

# بازارشناسی: لبنان

محمدرضا عابدین مقانکی، مپترارحمانی و حسن ولی بیگی  
(فوق لیسانس اقتصاد، موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی)

## ۱- شرایط عمومی حاکم بر ایران و لبنان ۱-۱- شرایط سیاسی حاکم بر ایران و لبنان

ایران و لبنان از بعد جغرافیایی در منطقه‌ای متشنج به لحاظ وقوع بحران‌های سیاسی و امنیتی قرار دارند. برخی از این تحولات سیاسی که مطلقاً بر شرایط اقتصادی حاکم بر این کشورها در حال حاضر و نیز آینده‌اثرگذار خواهد بود عبارت‌اند از:

۱- متشنج شدن روابط بین فلسطینیان و اسرائیل و طرح صلح موسوم به نقشه راه از جانب دولت آمریکا که منجر به تشکیل یک دولت مستقل فلسطینی تا سال ۲۰۰۵ خواهد شد.

۲- موقعیت بی ثبات فعلی کشور عراق در نتیجه اشغال این کشور توسط نیروهای آمریکایی و انگلیسی (هرچند که شورای حکومتی موقتی در عراق از ائتلاف نیروهای مخالف رژیم سابق به منظور بازنویسی قانون اساسی و زمینه سازی انجام انتخابات اخیراً تشکیل شد که مورد استقبال سازمان ملل و رهبران عرب به عنوان اولین گام در راه رسیدن به یک دولت منتخب مردمی قرار گرفت)، ولی چشم انداز عراق به دلیل حضور نیروهای اشغالگر امیدوارکننده نیست.

۳- پذیرش پیوستن به پروتکل الحاق آژانس بین المللی انرژی در زمینه رفع گسترش و ایجاد سلاح‌های هسته‌ای توسط ایران از دیگر رویدادهای سیاسی مهم است که روابط سیاسی دولت ایران با جهان خارج را تحت تاثیر خود قرار داده است.

در سالی که گذشت و نیز سال پیش رو انتخابات ریاست جمهوری در لبنان و طی سال ۲۰۰۴ انتخابات پارلمانی در ایران اخبار سیاسی داخلی این کشور را تحت شعاع قرار داده و خواهد داد.

جدول (۱-۱) رتبه‌بندی مقایسه‌ای ریسک سیاسی ایران و این کشور را در سپتامبر ۲۰۰۳ (مهرماه ۱۳۸۲) براساس ارزیابی نشریه معتبر رتبه‌بندی بین المللی نمایش می‌دهد. ریسک سیاسی، وضع ثبات سیاسی را در این کشورها که یکی از پارامترهای مهم در روابط اقتصادی و تجاری بین کشورها و بالاخص موضوع سرمایه‌گذاری خارجی محسوب می‌شود را ارزیابی می‌کند. هرچقدر این شاخص بزرگتر باشد، ریسک سیاسی از ترکیب و

این مقاله ضمن مروری بر شرایط اجتماعی و سیاسی لبنان و روابط میان ایران با این کشور، روابط تجاری متقابل را با استفاده از داده‌های موجود مورد بررسی قرار داده و در نهایت تصویری از فرصت‌های موجود در بازارهای دو کشور را به تفکیک گروه‌های کالایی مختلف، بر مبنای برآوردهای انجام شده، بدست می‌دهد.

## مقدمه

ابتدا به منظور کسب آشنایی بیشتر با کشورهای ایران و لبنان، فضای کلی حاکم بر آن‌ها مورد بررسی قرار می‌گیرد. کشورهای یادشده که به لحاظ جغرافیایی در غرب آسیا واقع‌اند، جزو منطقه خاورمیانه محسوب می‌شوند. بررسی شرایط سیاسی حاکم بر فضای کلی این کشورها که متأثر از قرار گرفتن آن‌ها در منطقه بحران خیز خاورمیانه است، چشم‌انداز کلان و اولیه‌ای را به تصمیم‌گیران و بازرگانان کشور می‌دهد تا با دیدی روشن‌تر در راستای عملیاتی کردن زمینه‌ها برای ایجاد و یا گسترش روابط فی‌مابین در زمینه‌های اقتصادی و تجاری گام بردارند.

در قسمت بررسی شرایط اقتصادی عمومی حاکم بر کشورهای موردبحث، رشد اقتصادی در گذشته و چشم‌انداز پیشرفت‌های اقتصادی در آینده و نیز تورم در این کشورها ترسیم خواهد شد. به کمک این متغیرها ظرفیت تقاضای این کشور به بوته محک گذارده خواهد شد. بررسی بخش خارجی اقتصاد ایران و کشور لبنان دیدی اولیه از روابط بازرگانی این کشورها با جهان خارج ارائه می‌نماید.

بررسی مزیت‌های نسبی ایران و لبنان در سطح کدهای شش رقمی نشان‌دهنده توانایی‌های بالفعل این کشورها در صادرات کالا به جهان است. همچنین به منظور معرفی کالاهای بالقوه جهت توسعه تجارت دو جانبه پتانسیل تجاری برای صادرات ایران به این کشور و به طور متقابل از این کشور به ایران محاسبه شده است.

بخش بعدی بررسی چارچوب سیاست تجاری کشور لبنان را ارائه می‌کند که در عین حال وضع عضویت آن‌ها در موافقتنامه‌های تجاری منطقه‌ای و بین‌المللی را نیز تشریح کرده است و در نهایت نتایج حاصله به همراه پیشنهادهای ارائه می‌شود.



امتیاز دهی به پارامترهای مختلف ثبات دولت، شرایط اقتصادی - اجتماعی و ترکیب سرمایه با وضع نامناسبتری برخوردار خواهد بود. بررسی نشریه مذکور بیانگر آن است که تقریباً در این کشورها، سطح بالای فساد و بروکراسی اداری و پاسخگویی حداقل دولت‌ها به مردم (یا کیفیت پایین دموکراسی) از جمله عوامل کاهش اعتبار سیاسی این کشورهاست.

## ۲-۱- شرایط اقتصادی حاکم بر ایران و لبنان

میزان رشد واقعی اقتصاد دو کشور تحت بررسی به طور متوسط در سال ۲۰۰۳ بهبود یافته است. عامل محرک افزایش یافتن رشد اقتصادی در این کشورها بیشتر افزایش صادرات است که بالا رفتن میزان مصارف دولتی در آن بی تاثیر نیست. جنگ عراق به همراه مناقشات بین اسرائیل و فلسطینیان، تریبانات مربوط به امنیت منطقه را برهم زده است. احتمالاً اثرات مخرب جنگ زیان‌هایی را متوجه درآمدهای ناشی از توربسم این کشورها (به ویژه لبنان) می‌سازد که قابل تشخیص نیست. اگر چه در ایران عملکرد قوی در بخش غیر نفت به چشم می‌خورد، ولی اثرات اصلاحات اقتصادی و تحولات مالی را در بالا بردن میزان رشد GDP نمی‌توان نادیده گرفت. در لبنان حجم سنگین بدهی‌ها و سطح بالای میزان‌های بهره، میزان رشد اقتصادی را همچنان پایین و بدون تغییر نگاه داشته است. رشد پرشتاب و شدید ایران در سال ۲۰۰۲ (در حدود ۶/۷ درصد) احتمالاً در سال‌های ۲۰۰۳ و ۲۰۰۴ نیز ادامه یابد.

ایران و لبنان که جزو کشورهای منطقه خاور میانه و شمال آفریقا محسوب می‌شوند، از یک سطح متوسط میزان تورم برخوردارند و پیش‌بینی می‌شود در سال ۲۰۰۳ در همین سطح باقی بماند. البته افزایش تورم در کوتاه مدت اغلب در نتیجه بالا رفتن قیمت کالاها است. قیمت‌های جهانی کالاها غیر سوختی و مواد خام کشاورزی در سال ۲۰۰۳ به افزایش خود ادامه داد، البته با سرعتی کمتر از سال ۲۰۰۲. همچنین بعد از افزایش شدید قیمت‌های نفت در اوایل سال جاری در پایان سال ۲۰۰۳ به طور متوسط ۱۴ درصد قیمت‌های نفت در سال جاری نسبت به سال گذشته افزایش یافت. دیگر عواملی که سبب ایجاد تورم در کشورهای مورد بررسی می‌شوند عبارت است از سیاست‌های مالی انبساطی (در ایران) در دوره اخیر و یک اثر معتدل در قیمت‌های واردات از افزایش مورد انتظار ارزش یورو (در کشورهای لبنان و سوریه). این در حالی است که در کشورهای در حال توسعه خارج از منطقه خاور میانه از اواسط دهه نود میزان تورم سیر کاهنده‌ای یافته است و انتظار می‌رود این جریان نزولی در میان مدت ادامه داشته باشد.

به رغم آن که تراز مالی کشورهای منطقه خاور میانه و شمال آفریقا در سال ۲۰۰۳ به طور کلی بهبود یافته، اما سطح بدهی‌های خارجی (به عنوان درصدی از GDP) در این مدت برای کل منطقه بدون تغییر باقی مانده است.

## ۲-۲- مروری بر روابط دوجانبه، مزیت‌های نسبی و پتانسیل‌های تجاری ایران و لبنان

در بخش حاضر ابتدا روابط تجاری متقابل ایران و لبنان مورد بررسی قرار می‌گیرد که در آن میزان روابط تجاری با سایر کشورهای طی دوره ۲۰۰۱-۱۹۹۷ بحث شده است.

