

تحلیل آماری تجارت بین‌الملل در سال ۲۰۰۶

سازمان جهانی تجارت

ترجمه: محمدحسن زارع و دکتر علی کاوند *

چکیده

گزارش ۱۱۰ صفحه‌ای سازمان جهانی تجارت که ترجمه بخشی از آن در صفحات بعد خواهد آمد، مروری همراه با جزئیات از تحولات تجاری برحسب منطقه و محصول در سال ۲۰۰۵ ارائه می‌دهد. اطلاعات مربوط به جریانهای تجاری جاری با جداولی حاوی داده‌های مربوط به یک روند بلندمدت‌تر از تجارت جهانی تکمیل شده است.

پاسکال لامی، مدیرکل سازمان جهانی تجارت به هنگام نشر گزارش سالیانه سازمان جهانی تجارت تحت عنوان **آمار تجارت بین‌الملل ۲۰۰۶** گفت: سال ۲۰۰۵، نرخ کاهنده‌ای در تجارت جهانی را تجربه کرد که آن نیز حاصل فعالیت اقتصادی کمتر بود. وی همچنین در ادامه اظهار داشت: در مواقع بی‌ثباتی، یک نظام قانونمند تجارت چندجانبه بهترین سیاست مطمئن برای اقتصاد جهانی است. به گفته وی ادامه وضعیت بی‌تصمیمی در مذاکرات دور دوحه، به اعتماد به نظام تجاری چندجانبه به عنوان موتور رشد اقتصادی و توسعه ضربه زده است و اکنون زمان اقدامات سیاسی فرا رسیده است تا مذاکرات دور مذکور را با موفقیت به پایان برسانیم.

* پژوهشگران دفتر نمایندگی تام‌الاختیار تجاری

ویژگیهای مهم تحولات جهانی تجارت در سال ۲۰۰۵ که در گزارش مذکور بر آنها تأکید شده است عبارتند از:

🌐 فعالیت اقتصادی کمتر در سطح جهانی باعث سرعت کمتر توسعه تجارت در جهان در سال ۲۰۰۵ شد. رشد صادرات واقعی کالاها به ۶ درصد کاهش یافت (از ۹/۵ درصد در سال ۲۰۰۴)، اما سرعت آن هنوز به طور قابل ملاحظه‌ای از رشد تولید جهانی کالاها بیشتر است. همچنین، تجارت محصولات کارخانه‌ای، برحسب مقادیر واقعی، بیشترین پویایی بخش کالا را در برداشت، به طوری که رشد آن ۷ درصد بود، حال آن که رشد تجارت مواد سوختی و محصولات معدنی فقط ۲/۵ درصد افزایش یافت و به عبارتی کمترین رشد را نسبت به سایر بخشها در سال ۲۰۰۵ تجربه کرد. صادرات محصولات کشاورزی برحسب مقادیر واقعی ۵/۵ درصد رشد کرد و برعکس دو بخش دیگر، نسبت به سال قبل رشد بیشتری داشت. از میان سه بخش مذکور، رشد بخش کشاورزی بیشترین اختلاف رشد را در رشد تجارت نسبت به رشد تولید داشت.

🌐 در سال ۲۰۰۵، تحولات قیمتی، تأثیر زیادی بر الگوهای تجارت جهانی گذاشت. افزایش بیشتر قیمت‌های مواد سوختی و محصولات معدنی با نرخ رشد کاهنده قیمت‌های صادراتی محصولات کشاورزی و محصولات کارخانه‌ای مغایرت داشت. قیمت کلیه محصولات کارخانه‌ای به دلیل کاهش قیمت کالاهای الکترونیکی تقلیل یافت.

🌐 تأثیر بسیار متفاوت تحولات قیمتی برحسب بخش در سال ۲۰۰۵ طوری است که جریانهای تجاری واقعی یا بر حسب حجم خلاصه شده در فوق، با تحولات اسمی تجارت که بر حسب ارزش جاری دلار در ذیل گزارش شده است اختلاف زیادی دارد.

🌐 تجارت کالا عموماً به علت تحولات قیمتی برای سومین سال متوالی سریعتر از تجارت خدمات بازرگانی افزایش یافت. در سال ۲۰۰۵، ارزش دلاری صادرات جهانی کالاها ۱۳ درصد افزایش یافت و بالغ بر ۱۰/۱۶ تریلیون دلار گردید و صادرات خدمات بازرگانی نیز ۱۰ درصد افزایش یافت و به ۲/۴۱ تریلیون دلار رسید.

در میان پنجاه صادرکننده عمده کالایی جهان، عرضه‌کننده‌های عمده محصولات سوختی و معدنی، صادرات کالایی خود را برحسب ارزش دلار حداقل به اندازه یک سوم افزایش دادند. برای مثال، فدراسیون روسیه ۳۳ درصد، عربستان سعودی ۴۴ درصد، ایران ۳۵ درصد، ونزوئلا ۴۳ درصد، الجزایر ۴۷ درصد، کویت ۵۷ درصد و نیجریه ۳۶ درصد افزایش ارزش صادرات کالایی داشتند. در میان صادرکنندگان عمده‌ای که محصولات کارخانه‌ای صادر می‌کنند، چین نسبت به دیگران با افزایشی قابل ملاحظه در صادرات این محصولات با نرخ رشد ۲۸ درصد در سال ۲۰۰۵ برتری داشت.

در سال ۲۰۰۵ در میان عمده‌ترین صادرکنندگان خدمات بازرگانی، فعالترین صادرکنندگان با افزایش ارزش ۱۵ درصد یا بیشتر در صادرات خدمات خود عبارت بودند از چین، هند، لوکزامبورگ، فدراسیون روسیه، لهستان، مکزیک، برزیل، و مجارستان.

قیمتهای بالاتر محصولات سوختی در تغییر جریانهای تجاری منطقه‌ای مؤثر بود که این امر منجر به رونق اقتصادی کشورهای صادرکننده نفت شد و رشد واردات کالایی و خدماتی آنها را باعث شد. خاورمیانه، آفریقا، جامعه کشورهای مستقل مشترک‌المنافع و آمریکای جنوبی و مرکزی که عمدتاً محصولات سوختی و معدنی صادر می‌کنند، نرخ رشد صادرات کالایی بین ۲۵ و ۳۵ درصد را در سال ۲۰۰۵ تجربه کردند. بعلاوه، رشد واردات در این چهار منطقه بیشتر از نرخ متوسط واردات جهانی (بین ۱۷ تا ۲۵ درصد) افزایش یافت.

در سال ۲۰۰۵، ارزش صادرات جهانی محصولات سوختی ۴۱ درصد افزایش یافت و به ۱/۴ تریلیون دلار بالغ گشت. سهم آن در صادرات جهانی کالاها به ۱۳/۸ درصد رسید که تقریباً طی دو دهه گذشته بیشترین سطح را داشته است.

در سال ۲۰۰۵، در میان محصولات کارخانه‌ای، آهن و فولاد و موادشیمیایی نرخ رشد تجاری بالاتر از رشد متوسط را برحسب ارزش دلار از خود نشان دادند، حال آن که نرخ رشد تجاری محصولات مربوط به خودرو، پوشاک و منسوجات کمتر از نرخ رشد

متوسط محصولات کارخانه‌ای بود.

در سال ۲۰۰۵، خاتمه یافتن موافقت‌نامه منسوجات و پوشاک سازمان جهانی تجارت تأثیر عمده‌ای بر جریان تجارت این گروه از محصولات داشت. کشورهای چین، هند و پاکستان نقش خود را در صادرات جهانی منسوجات و پوشاک بیشتر کردند، حال آن که عرضه‌کنندگان مناطق آمریکای جنوبی و مرکزی و آفریقا سهم بازارشان را در مورد این محصولات از دست دادند.

مناطق و اقتصادهای صادرکننده نفت، مازاد تجاری خود را بیشتر افزایش دادند، حال آن که کسری تجاری آمریکا به ۷۹۳ میلیارد دلار معادل تقریباً ۸ درصد ارزش صادرات جهانی کالاها افزایش یافت.

۱) مهمترین تحولات تجارت جهانی در سال ۲۰۰۵

اقتصاد جهانی بعد از سه دهه رشد و رسیدن به نقطه اوج خود در سال ۲۰۰۴، در سال ۲۰۰۵ با رکود مواجه شد. این رکود عمدتاً به خاطر عملکرد اقتصادی ضعیف اتحادیه اروپا، ایالات متحده آمریکا و تعدادی از کشورهای مهم در عرصه تجارت از جمله کره جنوبی، تایوان و برزیل بود. با این که در سال ۲۰۰۵ رونق اقتصادی ژاپن بیشتر شد، رشد تولید ناخالص داخلی آن همچنان ملایم و در حد ۲/۶ درصد بود. کاهش رشد اقتصادی کشورهای توسعه‌یافته در سال ۲۰۰۵ با افزایش رشد اقتصادی مناطق آفریقا، خاورمیانه و جمهوریهای مستقل مشترک‌المنافع همراه بود، به طوری که رشد اقتصادی در هر کدام از این مناطق از ۵ درصد فراتر رفت. در آسیای در حال توسعه، دو کشور چین و هند که پرجمعیت‌ترین کشورهای جهان هستند بار دیگر رشد اقتصادی استثنایی را به ثبت رساندند که از ۸ تا ۱۰ درصد گزارش شده است. در آمریکای جنوبی و مرکزی بجز برزیل که رشد اقتصادی پایینی را در سال ۲۰۰۵ تجربه کرد در بقیه کشورهای این منطقه رشد اقتصادی به ۶/۵ درصد رسید.

عملکرد اقتصادی ضعیف کشورها در سطح جهان باعث کاهش سرعت گسترش تجارت کالا و خدمات در سال ۲۰۰۵ شد. حجم صادرات کالایی ۶ درصد افزایش یافت

که این افزایش بسیار بیشتر از حجم تولید جهانی کالا بود. رشد تولید در بخش صنعت سریعتر از بخشهای معدن و کشاورزی بود و در هر کدام از این بخشها رشد تجارت بیشتر از رشد تولید بود. نسبت تجارت به تولید ناخالص داخلی یک مقیاس ابتدایی برای اندازه گیری میزان جهانی شدن اقتصاد تلقی می شود. با استفاده از این مقیاس می توان نشان داد که آزادسازی تجاری در همه مناطق اقتصادی جهان در سال ۲۰۰۵ افزایش یافته است.

افزایش شدید قیمت مواد سوختی در سال ۲۰۰۵ منجر به افزایش سریع قیمت کالاهای تجاری در سطح بین المللی شد، اما براساس اندازه گیریهای انجام شده با استفاده از شاخص ضمنی تعدیل کننده تولید ناخالص داخلی و شاخص قیمت مصرف کننده می توان دریافت که باعث افزایش عمومی قیمت داخلی این کالاها نشد. قیمت کالاهای صنعتی و محصولات کشاورزی تجاری بین المللی به خاطر تقویت نسبی دلار آمریکا در مقابل پولهای رایج سایر قدرتهای عمده تجاری (نمودار شماره ۱) در سال ۲۰۰۵ نسبت به سال ۲۰۰۴ کمتر افزایش یافت.

نمودار ۱) افزایش ارزش یک واحد صادرات کالا بر حسب بخشهای طی سالهای ۲۰۰۴ و ۲۰۰۵ (درصد تغییر سالیانه)



افزایش ملایم ارزش یوان چین در مقابل دلار آمریکا از اواسط سال ۲۰۰۵ - یعنی

زمانی که مقامات چینی اجازه انعطاف بیشتر پول این کشور را دادند - و رشد اقتصادی بالای اقتصاد چین منجر به افزایش بیشتر قیمت کالاهای صادراتی این کشور نشد. قیمت کالاهای صنعتی وارد شده به ایالات متحده آمریکا از کلیه کشورها در سال ۲۰۰۵ ثبات داشت و حتی قیمت واردات این کشور از چین کمی کاهش یافت. [۱] با این حال، افزایش بسیار ملایم قیمت کالاهای صنعتی تجاری نوسانات قیمتی بزرگ را در یک سطح کوچکتر پنهان می‌کرد. به طور اخص، قیمت صادرات کالاهای الکترونیکی همچنان کاهش یافت، حال آن که قیمت فرآورده‌های آهنی و فولادی و مواد شیمیایی شاهد افزایشی بالاتر از حد متوسط بود.

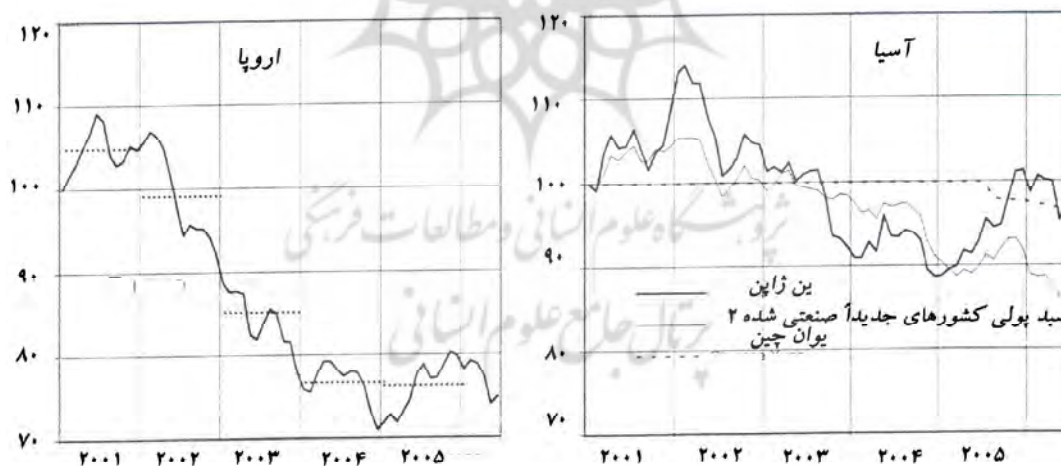
افزایش قیمت مواد سوختی در سال ۲۰۰۵ باعث تغییرات عمده‌ای در جریان تجارت منطقه‌ای شد، به طوری که صادرات کشورها و مناطق صادرکننده نفت افزایش یافت و موجب رشد بیشتر واردات کالاها و خدمات مختلف به این کشورها شد. سهم صادرات کشورهای صادرکننده نفت در صادرات جهانی افزایش و در مقابل سهم صادرات کشورهای واردکننده نفت کاهش یافت. چین، مهمترین استثنای این قاعده کلی بود. با وجود این که این کشور واردکننده محض مواد سوختی است، رشد صادرات آن بسیار سریعتر از رشد وارداتش گزارش شده است.

