

بازارشناسی: مالزی

محمد گودرزی
(دکترای مدیریت بازرگانی، عضو هیات علمی دانشگاه لرستان)

۱۹۹۸) بیان می‌دارد. در هر حال، موضوع رقابت و تغییر آن، بحث اساسی این دو معیار است. در ادامه شاخص‌های عملکرد جهت مقایسه بیان می‌شوند.

مرکز تجارت بین‌الملل (ITC) طبق سندی انواع شاخص‌ها، مفاهیم و نحوه محاسبه، وضعیت رتبه‌بندی این شاخص‌ها و وزن هر یک از شاخص‌ها را به صورت رتبه‌بندی ارائه داده است. ارزش صادرات، روند صادرات، سهم محصول در صادرات کشور، سهم محصول در واردات کشور، مزیت نسبی آشکار شده، صادرات سرانه، سهم از بازار جهانی، شاخص تنوع و شاخص‌های دیگر که بطور مشروح همراه با مفاهیم و توضیحات، در این سند وجود دارد. برخی از آنها رتبه‌بندی شده و برخی دیگر رتبه‌بندی نمی‌گردند به طوری که در مجموع برای هر کشور حداکثر نمره ۱۰ در نظر گرفته شده است. شاخص‌هایی چون ارزش خالص صادرات، صادرات سرانه، تنوع‌پذیری، تغییر در سهم بازار، روند پوشش واردات از طریق صادرات، قابلیت مطابقت با تغییر تقاضای جهانی، در رتبه دارای ضریب واحد می‌باشند و به برخی دیگر از شاخص‌ها ضریب صفر تعلق می‌گیرد که در واقع سهمی در رتبه‌بندی ندارند. در اینجا به نحوه محاسبه برخی از شاخص‌ها اشاره‌ای خواهیم داشت:

الف: ارزش واحد نسبی (RUV_i)

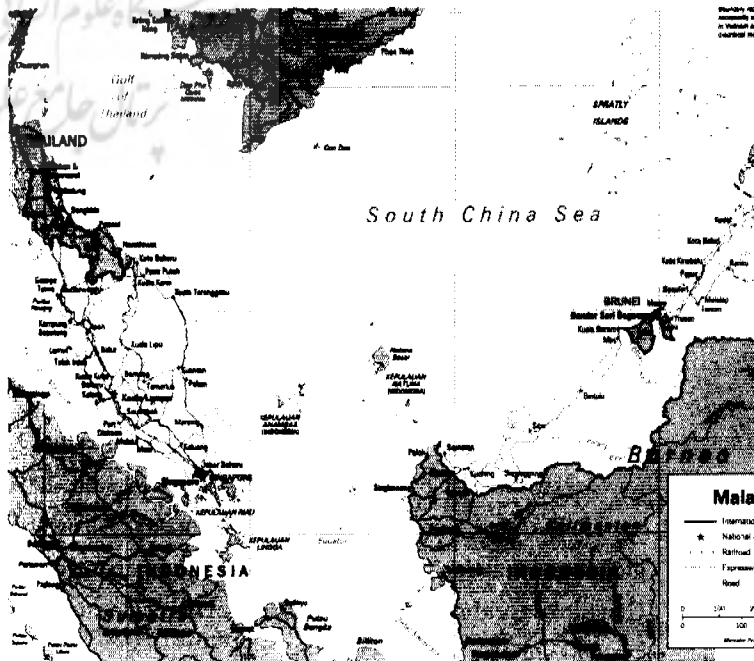
$$RUV_{ik} = \text{ارزش واحد نسبی} = \frac{UV_{ik}}{UV_W}$$

UV_{ik} : ارزش صادرات کشور i از محصول k به مقدار صادرات کشور k از محصول

۱. تحلیل عملکرد تجارت خارجی ایران و مالزی و مقایسه دو کشور

شاخص‌های تحلیل عملکرد تجاری کشورها به دو گروه عمده تقسیم‌بندی می‌شوند.

به عبارت دیگر کشورها مطابق دو معیار "موقعیت" و "تحول" به لحاظ عملکرد تجاری با یکدیگر مقایسه می‌شوند. معیار موقعیت یا "تعیین موقعیت تجاری" عملکرد کشور را در یک مقطع زمانی (در سال ۲۰۰۳) نشان می‌دهد؛ در حالی که معیار تحول، نحوه حرکت کشور در راستای عملکرد تجاری را طی یک دوره زمانی مشخص (۲۰۰۳-



UV_w : کل ارزش جهانی صادرات محصول k به کل مقدار صادرات محصول k

Stcl: پراکندگی نسبی موزون

د: متنوع سازی بازارها

هرچه تعداد شرکای تجاری یک کشور در مورد یک محصول متنوع تر باشد، وابستگی به تعداد اندکی از بازارهای صادراتی کاهش یافته و توان کشور در مقابل شوک های احتمالی خارجی در بازارها افزایش می یابد. در این خصوص نیز دو شاخص تعداد معادل و گستردگی جهت تعیین رتبه کشور مورد استفاده قرار می گیرد. بالا بودن رتبه یک کشور منوط به افزایش سطح تنوع بازارهاست. به تعبیری، هرچه مقدار شاخص بالاتر باشد نشان دهنده بالا بودن سطح تنوع بازارها و نتیجتاً بهتر شدن رتبه کشور است.

$$NE_i^t = \frac{1}{\sum_{j=1}^{cl} (X_{ijcl}^t / X_{i,cl}^t)^2}$$

X_{ijcl}^t : صادرات کلیه محصولات گروه cl توسط کشور i به کشور j در سال t
 $X_{i,cl}^t$: صادرات کلیه محصولات گروه cl توسط کشور i در سال t صورت می گیرد.
 $X_{i,cl}^t / X_{i,cl}^t$: سهم بازار کشور i در کل صادرات گروه cl توسط کشور i در سال t
 شاخص گستردگی، سطح تنوع موجود مابین بالاترین و پایین ترین رقم در یک سری آماری را محاسبه می نماید. هر چه این شاخص رقم کوچک تری را نشان دهد، حاکی از آن است که محصولات صادراتی در بین شرکای تجاری بیشتری توزیع می گردد و لذا وضعیت کشور صادر کننده مورد نظر از حیث رتبه بهتر خواهد بود:

$$S_{pel}^t = \left[\frac{\sum_{j=1}^p (X_{i,k}^t - X_{i,cl}^t)^2}{N(X_{i,cl}^t)} \right]$$

