

ارزیابی و برآورد ظرفیت‌های صادرات کالایی ایران به مصر

میرعبدا... حسینی

عضو هیئت علمی مؤسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی

m.hossaini@itsr.ir

میرقادر حسینی

کارشناس اقتصاد و تحلیل‌گر مسائل اقتصادی

چکیده

مصر به دلایل زیادی از جمله دارا بودن وسعت و جمعیت مسلمان بالا، منابع طبیعی غنی، کارخانه‌های صنعتی بزرگ، درآمد ارزی فراوان از صنعت گردشگری، امکانات تجاری گسترده، موقعیت جغرافیایی - استراتژیک برتر در آفریقا و نزدیکی جغرافیایی به ایران در مقایسه با سایر کشورهای قاره آفریقا، جایگاه ممتازی در تجارت با ایران داراست. مجموعه این امکانات و توانمندی‌ها زمینه همکاری اقتصادی و گسترش روابط تجاری این کشور را با ایران می‌تواند فراهم کند ولیکن شکاف عمیقی میان ظرفیت‌های تجاری بالقوه و تحقق‌یافته ایران با مصر وجود دارد که مقاله حاضر در صدد ارزیابی این پدیده است. مقاله حاضر با هدف ارزیابی ظرفیت‌های صادرات کالایی ایران به مصر با استفاده از شاخص‌های برآورد پتانسیل تجاری، مزیت نسبی و شاخص کسینوس طی 2001-2005م نوشته شده و به این نتایج دست یافته است: براساس نتایج، مصر با شاخص کسینوس 0/708 و 0/653 در واردات و صادرات از / به ایران بالاترین درجه اکمال تجاری در میان کشورهای قاره آفریقا با ایران دارد. همین‌طور، طی دوره مذکور، متوسط ارزش سالانه پتانسیل معمولی صادراتی ایران 2141/90 میلیون دلار بوده که تنها 11/02 میلیون دلار در سال تحقق یافته است. در واقع، متوسط ارزش سالانه پتانسیل معمولی صادراتی تحقق‌نیافته ایران به مصر 2130/88 میلیون دلار بوده است. همچنین درصد استفاده‌شده از پتانسیل معمولی صادراتی ایران به مصر 0/51 درصد بوده که از پتانسیل معمولی صادراتی ایران به این کشور استفاده‌ی نازلی شده است. در میان کالاهای دارای پتانسیل صادراتی بالای ایران به مصر، اقلام کالاهای صادراتی غیرنفتی ایران که ارزش افزوده بالا، وزن حجمی پایین و ترجیحاً مصرفی نهایی هستند، در اولویت اول صادراتی ایران به مصر قرار دارند.

واژه‌های کلیدی: پتانسیل تجاری، ظرفیت صادرات کالایی، شاخص کسینوس، مزیت نسبی

صادراتی، ایران، مصر.

1. طرح مسئله

مصر در شمال و شمال شرقی قاره آفریقا قرار دارد، مساحت آن یک میلیون کیلومتر مربع است، رتبه 28 را در جهان داراست و یکی از پرجمعیت‌ترین کشورهای آفریقایی است. 90 درصد جمعیت مصر را مسلمانان تشکیل می‌دهند که اغلب سنی مذهب‌اند. همچنین اقلیتی از مسیحیان قبطی (8 درصد) و مسیحیان غیرقبطی (1 درصد) و 1 درصد بقیه نیز از سایر ادیان در این کشور زندگی می‌کنند؛ از جمله جمعیت کمی از یهودیان که از گذشته‌های دور در این کشور ساکن‌اند.

اقتصاد مصر به رود نیل وابستگی شدیدی دارد؛ زیرا میزان بارش سالانه از 20 سانتی‌متر در شمال تا 0/5 سانتی‌متر در صحراها در نوسان است. به‌همین دلیل، فعالیت‌های کشاورزی، به دلتای نیل منحصر شده و در آن غله، میوه، برنج، نیشکر و سبزیجات به‌عمل می‌آید. کتان و شبدر دو محصول اصلی صادراتی است. پرورش گاو، گوسفند، بز و شتر نیز در این کشور رایج است. معادن مهم مصر شامل فسفات، سنگ آهن، منگنز و کروم، و صنایع مهم آن سیمان، فولاد، صنایع چوب و مواد غذایی است. صنعت گردشگری، دریافت عوارض از کشتی‌های عبوری از کانال سوئز، بورس، رشد صنایع مخابرات، مواد غذایی، نوشیدنی‌ها و نیز صنایع نوپای مونتاژ از دیگر منابع درآمد مصر به‌شمار می‌آید. با این حال، روند رشد اصلاحات اقتصادی این کشور کند است، به‌گونه‌ای که از نظر جذب سرمایه‌گذاری خارجی در میان 175 کشور رتبه 165 و از نظر اجرای سیاست‌های شفاف‌سازی رتبه 77 را داراست. بانک الاهلی مصر چهارمین بانک جهان عرب در سال 2005م و با سرمایه ثابت 26 میلیارد دلار بوده است و چندین بانک دیگر مصری نیز در این زمینه رتبه‌های خوبی دارد.

با هدف توسعه صادرات غیرنفتی، بازاریابی و نفوذ به بازارهای دور و نزدیک از مهم‌ترین مراحل به‌شمار می‌رود. شناخت بازار کشورها نیز مستلزم پژوهش گسترده‌ای درباره ابعاد و عناصر آن است. نظر به ناشناخته ماندن کشور مصر برای فعالان اقتصادی و بازرگانی ایران و با توجه به اینکه ایجاد هرگونه روابط، به‌ویژه مناسبات و همکاری‌های اقتصادی و تجاری مستلزم داشتن اطلاعات اولیه از این کشور است.

این مقاله با هدف ارزیابی ظرفیت‌های صادرات کالایی ایران به مصر با استفاده از شاخص‌های برآورد پتانسیل تجاری، مزیت نسبی و شاخص کسینوس طی دوره زمانی 2001-2005م نوشته شده است. در واقع، این پژوهش تلاش دارد به بخشی از سوالات مربوط به تجارت با مصر پاسخ دهد؛ از جمله درجه اکمال تجاری مصر با ایران

چه میزان است؟ ظرفیت صادراتی ایران به این کشور چه میزان است و چقدر از آن تحقق یافته است؟ ایران در صادرات چه کالاهایی به مصر ظرفیت صادراتی دارد؟ مقاله در ده قسمت نوشته شده است: طرح مسئله، روش مطالعه، مطالعه اقتصاد و تجارت مصر، بررسی سیاست‌ها و برنامه‌های ایران در توسعه تجارت با مصر و ارزیابی عملکرد آن، نقش بازیگران اصلی در عرصه اقتصاد و تجارت مصر، برآورد اکتال تجاری ایران و مصر، مطالعه الگوی صادراتی و تحلیل مزیت‌های نسبی مصر، مطالعه تطبیقی پتانسیل صادراتی ایران به مصر در مقایسه با سایر کشورها، پتانسیل صادراتی کالایی ایران به مصر و جمع‌بندی.

مجموعه داده‌های آماری برای محاسبه شاخص‌ها در این مقاله از لوح فشرده-PC TAS متعلق به مرکز تجارت بین‌المللی، UNCTAD، UNDP، IMF و WB برای دوره زمانی 2001-2005م به‌دست آمده است.

2. روش مطالعه

در هر نوع همکاری تجاری دوجانبه بین کشورها، الزامی به داشتن افق ترتیبات اقتصادی منطقه‌ای نیست و تصور اینکه ایران با کشورهای آفریقا ترتیبات تجاری منطقه‌ای تشکیل دهد، وجود ندارد؛ اما همین اندازه که همکاری تجاری ایران و کشورهای یادشده همکاری برد- برد باشد، مستلزم ارائه دلایل و طرح مباحث نظری است. با این ملاحظات، عوامل و پیش‌زمینه‌های اصلی همگرایی منطقه‌ای عبارت است از: جغرافیا، اندازه اقتصاد، عزم و اراده سیاسی و مشترکات فرهنگی. از میان انگیزه‌های غیراقتصادی همگرایی منطقه‌ای نیز می‌توان به ثبات و امنیت منطقه‌ای، انگیزه تثبیت اصلاحات و افزایش قدرت چانه‌زنی اشاره کرد.