انقضای موافقت‌نامه منسوجات و پوشاک و پایان یافتن محدودیتهای مقداری در این بخش در اوایل سال ۲۰۰۵ به رغم اعمال برخی محدودیتهای بر صادرات پوشاک و منسوجات چین در نیمه دوم سال ۲۰۰۵، تأثیر زیادی بر تجارت بین‌المللی این نوع کالاها داشت. یکی از مهمترین پیامدهای حذف آخرین سهمیه‌های مربوط به واردات منسوجات در کانادا، اتحادیه اروپا و ایالات متحده آمریکا، تغییر سهم عرضه‌کنندگان اصلی این کالا در بازار این کشورها و مناطق بود. همان‌گونه که در گزارش تجارت جهانی ۲۰۰۶ نشان داده شده است، کشورهای چین و هند سهم خود را در این بازار بشدت گسترش دادند، در حالی که بسیاری از عرضه‌کنندگان منطقه آمریکای جنوبی و مرکزی و منطقه آفریقا بخشی از سهم خود را در این بازار از دست دادند و در برخی موارد افت شدید صادرات پوشاک و منسوجات از برخی کشورهای این مناطق ثبت شده است. همچنین تعدادی از

کشورهای آسیایی تازه صنعتی شده شاهد کاهش بیشتر صادرات پوشاک و منسوجات خود در سال ۲۰۰۵ بودند.

تحولات جریان تجارت کالایی باعث عدم موازنه بیشتر حساب جاری در سطح جهان شد. در حالی که کشورها و مناطق صادرکننده نفت و بسیاری از کشورهای آسیایی، مازاد تراز تجاری خود را در سال ۲۰۰۵ افزایش دادند، ایالات متحده آمریکا شاهد افزایش کسری تجاری خود تا ۷۹۳ میلیارد دلار یعنی معادل ۸ درصد صادرات کالا در سطح جهان بود. تغییرات نرخ ارز مربوط به یوان چین و پولهای رایج اروپا در طول سال ۲۰۰۵ به کاهش کسری حساب جاری آمریکا در این سال کمک نکرد، اما احتمالاً تقویت دلار کانادا در افزایش صادرات آمریکا به این کشور نقش داشت. افزایش جزئی ارزش یوان چین در نیمه دوم سال ۲۰۰۵ تأثیر آشکاری بر جریان تجارت دوجانبه بین این کشور و ایالات متحده آمریکا نداشت (نمودار شماره ۲).

نمودار ۲) تغییرات دلار در مقابل پولهای اروپایی و آسیایی طی سالهای ۲۰۰۱-۲۰۰۶ (شاخص ۱۰۰ = ژانویه ۲۰۰۱)



- ۱- سید پولی که بر حسب ارزش تجاری پولهای اروپایی موزون شده است و عبارتند از پولهای منطقه یورو، انگلیس، سوئیس، سوئد، نروژ، بلغارستان، جمهوری چک، استونی، مجارستان، لتونی، لیتوانی، لهستان، رومانی و جمهوری اسلواکی.
 - ۲- سید پولی که بر حسب ارزش تجاری وون کره جنوبی، دلار سنگاپور و دلار تایوان موزون شده است.
- منبع: صندوق بین المللی پول (آمار مالی بین المللی) ومحاسبات دبیرخانه سازمان جهانی تجارت.

تحولات سریع تجارت چین از زمان الحاق این کشور به سازمان جهانی تجارت در سال

۲۰۰۱ باعث افزایش نقش آن در تجارت بین‌المللی شده است. چین سومین قدرت تجارت کالایی دنیا در سال ۲۰۰۴ شد و احتمالاً در سال ۲۰۰۷ با توجه به مجموع تجارت آن (صادرات به علاوه واردات) و بر مبنای محاسبات کشوری به رتبه دوم جهان می‌رسد. در گذشته دو جنبه از افزایش رتبه چین در تجارت جهانی بیشترین توجه را به خود معطوف کرد: اولین مورد تأثیر صادرات چین بر بازار کشورهای توسعه‌یافته و همچنین بر توسعه اقتصادی این کشور بود. از سال ۲۰۰۳، چین به عنوان یکی از بازارهای اصلی کالاهای اولیه ظاهر شده است، در حالی که بعد از انقضای موافقت‌نامه منسوجات و پوشاک سازمان جهانی تجارت، تحولات تجارت منسوجات حاوی هشدار بود مبنی بر این که صادرات چین بر صادرات سایر کشورهای در حال توسعه در بازارهای ثالث تأثیر می‌گذارد و رقابت بین این کشورها را در بازارهای داخلی خود افزایش می‌دهد. یک نگاه اجمالی به تحولات تجاری دنیا در سال ۲۰۰۵ برخی از جنبه‌های تجارت چین با آفریقا را برجسته می‌سازد، از جمله این که تجارت بین این دو از سال ۲۰۰۲ تا سال ۲۰۰۵ در هر دو جهت بیش از سه برابر شده و جالب این که واردات چین از آفریقا بر صادراتش به این منطقه فزونی گرفته است. همچنین، می‌توان دریافت که ساختار جریان تجارت دوجانبه چین و آفریقا بشدت مکمل یکدیگر است، به طوری که از یک طرف صادرات عمده چین به آفریقا کالاهای صنعتی بوده و از طرف دیگر چین عموماً کالاهای غیرصنعتی که عمدتاً شامل مواد سوختی و برخی محصولات کشاورزی می‌شود از آفریقا وارد کرده است.

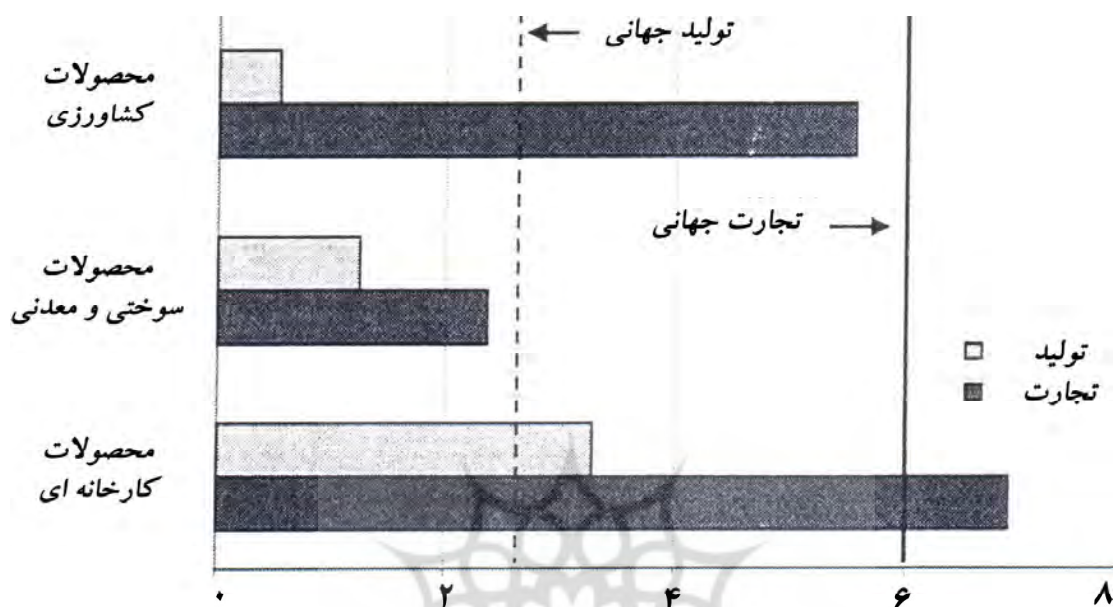
۲) حجم تجارت کالا و تحولات تولید در سال ۲۰۰۵

حجم صادرات کالا در سال ۲۰۰۵ به میزان ۶ درصد افزایش یافت. اگر چه سرعت رشد تجارت در سال ۲۰۰۵ در مقایسه با سال قبل از آن کاهش آشکاری یافت، اما این رشد همچنان بالاتر از میانگین رشد تجارت بین سالهای ۲۰۰۰ تا ۲۰۰۵ بود. کاهش سرعت رشد واقعی تجارت کالا را می‌توان به کاهش صادرات کالاهای صنعتی که بزرگترین بخش از تجارت کالا در جهان را به خود اختصاص می‌دهد، نسبت داد. با وجود این، رشد تجارت ۷ درصدی کالاهای صنعتی در سال ۲۰۰۵ از میانگین رشد سالیانه دوره ۲۰۰۰ تا ۲۰۰۵ بیشتر و از رشد تجارت دو بخش دیگر کالایی (کشاورزی و معدن) سریعتر بود. رشد واقعی تجارت در بخش معدن در سال ۲۰۰۵ با کاهش شدید به ۲/۵ درصد رسید،

در حالی که تولید در این بخش فقط یک درصد رشد داشت (نمودار شماره ۳). ظرفیت تولیدی محدود همراه با افزایش شدید قیمت‌ها، گسترش تجارت در بخش معدن را محدود کرد و ضعیفترین عملکرد را در بین همه بخش‌های کالایی به یادگار گذاشت. برخلاف دو بخش صنعت و معدن، تجارت در بخش کشاورزی در سال ۲۰۰۵ شدت گرفت و با نرخ ۵/۳ درصد رشد کرد، به طوری که از سال ۱۹۹۷ تاکنون قویترین رشد سالیانه محسوب می‌شود. رونق رشد تجاری بخش کشاورزی تقریباً همراه با رکود جهانی تولید در این بخش بود. تسریع حجم صادرات جهانی محصولات کشاورزی در سال ۲۰۰۵ به رونق صادرات آمریکای شمالی در این سال و رشد مداوم صادرات این محصولات از منطقه آمریکای جنوبی و مرکزی و تا حدودی افزایش صادرات این محصولات از کشورهای اروپایی مربوط می‌شود.

تجارت جهانی در هر سه بخش کالایی سریعتر از تولید جهانی در این سه بخش گسترش یافت و این ویژگی در طول دو دهه گذشته مشاهده شده است. تجارت کالاهای صنعتی نیز بار دیگر رشد بسیار بیشتری از تولید این کالاها در سال ۲۰۰۵ داشت. با وجود این، به دلیل نوسانات نزولی دوره‌ای، اختلاف رشد تولید و تجارت در این بخش در سال مذکور نسبت به سطح استثنایی سال ۲۰۰۴ کاهش چشمگیری داشت. با این که بین رشد سالیانه تجارت و تولید در بخش صنعت رابطه نزدیکی وجود دارد، این رابطه در بخش‌های کشاورزی و معدن ضعیفتر است. یک افزایش قابل توجه در تولید محصولات کشاورزی کشورهای واردکننده عمده این محصولات می‌تواند به کاهش نیازهای وارداتی آنها و در نتیجه به کاهش رشد تجارت جهانی این محصولات منجر گردد. متقابلاً، افزایش تقاضای وارداتی کشورهای واردکننده مواد غذایی همراه با رشد محدود تولید داخلی محصولات کشاورزی در این کشورها (مانند آنچه در بسیاری از کشورهای صادرکننده نفت اتفاق افتاد) می‌تواند به رشد تجارت جهانی سرعت بخشیده ولی تأثیر ناچیزی بر تولید جهانی داشته باشد. رکود در تولید محصولات کشاورزی در یک سال معین باعث کاهش صادرات در بیش از یک دوره می‌شود و پس از سالی که برداشت کمی داشته است احتمالاً صادرات در سال تقویمی به مراتب کمتر خواهد بود. براساس اطلاعات موجود، تولید کشاورزی در سال ۲۰۰۵ در مناطق آمریکای شمالی و اروپا کمی کاهش یافت، اما صادرات آنها افزایش پیدا کرد. [۲]

نمودار ۳) رشد حجم تجارت و تولید جهانی کالا بر حسب بخشهای مختلف در سال ۲۰۰۵
(درصد تغییر)



۳) ارزش تجارت کالا و خدمات بازرگانی

صادرات جهانی کالا در سال ۲۰۰۵ با ۱۳ درصد رشد به ۱۰/۲ میلیارد دلار رسید. خدمات بازرگانی در این سال ۱۰ درصد رشد کرد و به ۲/۴ میلیارد دلار رسید. در سال ۲۰۰۵ برای سومین سال پیاپی رشد صادرات خدمات بازرگانی کمتر از صادرات کالا بود (جدول شماره ۱).

تغییرات قیمتی بسیار متفاوت در سه بخش کالایی باعث تفاوت فاحش بین ارزش دلاری رشد تولید در این سه بخش در سال ۲۰۰۵ شد. قیمت محصولات کشاورزی و کالاهای صنعتی در سال ۲۰۰۵ به شکل ملایمی افزایش یافت، به طوری که این افزایش کندتر از سال میلادی قبل از آن بود. در مقابل، قیمت مواد سوختی و محصولات معدنی در سال ۲۰۰۵ به میزان ۳۳ درصد بالا رفت (نمودار شماره ۱).

نمودار شماره ۴ صادرات جهانی کالا براساس ۱۴ گروه کالایی را طبق رشد سالیانه ارزش دلاری صادرات آنها نشان می‌دهد. بیشترین رشد سالیانه صادرات که کمی بیش از ۴۰ درصد است به مواد سوختی اختصاص دارد. تقریباً همه این رشد را می‌توان معلول

افزایش قیمت نفت خام و گاز طبیعی دانست. صادرات جهانی مواد سوختی در سال ۲۰۰۵ به ۱/۴ میلیارد دلار و سهم آن از صادرات جهانی کالا به ۱۳/۸ درصد رسید که تقریباً در دو دهه گذشته بی نظیر بوده است.

جدول ۱) صادرات جهانی کالا و خدمات بازرگانی طی سالهای ۲۰۰۰-۲۰۰۵
(به میلیارد دلار و درصد)

درصد تغییر سالیانه					ارزش	سال	
۲۰۰۵	۲۰۰۴	۲۰۰۳	۲۰۰۲	۲۰۰۰-۲۰۰۵	۲۰۰۵		
۱۳	۲۲	۱۷	۵	۱۰	۱۰۱۵۹		کل کالاها
۸	۱۵	۱۶	۶	۹	۸۵۲		محصولات کشاورزی
۳۶	۳۳	۲۴	-۱	۱۵	۱۷۴۸		محصولات سوختی و معدنی
۱۰	۲۱	۱۶	۵	۹	۷۳۱۲		محصولات کارخانه‌ای
۱۰	۲۰	۱۴	۷	۱۰	۲۴۱۵		خدمات بازرگانی
۱۲	۲۴	۱۳	۵	۱۰	۵۷۰		حمل و نقل
۸	۱۸	۱۰	۵	۷	۶۸۵		مسافرت
۱۱	۱۸	۱۸	۱۰	۱۲	۱۱۶۰		سایر خدمات بازرگانی

منبع: سازمان جهانی تجارت.

قیمت فلزات در سال ۲۰۰۵ بشدت افزایش یافت، به طوری که سنگ آهن ۷۱ درصد، اورانیوم ۵۵ درصد، روی ۳۱ درصد و مس ۲۸ درصد افزایش قیمت داشت. این تغییرات قیمتی دلیل اصلی افزایش شدید ارزش تجارت سنگها و مواد معدنی و فلزات غیر آهنی در سال ۲۰۰۵ بود و تأثیر زیادی بر افزایش صادرات جهانی آهن آلات و فراورده‌های فولادی در این سال برجا گذاشت. رشد جهانی تجارت کالاهای صنعتی در سال ۲۰۰۵ برخلاف روند تغییرات بلندمدت آن و در ادامه روند رشد دو سال گذشته، کمتر از رشد کل تجارت کالایی بود. آهن آلات و محصولات فولادی در میان کالاهای صنعتی، تنها گروه کالایی

بودند که افزایش قیمت دو رقمی را تجربه کردند و این نشاندهنده آن است که افزایش ارزش تجارت این گروه کالایی در سال ۲۰۰۵ که در حدود ۱۸ درصد بود عمدتاً مربوط به تغییرات قیمت آن می‌شد. همچنین تفاوت‌های فاحشی در رشد تجارت این گروه کالایی بین مناطق مختلف اقتصادی در سال ۲۰۰۵ مشاهده شد. در اروپا تجارت گروه کالایی مذکور در حدود ۱۰ درصد رشد کرد که کمتر از نصف نرخ رشد تجارت آن در منطقه آسیا یا آمریکای شمالی بود.