در ادامه این بخش از تحقیق به تجزیه و تحلیل مزیت‌های نسبی صادراتی ایران و لبنان پرداخته می‌شود. در این قسمت بخش‌های پیش‌رو و پس‌رو در هر یک از کشورها و همچنین جهتگیری تجاری آن‌ها را مشخص خواهیم کرد تا بدین وسیله بخش‌هایی که امکان توسعه تجارت بین ایران و این کشور وجود دارد، معرفی گردند. آمار و اطلاعات مورد استفاده، آمار

منبع: International Country Risk Guide (ICRG), Volume XXIV, Number 9, September 2003

لبنان	ایران	نام کشور	اجزاء ریسک سیاسی و حد مطلوب
۸/۵	۷	۱۲	ثبات دولت
۶	۵/۵	۱۲	شرایط اقتصادی و اجتماعی
۹	۶	۱۲	ترکیب سرمایه
۸	۸/۵	۱۲	برخوردهای داخلی
۷	۸/۵	۱۲	برخوردهای خارجی
۱	۲	۶	فساد و رشوه خواری
۲	۵	۶	دخالت ارتش در سیاست
۲/۵	۲	۶	مذهبی تنش‌های
۴	۴	۶	قانون نظم و
۵	۴/۵	۶	تنش‌های قومی
۵	۳	۶	پاسخگویی دولت به مردم
۲	۲	۴	کیفیت بروکراسی
۶۰	۵۸	۱۰۰	مجموع امتیازات

جدول (۱-۱) - رتبه‌بندی مقایسه‌ای ریسک سیاسی ایران و لبنان (سپتامبر ۲۰۰۳)

نام کشور	متوسط ۱۹۹۵-۲۰۰۰	۲۰۰۰	۲۰۰۱	۲۰۰۲	پیش‌بینی ۲۰۰۳	پیش‌بینی ۲۰۰۴	متوسط پیش‌بینی ۲۰۰۵-۸
متوسط کشورهای مشرق عربی	۴/۶	۳/۹	۴	۲/۳	۲/۵	۳/۱	۴/۴
مصر	۵/۲	۵/۱	۳/۵	۲	۲/۸	۳	۴/۷
اردن	۳/۶	۴/۲	۴/۲	۴/۹	۳	۵/۵	۵/۹
لبنان	۲/۳	-/۵	۲	۲	۲	۳	۳
سوریه	۳/۷	۰/۶	۷/۲	۲/۷	۱	۲/۹	۳/۳
ایران	۴/۶	۵/۳	۵/۹	۶/۷	۶/۱	۵/۷	۵/۱
میزان رشد متوسط کشورهای شمالی آفریقا و خاورمیانه	۳/۸	۴/۳	۳/۹	۳/۶	۵	۴/۳	۴/۶
میزان رشد متوسط کشورهای در حال توسعه	۵/۳	۵/۷	۴/۱	۴/۶	۵	۵/۶	۵/۹

منبع: Middle East And North Africa Regional Outlook, Sep. 2003

### جدول (۱-۳) - کل بدهی خارجی

(درصد از GDP)

نام کشور	متوسط ۱۹۹۵-۲۰۰۰	۲۰۰۱	۲۰۰۲	پیش‌بینی ۲۰۰۳
متوسط کشورهای مشرق عربی:	۴۹/۸	۴۱/۴	۴۴/۸	۴۶/۹
مصر	۳۸/۸	۲۷/۶	۳۳/۵	۳۶/۵
اردن	۹۸/۳	۸۰/۹	۸۲/۶	۷۸/۵
لبنان	۱۸/۳	۲۴/۴	۳۲/۲	۴۳/۴
سوریه	۴۳/۷	۳۲/۸	۳۰/۹	۲۹/۳
ایران	۱۴/۴	۶/۴	۸/۴	۸/۲
متوسط خاورمیانه و شمال آفریقا:	۶۳	۵۶/۳	۵۴/۹	۵۰/۵

منبع: WEO, August 2003, and Staff Estimates

منظور از متوسط، میانگین ساده حسابی است.

۶۶ قرار داشته‌اند. این کشورها در مجموع کمتر از ۰/۳ درصد از کل صادرات ایران را بخود اختصاص داده‌اند. هرچند سهم این کشورها در میان واردکنندگان کالا از ایران بسیار اندک و ناچیز بوده، اما توجه به میزان رشدهای مثبت و عموماً دو رقمی صادرات ایران به آن‌ها، چشم انداز تجارت ایران با آن کشورها در آینده مثبت ارزیابی می‌شود.

صادرات لبنان به کشورهای مورد بررسی (غیر از مورد ایران) طی دوره ۲۰۰۱-۱۹۹۷ نسبتاً خوب بوده است. به گونه‌ای که سوریه با اختصاص ۴/۹ درصد از کل صادرات این کشور به خود در مقام ششمین کشور واردکنندگان کالا از لبنان قرار گرفته است. اما این روابط طی دوره مزبور با آهنگی آهسته و در حد ۱/۷ درصد کاهش سالیانه رو به افول بوده است. اردن که در مقام هشتم واردکنندگان کالا از لبنان بوده، باتوجه به رشد ۵/۴ درصدی آن طی دوره مزبور روند مثبت و رو به رشدی را نیز به نمایش می‌گذارد. لیبی به طور متوسط در مقام هفدهم کشورهای واردکننده از لبنان قرار داشته و طی دوره مزبور لبنان با شدت بیشتری (نسبت به سایر کشورهای مورد بررسی) در حال از دست دادن این بازار بوده است. در طرف مقابل، ایران که با داشتن سهم متوسط ۰/۲۵ درصدی از صادرات جهانی لبنان در مقام پنجاه و یکم قرار گرفته، با سرعت

مستخرج از نرم‌افزار اطلاعاتی PC/TAS است.

یکی دیگر از اهداف بررسی حاضر، تحقیق در مورد امکان توسعه تجارت دوجانبه ایران با این کشور است و برای این کار ابتدا باید پتانسیل تجاری تعیین شود. روش برآورد ساده پتانسیل با توجه به اینکه هم میزان پتانسیل را ارائه می‌دهد و هم کالاهای پتانسیل‌دار را معین می‌سازد، روش منتخب مقاله حاضر است که توسط آن پتانسیل صادراتی ایران به لبنان و پتانسیل صادراتی لبنان به ایران محاسبه خواهد شد. برای محاسبه پتانسیل صادراتی لازم است کد کالاهایی که ایران در خصوص آن کدها برای دوره زمانی تعیین شده، صادر کننده به جهان بوده، معین سپس بر اساس این کدهای کالایی پتانسیل صادراتی در جدول‌های جداگانه قابل دسترس خواهد بود.

### ۱-۲- روابط تجاری متقابل

باتوجه به اطلاعات ارائه شده در جدول (۱-۲) ملاحظه می‌شود در زمینه صادرات ایران به برخی کشورهای عربی منتخب، سوریه طی سال‌های ۲۰۰۱-۱۹۹۷ با رتبه ۳۲ و بالاترین رتبه در میان چهار کشور عربی مورد بررسی احراز کرده است. پس از آن لبنان (با رتبه ۳۷)، لیبی (با رتبه ۵۷) و اردن (با رتبه

## جدول (۲-۱) - صادرات ایران به کشورهای منتخب عربی و جهان

(هزار دلار - درصد)

کشور	شرح	ایران	اردن	سوریه	لبنان	لیبی	جهان
ایران	رتبه	-	۶۶	۲۲	۳۷	۵۷	۱۵۷
	متوسط ۱۹۹۷-۲۰۰۱	-	۳۶۷۶	۳۰۱۴۱	۱۸۲۳۶	۵۶۶۳	۲۰۴۵۷۷۲۵
	سهم متوسط ۱۹۹۷-۲۰۰۱	-	۰,۰۲	۰,۱۵	۰,۰۹	۰,۰۳	۱۰۰
	رشد ۱۹۹۸-۲۰۰۱	-	۳۹,۷۸	۲۵,۶۰	۱۱,۷۳	۴,۷۸	۶,۱۰
لبنان	رتبه	۵۱	۸	۶	-	۱۷	۱۴۹
	متوسط ۱۹۹۷-۲۰۰۱	۱۸۱۱	۲۷۹۱۴	۲۵۴۴۲	-	۱۰۳۰۸	۷۱۶۷۱۹
	سهم متوسط ۱۹۹۷-۲۰۰۱	۰,۲۵	۲,۸۹۵	۲,۹۴۵	-	۱,۴۳۸	۱۰۰
	رشد ۱۹۹۸-۲۰۰۱	۴۴,۲۰	۵,۴۴۵	-۱,۶۵	-	-۳۲,۶	۸,۴۷

منبع: یافته‌های طرح در دست انجام آبیامدهای بازرگانی برقراری ترتیبات تجاری ترجیحی میان ایران و کشورهای عربی

در حال توسعه واردات از لبنان بوده است. به عبارتی در مقایسه بین این کشورها، لبنان در صادرات در حال جایگزین کردن ایران به جای لیبی است. در ادامه مزیت‌های نسبی و پتانسیل‌های تجاری ایران و این کشور مورد تجزیه و تحلیل قرار می‌گیرد.

