

ایران ؛ میزان ادغام در اقتصاد جهانی و مزیت‌های نسبی

علی رستمیان**

دکتر محسن مهرآرا*

چکیده:

یکی از دغدغه‌های اساسی اکثر کشورهای دنیا به خصوص کشورهای در حال توسعه، فرایند رو به گسترش جهانی شدن و چگونگی رویارویی با این فرایند است. آگاهی از میزان ادغام تجاری کشور در اقتصاد جهانی می‌تواند به درک موقعیت و تواناییهای اقتصادی کشور در پیوستن به روند جهانی شدن کمک شایانی نماید. اندازه‌گیری میزان ادغام تجاری کشور با استفاده از شاخص تجارت درون صنعتی (IIT) برای دوره ده ساله (۸۲-۱۳۷۳) نشان می‌دهد که در یک سوم فصلهای تعرفه ای میانگین IIT صفر و یا نزدیک به صفر است که این بیانگر میزان جهانی شدن و ادغام تجاری بسیار پایین اقتصاد ایران در اقتصاد جهانی است. محاسبات صورت گرفته برای تعیین مزیت‌های نسبی اقتصاد کشور با استفاده از شاخص مزیت نسبی آشکار شده بالانس حاکی از آن است که ایران در تولید و صدور کالاهای مبتنی بر مزیت نسبی ایستا (طبیعی) دارای مزیت می‌باشد.

JEL: F1, C0, C2.

کلیدواژه: اقتصاد ایران ، جهانی شدن، تجارت درون صنعت ، مزیت نسبی آشکار شده

* عضو هیأت علمی دانشگاه تهران

** دانشجوی کارشناسی ارشد توسعه اقتصادی و برنامه ریزی دانشگاه علامه طباطبایی

مقدمه

جهانی شدن هر چند پدیده جدیدی نیست و سابقه آن به قرن نوزدهم بر می گردد؛ اما از سه دهه پیش یعنی از دهه ۱۹۷۰ به بعد، بویژه با فروپاشی شوروی و سقوط سوسیالیسم دولتی در دهه ۱۹۹۰ و تحکیم سرمایه داری در جهان به شدت بر اهمیت آن افزوده شده و امروز به امری غیرقابل اجتناب تبدیل شده است بطوری که در چند سال گذشته بیشترین تأثیر را در سیاستهای اقتصادی کشورها داشته و بحث پیوستن یا نپیوستن به WTO از مباحث گرم محافل علمی، سیاسی و روشنفکری بوده است. شاید بتوان گفت که مهمترین ویژگی این فرایند همه گیر بودن آن است و هیچ کشوری توان گریز از آثار و تبعات آن را ندارد. در حال حاضر بهترین رویکرد در مواجهه با جهانی شدن شناسایی چالش ها و فرصت های منتج از آن و آماده سازی هر چه بیشتر اقتصاد کشور از نظر زیر ساخت های نرم افزاری (همچون مدیریت، قوانین و مقررات، ارزشها و باورها و...) و سخت افزاری (مانند ایجاد صنایع دارای مزیت، حمل و نقل و...) برای رویا رویی با این پدیده می باشد.

جهانی شدن فرایندی نیست که در تمام کشورها به طور یکسانی تجربه شود؛ بلکه کشورهایی می توانند از این فرایند بهره بیشتری برده و از فرصت های خلق شده توسط آن حداکثر بهره برداری را بنمایند که شناختی درست نسبت به همه جوانب آن پیدا کرده و خود را برای رویارویی هر چه بهتر با آن آماده سازند. اقتصاد در سطح جهانی به سرعت به سمت همگرایی و یکپارچه شدن در حال حرکت است و ادغام اقتصاد های ملی در اقتصاد بین المللی و وابستگی متقابل اقتصادی کشورها نسبت به گذشته به شدت در حال افزایش است. رقابت، مهمترین مؤلفه و اصلی ترین پیام جهانی شدن است. در طی این فرایند میدان رقابت از سطح ملی و منطقه ای به سطح جهانی گسترش یافته و مرزها و فاصله ها و قوانین گمرکی نمی تواند چتر امنی برای شرکتها و بنگاههای نا کارآمد باشند. بنابراین رقابت پذیری حیاتی ترین مسأله در فرایند جهانی شدن است. شناخت مزیت های نسبی کشور در بخشهای مختلف اقتصادی می تواند گام مهمی در جهت افزایش رقابت پذیری اقتصاد کشور باشد. پی بردن به اینکه اقتصاد ایران در صورت ادغام بیشتر در اقتصاد جهانی در پروسه تقسیم کار بین المللی در چه بخشهایی تخصص خواهد یافت؛ بسیار مهم است و ما را رهنمون می سازد تا با سرمایه گذاری بیشتر در این بخشها و رفع نواقص بخشهای ضعیف اقتصادی در رقابت جهانی پرفروغتر ظاهر شویم.

این مقاله از سه بخش اصلی تشکیل شده است. بخش اول مقاله به دنبال شناخت جایگاه اقتصاد ایران در فرایند جهانی شدن و اندازه گیری میزان ادغام تجاری اقتصاد ایران در اقتصاد جهانی است که برای نیل به

این هدف بعد از مرور ادبیات نظری و تجربی موضوع، با استفاده از شاخص تجارت درون صنعت (IIT)^۱ میزان ادغام تجاری ایران در اقتصاد بین الملل اندازه گیری شده است. برای اندازه گیری تجارت درون صنعت از شاخص تعدیل نشده گروبل و لوید (۱۹۷۵)^۲ که متداولترین روش برای محاسبه IIT می باشد؛ استفاده شده است. بخش دوم مقاله به دنبال پاسخ به این سؤال است که در فرایند جهانی شدن اقتصاد؛ ایران در چه بخشهایی تخصص خواهد یافت که بدین منظور در ادامه بحث، پس از معرفی شاخص های مطرح در اندازه گیری مزیت نسبی از شاخص مزیت نسبی آشکار شده بالانس^۳ جهت بدست آوردن مزیت های نسبی کشور در بخشهای مختلف اقتصادی استفاده شده است. این شاخصها با استفاده از آمار صادرات و واردات کشور بر اساس قسمتها و فصلهای تعرفه ای (۹۷ فصل تعرفه ای) و برای یک دوره ده ساله (۱۳۸۲-۱۳۷۳) محاسبه شده اند؛ بنابراین به راحتی می توان تغییرات و پویایی تجارت درون صنعت و مزیت های نسبی کشور در تولید و صدور کالا در ده سال گذشته را مورد ملاحظه قرار داد. بخش پایانی مقاله به نتیجه گیری و ارایه پیشنهاد اختصاص یافته است.

۱. اندازه گیری میزان ادغام تجاری اقتصاد ایران در اقتصاد جهانی

با توجه به اینکه جهانی شدن مدت اندکی است که به صورت جدی مورد توجه محافل علمی قرار گرفته است؛ بنابراین اندازه گیری آن نیز در مراحل مقدماتی به سر می برد. نظرات مختلفی در این مورد بیان شده و شاخصهای متفاوتی نیز برای اندازه گیری و پی بردن به اینکه آیا در دنیای واقعی، جهانی شدن در حال گسترش است یا نه؛ ارایه شده است که هر کدام از دیدگاه خاصی به این موضوع پرداخته اند: در اوایل سال ۲۰۰۱، نشریه مشهور "فارین پالیسی"^۴ و "دفتر مشاوره بین المللی کرنی"^۵ شاخصهایی از جهانی شدن ارایه نمودند که ترکیبی از چهار مؤلفه کلیدی از ادغام جهانی یعنی؛ جهانی شدن تجارت کالاها و خدمات، جهانی شدن مالی، جهانی شدن تماسهای شخصی و اتصال اینترنتی می باشد. این شاخص برای پنجاه کشور صنعتی و چند نماینده کلیدی از اقتصادهای نوظهور محاسبه شده و براساس آن، کشورهای سنگاپور، هلند و سوئد بالاترین رتبه را حائز شده اند.

^۱ - Intra-Industry Trade

^۲ - Unadjusted Grubel-Lloyd Index (1975)

^۳ - R. Ballance

^۴ - Foreign Policy

^۵ - A. T. Kearney

بنیاد هریتیج^۱ و مؤسسه فریزر^۲ هر کدام با استفاده از معیارهای جداگانه ای، جهت اندازه گیری تجربی سطح آزادی اقتصادی در کشورهای سراسر دنیا، اقدام به معرفی شاخص آزادی اقتصادی^۳ نموده اند. شاخص آزادی اقتصاد بنیاد هریتیج، براساس مقادیر ۵۰ متغیر مستقل اقتصادی که به ۱۰ طبقه اصلی تقسیم شده اند؛ محاسبه می شود. این شاخص برای اولین بار در اواخر دهه ۱۹۸۰ در این بنیاد آمریکایی مورد بحث قرار گرفته و تهیه کنندگان آن، آزادی اقتصادی را نبود تحمیل یا محدودیت بر تولید، توزیع و مصرف کالاها و خدمات تعریف می کنند. اما شاخص آزادی اقتصادی مؤسسه فریزر شاخص موزون و مرکب از ۲۱ متغیر مختلف است که گردآورندگان آن بر این باورند که اصلی ترین اجزا آزادی اقتصادی را انتخاب شخصی، حمایت از دارایی های خصوصی و آزادی مبادله تشکیل می دهد. این دو شاخص بصورت سالانه تهیه و منتشر می شوند. بطور مثال در سال ۱۹۹۸ مؤسسه فریزر شاخص آزادی اقتصادی را برای ۱۲۳ کشور جهان محاسبه نموده است که در آن میان، کشور مارتبه ۱۰۲ را کسب کرده و نیز شاخص هریتیج در سال ۲۰۰۲ در بین ۱۵۶ کشور جهان رتبه ۱۵۱ را به ایران داده است.^۴

در سه مطالعه انجام شده توسط گرت^۵ (۱۹۹۵، ۱۹۹۸) و رودریک^۶ (۱۹۹۸) از مجموع صادرات و واردات نسبت به GDP به عنوان شاخصی برای جهانی شدن استفاده شده است. راثو^۷ (۱۹۹۸) دریک مطالعه بین کشوری^۸ از سهم تجارت، صادرات و صادرات کالاهای اولیه، از تولید ناخالص داخلی کشورها و نیز سهم مالیات بر تجارت از کل تجارت به عنوان شاخصهای جهانی شدن استفاده کرده است.

یکی از شاخصهای معتبری که در اکثر مطالعات صورت گرفته به عنوان معیار جهانی شدن اقتصاد مورد استفاده قرار گرفته است؛ شاخص تجارت درون صنعت (IIT) است که از آن به عنوان معیار ادغام تجارت بین الملل^۹ نیز یاد می شود. ماخی جا^{۱۰}، کیم^{۱۱} و ویلیامسون^{۱۲} در پژوهشی که در ارتباط با صنایع شیمیایی انجام داده اند از این معیار به همراه معیار سطح تجارت بین الملل (LIT)^{۱۳} به عنوان شاخصهای جهانی شدن استفاده کرده اند. در ایران نیز این شاخص توسط کلباسی و مجیدی (۱۳۸۰) و کمیجانی و نوری (۱۳۷۹)،

^۱ - Heritage Foundation

^۲ - Fraser Institute

^۳ - Economic freedom index

^۴ - به نقل از : دادگر و ناجی میدانی ۱۳۸۲، صص ۱۰۳-۱۳۵

^۵ . Garrett

^۶ . Rodrik

^۷ . Rao

^۸ . Cross - country

^۹ . Integration of International Trade

^{۱۰} . Makhija

^{۱۱} . Kim

^{۱۲} . Williamson

^{۱۳} . Level of International Trade

برای اندازه گیری جهانی شدن اقتصاد مورد استفاده قرار گرفته است. کلباسی و مجیدی با استفاده از این دو معیار تأثیر جهانی شدن بر سه گروه کالاهای واسطه ای، سرمایه ای و مصرفی را مورد تجزیه و تحلیل قرار داده اند و کمیجانی و نوری این معیارها را برای بررسی روند جهانی شدن کشاورزی ایران مورد استفاده قرار داده اند. در مطالعه حاضر نیز از شاخص IIT به لحاظ ویژگیهای متمایز آن، به عنوان شاخصی برای اندازه گیری میزان جهانی شدن و ادغام تجاری اقتصاد ایران در اقتصاد جهانی استفاده شده است.