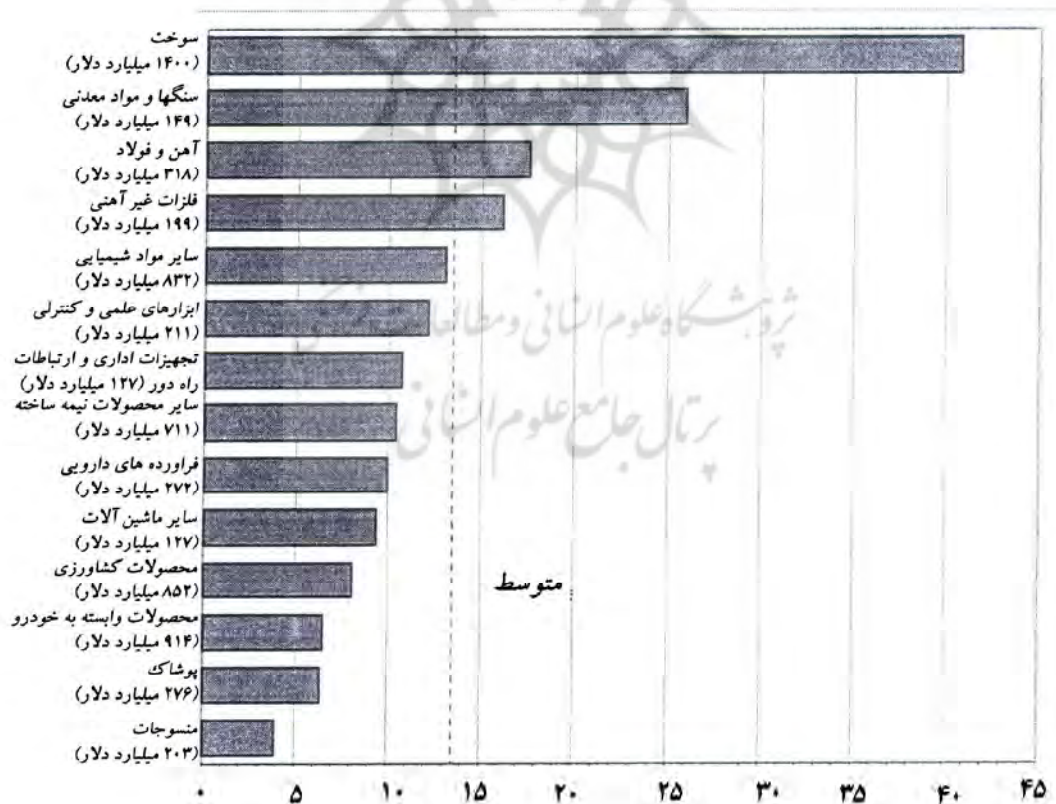
فراورده‌های دارویی در بین کالاهای صنعتی بیشترین رشد صادراتی را بین سالهای ۲۰۰۰ تا ۲۰۰۵ به خود اختصاص داد، اما رشد سالیانه آنها در سال ۲۰۰۵ همچنان کمتر از سایر کالاهای شیمیایی از جمله محصولات پتروشیمی باقی ماند. صادرات تجهیزات اداری و ارتباطات راه دور در سال ۲۰۰۵ به میزان ۱۱ درصد افزایش یافت. برای اولین بار از زمان آغاز رونق ارتباطات اینترنتی در سال ۲۰۰۱، رشد تجارت در این بخش از کالاهای صنعتی پیشی گرفت. تجارت تجهیزات اداری و ارتباطات راه دور در خلال دهه ۱۹۹۰ دو برابر سریعتر از تجارت سایر کالاهای صنعتی گسترش یافته بود. رشد مجدد این بخش را باید به طور کامل به خاطر تجهیزات ارتباطات راه دور دانست و به همین علت وضعیت به وجود آمده با تحولاتی که در دهه ۱۹۹۰ در مورد این کالاها به وجود آمد متفاوت است. تجارت در این زیرگروه کالایی ۱۹ درصد افزایش یافت و به ۴۶۵ میلیارد دلار رسید، در حالی که صادرات تجهیزات داده‌پردازی الکترونیکی و تجهیزات اداری و همچنین مدارهای یکپارچه و قطعات الکترونیکی به ترتیب ۸ و ۵ درصد رشد کرد.

صادرات رایانه‌ها و نیمه‌هادیها در دهه ۱۹۹۰ پویاتر از تجهیزات ارتباطات راه دور بود. این در حالی است که رشد فعلی تجارت تجهیزات ارتباطات راه دور به خاطر رشد شدید تقاضا برای تلفنهای همراه، تجهیزات ارتباطی بی‌سیم و تلویزیونهای رنگی با صفحه مسطح می‌باشد.

صادرات جهانی صنعت خودروسازی در سال ۲۰۰۵ به میزان ۶ درصد رشد کرد که نسبت به رشد سال قبل از آن به شکل محسوسی کمتر بود و حتی کمتر از سالهای ۲۰۰۰ تا ۲۰۰۵ بود. تولید جهانی اتومبیل در سال ۲۰۰۵ همراه با رکود بود، به گونه‌ای که اگر تولید

در این بخش به صورت واحدی سنجیده شود، تنها ۲ درصد افزایش مشاهده می‌شود. روندهای مختلف رشد تقاضای منطقه‌ای و جابه‌جایی‌های محل تولید خودرو، شکل‌دهنده جریان تجارت این کالا در سال ۲۰۰۵ بود. افزایش تقاضای وارداتی در کشورهای صادرکننده نفت و آسیای در حال توسعه با رکود تقاضا برای این کالا در بسیاری از کشورهای اروپایی همراه بود. تجارت داخلی محصولات صنعت خودروسازی اروپا که ۴۰ درصد تجارت جهانی این محصولات را به خود اختصاص می‌دهد در سال ۲۰۰۵ به دنبال رشد ۲۰ درصدی که در سال قبل از آن داشت، براساس ارزش دلاری دچار رکود شد. همچنین، رشد تجارت محصولات صنعت خودروسازی در داخل منطقه آمریکای شمالی در سال ۲۰۰۵ کاهش یافت و بدین طریق با سرعت رشد تجارت جهانی هماهنگ شد. تجارت این گروه از کالاها در داخل منطقه آسیا ۱۲ درصد رشد کرد که تقریباً دو برابر سرعت رشد تجارت جهانی بود.

نمودار ۴) صادرات جهانی کالا بر حسب گروههای کالایی در سال ۲۰۰۵
(درصد تغییر سالیانه)



ژاپن، بزرگترین صادرکننده محصولات صنعت خودروسازی در جهان، در سال ۲۰۰۵ رشدی ۶ درصدی در صادرات این محصولات داشت که با مجموع رشد تجاری این کشور هماهنگی داشت. با این حال، تغییرات زیادی در صادرات ژاپن به بازارهای مختلف وجود داشته است که نشاندهنده تفاوت‌های موجود در تقاضای مناطق مختلف اقتصادی برای صادرات این کشور است. در حالی که صادرات ژاپن به اتحادیه اروپا (شامل ۲۵ عضو) ۵ درصد کاهش یافت، صادرات محصولات خودروسازی این کشور به آمریکای جنوبی و مرکزی، کشورهای مستقل مشترک‌المنافع، آفریقا و خاورمیانه با نرخهای دو رقمی افزایش یافت. به رغم تداوم گسترش شدید بازار داخلی چین، صادرات خودرو ژاپن به این کشور در سال ۲۰۰۵ کاهش یافت. یکی از ابعاد برجسته مربوط به تجارت محصولات صنعت خودروسازی در جهان در سال ۲۰۰۵، رشد پویای صادرات تعداد زیادی از صادرکنندگان کوچک این محصولات خصوصاً برزیل، چین و تایلند بود، به طوری که صادرات این کشورها در این محصولات بین ۳۸ تا ۵۸ درصد رشد کرد. کره جنوبی که در حال حاضر پنجمین صادرکننده محصولات خودروسازی در جهان است شاهد رشد دو رقمی صادراتش در سال ۲۰۰۵ بود.

انقضای موافقت‌نامه منسوجات و پوشاک در اوایل سال ۲۰۰۵ منجر به افزایش تجارت جهانی منسوجات و پوشاک نشد، اما تغییرات شدیدی را در سهم صادرکنندگان این محصولات در پی داشت. [۳] رشد تقریباً ملایم صادرات منسوجات و پوشاک در سال ۲۰۰۵ (به ترتیب با نرخهای ۴ و ۶ درصد) را باید به کاهش تقاضا و فرایند جانمایی در اتحادیه اروپا مربوط دانست، بدین ترتیب که واردات منسوجات و پوشاک به کشورهای توسعه‌یافته از طرف چین و هند که تولیدات آنها شامل مقادیر بالایی از محتوای داخلی بود جانمایی واردات از سایر کشورهای صادرکننده که محصولات آنها دارای محتوای بالای وارداتی بود - مثل واردات اروپا از آفریقای شمالی یا واردات آمریکا از آمریکای مرکزی و کشورهای حوزه دریای کارائیب و کشورهای جنوب صحرای آفریقا - شد.

تجارت داخلی منسوجات و پوشاک اتحادیه اروپا در سال ۲۰۰۵ با ۷ درصد کاهش همراه بود و صادرات منسوجات از اتحادیه اروپا برای فراوری بیشتر به کشورهای حوزه

دریای مدیترانه (یعنی مراکش، تونس و ترکیه) و کشورهای حوزه بالکان (یعنی بلغارستان و رومانی) در این سال به ترتیب ۹ و ۴ درصد کاهش یافت. به همان ترتیب که واردات پوشاک ایالات متحده آمریکا از منطقه آمریکای جنوبی و مرکزی ۷ درصد کاهش یافت، صادرات منسوجات و پوشاک این کشور (عمدتاً با هدف فراوری) به سایر کشورها نیز ۷ درصد کم شد.

در میان مهمترین رخدادهای تجارت بین‌المللی منسوجات و پوشاک در سال ۲۰۰۵ می‌توان به افزایش نقش سه کشور چین، هند و پاکستان اشاره کرد. این سه کشور در سال ۲۰۰۵ صادرات منسوجات و پوشاک خود را بین ۱۶ تا ۲۶ درصد افزایش دادند. براساس گزارشهای دریافتی، صادرات منسوجات ترکیه و پوشاک بنگلادش نیز در این سال رشد دو رقمی داشت. اتحادیه اروپا، هنگ کنگ، کره جنوبی، تایوان و ژاپن شاهد کاهش صادرات منسوجات خود در سال ۲۰۰۵ بودند. مناطق دارای سهمی نسبتاً پایین از صادرات جهانی پوشاک همانند آمریکای شمالی، کشورهای مستقل مشترک‌المنافع، آفریقا و آمریکای جنوبی و مرکزی نیز کاهش ارزش دلاری صادرات خود را در این سال تجربه کردند. افزایش صادرات پوشاک چین با افزایش شدید واردات پنبه و منسوجات به این کشور همراه بود. با این حال، در سال ۲۰۰۵ واردات منسوجات به چین رکود داشت، اما صادرات پوشاک و منسوجات آن با رشدی ۲۰ درصدی همراه بود که این باعث افزایش ۲۰ میلیارد دلاری مازاد تجاری این کشور در بخش منسوجات و پوشاک و رسیدن آن به ۱۰۰ میلیارد دلار شد.

صادرات جهانی محصولات کشاورزی در سال ۲۰۰۵ با ۸ درصد رشد به ۸۵۲ میلیارد دلار رسید. رشد تجارت جهانی در سه گروه اصلی کشاورزی یعنی شیلات، سایر مواد غذایی و مواد خام کشاورزی بسیار شبیه یکدیگر بود. در سال ۲۰۰۵، تفاوت‌های بیشتری در عملکرد کشورهای اصلی صادرکننده محصولات کشاورزی مشاهده شد. صادرات ایالات متحده آمریکا، کانادا، تایلند و مالزی بین ۲ تا ۴ درصد افزایش یافت، در حالی که استرالیا بعد از افزایش شدید صادراتش در سال ۲۰۰۴ شاهد کاهش صادرات محصولات کشاورزی خود در سال ۲۰۰۵ بود. این در حالی است که کشورهای برزیل، آرژانتین و اندونزی رشدی دو رقمی در صادرات کشاورزی خود داشتند.

سایر تحولات رخ داده در تجارت محصولات کشاورزی در سال ۲۰۰۵ حاکی از

رکود تقریبی واردات این محصولات به ژاپن و افزایش شدید واردات آنها به کشورهای روسیه، عربستان سعودی و امارات متحده عربی بود. واردات اتحادیه اروپا در محصولات کشاورزی از کشورهای ثالث ۵ درصد افزایش یافت که کمتر از رشد ۷ درصدی صادرات این اتحادیه به سایر کشورها بود. با این حال، واردات اتحادیه اروپا در محصولات کشاورزی همچنان بر صادراتش با یک حاشیه زیاد فزونی دارد.

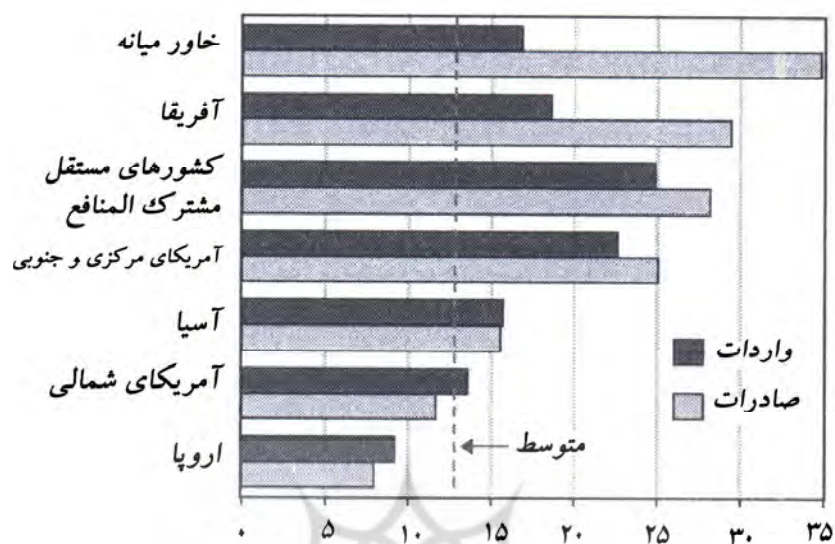
دریافتهای بین‌المللی بابت خدمات حمل و نقل در سال ۲۰۰۵، ۱۲ درصد افزایش یافت و بار دیگر رشد تجاری سریعتر این نوع خدمات نسبت به سایر خدمات بازرگانی و خدمات مسافرتی - که برآورد می‌شود ارزش دلاری تجارت آنها در این سال به ترتیب ۱۱ و ۸ درصد رشد داشته است - تکرار شد (جدول شماره ۱). رشد نسبی خدمات حمل و نقل سالی که همراه با رشد کمتر تجارت پویای کالایی بوده است نشاندهنده افزایش بیشتر قیمت در این بخش است.