پتانسیل تجاری، میزان تجارتی است که کشورها به‌طور بالقوه می‌توانند با توجه به عوامل تعیین‌کننده جریان تجارت با یکدیگر داشته باشند. برای تعیین پتانسیل تجاری بین کشورها روش‌های بسیاری وجود دارد. بیشتر این روش‌ها در مواردی مناسب است که کشورهای موردنظر در ابتدا هیچ‌گونه سیاست تجاری هماهنگی در پیش نگرفته و روابط تجاری کم‌رنگی داشته باشند. مجموعه روش‌های برآورد پتانسیل تجاری را می‌توان در سه گروه دسته‌بندی کرد: 1. روش برآورد ساده پتانسیل تجاری؛ 2. روش

برآورد پتانسیل تجاری با استفاده از آزمون مشابهت از جمله شاخص کسینوس¹؛³ روش برآورد پتانسیل تجاری با استفاده از مدل جاذبه. اولین گام در تعیین میزان اثربخشی موافقت‌نامه تجاری، بازنمایی پتانسیل تجاری میان کشورهاست. در پژوهش‌های تجربی، شاخص‌ها و روش‌های استفاده‌شده که دراصل امکان تجارت بالقوه را نشان می‌دهند، در مطالعات تجربی لاین‌من، فینگر-کرینین، درایسدل، والراس² و... مشاهده می‌شوند. اساس این بررسی‌ها، استفاده از شاخص‌های ساده ریاضی است که بر طبقه‌بندی کالایی برحسب ارزش صادرات و واردات جفت کشورها متکی است؛ حال اینکه برخی از تکنیک‌های اقتصادسنجی، مانند مدل جاذبه به برآورد میزان تجارت بالقوه پرداخته است. در این باره می‌توان به مطالعات آیتکن، فرانکل، استین و جین‌وی، پولاک، جاکانب، کوواسس و اوسلی، و کریستی³ اشاره کرد. هر دو دسته این روش‌ها می‌تواند جوابگوی پرسش‌های اصلی این تحقیق باشد.

الف) معیار کسینوس

درجه اکمال تجاری از مقایسه درجه همخوانی بردار صادرات یک کشور با بردار واردات شریک تجاری به دست می‌آید. در واقع، اکمال تجاری روشن می‌کند که تا چه اندازه تخصص‌گرایی یک کشور در صادرات، تقاضای وارداتی کشور شریک تجاری را تکمیل می‌کند. با تعیین زاویه دو بردار در فضای کالای n بعدی، می‌توان این دو بردار را با هم مقایسه کرد. زاویه کوچک نشان می‌دهد ترکیب کالایی صادرات کشور i (برای تمام مقاصد یا جهان) به ترکیب کالایی واردات کشور j (از تمام مبادی یا جهان) شبیه است و زاویه بزرگ نیز نشان می‌دهد ساختار صادرات کشور i و ساختار واردات کشور j ناهمسان است و قابلیت انطباق ندارد. بزرگی زاویه بین دو بردار کالا به‌طور رایج برحسب کسینوس اندازه‌گیری می‌شود (Lineman, 1988: 445). با توجه به این فرمول، اگر ترکیب کالایی صادرات کشور i با واردات کشور j یکسان باشد، درجه تکمیل کامل را می‌نمایاند؛ یعنی الگوی کالایی دو کشور صادرکننده و واردکننده دقیقاً به هم شبیه است. اگر برای تمام k ها، E_{jk} یا M_{jk} یا هر دو صفر باشد، بردارهای e_i و m_j بر هم

¹. Cosine Index

². Linnemann (1996), Finger and Kreinin (1988), Drysdale (1967) Vollrath and Gohnston (2001)

³. Aitken (1973), Geffry, Frankel, Ernesto, Stein and Shand, Jinvei (1997), Polak, J (1995), Jakanb, z, m, kovaces, M.A and oszlay Ac (2001), Christie, E (2001)

عمودند ($\cos_{ij} = 0$) و درجه تکمیل تجاری وجود ندارد. بنابراین، کسینوس بین دو بردار بین دو ارزش بحرانی صفر و یک قرار می‌گیرد [1].

ب) شاخص مزیت نسبی آشکار شده به عنوان معیار انتخابی تشابه صادراتی چهل سال پیش، بالاسا¹ (1965) مقاله‌ای با استفاده از محاسبه مزیت نسبی آشکار شده² نوشت. از آن موقع به بعد، این معیار در پژوهش‌های مختلفی از جمله بانک جهانی³ (1994)، سازمان توسعه صنعتی ملل متحد⁴ (1986) و انتشارات کاربردی از جمله آکینو⁵ (1981)، کرفت و توماس⁶ (1986) به کار گرفته شد و هم‌اکنون معیار تخصصی تجارت بین‌الملل به شمار می‌آید⁷. البته به کارگیری هر شاخص مزیت نسبی تحت تأثیر محدودیت‌ها و امکانات پیش آمده در فرایند تحقیق است. مزیت نسبی آشکار شده اقلام کالاهای صادراتی کشور Z که بالاسا ارائه کرده، ارزش بیشتر از یک نشان‌دهنده مزیت نسبی صادراتی کشور Z در مورد صادرات کالای Z می‌باشد. اکنون اگر مزیت نسبی تمامی کالاهای دو یا چند کشوری که قرار است امکان تجارت بین آن‌ها بررسی شود، محاسبه گردد، آن‌گاه هرچه تعداد کالاهای مشابه - که هر دو کشور در آن دارای مزیت نسبی بیشتر از یک باشند - کمتر باشد، امکان تجارت بین آن دو افزایش می‌یابد [2].

ج) برآورد ساده پتانسیل تجاری⁸

روش برآورد ساده پتانسیل صادرات کشور A به کشور B به این ترتیب است که واردات اقلام یا گروه‌های کالایی کشور B را به تفکیک طبقه‌بندی کالایی که میزان آن بیش از رقمی مفروض باشد در نظر می‌گیرند و در مقابل، کل صادرات کشور A را از همان کالاها به کشورهای جهان در نظر می‌گیرند. به این ترتیب، دو ستون در مقابل هر ردیف کالایی به وجود می‌آید که یکی به واردات کشور B از آن کالاها از جهان، و دیگری صادرات کشور A از آن کالاها به جهان مربوط است. در مقابل دو ستون (یکی ستون کل واردات کشور B از هر شماره تعرفه و دیگری کل صادرات کشور A از هر شماره

¹. Belassa

². RCA:RCA

³. World Bank

⁴. UNIDO

⁵. Aquino

⁶. Crafts and Thomas (1986)

⁷. ITC UNCTAD/WTO (1995)

⁸. Arnon, Sprick & Weinblatt (1996)

تعرفه)، ستون سومی تشکیل می‌شود که حداقلی ردیف‌های دو ستون قبلی خواهد بود. اگر به این ترتیب عمل شود، حداکثر پتانسیل برای صادرات کشور A به کشور B تعیین خواهد شد. با توجه به اینکه معمولاً شرایط به‌گونه‌ای است که تنها از 20 الی 30 درصد پتانسیل استفاده می‌شود، پتانسیل معمولی صادرات کشور A به کشور B حدود 20 الی 30 درصد حداقل m و n میلیون دلار خواهد شد و این ارقام همان است که بیان‌کننده برآورد ساده از پتانسیل صادرات کشور A به کشور B است.

3. مطالعه اقتصاد و تجارت مصر

مصر یک از پرجمعیت‌ترین کشورهای آفریقایی است [3]. در شمال آن دریای مدیترانه و در شرق دریای سرخ قرار دارد. از جنوب با سودان و از غرب با لیبی همسایه است. البته از ناحیه صحرای سینا با فلسطین نیز ارتباط دارد. پایتخت مصر، قاهره است و از دیگر شهرهای مهم آن می‌توان به اسکندریه، اسوان، جیزه، فیوم و پورت سعید اشاره کرد. شهرهایی مانند سلوم، بردیا، سیدی براتی، مطروح و العلمین نیز به سبب رخدادهایی که در جنگ جهانی دوم در آن‌ها به وقوع پیوسته است، مشهور شده‌اند. در شرق و شمال شرقی این کشور شبه‌جزیره‌ای است که سینا خوانده می‌شود و تا قبل از قرن نوزدهم در قسمتی به خاک مصر پیوسته بود. اما در سده بیستم، کانالی حفر کردند که آن‌را از خاک مصر جدا، و دریای سرخ را به دریای مدیترانه متصل کرد. نام آن، کانال سوئز است که 168 کیلومتر طول دارد و چون مسیر ارتباطی میان سه قاره اروپا، آسیا و آفریقا است، اهمیت بسیار زیادی دارد. سرزمین مصر به سه قسمت صحرای شرقی یا عربی، شبه‌جزیره سینا و زمین‌های نیل و صحرای غربی تقسیم می‌شود. مصر آخرین کشوری است که رود نیل از آن می‌گذرد و سپس به دریای مدیترانه می‌ریزد. به این دلیل، در محل پیوستن نیل به دریا، دلتای نیل به وجود آمده که سرزمین اصلی کشاورزی مصر است. در اطراف این رود نیز کشاورزی رونق بسیار دارد، به گونه‌ای که تنها نقاط آباد مصر سواحل نیل است (اطلس کامل گیتاشناسی؛ لغت‌نامه دهخدا؛ تاریخ جنگ جهانی دوم ج 2، دانش‌نامه رشد).

حضور جامع‌ال‌اثر به‌عنوان قطب دینی و مذهبی، مصر را همواره در جایگاه کشوری با تسامح دینی و مذهبی میان ادیان گوناگون و نیز مذاهب و فرقه‌های مختلف اسلامی به جهان شناسانده است. از سوی دیگر، کلیسای ارتدوکس مسیحیان قبطی نیز یکی از کهن‌ترین نهادهای مذهبی جهان و جزء پنج کلیسای معتبر دنیاست که نفوذ مذهبی آن از مرز مصر فراتر رفته است.