$X_{i,cl}^t$: کل صادرات کشور i به بازار کشور j از یک گروه cl در سال t
 X_{ipcl}^t : متوسط صادرات کشور i به بازار p در گروه cl در سال t

ه- شاخص تغییر در سهم از بازار جهانی

این شاخص در واقع قدرت رقابتی یک کشور صادر کننده را مشخص می کند و بر مبنای چهار معیار رقابت پذیری موقعیت جغرافیایی، تخصص گرایی اولیه، محصول و پاسخ به تغییرات تقاضای جهانی، کشورهای صادر کننده را رتبه بندی می نماید. شاخص های مذکور توسط مرکز تجارت بین الملل هر ساله محاسبه و ارائه می شود. (۱) در اینجا، صرفاً از نتایج آن ها در تحلیل عملکرد تجاری ایران و مالزی استفاده می شود و از آوردن جداول به علت حجم زیاد آن ها خودداری می شود.

ب: سهم در بازار جهانی (درصد سهم از صادرات جهانی)

$$PM_{ij}^t = \frac{X_{ijk}^t / X_{i,jk}^t}{\frac{X_{ijk}^t}{X_{i,jk}^t} \cdot \frac{X_{i,j}^t}{X_{i,jk}^t}}$$

X_{ijk}^t : صادرات کشور i از محصول k به کشور j در سال t
 $X_{i,jk}^t$: کل صادرات از محصول k به کشور j در سال t
 $X_{i,j}^t$: کل صادرات کلیه محصولات به کشور j در سال t
 $X_{i,jk}^t$: کل صادرات کلیه محصولات در جهان در سال t

ج: متنوع سازی محصولات

تعیین تنوع پذیری محصول (EN) با دو شاخص تعداد معادل محصول و شاخص گستردگی توزیع محصول صورت می گیرد. شاخص تعداد معادل $EN = \frac{1}{Herfindal}$ که تعداد بازارهای هم اندازه را نشان می دهد، نسبت به فعالیت های نسبتاً کم اهمیت حساسیت لازم را ندارد و لذا مناسب مطالعات بخشی است. هر چه ارزش شاخص بالاتر باشد، سطح تنوع بالاتر و در نتیجه موقعیت کشور در مرتبه بالاتری قرار می گیرد. شاخص گستردگی، شاخص قبلی را تکمیل می کند. شاخص های مزبور پراکنش مابین بالاترین و پایین ترین مقدار سری آماری را اندازه گیری می نماید. شاخص گستردگی، توزیع محصولات صادراتی هر کشور را محاسبه نموده و آن را با متوسط ارزش صادراتی مقایسه می نماید. هر چه درجه توزیع صادرات از یک کشور بالاتر باشد، ارزش شاخص مورد نظر بالاتر خواهد بود:

$$NE_{ict}^t = \frac{1}{\sum_{k=1}^n (X_{iok}^t - X_{ioel}^t)^2}$$

$X_{i,k}^t$: ارزش صادرات محصول k توسط کشور i در سال t
 $X_{i,et}^t$: ارزش صادرات کلیه محصولات یک گروه توسط کشور i در سال t
 $X_{i,k}^t / X_{i,cl}^t$: سهم محصول k در کل صادرات گروه توسط کشور i در سال t
 و نیز:

$$S_{ct}^t = \left[\frac{\sqrt{\sum_{k=1}^{cl} (X_{i,k}^t - X_{i,cl}^t)^2}}{N(X_{i,cl}^t)} \right]$$

$X_{i,k}^t$: صادرات محصول k توسط کشور i در سال t
 $X_{i,cl}^t$: میانگین صادرات کشور i در گروه در سال t
 $(X_{i,k}^t - X_{i,cl}^t)$: انحراف از میانگین در صادرات محصول k

جدول (۱) - عمده‌ترین اقلام صادراتی کشور مالزی در سال ۲۰۰۳

رتبه	کد S.H.	شرح	ارزش صادرات (میلیون دلار)	سهم از بازار جهانی (درصد)
۱	۸۵۴۲	مدارات الکترونیکی یکپارچه و قطعات ریز	۲۰۰۰۶	۹
۲	۸۷۰۳	وسایط نقلیه دارای موتور پیستونی درونسوز	۱۱۸۹۳	۳/۶
۳	۸۴۷۳	اجزاء و قطعات ماشین‌های خودکار داده‌پردازی قابل حمل	۹۹۷۰	۴/۴
۴	۸۴۷۱	ماشین‌های خودکار داده‌پردازی قابل حمل	۹۲۸۹	۵/۳
۵	۲۷۱۰	نفت و غیره (به جز نفت خام)، فرآورده‌های مربوطه	۹۰۱۲	۵/۷
۶	۸۹۰۱	کشتی‌های باری و مسافری	۷۰۸۲	۱۶/۵
۷	۸۵۲۵	دستگاه فرستنده رادیو و تلویزیونی بدون وسیله گیرنده	۵۸۳۰	۱۱/۲
۸	۸۵۴۰	لامپ ولوله‌ها و والدها	۳۵۷۴	۱۷/۸
۹	۵۴۰۷	پارچه‌تار و یو داف از نخ بسیار مقاوم نایلونی یا پلی‌استرها	۳۴۰۳	۲۰/۱
۱۰	۸۵۲۹	آنتن‌های و رفلکتور آنتن‌های هوایی از هر نوع و اجزاء و قطعات آنها	۱۹۷۲	۴