۴) جریانات تجارت منطقه‌ای

۴-۱) مرور کلی

صادرات کالا از مناطق مختلف جهان در سال ۲۰۰۵ براساس تحولات قیمتی مربوط به هر منطقه و ساختار صادرات کالایی آن شکل گرفت. در این سال همانند سال قبل از آن، منطقه خاورمیانه بیشترین افزایش ارزش صادرات را به خود اختصاص داد. به دنبال آن مناطق آفریقا، کشورهای مستقل مشترک‌المنافع و آمریکای جنوبی در رتبه‌های بعدی قرار داشتند. کالاهای صادراتی این چهار منطقه شامل سهم بالایی از کالاهای معدنی است که از ۷۰ درصد در منطقه خاورمیانه تا ۴۰ درصد در آمریکای جنوبی و مرکزی را شامل می‌شود. صادرات این مناطق بسیار سریعتر از وارداتشان رشد کرد. عکس این وضعیت برای مناطق اروپا، آمریکای شمالی و آسیا که وارداتشان همچنان رشد سریعتری نسبت به صادراتشان دارد قابل مشاهده است. صادرات کالایی این مناطق عمدتاً شامل کالاهای صنعتی می‌شود (نمودار شماره ۵). [۴]

نمودار ۵) تجارت جهانی کالا بر حسب منطقه در سال ۲۰۰۵
(درصد تغییر سالیانه بر حسب ارزش دلار)



اروپا که بزرگترین صادرکننده کالا بین همه مناطق جهان است، کمترین رشد صادرات کالایی را در سال ۲۰۰۵ تجربه کرد. در حالی که رشد صادرات کالا از آمریکای شمالی بار دیگر کمتر از میانگین رشد صادرات جهانی بود، مجموع صادرات و واردات منطقه آسیا کمی بیشتر از رشد تجارت جهانی کالا افزایش یافت.

رشد تجارت خدمات بازرگانی در سال ۲۰۰۵ در مناطق مختلف دنیا کاملاً متفاوت بود. اروپا به عنوان بزرگترین صادرکننده خدمات در جهان، پایینترین رشد صادراتی را (در حدود ۸ درصد) در این بخش تجربه کرد. این در حالی بود که رشد مجموع صادرات و واردات خدمات بازرگانی مناطق آمریکای جنوبی و مرکزی و کشورهای مستقل مشترک المنافع در سال ۲۰۰۵ تقریباً ۲ برابر میانگین رشد تجارت جهانی این خدمات (۱۰ درصد) بود. رشد تجارت خدمات بازرگانی منطقه آمریکای شمالی با سایر مناطق جهان در این سال تقریباً برابر با میانگین رشد جهانی آن بود.

با اتخاذ یک رویکرد میان مدت نسبت به تحولات تجارت خدمات بازرگانی می توان دریافت که به رغم تحولاتی که در سال ۲۰۰۵ روی داد، موقعیت برتر اروپا در تجارت جهانی این خدمات همچنان حفظ شده است. سهم اروپا در صادرات و واردات خدمات

بازرگانی در خلال پنج سال گذشته در حدود نیم تا یک درصد نوسان داشته است. در نهایت سهم این منطقه در تجارت جهانی این نوع خدمات در سال ۲۰۰۵ از سال ۲۰۰۰ بالاتر بود. این در حالی بود که در مجموع سهم مناطق آمریکای شمالی و آمریکای جنوبی و مرکزی از ۲۰۰۰ تا ۲۰۰۵ کاهش یافت. منطقه آمریکای شمالی در خلال این دوره صادرکننده محض خدمات بازرگانی و آمریکای جنوبی و مرکزی واردکننده محض این خدمات بودند.

سهم منطقه آسیا در صادرات جهانی خدمات بازرگانی افزایش یافت، به طوری که عواید این منطقه از طریق صادرات این نوع خدمات از سال ۲۰۰۲ به بعد از عواید آمریکای شمالی فزونی گرفت.

براساس برآوردهای صورت گرفته، رشد واردات منطقه آسیا در خدمات بازرگانی از رشد تجارت جهانی کمتر اما همچنان از صادرات آن بیشتر بود. کاهش سهم واردات منطقه آسیا در خدمات بازرگانی عمدتاً به خاطر کاهش سهم واردات ژاپن به عنوان بزرگترین واردکننده این خدمات در سطح منطقه می‌باشد. سهم تجارت خدمات بازرگانی مناطق آفریقا، خاورمیانه و کشورهای مستقل مشترک‌المنافع از تجارت جهانی این خدمات در سال ۲۰۰۵ نسبت به سال ۲۰۰۰ بالاتر بود. هر سه منطقه همچنان واردکننده محض خدمات بازرگانی محسوب می‌شوند و مجموع واردات آنها در سال ۲۰۰۵ در حدود ۹/۳ درصد از واردات جهانی این خدمات را تشکیل داد.

۲-۴) آمریکای شمالی

رشد اقتصادی آمریکای شمالی در سال ۲۰۰۵ به ۳/۲ درصد کاهش یافت، ولی این نرخ همچنان از میانگین دوره بلندمدت ۱۵ سال گذشته بالاتر بود. همه کشورهای این منطقه عملکرد اقتصادی ضعیفی از خود نشان دادند. افزایش قیمت انرژی و فلزات در بازارهای جهانی منافع صادراتی کانادا و مکزیک را افزایش داد و باعث افزایش ارزش پول ملی آنها در مقابل دلار آمریکا شد. با این حال، کسری تراز بازرگانی فعلی ایالات متحده آمریکا، تحت تأثیر افزایش قیمت سوخت گسترده‌تر شد. خسارت سنگین ناشی از طوفانهای ویران‌کننده‌ای که به شکلی استثنایی در خلیج مکزیک اتفاق افتاد تنها تأثیر

محدودی بر تجارت کالایی ایالات متحده آمریکا بر جا گذاشت اما موقتاً کمبود موجود در عرضه سوخت را شدت بخشید و باعث تداوم افزایش قیمت سوخت شد. واردات ایالات متحده آمریکا که موتور اصلی رشد تجارت جهانی در سالهای ۲۰۰۳ و ۲۰۰۴ بود، در سال ۲۰۰۵ از لحاظ حجم ۶ درصد رشد کرد که بسیار کمتر از سال قبل از آن بود. اگر چه رشد صادرات کالایی ایالات متحده آمریکا در سال ۲۰۰۵ ضعیف بود، اما برای اولین بار از سال ۱۹۹۶ از رشد واردات آن و از سال ۱۹۹۹ از رشد تجارت جهانی پیشی گرفت. واردات کانادا در سال ۲۰۰۵ همچنان بشدت گسترش یافت، اما صادرات این کشور به میزان قابل توجهی تضعیف شد و با تغییرات قیمت تعدیل یافت. مجموع صادرات و واردات منطقه آمریکای شمالی در سال ۲۰۰۵ به میزان ۶ درصد، یعنی دقیقاً برابر با میانگین رشد تجارت جهانی، افزایش یافت (جدول شماره ۲).



(درصد تغییر سالیانه)

جدول ۲) تولید ناخالص داخلی و تحولات تجاری در آمریکای شمالی طی سالهای ۲۰۰۵-۲۰۰۰

		ایالات متحده										آمریکای شمالی						
		کانادا																
۲۰۰۵	۲۰۰۴	۲۰۰۳	۲۰۰۲	۲۰۰۱	۲۰۰۰-۲۰۰۵	۲۰۰۵	۲۰۰۴	۲۰۰۳	۲۰۰۲	۲۰۰۱	۲۰۰۰-۲۰۰۵	۲۰۰۵	۲۰۰۴	۲۰۰۳	۲۰۰۲	۲۰۰۱	۲۰۰۰-۲۰۰۵	
۲/۹	۳/۳	۱/۸	۲/۹	۱/۸	۲/۵	۳/۲	۳/۹	۲/۵	۱/۶	۰/۸	۲/۲	۳/۲	۳/۹	۲/۴	۱/۶	۰/۸	۲/۲	تولید ناخالص داخلی
۱۴	۱۶	۸	-۳	-۶	۵	۱۰	۱۳	۵	-۵	-۷	۳	۱۲	۱۴	۵	-۴	-۶	۴	تجارت کالا
۱۵	۱۴	۸	۰	-۷	۵	۱۴	۱۷	۹	۲	-۶	۷	۱۴	۱۶	۸	۱	-۶	۶	صادرات (ارزش)
۳/۵	۷	-۱	۰/۵	-۴	۱	۷	۸/۵	۳	-۴	-۶	۱/۵	۶	۸	۱/۵	-۲/۵	-۵	۱/۵	واردات (ارزش)
۹	۸/۵	۴	۱/۵	-۶	۳/۵	۵/۵	۱۱	۵/۵	۴/۵	-۳	۴/۵	۶/۵	۱۰/۵	۴/۵	۳/۵	-۳/۵	۴	صادرات (حجم)
																		واردات (حجم)
																		خدمات بازرگانی
۹	۱۲	۸	۵	-۴	۶	۱۰	۱۴	۴	۲	-۴	۵	۱۰	۱۳	۴	۳	-۴	۵	صادرات (ارزش)
۱۰	۱۳	۱۶	۳	-۱	۸	۹	۱۶	۶	۲	-۲	۶	۹	۱۵	۸	۳	-۱	۶	واردات (ارزش)

منبع: سازمان جهانی تجارت.

واردات آمریکای شمالی بر مبنای ارزش دلاری برای چهارمین سال پیاپی سریعتر از صادرات آن رشد کرد. سهم تجارت درون منطقه‌ای در واردات آمریکای شمالی در سال ۲۰۰۵ همچنان کاهش یافت و به کمتر از ۴۰ درصد رسید. با این حال، از لحاظ صادرات، سهم تجارت درون منطقه‌ای آمریکای شمالی در سال ۲۰۰۵ در نرخ ۵۶ درصد، یعنی همان سطح موجود در خلال ۵ سال گذشته، باقی ماند. تحولات تجاری این منطقه در ۵ سال گذشته با تحولات تجاری آن در دهه ۱۹۹۰ تفاوت فاحش دارد، چرا که در آن زمان میزان تجارت درون منطقه‌ای آمریکای شمالی با تشکیل «موافقت‌نامه تجارت آزاد آمریکای شمالی» (نفتا) بشدت افزایش یافت. تجارت درون منطقه‌ای اهمیت بسیار زیادی برای دو کشور کانادا و مکزیک دارد، چرا که از هر ۱۰ دلار صادرات این دو کشور ۸ دلار آن از صادرات به ایالات متحده آمریکا به دست می‌آید. در مقابل از هر ۱۰ دلار صادرات ایالات متحده آمریکا تنها ۴ دلار آن از صادرات به دو کشور کانادا و مکزیک حاصل می‌شود.

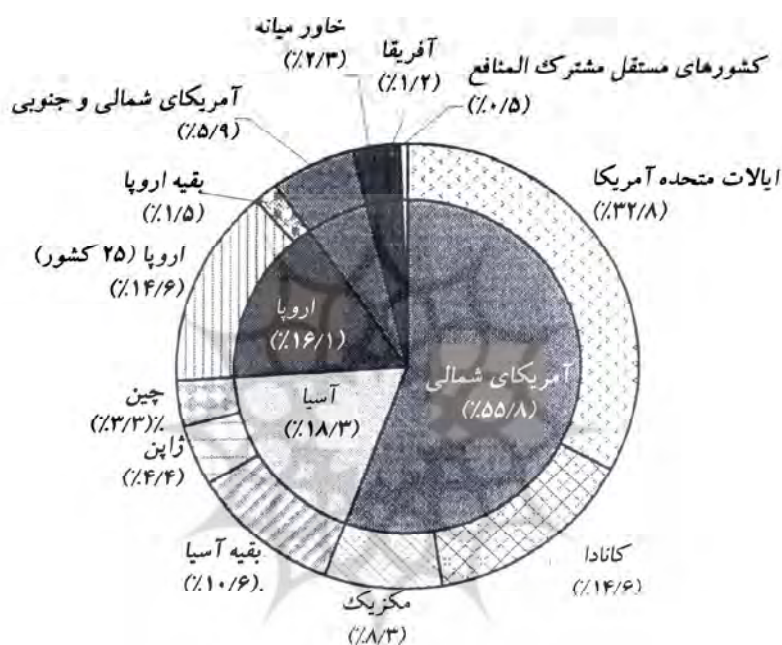
صادرات آمریکای شمالی به آمریکای جنوبی و مرکزی، خاورمیانه و آفریقا در سال ۲۰۰۵ بشدت افزایش یافت، اما مجموع این صادرات کمتر از ۱۰ درصد کل صادرات این منطقه را تشکیل می‌داد که نسبت به سال ۲۰۰۰ تنها یک واحد درصد بیشتر بود. صادرات به آسیا کمترین رشد را بین همه بازارهای صادراتی آمریکای شمالی داشت، به گونه‌ای که افزایش صادرات این منطقه به چین (۲۱ درصد) با رکود صادرات آن به ژاپن و سایر کشورهای در حال توسعه منطقه آسیا خنثی شد. صادرات آمریکای شمالی به اروپا که سومین بازار بزرگ صادراتی برای این منطقه است، کندتر از میانگین رشد صادرات آن به همه مناطق دنیا افزایش یافت (نمودار شماره ۶).

صادرات کالاهای صنعتی و مواد سوختی و محصولات معدنی آمریکای شمالی در سال ۲۰۰۵ به ترتیب ۱۰ و ۳۴ درصد افزایش یافت که بسیار نزدیک به میانگین جهانی آنها بود. در مقابل، رشد صادرات محصولات کشاورزی این منطقه در این سال کماکان همانند سال قبل از آن کمتر از رشد صادرات جهانی این محصولات بود.

بالاترین نرخهای رشد صادرات کالاهای صنعتی از منطقه آمریکای شمالی مربوط به

صادرات هواپیما، تجهیزات ارتباطات راه دور، آهن و فولاد بود، در حالی که ارزش صادرات تجهیزات داده پردازی، مدارهای یکپارچه و پوشاک از این منطقه رکود یا کاهش یافت.