این بخش از مقاله، با هدف مطالعه شاخص‌های ارزیابی اقتصادی - بازرگانی مصر و ارزیابی جایگاه آن در اقتصاد قاره آفریقا و جهان نگاشته شده است. این شاخص‌ها در واقع، مجموعه شاخص‌ها و متغیرهای اقتصادی ساده و ترکیبی است که موقعیت و جایگاه کشور مصر را در جهان نشان می‌دهد. در انتخاب شاخص‌های ارزیابی اقتصادی، این ویژگی‌ها مورد توجه بوده است:

1. شاخص‌ها تا حد ممکن کلان و کلی‌نگر باشد نه خرد و جزئی‌نگر؛
 2. بین‌المللی باشد تا امکان مقایسه و مطالعه تطبیقی فراهم شود؛
 3. در سطح کشوری در دسترس یا قابل محاسبه باشد؛
 4. در موارد مجادله‌انگیز (مانند اندازه جمعیت و رشد آن) برای انتخاب شاخص‌های ارزیابی اقتصادی اعم از متغیرهای مقیاس، وضعیت و روند، در قالب سایر شاخص‌های مرتبط انعکاس یافته باشد.
- شاخص‌های اقتصادی از سه دسته شاخص تشکیل شده است:

1. شاخص‌های محیط اقتصادی: شاخص آزادی و شاخص توسعه انسانی؛
 2. متغیرهای واقعی اقتصاد: تولید ناخالص داخلی (GDP) براساس PPP، تولید ناخالص داخلی سرانه براساس PPP، نسبت تشکیل سرمایه ناخالص به GDP، و سهم ارزش افزوده صنایع کارخانه‌ای از GDP؛
 3. متغیرهای بخش خارجی (تجاری) اقتصاد: سهم تجارت خارجی از کل تجارت جهانی، شاخص باز بودن اقتصاد (سهم مجموع تجارت خارجی از تولید ناخالص داخلی)، سهم صادرات کارخانه‌ای به کل صادرات، و نسبت سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی به کل آن در جهان.
- براساس اطلاعات جدول‌های 5-1، در هر سه دسته شاخص‌های اقتصادی مصر، از جمله شاخص‌ها و متغیرهای توسعه اقتصاد و تجارت (شامل شاخص آزادی اقتصادی، شاخص توسعه انسانی، تولید ناخالص داخلی (GDP) براساس PPP، تولید ناخالص داخلی سرانه براساس PPP، نسبت تشکیل سرمایه ناخالص به GDP، سهم ارزش افزوده صنایع کارخانه‌ای از GDP، سهم تجارت خارجی از کل تجارت جهانی، شاخص باز بودن اقتصاد (سهم مجموع تجارت خارجی از تولید ناخالص داخلی)، سهم صادرات کارخانه‌ای به کل صادرات و نسبت سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی به کل آن در جهان) این کشور

جایگاه ممتازی در قاره آفریقا دارد. این شاخص‌ها به ترتیب در این جدول‌ها نشان داده شده است:

1. شاخص‌های محیط اقتصادی

جدول 1: مطالعه تطبیقی روندهای جمعیتی مصر در دوره‌های 1975، 2004 و برآورد

شرح	وسعت (هزار کیلومتر مربع)	2015			تراکم [۴]	نرخ رشد سالانه جمعیت (%)
		جمعیت (میلیون نفر)	۲۰۰۴	۲۰۱۵		
		۱۹۷۵	۲۰۰۴	۲۰۱۵	۲۰۰۴-۱۵	۱۹۷۵-۲۰۰۴
جهان	۱۳۶۰۲۶/۲	۴۰۷۳/۷	۶۳۸۹/۲	۷۲۱۹/۴	۱/۶	۱/۱
در حال توسعه	۸۰۸۲۸/۵	۲۹۶۷/۱	۵۰۹۳/۶	۵۸۸۵/۶	۱/۹	۱/۳
ج.ا. ایران	۱۶۴۸/۲	۳۳/۳	۶۸/۸	۷۹/۹	۲/۵	۱/۴
آفریقا	۳۰۲۵۰/۱	۳۱۳/۱	۶۸۹/۶	۸۷۷/۴	۲/۷	۲/۲
مصر	۱۰۰۱/۴	۳۹/۳	۷۲/۶	۸۸/۲	۲/۱	۱/۸

(UNDP, Human Development Report 2006, UNCTAD, Human Development Indicators, 2006)

جدول 2: مطالعه تطبیقی شاخص توسعه انسانی مصر و اجزای آن با

ایران و جهان در سال 2004

شرح	شاخص توسعه انسانی		امید به زندگی	میزان باسواد بزرگسالان	GDP سرانه	تفاوت رتبه HDI و رتبه GDP سرانه
	رتبه	ارزش				
	عدد	سال	درصد	دلار		
جهان	..	۰/۷۴۱	۶۷/۳	..	۸۸۳۳	..
در حال توسعه	..	۰/۶۷۹	۶۵/۲	۷۸/۹	۴۷۷۵	..
ایران	۹۶	۰/۷۴۶	۷۰/۷	۷۷	۷۵۲۵	-۲۴
آفریقا (زیر صحرا)	..	۰/۴۷۲	۴۶/۱	۶۳/۳	۱۹۴۶	..
مصر	۱۱۱	۰/۷۰۲	۷۰/۲	۷۱/۴	۴۲۱۱	-۲

(UNDP, Human Development Report 2006, Human Development Indicators, 2006, pp: 283-287)

جدول 3: شاخص آزادی اقتصادی (IEF) و نماگرهای آن برای ایران و مصر در سال 2007

شرح	شاخص آزادی اقتصادی		تنظیم مقررات	تجارت بودجه	دخالت دولت	سیاست پولی	سرمایه‌گذاری خارجی	تأمین مالی	حقوق مالکیت	بازار سیاه کار	بازار کار
	رتبه	ارزش عددی									
ایران	۴۳/۱	۱۵۰	۵۴/۹	۵۰/۴	۸۴/۸	۵۹/۸	۶۱/۳	۱۰	۱۰	۲۹/۰	۶۱/۳
مصر	۵۳/۲	۱۲۷	۳۹/۹	۵۲/۲	۹۳/۶	۷۲/۶	۶۹/۰	۵۰	۳۰	۳۴/۰	۴۹/۸

(<http://www.heritage.org/research/features/index/downloads.cfm>)

2. متغیرهای واقعی اقتصاد

جدول 4: مطالعه تطبیقی عملکرد اقتصادی مصر و اجزای آن با ایران و جهان

شرح	GDP		GDP سرانه		نرخ رشد سالانه %		بالاترین GDP سرانه		نرخ رشد سالانه CPI	
	US\$b	PPP\$b	US\$	PPP\$	۷۵-۲۰۰۴	۹۰-۲۰۰۴	سال	سال	۲۰۰۳-۰۴	۹۰-۲۰۰۴
جهان	۴۰۸۵۰/۴	۵۵۹۷۰/۳	۶۵۸۸	۸۸۳۳	۱/۴	۱/۴
در حال توسعه	۸۳۴۶/۵	۲۴۱۲۷/۹	۱۶۸۵	۴۷۷۵	۲/۴	۳
ایران	۱۶۳/۴	۵۰۴/۲	۲۴۳۹	۷۵۲۵	-۰/۱	۲/۳	۱۹۷۶	۸۶۷۹	۲۲	۱۴/۸
توسعه انسانی پایین	۲۲۷/۸	۶۳۰	۴۰۲	۱۱۱۳	-۰/۷	-۰/۲
آفریقا (زیر صحرا)	۴۹۸/۵	۱۳۲۷/۵	۷۳۱	۱۹۴۶	-۰/۶	-۰/۳
مصر	۷۸/۸	۳۰۵/۹	۱۰۸۵	۴۲۱۱	۲/۶	۲/۵	۲۰۰۴	۴۲۱۱	۶/۸	۱۱/۳

(UNDP, Human Development Report 2006, Human Development Indicators, 2006, pp: 331-334)

جدول 5: مطالعه تطبیقی تولید ناخالص داخلی مصر (بر حسب نوع هزینه و فعالیت‌ها) با ایران و جهان