تجارت درون صنعت (که تجارت افقی، تجارت دوطرفه و تجارت متقابل نیز خوانده می شود) به واردات و صادرات همزمان محصولات همگن متمایز یک صنعت خاص اطلاق می شود که به مبادله در داخل صنایع و نه بین صنایع می انجامد.¹ این محصولات مانند اتومبیل یا لوازم برقی و خانگی و ... هر چند دارای یک نام مشترک هستند ولی قطعاً از نظر سایر ویژگیها تفاوت دارند. این نوع تجارت بین الملل نه فقط باعث افزایش دامنه انتخاب مصرف کنندگان هر کشوری می شود؛ بلکه باعث افزایش سطح رقابت میان تولیدکنندگان آن گروه از کالاها در کشورهای مختلف خواهد شد. براساس نظریه هکشر- اوهلین² تجارت میان کشورها براساس تفاوت در وفور نسبی عوامل تولید صورت می گیرد. در حالی که IIT تجارت در محصولات با شدت عامل یکسان را توضیح می دهد. به بیان دیگر تئوری هکشر- اوهلین تجارت بین صنایع را توضیح می دهد؛ نه تجارت درون صنعت را. در حالی که حجم وسیعی از مبادلات بین المللی بر اساس تنوع محصولات یک صنعت انجام می شود. یعنی بخش وسیعی از تجارت بین الملل شامل «تجارت درون صنعت» در محصولات همگن متمایز است.³ براساس برآورد کلارک (۱۹۹۸) حدود ۶۸ درصد از تجارت میان شمال - شمال مربوط به تجارت درون صنعتی بوده است.⁴ همچنین IIT در حدود ۲۵ درصد از تجارت جهانی را به خود اختصاص داده است.⁵

شاخص تجارت درون صنعت که برای اولین بار در سال ۱۹۷۵ توسط گروبل و لوید ارایه شد؛ به شکل زیر است:

$$IIT = 1 - \left[\frac{|X_t - M_t|}{(X_t + M_t)} \right]$$

در فرمول بالا X_t نشانگر صادرات و M_t نشانگر واردات صنعت (یا بخش) مورد نظر است. مقدار شاخص IIT بین صفر و یک قرار دارد که صفر نشان دهنده عدم وجود تجارت درون صنعتی است که در

¹ - گاندولفو ۱۳۸۰، صص ۴۸۰-۴۹۴

² . Heckscher - Ohlin

³ - سالواتوره ۱۳۸۰، صص ۱۷۸-۱۷۹

⁴ . Clark 1998 , PP. 345 - 362

⁵ . Krugman & Obstfeld 1991

این حالت کشور مورد نظر واردکننده یا صادرکننده خالص آن کالا است و اما یک بیانگر تجارت درون بخشی کامل است یعنی صادرات برابر واردات می باشد.

این شاخص میزان ادغام جهانی یک صنعت (یا بخش) را اندازه گیری نموده و نماینگر میزان قدرت و انعطاف اقتصادی کشورها برای رقابت در صحنه اقتصاد بین الملل و در نتیجه آمادگی آنها برای آزاد سازی تجاری و ورود به عرصه جهانی شدن اقتصاد می باشد. یافته های اکثر تحقیقات انجام شده در این رابطه حاکی از آن است که IIT با اکثر عوامل مؤثر بر جهانی شدن ارتباط مستقیم دارد، که از آن جمله می توان به موارد زیر اشاره نمود:

- اندازه بازار (لانکاستر^۱، ۱۹۸۰، هلپمن^۲ ۱۹۸۱)

- سرمایه گذاری مستقیم خارجی^۳

- کاهش موانع تعرفه ای و غیرتعرفه ای (بالا سا و باونز^۴، ۱۹۸۷، استون و لی^۵ ۱۹۹۵)

- مشارکت در طرحهای همگرایی اقتصادی (لوشر و ولتر^۶، ۱۹۸۰، بالا سا و باونز ۱۹۸۷)

لذا با توجه به نکات ذکر شده و نتایج مطالعات صورت گرفته می توان اذعان داشت که شاخص IIT معیار بسیار مناسبی برای بررسی روند جهانی شدن اقتصاد است.

جدولهای شماره (۱) و (۲) مقدار این شاخص را که در یک دوره ده ساله (۱۳۸۲ - ۱۳۷۳) برای اقتصاد ایران محاسبه شده است؛ نشان می دهند. برای محاسبه این شاخص از آمار صادرات و واردات بر حسب قسمتها و فصلهای تعرفه ای (H.S)^۷ استفاده شده است. در جدول شماره (۱) میانگین شاخص IIT برای دوره مورد نظر محاسبه شده و نتایج در جدول شماره (۲) در سه گروه، طبقه بندی شده است.

1. Lancaster

2. Helpman

3- گزارش سازمان ملل در مورد سرمایه گذاری مستقیم خارجی نشان می دهد که در سال ۱۹۹۹، از کل سرمایه گذاری مستقیم خارجی انجام شده در جهان، ۶۷،۷ درصد از آن توسط کشورهای پیشرفته صنعتی در میان خودشان انجام شده است.

4. Balassa & Bauwens

5. Stone & Lee

6. Loertscher & Wolter

7. Harmonized System :

سیستم هماهنگ شده توصیف و کد گذاری کالا (H.S) حاوی ۲۱ قسمت، ۹۷ فصل و ۵۰۱۳ شماره اصلی می باشد که از طرف سازمان جهانی گمرک برای کشورهای عضو تدوین گردیده و به «نمانکلاتور سیستم هماهنگ شده توصیف و کد گذاری» موسوم است و کشورهای عضو متعهد به رعایت اصول کلی آن می باشند.

جدول شماره (۱) - میانگین شاخص تجارت درون صنعتی در فصول تعرفه ای (۱۳۸۲-۱۳۷۳)

فصل	نوع کالا	فصل	نوع کالا	فصل	نوع کالا
۱	حیوانات زنده	۲۷	سوختهای معدنی، روغنهای ...	۰,۷۵	
۲	گوشت و احشام خوراکی	۲۸	محصولات شیمیایی غیر الی ...	۰,۴۷	
۳	ماهیها و قشرداران، صدفداران ...	۲۹	محصولات شیمیایی الی	۰,۵۰	
۴	شیر و محصولات لبنی، تخم پرندگان ...	۳۰	محصولات دارویی	۰,۰۵	
۵	سایر محصولات حیوانی ...	۳۱	کودها	۰,۱۲	
۶	نباتات زنده و محصولات گلکاری	۳۲	عصاره های دباغی یا رنگرزی و ...	۰,۱۴	
۷	سبزیجات، نباتات ریشه و ...	۳۳	روغن های اسانسی و رزینوئید	۰,۷۵	
۸	میوه های خوراکی، پوست مرکبات و ...	۳۴	صا بونها، مواد الی تانسوآکتیو	۰,۸۸	
۹	قهوه، چای، ماته و ادویه	۳۵	مواد آلبومینوئید، محصولات ...	۰,۴۸	
۱۰	غلات	۳۶	باروت و مواد منفجره - کبریت ...	۰,۰۹	
۱۱	محصولات صنعت آردسازی، مالت ...	۳۷	محصولات عکاسی و سینما توگرافی	۰,۰۱	
۱۲	دانه و میوه های روغن دار ...	۳۸	محصولات گوناگون صنایع شیمیایی	۰,۲۰	
۱۳	انگم ها، رزین ها و سایر ...	۳۹	مواد لاستیکی و اشیاء ساخته شده از آن	۰,۳۶	
۱۴	مواد قابل بافت و سایر ...	۴۰	کائوچو و اشیاء ساخته شده	۰,۲۳	
۱۵	چربیها و روغنهای حیوانی ...	۴۱	پوست (غیر از پوستهای نرم) و چرم	۰,۰۶	
۱۶	فراورده های گوشت، ماهی ...	۴۲	اشیاء ساخته شده از چرم، مصنوعات	۰,۱۵	
۱۷	قند و شکر و شیرینی	۴۳	پوست های نرم طبیعی و ...	۰,۳۷	
۱۸	کاکائو و فراورده های آن	۴۴	چوب و اشیاء چوبی، زغال چوب	۰,۱۹	
۱۹	فراورده های غلات، آرد ...	۴۵	چوب پنبه و اشیاء ساخته شده از آن	۰,۰۹	
۲۰	فراورده ها از سبزیجات ...	۴۶	مصنوعات حصیر بافی یا سبد بافی	۰,۰۸	
۲۱	فراورده های خوراکی گو ناگون	۴۷	خمیر چوب یا سایر مواد الیافی	۰,۱۴	
۲۲	نوشابه ها، آبگونه های الکلی و سرکه	۴۸	کاغذ و مقوا، اشیاء ساخته شده از آن	۰,۰۳	
۲۳	آخال و تفاله صنایع خوراک سازی و ...	۴۹	کتاب، تصویر، روزنامه ...	۰,۱۷	
۲۴	توتون و تنباکو و بدل ...	۵۰	ابریشم	۰,۱۹	
۲۵	نمک گوگرد، خاک و سنگ و ...	۵۱	پشم، موی نرم (کرک) یا ...	۰,۶۳	
۲۶	سنگ فلز، جوش و خاکستر	۵۲	پنبه	۰,۴۲	

ادامکه جدول شماره (۱) - میانگین شاخص تجارت درون صنعتی در فصول تعرفه ای (۱۳۸۲-۱۳۷۳)

فصل	نوع کالا	IIIT	فصل	نوع کالا	IIIT
۵۳	سایر الیاف نسجی نباتی ...	۰,۱۵	۷۶	الومینیوم و مصنوعات از ...	۰,۵۱
۵۴	رشته های سنتتیک یا مصنوعی	۰,۱۲	۷۷	(منیزیم - بریلیم) گلو سینیوم	-
۵۵	الیاف رشته های سنتتیک یا ...	۰,۲۱	۷۸	سرب و مصنوعات از سرب	۰,۳۱
۵۶	اوات، پارچه های نبافته و نمد	۰,۳۸	۷۹	روی و مصنوعات از روی	۰,۳۷
۵۷	فرش و سایر کف پوشها از مو	۰,۰۱	۸۰	قلع و مصنوعات از قلع	۰,۰۱
۵۸	پارچه های تار و پود باف مخصوص	۰,۲۲	۸۱	سایر فلزات معمولی ...	۰,۰۳
۵۹	پارچه های نسجی اغشته ...	۰,۰۹	۸۲	ابزارها، ابزار آلات و ...	۰,۰۵
۶۰	پارچه های کشباف یا قلاب باف	۰,۴۲	۸۳	مصنوعات گوناگون از فلزات	۰,۲۷
۶۱	لباس و متفرعات لباس از کشباف	۰,۰۱	۸۴	راکتورهای هسته ای، دیگ بخار	۰,۰۲
۶۲	لباس و متفرعات لباس غیر از کشباف	۰,۱۴	۸۵	ماشین آلات و دستگاه های برقی	۰,۰۴
۶۳	سایر اشیاء نساجی دوخته و ...	۰,۱۷	۸۶	لکوموتیوهای راه آهن یا تراموای ...	۰,۱۰
۶۴	کفش، گترو اشیاء همانند ...	۰,۰۱	۸۷	وسائط نقلیه زمینی غیر از ...	۰,۰۹
۶۵	کلاه و اجزا کلاه	۰,۴۴	۸۸	وسائط نقلیه هوایی، فضائی ...	۰,۰۱
۶۶	چتر بارانی، چتر آفتابی، عصا و ...	۰,۰۸	۸۹	کشتیها، قایق ها و شناورها	۰,۲۱
۶۷	پر و پر نرم آماده و اشیاء ...	۰,۱۸	۹۰	الات و دستگاه های اپتیک و عکاسی	۰,۰۸
۶۸	مصنوعات از گچ، سنگ و سیمان	۰,۶۹	۹۱	اشیاء صنعت ساعت سازی	۰,۳۳
۶۹	محصولات سرامیکی	۰,۷۰	۹۹۲	الات موسیقی، اجزا و قطعات	۰,۰۱
۷۰	شیشه و مصنوعات شیشه ای	۰,۳۶	۹۳	اسلحه و مهمات	-
۷۱	مروارید طبیعی یا پرورده، سنگ	۰,۲۲	۹۴	مبل، مبل های طبی - جراحی و ...	۰,۳۵
۷۲	چدن یا آهن و فولاد	۰,۲۰	۹۵	بازیچه، اسباب بازی و لوازم ...	۰,۵۳
۷۳	مصنوعات از چدن، آهن یا ...	۰,۲۵	۹۶	مصنوعات گوناگون	۰,۲۲
۷۴	مس و مصنوعات از مس	۰,۵۰	۹۷	اشیاء هنری، اشیاء کلکسیون ...	۰,۱۷
۷۵	نیکل و مصنوعات از نیکل	۰,۰۱			