ماخذ: www.intracen.org

جدول (۲) - مزیت نسبی آشکار شده در گروه‌های مختلف صادراتی در سال ۲۰۰۳

رتبه در کل جهان	شاخص مزیت نسبی آشکار شده	نام گروه کالایی
۸	۱/۷۸	قطعات الکترونیکی
۱۰	۲/۸۵	منسوجات
۱۰	۱/۸۱	وسایل ارتباطی راه دور
۱۸	۱/۱۲	تجهیزات حمل و نقل
۳۲	-/۵۹	ماشین آلات غیرالکترونیکی
۴۰	-/۹۳	مواد شیمیایی
۴۷	۱/۲۲	محصولات چرمی
۵۶	-/۹۸	محصولات کارخانه‌ای پایه‌ای
۷۰	۰/۹	پوشاک
۹۹	-/۴۸	مواد معدنی
۵۸	۰/۵	محصولات کارخانه‌ای متفرقه
۱۰۳	-/۳۴	محصولات چوبی
۱۳۷	-/۱۹	مواد غذایی فرایند شده
۱۵۹	-/۲۴	غذاهای تازه

www.intracen.org

ماخذ:

جدول (۳) - عمده‌ترین اقلام صادراتی ایران در سال ۲۰۰۳

رتبه	کد S.H.	شرح	ارزش صادرات (میلیون دلار)	سهم از بازار جهانی (درصد)
۱	۲۷۰۹	نفت خام و سایر روغن‌های خام استخراج شده	۲۴۲۲۶	۵
۲	۵۷۰۱	فرش دستباف و سایر	۴۶۶	۲۹/۹
۳	۰۸۰۲	خشکبار	۳۲۹	۸/۱
۴	۲۷۱۱	گاز و نفت و سایر هیدروکربنها	۱۹۳	۰/۴
۵	۷۲۰۷	محصولات نیمه تمام آهنی و یا فولادی	۹۷	۰/۳
۶	۲۷۱۰	سایر نفت خام و روغن و...	۹۳	۰/۹
۷	۲۹۰۲	هیدروکربن‌های سیلیک	۷۲	۰/۶
۸	۷۲۰۸	محصولات ورقی و رولی از آهن	۶۳	۰/۵
۹	۵۷۰۲	سایر فرش و قالیچه‌های دستباف	۵۲	۱/۳
۱۰	۲۷۱۳	کک نفتی، قیر طبیعی و مشتقات آن	۵۰	۰/۵

ماخذ: www.intracen.org

۲- عملکرد تجارت خارجی مالزی

طبق بررسی‌های مرکز تجارت بین الملل در خصوص عملکرد تجاری کشورها^(۲)، چین بر می‌آید که مالزی بر مبنای نتایج محاسبات شاخص‌های روند (۲۰۰۳-۱۹۹۸)، تنها در صادرات گروه مصنوعات پایه موفقیت نسبتاً خوبی داشته، به طوری که ما بین ۱۳۰ کشور، رتبه دهم را به دست آورده است. بر مبنای محاسبات شاخص‌های موفقیت نیز رتبه یازدهم را در سال ۲۰۰۳ از آن خود نموده است. بر اساس همین اطلاعات، میزان صادرات این گروه از کالاها در سال ۲۰۰۳ بالغ بر ۱۲۶۴۸/۸ میلیون دلار بود که در مقایسه با صادرات سال ۱۹۹۸، سالانه ۱۱ درصد رشد داشته که از این حیث در میان ۱۳۰ کشور، رتبه ۵۲ را دارا بوده است. در سال ۲۰۰۳ خالص این صادرات بالغ بر ۵۵۴ هزار دلار (رتبه ۳۸) گزارش گردیده است و سهم صادرات مزبور از بازارهای جهانی نیز ۲/۸۹ درصد عنوان می‌گردد (رتبه ۱۲) قابل ذکر اینکه میزان اثر رقابتی صادرات کالاهای گروه مذکور، طی ۲۰۰۳ - ۱۹۹۸، سالانه ۴/۵۶ درصد ترقی یافته که رتبه ۳۶ را احراز نموده است.

گروه ماشین‌های الکترونیکی در صادرات و بر مبنای شاخص‌های روند، با رتبه ۱۹ در بین ۶۸ کشور، در مقام هفتم صادرات مالزی قرار دارد. در سال ۲۰۰۳ صادرات مالزی در این گروه بالغ بر ۳۴ میلیارد دلار گزارش گردیده است (۵/۳۸ درصد از بازار جهانی). میزان اثر رقابتی آن نیز طی ۲۰۰۳ - ۱۹۹۸، سالانه ۱۰ درصد ترقی نموده که از این حیث رتبه ۱۵ را بین ۶۸ کشور حائز گردیده است. نکته قابل توجه در خصوص عملکرد تجاری مالزی آن است که این کشور طی ۲۰۰۳ - ۱۹۹۸، در اکثر گروه‌های صادراتی روند رو به رشدی داشته است. برای مثال در سال ۲۰۰۰، رتبه گروه‌های منسوجات، پوشاک، ماشین‌های الکترونیکی، تجهیزات حمل و نقل به ترتیب به ۳، ۳، ۴ و ۴ افزایش

یافته است. در گروه مواد غذایی تازه (میوه و سبزیجات) و محصولات چوبی مالزی به رتبه‌های پایین تری نزول نموده است. شاخص مزیت نسبی آشکار شده نتایج فوق را با اندکی تفاوت تایید می‌کند، به طوری که گروه‌هایی می‌باشند که در سال ۲۰۰۳ دارای مزیت نسبی به ترتیب ۸۵/۷۸، ۸۱/۱، ۱۲/۲، ۲۲/۱ و ۱/۱ بوده‌اند. میزان RCA در خصوص سایر گروه‌ها پایین تر از واحد گزارش شده است. اضافه می‌شود که رتبه مالزی به لحاظ مزیت نسبی آشکار شده در خصوص گروه‌های مزیت‌دار مذکور و در بین کشورهای صادرکننده عمده به ترتیب ۸، ۱۰، ۱۰، ۱۸ و ۴۷ بوده است (جدول ۲).