شرح	ترکیب تقاضای کل GDP بر حسب نوع هزینه‌ها						ترکیب عرضه کل GDP بر حسب نوع فعالیت‌ها			
	مصرف نهایی		تشکیل سرمایه ناخالص	صادرات	واردات	کشاورزی	صنعت		خدمات	
	دولت	خانوارها					کل	ساخته‌شده		
اقتصادهای توسعه یافته	۱۹۹۰	۱۸	۶۰	۲۳	۱۸	۱۹	۳	۳۱	۲۱	۶۳
	۱۹۹۵	۱۷	۶۰	۲۱	۱۹	۱۹	۲	۲۸	۱۹	۶۷
	۲۰۰۰	۱۷	۶۲	۲۲	۲۲	۲۲	۲	۲۶	۱۸	۷۰
	۲۰۰۳	۱۸	۶۳	۲۰	۲۲	۲۲	۲	۲۴	۱۶	۷۱
اقتصادهای در حال توسعه	۱۹۹۰	۱۴	۶۰	۲۵	۲۵	۲۴	۱۴	۳۳	۱۸	۴۷
	۱۹۹۵	۱۳	۵۹	۲۸	۲۸	۲۹	۱۲	۳۳	۱۷	۴۷
	۲۰۰۰	۱۴	۵۹	۲۴	۲۴	۳۱	۱۰	۳۴	۱۵	۴۸
	۲۰۰۳	۱۴	۵۷	۲۵	۳۷	۳۳	۱۱	۳۵	۱۴	۴۸
ایران	۱۹۹۰	۱۲	۵۷	۳۵	۳۵	۲۷	۱۷	۲۸	۱۰	۵۳
	۱۹۹۵	۱۶	۴۶	۳۱	۲۱	۱۳	۱۸	۳۴	۱۲	۴۷
	۲۰۰۰	۱۴	۴۷	۳۵	۲۲	۱۷	۱۳	۳۶	۱۳	۴۹
	۲۰۰۳	۱۳	۴۴	۳۶	۲۷	۲۵	۱۱	۳۹	۱۱	۴۸
آفریقا	۱۹۹۰	۱۷	۶۳	۲۰	۲۹	۲۷	۱۷	۳۴	۱۴	۴۳
	۱۹۹۵	۱۶	۶۸	۱۹	۲۷	۳۰	۱۶	۳۲	۱۴	۴۷
	۲۰۰۰	۱۵	۶۳	۱۷	۳۲	۲۷	۱۵	۳۴	۱۳	۴۵
	۲۰۰۳	۱۵	۶۴	۱۹	۳۴	۳۱	۱۶	۳۳	۱۳	۴۶
مصر	۱۹۹۰	۱۰	۷۶	۲۲	۲۸	۳۶	۱۶	۳۲	۱۶	۴۶
	۱۹۹۵	۱۰	۷۷	۱۷	۲۱	۲۷	۱۴	۳۳	۱۷	۵۱
	۲۰۰۰	۱۱	۷۶	۱۷	۱۷	۲۲	۱۵	۳۱	۱۸	۴۷
	۲۰۰۳	۱۳	۷۲	۱۷	۲۸	۳۰	۱۶	۳۶	۱۹	۴۸

(UNCTAD, Handbook of Statistics, 2005, pp: 335-355 ,New York and Geneva)

3. متغیرهای بخش خارجی (تجاری) اقتصاد
جدول 6: اندازه تجارت مصر و ایران طی دو دوره زمانی مختلف 1980-2004

شرح	صادرات به میلیارد دلار					واردات به میلیارد دلار				
	۱۹۸۰	۱۹۹۰	۲۰۰۰	۲۰۰۴	سهم از جهان	۱۹۸۰	۱۹۹۰	۲۰۰۰	۲۰۰۴	سهم از جهان
ایران	۱۲/۳۳	۱۹/۳۱	۲۸/۳۵	۴۵/۲۳	۰/۶۱	۰/۵	۳/۴۳	۱۸/۳۳	۱۵/۲۱	۳۳/۷۵
مصر	۳/۰۵	۴/۹۶	۴/۶۹	۷/۵۳	۰/۰۸	۰/۰۸۴	۴/۸۶	۱۶/۷۸	۱۴/۰۱	۱۲/۶۱

(UNCTAD, Handbook of Statistics, 2005, pp: 2-13, New York and Geneva)

جدول 7: مطالعه تطبیقی ساختار تجارت مصر با ایران و جهان طی دو دوره زمانی 1990 و 2004

شرح	واردات کالا و خدمات از GDP (%)		صادرات کالا و خدمات از GDP (%)		صادرات اولیه از صادرات (%)		صادرات صنعتی از صادرات (%)		صادرات فناوری بالا از صادرات (%)		رابطه مبادله ۱۹۸۰=۱۰۰
	۱۹۹۰	۲۰۰۴	۱۹۹۰	۲۰۰۴	۱۹۹۰	۲۰۰۴	۱۹۹۰	۲۰۰۴	۱۹۹۰	۲۰۰۴	
جهان	۱۹	۲۴	۱۹	۲۴	۱۸	۲۳	۷۲	۷۷	۱۸	۱۹	..
درحال توسعه	۲۴	۳۶	۲۵	۳۹	۲۲	۳۸	۵۹	۷۴	..	۲۴	..
ایران	۲۴	۳۰	۲۲	۳۲	۹۱	..	۹	..	۲
آفریقا (زیر صحرای)	۲۶	۳۴	۲۷	۳۳	۷۳	..	۳۲	..	۴
مصر	۳۳	۲۹	۲۰	۲۹	۵۷	۶۴	۴۲	۳۱	۱	۵۰	..

(UNDP, Human Development Report 2006, Human Development Indicators, 2006, pp: 339-342)

مجموعه امکانات و توانمندی‌های یادشده در شاخص‌ها و جدول‌های فوق، می‌تواند زمینه همکاری اقتصادی و گسترش روابط تجاری این کشور را با ایران فراهم کند. با توجه به شباهت اقتصادی ایران از نظر اندازه GDP با مصر، انتظار می‌رود مناسبات

اقتصادی و مبادلات تجاری دوجانبه ایران با این کشور از امکان بالقوه به مراتب بیشتری نسبت به دیگر کشورهای قاره آفریقا برخوردار باشد. نتایج مطالعات نشان می‌دهد امکان توسعه تجارت میان اقتصادهای با GDP سرانه مشابه‌تر بیشتر است. براساس این، اختلاف کم (برابری) تولید ناخالص داخلی سرانه ایران با GDP سرانه مصر، زمینه توسعه مناسبات اقتصادی و مبادلات تجاری بیشتر را امکان‌پذیر می‌کند. البته، هرچه فاصله جغرافیایی کشورها افزایش می‌یابد، پتانسیل تجاری و امکان مبادله دوجانبه میان آن‌ها کاهش پیدا می‌کند؛ براساس این، چنین می‌نماید روابط تجاری ایران با کشورهای شمال و شرق آفریقا از جمله مصر گسترده‌تر از دیگر مناطق آفریقا بوده باشد.

4. سیاست‌ها و برنامه‌های ایران در توسعه تجارت با مصر و ارزیابی عملکرد آن

روند رویکرد دو کشور ایران و مصر به یکدیگر و ضرورت از سرگیری روابط دوجانبه در بُعد سیاسی و اقتصادی نشان می‌دهد رهبران هر دو کشور به اهمیت منطقه‌ای و بین‌المللی یکدیگر آگاهی دارند و همکاری‌های دوجانبه را علاوه بر اینکه به نفع دو طرف می‌دانند، برای پیشبرد منافع ملت‌های منطقه نیز ضروری می‌شمارند. برخی ناظران روابط دو کشور، وجود پاره‌ای ملاحظات سیاسی و گاه انتقادات یکی از دو طرف را نسبت به دیگری در میان برخی بخش‌های رسمی و غیررسمی، از موانع گسترش سریع روابط میان تهران و قاهره می‌پندارند. برخی دیگر از ناظران نیز هرچند نقش این ملاحظات را نفی نمی‌کنند، کارشکنی آمریکا را مهم‌ترین عامل می‌دانند و بر این باورند که نزدیکی و همکاری خوب میان کشورهای بزرگ اسلامی چون ایران و مصر با راهبردهای آمریکا برای منطقه ناسازگار است. به نظر آنان، ابتکار عمل و اراده جدی رهبران دو کشور می‌تواند روابط را از مسیر باریک برخی ملاحظات سیاسی به سلامت عبور دهد و به عرصه‌ای گسترده از همکاری‌های دوجانبه و چندجانبه منطقه‌ای و بین‌المللی برساند؛ گزینه‌ای که به نظر می‌رسد رهبران هر دو کشور طی سال‌های اخیر آگاهانه برگزیده‌اند. در همین باره و به گفته مأموران سیاسی، دو کشور طی سال‌های اخیر رایزنی‌ها و همکاری‌های مؤثری در سطح مجامع بین‌المللی داشته‌اند و در بسیاری از این زمینه‌ها اشتراک نظر دارند. از سوی دیگر، طی یک‌سال گذشته، سفر مقامات عالی‌رتبه امور خارجه هر دو کشور تأثیر بسزایی در گسترش رایزنی‌ها و سطح و عمق گفت‌وگوها داشته است. مأموران سیاسی مستقل معتقدند: دیدارهای وزیر امور خارجه ایران و نیز معاون وی با حسنی مبارک، رئیس‌جمهور، و سایر مقامات بلندپایه مصر

نقطه عطفی در گسترش روابط دو کشور به‌شمار می‌رود و زمینه همکاری‌های بعدی را فراهم می‌کند.

در همین حال، چندین بار نیز پیام‌هایی در سطح وزیر خارجه با اشاره به مسائل دوجانبه، منطقه‌ای و بین‌المللی میان دو کشور رد و بدل شده است. ناظران روابط دو کشور می‌گویند: هرچند در شرایط کنونی کمتر ناظری می‌تواند تاریخ دقیقی برای رسیدن روابط به سطح سفارت و نیز سفر رؤسای جمهور دو کشور به‌عنوان مهم‌ترین نشانه‌های عادی‌سازی و بهبود کامل روابط پیش‌بینی کند، روند رو به رشد روابط در این زمینه بسیار امیدوارکننده است (<http://www.irna.ir/fa/news/view/line-86091203851858337>).