### ۲-۲-۲-۱- تجزیه و تحلیل مزیت‌های نسبی

نتایج اندازه‌گیری شاخص مزیت نسبی آشکار شده RCA برای مجموعه اقلام صادراتی ایران طی سال‌های ۱۹۹۷-۲۰۰۱ به همراه میزان رشد متوسط دوره و ضریب ثبات آن در جدول (۲-۲) آورده شده است. جدول فوق که محاسبات مربوط به شاخص RCA را با در نظر گرفتن صادرات نفت و در سطح کد دو رقمی سیستم هماهنگ<sup>(۱)</sup> (HS) منعکس می‌سازد حاکی از وجود مزیت نسبی برای ۷ گروه صادراتی کشور است. مزیت نسبی آشکار شده در خصوص ۵ گروه با رشد منفی و تنها در خصوص دو قلم از رشد مثبت برخوردار بوده است. این ۷ گروه طی سال‌های ۱۹۹۷-۲۰۰۱ در مجموع با لحاظ گروه سوخت‌های معدنی (کد ۲۷/۷، ۹۱/۷ درصد صادرات کشور را بخود اختصاص داده و سایر گروه‌ها تنها ۸/۳ درصد صادرات کل کشور را از آن خود کرده‌اند. با خارج کردن گروه سوخت‌های معدنی کد ۲۷ (که عمدتاً نفت خام را شامل می‌شود) شش گروه باقی‌مانده ۴۳/۷ درصد صادرات غیر نفتی کشور را نصیب خود کرده‌اند. در ادامه به شرح مبسوط مزیت‌های نسبی ایران می‌پردازیم:

ایران در قسمت محصولات معدنی به ترتیب در گروه‌های سوخت‌های معدنی، روغن‌های معدنی و محصولات حاصل از تقطیر آن‌ها (کد ۲۷)، نمک، گوگرد، خاک و سنگ، گچ، آهک، سیمان (کد ۲۵) و سنگ فلز، جوش و خاکستر (کد ۲۶) از بالاترین میزان مزیت نسبی آشکار شده برخوردار بوده است. مزیت نسبی آشکار شده در کد ۲۷ بالاتر از یک و دارای روند نزولی بوده، در حالی که در دو کد دیگر به رغم عدم مزیت نسبی از روند صعودی برخوردار بوده است. مساله کاهش مزیت نسبی آشکار شده کد ۲۷ تا حد زیادی نشأت گرفته از نوسانات قیمت نفت بوده است. البته ایران در خصوص گروه نمک، گوگرد... (کد ۲۵) در سال‌های اخیر به مزیت نسبی آشکار شده دست یافته است.

با نگاهی به اقلام صادراتی به تفکیک کد ۶ رقمی HS (جدول ۲-۲) در گروه سوخت‌های معدنی و روغن‌های معدنی بجز نفت خام (کد ۲۷۰۹)، ایران در اقلامی نظیر زفت (کد ۲۷۰۸/۱۰)، تورب (کد ۲۷۰۳/۰۰)، فتل‌ها (کد ۲۷۰۷/۶۰) و نفت و روغن حاصل از مواد معدنی قیری (غیر خام) که در جای دیگری مذکور یا مشمول نباشد (کد ۲۷۱۰/۰۰) از بالاترین میزان مزیت نسبی آشکار شده بهره‌مند است. در گروه نمک، گوگرد نیز می‌توان به اقلامی نظیر سنگ مرمر و سنگ تراورتن کار نشده یا ناهمواری گرفته شده (کد ۲۵۱۵/۱۱)، قلهو سنگ، ریگ... (کد ۲۵۱۷/۱۰)، گل سفید (کد ۲۵۰۹/۰۰) و پودر میکا (کد ۲۵۲۵/۱۰) اشاره کرد که از بالاترین میزان مزیت نسبی برخوردار بوده است. نتایج این بررسی‌ها نشان می‌دهد که ایران در قسمت محصولات معدنی در حال افزایش تخصص‌گرایی صادراتی است و در آینده سهم این قسمت از کل صادرات (بدون نفت خام) افزایش چشمگیری داشته باشد.

در قسمت مواد نسجی و مصنوعات از این مواد، ایران در گروه‌های فرش و سایر کفپوش‌ها (کد ۵۷)، پارچه‌های تار و پود باف (کد ۵۸)، پشم، موی نرم (کرک) یا... (کد ۵۱)، پنبه (کد ۵۲) و سایر اشیاء نسجی دوخته شده... (کد ۶۳) طی دوره ۱۹۹۷-۲۰۰۱ دارای عملکرد صادراتی بوده است. با این تفاوت که در گروه فرش و سایر کفپوش‌ها از مزیت نسبی برخوردار بوده و در سایر گروه‌ها به رغم نداشتن مزیت نسبی آشکار شده از روند صعودی (بجز پنبه کد ۵۲) این شاخص بهره برده است.

عملکرد نسبی صادرات کشور در خصوص فرش و سایر کفپوش‌ها به عنوان یکی از گروه‌های صادرات سنتی کشور، حاکی از کاهش سهم ایران از بازارهای جهانی است. این میزان مزیت نسبی صادراتی این گروه (RCA=۲۲/۸) حاصل مزیت‌های نسبی طبیعی و یا استثنایی است که ریشه در گذشته دارد. در بازار جهانی فرش با توجه به اینکه مزیت‌های نسبی رقبا به مزیت‌های رقابتی تبدیل شده و از طرف دیگر ایران صرفاً با تکیه بر مزیت‌های نسبی طبیعی و ایستا و عدم توجه به پویا سازی آن در این بازار فعالیت می‌کند، نمی‌توان انتظار داشت که مزیت نسبی صادراتی ایران با افزایش مواجه شود. با عنایت به این موضوع، ادامه وضع موجود در حوزه تولید داخلی فرش و عدم توجه به سلاقی و ویژگی‌های مصرف‌کنندگان در بازارهای جهانی چشم‌انداز مطلوبی را در پیش روی این صنعت قرار نمی‌دهد. در مقابل، با سامان دادن به اوضاع تولید داخلی فرش و توجه به مشتری‌گرایی در عرضه فرش به بازارهای

جهانی می توان صادرات این گروه از محصولات غیر نفتی را رونق بخشید. در قسمت مواد نسجی و مصنوعات از این مواد تا حدود زیادی ایران در حال افزایش تخصص گرایی صادراتی خود است. گرچه بخش مهمی از آن را فرش و سایر کف پوش ها از آن تشکیل می دهد ولی روند عملکرد صادراتی سایر گروه ها نیز حاکی از افزایش چشمگیر سهم صادراتی آن ها در آینده است. در این قسمت نیز بر حسب کد ۶ رقمی HS اقلامی نظیر سایر (کد ۵۶۰۲/۹۰)، سایر (کد ۵۶۰۷/۹۰)، نخ و طناب کائوچویی، پوشاننده بانسوج (کد ۵۶۰۴/۱۰)، لباس از پنبه (کد ۶۲۰۴/۴۲)، پارچه های مخمل و پلوش با پرز پودی قطع نشده (کد ۵۸۰۱/۲۱) از بالاترین مقدار مزیت نسبی آشکار شده بر خوردار بوده اند.

در قسمت محصولات کشاورزی (حیوانات زنده و نباتی)، ایران به ترتیب در میوه های خوراکی، پوست مرکبات (کد ۰۸)، سایر محصولات حیوانی (کد ۰۵)، مواد قابل بافت (کد ۱۴)، قهوه، چای، ماته و ادویه (کد ۰۹)، سبزیجات، نباتات و غده های زیر خاکی خوراکی (کد ۰۷) و انگم ها، زرین ها و سایر... (کد ۱۳) از بالاترین میزان مزیت نسبی آشکار شده بر خوردار بوده است. با نگاهی به روند شاخص مزیت نسبی آشکار شده طی دوره ۱۹۹۷-۲۰۰۱ ملاحظه می شود که ۴ گروه اول این فهرست، ضمن بر خور داری از مزیت نسبی از روند مثبت در شاخص RCA بهره مند هستند (بجز مورد سایر محصولات زنده). در میان گروه های بالا، میوه و میوه های سخت پوست خوراکی، پوست مرکبات یا پوست خربزه یا همانند (کد ۰۸) در سبد کالاهای صادراتی کشور از حیث مزیت نسبی صادراتی سومین رتبه را داراست. نکته قابل توجه در این خصوص روند مثبت آن طی سال های ۱۹۹۷-۲۰۰۱ به رغم رشد منفی دو گروه اول (کدهای ۵۷ و ۲۷) دارای بیشترین مزیت نسبی است. به طوری که سالیانه ۱۳/۳ درصد رشد در مزیت نسبی صادراتی این گروه در مقابل رشد منفی در گروه اول قابل مشاهده است. در این گروه محصولاتی (بر حسب کد ۶ رقمی HS) نظیر فندق که پوست سخت آن کنده شده با کد HS، ۰۸۰۲۲۲ (۱۵۶/۳) = RCA، شاه بلوط و بلوط با کد HS، ۰۸۰۲۴۰ (۱۲۵/۰۷) = RCA، لیمو با کد HS، ۰۸۰۵/۲۰ (۱۷/۶) = RCA و پسته با کد، ۰۸۰۲۵۰ (۱/۰۹) = RCA از جمله مهمترین محصولات دارای روند مثبت مزیت نسبی آشکار شده هستند (جدول ۲-۲). اگر چه تولید و به تبع آن صادرات این گروه از محصولات کشاورزی وابستگی زیادی به حوادث طبیعی (نظیر باران و سرما و...) که اتفاقی بوده و نمی توان به راحتی اقدامات پیشگیرانه ای صورت داد، دارد، اما طی سال های ۱۹۹۷-۲۰۰۱ مزیت نسبی این محصولات از روند مثبتی بر خوردار بوده است. در مجموع در دو گروه ذیل محصولات کشاورزی، روند تولید و صادرات رو به افزایش بوده و حاکی از افزایش تخصص گرایی صادراتی کشور در این گروه است.