به تعبیری دیگر، می‌توان اذعان نمود که مالزی در تولید و صادرات گروه‌های مورد اشاره فوق و مزیت‌دار دارای تخصص می‌باشد و بالاترین درجه تخصصی را نیز در گروه قطعات الکترونیکی و پس از آن در گروه‌های ماشین‌های الکترونیکی و منسوجات اخذ نموده است. با بررسی صادرات مالزی ملاحظه می‌شود که این کشور در گروه‌های چهار رقمی زیر دارای بالاترین رتبه در کل مجموعه صادرات خود بوده است:

گروه کالاهای با کد ۸۵۴۲ (مدارات الکترونیکی ...) طی ۲۰۰۳ - ۱۹۹۸، با رتبه یک در صادرات سالانه ۱۱ درصد در صادرات دارای رشد بوده است. گروه دستگاه فرستنده رادیو تلویزیون بدون وسیله گیرنده (کد ۸۵۲۵ با رتبه ۷ در صادرات)، طی دوره مزبور بالاترین نرخ رشد را هم به لحاظ کمی و هم به لحاظ ارزش (به ترتیب ۲۰ و ۲۴ درصد سالانه) شامل بوده و پیش‌بینی می‌شود که طی سال‌های آتی، کماکان این رشد را حفظ نماید.

سهم کالاهای مذکور، از بازار جهانی در خصوص برخی اقلام قابل توجه است. پارچه (کد ۵۴۰۷)، لامپ و لوله و والد (۸۵۴۰)، کشتی‌های

جدول (۴)- مزیت نسبی آشکار شده ایران در گروه‌های مختلف صادراتی
در سال ۲۰۰۳

رتبه در کل جهان	شاخص مزیت نسبی آشکار شده	نام گروه کالایی
۱۰	۷/۴۹	مواد معدنی
۴۲	۱/۰۵	منسوجات
۱۰۶	۰/۲۵	محصولات کارخانه‌ای پایه‌ای
۱۱۱	۰/۱۳	مواد شیمیایی
۱۱۳	۰/۱۴	پوشاک
۱۳۲	۰/۲۲	مواد غذایی فرایند شده
۱۳۷	۰/۰۶	غذاهای تازه

ماخذ: www.intracen.org

پوشاک و ۲۴۶۰۴ هزار دلار انواع مواد معدنی را صادر نموده است که در بین آن‌ها اقلام مواد معدنی با رقم ۲۴۶۰۴ میلیون دلار حائز اهمیت می‌باشد. در صورتی که صادرات مالزی در بین گروه‌های مختلف دارای حداقل ۱/۳ و حداکثر ۳۳ میلیارد دلار بوده است، که کمترین رقم به گروه غذاهای پردازش شده و بیشترین رقم به گروه ماشین‌های الکترونیکی اختصاص داشته است.

ضریب تاثیر رقابتی (ضریب نفوذ در بازارهای خارجی) در خصوص صادرات ایران طی دوره (۲۰۰-۱۹۹۸) در کلیه زمینه‌ها از رشد مثبت برخوردار بوده است که کمترین آن به گروه کالاهای غذایی تازه (۲/۳۳ درصد در سال) اختصاص داشته است؛ در حالیکه این ضریب در خصوص صادرات مالزی در برخی موارد با رشد منفی همراه بوده است، طوری که گروه غذاهای تازه، منسوجات، پوشاک از جمله گروه‌هایی هستند که طی ۵ سال گذشته به تدریج از توان رقابتی آن‌ها کاسته شده است (به ترتیب با نرخ ۰/۶۳ درصد، ۱/۷۱ درصد و ۰/۵۵ درصد).

محاسبه مزیت نسبی آشکار شده نشان می‌دهد که ایران صرفاً در صادرات گروه‌های مواد معدنی و منسوجات، دارای مزیت است (به ترتیب ۷/۴۹ و ۱/۰۵). در این دو مورد رتبه ایران به ترتیب ۱۰ و ۴۲ به ثبت رسیده که قابل توجه می‌باشد. ولی باید توجه نمود که اقلام صادراتی در این گونه موارد، عمدتاً از نوع خام و اولیه است که در این صورت صدور آن‌ها چندین توجیه منطقی اقتصادی ندارد، ولی در حال حاضر در صدور مواد معدنی و منسوجات دارای بیشترین درجه تخصص می‌باشد (جدول ۴).

جدول (۳) توان بالفعل ایران در صادرات را به طور تفصیلی‌تر نمایان می‌سازد که کالاهای مذکور جزء ۱۰ قلم عمده در صادرات محسوب می‌گردند. این ۱۰ گروه از کالاهای صادراتی، در سال ۲۰۰۳ به جز چند مورد که جزء کالاهای صادرات سنتی ایران محسوب می‌گردند، از مزیت نسبی چندانی برخوردار نبوده‌اند. چند مورد مزیت‌دار

باری و مسافری (کد ۸۹۰۱) و دستگاه فرستنده رادیو تلویزیونی بدون وسیله گیرنده (کد ۸۵۲۵) از جمله این کالاها می‌باشد که در سال ۲۰۰۳، به ترتیب با ۲۰/۱، ۱۷/۸، ۱۶/۵ و ۱۱/۲ درصد را از آن خود نموده‌اند.

