، سهم صادراتی ایران کاهش چشمگیری داشته است. بطوریکه افزایش تقاضا برای محصولات آلمانی، سهم ایران را از بازارهای جهانی کاهش خواهد داد. لذا توجه به نگره داشت بازارهای هدف و توجه به سهم کشور رقیب همواره باید مورد توجه قرار گیرد.

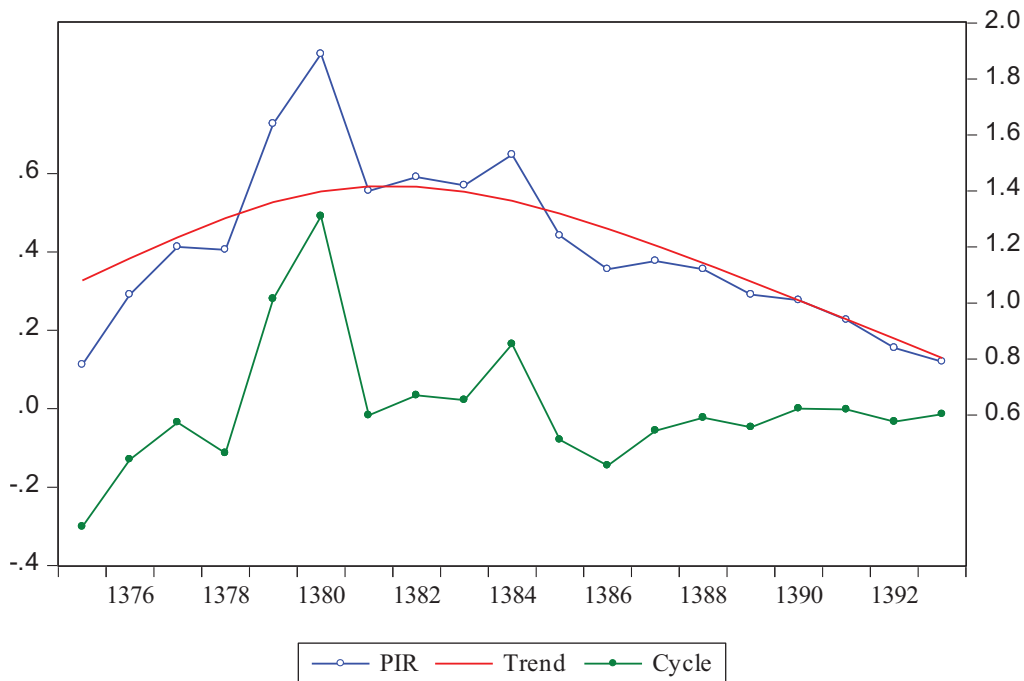


نمودار ۴-۲۰۹- ارتباط بین سهم صادراتی ایران و آلمان از بازارهای جهانی

#### ۴-۸۳- تحلیل رفتار بلندمدت قیمت‌های صادراتی ایران و انحراف از روند باثبات

نتایج تحلیل فیلتر هودریک - پرسکات بیان‌گر آن است که روند باثبات قیمت‌های واقعی صادراتی ایران با روندهای فعلی قیمت‌های واقعی صادراتی جز در سال‌های اول تقریباً انطباق مناسبی دارد. همان‌طور که مشاهده می‌شود روند باثبات قیمت‌های ایران دارای شیب نزولی بوده و به همراه آن روند واقعی قیمت‌های صادراتی ایران هم شیب نزولی داشته و نشان می‌دهد در سال‌های پایانی همان‌طور که انتظار می‌رفت، قیمت‌های صادراتی واقعی ایران کاهش یافته است. همان‌گونه که ملاحظه می‌شود، نوسان قیمت‌های واقعی از روند باثبات در سال‌های پایانی گذشته کمتر شده است و چنان‌چه این روند ادامه یابد و البته با بهبود قیمت‌های صادراتی، صادرکنندگان ایرانی با ریسک کمتری در بازارهای جهانی روبرو خواهند بود.

Hodrick-Prescott Filter (lambda=100)



نمودار ۴-۲۱۰- تحلیل فیلتر هودریک اسکات قیمت واقعی شیر و فرآورده های صادراتی ایران

همچنین نتایج تحلیل فیلتر هودریک - پرسکات در قیمت های نسبی ایران نسبت به آلمان بیان گر آن است که روند باثبات نسبت قیمت های صادراتی ایران به قیمت های صادراتی آلمان با روندهای واقعی همواره اختلافاتی داشته است و هرچند در سال های پایانی روند باثبات نسبت قیمت صادراتی ایران به قیمت های صادراتی آلمان کاهشی می باشد، اما روند واقعی نسبت قیمت های صادراتی ایران به قیمت های صادراتی آلمان از همین روند باثبات کاهشی نیز کمتر بوده و نشان می دهد در سال های پایانی قیمت های صادراتی واقعی ایران در مقابل قیمت های واقعی آلمان افزایش مناسبی نداشته و این نسبت در سال های پایانی از حد مورد انتظار کاهش بیشتری داشته است. همان گونه که ملاحظه می شود، نوسان نسبت قیمت های صادراتی ایران به قیمت های صادراتی آلمان از روند باثبات در سال های مختلف بسیار مشخص بوده و بیان گر عدم ثبات لازم در نسبت قیمت های صادراتی ایران به قیمت های صادراتی آلمان بویژه در سال های پایانی است.

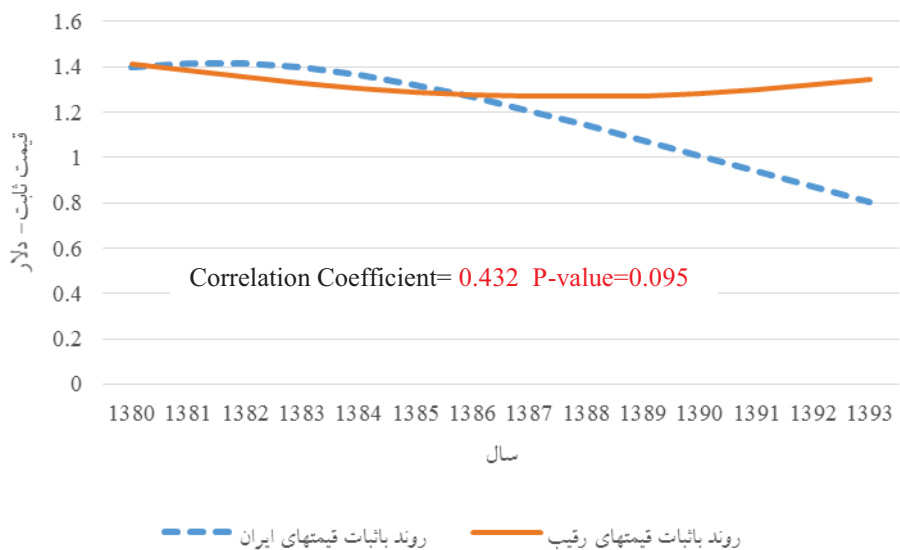
Hodrick-Prescott Filter (lambda=100)



نمودار ۴-۲۱۱- تحلیل فیلتر هودریک اسکات نسبت قیمت واقعی شیر و فرآورده های صادراتی ایران به آلمان

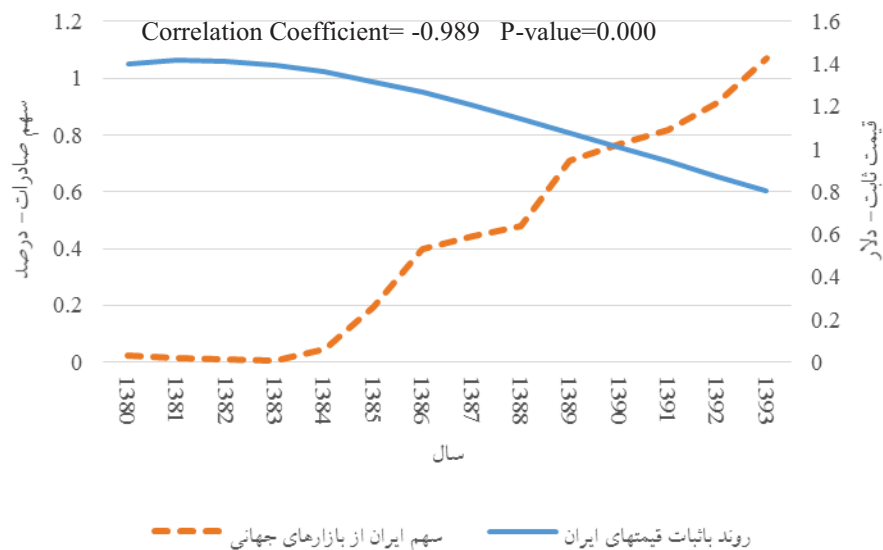
#### ۴-۸۴- تحلیل قیمت ها و سهم صادرات ایران با آلمان

تحلیل روند باثبات قیمت های ایران و آلمان نشان می دهد که این روند برای ایران همواره نزولی بوده است. این در حالی است که روند قیمت های باثبات آلمان در خلاف جهت روند قیمت های ایران حرکت کرده و روند صعودی باثبات تری داشته است. مشخص است که روند باثبات قیمت های ایران و آلمان بطور کلی همجهت بوده و این همبستگی مثبت در سطح ۱۰ درصد معنی دار است. هرچند رفتار دو کشور نشان می دهد که رفتار بلندمدت ایران به سمت کاهش قیمت های صادراتی و رفتار آلمان در سال های آخر در راستای بهبود قیمت های صادراتی است.



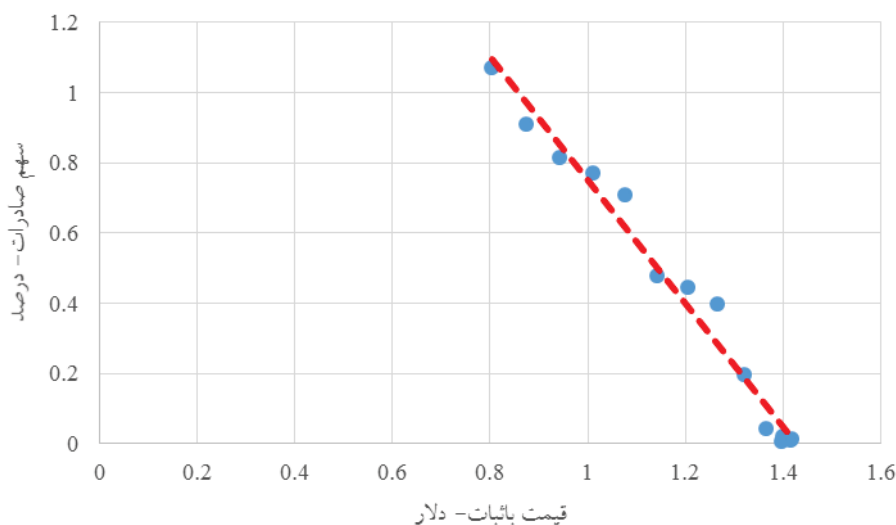
#### نمودار ۴- ۲۱۲- مقایسه روندهای باثبات قیمتی ایران و آلمان

همان گونه که در نمودار ۴-۲۱۶ و هم چنین نمودار پراکندگی نیز مشخص است، روند باثبات قیمت های ایران از صادرات شیر و فرآورده های آن در بازارهای جهانی با روند سهم صادراتی ایران رابطه منفی داشته است. این رابطه منفی در سطح یک درصد معنی دار بوده است. لذا کاهش ادامه روند قیمت های باثبات برای صادرکنندگان ایرانی منجر به بهبود سهم صادرات آنها در بازارهای جهانی خواهد شد و از این جهت چنانچه این روندهای باثبات دنبال شود، کاهش قیمت ها نمی تواند اثرات منفی قابل توجهی داشته باشد.



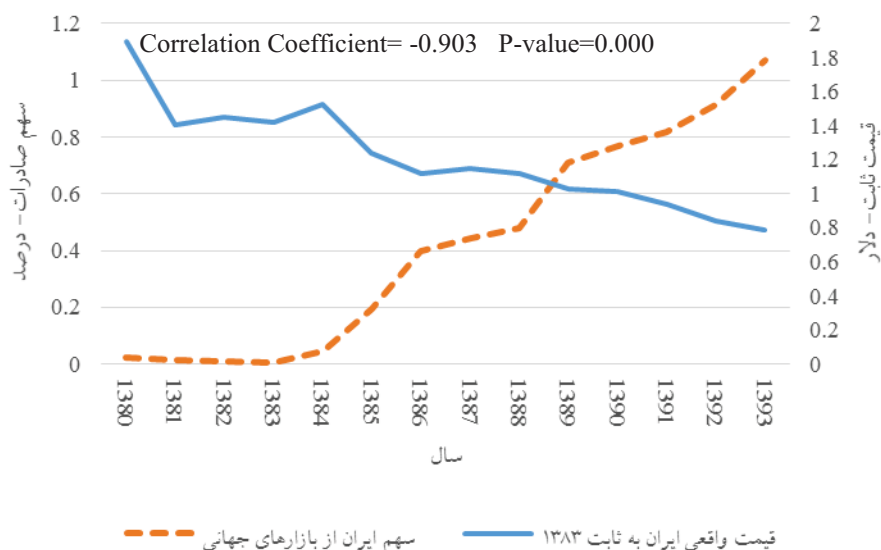
نمودار ۴-۲۱۶- روند سهم ایران از بازارهای جهانی و روند باثبات قیمتهای ایران

نمودار پراکندگی نیز نشان می دهد که ارتباط قوی و منفی بین سهم صادرات و قیمت های باثبات صادرات ایران برقرار می باشد.



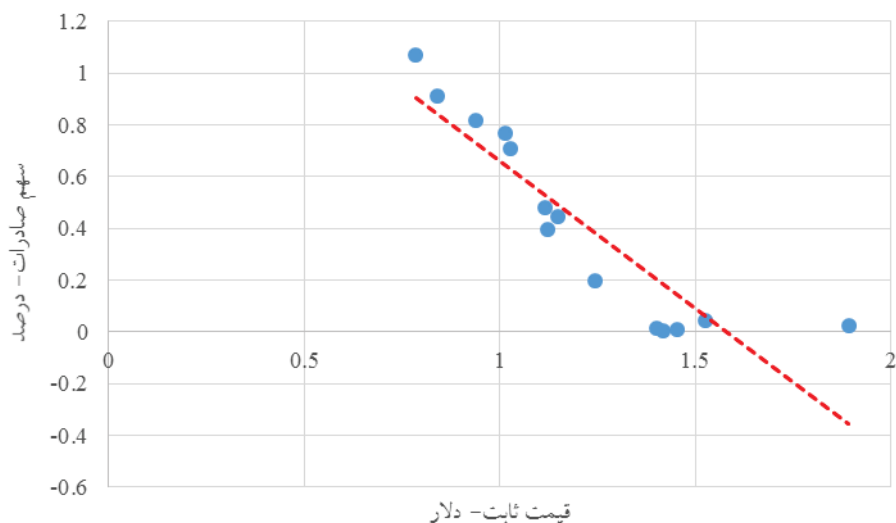
نمودار ۴-۲۱۷- ارتباط سهم ایران از بازارهای جهانی و روند باثبات قیمتهای ایران

تحلیل روند قیمت‌های واقعی ایران در بازارهای جهانی در مقابل سهم‌های به‌دست آورده فعلی نیز در بازارهای جهانی همین نتیجه را تأیید می‌کند. مشاهده می‌شود که همواره با کاهش قیمت‌های ایران در بازارهای جهانی سهم ایران از بازارهای جهانی نیز افزایش یافته است. این رابطه منفی در سطح یک درصد معنی‌دار بوده است.



نمودار ۴-۲۱۸- روند قیمت‌های صادراتی ایران و سهم ایران از بازارهای جهانی

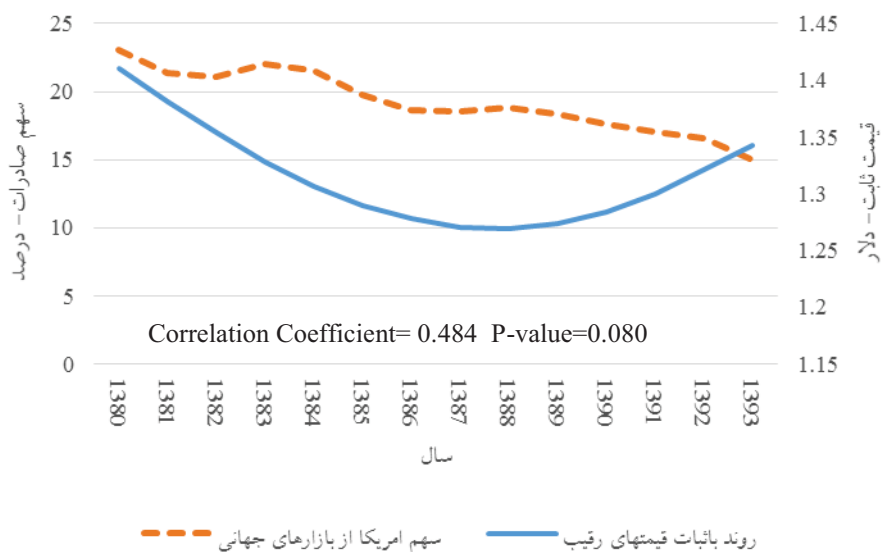
نمودار پراکندگی نیز نشان می‌دهد که ارتباط قوی و منفی بین سهم صادرات و قیمت‌های واقعی صادرات ایران برقرار می‌باشد.



نمودار ۴-۲۱۹- ارتباط قیمت‌های صادراتی ایران و سهم ایران از بازارهای جهانی

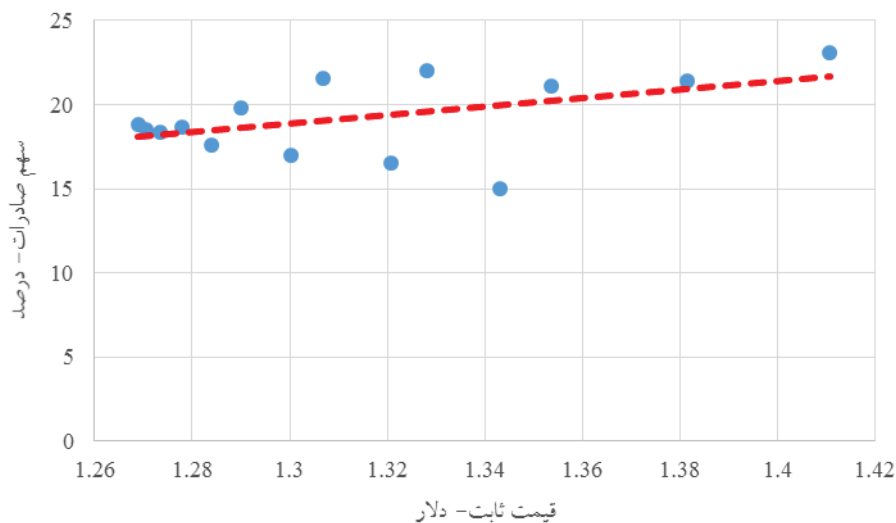
این در حالی است که در مورد آلمان به عنوان بزرگ‌ترین صادرکننده در بازارهای جهانی، شرایط به گونه‌ای دیگر بوده است. روند قیمت‌های باثبات در آلمان با سهم صادراتی این کشور رابطه مثبتی داشته است. هرچند تحقق قیمت‌های باثبات برای صادرکنندگان این کشور، به معنی افت قیمت‌های صادراتی و هم‌چنین کاهش سهم بازارهای جهانی است که موقعیت آلمان را در بازارهای جهانی با تزلزل روبرو خواهد نمود. هرچند در سال‌های پایانی افزایش قیمت‌های صادراتی برای این کشور در روند باثبات تحقق خواهد یافت و سهم صادراتی با افزایش این قیمت‌های صادراتی کاهش یافته است.





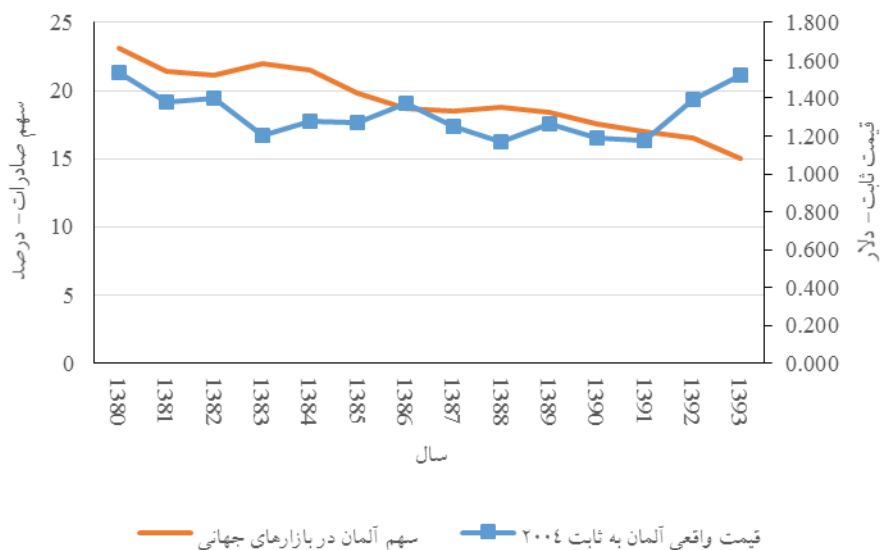
نمودار ۴-۲۲۰- روند سهم آلمان از بازارهای جهانی و روند باثبات قیمتهای آلمان

نمودار پراکندگی نیز نشان می دهد که ارتباط مثبت بین سهم صادرات و قیمت های باثبات صادرات آلمان برقرار می باشد.



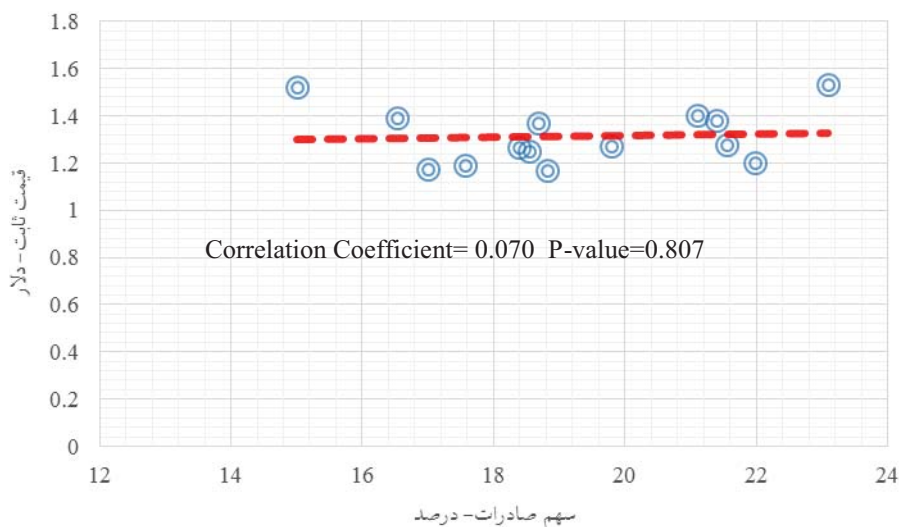
نمودار ۴-۲۲۱- ارتباط سهم آلمان از بازارهای جهانی و روند باثبات قیمتهای آلمان

روند واقعی قیمت‌های صادراتی و سهم آلمان از بازارهای جهانی نشان می‌دهد که بین سهم صادراتی آلمان و قیمت‌های واقعی صادراتی هرچند رابطه مثبتی برقرار بوده اما این رابطه مثبت در سطح مناسبی معنی‌دار نبوده است و به عبارتی این رابطه بسیار ضعیف است و لذا نمی‌توان گفت که برای صادرکنندگان آلمانی کاهش قیمت‌های صادراتی در واقع با کاهش سهم صادراتی همراه بوده است. همان‌گونه که در سال‌های پایانی ملاحظه می‌شود، قیمت‌های صادراتی در حال افزایش بوده و سهم صادراتی آلمان ناشی از این افزایش قیمت‌های در حال کاهش است.



نمودار ۴-۲۲۲- روند قیمت‌های صادراتی آلمان و سهم آلمان از بازارهای جهانی

نمودار پراکندگی نیز نشان می‌دهد که ارتباط منفی بسیار جزئی بین سهم صادرات و قیمت‌های واقعی صادرات آلمان برقرار می‌باشد.



نمودار ۴-۲۲۳- ارتباط قیمت‌های صادراتی آلمان و سهم آلمان از بازارهای جهانی

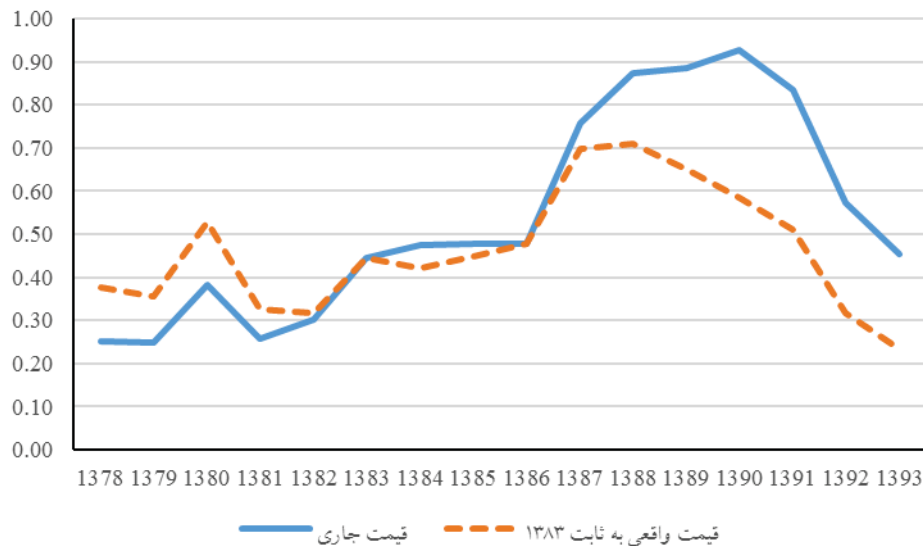
نکته مهم:

لازم به ذکر است که اگر افزایش قیمت‌های صادراتی ناشی از تعداد کشورهای هدف، تعداد کشورهای غالب و یا افزایش قیمت‌های جهانی باشد، کاهش سهم ایران اتفاق نخواهد افتاد و این افزایش قیمت‌ها برخواسته از نیاز بازار خواهد بود. اما افزایش قیمت‌ها به دلایلی مانند افزایش قیمت تمام‌شده تولید و صادرات و یا دلایلی مانند افزایش تعرفه کشورهای هدف می‌تواند منجر به کاهش سهم ایران در بازارهای جهانی گردد. لذا ارتباط منفی بین قیمت‌های واقعی ایران و سهم صادرات به معنی عدم تلاش برای افزایش قیمت‌های صادراتی ایران نخواهد بود. بلکه نوع افزایش قیمت‌های صادراتی مهم می‌باشد.

## ۴-۸۵- کیوی

### ۴-۸۵-۱- تحلیل روند قیمت های اسمی و واقعی صادرات کیوی ایران در مقایسه با رقیب

در نمودار ۴-۲۲۴ روند اسمی و ثابت قیمت های صادراتی کیوی مشاهده می شود. همان گونه که مشخص است، روند قیمت های واقعی کیوی ایران به قیمت های ثابت سال ۱۳۸۳، از سال ۱۳۸۷ در حال نزول بوده است. این در حالی است که قیمت های اسمی تا سال ۱۳۹۰ با نرخ کاهنده در حال افزایش بوده و پس از آن روند نزولی را دنبال کرده است. علت افت قیمت های واقعی صادرات از سال ۱۳۸۷ علاوه بر افزایش شاخص های قیمت صادراتی جهت تبدیل متغیر قیمت اسمی به قیمت های واقعی، کاهش سهم کشور هدف اصلی از سبد صادراتی ایران بوده است. در ادامه تحلیل نموداری این علل ارائه خواهد شد.



نمودار ۴-۲۲۴- روند قیمت های صادراتی اسمی و واقعی محصول کیوی ایران

در ادامه در جدول ۴-۱۸۳ مشخص است که میانگین قیمت اسمی کیوی صادراتی ایران ۰/۵۳۹ دلار بوده در حالی که در مورد قیمت واقعی کیوی به قیمت ثابت سال ۱۳۸۳، این میانگین قیمت ۰/۴۶۲ دلار می باشد. این

در حالی است که حداقل قیمت اسمی و ثابت کیوی صادراتی ایران به ترتیب ۰/۲۴۹ و ۰/۲۳۴ دلار بوده است. همچنین حداکثر قیمت اسمی و ثابت کیوی صادراتی ایران به ترتیب ۰/۹۲۷ و ۰/۷۰۸ دلار تجربه شده است. در نهایت در مورد مقادیر صادراتی کیوی ایران به بازارهای جهانی نیز، حداقل و حداکثر مقادیر صادراتی به ترتیب ۸/۷ و ۹۲/۹۷۸ هزار تن و میانگین میزان صادرات نیز برای سال های مورد بررسی ۴۲/۷۸۱ هزار تن بوده است. همان گونه که مشخص است، بیشترین ضریب نوسان مربوط به مقدار صادرات و کمترین نوسان نیز به قیمت های ثابت کیوی صادراتی ایران مربوط می باشد. لذا مشخص است که صادرکنندگان کیوی ایرانی بیش از این که با ریسک های قیمتی مواجه باشند، با ریسک های مقادیر صادرات مواجهند. هرچند که ضریب نوسان قیمت های صادراتی هم قابل توجه بوده است.

جدول ۴-۱۸۳- تحلیل معیارهای قیمت اسمی و ثابت صادراتی و مقادیر صادرات کیوی ایران

مقدار صادرات-تن	قیمت ثابت- دلار	قیمت اسمی- دلار	معیارها
۸۷۰۰	۰,۲۳۴	۰,۲۴۹	حداقل
۹۲۹۷۸,۲۶	۰,۷۰۸	۰,۹۲۷	حداکثر
۴۲۷۸۱,۳۵	۰,۴۶۲	۰,۵۳۹	میانگین
۲۸۴۹۶,۳۹	۰,۱۴۳	۰,۲۴۱	انحراف معیار
۰,۶۶۶	۰,۳۱	۰,۴۴۸	ضریب نوسان

مأخذ: یافته های مطالعه

اما بررسی وضعیت کشور مسلط بر بازارهای جهانی یعنی نیوزیلند نیز نشان می دهد که میانگین قیمت اسمی کیوی صادراتی نیوزیلند ۱/۵۸۴ دلار بوده در حالی که در مورد قیمت واقعی کیوی به قیمت ثابت سال ۲۰۰۴، این میانگین قیمت ۱/۳۶۱ دلار می باشد. این در حالی است که حداقل قیمت اسمی و ثابت کیوی صادراتی نیوزیلند به ترتیب ۰/۵۶۶ و ۰/۸۳۲ دلار بوده است. همچنین حداکثر قیمت اسمی و ثابت کیوی صادراتی نیوزیلند به ترتیب ۲/۳۱۷ و ۱/۸۰۱ دلار تجربه شده است. در نهایت در مورد مقادیر صادراتی کیوی نیوزیلند به بازارهای جهانی نیز، حداقل و حداکثر مقادیر صادراتی به ترتیب ۱۹۶/۴۴۹ و ۴۰۶/۳۸۰ هزار تن و میانگین

میزان صادرات نیز برای سال های مورد بررسی ۳۰۸/۴۳۶ هزار تن بوده است. همان گونه که مشخص است، بیشترین ضریب نوسان مربوط به قیمت اسمی صادرات و کمترین نوسان نیز به قیمت های ثابت کیوی صادراتی نیوزیلند مربوط می باشد. اما نکته قابل توجه آن است ضریب نوسان قیمت و مقدار صادراتی کیوی نیوزیلند کمتر از قیمت و مقدار صادراتی ایران است و بیانگر ثبات بیشتر قیمت و مقدار صادراتی کیوی نیوزیلند نسبت به ایران است.