در قسمت صنایع غذایی نیز ایران به ترتیب در گروه های فرآورده های غلات، آرد و نشاسته، فکول یا شیر و نان های شیرینی (کد ۱۹)، فرآورده های از سبزیجات (کد ۲۰)، فرآورده های گوشتی، ماهی (کد ۱۶)، قند و شکر و شیرینی (کد ۱۷)، فرآورده های خوراکی گوناگون (کد ۲۱)، و کاکائو و فرآورده های آن (کد ۱۸)، از بالاترین مزیت نسبی آشکار شده بر خوردار است. با این تفاوت که در سه گروه اول مزیت دارد و در سایر موارد عدم مزیت نسبی دارد. روند شاخص مزیت نسبی آشکار شده در خصوص گروه های فوق حاکی از کاهش تخصص گرایی صادراتی ایران در صنایع غذایی است. در حالی که انتظار می رود با وجود بخش کشاورزی فعال در کشور، صنایع تبدیلی از مزیت نسبی بالایی بر خوردار باشند. این در حالی است که نه فقط مزیت چندانی مشاهده نمی شود و آنچه که بصورت بالفعل مشاهده می شود به دلیل عدم توجه

به خلق مزیتها و حتی حفظ آن ها در حال از دست رفتن هستند. در خصوص گروه پوست و چرم (کد ۴۱) نیز همین روند ملاحظه می شود و با وجود مزیت نسبی در سال های اولیه، در سال های پایانی به عدم مزیت تبدیل شده است. در قسمت فلزات معمولی و مصنوعات آن ها به تفکیک کدهای دو رقمی HS، گروه های مس و مصنوعات از مس (کد ۷۴)، چدن یا آهن و فولاد (کد ۷۲)، روی و مصنوعات از روی (کد ۷۹)، مصنوعات از آهن یا فولاد (کد ۷۳) و آلومینیوم و مصنوعات از آن (کد ۷۶) در فهرست اقلام صادراتی ایران ملاحظه می شود. روند شاخص مزیت نسبی آشکار شده طی سال های ۱۹۹۷-۲۰۰۱ حاکی از افزایش تخصص گرایی صادراتی ایران در این گروه محصولات در آینده است. البته هر چند ایران در هیچ کدام از گروه های فوق دارای مزیت نسبی نیست ولی روند شاخص آن مثبت است. عدم تنوع در اقلام دارای مزیت نسبی آشکار شده به وابستگی شدید اقتصاد ایران به صادرات نفت باز می گردد، به طوری که بخش مهمی از صادرات و بیش از ۸۰ درصد از بخش نفت و فرآورده های حاصل از آن است.

بررسی ترکیب اقلام صادراتی دارای مزیت نسبی صادراتی (طی سال های ۱۹۹۷-۲۰۰۱) حاکی از آن است که ایران بیشتر صادر کننده نفت خام، محصولات کشاورزی، مواد اولیه بخش صنعت و یا محصولات صنعتی با ارزش افزوده پایین بوده است. فهرست اقلام صادراتی کشور بر حسب کد ۶ رقمی HS حاکی از آن است که از مجموع ۱۵۶۶ قلم کالای صادراتی ایران طی دوره ۱۹۹۷-۲۰۰۱، ۲۶۷ قلم کالا از مزیت نسبی صادراتی بر خوردار بوده که ۱۵۳ قلم آن دارای رشد مثبت در مزیت نسبی و باقی اقلام دارای رشد منفی بوده اند. از کل ۱۵۶۶ قلم کالای صادراتی عملکرد نسبی صادراتی ۶۸۸ قلم کالا با روندی مطلوب (رشد مثبت) مواجه بوده اند.

## ۲-۳-۲- لبنان

### ۲-۳-۲-۱- تجزیه و تحلیل مزیت های نسبی

جدول (۲-۳) مقادیر شاخص مزیت نسبی آشکار شده اقلام صادراتی لبنان را طی دوره نشان می دهد. بر اساس مندرجات جدول مذکور از ۸۸ گروه صادراتی این کشور بر حسب کد دو رقمی سیستم هماهنگ، لبنان در ۳۶ گروه صادراتی از مزیت نسبی صادراتی بهره مند است.

لبنان در صادرات محصولات کشاورزی با بر خور داری از بالاترین مقدار RCA به ترتیب در زمینه میوه های خوراکی، پوست مرکبات... (کد ۰۸)، سبزیجات، نباتات و غده های زیر خاکی خوراکی (کد ۰۷)، سایر حیوانات زنده (کد ۰۵)، محصولات صنعت آرد سازی... (کد ۱۱)، قهوه، چای، ماته و ادویه (کد ۰۹) و مواد قابل بافت (کد ۱۴) دارای فعالیت صادراتی است. بررسی شاخص RCA طی دوره مورد بررسی، نشان می دهد که میوه های خوراکی و پوست مرکبات... (کد ۰۸)، سبزیجات، نباتات و غده های زیر خاکی خوراکی (کد ۰۷) و محصولات صنعت آرد سازی (کد ۱۱) از مزیت نسبی دارای روند منفی بر خوردار بوده اند و در مقابل در زمینه های سایر محصولات حیوانی، قهوه، چای، ماته و ادویه و مواد قابل بافت (کد ۱۴) ضمن داشتن مزیت نسبی صادراتی، روند رو به رشدی را در شاخص مزبور به نمایش گذارده است. در مجموع اگر چه صادرات لبنان در برخی زمینه های کشاورزی از روند منفی بر خوردار بوده ولی در تمامی این گروه از محصولات صادراتی از تخصص صادراتی بهره مند است. لبنان در گروه های توتون و تنباکو... (کد ۲۴)، فرآورده ها از سبزیجات... (کد ۲۰)، فرآورده های خوراکی گوناگون (کد ۲۱)، قند و شکر و شیرینی (کد ۱۷)، نوشابه ها، آبگونیها (کد ۲۲)، کاکائو و فرآورده های آن (کد ۱۸)، فرآورده های غلات (کد ۱۹) و اخال و تفاله صنایع

خوراک سازی (کد ۲۳) که زیر مجموعه صنایع غذایی هستند، فعالیت صادراتی داشته و بجز در گروه آخال و تفاله صنایع خوراک سازی، در سایر گروه‌ها از مزیت نسبی صادراتی بهره‌مند بوده است. بررسی روند عملکرد صادراتی لبنان در گروه‌های مذکور نشان می‌دهد که این کشور از ۸ گروه صادراتی صنایع غذایی تنها در یک مورد ( فرآورده‌های خوراکی گوناگون) در حال از دست دادن تخصص گرای صادراتی است و در سایر گروه‌ها با روند مثبت در کسب تخصص گرای مواجه بوده است. در مجموع، نتایج عملکرد صادراتی لبنان در این صنایع حاکی از آنستکه این کشور علاوه بر داشتن تخصصی صادراتی، در حال بهبود وضع خود در بازارهای بین‌المللی است.



صادراتی و در خصوص چهار مورد دیگر از عدم مزیت نسبی صادراتی مواجه بوده است. با وجود این لبنان تنها در سایر اشیاء نسجی دوخته (دارای مزیت نسبی صادراتی)، الیاف رشته‌های سنتتیک یا مصنوعی (کد ۵۵) و پارچه‌های تارو پود باف مخصوص از روند رو به رشد عملکرد صادراتی بهره‌مند و در سایر موارد با کاهش روند عملکرد صادراتی مواجه بوده است. در مجموع این کشور در حال از دست دادن تخصص گرای صادراتی در زمینه مواد نسجی است.

در صنایع مصنوعات از سنگ، گچ و سیمان، سرامیک، شیشه و مصنوعات شیشه‌ای نیز لبنان به ترتیب کسب بالاترین مقدار RCA در زمینه محصولات سرامیکی (۶۹)، شیشه و مصنوعات

شیشه‌ای (کد ۷۰)، مصنوعات از سنگ و گچ و سیمان (کد ۶۸) فعالیت صادراتی داشته است. بررسی روند عملکرد صادراتی نشان می‌دهد، لبنان در محصولات سرامیکی و مصنوعات از سنگ، گچ و سیمان از روند منفی و در خصوص شیشه و مصنوعات شیشه‌ای از روند مثبت در شاخص بهره‌مند بوده است. سایر گروه‌های صادراتی لبنان در جدول (۲-۳) آورده شده است که به وضوح روند عملکرد صادراتی آن‌ها نیز قابل مشاهده است.

### ۲-۳-۲- ارقام مهم پتانسیل صادراتی ایران به لبنان

ایران در ارتباط با ۱۱۴۵ قلم کد کالایی HS به لبنان دارای پتانسیل صادراتی است. سطر آخر این جدول نشان می‌دهد که پتانسیل صادراتی ایران برای متوسط دوره ۲۰۰۱-۱۹۹۷ به لبنان ۱۰۳ میلیون دلار بوده است در حالی که صادرات تحقق یافته ایران به لبنان در حدود ۱۷ میلیون دلار بوده است. ده قلم مهم پتانسیل صادراتی ایران به لبنان مواد آلی تانسئوکتیفه، زیره سبز، خمیرهای غذایی حاوی تخم مرغ، سیب زمینی، کائوچوی بوتادین، چربی‌ها و روغن‌های نباتی و اجزا آن‌ها، سایر روغن‌ها، وسایل نقلیه موتوری با حجم سیلندر ۲۴۰۰ سانتیمتر مکعب تا ۳۰۰۰ سانتی متر مکعب و روی به صورت کار نشده است.

در بین مهمترین ارقام پتانسیل صادراتی ایران به لبنان، ایران تنها در مورد لاستیک رویی چرخ برای اتومبیل‌های سواری، سایر اسیدهای چرب مونی، کربوکسیلیک صنعتی، خرما، سنگ مرمر و سنگ تراورتن، توتون و تنباکو خام یا ساخته نشده و وسایل نقلیه موتوری با حجم سیلندر ۲۴۰۰ تا ۳۰۰۰ سانتیمتر مکعب (۸۷۰۳۲۳، ۴۰۱۱۱۰، ۳۸۲۳۹۰، ۰۸۰۴۱۰، ۲۵۱۵۱۲، ۲۴۰۱۲۰) از ظرفیت‌های صادراتی خود به این کشور استفاده کرده است و در مورد سایر کالاها این ظرفیت کاملاً بدون استفاده باقی مانده است.