بررسی روابط ایران و مصر در سال‌های پس از انقلاب، نشان می‌دهد شالوده و اساس روابط در حوزه سیاسی بوده است تا اقتصادی؛ به‌گونه‌ای که با همه تلاش‌هایی که از سوی نهادهای پشتیبانی‌کننده تجارت برای توسعه روابط بازرگانی - اقتصادی با مصر صورت گرفته، آمار مبادلات تجارت بدون نفت ایران با مصر توفیق چندانی نداشته است. برای نمونه در چند سال برنامه سوم توسعه روند کندی مشاهده شده است: صادرات غیرنفتی ایران به مصر از 16/17 میلیون دلار در سال 1379 به 16/02 میلیون دلار در سال 1384 رسیده است. جمع‌بندی سیاست‌ها و برنامه‌های ایران در توسعه تجارت با مصر و ارزیابی عملکرد آن بدین شرح است:

1. جابه‌جایی و نوسان شدید رتبه مصر در تجارت با ایران طی سه دهه گذشته گویای این است که موقعیت این کشور در تجارت با ایران تثبیت نشده و جایگاه استواری نداشته و اغلب شرایط باثبات و پایداری موجود نبوده است. در واقع، این موضوع نشان‌دهنده نبود برنامه‌ریزی برای توسعه هدفمند صادرات ایران با این کشور است.
2. مهم‌ترین سیاست‌ها و برنامه‌های توسعه تجارت ایران با کشورهای قاره آفریقا، از جمله مصر در شش حوزه بدین شرح بوده است: الف) برگزاری جلسات کمیسیون‌های مشترک اقتصادی - بازرگانی؛ ب) انعقاد موافقت‌نامه‌های بازرگانی و ترجیحات تجاری دوجانبه؛ پ) قراردادهای اعتباری بسته‌شده و در دست بررسی بانک توسعه صادرات؛ ت) تسهیلات پرداختی بانک توسعه صادرات به شرکت‌های فعال؛ ث) پوشش بیمه خطوط اعتباری توسط صندوق ضمانت صادرات؛ ج) برگزاری نمایشگاه‌ها با مجوز شرکت سهامی نمایشگاه‌های بین‌المللی. (نک به جدول شماره 8)

جدول 8: مهم‌ترین سیاست‌ها و برنامه‌های توسعه تجارت ایران با مهم‌ترین کشورهای قاره آفریقا در حوزه‌های شش‌گانه

شرح	تعداد جلسه - وضعیت موافقت‌نامه	قراردادهای اعتباری			قراردادهای اعتباری در دست بررسی		تسهیلات پرداخت‌شده		سابق پوشش بیمه		نمایشگاه‌ها		
		موضوع صادرات	میزان تسهیلات	مدت تسهیلات	میزان تسهیلات	موضوع صادرات	میزان تسهیلات	کالای صادراتی	میزان تسهیلات	کوتاه مدت	بلند مدت	عنوان	نوع
سودان	۸- ب	تسهیلات تسهیلات	میان مدت	۴۶	۷۰٫۶۶	تسهیلات تسهیلات	تسهیلات تسهیلات	۳۰	۶۰	بیمه‌نامه‌های بیمه‌نامه	عوارض	۱۳۸۱	شرکت بازرگانی ایران و سودان س. پ. ج ۱۱
آفریقای جنوبی	۹- ج										تسهیلات تسهیلات	مهر ۸۵	س. پ. ج ۱۱
مصر											تسهیلات تسهیلات	۲۰۰۴ آفریقا	شرکت بازرگانی ایران و مصر
اتیوپی	۴- ب							۲۰	۰	تسهیلات تسهیلات	تسهیلات تسهیلات	۸۱	شرکت بازرگانی ایران و اتیوپی

- (برگرفته از مدارک و مستندات سازمان توسعه تجارت ایران، ۱۳۸۵)
- بیشترین حوزه فعالیت ایران- هر شش حوزه- برای توسعه تجارت از میان کشورهای آفریقایی با سودان بوده است. پس از سودان، از نظر دامنه و گستره حوزه فعالیت‌های توسعه تجارت سازمان توسعه تجارت ایران، تونس، سنگال، مصر، ساحل عاج، کنیا و جیبوتی قرار دارند.
 - همسویی سیاست‌های توسعه تجارت ایران و موقعیت شرکای تجاری طبیعی کشورهای قاره آفریقا بسیار اهمیت دارد؛ برای نمونه، کشورهای چون آفریقای جنوبی، الجزایر، مغرب، لیبی، و اتیوپی و نیز مصر (با اینکه زمینه‌های مبادله تجاری بالقوه بیشتری با ایران دارند) از نظر دامنه و گستره حوزه فعالیت‌های توسعه تجارت سازمان توسعه تجارت ایران کمتر مورد توجه قرار گرفته و تنها به برگزاری نمایشگاه در این کشورها بسنده کرده‌اند.

5. بررسی نقش بازیگران اصلی در عرصه اقتصاد و تجارت مصر

در حال حاضر سه بازیگر اصلی عرصه مناسبات اقتصادی و تجاری مصر عبارت است از: ایالات متحده آمریکا، اتحادیه اروپا و چین. این سه بازیگر هر یک به فراخور قدرت و توان اقتصادی، تجاری، صنعتی و سیاسی خود در حال ایفای نقش در این کشورند. بر اساس جدول شماره 9، اگرچه در سال 1990م سهم چین در بازار مصر با سهم دو قدرت دیگر یعنی آمریکا و اتحادیه اروپا فاصله زیادی داشت، تا سال 2004م سهم این کشور به گونه‌ای چشمگیر افزایش یافته است. البته بخش مهمی از سرمایه‌گذاری‌ها، تجارت و بازار مصر در اختیار کشورهای غربی است؛ اما آنچه درخور توجه تحلیلگران غربی است، میزان رشد فزاینده و شتابان تجارت چین با مصر است که هر روز اوج تازه‌ای می‌گیرد و گوی سبقت را از بسیاری از رقبای پیشین در این قاره می‌رباید.

جدول 9: جایگاه بازیگران اصلی در ساختار تجارت مصر (ارقام به میلیارد دلار و درصد)

شرح	جهان		اقتصادهای توسعه یافته						اقتصادهای در حال توسعه					
	اروپا		آمریکا		ژاپن		اروپای شرقی و CIS		آفریقا		آسیا			
	۱۹۹۰	۲۰۰۴	۱۹۹۰	۲۰۰۴	۱۹۹۰	۲۰۰۴	۱۹۹۰	۲۰۰۴	۱۹۹۰	۲۰۰۴	۱۹۹۰	۲۰۰۴		
ساختار صادرات کشور مصر: مقاصد اصلی صادرات (ارقام به میلیارد دلار و درصد)														
مصر	۲/۵۹	۱۱/۲۴	۴۳/۳	۴۲/۴	۸/۸	۱۳	۲/۷	۰/۵	۱۸/۱	۱/۱	۳/۷	۶/۶	۱۵/۲	۲۲/۳
ساختار واردات کشور مصر: مبای اصلی واردات (ارقام به میلیارد دلار و درصد)														
مصر	۹/۲۲	۲۷/۳۱	۴۹	۳۸/۲	۱۴/۸	۱۳/۱	۳/۷	۳/۱	۶/۴	۴/۶	۱/۴	۳	۱۱/۷	۲۳/۶

(UNCTAD, Handbook of Statistics, 2005, pp: 67-81, New York and Geneva)

در سال 2006م، پس از اتحادیه اروپا و آمریکا، چین بزرگ‌ترین کشور صادرکننده به مصر بوده است. پیش‌بینی می‌شود روند رو به رشد اقتصاد و تجارت چین از یک‌سو و برنامه‌های بلندمدت این کشور برای حضور هرچه بیشتر در مصر و تأمین منابع مورد نیاز وارداتی خود از این کشور از سوی دیگر، طی سال‌های آینده روابط اقتصادی و تجاری چین را با مصر همچنان با رشد روزافزونی روبه‌رو کند. چین در پی سیاست‌های اقتصادی و تجاری خود، راهبرد جدیدی را از سال 2000م در پیش گرفته که در گسترش روابط دو جانبه آن با مصر بسیار مؤثر و کارساز بوده و نتایج درخور توجهی داشته است.

سیاست تجاری و راهبرد جدید چین در برابر مصر بر سه پایه اصلی استوار است که مهم‌ترین آن بر نیاز شدید و عطش روزافزون چین به منابع انرژی و سایر منابع طبیعی وارداتی برای پاسخ‌گویی به رشد فزاینده اقتصادی این کشور بنا شده است. دسترسی هرچه بیشتر و بهتر به بازار مصر برای حجم انبوه تولید صنعتی و ارزان‌قیمت محصولات و مصنوعات چینی یکی دیگر از ارکان اصلی قاعده سیاست تجاری این کشور در ارتباط با مصر است که نفوذ خزنده و گسترش روزافزون حضور فعالان اقتصادی و بنگاه‌ها و شرکت‌های چینی در مصر را به دنبال داشته است. برعهده گرفتن اجرای تعداد زیادی از طرح‌های صنعتی و تولیدی در مصر و همچنین گسترش سرمایه‌گذاری‌ها و اعطای وام‌ها و تسهیلات مالی بلندمدت و... همگی به دستیابی سهم هرچه بیشتر در بازار مصر وابسته است و چین توانسته تاکنون دستاوردهای مثبت و درخور توجهی را در کمتر از چند سال به دست آورد و نگرانی جدی رقیبان را برانگیزد. سرانجام، رکن سوم مثلث توسعه روابط بلندمدت چین و مصر بر آمیخته‌ای از اهداف سیاسی - فرهنگی مبتنی است که مصادیق رفتاری آن را می‌توان در توسعه فعالیت‌های فرهنگی، گردشگری، آموزشی، کمک‌های توسعه‌ای و حتی برقراری نظام ترجیحات تجاری یک‌جانبه همچون نظام عمومی ترجیحات GSP و مشارکت در طرح‌ها و تلاش‌های مربوط به دیده‌بانی و حفظ صلح و... مشاهده کرد (حسینی و همکاران، 1386).