جدول ۴-۱۸۴- تحلیل معیارهای قیمت اسمی و ثابت صادراتی رقیب

مقدار صادرات-تن	قیمت ثابت-دلار	قیمت اسمی-دلار	معیارها
۱۹۶۴۴۹	۰,۸۳۲	۰,۵۶۶	حداقل
۴۰۶۳۸۰	۱,۸۰۱	۲,۳۱۷	حداکثر
۳۰۸۴۳۶,۳	۱,۳۶۱	۱,۵۸۴	میانگین
۶۱۲۵۸,۷۶	۰,۲۲۷	۰,۴۷۸	انحراف معیار
۰,۱۹۹	۰,۱۶۷	۰,۳۰۲	ضریب نوسان

مأخذ: یافته های مطالعه

#### ۴-۸۵-۲- تحلیل دوره های تشدید تحریم ها نسبت به دوره های پیش از آن

اما تحلیل مقادیر قیمت و مقدار صادرات طی دوره های تشدید تحریم و قبل از آن نشان می دهد که میانگین قیمت واقعی و مقدار صادراتی در دوره های تحریم بیش از دوره های پیش از تحریم بوده است. اما چه در دوره پیش از تشدید تحریم و چه در دوره تشدید تحریم مشخص است که ثبات قیمت و مقداری نیوزیلند بیش از ایران بوده است. هم چنین در دوره تشدید تحریم ها رشد قیمت و مقدار برای صادرکنندگان ایرانی کاهش یافته اما در مورد صادرکنندگان نیوزیلندی، هرچند رشد مقدار صادرات افت کرده اما هم چنان رشد قیمت های صادراتی در مورد آنها بهبود یافته است.

جدول ۴-۱۸۵- تحلیل مقادیر قیمت و مقدار صادرات ایران در سال های قبل و بعد از تشدید تحریم ها

پس از تشدید تحریم		پیش از تشدید تحریم		معیارها
مقادیر صادراتی- تن	قیمت ثابت- دلار	مقادیر صادراتی- تن	قیمت ثابت- دلار	
۲۳۱۰۰	۰,۲۳۴	۸۷۰۰	۰,۳۱۶	حداقل
۹۲۹۷۸,۲۶	۰,۷۰۸	۲۵۳۰۰	۰,۵۲۸	حداکثر
۵۸۳۹۰,۱۵	۰,۵۰۵	۱۶۷۶۶,۶۷	۰,۳۹۱	میانگین
۲۴۴۴۱,۸۶	۰,۱۵۸	۷۸۳۷,۰۰۶	۰,۰۸۱	انحراف معیار
۰,۴۱۹	۰,۳۱۴	۰,۴۶۷	۰,۲۰۸	ضریب نوسان
۱۱,۹۲۵	۰,۰۴۷	۳۵,۲۷۸	۰,۵۳۰	میانگین رشد سالانه- درصد

مأخذ: یافته های مطالعه

جدول ۴-۱۸۶- تحلیل مقادیر قیمت و مقدار صادرات نیوزلند در سال های قبل و بعد از تشدید تحریم های ایران

پس از تشدید تحریم		پیش از تشدید تحریم		معیارها
مقادیر صادراتی- تن	قیمت ثابت- دلار	مقادیر صادراتی- تن	قیمت ثابت- دلار	
۳۱۰۱۲۶	۱,۱۶۱	۱۹۶۴۴۹	۰,۸۳۲	حداقل
۴۰۶۳۸۰	۱,۵۷	۲۹۷۷۹۵	۱,۸۰۱	حداکثر
۳۴۷۶۷۱,۴	۱,۳۳	۲۴۳۰۴۴,۳	۱,۴۱۲	میانگین
۳۳۱۰۲,۶۹	۰,۱۴۴	۳۲۷۹۲,۷۷	۰,۳۳۵	انحراف معیار
۰,۰۹۵	۰,۱۰۸	۰,۱۳۵	۰,۲۳۷	ضریب نوسان
۳,۰۰۶	-۰,۳۱۰	۵,۶۵۰	-۲,۰۵۰	میانگین رشد سالانه- درصد

مأخذ: یافته های مطالعه

#### ۴-۸۵-۳- تحلیل های کشورهای هدف صادرات ایران در دوره های قبل و بعد از دوره های

#### تشدید تحریم

در ادامه به بررسی تعداد کشورهای هدف و تعداد کشورهای غالب هدف در ایران پرداخته شده است. همان گونه که مشاهده می شود، تعداد حداقل ۱۹ و حداکثر ۳۰ کشور، کشورهای هدف ایران را تشکیل می دهند. بطور

میانگین تعداد کشورهای هدف ایران ۲۴ کشور بوده است. همچنین تعداد کشورهای غالب هدف حداقل یک و حداکثر ۳ کشور بوده‌اند که در مجموع سهم ۵۰ درصدی از سبد صادرات کیوی ایران را به خود اختصاص می‌دادند. بطور میانگین ۲ کشور، کشور غالب هدف ایران بوده‌اند. در نهایت سهم کشور هدف اصلی (کشور اول) از سبد صادراتی ایران، حداقل ۲۲/۷۵۴ درصد و حداکثر ۶۱/۰۱۶ درصد بوده است که بطور میانگین این سهم ۳۸/۰۷۸ برآورد می‌شود. همان‌گونه که مشخص است نوسان تعداد کشورهای غالب و سهم کشور اصلی بیشتر از تعداد کشورهای هدف بوده است.

جدول ۴-۱۸۷- تعداد کشورهای هدف، تعداد کشورهای غالب هدف و سهم کشور اصلی در ایران

معیارها	تعداد کشورهای هدف	تعداد کشورهای غالب هدف	سهم کشور هدف اصلی-درصد
حداقل	۱۹	۱	۲۲,۷۵۴
حداکثر	۳۰	۳	۶۱,۰۱۶
میانگین	۲۳,۵۶۳	۱,۹۳۸	۳۸,۰۷۸
انحراف معیار	۳,۶۱۴	۰,۶۸	۱۱,۲۷۸
ضریب نوسان	۰,۱۵۳	۰,۳۵۱	۰,۲۹۶

مأخذ: یافته‌های مطالعه

در جدول ۴-۱۸۸ به تفکیک سال‌های تشدید تحریم‌ها و سال‌های پیش از تشدید تحریم‌ها مشخص است که تعداد کشورهای هدف در پیش از تشدید تحریم‌ها، حداقل ۱۹ و حداکثر ۲۸ کشور بوده و بطور متوسط تعداد کشورهای هدف حدود ۲۳ کشور بوده است. این در حالی است که در سال‌های تشدید تحریم تعداد کشورهای هدف افزایش یافت. بطوریکه حداقل ۲۰ و حداکثر ۳۰ کشور بوده و بطور متوسط تعداد کشورهای هدف حدود ۲۴ کشور بوده است. به عبارتی تعداد کشورهای هدف بطور متوسط ۱ کشور بیشتر شده است. همچنین تعداد کشورهای غالب هدف در دوره پیش از تشدید تحریم، حداقل ۱، حداکثر ۳ و بطور میانگین ۲ کشور بوده است. این در حالی است که در سال‌های تشدید تحریم، تعداد کشورهای غالب شبیه به دوران پیش از تحریم بوده بطوری که حداقل ۱، حداکثر ۳ و بطور میانگین ۳ کشور تعداد کشورهای غالب ایران را تشکیل می‌دهند. سهم



کشور هدف اصلی از مجموع صادرات ایران در دوره پیش از تشدید تحریم، حداقل ۲۲/۷۵۴، حداکثر ۵۴/۶۴۱ و بطور میانگین ۳۹/۶۶۱ درصد بوده است. در حالی که در سال‌های تشدید تحریم به طور متوسط اندکی این سهم کاهش یافته است. بطوریکه در سال‌های تشدید تحریم، سهم کشور هدف اصلی از سبد صادراتی ایران حداقل ۲۴/۴۹۴، حداکثر ۶۱/۰۱۶ و بطور میانگین ۳۷/۱۲۸ درصد بوده است. لذا سهم کشور هدف اصلی در سال‌های تشدید تحریم بطور میانگین بیش از ۶ درصد رشد منفی داشته است.

در ادامه لازم است بررسی شود که آیا این تحولات در نهایت اثر مثبت بر قیمت‌های صادراتی ایران در بازارهای جهانی خواهد داشت یا خیر؟ این نکته در تحلیل نموداری و برآورد الگوهای اقتصادسنجی در ادامه مشخص خواهد شد.

جدول ۴-۱۸۸- وضعیت کشورهای هدف صادرات ایران در سال‌های قبل و بعد از تشدید تحریم‌ها

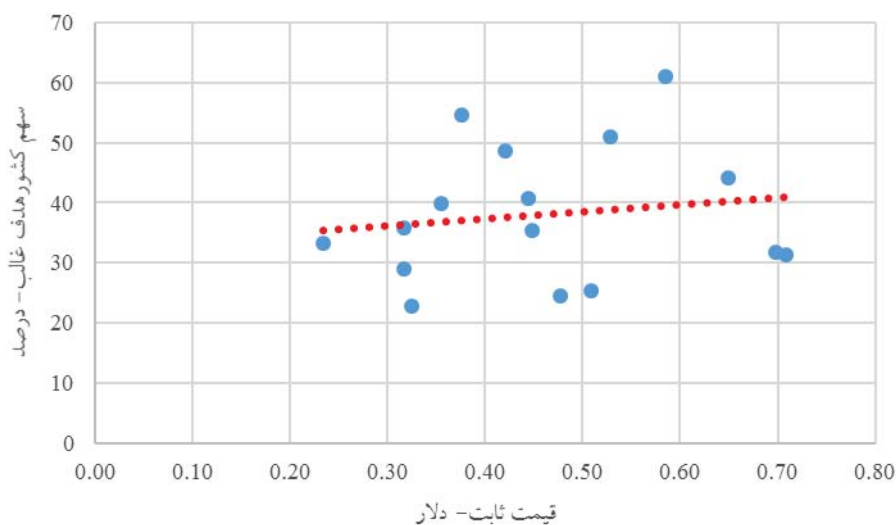
پس از تشدید تحریم			پیش از تشدید تحریم			معیارها
سهم کشور هدف اصلی	تعداد کشورهای غالب هدف	تعداد کشورهای هدف	سهم کشور هدف اصلی	تعداد کشورهای غالب هدف	تعداد کشورهای هدف	
۲۴,۴۹۴	۱	۲۰	۲۲,۷۵۴	۱	۱۹	حداقل
۶۱,۰۱۶	۳	۳۰	۵۴,۶۴۱	۳	۲۸	حداکثر
۳۷,۱۲۸	۲	۲۴	۳۹,۶۶۱	۱,۸۳۳	۲۲,۸۳۳	میانگین
۱۱,۲۰۵	۰,۶۶۷	۳,۵۹	۱۲,۲۷۹	۰,۷۵۳	۳,۸۶۹	انحراف معیار
۰,۳۰۲	۰,۳۳۳	۰,۱۵	۰,۳۱	۰,۴۱۱	۰,۱۶۹	ضریب نوسان

مأخذ: یافته‌های مطالعه

## ۴-۸۶- تحلیل نموداری عوامل اثرگذار بر نوسان قیمت های صادراتی ایران در بازارهای جهانی

### ۴-۸۶-۱- رابطه قیمت واقعی صادرات و سهم کشور هدف اصلی

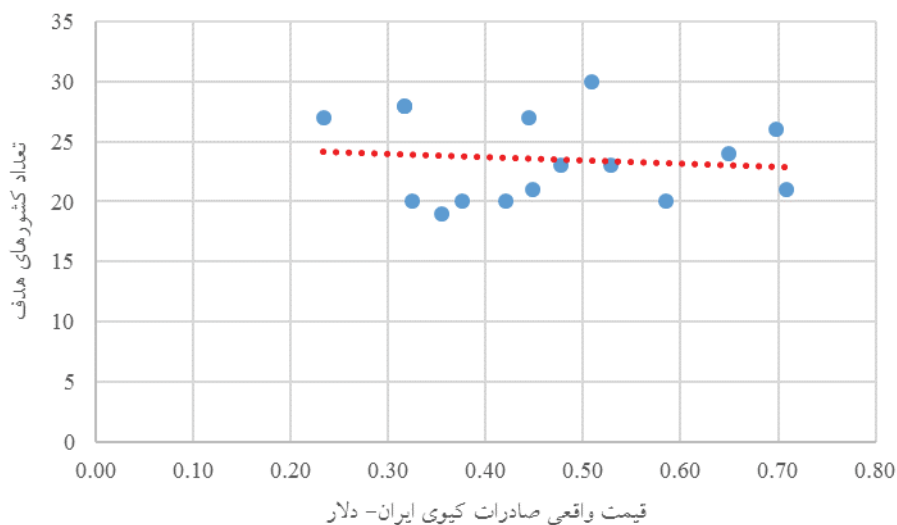
همان گونه که نمودار ۴-۲۲۵ نشان می دهد، بین قیمت های واقعی صادرات ایران و سهم کشور هدف اصلی ایران رابطه مستقیم و مشخصی وجود دارد. به این معنی که با افزایش سهم کشور هدف اول، قیمت های واقعی صادرات ایران در مورد کیوی در بازارهای جهانی با افزایش روبرو بوده است.



نمودار ۴-۲۲۵- ارتباط بین قیمت واقعی صادرات و سهم کشور هدف اصلی

### ۴-۸۶-۲- رابطه قیمت واقعی صادرات و تعداد کشورهای هدف

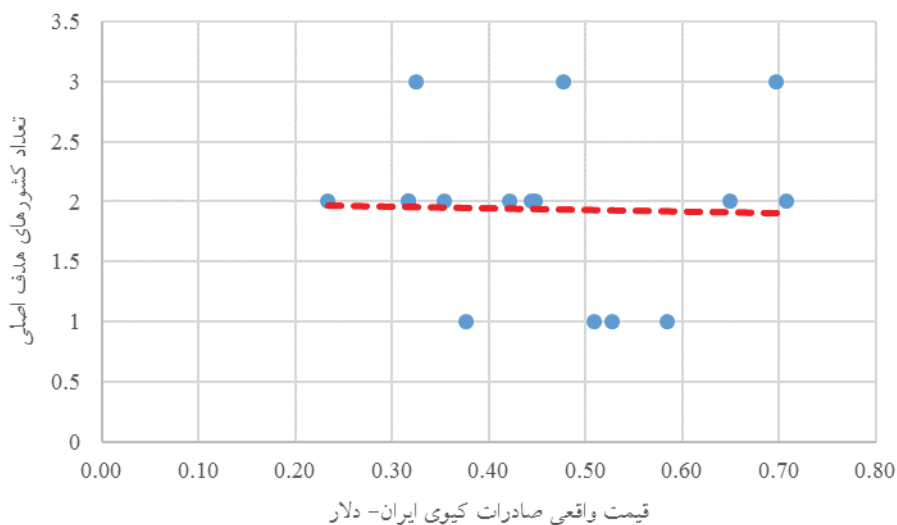
همان گونه که نمودار ۴-۲۲۶ نشان می دهد، بین قیمت های واقعی صادرات ایران و تعداد کشورهای هدف ایران رابطه منفی وجود دارد. به این معنی که با افزایش تعداد کشورهای هدف، قیمت های واقعی صادرات ایران در مورد کیوی در بازارهای جهانی با کاهش روبرو بوده است.



نمودار ۴-۲۲۶- ارتباط بین قیمت واقعی صادرات و تعداد کشورهای هدف

#### ۴-۸۶-۳- رابطه قیمت واقعی صادرات و تعداد کشورهای غالب

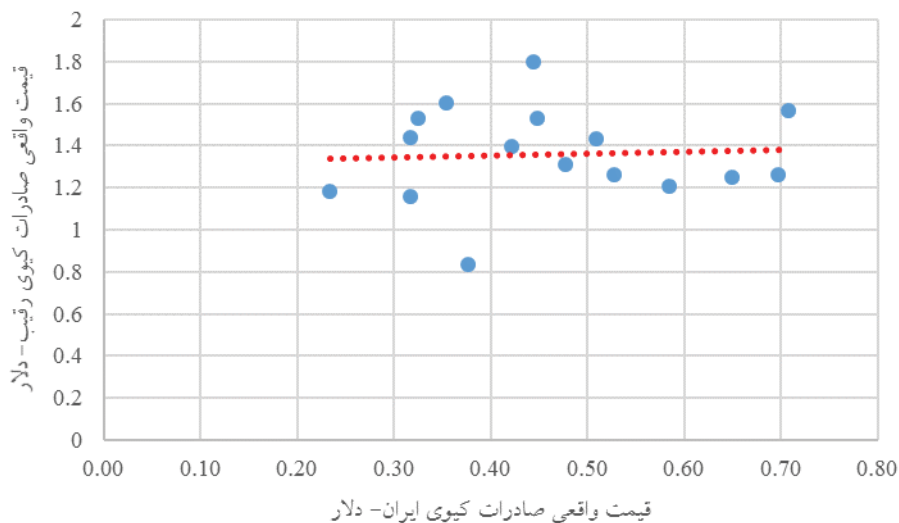
همان‌گونه که نمودار ۴-۲۲۷ نشان می‌دهد، بین قیمت‌های واقعی صادرات ایران و تعداد کشورهای غالب هدف ایران رابطه منفی وجود دارد. به این معنی که با افزایش تعداد کشورهای غالب هدف، قیمت‌های واقعی صادرات ایران در مورد کیوی در بازارهای جهانی با کاهش روبرو بوده است. لذا انتظار می‌رود با توسعه بازارهای غالب هدف، قیمت‌های صادراتی ایران در رقابت بین این کشورها کاهش یابد. هرچند این ارتباط در سطح قابل توجهی برقرار نیست.



نمودار ۴-۲۲۷- ارتباط بین قیمت واقعی صادرات و تعداد کشورهای غالب هدف

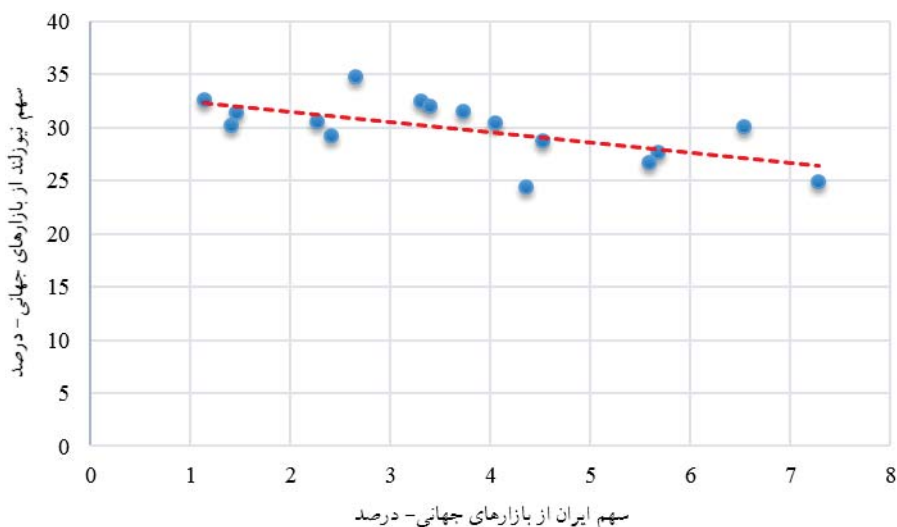
#### ۴-۸۶-۴- رابطه قیمت واقعی صادرات و قیمت کشور مسلط بر بازار جهانی

همان گونه که نمودار ۴-۲۲۸ نشان می دهد، بین قیمت های واقعی صادرات ایران و قیمت های واقعی کیوی نیوزیلند رابطه تقریباً مثبتی وجود دارد. هرچند این رابطه بسیار ضعیف است. به این معنی که هرگاه تقاضای جهانی منجر به افزایش قیمت برای نیوزیلند شده، روی قیمت های صادراتی ایران نیز اثر گذاشته و منجر به افزایش قیمت های صادرکنندگان ایرانی خواهد شد و بالعکس در مورد کاهش صادرات.



نمودار ۴-۲۲۸- ارتباط بین قیمت واقعی صادرات ایران و نیوزیلند

توجه به نمودار ۴-۲۲۹ رابطه سهم صادراتی ایران و نیوزیلند منفی بوده و با افزایش سهم صادراتی نیوزیلند، سهم صادراتی ایران کاهش داشته است. بطوریکه افزایش تقاضا برای محصولات نیوزیلند افزایش در قیمت های واقعی کیوی نیوزیلند را به همراه دارد و باتوجه به رقابت ایران با این کشور در صادرات کیوی به جهان، سهم ایران از بازارهای جهانی کاهش خواهد یافت و بالعکس.

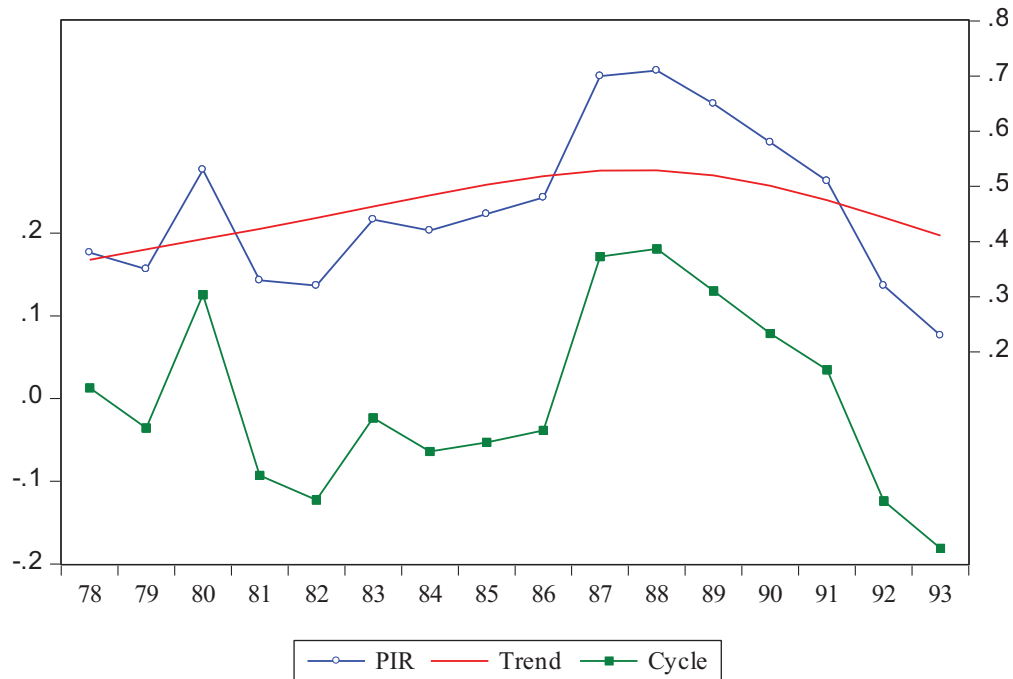


نمودار ۴-۲۲۹- ارتباط بین سهم صادراتی ایران و نیوزیلند از بازارهای جهانی

#### ۴-۸۷- تحلیل رفتار بلندمدت قیمت‌های صادراتی ایران و انحراف از روند باثبات

نتایج تحلیل فیلتر هودریک - پرسکات بیانگر آن است که روند باثبات قیمت‌های واقعی صادراتی ایران با روندهای فعلی قیمت‌های واقعی صادراتی فاصله دارد. در سال‌های پایانی روند باثبات قیمت‌های واقعی صادراتی کاهش می‌باشد، اما روند واقعی قیمت‌های صادراتی ایران از همین روند باثبات کاهشی نیز کمتر بوده و نشان می‌دهد در سال‌های پایانی بیش از آنچه انتظار می‌رفت، قیمت‌های صادراتی واقعی ایران کاهش یافته است. این روند هم‌چنان در حال نزول است که ادامه آن به نفع صادرکنندگان ایرانی نخواهد بود. همان‌گونه که ملاحظه می‌شود، تغییرات قیمت‌های صادراتی ایران از روند باثبات در سال‌های مختلف بسیار نوسانی بوده و بیان‌گر عدم ثبات لازم در قیمت‌های صادراتی ایران در بازارهای جهانی است.

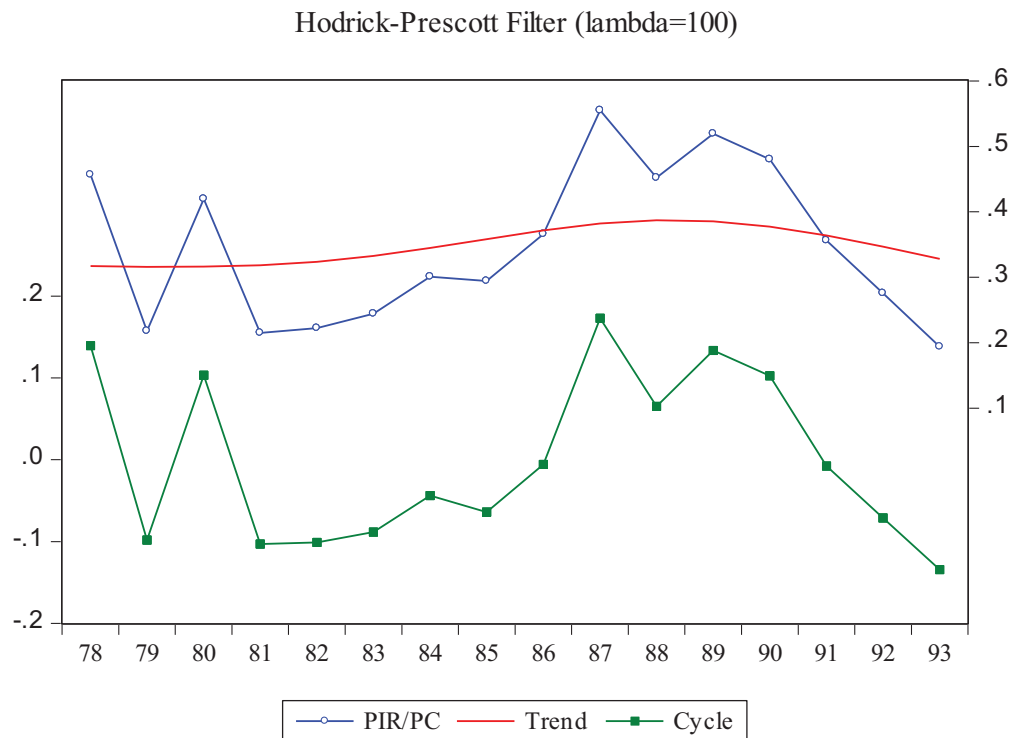
Hodrick-Prescott Filter (lambda=100)



نمودار ۴-۲۳۰- تحلیل فیلتر هودریک اسکات قیمت واقعی کیوی صادراتی ایران

همچنین نتایج تحلیل فیلتر هودریک - پرسکات در قیمت های نسبی ایران نسبت به نیوزیلند بیان گر آن است که مقادیر باثبات نسبت قیمت های صادراتی ایران به قیمت های صادراتی نیوزیلند با مقادیر واقعی آن فاصله دارد. هرچند در سال های پایانی روند باثبات نسبت قیمت صادراتی ایران به قیمت های صادراتی نیوزیلند کاهشی می باشد، اما روند واقعی نسبت قیمت های صادراتی ایران به قیمت های صادراتی نیوزیلند از همین روند باثبات کاهشی نیز کمتر بوده و نشان می دهد در سال های پایانی قیمت های صادراتی واقعی ایران در مقابل قیمت های واقعی نیوزیلند افزایش مناسبی نداشته و این نسبت در سال های پایانی از حد مورد انتظار، کاهش بیشتری داشته است. همان گونه که ملاحظه می شود، نوسان نسبت قیمت های صادراتی ایران به قیمت های صادراتی نیوزیلند از روند باثبات در سال های مختلف بسیار مشخص بوده و بیان گر عدم ثبات لازم در قیمت

نسبی بویژه در سال‌های پایانی است. ادامه روند موجود منجر به کاهش قدرت بازاری ایران در مقابل نیوزلند خواهد شد.

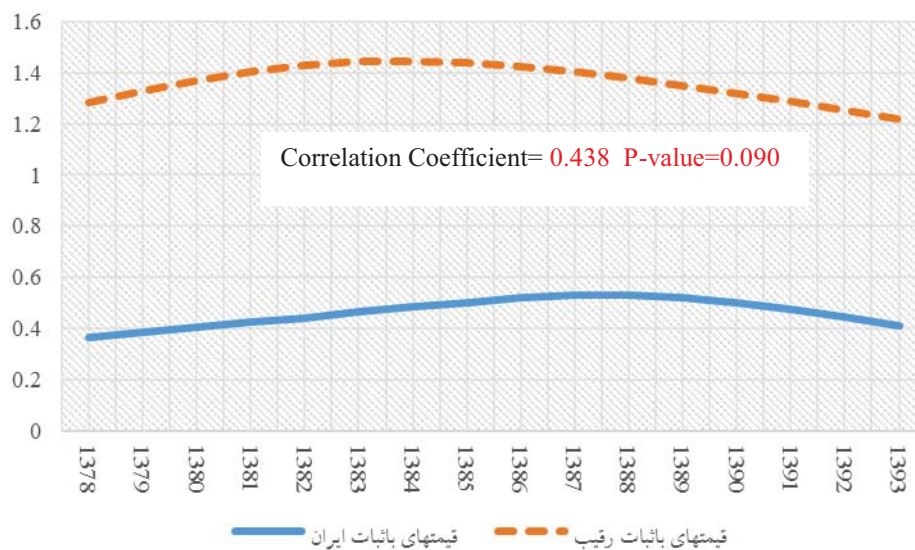


نمودار ۴-۲۳۱- تحلیل فیلتر هودریک اسکات نسبت قیمت واقعی کیوی صادراتی ایران به نیوزیلند

#### ۴-۸۸- تحلیل قیمت‌ها و سهم صادرات ایران با نیوزیلند

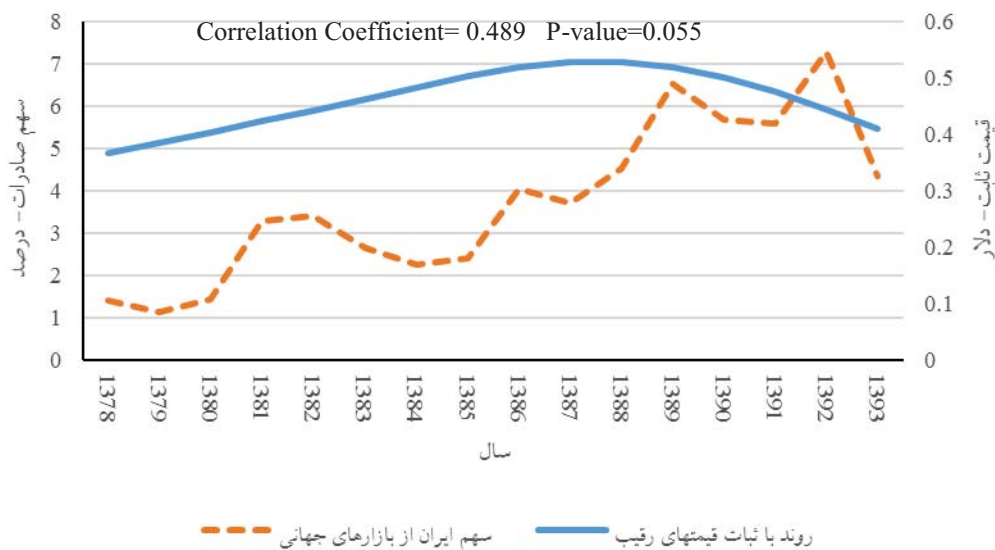
تحلیل روند باثبات قیمت‌های ایران و نیوزیلند نشان می‌دهد که رابطه مثبت در سطح ده درصد بین قیمت‌های باثبات ایران و نیوزیلند برقرار بوده است. بطوریکه روند باثبات قیمتی ایران و نیوزیلند در ابتدا صعودی بوده و پس از آن در حال نزول است. شیب نزولی روند باثبات برای رقیب بیشتر بوده و به نظر می‌رسد در حالیکه صادرات ایران منطبق با روند باثبات قیمت‌ها در بازارهای جهانی ادامه یابد، قیمت‌های کیوی ایران با قیمت‌های کیوی نیوزیلند همگرا خواهد شد.