### ۲-۳-۳- پتانسیل صادراتی لبنان به ایران

لبنان در ارتباط با ۹۰۸ قلم کد کالایی HS به ایران دارای پتانسیل صادراتی است. سطر آخر این جدول نشان می‌دهد که پتانسیل صادراتی لبنان برای متوسط دوره ۲۰۰۱-۱۹۹۷ به ایران ۵۲ میلیون دلار بوده است در حالی که صادرات تحقق یافته لبنان به ایران در حدود ۸۱۵ هزار دلار بوده است. ده قلم

در زمینه صادرات فلزات معمولی و مصنوعات آن‌ها، صادرات سرب و مصنوعات از سرب از حیث شاخص RCA در صدر فهرست قرار دارد. آلومینیم و مصنوعات از آن (کد ۷۶)، مس و مصنوعات از مس (کد ۷۴)، مصنوعات از چدن، آهن (کد ۷۳)، چدن، آهن و فولاد (کد ۷۲) و مصنوعات گوناگون از فلزات (کد ۸۳) نیز از جمله دیگر گروه‌های صادراتی فلزات معمولی و مصنوعات آن توسط این کشور است. لبنان در زمینه آلومینیم و مصنوعات از آن (کد ۷۶) همانند سرب، علاوه بر داشتن مزیت نسبی صادراتی، با کاهش در روند عملکرد صادراتی مواجه بوده است. مس و مصنوعات از مس، ضمن داشتن مزیت نسبی باروند رو به رشد عملکرد صادراتی مواجه بوده است. چدن، آهن و فولاد و مصنوعات گوناگون از این فلزات علی‌رغم نرسیدن به مرز مزیت نسبی از روند رو به رشد در این شاخص بهره‌مند بوده‌اند.

لبنان در زمینه صنایع شیمیایی و صنایع وابسته به آن طی سال‌های ۲۰۰۱-۱۹۹۷ در گروه‌های کودها (کد ۳)، محصولات شیمیایی غیر آلی (کد ۲۸)، صابون‌ها، مواد آلی تانسئوکتیو (کد ۳۴)، روغن اسانسی و رزینوئید (کد ۳۳)، باروت و مواد منفجره و... (کد ۳۶)، محصولات عکاسی و سینما توگرافی (کد ۳۷) و عصاره‌های دباغی یا رنگرزی (کد ۳۲) دارای فعالیت صادراتی بوده که در چهار مورد اول دارای مزیت نسبی و در سه مورد دیگر از عدم مزیت نسبی صادراتی برخوردار بوده است. بررسی روند عملکرد صادراتی این گروه‌ها حاکی از آن است که لبنان در محصولات شیمیایی غیر آلی، صابون‌ها، مواد آلی و تانسئوکتیو، باروت و مواد منفجره و محصولات عکاسی و سینما توگرافی در حال افزایش تخصص گرای صادراتی و در مقابل، در زمینه کودها و عصاره‌های دباغی و رنگرزی در حال کاهش تخصص گرای صادراتی است.

در زمینه مواد نسجی و مصنوعات از این مواد، لبنان طی دوره به ترتیب برخوردار از بالاترین مقدار RCA در گروه‌های سایر اشیاء نسجی دوخته و... (کد ۶۳)، فرش، سایر کفپوش‌ها از مو (کد ۵۷)، لباس و متفرعات لباس (کدهای ۶۲ و ۶۱)، پارچه‌های کشیاف یا قلاب باف (کد ۶۰)، پشم، موی نرم (کرک) ... (کد ۵۱)، الیاف رشته‌های سنتتیک یا مصنوعی (کد ۵۵) و پارچه‌های تار و پود باف مخصوص (کد ۵۸) دارای فعالیت صادراتی بوده است. این کشور از مجموعه فوق در چهار گروه نخست دارای مزیت نسبی

جدول (۲-۲)- میزان شاخص مزیت نسبی صادراتی کشور ایران به تفکیک کدهای کلاسی دورقمی HS

طی سال‌های ۲۰۰۱-۱۹۹۷

کد HS	شرح	۱۹۹۷	۱۹۹۸	۱۹۹۹	۲۰۰۰	۲۰۰۱*	۱۹۹۷-۲۰۰۱	متوسط میزان رشد سالانه	ضریب ثبات
۵۷	فرش و سایر کفپوش‌ها از مواد نسجی	۲۲,۶۸	۳۰,۲۲	۲۵,۷۹	۱۹,۹۰	۱۹,۹۶	۲۲,۷۷	-۲,۱۴	۲۲,۴۸
۲۷	سوخت‌های معدنی، روغن‌های معدنی و	۱۰,۶۷	۱۲,۱۸	۱۲,۳۵	۸,۹۹	۹,۰۰	۱۰,۵۰	-۴,۱۵	۲۸,۷۶
۰۸	میوه‌های خوراکی، پوست مرکبات و...	۲,۴۸	۶,۶۰	۲,۹۷	۲,۲۴	۴,۰۹	۲,۸۴	۱۲,۲۷	۰,۰۲
۰۵	سایر محصولات حیوانی	۲,۴۹	۲,۳۲	۲,۳۲	۱,۷۲	۱,۹۲	۲,۲۴	-۶,۱۷	۴۸,۰۳
۱۴	مواد قابل بافت، سایر محصولات نباتی	۰,۸۸	۲,۰۴	۲,۱۴	۱,۱۴	۱,۵۶	۱,۸۱	۱۵,۳۹	۰,۶۶
۱۹	فرآورده‌های غلات، آرد، نشاسته و	۲,۲۰	۱,۸۲	۱,۲۹	۰,۷۴	۰,۵۲	۱,۲۱	-۳۰,۰۳	۹۸,۳۲
۴۱	پوست (غیر از پوست‌های نرم) و چرم	۱,۴۴	۱,۲۱	۰,۹۴	۰,۸۴	۰,۹۲	۱,۰۴	-۱۰,۵۷	۷۹,۱۴
۰۹	قهوه، چای، مانه و ادویه و...	۰,۳۹	۱,۱۵	۰,۹۸	۰,۹۷	۱,۴۵	۰,۹۱	۲۸,۶۷	۶۲,۳۷
۲۵	نمک، گوگرد خاک و سنگ گچ و	۰,۳۱	۰,۷۶	۰,۸۶	۰,۹۹	۱,۴۷	۰,۸۷	۴۷,۴۹	۹۲,۰۰
۲۰	فرآورده‌ها از سبزیجات، میوه‌ها و	۰,۸۷	۰,۹۵	۰,۸۹	۰,۷۴	۰,۵۷	۰,۷۸	-۹,۸۲	۷۰,۴۵
۰۷	سبزیجات، نباتات و	۰,۶۵	۰,۷۷	۰,۴۳	۰,۳۶	۱,۰۹	۰,۶۴	۱۲,۷۱	۶,۱۷
۱۳	انگم‌ها، رزین‌ها و سایر شیره‌ها و	۰,۴۴	۰,۷۶	۰,۷۰	۰,۶۱	۰,۷۶	۰,۶۲	۱۴,۶۲	۲۲,۲۹
۷۴	مس و مصنوعات از مس	۰,۷۰	۰,۴۲	۰,۸۰	۰,۵۵	۰,۶۷	۰,۶۲	-۱,۰۰	۰,۷۰
۱۶	فرآورده‌های گوشت، ماهی و	۰,۵۹	۱,۰۷	۰,۴۴	۰,۵۷	۰,۶۲	۰,۶۲	۱,۵۶	۷,۸۴
۵۸	پارچه‌های تارو بود بافت مخصوص و	۰,۴۹	۰,۴۰	۰,۴۰	۰,۵۴	۱,۰۷	۰,۵۹	۲۱,۸۰	۵۲,۷۲
۳۴	صابون، مواد آلی تانسوآکتیف و	۰,۵۸	۰,۷۴	۰,۵۰	۰,۴۸	۰,۶۰	۰,۵۶	۰,۹۵	۱۰,۹۶
۷۲	چدن، آهن و فولاد	۰,۳۷	۰,۲۸	۰,۴۹	۰,۴۱	۰,۴۸	۰,۴۲	۶,۲۲	۴۹,۷۷
۶۸	مصنوعات از سنگ، گچ، سیمان و	۰,۲۲	۰,۴۲	۰,۲۳	۰,۳۳	۰,۷۴	۰,۴۱	۲۴,۲۲	۵۵,۶۲
۲۶	سنگ فلز، جوش و خاکستر	۰,۴۴	۰,۱۹	۰,۲۹	۰,۳۰	۰,۶۲	۰,۴۰	۹,۱۷	۲۱,۳۹
۶۹	محصولات سرامیکی	۰,۴۷	۰,۴۹	۰,۲۴	۰,۳۰	۰,۲۸	۰,۲۸	-۵,۵۱	۵۴,۹۴
۹۳	اسلحه و مهمات، اجزاء و قطعات آن‌ها	۰,۰۰	۰,۰۳	۰,۲۲	۱,۲۲	۰,۰۰	۰,۲۶	-	۱۲,۸۰
۱۷	قند و شکر و شیرینی	۰,۵۱	۰,۲۶	۰,۲۸	۰,۲۲	۰,۳۰	۰,۳۴	-۱۲,۶۱	۶۱,۸۵
۶۴	کفش، گتر و اشیاء همانند، اجزا این اشیاء	۰,۲۴	۰,۳۹	۰,۲۴	۰,۲۴	۰,۵۰	۰,۲۴	۱۰,۳۴	۶,۸۸
۴۶	مصنوعات حصیری یا سبب بافی	۰,۲۲	۰,۲۰	۰,۴۰	۰,۳۱	۰,۲۵	۰,۳۱	۱۲,۷۴	۴۸,۳۰
۵۱	پشم، موی نرم (کرک) یا زیر حیوان و	۰,۲۲	۰,۱۵	۰,۲۲	۰,۳۶	۰,۴۴	۰,۳۰	۱۸,۹۲	۸۰,۳۲
۷۹	روی و مصنوعات از روی	۰,۰۱	۰,۰۴	۰,۱۴	۰,۲۶	۰,۸۷	۰,۳۰	۱۸۸,۲۱	۸۲,۱۸
۲۸	محصولات شیمیایی غیرآلی و	۰,۲۷	۰,۲۱	۰,۲۱	۰,۲۱	۰,۲۱	۰,۲۷	-۴,۵۲	۲۶,۲۵

منبع: یافته‌های طرح در دست انجام «پیامدهای بازرگانی برقراری ترتیبات تجاری ترجیحی میان ایران و کشورهای عربی».