6. مطالعه و برآورد اکمال تجاری ایران با مصر

به‌منظور ارتقای همکاری و روابط تجاری ایران با مصر لازم است درجه اکمال تجاری بالقوه بین ایران و این کشور به‌صورت دوجانبه تعیین شود تا امکان استفاده از آن برای گسترش روابط تجاری به‌وجود آید. یکی از روش‌های مرسوم در مطالعات تجربی برای برآورد شدت تجاری (صادرات و واردات) بین کشورها، محاسبه کسینوس زاویه بین دو بردار صادرات کشور A و واردات کشور B است. در این بخش به‌منظور تعیین اکمال تجاری کلی بین ایران و مصر از معیار کسینوس استفاده شده که یکی از رایج‌ترین روش‌های محاسبه شدت تشابه تجاری است. (نک به جدول شماره 10)

نتایج مطالعه درباره توسعه تجارت ایران و مصر گویای این است که:

1. هیچ کشوری از قاره آفریقا در گروه شدت تشابه و درجه اکمال بالقوه بالا با ایران قرار ندارد؛ اما مصر در میان کشورهای این قاره از بالاترین درجه اکمال تجاری با ایران برخوردار است.

2. شاخص کسینوس زاویه بین بردار واردات ایران و بردار صادرات مصر در دوره 2001-2005 کمتر از 0/8 و بیشتر از 0/3 (گروه کشورهای با شدت تشابه و درجه اکمال تجاری بالقوه متوسط به بالا با ایران) یعنی رقم 0/653 است؛ به این معنا که مصر از توان صادراتی بالقوه بسیاری به ایران برخوردار است؛ بنابراین ایران می‌تواند بخشی از نیازهای وارداتی خود را از این کشور تأمین کند.

جدول 10: شاخص کسینوس تجارت متقابل ایران و مصر در سال‌های 2001-2005 و کل دوره

شاخص کسینوس بردارهای صادرات ایران و واردات مصر در سالهای 2001-2005 و کل دوره						
شرح	2001	2002	2003	2004	2005	کل دوره
مصر	0/6906	0/7145	0/7176	0/7073	0/7105	0/7080
شاخص کسینوس بردارهای واردات ایران و صادرات مصر در سالهای 2001-2005 و کل دوره						
مصر	0/5842	0/6255	0/6788	0/7044	0/6344	0/6525

(مأخذ: نتایج حاصل از تحقیق)

3. شاخص کسینوس زاویه بین بردار صادرات ایران و بردار واردات مصر در تمام این دوره کمتر از 0/8 و بیشتر از 0/3 (کشورهای با شدت تشابه و درجه اکمال تجاری بالقوه متوسط به بالا با ایران) یعنی رقم 0/708 است. این به معنای وجود زمینه بالقوه صادراتی ایران به مصر است که در میان کشورهای قاره آفریقا در مقام اول قرار دارد.

7. الگوی صادرات مصر و تحلیل مزیت نسبی کالاهای صادراتی آن

با مطالعه فهرست کالاهای صادراتی دارای مزیت نسبی مصر به همراه ارزش عددی آن براساس نظام هماهنگ (HS) برای سال‌های 2001-2005 و متوسط دوره، می‌توان گفت:

1. طی سال‌های 2001-2005م، مصر صادرکننده 2 هزار و 590 کالای مبادله‌ای بوده است که شامل 346 محصول کشاورزی، 96 ماده معدنی و 2 هزار و 148 کالای

- صنعتی است که به ترتیب 13/36، 3/71 و 82/93 درصد از کل کالاهای مبادله‌ای صادراتی این کشور را دربرمی‌گیرد. در نگاه نخست و از نظر تعداد، قسمت اعظم کالاهای صادراتی مصر کالاهای صنعتی و پس از آن محصولات کشاورزی است.
2. مصر از لحاظ تعداد کالاهای صادراتی دارای مزیت نسبی آشکار شده، در میان کشورهای قاره آفریقا پس از آفریقای جنوبی مقام دوم را دارد. این کشور طی سال‌های 2001-2005 م، صادرکننده 691 کالای صادراتی دارای مزیت نسبی بوده که در مقایسه با کل کالاهای مبادله‌ای صادراتی 26/68 درصد است؛ به عبارت دیگر، مصر در بیش از یک‌چهارم کالاهای مبادله‌ای صادراتی توانسته است از مزیت نسبی صادراتی برخوردار شود.
3. مصر در میان کالاهای صادراتی، در 35/84 درصد محصولات کشاورزی، 66/67 درصد مواد معدنی و 23/42 درصد کالاهای صنعتی، دارای مزیت نسبی آشکار شده است. در واقع، مزیت نسبی آشکار شده مصر در صادرات مواد معدنی بهتر از محصولات کشاورزی و نیز در فراورده‌های کشاورزی بهتر از کالاهای صنعتی است. به علاوه، از تعداد کالاهای دارای مزیت نسبی این کشور، 124 محصول کشاورزی (معادل 17/95 درصد)، 64 ماده معدنی (معادل 9/26 درصد) و 503 کالای صنعتی (معادل 72/79 درصد) است.
4. بین سال‌های 2001-2005 م، اولین کالای صادراتی دارای بیشترین مزیت نسبی مصر به روغن‌های اسانسی از شمعدانی (330121) تعلق دارد. دوازده کالای صادراتی که به ترتیب دارای بیشترین مزیت نسبی است، عبارت است از:
1. روغن‌های اسانسی از شمعدانی (330121) با مزیت نسبی آشکار شده 319/75؛
 2. تخم مرزه (090950) با مزیت نسبی آشکار شده 242/54؛
 3. روغن‌های اسانسی از یاسمن (330122) با مزیت نسبی آشکار شده 226/74؛
 4. نخ یک‌لا از الیاف شانزه‌ده (520546) با مزیت نسبی آشکار شده 170/78؛
 5. نخ یک‌لا از الیاف شانزه‌ده (520533) با مزیت نسبی آشکار شده 130/16؛
 6. سایر فرش‌ها و کف‌پوش‌ها از مواد نسجی حتی آماده مصرف (570525) با مزیت نسبی 121/26؛
 7. نخ یک‌لا از الیاف شانزه‌ده (520548) با مزیت نسبی آشکار شده 116/03؛
 8. سایر ملاس‌های حاصل از استخراج یا تصفیه قند و شکر (170390) با مزیت نسبی 100/05؛

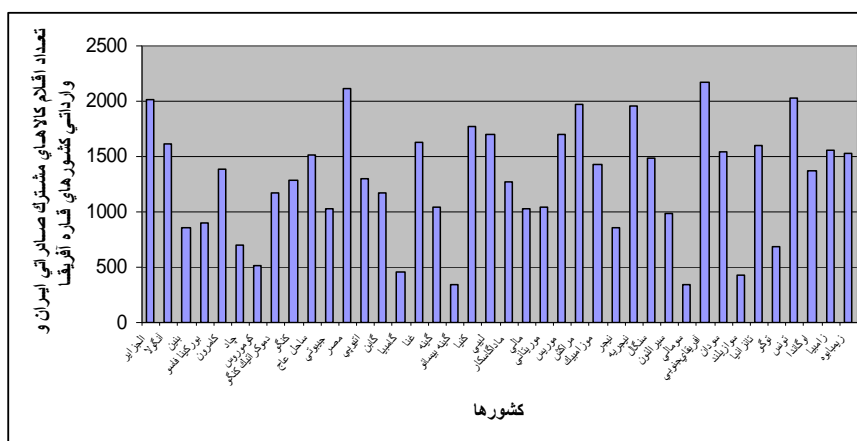
9. نخ یک‌لا از الیاف شان‌زده (520547) با مزیت نسبی آشکارشده 100/71؛
10. زیره سیاه (090940) با مزیت نسبی آشکارشده 98/16؛
11. کنگر فرنگی (070910) با مزیت نسبی آشکارشده 97/96؛
12. لوبیا (070820) با مزیت نسبی آشکارشده 96/80؛

8. مطالعه تطبیقی پتانسیل صادراتی ایران به مصر در مقایسه با سایر کشورهای قاره آفریقا