منبع: خلاصه نتایج محاسبات پژوهش براساس آمار بازرگانی خارجی جمهوری اسلامی ایران (۱۳۸۲ - ۱۳۷۳)

بر طبق جدول شماره (۲) در ۷۳ فصل از ۹۷ فصل تعرفه ای، میانگین شاخص ادغام تجاری کمتر از ۴۰٪ است که بیانگر میزان تجارت درون بخشی و ادغام تجاری بسیار پایین در این بخشها می باشد. در ۱۴ فصل، این شاخص در فاصله ۶۰٪ - ۴۱٪ قرار دارد؛ که ادغام تجاری در آنها متوسط است و تنها در ۱۰ فصل تعرفه ای میزان IIT بالاتر از ۶۱٪ می باشد. میانگین IIT برای کل اقتصاد ایران برابر با ۲۵٪ می باشد که این برای اقتصادی که در حال پیوستن به WTO می باشد؛ نمی تواند رقم مناسبی باشد.

جدول شماره (۲) - میزان تجارت درون صنعت در فصلهای تعرفه ای ایران (۱۳۷۳-۱۳۸۲)

میانگین شاخص IIT	۰ - ۴۰٪	۴۱٪ - ۶۰٪	۶۱٪ - ۱
تعداد فصلها	۷۳	۱۴	۱۰
میزان ادغام تجاری	کم	متوسط	زیاد

بر اساس جدول شماره (۱) مهمترین گروه محصولات در تجارت درون صنعت ایران مربوط به نباتات زنده و محصولات گلکاری (۶۸٪)، قهوه، چای، ماته و ادویه (۷۲٪)، کاکائو و فرآورده های آن (۶۴٪)، فرآورده های خوراکی گوناگون (۷۴٪)، نمک، گوگرد، خاک و سنگ (۷۳٪)، سوخته های معدنی... (۷۵٪)، روغنهای اسانسی و رزینوئید (۷۵٪)، صابونها و مواد آلی تانسواکتیو (۸۸٪)، مصنوعات از سنگ، گچ و سیمان (۶۹٪) و محصولات سرامیکی (۷۰٪) می باشد.

ترکیب کالاهایی که در اقتصاد کشور دارای بیشترین میزان تجارت درون صنعت می باشند؛ نشان می دهد که بیشترین ادغام تجاری در بخشی از اقتصاد ایران در حال شکل گیری است که احتیاج به فناوری و تکنولوژی پیچیده ای ندارند؛ همچون تولیدات کشاورزی، صنایع غذایی و محصولات معدنی؛ که این نمی تواند خیلی خوشایند باشد. در ۳۲ فصل تعرفه ای میانگین IIT محاسبه شده نزدیک به صفر است؛ یعنی در یک سوم فصلهای تعرفه ای هیچگونه تجارت درون بخشی صورت نمی گیرد و ما واردکننده یا صادرکننده خالص این کالاها هستیم.

نتایج بالا نشان می دهند که میزان ادغام تجاری اقتصاد کشور در اقتصاد جهانی با توجه به شاخص ادغام تجارت بین الملل (IIT) بسیار پایین است که این نتیجه با توجه به ساختار غیر رقابتی اقتصاد کشور، قوانین و مقررات ناسازگار با اقتصاد جهانی و موانع تعرفه ای و غیر تعرفه ای متعدد دور از انتظار نیست.

۲. رقابت پذیری و مزیت های نسبی:

جهانی شدن اقتصاد با خود گسترش بازارها و آزادی تجاری را به دنبال می آورد و در طی آن مرزها و فاصله ها و محدودیتهای تجاری رنگ باخته و میدان رقابت به سطح جهانی گسترش می یابد. تحت این شرایط سیاستهای حمایتی دولتها کارایی نداشته و قابل اجرا نیستند. در این حالت بخشهایی از اقتصاد که برای ادامه فعالیت خود متکی به حمایتهای دولتی نبوده و از توان رقابت پذیری قابل قبولی برخوردار باشند؛ با گسترش بازارها قادر خواهند بود، تولیدات خود را در سطح وسیعی عرضه نموده و با دستیابی به بازارهای بزرگتر از فرایند ادغام تجاری سود ببرند. اما در مقابل بخشهایی که به واسطه حمایتهای دولت هیچ وقت نیازی به تقویت توان رقابتی خود نمی دیدند و بازار حمایت شده داخلی را همیشه در دست داشته اند؛ با ایجاد فضای باز اقتصادی قدرت رقابت خود را از دست داده و متحمل زیانهای هنگفتی خواهند شد. تحت شرایط یکپارچگی جهانی و گسترش بازارها و به لحاظ کمبود منابع سرمایه گذاری به خصوص در کشورهایی که عنوان در حال توسعه را به یدک می کشند؛ لزومی ندارد که یک کشور همه کالاها را در داخل تولید کند؛ بلکه هر کشوری در فرایند جهانی شدن در تولید و صدور کالایی تخصص پیدا می کند که در تولید آن دارای مزیت نسبی باشد. به گفته جان استوارت میل، تجارت بر اساس مزیت نسبی، منجر به اشتغال کارآمدتر نیروهای خلاق جهان می گردد^۱. زمانی که مزیت نسبی مبنای فعالیتهای اقتصادی قرار گیرد؛ فعالیتهای تخصصی شده؛ تقسیم کار بین المللی بوجود آمده؛ منابع سرمایه گذاری به طرز صحیحی به سمت بخشهای مولد هدایت شده و رقابت پذیری در اقتصاد افزایش می یابد.

در حال حاضر بسیاری از بخشهای اقتصادی ما در موقعیتی هستند که در بازارهای داخلی به دلیل حمایتهای غیر اصولی دولت دارای مزیت غیر واقعی می باشند. شرایط فعلی بهترین موقعیت برای شناسایی عوامل خلق مزیت در این بخشها است تا با افزایش کارایی، در صورت ادغام تجاری بیشتر و بوجود آمدن تجارت آزاد، بتوانند قدرت رقابت با رقبای خود را داشته باشند. با ادامه شرایط موجود اکثر صنایع کارخانه ای کشور متحمل زیانهای عظیمی خواهند شد. بنابراین حیات و شکوفایی اقتصادی کشور و حضور آگاهانه در بازارهای جهانی مستلزم شناسایی مزیت های نسبی در بخشهای مختلف اقتصادی و مبنای عمل قرار دادن آن می باشد.

در بیان دلایل توجیهی تجارت، نظریه مزیت نسبی از درجه بالای عمومیت و اهمیت برخوردار است. این نظریه بطور گسترده ای برای مسائل مربوط به تخصیص منابع قابلیت کاربرد داشته و یک چارچوب

۱- ملیر ۱۳۸۲، ص ۵۴۹

عملی از تقسیم کار بین المللی را ارائه می دهد. منطق این نظریه بدون مبنای نهادی بوده و برای هر نوع سازوکار تصمیم گیری که با منطق سر و کار دارد؛ قابل کاربرد است.

نظریه سنتی مزیت نسبی که ابتدا توسط ریکاردو ارائه گردید و سپس توسط اقتصاددانانی همچون: هابرلر^۱، هکشر- اوهلین، ساموئلسون^۲، لئونتیف^۳ و دیگران پیگیری و تکامل یافت؛ به دیدگاه ایستای مزیت نسبی پرداخته است که بیشتر طرف عرضه تولید را مدنظر قرار داده و بر نقش طبیعت یا تاریخ (که عوامل برونزای تولید هستند) به عنوان عامل تعیین کننده مزیت نسبی تأکید کرده است. بر طبق این دیدگاه عامل اساسی تعیین کننده مزیت نسبی یک کشور میزان برخورداری از عوامل تولید یعنی؛ عرضه نسبی منابع طبیعی، نیروی کار و سرمایه می باشد و این حداقل تفاوتی است که میان کشورهای مختلف وجود داشته و شرط لازم برای تجارت متقابل سودمند میان آنهاست حتی اگر تمام کشورها دارای رجحانات (شرایط تقاضا) یکسان و فن آوری (تابع تولید) یکسان بوده و فاقد صرفه جویی ناشی از مقیاس در تولید باشند تا زمانی که تفاوتی عوامل نسبی وجود دارد؛ تفاوت قیمتها و هزینه های نسبی نیز وجود خواهد داشت و در نتیجه تجارت بر اساس مزیت نسبی توجیه خواهد داشت. اینگونه الگوها مربوط به تجارت در یک مقطع زمانی بوده و بر اساس وجود تفاوتی تاریخی در بهره وری نیروی کار یا برخورداری نسبی از عوامل استوار می باشد. اما مدتهاست که تئوری مزیتهای نسبی ایستا جای خود را به نظریه مزیت های نسبی پویا داده است. مزیت نسبی یک کشوری ایستا و ابدی نیست بلکه بر عکس، مزیت نسبی مفهومی پویاست و در طی زمان بصورت یک مزیت نسبی خلق شده در حال تحول است. مزیت نسبی می تواند در طول زمان از طریق تکامل چرخه زندگی محصول، تغییر در برخورداری از عوامل و دستیابی به بازدهی صعودی نسبت به مقیاس، کسب شود. بر اساس دیدگاه مزیت نسبی پویا، هر کشوری می تواند بصورت درونزا و با استفاده از فناوری و پیشرفتهای تکنولوژی و عوامل دیگر به خلق مزیت پردازد.

در ادبیات اقتصاد بین الملل دو دیدگاه کلی در زمینه اندازه گیری مزیتهای نسبی وجود دارد که یکی دیدگاه سنتی است و دیگری دیدگاه معاصر. در دیدگاه اول با استفاده از اطلاعات قبل از تجارت و به صورت پیش نگر^۴ به تعیین مزیتهای نسبی کشور در میان فعالیتهای ممکن اقتصادی می پردازند. اما دیدگاه دوم مزیتهای نسبی را با استفاده از اطلاعات پس از تجارت و براساس آمار بازرگانی خارجی و به صورت

1 . Haberler

2 . Samuelson

3 . Leontief

4 .ex-ante

پس نگر^۱ محاسبه می نماید که این روش همان روش مزیت نسبی آشکار شده (RCA)^۲ است که در این پژوهش نیز برای شناسایی مزیت‌های نسبی اقتصاد ایران مورد استفاده قرار گرفته است.