۳- تحلیل عملکرد تجارت خارجی ایران در مقایسه با مالزی

طبق اسناد مرکز تجارت بین‌الملل، عملکرد ایران در صادرات چندان مطلوب نمی‌باشد، به طوری که در سال ۲۰۰۳، مطابق رتبه موقعیت (سال ۲۰۰۳)، بالاترین رتبه به گروه منسوجات اختصاص دارد. در این گروه ایران در بین ۱۰۹ کشور صادرکننده، رتبه ۳۵ را کسب نمود؛ در حالی که مالزی در بین همین مجموعه از کشورها رتبه سوم را به خود اختصاص داده است. (۲)

به طور کلی، در مقایسه با مالزی در خصوص گروه‌های غذاهای تازه، غذاهای پردازش شده، منسوجات، مواد شیمیایی، مصنوعات پایه و پوشاک، دارای رتبه به مراتب کمتری است. در واقع اختلاف بین دو کشور به لحاظ رتبه موقعیت تا حدود زیادی قابل ملاحظه است. تنها در خصوص صادرات مواد معدنی، ایران ۱۲ رتبه از مالزی بالاتر گزارش شد و در ردیف ۳۹ (در مقابل ۵۱) قرار گرفت. اما، چنانچه رتبه روند (طی ۲۰۰۳-۱۹۹۸) را در نظر بگیریم، ایران در برخی موارد از وضعیت بهتری برخوردار است.

برای مثال، رتبه ایران در صادرات مواد شیمیایی و پوشاک و نیز مواد معدنی، به ترتیب ۲۶ (در مقابل رتبه ۴۶ مالزی)، ۸ (در مقابل ۴۷ مالزی) و ۵۰ (در مقابل ۶۹ مالزی)، گزارش گردیده است.

به هر ترتیب، ایران در سال ۲۰۰۳ بالغ بر حدود ۶۸۳ هزار دلار غذاهای تازه (سبزی و میوه جات و...)، ۲۳۶ هزار دلار غذاهای پردازش شده، ۷۶۵ هزار دلار منسوجات، ۳۷۷ هزار دلار مواد شیمیایی، ۵۲۹ هزار دلار مصنوعات اصلی نظیر انواع فلزات، ۱۲۴ هزار دلار

تغییر سهم گروه‌های دیگر به شرح زیر می‌باشد:

محصولات سهم در سال ۸۱	سهم در سال ۸۰
۱- محصولات معدنی ۷۶/۲۷ درصد	۴۰/۷۹ درصد
۲- محصولات شیمیایی ۸/۸ درصد	۴۱/۴۶ درصد
۳- محصولات پلاستیکی و لاستیکی ۶/۷۵ درصد	۶/۲۴ درصد
۴- محصولات فلزی ۶/۷ درصد	۸/۷ درصد
۵- محصولات چرم و پوست ۲/۷۸ درصد	۰/۴۱ درصد
۶- محصولات کشاورزی ۰/۷۳ درصد	۱/۰۳ درصد

ماخذ: سالنامه وزارت بازرگانی

جدول (۵)- میزان صادرات ایران به مالزی به تفکیک گروه‌های نه گانه طی سال‌های ۸۱-۱۳۸۰

نام گروه	۱۳۸۰		۱۳۸۱	
	صادرات (هزار دلار)	سهم (درصد)	صادرات (هزار دلار)	سهم (درصد)
محصولات کشاورزی	۶۳۲/۶	۱/۰۳	۵۴۰	۰/۷۳
محصولات معدنی	۲۴۹۷۰	۴۰/۹۷	۵۶۰۷۲	۷۶/۲۷
محصولات شیمیایی	۲۵۲۶۸	۴۱/۴۶	۶۴۷۸	۸/۸
محصولات پلاستیکی و لاستیکی	۴۱۱۶/۷	۶/۷۵	۲۹۰۵	۳/۹۵
چرم و محصولات چرمی	۲۵۱	۰/۴۱	۲۰۵۰	۲/۷۸
فلزات	۵۲۹۶	۸/۷	۴۹۳۵	۶/۷
محصولات سنگی	۳۱/۶	۰/۰۵	۲۵	۰/۰۳
محصولات نساجی	۳۰۴/۹	۰/۵	۴۳۲	۰/۰۵
ماشین‌آلات	۶۲/۲	۰/۱	۷۳	۰/۰۹
کل	۶۰۹۳۸	۱۰۰	۷۳۵۱۵	۱۰۰

ماخذ: سالنامه آمار خارجی، گمرک ج.ا.ایران سال‌های ۱۳۸۰ و ۱۳۷۹

در کل، ترکیب کالاهای صادراتی ایران نشان می‌دهد که صادرات فرآورده‌های صنعتی جایگاه قابل ملاحظه‌ای در این ترکیب ندارد و آنچه که به عنوان اقلام صنعتی صادر می‌گردد، عمدتاً خام و یا واسطه‌ای می‌باشد.

۴. بررسی ترکیب کالاهای صادراتی ایران به مالزی طی سال‌های ۸۲-۱۳۸۱

جدول (۵) ترکیب محصولات صادراتی ایران و مالزی در گروه‌های نه گانه به همراه ارزش و سهم از کل صادرات را در طی سال‌های ۸۱-۱۳۸۰ نشان می‌دهد. بر اساس اطلاعات مندرج در این

عبارت‌انداز: فرش دستباف، خشکبار و نفت خام که در این سال مزیتی برابر ۱۴، ۳/۸ و ۲/۳ داشته‌اند. گفتنی است که فرش ایران در این سال سهمی برابر با ۲۹/۹ درصد (تقریباً یک سوم) از بازارهای جهانی را به خود اختصاص داده و سالانه از رشد یک درصد (طی سال‌های ۲۰۰۳-۱۹۹۸) برخوردار بوده است. صادرات خشکبار که در مجموعه صادرات غیرنفتی ایران رتبه دوم (پس از فرش) را دارد، در سال ۲۰۰۳، ۸/۱ درصد از حجم صادرات جهان را شامل بوده و سالانه از رشد ۱۵ درصدی برخوردار گردیده است. در سایر موارد از گروه‌های ۱۰ گانه مذکور (جدول ۳)، صادرات گروه‌های ۷، ۸ و ۹ طی سال‌های ۲۰۰۳-۱۹۹۸ به ترتیب ۸، ۱۸ و ۱ درصد رشد منفی داشته‌اند.

$$\cos(X_A \cdot X_B) = \frac{X_A \cdot M_B}{|X_A \cdot M_B|}$$

یا:

$$\cos(X_A \cdot X_B) = \frac{\sum X_{AK} \cdot M_{BK}}{(\sum X_{AK}^2 \cdot \sum M_{BK}^2)^{1/2}}$$

: X_{AK}

صادرات کالا از کشور A به جهان

X_{BK} : واردات کالای B به کشور A از جهان

در این فرمول X_A و M_B به ترتیب بردارهای صادرات کشور A و بردار واردات کشور B است که ترکیبی از n مورد کالا می باشد.