- بین سال‌های 2001-2005م، بیشترین اقلام کالاهای مشترک (صادراتی ایران به جهان و وارداتی مصر از جهان) 2 هزار و 117 قلم کالا بوده است. حال اینکه در این دوره تنها در 59 قلم کالا، صادرات ایران به مصر صورت گرفته است. بدین ترتیب، تنها 2/78 درصد از اقلام کالاهای مشترک یادشده، صادرات ایران به این کشور محقق شده و در 97/21 درصد از اقلام مشترک صادراتی ایران به مصر، صادراتی انجام نشده است.
- ارزش صادرات ایران در اقلام کالاهای مشترک صادراتی ایران و وارداتی مصر بین سال‌های 2001-2005م، برابر 39490 میلیون دلار (معادل 7898 میلیون دلار در سال) بوده است؛ حال اینکه ارزش واردات مصر در اقلام کالاهای مشترک برای کل دوره پنج ساله (2001-2005) 66901 میلیون دلار در سال 2001م به 10329/74 و 17537/89 میلیون دلار در سال 2005م، 29/11 و 10/74 درصد افزایش یافته است.
- بیشترین پتانسیل صادراتی ایران به مصر در کل دوره (2001-2005م) به ارزش 42837/95 میلیون دلار یا به‌طور متوسط 8567/59 میلیون دلار در سال بوده است. با فرض تحقق یک چهارم این رقم، انتظار می‌رود پتانسیل معمولی صادراتی ایران به مصر در کل دوره 10709/49 میلیون دلار یا به‌طور متوسط 2141/90 میلیون دلار در سال باشد. همچنین، پتانسیل معمولی صادراتی ایران به مصر از 1035/49 میلیون دلار در سال 2001، به 2931/5 میلیون دلار در سال 2005، به‌طور متوسط با 29/71 درصد رشد سالانه افزایش داشته است.
- این درحالی است که ارزش صادرات موجود (تحقق‌یافته) ایران به مصر در کل دوره، تنها 66/35 میلیون دلار بوده است که متوسط ارزش سالانه آن 13/27 میلیون دلار است. ارزش صادرات موجود ایران به این کشور از 11/02 میلیون دلار در سال

2001، به 18/84 میلیون دلار در سال 2005 رسیده که به‌طور متوسط در طی این دوره رشد 14/35 درصدی - رشد فزاینده‌ای - در سال داشته است.

● در طی این دوره، متوسط ارزش سالانه پتانسیل معمولی صادراتی ایران 2141/90 میلیون دلار بوده که تنها 11/20 میلیون دلار در سال تحقق یافته است. در واقع، متوسط ارزش سالانه پتانسیل معمولی صادراتی تحقق‌نیافته ایران به مصر، 2130/88 میلیون دلار بوده است. همچنین، درصد استفاده‌شده از پتانسیل معمولی صادراتی ایران به مصر 0/51 درصد بوده که در واقع از پتانسیل معمولی صادراتی ایران به این کشور هیچ استفاده‌ای نشده است.



شکل 1: تعداد اقلام کالاهای مشترک صادراتی ایران و وارداتی کشورهای قاره آفریقا
 مأخذ: نتایج حاصل از تحقیق

با ملاحظه شکل شماره 1، روشن می‌شود که ده اقتصاد برتر قاره آفریقا: مصر، آفریقای جنوبی، تونس، الجزایر، مراکش، نیجریه، کنیا، موریس، غنا و تانزانیا در مقایسه با دیگر کشورهای این قاره از نظر تعداد کالاهای مشترک صادراتی ایران و وارداتی آن کشورها از موقعیت برتری برخوردارند.

- در طی این دروه، متوسط ارزش سالانه پتانسیل معمولی صادراتی ایران 2141/90 میلیون دلار بوده که تنها 11/02 میلیون دلار در سال تحقق یافته است. در واقع، متوسط ارزش سالانه پتانسیل معمولی صادراتی تحقق نیافته ایران به مصر 2130/88 میلیون دلار بوده است. همچنین، درصد استفاده شده از پتانسیل معمولی صادراتی ایران به مصر 0/51 درصد بوده که تقریباً از پتانسیل معمولی صادراتی ایران به این کشور هیچ استفاده‌ای نشده است.
- ده قلم کالایی که ایران بیشترین پتانسیل صادراتی به مصر را در آن‌ها داشته و در عمل از پتانسیل معمولی صادراتی ایران به این کشور هیچ استفاده‌ای نشده است، شامل ردیف تعرفه‌ای نظام هماهنگ شش رقمی زیر بوده است:
 1. روده، بادکنک و شکمبه حیوانات (صادرات موجود 68 هزار دلار)؛ با متوسط ارزش سالانه پتانسیل معمولی 5/62 میلیون دلار (صادرات موجود 68 هزار دلار)؛
 2. چربی‌ها و روغن‌های نباتی و اجزای آن (151620) با متوسط ارزش سالانه پتانسیل معمولی 4/03 میلیون دلار (صادرات موجود صفر)؛
 3. نفت و روغن‌های حاصل از مواد معدنی قیری، غیرخام (271000) با متوسط ارزش سالانه پتانسیل معمولی 30/47 میلیون دلار (صادرات موجود صفر)؛
 4. بوتان (271113) با متوسط ارزش سالانه پتانسیل معمولی 33/09 میلیون دلار (صادرات موجود صفر)؛
 5. سایر گازهای نفتی مایع شده (271119) با متوسط ارزش سالانه پتانسیل معمولی 5/73 میلیون دلار (صادرات موجود صفر)؛
 6. سایر داروها: اتی‌درونیت دی سدیم (300490) با متوسط ارزش سالانه پتانسیل معمولی 3/57 میلیون دلار (صادرات موجود صفر)؛
 7. پلی (کلرور وینیل)، مخلوط نشده با سایر مواد (390410) با متوسط ارزش سالانه پتانسیل معمولی 5/21 میلیون دلار (صادرات موجود 3/38 میلیون دلار)؛
 8. مس تصفیه شده: کاتد و قطعات کاتد (740311) با متوسط ارزش سالانه پتانسیل معمولی 4/79 میلیون دلار (صادرات موجود صفر)؛
 9. سایر وسایل نقلیه با حجم سیلندر تا 1000 cc (870321) با متوسط ارزش سالانه پتانسیل معمولی 4/51 میلیون دلار (صادرات موجود 568 هزار دلار)؛
 10. کالاهای طبقه بندی نشده (999999) با متوسط ارزش سالانه پتانسیل معمولی 37/21 میلیون دلار (صادرات موجود صفر)؛

نتیجه‌گیری

این مقاله با هدف ارزیابی ظرفیت‌های صادرات کالایی ایران به مصر با استفاده از شاخص‌های برآورد پتانسیل تجاری، مزیت نسبی و شاخص کسینوس طی 2001-2005م نوشته شده و به این نتایج دست یافته است:

1. مصر به دلایل زیادی از جمله دارا بودن منابع طبیعی غنی (فسفات، سنگ آهن، منگنز و کروم)، کارخانه‌های صنعتی بزرگ (سیمان، فولاد، صنایع چوب و مواد غذایی)، درآمد ارزی فراوان از صنعت گردشگری، امکانات تجاری گسترده، موقعیت جغرافیایی - استراتژیک برتر در شمال و شمال شرقی آفریقا، نزدیکی جغرافیایی به ایران در مقایسه با سایر کشورهای قاره آفریقا، وسعت و جمعیت زیاد و به‌ویژه با 90 درصد جمعیت مسلمان، در سالیان دراز مورد توجه ایران بوده است.
2. براساس اطلاعات عرضه‌شده در هر سه دسته شاخص‌های اقتصادی مصر از جمله شاخص‌ها و متغیرهای توسعه اقتصاد و تجارت، شامل شاخص آزادی اقتصادی، شاخص توسعه انسانی، تولید ناخالص داخلی کل و سرانه، نسبت تشکیل سرمایه ناخالص به GDP، سهم ارزش افزوده صنایع کارخانه‌ای از GDP، سهم تجارت خارجی از تجارت جهانی، شاخص باز بودن اقتصاد، سهم صادرات کارخانه‌ای به کل صادرات و نسبت سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی به کل آن در جهان، این کشور جایگاه ممتازی در آفریقا دارد. مجموعه این امکانات و توانمندی‌ها زمینه همکاری اقتصادی و گسترش روابط تجاری این کشور را با ایران فراهم می‌کند.
3. با توجه به شباهت اقتصادی ایران از نظر اندازه GDP با مصر انتظار می‌رود مناسبات اقتصادی و مبادلات تجاری دوجانبه ایران با این کشور از امکان بالقوه به مراتب بیشتری نسبت به دیگر کشورهای قاره آفریقا برخوردار باشد. همین‌طور، نتایج بررسی‌ها نشان می‌دهد امکان توسعه تجارت میان اقتصادهای با GDP سرانه مشابه تر بیشتر است. براساس این، اختلاف کم (برابری) تولید ناخالص داخلی سرانه ایران با GDP سرانه مصر، زمینه توسعه مناسبات اقتصادی و مبادلات تجاری بیشتر را ممکن می‌کند.
4. درباره درجه اکمال تجاری ایران و مصر نیز باید گفت مصر با شاخص کسینوس 0/708 و 0/653 در واردات و صادرات از/ به ایران در گروه رتبه‌های اول میان کشورهای قاره آفریقا جای دارد.