ستون ارقام مربوط به سال‌های ستاره‌دار (\*). برآوردی هستند.

جدول (۲-۳) - میزان شاخص مزیت نسبی صادراتی کشور لبنان به تفکیک کدهای کالایی دورقمی HS

طی سال‌های ۱۹۹۷-۲۰۰۱

کد HS	شرح	۱۹۹۷	۱۹۹۸	۱۹۹۹	۲۰۰۰	۲۰۰۱*	۱۹۹۷-۲۰۰۱	میزان رشد	ضریب ثبات
۷۸	سرب و مصنوعات از سرب	۱۱,۰۵	۱۱,۴۵	۱۳,۶۴	۵,۶۵	۱۰,۱۷	۱۰,۴۰	-۲,۰۵	۱۶,۴۸
۳۱	کودها	۱۴,۹۹	۱۶,۸۴	۸,۹۷	۵,۳۱	۴,۹۹	۱۰,۳۵	-۲۴,۰	۸۳,۱۰
۲۴	توتون و تنباکو و بدل توتون و	۷,۳۵	۸,۳۶	۱۰,۱۰	۹,۳۵	۱۲,۷۷	۹,۷۶	۱۴,۸۰	۸۱,۰۱
۴۹	کتاب، روزنامه، تصویر و	۸,۲۲	۷,۸۳	۸,۷۵	۹,۲۰	۷,۳۹	۸,۱۹	-۲,۹۲	۱,۰۰
۰۸	میوه های خوراکی، پوست مرکبات و...	۷,۳۲	۸,۶۶	۶,۸۷	۸,۱۸	۶,۱۴	۷,۳۶	-۴,۳۰	۱۹,۷۸
۷۱	مروارید طبیعی یا پرورده و	۵,۱۷	۵,۰۸	۶,۹۳	۸,۶۵	۹,۳۴	۷,۰۷	۱۵,۹۳	۹۳,۰۷
۲۵	نمک، گوگرد خاک و سنگ گچ و	۱,۷۶	۲,۲۴	۵,۷۶	۱۴,۱۵	۱۱,۷۰	۷,۰۱	۶۰,۵۰	۸۱,۰۱
۶۲	سایر اشیاء نسجی دوخته و مهیا و	۳,۳۳	۳,۶۱	۳,۴۹	۲,۸۳	۱۴,۸۸	۶,۳۸	۴۵,۳۶	۴۶,۳۸
۲۸	محصولات شیمیایی غیر آلی و	۳,۶۶	۳,۴۶	۶,۳۳	۸,۸۷	۶,۶۰	۵,۸۰	۱۵,۸۸	۶۳,۶۱
۲۰	فرآورده ها از سبزیجات، میوه ها و	۴,۹۹	۴,۷۵	۴,۸۹	۶,۶۸	۶,۵۶	۵,۵۸	۷,۰۹	۶۹,۹۲
۰۷	سبزیجات، نباتات و	۵,۶۳	۵,۹۰	۶,۴۳	۵,۸۲	۴,۳۳	۵,۵۶	-۶,۳۵	۲۹,۸۳
۰۵	سایر محصولات حیوانی	۵,۶۷	۵,۴۹	۴,۸۴	۴,۵۸	۶,۷۰	۵,۴۸	۴,۳۵	۴,۸۴
۲۱	فرآورده های خوراکی گوناگون	۷,۳۰	۶,۳۵	۴,۳۳	۳,۹۷	۲,۸۶	۴,۸۴	-۲۰,۹	۹۶,۳۶
۳۴	صابون، مواد آلی تانسئواکتیف و	۰,۸۸	۴,۱۷	۸,۰۰	۵,۰۳	۴,۳۴	۴,۵۴	۴۸,۳۵	۲۳,۳۱
۷۶	آلومینیوم و مصنوعات از آلومینیوم	۵,۳۷	۵,۴۰	۶,۱۳	۳,۶۶	۳,۶۱	۴,۴۸	-۱۶,۱	۶۰,۴۹
۵۷	فرش و سایر کفپوش‌ها از مواد نسجی	۴,۴۲	۳,۷۷	۳,۹۹	۴,۰۰	۴,۰۶	۴,۰۴	-۲,۰۷	۱۰,۸۲
۱۷	قند و شکر و شیرینی	۲,۷۴	۳,۱۸	۳,۸۷	۴,۷۹	۴,۴۴	۳,۷۵	۱۳,۸۰	۸۶,۵۴
۴۱	پوست (غیر از پوست‌های نرم) و چرم	۲,۰۶	۲,۰۱	۲,۳۹	۴,۷۸	۳,۸۱	۳,۲۲	۱۶,۶۱	۷۰,۳۸
۱۵	چربی‌ها و روغن‌های حیوانی یا نباتی و	۲,۵۲	۱,۷۶	۲,۱۸	۴,۰۱	۳,۲۹	۲,۶۸	۶,۹۳	۴۴,۶۴
۶۹	محصولات سرامیکی	۳,۵۷	۲,۴۴	۱,۹۹	۳,۰۶	۲,۴۰	۲,۶۶	-۹,۴۸	۱۹,۳۹
۷۰	شیشه و مصنوعات شیشه‌ای	۲,۱۴	۳,۷۱	۱,۸۸	۲,۱۰	۲,۵۸	۲,۴۹	۴,۶۸	۲,۶۱
۴۸	کاغذ و مقوا، اشیاء ساخته از کاغذ و	۲,۳۱	۲,۲۷	۲,۳۶	۲,۳۳	۲,۲۹	۲,۳۱	-۰,۳۷	۰,۱۳
۳۳	نوشابه‌ها، آبگونه های الکلی و سرکه	۲,۳۰	۲,۳۵	۲,۳۳	۲,۵۳	۲,۱۵	۲,۳۸	-۰,۵۸	۳,۳۷
۶۸	مصنوعات از سنگ، گچ، سیمان و	۲,۴۷	۲,۰۵	۲,۰۷	۲,۸۵	۱,۸۶	۲,۳۳	-۶,۸۶	۲,۸۷
۶۴	کفش، گترو اشیاء همانند، اجزا این اشیاء	۳,۰۲	۳,۰۸	۱,۶۴	۱,۴۳	۱,۹۴	۲,۳۲	-۱۰,۴	۵۹,۹۰
۱۸	کاکائو و فرآورده های آن	۱,۵۵	۲,۳۳	۱,۶۸	۳,۱۳	۲,۳۶	۲,۱۳	۹,۹۰	۳۵,۰۸
۲۳	روغن‌های اسانس و شبه رزین‌ها و	۱,۹۳	۱,۸۰	۲,۰۸	۲,۵۷	۱,۸۹	۲,۰۵	-۰,۵۸	۱۳,۳۹

منبع: یافته‌های طرح در دست انجام «پیامدهای بازرگانی برقراری ترتیبات تجاری ترجیحی میان ایران و کشورهای عربی». ستون ارقام مربوط به سال‌های ستاره‌دار (\*). برآوردی هستند.