از میان شاخص‌های پیش نگر می توان به روش هزینه منابع داخلی (DRC)^۳ اشاره نمود که نسبت به بقیه شاخص های این روش از قدمت بیشتری برخوردار است. DRC معیاری است برای تخمین ارزش منابع داخلی استفاده شده در تولید یک محصول خاص، زمانی که همه نهاده های واسطه ای در قیمت‌های جهانی و همه نهاده های اصلی در قیمت هزینه های فرصت^۴ واقعی آنها ارزش گذاری شده اند. برونو^۵ هزینه منابع داخلی را میزان هزینه فرصت واقعی منابع داخلی که صرف تولید (یا صرفه جویی) یک واحد نهایی ارزش می شود؛ تعریف می کند. بنابراین شاخص هزینه منابع داخلی، هزینه فرصت عوامل اولیه استفاده شده در تولید یک محصول را با ارزش افزوده آن در قیمت‌های جهانی مقایسه می کند. به عبارت دیگر روش هزینه منابع داخلی، یک معیار هزینه فایده است که بر اساس آن سیاستگذاران تصمیم می گیرند که آن محصول را خود تولید کنند و یا از بازارهای جهانی وارد نمایند.

اما در عمل و دنیای واقعی به دست آوردن قیمت‌های نسبی و هزینه های فرصت قبل از تجارت به خاطر عدم برقراری فروض تئوریک مزیت نسبی مانند نبودن بازار رقابت کامل و تجارت آزاد با مشکل مواجه است. چرا که به دلیل دخالت دولتها در تجارت برون مرزی و وضع قوانین گمرکی و موانع تعرفه ای و غیر تعرفه ای متعدد، تز وجود تجارت آزاد مصداق پیدا نمی کند. بنابراین وجود چنین موانعی عملاً کاربرد شاخص DRC را با مشکل مواجه می سازد. مضاف بر اینکه این روش در صورت مصداق عملی آن، تنها ابعاد هزینه های تولید مؤثر در مزیت نسبی را نشان می دهد در حالیکه شاخص مزیت نسبی آشکار شده توان بالفعل مزیت نسبی کالاها را نشان می دهد یا به عبارت دیگر یک شاخص عملکردی است. همچنین با توجه به اینکه بطور نسبی یک کشور کالایی را صادر می کند که هزینه تولید آن نسبت به سایر کشورها کمتر باشد و کالایی را وارد می کند که هزینه تولید آن نسبت به سایر کشورها بیشتر باشد، بنابراین روش RAC با این استدلال در برگیرنده کلیه عوامل مؤثر در مزیت نسبی از جنبه های تولیدی، صدور و تقاضا می باشد.

برای اندازه گیری مزیت نسبی آشکار شده، شاخص های مختلفی ارائه شده است که در ادامه به صورت فشرده و مختصر به بررسی برخی از این شاخص ها می پردازیم.

1 - ex-post

2 - Revealed Comparative Advantage

3 - Domestic Resources Cost

4 - Opportunity cost

5 . Bruno 1972 , PP. 18-33

۲-۱. شاخص لیزنر:

شاید بتوان گفت لیزنر اولین اقتصاددانی بود که در سال ۱۹۵۸ میلادی از اطلاعات بعد از تجارت برای تعیین مزیت نسبی استفاده کرد. وی در مقاله ای شاخص اندازه گیری مزیت نسبی را به صورت رابطه زیر ارائه نمود:^۱

$$RCA_a^i = (X_a^i / X_a^e) / (X_a^d / X_a^e) = X_a^i / X_a^d$$

در این رابطه اندیس a نمادی برای کالاهای تولید شده نوع a، اندیس i معرف کشور (انگلیس) و اندیس d یکی از کشورهای اروپایی و اندیس e معرف هفت کشور پیشرفته اروپایی (بلژیک، فرانسه، ایتالیا، لوکزامبورگ، هلند، سوئد و آلمان غربی) می باشد. لیزنر این شاخص را برای شصت صنعت مختلف انگلستان مورد آزمون قرار داد و از طریق آن مزیت نسبی دو جانبه بین انگلیس و کشورهای رقیب اروپایی برای یک کالای منفرد را برآورد نمود. هرگاه شاخص مذکور بزرگتر از واحد می شد؛ وی آن را به عنوان یک نوع مزیت نسبی در تولید و صادرات انگلستان در مورد صنعت (کالای) a نسبت به کشور d می دانست و برعکس. این شاخص دارای اشکالات زیر است:

اولاً صادرات انگلستان را تنها با یکی از کشورهای اروپایی مقایسه می کرد، ثانیاً در این مقایسه سایر کالاهای صادراتی یا سایر صنایع را وارد نمی ساخت.

۲-۲. شاخص بالاسا:

بالاسا (۱۹۶۵) ابتدا عبارت مزیت نسبی بالفعل را وضع نموده و متدولوژی لیزنر را به منظور تعیین ماهیت آثار ناشی از آزاد سازی تجاری تعدیل کرد. براساس این شاخص مزیت نسبی می تواند به وسیله جریانهای تجاری و سهم های صادراتی آشکار شود. وی از طریق تقسیم کردن سهم یک کشور از صادرات کالای خاص بر صادرات مرکب کالاهای تولید شده ۱۱ کشور صنعتی (بلژیک، انگلستان، فرانسه، آمریکا، ایتالیا، لوکزامبورگ، هلند، سوئد، آلمان غربی، کانادا و ژاپن) شاخص مزیت نسبی را بدست می آورد. شاخص وی به قرار زیر است:^۲

^۱ - H.Liesner 1958, PP. 302 - 318

^۲ - Balassa 1965 , PP. 99 - 123

$$RCA_a^i = \frac{(X_a^i / X_a^c)}{(X_m^i / X_m^c)}$$

X_a^i : ارزش کل صادرات کالای a توسط کشور مورد نظر
 X_a^c : ارزش کل صادرات کالای a توسط ۱۱ کشور صنعتی
 X_m^i : ارزش کل هفتاد و چهار قلم کالای تولیدی کشور مورد نظر
 X_m^c : ارزش کل صادرات هفتاد و چهار قلم کالای تولیدی ۱۱ کشور صنعتی

در این فرمول اندیس m اشاره به صادرات ۷۴ قلم کالای صنعتی و اندیس i به هر یک از یازده کشور توسعه یافته فوق اشاره دارد و اندیس c اشاره به تمام ۱۱ کشور صنعتی دارد. شاخص های بالاسا و لیزنر هر دو محدود به پوشش کالایی و کشوری می باشند. این معیارها تمرکز بیشتر بر تولید و صادرات کشورهای پیشرفته دارند و کشورهای در حال توسعه را کمتر مورد توجه قرار می دهند.

۲-۳. شاخص تکامل یافته بالاسا:

توماس والر اس آنچنان که در مقاله خود آورده است؛ معتقد است که به راحتی می توان معیار بالاسا را با مشمول کردن همه کشورها و کالاها برای منعکس کردن مزیت نسبی جهانی گسترش داد. وی شاخص بالاسا را به صورت زیر تکمیل و ارائه نمود:^۱

$$RCA_a^i = (X_a^i / X_t^i) / (X_a^w / X_t^w)$$

X_a^i : ارزش صادرات کالای a توسط کشور i
 X_t^i : ارزش صادرات کل کشور i
 X_a^w : ارزش صادرات جهانی کالای a
 X_t^w : ارزش کل صادرات جهانی

هر گاه شاخص فوق بزرگتر از یک باشد؛ نشان دهنده وجود مزیت نسبی و در غیر این صورت بیانگر عدم مزیت نسبی کشور مورد نظر در صادرات کالای a است. این شاخص نسبت به شاخص های قبلی قابلیت کاربرد گسترده تری داشته و از اهمیت و اعتبار خاصی نیز برخوردار است.

۲-۴. شاخص های مدرن RCA:

والراس در سالهای ۱۹۸۷ و ۱۹۸۹ شاخص های مزیت نسبی را توسعه داد. وی برای برطرف کردن مشکلات ناشی از محاسبه مضاعف (در مورد کشورهایی که اقدام به صادرات مجدد و ترانزیت کالا می کنند) مزیت های وارداتی را نیز وارد بحث خود نموده و بحث های مربوط به تجارت درون صنعت را نیز مدنظر قرار داد. شاخص های وی عبارتند از مزیت تجاری نسبی RCA1، مزیت صادراتی نسبی RCA2

¹ - Vallrath 1991, PP. 265- 280

و رقابت آشکار شده RCA3:

$$RCA1_a^i = (RXA_a^i - RMA_a^i)$$

$$RXA_a^i = (X_a^i / X_n^i) / (X_a^r / X_n^r)$$

$$RCA2_a^i = Ln(RXA_a^i)$$

$$RMA_a^i = (M_a^i / M_n^i) / (M_a^r / M_n^r)$$

$$RCA3_a^i = Ln(RXA_a^i) - Ln(RMA_a^i)$$

در روابط بالا RXA مزیت صادراتی و RMA مزیت وارداتی نسبی، Γ نشان دهنده جهان منهای کشور i و n نشان دهنده مجموع کالاهای اقتصادی مورد معامله منهای کالای a می باشد. X_a^i ارزش صادرات کالای a توسط کشور i و X_n^i ارزش صادرات کلیه کالاهای اقتصادی کشور i به جز کالای a و X_a^r ارزش صادرات کالای a توسط کلیه کشورها به جز کشور i بوده و X_n^r نیز ارزش صادرات کلیه کالاهای اقتصادی کشورهای جهان به جز ارزش صادراتی کالای a کشور i می باشد.¹

معیار تصمیم گیری در مورد این شاخصها چنین است که وقتی شاخص های مذکور مثبت شوند؛ نشان می دهند که کشور i در مورد صادرات کالای a دارای مزیت نسبی است و وقتی منفی باشند؛ نمایانگر یک زیان نسبی در مورد صادرات کالای a توسط کشور i می باشد.

۲-۵. شاخصهای سازمان توسعه صنعتی ملل متحد:

سازمان توسعه صنعتی ملل متحد (UNIDO)² در سالهای ۱۹۸۲ و ۱۹۸۶ از دو شاخص برای تشخیص مزیت نسبی کشورها در کالاهای مختلف استفاده کرده است:

- نسبت خالص صادرات (RNX)³:

$$RNX = (X_{ij} - M_{ij}) / (X_{ij} + M_{ij})$$

نسبت خالص صادرات به این صورت معرفی می شود که صورت کسر خالص صادرات کالای i کشور j و مخرج آن مبادلات کشور j ، در خصوص کالای i است.

- نسبت خالص صادرات تعدیلی (NNR)⁴:

$$NNR = (X_{ij} - M_{ij}) / T_{fj} (T_{iw} / T_{fw})$$

مخرج نسبت خالص صادرات نرمال (تعدیل) شده، حاصلضرب میانگین مبادلات فرآورده های کارخانه ای کشور j (T_{fj}) در سهم میانگین مبادلات جهانی کالای i (T_{iw}) از کل مبادلات جهانی فرآورده های کارخانه ای (T_{fw}) است. در این شاخصها استفاده از آمار کاملاً تجارتي محسوس است.

¹ - Ibid

² - United Nation Industrial Development Organization (UNIDO)

³ - Ratio of Net Export (RNX)

⁴ - Normalized Net Export Ratio (NNR)

۲-۶. شاخص بالانس:

بالانس، فوستنر و مری^۱ طی مقاله ای در سال ۱۹۸۷ ضمن تست کردن شاخصهای متعددی در ارتباط با مزیت نسبی آشکار شده، دو شاخص منحصرأ تجاری را برای تعیین مزیت نسبی ارایه نمودند. استدلال ارایه شده در این مقاله برای اندازه گیری مزیت نسبی آشکار شده به این ترتیب است که شرایط اقتصادی (EC)^۲ در کشورهای مختلف به طور قطع تعیین کننده الگوی مزیت نسبی (CA)^۳ بین المللی است؛ این الگو بر الگوی تجارت بین الملل، تولید و مصرف (TPC)^۴ میان کشورها حکومت می کند. شاخصهایی که بر مبنای TPC و دیگر متغیرهای بعد از تجارت برای تعیین مزیت نسبی استفاده شده اند؛ منبعی برای آشکار کردن مزیت نسبی (RCA) می باشند. زنجیره های ارتباطی بین این شاخصها بصورت زیر است:

$$EC \rightarrow CA \rightarrow TPC \rightarrow RCA$$

گرچه مزیت نسبی ممکن است که به دلیل برخی مشکلات از جمله قوانین گمرکی و سیاستهای حمایتی دولتها، دقیقاً قابل اندازه گیری نباشد اما؛ مشاهدات بعد از مبادله واقعی جهان به میزان زیادی الگوی مزیت نسبی را بیان می کند. دو شاخصی که بالانس به همراه همکاران خود برای محاسبه مزیت نسبی آشکار شده ارایه نمودند؛ به قرار زیر است:

$$RCA1_a^i = (X_a^i - M_a^i) / (X_a^i + M_a^i)$$

$$RCA2_a^i = \left[\frac{(X_a^i - M_a^i) / (X_a^i + M_a^i)}{(X_a^w - M_a^w) / (X_a^w + M_a^w)} - 1 \right] \times [Sing(X_a^w - M_a^w)]$$

در این روابط اندیسهها عبارتند از:

i: معرف کشور مورد نظر

a: کالایی که مزیت نسبی آن مدنظر است

w: نماینده جهان

X, M: ارزش صادرات و واردات

در مطالعه حاضر از شاخص اول بالانس ($RCA1_a^i$) جهت شناسایی مزیتهای نسبی آشکار شده در بخشهای مختلف اقتصادی و سنجش تواناییهای رقابتی اقتصاد ایران استفاده شده است. این شاخص توسط سازمان توسعه صنعتی ملل متحد (UNIDO) نیز برای تشخیص مزیت نسبی کشورها در کالاهای مختلف مورد استفاده قرار گرفته است. درحقیقت این شاخص نشان دهنده تجارت درون صنعتی می باشد یعنی صادرات و واردات همزمان فراورده هایی که متعلق به یک بخش یا صنعت می باشند؛ در محاسبه شاخص مورد استفاده قرار می گیرند؛ در نتیجه صرف کاهش صادرات لزوماً نمی تواند نشان دهنده کاهش مزیت نسبی باشد در ضمن این شاخص از جمله شاخصهای تجاری محض بوده و میان یک کالای اقتصادی

¹ . Ballance , Forstner & Murray 1987 , PP. 157- 161

² . Economic condition

³ . Comparative Advantage

⁴ . Trade - Production – Consumption

خاص با سایر کالاها و نیز میان یک کشور خاص با دیگر کشورهای جهان تمایز بارزی قائل می شود و به جهت اینکه علاوه بر صادرات، واردات را نیز در محاسبه شاخص مورد استفاده قرار می دهد؛ در نتیجه از احتساب مضاعف جلوگیری به عمل می آورد.

شاخص مذکور مقادیری بین یک و منفی یک اختیار می کند. مقادیر مثبت مزیت نسبی را آشکار می سازند و مقادیر منفی نشانگر عدم مزیت نسبی است. از آنجایی که بررسی این معیار در طول زمان می تواند تا حدودی تصویر روشنی از مزیت نسبی پویا به دست دهد؛ سعی شده است که محاسبات در یک دوره زمانی صورت گیرد. بنابراین برای بدست آوردن نتایج دقیقتر RCA در سطح فصول تعرفه ای و برای دوره ده ساله (۱۳۸۲-۱۳۷۳) محاسبه شده است (جدول شماره ۲ پیوست). فصلهای دارای مزیت نسبی آشکار شده در ده سال اخیر در جدول شماره (۳) آمده است.

محاسبات و اندازه گیری مزیت‌های نسبی آشکار شده در فصول تعرفه ای حاکی از آن است که اقتصاد ایران تنها در ۲۶ فصل از ۹۷ فصل تعرفه ای دارای مزیت نسبی آشکار شده است. اما همان گونه که گفته شد مزیت نسبی به دلیل تحولات روزافزون تکنولوژی برای یک کالا یا دسته ای از کالاهای تولیدی امر ایستایی نیست بلکه همواره ممکن است با گذشت زمان از تولید یک کالا به تولید کالای دیگر تغییر نماید. این مسأله در پژوهش حاضر به خوبی نمایان است بطوریکه بر طبق جدول شماره (۲ پیوست) روند مزیت‌های نسبی در ۱۰ سال گذشته بیانگر آن است که اقتصاد کشور در کاهش عدم مزیت‌های نسبی آشکار شده خود در فصلهای زیر موفق عمل کرده و در این فصل ها عدم مزیت‌های گذشته در حال تبدیل شدن به مزیت نسبی می باشند: نمک، گوگرد، خاک و سنگ و... (۲۵)؛ صابونها، مواد الی تانسوآکتیو (۳۴)؛ پشم، موی نرم (کرک) یا... (۵۱)؛ روی و مصنوعات از روی (۷۹)؛ مبل، مبل های طبی - جراحی و... (۹۴)؛ اسباب بازی و لوازم ... (۹۵).

اما کالاهایی هم هستند که سابقاً در تولید آنها مزیت نسبی داشته ایم ولی روند مزیت نسبی محاسبه شده در ده ساله گذشته نشان می دهد که هم اکنون در حال از دست دادن این مزیت ها هستیم همچون؛ فصلهای: سوخت‌های معدنی، روغن‌های... (۲۷)؛ پارچه های کشفاف یا قلاب باف (۶۰)؛ چتربارانی، چتر آفتابی، عصا و... (۶۶)؛ پر و پر نرم آماده و اشیاء ... (۶۷)؛ مس و مصنوعات از مس (۷۴).

با دقت در جدول شماره (۳) می توان برای کالاهایی که ایران در تولید و تجارت آنها دارای مزیت نسبی آشکار شده است؛ ویژگیها و خصوصیات زیر را بر شمرد:

- تولید این کالاها مهارت بر نبوده و نیاز به تکنولوژی پیچیده و پیشرفته ای ندارد.


جدول شماره (۳) - فصلهای دارای مزیت نسبی آشکار شده

عنوان فصل تعرفه ای	نوع کالا
۳	ماهیها و قشرداران ، صدفداران ...
۵	سایر محصولات حیوانی ...
۶	نباتات زنده و محصولات گلکاری
۷	سبزیجات، نباتات ریشه و...
۸	میوه های خوراکی، پوست مرکبات ...
۹	قهوه، چای، ماته و ادویه
۱۳	انگم ها، رزین ها و سایر ...
۱۴	مواد قابل بافت و سایر ...
۱۶	فراورده های گوشت، ماهی ...
۱۹	فراورده های غلات، آرد ...
۲۰	فراورده ها از سبزیجات ...
۲۲	نوشابه ها، آبگونه های الکلی و سرکه
۴۱	پوست (غیر از پوستهای نرم) و چرم
۴۲	اشیاء ساخته شده از چرم، مصنوعات
۴۶	مصنوعات حصیر بافی یا سید بافی
۵۰	ابریشم
۵۲	پنبه
۵۷	فرش و سایر کف پوشها از مو
۵۸	پارچه های تار و پود باف مخصوص
۶۱	لباس و متفرعات لباس از کشیاف
۶۲	لباس و متفرعات لباس غیر از کشیاف
۶۳	سایر اشیاء نساجی دوخته و ...
۶۴	کفش، گتر و اشیاء همانند ...
۶۵	کلاه و اجزا کلاه
۶۸	مصنوعات از گچ، سنگ و سیمان
۹۷	اشیاء هنری، اشیاء کلکسیون ...

منبع: خلاصه نتایج محاسبات پژوهش

- کالاهایی هستند که نقش قابل توجهی در تأمین تقاضای اساسی و اولیه مردم دارند یعنی در واقع اکثراً کالاهای مصرفی می باشند (مانند محصولات کشاورزی و صنایع غذایی).
- نهاده ها و مواد اولیه تولید این گونه کالاها عمدتاً از بخش کشاورزی دریافت می شود (مانند منسوجات و پوشاک و صنایع غذایی).

با توجه به مطالب بالا می توان گفت که تولید و صادرات اقتصاد ایران بیشتر بر اساس مزیت نسبی ایستا (طبیعی) شکل گرفته است و منابع طبیعی و خدادادی و نیروی کار ارزان قیمت و غیر ماهر بیشترین نقش را در شکل گیری این مزیتها ایفا نموده اند. با وجود اینکه ایران از پتانسیلهای اقتصادی و تجاری بسیار قوی و نیرومند برای خلق مزیت برخوردار می باشد؛ اما بهره گیری صحیح و بهینه از این پتانسیلها صورت نمی گیرد. موقعیت برتر جغرافیایی و قرار گرفتن در شاهراه ترانزیتی دنیا، نیروی انسانی تحصیل کرده و جوان، استعداد بسیار بالا جهت جذب سرمایه گذارهای خارجی (به لحاظ داشتن نیروی کار ارزان، بازار نسبتاً بزرگ، مواد اولیه فراوان و ارزان، مزیتهای مکانی و...) و پتانسیلهای بسیار زیاد دیگری که هر کدام می تواند عاملی برای خلق مزیت و حضور موفق تر در عرصه بازارهای بین المللی باشد.



پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی

۳. جمع‌بندی و ملاحظات:

در این مقاله میزان ادغام تجاری اقتصاد ایران در اقتصاد جهانی و مزیت‌های نسبی کشور در بخش‌های مختلف اقتصادی مورد بررسی قرار گرفت. محاسبه شاخص ادغام تجارت بین الملل (IIT) برای اقتصاد ایران در دوره ده ساله (۸۲-۱۳۷۳) نشان می‌دهد که میزان ادغام تجاری و جهانی شدن اقتصاد ایران بسیار پایین است. به طوری که در ۷۳ فصل از ۹۷ فصل تعرفه ای، میانگین IIT کمتر از ۰/۴۰ بوده و تنها در ۱۰ فصل تعرفه ای میانگین این شاخص بالاتر از ۰/۶۱ است. محاسبات انجام شده برای تعیین مزیت‌های نسبی اقتصاد ایران بر اساس شاخص مزیت نسبی آشکار شده بالانس نیز نشان می‌دهد که بر اساس این شاخص ایران در تولید و صدور صنایع دستی، نساجی، پوشاک، مواد اولیه و محصولات کشاورزی و به طور کلی تولیدات مبتنی بر مزیت نسبی ایستا (طبیعی) دارای مزیت می‌باشد که این روند یعنی ادامه تخصص در صنایع دستی و نساجی و صدور مواد اولیه که دارای ارزش افزوده و قیمت پایینی می‌باشند و تبدیل شدن به وارد کننده محصولات صنعتی که از ارزش افزوده و قیمت بسیار بالایی برخوردار هستند؛ نمی‌تواند تضمینی برای موفقیت اقتصاد کشور در جریان جهانی شدن اقتصاد باشد.

اصلاح ساختار اقتصادی و اتخاذ سیاست‌های تجاری با ثبات و سازگار با اقتصاد جهانی و خلق مزیت‌های نسبی جدید می‌تواند در از بین بردن این معضل و بهره‌مندی از منافع حاصل از تجارت آزاد مفید واقع شود. یکی از منابع بلند مدت کسب مزیت نسبی و خلق مزیت استفاده از دانش و فناوری و سرمایه‌گذاری بر روی قدرت خلاقیت نیروی کار ماهر و انجام تحقیق و توسعه (R&D) برای بهبود روش‌های تولید می‌باشد.

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی

منابع:

- بهکیش، محمدمهدی، اقتصاد ایران در بستر جهانی شدن، تهران، نشر نی، ۱۳۸۱، صص ۱۰۸-۱۰۱.
- دادگر، یداله و ناجی میدانی، علی اکبر، «شاخص های جهانی شدن اقتصاد و موقعیت ایران»، فصلنامه پژوهشنامه بازرگانی، شماره ۲۹ (۱۳۸۲)، صص ۱۰۳-۱۳۵.
- سالواتوره، دومینیک، تجارت بین الملل، ترجمه حمیدرضا ارباب، تهران، نشر نی، ۱۳۸۰، صص ۱۷۹-۱۷۸.
- کلباسی، حسن و جلائی، سیدعبدالمجید، «بررسی اثرات جهانی شدن بر تجارت خارجی ایران»، فصلنامه پژوهشهای اقتصادی ایران، شماره ۱۱ (۱۳۸۱)، صص ۱۱۵-۱۳۷.
- کمیحانی، اکبر و نوری، کیومرث، «جهانی شدن اقتصاد و اثرات آن بر کشاورزی ایران: مطالعه موردی گندم و پسته»، فصلنامه اقتصاد و مدیریت، شماره ۴۶ (۱۳۷۹)، صص ۵-۱۲.
- گاندولفو، ژیان کارلو، تجارت بین الملل، ترجمه مهدی تقوی و تیمور محمدی، تهران، انتشارات پژوهشکده امور اقتصادی، ۱۳۸۰، صص ۴۹۴-۴۸۰.
- گمرک جمهوری اسلامی ایران، سالنامه آماری بازرگانی خارجی کشور، سالهای ۱۳۸۲-۱۳۷۳.
- مایر، جرالدام، فضای بین المللی تجارت: رقابت و حاکمیت در اقتصاد جهانی، ترجمه علی حبیبی، تهران، انتشارات سازمان مدیریت و برنامه ریزی کشور، ۱۳۸۲، ص ۵۴۹.
- Balassa, Bela, "Trade Liberalization And Revealed Comparative Advantage", The Manchester School of Economic and Social Studies, Vol 33, 1965, PP.99-123.
- Balassa, Bela & Bauwens, Luc, "Intra-industry Specialization in a Multi-country and Multi-industry Framework", The Economic Journal, Vol 97(1987), PP.923-939.
- Ballance,R , Forstner,H & Murray,T, "Consistency Tests of Alternative Measures of Comparative Advantage" , The Review of Economic and Statistics , vol 69(1987) , PP.157-161.
- Bruno,M, "Domestic Resource costs & Effective Protection: clarification & synthesis ,Journal of Political Economy ,Vol.80 (1972), PP.18 -33.
- Clark ,Don P, "Determinants of Intra- industry Trade Between the United States and Industrial Nation", International Trade Journal, Vol 12(3) (1998), PP 345 – 362.
- Grubel H.G & Loyd P.J, Intra-Industry Trade: The Theory and Measurement of International Trade in Differentiated Products, NewYork , John Wiley, 1975
- Helpman, Elhanan, "International Trade in the Presence Product Differentiation, Economies of Scale and Monopolistic Competition", Journal International Economics, Vol 11 (1981), PP.305-340.
- Krugman P.R & Obstfeld M, International Economics: Theory & Policy, NewYork, Harper Collins, 1991.

- Lancaster, Kelvin, "Intra-industry Trade Under Perfect Monopolistic Competition", Journal International Economics, Vol 10(1980), PP151-175.
- Liesner,H, The European Common Market and British Industry, the Economic Journal,vol.68 (1958), PP.302-318.
- Loertscher, Rudolf & Wolter, Frank, "Determinants of Intra-industry Trade: Among Countries and Across Industries", Weltwirtschaftliches Archive, Vol 116 (1980), PP.280-293.
- United Nations, World Investment Report 1999: Foreign Direct Investment and the Challenge of development, NewYork:UN, 1999.
- Vallrath,Thomas, "A Theoretical Evaluation of Alternative Trade of Revealed Comparative Advantage", Weltwirtschaftliches Archive, vol 7(1991), No.2, PP. 265- 280.



جدول شماره (۱) ضمیمه: شاخص تجارت درون صنعت بر اساس فصول تعرفه ای (۱۳۷۳-۱۳۸۲)

\overline{IIT}	$IIT_{۸۲}$	$IIT_{۸۱}$	$IIT_{۸۰}$	$IIT_{۷۹}$	$IIT_{۷۸}$	$IIT_{۷۷}$	$IIT_{۷۶}$	$IIT_{۷۵}$	$IIT_{۷۴}$	$IIT_{۷۳}$	فصول تعرفه ای
۰,۵۵	۰,۸۷	۰,۶۹	۰,۸۹	۰,۸۶	۰,۲۷	۰,۱۳	۱,۰۰	۰,۳۰	۰,۲۵	۰,۲۱	۱
۰,۱۰	۰,۲۶	۰,۳۲	۰,۱۵	۰,۱۲	۰,۰۴	۰,۰۲	۰,۰۳	۰,۰۲	۰,۰۱	۰,۰۳	۲

۰,۳۹	۰,۸۲	۰,۴۳	۰,۵۱	۰,۳۷	۰,۳۸	۰,۱۳	۰,۳۷	۰,۳۰	۰,۵۳	۰,۰۹	۳
۰,۴۰	۰,۴۸	۰,۳۸	۰,۸۳	۰,۶۷	۰,۷۳	۰,۲۱	۰,۱۶	۰,۰۸	۰,۰۷	۰,۳۹	۴
۰,۱۱	۰,۱۱	۰,۱۶	۰,۱۹	۰,۱۶	۰,۱۲	۰,۰۳	۰,۱۱	۰,۰۷	۰,۰۸	۰,۰۵	۵
۰,۶۸	۰,۷۷	۰,۹۵	۰,۷۹	۰,۲۴	۰,۰۱	۰,۸۴	۰,۷۶	۰,۹۱	۰,۶۶	۰,۸۹	۶
۰,۱۳	۰,۰۸	۰,۰۴	۰,۰۴	۰,۴۹	۰,۱۸	۰,۰۴	۰,۰۰	۰,۳۳	۰,۰۴	۰,۰۳	۷
۰,۰۷	۰,۱۹	۰,۱۷	۰,۱۵	۰,۰۱	۰,۰۱	۰,۰۱	۰,۰۲	۰,۰۰	۰,۰۳	۰,۱۱	۸
۰,۷۲	۰,۱۵	۰,۱۶	۰,۷۵	۱,۰۰	۰,۹۷	۰,۷۵	۰,۹۱	۰,۷۱	۰,۷۸	۰,۹۹	۹
۰,۰۰	۰,۰۰	۰,۰۰	۰,۰۰	۰,۰۰	۰,۰۰	۰,۰۰	۰,۰۰	۰,۰۰	۰,۰۰	۰,۰۱	۱۰
۰,۵۶	۰,۷۱	۰,۴۸	۰,۷۲	۰,۶۹	۰,۷۷	۰,۷۲	۰,۹۵	۰,۱۱	۰,۲۰	۰,۲۱	۱۱
۰,۲۸	۰,۰۸	۰,۰۸	۰,۲۰	۰,۱۱	۰,۱۱	۰,۱۳	۰,۳۴	۰,۳۴	۰,۴۷	۰,۹۴	۱۲
۰,۴۵	۰,۴۹	۰,۴۷	۰,۵۰	۰,۵۷	۰,۵۳	۰,۳۸	۰,۵۷	۰,۵۰	۰,۳۷	۰,۱۱	۱۳
۰,۰۱	۰,۰۰	۰,۰۱	۰,۰۳	۰,۰۰	۰,۰۱	۰,۰۰	۰,۰۰	۰,۰۰	۰,۰۰	۰,۰۰	۱۴
۰,۸۰	۰,۱۴	۰,۲۰	۰,۲۱	۰,۰۹	۰,۰۲	۰,۰۳	۰,۰۶	۰,۰۱	۰,۰۰	۰,۰۱	۱۵
۰,۰۰	۰,۰۰	۰,۰۰	۰,۰۰	۰,۰۰	۰,۰۰	۰,۰۰	۰,۰۰	۰,۰۰	۰,۰۰	۰,۰۰	۱۶
۰,۱۸	۰,۶۱	۰,۱۸	۰,۱۴	۰,۱۷	۰,۱۱	۰,۱۲	۰,۱۴	۰,۱۵	۰,۱۲	۰,۰۹	۱۷
۰,۶۴	۰,۶۰	۰,۴۴	۰,۵۸	۰,۸۳	۰,۶۷	۰,۹۶	۰,۷۴	۰,۸۲	۰,۳۱	۰,۴۰	۱۸
۰,۰۳	۰,۰۵	۰,۰۱	۰,۰۱	۰,۰۰	۰,۰۰	۰,۰۰	۰,۰۰	۰,۰۰	۰,۰۰	۰,۲۱	۱۹
۰,۰۴	۰,۱۲	۰,۰۷	۰,۰۲	۰,۰۰	۰,۰۰	۰,۰۰	۰,۰۰	۰,۰۰	۰,۰۰	۰,۲۳	۲۰
۰,۷۴	۰,۸۹	۰,۹۰	۰,۹۹	۰,۸۶	۰,۸۲	۰,۳۳	۰,۴۶	۰,۹۵	۰,۶۴	۰,۵۲	۲۱
۰,۰۲	۰,۰۶	۰,۰۱	۰,۱۰	۰,۰۰	۰,۰۰	۰,۰۱	۰,۰۰	۰,۰۱	۰,۰۰	۰,۰۴	۲۲
۰,۰۲	۰,۰۶	۰,۰۴	۰,۰۳	۰,۰۱	۰,۰۱	۰,۰۲	۰,۰۱	۰,۰۰	۰,۰۰	۰,۰۰	۲۳
۰,۴۳	۰,۰۵	۰,۰۳	۰,۲۱	۰,۲۲	۰,۹۲	۰,۵۹	۰,۷۸	۰,۶۴	۰,۷۷	۰,۰۵	۲۴
۰,۷۳	۰,۷۹	۰,۷۸	۰,۷۹	۰,۷۸	۰,۹۲	۰,۷۴	۰,۳۹	۰,۵۹	۰,۷۴	۰,۷۹	۲۵
۰,۵۴	۰,۴۶	۰,۵۶	۰,۸۷	۰,۵۴	۰,۷۱	۰,۳۱	۰,۵۶	۰,۴۵	۰,۵۸	۰,۳۵	۲۶
۰,۷۵	۰,۷۵	۰,۶۴	۰,۹۹	۰,۸۶	۰,۵۲	۰,۴۸	۰,۹۹	۰,۷۵	۰,۷۹	۰,۷۱	۲۷
۰,۴۷	۰,۵۹	۰,۷۰	۰,۴۷	۰,۳۷	۰,۲۷	۰,۲۷	۰,۳۶	۰,۵۶	۰,۶۱	۰,۴۹	۲۸
۰,۵۰	۰,۵۰	۰,۵۰	۰,۶۷	۰,۶۳	۰,۴۱	۰,۵۲	۰,۵۴	۰,۴۳	۰,۴۱	۰,۴۰	۲۹
۰,۰۵	۰,۱۳	۰,۱۰	۰,۰۷	۰,۰۶	۰,۰۴	۰,۰۳	۰,۰۲	۰,۰۲	۰,۰۱	۰,۰۲	۳۰
۰,۱۲	۰,۲۴	۰,۱۱	۰,۰۶	۰,۰۰	۰,۰۵	۰,۶۰	۰,۰۱	۰,۱۳	۰,۰۲	۰,۰۰	۳۱

ادامه جدول شماره (۱) ضمیمه: شاخص تجارت درون صنعت بر اساس فصول تعرفه ای (۱۳۷۳-۱۳۸۲)

فصول تعرفه ای	IIT ۷۳	IIT ۷۴	IIT ۷۵	IIT ۷۶	IIT ۷۷	IIT ۷۸	IIT ۷۹	IIT ۸۰	IIT ۸۱	IIT ۸۲	IIT
---------------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	-----

0,14	0,24	0,18	0,13	0,15	0,09	0,09	0,06	0,12	0,19	0,16	32
0,75	0,99	0,92	0,99	0,97	0,60	0,57	0,67	0,75	0,64	0,43	33
0,88	0,85	0,73	0,90	0,95	0,91	0,85	0,93	0,82	0,92	0,92	34
0,48	0,75	0,70	0,61	0,54	0,45	0,53	0,44	0,40	0,19	0,21	35
0,09	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,91	36
0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	37
0,20	0,28	0,40	0,24	0,23	0,12	0,12	0,36	0,14	0,12	0,01	38
0,36	0,27	0,41	0,32	0,40	0,33	0,36	0,32	0,34	0,37	0,36	39
0,23	0,33	0,30	0,33	0,27	0,37	0,29	0,17	0,10	0,05	0,04	40
0,06	0,36	0,07	0,02	0,02	0,02	0,01	0,01	0,01	0,01	0,09	41
0,15	0,48	0,08	0,02	0,04	0,13	0,33	0,13	0,22	0,02	0,03	42
0,37	0,00	0,07	0,00	0,64	0,49	0,96	0,83	0,67	0,00	0,00	43
0,19	0,08	0,26	0,23	0,18	0,21	0,15	0,10	0,29	0,27	0,14	44
0,09	0,06	0,01	0,11	0,04	0,25	0,01	0,05	0,33	0,00	0,04	45
0,08	0,47	0,06	0,00	0,05	0,03	0,00	0,00	0,00	0,00	0,15	46
0,14	0,33	0,42	0,12	0,10	0,06	0,05	0,00	0,00	0,00	0,35	47
0,03	0,08	0,06	0,02	0,02	0,02	0,02	0,02	0,02	0,01	0,00	48
0,17	0,51	0,74	0,22	0,05	0,07	0,01	0,01	0,01	0,06	0,00	49
0,19	0,41	0,17	0,16	0,00	0,81	0,01	0,00	0,00	0,30	0,06	50
0,63	0,90	1,00	0,70	0,78	0,55	0,23	0,62	0,38	0,40	0,69	51
0,42	0,60	0,14	0,18	0,59	0,98	0,85	0,32	0,52	0,00	0,00	52
0,15	0,01	0,00	0,00	0,01	0,00	0,00	0,00	0,01	0,55	0,89	53
0,12	0,12	0,24	0,10	0,07	0,08	0,06	0,21	0,35	0,00	0,00	54
0,21	0,11	0,08	0,03	0,04	0,05	0,21	0,01	0,05	0,85	0,68	55
0,38	0,47	0,65	0,30	0,29	0,55	0,19	0,17	0,77	0,19	0,19	56
0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,01	0,00	0,00	0,00	57
0,22	0,36	0,21	0,18	0,23	0,11	0,59	0,15	0,32	0,00	0,00	58
0,09	0,10	0,08	0,05	0,02	0,01	0,04	0,07	0,07	0,22	0,20	59
0,42	0,94	0,78	0,89	0,09	0,21	0,36	0,59	0,29	0,01	0,01	60
0,01	0,02	0,01	0,00	0,00	0,00	0,02	0,01	0,01	0,00	0,00	61
0,14	0,04	0,01	0,00	0,01	0,00	0,00	0,01	0,07	0,58	0,66	62
0,17	0,10	0,09	0,12	0,02	0,16	0,13	0,34	0,71	0,00	0,00	63
0,01	0,07	0,02	0,01	0,01	0,01	0,01	0,00	0,00	0,01	0,00	64

ادامه جدول شماره (۱) ضمیمه: شاخص تجارت درون صنعت بر اساس فصول تعرفه ای (۱۳۸۲-۱۳۷۳)

فصول تعرفه ای	II73	II74	II75	II76	II77	II78	II79	II80	II81	II82	II
۶۵	۰,۴۸	۰,۶۹	۰,۷۴	۰,۵۰	۰,۰۴	۰,۰۱	۰,۰۳	۰,۵۸	۰,۴۴	۰,۸۷	۰,۴۴
۶۶	۰,۳۸	۰,۰۰	۰,۰۰	۰,۰۰	۰,۰۰	۰,۱۱	۰,۱۵	۰,۱۰	۰,۱۰	۰,۰۱	۰,۰۸
۶۷	۰,۰۰	۰,۰۰	۰,۰۰	۰,۰۰	۰,۰۰	۰,۰۰	۰,۰۰	۰,۸۶	۰,۷۵	۰,۲۰	۰,۱۸
۶۸	۰,۵۱	۰,۶۶	۰,۶۸	۰,۶۶	۰,۷۴	۰,۹۹	۰,۸۲	۰,۵۹	۰,۶۴	۰,۶۲	۰,۶۹
۶۹	۰,۵۴	۰,۵۵	۰,۶۴	۰,۷۶	۰,۵۹	۰,۷۸	۰,۸۷	۰,۷۱	۰,۶۸	۰,۸۶	۰,۷۰
۷۰	۰,۳۴	۰,۴۶	۰,۲۰	۰,۱۴	۰,۱۹	۰,۳۰	۰,۳۹	۰,۵۲	۰,۴۹	۰,۵۷	۰,۳۶
۷۱	۰,۰۰	۰,۰۰	۰,۰۰	۰,۰۰	۰,۰۱	۰,۱۸	۰,۹۱	۰,۶۰	۰,۰۰	۰,۴۶	۰,۲۲
۷۲	۰,۰۰	۰,۰۰	۰,۱۳	۰,۲۶	۰,۲۲	۰,۳۵	۰,۳۱	۰,۲۳	۰,۳۳	۰,۱۵	۰,۲۰
۷۳	۰,۶۳	۰,۲۹	۰,۲۴	۰,۱۳	۰,۰۹	۰,۱۷	۰,۱۴	۰,۳۰	۰,۳۰	۰,۱۹	۰,۲۵
۷۴	۰,۰۵	۰,۱۵	۰,۳۰	۰,۴۴	۰,۷۵	۰,۲۵	۰,۴۴	۰,۸۰	۰,۹۵	۰,۹۲	۰,۵۰
۷۵	۰,۰۰	۰,۰۰	۰,۰۰	۰,۰۱	۰,۰۰	۰,۰۰	۰,۰۰	۰,۰۰	۰,۰۸	۰,۰۴	۰,۰۱
۷۶	۰,۹۶	۰,۶۱	۰,۱۵	۰,۲۱	۰,۳۸	۰,۵۲	۰,۴۹	۰,۳۲	۰,۷۸	۰,۶۵	۰,۵۱
۷۷	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
۷۸	۰,۰۶	۰,۴۸	۰,۶۳	۰,۱۰	۰,۰۰	۰,۱۰	۰,۰۴	۰,۰۴	۰,۸۹	۰,۷۳	۰,۳۱
۷۹	۰,۱۰	۰,۰۰	۰,۰۰	۰,۰۲	۰,۰۳	۰,۴۱	۰,۹۵	۰,۸۰	۰,۴۸	۰,۸۸	۰,۳۷
۸۰	۰,۰۷	۰,۰۰	۰,۰۰	۰,۰۰	۰,۰۰	۰,۰۰	۰,۰۰	۰,۰۰	۰,۰۰	۰,۰۱	۰,۰۱
۸۱	۰,۱۶	۰,۰۰	۰,۱۳	۰,۰۰	۰,۰۰	۰,۰۰	۰,۰۰	۰,۰۵	۰,۰۰	۰,۰۰	۰,۰۳
۸۲	۰,۱۲	۰,۰۶	۰,۰۳	۰,۰۳	۰,۰۳	۰,۰۲	۰,۰۳	۰,۰۲	۰,۰۶	۰,۰۷	۰,۰۵
۸۳	۰,۱۴	۰,۲۰	۰,۱۷	۰,۱۱	۰,۱۶	۰,۲۹	۰,۴۴	۰,۴۳	۰,۴۱	۰,۳۸	۰,۲۷
۸۴	۰,۰۱	۰,۰۱	۰,۰۱	۰,۰۱	۰,۰۱	۰,۰۲	۰,۰۳	۰,۰۲	۰,۰۳	۰,۰۵	۰,۰۲
۸۵	۰,۰۱	۰,۰۱	۰,۰۳	۰,۰۲	۰,۰۲	۰,۰۲	۰,۰۲	۰,۰۶	۰,۰۸	۰,۰۷	۰,۰۴
۸۶	۰,۰۱	۰,۰۴	۰,۲۲	۰,۳۰	۰,۲۲	۰,۰۶	۰,۰۰	۰,۰۲	۰,۰۱	۰,۱۲	۰,۱۰
۸۷	۰,۰۹	۰,۱۷	۰,۰۶	۰,۰۴	۰,۰۴	۰,۱۳	۰,۱۲	۰,۰۹	۰,۰۴	۰,۰۷	۰,۰۹
۸۸	۰,۰۰	۰,۰۰	۰,۰۰	۰,۰۰	۰,۰۰	۰,۰۰	۰,۰۱	۰,۰۱	۰,۰۱	۰,۰۰	۰,۰۰
۸۹	۰,۰۰	۰,۰۰	۰,۰۱	۰,۰۰	۰,۰۰	۰,۸۱	۰,۶۹	۰,۰۰	۰,۵۷	۰,۲۱	۰,۲۱
۹۰	۰,۰۱	۰,۰۱	۰,۰۱	۰,۶۴	۰,۰۱	۰,۰۳	۰,۰۱	۰,۰۱	۰,۰۱	۰,۰۲	۰,۰۸
۹۱	۰,۹۰	۰,۹۴	۰,۴۳	۰,۰۹	۰,۱۸	۰,۱۸	۰,۱۶	۰,۱۲	۰,۱۶	۰,۱۴	۰,۳۳
۹۲	۰,۰۱	۰,۰۱	۰,۰۰	۰,۰۰	۰,۰۰	۰,۰۲	۰,۰۲	۰,۰۱	۰,۰۰	۰,۰۰	۰,۰۱
۹۳	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

۰,۳۵	۱,۰۰	۰,۸۹	۰,۶۳	۰,۲۲	۰,۱۶	۰,۰۱	۰,۳۳	۰,۲۶	۰,۰۲	۰,۰۱	۹۴
------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	----

ادامه جدول شماره (۱) ضمیمه: شاخص تجارت درون صنعت بر اساس فصول تعرفه ای (۱۳۷۳-۱۳۸۲)

۰,۵۳	۰,۶۷	۰,۸۱	۰,۶۶	۰,۴۹	۰,۲۸	۱,۰۰	۰,۹۱	۰,۴۲	۰,۰۱	۰,۰۱	۹۵
۰,۲۲	۰,۲۲	۰,۲۱	۰,۲۳	۰,۱۹	۰,۱۸	۰,۰۹	۰,۱۷	۰,۱۲	۰,۴۴	۰,۳۷	۹۶
۰,۱۷	۰,۰۶	۰,۰۳	۰,۰۰	۰,۰۱	۰,۰۲	۰,۰۰	۰,۰۰	۰,۰۰	۰,۷۵	۰,۷۹	۹۷

محاسبه شده از روی آمار بازرگانی خارجی جمهوری اسلامی ایران (۱۳۷۳ - ۱۳۸۲)



جدول شماره (۲) ضمیمه: مزیت نسبی آشکار شده در فصول تعرفه ای (۱۳۷۳-۱۳۸۲)

RCA82	RCA81	RCA80	RCA79	RCA78	RCA77	RCA76	RCA75	RCA74	RCA73	فصول تعرفه ای
-0.13	-0.31	-0.11	-0.14	-0.73	-0.87	-	0.70	0.75	0.79	1
-0.74	-0.68	-0.85	-0.88	-0.96	-0.98	-0.97	-0.98	-0.99	-0.97	2
0.18	0.57	0.49	0.63	0.62	0.87	0.63	0.70	0.47	0.91	3
-0.52	-0.62	-0.17	-0.33	-0.27	-0.79	-0.84	-0.92	-0.93	-0.61	4
0.89	0.84	0.81	0.84	0.88	0.97	0.89	0.93	0.92	0.95	5
0.23	0.05	0.21	0.76	0.99	0.16	0.24	0.09	-0.34	0.11	6
0.92	0.96	0.96	0.51	0.82	0.96	1.00	0.67	0.96	0.97	7
0.81	0.83	0.85	0.99	0.99	0.99	0.98	1.00	0.97	0.89	8
0.85	0.84	0.25	-	0.03	0.25	-0.09	0.29	-0.22	0.01	9
-1.00	-1.00	-1.00	-1.00	-1.00	-1.00	-1.00	-1.00	-1.00	-0.99	10
-0.29	-0.52	0.28	0.31	-0.23	-0.28	0.05	0.89	0.80	0.79	11
-0.92	-0.92	-0.80	-0.89	-0.89	-0.87	-0.66	-0.66	-0.53	0.06	12
0.51	0.53	0.50	0.43	0.47	0.62	0.43	0.50	0.63	0.89	13
1.00	0.99	0.97	1.00	0.99	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	14
-0.86	-0.80	-0.79	-0.91	-0.98	-0.97	-0.94	-0.99	-1.00	-0.99	15
1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	16
-0.39	-0.82	-0.86	-0.83	-0.89	-0.88	-0.86	-0.85	-0.88	-0.91	17
-0.40	-0.56	-0.42	-0.17	-0.33	-0.04	0.26	0.18	0.69	0.60	18
0.95	0.99	0.99	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	0.79	19
0.88	0.93	0.98	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	0.77	20
-0.11	-0.10	0.01	-0.14	0.18	0.67	0.54	0.05	-0.36	-0.48	21
0.94	0.99	0.90	1.00	1.00	0.99	1.00	0.99	1.00	0.96	22
-0.94	-0.96	-0.97	-0.99	-0.99	-0.98	-0.99	-1.00	-1.00	-1.00	23
-0.95	-0.97	-0.79	-0.78	-0.08	-0.41	-0.22	-0.36	0.23	-0.95	24
0.21	0.22	0.21	0.22	-0.08	-0.26	-0.61	-0.41	-0.26	-0.21	25
-0.54	-0.44	0.13	-0.46	-0.29	-0.69	-0.44	-0.55	-0.42	-0.65	26
-0.25	-0.36	0.01	0.14	0.48	0.52	0.01	-0.25	-0.21	-0.29	27
-0.41	-0.30	-0.53	-0.63	-0.73	-0.73	-0.64	-0.44	-0.39	-0.51	28
-0.50	-0.50	-0.33	-0.37	-0.59	-0.48	-0.46	-0.57	-0.59	-0.60	29
-0.87	-0.90	-0.93	-0.94	-0.96	-0.97	-0.98	-0.98	-0.99	-0.98	30
-0.76	-0.89	-0.94	-1.00	-0.95	-0.40	-0.99	-0.87	-0.98	-1.00	31

-0.76	-0.82	-0.87	-0.85	-0.91	-0.91	-0.94	-0.88	-0.81	-0.84	32
-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	----

ادامه جدول شماره (۲) ضمیمه: مزیت نسبی آشکار شده در فصول تعرفه ای (۱۳۸۲-۱۳۷۳)

RCA82	RCA81	RCA80	RCA79	RCA78	RCA77	RCA76	RCA75	RCA74	RCA73	فصول تعرفه ای
-0.01	-0.08	0.01	-0.03	-0.40	-0.43	-0.33	-0.25	-0.36	0.57	33
0.15	0.27	0.10	0.05	-0.09	-0.15	-0.07	-0.18	-0.08	-0.08	34
-0.25	-0.30	-0.39	-0.46	-0.55	-0.47	-0.56	-0.60	-0.81	-0.79	35
-	-	-	-	-	-	-	-	-	-0.09	36
-1.00	-1.00	-1.00	-1.00	-1.00	-1.00	-1.00	-1.00	-1.00	-1.00	37
-0.72	-0.60	-0.76	-0.77	-0.88	-0.88	-0.64	-0.86	-0.88	-0.99	38
-0.73	-0.59	-0.68	-0.60	-0.67	-0.64	-0.68	-0.56	-0.63	-0.64	39
-0.67	-0.70	-0.67	-0.73	-0.63	-0.71	-0.83	-0.90	-0.95	-0.96	40
0.64	0.93	0.98	0.98	0.98	0.99	0.99	0.99	0.99	0.91	41
0.52	0.92	0.98	0.96	0.87	0.67	0.87	0.78	0.98	0.97	42
1.00	-0.93	1.00	-0.36	-0.51	-0.04	-0.17	0.33	1.00	1.00	43
-0.92	-0.74	-0.77	-0.82	-0.79	-0.85	-0.90	-0.71	-0.73	-0.86	44
-0.94	-0.99	-0.89	-0.96	-0.75	-0.99	-0.95	-0.67	-1.00	-0.96	45
0.53	0.94	1.00	0.95	0.97	1.00	1.00	1.00	1.00	0.85	46
-0.67	-0.58	-0.88	-0.90	-0.94	-0.95	-1.00	-1.00	-1.00	-0.65	47
-0.92	-0.94	-0.98	-0.98	-0.98	-0.98	-0.98	-0.98	-0.99	-1.00	48
-0.49	0.26	-0.78	-0.95	-0.93	-0.99	-0.99	-0.99	-0.94	-1.00	49
-0.59	0.83	0.84	1.00	0.19	0.99	1.00	1.00	-0.70	0.94	50
0.10	-	-0.30	-0.22	-0.45	-0.77	-0.38	-0.62	-0.60	-0.31	51
0.40	0.86	0.82	0.41	0.02	-0.15	0.68	0.48	-1.00	-1.00	52
-0.99	-1.00	-1.00	-0.99	-1.00	-1.00	-1.00	-0.99	-0.45	0.11	53
-0.88	-0.76	-0.90	-0.93	-0.92	-0.94	-0.79	-0.65	-1.00	1.00	54
-0.89	-0.92	-0.97	-0.96	-0.95	-0.79	-0.99	-0.95	-0.15	-0.32	55
-0.53	-0.35	-0.70	-0.71	-0.45	-0.81	-0.83	0.23	-0.81	-0.81	56
1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	0.99	1.00	-1.00	-1.00	57
0.64	0.79	0.82	0.77	0.89	0.41	0.85	0.68	1.00	1.00	58
-0.90	-0.92	-0.95	-0.98	-0.99	-0.96	-0.93	-0.93	-0.78	-0.80	59
-0.06	0.22	0.11	-0.91	-0.79	-0.64	0.41	0.71	0.99	0.99	60
0.98	0.99	1.00	1.00	1.00	0.98	0.99	0.99	1.00	1.00	61
0.96	0.99	1.00	0.99	1.00	1.00	0.99	0.93	0.42	0.34	62
0.90	0.91	0.88	0.98	0.84	0.87	0.66	0.29	1.00	-	63
0.93	0.98	0.99	0.99	0.99	0.99	1.00	1.00	0.99	1.00	64

-0.13	0.56	0.42	0.97	0.99	0.96	0.50	0.26	0.31	0.52	65
-------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	----

ادامه جدول شماره (۲) ضمیمه: مزیت نسبی آشکار شده در فصول تعرفه ای (۱۳۸۲-۱۳۷۳)

RCA82	RCA81	RCA80	RCA79	RCA78	RCA77	RCA76	RCA75	RCA74	RCA73	فصول تعرفه ای
-0.99	-0.90	-0.90	-0.85	-0.89	1.00	1.00	1.00	1.00	0.62	66
-0.80	-0.25	-0.14	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	67
0.38	0.36	0.41	0.18	0.01	-0.26	-0.34	-0.32	-0.34	-0.49	68
-0.14	-0.32	-0.29	-0.13	-0.22	-0.41	-0.24	-0.36	-0.45	-0.46	69
-0.43	-0.51	-0.48	-0.61	-0.70	-0.81	-0.86	-0.80	-0.54	-0.66	70
0.54	-1.00	-0.40	-0.09	-0.82	-0.99	-1.00	-1.00	-1.00	1.00	71
-0.85	-0.67	-0.77	-0.69	-0.65	-0.78	-0.74	-0.87	-1.00	-1.00	72
-0.81	-0.70	-0.70	-0.86	-0.83	-0.91	-0.87	-0.76	-0.71	-0.37	73
-0.08	0.05	0.20	0.56	0.75	0.25	0.56	0.70	0.85	0.95	74
-0.96	-0.92	-1.00	-1.00	-1.00	-1.00	-0.99	-1.00	-1.00	-1.00	75
-0.35	-0.22	-0.68	-0.51	-0.48	-0.62	-0.79	-0.85	-0.39	-0.04	76
-	-	-	-	-	-	-	-	-1.00	-1.00	77
0.27	-0.11	-0.96	-0.96	-0.90	-1.00	-0.90	0.37	0.52	0.94	78
0.12	0.52	0.20	0.05	-0.59	-0.97	-0.98	-1.00	-1.00	-0.90	79
-0.99	-1.00	-1.00	-1.00	-1.00	-1.00	-1.00	-1.00	-1.00	-0.93	80
-1.00	-1.00	-0.95	-1.00	-1.00	-1.00	-0.87	-1.00	-1.00	-0.84	81
-0.93	-0.94	-0.98	-0.97	-0.98	-0.97	-0.97	-0.97	-0.94	-0.88	82
-0.62	-0.59	-0.57	-0.56	-0.71	-0.84	-0.89	-0.83	-0.80	-0.86	83
-0.95	-0.97	-0.98	-0.97	-0.98	-0.99	-0.99	-0.99	-0.99	-0.99	84
-0.93	-0.92	-0.94	-0.95	-0.98	-0.98	-0.98	-0.97	-0.99	-0.99	85
-0.88	-0.99	-0.98	-1.00	-0.94	-0.78	-0.70	-0.78	-0.96	-0.99	86
-0.93	-0.96	-0.91	-0.88	-0.87	-0.96	-0.96	-0.94	-0.83	-0.91	87
-1.00	-0.99	-0.99	-0.99	-1.00	-1.00	-1.00	-1.00	-1.00	-1.00	88
-0.43	-1.00	-0.31	-0.19	-1.00	-1.00	-1.00	-0.99	-1.00	-1.00	89
-0.98	-0.99	-0.99	-0.99	-0.97	-0.99	-0.36	-0.99	-0.99	-0.99	90
-0.86	-0.84	-0.88	-0.84	-0.82	-0.82	0.91	-0.57	0.06	-0.43	91
-1.00	-1.00	-0.99	-0.98	-0.98	-1.00	-	-1.00	-0.99	-0.99	92
-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	93
-	0.11	0.37	0.78	0.84	-0.99	0.67	0.74	0.98	0.99	94

-0.33	0.19	0.34	0.51	0.72	-	0.09	0.58	-0.99	-0.99	95
--------------	-------------	-------------	-------------	-------------	----------	-------------	-------------	--------------	--------------	-----------

ادامه جدول شماره (۲) ضمیمه: مزیت نسبی آشکار شده در فصول تعرفه ای (۱۳۷۳-۱۳۸۲)

RCA82	RCA81	RCA80	RCA79	RCA78	RCA77	RCA76	RCA75	RCA74	RCA73	فصول تعرفه ای
-0.78	-0.79	-0.77	-0.81	-0.82	-0.91	-0.83	-0.88	-0.56	-0.63	96
-0.94	0.97	1.00	0.99	0.98	1.00	1.00	1.00	0.25	0.21	97



Iran's comparative advantages and level of integration in world economy

*Mohsen Mehr Ara, Ph.D. * Ali Rostamian***

Abstract:

Economic Globalization is one of the most important challenges in many countries, specifically in the developing countries. Determination of the level of Iran's trade integration in world economy can help to find out the situation and capabilities of Iranian economy to enter globalization process. Measuring the level of Iran's trade integration by use of intra-industry trade (IIT) index over the period (1373-82) shows that: in one third of tariff chapters the average of IIT is zero or near to zero. This implies that the level of globalization and trade integration in Iranian economy is very low. Measuring the comparative advantages in Iran by use of Ballance's revealed comparative advantage (RCA) index shows that; Iran has advantages in producing and exporting goods based on static (natural) comparative advantage.

JEL Subject Code: F1, C0,C2.

Key Words: Economy of Iran, Globalization, Intra-Industry Trade, Revealed Comparative Advantage (RCA).

* Assistant Professor, Faculty of Economics, Tehran University

** Graduate student, Allameh Tabatabaie University