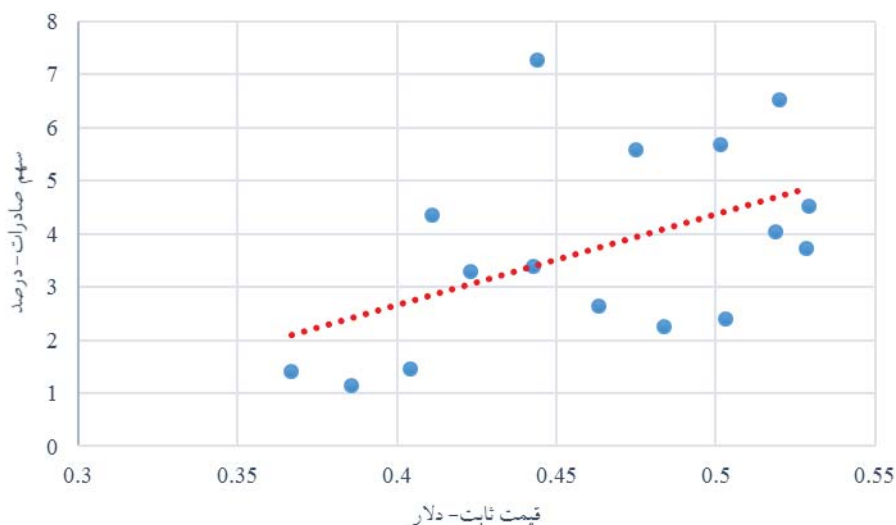


نمودار ۴-۲۳۲- مقایسه روندهای باثبات قیمتی ایران و نیوزیلند

همان گونه که در نمودار ۴-۲۳۳ و همچنین نمودار پراکندگی ۴-۲۳۴ نیز مشخص است، روند سهم ایران از صادرات کیوی در بازارهای جهانی با قیمت های باثبات صادراتی ایران تا سال ۸۷ رابطه کلی تقریباً مثبتی داشته و هر دو بطور کلی دارای روندی صعودی بوده اند (هرچند سهم صادراتی ایران روندی کاملاً نوسانی و صعودی داشته است) اما از سال ۸۷ به بعد روند قیمت باثبات صادراتی سیر نزولی به خود گرفته اما سهم صادراتی تا سال ۸۹ سیر صعودی دارد. اما آنچه که بسیار قابل تأمل است آن است که در سال های پایانی بجز سال ۹۲ علی رغم کاهش قیمت های واقعی صادرات ایران در بازارهای جهانی، سهم صادرات ایران از این بازارها کاهش یافته است. لذا ادامه روند موجود در سال های پایانی به نفع صادرکنندگان ایرانی نخواهد بود. اما به طور کلی رابطه قیمت باثبات صادراتی و سهم صادراتی کیوی ایران مثبت است و این رابطه مثبت در سطح ۱۰ درصد معنی دار بوده است.



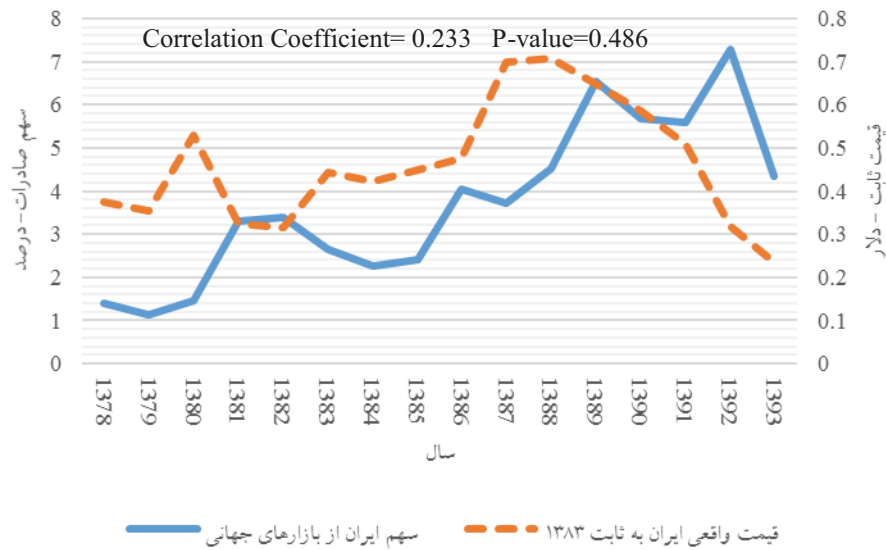
نمودار ۴-۲۳۳- روند سهم ایران از بازارهای جهانی و روند باثبات قیمت های ایران



نمودار ۴-۲۳۴- ارتباط سهم ایران از بازارهای جهانی و روند باثبات قیمت های ایران

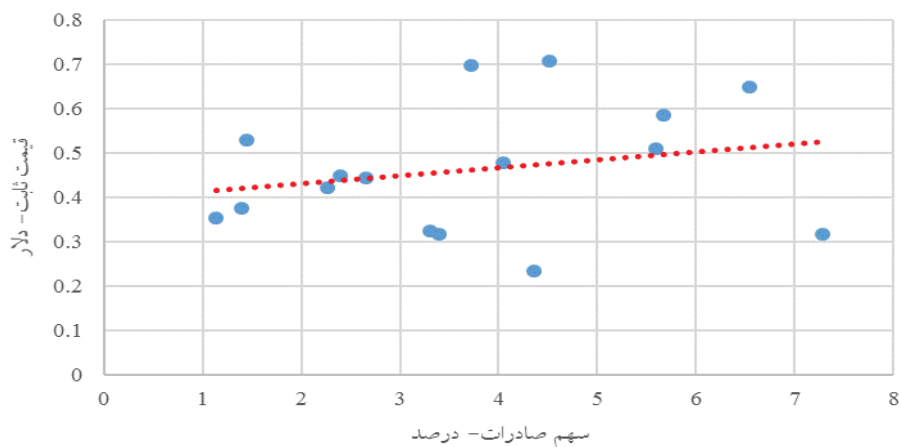
تحلیل روند قیمت های واقعی ایران در بازارهای جهانی در مقابل سهم های بدست آورده فعلی نیز در بازارهای جهانی همین نتیجه را تأیید می کند. هرچند رابطه مثبت موجود در سطح مناسبی معنی دار نبوده است و لذا قیمت های واقعی صادراتی منطبق با سهم صادراتی ایران نبوده و ارتباط معنی داری با آن نداشته است. مشاهده

می شود که بویژه در سال های پایانی علیرغم کاهش قیمت های ایران در بازارهای جهانی سهم ایران از بازارهای جهانی نیز کاهش یافته که ادامه روند موجود بسیار به ضرر صادرکنندگان ایرانی خواهد بود.



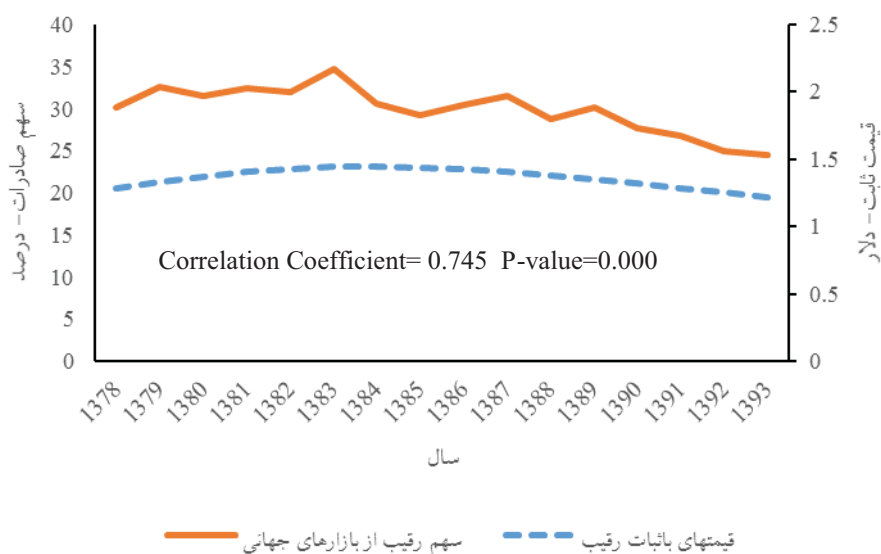
نمودار ۴-۲۳۵- روند قیمت های صادراتی ایران و سهم ایران از بازارهای جهانی

نمودار پراکندگی نیز نشان می دهد که ارتباط قوی بین سهم صادرات و قیمت های واقعی صادرات ایران برقرار نمی باشد. هرچند این رابطه بطور کلی مثبت بوده است.



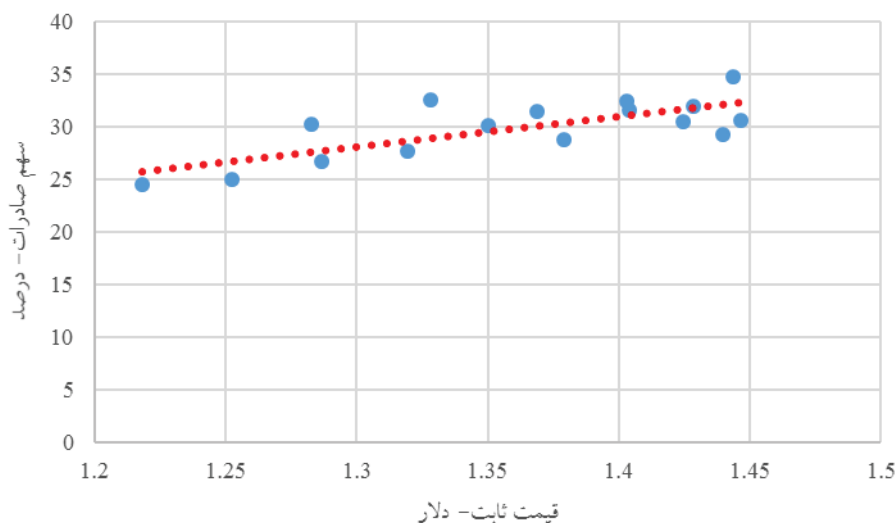
نمودار ۴-۲۳۶- ارتباط قیمت های صادراتی ایران و سهم ایران از بازارهای جهانی

این در حالی است که در مورد نیوزیلند به عنوان بزرگ‌ترین کشور صادرکننده در بازارهای جهانی نیز در مورد ارتباط بین قیمت‌های باثبات و سهم صادرات نیوزیلند ارتباط مثبت و معنی‌داری در سطح یک درصد وجود دارد. هرچند که نوسان سهم صادراتی نسبت به ایران بسیار کمتر بوده و بطور کلی نیوزیلند وضعیت باثبات‌تری را تجربه کرده است.

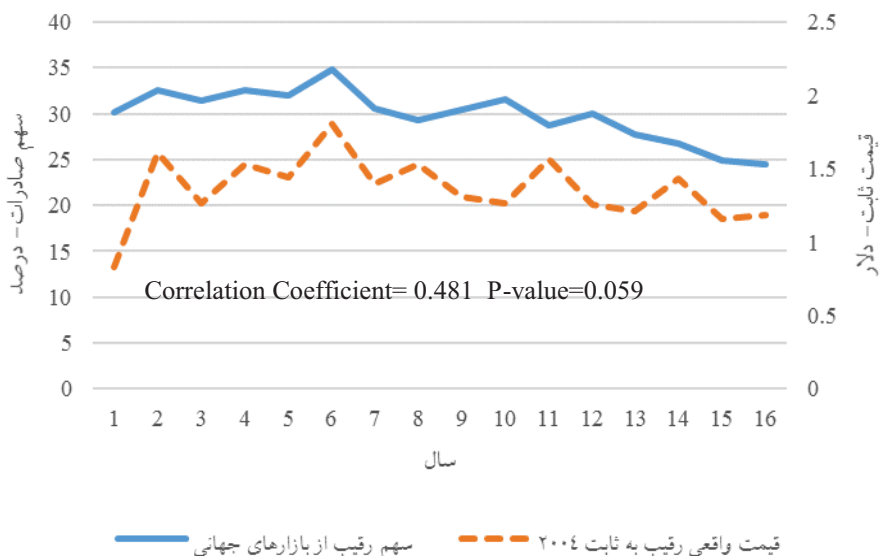


نمودار ۴-۲۳۷- روند سهم نیوزیلند از بازارهای جهانی و روند باثبات قیمت‌های نیوزیلند

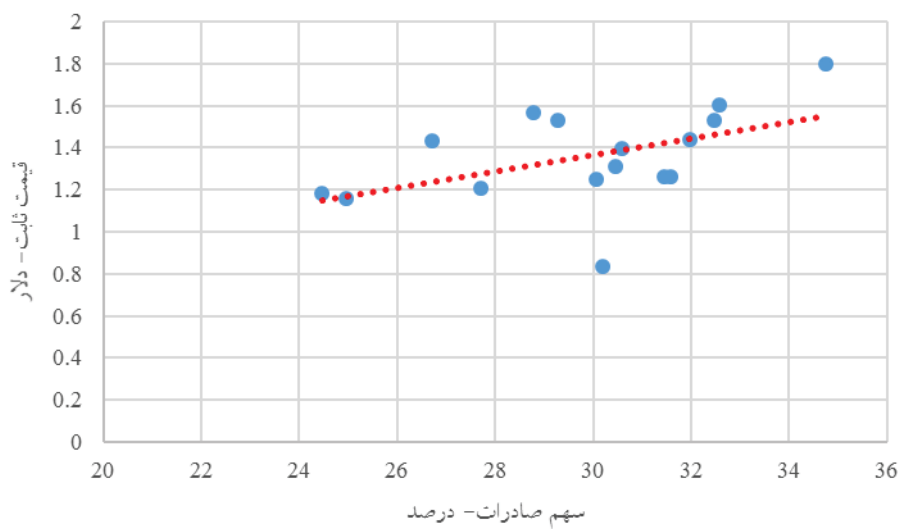
نمودار پراکندگی نیز نشان می‌دهد که ارتباط قوی و مثبتی بین سهم صادرات نیوزیلند و قیمت‌های باثبات صادرات این کشور برقرار می‌باشد.



نمودار ۴-۲۳۸- ارتباط سهم نیوزیلند از بازارهای جهانی و روند باثبات قیمت های نیوزیلند  
روند واقعی قیمت های صادراتی و سهم نیوزیلند از بازارهای جهانی نیز بیان گر رابطه مثبت و معنی داری در سطح  
۱۰ درصد می باشد. در مورد ایران این رابطه بطور معنی داری برقرار نبوده اما در مورد نیوزیلند این رابطه بخوبی  
برقرار می باشد. نمودار پراکندگی نیز مؤید این نتیجه می باشد.



نمودار ۴-۲۳۹- روند قیمت های صادراتی نیوزیلند و سهم نیوزیلند از بازارهای جهانی



نمودار ۴-۲۴۰- ارتباط قیمت های صادراتی و سهم نیوزیلند از بازارهای جهانی

#### ۴-۸۹- تبیین قدرت انحصاری در بازار محصولات اصلی صادراتی ایران و جایگاه ایران

تمرکز بازار و شاخص‌های اندازه‌گیری تمرکز این امکان را فراهم می‌سازد که اطلاعات مربوط به تعداد کشورها و نحوه توزیع بازار بین آن‌ها در عددی معین خلاصه شود. در مجموع می‌توان گفت تمرکز فروشندگان بازار دلالت بر آن دارد که چه میزان از کل صادرات بازار یک محصول معین در اختیار تعداد محدودی از کشورهاست و تمرکز خریداران دلالت بر آن دارد که چه میزان از کل صادرات بازار یک کشور به تعداد محدودی از شرکای تجاری اختصاص دارد (خدادادکاشی و شهیکی‌تاش، ۱۳۸۴). در یک تقسیم‌بندی کلی دو نوع معیار تمرکز (معیارهای نابرابری و معیارهای مطلق) را می‌توان شناسایی نمود. معیارهای نابرابری تمرکز، صرفاً به نابرابری اندازه توجه دارند؛ در حالی که معیارهای مطلق هم به تعداد و هم نابرابری اندازه آنها توجه دارند. از معیارهای نابرابری تمرکز می‌توان به ضریب جینی، ضریب تغییرات و واریانس لگاریتم اندازه بنگاه (کشور) اشاره نمود. از جمله معیارهای مطلق تمرکز نیز می‌توان به شاخص نسبت تمرکز  $n$  کشور، شاخص هرفیندال-هیرشمن، شاخص تایل آنتروپی، کی، هانا، هال و تایدمن اشاره نمود (عبادی و شهیکی‌تاش، ۱۳۸۳). در این مطالعه دو شاخص نسبت‌های تمرکز  $CR^3$  و هرفیندال-هیرشمن  $HHI^4$  مورد مطالعه قرار گرفته است.

#### الف: شاخص نسبت‌های تمرکز $(CR_n)$ :

این شاخص بیان‌گر آن می‌باشد که صادرات محصول در بازار جهانی در تمرکز چند کشور بوده و هم‌چنین می‌تواند انواع ساختار سایر بازارهای بین رقابت کامل و انحصار کامل را نشان دهد. شاخص فوق را می‌توان به صورت رابطه (۴-۱) تعریف کرد (عبادی و شهیکی‌تاش، ۱۳۸۳ و امینی زاده و همکاران، ۱۳۹۴):

$$CR_n = \sum_{i=1}^n S_i \quad i=1,2,3,\dots,k \quad k > n \quad (1-4)$$

<sup>63</sup> Concentration Ratio; CR

<sup>64</sup> Herfindahl-Hirschman Index; HHI

در این رابطه  $k$  تعداد کشورهای فعال در عرصه جهانی،  $n$  تعداد کشورهای بزرگ،  $S_i$  سهم بازار کشور  $i$ ام و  $CR_n$  نسبت تمرکز  $n$  کشور می باشد. سهم بازار کشور  $i$ ام از رابطه (۲-۴) به دست می آید (Islam, 2001):

$$S_i = \frac{X_i}{\sum X_i} \quad i = 1, 2, 3, \dots, k \quad (2-4)$$

در رابطه فوق صورت کسر بیانگر میزان صادرات کشور  $i$ ام و مخرج کسر کل صادرات جهانی را نشان می دهد.

**ب: شاخص هرفیندال-هیرشمن (HHI):**

برای رفع بعضی از نواقص وارد بر شاخص نسبت های تمرکز، شاخص هرفیندال برای اندازه گیری قدرت بازار پیشنهاد شد که از مجموع توان دوم سهم بازار تمامی کشورهای فعال در عرصه جهانی محاسبه می گردد. این شاخص از رابطه (۳-۴) به دست می آید (خدادادکاشی و شهیکی تاش، ۱۳۸۴ و امینی زاده و همکاران، ۱۳۹۴):

$$HHI = \sum_{i=1}^n S_i^2 \quad (3-4)$$

در رابطه فوق،  $k$  تعداد کشورهای فعال در عرصه جهانی و  $S_i$  سهم بازار کشور  $i$ ام را می باشد. اگر تعداد بی شماری بنگاه با اندازه های نسبی یکسان در بازار باشند، شاخص هرفیندال، بسیار کوچک و اگر تعداد کمی تولیدکننده و با سهم های نابرابر در بازار وجود داشته باشند شاخص هرفیندال، نزدیک به یک خواهد بود. شاخص هرفیندال یک آماره است که هرچه قدر به صفر نزدیک باشد نشانگر درجه رقابتی بالای بازار و هرچه قدر به یک نزدیک باشد، درجه انحصاری بالا را نشان می دهد. این شاخص به تنهایی چیزی را به ما نشان نمی دهد بلکه در مقایسه با سایر بازارها و یا تغییرات نسبی آن در طول زمان است که تغییرات ساختاری بازار را توضیح می دهد. از مزایای این شاخص آن است که نخست، سهم تمامی بنگاه های تولیدی در بازار را در نظر می گیرد و دوم، عکس شاخص هرفیندال، نوع بازار (تعداد بنگاه ها با سهم یکسان) را نشان می دهد (پیری و همکاران، ۱۳۸۹). علت انتخاب دو شاخص فوق این است که آن ها بهترین شاخص ها برای سنجش درجه رقابت و انحصارند.



شاخصی مانند هرفیندال - هیرشمن ویژگی هایی دارد که آن را از سایر شاخص ها متمایز می کند. از مهم ترین این ویژگی ها می توان موارد زیر را بر شمرد (خداداد کاشی و شهیکی تاش، ۱۳۸۴):

۱. سازگاری با اصول آکسیوماتیک تمرکز: این شاخص با اصول آکسیوماتیک تمرکز یعنی اصل انتقال، اصل ورود، اصل رده بندی و اصل ادغام سازگار است.

۲. دارا بودن پایه نظری قوی.

۳. استفاده از تمام اطلاعات  $n$  صادرکننده در بازار: در شاخص HHI از تمامی اطلاعات نمونه برای محاسبه تمرکز استفاده می شود و بر مبنای ترمینولوژی های آماری می توان گفت این شاخص اصل جامعیت را رعایت می نماید.

۴. راحتی محاسبه و تحلیل.

شاخص دیگری که در این مطالعه به کار رفته است، شاخص نسبت تمرکز  $n$  کشور می باشد. این شاخص در مقایسه با شاخص HHI از مزایای کمتری برخوردار است. از مهم ترین مزایای این شاخص قابل درک بودن و سهولت محاسبه و تحلیل می باشد. در جدول ۴-۱۸۹، انواع ساختار بازار و خصوصیات آن ها ارائه شده است.

جدول ۴-۱۸۹- ساختار بازارها و خصوصیات آن

بازار	نسبت (CR)	تمرکز شاخص هرفیندال-هیرشمن (HHI)	ویژگی اصلی بازار
رقابت کامل	$CR_1 \rightarrow 0$	$HHI \rightarrow 0$	بیش از ۵۰ بنگاه رقیب بدون در انحصار داشتن سهم در خور توجهی از بازار وجود دارند.
رقابت انحصاری	$CR_1 < 10$	$(1/HHI) \rightarrow 10$	هیچ کدام از بنگاه های رقیب، بیش از ۱۰ درصد بازار را در انحصار ندارند.
انحصار چندجانبه باز	$CR_4 < 40$	$6 < (1/HHI) \leq 10$	۴ بنگاه حداکثر ۴۰ درصد بازار را در انحصار دارند.
انحصار چندجانبه بسته	$CR_4 > 60$	$3 < (1/HHI) \leq 6$	۴ بنگاه حداقل ۶۰ درصد بازار را در انحصار دارند.
بنگاه مسلط	$CR_1 \geq 50$	$1 < (1/HHI) \leq 3$	بیش از ۵۰ درصد بازار در انحصار یک بنگاه است.
انحصار کامل	$CR_1 \rightarrow 100$	$HHI \rightarrow 1$	یک بنگاه کل بازار را در انحصار دارد.

ماخذ: مادالا و همکاران (۱۹۹۵)

#### ۴-۹۰- محصول پسته

نتایج بررسی ساختار بازار پسته با استفاده از شاخص های نسبت تمرکز و شاخص هرفیندال هیرشمن نشان می دهد که بازار پسته از حالت بنگاه مسلط که ایران بوده به بازار انحصار چندجانبه بسته گرایش یافته است. لذا از سهم صادراتی ایران نیز مشخص است که بازار ایران در حال تنزل بوده و قدرت انحصاری ایران توسط کشورهای بویژه امریکا تهدید می شود. لذا قدرت تعیین قیمت در بازار توسط ایران کاهش خواهد یافت. مسلماً در بازارهایی که قدرت انحصاری یک کشور بیشتر باشد و روند رو به رشدی در این قدرت ملاحظه شود، قیمت های بازار توسط این قدرت انحصاری تبیین شده و نوسان قیمت های انحصارگر کمتر خواهد بود.

جدول ۴-۱۹۰- تبیین قدرت انحصاری در بازار پسته

سال	CR <sub>1</sub>	CR <sub>4</sub>	HHI	نتیجه نوع بازار	چهار کشور اصلی	کشور مسلط	سهم ایران
۲۰۰۱	۵۵,۵	۸۱,۴	۰,۳۳۵	بنگاه مسلط	ایران، امریکا، آلمان و هنگ کنگ	ایران	۵۹,۵۹۱
۲۰۰۲	۶۵	۸۶,۲	۰,۴۴۳	بنگاه مسلط	ایران، امریکا، آلمان و هنگ کنگ	ایران	۷۰,۷۶۰
۲۰۰۳	۶۸	۸۶,۵	۰,۴۸۰	بنگاه مسلط	ایران، امریکا، هنگ کنگ و آلمان	ایران	۶۱,۷۳۹
۲۰۰۴	۵۷,۳	۸۳,۱	۰,۳۶۰	بنگاه مسلط	ایران، امریکا، آلمان و هلند	ایران	۵۸,۱۵۸
۲۰۰۵	۴۹,۶	۷۹,۶	۰,۲۹۲	چند جانبه بسته	ایران، امریکا، آلمان و هنگ کنگ	---	۵۲,۲۵۶
۲۰۰۶	۵۵,۶	۸۶,۲	۰,۳۴۹	بنگاه مسلط	ایران، امریکا، هنگ کنگ و آلمان	ایران	۵۹,۴۶۷
۲۰۰۷	۵۵,۴	۸۶,۳	۰,۳۴۸	بنگاه مسلط	ایران، امریکا، هنگ کنگ و آلمان	ایران	۵۳,۰۳۹
۲۰۰۸	۳۳,۸	۷۹,۶	۰,۲۳۶	چند جانبه بسته	ایران، امریکا، هنگ کنگ و آلمان	---	۲۹,۱۳۷
۲۰۰۹	۳۷,۹	۸۶,۴	۰,۲۸۷	چند جانبه بسته	ایران، امریکا، هنگ کنگ و آلمان	---	۴۰,۸۴۶
۲۰۱۰	۴۰,۲	۸۵,۳	۰,۲۵۹	چند جانبه بسته	ایران، امریکا، هنگ کنگ و آلمان	---	۳۸,۸۴۱
۲۰۱۱	۳۶,۶	۸۷	۰,۲۵۳	چند جانبه بسته	ایران، امریکا، هنگ کنگ و آلمان	---	۳۸,۳۵۶
۲۰۱۲	۳۵	۸۵,۷	۰,۲۵۳	چند جانبه بسته	ایران، امریکا، هنگ کنگ و هلند	---	۳۵,۶۳۰
۲۰۱۳	۳۸,۱	۸۴,۰	۰,۲۶۲	چند جانبه بسته	ایران، امریکا، هنگ کنگ و آلمان	---	۳۸,۰۸۲
۲۰۱۴	۳۷,۶	۷۷,۰	۰,۲۱۸	چند جانبه بسته	ایران، امریکا، هنگ کنگ و آلمان	---	۳۷,۶۲۱

مأخذ: یافته‌های مطالعه

#### ۹۱-۴- محصول خرما

نتایج بررسی بازار خرما نشان می دهد که بازار خرما از حالت بنگاه انحصار چند جانبه به بازار انحصار باز نزدیک شده است و قدرت انحصاری در این بازار بطور کلی افت کرده است. اما بررسی جایگاه ایران مشخص می کند که ایران پس از اینکه جایگاه دوم خود را در بازار از دست داد، در سال ۲۰۱۱ مجدداً این جایگاه را بدست آورد. هرچند که ایران در مقاطعی جایگاه اول را نیز در دست داشته و بطور کلی روند سهم صادراتی ایران کاهش یافته است اما در ادامه از سال ۲۰۰۹ این روند رو به صعود بوده است. لذا حفظ جایگاه ایران در بازار خرما، قدرت انحصاری کشور را بهبود بخشیده و نوسان های قیمتی صادرکنندگان ایرانی در بازار خرما را کاهش خواهد داد.

جدول ۴-۱۹۱- تبیین قدرت انحصاری در بازار خرما

سال	CR <sub>1</sub>	CR <sub>4</sub>	HH	نتیجه نوع بازار	چهار کشور اصلی	کشور مسلط	سهم ایران
۲۰۰۱	۴۰,۴	۸۳,۳	۰,۲۳۸	چند جانبه بسته	امارات، ایران، پاکستان و تونس	---	۲۲,۳۲۶
۲۰۰۲	۴۴,۱	۸۳,۶	۰,۲۵۸	چند جانبه بسته	امارات، ایران، پاکستان و تونس	---	۲۰,۴۹۶
۲۰۰۳	۴۳,۶	۸۲,۵	۰,۲۵۵	چند جانبه بسته	امارات، ایران، پاکستان و تونس	---	۱۹,۸۸۶
۲۰۰۴	۲۴,۰	۷۹,۱	۰,۱۴۹	بین چند جانبه باز و بسته	ایران، پاکستان، امارات، عربستان	---	۲۴,۶۵۵
۲۰۰۵	۳۳,۵	۷۹,۱	۰,۱۹۵	چند جانبه بسته	امارات، عراق، ایران و پاکستان	---	۱۵,۴۳۷
۲۰۰۶	۲۹,۴	۶۸,۳	۰,۱۶۳	بین چند جانبه باز و بسته	ایران، پاکستان، عربستان و امارات	---	۳۰,۹۱۵
۲۰۰۷	۲۶,۷	۷۷,۸	۰,۱۸۰	چند جانبه بسته	امارات، عراق، ایران و پاکستان	---	۱۳,۳۱۸
۲۰۰۸	۲۹,۳	۷۶,۸	۰,۱۸۶	چند جانبه بسته	امارات، عراق، ایران و پاکستان	---	۱۱,۱۴۸
۲۰۰۹	۲۷,۶	۶۹,۴	۰,۱۵۳	بین چند جانبه باز و بسته	عراق، پاکستان، ایران و تونس	---	۱۴,۲۵۸
۲۰۱۰	۲۳,۰	۶۳,۶	۰,۱۳۳	بین چند جانبه باز و بسته	عراق، پاکستان، ایران و تونس	---	۱۷,۸۶۴
۲۰۱۱	۱۸,۸	۶۰,۱	۰,۱۱۹	بین چند جانبه باز و بسته	عراق، ایران، پاکستان و امارات	---	۱۸,۹۰۵
۲۰۱۲	۲۱,۰	۶۷,۸	۰,۱۳۵	بین چند جانبه باز و بسته	عراق، ایران، پاکستان و امارات	---	۱۸,۱۱۶
۲۰۱۳	۱۸,۴	۶۱,۹	۰,۱۲۲	بین چند جانبه باز و بسته	عراق، ایران، پاکستان و امارات	---	۱۷,۴۲۵
۲۰۱۴	۴۰,۴	۵۸,۶	۰,۱۱۵	بین چند جانبه باز و بسته	عراق، ایران، پاکستان و تونس	---	۲۰,۳۴۶

مأخذ: یافته های مطالعه

#### ۴-۹۲- محصول کیوی

جایگاه ایران در بازار کیوی از رتبه ۸ در سال ۲۰۰۱ به رتبه ۶ در سال ۲۰۱۴ بهبود یافته است. هرچند که ایران رتبه ۴ را نیز در بازار جهانی در سال ۲۰۰۴ تجربه کرده است اما پس از آن در بین ۴ کشور اصلی صادرکننده حضور نداشته است (Trademap, 2016). ملاحظه می شود که بازار این محصول همواره به صورت انحصار چندجانبه بسته بوده و چنانچه سهم بازاری ایران بهبود نیابد، قدرت انحصاری کشورهای اصلی منجر به نوسان بیشتر قیمت و درآمد صادرکنندگان ایرانی در آینده خواهد شد.