جدول (۲-۴) - پتانسیل صادراتی و صادرات تحقق یافته ایران به لبنان

ردیف	کد HS	حداکثر پتانسیل	پتانسیل معمولی (۳۰ درصد ستون قبل)	صادرات تحقق یافته	ظرفیت بلااستفاده	سهم ظرفیت بلااستفاده از کل پتانسیل
۱	۲۴۰۲۱۹	۱۱۱۶۷,۶	۲۳۵۰,۲۸	.	۲۳۵۰,۲۸	۱۰۰
۲	۰۹۰۹۳۰	۱۱۰۶۹,۴	۲۳۲۰,۸۲	.	۲۳۲۰,۸۲	۱۰۰
۳	۱۹۰۲۱۱	۷۵۸۲,۶	۲۳۷۴,۷۸	.	۲۳۷۴,۷۸	۱۰۰
۴	۴۰۰۲۱۹	۶۹۴۰,۴	۲۰۸۲,۱۲	.	۲۰۸۲,۱۲	۱۰۰
۵	۰۷۰۱۹۰	۶۶۰۸,۲	۱۹۸۲,۴۶	.	۱۹۸۲,۴۶	۱۰۰
۶	۴۰۰۲۲۰	۶۰۱۷,۶	۱۸۰۵,۲۸	.	۱۸۰۵,۲۸	۱۰۰
۷	۱۵۱۶۲۰	۵۴۹۰,۶	۱۶۴۷,۱۸	.	۱۶۴۷,۱۸	۱۰۰
۸	۱۵۱۲۱۹	۵۲۶۹	۱۵۸۰,۷	.	۱۵۸۰,۷	۱۰۰
۹	۸۷۰۲۲۲	۵۱۰۰,۴	۱۵۲۰,۱۲	۲۸	۱۴۹۲,۱۲	۹۷,۵
۱۰	۷۹۰۱۱۲	۴۸۲۸,۸	۱۴۴۸,۶۴	.	۱۴۴۸,۶۴	۱۰۰
۱۱	۶۲۰۵۳۱	۴۶۲۶,۴	۱۳۸۷,۹۲	.	۱۳۸۷,۹۲	۱۰۰
۱۲	۴۰۱۱۲۰	۳۸۹۷,۲	۱۱۶۹,۱۶	.	۱۱۶۹,۱۶	۱۰۰
۱۳	۰۷۰۲۱۰	۳۸۱۱,۸	۱۱۴۲,۵۴	.	۱۱۴۲,۵۴	۱۰۰
۱۴	۲۸۰۲۰۰	۳۲۷۲,۲	۱۰۱۱,۶۶	.	۱۰۱۱,۶۶	۱۰۰
۱۵	۰۵۰۴۰۰	۳۲۹۵,۸	۹۸۸,۷۴	.	۹۸۸,۷۴	۱۰۰
۱۶	۶۴۰۲۹۹	۳۲۲۵	۹۷۰,۵	.	۹۷۰,۵	۱۰۰
۱۷	۰۸۰۲۱۲	۳۰۰۸	۹۰۲,۴	.	۹۰۲,۴	۱۰۰
۱۸	۲۵۰۲۱۰	۳۸۸۲,۲	۸۶۴,۶۶	.	۸۶۴,۶۶	۱۰۰
۱۹	۲۱۰۵۰۰	۳۸۸۰,۲	۸۶۴,۰۶	.	۸۶۴,۰۶	۱۰۰
۲۰	۸۶۰۶۱۰	۳۸۲۰,۴	۸۴۹,۱۲	.	۸۴۹,۱۲	۱۰۰
۲۱	۲۴۰۲۹۰	۳۷۹۷,۸	۸۲۹,۳۴	.	۸۲۹,۳۴	۱۰۰
۲۲	۷۰۰۴۹۰	۳۷۱۴	۸۱۴,۲	.	۸۱۴,۲	۱۰۰
۲۳	۴۰۱۱۱۰	۳۷۲۰,۴	۸۱۶,۱۲	۲۴,۸	۷۸۱,۲۲	۹۵,۷
۲۴	۶۴۰۴۱۱	۳۶۵۴,۲	۷۹۶,۲۶	.	۷۹۶,۲۶	۱۰۰
۲۵	۱۹۰۲۱۹	۳۵۶۵,۶	۷۶۹,۶۸	.	۷۶۹,۶۸	۱۰۰
۲۶	۹۴۰۵۱۰	۳۳۷۲,۴	۷۱۲,۰۲	.	۷۱۲,۰۲	۱۰۰
۲۷	۰۴۰۷۰۰	۳۲۴۸,۶	۷۰۴,۵۸	.	۷۰۴,۵۸	۱۰۰
۲۸	۰۴۰۹۰۰	۳۰۹۴	۶۲۸,۲	.	۶۲۸,۲	۱۰۰
۲۹	۰۹۰۹۳۰	۳۰۸۵,۸	۶۲۵,۷۴	.	۶۲۵,۷۴	۱۰۰
۳۰	۳۸۲۲۹۰	۳۲۳۷,۶	۷۰۱,۲۸	۳۳۵,۶	۳۶۵,۶۸	۵۲,۱
۳۱	۶۹۰۸۱۰	۱۹۸۹,۲	۵۹۶,۷۶	.	۵۹۶,۷۶	۱۰۰
۳۲	۷۳۲۵۹۹	۱۸۸۹,۶	۵۶۶,۸۸	.	۵۶۶,۸۸	۱۰۰
۳۳	۶۱۰۴۲۲	۱۸۸۷	۵۶۶,۱	.	۵۶۶,۱	۱۰۰
۳۴	۲۰۰۹۷۰	۱۸۶۲,۴	۵۵۸,۷۲	.	۵۵۸,۷۲	۱۰۰
۳۵	۱۲۰۹۹۹	۱۷۷۸,۲	۵۳۲,۴۶	.	۵۳۲,۴۶	۱۰۰
۳۶	۶۲۰۲۱۹	۱۷۵۵	۵۲۶,۵	.	۵۲۶,۵	۱۰۰
۳۷	۰۸۰۴۱۰	۱۹۰۵,۴	۵۷۱,۶۲	۱۵۳	۴۱۸,۶۲	۷۲,۲
۳۸	۲۵۰۷۰۰	۱۷۴۴,۴	۵۲۲,۳۲	.	۵۲۲,۳۲	۱۰۰
۳۹	۱۸۰۶۹۰	۱۷۳۱,۴	۵۱۹,۴۲	.	۵۱۹,۴۲	۱۰۰
۴۰	۵۴۰۷۱۰	۱۷۱۱,۸	۵۱۲,۵۴	.	۵۱۲,۵۴	۱۰۰
۴۱	۲۵۱۵۱۲	۱۷۰۲,۲	۵۱۰,۹۶	۱۶	۴۹۴,۹۶	۹۶,۸
	سایر کالاها	۱۸۰۸۸۷,۶	۵۴۲۶۶,۲۸	۱۶۳۸۲,۲		
	مجموع	۳۴۳۵۶۶,۶	۱۰۳۰۷۰	۱۷۰۴۰,۶		

ماخذ: همان

جدول (۲-۵) - پتانسیل صادراتی و صادرات تحقق یافته لبنان به ایران

ردیف	کد HS	حداکثر پتانسیل	پتانسیل معمولی (۳۰ درصد ستون قبل)	صادرات تحقق یافته	ظرفیت بلااستفاده	سهم ظرفیت بلااستفاده از کل پتانسیل
۲	۲۸۴۰۲۰	۴۶۸۹,۲	۱۴۰۶,۷۶	.	۱۴۰۶,۷۶	۱۰۰
۳	۸۴۱۵۸۱	۴۵۲۶,۴	۱۲۵۷,۹۲	.	۱۲۵۷,۹۲	۱۰۰
۴	۴۹۰۱۱۰	۴۵۱۹,۶	۱۲۵۵,۸۸	.	۱۲۵۵,۸۸	۱۰۰
۵	۴۸۰۳۰۰	۴۲۶۲,۸	۱۲۷۸,۸۴	.	۱۲۷۸,۸۴	۱۰۰
۶	۳۴۰۳۹۹	۳۷۶۰	۱۱۲۸	.	۱۱۲۸	۱۰۰
۷	۲۱۰۶۹۰	۳۷۴۱,۴	۱۱۲۲,۴۲	.	۱۱۲۲,۴۲	۱۰۰
۸	۷۱۰۸۱۲	۳۳۹۵,۶	۷۱۸,۶۸	.	۷۱۸,۶۸	۱۰۰
۹	۸۴۰۶۱۹	۳۲۹۷,۴	۶۸۹,۲۲	.	۶۸۹,۲۲	۱۰۰
۱۰	۸۴۷۹۱۰	۳۱۱۸,۸	۶۳۵,۶۴	.	۶۳۵,۶۴	۱۰۰
۱۱	۴۹۰۷۰۰	۳۰۰۴,۸	۶۰۱,۴۴	.	۶۰۱,۴۴	۱۰۰
۱۲	۷۲۰۳۴۹	۱۹۰۲,۲	۵۷۰,۶۶	.	۵۷۰,۶۶	۱۰۰
۱۳	۴۰۰۱۱۰	۱۸۳۰,۸	۵۴۹,۲۴	.	۵۴۹,۲۴	۱۰۰
۱۴	۸۴۳۴۳۰	۱۶۶۸,۸	۵۰۰,۶۴	.	۵۰۰,۶۴	۱۰۰
۱۵	۴۸۰۴۱۱	۱۵۱۰,۸	۴۵۲,۲۴	.	۴۵۲,۲۴	۱۰۰
۱۶	۳۳۰۴۰۰	۱۴۲۶,۲	۴۲۷,۸۶	.	۴۲۷,۸۶	۱۰۰
۱۷	۷۲۰۹۴۲	۱۴۲۴,۶	۴۲۷,۲۸	.	۴۲۷,۲۸	۱۰۰
۱۸	۸۴۶۴۹۰	۱۳۹۲,۲	۴۱۷,۶۶	.	۴۱۷,۶۶	۱۰۰
۱۹	۸۴۱۳۴۰	۱۳۶۹,۶	۴۱۰,۸۸	.	۴۱۰,۸۸	۱۰۰
۲۰	۸۴۴۳۱۱	۱۳۱۱,۲	۳۹۳,۲۶	.	۳۹۳,۲۶	۱۰۰
۲۱	۸۵۱۱۸۰	۱۳۰۹,۶	۳۹۲,۸۸	.	۳۹۲,۸۸	۱۰۰
۲۲	۸۸۰۳۹۰	۱۱۸۵	۳۵۵,۵	.	۳۵۵,۵	۱۰۰
۲۳	۴۰۰۳۱۹	۱۱۷۳,۴	۳۵۲,۰۲	.	۳۵۲,۰۲	۱۰۰
۲۴	۸۴۱۱۲۲	۱۱۷۱	۳۵۱,۲	.	۳۵۱,۲	۱۰۰
۲۵	۳۸۲۳۴۰	۱۱۴۳,۲	۳۴۲,۹۶	.	۳۴۲,۹۶	۱۰۰
۲۶	۸۴۷۹۲۰	۱۱۳۷	۳۴۱,۱	.	۳۴۱,۱	۱۰۰
۲۷	۷۲۰۹۲۱	۱۰۹۷,۴	۳۲۹,۲۲	.	۳۲۹,۲۲	۱۰۰
۲۸	۷۲۰۳۹۹	۹۹۳	۲۹۷,۹	.	۲۹۷,۹	۱۰۰
۲۹	۸۴۸۰۶۰	۹۸۸,۲	۲۹۶,۴۶	.	۲۹۶,۴۶	۱۰۰
۳۰	۸۴۳۴۸۹	۹۸۶,۶	۲۹۵,۹۸	.	۲۹۵,۹۸	۱۰۰
۳۱	۸۴۷۹۳۰	۹۸۰,۸	۲۹۴,۲۴	.	۲۹۴,۲۴	۱۰۰
۳۲	۷۲۱۲۵۰	۹۷۴,۴	۲۹۲,۲۲	.	۲۹۲,۲۲	۱۰۰
۳۳	۸۴۷۷۸۰	۹۶۸,۴	۲۹۰,۵۲	.	۲۹۰,۵۲	۱۰۰
۳۴	۸۴۳۴۹۰	۹۴۶,۸	۲۸۴,۰۴	.	۲۸۴,۰۴	۱۰۰
۳۵	۵۹۱۰۰۰	۹۱۸,۴	۲۷۵,۵۲	.	۲۷۵,۵۲	۱۰۰
۳۶	۷۲۰۳۱۹	۸۹۷	۲۶۹,۱	.	۲۶۹,۱	۱۰۰
۳۷	۸۴۶۷۱۹	۸۷۸,۲	۲۶۳,۴۶	.	۲۶۳,۴۶	۱۰۰
۳۸	۷۰۱۰۱۰	۸۴۹,۲	۲۵۴,۷۶	.	۲۵۴,۷۶	۱۰۰
۳۹	۳۹۰۸۹۰	۸۱۸,۶	۲۴۵,۵۸	.	۲۴۵,۵۸	۱۰۰
۴۰	۸۴۸۲۱۰	۸۱۰,۴	۲۴۳,۱۲	.	۲۴۳,۱۲	۱۰۰
	سایر کالاها	۸۱۴۱۰,۲	۳۴۴۳۳,۰۶	۱۴۱		
	مجموع	۱۷۳۵۸۸	۵۲۰۷۶,۴	۸۱۵,۴		

