

عنوان مقاله:

ارزیابی اثر ساختار بازار واردکنندگان اتحادیه اروپا بر صادرات کشمش ایران

محل انتشار:

مجله تحقیقات اقتصاد کشاورزی، دوره 13، شماره 2 (سال: 1400)

تعداد صفحات اصل مقاله: 20

نویسندگان:

میلااد امینی زاده - دانشجوی دکتری اقتصاد کشاورزی، دانشگاه فردوسی مشهد.

حامد رفیعی - استادیار گروه اقتصاد کشاورزی دانشگاه تهران

احمد قاسمی - دانشجوی دکتری اقتصاد کشاورزی، دانشگاه فردوسی مشهد

محمدرضا رضانی - دانشجوی دکتری اقتصاد کشاورزی، دانشگاه فردوسی مشهد

خلاصه مقاله:

کشمش یکی از محصولات مهم صادراتی ایران است که همواره از مزیت صادراتی برخوردار است. با این وجود، میزان صادرات ایران به اتحادیه اروپا به عنوان بزرگترین واردکننده کشمش دنیا بسیار پایین است. از این رو هدف پژوهش حاضر، ارزیابی مولفه های اثرگذار با تاکید بر نقش ساختار بازار وارداتی کشورهای عضو اتحادیه اروپا بر صادرات کشمش ایران به این اتحادیه در دوره زمانی ۲۰۰۱-۲۰۱۶ است. به منظور دستیابی به هدف پژوهش حاضر، از الگوی جاذبه با استفاده از داده های تابلویی نامتوازن استفاده شده است. براساس نتایج، متغیر درآمد سرانه شرکای تجاری، اثر مثبت و معنی دار بر صادرات کشمش ایران داشته است. درحالی که تفاوت اقتصادی میان ایران و شرکای تجاری و بحران اقتصادی جهانی اثری منفی و معنی دار بر صادرات کشمش ایران داشته است. همچنین ساختار بازار وارداتی شرکای تجاری اثری معنی دار بر صادرات کشمش ایران ندارد. در نتیجه ساختار بازار وارداتی عامل محدودکننده جدی به شمار نمی رود. براین اساس پیشنهاد می شود صادرکنندگان با برنامه های مناسب بازاریابی، نفوذ به بازارهای کشورهای اتحادیه اروپا را به عنوان یکی از مهمترین و پردرآمدترین بازارهای هدف در برنامه های صادراتی پیش رو قرار دهند.

کلمات کلیدی:

ایران، اتحادیه اروپا، الگوی جاذبه، صادرات کشمش

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1906855>