نمودار ۶) صادرات کالایی آمریکای شمالی بر حسب منطقه (درصد سهم)



صادرات خدمات بازرگانی آمریکای شمالی در سال ۲۰۰۵ با ۱۰ درصد رشد به ۴۲۲ میلیارد دلار رسید. رشد صادرات خدمات بازرگانی از آمریکای شمالی برای اولین بار از سال ۲۰۰۱ از رشد واردات این منطقه (۹ درصد) فراتر رفت و با رشد صادرات خدمات بازرگانی در جهان منطبق شد. اگر چه کاهش رشد واردات در هر سه گروه خدمات بازرگانی مشاهده شد، این کاهش مخصوصاً در خدمات مسافرتی ملموستر بود. به دنبال رونق شدید خدمات مسافرتی در سال ۲۰۰۴، هزینه‌های مسافرتی خارجی مردم ایالات متحده آمریکا در سال ۲۰۰۵ به میزان قابل توجهی کاهش یافت.

۳-۴) آمریکای جنوبی و مرکزی (شامل حوزه دریای کارائیب)

منطقه آمریکای جنوبی و مرکزی در سال ۲۰۰۵ در مجموع به‌رغم عملکرد اقتصادی ضعیف برزیل، بزرگترین اقتصاد منطقه، رشد اقتصادی بالایی داشت. بیش از ۱۵ کشور این منطقه دارای رشد تولید ناخالص داخلی دست‌کم ۵ درصد و ۳ مورد از آنها (شامل کشورهای آرژانتین، جمهوری دومینیکن و ونزوئلا) دارای رشد اقتصادی استثنایی بیشتر از ۹ درصد بودند. تجدید رشد اقتصادی این منطقه تا حدود زیادی مربوط به رونق اقتصاد جهانی است که نه تنها اعتماد سرمایه‌گذاران را به این منطقه بیشتر کرد بلکه به افزایش صریح، واقعی و مؤثر ارزش پول ملی برخی از کشورهای این منطقه مثل برزیل و شیلی (جدول شماره ۳) منجر شد.

تحولات قیمتی مطلوب و تقاضای داخلی بالا باعث افزایش حجم واردات کالا به منطقه آمریکای جنوبی و مرکزی تا میزان ۱۴ درصد شد که بسیار بیشتر از رشد صادرات این منطقه (۸/۵ درصد) بود. میانگین رشد واردات منطقه مذکور، تفاوت بین برزیل و سایر کشورهای منطقه را از این لحاظ نشان نمی‌دهد. در حالی که رشد واردات کالایی برزیل در سال ۲۰۰۵ تنها ۵ درصد بود، واردات کالا به سایر کشورهای این منطقه به طور متوسط ۲۷ درصد رشد کرد.

ارزش دلاری صادرات کالایی منطقه آمریکای جنوبی و مرکزی با ۲۵ درصد رشد به ۳۵۵ میلیارد دلار رسید. تجارت درون منطقه‌ای در آمریکای جنوبی و مرکزی در سال ۲۰۰۵ به میزان ۲۷ درصد رشد کرد و در حدود یک چهارم کل صادرات منطقه را به خود اختصاص داد. اگر چه سهم تجارت درون منطقه‌ای در این منطقه در این سال نسبت به سال ۲۰۰۲ بیشتر شد اما همچنان پایینتر از سطح سال ۲۰۰۰ بود. صادرات آمریکای جنوبی و مرکزی به مناطق آسیا، آمریکای شمالی و خاورمیانه در سال ۲۰۰۵ حدود یک چهارم افزایش یافت. صادرات کالا از آمریکای جنوبی و مرکزی به اروپا در سال ۲۰۰۵ به میزان ۱۵ درصد افزایش یافت که در مقایسه با رشد صادرات این منطقه به سایر بازارها، کمترین رشد محسوب می‌شود (نمودار شماره ۷).

آمریکای شمالی مهمترین بازار برای صادرات آمریکای جنوبی و مرکزی است (با

سهمی معادل ۳۳ درصد)، گو این که سهم آن از سال ۲۰۰۰ به بعد که در حدود ۳۹ درصد بود کاهش یافت. علت اصلی عواید بالا، رشد قابل توجه صادرات منطقه آمریکای جنوبی و مرکزی به چین بود، به طوری که میانگین نرخ رشد سالیانه صادرات این منطقه به چین در خلال سالهای ۲۰۰۰ تا ۲۰۰۵ در حدود ۳۷ درصد بود.

صادرات مواد سوختی و فراورده‌های معدنی آمریکای جنوبی و مرکزی در سال ۲۰۰۵ با ۳۷ درصد رشد به ۱۳۲ میلیارد دلار رسید که برای اولین بار از صادرات کالاهای صنعتی این منطقه (۱۲۱ میلیارد دلار) فراتر رفت. با وجود این، رشد صادرات کالاهای صنعتی منطقه آمریکای جنوبی و مرکزی در سال ۲۰۰۵ دو برابر رشد تجارت جهانی این کالاها در این سال بود. رشد صادرات محصولات کشاورزی منطقه مذکور هم در سال ۲۰۰۵ به میزان ۱۶ درصد گزارش شد که در حدود دو برابر رشد تجارت جهانی این محصولات بود.

کالاهای شیمیایی، محصولات صنعت خودروسازی، آهن و فولاد مهمترین گروههای کالایی بودند که در سال ۲۰۰۵ رشد صادرات آنها از منطقه آمریکای جنوبی و مرکزی بیش از ۲۵ درصد بود. صادرات تجهیزات اداری و مخابراتی که همچنان کمتر از ۲ درصد کل صادرات این منطقه را تشکیل می‌دهد در سال ۲۰۰۵ به میزان ۷۰ درصد رشد کرد. صادرات پوشاک منطقه مذکور در سال ۲۰۰۵ برخلاف روند پویای رشد تجارت جهانی، یک درصد کاهش یافت و به ۱۳ میلیارد دلار رسید. این در حالی است که صادرات منسوجات این منطقه ۱۳ درصد رشد

کرد و به ۲/۸ میلیارد دلار رسید که البته این رشد با بهره‌مند شدن از منافع رونق شدید تجارت درون منطقه‌ای حاصل شد. صادرات پوشاک آمریکای جنوبی و مرکزی عمدتاً به خاطر افت صادرات آن به ایالات متحده آمریکا ۲ درصد کاهش یافت و در نهایت به ۱۲ میلیارد دلار رسید. صادرات پوشاک در داخل منطقه آمریکای جنوبی و مرکزی در سال ۲۰۰۵ رونق بیشتری گرفت و به ۷۰۰ میلیون دلار رسید و بدین ترتیب از بالاترین رقم آن که مربوط به سال ۲۰۰۱ می‌شد فراتر رفت.

صادرات و واردات خدمات بازرگانی منطقه آمریکای جنوبی و مرکزی در سال ۲۰۰۵ در حدود ۲۰ درصد، معادل دو برابر رشد تجارت جهانی این خدمات، رشد کرد. براساس

گزارشهای دریافتی، تجارت خدمات بازرگانی برزیل در سال ۲۰۰۵ رشد بسیار زیادی یافت. واردات این کشور در این نوع خدمات با ۳۸ درصد رشد به ۲۲/۳ میلیارد دلار رسید. ارزش پول ملی برزیل در خلال سالهای گذشته به طور متوسط ۱۷ درصد افزایش یافت که همین امر نقش مهمی در رشد ۶۴ درصدی هزینه‌های مسافرتی این کشور در سال ۲۰۰۵ داشت. با این همه، به نظر می‌رسد که افزایش هزینه‌های مسافرتی برزیل به ۴/۷ میلیارد دلار در سال ۲۰۰۵ چندان تحسین‌برانگیز نیست، چرا که همچنان پایینتر از سطح آن در ۸ سال قبل است (جدول شماره ۳).

۴-۴ اروپا

اروپا در میان مناطق اصلی جهان، ضعیفترین رشد اقتصادی را در سال ۲۰۰۵ داشت. این منطقه، حتی با لحاظ کردن رکود تقریبی رشد جمعیت آن، کمترین رشد درآمد سرانه را در جهان به خود اختصاص داد. رکود اقتصادی اروپا در منطقه یورو و همچنین کشور انگلستان متمرکز بود، در حالی که ۱۰ کشور جدید اتحادیه اروپا و کشورهای حوزه بالکان رشد اقتصادی سریعتری را شاهد بودند. اقتصاد ترکیه به عنوان بزرگترین اقتصاد اروپایی خارج از اتحادیه اروپا، در سال ۲۰۰۵ بیش از ۷ درصد رشد کرد. از آنجا که در حدود سه چهارم صادرات کالایی اروپا درون منطقه‌ای است، رکود اقتصادی این منطقه به رشد تجاری ضعیف آن منجر شد.

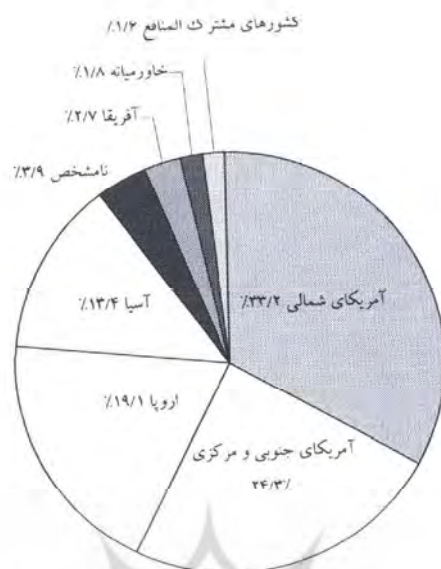
پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی

جدول ۳) تولید ناخالص داخلی و تحولات تجاری در آمریکای مرکزی و جنوبی طی سالهای ۲۰۰۵-۲۰۰۰ (درصد تغییر سالیانه)

تولید ناخالص داخلی	برزیل					آمریکای مرکزی و جنوبی												
	۲۰۰۵	۲۰۰۴	۲۰۰۳	۲۰۰۲	۲۰۰۱	۲۰۰۵	۲۰۰۴	۲۰۰۳	۲۰۰۲	۲۰۰۱								
۷/۴	۸/۲	۳/۸	-۴/۱	-۰/۱	۳	۲/۳	۴/۹	۰/۵	۱/۹	۱/۳	۲/۲	۵/۲	۶/۸	۲/۴	-۱/۵	۰/۵	۲/۷	
تجارت کالا																		
صادرات (ارزش)	۲۶	۲۸	۱۲	۰	-۷	۱۱	۲۳	۳۲	۲۱	۴	۶	۱۷	۲۵	۳۰	۱۵	۱	-۴	۱۳
واردات (ارزش)	۲۵	۲۷	۷	-۱۱	-۱	۸	۱۷	۳۱	۲	-۱۵	-۱	۶	۲۳	۲۸	۶	-۱۲	-۱	۸
صادرات (حجم)	۸	۱۰	۳/۵	۰	۲/۵	۴/۵	۹	۱۹	۱۵/۵	۸/۵	۱۱/۵	۱۲/۵	۸/۵	۱۳	۷/۵	۲/۵	۵	۷
واردات (حجم)	۱۷	۱۹	۳/۵	-۹/۵	۲	۶	۵	۱۹	-۳/۵	-۱۲/۵	-۰/۵	۱	۱۴	۱۹	۱/۵	۱۰/۵	۱	۴/۵
خدمات بازرگانی																		
صادرات (ارزش)	۱۷	۱۵	۱۰	-۴	-۲	۷	۲۸	۲۱	۹	۱	-۳	۱۱	۱۹	۱۶	۱۰	-۳	-۲	۸
واردات (ارزش)	۱۴	۱۶	۴	-۱۰	۰	۴	۳۸	۱۲	۶	-۱۵	۲	۷	۲۱	۱۵	۴	-۱۱	۰	۵

منبع: سازمان جهانی تجارت.

نمودار (۷) صادرات کالایی آمریکای مرکزی و جنوبی بر حسب منطقه در سال ۲۰۰۵
(درصد سهم)



جدول شماره ۴ خلاصه‌ای از عملکرد تجاری اروپا را در سالهای اخیر نشان می‌دهد. حجم صادرات (و واردات) کالایی اروپا در سال ۲۰۰۵ به میزان ۳/۵ درصد رشد کرد که هرچند از رشد تولید ناخالص داخلی آن در این سال بیشتر است اما نسبت به رشد حجم صادرات و واردات این منطقه در سال ۲۰۰۴ کاهش آشکاری را نشان می‌دهد. تجارت درون منطقه‌ای اروپا در سال ۲۰۰۵ تنها ۲ درصد رشد کرد که بسیار کمتر از رشد صادرات و واردات این منطقه به خارج است (به ترتیب ۶/۵ و ۵ درصد).

با وجود این که ارزش پوله‌های رایج اروپا در خلال سال ۲۰۰۵ به میزان قابل توجهی کاهش یافت، میانگین سالیانه سید موزون تجاری پوله‌های رایج اروپا در این سال در مقایسه با میانگین سال ۲۰۰۴ بدون تغییر باقی ماند. در نتیجه، برای اولین مرتبه از سال ۲۰۰۱ به بعد، نوسانات سالیانه تغییرات ارزش تجارت به دلار و یورو یکسان شدند.

تجارت درون منطقه‌ای اروپا که سه چهارم صادرات این منطقه و یک سوم صادرات جهانی کالا را در سال ۲۰۰۴ تشکیل داد، در سال ۲۰۰۵ به میزان ۷ درصد افزایش یافت که یکی از کمترین نرخهای رشد در کل جریان‌های اصلی تجارت جهانی محسوب می‌شود.

میانگین صادرات اروپا به آمریکای شمالی و آسیا نزدیک به ۸ درصد افزایش یافت. ایالات متحده آمریکا به تنهایی در مقایسه با کل منطقه آسیا بازار بزرگتری برای صادرات اروپا می‌باشد (نمودار شماره ۸).

کمترین نرخ رشد صادرات اروپا به مناطق آسیا و استرالیا به ترتیب مربوط به دو کشور ژاپن و زلاندنو با نرخهای ۲ و ۴/۵ درصد بود. صادرات اروپا به مناطق صادرکننده مواد سوختی اولیه و سایر محصولات معدنی پویاتر بود، اما همچنان رشد آن کمتر از رشد کل واردات این مناطق بود.

جدول ۴) تولید ناخالص داخلی و تحولات تجاری اروپا طی سالهای ۲۰۰۵-۲۰۰۰

(درصد تغییر سالیانه)

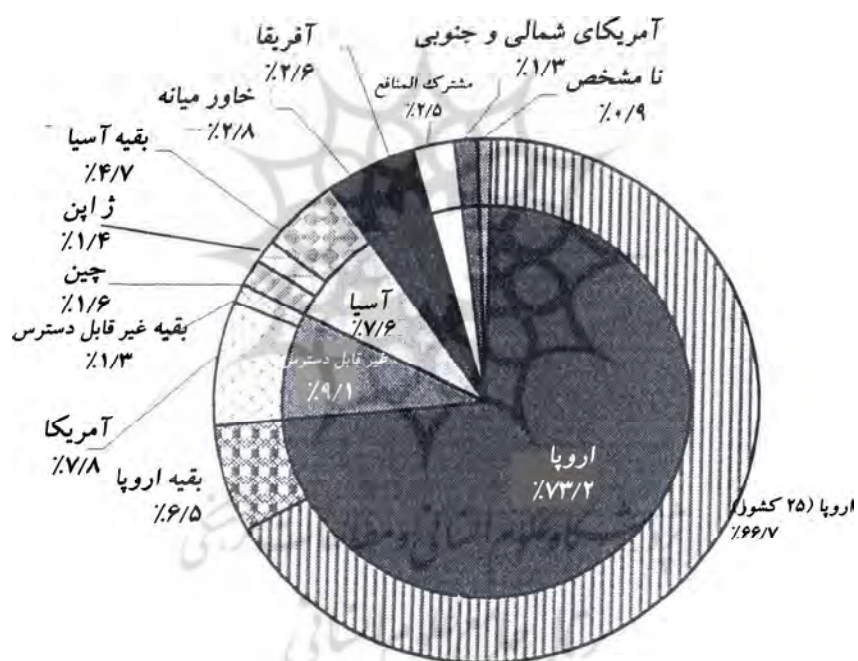
۲۰۰۵	۲۰۰۴	۲۰۰۳	۲۰۰۲	۲۰۰۱	۲۰۰۰-۲۰۰۵	
۱/۷	۲/۳	۱/۲	۱/۳	۱/۷	۱/۶	تولید ناخالص داخلی
تجارت کالا						
۸	۲۰	۱۹	۷	۱	۱۱	صادرات (ارزش به دلار)
۹	۲۰	۲۰	۵	-۲	۱۰	واردات (ارزش به دلار)
۸	۹	-۱	۲	۴	۴	صادرات (ارزش به یورو)
۹	۹	۰	۰	۱	۴	واردات (ارزش به یورو)
۳/۵	۷	۲	۲	۲/۵	۳/۵	صادرات (حجم)
۳/۵	۷	۳	۱	۰/۵	۳	واردات (حجم)
خدمات بازرگانی						
۸	۱۹	۱۹	۹	۳	۱۲	صادرات (ارزش به دلار)
۸	۱۷	۱۸	۸	۳	۱۱	واردات (ارزش به دلار)
۸	۸	-۱	۴	۶	۵	صادرات (ارزش به یورو)
۷	۶	-۱	۳	۶	۴	واردات (ارزش به یورو)

منبع: سازمان جهانی تجارت.

صادرات کالایی اروپا شامل محصولات کشاورزی و کالاهای صنعتی در سال ۲۰۰۵ به میزان ۶/۵ درصد رشد کرد. صادرات مواد سوختی و محصولات معدنی اروپا با ۳۰ درصد رشد به ۴۰۵ میلیارد دلار رسید و ارزش آن برای اولین بار بر ارزش صادرات محصولات

کشاورزی این منطقه فزونی گرفت. در میان کالاهای صنعتی، پویاترین گروههای کالایی (که حداقل ۱۰ درصد رشد تجاری داشتند) عبارت بودند از آهن، فولاد، کالاهای شیمیایی و تجهیزات اداری و ارتباطات راه دور. رشد کند صادرات محصولات صنعت خودروسازی اروپا (۳ درصد) که ۱۲ درصد از کل صادرات کالایی این منطقه را تشکیل می‌دهد در سال ۲۰۰۵ کاملاً نمایان بود. براساس گزارشهای دریافتی، صادرات منسوجات و مدارهای یکپارچه این منطقه نیز به ترتیب به میزان ۴ و ۲ درصد کاهش یافت.

نمودار ۸) صادرات کالایی اروپا به مناطق مختلف جهان در سال ۲۰۰۵
(درصد سهم)



صادرات و واردات خدمات بازرگانی اروپا که بیش از نیمی از تجارت جهانی خدمات را شامل می‌شود، در سال ۲۰۰۵ با نرخ ۸ درصد رشد کرد که کمی کمتر از میانگین جهانی آن بود. انگلستان، بزرگترین صادرکننده خدمات در اروپا، تنها رشد ملایمی را در صادرات خدمات بازرگانی خود تجربه کرد، در حالی که براساس گزارشهای مربوطه، صادرات خدمات بازرگانی آلمان و ایتالیا در سال ۲۰۰۵ به ترتیب ۱۰ و ۱۳ درصد افزایش یافت.

بین سه گروه خدمات بازرگانی، اروپا بیشترین رشد تجاری را در صادرات و واردات خدمات حمل و نقل و کمترین رشد تجاری را در خدمات مسافرتی تجربه کرد. در هر سه گروه خدماتی، صادرات خدمات بازرگانی اروپا همچنان از واردات آن بیشتر است.

۴-۵) کشورهای مستقل مشترک‌المنافع

رشد اقتصادی کشورهای مستقل مشترک‌المنافع در سال ۲۰۰۵ همچنان بسیار بالا بود، گو این که در مقایسه با سال قبل از آن تا حدودی کندتر بود. رشد تولید ناخالص داخلی روسیه در این سال به ۶/۴ درصد رسید که تا حدودی پایینتر از رشد سایر کشورهای این منطقه بود. رشد تولید ناخالص داخلی کشورهای منطقه مذکور در سال ۲۰۰۵ در مقایسه با سال قبل از آن نوسانات بسیار بیشتری را نشان می‌داد. در حالی که تولید ناخالص داخلی کشورهای آذربایجان و ارمنستان در این سال رشد دو رقمی یافت (به ترتیب ۲۴ و ۱۴ درصد). رکود اقتصادی بر اقتصاد جمهوری قرقیزستان سایه افکند. در همین حال، رشد تولید ناخالص داخلی اوکراین، دومین اقتصاد بزرگ منطقه، با کاهش شدیدی روبرو شد و از ۱۲ درصد در سال ۲۰۰۴ به ۲/۵ درصد در سال ۲۰۰۵ رسید.

افزایش قابل توجه درآمدهای ارزی کشورهای مستقل مشترک‌المنافع در سال ۲۰۰۵ را باید به افزایش قیمت مواد سوختی و فلزات در سالهای اخیر مربوط دانست که به تداوم رشد اقتصادی این کشورها و افزایش حجم واردات کالایی آنها منجر شد. براساس برآوردهای انجام شده، حجم واردات کالایی این کشورها در سال ۲۰۰۵ با ۱۸ درصد رشد همراه بود که کمی بیشتر از رشد واردات کالایی این کشورها در سال ۲۰۰۴ و بسیار بالاتر از رشد حجم صادرات کالایی این منطقه در سال ۲۰۰۵ (۴/۵ درصد) بود (جدول شماره ۵).

از آنجا که قیمت کالاهای صادراتی سریعتر از کالاهای وارداتی افزایش یافت، ارزش دلاری صادرات کالاهای کشورهای مستقل مشترک‌المنافع بیشتر از ارزش دلاری واردات آنها افزایش یافت و همین امر منجر به مازاد تجاری بیشتر این کشورها در سال ۲۰۰۵ شد. صادرات و واردات این منطقه در خلال سه سال گذشته بیش از ۱۰۰ درصد افزایش یافت، به طوری که سه سهم این منطقه را در صادرات جهانی کالا به بالاترین سطح یعنی ۳/۳

درصد رساند که بیش از دو برابر سطح اوایل دهه ۱۹۹۰ بود.

صادرات کالا از منطقه کشورهای مستقل مشترک‌المنافع به اروپا که بیش از نیمی از صادرات این منطقه را تشکیل می‌دهد با ۳۰ درصد افزایش به ۱۷۸ میلیارد دلار رسید. تجارت درون‌منطقه‌ای این منطقه در سال ۲۰۰۵، ۱۲ درصد رشد کرد که کمترین نرخ در مقایسه با نرخ رشد صادرات این منطقه به سایر بازارها محسوب می‌شود. رشد نسبتاً پایینتر تجارت درون‌منطقه‌ای منطقه مذکور را می‌توان تا حدود زیادی معلول دو عامل دانست: اول، سهم بوضوح پایینتر مواد سوختی در تجارت درون‌منطقه‌ای در مقایسه با تجارت برون‌منطقه‌ای؛ دوم، افزایش کمتر ارزش تجارت درون‌منطقه‌ای مواد سوختی به خاطر رشد کمتر قیمت این مواد در داخل منطقه. اگر چه صادرات منطقه کشورهای مستقل مشترک‌المنافع به چین در سال ۲۰۰۵ به میزان ۲۸ درصد رشد کرد، ولی صادرات این منطقه به کل منطقه آسیا تنها ۱۳/۵ درصد افزایش یافت. صادرات این منطقه به آفریقا و آمریکای جنوبی و مرکزی به میزان یک سوم افزایش یافت، اما سهم این دو منطقه از کل صادرات کالایی منطقه کشورهای مستقل مشترک‌المنافع از ۲ درصد تجاوز نکرد (نمودار شماره ۹).

صادرات منطقه کشورهای مستقل مشترک‌المنافع براساس گروههای کالایی در سال ۲۰۰۵ با نرخهای شدت متفاوتی تغییر یافت که فقط بخشی از آن براساس تحولات قیمتی قابل توضیح است. ارزش دلاری صادرات نفت و گاز این منطقه ۴۵ درصد رشد کرد و این گروه کالایی به تنهایی بیش از نیمی از کل صادرات کالایی منطقه را به خود اختصاص داد. صادرات آهن و فولاد (۳۶ میلیارد دلار)، محصولات کشاورزی (۲۶ میلیارد دلار) و موادشیمیایی (۲۰ میلیارد دلار)

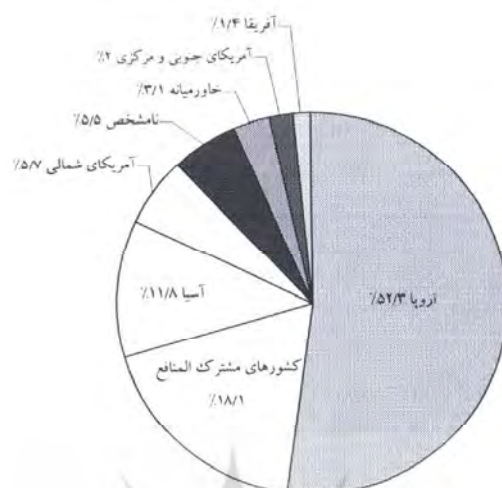
(درصد تغییر سالیانه)

جدول ۵) تولید ناخالص داخلی و تحولات تجاری کشورهای مشترک المنافع طی سالهای ۲۰۰۵-۲۰۰۰

کشورهای مستقل مشترک المنافع	فدراسیون روسیه																	
	سایر	کشورهای مستقل مشترک المنافع																
	۲۰۰۵	۲۰۰۴	۲۰۰۳	۲۰۰۲	۲۰۰۱	۲۰۰۰-۲۰۰۵	۲۰۰۵	۲۰۰۴	۲۰۰۳	۲۰۰۲	۲۰۰۱	۲۰۰۰-۲۰۰۵						
تولید ناخالص داخلی	۷/۳	۱/۱	۸/۷	۶/۷	۹/۲	۸/۴	۶/۴	۷/۲	۷/۴	۴/۷	۵/۱	۶	۶/۷	۸	۷/۷	۵/۳	۶/۲	۶/۷
تجارت کالا																		
صادرات (ارزش)	۱۷	۴۰	۲۸	۸	۶	۱۹	۳۳	۲۵	۲۷	۵	-۳	۱۸	۲۸	۳۶	۲۷	۶	-۱	۱۸
واردات (ارزش)	۲۰	۳۴	۳۱	۶	۱۰	۲۰	۲۹	۲۸	۲۵	۱۳	۲۰	۲۳	۲۵	۳۱	۲۷	۱۰	۱۶	۲۲
صادرات (حجم)	۴/۵	۱۳	۱۲/۵	۸/۵	۴/۵	۸/۵
واردات (حجم)	۱۸	۱۶	۱۲/۵	۸	۲۴/۵	۱۵/۵
خدمات بازرگانی																		
صادرات (ارزش)	۲۰	۳۳	۱۲	۱۹	۹	۱۸	۲۱	۲۵	۲۰	۲۰	۱۷	۲۱	۲۰	۲۹	۱۶	۲۰	۱۳	۲۰
واردات (ارزش)	۲۲	۳۷	۱۸	۲۸	۲۸	۲۶	۱۸	۲۳	۱۶	۱۵	۲۲	۱۹	۱۹	۲۸	۱۷	۱۹	۲۴	۲۱

منبع: سازمان جهانی تجارت.

نمودار ۹) صادرات کالایی کشورهای مستقل مشترک المنافع به مناطق مختلف جهان
(درصد سهم)



از منطقه مذکور در سال ۲۰۰۵ در حدود ۲۰ درصد افزایش یافت. صادرات ماشین آلات و وسایل حمل و نقل (۲۰ میلیارد دلار) ۳ درصد افزایش یافت، در حالی که صادرات منسوجات و پوشاک به ترتیب ۷ و ۱۴ درصد کم شد.

صادرات و واردات خدمات بازرگانی منطقه کشورهای مستقل مشترک المنافع در سال ۲۰۰۵ به میزان یک پنجم سطح قبلی آن یا دو برابر نرخ رشد تجارت جهانی در این سال افزایش یافت. واردات خدمات بازرگانی این منطقه به ۶۲ میلیارد دلار رسید و به میزان ۲۰ میلیارد دلار از صادرات آن فزونی گرفت. یک جنبه درخور توجه تجارت خدمات بازرگانی منطقه کشورهای مستقل مشترک المنافع این بود که در حالی که تجارت خدمات حمل و نقل این منطقه حدود ۷ میلیارد دلار مازاد داشت، تجارت خدمات مسافرتی و سایر خدمات بازرگانی به ترتیب ۱۲/۷ و ۱۴/۴ میلیارد دلار کسری نشان داد.

۴-۶) آفریقا

محیط جهانی مطلوب برای کالاهای صادراتی اصلی آفریقا، کاهش بدهیهای خارجی معوق کشورهای این منطقه از طریق «ابتکار مربوط به بدهیهای کشورهای فقیر بشدت

بدهکار^۱ و افزایش جریان سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی به این منطقه مهمترین عواملی بودند که منجر به بالاترین رشد اقتصادی این منطقه در طول بیش از ۵ سال شدند. رشد اقتصادی در سراسر منطقه آفریقا وجود داشت، به طوری که براساس برآوردهای اخیر صندوق بین‌المللی پول، تولید ناخالص داخلی ۲۶ کشور این منطقه حداقل ۵ درصد رشد کرد. پرجمعیت‌ترین کشورهای منطقه یعنی نیجریه، اتیوپی و جمهوری کنگو نیز در میان کشورهای آفریقایی با بالاترین رشد اقتصادی وجود دارند. دو کشور آنگولا و چاد با افزایش شدید تولید نفت خام خود، رشد تولید ناخالص داخلی دو رقمی را شاهد بودند. آفریقای جنوبی که بزرگترین اقتصاد منطقه است بیشترین رشد تولید ناخالص داخلی را در طول ۵ سال داشت (جدول شماره ۶). با این حال، کشورهای مراکش، ساحل عاج و توگو رشد اقتصادی کندی را تجربه کردند و در همین حال کشور زیمبابوه برای هفتمین سال پیاپی شاهد کوچکتر شدن اقتصاد خود بود.

افزایش ارزش صادرات کالایی آفریقا به میزان ۲۹ درصد در سال ۲۰۰۵ بیشتر معلول تغییرات قیمتی محصولات صادراتی آنها بود. با حذف تغییرات قیمتی برآورد می‌شود که صادرات کالایی آفریقا کمتر از میانگین جهانی رشد صادرات (یعنی ۶ درصد) افزایش یافته است. حجم واردات آفریقا بسیار سریعتر از صادرات آن افزایش یافت، گو این که براساس ارزش دلاری، از آنجا که تغییرات قیمتی واردات بسیار کمتر از صادرات بود، ارزش صادرات این منطقه در سال ۲۰۰۵ از واردات آن فزونی گرفت.

بخش زیادی از صادرات کالایی آفریقا به بازار اروپا می‌رود، گو این که سهم اروپا از صادرات این منطقه در سالهای اخیر کاهش یافته و از ۵۰ درصد در سال ۲۰۰۱ به ۴۳ درصد در سال ۲۰۰۵ رسیده است (نمودار شماره ۱۰). از طرف دیگر، منافع معادلی عمدتاً از صادرات به منطقه آمریکای شمالی که یک پنجم سهم صادرات کالایی آفریقا را به خود اختصاص داده است عاید این منطقه شد و صادرات آفریقا به آمریکای شمالی بیشترین رشد را در مقایسه با سایر بازارها در سال ۲۰۰۵ به همراه داشت (۴۱ درصد). برآورد می‌شود که صادرات آفریقا به منطقه آسیا در این سال ۲۰ درصد افزایش یافته

1- Debt Initiative for Heavily Indebted Poor Countries (HIPC)

است. این در حالی بود که صادرات این منطقه به چین تا بیش از یک سوم افزایش یافت. در مورد صادرات آفریقا به منطقه آسیا قطعیت کامل وجود ندارد، چرا که برخی صادرکنندگان مهم آفریقایی و واردکنندگان عمده در آسیا جزئیات کامل تجارت خود با شرکایشان را ارائه نمی‌کنند. از این نوع مشکلات آماری در مورد تجارت درون منطقه‌ای آفریقا نیز وجود دارد. آمار موجود در زمان تهیه این گزارش حاکی از آن است که تجارت درون منطقه‌ای آفریقا در سال ۲۰۰۵ کمتر از ۲۰ درصد افزایش یافت. این موضوع نشان‌دهنده کاهش تجارت درون منطقه‌ای در بخشی از قاره آفریقا است که در حدود ۱۰ درصد از صادرات کلایی این منطقه را به خود اختصاص داده است.



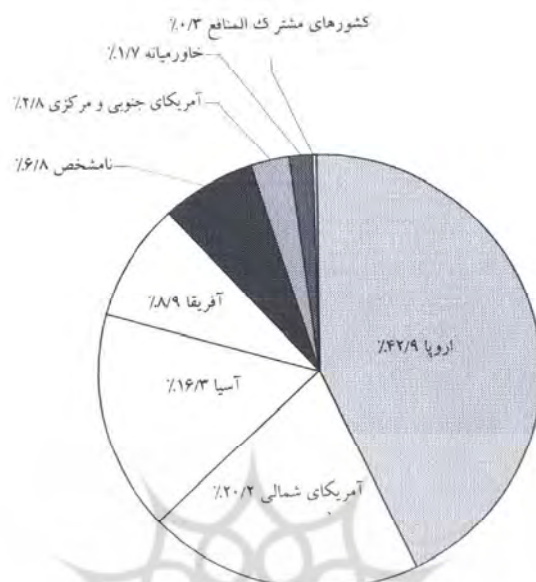
(درصد تغییر سالیانه)

جدول ۶) تولید ناخالص داخلی و تحولات تجاری آفریقا طی سالهای ۲۰۰۵-۲۰۰۰

تولید ناخالص داخلی	بقیه آفریقا					آفریقای جنوبی					آفریقا						
	۲۰۰۵	۲۰۰۴	۲۰۰۳	۲۰۰۲	۲۰۰۱	۲۰۰۵	۲۰۰۴	۲۰۰۳	۲۰۰۲	۲۰۰۱	۲۰۰۵	۲۰۰۴	۲۰۰۳	۲۰۰۲	۲۰۰۱		
۴/۶	۴/۶	۴/۵	۳/۱	۳/۷	۳/۷	۴/۹	۴/۵	۳	۳/۷	۲/۷	۳/۷	۴/۷	۴/۶	۴/۱	۳/۲	۳/۴	۴
۳۴	۳۱	۲۶	۳	-۸	۱۶	۱۳	۲۶	۲۳	۲	-۲	۱۲	۲۹	۳۰	۲۵	۳	-۷	۱۵
۲۱	۲۶	۱۶	۱	۶	۱۳	۳۹	۲۶	۲۶	۴	-۵	۱۶	۱۹	۲۹	۲۰	۱	۴	۱۴
۱۲	۲۲	۲۰	۷	۲	۱۲	۱۴	۱۴	۶۹	۱	-۷	۱۵	۱۲	۲۰	۲۶	۶	۰	۱۳
۲۲	۱۸	۱۱	۵	۸	۱۳	۱۵	۲۶	۵۲	۴	-۱۰	۱۵	۲۱	۱۹	۱۶	۵	۶	۱۳

منبع: سازمان جهانی تجارت.

نمودار ۱۰ صادرات کالایی آفریقا به مناطق مختلف جهان
(درصد سهم)



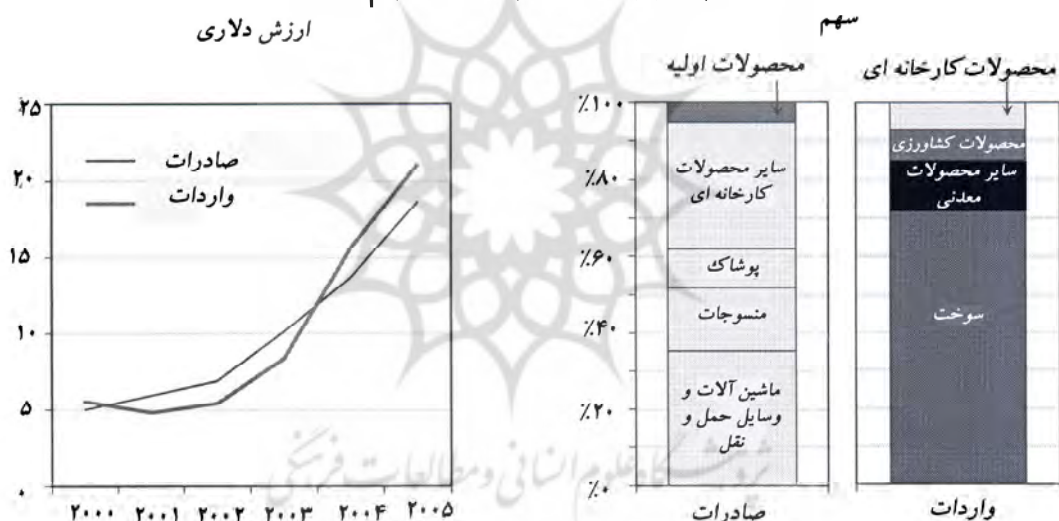
تقویت روابط اقتصادی و افزایش شدید جریان تجارت بین آفریقا و چین اخیراً توجه زیادی را به خود جلب کرده است. آمار تجارت چین، اطلاعات جزئی و روزآمدی را در مورد این جریانات تجاری ارائه می‌کند که ما را قادر به بررسی این تحولات می‌سازد. براساس آمار گمرک چین، واردات این کشور از آفریقا از سال ۲۰۰۲ تا سال ۲۰۰۵ چهار برابر شده است، در حالی که در همین مدت صادرات چین به آفریقا سه برابر شده و به ۱۸/۶ میلیارد دلار رسیده است. [۵] در سال ۲۰۰۵ واردات چین از آفریقا (براساس ارزش سیف) بر صادرات این کشور به این منطقه فزونی گرفت. تجارت بین چین و آفریقا مکمل یکدیگر است، به طوری که بیش از ۹۰ درصد صادرات چین به آفریقا را کالاهای صنعتی تشکیل می‌دهد، در حالی که بیش از ۹۰ درصد واردات این کشور از آفریقا از کالاهای اولیه تشکیل می‌شود.

اصلی‌ترین کالاهای صادراتی چین به آفریقا ماشین‌آلات، تجهیزات، و منسوجات و پوشاک است، در حالی که مواد سوختی، سایر فراورده‌های معدنی و مواد خام کشاورزی گروه‌های کالایی عمده وارداتی چین از این منطقه است (نمودار شماره ۱۱).

ساختار صادرات کالایی آفریقا همیشه بشدت متأثر از تحولات قیمتی بوده است. سهم مواد سوختی در صادرات کالایی آفریقا در سال ۲۰۰۵ به علت افزایش شدید قیمت مواد سوختی و تولید نفت در این منطقه به بالاترین سطح خود از سال ۱۹۹۰ به بعد یعنی ۵۹ درصد رسید. صادرات مواد سوختی آفریقا در سال ۲۰۰۵ بیش از ۴۰ درصد افزایش یافت، در حالی که صادرات محصولات کشاورزی و کالاهای صنعتی این منطقه به ترتیب ۸ و ۱۲ درصد رشد کرد. صادرات کالاهای شیمیایی آفریقا سریعتر از سایر کالاهای صنعتی افزایش یافت. این در حالی است که براساس برآوردهای صورت گرفته، صادرات پوشاک این منطقه کاهش یافته است.

نمودار ۱۱) تجارت کالایی چین با آفریقا طی سالهای ۲۰۰۵-۲۰۰۰

(به میلیارد دلار و درصد سهم)



منبع: سازمان جهانی تجارت.

صادرات و واردات خدمات بازرگانی آفریقا در سال ۲۰۰۵ برای سومین سال پیاپی سریعتر از متوسط جهانی آن افزایش یافت. واردات خدمات بازرگانی این منطقه در این سال ۲۰ درصد رشد کرد و به ۶۹ میلیارد دلار رسید و ۱۲ میلیارد دلار بر صادرات آن افزونی گرفت. خدمات مسافرتی مهمترین صادرات خدمات بازرگانی آفریقا است. برآورد می‌شود که بیش از نیمی از صادرات خدمات بازرگانی آفریقا را خدمات مسافرتی تشکیل می‌دهد و بر

خلاف دو زیرگروه دیگر خدمات بازرگانی، دریافت‌های آفریقا از قبل صادرات خدمات مسافرتی بیش از هزینه‌های آن به خاطر واردات است.

۴-۷) خاورمیانه

منطقه خاورمیانه با وجود ناآرامیهای سیاسی در برخی بخشهای آن در مجموع رشد اقتصادی بالایی در سال ۲۰۰۵ داشت. براساس برآوردهای صندوق بین‌المللی پول، سه صادرکننده بزرگ نفت در منطقه یعنی عربستان سعودی، امارات متحده عربی و ایران بین ۵/۵ و ۸ درصد رشد اقتصادی داشتند.

رشد اقتصادی کشورهای لبنان، سوریه و یمن در سطوحی پایینتر از میانگین رشد اقتصادی منطقه بود. رشد اقتصادی اردن، یک کشور واردکننده محض نفت، ۷ درصد بود که یکی از بالاترین نرخهای رشد در کل منطقه بود (جدول شماره ۷).

جدول ۷) تولید ناخالص داخلی و تحولات تجاری خاورمیانه طی سالهای ۲۰۰۰-۲۰۰۵

(درصد تغییر سالیانه)

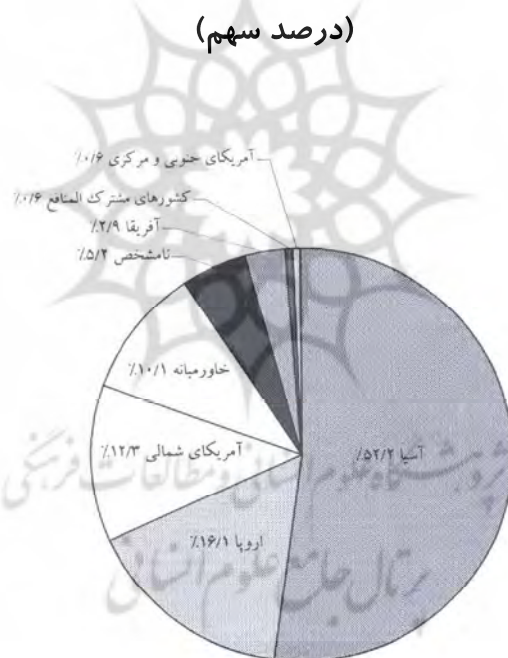
۲۰۰۵	۲۰۰۴	۲۰۰۳	۲۰۰۲	۲۰۰۱	۲۰۰۰-۲۰۰۵	
۵/۷	۶/۸	۵/۱	۱/۵	۱/۶	۳/۴	تولید ناخالص داخلی
						تجارت کالا
۳۵	۳۲	۲۲	۴	-۱۱	۱۵	صادرات (ارزش)
۱۷	۳۱	۱۴	۵	۵	۱۴	واردات (ارزش)
						خدمات بازرگانی
۱۳	۱۴	۲۷	۶	-۴	۱۱	صادرات (ارزش)
۱۸	۲۰	۱۹	۹	-۴	۱۲	واردات (ارزش)

منبع: سازمان جهانی تجارت.

صادرات کالایی منطقه خاورمیانه در سال ۲۰۰۵ به میزان ۳۵ درصد افزایش یافت و به ۵۳۸ میلیارد دلار رسید که سه برابر صادرات کالایی این منطقه در سه سال قبل از آن بود. رشد واردات منطقه خاورمیانه در سال ۲۰۰۵ با رشد صادرات آن فاصله داشت که این امر

منجر به افزایش قابل ملاحظه مازاد تجارت کالایی این منطقه شد. صادرات کالایی خاورمیانه به آسیا در این سال بیش از ۴۰ درصد افزایش یافت و بیش از نیمی از کل صادرات این منطقه را تشکیل داد. بیش از ۷۰ درصد صادرات خاورمیانه به آسیا به کشورهای در حال توسعه می‌رود و در این میان کره جنوبی، چین، هند و سنگاپور سهم بیشتری را به خود اختصاص می‌دهند. صادرات منطقه مذکور به اروپا به عنوان دومین بازار بزرگ صادراتی برای کالاهای منطقه در سال ۲۰۰۵ به میزان یک سوم افزایش یافت و سهم این بازار را از صادرات این منطقه در سطح ۱۶ درصد حفظ کرد. برآورد می‌شود که سهم آمریکای شمالی از صادرات منطقه خاورمیانه و همچنین تجارت درون منطقه‌ای از سال ۲۰۰۳ به بعد کاهش یافته و در سال ۲۰۰۵ به ترتیب به ۱۲ و ۱۰ درصد رسیده است (نمودار شماره ۱۲).

نمودار ۱۲) صادرات کالایی خاورمیانه به مناطق مختلف جهان در سال ۲۰۰۵



از آنجا که بخش بزرگی از صادرات کالایی خاورمیانه را مواد سوختی (۶۹ درصد در سال ۲۰۰۵) تشکیل می‌دهد، رشد سریع صادرات صنعتی منطقه همیشه قابل تشخیص نیست. امارات متحده عربی به یک مرکز بزرگ تجاری در منطقه تبدیل شده است، به طوری که

صادرات صنعتی آن (شامل صادرات مجدد) از مرز ۴۸ میلیارد دلار فراتر رفته و از اسراییل (با ۴۰ میلیارد دلار صادرات صنعتی) پیش گرفته است. [۶]

واردات خدمات بازرگانی منطقه خاورمیانه در سال ۲۰۰۵ با ۱۸ درصد رشد به ۸۵ میلیارد دلار رسید. در این سال، واردات خدمات بازرگانی منطقه از صادرات آن به میزان ۳۰ میلیارد دلار فزونی گرفت. در سال ۲۰۰۵ واردات خدمات بازرگانی منطقه در هر سه زیربخش آن از صادرات آن بیشتر بود. از جنبه‌های خاص واردات خدمات بازرگانی خاورمیانه این است که خدمات حمل و نقل مهمترین نوع خدمات بازرگانی برای این منطقه محسوب می‌شود.

۸-۴) آسیا (شامل اقیانوسیه)

منطقه آسیا در سال ۲۰۰۵ در مجموع رشد اقتصادی بسیار بالایی داشت، اما این رشد بین کشورهای توسعه‌یافته و در حال توسعه این منطقه بسیار متفاوت بود. سه کشور توسعه‌یافته منطقه یعنی ژاپن، استرالیا و زلاندنو رشد اقتصادی ملایمی بین ۲ تا ۳ درصد داشتند. با این حال، اقتصاد ژاپن در سال ۲۰۰۵ بهترین عملکرد را از سال ۲۰۰۰ به بعد از خود نشان داد. کشورهای در حال توسعه پیشرفته‌تر منطقه نظیر کره جنوبی، تایوان، هنگ کنگ (چین) و سنگاپور عملکرد اقتصادی ضعیفتری در سال ۲۰۰۵ نسبت به سال ۲۰۰۴ داشتند و میانگین رشد تولید ناخالص داخلی آنها کمتر از کشورهای با درآمد متوسط و پایین منطقه بود. چین و هند، پرجمعیت‌ترین کشورهای جهان، در کنار پاکستان و ویتنام در سال ۲۰۰۵ رشد تولید ناخالص داخلی بالایی را بین ۸ تا ۱۰ درصد تجربه کردند.

تفاوت در رشد اقتصادی کشورها در عملکرد تجاری آنها نیز منعکس می‌شود، به طوری که رشد واقعی تجارت بین ژاپن و کشورهای در حال توسعه آسیایی بسیار متفاوت بود. در حالی که تجارت ژاپن در سال ۲۰۰۵ بشدت کاهش یافت و رشد تجاری این کشور بسیار کمتر از میانگین جهانی بود، حجم تجارت کشورهای در حال توسعه آسیا بسیار سریعتر از تجارت جهانی رشد کرد. صادرات کالا از چین در سال ۲۰۰۵ نه از رکود تجارت جهانی و نه از افزایش اندک ارزش پول ملی این کشور در مقابل دلار آمریکا متأثر شد و به میزان یک چهارم افزایش یافت که تقریباً با نرخ رشد صادرات این کشور در

سال ۲۰۰۴ یکسان بود. در مقابل، نرخ رشد واردات کالا به چین در سال ۲۰۰۵ بشدت کاهش یافت و به ۱۲ درصد رسید که تقریباً نصف نرخ رشد صادرات این کشور در این سال بود (جدول شماره ۸).

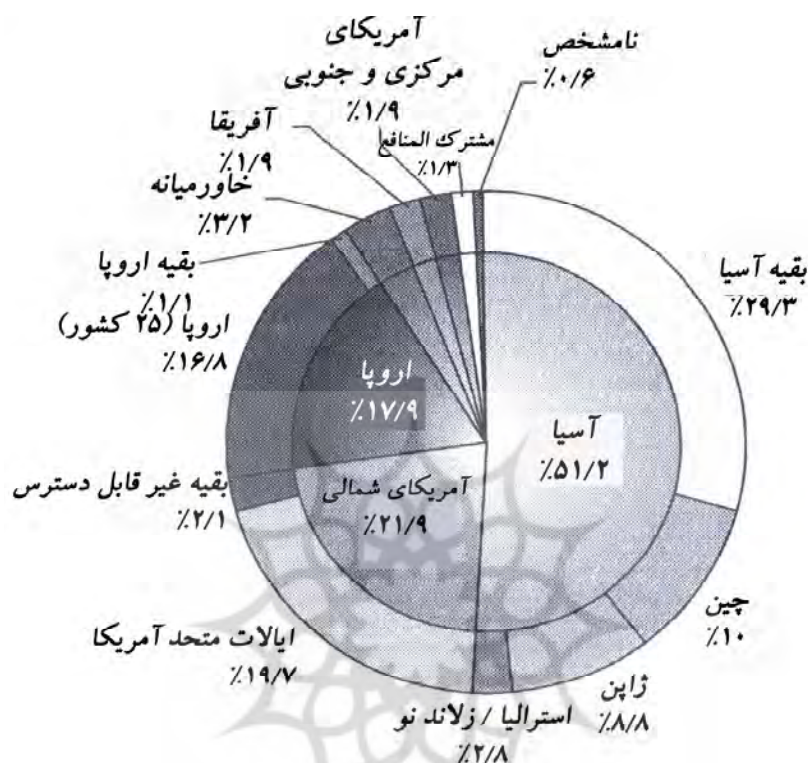
ارزش دلاری واردات و صادرات کالا از آسیا در سال ۲۰۰۵ به میزان ۱۶ درصد رشد کرد و مازاد تجارت کالایی منطقه را تا حد بی سابقه‌ای افزایش داد. تجارت درون منطقه‌ای آسیا که کمی بیش از نیمی از صادرات کالایی منطقه محسوب می‌شود، در سال ۲۰۰۵ با نرخی پایینتر از نرخ رشد کل صادرات منطقه افزایش یافت. صادرات ژاپن به منطقه در این سال ۵ درصد رشد کرد که بسیار کمتر از نرخ رشد صادرات استرالیا و زلاندنو به منطقه بود. صادرات به آمریکای شمالی و اروپای غربی که با یکدیگر نزدیک به ۴۰ درصد صادرات کالایی آسیا را به خود اختصاص می‌دهند در سال ۲۰۰۵ با نرخی کمتر از تجارت درون منطقه‌ای آسیا در این سال رشد کرد. صادرات آسیا به آمریکای جنوبی و مرکزی و کشورهای مستقل مشترک المنافع پر رونق بود. همچنین صادرات آسیا به خاورمیانه و آفریقا با نرخی بیشتر از میانگین رشد صادرات منطقه افزایش یافت (نمودار شماره ۱۳).

صادرات کالاهای صنعتی از آسیا در سال ۲۰۰۵ به میزان ۱۴ درصد رشد کرد. هر چند این نرخ نسبت به سال قبل از آن کمتر بود، اما همچنان بیشتر از میانگین رشد صادرات جهانی بود. صادرات آهن، فولاد و مواد شیمیایی از آسیا در این سال ۲۰ درصد رشد کرد، در حالی که صادرات تجهیزات اداری و ارتباطات راه دور، منسوجات و پوشاک از این منطقه با نرخ کمی بیش از ۱۰ درصد افزایش یافت. رشد کمتر تجارت منسوجات و پوشاک تا حدودی معلول رشد کمتر تجارت درون منطقه‌ای آسیا بود. برآورد می‌شود که در سال ۲۰۰۵ تجارت درون منطقه‌ای منسوجات آسیا ۵ درصد افزایش یافته و تجارت پوشاک در این منطقه حتی ۵ درصد کاهش یافته است. صادرات محصولات صنعت خودروسازی از منطقه مذکور در این سال ۱۲ درصد افزایش یافت. رشد ملایم صادرات خودرو از ژاپن (۵ درصد) با رشد بالای صادرات کره جنوبی و افزایش صادرات چین، تایلند و هند در این محصولات همراه شد.

		کشورهای درحال توسعه آسیا										ژاپن										آسیا									
		۲۰۰۰-۲۰۰۳					۲۰۰۳-۲۰۰۵					۲۰۰۰-۲۰۰۳					۲۰۰۳-۲۰۰۵					۲۰۰۰-۲۰۰۳					۲۰۰۳-۲۰۰۵				
		۲۰۰۰	۲۰۰۱	۲۰۰۲	۲۰۰۳	۲۰۰۴	۲۰۰۵	۲۰۰۰	۲۰۰۱	۲۰۰۲	۲۰۰۳	۲۰۰۴	۲۰۰۵	۲۰۰۰	۲۰۰۱	۲۰۰۲	۲۰۰۳	۲۰۰۴	۲۰۰۵	۲۰۰۰	۲۰۰۱	۲۰۰۲	۲۰۰۳	۲۰۰۴	۲۰۰۵	۲۰۰۰	۲۰۰۱	۲۰۰۲	۲۰۰۳	۲۰۰۴	۲۰۰۵
تولید ناخالص داخلی	کشورهای درحال توسعه آسیا	۶/۹	۷/۴	۶/۵	۶/۳	۴/۳	۶/۲	۲/۶	۲/۳	۱/۸	۰/۱	۰/۴	۰/۸	۴/۳	۴/۴	۳/۸	۳/۸	۲/۸	۲/۸	۲/۱	۲/۱	۳/۳	۳/۳	۳/۳	۳/۳	۳/۳	۳/۳	۳/۳	۳/۳	۳/۳	۳/۳
	ژاپن	۱۹	۲۷	۲۰	۱۰	-۷	۱۳	۵	۲۰	۱۳	۳	-۱۶	۴	۱۶	۲۵	۱۹	۱۹	۸	-۹	۱۱	۱۱	۱۱	۱۱	۱۱	۱۱	۱۱	۱۱	۱۱	۱۱	۱۱	۱۱
	آسیا	۱۷	۳۰	۲۱	۹	-۷	۱۳	۱۳	۱۹	۱۴	-۳	-۸	۶	۱۶	۲۶	۱۹	۱۹	۶	-۷	۱۱	۱۱	۱۱	۱۱	۱۱	۱۱	۱۱	۱۱	۱۱	۱۱	۱۱	۱۱
تجارت کالا	صادرات (ارزش)	۱۳/۵	۱۶	۱۵	۱۳	-۱	۱۱	۵	۱۰/۵	۵	۸	-۹/۵	۲/۵	۱۰	۱۴/۵	۱۱/۵	۱۱	-۳/۵	۸/۵	۸/۵	۸/۵	۸/۵	۸/۵	۸/۵	۸/۵	۸/۵	۸/۵	۸/۵	۸/۵	۸/۵	۸/۵
	واردات (ارزش)	۹	۱۷	۱۵/۵	۱۰	-۲/۵	۹/۵	۲/۵	۷	۷	۲	-۲	۳/۵	۷/۵	۱۴/۵	۱۳/۵	۸	-۲/۵	۸	۸	۸	۸	۸	۸	۸	۸	۸	۸	۸	۸	۸
خدمات بازرگانی	صادرات (ارزش)	۱۵	۲۹	۹	۱۰	۱	۱۳	۱۴	۲۵	۸	۲	-۶	۸	۱۴	۲۸	۱۰	۸	-۱	۱۱	۱۱	۱۱	۱۱	۱۱	۱۱	۱۱	۱۱	۱۱	۱۱	۱۱	۱۱	۱۱
	واردات (ارزش)	۱۶	۲۶	۱۱	۷	۱	۱۲	۲	۲۱	۳	-۱	-۷	۳	۱۲	۲۴	۹	۵	-۲	۹	۹	۹	۹	۹	۹	۹	۹	۹	۹	۹	۹	۹

۱- آسیا به استثنای ژاپن، استرالیا و زلاند نو تعریف شده است.
منبع: سازمان جهانی تجارت.

نمودار ۱۳) صادرات کالایی خاورمیانه به مناطق مختلف جهان در سال ۲۰۰۵
(درصد سهم)



صادرات خدمات بازرگانی آسیا در سال ۲۰۰۵ با ۱۴ درصد رشد به ۵۲۵ میلیارد دلار رسید. هر چند واردات این نوع خدمات به آسیا در این سال با نرخی کمتر از صادرات آن رشد کرد، اما همچنان به میزان ۹ درصد از آن فزونی داشت. فزونی واردات خدمات بازرگانی بر صادرات آن در سال ۲۰۰۰ در منطقه مذکور به میزان ۱۹ درصد بود.

بررسی وضعیت تجارت خدمات بازرگانی در منطقه آسیا براساس زیربخشهای سه‌گانه آن نشان می‌دهد که واردات خدمات حمل و نقل و مسافرتی به منطقه مذکور بیش از صادرات آن است، اما در سایر خدمات بازرگانی مازاد تجاری وجود دارد. خدمات مسافرتی نه تنها بزرگترین زیربخش خدمات بازرگانی در آسیا از حیث ارزش تجاری است بلکه بیشترین رشد را در ۱۵ سال گذشته داشته است. صادرات سایر خدمات بازرگانی

شامل صادرات نرم‌افزارها، خدمات ساختمانی، خدمات مالی و حق‌الامتيازها و حق اعطای مجوز از آسیا ۱۹ درصد رشد کرد و به ۲۴۴ میلیارد دلار رسید. صادرات خدمات حمل و نقل و مسافرتی از آسیا به ترتیب ۱۳ و ۹ درصد افزایش یافت و بدین ترتیب از میانگین جهانی آنها فزونی گرفت.

یادداشتها

۱- ثبات قیمت واردات کالاهای صنعتی به ایالات متحده آمریکا تا نیمه اول سال ۲۰۰۶ تداوم داشته است.

۲- یک مشکل اساسی در مقایسه تجارت و تولید بخش کشاورزی از اینجا نشأت می‌گیرد که وارد کردن مواد غذایی فراوری شده در محاسبه میزان تجارت محصولات کشاورزی لازم است، در حالی که فقط برخی از این محصولات در محاسبه میزان تولید در این بخش در نظر گرفته می‌شود.

۳- اتحادیه اروپا و ایالات متحده آمریکا در نیمه دوم سال ۲۰۰۵ بر واردات منسوجات و پوشاک از چین محدودیتهای داوطلبانه موقت وضع کردند.

۴- کالاهای صنعتی ۷۵، ۸۰ و ۸۳ درصد از صادرات کالایی به ترتیب آمریکای شمالی، اروپا و آسیا را در سال ۲۰۰۵ تشکیل می‌داد.

۵- رشد جریان تجارت دوجانبه چین و آفریقا در نیمه اول سال ۲۰۰۶ بشدت ادامه داشت، به طوری که در ۶ ماه اول این سال صادرات چین به آفریقا ۳۰ درصد و واردات آن از این منطقه ۵۰ درصد افزایش یافت.

۶- نزدیک به ۴۰ درصد صادرات کالاهای صنعتی اسرائیل را الماسهای برش‌خورده تشکیل می‌دهد.