مهم پتانسیل صادراتی لبنان به ایران کتاب، بروشور، جزوه چاپ شده به صورت اوراق مجزا و غیر مجزا؛ پراکسوبات ها؛ تلمبه های قابل برگشت حرارت؛ سایر دستمال های کاغذی؛ سایر فرآورده های روان کننده؛ طلا به اشکال خام؛ سایر توربین ها و ماشین آلات؛ دستگاه ها برای کارهای عمومی و ساختمانی است. در بین مهمترین اقلام پتانسیل صادراتی لبنان به ایران، لبنان تنها در خصوص کتاب، بروشور، جزوه چاپ شده (۱۹۹۰-۱۹۹۹) تاحدودی از ظرفیت صادراتی خود استفاده کرده است و در مورد سایر کدهای کالایی این ظرفیت بدون استفاده مانده است.

### ۳- چارچوب سیاست تجاری لبنان

این بخش به بررسی چارچوب سیاست تجاری کشور لبنان می پردازد. در عین حال وضع عضویت این کشور در موافقتنامه های تجاری منطقه ای و بین المللی بیان می کند.

اقتصاد لبنان را باید یک اقتصاد باز دانست؛ چرا که دارای سیاست باز سرمایه گذاری، جابجایی بدون محدودیت سرمایه و قابلیت تبدیل کامل میزان ارز است و همچنین در تعامل و ارتباط مستقیم و تنگاتنگ با کلیه فعالیت های اقتصادی جهان قرار دارد. این کشور یکی از ۲۳ کشور پایه گذار موافقت نامه عمومی تعرفه و تجارت (گات) بوده است. طی چند سال اخیر نیز سیاست های تجاری این کشور به سمت آزادسازی هرچه بیشتر رژیم تجاری حرکت کرده و بدنبال ادغام هر چه بیشتر در اقتصاد جهان است. این کشور در سال ۲۰۰۰ قانون حق اختراع و در سال ۱۹۹۹ قانون کپی رایت تصویب کرد و از سال ۱۹۹۹ بر نامه های بزرگ تعرفه ای در بخش کشاورزی را تدوین کرده بگونه ای که محدودیت های وارداتی بر بسیاری از محصولات غذایی را حذف کرده و در سال ۲۰۰۰ نیز عوارض وارداتی را کاهش داده است.

لبنان در سال ۱۹۹۹ درخواست الحاق خود به سازمان جهانی تجارت را تسلیم کرد که در همان سال گروه کاری الحاق تشکیل شد. این کشور یک چارچوب زمان بندی اجرایی برای اصلاح قوانین، مقررات و سیاست های تجاری کشور به منظور مطابقت مقررات خود با قوانین، مقررات و موافقت نامه های سازمان جهانی تجارت تصویب کرده است تا بتواند مسیر الحاق خود به این سازمان را هموارتر سازد.

خطوط تعرفه ای این کشور در سال ۲۰۰۲ حدود ۵۸۲۲ خط تعرفه بوده است. میانگین ساده تعرفه ها این کشور ۵/۵ درصد است. ۴۰ درصد تعرفه های لبنان صفر است. ۴۴ درصد خطوط تعرفه ای این کشور ۵ درصد است. حداکثر میزان تعرفه ها این کشور ۷۵ درصد است. براساس آمار واردات سال ۱۹۹۹، میانگین وزنی حقوق گمرکی این کشور ۸ درصد بوده است. نظام تعرفه ای این کشور سیستم سهمیه تعرفه ای ندارد.

لبنان عضو هیچ اتحادیه گمرکی نیست. این کشور با چهار کشور کویت، مصر، سوریه و امارات متحده عربی موافقت نامه تجارت آزاد دارد با سه کشور اردن، بحرین و عربستان سعودی نیز مذاکراتی را آغاز کرده است. این کشور همچنین عضو اتحادیه عرب است و در طرح ایجاد منطقه تجارت آزاد بزرگتر عرب شرکت می کند. لبنان در سال ۲۰۰۳ با اتحادیه اروپا موافقت نامه تجارت آزاد امضاء کرده است.

### ۴- نتیجه گیری و ارائه پیشنهادها

باتوجه به مطالب مطروحه مشخص است که این فرض که علاوه بر متغیرهای اقتصادی، عوامل سیاسی در زمینه تعیین سطح روابط تجاری موثر است، پذیرفته شده است. این کشورها (ایران، لبنان) به لحاظ قرار گرفتن در

منطقه پرتحول خاورمیانه از شرایط خاصی برخوردارند که در مجموع به نبود امنیت و ثبات در آن ها ختم شده است.

با فرض بهبود در شرایط سیاسی منطقه و روابط سیاسی دوجانبه ایران با این کشور فهرست های اولیه ای ارائه شده که می توانند مبنای عمل خوبی برای آن دسته از تصمیم گیران اقتصادی قرار گیرند که می خواهند در مذاکرات دوجانبه بر توسعه روابط تجاری اقلام مزیت دار تکیه نمایند.

به طور خلاصه فهرست اقلام اولویت داری که می توانند مورد توجه قرار گیرند عبارتند از:

پتانسیل صادراتی ایران به لبنان: مواد آلی تانسینوکتیفه زیره سبز، خمیرهای غذایی حاوی تخم مرغ، سیب زمینی، کائوچوی بوتادین، چربی ها و روغن های نباتی و اجزا آن ها، سایر روغن ها، وسایل نقلیه موتوری با حجم سیلندر ۲۴۰۰ سانتی متر مکعب تا ۳۰۰۰ سانتی متر مکعب و روی به صورت کار نشده.

پتانسیل صادراتی لبنان به ایران: کتاب، بروشور، جزوه چاپ شده؛ پراکسوبات ها؛ تلمبه های قابل برگشت حرارت؛ سایر دستمال های کاغذی؛ سایر فرآورده های روان کننده؛ طلا به اشکال خام؛ سایر توربین ها و ماشین آلات؛ دستگاه ها برای کارهای عمومی و ساختمانی.

همانطور که مشهود است یکی از عوامل مهم تاثیر گذار در توسعه روابط، چارچوب سیاست تجاری کشورهای مقابل است. بررسی ها نشان می دهد کشور لبنان در راستای جهانی شدن اقدامات اصلاحی را با سرعت های متفاوت آغاز کرده اند. ایران نیز هر چند دست به اصلاحاتی زده اما توسعه روابط آن با سایرین نیازمند اصلاحات بیشتری است.

در مجموع پیشنهاد می شود:

۱- با توجه به درجه بالای خطرپذیری سیاسی و اقتصادی دو کشور، دولت های این کشورها در صورت تمایل به تشویق تجار خود به افزایش روابط تجاری فیما بین، اقدامات تضمینی و حمایتی مناسبی را تدارک ببینند.

۲- تیمی از کارشناسان دست اندر کار در گروه های کالایی مورد اشاره از میان تولیدکنندگان، صادرکنندگان و تصمیم گیران اقتصادی جهت بررسی نحوه توسعه زمینه های همکاری تشکیل شود تا اطلاعات پایه ای و کاربردی قویتری برای انجام مذاکرات و کسب امتیازات تجاری فراهم گردد.

۳- طرفین علاوه بر بحث بر دریافت امتیازاتی در زمینه توسعه تجارت کالاهای دارای پتانسیل بالقوه، می بایست آمادگی لازم جهت بررسی موانع تجاری (تعرفه ای و غیرتعرفه ای) و اقدام در راستای حذف یا کاهش آن ها را بدست آورند.

### منابع:

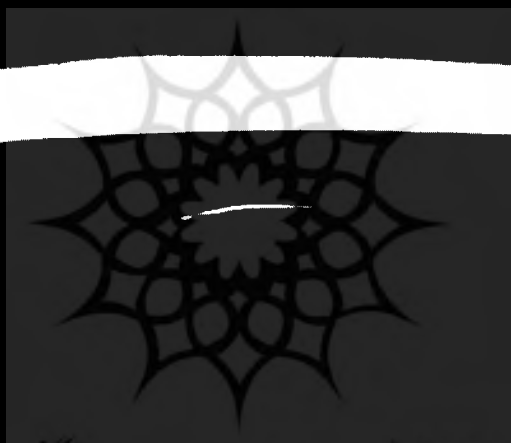
۱- محمدرضا عابدین مقانکی و همکاران، پیامدهای بازرگانی بر فراری تریبیت تجاری ترکیبی میان ایران و کشورهای عربی، موسسه مطالعات و پژوهش های بازرگانی، ۱۳۸۴.

2. International Country Risk Guide (PRS), Volum XXIV, Number 9, September 2003.

3. International Trade Center, Statistical Software PC/TAS, 2002.

4. Middle East And North Africa Regional Outlook, Sep. 2003.

5. WEO, August 2003, and Staff Estimates.



اصلاح رسالت