جدول ۴-۱۹۲- تبیین قدرت انحصاری در بازار کیوی

سال	CR <sub>1</sub>	CR <sub>4</sub>	HH	نتیجه نوع بازار	چهار کشور اصلی	کشور مسلط	سهم ایران
۲۰۰۱	۳۶,۴	۸۶,۱	۰,۲۷۱	چندجانبه بسته	ایتالیا، نیوزلند، شیلی و فرانسه	---	۱,۴۵۱
۲۰۰۲	۳۶,۵	۸۶,۳	۰,۲۷۹	چندجانبه بسته	ایتالیا، شیلی، نیوزلند و فرانسه	---	۳,۳۰۱
۲۰۰۳	۳۴,۳	۸۶,۴	۰,۲۵۵	چندجانبه بسته	نیوزلند، ایتالیا، شیلی و فرانسه	---	۳,۳۹۵
۲۰۰۴	۳۶,۵	۸۴,۷	۰,۲۵۰	چندجانبه بسته	نیوزلند، ایتالیا، شیلی و ایران	---	۲,۶۴۹
۲۰۰۵	۳۲,۹	۸۵,۵	۰,۲۲۵	چندجانبه بسته	نیوزلند، ایتالیا، شیلی و بلژیک	---	۲,۲۶۱
۲۰۰۶	۳۰,۸	۷۷	۰,۲۱۵	چندجانبه بسته	نیوزلند، ایتالیا، شیلی و بلژیک	---	۲,۳۹۹
۲۰۰۷	۳۱,۹	۷۷,۱	۰,۲۱۵	چندجانبه بسته	نیوزلند، ایتالیا، شیلی و بلژیک	---	۴,۰۴۳
۲۰۰۸	۳۳,۲	۷۳,۱	۰,۲۰۳	چندجانبه بسته	نیوزلند، ایتالیا، شیلی و بلژیک	---	۳,۷۲۴
۲۰۰۹	۳۰,۳	۷۸,۱	۰,۲۰۸	چندجانبه بسته	نیوزلند، ایتالیا، شیلی و بلژیک	---	۴,۵۱۵
۲۰۱۰	۲۸,۲	۷۸,۳	۰,۱۹۰	چندجانبه بسته	نیوزلند، ایتالیا، شیلی و بلژیک	---	۶,۵۳۳
۲۰۱۱	۳۱,۷	۷۱,۶	۰,۱۹۶	چندجانبه بسته	نیوزلند، ایتالیا، شیلی و بلژیک	---	۵,۶۶۹
۲۰۱۲	۲۸,۵	۶۹,۹	۰,۱۸۰	چندجانبه بسته	نیوزلند، ایتالیا، شیلی و یونان	---	۵,۵۸۹
۲۰۱۳	۲۶,۸	۷۰,۳	۰,۱۷۶	چندجانبه بسته	نیوزلند، ایتالیا، شیلی و یونان	---	۷,۲۸۲
۲۰۱۴	۳۰,۸	۷۳,۷	۰,۱۹۰	چندجانبه بسته	نیوزلند، ایتالیا، شیلی و یونان	---	۴,۳۵۶

مأخذ: یافته های مطالعه

#### ۴-۹۳- محصول انگور

در بازار انگور نیز مشخص است که سهم ایران از بازارهای جهانی بسیار ناچیز بوده و بطور کلی در بین قدرت های انحصارگر بازار حضور ندارد. بازار انگور همواره انحصاری و از نوع انحصار چندجانبه بسته و باز بوده است. لذا در این شرایط صادرکنندگان ایرانی همواره در معرض تصمیمات انحصارگران و نوسان قیمت های صادراتی قرار خواهند داشت. رتبه ایران ۲۲ در بازارهای جهانی انگور در سال ۲۰۱۴ بوده و تقریباً همواره این سهم را حفظ کرده است. هرچند در سال ۲۰۰۱ ایران در جایگاه ۲۱ جهان قرار داشته است (Trademap, 2016).

جدول ۴-۱۹۳- تبیین قدرت انحصاری در بازار انگور

سال	CR <sub>1</sub>	CR <sub>4</sub>	HH	نتیجه نوع بازار	چهار کشور اصلی	کشور مسلط	سهم ایران
۲۰۰۱	۱۷,۸	۶۴,۴۵۸	۰,۱۳۱	بین چندجانبه بسته و باز	شیلی، ایتالیا، امریکا و آفریقای جنوبی	---	۰,۰۴۱
۲۰۰۲	۲۰,۵	۶۲,۳۹۶	۰,۱۱۷	بین چندجانبه بسته و باز	شیلی، ایتالیا، امریکا و آفریقای جنوبی	---	۰,۰۹۴
۲۰۰۳	۲۵,۱	۶۳,۶۸۹	۰,۱۳۰	بین چندجانبه بسته و باز	شیلی، ایتالیا، امریکا و آفریقای جنوبی	---	۰,۲۰۲
۲۰۰۴	۲۲,۸	۵۸,۴۶۹	۰,۱۰۸	بین چندجانبه بسته و باز	شیلی، ایتالیا، امریکا و آفریقای جنوبی	---	۰,۱۸۸
۲۰۰۵	۲۱,۳	۵۵,۴۶۱	۰,۱۱۱	بین چندجانبه بسته و باز	شیلی، ایتالیا، امریکا و آفریقای جنوبی	---	۰,۲۳۹
۲۰۰۶	۲۳,۶	۵۳,۹۰۶	۰,۱۱۱	بین چندجانبه بسته و باز	شیلی، ایتالیا، امریکا و آفریقای جنوبی	---	۰,۴۲۲
۲۰۰۷	۲۱,۴	۵۳,۴۲۲	۰,۱۰۳	بین چندجانبه بسته و باز	شیلی، ایتالیا، امریکا و آفریقای جنوبی	---	۰,۴۶۵
۲۰۰۸	۲۱,۰	۵۱,۸۳۴	۰,۱۰۳	بین چندجانبه بسته و باز	شیلی، ایتالیا، امریکا و آفریقای جنوبی	---	۰,۱۴۳
۲۰۰۹	۲۱,۶	۵۰,۲۴۰	۰,۱۰۸	بین چندجانبه بسته و باز	شیلی، ایتالیا، امریکا و هلند	---	۰,۰۳۱
۲۰۱۰	۲۰,۸	۵۱,۴۳۶	۰,۱۱۱	بین چندجانبه بسته و باز	شیلی، ایتالیا، امریکا و آفریقای جنوبی	---	۰,۷۰۸
۲۰۱۱	۱۹,۰	۴۵,۰۶۳	۰,۱۱۲	بین چندجانبه بسته و باز	شیلی، ایتالیا، امریکا و هلند	---	۰,۲۴۹
۲۰۱۲	۲۰,۲	۴۹,۶۲۶	۰,۱۰۵	بین چندجانبه بسته و باز	شیلی، ایتالیا، امریکا و آفریقای جنوبی	---	۰,۲۳۴
۲۰۱۳	۲۰,۴	۵۰,۵۹۹	۰,۱۰۹	بین چندجانبه بسته و باز	شیلی، ایتالیا، امریکا و آفریقای جنوبی	---	۰,۲۱۱
۲۰۱۴	۱۷,۵	۴۶,۲۱۵	۰,۱۰۴	بین چندجانبه بسته و باز	شیلی، ایتالیا، امریکا و آفریقای جنوبی	---	۰,۱۹۳

مأخذ: یافته های مطالعه

#### ۴-۹۴- محصول چای

در بازار چای نیز مشخص است که سهم ایران از بازارهای جهانی بسیار ناچیز بوده و بطور کلی در بین قدرت های انحصارگر بازار حضور ندارد. بازار چای همواره انحصاری و از نوع انحصار چندجانبه بسته و باز بوده است. لذا در این شرایط صادرکنندگان ایرانی که در بهترین رتبه در سال ۲۰۰۷ در جایگاه هفتم قرار داشتند، همواره در معرض تصمیمات انحصارگران و نوسان قیمتهای صادراتی قرار خواهند داشت. رتبه ایران در سال های اخیر به رتبه ۱۱ رسیده است (Trademap, 2016).

جدول ۴-۱۹۴- تبیین قدرت انحصاری در بازار چای

سال	CR <sub>1</sub>	CR <sub>4</sub>	HH	نتیجه نوع بازار	چهار کشور اصلی	کشور مسلط	سهم ایران
۲۰۰۱	۰,۲۲۵	۶۶,۹۸۶	۰,۱۳۴	بین چندجانبه بسته و باز	سری لانکا، هند، کنیا و اندونزی	---	۰,۶۶۲
۲۰۰۲	۰,۲۶۸	۶۱,۲۸۱	۰,۱۲۷	بین چندجانبه بسته و باز	سری لانکا، هند، کنیا و اندونزی	---	۰,۵۳۸
۲۰۰۳	۰,۲۳۴	۶۶,۳۱۷	۰,۱۳۸	بین چندجانبه بسته و باز	سری لانکا، هند، کنیا و اندونزی	---	۰,۴۵۸
۲۰۰۴	۰,۲۲۴	۶۳,۹۳۲	۰,۱۲۶	بین چندجانبه بسته و باز	سری لانکا، هند، کنیا و اندونزی	---	۰,۶۸۵
۲۰۰۵	۰,۲۴۴	۶۴,۹۲۱	۰,۱۳۴	بین چندجانبه بسته و باز	سری لانکا، هند، کنیا و اندونزی	---	۰,۶۸۶
۲۰۰۶	۰,۲۲۳	۶۲,۳۳۰	۰,۱۲۶	بین چندجانبه بسته و باز	سری لانکا، هند، کنیا و اندونزی	---	۲,۸۸۵
۲۰۰۷	۰,۲۵۱	۶۲,۲۵۷	۰,۱۳۳	بین چندجانبه بسته و باز	سری لانکا، هند، کنیا و آرژانتین	---	۳,۷۴۹
۲۰۰۸	۰,۲۵۲	۶۳,۱۶۳	۰,۱۳۲	بین چندجانبه بسته و باز	سری لانکا، هند، کنیا و اندونزی	---	۱,۱۰۵
۲۰۰۹	۰,۲۲۲	۵۹,۵۵۷	۰,۱۱۷	بین چندجانبه بسته و باز	سری لانکا، هند، کنیا و اندونزی	---	۱,۴۰۵
۲۰۱۰	۰,۲۴۹	۶۲,۲۱۲	۰,۱۲۸	بین چندجانبه بسته و باز	سری لانکا، هند، کنیا و آرژانتین	---	۱,۱۰۷
۲۰۱۱	۰,۲۲۶	۶۴,۳۳۰	۰,۱۲۹	بین چندجانبه بسته و باز	سری لانکا، هند، کنیا و آرژانتین	---	۱,۰۸۹
۲۰۱۲	۰,۱۹۵	۵۲,۴۵۳	۰,۱۰۱	بین چندجانبه بسته و باز	سری لانکا، هند، کنیا و آرژانتین	---	۱,۴۷۸
۲۰۱۳	۰,۲۵۵	۶۴,۰۲۶	۰,۱۳۵	بین چندجانبه بسته و باز	سری لانکا، هند، کنیا و آرژانتین	---	۱,۴۲۳
۲۰۱۴	۰,۲۳۹	۶۲,۱۷۶	۰,۱۲۶	بین چندجانبه بسته و باز	سری لانکا، هند، کنیا و آرژانتین	---	۱,۴۳۴

مأخذ: یافته های مطالعه

#### ۴-۹۵- محصول پرتقال

در بازار پرتقال نیز مشخص است که سهم ایران از بازارهای جهانی بسیار ناچیز بوده و هیچ گاه در بین قدرت های انحصارگر بازار حضور نداشته است. بازار پرتقال نیز مانند بازار چای همواره انحصاری و از نوع انحصار چندجانبه بسته و باز بوده است. لذا در این شرایط صادرکنندگان ایرانی همواره در معرض تصمیمات انحصارگران و نوسان قیمت های صادراتی قرار خواهند داشت. رتبه ایران در سال ۲۰۰۱، ۱۸ در جهان بوده که در سال های اخیر به ۲۱ افول کرده است (Trademap, 2016).

جدول ۴-۱۹۵- تبیین قدرت انحصاری در بازار پرتقال

سال	CR <sub>1</sub>	CR <sub>4</sub>	HH	نتیجه نوع بازار	چهار کشور اصلی	کشور مسلط	سهم ایران
۲۰۰۱	۲۶,۶۶۵	۵۷,۴۷۱	۰,۱۱۵	بین چندجانبه بسته و باز	اسپانیا، آفریقای جنوبی، امریکا و یونان	---	۰,۱۳۰
۲۰۰۲	۳۲,۹۱۱	۶۳,۷۷۵	۰,۱۵۲	بین چندجانبه بسته و باز	اسپانیا، آفریقای جنوبی، امریکا و یونان	---	۰,۰۶۵
۲۰۰۳	۲۹,۵۷۲	۶۲,۸۴۷	۰,۱۳۷	بین چندجانبه بسته و باز	اسپانیا، آفریقای جنوبی، امریکا و یونان	---	۰,۴۲۳
۲۰۰۴	۳۰,۱۴۴	۶۰,۹۲۱	۰,۱۳۷	بین چندجانبه بسته و باز	اسپانیا، آفریقای جنوبی، امریکا و مصر	---	۰,۳۸۸
۲۰۰۵	۲۳,۱۵۴	۵۹,۷۲۳	۰,۱۲۴	بین چندجانبه بسته و باز	آفریقای جنوبی، اسپانیا، امریکا و مصر	---	۰,۴۰۶
۲۰۰۶	۲۵,۰۰۷	۵۸,۰۷۵	۰,۱۲۱	بین چندجانبه بسته و باز	اسپانیا، آفریقای جنوبی، امریکا و مصر	---	۰,۲۵۶
۲۰۰۷	۲۷,۴۵۶	۵۶,۵۹۳	۰,۱۲۸	بین چندجانبه بسته و باز	اسپانیا، آفریقای جنوبی، امریکا و مصر	---	۰,۱۴۰
۲۰۰۸	۲۲,۳۰۳	۵۹,۲۸۸	۰,۱۰۷	بین چندجانبه بسته و باز	اسپانیا، آفریقای جنوبی، مصر و امریکا	---	۰,۰۳۷
۲۰۰۹	۲۳,۰۳۰	۵۸,۸۴۲	۰,۱۰۸	بین چندجانبه بسته و باز	اسپانیا، آفریقای جنوبی، مصر و امریکا	---	۰,۰۳۳
۲۰۱۰	۱۹,۸۸۲	۵۸,۶۶۸	۰,۱۰۲	بین چندجانبه بسته و باز	اسپانیا، آفریقای جنوبی، مصر و امریکا	---	۰,۰۲۹
۲۰۱۱	۲۱,۶۷۹	۶۱,۷۲۰	۰,۱۱۱	بین چندجانبه بسته و باز	اسپانیا، آفریقای جنوبی، مصر و امریکا	---	۰,۰۲۸
۲۰۱۲	۲۵,۳۲۹	۶۲,۹۲۹	۰,۱۲۳	بین چندجانبه بسته و باز	اسپانیا، آفریقای جنوبی، امریکا و مصر	---	۰,۲۶۶
۲۰۱۳	۲۵,۲۴۱	۶۶,۷۰۰	۰,۱۳۰	بین چندجانبه بسته و باز	اسپانیا، آفریقای جنوبی، مصر و امریکا	---	۰,۰۶۹
۲۰۱۴	۲۳,۷۰۲	۶۳,۸۵۷	۰,۱۲۴	بین چندجانبه بسته و باز	اسپانیا، آفریقای جنوبی، مصر و امریکا	---	۰,۰۳۳

مأخذ: یافته های مطالعه



#### ۴-۹۶- محصول سیب

نتایج بررسی بازار سیب نیز نشان می دهد که جایگاه ایران در بازار همواره بین ۸ تا ۱۳ بوده است. هرچند که ایران هیچگاه در بین ۴ کشور اصلی صادرکننده سیب حضور نداشته است (Trademap, 2016). ملاحظه می شود که بازار این محصول همواره بصورت انحصار چندجانبه باز بوده است. هرچند نسبت به انحصار بسته این نوع بازار قدرت بازاری کمتری متوجه صادرکنندگان اصلی آن است اما همچنان در هر صورت بازار انحصاری بوده و چنانچه سهم بازاری ایران بهبود نیابد، قدرت انحصاری کشورهای اصلی منجر به نوسان بیشتر قیمت و درآمد صادرکنندگان ایرانی در آینده خواهد شد.

جدول ۴-۱۹۶- تبیین قدرت انحصاری در بازار سیب

سال	CR <sub>1</sub>	CR <sub>4</sub>	HH	نتیجه نوع بازار	چهار کشور اصلی	کشور مسلط	سهم ایران
۲۰۰۱	۰,۱۴۷	۰,۳۸۲	۰,۱۱۴	چند جانبه باز	فرانسه، امریکا، ایتالیا، شیلی	---	۱,۷۹۸
۲۰۰۲	۰,۱۳۸	۰,۳۹۷	۰,۱۱۱	چند جانبه باز	فرانسه، ایتالیا، امریکا و چین	---	۱,۵۱۱
۲۰۰۳	۰,۱۲۸	۰,۳۸۱	۰,۱۰۷	چند جانبه باز	فرانسه، ایتالیا، چین و شیلی	---	۲,۶۴۷
۲۰۰۴	۰,۱۱۸	۰,۳۶۷	۰,۱۰۲	چند جانبه باز	چین، شیلی، فرانسه و ایتالیا	---	۰,۹۲۸
۲۰۰۵	۰,۱۱۶	۰,۳۸۲	۰,۱۰۶	چند جانبه باز	چین، ایتالیا، امریکا و فرانسه	---	۲,۷۵۹
۲۰۰۶	۰,۱۱۲	۰,۳۸۵	۰,۱۰۰	چند جانبه باز	چین، شیلی، ایتالیا و فرانسه	---	۳,۱۷۰
۲۰۰۷	۰,۱۲۵	۰,۳۵۹	۰,۱۰۱	چند جانبه باز	چین، ایتالیا، شیلی و فرانسه	---	۳,۵۸۱
۲۰۰۸	۰,۱۴۷	۰,۳۶۴	۰,۱۰۴	چند جانبه باز	چین، شیلی، امریکا و فرانسه	---	۴,۳۸۰
۲۰۰۹	۰,۱۴۵	۰,۳۵۲	۰,۱۰۵	چند جانبه باز	چین، امریکا، لهستان و ایتالیا	---	۴,۵۰۱
۲۰۱۰	۰,۱۳۱	۰,۳۷۲	۰,۱۰۶	چند جانبه باز	چین، ایتالیا، شیلی و امریکا	---	۳,۱۲۰
۲۰۱۱	۰,۱۱۹	۰,۳۸۳	۰,۱۰۶	چند جانبه باز	چین، ایتالیا، امریکا و شیلی	---	۲,۸۵۲
۲۰۱۲	۰,۱۱۳	۰,۳۷۰	۰,۱۰۵	چند جانبه باز	چین، ایتالیا، امریکا و لهستان	---	۴,۸۳۲
۲۰۱۳	۰,۱۳۴	۰,۳۳۶	۰,۱۰۶	چند جانبه باز	لهستان، چین، امریکا و شیلی	---	۲,۳۵۷
۲۰۱۴	۰,۱۱۸	۰,۳۸۷	۰,۱۰۷	چند جانبه باز	لهستان، ایتالیا، امریکا و چین	---	۵,۱۷۹

مأخذ: یافته های مطالعه

#### ۹۷-۴- محصول زعفران

در مورد زعفران ایران در اغلب سال‌ها جزو ۴ کشور اصلی صادرکننده بوده است. بازار جهانی زعفران همواره انحصاری و از نوع انحصار چندجانبه بسته و باز بوده است. لذا در این شرایط ایران با بهبود سهم خود از بازار و حفظ موقعیت انحصاری خود، می‌تواند بازاری مطمئن برای صادرکنندگان ایرانی فراهم نماید. در سال ۲۰۰۱ ایران حائز رتبه اول بوده و تا سال ۲۰۰۶ رتبه ایران بین رتبه اول و دوم در حال تغییر بوده است اما از سال ۲۰۰۷ به بعد رتبه ایران تنزل کرده و در سال ۲۰۱۳ و ۲۰۱۴ به ترتیب حائز رتبه چهارم و سوم بوده است (Trademap, 2016).

جدول ۹۷-۴- تبیین قدرت انحصاری در بازار زعفران

سال	CR <sub>1</sub>	CR <sub>4</sub>	HH	نتیجه نوع بازار	چهار کشور اصلی	کشور مسلط	سهم ایران
۲۰۰۱	۲۲,۴۲۶	۵۷,۵۳۷	۰,۱۰۲	بین چندجانبه بسته و باز	ایران، اندونزی، اسپانیا و چین	---	۲۲,۴۲۶
۲۰۰۲	۳۴,۸۴۶	۷۱,۰۱۰	۰,۱۷۹	بین چندجانبه بسته و باز	اندونزی، ایران، ایپانیا و اتیوپی	---	۱۷,۷۱۶
۲۰۰۳	۲۷,۴۰۸	۷۳,۰۳۰	۰,۱۵۶	بین چندجانبه بسته و باز	اندونزی، اتیوپی، اسپانیا و ایران	---	۱۲,۳۴۷
۲۰۰۴	۴۳,۴۱۵	۷۲,۸۴۶	۰,۲۲۷	بین چندجانبه بسته و باز	اتیوپی، ایران، اسپانیا و انگلیس	---	۱۴,۴۷۲
۲۰۰۵	۲۱,۲۰۵	۵۳,۲۵۳	۰,۱۰۵	بین چندجانبه بسته و باز	ایران، انگلیس، اسپانیا و تانزانیا	---	۲۱,۲۰۵
۲۰۰۶	۲۰,۰۴۹	۵۹,۷۸۰	۰,۱۱۰	بین چندجانبه بسته و باز	ایران، انگلیس، کامبوج و بلغارستان	---	۲۰,۰۴۹
۲۰۰۷	۲۸,۱۶۸	۶۴,۰۴۱	۰,۱۳۹	بین چندجانبه بسته و باز	کامبوج، انگلیس، پرتغال و ایران	---	۶,۸۴۹
۲۰۰۸	۲۱,۴۱۹	۵۱,۰۰۴	۰,۱۱۸	بین چندجانبه بسته و باز	انگلیس، پرتغال، اسپانیا و ایران	---	۹,۲۳۷
۲۰۰۹	۱۸,۸۱۸	۵۱,۱۳۳	۰,۱۱۱	بین چندجانبه بسته و باز	اتیوپی، انگلیس، بلغارستان و اندونزی	---	۶,۴۰۴
۲۰۱۰	۲۶,۰۸۱	۶۹,۳۸۹	۰,۱۴۰	بین چندجانبه بسته و باز	اندونزی، چین، انگلیس و اسپانیا	---	۶,۹۳۲
۲۰۱۱	۳۵,۲۳۰	۵۹,۰۸۱	۰,۱۵۴	بین چندجانبه بسته و باز	انگلیس، ایران، اسپانیا و اندونزی	---	۱۰,۵۰۳
۲۰۱۲	۲۸,۳۲۴	۶۷,۸۲۱	۰,۱۴۶	بین چندجانبه بسته و باز	اندونزی، انگلیس، اسپانیا و ایران	---	۱۰,۱۴۹
۲۰۱۳	۴۱,۲۶۸	۶۹,۸۵۴	۰,۲۱۱	بین چندجانبه بسته و باز	اندونزی، انگلیس، اسپانیا و ایران	---	۴,۷۸۲
۲۰۱۴	۴۲,۸۷۸	۶۶,۸۴۱	۰,۲۱۲	بین چندجانبه بسته و باز	اندونزی، اتیوپی، ایران و اسپانیا	---	۷,۴۸۰

مأخذ: یافته‌های مطالعه

#### ۴-۹۸- محصول سیب زمینی

در بازار سیب زمینی نیز مشخص است که سهم ایران از بازارهای جهانی ناچیز بوده و هیچ گاه در بین قدرت های انحصارگر بازار حضور نداشته است. بازار سیب زمینی نیز مانند بازار زعفران همواره انحصاری و از نوع انحصار چندجانبه بسته و باز بوده است. با این تفاوت که ایران در بازار سیب زمینی برخلاف بازار زعفران تعیین کننده در بازار نبوده و در این شرایط صادرکنندگان ایرانی همواره در معرض تصمیمات انحصارگران و نوسان قیمت های صادراتی قرار خواهند داشت. رتبه ایران در سال ۲۰۰۱ در بازارهای جهانی صادرات ۱۴ بوده که این رتبه در سال ۲۰۱۴ به ۲۷ تنزل یافت (Trademap, 2016).

جدول ۴-۹۸- تبیین قدرت انحصاری در بازار سیب زمینی

سال	CR <sub>1</sub>	CR <sub>4</sub>	HH	نتیجه نوع بازار	چهار کشور اصلی	کشور مسلط	سهم ایران
۲۰۰۱	۲۰,۷۷۶	۶۴,۰۴۹	۰,۱۱۶	بین چندجانبه بسته و باز	هلند، آلمان، فرانسه و بلژیک	---	۱,۱۴۲
۲۰۰۲	۲۱,۹۶۶	۶۱,۱۶۵	۰,۱۱۲	بین چندجانبه بسته و باز	هلند، آلمان، فرانسه و بلژیک	---	۱,۲۴۵
۲۰۰۳	۲۰,۲۵۱	۶۱,۰۱۲	۰,۱۰۷	بین چندجانبه بسته و باز	هلند، فرانسه، آلمان و بلژیک	---	۰,۴۴۳
۲۰۰۴	۲۰,۴۴۶	۶۲,۷۳۴	۰,۱۱۲	بین چندجانبه بسته و باز	هلند، فرانسه، آلمان و بلژیک	---	۰,۳۹۷
۲۰۰۵	۱۶,۵۸۹	۵۸,۶۳۹	۰,۱۰۹	بین چندجانبه بسته و باز	هلند، فرانسه، آلمان و بلژیک	---	۱,۹۵۷
۲۰۰۶	۱۸,۰۹۰	۵۷,۶۵۲	۰,۱۰۹	بین چندجانبه بسته و باز	فرانسه، هلند، آلمان و بلژیک	---	۲,۵۳۳
۲۰۰۷	۱۷,۳۷۲	۵۲,۶۱۹	۰,۱۰۷	بین چندجانبه بسته و باز	فرانسه، هلند، آلمان و بلژیک	---	۰,۵۲۸
۲۰۰۸	۱۹,۴۸۲	۵۵,۴۵۹	۰,۱۱۱	بین چندجانبه بسته و باز	فرانسه، هلند، آلمان و بلژیک	---	۳,۰۳۷
۲۰۰۹	۲۰,۸۹۱	۵۷,۰۵۵	۰,۱۰۴	بین چندجانبه بسته و باز	فرانسه، آلمان، هلند و بلژیک	---	۰,۲۸۰
۲۰۱۰	۱۹,۶۴۲	۵۵,۹۲۲	۰,۱۱۱	بین چندجانبه بسته و باز	فرانسه، هلند، آلمان و بلژیک	---	۲,۳۱۳
۲۰۱۱	۱۶,۵۶۴	۵۱,۹۷۸	۰,۱۰۳	بین چندجانبه بسته و باز	هلند، آلمان، فرانسه و بلژیک	---	۱,۹۵۳
۲۰۱۲	۱۷,۵۲۳	۵۹,۶۱۱	۰,۱۰۶	بین چندجانبه بسته و باز	فرانسه، آلمان، هلند و بلغارستان	---	۰,۳۵۲
۲۰۱۳	۱۷,۷۵۱	۵۷,۲۶۷	۰,۱۰۸	بین چندجانبه بسته و باز	آلمان، هلند، فرانسه و بلغارستان	---	۰,۴۵۹
۲۰۱۴	۱۶,۹۱۵	۵۴,۱۰۱	۰,۱۰۸	بین چندجانبه بسته و باز	هلند، فرانسه، آلمان و بلژیک	---	۲,۴۳۲

مأخذ: یافته های مطالعه

#### ۴-۹۹- محصول گوجه

در بازار گوجه فرنگی نیز مانند بازار سیب زمینی بازار از نوع انحصاری و از نوع انحصار چندجانبه بسته و باز بوده است. لذا عدم بهبود موقعیت ایران در بازارهای جهانی، صادرکنندگان ایرانی را در معرض نوسان قیمتی قرار خواهد داد. رتبه ایران در سال های اخیر به کمتر از ۱۰ نیز رسیده است. بطوریکه رتبه ایران در سال ۲۰۰۱ رتبه ۲۰ بوده است، در حالی که در سال های ۲۰۱۰ تا ۲۰۱۲ رتبه ایران ۶ و ۷ بوده و در سال ۲۰۱۳ این رتبه به ۱۰ رسیده و در سال ۲۰۱۴ نیز به رتبه ۵ رسید (Trademap, 2016). لذا می توان با بهبود موقعیت صادراتی به آینده صادرات سیب زمینی در کشور و بهبود قدرت انحصاری ایران در این بازار امیدوار بود.