در این فرمول زاویه کوچک نشان دهنده تشابه ترکیب صادرات کشور A و واردات کشور B می باشد و در مقابل، یک زاویه بزرگ بیانگر غیر مشابه بودن ترکیب صادرات کشور A با واردات کشور B است. با توجه به فرمول کسینوس، اگر ترکیب کالاهای صادراتی و وارداتی کاملاً مشابه باشند، آنگاه کسینوس زاویه بین دو بردار یک خواهد شد که نشان دهنده درجه اکمال تجاری بین دو کشور است. حدود اندازه این معیار بین دو مقدار صفر و یک قرار می گیرد.

برای محاسبه درجه اکمال تجاری یا تشابه تجاری از کد ۳ رقمی SITC با مجموع ۲۵۸ نوع کالا و برای متوسط سال های ۲۰۰۳-۱۹۹۸ استفاده شده است.

در گروه کالاهای صادراتی ایران، نفت نقش به سزایی دارد و از طرف دیگر حدود ۱/۰ واردات مالزی را نفت خام تشکیل می دهد. به همین دلیل به نظر می رسد در گروه کالایی فرآورده های نفتی بایستی درجه تکمیل با دو حالت با احتساب نفت خام و بدون نفت خام مورد محاسبه قرار گیرد.

درجه اکمال تجاری یا تشابه تجاری بین دو کشور ایران و مالزی، بر اساس گروه های ۱۴ گانه به همراه تقاضای وارداتی مالزی و میزان ظرفیت عرضه ایران در هر گروه بررسی گردید و بر اساس اطلاعات مندرج گروه هایی که از بالاترین درجه اکمال تجاری برخوردار بوده اند به ترتیب درجه عبارتند از:

۱. محصولات معدنی (با نفت خام) و بدون احتساب نفت خام رتبه ۷
۲. پوشاک
۳. چرم و محصولات پایه
۴. فلزات و سایر محصولات پایه
۵. مواد شیمیایی
۶. ماشین آلات غیر برقی
۷. وسایل حمل و نقل
۸. فرآورده های غذایی
۹. چوب و محصولات چوبی و کاغذ
۱۰. میوه های تازه و محصولات بر پایه کشاورزی
۱۱. فرآورده های کارخانه ای متفرقه

جدول در سال ۱۳۸۰ گروه محصولات شیمیایی و معدنی به ترتیب بیشترین سهم صادرات ایران به مالزی را تشکیل می دادند.

پس از این گروه، فلزات و محصولات پلاستیکی و لاستیکی، بیشترین حجم صادرات را به خود اختصاص داده اند. در سال ۱۳۸۱ سهم صادراتی به نفع محصولات معدنی به شکل قابل توجه تغییر کرده است، به طوری که محصولات معدنی در سال مذکور با سهم ۷۶/۳ درصد عمده ترین اقلام صادراتی ایران به مالزی را تشکیل می دهند. سهم محصولات شیمیایی در سال ۱۳۸۰ نسبت به سال قبل تغییر عمده داشته، و از ۴۱/۴۶ درصد به ۸/۸ درصد تقلیل یافته است.

۵- تعیین فرصت های تجاری و زمینه های ارتقاء همکاری های تجاری

بررسی میزان تجارت بالقوه به خصوص در مواردی که کشورهای مورد نظر در ابتدا هیچگونه رابطه تجاری نداشته و یا در سطح پایینی از روابط قرار دارند از طریق بکارگیری معیارهای متداول برآورد پتانسیل تجاری امکان پذیر است.

پتانسیل تجاری، میزان و امکان تجاری را که کشورها به طور بالقوه می توانند با توجه به عوامل تعیین کننده جریان تجارت میان خود داشته باشند نشان می دهد. به منظور تعیین پتانسیل تجاری بین دو کشور روش های گوناگونی وجود دارد. برخی از روش ها تنها امکان تجارت بالقوه و تعدادی دیگر میزان تجارت بالقوه را تعیین می نمایند.

در اینجا تنها روش هایی را بکار خواهیم گرفت که نشان دهنده امکان تجارت بالقوه اند. در مطالعات تجربی تجارت بین الملل، برای مقایسه ترکیب کالایی جریان های تجاری چندین معیار معرفی شده اند که تمامی معیارها با استفاده از k گروه کالایی، شدت تکمیل تجارت دو جانبه را اندازه گیری می کنند.

در این مقاله به منظور مشخص کردن بخش های مکمل بین دو کشور ایران و مالزی از معیار کسینوس (COS) که یکی از رایج ترین روش های محاسبه شدت تشابه تجاری است، استفاده شده است. در این مورد آمار صادرات ایران و واردات مالزی از سایت اینترنتی مرکز تجارت بین الملل^(۱) بر اساس کد ۳ رقمی SITC استخراج مالزی از سایت اینترنتی مرکز تجارت بین الملل بر اساس کد ۳ رقمی SITC استخراج گردید. سپس آمار صادرات و واردات کشورها که مشتمل بر ۲۵۸ نوع گروه کالایی بود به چهارده گروه صنعتی تقسیم بندی شد.