5. طی این دوره، متوسط ارزش سالانه پتانسیل معمولی صادراتی ایران 2141/90 میلیون دلار بوده که تنها 11/02 میلیون دلار در سال تحقق یافته است. در واقع، متوسط ارزش سالانه پتانسیل معمولی صادراتی تحقق نیافته ایران به مصر 2130/88 میلیون دلار بوده است. همچنین درصد استفاده شده از پتانسیل معمولی صادراتی ایران به مصر 0/51 درصد بوده که در واقع از پتانسیل معمولی صادراتی ایران به این کشور هیچ استفاده‌ای نشده است.
6. در میان کالاهای ایرانی دارای پتانسیل صادراتی بالا به مصر، این کالاها در اولویت اول صادراتی ایران قرار داشته‌اند: الف) اقلام کالاهای صادراتی غیرنفتی؛ ب) کالای صنعتی دارای ارزش افزوده بالاتر؛ ج) کالاهای با وزن (جرم) حجمی پایین‌تر (کالاهایی که حمل آن در مسافت‌های طولانی مقرون به صرفه باشد)؛ د) ترجیحاً کالاهای مصرفی نهایی نه مواد اولیه و واسطه‌ای.

پی‌نوشت‌ها

1. بیشتر اقتصاددانان عقیده دارند حجم تجارت بین دو کشور زمانی افزایش می‌یابد که درجهٔ اکمال تجاری بین آن‌ها بالا باشد؛ یعنی ساختار صادرات یک کشور با ساختار واردات کشور دیگر مشابه باشد. اما درجهٔ اکمال تجاری بالا دلیل کافی برای برقراری روابط تجارت بالا بین دو کشور نیست، بلکه عوامل دیگری مانند تشابه مطلوبیت، نزدیکی جغرافیایی، مسائل سیاسی و... در توسعهٔ روابط تجاری مؤثر است. در مطالعات تجربی برای برآورد شدت تجارت (صادرات و واردات) بین کشورها از روش‌های مختلفی استفاده می‌شود که محاسبهٔ کسینوس زاویهٔ بین دو بردار صادرات کشور A و واردات کشور B یکی از آن‌هاست. مقدار این شاخص بین صفر و یک است و هرچه به عدد یک نزدیک‌تر باشد، شدت تشابه تجاری و درجهٔ اکمال تجاری بالقوه افزایش می‌یابد. در حالت حدی، چنانچه زاویهٔ بین دو بردار صادرات کشور A و واردات کشور B و برعکس برابر صفر باشد، کسینوس زاویه برابر یک می‌شود و نشان‌دهندهٔ تشابه کامل بین صادرات کشور A و واردات کشور B است. حالت حدی دیگر این است که دو بردار برهم عمود بوده و کسینوس زاویه برابر صفر بوده و نشان‌دهندهٔ آن است که هیچ اکمال تجاری بین صادرات و واردات دو کشور وجود ندارد.
2. گفتنی است عوامل تعیین‌کنندهٔ صادرات یک کشور از عوامل تعیین‌کننده در تجارت جهانی آن کالا پیروی می‌کند. از این‌رو، اگر سهم نسبی صادرات یک کالا از کل صادرات کشور مورد نظر بر حسب اهمیت نسبی آن کالا در تجارت جهانی تحقق یافته باشد، مزیت نسبی آشکار شده معادل یک است. مقادیر بیشتر و کمتر از یک بیان‌کنندهٔ بخش‌هایی است که سهم نسبی بیشتر یا کمتری از صادرات کشور موردنظر را در مقایسه با سهم نسبی آن بخش در تجارت جهانی دارد. البته مزیت نسبی هر کشور در صادرات کالاهای مختلف اطلاعات مفیدی را در مورد تعداد و تنوع محصولات با مزیت نسبی هر کشور، رقابت یا عدم رقابت کشورها برای صدور کالا نشان می‌دهد.

3. مصر یکی از قدیم‌ترین کشورهای جهان است و تمدن آن در زمرهٔ کهن‌ترین تمدن‌ها (4هزار سال قبل از میلاد) به شمار می‌آید. مصر باستان سرزمین فراعنه بود و آثار تاریخی مهمی چون اهرام سه‌گانه و معابد بزرگ را از آن دوران به یادگار دارد. در اسطوره‌های سامی محل ظهور پیامبرانی مانند یوسف و موسی را در همان دوران و در سرزمین مصر آورده‌اند. دولت قدیم مصر در سال 524 ق. م به دست ایرانیان سقوط کرد. این کشور در روزگار هخامنشی و همچنین در دوران ساسانی (در عهد خسرو پرویز و به مدت ده سال) بخشی از شاهنشاهی ایران بود. آنچه امروز کانال سوئز نام دارد برای نخستین بار از سوی ایرانیان در مصر کنده و راه‌اندازی شد. در سال 332 ق. م اسکندر این سرزمین را تصرف کرد و تا سال بعد دودمان بطلمیوسیان -از جانشینان اسکندر- بر آن حکمفرما بودند. در سال 641 م (نوزده هـ. ق.) در زمان خلیفهٔ دوم، عمر، مسلمانان این کشور را فتح کردند. عرب‌ها بخش بزرگی از فرهنگ و تمدن این سرزمین را به یغما بردند و زبان خودشان را به این مملکت تحمیل کردند. مصر همواره از سرزمین‌های مهم برای حکومت اسلامی بوده و تا سال 1517 م که دولت عثمانی بر مصر تسلط یافت، در دست خلفای اموی، عباسی و فاطمی بود. در سال 1798 م نپلئون به آن سرزمین لشکر کشید. در سال 1805 م محمدعلی پاشا از سوی دولت عثمانی حاکم آنجا شد و سلسلهٔ جدید مصر را تشکیل داد. مصر مدت‌ها تحت حمایت بریتانیای کبیر بود؛ ولی پس از جنگ جهانی اول بر اثر فشار مردم، استقلال مصر را اعلام کرد. در جنگ جهانی دوم طی سال‌های 1941-1943 م با اینکه مصر بی‌طرفی خود را اعلام کرد، سرزمین‌های غربی آن در حاشیهٔ دریای مدیترانه درگیر نبردهای سنگین بین ارتش آلمان و بریتانیا بود و با اینکه آلمانی‌ها فاصلهٔ چندانی با کانال سوئز نداشتند، در منطقه‌ای به نام العلمین شکست خوردند و همین شکست نقطهٔ آغاز شکست‌های دیگر آن‌ها شد (<http://fa.wikipedia.org/wiki>).
4. واحد تراکم نسبی جمعیت، نفر در کیلومتر مربع است.
5. روابط عمومی وزارت ارتباطات و فناوری اطلاعات.
6. ادارهٔ کل بازرگانی استان یزد.

منابع

- حسینی، میرعبدا... و همکاران. (1386). *بررسی و شناسایی ظرفیت‌ها و پتانسیل‌های تجاری ج.ا.ایران در قاره آفریقا*. مؤسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی.
- اداره کل بازرگانی کشورهای عربی و آفریقایی. (1385). *گزارش روابط بازرگانی ج.ا.ایران و قاره آفریقا*. سازمان توسعه تجارت ایران.
- گمرک ج.ا.ایران. *سالنامه آمار بازرگانی خارجی ایران*. سال‌های 1376 - 1384.
- Africa Economic outlook 2005/2006 ISBN- 92- 64- 022499- X, OECD 2006- 1.
- China African Policy, <<http://www.gov.cn/misc/2006-01/12/content-156490.htm>>
- China-African Relation advance to new stage in 2006 in: <http://english.peopledaily.com.cn/200612/08/print20061208-329848.htm>
- Comprehensive Report on U.S. Trade and investment policy toward sub-Saharan Africa and implementation of the Africa growth and opportunity Act, USTR, may 2007
- Leading exporters and importers of merchandise trade in the world (2005) excluding intra-EU trade, EUROSTATE, IMF (Dots).- IMF (International Monetary Fund). (2004). Direction of Trade Statistics Quarterly. Publication Services, IMF. Washington, DC < <http://www.imf.org>>
- IMF (International Monetary Fund). (2006). Direction of Trade Statistics Quarterly, IMF. Washington. DC MARCH 2006, <<http://www.imf.org>>
- Sheila, Page. (2000). Regionalism among Developing Countries. London: Macmillan Press Ltd. Overseas Development Institute.
- The EU and Africa towards a Strategic Partnership, Bonds submission to the house of Lords call for evidence, Feb 2006.
- <<http://www.worldbank.org/Data/Country Data/...PDF>>
- Word Bank.(2006).word Development Report 2005/2006.
- Word Development Indicators.2005.[CD-ROM].
- <<http://www.heritage.org/search>>
- UNCTAD. (2006). Word Investment Report, FDI from Developing and Transition Economies: Implications for Development. United Nations, New York and Geneva.
- UNCTAD.(2006). Handbook of International Trade and Development Statistics. <<http://www.UNCTAD.org>>
- UNDP, HDR (2006). Human Development Report.
- UN, Yearbook of International Trade Statistics.
- UNCTAD Handbook of Statistics 2006, United Nations, UNCTAD
- <<http://ec.Europa.Eu/trade/issues/bilateral/regions/euromed/index-en>>.htm, Mediterranean region.