جدول ۴-۱۹۹- تبیین قدرت انحصاری در بازار گوجه فرنگی

سال	CR <sub>1</sub>	CR <sub>4</sub>	HH	نتیجه نوع بازار	چهار کشور اصلی	کشور مسلط	سهم ایران
۲۰۰۱	۲۳,۱۲۷	۶۱,۱۷۹	۰,۱۲۳	بین چندجانبه بسته و باز	اسپانیا، مکزیک، هلند و مراکش	---	۰,۳۷۲
۲۰۰۲	۲۱,۴۴۲	۶۱,۳۵۲	۰,۱۲۱	بین چندجانبه بسته و باز	اسپانیا، مکزیک، هلند و ترکیه	---	۰,۱۴۰
۲۰۰۳	۲۰,۶۳۷	۶۱,۱۵۷	۰,۱۲۰	بین چندجانبه بسته و باز	اسپانیا، مکزیک، هلند و ترکیه	---	۱,۲۹۳
۲۰۰۴	۳۶,۷۴۳	۶۸,۶۹۹	۰,۱۸۶	بین چندجانبه بسته و باز	اسپانیا، مکزیک، هلند و سوریه	---	۰,۴۲۷
۲۰۰۵	۱۸,۰۶۴	۵۶,۳۲۲	۰,۱۰۳	بین چندجانبه بسته و باز	اسپانیا، مکزیک، هلند و سوریه	---	۰,۶۵۵
۲۰۰۶	۱۶,۱۱۴	۶۰,۹۶۵	۰,۱۰۵	بین چندجانبه بسته و باز	مکزیک، سوریه، اسپانیا و هلند	---	۳,۱۱۹
۲۰۰۷	۱۷,۰۹۲	۵۳,۱۳۶	۰,۱۰۴	بین چندجانبه بسته و باز	مکزیک، اسپانیا، هلند و سوریه	---	۳,۱۶۷
۲۰۰۸	۱۵,۸۸۸	۵۱,۳۱۳	۰,۱۱۱	بین چندجانبه بسته و باز	مکزیک، اسپانیا، هلند و ترکیه	---	۱,۹۷۸
۲۰۰۹	۱۹,۱۱۲	۵۵,۰۲۳	۰,۱۰۵	بین چندجانبه بسته و باز	مکزیک، اسپانیا، هلند و سوریه	---	۰,۰۷۰
۲۰۱۰	۲۱,۲۱۹	۵۲,۹۱۷	۰,۱۰۱	بین چندجانبه بسته و باز	مکزیک، اسپانیا، هلند و ترکیه	---	۶,۰۳۳
۲۰۱۱	۱۹,۶۲۵	۵۳,۵۳۷	۰,۱۰۱	بین چندجانبه بسته و باز	مکزیک، اسپانیا، هلند و ترکیه	---	۳,۲۰۸
۲۰۱۲	۲۰,۱۳۳	۵۴,۰۵۷	۰,۱۰۲	بین چندجانبه بسته و باز	مکزیک، اسپانیا، هلند و ترکیه	---	۳,۳۱۶
۲۰۱۳	۲۰,۰۰۴	۵۵,۳۹۸	۰,۱۰۶	بین چندجانبه بسته و باز	مکزیک، اسپانیا، هلند و اردن	---	۲,۷۶۲
۲۰۱۴	۱۸,۵۱۶	۵۳,۲۲۷	۰,۱۰۲	بین چندجانبه بسته و باز	مکزیک، اسپانیا، هلند و ترکیه	---	۹,۶۵۲

مأخذ: یافته های مطالعه

#### ۴-۱۰۰- محصول هندوانه

ساختار بازار هندوانه نیز مشابه بسیاری محصولات دیگر از نوع انحصار چندجانبه بسته و باز بوده است. اما نکته قابل توجه حضور ایران در بین قدرتهای اصلی صادرکننده جهان از سال ۲۰۰۶ می‌باشد. بطوریکه در سال ۲۰۱۴ بزرگ‌ترین صادرکننده هندوانه در جهان بوده است و لذا قدرت انحصاری حاضر و حفظ آن می‌تواند نوسان قیمت‌های صادرکنندگان ایرانی را در آینده کاهش داده و قدرت چانه‌زنی صادرکنندگان را در بازار هدف افزایش دهد. نتایج نشان می‌دهد که ایران از رتبه ۸ در سال ۲۰۰۱ به رتبه سوم طی سال‌های ۲۰۰۶ به بعد رسیده و در سال ۲۰۱۴ رتبه اول را به لحاظ مقادیر صادرات داشته است (Trademap, 2016).

جدول ۴-۲۰۰- تبیین قدرت انحصاری در بازار هندوانه

سال	CR <sub>1</sub>	CR <sub>4</sub>	HH	نتیجه نوع بازار	چهار کشور اصلی	کشور مسلط	سهم ایران
۲۰۰۱	۱۹,۳۵۳	۵۶,۱۶۰	۰,۱۰۴	بین چندجانبه بسته و باز	هندوراس، اسپانیا، مکزیک و یونان	---	۴,۹۹۲
۲۰۰۲	۱۸,۷۹۵	۵۳,۶۱۳	۰,۱۰۶	بین چندجانبه بسته و باز	اسپانیا، مکزیک، مجارستان و آمریکا	---	۵,۲۱۷
۲۰۰۳	۱۸,۸۴۹	۵۹,۰۳۴	۰,۱۰۳	بین چندجانبه بسته و باز	اسپانیا، مکزیک، مجارستان و آمریکا	---	۴,۵۴۳
۲۰۰۴	۳۱,۱۶۴	۶۰,۹۷۷	۰,۱۴۱	بین چندجانبه بسته و باز	مکزیک، اسپانیا، آمریکا و مجارستان	---	۴,۲۸۵
۲۰۰۵	۱۹,۵۴۲	۵۳,۷۲۷	۰,۱۰۵	بین چندجانبه بسته و باز	مکزیک، اسپانیا، آمریکا و یونان	---	۷,۷۱۷
۲۰۰۶	۲۳,۸۵۷	۵۵,۲۱۴	۰,۱۰۷	بین چندجانبه بسته و باز	مکزیک، اسپانیا، ایران و آمریکا	---	۸,۵۲۳
۲۰۰۷	۲۱,۳۵۳	۵۲,۰۷۶	۰,۱۰۷	بین چندجانبه بسته و باز	مکزیک، اسپانیا، ایران و آمریکا	---	۸,۹۵۵
۲۰۰۸	۲۲,۲۶۸	۵۳,۷۰۱	۰,۱۰۲	بین چندجانبه بسته و باز	مکزیک، اسپانیا، ایران و آمریکا	---	۱۱,۴۹۳
۲۰۰۹	۲۰,۶۲۳	۵۰,۴۹۴	۰,۱۰۳	بین چندجانبه بسته و باز	مکزیک، اسپانیا، ایران و آمریکا	---	۸,۸۳۸
۲۰۱۰	۱۶,۷۶۹	۵۱,۳۷۷	۰,۱۰۲	بین چندجانبه بسته و باز	مکزیک، اسپانیا، ایران و یونان	---	۱۱,۴۶۹
۲۰۱۱	۱۹,۳۱۱	۵۳,۱۸۸	۰,۱۰۳	بین چندجانبه بسته و باز	مکزیک، اسپانیا، ایران و آمریکا	---	۱۱,۹۱۹
۲۰۱۲	۲۱,۰۳۳	۶۰,۸۷۰	۰,۱۲۳	بین چندجانبه بسته و باز	مکزیک، اسپانیا، ایران و آمریکا	---	۱۲,۹۴۶
۲۰۱۳	۲۳,۰۲۲	۶۳,۸۷۴	۰,۱۳۱	بین چندجانبه بسته و باز	مکزیک، اسپانیا، ایران و آمریکا	---	۱۳,۲۷۹
۲۰۱۴	۲۳,۸۴۹	۶۳,۹۹۲	۰,۱۲۷	بین چندجانبه بسته و باز	ایران، مکزیک، اسپانیا و آمریکا	---	۲۳,۸۴۹

مأخذ: یافته‌های مطالعه

#### ۴-۱۰۱- محصول پیاز

ساختار بازار پیاز نیز مشابه اغلب محصولات از نوع انحصار چندجانبه بسته و باز بوده است. هند، هلند، چین و آمریکا مهمترین صادرکنندگان در بازارهای جهانی پیاز بوده‌اند. همچنین نتایج نشان می‌دهد که ایران از رتبه ۱۶ در سال ۲۰۰۱ به رتبه ۲۰ در سال ۲۰۱۰ تنزل داشته و پس از آن در سال ۲۰۱۴ رتبه ۱۷ را در بین صادرکنندگان این محصول کسب نموده است (Trademap, 2016).

جدول ۴-۲۰۱- تبیین قدرت انحصاری در بازار پیاز

سال	CR <sub>1</sub>	CR <sub>4</sub>	HHI	نتیجه نوع بازار	چهار کشور اصلی	کشور مسلط	سهم ایران
۲۰۰۱	۱۸,۰۱۵	۴۳,۸۲۶	۰,۱۰۴	بین چندجانبه بسته و باز	هلند، هند، چین و آمریکا	---	۱,۴۷۷
۲۰۰۲	۱۷,۱۷۰	۴۳,۱۶۱	۰,۱۰۲	بین چندجانبه بسته و باز	هلند، هند، مصر و آمریکا	---	۱,۶۷۱
۲۰۰۳	۱۷,۱۹۹	۴۶,۱۹۹	۰,۱۰۷	بین چندجانبه بسته و باز	هلند، هند، چین و مصر	---	۱,۱۵۴
۲۰۰۴	۱۵,۹۹۵	۴۶,۰۲۷	۰,۱۰۷	بین چندجانبه بسته و باز	هلند، چین و مصر	---	۰,۸۹۹
۲۰۰۵	۱۶,۴۹۷	۴۹,۱۸۶	۰,۱۱۲	بین چندجانبه بسته و باز	هلند، هند، چین و آمریکا	---	۰,۴۲۶
۲۰۰۶	۱۴,۹۲۵	۵۲,۷۴۱	۰,۱۲۹	بین چندجانبه بسته و باز	هلند، چین و آمریکا	---	۲,۲۷۶
۲۰۰۷	۱۶,۳۶۴	۴۷,۶۰۶	۰,۱۰۷	بین چندجانبه بسته و باز	هلند، هند، چین و آمریکا	---	۱,۷۱۷
۲۰۰۸	۱۷,۸۸۷	۵۴,۷۹۱	۰,۱۳۷	بین چندجانبه بسته و باز	هلند، چین و آمریکا	---	۰,۵۲۴
۲۰۰۹	۱۶,۶۳۰	۵۷,۳۹۲	۰,۱۵۳	بین چندجانبه بسته و باز	هلند، چین و مکزیک	---	۰,۱۳۱
۲۰۱۰	۲۰,۵۷۵	۵۳,۲۳۸	۰,۱۲۴	بین چندجانبه بسته و باز	هلند، هند، چین و آمریکا	---	۱,۸۳۹
۲۰۱۱	۲۱,۹۹۳	۵۳,۳۹۷	۰,۱۲۵	بین چندجانبه بسته و باز	هلند، هند، چین و مکزیک	---	۱,۰۲۱
۲۰۱۲	۲۱,۳۴۷	۵۷,۰۳۴	۰,۱۴۲	بین چندجانبه بسته و باز	هلند، چین و آمریکا	---	۰,۴۷۱
۲۰۱۳	۲۰,۶۹۰	۵۴,۱۳۶	۰,۱۳۱	بین چندجانبه بسته و باز	هلند، چین و آمریکا	---	۱,۵۰۲
۲۰۱۴	۲۱,۴۵۲	۵۳,۷۶۷	۰,۱۲۹	بین چندجانبه بسته و باز	هلند، هند، چین و مصر	---	۱,۰۲۱

مأخذ: یافته‌های مطالعه

#### ۴-۱۰۲-۱- محصول شیر و فرآورده‌های آن

در نهایت بازار شیر و فرآورده‌های آن از حالت انحصار بسته به انحصار باز و پس از آن به رقابت انحصاری نزدیک شده است و لذا باتوجه به اینکه ایران سهم بسیار ناچیزی از بازار این محصول دارد اما به دلیل نزدیکی ساختار بازار به رقابت انحصاری، صادرکنندگان ایرانی کمتر در معرض نوسانات قیمت‌گذاری ناشی از انحصارگران در بازار خواهند بود و می‌توان ثبات قیمت‌های بازار را با ادامه شرایط فعلی متصور بود. در مورد صادرات این محصول نیز ایران از رتبه ۵۱ در سال ۲۰۰۱ به رتبه ۶۳ تنزل داشته است (Trademap, 2016).

جدول ۴-۲۰۱- تبیین قدرت انحصاری در بازار شیر و فرآورده‌های آن

سال	CR <sub>1</sub>	CR <sub>4</sub>	HH	نتیجه نوع بازار	چهار کشور اصلی	کشور مسلط	سهم ایران
۲۰۰۱	۳۴,۳۹۱	۷۷,۳۷۸	۰,۱۷۵	انحصار بسته	آلمان، فرانسه، بلژیک و اتریش	---	۰,۰۲۳
۲۰۰۲	۳۴,۴۵۲	۷۶,۰۱۰	۰,۱۷۰	انحصار بسته	آلمان، فرانسه، بلژیک و اتریش	---	۰,۰۱۵
۲۰۰۳	۳۱,۴۳۳	۷۳,۹۸۵	۰,۱۵۱	بین انحصار باز و بسته	آلمان، فرانسه، بلژیک و اتریش	---	۰,۰۱۱
۲۰۰۴	۳۴,۳۲۹	۷۱,۷۷۴	۰,۱۵۹	بین انحصار باز و بسته	آلمان، فرانسه، بلژیک و اتریش	---	۰,۰۰۵
۲۰۰۵	۳۱,۰۹۴	۶۴,۱۴۵	۰,۱۳۵	بین انحصار باز و بسته	آلمان، فرانسه، بلژیک و اتریش	---	۰,۰۴۵
۲۰۰۶	۲۷,۹۹۸	۵۸,۶۰۱	۰,۱۱۷	بین انحصار باز و بسته	آلمان، فرانسه، بلژیک و چک	---	۰,۱۹۶
۲۰۰۷	۲۴,۴۶۸	۵۷,۶۷۸	۰,۱۰۱	بین انحصار باز و بسته	آلمان، فرانسه، بلژیک و چک	---	۰,۳۹۷
۲۰۰۸	۲۴,۴۹۵	۵۶,۱۲۶	۰,۰۹۹	بین انحصار باز و بسته	آلمان، فرانسه، بلژیک و چک	---	۰,۴۴۵
۲۰۰۹	۲۵,۰۵۲	۵۷,۲۱۸	۰,۱۰۰	بین انحصار باز و بسته	آلمان، فرانسه، بلژیک و چک	---	۰,۴۸۰
۲۰۱۰	۲۳,۹۶۴	۵۴,۹۳۰	۰,۱۱۰	بین انحصار باز و رقابت انحصاری	آلمان، فرانسه، بلژیک و چک	---	۰,۷۰۸
۲۰۱۱	۲۲,۲۴۴	۵۴,۱۷۹	۰,۱۰۱	بین انحصار باز و رقابت انحصاری	آلمان، فرانسه، بلژیک و چک	---	۰,۷۷۰
۲۰۱۲	۲۰,۴۸۱	۵۱,۹۲۹	۰,۱۰۱	بین انحصار باز و رقابت انحصاری	آلمان، فرانسه، بلژیک و چک	---	۰,۸۱۷
۲۰۱۳	۱۹,۸۱۴	۵۰,۹۷۶	۰,۱۰۱	بین انحصار باز و رقابت انحصاری	آلمان، فرانسه، بلژیک و چک	---	۰,۹۱۲
۲۰۱۴	۲۰,۷۴۴	۵۰,۷۷۶	۰,۱۰۱	بین انحصار باز و رقابت انحصاری	آلمان، فرانسه، بلژیک و چک	---	۱,۰۷۱

مأخذ: یافته‌های مطالعه

#### ۴-۱۰۳- جمع بندی

در این فصل در ابتدا الگوهای اقتصادسنجی مختلف VAR، VECM و ARDL تحت بسته نرم افزاری Eviews8 برای بررسی روابط بلندمدت و کوتاهمدت قیمت های صادراتی و همچنین الگوهای انتقال قیمت بین رقبا و قیمت های جهانی و قیمت های صادرکنندگان ایرانی با استفاده از بسته نرم افزاری Shazam10 برآورد گردید. نکته مهمی که در این قسمت از گزارش می توان به آن اشاره کرد آن است که الگوهای برآوردی نشان دهنده آن است که نتایج در مورد محصولات مختلف یکسان نبوده و لذا سیاست گذاری یکسان برای تمام محصولات صادراتی نمی تواند در بلندمدت راه گشای مشکلات تمام واحدهای صادرکننده باشد. در جدول ۵، نتایج برآورد الگوهای اقتصادسنجی و نتایج الگوهای انتقال قیمت جهت بررسی روابط کوتاهمدت و بلندمدت گزارش شده و در جدول ۶ نیز راه کارهای منطبق با نتایج جدول ۵ برای هر محصول ارائه شده است.

نتایج تحلیل آثار شوک های وارده به قیمت های صادراتی ایران نیز نشان داد که در اغلب محصولات، چنانچه شوکی به قیمت های صادراتی ایران در بازارهای جهانی وارد شود، آثار این شوک طی تقریباً ۲ دوره تعدیل خواهد شد و تا دو دوره آثار شوک در بازارهای هدف ایران وجود خواهد داشت. از این حیث سرعت تعدیل شوک های وارده به قیمت های سیب و پسته از آن خرما، سریع تر از آثار شوک در سایر محصولات تعدیل می شود و همچنین آثار شوک های وارده به قیمت های صادراتی در مورد محصولات چای و پیاز دیرتر از سایر محصولات تعدیل خواهد شد (طی سه دوره). تحلیل آثار شوک در مورد هر یک از محصولات در گزارش طرح به تفصیل ارائه شده است.



جدول ۴-۲۰۲- خلاصه نتایج الگوهای اقتصادسنجی VAR, VECM & ARDL

انتقال قیمت		قیمت رقیب		تعداد کشورهای هدف غالب <sup>۱</sup>		تعداد کشورهای هدف		سهم کشور هدف اصلی		محصول
بلندمدت	کوتاه مدت	معنی داری	نوع	معنی داری	نوع	معنی - داری	نوع	معنی - داری	نوع	
متمقارن	متمقارن	✓	منفی	✓	مثبت	✓	مثبت	✓	منفی	پسته
نامتمقارن	نامتمقارن	×	مثبت	✓	مثبت	×	مثبت	✓	منفی	خرما
نامتمقارن	نامتمقارن	×	منفی	✓	مثبت	×	مثبت	✓	منفی	انگور
نامتمقارن	نامتمقارن	✓	مثبت	×	منفی	✓	منفی	×	مثبت	پرتقال
متمقارن	نامتمقارن	×	منفی	✓	مثبت	✓	مثبت	×	منفی	پیاز
نامتمقارن	متمقارن	✓	منفی	✓	منفی	✓	مثبت	✓	مثبت	چای
متمقارن	نامتمقارن	×	منفی	×	منفی	✓	منفی	✓	مثبت	سیب
نامتمقارن	متمقارن	✓	منفی	×	مثبت	✓	مثبت	✓	منفی	سیب زمینی
نامتمقارن	نامتمقارن	✓	مثبت	×	منفی	✓	منفی	✓	مثبت	گوجه فرنگی
*	*	*	مثبت	*	منفی	*	منفی	*	مثبت	هنداونه
*	*	*	مثبت	*	مثبت	*	مثبت	*	منفی	زعفران
*	*	*	مثبت	*	مثبت	*	مثبت	*	منفی	شیر و فراورده های آن
*	*	*	مثبت	*	منفی	*	منفی	*	مثبت	کیوی

۱: کشورهایایی که در مجموع ۵۰ درصد سهم صادرات ایران را تشکیل می دهند.

\*: در مورد این ۴ محصول به دلیل محدودیت داده ها الگو برآورد نشده و تحلیل نموداری بوده است.

همان گونه که نتایج قسمت ساختار بازار نشان داد، ساختار قابل بازارهای جهانی محصولات اصلی صادراتی ایران از نوع انحصاری و بویژه بین انحصار بسته و باز بوده است و بازار برخی محصولات مانند پسته از قدرت انحصاری بیشتری برخوردار بوده است. در بازارهایی که ساختار انحصاری (در انواع مختلف آن) داشته و ایران سهمی از بازار نداشته است، ضریب خطر برای صادرکنندگان ایرانی در این بازارهای بیشتر خواهد بود چرا که صادرکنندگان ایرانی در این بازارهای قدرت بازاری ندارند.

## فصل پنجم

اولویت بندی عوامل مؤثر بر نوسان قیمت های صادراتی از دیدگاه کارشناسان و صادرکنندگان

## ۵-۱- مقدمه

در این قسمت از مطالعه برای گام اول، اولویت بندی مشکلات تولیدی، مشکلات صادراتی و چالش های جهانی از دیدگاه صادرکنندگان و کارشناسان انجام گرفت. برای انجام این اولویت بندی، ابتدا تمام زیرمجموعه های هر قسمت به صادرکننده و کارشناس ارائه شد و در نهایت اولویت بندی این سه گزاره اصلی با استفاده از رهیافت سلسله مراتبی (AHP) و با استفاده از بسته نرم افزاری Expert Choice<sup>11</sup> انجام گرفت. برای این منظور از ۳۲ پرسشنامه از کارشناسان و صادرکنندگان تکمیل گردید (۱۶ پرسشنامه از کارشناس و ۱۶ پرسشنامه از صادرکننده). البته پیش از این ۵۰ پرسشنامه تکمیل شد که به دلیل نقص در برخی پرسشنامه ها و عدم همکاری پرسش شونده ها جهت تصحیح پرسشنامه از جریان مطالعه کنار گذاشته شد. اما ۳۲ پرسشنامه حاضر در صورت مشاهده نقص در موارد آن با پرسش شونده ها ارتباط گرفته شده یا در جلسه حضوری تصحیح گردید و نتایج نهایی به ازای هر پرسش شونده ارائه شده است. در واقع با توجه به مبنای تحلیل سلسله مراتبی انتخاب افراد پرسش شونده به صورت عمدی، طبقه ای و سهمیه ای صورت می گیرد و در این روش از انتخاب تصادفی افراد به شدت باید پرهیز کرد (صامتی و همکاران، ۱۳۸۲) و روش AHP، روشی منطبق بر نظر خبرگان است یعنی اینکه پرسشنامه مقایسه زوجی را باید در اختیار خبرگان و کارشناسانی قرار دهید که بر همه معیارها و گزینه های مسئله اشراف و تسلط داشته باشند. در برخی مواقع ممکن است در جامعه آماری مورد نظر بیشتر از ۳ یا ۵ نفر خبره وجود نداشته باشد که از این بابت نیز هیچ مشکلی وجود ندارد و نتایج به دست آمده نیز کاملاً علمی و قابل اکتفا است چون پرسشنامه ها را خبرگان تکمیل کرده اند و نیاز به داشتن حجم بالای نمونه نیست (پایگاه تخصصی تحلیل آماری و داده پردازی، ۱۳۹۵ و گروه پژوهشی داده پردازان شریف، ۱۳۹۵). کارشناسانی که از آنها پرسشنامه تکمیل گردید، شامل کارشناسان اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی، وزارت جهاد کشاورزی و وزارت صنعت، معدن و تجارت می باشند. صادرکنندگانی هم که از آنها پرسشنامه تکمیل شد، عمدتاً صادرکنندگان خشکبار، خرما، کیوی، سیب زمینی و سایر صادرکنندگان موردی بوده است.

لازم به ذکر است که به دلیل برآورد هر یک از پرسشنامه های مورد نظر، از بیان ضریب ناسازگاری به ازای تک تک برآوردها خود داری شده است. اما همان گونه که بیان شد در صورتی که ضرایب ناسازگاری بزرگتر از ۰/۱ می شد، با پرسش شوند ارتباط گرفته شده و پرسشنامه با حساسیت هایی که بوجود آمده بود، مجدد تکمیل می گردید. در نتیجه برآوردهای حاضر در تمام موارد ضرایب ناسازگاری کمتر از ۰/۱ داشته و در اغلب موارد کمتر از ۰/۰۵ بوده است.

### ۵-۲- توزیع فراوانی اولویت در گروه های اصلی

پیش از پرداختن به نتایج لازم به ذکر است که در این مطالعه ۳ گروه اصلی تحت عناوین گروه تولید، گروه صادرات و گروه چالش های جهانی به همراه زیرگروه های مشخصی انتخاب شدند. انتخاب این گروه های اصلی باتوجه به نظرات خبرگان، کارشناسان دفتر اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی تهران و مرکز ملی مطالعات راهبردی کشاورزی و آب، صادرکنندگان منتخب محصولات صادراتی کشاورزی بوده و جمع بندی نظرات توسط محققین انجام شده است. در ادامه به توضیح اولویت گروه های اصلی و زیرگروه های مشخص شده در هر گروه اصلی پرداخته خواهد شد.

### ۵-۲-۱- گروه تولید

نتایج این مطالعه نشان داد که ۶۸/۷۵ درصد از کارشناسان مشکلات تولیدی را عامل اصلی نوسان قیمت های صادراتی ایران در بازار محصولات کشاورزی می دانند. در واقع این کارشناسان معتقدند که تولید نامناسب در بخش کشاورزی در نهایت به صادرات نامطلوب و نوسان قیمتهای صادراتی محصولات کشاورزی ایران منجر شده است. ۱۸/۷۵ درصد از کارشناسان، مشکلات تولیدی را اولویت دوم داده و تنها ۱۲/۵ درصد از کارشناسان معتقدند که مشکل تولید، پس از مشکلات صادراتی و چالش های جهانی عامل ایجاد نوسان قیمت های صادراتی ایران می باشد. این در حالی است که تنها ۲۵ درصد از صادرکنندگان، مشکل تولیدی را اولویت اول در ایجاد نوسان قیمت های صادراتی معرفی کرده اند و ۵۰ درصد مشکلات تولیدی را اولویت دوم دانسته و ۲۵ درصد نیز

این مشکل را اولویت سوم در جهت جلوگیری از نوسان قیمت های صادراتی محصولات کشاورزی ایران معرفی می نمایند. در نهایت بطور کلی ۴۶/۸۸ درصد از مجموع کارشناسان و صادرکنندگان اولویت اول را برای مشکلات تولیدی در نظر گرفته اند.

جدول ۵-۱- اولویت بندی گروه تولید

درجه اهمیت	کارشناس	صادرکننده	کل
اولویت اول	۶۸,۷۵	۲۵,۰۰	۴۶,۸۸
اولویت دوم	۱۸,۷۵	۵۰,۰۰	۳۴,۳۸
اولویت سوم	۱۲,۵۰	۲۵,۰۰	۱۸,۷۵
کل	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰,۰۰

مأخذ: یافته های مطالعه

#### ۵-۲-۲- گروه صادرات

باتوجه به نتایج جدول (۵-۲)، ۴۳/۷۵ درصد صادرکنندگان و ۳۷/۵ درصد کارشناسان مشکلات صادرات را مهم ترین اولویت در جهت جلوگیری از نوسان قیمت های صادراتی می دانند و ۵۰ درصد صادرکنندگان و ۳۷/۵ درصد کارشناسان نیز از این مشکل به عنوان اولویت سوم نام برده و تنها ۶/۲۵ درصد صادرکنندگان و ۲۵ درصد کارشناسان، اولویت سوم را برای مشکلات صادراتی در نظر گرفته اند. همچنین بطور کلی ۴۳/۷۵ درصد مجموع کارشناسان و صادرکنندگان اولویت دوم برای مشکلات صادراتی در نظر گرفته و ۴۰/۶۳ درصد از آنها اولویت اول برای این مشکل عنوان کرده اند. در نهایت تنها ۱۵/۶۳ درصد مجموع کارشناسان و صادرکنندگان اولویت سوم برای مشکلات صادراتی قائل بودند.

جدول ۵-۲- اولویت بندی گروه صادراتی

درجه اهمیت	کارشناس	صادرکننده	کل
اولویت اول	۳۷,۵۰	۴۳,۷۵	۴۰,۶۳
اولویت دوم	۳۷,۵۰	۵۰,۰۰	۴۳,۷۵
اولویت سوم	۲۵,۰۰	۶,۲۵	۱۵,۶۳
کل	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰,۰۰

مأخذ: یافته های مطالعه

### ۵-۲-۳- گروه چالش های جهانی

همچنین نتایج نشان داد که ۵۶/۲۵ درصد صادرکنندگان و ۳۷/۵ درصد کارشناسان چالش های جهانی را اولویت سوم در ایجاد نوسان قیمت های صادراتی می دانند و ۶/۲۵ درصد صادرکنندگان و ۳۷/۵ درصد کارشناسان نیز از این مشکل به عنوان اولویت دوم نام برده و ۳۷/۵ درصد صادرکنندگان و ۲۵ درصد کارشناسان، اولویت اول را برای چالش های جهانی در نظر گرفته اند. همچنین بطور کلی ۴۶/۸۸ درصد مجموع کارشناسان و صادرکنندگان اولویت سوم برای چالش های جهانی در نظر گرفته و ۳۱/۲۵ درصد از آنها اولویت اول برای این مشکل عنوان کرده اند. در نهایت ۲۱/۸۸ درصد مجموع کارشناسان و صادرکنندگان نیز اولویت دوم برای چالش های جهانی قائل بودند.

جدول ۵-۳- اولویت بندی گروه چالش های جهانی

درجه اهمیت	کارشناس	صادرکننده	کل
اولویت اول	۲۵,۰۰	۳۷,۵۰	۳۱,۲۵
اولویت دوم	۳۷,۵۰	۶,۲۵	۲۱,۸۸
اولویت سوم	۳۷,۵۰	۵۶,۲۵	۴۶,۸۸
کل	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰,۰۰

مأخذ: یافته های مطالعه

### ۳-۵ - نتایج اولویت بندی چالش های موجود در گروه مسائل تولیدی

نتایج بررسی اولویت بندی موارد تشکیل دهنده مشکلات تولیدی نشان می دهد که در مورد استاندارد پایین بهداشتی و سموم بالای استفاده شده در تولیدات داخلی به نظر ۱۲/۵ درصد کارشناسان و ۶/۲۵ درصد صادرکنندگان مهم ترین علت نوسان قیمت های صادراتی ایران در بازارهای جهانی است که البته بیانگر آن است که از نظر اغلب کارشناسان و صادرکنندگان این عامل مهم ترین عامل نبوده و همان گونه که جدول فراوانی اولویت بندی نشان می دهد، این عامل جزو عوامل میانی اثرگذار بر نوسان قیمت های صادراتی ایران بوده است، بطوریکه ۳۷/۵ درصد از صادرکنندگان این عامل را اولویت هشتم و نهم داده و ۵۰ درصد کارشناسان نیز اولویت چهارم تا هفتم برای این چالش در نظر گرفته اند.

جدول ۳-۵- اولویت بندی چالش استاندارد پایین بهداشتی تولید و سموم بالای استفاده شده

درجه اهمیت	کارشناس	صادرکننده	کل
اولویت اول	۱۲,۵۰	۶,۲۵	۹,۳۸
اولویت دوم	۰,۰۰	۱۲,۵۰	۶,۲۵
اولویت سوم	۰,۰۰	۰,۰۰	۰,۰۰
اولویت چهارم	۱۸,۷۵	۰,۰۰	۹,۳۸
اولویت پنجم	۶,۲۵	۰,۰۰	۳,۱۳
اولویت ششم	۱۲,۵۰	۰,۰۰	۶,۲۵
اولویت هفتم	۱۲,۵۰	۶,۲۵	۹,۳۸
اولویت هشتم	۰,۰۰	۱۸,۷۵	۹,۳۸
اولویت نهم	۰,۰۰	۱۸,۷۵	۹,۳۸
اولویت دهم	۱۲,۵۰	۰,۰۰	۶,۲۵
اولویت یازدهم	۰,۰۰	۰,۰۰	۰,۰۰
اولویت دوازدهم	۰,۰۰	۰,۰۰	۰,۰۰
اولویت سیزدهم	۱۲,۵۰	۱۲,۵۰	۱۲,۵۰
اولویت چهاردهم	۰,۰۰	۶,۲۵	۳,۱۳
اولویت پانزدهم	۰,۰۰	۰,۰۰	۰,۰۰
اولویت شانزدهم	۶,۲۵	۶,۲۵	۶,۲۵
اولویت هفدهم	۰,۰۰	۶,۲۵	۳,۱۳
اولویت هجدهم	۶,۲۵	۶,۲۵	۶,۲۵
کل	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰

مأخذ: یافته های مطالعه

نتایج تحلیل سلسله مراتبی نشان می‌دهد که چالش افت کیفی تولید به دلیل شرایط نامناسب انبارداری نیز باتوجه به نظر ۲۵ درصد کارشناسان اولویت دوم در راستای علل نوسان قیمت‌های صادراتی ایران در بازارهای جهانی بوده و از نظر صادرکنندگان نیز این عامل جزو عوامل کمتر اثرگذار بر نوسان قیمت‌های صادراتی می‌باشد. بطوریکه ۲۵ درصد صادرکنندگان اولویت ششم را برای این مشکل در نظر گرفته‌اند. بطور کلی ۱۲/۵ درصد مجموع کارشناسان و صادرکنندگان اولویت دوم و ۱۸/۷۵ درصد نیز اولویت ششم را برای این مشکل ابراز نموده‌اند.

جدول ۵-۵- اولویت بندی چالش افت کیفی تولید به دلیل شرایط نامناسب انبارداری

درجه اهمیت	کارشناس	صادرکننده	کل
اولویت اول	۰,۰۰	۶,۲۵	۳,۱۳
اولویت دوم	۲۵,۰۰	۰,۰۰	۱۲,۵۰
اولویت سوم	۶,۲۵	۰,۰۰	۳,۱۳
اولویت چهارم	۰,۰۰	۱۲,۵۰	۶,۲۵
اولویت پنجم	۱۲,۵۰	۰,۰۰	۶,۲۵
اولویت ششم	۱۲,۵۰	۲۵,۰۰	۱۸,۷۵
اولویت هفتم	۱۸,۷۵	۶,۲۵	۱۲,۵۰
اولویت هشتم	۱۲,۵۰	۶,۲۵	۹,۳۸
اولویت نهم	۰,۰۰	۶,۲۵	۳,۱۳
اولویت دهم	۰,۰۰	۱۲,۵۰	۶,۲۵
اولویت یازدهم	۰,۰۰	۰,۰۰	۰,۰۰
اولویت دوازدهم	۰,۰۰	۰,۰۰	۰,۰۰
اولویت سیزدهم	۶,۲۵	۰,۰۰	۳,۱۳
اولویت چهاردهم	۰,۰۰	۶,۲۵	۳,۱۳
اولویت پانزدهم	۰,۰۰	۶,۲۵	۳,۱۳
اولویت شانزدهم	۶,۲۵	۶,۲۵	۶,۲۵
اولویت هجدهم	۰,۰۰	۶,۲۵	۳,۱۳
کل	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰

مأخذ: یافته‌های مطالعه



هم‌چنین باتوجه به نتایج تحلیل سلسله مراتبی، چالش عدم برنامه ریزی تولید با هدف صادرات نیز باتوجه به نظر ۵۰ درصد کارشناسان اولویت اول در راستای علل نوسان قیمت‌های صادراتی ایران در بازارهای جهانی بوده و از نظر صادرکنندگان نیز این عامل جزو عوامل کمتر اثرگذار بر نوسان قیمت‌های صادراتی می‌باشد. بطوریکه ۲۵ درصد صادرکنندگان اولویت اول و ۱۸/۷۵ درصد نیز آن را عامل دوم می‌دانند. بطور کلی ۳۷/۵ درصد مجموع کارشناسان و صادرکنندگان اولویت اول و ۱۵/۶۳ درصد نیز اولویت دوم را برای این چالش ابراز نموده‌اند.

جدول ۵-۶- اولویت بندی چالش عدم برنامه ریزی تولید با هدف صادرات

درجه اهمیت	کارشناس	صادرکننده	کل
اولویت اول	۵۰,۰۰	۲۵,۰۰	۳۷,۵۰
اولویت دوم	۱۲,۵۰	۱۸,۷۵	۱۵,۶۳
اولویت سوم	۶,۲۵	۱۲,۵۰	۹,۳۸
اولویت چهارم	۶,۲۵	۱۲,۵۰	۹,۳۸
اولویت پنجم	۶,۲۵	۶,۲۵	۶,۲۵
اولویت ششم	۰,۰۰	۰,۰۰	۰,۰۰
اولویت هفتم	۶,۲۵	۰,۰۰	۳,۱۳
اولویت هشتم	۰,۰۰	۰,۰۰	۰,۰۰
اولویت نهم	۰,۰۰	۶,۲۵	۳,۱۳
اولویت دهم	۰,۰۰	۶,۲۵	۳,۱۳
اولویت یازدهم	۰,۰۰	۰,۰۰	۰,۰۰
اولویت دوازدهم	۶,۲۵	۶,۲۵	۶,۲۵
اولویت سیزدهم	۰,۰۰	۰,۰۰	۰,۰۰
اولویت چهاردهم	۰,۰۰	۰,۰۰	۰,۰۰
اولویت پانزدهم	۶,۲۵	۰,۰۰	۳,۱۳
اولویت شانزدهم	۰,۰۰	۰,۰۰	۰,۰۰
اولویت هفدهم	۰,۰۰	۶,۲۵	۳,۱۳
کل	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰

مأخذ: یافته‌های مطالعه

هم‌چنین باتوجه به نتایج تحلیل سلسله مراتبی، چالش صادرکننده نبودن تولیدکننده نیز باتوجه به نظر ۲۵ درصد کارشناسان، اولویت اول و به نظر ۳۱/۲۵ درصد کارشناسان اولویت دوم در راستای علل نوسان قیمت‌های صادراتی ایران در بازارهای جهانی بوده و از نظر صادرکنندگان نیز این عامل جزو عوامل کمتر اثرگذار بر نوسان قیمت‌های صادراتی می‌باشد. بطوریکه در مجموع ۳۱/۲۵ درصد صادرکنندگان اولویت اول تا چهارم برای این عامل در نظر گرفته اند. بطور کلی ۵۰/۰۱ درصد مجموع کارشناسان و صادرکنندگان اولویت اول تا چهارم را برای این چالش ابراز نموده‌اند.

جدول ۵-۷- اولویت بندی چالش صادرکننده نبودن تولیدکننده

درجه اهمیت	کارشناس	صادرکننده	کل
اولویت اول	۰,۰۰	۶,۲۵	۳,۱۳
اولویت دوم	۲۵,۰۰	۶,۲۵	۱۵,۶۳
اولویت سوم	۳۱,۲۵	۶,۲۵	۱۸,۷۵
اولویت چهارم	۱۲,۵۰	۱۲,۵۰	۱۲,۵۰
اولویت پنجم	۰,۰۰	۶,۲۵	۳,۱۳
اولویت ششم	۰,۰۰	۶,۲۵	۳,۱۳
اولویت هفتم	۱۲,۵۰	۶,۲۵	۹,۳۸
اولویت هشتم	۰,۰۰	۰,۰۰	۰,۰۰
اولویت نهم	۰,۰۰	۱۲,۵۰	۶,۲۵
اولویت دهم	۶,۲۵	۱۲,۵۰	۹,۳۸
اولویت یازدهم	۰,۰۰	۶,۲۵	۳,۱۳
اولویت دوازدهم	۰,۰۰	۰,۰۰	۰,۰۰
اولویت سیزدهم	۰,۰۰	۰,۰۰	۰,۰۰
اولویت چهاردهم	۰,۰۰	۰,۰۰	۰,۰۰
اولویت پانزدهم	۰,۰۰	۶,۲۵	۳,۱۳
اولویت شانزدهم	۶,۲۵	۶,۲۵	۶,۲۵
اولویت هفدهم	۶,۲۵	۰,۰۰	۳,۱۳
اولویت هجدهم	۰,۰۰	۶,۲۵	۳,۱۳
کل	۱۰۰,۰۰	۱۰۰,۰۰	۱۰۰,۰۰

مأخذ: یافته‌های مطالعه

#### ۴-۵ - نتایج اولویت بندی چالش های موجود در گروه مسائل صادراتی

نتایج بررسی اولویت بندی موارد تشکیل دهنده مشکلات صادراتی نشان می دهد که در عدم برندسازی مناسب در برنامه های صادراتی به نظر ۱۸/۷۵ درصد کارشناسان و ۱۲/۵ درصد صادرکنندگان اولویت سوم علت نوسان قیمت های صادراتی ایران در بازارهای جهانی است که البته بیانگر آن است که از نظر اغلب کارشناسان و صادرکنندگان این عامل مهمترین عامل نبوده است، بطوریکه ۱۵/۶۳ درصد از مجموع صادرکنندگان و کارشناسان اولویت سوم را برای این چالش در نظر گرفته اند.

جدول ۵-۸- اولویت بندی عدم برندسازی مناسب

درجه اهمیت	کارشناس	صادرکننده	کل
اولویت اول	۶,۲۵	۰,۰۰	۳,۱۳
اولویت دوم	۰,۰۰	۰,۰۰	۰,۰۰
اولویت سوم	۱۸,۷۵	۱۲,۵۰	۱۵,۶۳
اولویت چهارم	۶,۲۵	۶,۲۵	۶,۲۵
اولویت پنجم	۰,۰۰	۱۲,۵۰	۶,۲۵
اولویت ششم	۰,۰۰	۱۲,۵۰	۶,۲۵
اولویت هفتم	۶,۲۵	۶,۲۵	۶,۲۵
اولویت هشتم	۶,۲۵	۰,۰۰	۳,۱۳
اولویت نهم	۱۲,۵۰	۶,۲۵	۹,۳۸
اولویت دهم	۶,۲۵	۶,۲۵	۶,۲۵
اولویت یازدهم	۱۲,۵۰	۶,۲۵	۹,۳۸
اولویت دوازدهم	۶,۲۵	۰,۰۰	۳,۱۳
اولویت سیزدهم	۰,۰۰	۱۸,۷۵	۹,۳۸
اولویت چهاردهم	۱۲,۵۰	۰,۰۰	۶,۲۵
اولویت پانزدهم	۰,۰۰	۰,۰۰	۰,۰۰
اولویت شانزدهم	۰,۰۰	۰,۰۰	۰,۰۰
اولویت هفدهم	۰,۰۰	۶,۲۵	۳,۱۳
اولویت هجدهم	۶,۲۵	۶,۲۵	۶,۲۵
کل	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰

مأخذ: یافته های مطالعه

هم‌چنین باتوجه به نتایج تحلیل سلسله مراتبی، چالش عدم تنوع بازارهای هدف صادراتی نیز باتوجه به نظر ۴۳/۷۵ درصد کارشناسان، اولویت چهارم تا دهم را روی نوسان قیمت‌های صادراتی داشته و همچنین به نظر ۴۳/۷۵ درصد صادرکنندگان نیز اولویت چهارم تا دهم در راستای علل نوسان قیمت‌های صادراتی ایران در بازارهای جهانی بوده است. بطور کلی مشخص است که کمتر از ۴۵ درصد مجموع صادرکنندگان و کارشناسان در مجموع این عامل را اولویت چهارم تا دهم اثرگذار بر نوسان قیمت‌های صادراتی دانسته‌اند.

جدول ۵-۹- اولویت‌بندی عدم تنوع

درجه اهمیت	کارشناس	صادرکننده	کل
اولویت اول	۰,۰۰	۰,۰۰	۰,۰۰
اولویت دوم	۰,۰۰	۰,۰۰	۰,۰۰
اولویت سوم	۰,۰۰	۰,۰۰	۰,۰۰
اولویت چهارم	۰,۰۰	۱۲,۵۰	۶,۲۵
اولویت پنجم	۶,۲۵	۰,۰۰	۳,۱۳
اولویت ششم	۶,۲۵	۶,۲۵	۶,۲۵
اولویت هفتم	۶,۲۵	۱۸,۷۵	۱۲,۵۰
اولویت هشتم	۶,۲۵	۶,۲۵	۶,۲۵
اولویت نهم	۱۸,۷۵	۰,۰۰	۹,۳۸
اولویت یازدهم	۱۲,۵۰	۶,۲۵	۹,۳۸
اولویت دوازدهم	۱۸,۷۵	۶,۲۵	۱۲,۵۰
اولویت سیزدهم	۶,۲۵	۱۸,۷۵	۱۲,۵۰
اولویت چهاردهم	۶,۲۵	۱۲,۵۰	۹,۳۸
اولویت پانزدهم	۰,۰۰	۶,۲۵	۳,۱۳
اولویت شانزدهم	۰,۰۰	۰,۰۰	۰,۰۰
اولویت هفدهم	۶,۲۵	۶,۲۵	۶,۲۵
اولویت هجدهم	۶,۲۵	۰,۰۰	۳,۱۳
کل	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰

مأخذ: یافته‌های مطالعه

همچنین نتایج نشان داد که ۱۸/۷۵ درصد کارشناسان چالش عدم قدرت بازاری مناسب را اولویت ششم و در مجموع ۷۵ درصد کارشناسان این چالش را اولویت سوم تا دهم در ایجاد نوسان قیمتهای صادراتی ایران می دانند و ۱۸/۷۵ درصد صادرکنندگان این چالش را اولویت پنجم و ۲۵ درصد آن را اولویت هفتم دانسته و در مجموع ۸۱/۲۵ درصد کارشناسان چالش های عدم قدرت بازاری مناسب را اولویت سوم تا دهم در ایجاد نوسان قیمت های صادراتی می دانند. در نهایت ۷۸/۱۵ درصد مجموع کارشناسان و صادرکنندگان نیز اولویت سوم تا دهم برای عدم قدرت بازاری مناسب قائل بودند.

جدول ۵-۱۰- اولویت بندی عدم قدرت بازاری مناسب ایران

درجه اهمیت	کارشناس	صادرکننده	کل
اولویت اول	۰,۰۰	۰,۰۰	۰,۰۰
اولویت دوم	۰,۰۰	۰,۰۰	۰,۰۰
اولویت سوم	۰,۰۰	۶,۲۵	۳,۱۳
اولویت چهارم	۱۲,۵۰	۰,۰۰	۶,۲۵
اولویت پنجم	۱۲,۵۰	۱۸,۷۵	۱۵,۶۳
اولویت ششم	۱۸,۷۵	۱۲,۵۰	۱۵,۶۳
اولویت هفتم	۰,۰۰	۲۵,۰۰	۱۲,۵۰
اولویت هشتم	۱۲,۵۰	۶,۲۵	۹,۳۸
اولویت نهم	۶,۲۵	۰,۰۰	۳,۱۳
اولویت دهم	۱۲,۵۰	۱۲,۵۰	۱۲,۵۰
اولویت یازدهم	۱۲,۵۰	۶,۲۵	۹,۳۸
اولویت دوازدهم	۶,۲۵	۰,۰۰	۳,۱۳
اولویت سیزدهم	۰,۰۰	۰,۰۰	۰,۰۰
اولویت چهاردهم	۰,۰۰	۶,۲۵	۳,۱۳
اولویت پانزدهم	۰,۰۰	۶,۲۵	۳,۱۳
اولویت شانزدهم	۰,۰۰	۰,۰۰	۰,۰۰
اولویت هفدهم	۰,۰۰	۰,۰۰	۰,۰۰
اولویت هجدهم	۶,۲۵	۰,۰۰	۳,۱۳
کل	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰

مأخذ: یافته های مطالعه

هم‌چنین باتوجه به نتایج این مطالعه، درصد اندکی از کارشناسان و صادرکنندگان به چالش "تمرکز ایران در کشورهای هدف بی‌ثبات" اولویت مناسبی قائل بوده‌اند و معمولاً آن را جزو اولویت‌های پایین ابراز داشته‌اند. بطوریکه اغلب کارشناسان اولویت هفدهم و صادرکنندگان اولویت پانزدهم به این چالش داده‌اند.

جدول ۵-۱۱- اولویت‌بندی چالش تمرکز ایران در کشورهای هدف بی‌ثبات

درجه اهمیت	کارشناس	صادرکننده	کل
اولویت اول	۶,۲۵	۰,۰۰	۳,۱۳
اولویت دوم	۰,۰۰	۰,۰۰	۰,۰۰
اولویت سوم	۰,۰۰	۰,۰۰	۰,۰۰
اولویت چهارم	۰,۰۰	۰,۰۰	۰,۰۰
اولویت پنجم	۰,۰۰	۰,۰۰	۰,۰۰
اولویت ششم	۰,۰۰	۰,۰۰	۰,۰۰
اولویت هفتم	۶,۲۵	۰,۰۰	۳,۱۳
اولویت نهم	۰,۰۰	۶,۲۵	۳,۱۳
اولویت دهم	۶,۲۵	۶,۲۵	۶,۲۵
اولویت یازدهم	۰,۰۰	۶,۲۵	۳,۱۳
اولویت دوازدهم	۶,۲۵	۶,۲۵	۶,۲۵
اولویت سیزدهم	۰,۰۰	۶,۲۵	۳,۱۳
اولویت چهاردهم	۱۲,۵۰	۱۲,۵۰	۱۲,۵۰
اولویت پانزدهم	۶,۲۵	۲۵,۰۰	۱۵,۶۳
اولویت شانزدهم	۱۸,۷۵	۱۲,۵۰	۱۵,۶۳
اولویت هفدهم	۲۵,۰۰	۶,۲۵	۱۵,۶۳
اولویت هجدهم	۱۲,۵۰	۱۲,۵۰	۱۲,۵۰
کل	۱۰۰,۰۰	۱۰۰,۰۰	۱۰۰,۰۰

مأخذ: یافته‌های مطالعه

اما باتوجه به نتایج این مطالعه، هرچند درصد اندکی از کارشناسان به چالش "افت کیفیت محصولات صادراتی به دلیل حمل و نقل نامناسب" اولویت مناسبی قائل بوده‌اند و معمولاً آن را جزو اولویت‌های پایین ابراز داشته‌اند اما صادرکنندگان اولویت مناسب‌تری به این مشکل در راستای ایجاد نوسان قیمت‌های صادراتی داده‌اند. بطوریکه

۴۳/۷۵ درصد این صادرکنندگان به این چالش اولویت اول تا ششم داده اند. در مجموع حدود ۵۰/۰۳ درصد از مجموع کارشناسان و صادرکنندگان به این شاخص اولویت اول تا دهم داده اند.

جدول ۵-۱۲- اولویت بندی چالش افت کیفیت محصولات صادراتی به دلیل حمل و نقل نامناسب

درجه اهمیت	کارشناس	صادرکننده	کل
اولویت اول	۰,۰۰	۶,۲۵	۳,۱۳
اولویت دوم	۰,۰۰	۰,۰۰	۰,۰۰
اولویت سوم	۰,۰۰	۰,۰۰	۰,۰۰
اولویت چهارم	۰,۰۰	۱۲,۵۰	۶,۲۵
اولویت پنجم	۰,۰۰	۱۲,۵۰	۶,۲۵
اولویت ششم	۶,۲۵	۱۲,۵۰	۹,۳۸
اولویت هفتم	۶,۲۵	۰,۰۰	۳,۱۳
اولویت هشتم	۰,۰۰	۶,۲۵	۳,۱۳
اولویت نهم	۱۲,۵۰	۶,۲۵	۹,۳۸
اولویت دهم	۰,۰۰	۱۸,۷۵	۹,۳۸
اولویت یازدهم	۱۲,۵۰	۶,۲۵	۹,۳۸
اولویت دوازدهم	۱۸,۷۵	۱۲,۵۰	۱۵,۶۳
اولویت سیزدهم	۱۸,۷۵	۶,۲۵	۱۲,۵۰
اولویت چهاردهم	۶,۲۵	۰,۰۰	۳,۱۳
اولویت پانزدهم	۱۸,۷۵	۰,۰۰	۹,۳۸
اولویت شانزدهم	۰,۰۰	۰,۰۰	۰,۰۰
اولویت هفدهم	۰,۰۰	۰,۰۰	۰,۰۰
اولویت هجدهم	۰,۰۰	۰,۰۰	۰,۰۰
کل	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰

مأخذ: یافته های مطالعه

اما نکته جالب توجه دیگر در مورد فروش فله ای محصولات کشاورزی است. باتوجه به نتایج این مطالعه، هرچند درصد اندکی از کارشناسان به چالش "فروش فله ای محصولات کشاورزی" اولویت مناسبی قائل بوده اند و معمولاً آن را جزو اولویت های پایین ابراز داشته اند اما صادرکنندگان اولویت مناسب تری به این مشکل در راستای

ایجاد نوسان قیمت های صادراتی داده اند. بطوریکه ۶۲/۵ درصد این صادرکنندگان به این چالش اولویت اول تا هشتم داده اند. در مجموع حدود ۵۰/۰۳ درصد از مجموع کارشناسان و صادرکنندگان به این شاخص اولویت اول تا دهم داده اند.

جدول ۵-۱۳- اولویت بندی فروش فله ای محصولات کشاورزی

درجه اهمیت	کارشناس	صادرکننده	کل
اولویت اول	۰,۰۰	۶,۲۵	۳,۱۳
اولویت دوم	۰,۰۰	۱۲,۵۰	۶,۲۵
اولویت سوم	۰,۰۰	۶,۲۵	۳,۱۳
اولویت چهارم	۰,۰۰	۶,۲۵	۳,۱۳
اولویت پنجم	۰,۰۰	۰,۰۰	۰,۰۰
اولویت ششم	۱۲,۵۰	۶,۲۵	۹,۳۸
اولویت هفتم	۰,۰۰	۱۸,۷۵	۹,۳۸
اولویت هشتم	۰,۰۰	۶,۲۵	۳,۱۳
اولویت نهم	۱۲,۵۰	۰,۰۰	۶,۲۵
اولویت دهم	۶,۲۵	۶,۲۵	۶,۲۵
اولویت یازدهم	۱۸,۷۵	۰,۰۰	۹,۳۸
اولویت دوازدهم	۶,۲۵	۶,۲۵	۶,۲۵
اولویت سیزدهم	۰,۰۰	۰,۰۰	۰,۰۰
اولویت چهاردهم	۱۲,۵۰	۰,۰۰	۶,۲۵
اولویت پانزدهم	۲۵,۰۰	۰,۰۰	۱۲,۵۰
اولویت شانزدهم	۶,۲۵	۱۲,۵۰	۹,۳۸
اولویت هفدهم	۰,۰۰	۶,۲۵	۳,۱۳
اولویت هجدهم	۰,۰۰	۶,۲۵	۳,۱۳
کل	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰

مأخذ: یافته های مطالعه

هم چنین باتوجه به نتایج این مطالعه، درصد اندکی از کارشناسان و صادرکنندگان به چالش " عدم عضویت در سازمان تجارت جهانی (WTO) " اولویت مناسبی قائل بوده اند و معمولاً آن را جزو اولویت های پایین ابراز داشته اند. بطوریکه اغلب کارشناسان اولویت شانزدهم و صادرکنندگان اولویت پانزدهم به این چالش داده اند.



جدول ۵-۱۴- اولویت بندی چالش عدم عضویت در سازمان تجارت جهانی (WTO)

درجه اهمیت	کارشناس	صادرکننده	کل
اولویت اول	۰,۰۰	۶,۲۵	۳,۱۳
اولویت دوم	۰,۰۰	۶,۲۵	۳,۱۳
اولویت سوم	۰,۰۰	۶,۲۵	۳,۱۳
اولویت چهارم	۶,۲۵	۰,۰۰	۳,۱۳
اولویت پنجم	۰,۰۰	۰,۰۰	۰,۰۰
اولویت ششم	۰,۰۰	۰,۰۰	۰,۰۰
اولویت هفتم	۰,۰۰	۰,۰۰	۰,۰۰
اولویت هشتم	۰,۰۰	۰,۰۰	۰,۰۰
اولویت نهم	۰,۰۰	۰,۰۰	۰,۰۰
اولویت دهم	۶,۲۵	۰,۰۰	۳,۱۳
اولویت دوازدهم	۱۲,۵۰	۱۲,۵۰	۱۲,۵۰
اولویت چهاردهم	۱۲,۵۰	۶,۲۵	۹,۳۸
اولویت پانزدهم	۱۲,۵۰	۱۸,۷۵	۱۵,۶۳
اولویت شانزدهم	۱۸,۷۵	۱۲,۵۰	۱۵,۶۳
اولویت هفدهم	۶,۲۵	۱۸,۷۵	۱۲,۵۰
اولویت هجدهم	۲۵,۰۰	۱۲,۵۰	۱۸,۷۵
کل	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰

مأخذ: یافته های مطالعه

نتایج این مطالعه نشان داد که غالب کارشناسان به چالش "عدم تخصیص جوایز صادراتی مناسب به صادرات" اولویت سیزدهم داده و بطور کلی ۳۱/۲۵ درصد از کارشناسان به این چالش اولویت سوم تا دهم داده اند. همچنین ۶۲/۵ درصد از صادرکنندگان نیز به این چالش اولویت پنجم تا دهم ابراز داشته اند. در مجموع ۴۶/۹ درصد مجموع کارشناسان و صادرکنندگان اولویت سوم تا دهم برای این چالش در نظر گرفته اند.

جدول ۵-۱۵- اولویت بندی چالش عدم تخصیص جوایز صادراتی مناسب به صادرات

درجه اهمیت	کارشناس	صادرکننده	کل
اولویت اول	۰,۰۰	۰,۰۰	۰,۰۰
اولویت دوم	۰,۰۰	۰,۰۰	۰,۰۰
اولویت سوم	۶,۲۵	۰,۰۰	۳,۱۳
اولویت چهارم	۶,۲۵	۰,۰۰	۳,۱۳
اولویت پنجم	۰,۰۰	۱۲,۵۰	۶,۲۵
اولویت ششم	۰,۰۰	۶,۲۵	۳,۱۳
اولویت هفتم	۰,۰۰	۱۸,۷۵	۹,۳۸
اولویت هشتم	۱۲,۵۰	۱۲,۵۰	۱۲,۵۰
اولویت نهم	۰,۰۰	۶,۲۵	۳,۱۳
اولویت دهم	۶,۲۵	۶,۲۵	۶,۲۵
اولویت یازدهم	۰,۰۰	۶,۲۵	۳,۱۳
اولویت دوازدهم	۶,۲۵	۱۲,۵۰	۹,۳۸
اولویت سیزدهم	۲۵,۰۰	۱۲,۵۰	۱۸,۷۵
اولویت چهاردهم	۱۸,۷۵	۶,۲۵	۱۲,۵۰
اولویت پانزدهم	۶,۲۵	۰,۰۰	۳,۱۳
اولویت شانزدهم	۰,۰۰	۰,۰۰	۰,۰۰
اولویت هفدهم	۶,۲۵	۰,۰۰	۳,۱۳
اولویت هجدهم	۶,۲۵	۰,۰۰	۳,۱۳
کل	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰

مأخذ: یافته های مطالعه

چالش "عدم امضای موافقتنامه های تجاری مناسب با کشورهای هدف" نیز از نظر کارشناسان و صادرکنندگان اولویت اصلی در ایجاد نوسان قیمت های صادراتی نیست. حدود ۴۳/۷۵ درصد از کارشناسان به آن اولویت پنجم تا دهم داده و همین میزان نیز اولویت سوم تا نهم به این چالش ابراز نمودند.

جدول ۵-۱۶- اولویت بندی چالش عدم امضای موافقتنامه های تجاری مناسب با کشورهای هدف

درجه اهمیت	کارشناس	صادرکننده	کل
اولویت اول	۰,۰۰	۰,۰۰	۰,۰۰
اولویت دوم	۰,۰۰	۰,۰۰	۰,۰۰
اولویت سوم	۰,۰۰	۶,۲۵	۳,۱۳
اولویت چهارم	۰,۰۰	۰,۰۰	۰,۰۰
اولویت پنجم	۶,۲۵	۱۲,۵۰	۹,۳۸
اولویت ششم	۱۲,۵۰	۶,۲۵	۹,۳۸
اولویت هفتم	۶,۲۵	۰,۰۰	۳,۱۳
اولویت هشتم	۰,۰۰	۶,۲۵	۳,۱۳
اولویت نهم	۱۲,۵۰	۱۲,۵۰	۱۲,۵۰
اولویت دهم	۶,۲۵	۰,۰۰	۳,۱۳
اولویت یازدهم	۱۸,۷۵	۱۸,۷۵	۱۸,۷۵
اولویت دوازدهم	۰,۰۰	۱۸,۷۵	۹,۳۸
اولویت سیزدهم	۶,۲۵	۶,۲۵	۶,۲۵
اولویت چهاردهم	۶,۲۵	۶,۲۵	۶,۲۵
اولویت پانزدهم	۶,۲۵	۰,۰۰	۳,۱۳
اولویت شانزدهم	۱۸,۷۵	۶,۲۵	۱۲,۵۰
اولویت هفدهم	۰,۰۰	۰,۰۰	۰,۰۰
اولویت هجدهم	۰,۰۰	۰,۰۰	۰,۰۰
کل	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰

مأخذ: یافته های مطالعه

هرچند کارشناسان چالش "تعرفه بالای کشور واردکننده برای محصولات ایرانی" را به عنوان چالش اصلی بیان نمی کنند اما ۴۳/۷۵ درصد صادرکنندگان آن را به عنوان اولویت اول تا پنجم مطرح می کنند. هم چنین در مجموع ۴۳/۷۷ درصد کارشناسان و صادرکنندگان اولویت اول تا پنجم برای این چالش در نظر گرفته اند.

جدول ۵-۱۷- اولویت بندی چالش تعرفه بالای کشورهای واردکننده برای محصولات صادرکنندگان ایرانی

درجه اهمیت	کارشناس	صادرکننده	کل
اولویت اول	۰,۰۰	۶,۲۵	۳,۱۳
اولویت دوم	۱۲,۵۰	۶,۲۵	۹,۳۸
اولویت سوم	۰,۰۰	۶,۲۵	۳,۱۳
اولویت چهارم	۶,۲۵	۱۲,۵۰	۹,۳۸
اولویت پنجم	۲۵,۰۰	۱۲,۵۰	۱۸,۷۵
اولویت ششم	۶,۲۵	۰,۰۰	۳,۱۳
اولویت هفتم	۰,۰۰	۶,۲۵	۳,۱۳
اولویت هشتم	۱۲,۵۰	۶,۲۵	۹,۳۸
اولویت نهم	۶,۲۵	۶,۲۵	۶,۲۵
اولویت دهم	۶,۲۵	۰,۰۰	۳,۱۳
اولویت یازدهم	۰,۰۰	۱۲,۵۰	۶,۲۵
اولویت دوازدهم	۰,۰۰	۰,۰۰	۰,۰۰
اولویت سیزدهم	۶,۲۵	۱۲,۵۰	۹,۳۸
اولویت چهاردهم	۰,۰۰	۶,۲۵	۳,۱۳
اولویت پانزدهم	۰,۰۰	۶,۲۵	۳,۱۳
اولویت شانزدهم	۶,۲۵	۰,۰۰	۳,۱۳
اولویت هفدهم	۱۲,۵۰	۰,۰۰	۶,۲۵
اولویت هجدهم	۰,۰۰	۰,۰۰	۰,۰۰

مأخذ: یافته های مطالعه

### ۵-۵ - نتایج اولویت بندی چالش های موجود در گروه مسائل جهانی

در مورد مشکلات چالش های جهانی، کارشناسان و صادرکنندگان "نوسان قیمت های جهانی" را جزو اولویت های اصلی مؤثر بر نوسان قیمت های داخلی نمی دانند. اما در هر صورت ۵۰ درصد کارشناسان این چالش را جزو اولویت های اول تا نهم مؤثر بر نوسان قیمت های داخلی می دانند و تنها ۲۵ درصد صادرکنندگان این مشکل را جزو اولویت های دوم تا هشتم معرفی می کنند و در مجموع ۳۷/۵۲ درصد کارشناسان و صادرکنندگان این مشکل را اولویت اول تا نهم ابراز نمودند.

جدول ۵-۱۸- اولویت‌بندی چالش کاهش قیمت‌های جهانی

درجه اهمیت	کارشناس	صادرکننده	کل
اولویت اول	۶,۲۵	۰,۰۰	۳,۱۳
اولویت دوم	۶,۲۵	۶,۲۵	۶,۲۵
اولویت سوم	۰,۰۰	۰,۰۰	۰,۰۰
اولویت چهارم	۰,۰۰	۶,۲۵	۳,۱۳
اولویت پنجم	۶,۲۵	۶,۲۵	۶,۲۵
اولویت ششم	۰,۰۰	۰,۰۰	۰,۰۰
اولویت هفتم	۱۲,۵۰	۰,۰۰	۶,۲۵
اولویت هشتم	۱۲,۵۰	۶,۲۵	۹,۳۸
اولویت نهم	۶,۲۵	۰,۰۰	۳,۱۳
اولویت دهم	۰,۰۰	۰,۰۰	۰,۰۰
اولویت یازدهم	۰,۰۰	۰,۰۰	۰,۰۰
اولویت دوازدهم	۰,۰۰	۶,۲۵	۳,۱۳
اولویت سیزدهم	۰,۰۰	۰,۰۰	۰,۰۰
اولویت چهاردهم	۶,۲۵	۱۲,۵۰	۹,۳۸
اولویت پانزدهم	۱۲,۵۰	۶,۲۵	۹,۳۸
اولویت شانزدهم	۶,۲۵	۱۲,۵۰	۹,۳۸
اولویت هفدهم	۰,۰۰	۱۸,۷۵	۹,۳۸
اولویت هجدهم	۲۵,۰۰	۱۸,۷۵	۲۱,۸۸
کل	۱۰۰,۰۰	۱۰۰,۰۰	۱۰۰,۰۰

مأخذ: یافته‌های مطالعه

اما یکی دیگر از چالش‌های پیش روی نوسان قیمت‌های صادراتی از نظر کارشناسان و صادرکنندگان ایرانی، چالش "تحریم‌های بین‌المللی علیه ایران" است. بطوریکه تنها ۱۸/۷۵ درصد کارشناسان و ۳۷/۵ درصد صادرکنندگان اولویت اول را برای این چالش مؤثر بر نوسان قیمت‌های صادراتی ایران قائل بودند و در مجموع ۳۷/۵۲ درصد مجموع کارشناسان و صادرکنندگان اولویت اول تا سوم را به این چالش ابراز نمودند. لذا این چالش یکی از مهمترین چالش‌های گروه چالش‌های جهانی مؤثر بر نوسان قیمت‌های صادراتی ایران خواهد بود.

جدول ۵-۱۹- اولویت‌بندی چالش تحریم‌های بین‌المللی علیه ایران

درجه اهمیت	کارشناس	صادرکننده	کل
اولویت اول	۱۸,۷۵	۰,۰۰	۹,۳۸
اولویت دوم	۶,۲۵	۰,۰۰	۳,۱۳
اولویت سوم	۶,۲۵	۰,۰۰	۳,۱۳
اولویت چهارم	۶,۲۵	۰,۰۰	۳,۱۳
اولویت پنجم	۶,۲۵	۳۷,۵۰	۲۱,۸۸
اولویت ششم	۰,۰۰	۰,۰۰	۰,۰۰
اولویت هفتم	۱۲,۵۰	۰,۰۰	۶,۲۵
اولویت هشتم	۶,۲۵	۶,۲۵	۶,۲۵
اولویت نهم	۶,۲۵	۰,۰۰	۳,۱۳
اولویت دهم	۰,۰۰	۶,۲۵	۳,۱۳
اولویت یازدهم	۱۲,۵۰	۱۸,۷۵	۱۵,۶۳
اولویت دوازدهم	۰,۰۰	۶,۲۵	۳,۱۳
اولویت سیزدهم	۰,۰۰	۶,۲۵	۳,۱۳
اولویت چهاردهم	۰,۰۰	۶,۲۵	۳,۱۳
اولویت پانزدهم	۶,۲۵	۰,۰۰	۳,۱۳
اولویت شانزدهم	۶,۲۵	۰,۰۰	۳,۱۳
اولویت هفدهم	۰,۰۰	۱۲,۵۰	۶,۲۵
اولویت هجدهم	۶,۲۵	۰,۰۰	۳,۱۳
کل	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰

مأخذ: یافته‌های مطالعه

هم‌چنین از نظر ۳۱/۲۵ درصد صادرکنندگان چالش " ظهور قدرت‌های جدید صادراتی در بازارهای جهانی " اولویت دوم تا چهارم بیان نمودند و ۵۰ درصد از این افراد نیز اولویت دوم تا دهم برای چالش ابراز نمودند. از بین کارشناسان نیز ۴۳/۷۵ درصد برای این چالش اولویت دوم تا ششم در نظر گرفته و ۶۲/۵ درصد نیز اولویت دوم تا دهم را ابراز داشته‌اند. در مجموع از نظر ۵۶/۲۷ درصد کارشناسان و صادرکنندگان این چالش اولویت دوم تا دهم داشته است.

جدول ۵-۲۰- اولویت بندی چالش ظهور قدرت های جدید صادراتی در بازارهای جهانی

درجه اهمیت	کارشناس	صادرکننده	کل
اولویت اول	۰,۰۰	۰,۰۰	۰,۰۰
اولویت دوم	۱۲,۵۰	۱۲,۵۰	۱۲,۵۰
اولویت سوم	۰,۰۰	۱۲,۵۰	۶,۲۵
اولویت چهارم	۱۲,۵۰	۶,۲۵	۹,۳۸
اولویت پنجم	۱۲,۵۰	۰,۰۰	۶,۲۵
اولویت ششم	۶,۲۵	۰,۰۰	۳,۱۳
اولویت هفتم	۰,۰۰	۶,۲۵	۳,۱۳
اولویت هشتم	۶,۲۵	۶,۲۵	۶,۲۵
اولویت نهم	۱۲,۵۰	۰,۰۰	۶,۲۵
اولویت دهم	۰,۰۰	۶,۲۵	۳,۱۳
اولویت یازدهم	۰,۰۰	۰,۰۰	۰,۰۰
اولویت دوازدهم	۱۲,۵۰	۶,۲۵	۹,۳۸
اولویت سیزدهم	۱۸,۷۵	۰,۰۰	۹,۳۸
اولویت چهاردهم	۰,۰۰	۰,۰۰	۰,۰۰
اولویت پانزدهم	۰,۰۰	۱۲,۵۰	۶,۲۵
اولویت شانزدهم	۰,۰۰	۲۵,۰۰	۱۲,۵۰
اولویت هفدهم	۶,۲۵	۰,۰۰	۳,۱۳
اولویت هجدهم	۰,۰۰	۶,۲۵	۳,۱۳
کل	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰

مأخذ: یافته های مطالعه

در نهایت نکته جالب توجه آن است که ۳۷/۵ درصد صادرکنندگان به چالش " کم بودن آگاهی تاجران ایرانی از قوانین بین المللی " اولویت سوم و چهارم داده اند و ۲۵ درصد کارشناسان نیز به این چالش اولویت سوم دادند. هم چنین در مجموع ۶۲/۵ درصد کارشناسان به این چالش اولویت سوم تا دهم دادند. در نهایت در مجموع ۵۶/۲۵ درصد مجموع کارشناسان و صادرکنندگان اولویت دوم تا دهم را برای این چالش در نظر گرفته اند که مشخص است یکی از چالش های مهم در این بخش خواهد بود.

جدول ۵-۲۱- اولویت‌بندی چالش کم بودن آگاهی تاجران ایرانی از قوانین بین‌المللی

درجه اهمیت	کارشناس	صادرکننده	کل
اولویت اول	۰,۰۰	۰,۰۰	۰,۰۰
اولویت دوم	۰,۰۰	۰,۰۰	۰,۰۰
اولویت سوم	۲۵,۰۰	۱۸,۷۵	۲۱,۸۷۵
اولویت چهارم	۶,۲۵	۱۸,۷۵	۱۲,۵۰۰
اولویت پنجم	۰,۰۰	۰,۰۰	۰,۰۰
اولویت ششم	۶,۲۵	۶,۲۵	۶,۲۵۰
اولویت هفتم	۱۲,۵۰	۰,۰۰	۶,۲۵۰
اولویت هشتم	۶,۲۵	۶,۲۵	۶,۲۵۰
اولویت نهم	۶,۲۵	۰,۰۰	۳,۱۲۵
اولویت یازدهم	۰,۰۰	۶,۲۵	۳,۱۲۵
اولویت دوازدهم	۶,۲۵	۱۲,۵۰	۹,۳۷۵
اولویت سیزدهم	۰,۰۰	۶,۲۵	۳,۱۲۵
اولویت چهاردهم	۰,۰۰	۰,۰۰	۰,۰۰
اولویت پانزدهم	۳۱,۲۵	۱۲,۵۰	۲۱,۸۷۵
اولویت شانزدهم	۰,۰۰	۰,۰۰	۰,۰۰
اولویت هفدهم	۰,۰۰	۱۲,۵۰	۶,۲۵۰
اولویت هجدهم	۰,۰۰	۰,۰۰	۰,۰۰
کل	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰

مأخذ: یافته‌های مطالعه

#### ۵-۶-رتبه‌بندی نهایی گروه‌های اصلی به تفکیک کارشناس و صادرکننده

در نهایت رتبه‌بندی نهایی به تفکیک صادرکنندگان و کارشناسان نشان داد که از دیدگاه صادرکنندگان مشکلات صادراتی اولویت اول، مشکلات تولیدی اولویت دوم و چالش‌های جهانی اولویت سوم را خواهد داشت. از سویی دیگر از دیدگاه کارشناسان اما مشکل تولید در اولویت قرار داشته و سپس مشکلات صادراتی و در نهایت چالش‌های جهانی در اولویت سوم خواهد بود. لذا مشخص است که مشکلات تولیدی و صادراتی در نهایت مهم‌تر از چالش‌های جهانی می‌باشند.



جدول ۵-۲۲- اولویت بندی گروه های اصلی از دیدگاه صادرکننده و کارشناس

اولویت		گزاره های اصلی
کارشناس	صادرکننده	
۱	۲	تولید
۲	۱	مشکلات صادراتی
۳	۳	چالش های جهانی

مأخذ: یافته های مطالعه

### ۵-۷- رتبه بندی نهایی چالش های گروه تولید به تفکیک کارشناس و صادرکننده

اما در بخش مشکلات تولیدی، از دیدگاه صادرکنندگان عدم برنامه ریزی تولید با هدف صادرات و صادرکننده نبودن تولید کننده اولویت اول و دوم و همچنین افت کیفی محصولات و استاندارد پایین بهداشتی نیز اولویت سوم و چهارم را داشته اند. از دیدگاه کارشناسان نیز عدم برنامه ریزی تولید با هدف صادرات مشکل اصلی بوده است. افت کیفی پایین محصولات تولیدی، صادرکننده نبودن تولیدکننده و استاندارد پایین بهداشتی اولویتهای دوم تا چهارم را شامل می شود. در نهایت از مجموع این دو نظر مشخص است که عدم برنامه ریزی تولید با هدف صادرات مهم ترین مشکل بخش تولیدی بوده و استاندارد پایین بهداشتی محصولات اولویت آخر خواهد بود.

جدول ۵-۲۳- اولویت بندی نهایی چالش های گروه تولید از دیدگاه صادرکننده و کارشناس

اولویت		گزاره
کارشناس	صادرکننده	
۴	۴	استاندارد پایین بهداشتی
۲	۳	افت کیفی تولیدات
۱	۱	عدم برنامه ریزی تولید
۳	۲	صادرکننده نبودن

مأخذ: یافته های مطالعه

#### ۵-۸- رتبه بندی نهایی چالش های گروه صادرات به تفکیک کارشناس و صادرکننده

در بخش صادرات نیز از دیدگاه صادرکنندگان "تعرفه بالای کشورهای هدف" مهم ترین چالش بخش صادرات بوده است. پس از آن "عدم قدرت بازاری مناسب" صادرکنندگان ایرانی در بازارهای جهانی و اولویت سوم "فروش فله ای" خواهد بود. در صورتی که از دیدگاه کارشناسان، "عدم برندسازی مناسب" "تعرفه بالای کشورهای هدف" و "عدم قدرت بازاری مناسب" مهم ترین مشکلات بخش صادرات خواهند بود. لذا مشخص است که از مهم ترین مشکلات بخش صادرات، "تعرفه بالای کشورهای هدف" و "عدم قدرت بازاری مناسب برای صادرکنندگان ایرانی" خواهد بود.

جدول ۵-۲۴- اولویت بندی نهایی چالش های گروه صادرات از دیدگاه صادرکننده و کارشناس

اولویت		گزاره
کارشناس	صادرکننده	
۱	۷	برندسازی
۴	۸	عدم تنوع بازار هدف
۳	۲	عدم قدرت بازار مناسب
۹	۹	تمرکز ایران در کشورهای هدف
۵	۵	افت کیفیت محصولات صادراتی
۷	۳	فروش فله ای
۱۰	۱۰	عدم عضویت در سازمان
۶	۴	عدم تخصیص جوایز
۸	۶	عدم امضای موافقتنامه
۲	۱	تعرفه بالا

مأخذ: یافته های مطالعه

#### ۹-۵- رتبه بندی نهایی مسائل گروه چالش های جهانی به تفکیک کارشناس و صادرکننده

در مورد چالش های جهانی نیز از دیدگاه صادرکنندگان تحریم های بین المللی اولویت اول را داشته و کم بودن آگاهی صادرکننده از قوانین بین المللی و تجارت، ظهور قدرت های جدید و کاهش قیمت های جهانی اولویت دوم تا چهارم را خواهند داشت. این در حالی است که کارشناسان نیز اولویت اول را برای تحریم بین المللی ابراز نموده اند. و اولویت های دوم تا چهارم را به ترتیب برای ظهور قدرت های جدید، کم بودن آگاهی صادرکننده و کاهش قیمت های جهانی تخصیص داده اند. همان گونه که مشخص است اولویت اول از دیدگاه هر دو گروه "تحریم های بین المللی" بوده و اولویت آخر نیز "کاهش قیمت های جهانی" است.

جدول ۵-۲۵- اولویت‌بندی نهایی مسائل گروه چالش‌های جهانی از دیدگاه صادرکننده و کارشناس

صادرکننده		گزاره
کارشناس	صادرکننده	
۱	۱	تحریم بین‌المللی
۳	۲	کم بودن آگاهی
۲	۳	ظهور قدرت جدید
۴	۴	کاهش قیمت‌های جهانی

مأخذ: یافته‌های مطالعه

#### ۵-۱۰- نتیجه اولویت‌بندی نهایی تمام چالش‌ها به تفکیک صادرکننده و کارشناس

نتیجه اولویت‌بندی نهایی کل شاخص‌ها از دیدگاه صادرکننده نشان می‌دهد که رتبه اول تا پنجم به ترتیب مربوط به چالش‌های "عدم برنامه ریزی تولید برای صادرات"، "فروش فله‌ای محصولات"، "تعرفه بالای کشورهای هدف"، "صادرکننده نبودن تولیدکننده" و "کم بودن آگاهی صادرکننده از قوانین تجاری بین‌المللی" بوده و از دیدگاه کارشناس نیز مهم‌ترین عوامل مؤثر بر نوسان قیمت‌های صادراتی عبارتند از: "عدم برنامه‌ریزی تولید برای صادرات"، "تحریم‌های بین‌المللی"، "افت کیفی تولیدات"، "صادرکننده نبودن تولیدکننده" و "برندسازی".

نکته‌ای که در این قسمت قابل توجه است، آن است که در بیشتر موارد کارشناسان و صادرکنندگان نظر تقریباً مشابهی در عوامل مؤثر بر نوسان قیمت‌های صادراتی داشته‌اند. اما در مواردی این اختلاف در اولویت‌بندی مشهود بوده است. به عنوان مثال، کم بودن آگاهی صادرکننده، از دید شخص صادرکننده اولویت پنجم داشته اما از دید کارشناس این چالش جزو اولویت‌های مهم اثرگذار بر نوسان قیمت‌های صادراتی نیست. با توجه به اینکه خود صادرکننده آگاهی خود را از قوانین تجاری و وضعیت رقبا در بازارهای جهانی مؤثر می‌داند، لذا به نظر اولویت صادرکننده در مورد این چالش بر اولویت بندی کارشناس ارجحیت داشته باشد.

در مورد برندسازی نیز اولویت کارشناس به این چالش ۵ بوده اما اولویت صادرکننده ۱۱ می‌باشد. باتوجه به اهمیت برندسازی در بازارهای جهانی و توجه برندهای معتبر به این موضوع (هم‌چنان‌که در این گزارش هم به تفصیل در بخش برندسازی بیان شد)، تسهیل چالش برندسازی می‌تواند بر نوسان قیمت‌های صادرکننده اثرات مهمی داشته باشد. لذا کارشناسان در این قسمت لازم است اهمیت این موضوع را بیش از پیش در بخش خصوصی تبیین نموده و با ارائه تجربیات سایر برندهای معتبر در بازارهای جهانی توجه صادرکننده را به این موضوع بیش از پیش جلب نمایند.

تحریم‌های بین‌المللی نیز از نظر صادرکننده اولویت ۷ داشته اما از نظر کارشناس اولویت بالای ۲ گرفته است. توجه به این موضوع لازم است که مطابق نتایج همین طرح در بخش اقتصادسنجی نیز، تحریم‌ها روی قیمت‌های صادراتی اثرات منفی قابل توجهی نداشته‌اند. هرچند تحریم‌ها منجر به مشکلاتی در میزان فروش و دریافت وجه از کشورهای هدف ایجاد می‌نماید اما به نظر اثرات قابل توجهی بر قیمت‌های صادراتی ایران (آن‌هم در جهت کاهش این قیمت‌ها) نداشته‌اند. همان‌گونه که بیان شد این نتیجه در برآورد الگوهای اقتصادسنجی نیز در قسمت‌های قبل این طرح تأیید شده است و در برخی محصولات نیز اثرات نه چندان قابل توجهی داشته‌اند. بطوریکه می‌توان اولویت ۷ را از این حیث ارجح دانست.

عدم تنوع بازارهای هدف طبق نتایج این طرح نیز در اکثر موارد اثرگذار بر نوسان قیمت‌های صادراتی ایران بوده و از این حیث نظر کارشناسان می‌تواند ارجح باشد. فروش فله‌ای از دیدگاه صادرکنندگان اولویت دوم و از دیدگاه کارشناسان اولویت ۱۳ را ابراز نموده‌اند. باتوجه به اینکه این مشکل از مواردی است که صادرکننده بیشتر با آن ارتباط داشته، لذا از این حیث نظر صادرکننده ارجح خواهد بود. همین موضوع در مورد تعرفه کشورهای هدف صادق است و به دلیل اینکه صادرکننده این مشکل را بیش از کارشناس می‌شناسد، لذا نظر صادرکننده به نظر صحیح‌تر خواهد بود. در سایر موارد اختلاف چندانی در اولویت‌بندی صادرکننده و کارشناس وجود نداشته و می‌تواند مبنی تصمیم‌گیری در نظر گرفته شود.

جدول ۵-۲۶- اولویت بندی نهایی تمام چالش ها از دیدگاه صادرکننده و کارشناس

کارشناس	صادرکننده	گزاره
۶	۹	استاندارد پایین بهداشتی
۳	۶	افت کیفی تولیدات
۱	۱	عدم برنامه ریزی تولید
۴	۴	صادرکننده نبودن تولیدکننده
۵	۱۱	برندسازی
۹	۱۴	عدم تنوع بازار هدف
۸	۸	عدم قدرت بازاری مناسب
۱۵	۱۷	تمرکز ایران در کشورهای هدف بی ثبات
۱۰	۱۰	افت کیفیت محصولات صادراتی
۱۳	۲	فروش فله ای
۱۷	۱۵	عدم عضویت در سازمان تجارت جهانی
۱۱	۱۲	عدم تخصیص جوایز
۱۴	۱۳	عدم امضای موافقتنامه
۷	۳	تعرفه بالا
۱۸	۱۸	کاهش قیمت های جهانی
۲	۷	تحریم بین المللی
۱۲	۱۶	ظهور قدرت جدید
۱۶	۵	کم بودن آگاهی صادرکننده از قوانین بین المللی و وضعیت رقبا

مأخذ: یافته های مطالعه

## فصل ششم

### جمع بندی و پیشنهادها

## ۶-۱- مقدمه

در این بخش ابتدا به خلاصه‌ای از نتایج گرفته شده در این طرح پرداخته خواهد شد و سپس پیشنهادهایی جهت بهبود وضعیت موجود ارائه خواهد شد.

## ۶-۲- نتیجه‌گیری و پیشنهادها

همان‌گونه که نتایج این طرح نشان داد، در بسیاری از محصولات ارتباط مشخصی بین سهم صادرات و قیمت‌های صادراتی وجود نداشته و از این حیث نمی‌توان انتظار داشت، صادرکنندگان ایرانی با مدیریت طرف عرضه قادر باشند قیمت‌های صادراتی را تحت تأثیر قرار دهند.

مطابق با نتایج این طرح، بسیاری از محصولات با سهم کشورهای هدف اصلی خود رابطه منفی داشته‌اند. لذا توجه بیش از حد به کشورهای هدف اصلی و هدایت سهم بیشتر به این کشور در نهایت منجر به افت قیمت‌های صادراتی در بلندمدت خواهد شد. در واقع تمرکز روی کشور یا کشورهای هدف محدود، درجه ریسک‌پذیری صادرکننده کاسته خواهد شد. هرچند در مورد برخی محصولات مثل پرتقال، چای، سیب، گوجه فرنگی، هندوانه و کیوی عکس این نتیجه تحقق یافته است. در مورد این محصولات توجه به بازارهای تخصصی‌تر و افزایش سهم صادراتی در کشورهای هدف اصلی منجر به بهبود قیمت‌های واقعی صادراتی در بلندمدت خواهد شد.

نکته مهم دیگری که در همین بین لازم به توضیح بوده، آن است که رفتار محصولات مختلف یکسان نبوده و لذا سیاست‌گذاری یکسان برای تمام محصولات نمی‌تواند در بلندمدت راه‌گشای مشکلات تمام واحدهای صادرکننده باشد.



در مورد تعداد کشورهای هدف و تعداد کشورهای غالب هدف (کشورهایی که در مجموع ۵۰ درصد سهم صادرات ایران را تشکیل دهند) نیز در اکثر محصولات رابطه مثبت و معنی‌داری با قیمت‌های واقعی صادراتی در بلندمدت خواهد داشت. لذا در بسیاری از محصولات تنوع بخشی به بازارهای صادراتی در نهایت منجر به بهبود قیمت‌های صادراتی و کاهش نوسان آن در بازارهای جهانی خواهد شد.

اما در مورد محصولاتی مانند مثل پرتقال، سیب، گوجه فرنگی، هندوانه و کیوی، این رابطه برقرار نبوده و اتفاقاً تمرکزگرایی و تخصص‌گرایی هم در کشورهای هدف و هم در کشورهای غالب در مقابل تنوع‌گرایی، منجر به بهبود قیمت‌های صادراتی ایران در بازارهای جهانی خواهد شد.

اما در اثرپذیری از قیمت محصولات رقیب نیز رفتار محصولات مختلف متفاوت بوده است. بطوریکه در مورد محصولاتی مانند خرما، پرتقال، گوجه فرنگی، هندوانه، زعفران، شیر و فرآورده‌های آن و کیوی با افزایش قیمت محصولات رقیب، افزایش قیمت‌های واقعی در بلندمدت رخ خواهد داد. هرچند این رابطه برای محصولاتی مانند خرما در سطح مناسبی معنی‌دار نبوده است. افزایش قیمت‌های جهانی در این حالت به نفع صادرکننده بوده و کاهش این قیمت‌ها به ضرر صادرکننده خواهد بود. لذا در جریان کاهش قیمت‌ها لازم است به منظور جلوگیری از کاهش بیش از حد قیمت‌ها استراتژی مناسب بازاریابی در نظر گرفته شود. این استراتژی در مورد این محصولات، می‌تواند تنوع بخشی در کشورهای هدف و عدم تمرکز بر بازارهای خاص باشد.

در مورد محصولاتی مانند پسته، انگور، پیاز، چای، سیب، سیب زمینی و سیر ارتباط منفی با قیمت‌های رقیب وجود داشته و در دوران کاهش قیمت‌های رقیب، موقعیت برای بهبود سطح قدرت رقابت‌پذیری و چانه‌زنی این محصولات افزایش خواهد یافت. اما افزایش قیمت‌های رقیب در مورد این محصولات تهدیدی برای قیمت‌های صادراتی محصولات مورد نظر خواهد بود. در این صورت لازم است با استراتژی مناسب در مورد این محصولات (مانند تمرکز روی کشورهای هدف محدود و جلوگیری از تنوع بخشی صادرات) از ادامه کاهش و نوسان قیمت

های صادراتی این محصولات جلوگیری نمود. هرچند این رابطه منفی بین قیمت های رقیب و قیمت های صادراتی در مورد محصولاتی مانند پسته، چای و سیب زمینی معنی دار بوده و در سایر انواع محصولات (انگور، سیب و سیر) این ارتباط در سطح مناسبی معنی دار نبوده است.

در مورد محصولاتی که در آنها انتقال قیمت ها متقارن است، افزایش و کاهش قیمت های جهانی با شدت و سرعت یکسانی به قیمت های صادراتی ایران منتقل و لذا از این حیث اطلاعات در زمان کاهش و افزایش قیمت ها با یک سرعت به صادرکننده ایرانی منتقل خواهد شد و بنابراین صادرکننده ایرانی با ریسک کمتری در این حالت روبرو بوده و می تواند استراتژی مناسبی را در دوره های رکود و رونق با انتقال به موقع اطلاعات طراحی نماید. اما عدم انتقال متقارن یا همان انتقال نامتقارن ریسک صادرکننده را افزایش داده و انتقال اطلاعات را با سرعت یکسان در دوره های افزایش و یا کاهش محصولات مختل خواهد نمود و بنابراین ریسک صادرکننده افزایش خواهد یافت. از دیدگاه نوع انتقال قیمت ها، مناسب ترین وضعیت در بازارهای جهانی مربوط به محصول پسته، در کوتاه مدت و بلندمدت خواهد بود. همچنین صادرکنندگان در مورد محصولات پیاز و سیب مواجه با انتقال متقارن در بلندمدت می باشند. در مورد محصولاتی که انتقال نامتقارن قیمت های جهانی به ایران مشاهده شد، اطلاع رسانی به صادرکننده می تواند از نبیین استراتژی نامناسب در نتیجه انتقال نامتقارن قیمت ها جلوگیری نماید.

جدول ۶-۱ خلاصه نتایج الگوهای اقتصادسنجی

انتقال قیمت		قیمت رقیب		تعداد کشورهای هدف غائب		تعداد کشورهای هدف		تعداد کشورهای هدف اصلی		سهم کشور هدف اصلی	مجموع	محصول
بلندمدت	کوتاه مدت	معنی داری	نوع	معنی داری	نوع	معنی داری	نوع	معنی داری	نوع	نوع		
*	مقارن	✓	منفی	✓	مثبت	✓	مثبت	✓	✓	منفی		پسته
	نامتقارن	x	مثبت	✓	مثبت	x	مثبت	✓	✓	منفی		خرما
	نامتقارن	x	منفی	✓	مثبت	x	مثبت	✓	✓	منفی		انگور
	نامتقارن	✓	مثبت	x	منفی	✓	منفی	x	x	مثبت		پرتقال
	مقارن	x	منفی	✓	مثبت	✓	مثبت	x	x	منفی		پیاز
	نامتقارن	✓	منفی	✓	منفی	✓	مثبت	✓	✓	مثبت		چای
	مقارن	x	منفی	x	منفی	✓	منفی	✓	✓	مثبت		سیب
	نامتقارن	✓	منفی	x	مثبت	x	مثبت	✓	✓	منفی		سیب زمینی
	نامتقارن	✓	مثبت	x	منفی	✓	منفی	✓	✓	مثبت		گوجه فرنگی
*	*	*	مثبت	*	منفی	*	منفی	*	*	مثبت		هنداونه
*	*	*	مثبت	*	مثبت	*	مثبت	*	*	منفی		زعفران
*	*	*	مثبت	*	مثبت	*	مثبت	*	*	منفی		شیر و فراورده های آن
*	*	*	مثبت	*	منفی	*	منفی	*	*	مثبت		کبوی

---: یعنی قیمت واقعی صادراتی رابطه بلندمدت با متغیرهای بیان شده در این جدول نداشته است.

\*: به دلیل محدودیت داده ها الگو برآورد نشده است.

اما در خصوص بررسی ساختار بازارهای صادراتی محصولات کشاورزی، مشخص شد که ایران در بازار محصولاتی مانند پسته، خرما، زعفران و هندوانه، حائز رفتار انحصاری بوده و به همراه چند کشور دیگر در بازار این محصولات می‌توانند بپذیرش ریسک پایین‌تر به صادرات محصولات کشاورزی بپردازند. هرچند که در مورد محصولاتی مانند پسته، زعفران و حتی خرما، قدرت انحصاری ایران با کاهش سهم از بازارهای جهانی تهدید خواهد شد و با ادامه این روند، قدرت انحصاری ایران کاهش خواهد یافت.

اما بطور کلی نتایج این قسمت از مطالعه نشان داد که ساختار بازارهای جهانی محصولات اصلی صادراتی ایران از نوع انحصاری و بویژه بین انحصار بسته و باز بوده است و بازار برخی محصولات مانند پسته از قدرت انحصاری بیشتری برخوردار بوده است. در بازارهایی که ساختار انحصاری (در انواع مختلف آن) داشته و ایران سهمی از بازار نداشته است، ضریب خطر برای صادرکنندگان ایرانی در این بازارهای بیشتر خواهد بود چرا که صادرکنندگان ایرانی در این بازارهای قدرت بازاری مناسبی ندارند.

رهیافت AHP نیز نتایج نشان داد که رتبه اول تا پنجم عوامل مؤثر بر نوسان قیمت‌های صادراتی به ترتیب مربوط به چالش‌های "عدم برنامه‌ریزی تولید برای صادرات"، "فروش فله‌ای محصولات"، "تعرفه بالای کشورهای هدف"، "صادرکننده نبودن تولیدکننده" و "کم بودن آگاهی صادرکننده از قوانین تجاری بین‌المللی" بوده و از دیدگاه کارشناس نیز مهمترین عوامل مؤثر بر نوسان قیمت‌های صادراتی عبارتند از: "عدم برنامه‌ریزی تولید برای صادرات"، "تحریم‌های بین‌المللی"، "افت کیفی تولیدات"، "صادرکننده نبودن تولیدکننده" و "برندسازی". همانگونه که بیان شد، براساس مجموع نظرات کارشناسان و صادرکنندگان، توجه به مشکل عدم برنامه‌ریزی تولید برای صادرات مهمترین مشکل پیش روی موفقیت صادرات و یکی از علل اصلی نوسان قیمت‌هاست. لذا برنامه‌ریزی در جهت تولید با هدف صادرات، همواره منجر به آثار مناسبی در صادرات خواهد شد. فروش فله‌ای محصولات از دیگر مشکلات اصلی از دیدگاه صادرکنندگان عنوان شد. در صادرات فله‌ای ۳۰ درصد محصول طی فرایند بارگیری، حمل و نقل از مبدأ تا مقصد به ضایعات تبدیل می‌شود (اتحادیه ملی محصولات کشاورزی،

۱۳۹۵). اما در اردیبهشت سال ۱۳۹۵ اتحادیه ملی محصولات کشاورزی اعلام نمود که صادرات فله‌ای کالاهای کشاورزی در راستای کاهش ضایعات و تطابق با تقاضای بازارهای بین‌المللی ممنوع گردید و بیان شد که اتحادیه ملی محصولات کشاورزی برای ۲۲ رقم کالا بسته‌بندی مشخصی اعلام کرده و مقرر شده تا از طریق سازمان توسعه تجارت این موضوع و انواع بسته‌بندی‌ها به گمرکات اعلام شود. اما این ممنوعیت صادرات بدون فراهم ساختن زیرساخت‌های لازم جهت عرضه محصولات بسته‌بندی خود در آینده مشکلی بزرگتر خواهد شد. پیش از ممنوعیت صادرات کالاهای فله‌ای باید به تقاضای بازار خارجی توجه نمود. اینکه آیا بازارهای خارجی متقاضی کالای بسته بندی از سوی صادرکنندگان ایرانی هستند؟ بدون بازسازی و ایجاد زیرساخت جهت توسعه صادرات کالاهای بسته‌بندی نمی‌توان با ممنوعیت صادرات فله‌ای به موفقیت بزرگی دست یافت.

تعرفه بالای کشورهای هدف هم یکی دیگر از علل نوسان قیمت‌های صادراتی از دیدگاه صادرکننده بوده است. در مورد محصولاتی که صادرات پایدار در مورد آنها جهت حفظ سهم‌های بازاری اهمیت دارد، لازم است تا این تعرفه بالای کشورهای هدف را به گونه‌ای تخفیف بخشید. گسترش ترتیبات تعرفه‌ای ترجیحی با بازارهای هدف می‌تواند یکی از راه‌کارهای مناسب جهت کاهش تعرفه‌های کشورهای هدف بصورت دوطرفه باشد. ارائه یارانه مستقیم و غیرمستقیم صادرات به محصولاتی که صادرات پایدار داشته و ارزآوری در مورد آنها اهمیت بیشتری دارد، می‌تواند راهکاری جهت تخفیف تعرفه‌های موجود در کشورهای هدف باشد.

صادرکننده نبودن تولید کننده نیز مشکلی دیگر در مسیر نوسان قیمت‌های صادراتی ایران در بازارهای جهانی بوده است. در واقع صادرکننده نبودن تولیدکننده، منجر به افزایش واسطه‌گری و در نتیجه افزایش قیمت‌های تمام‌شده محصولات در بازارهای صادراتی خواهد شد و به این ترتیب محصولات ایرانی توان رقابت با محصولات خارجی را از دست داده و زمانی که در بازارهای جهانی ارزان نیز تقاضا شوند، صادرکننده انگیزه صادرات را برای سال‌های آتی از دست خواهد داد. لذا حمایت از تولیدکنندگانی که در مقیاس بزرگ تولید می‌کنند جهت ورود به بازارهای صادراتی می‌تواند راهگشا باشد.

بهبود آگاهی صادرکننده از قوانین تجاری بین‌المللی نیز از دید صادرکننده مشکلی مهم در ایجاد ثبات در بازارهای صادراتی خواهد بود. به نظر صادرکننده این آگاهی در حال حاضر کم است. ارائه کارگاه‌های آموزشی از سوی خبرگان جهت معرفی قوانین تجاری بین‌المللی و همچنین معرفی امکانات و تسهیلات مهیا شده از طرف دولت مانند صندوق ضمانت صادرات، می‌تواند موقعیت صادرکنندگان ایرانی را در بازارهای جهانی بیشتر تثبیت نماید.

اما از دید کارشناسان، افت کیفی تولیدات نیز مشکلی در راستای نوسان صادراتی صادرکنندگان ایرانی بوده است. این مشکل از دید صادرکننده نیز اولویت ۶ داشته است. یکی از مهم‌ترین دلایل افت کیفی در بخش تولید، انبارداری نامناسب محصولات کشاورزی است. لزوم استاندارد سازی انبارهای نگهداری محصولات و بهبود کمی و کیفی ظرفیت انبارها لازم است مورد توجه قرار گیرد.

برندسازی نیز از دید کارشناسان جزو مهم‌ترین دلایل عدم ثبات در قیمت‌های صادراتی بوده است. البته صادرکننده این مشکل را در اولویت مشکلات در نظر نگرفته است اما با توجه به اهمیت برندسازی در بازارهای جهانی و اینکه این مورد امروزه تبدیل به یک مزیت رقابتی در بین تولیدکنندگان و صادرکنندگان شده است، لازم است این چالش مورد توجه جدی قرار گیرد. در سال ۱۳۹۴ آیین‌نامه ساماندهی تبلیغات و حمایت از نشان (برند)های تجاری داخلی یکی دیگر از آیین‌نامه‌های اجرایی قانون رفع موانع تولید رقابت پذیر بود که از تصویب دولت گذشت.

این آیین‌نامه در راستای توسعه، ترویج و تبلیغ نشان‌های داخلی در بازارهای داخلی و خارجی و با هدف افزایش رقابت‌پذیری کالاها و خدمات ایرانی، تشویق تولیدکنندگان و صادرکنندگان با نشان برتر اجرایی خواهد شد. همانگونه که در این آیین‌نامه حمایت از برندهای داخلی و ترویج و تبلیغ آن‌ها در بازارهای داخلی و خارجی وعده داده شده، انتظار می‌رود که حمایت از برندهای ایرانی تنها در بازارهای داخلی مورد هدف نباشد و برای معرفی این برندها به بازارهای خارجی نیز حمایت‌های لازم از قبیل؛ حمایت از حضور برندها در نمایشگاه‌های

بین المللی و استفاده از ظرفیت‌های دولتی موجود جهت معرفی برندهای ایرانی به بازارهای جهانی مانند استفاده از امکانات سفارتخانه‌ها در کشورهای مختلف، مورد توجه قرار گیرد.

در نهایت مهم‌ترین پیشنهادهای ارائه شده بر مبنای نتایج گرفته شده در بخش‌های اصلی مطابق جدول (۶-۲) خواهد بود:

جدول ۵-۲- پیشنهادهای اصلی ارائه شده از نتایج مطالعه

محصول	پیشنهادهای محصولی از الگوهای اقتصادسنجی و قدرت بازاری	پیشنهادها برای کل صادرات کشاورزی براساس رهیافت AHP
پسته	کاهش اتکا به کشور هدف اول و انتقال بخشی از این سهم به کشورهای اصلی دیگر، تنوع بخشی در کشورهای هدف غالب (که مجموع ۵۰ درصد سهم صادراتی ایران را شامل می شوند)، تنوع بخشی در تعداد سایر کشورهای هدف، توجه به قیمت های جهانی در سیاست گذاری صادراتی و استفاده از تقارن آثار دوره های افزایش قیمت های جهانی با دوره های کاهش این قیمت ها جهت سیاست گذاری بهینه صادراتی	<ul style="list-style-type: none"> <li>برنامه ریزی الگوی تولید با هدف صادرات</li> <li>بازارسازی و ایجاد زیرساخت جهت توسعه صادرات کالاهای بسته بندی و پس از آن</li> <li>کاهش صادرات فله ای محصولات</li> </ul>
خرما	کاهش اتکا به کشور هدف اول و انتقال بخشی از این سهم به کشورهای اصلی دیگر، تنوع بخشی در کشورهای هدف غالب، توجه به تفاوت استراتژی های کوتاه مدت و بلندمدت صادراتی، توجه به انتقال نامتقارن قیمت ها در کوتاه مدت و بلندمدت، اطلاع رسانی به موقع از وضعیت بازارهای جهانی به صادرکننده جهت رفع انتقال نامتقارن اطلاعات در دوره های افزایش و کاهش قیمت های جهانی	<ul style="list-style-type: none"> <li>گسترش ترتیبات تعرفه ای ترجیحی با بازارهای هدف می تواند به عنوان یکی از راه کارهای مناسب جهت کاهش تعرفه های کشورهای هدف بصورت دوطرفه</li> </ul>
انگور	کاهش اتکا به کشور هدف اول و انتقال بخشی از این سهم به کشورهای اصلی دیگر، تنوع بخشی در کشورهای هدف غالب، توجه به تفاوت استراتژی های کوتاه مدت و بلندمدت صادراتی، توجه به انتقال نامتقارن قیمت ها در کوتاه مدت و بلندمدت، اطلاع رسانی به موقع از وضعیت بازارهای جهانی به صادرکننده جهت رفع انتقال نامتقارن اطلاعات در دوره های افزایش و کاهش قیمت های جهانی	<ul style="list-style-type: none"> <li>ارائه یارانه مستقیم و غیرمستقیم صادرات به محصولاتی که صادرات پایدار داشته و ارزش آوری در مورد آنها اهمیت بیشتری دارد در راستای کاهش بار تعرفه ای کشورهای هدف</li> </ul>
پرتقال	تمرکزگرایی در کشورهای هدف جهت دستیابی به قدرت چانه زنی مناسب تر، توجه به تفاوت استراتژی های کوتاه مدت و بلندمدت صادراتی، توجه به انتقال نامتقارن قیمت ها در کوتاه مدت و بلندمدت، اطلاع رسانی به موقع از وضعیت بازارهای جهانی به صادرکننده جهت رفع انتقال نامتقارن اطلاعات در دوره های افزایش و کاهش قیمت های جهانی	<ul style="list-style-type: none"> <li>حمایت از تولیدکنندگانی که در مقیاس بزرگ تولید می کنند جهت ورود به بازارهای صادراتی در راستای هدف صادرکننده بودن</li> </ul>
پیاز	تنوع بخشی در کشورهای هدف غالب، تنوع بخشی در تعداد سایر کشورهای هدف، توجه به انتقال نامتقارن قیمت ها در کوتاه مدت و تلاش در جهت تأمین اطلاعات برای صادرکنندگان از وضعیت بازارهای جهانی در کوتاه مدت	تولیدکنندگان



ادامه جدول ۵-۲- پیشنهادهای اصلی ارائه شده از نتایج مطالعه

محصول	پیشنهادهای محصولی از الگوهای اقتصادسنجی و قدرت بازاری	پیشنهادها برای کل صادرات کشاورزی براساس رهیافت AHP
چای	برنامه‌ریزی جهت تداوم حضور در کشور هدف اصلی (که مهمترین آنها ترکیه و کشورهای عضو CIS هستند) و در عین حال تنوع بخشی در تعداد سایر بازارهای هدف، توجه به انتقال نامتقارن قیمت‌ها در بلندمدت و تلاش در جهت تأمین اطلاعات برای صادرکنندگان از وضعیت بازارهای جهانی در بلندمدت	<ul style="list-style-type: none"> <li>ارائه کارگاه‌های آموزشی از سوی خبرگان جهت معرفی قوانین تجاری بین المللی و همچنین معرفی امکانات و تسهیلات مهیا شده از طرف دولت مانند صندوق ضمانت صادرات</li> </ul>
سیب	برنامه‌ریزی جهت تداوم حضور در کشور هدف اصلی (عراق)، تمرکزگرایی در سایر کشورهای هدف جهت دستیابی به قدرت چانه‌زنی مناسب‌تر، توجه به انتقال نامتقارن قیمت‌ها در کوتاه‌مدت و بلندمدت، اطلاع‌رسانی به موقع از وضعیت بازارهای جهانی به صادرکننده جهت رفع انتقال نامتقارن اطلاعات در دوره‌های افزایش و کاهش قیمت‌های جهانی	<ul style="list-style-type: none"> <li>لزوم استاندارد سازی انبارهای نگهداری محصولات و بهبود کمی و کیفی ظرفیت انبارها در راستای جلوگیری از افت کیفی محصولات تولیدی</li> </ul>
سیب زمینی	کاهش اتکا به کشور هدف اول و انتقال بخشی از این سهم به کشورهای اصلی دیگر، تنوع بخشی در تعداد سایر کشورهای هدف، توجه به انتقال نامتقارن قیمت‌ها در بلندمدت و تلاش در جهت تأمین اطلاعات برای صادرکنندگان از وضعیت بازارهای جهانی در بلندمدت	
گوجه فرنگی	برنامه‌ریزی جهت تداوم حضور در کشور هدف اصلی (عراق)، تمرکزگرایی در سایر کشورهای هدف جهت دستیابی به قدرت چانه‌زنی مناسب‌تر، توجه به انتقال نامتقارن قیمت‌ها در کوتاه‌مدت و بلندمدت، اطلاع‌رسانی به موقع از وضعیت بازارهای جهانی به صادرکننده جهت رفع انتقال نامتقارن اطلاعات در دوره‌های افزایش و کاهش قیمت‌های جهانی	<ul style="list-style-type: none"> <li>توجه به برندسازی و ایجاد و تثبیت برند ملی در بازارهای جهانی به عنوان ابزاری برای ایجاد مزیت رقابتی صادرکنندگان ایرانی در بازارهای جهانی</li> </ul>
هنداونه	برنامه‌ریزی جهت تداوم حضور در کشور هدف اصلی (عراق)، تمرکزگرایی در سایر کشورهای هدف جهت دستیابی به قدرت چانه‌زنی مناسب‌تر	<ul style="list-style-type: none"> <li>حمایت از حضور صادرکنندگان ایرانی در</li> </ul>
زعفران	کاهش اتکا به کشور هدف اول و انتقال بخشی از این سهم به کشورهای اصلی دیگر، تنوع بخشی در تعداد سایر کشورهای هدف،	<ul style="list-style-type: none"> <li>نمایشگاه‌های بین المللی و استفاده از ظرفیت‌های دولتی موجود جهت ایجاد،</li> </ul>
شیر و فراورده‌های آن	کاهش اتکا به کشور هدف اول و انتقال بخشی از این سهم به کشورهای اصلی دیگر، تنوع بخشی در تعداد سایر کشورهای هدف	<ul style="list-style-type: none"> <li>تثبیت و معرفی برندهای ایرانی</li> </ul>
کیوی	برنامه‌ریزی جهت تداوم حضور در کشور هدف اصلی (روسیه)، تمرکزگرایی در سایر کشورهای هدف جهت دستیابی به قدرت چانه‌زنی مناسب‌تر	

مأخذ: یافته‌های مطالعه

## فهرست منابع

۱. اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی تهران. ۱۳۹۴. <http://tccim.ir>.
۲. اتحادیه ملی محصولات کشاورزی. ۱۳۹۵. گزارش رئیس اتحادیه ملی محصولات کشاورزی در خبرگزاری فارس. درج شده در سایت بازار بزرگ کشاورزی ایران.
۳. اسماعیلی دوکی، م، ع و نقوی، م، ب. ۱۳۹۴. نقش شخصیت برند بر رفتار مصرف کننده و موانع موجود برندسازی، اولین کنفرانس بین المللی نقش مدیریت انقلاب اسلامی در هندسه قدرت نظام جهانی (مدیریت، سیاست، اقتصاد، فرهنگ، امنیت، حسابداری)، تهران.
۴. امینی زاده، م، رفیعی، ح، ریاحی، ا، شنکایی، ر و مهرپرور حسینی، ا. ۱۳۹۴. تدوین اولویت های صادراتی کشمش ایران در بازار جهانی، فصلنامه تحقیقات اقتصاد و توسعه کشاورزی، شماره ۲، صفحات ۳۶۳ تا ۳۷۳.
۵. بازار پسته ایران. ۱۳۹۵. <http://www.iranpistachio.net>.
۶. بیابانی، ع. ۱۳۹۵. گزارش قائم مقام خانه کشاورز، خبرگزاری صدا و سیما.
۷. پاسبان، ف. ۱۳۸۵. بررسی عوامل موثر بر صادرات زعفران. فصلنامه پژوهش های اقتصادی، سال ششم، شماره دوم، ص ۱ تا ۱۵.
۸. پدram، م، شیرین بخش، ش و رضایی ایبانه، ب. ۱۳۹۱. بررسی اثرات نامتقارن نوسانات نرخ ارز بر قیمت کالاهای صادراتی. فصلنامه تحقیقات مدل سازی اقتصادی، شماره ۹، ص ۱۴۳ تا ۱۶۶.
۹. پهلوانی، م و ده مردی، ن. ۱۳۸۵. برآورد تابع تقاضای واردات و صادرات در اقتصاد ایران با استفاده از روش هم جمعی (ARDL). مجله اقتصاد، شماره ۳، ص ۱۱۰-۱۲۰.

۱۰. پیری، م و صبوحی، م. ۱۳۸۶. بررسی تاثیر نرخ ارز بر قیمت صادراتی محصولات کشاورزی ایران (مطالعه موردی زعفران). ششمین کنفرانس اقتصاد کشاورزی، مشهد، انجمن اقتصاد کشاورزی ایران، دانشگاه فردوسی مشهد.
۱۱. خداداد کاشی، ف و شهیکی تاش، م. ۱۳۸۴. سنجش درجه رقابت در بازار جهانی کالاهای منتخب سنتی و کشاورزی، فصلنامه اقتصاد کشاورزی و توسعه، صفحات ۱۳۵ تا ۱۶۴.
۱۲. خداداد کاشی، ف. و شهیکی تاش، م. (۱۳۸۴)، سنجش درجه رقابت در بازار جهانی کالاهای منتخب سنتی و کشاورزی، فصلنامه اقتصاد کشاورزی و توسعه، صفحات ۱۳۵ تا ۱۶۴.
۱۳. رستگاری پور، ف و همایونی فر، م. ۱۳۸۶. بررسی عوامل سیاسی و اقتصادی مؤثر بر صادرات غیر نفتی ایران، نشریه اقتصاد کشاورزی، شماره ۳، ص ۳۷۹ تا ۳۸۸.
۱۴. شکوهی، ص. ۱۳۸۹. بررسی استراتژی های رقابتی در بازار صادرات جهانی خشکبار ایران با تاکید بر برندهای ایرانی- مورد مطالعه: صادرات خرماي ایران به بازار اروپا. پایان نامه کارشناسی ارشد. دانشگاه پیام نور.
۱۵. شهسوار، م و دهقان، ف. ۱۳۸۸. بررسی عوامل مؤثر بر بی ثباتی صادرات غیر نفتی (مطالعه موردی: استان های فارس و آذربایجان غربی)، فصلنامه پژوهشها و سیاستهای اقتصادی، شماره ۵۱، صفحات ۱۰۵-۱۲۴.
۱۶. صمدی، ع، ح. ۱۳۸۳. بی ثباتی تجارت (صادرات و واردات) محصولات کشاورزی در اقتصاد ایران (۷۸-۱۳۶۰): تجزیه شاخص بی ثباتی کوپاک، فصلنامه پژوهش های اقتصادی ایران، شماره ۱۸، صفحات ۱۴۱-۱۵۵.

۱۷. عاقل، ح. یوسفزاده، س، منصوری، ه. ۱۳۸۷. بررسی عوامل موثر بر ارزش صادرات محصولات کشاورزی با تاکید بر استانداردهای صادرات (پسته، بادام، زعفران، خرما و سیب). دوره ۲۲، شماره اول، ص ۱۲۵ تا ۱۳۵.
۱۸. عبادی، ج. و شهیکی تاش، م. (۱۳۸۳)، بررسی ساختار بازارهای صنعتی صادراتی کالاهای منتخب، فصلنامه پژوهشنامه بازرگانی، شماره ۳۱، صفحات ۳۳ تا ۵۷.
۱۹. عسگر اولادی، ا. ۱۳۹۳. گزارش هفته نامه تجارت، فصل سوم: اقتصاد ایران - صادرات پسته، شماره ۹۷.
۲۰. فخرایی، ع و احمدی، ح. ۱۳۹۰. بررسی عوامل موثر بر نوسانات درآمدهای ارزی صادرات غیرنفتی. فصلنامه اقتصاد مقداری (بررسی های اقتصادی سابق)، دوره ۸، شماره ۲، تابستان ۱۳۹۰، ص ۱۲۱ تا ۱۴۷.
۲۱. فرج زاده، ز و بخشوده، م. ۱۳۹۰. بررسی ساختار بازار جهانی پسته با تأکید بر قدرت بازار ایران، *اقتصاد کشاورزی و توسعه*، سال نوزدهم، شماره ۷۳. صفحات ۱۲۵ تا ۱۴۵.
۲۲. فرهمند، ک، دانشور کاخکی، م، شاهنوشی، ن، قاسمی، و و همتی کاخکی، ع. ۱۳۹۱. بررسی عوامل موثر بر توسعه بازار زعفران با استفاده از روش دلفی فازی. *مجله اقتصاد کشاورزی*، جلد ۶، شماره ۳، ص ۹۷ تا ۱۱۹.
۲۳. فضلای پور، ع. ۱۳۹۴. ثبت جهانی برند، مزیت رقابتی در بازارهای جهانی است، ویژه نامه دنیای اقتصاد، شماره ۳۶۰۹.
۲۴. قربانی قوبدل، س و شبگو منصف، س، م. ۱۳۹۳. تأثیر اعتبار برند بر وفاداری مشتریان از دیدگاه خریداران لوازم خانگی، *مجله مدیریت بازاریابی*، شماره ۲۳، صفحات ۵۹ تا ۷۸.
۲۵. گمرک جمهوری اسلامی ایران. ۱۳۹۴. مرکز امار و اطلاعات.

۲۶. محمدی، ح و سخی هانی، ف. ۱۳۹۴. عوامل موثر بر عرضه صادرات پسته ایران. مجله تحقیقات اقتصاد کشاورزی، جلد ۷، شماره ۲، ص ۶۳-۸۱.
۲۷. مقدسی، ر. علی شاهی، م. ۱۳۸۶. مطالعه عوامل موثر بر سهم ایران در بازار جهانی محصولات کشاورزی (مطالعه موردی پسته و کشمش). مجله علمی-پژوهشی علوم کشاورزی، سال سیزدهم، شماره ۱، ص ۲۱ تا ۳۷.
۲۸. موسسه پژوهشهای برنامه ریزی، اقتصاد کشاورزی و توسعه روستایی. ۱۳۹۴. دو گزارش شاخص قیمت غذایی فائو و چشم انداز کشاورزی OECD-FAO برای سال های ۲۰۱۵-۲۰۲۴.
۲۹. میری، غ. ۱۳۹۵. رئیس هیات مدیره اتحادیه صادرکنندگان زعفران، پایگاه خبری تحلیلی صراط.
۳۰. نجفی علمدارلو، ح، مرتضوی، س. ا و شمشادی، ک. ۱۳۹۱. عوامل موثر بر صادرات محصولات کشاورزی در کشورهای حوزه اکو. فصلنامه مدل سازی اقتصادی، سال ششم، شماره ۳، ص ۵۹-۷۲.
۳۱. نعمت الهی، ز.، حسین زاده، م.، حسینی یکانی، س.، ع.، میراکبری، ز و شیردل، آ. ۱۳۹۳. بررسی روند تولید و تجارت پسته و ساختار بازار جهانی این محصول، اولین همایش ملی پسته ایران، کرمان.
۳۲. نیک اقبالی، س. ۱۳۷۸. بررسی اثر نوسانات نرخ واقعی ارز و انحرافات نرخ واقعی ارز از مسیر تعادلی آن بر عرضه صادرات محصولات کشاورزی، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشکده علوم اقتصادی و سیاسی، دانشگاه شهید بهشتی.
۳۳. وجدانی تهرانی، ه و علی رازینی، ا. ۱۳۹۱. بررسی و تحلیل و تنوع در بازارهای هدف صادراتی ایران. مجله اقتصاد و توسعه منطقه ای (علمی-پژوهشی) سال نوزدهم، دوره جدید شماره ۳، ص ۲۴ تا ۵۵.
۳۴. هاشمی، س. م. ۱۳۸۹. بررسی تاثیر کاربرد تجارت الکترونیک بر میزان صادرات فرآورده های نفت، گاز و پتروشیمی. فصلنامه پژوهش های بازرگانی، شماره ۵۴، ص ۱۷۱۷-۲۰۰.

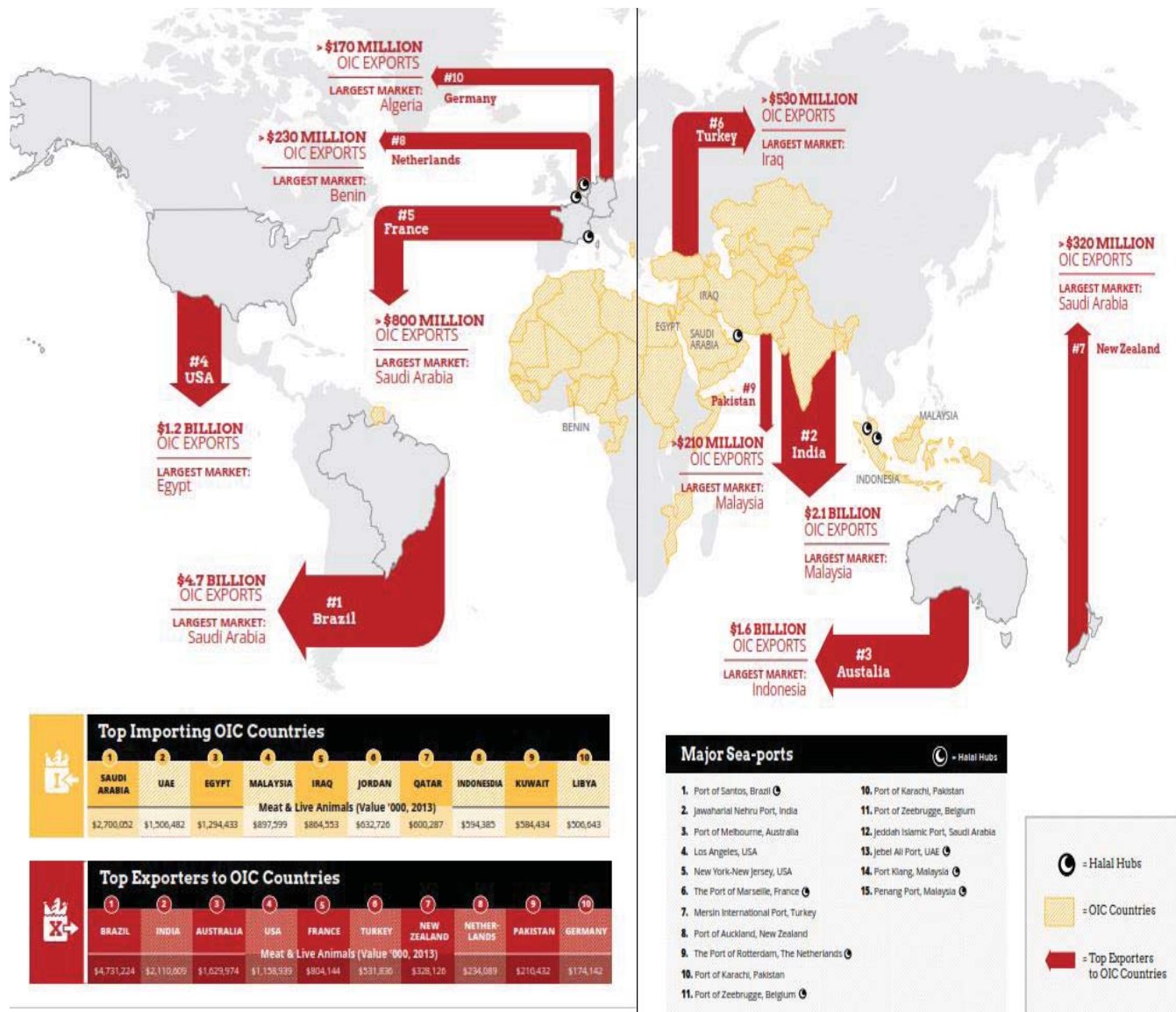
۳۵. همتی، ف. ۱۳۹۰. بررسی عوامل موثر بر صادرات محصولات کشاورزی و بررسی بازارهای هدف این محصولات، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، گرایش علوم اقتصادی، دانشکده اقتصاد و حسابداری دانشگاه آزاد اسلامی، واحد تهران مرکزی.
۳۶. هوشمند، م، دانش نیا، م، عبدالمهی، ز و اسکندری پور، ز. ۱۳۸۹. عوامل موثر بر صادرات غیرنفتی ایران، مجله دانش و توسعه (علمی-پژوهشی) سال هفدهم، شماره ۳۴، ص ۱۲۶ تا ۱۴۵.

37. Aaker, D. A. (1991) Managing Brand Equity: Capitalizing on the Value of a Brand Name, The Free Press.
38. AbAbbot, P.C, Hurt, C, Tyner, W.E. 2009. What's driving food prices, Farm Foundation, Oak Brook. IL, March.
39. Anholt, S. 2005. Brand New Justice: How branding places and products can help the developing world, Elsevier Butterworth-Heinemann, Chapter 1,3, 5.
40. Borden Dairy Company. 2016. <http://www.bordendairy.com>.
41. Chenguang, L., Bai, Junfei. and Gao, Z. 2016. Willingness to Pay for "Taste of Europe": Geographical Origin Labeling Controversy in China, AAEA Annual meeting. Boston, MA, July 31 – Aug. 2.
42. Docherty, C. 2012. Branding Agricultural Commodities: The development case for adding value through branding, International Institute for Environment and Development Report.
43. FAO. 2003. Food and Agriculture Organization Report, Agricultural trade, trade policies and the global food system.
44. FAO. 2016. <http://faostat3.fao.org/home/E>.
45. Foodprocessing. 2016. Top 100 Food and Beverage Companies for 2009-2014.
46. Gafarova G, Perekhozhuk, O and Glaubien, T. 2013. Pricing behavior of Kazakh, Russia and Ukrainian exporters in the international wheat market, Center for International Development and Environmental Research.
47. Grab Lists. 2016. <http://grablists.com/category/brands/>.

48. Hewitt, A. 2007. Options for tackling the commodity price problem, International Institute for Sustainable Development (IISD).
49. Ibarra, H., Hess, U., Syroka, J., and Nucifora, A. (2005). Use of Weather Insurance Markets for Managing Food Supply Risk: Malawi Case Study. Available online at: [http://www.passlivelihoods.org.uk/site\\_files%5Cfiles%5Creports%5Cproject\\_id\\_240%5CWeather%20Insurance%20Markets%20VIII\\_Hess.doc](http://www.passlivelihoods.org.uk/site_files%5Cfiles%5Creports%5Cproject_id_240%5CWeather%20Insurance%20Markets%20VIII_Hess.doc).
50. Ishchukova, N. and Smutka, L. 2013. Revealed comparative advantage of Russian agricultural exports. *Acta Universitatis Agriculturae et Silviculturae Mendelianae Brunensis*, 2013, No. 4, pp. 941–952
51. Islam, Sadequl. 2001. Concentration of international trade in hightechnology products, *Applied Economics Letters*, Vol. 8. PP. 95-97.
52. Karapinar B, Tanaka T. 2013. How to improve world food supply stability under future uncertainty: Potential role of WTO regulation on export restriction in rice, European Association of Agricultural Economists>135th Seminar, August 28-30, 2013, Belgrade, Serbia.
53. Khasanova. S. F., and Fazullina. A. I. 2015. Assessing of the Competitiveness Level in the Industry using the Correlation Analysis on the Example of Agriculture of the Republic of Tatarstan, Russian Federation, *American Journal of Agricultural and Biological Sciences*, Vol 10(1): 12-17.
54. Li. L, Dunford. M and Yeung. G. 2012. International trade and industrial dynamics: geographical and structural dimensions of Chinese and Sino-EU merchandise trade, *Applied Geography*. 1-25.
55. Maddala G.C., Dobson S. and Millen E. 1995. *Microeconomics, The Regulation of Monopoly*, Mc Grawhill Book Company Press. pp. 185-195.
56. Page S, Hewitt A.” World commodity prices: Still a problem for developing countries?” , 2001.
57. Paul K. R, Saxena. R, Chaurasia, S. Zeeshan. M and Simmi. R. 2015. Examining export volatility, structural breaks in price volatility and linkages between domestic and export prices of onion in India, *Agricultural Economics Research Review*>Volume 28, Conference Number, <http://purl.umn.edu/229311>.

58. SEDCO. 2016. Saudi Economic and Development Company (SEDCO). State of the Gloabal Islamic Economy.
59. Tait, P. 2013. Valuing environmental sustainability attributes of food products in India and China: decomposing the value of New Zealand’s “Clean-Green” brand, New Zealand Agricultural and Resources Economics Society Conference, Lincoln University – Canterbury, New Zealand. August 28-30.
60. Trademap. 2016. <http://trademap.org>.
61. Wonderful Pistachios & Almonds LLC. 2016. <http://www.wonderfulpistachiosandalmonds.com>.
62. World Bank. 2005. Annual Report OF World Bank.





نمودار ۲۷۵ پیوست: تجارت برند حلال