علاوه بر محاسبات درجه اکمال تجاری برای گروه های ۱۴ گانه مورد نظر، به صورت مقایسه تطبیقی، آمار صادرات ایران و واردات عمده مالزی (بر اساس کد چهار رقمی HS) بررسی شدند. برای اندازه گیری شدت تشابه تجارت میان دو کشور چنانچه گفته شد از معیار کسینوس زاویه بین دو بردار صادرات و واردات بهره خواهیم برد. این معیار به صورت زیر تعریف می شود:

یا

۱۲- اجزاء و قطعات الکترونیکی
 ۱۳- کامپیوتر، وسایل ارتباطی راه دور و وسایل برقی مصرفی
 ۱۴- نخ، پارچه و منسوجات
 براساس محاسبه انجام شده، گروه محصولات معدنی با احتساب نفت خام، از بالاترین درجه اکمال تجاری برخوردار است. در این گروه که تقاضای وارداتی مالزی در حدود ۲۹۹۷۷ میلیون دلار است، ایران ظرفیت عرضه ۱۶۹۷۷ میلیون دلار به جهان را داراست که بخشی از آن به مالزی صادر می‌گردد. از جمله زمینه‌های افزایش پتانسیل تجاری در این گروه عبارتند از: سنگ آهن، سنگ مس، سنگ آلومینیوم‌های نفتی و سایر هیدروکربن‌های گازی....



سالیانه ۱۱۵۴۴ میلیون دلار از محصولات فوق را وارد کرده است. در مقابل ایران سالیانه به طور متوسط ۳۹۰ میلیون دلار صادرات فلزات و سایر محصولات پایه‌ای را داشته است. فرصت‌های تجاری در خصوص این گروه‌ها که امکان افزایش تجارت دو طرفه را مهیا می‌سازد، عبارتند از: آهن و فولاد تخت و یا گرم نورد شده، صفحه و ورق و نواراز مس تصفیه شده و آلومینیوم و آلیاژ آن. جدول سه گروه از این محصولات را که از عمده‌ترین واردات مالزی به حساب می‌آید نشان می‌دهد. کدهای ۷۴۰۳، ۷۲۰۸ و ۷۴۰۱ مربوط به همین گروه از کالاهاست که فرصت‌های مناسبی برای ارتقاء سطح تجارت بین دو کشور را فراهم می‌آورد.

مواد شیمیایی، از دیگر محصولات با تقاضای بالای وارداتی مالزی است که دارای درجه اکمال تجاری بالایی می‌باشد. مالزی به طور متوسط سالیانه (۲۰۰۳-۱۹۹۸) ۱۲/۶۲۹ میلیون دلار تقاضای وارداتی برای این اقلام داشته و در مقابل ایران به طور متوسط سالیانه (۲۰۰۳-۱۹۹۸) ۳۴۲ میلیون دلار از محصولات فوق را به جهان و در عین حال به مالزی صادر کرده است.

عمده‌ترین کالاهای وارداتی مالزی و در عین حال صادراتی ایران (با بررسی کدهای ۳ رقمی SITC) در این گروه از کالاها عبارت‌اند از:
 . هیدروکربن‌ها (کد ۵۱۱)
 . الکل‌ها / فنل‌ها / ... (کد ۵۱۲)
 . روغن جلا / اکسیدها / ... (کد ۵۳۳)
 . صابون‌ها و ... (کد ۵۵۴)
 . تایر (کد ۶۲۵)

در گروه ماشین‌آلات غیربرقی و وسایل حمل و نقل، اگر چه پتانسیل بالقوه بالایی به لحاظ درجه اکمال تجاری مشاهده می‌شود، ولی مالزی در این گروه از کالاها از توانمندی‌ها و پتانسیل‌های تولیدی و صادراتی بالایی برخوردار است. در این خصوص می‌توان از توان مدیریتی، انتقال تکنولوژی و ... تولیدکنندگان مالزی استفاده نمود.

در گروه محصولات کشاورزی که ایران در تولید و صادرات اکثر کالاهای مشمول این گروه، از مزیت نسبی و صادراتی بالایی برخوردار است، حجم مبادله کمتری با مالزی مشاهده می‌شود. در سطح روابط جاری هم اکنون انواعی از محصولات نظیر ماهی‌ها، انجیر، میوه‌ها، خاویار، آب میوه‌ها، تفاله چغندر قند و ... از ایران به مقصد مالزی صادر می‌گردد که در صورت افزایش ظرفیت عرضه ایران در هر یک از انواع محصولات فوق تقاضای بالایی در این کشور برای آن‌ها وجود دارد. سایر محصولات مورد تقاضای این کشور در گروه محصولات

دومین گروه به لحاظ درجه اکمال تجاری بالا، گروه پوشاک است. در این گروه، تقاضای وارداتی مالزی معادل ۱۰۹۴۵ میلیون دلار بوده که ایران تنها ظرفیت عرضه ۶۹ میلیون دلار به کل جهان را دارا بوده است.

از جمله زمینه‌های افزایش پتانسیل تجاری در گروه پوشاک می‌توان به موارد ذیل اشاره نمود: انواع لباس‌های زنانه، مردانه، دخترانه که شامل کدهای ۸۴۱ الی ۸۴۸ می‌باشد و ایران در همه آن‌ها دارای صادرات است. در این خصوص باید به سلیق و ویژگی‌های مصرف‌کنندگان که نقش اساسی در بازاریابی این محصولات دارد، توجه شود.

چرم و محصولات چرمی (گروه ششم طبقه بندی) به لحاظ درجه اکمال تجاری بین دو کشور مالزی و ایران در رتبه سوم واقع دارد. در خصوص این گروه، مالزی معادل ۱۰۳۶ میلیون دلار تقاضای وارداتی دارد و در مقابل، ایران تنها ظرفیت عرضه ۶۹ میلیون دلار از این گروه محصولات را به جهان را داراست که در سطح جاری فقط ۲ میلیون دلار از این گروه محصولات روانه بازار مالزی شده است.

بدین ترتیب می‌توان فرصت‌های تجاری را جهت تنوع بخشیدن به کالاهای صادراتی در این گروه از کالاها به صورت زیر نام برد:

- . پوست خام حیوانات از نوع گوسفندی
- . چرم و پوست بدون مو گاوی و اسبی آماده شده
- . پوست بدون مو گوسفندی
- . کفش و پافراز

رتبه چهارم از لحاظ درجه اکمال تجاری یا بخش‌های مکمل، مربوط به فلزات و سایر محصولات پایه‌ای است. بر اساس مطالعات صورت گرفته مالزی طی سال‌های ۲۰۰۳-۱۹۹۸ به طور متوسط

کشاورزی عبارتند از:

- گوشت گاو

- سبزیجات تازه

- شکلات

- میوه

- پنیر، شیر، کره

- ماهی

- شیرینی جات

- نوشیدنی‌های غیرالکلی

محصولات معدنی شامل نفت خام از بالاترین درجه اکمال تجاری در رابطه با صادرات ایران و واردات مالزی، بر خوردار است و بدون نفت خام در مرتبه هفتم، پس از پو شاک، چرم و محصولات چرمی، فلزات و سایر محصولات پایه، مواد شیمیایی و ماشین آلات غیربرقی، قرار می‌گیرد. گروه‌هایی نظیر وسایل حمل و نقل، فرآورده‌های غذایی، چوب و محصولات چوبی و کاغذ، میوه‌های تازه و محصولات بر پایه کشاورزی، فرآورده‌های کارخانه‌ای متفرقه، اجزاء و قطعات الکترونیکی، کامپیوتر، وسایل ارتباطی راه دور، وسایل برقی مصرفی و نخ، پارچه و منسوجات، به ترتیب در مراتب بعدی از درجه اکمال تجاری قرار می‌گیرد. در کل، صادرات محصولات معدنی نظیر سنگ آهن تغلیظ شده، پو شاک (نظیر لباس‌های زنانه، مردانه و دخترانه)، و چرم و محصولات چرمی (نظیر پوست خام گوسفندی و گاو)، کفش، مواد شیمیایی (از قبیل هیدروکربن‌ها، الکل‌ها، فنل‌ها)، تایر، ماشین آلات غیربرقی و وسایل حمل و نقل و نیز محصولات کشاورزی (از قبیل گوشت گاو، محصولات لبنی، سبزیجات تازه، انواع ماهی)، با توجه به واردات مالزی از جهان و امکان صادرات ایران، امکان افزایش را دارا می‌باشند.

در حال حاضر در مالزی، تغییرات تعرفه در راستای تعهدات WTO صورت یافته و تعدیل می‌گردند. در شرایط فعلی متوسط نرخ‌های تعرفه MFN مورد عمل ۱۳/۸ درصد است و در مقایسه با سال ۱۹۹۶ (۱۴/۴) درصد کاهش یافته است.

پی‌نوشت‌ها:

1. ITC, The Trade Performance Index. Background Paper, Appendix - 1, (2000)
2. I boid
3. Bound Rates
4. Genral rates

منابع:

۱- گمرک جمهوری اسلامی ایران، سالنامه آمار بازرگانی خارجی، سال‌های ۸۲-۱۳۸۱.

2- WTO, Trade Policy Reviews, MALAYSIA, September 2002.

3- ITC, the Trade Performance Index, Background Paper, Appendix - 1, Final Draft, (2003).

4- Doing Business with Malaysia

5- Kotra, How to Trade with Malaysia (1994/95)

6- The Bank of Malaysia statistical bulletin (2002)

7- Malaysia international Trade Association, (2002)

8- <http://www.Intracen.org>

برخی دیگر از کالاها مورد تقاضای کشور مالزی که ایران نیز در آن‌ها دارای صادرات می‌باشد (کدهای ۸۴۱۴ تا ۸۵۴۱) آورده شده که با توجه به تقاضای رو به رشد آن در بازار مالزی توجه بدان‌ها توصیه می‌شود (این گروه از کالاها، در گروه‌های با درجه اکمال تجاری پایین قرار دارند).

۶- موانع تعرفه‌ای و غیرتعرفه‌ای در بازار مالزی

قابل ذکر این که کاهش تعرفه‌های اقلام صنعتی محصولات صنعتی در مالزی باعث گردیده که تقریباً دو سوم کلیه خطوط تعرفه‌ای در حال حاضر در سطح ۸ درصد قرار گیرند. علاوه بر آن، نرخ‌های تعرفه مورد عمل فاصله خیلی کمی با نرخ‌های مورد نظر دارند و به طور متوسط این اختلاف ۶/۳ درصد می‌باشد. در حال حاضر، هر چند که نرخ‌ها در حال کاهش می‌باشند، ولی شکاف کم موجود مابین نرخ‌های مقرر^(۳) و نرخ‌های بکار گرفته شده فرصتی جهت مقامات مالزی پدید آورده که نرخ‌های کاربردی MFN را از طریق افزایش نرخ‌های عمومی^(۴) و یا از طریق تعرفه‌ای موسوم به "مستقل" (عمدتاً جهت مواد خام و سایر داده‌ها) علاوه بر سهمیه‌های تعرفه‌ای کشاورزی مرتبط با WTO بکار می‌روند و نهایتاً راه حل‌ها در ارتباط با حمایت‌های غیرتعرفه‌ای عمدتاً به محصولات کشاورزی و دام محدود گشته است.

به منظور افزایش کارایی رو یه‌های مربوط به اظهار نامه‌های گمرکی، تلاش‌هایی در زمینه ارائه یک سیستم ترخیص سریع و اظهار در چار چوب یک شبکه کامپیوتری به عمل آمده است.

نتیجه گیری

مطالعات انجام شده نشان می‌دهد که سطح مبادلات ایران و مالزی بسیار پایین است و با توجه به امکانات ایران و طرف مقابل، قابل افزایش به چندین برابر می‌باشد. در واقع پتانسیل تجاری بالقوه مابین این دو کشور به مراتب بیشتر از پتانسیل بالفعل و موجود است. روش و معیار درجه اکمال تجاری که از جمله رایج‌ترین روش محاسبات شدت تشابه تجاری بین دو کشور بوده و امکان تجارت بالقوه را مورد بررسی قرار می‌دهد، سطح مبادلات بالقوه را چنین ارزیابی می‌نماید: