

بازارشناسی: شمال آفریقا

محمدرضا عابدین

(فوق لیسانس اقتصاد، موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی)

تصمیم توسط فعالان اقتصادی مورد استفاده قرار می‌گیرد، شاخص‌های کمی هستند که میزان ریسک مترتب بر کشورها را با یکدیگر مقایسه می‌کنند. شاخص ریسک ممکن است برای ارزیابی وضع سیاسی، اقتصادی، مالی و غیره مورد محاسبه قرار گیرد؛ در مجموع، هرچه ریسک کشوری بیشتر باشد، به معنای بی‌ثباتی در آن کشور است، در نتیجه فعالان و سرمایه‌گذاران کمتری جذب آن خواهند شد. در جدول (۱) ریسک سیاسی کشورهای مورد بررسی ارائه شده است. ریسک سیاسی، وضع ثبات سیاسی کشورها را نشان می‌دهد؛ هرچه امتیاز شاخص بزرگتر باشد، به معنای پایین بودن ریسک سیاسی است. بر مبنای این جدول مراکش باثبات‌ترین کشور و سومالی کم‌ثبات‌ترین کشورهای منطقه هستند.

در ادامه برخی شاخص‌های مهم اقتصاد کلان ایران و کشورهای مزبور ارائه می‌شود. این کشورها در سال ۲۰۰۳ میزان رشدی نزدیک به پنج درصد داشته‌اند که بهبودی نسبی را نیز به خود دیده‌اند. افزایش صادرات و در برخی کشورها بالا رفتن میزان مصارف دولتی عوامل اصلی محرک تولید در کشورهای منطقه محسوب می‌شوند. به رغم رشد مناسب تولید داخلی، این رشد در اکثر کشورهای شمال آفریقا کمتر از سطح متوسط مورد نیاز برای کاهش بیکاری است و میزان آن در سطحی مشابه اوایل دهه نود باقی مانده است. وجود بیکاری در این کشورها ناشی از عوامل متعددی مانند میزان رشد اقتصادی ناکافی، افزایش جمعیت، انعطاف ناپذیری بازار کار و عدم هماهنگی در عرضه مهارت‌های مورد نیاز است. میزان تورم این کشورها (به جز ایران)، اندک و پایین‌تر از سطح متوسط کشورهای در حال توسعه (۵/۹ درصد) است.

به جز ایران و لیبی که به دلیل افزایش قیمت نفت طی سال‌های اخیر با بهبود وضع مالی و کسب درآمدهای بالای ارزی مواجه بوده‌اند، سایر کشورها دارای وضع نامناسب مالی بوده‌اند.

این مطلب، با استفاده از شاخص مزیت نسبی آشکار شده، مزیت‌های نسبی ایران و همینطور کشورهای شمال آفریقا را برآورد و ضمن ساخت شناسی اقتصادی این کشورها، زمینه‌های همکاری ایران و آن‌ها را ارائه کرده است.

۱- مقدمه

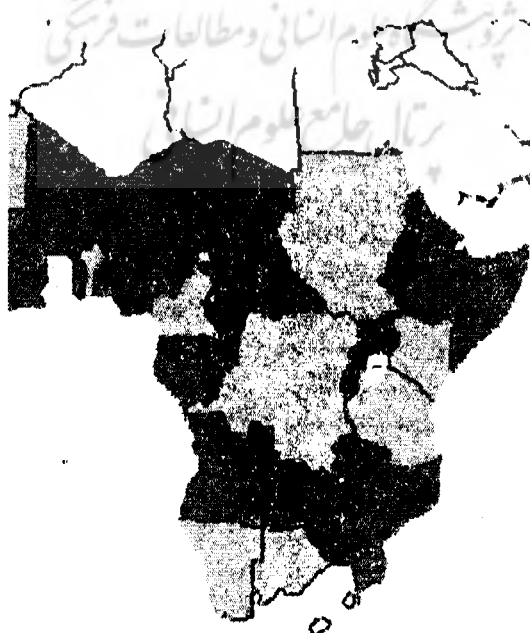
کشورهای شمال آفریقا به لحاظ جغرافیایی در منطقه‌ای مهم و استراتژیک قرار دارند. این کشورها از سویی متصل به منطقه خاورمیانه هستند و از سویی دیگر در نزدیکی قاره اروپا قرار دارد. کانال مهم سوئز به عنوان حلقه اتصال دریایی آسیا و اروپا نیز در این منطقه قرار دارد؛ همچنین بخش قابل توجهی از کشورهای عضو اتحادیه عرب در این بخش از جهان واقع‌اند. هر چند طی دو دهه اخیر روابط سیاسی و تجاری ایران با کشورهای مزبور با نوسانات زیادی مواجه بوده، در سال‌های اخیر تلاش‌هایی به منظور گسترش روابط متقابل شده است.

در این بررسی ابتدا فضای سیاسی حاکم بر ایران و کشورهای شمال

آفریقا (شامل الجزایر، تونس، جیبوتی، سودان، سومالی، کومور (جزایر)، لیبی، مراکش (مغرب)، مصر و موریتانی) مورد اشاره قرار می‌گیرد. بررسی وقایع سیاسی به سبب نقش آن‌ها در تعیین میزان خطر و ریسک مترتب بر تجارت و سرمایه‌گذاری فعالان سیاسی اهمیت پیدا می‌کند. سپس مزیت‌های تجاری ایران و این کشورها و همچنین عوامل موجد مزیت تجزیه و تحلیل خواهند شد. این بررسی به ما کمک خواهد کرد تا جایگاه دو طرف ایران و کشورهای مذکور در اقتصاد جهانی و تقسیم کار بین‌المللی روشن شود.

۲- فضای کلی حاکم بر منطقه

آنچه به عنوان معیاری برای اتخاذ



جدول (۱) - وضعیت ایران و کشورهای شمال آفریقا از نظر ریسک سیاسی در مهرماه ۱۳۸۲ (سیپتامبر ۲۰۰۳)

مجموع امتیازات	کیفیت پروکراسی	پاسخگویی دولت به مردم	تنش‌های قومی	نظم و قانون	تنش‌های مذهبی	دخالت ارتش در سیاست	فساد و رشوه‌خواری	برخوردهای خارجی	برخوردهای داخلی	ترکیب سرمایه	شرایط اقتصادی و اجتماعی	ثبات دولت	اجزاء ریسک سیاسی
۱۰۰	۴	۶	۶	۶	۶	۶	۶	۱۲	۱۲	۱۲	۱۲	۱۲	نام کشور حدمطلوب
۵۸/۰	۲	۳	۴/۵	۴	۲	۵	۲	۸/۵	۸/۵	۶	۵/۵	۷	ایران
۴۵/۵	۲	۲	۲	۲	۰	۰	۱/۵	۱۱	۴/۵	۸	۴	۸/۵	الجزایر
۷۳/۰	۲	۲	۵	۵	۵/۵	۴	۲	۱۱/۵	۱۰/۵	۹	۵/۵	۱۱	تونس
۴۵/۰	۱	۳/۵	۱	۲/۵	۱	۰	۱	۹/۵	۷/۵	۶	۲	۱۰	سودان
۲۷/۰	۰	۱	۲	۲	۳	۱	۱	۴	۴/۵	۲/۵	۱	۵	سومالی
۶۲/۰	۱	۱	۲	۴	۴	۳	۲	۱۰	۱۱/۵	۹	۴/۵	۱۰	لیبی
۷۳/۵	۲	۵	۵	۵	۵	۴	۳	۱۱	۹/۵	۹	۴/۵	۱۰/۵	مراکش
۶۴/۰	۲	۲	۶	۴	۳	۳	۱/۵	۱۰/۵	۱۰	۶/۵	۵/۵	۱۰	مصر

Source: September 2003, Number 9, Volum XXIV, International Country Risk Guide (PRS)

۳- روش شناسی پژوهش

به رغم تمامی مشکلات و دشواری هایی که در اندازه گیری مزیت نسبی در بحث های نظری و سیاستی وجود دارد، اکثر اقتصاددانان اصرار به استفاده از آن در مطالعات کاربردی دارند. این امر مستلزم به کارگیری روش های غیرمستقیم برای اندازه گیری مفهوم مزیت نسبی است. این روش ها با استفاده از داده های محرز شده پس از تجارت اقدام به محاسبه مزیت نسبی به ویژه مزیت نسبی صادراتی می کنند. در این میان یکی از شاخص هایی که با رویکرد غیرمستقیم مزیت نسبی را به صورت کمی اندازه گیری می کند شاخص "مزیت نسبی آشکار شده" است. بالاسا برای اولین بار این شاخص را در سال ۱۹۶۷ مورد استفاده قرار داد. پس از این سال، از این شاخص در گزارشات و مقالات علمی معتبر متعدد استفاده شد. شاخص مذکور از طرف بالاسا به صورت زیر تعریف شده است:

$$RCA_{ij} = (X_{ij} / X_j) / (X_{iw} / X_w)$$

در این رابطه:

- RCA_{ij} : شاخص مزیت نسبی آشکار شده کالای i در کشور j
- X_{ij} : ارزش صادرات کالای توسط کشور j
- X_j : ارزش کل صادرات کشور j
- X_{iw} : ارزش صادرات کالای i در جهان
- X_w : ارزش کل صادرات جهان

در این رابطه صورت کسر سهم کالای i در کشور j را در کل صادرات کشور j نشان می دهد. مخرج کسر، سهم همان کالا را از صادرات کل جهان به تصویر می کشد. بنابراین می توان گفت این رابطه ساختار صادراتی یک کشور در کالای i را در مقابل جهان بررسی می کند و مورد مقایسه قرار می دهد. چنانچه مقدار شاخص طی زمان روند صعودی داشته باشد، این امر حاکی از بهبود موقعیت رقابتی آن کالا در سطح جهان، در راستای استفاده مناسب از فرصت های پیش آمده، است. از طرف دیگر، نوسان زیاد ارقام این شاخص می تواند درجه ثبات پایین رژیم تجاری کشور را منعکس نماید.

مقدار شاخص بین صفر و بی نهایت قرار می گیرد. چنانچه این شاخص در فاصله صفر و یک واقع شود حاکی از آن است که کشور j در کالای i دارای مزیت نسبی آشکار شده نیست. مقدار این شاخص در فاصله یک تا بی نهایت نشان می دهد که کشور j در کالای i دارای مزیت نسبی آشکار شده است. همچنین روند صعودی (نزولی) شاخص، حرکت کشور به سوی تخصص گرایی (از دست دادن تخصص) در صادرات کالای مورد بررسی را به تصویر می کشد. بنابراین مقدار شاخص مذکور برای هر کالای صادراتی وضع مزیت نسبی آن کالا در بازار صادراتی بالفعل را منعکس می کند. علاوه بر این، نوسانات این معیار، طی دوره به عنوان تغییر در جایگاه مزیت نسبی کالا تلقی می شود. همچنین نوسانات حاصل در مزیت نسبی بستگی به تغییر نسبی هزینه تولید کالا، تغییرات در نوسانات نرخ ارز و یا تغییرات در موانع تجاری کشورها دارد. به عنوان شاخص مکمل برای مزیت نسبی آشکار شده از روند عملکرد صادراتی شاخص فوق طی دوره استفاده می شود که از رابطه زیر بدست می آید:

$$\gamma_{RCA} = \left[\left(\frac{RCA_t}{RCA_{t-n}} \right)^{\frac{1}{n}} - 1 \right] * 100$$

ثبات روند از جمله شاخص های دیگری است که می تواند در تحلیل شاخص مزیت نسبی آشکار شده کمک شایانی کند و از رابطه زیر قابل محاسبه است:

$$RCA_{ij} = RCA_{i0}(1 + \gamma_{RCA})^T$$

با لگاریتم گیری از طرفین، رابطه زیر حاصل می شود:

$$\ln RCA_{ij} = \ln RCA_{i0} + \ln(1 + \gamma_{RCA})^T$$

سپس با استفاده از روش حداقل مربعات معمولی (OLS) ضرایب الگو با ساده سازی، به صورت $R=a+bt$ قابل تخمین خواهد بود. مجذور ضریب همبستگی الگوی خطی (R^2)، میزان ثبات عملکرد صادراتی را نشان می دهد. هر اندازه که R^2 به سمت عدد یک میل کند، به معنای ثبات بالای عملکرد صادراتی طی دوره است و هر چه R^2 به صفر نزدیکتر باشد، بیانگر عدم ثبات و نوسانات شدیدتر در میزان عملکرد صادراتی است.

داده ها

اندازه گیری مزیت نسبی آشکار شده کشورهای شمال آفریقا با استفاده از آمار منتشر شده مرکز بین المللی تجارت (نرم افزار PC/TAS نسخه ۲۰۰۲) صورت گرفته است. آخرین نسخه این نرم افزار، اطلاعات صادرات کشورها را به تفکیک کدهای ۲۰ رقمی و شش رقمی طی سال های ۲۰۰۱-۱۹۹۷ (بر حسب ارزش دلاری) دربر می گیرد (البته در مقاله حاضر نتایج محاسبات صرفاً در حد کدهای دورقمی ارائه شده است). اطلاعات مزبور، کل صادرات کشورهای مورد بررسی اعم از نفتی و غیر نفتی را دربر می گیرد.

ضمناً عوامل موجد مزیت (صادرات متکی بر منابع طبیعی، صادرات متکی بر فناوری پایین، متوسط و بالا) در این تحقیق بر اساس طبقه بندی بخش آمار کالایی سازمان ملل صورت گرفته است.

۴- شناسایی مزیت های تجاری و عوامل اثر گذار بر مزیت های ایران و کشورهای شمال آفریقا

۴-۱- ایران

نتایج اندازه گیری شاخص مزیت نسبی آشکار شده برای مجموعه اقلام صادراتی ایران طی سال های ۲۰۰۱-۱۹۹۷ به همراه میزان رشد متوسط دوره و ضریب ثبات آن در جدول (۲) آمده است. این جدول که محاسبات مربوط به شاخص را با در نظر گرفتن صادرات نفت و در سطح کد دو رقمی سیستم هماهنگ (HS) منعکس می کند، حاکی از وجود مزیت نسبی برای هفت گروه صادراتی کشور است؛ این جدول همچون سایر جداول ارائه دهنده شاخص مزیت نسبی آشکار شده بر اساس متوسط شاخص مزبور برای دوره ۲۰۰۱-۱۹۹۷ مرتب شده است. مقدار شاخص مزیت نسبی آشکار شده پنج گروه بار شد منفی و تنها دو گروه بار شد مثبت بوده است. این هفت گروه طی سال های ۲۰۰۱-۱۹۹۷ در مجموع به لحاظ گروه سوخت های معدنی (کد ۲۷)، ۹۱/۷ درصد صادرات کشور را به خود اختصاص داده اند؛ سایر گروه ها تنها ۸/۳ درصد صادرات کل کشور را از آن خود کرده اند. با خارج کردن گروه سوخت های معدنی (کد ۲۷ که بیشتر نفت خام را شامل می شود)، شش گروه دیگر ۴۳/۷ درصد صادرات غیر نفتی کشور را نصیب خود کرده اند؛ در ادامه وضع مزیت نسبی ایران در صادرات به تفکیک گروه های تعرفه ای مختلف تشریح می شود.

طی دوره مورد بررسی، ایران در قسمت محصولات معدنی به ترتیب در گروه های سوخت های معدنی، روغن های معدنی و محصولات حاصل از تقطیر آن ها (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) بیش از یک و نول

بوده، در حالیکه در دو کد دیگر به رغم نبود مزیت نسبی، مقدار شاخص از روند صعودی برخوردار بوده است. مساله کاهش مزیت نسبی آشکار شده کد (۲۷) تا حد زیادی از نوسانات قیمت نفت نشأت گرفته است. البته ایران در گروه نمک گوگرد و ... (کد ۲۵) در سال های پایانی دوره به مزیت نسبی آشکار شده دست یافته است. با عنایت به وجود منابع معدنی فراوان در ایران، در صورت توجه جدی و حل مشکلات واحدهای تولیدی این گروه ها، انتظار می رود در آینده این محصولات رشد صادراتی نسبتاً خوبی داشته باشند.

بررسی اقلام صادراتی ایران به تفکیک کد شش رقمی نظام هماهنگ نشان می دهد^(۱) در زیر گروه سوخت های معدنی و روغن های معدنی به جز نفت خام (کد ۲۷۰۹)، در اقلامی نظیر نفت (کد ۲۷۰۸/۱۰)، تورب (کد ۲۷۰۳/۱۰)، فنل ها (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) بالاترین میزان مزیت نسبی آشکار شده وجود دارد. در گروه نمک گوگرد، سنگ و خاک نیز می توان به اقلامی نظیر سنگ مرمر و سنگ تراورتن کار نشده یا ناهمواری گرفته شده (کد ۲۵۱۵/۱۱)، قلوه سنگ، ریگ (کد ۲۵۱۷/۱۰)، گل سفید (کد ۲۵۰۹/۰۰) و پودر میکا (کد ۲۵۲۵/۱۰) اشاره کرد که بالاترین میزان مزیت نسبی را دارند. نتایج این بررسی ها نشان می دهد که ایران در قسمت محصولات معدنی در حال افزایش تخصص گرایی صادراتی است و انتظار می رود 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 گروه های فرش و سایر کفپوش ها (کد ۵۷)، پارچه های تاروپودباف (کد ۵۸)، پشم، موی نرم (کرک) یا ... (کد ۵۱)، پنبه (کد ۵۲) و سایر اشیاء نسجی دوخته شده ... (کد ۶۳) طی دوره ۲۰۰۱-۱۹۹۷ دارای عملکرد صادراتی بوده است. در گروه فرش و سایر کفپوش ها از مزیت نسبی برخوردار بوده و در سایر گروه ها به رغم نداشتن مزیت نسبی، شاخص مزبور روندی صعودی (به جز پنبه کد ۵۲) داشته است.

عملکرد نسبی صادرات کشور در مورد فرش و سایر کفپوش ها به عنوان یکی از گروه های صادرات سنتی کشور، حاکی از کاهش سهم ایران از بازارهای جهانی است. مقدار قابل توجه شاخص مزیت نسبی آشکار شده گروه (RCA=۲۲/۸) حاصل مزیت های نسبی طبیعی و یا استثنایی است که ریشه در گذشته تاریخی این سرزمین دارد. در بازار جهانی فرش با توجه به اینکه مزیت های نسبی رقبا به مزیت های رقابتی تبدیل شده و از طرف دیگر ایران صرفاً با تکیه بر مزیت های نسبی طبیعی و ایستا و بی توجهی به پویاسازی آن در این بازار فعالیت می کند، نمی توان 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 سالیق و ویژگی های مصرف کنندگان در بازارهای جهانی چشم انداز مطلوبی را در پیش روی این صنعت قرار نمی دهد. در مقابل، با سامان دادن به اوضاع تولید داخلی فرش و توجه به مشتری گرایی در عرضه فرش به بازارهای جهانی، می توان صادرات این گروه از محصولات غیر نفتی را رونق بخشید و اقتصاد کشور را از وابستگی به صادرات نفت خام نجات داد.

در قسمت مواد نسجی و مصنوعات از این مواد تا حدود زیادی ایران در حال افزایش تخصص گرایی صادراتی خود است. اگر چه بخش مهمی از آن را فرش و سایر کفپوش ها 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 شش رقمی نظام هماهنگ اقلامی نظیر سایر (کدهای ۵۶۰۲/۹۰ و ۵۶۰۷/۹۰)، نخ و طناب کائوچویی، پوشاننده با نسوج (کد ۵۶۰۴/۱۰)، لباس از پنبه (کد ۶۲۰۴/۴۲)، پارچه های مخمل و پولش با پرز بودی قطع نشده (کد ۵۸۰۱/۲۱) بالاترین مقدار مزیت نسبی آشکار شده را دارند.

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 انگه ها، رزین ها و سایر (کد ۱۳) از بالاترین میزان مزیت نسبی آشکار شده برخوردار است. با نگاهی به روند شاخص مزیت نسبی آشکار شده طی دوره ۲۰۰۱-۱۹۹۷ ملاحظه می شود که چهار گروه اول این فهرست، ضمن برخورداری از مزیت نسبی از روند مثبتی در این شاخص بهره مند بوده اند (به جز مورد سایر محصولات زنده).

در میان گروه های مذکور، میوه و میوه های سخت پوست خوراکی، پوست مرکبات یا پوست خربزه یا همانند (کد ۰۸) در سید کالا های صادراتی کشور از حیث مزیت نسبی صادراتی سومین رتبه را داراست. نکته قابل توجه در این باره روند مثبت شاخص این گروه طی سال های ۲۰۰۱-۱۹۹۷ است که به رغم رشد منفی دو گروه اول، بیشترین مزیت نسبی را در سید کالا های صادراتی کشور (گروه های ۵۷ و ۲۷) دارد؛ به طوری که سالیانه ۱۳/۳ درصد رشد در مزیت نسبی صادراتی این گروه در مقابل رشد منفی دو گروه اول قابل مشاهده است. در این گروه محصولات (بر حسب کد شش رقمی نظام هماهنگ) نظیر فندق که پوست سخت آن کنده شده با کد ۰۸۰۲۲۲ (RCA=۱۵۶/۳)، شاه بلوط و بلوط با کد ۰۸۰۲۴۰ (RCA=۱۲۵/۰۷)، لیمو با کد ۰۸۰۵۲۰ (RCA=۱۷/۶) و پسته با کد ۰۸۰۲۵۰ (RCA=۱/۰۹) از جمله مهمترین محصولات دارای روند مثبت مزیت نسبی آشکار شده هستند. 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 را در مورد آن ها صورت داد) دارد، اما طی سال های ۲۰۰۱-۱۹۹۷ مزیت نسبی این محصولات از روند مثبتی برخوردار 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 از محصولات است.

در 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 سبزی ها (کد ۲۰)، فرآورده های گوشت و ماهی (کد ۱۶)، قند و شکر و شیرینی (کد ۱۷)، فرآورده های خوراکی گوناگون (کد ۲۱) و کاکائو و فرآورده های آن (کد ۱۸)، بالاترین مزیت نسبی آشکار شده برخوردار است. البته در سه گروه اول مزیت دارد و در سایر موارد مزیت نسبی ندارد. روند شاخص مزیت نسبی آشکار شده در گروه های مذکور 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 برخوردار باشند، در این مورد نه تنها مزیت چندانی مشاهده نمی شود، بلکه آنچه به صورت بالفعل مشاهده می شود نیز به دلیل عدم توجه به خلق و حتی حفظ مزیت ها، در حال از دست رفتن است. در مورد گروه پوست و چرم (کد ۴۱) نیز همین روند ملاحظه می شود و با وجود مزیت نسبی در سال های اولیه، این شرایط در سال های پایانی به عدم مزیت تبدیل شده است.

تحت عنوان قسمت فلزات معمولی و مصنوعات آن ها (به تفکیک کدهای دورقمی نظام هماهنگ)، 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 شوند. روند شاخص مزیت نسبی آشکار شده طی سال های ۲۰۰۱-۱۹۹۷، حاکی از افزایش تخصص گرایی صادراتی ایران در این

جدول (۲) - میزان شاخص مزیت نسبی صادراتی کشور ایران به تفکیک کدهای کالایی دورقمی نظام هماهنگ طی سال‌های

۱۹۹۷-۲۰۰۱

کد HS	شرح	1997	1998	1999	2000	2001*	1997-2001	میزان رشد (درصد)	ضریب ثبات
57	فرش و سایر کف‌پوشها از مواد نسجی	22.68	30.22	25.79	19.90	19.96	22.77	-3.14	32.48
27	سوخته‌های معدنی، روغنهای معدنی و ...	10.67	13.18	12.35	8.99	9.00	10.50	-4.15	38.76
08	میوه‌های خوراکی، پوست مرکبات و ...	2.48	6.60	3.97	3.24	4.09	3.84	13.27	0.02
05	سایر محصولات حیوانی	2.49	3.33	2.33	1.72	1.93	2.24	-6.17	48.03
14	مواد قابل‌بافت، سایر محصولات نباتی	0.88	3.04	3.14	1.14	1.56	1.81	15.39	0.66
19	فرآورده‌های غلات، آرد، نشاسته و ...	2.20	1.83	1.29	0.74	0.53	1.21	-30.03	98.32
41	پوست (غیر از پوستهای نرم) و چرم	1.44	1.21	0.94	0.84	0.92	1.04	-10.57	79.14
09	قهوه، چای، ماته، ادویه و ...	0.39	1.15	0.98	0.97	1.45	0.91	38.67	63.37
25	نمک، گوگرد خاک و سنگ گچ و ...	0.31	0.76	0.86	0.99	1.47	0.87	47.49	93.00
20	فرآورده‌های سبزیجات، میوه‌ها و ...	0.87	0.95	0.89	0.74	0.57	0.78	-9.82	70.45
07	سبزیجات، نباتات و ...	0.65	0.77	0.43	0.36	1.09	0.64	13.71	6.17
13	انگه‌ها، رزین‌ها و سایر شیره‌ها و ...	0.44	0.76	0.70	0.61	0.76	0.63	14.63	32.29
74	مس و مصنوعات از مس	0.70	0.42	0.80	0.55	0.67	0.63	-1.00	0.70
16	فرآورده‌های گوشت، ماهی و ...	0.59	1.07	0.44	0.57	0.63	0.62	1.56	7.84
58	پارچه‌های تاروبودبافت مخصوص و ...	0.49	0.40	0.40	0.54	1.07	0.59	21.80	53.72
34	صابون، مواد آلی تانسئواکتیو و ...	0.58	0.74	0.50	0.48	0.60	0.56	0.95	10.96
72	چدن، آهن و فولاد	0.37	0.38	0.49	0.41	0.48	0.42	6.32	49.77
68	مصنوعات از سنگ، گچ، سیمان و ...	0.23	0.43	0.33	0.33	0.74	0.41	34.22	55.62
26	سنگ فلز، جوش و خاکستر	0.44	0.19	0.39	0.30	0.62	0.40	9.17	21.39
69	محصولات سرامیکی	0.47	0.49	0.34	0.30	0.38	0.38	-5.51	54.94
93	اسلحه و مهمات، اجزاء و قطعات آنها و ...	0.00	0.03	0.22	1.33	0.00	0.36	-	12.80
17	قند و شکر و شیرینی	0.51	0.36	0.28	0.32	0.30	0.34	-12.61	61.85
64	کفش، گتر و اشیاء همانند و اجزا این اشیاء	0.34	0.39	0.24	0.24	0.50	0.34	10.34	6.88
46	مصنوعات حصیری یا سبذافی	0.22	0.20	0.40	0.31	0.35	0.31	12.74	48.30
51	پشم، موی نرم (کرک) یا زیر حیوان و ...	0.22	0.15	0.33	0.36	0.44	0.30	18.93	80.22
79	روی و مصنوعات از روی	0.01	0.04	0.14	0.36	0.87	0.30	188.21	82.18

منبع: یافته‌های پژوهش (براساس داده‌های نرم‌افزار اطلاعاتی PC/TAS).

*ارقام برآورد هستند.

جدول (۳) - میزان شاخص مزیت نسبی صادراتی کشور الجزایر به تفکیک کدهای کالایی دورقمی نظام هماهنگ طی سال‌های

۱۹۹۷-۲۰۰۱

کد HS	شرح	1997	1998	1999	2000	2001*	1997-2001	میزان رشد (درصد)	ضریب ثبات
27	سوخته‌های معدنی، روغنهای معدنی و ...	12.115	16.020	14.049	9.943	10.032	11.895	-4.61	38.08
45	چوب پنبه و اشیاء ساخته شده از آن	1.854	4.248	3.694	3.225	3.491	3.248	17.14	15.89
79	روی و مصنوعات از روی	1.772	2.857	1.792	0.955	1.035	1.531	-12.59	48.58
28	محصولات شیمیایی غیرآلی و ...	0.730	0.750	0.727	0.501	0.708	0.658	-0.74	20.09
25	نمک، گوگرد خاک و سنگ گچ و ...	0.482	0.823	0.686	0.344	0.560	0.535	3.85	7.60
31	کودها	0.085	0.374	0.179	0.280	1.171	0.411	92.45	57.10
41	پوست (غیر از پوستهای نرم) و چرم	0.200	0.267	0.215	0.204	0.353	0.248	15.24	35.06
78	سرب و مصنوعات از سرب	0.323	0.432	0.201	0.154	0.070	0.220	-31.63	75.25
08	میوه‌های خوراکی، پوست مرکبات و ...	0.252	0.310	0.200	0.131	0.139	0.192	-13.83	70.95
72	چدن، آهن و فولاد	0.218	0.137	0.177	0.150	0.103	0.155	-17.21	63.37
29	محصولات شیمیایی آلی	0.147	0.112	0.130	0.108	0.088	0.114	-12.08	73.16
34	صابون، مواد آلی تانسوآکتیو و ...	0.081	0.126	0.290	0.080	0.000	0.104	-100.00	9.26
74	مس و مصنوعات از مس	0.075	0.047	0.029	0.033	0.121	0.062	12.70	10.38
22	نوشابه‌ها، آبگونه‌های الکلی و سرکه	0.066	0.076	0.043	0.070	0.040	0.058	-12.08	32.19
96	مصنوعات گوناگون	0.184	0.020	0.012	0.011	0.002	0.043	-67.55	57.76
15	چربیها و روغنهای حیوانی یا نباتی و ...	0.011	0.022	0.084	0.062	0.010	0.038	-0.70	3.46
82	ابزارها، ابزارآلات، قاشق، چنگال و ...	0.012	0.064	0.058	0.040	0.008	0.034	-9.69	3.95
36	باروت و مواد منفجره، کبریت و ...	0.091	0.000	0.010	0.026	0.026	0.032	-26.74	21.22
03	ماهیها، قشرداران، صدفداران و ...	0.021	0.016	0.028	0.028	0.053	0.031	25.90	71.78
33	روغنهای اسانسی و شبه‌رزینها و ...	0.141	0.002	0.016	0.004	0.001	0.030	-68.39	52.15
73	مصنوعات از چدن، آهن یا فولاد	0.042	0.043	0.010	0.025	0.029	0.029	-8.84	25.99
88	وسائط نقلیه هوایی، فضایی و ...	0.000	0.000	0.028	0.030	0.055	0.026	965.03	91.32
49	کتاب، روزنامه، تصویر و ...	0.023	0.036	0.028	0.021	0.027	0.026	4.69	2.43
12	دانه و میوه‌های روغن‌دار و ...	0.053	0.012	0.024	0.019	0.017	0.025	-25.08	41.26

منبع: محاسبه شده براساس: نرم‌افزار اطلاعاتی PC/TAS.

*ارقام برآورد هستند.

گروه از محصولات طی سال های آتی است. البته هر چند ایران در هیچ یک از گروه های فوق مزیت نسبی ندارد ولی روند شاخص آن مثبت است.

در مجموع، عدم تنوع در اقلام دارای مزیت نسبی آشکار شده به وابستگی شدید اقتصاد ایران به صادرات نفت باز می گردد، به طوریکه بخش مهمی از صادرات (بیش از ۸۰ درصد) از بخش نفت و فرآورده های حاصل از آن است.

بررسی ترکیب اقلام صادراتی دارای مزیت نسبی صادراتی (طی سالهای ۱۹۹۷-۲۰۰۱) حاکی از آن است که ایران بیشتر صادرکننده نفت خام، محصولات کشاورزی، مواد اولیه بخش صنعت و یا محصولات صنعتی با ارزش افزوده پایین است. فهرست اقلام صادراتی کشور بر حسب کد شش رقمی نظام هماهنگ حاکی از آن است که از مجموع ۱۵۶۶ قلم کالای صادراتی، تعداد ۲۶۷ قلم کالا، دارای مزیت نسبی صادراتی است که ۱۵۳ قلم آن دارای رشد مثبت و باقی اقلام دارای رشد منفی بوده اند. همچنین از کل ۱۵۶۶ قلم کالای دارای عملکرد نسبی صادراتی، ۶۸۸ قلم کالا با روندی مطلوب (رشد مثبت) مواجه بوده اند.

نتایج حاصل از بررسی تخصص گرای صادراتی ایران از بعد عوامل موجد مزیت حاکی از آن است که بیشتر گروه های کالایی صادراتی متکی بر منابع طبیعی بوده اند. اگرچه ایران در زمینه فرش و سایر کفپوش ها از مواد نسجی (که بر اساس طبقه بندی کالاها در زمره صنایع با فناوری پایین است) در رتبه اول از لحاظ تخصص صادراتی قرار گرفته است؛ اما ریشه اصلی مزیت آن در کاربری این نوع صنایع است.

۴-۲-۴- الجزایر

جدول (۳) مقادیر شاخص مزیت نسبی آشکار شده صادراتی کشور الجزایر را طی سال های ۱۹۹۷-۲۰۰۱ نشان می دهد، به علت کمبود آمار، شاخص مزیت نسبی آشکار شده در سال ۲۰۰۱ برآوردی است. در ساختار اقتصادی این کشور نیز همانند ایران، نفت بالاترین عملکرد صادراتی را داراست. مزیت نسبی صادراتی سوخت های معدنی این کشور (که بیشتر آن نفت است) از ۱۲ در سال ۱۹۹۷ به ۱۶ در سال ۱۹۹۸ افزایش و سپس باروند کاهشی در سال ۲۰۰۱ به سطح ۱۰ رسیده است. چنانچه از جدول مذکور ملاحظه می شود از مجموع ۶۸ گروه صادراتی (در سطح کد دورقمی نظام هماهنگ) این کشور تنها در سه گروه صادراتی از مزیت نسبی آشکار شده برخوردار است.

کشور الجزایر در زمینه خاک (کد ۲۵) نیز فعالیت صادراتی دارد که روند صادرات آن با تغییر چشمگیری مواجه نبوده است. چوب پنبه و اشیای ساخته شده از چوب (کد ۴۵) و روی و مصنوعات از روی (کد ۷۹) دو گروه دیگر از اقلام مزیت دار الجزایر محسوب می شوند. دو گروه کود شیمیایی (کد ۳۱) و پوست و چرم (کد ۴۱) از جمله محصولاتی هستند که با توجه به روند گذشته شاخص مزیت نسبی آشکار شده آن ها پیش بینی می شود که در سال های آتی در سید کالا های صادراتی این کشور از سهم قابل توجهی برخوردار گردند. پراکندگی گروه های صادراتی مندرج در این جدول موجب شده تا نتوان الگوی صادراتی این کشور را به صورت شفاف نشان داد. اما آنچه در ساختار و ترکیب گروه های صادراتی این کشور می توان مشاهده کرد، آن است که برخلاف اغلب کشورهای مورد بررسی که بیشتر دارای ساختار صادراتی کشاورزی هستند، این کشور تا حدی از ساختار صادراتی صنعتی برخوردار است. به همین منظور در خصوص فرآورده های کشاورزی صادراتی ایران (مانند گروه میوه های خوراکی با کد ۰۸) که جزء مزیت های کشور نیز محسوب می شوند، می توان امکان توسعه صادرات را فراهم کرد.

با نگاهی به مزیت های نسبی این کشور ملاحظه می شود که اگرچه این کشور از الگوی نسبتاً صنعتی صادراتی برخوردار است، اما صادرات مزیت دار این

کشور متکی به منابع طبیعی است. در واقع تشابه زیادی میان ایران و الجزایر در خصوص عوامل موجد مزیت وجود دارد.

۴-۳- تونس

جدول (۴) مقادیر شاخص مزیت نسبی آشکار شده اقلام صادراتی تونس را طی دوره ۱۹۹۷-۲۰۰۱ نشان می دهد. البته به سبب گزارش نشدن آمار صادرات سال ۲۰۰۱، شاخص مزبور در این سال برآوردی است. بر اساس محاسبات انجام شده از ۹۸ گروه صادراتی در کد دورقمی (نظام هماهنگ) این کشور، تنها ۲۲ گروه دارای مزیت نسبی آشکار شده است.

در قسمت مواد نسجی و مصنوعات از این مواد، این کشور در مجموعه اقلام لباس و متفرعات لباس (کد ۶۲)، سایر الیاف نسجی نباتی (کد ۵۳)، سایر اشیاء نسجی دوخته (کد ۶۳) و پنبه (کد ۵۲) دارای مزیت نسبی آشکار شده است. در مقابل، در مجموعه اقلام پارچه های تاروپودنیاف (کد ۵۸)، الیاف رشته های سنتتیک یا... (کد ۵۵)، اوات، نمودو پارچه های نباتی (کد ۵۶)، فرش و سایر کفپوش ها از مو (کد ۵۷) و ابریشم (کد ۵۰)، گرچه صادرات وجود داشته، ولی طی دوره مورد بررسی مزیت نسبی آشکار شده وجود نداشته است. الیاف رشته های سنتتیک یا... (کد ۵۵) به رغم نبود مزیت نسبی صادراتی در سال های اولیه، با بهبود در عملکرد صادراتی توانسته در سال های پایانی به مزیت نسبی صادراتی دست یابد. در مورد سایر کالاها نظیر فرش و سایر کفپوش ها از مو و ابریشم نیز بهبود در عملکرد صادراتی منجر به افزایش شاخص مزیت نسبی آشکار شده و به عبارت دیگر حرکت به سمت بهبود تخصص گرای صادراتی، شده است. به طور خلاصه، تونس ضمن داشتن تخصص صادراتی در قسمت مواد نسجی، در حال بهبود وضع خود نیز هست.

در قسمت صنایع شیمیایی و صنایع وابسته به آن، تونس در زمینه کودها (کد ۳۱)، محصولات شیمیایی غیر آلی (کد ۲۸)، باروت و مواد منفجره (کد ۳۶)، صابون ها، مواد آلی تانسواکتیو (کد ۳۴) و روغن های اسانس (کد ۳۳) دارای عملکرد صادراتی است؛ در سه مورد اول دارای مزیت نسبی صادراتی است ولی در حال از دست دادن آن است. در دو مورد دیگر نیز، نه تنها مزیت نسبی صادراتی ندارد، مقدار شاخص آن با روند نزولی مواجه بوده است. همچنین این کشور در صادرات صنایع شیمیایی در حال از دست دادن تخصص صادراتی است. از دیگر گروه های صادراتی مزیت دار تونس می توان به چربی ها و روغن های حیوانی یا نباتی (کد ۱۵) اشاره کرد. مقدار مزیت نسبی آشکار شده این گروه از ۹/۶۵ در سال ۱۹۹۷ با نوساناتی به مقدار ۶/۷۶ در سال ۲۰۰۱ رسیده که روند کاهشی آن از سال ۱۹۹۹ به بعد به وضوح قابل مشاهده است. در این گروه نیز تخصص گرای صادراتی تونس در حال کاهش است.

در قسمت کفش و کلاه، چتر و بارانی، کشور تونس در زمینه های کفش، گتر و اشیاء همانند (کد ۶۴)، کلاه و اجزاء کلاه (کد ۶۵) و چتر بارانی، چتر آفتابی، عصا و... (کد ۶۶) دارای فعالیت صادراتی بوده که در دو مورد اول یعنی کفش و کلاه از مزیت نسبی صادراتی برخوردار است. البته عملکرد صادراتی آن در کفش، فزاینده و در مورد کلاه، کاهنده بوده است. در مورد چتر بارانی و آفتابی نیز تونس با عملکرد صادراتی بالا، عدم مزیت صادراتی در سال های اولیه را به مزیت صادراتی در سال های پایانی تبدیل کرده است. گروه کفش، کلاه، چتر و... از جمله دیگر گروه هایی است که تونس با عملکرد صادراتی مناسب در حال بهبود تخصص گرای خود است. تونس در زمینه کشاورزی، به ترتیب کسب بالاترین مزیت نسبی صادراتی، در گروه های محصولات صنعت آردساز (کد ۱۱)، ماهی ها، قشر داران، صدف داران و... (کد ۰۳)، میوه های خوراکی، پوست مرکبات (کد ۰۸) و سایر محصولات حیوانی (کد ۰۵) فعالیت صادراتی دارد که

در دو مورد اول روند تخصص‌گرایی کاهشی و در دو مورد دیگر روند تخصص‌گرایی افزایشی بوده است.

در قسمت محصولات معدنی، مجموعه اقلام نمک، گوگرد، خاک و سنگ (کد ۲۵)، سوخت‌های معدنی و روغن‌ها (کد ۲۷) و گروه سنگ فلز، جوش و خاکستر (کد ۲۶) صادرات وجود داشته است. در دو مورد اول اگر چه مزیت نسبی آشکار شده وجود داشته ولی روند آن طی دوره مورد بررسی در حال کاهش بوده و انتظار می‌رود در سال‌های بعد نیز کاسته شود. در مورد سنگ فلز، جوش و خاکستر (کد ۲۶) اگر چه مزیت نسبی صادراتی وجود ندارد، لیکن طی سال‌های ۲۰۰۱-۱۹۹۷ با بهبود در عملکرد صادراتی، شاخص مزیت نسبی از رشد نسبتاً مناسبی برخوردار بوده است. تونس در محصولات سرمایه‌کی (کد ۶۹) و مصنوعات از سنگ گچ، سیمان (کد ۶۸) نیز فعالیت صادراتی دارد. به طوریکه در محصولات سرمایه‌کی مقدار شاخص از ۱/۶۸ در سال ۱۹۹۷ با نوساناتی به ۱/۲۷ در سال ۲۰۰۱ کاهش یافته است، با وجود این، هنوز جزو اقلام صادراتی مزیت‌دار این کشور محسوب می‌شود. در خصوص مصنوعات از سنگ گچ و سیمان (کد ۶۸) نیز عملکرد صادراتی بین سال‌های ۲۰۰۱-۱۹۹۷ نشان‌دهنده کاهش تخصص‌گرایی صادراتی است. به طور خلاصه پیش‌بینی می‌شود مجموعه این اقلام در سال‌های بعد با کاهش در سهم صادراتی مواجه شوند.

در مجموعه محصولات صنایع غذایی، در زمینه توتون و تباکو و بدل (کد ۲۴)، فرآورده‌های غلات، آرد... (کد ۱۹)، فرآورده‌های سبزی‌ها (کد ۲۰) و نوشابه‌ها، آب‌گونه‌ها و ... (کد ۲۲) فعالیت صادراتی وجود داشته است. در دو مورد اول با وجود مزیت نسبی در سال‌های اولیه، عملکرد صادراتی نامناسب منجر به خارج شدن آن‌ها از فهرست اقلام دارای مزیت نسبی صادراتی در سال‌های پایانی شده است.

در کل روند عملکرد صادراتی محصولات صنایع غذایی حاکی از آن است که این کشور در حال از دست دادن تخصص صادراتی در این زمینه است و در آینده‌ای نزدیک سهم صادراتی این گروه در سبد کالاهای صادراتی تونس تا حد زیادی کاهش خواهد یافت.

اشیای ساخته شده از چرم (کد ۴۲)، پوست و چرم (کد ۴۱) و پوست‌های نرم طبیعی (کد ۴۳) از جمله گروه‌های صادراتی تونس در سال‌های مورد بررسی بوده‌اند. در مورد اشیای ساخته شده از چرم شاخص مزیت نسبی صادراتی طی سال‌های مورد بررسی با یک رشد بطئی از ۱/۲۹ در سال ۱۹۹۷ به سطح ۰/۳۹ در سال ۲۰۰۱ رسیده است. در مورد پوست و چرم اگر چه در سال‌های اولیه مزیت نسبی مشاهده نمی‌شود ولی در سال‌های بعد (از ۱۹۹۸ به بعد) با بهبود عملکرد صادراتی، موجب افزایش تخصص‌گرایی صادراتی شده است. صادرات پوست‌های چرم طبیعی با وجود داشتن مزیت نسبی صادراتی در سال‌های ۹۸-۱۹۹۷، در سال‌های بعد با کودمواجه شده است. در واقع، عملکرد صادراتی تونس در این گروه نشان‌دهنده حرکت به سمت صادرات محصولات با ارزش افزوده بالاتر است. بررسی‌های انجام شده نشان می‌دهد که تونس در گروه‌های مواد نسجی و مصنوعات از این مواد، کفش، کلاه، چتر و پوست و چرم و اشیای ساخته شده از آن در حال افزایش تخصص‌گرایی صادراتی و در سایر گروه‌ها نظیر صنایع شیمیایی و صنایع غذایی در حال کاهش تخصص‌گرایی صادراتی است.

چنانچه از فهرست کالاهای مزیت‌دار تونس ملاحظه می‌شود، این کشور نیز بیشتر صادرکننده کالاهای متکی بر منابع طبیعی و فناوری پایین است.

۴-۴- جیبوتی

جدول (۵) اقلام صادراتی جیبوتی را طی سال‌های ۲۰۰۱-۱۹۹۷ بر حسب

کد دورقمی نظام هماهنگ نشان می‌دهد. با توجه به اینکه این کشور هنوز به‌عنوان گزارش‌دهنده به مرکز بین‌المللی تجارت محسوب نمی‌شود، مزیت نسبی آشکار شده محصولات صادراتی آن، تخمین زده شده است. براساس آنچه در جدول مذکور ملاحظه می‌شود، از ۵۹ گروه صادراتی این کشور در سطح کدهای دورقمی، ۲۷ گروه دارای مزیت نسبی آشکار شده بالاتر از یک هستند. از این میان پنج گروه با افزایش تخصص‌گرایی در صادرات و تولید، رشد مثبت طی دوره برای مزیت نسبی آشکار شده و ۲۲ گروه با کاهش در تخصص‌گرایی مواجه‌اند. در ادامه، زیرگروه‌های مزیت‌دار این کشور در قالب بخش‌های اقتصادی مورد تحلیل قرار می‌گیرند.

گروه پوست و چرم (کد ۴۱) با مقدار متوسط ۲۷/۴۶، برای شاخص مزیت نسبی آشکار شده، در میان سایر گروه‌های صادراتی در رتبه اول قرار دارد. مقدار شاخص این گروه در ابتدای دوره (سال ۱۹۹۷)، معادل ۹/۵۶ بوده که با رشد متوسط سالیانه ۶۵/۶ درصد به ۷۱/۸۹ در سال ۲۰۰۱ افزایش یافته است. ضریب ثبات بالا برای این گروه (۹۲/۵۸) مویذ افزایش مستمر این شاخص طی دوره مورد بررسی است. در قسمت محصولات معدنی، این کشور در نمک، گوگرد، خاک و سنگ (کد ۲۵) و سنگ فلز، جوش و خاکستر (کد ۲۶) دارای فعالیت صادراتی بوده که روند شاخص برای هر دو گروه مذکور حکایت از کاهش تخصص‌گرایی در صادرات است. در مورد نمک، گوگرد، خاک و سنگ شاخص مزیت نسبی آشکار شده از نوسان بسیار بالایی برخوردار بوده، به طوریکه این شاخص از ۲/۲ در سال ۱۹۹۷، ابتدا به ۴۳/۶ در سال ۱۹۹۹ افزایش و سپس به ۱/۲۶ در سال ۲۰۰۱ کاهش یافته است. با وجود این، جیبوتی تا سال ۲۰۰۱ در صادرات این گروه از مزیت نسبی برخوردار بوده است. در مورد گروه سنگ فلز، جوش و خاکستر تنها در ابتدای دوره (۹۸-۱۹۹۷) عملکرد صادراتی داشته و در بقیه سال‌ها شاخص فوق حکایت از قطع صادرات این گروه دارد. در بخش محصولات کشاورزی (حیوانات زنده و محصولات نباتی)، این کشور در گروه‌های قهوه، چای، مانه و ادویه (کد ۰۹)، حیوانات زنده (کد ۰۱)، دانه و میوه‌های روغن‌دار (کد ۱۲)، سایر حیوانات زنده (کد ۰۵)، میوه‌های خوراکی (کد ۰۸)، انگه، صمغ‌ها، رزین‌ها و ... (کد ۱۳)، غلات (کد ۱۰)، شیر و محصولات لبنی (کد ۰۴) و ماهی‌ها و قشر داران (کد ۰۳) که به ترتیب از بالاترین مقدار شاخص مزیت نسبی آشکار شده برخوردار بوده‌اند، دارای عملکرد صادراتی بوده است؛ و به جز مورد ماهی‌ها و قشر داران (که در سال‌های اولیه از مزیت نسبی برخوردار نبوده ولی با رشد صادراتی مطلوب در سال‌های بعد توانسته به مزیت نسبی دست یابد) در تمامی محصولات صادراتی کشاورزی از مزیت نسبی برخوردار است. بررسی روند شاخص در بخش کشاورزی حاکی از افزایش تخصص‌گرایی صادراتی این کشور در این مجموعه از کالاهاست.

با نگاهی به جدول (۵) ملاحظه می‌شود که سمت‌گیری صادراتی این کشور در سال‌های آتی به سوی افزایش سهم بخش کشاورزی در صادرات ملی خواهد بود. از طرف دیگر نوسانات شدید در شاخص مزیت نسبی آشکار شده بسیاری از گروه‌های دارای مزیت، حاکی از وجود صادرات اتفاقی و تصادفی است. مقایسه کالاهای مزیت‌دار ایران و جیبوتی نشان می‌دهد که گروه‌های پوست و چرم، سایر محصولات حیوانی، فرش و سایر کفپوش‌ها از مو و میوه‌های خوراکی، پوست و مرکبات جزو گروه‌های دارای مزیت نسبی مشترک دو کشور است. صادرات گروه فرش و کفپوش‌های جیبوتی در حال گرفتن در سبد کالاهای صادراتی این کشور است. همچنین در زمینه فلزات اساسی نظیر آهن و چدن، مس و مصنوعات از مس امکان افزایش تجارت کالایی وجود دارد.

در مجموع با نگاهی به فهرست کالاهای مزیت‌دار صادراتی جیبوتی

جدول (۴) - میزان شاخص مزیت نسبی صادراتی کشور تونس به تفکیک کدهای کالایی دورقمی نظام هماهنگ طی سال‌های

۱۹۹۷-۲۰۰۱

کد HS	شرح	1997	1998	1999	2000	2001*	1997-2001	میزان رشد (درصد)	ضریب ثبات
62	لباس و متفرعات لباس، غیر کشفای و	18.70	18.93	18.23	17.69	20.64	18.90	2.5	14.21
31	کودها	14.96	16.30	16.92	17.43	14.47	15.98	-0.8	0.04
15	چربیها و روغنهای حیوانی یا نباتی و ...	9.65	6.68	12.74	11.04	6.76	9.52	-8.5	0.71
28	محصولات شیمیایی غیرآلی و ...	7.76	7.46	7.56	6.48	2.89	6.37	-21.9	69.02
61	لباس و متفرعات لباس از کشفای و	4.53	4.74	5.11	5.33	6.88	5.38	11.0	81.57
64	کفش، گترو اشیاء همانند، اجزا این اشیاء	4.25	4.63	5.13	5.58	6.04	5.13	9.2	99.86
45	چوب پنبه و اشیاء ساخته شده از آن	4.24	4.91	5.72	8.03	1.35	4.83	-24.9	3.06
11	محصولات صنعت آردسازی، مالت و ...	5.53	5.66	4.76	7.18	0.20	4.65	-56.4	29.83
25	نمک، گوگرد خاک و سنگ گچ و ...	4.27	3.60	3.52	3.82	2.98	3.65	-8.6	62.89
53	سایر الیاف نسجی نباتی، نخ کاغذی و	2.98	2.97	3.43	4.54	4.32	3.63	9.8	82.23
63	سایر اشیاء نسجی دوخته و مهیا و	2.71	2.86	2.36	2.94	4.16	3.05	11.3	47.26
03	ماهیها، قشرداران، صدقداران و ...	2.14	2.39	1.79	1.98	1.88	2.03	-3.2	39.03
69	محصولات سرامیکی	1.68	1.85	1.74	2.33	1.27	1.76	-6.8	2.07
52	پنبه	1.49	1.36	1.52	2.13	2.31	1.74	11.6	79.61
08	میوههای خوراکی، پوست مرکبات و ...	1.55	1.99	1.55	1.61	1.89	1.72	5.1	5.31
36	باروت و مواد منفجره، کبریت و ...	3.70	1.92	1.11	0.94	0.94	1.71	-29.0	76.01
24	توتون و تنباکو و بدل توتون و	2.65	2.03	1.77	1.53	0.05	1.65	-63.5	87.27
19	فرآوردههای غلات، آرد، نشاسته و ...	1.67	1.62	1.66	1.82	0.43	1.41	-28.9	39.70
42	اشیاء ساخته شده از چرم و	1.29	1.28	1.29	1.38	1.39	1.33	2.0	76.91
05	سایر محصولات حیوانی	0.96	0.75	0.70	0.70	3.40	1.30	37.2	42.14
65	کلاه و اجزاء کلاه	1.65	1.13	1.17	0.81	1.16	1.17	-8.5	46.89
27	سوختهای معدنی، روغنهای معدنی و ...	1.13	1.06	1.04	1.23	0.87	1.05	-6.4	19.08
41	پوست (غیر از پوستهای نرم) و چرم	0.50	0.68	0.76	1.83	1.19	0.99	24.2	56.34

منبع: همان.

*ارقام برآورد هستند.

جدول (۵) - میزان شاخص مزیت نسبی صادراتی کشور جیبوتی به تفکیک کدهای کلایی دورقمی نظام هماهنگ طی سالهای ۲۰۰۱ -

۱۹۹۷

کد HS	شرح	۱۹۹۷*	۱۹۹۸*	۱۹۹۹*	۲۰۰۰*	۲۰۰۱*	۱۹۹۷-۲۰۰۱	میزان رشد (درصد)	ضریب ثبات
41	پوست (غیر از پوستهای نرم) و چرم	9.560	7.450	38.173	47.783	71.892	27.466	65.60	92.58
25	نمک، گوگرد خاک و سنگ گچ و ...	2.223	31.497	43.647	30.754	1.261	24.660	-13.22	0.05
09	قهوه، چای، ماته، ادویه و ...	9.833	24.384	14.609	11.344	8.674	17.077	-3.09	14.68
01	حیوانات زنده	0.000	0.000	7.198	28.703	46.664	10.683	-	88.13
26	سنگ فلز، جوش و خاکستر	37.724	4.537	0.000	0.000	0.000	10.425	-100.0	58.88
33	روغنهای انسانی و شبه‌رزینها و ...	0.000	18.604	17.564	0.837	0.000	9.516	-	8.28
71	مروارید طبیعی یا پرورده و ...	7.143	5.761	6.157	4.850	0.000	5.522	-100.0	73.79
12	دانه و میوه‌های روغن‌دار و ...	0.309	0.343	7.026	19.278	7.784	5.130	124.02	47.75
05	سایر محصولات حیوانی	4.074	0.000	1.572	11.674	14.440	4.453	37.21	64.78
78	سرب و مصنوعات از سرب	0.000	13.630	0.000	0.000	0.000	4.227	-	12.50
55	الیاف سنتتیک یا مصنوعی غیریکسره	9.747	0.649	2.834	0.000	0.000	3.310	-100.0	59.27
08	میوه‌های خوراکی، پوست مرکبات و ...	0.450	0.972	8.173	1.347	1.355	2.616	31.73	1.15
21	فرآورده‌های خوراکی گوناگون	7.218	0.025	0.000	7.001	0.000	2.587	-100.0	9.20
15	چربیها و روغنهای حیوانی یا نباتی و ...	3.862	2.399	0.843	1.113	0.000	2.247	-100.0	89.05
34	صابون، مواد آلی تانسوآکتیو و ...	6.313	1.600	0.808	0.308	0.000	2.059	-100.0	72.13
72	چدن، آهن و فولاد	0.755	4.242	0.529	2.320	0.000	2.029	-100.0	9.88
97	اشیاء هنری، اشیاء کلکسیون یا عتیقه	5.412	2.099	1.029	0.000	0.559	1.941	-43.32	75.30
13	انگم‌ها، رزین‌ها، سایر شیرها و ...	0.000	4.232	0.000	0.000	4.208	1.867	-	8.19
57	فرش و سایر کف‌پوشها از مواد نسجی	3.393	0.460	0.185	0.000	7.543	1.842	22.11	14.70
88	وسائط نقلیه هوایی، فضایی و ...	0.000	0.000	0.000	0.441	13.216	1.629	-	52.50
10	غلات	2.957	1.428	1.044	0.342	0.000	1.530	-100.0	91.95
24	توتون و تنباکو و بدل توتون و	4.573	0.000	1.024	0.000	0.000	1.399	-100.0	53.29
30	محصولات دارویی	0.492	3.663	0.632	0.471	0.279	1.360	-13.23	15.90
22	نوشابه‌ها، آبگوته‌های الکلی و سرکه	1.368	0.438	3.460	0.284	0.322	1.298	-30.34	6.88

منبع: همان.

*ارقام، برآورد هستند.

ملاحظه می‌شود، بیشتر صادرات این کشور نیز متکی بر منابع طبیعی و فناوری پایین و در مواردی نیز با فناوری متوسط است.

۵-۴-۴- سودان

جدول (۶) مقادیر شاخص مزیت نسبی آشکار شده اقلام صادراتی سودان را در سطح کد دورقمی نظام هماهنگ طی سال‌های ۲۰۰۱-۱۹۹۷ نشان می‌دهد. کالاهای صادراتی مزیت‌دار این کشور را از دو بعد عوامل موجد مزیت و از بعد میزان شاخص مزیت می‌توان بررسی کرد. از بعد عوامل موجد مزیت همچنانکه از جدول فوق ملاحظه می‌شود بیشتر کالاهای صادراتی این کشور متکی بر منابع طبیعی و درصد پایداری از آن متکی به فناوری سطح پایین است. بیشتر محصولات صادراتی سودان به بخش کشاورزی مربوط می‌شود. این محصولات به ترتیب بالاترین مقدار مزیت نسبی صادراتی عبارت‌اند از: انگه‌ها، رزین‌ها و ... (کد ۱۳)، حیوانات زنده (کد ۰۱)، دانه و میوه‌های روغن‌دار (کد ۱۲)، گوشت و احشاء خوراکی (کد ۰۲)، غلات (کد ۱۰)، سایر محصولات حیوانی (کد ۰۵)، میوه‌های خوراکی و پوست مرکبات (کد ۰۸)، ماهی‌ها و قشرداران (کد ۰۳)، محصولات صنعت آردسازی (کد ۱۱)، قهوه، چای، ماته و ادویه (کد ۰۹)، نباتات زنده و محصولات گلکاری (کد ۰۶)، سبزی‌ها و نباتات (کد ۰۷). در ۱۲ گروه صادراتی بخش کشاورزی، سودان در ۵ مورد اول دارای مزیت نسبی و در سایر موارد با عدم مزیت نسبی مواجه بوده است. بررسی روند مزیت نسبی صادراتی سودان نشان می‌دهد محصولات متناسب به کشاورزی به‌مرور در حال کاهش سهم صادراتی هستند.

بررسی عملکرد صادراتی سودان در زمینه صنایع غذایی، حاکی از کاهش تخصص‌گرایی این کشور طی دوره مورد بررسی است. به‌طوریکه گروه‌های قند و شکر و شیرینی (کد ۱۷)، آخال و تفاله صنایع خوراکی (کد ۲۳) و توتون و تنباکو و بدل ... (کد ۲۴) طی دوره مورد بررسی با ضعف در عملکرد صادراتی منجر به کاهش سهم صادراتی آن در صادرات سودان شده است.

در زمینه صادرات پنبه (کد ۵۲) سودان در سال‌های اولیه از مزیت نسبی صادراتی بالایی بهره‌مند بوده ولی در سال‌های پایانی به علت عملکرد ضعیف صادراتی مزیت نسبی خود را به شدت از دست داده است (شاخص مزیت نسبی آشکار شده از ۳۱/۷ در سال ۱۹۹۷ به سطح ۵/۰۵ در سال ۲۰۰۱ رسیده است). در مورد چربی‌ها و روغن‌های حیوانی یا نباتی مقدار شاخص از ۱۳/۸ در سال ۱۹۹۷ به سطح ۱/۱۱ در سال ۲۰۰۱ کاهش یافته است. در صادرات مروارید طبیعی یا پرورده نیز شاخص از ۴/۸ در سال ۱۹۹۷ به سطح ۰/۲۱ در سال ۲۰۰۱ رسیده است. این کشور طی دوره مورد بررسی در زمینه پوست و چرم (کد ۴۱)، باروند رو به رشد عملکرد صادراتی مواجه بوده، به‌طوریکه مقدار شاخص از ۱/۹ در سال ۱۹۹۷ به سطح ۴/۴۲ در سال ۲۰۰۱ افزایش یافته است.

۶-۴-۴- سومالی

جدول (۷) مقادیر شاخص مزیت نسبی آشکار شده (در سطح کد دورقمی) اقلام صادراتی کشور سومالی را در دوره ۲۰۰۱-۱۹۹۷ نشان می‌دهد. در مورد این کشور نیز همانند برخی کشورهای مورد اشاره، به دلیل آنکه آمار صادرات و واردات آن‌ها به مرکز تجارت بین‌المللی گزارش نمی‌شود، آمار قطعی صادرات در اختیار نبوده و به ناچار با استفاده از برآورد آمار صادرات آن، شاخص مزیت نسبی آشکار شده برای اقلام صادراتی سومالی بدست آمده است. از مجموع ۴۳ گروه صادراتی در سطح کد دورقمی نظام هماهنگ، تنها ۱۱ گروه دارای مزیت نسبی آشکار شده، در دوره مذکور، هستند. براساس آمار مندرج در این جدول صادرات سومالی بیشتر بر بخش کشاورزی متمرکز است.

در بخش کشاورزی این کشور در گروه‌های حیوانات زنده (کد ۰۱)، انگه‌ها و صمغ‌ها (کد ۱۳)، ماهی‌ها و قشرداران (کد ۰۳)، میوه و میوه‌های سخت‌پوست خوراکی (کد ۰۸)، مواد قابل بافت (کد ۱۴)، دانه و میوه‌های روغن‌دار (کد ۱۲)، گوشت و احشاء خوراکی (کد ۰۲)، غلات (کد ۱۰) و سایر محصولات دارای منشأ حیوانی (کد ۰۵)، دارای فعالیت صادراتی بوده و بجز مورد آخر در سایر موارد دارای مزیت نسبی آشکار شده است. در بررسی کلیه گروه‌های مزیت‌دار این کشور، ملاحظه می‌شود که از ۱۱ مورد گروه صادراتی، ۸ مورد آن به بخش کشاورزی مربوط است. البته با اندکی تامل می‌توان مشاهده کرد، دو گروه پوست و چرم (کد ۴۱) و چوب و اشیاء چوبی (کد ۴۴) که از جمله دیگر گروه‌های صادراتی مزیت‌دار هستند، نیز به نوعی ریشه در بخش کشاورزی دارند. این کشور در قسمت محصولات غذایی نیز فعالیت صادراتی دارد که از جمله گروه‌های این قسمت می‌توان به فرآورده‌های گوشت، ماهی و قشرداران (کد ۱۶)، قند و شیرینی (کد ۱۷)، توتون و تنباکو و بدل توتون و تنباکوی ساخته شده (کد ۲۴) و فرآورده‌های خوراکی گوناگون (کد ۲۱) اشاره کرد.

در قسمت محصولات شیمیایی و صنایع وابسته به آن، اگرچه سومالی به ترتیب در گروه‌های صادراتی باروت و مواد منفجره (کد ۳۶)، روغن‌های اسانسی و شبه‌رزین‌ها (کد ۳۳) و محصولات شیمیایی آلی (کد ۲۹) دارای فعالیت صادراتی است ولی آمار و ارقام صادرات، حکایت از تصادفی و مقطعی بودن آن دارد.

در نگاهی کلی به ساختار گروه‌های صادراتی این کشور، ملاحظه می‌شود بیشتر محصولات صادراتی این کشور را محصولات کشاورزی در بر می‌گیرد که از این حیث تا حدی مشابه صادرات غیر نفتی ایران است. به بیان دیگر بیشتر صادرات این کشور متکی بر منابع طبیعی است.

۷-۴-۴- کومور

براساس اطلاعات جدول (۸)، این کشور طی دوره مورد بررسی تنها در هشت گروه صادرات داشته که از میان آن‌ها گروه‌های چای، قهوه و ادویه (کد ۰۹) و روغن‌های اسانسی و شبه‌رزین‌ها (کد ۳۳) عمده صادرات این کشور را به خود اختصاص داده‌اند. به‌رغم اینکه این کشور در سال ۱۹۹۷، در شش گروه دارای مزیت بوده، به مرور زمان با تمرکز بر تولید و صادرات گروه چای، قهوه و ادویه، تخصص صادراتی خود را در سایر گروه‌ها از دست داده است. گرچه هنوز در صادرات گروه روغن‌های اسانسی و رزین‌ها مزیت دارد، ولی به شدت در حال از دست دادن مزیت نسبی صادراتی خود در این گروه نیز است. به عبارت دیگر، طی سال‌های آتی احتمالاً گرایش صادراتی این کشور بیشتر به سمت گروه قهوه، چای و ادویه خواهد بود که این مساله در آینده این کشور را با کوچک‌ترین تغییر قیمت دچار مشکل خواهد کرد.

۸-۴-۴- لیبی

لیبی نیز همانند ایران، دارای اقتصادی تک‌محصولی است و صادرات نفت خام مهمترین درآمد ارزی این کشور را تشکیل می‌دهد. جدول (۹) بالاترین مزیت‌های نسبی آشکار شده اقلام صادراتی لیبی را نشان می‌دهد. براساس برآوردهای صورت گرفته، گروه نفت خام (کد ۲۷) بالاترین مقدار شاخص مزیت نسبی آشکار شده را به خود اختصاص داده است. پس از نفت، گروه محصولات صنایع شیمیایی و یا وابسته به آن سهم بالایی از صادرات این کشور را در اختیار دارد. کودها (کد ۳۱)، محصولات شیمیایی آلی (کد ۲۹) و محصولات شیمیایی غیر آلی (کد ۲۸) از مهمترین کالاهای صادراتی صنایع شیمیایی

جدول (۶) - میزان شاخص مزیت نسبی صادراتی کشور سودان به تفکیک کدهای کالایی دورقمی نظام هماهنگ طی سال‌های ۱۹۹۷-۲۰۰۱

کد HS	شرح	1997	1998	1999	2000	2001*	1997-2001	میزان رشد (درصد)	ضریب ثبات
13	انگم‌ها، رزین‌ها و سایر شیره‌ها و	100.03	67.01	69.29	43.78	47.14	54.73	-17.1	82.48
01	حیوانات زنده	75.87	102.27	100.18	25.18	10.79	44.13	-38.6	59.27
12	دانه و میوه‌های روغن‌دار و ...	67.59	64.24	64.89	28.20	19.93	37.61	-26.3	81.85
52	پنبه	31.71	31.38	12.63	5.67	5.05	12.06	-36.8	87.59
17	قند و شکر و شیرینی	17.78	16.39	5.55	3.14	3.30	6.52	-34.4	84.79
15	چربیها و روغنهای حیوانی یا نباتی و ...	13.84	13.02	0.64	1.01	1.11	3.95	-46.8	74.59
41	پوست (غیر از پوستهای نرم) و چرم	1.90	2.37	7.29	3.04	4.42	3.83	23.6	17.42
02	گوشت و اجزاء خوراکی	7.72	9.05	5.19	2.31	1.22	3.55	-37.0	86.00
23	آخال و تفاله صنایع خوراک‌سازی و ...	5.01	5.14	3.28	0.35	0.61	1.87	-40.9	86.45
10	غلات	0.00	1.55	6.42	2.05	0.08	1.67	-	0.16
71	مروارید طبیعی یا پرورده و ...	4.85	3.99	0.13	0.13	0.21	1.04	-54.5	77.87
05	سایر محصولات حیوانی	0.44	1.19	1.37	0.53	0.44	0.66	0.0	5.33
08	میوه‌های خوراکی، پوست مرکبات و ...	0.63	0.67	1.16	0.62	0.41	0.61	-10.1	7.91
78	سرب و مصنوعات از سرب	0.91	0.66	1.06	0.16	0.00	0.37	-100.	62.66
03	ماهیها، قشرداران، صدفداران و ...	0.03	2.93	0.08	0.07	0.08	0.36	26.0	11.67
11	محصولات صنعت آردسازی، مالت و ...	0.17	0.08	0.00	0.97	0.00	0.29	-100.	4.37
26	سنگ فلز، جوش و خاکستر	0.63	0.36	0.77	0.00	0.00	0.20	-100.	52.98
31	کودها	0.14	0.34	0.27	0.00	0.09	0.12	-9.9	25.32
09	قهوه، چای، ماته، ادویه و ...	0.01	0.06	0.03	0.33	0.02	0.11	26.6	11.77
06	نباتات زنده و محصولات گلکاری	0.30	0.00	0.46	0.00	0.00	0.10	-75.1	19.62
07	سبزیجات، نباتات و ...	0.01	0.29	0.09	0.02	0.09	0.08	71.4	2.60

منبع: همان.

*ارقام برآورد هستند.

جدول (۷) - میزان شاخص مزیت نسبی صادراتی کشور سومالی به تفکیک کدهای کالایی دورقمی نظام هماهنگ طی سال‌های ۱۹۹۷-۲۰۰۱

کد HS	شرح	1997*	1998*	999*	2000*	2001*	1997-2001*	میزان رشد (درصد)	ضریب ثبات
01	حیوانات زنده	74.10	311.01	433.09	506.13	171.62	359.44	23.36	11.91
13	انگم‌ها، رزین‌ها و سایر شیرها و ...	59.87	58.51	60.36	42.74	161.50	64.71	28.16	38.11
03	ماهیها، قشرداران، صدقداران و ...	38.66	12.92	8.54	1.38	18.16	12.56	-17.22	34.64
08	میوه‌های خوراکی، پوست مرکبات و ...	56.57	14.77	1.32	0.10	0.12	11.74	-78.72	69.03
41	پوست (غیر از پوستهای نرم) و چرم	19.12	5.73	4.66	14.59	21.07	10.96	2.47	7.17
14	مواد قابل‌یافت، سایر محصولات نباتی	0.00	0.00	0.00	36.60	0.00	9.16	-	12.50
44	چوب و اشیاء چوبی، زغال چوب و ...	0.10	8.10	3.69	5.30	22.12	5.99	282.18	59.14
12	دانه و میوه‌های روغن‌دار و ...	0.00	0.43	6.67	1.83	15.53	3.87	-	62.12
02	گوشت و اجزاء خوراکی	0.00	4.25	4.04	4.41	6.27	3.78	-	76.11
10	غلات	0.00	0.00	0.11	10.67	0.00	2.49	-	12.56
16	فرآورده‌های گوشت، ماهی و ...	0.00	8.26	0.00	0.00	0.00	1.64	-	12.50
36	باروت و مواد منفجره، کبریت و ...	0.00	0.00	2.42	0.00	0.00	0.80	-	0.00
17	قند و شکر و شیرینی	0.00	1.96	0.00	1.13	0.00	0.67	-	2.14
05	سایر محصولات حیوانی	3.17	0.11	0.06	0.00	0.00	0.51	-100.0	53.07
33	روغنهای اسانسی و شبه‌رزینها و ...	0.04	0.00	0.65	0.15	1.00	0.34	122.97	55.82
72	چدن، آهن و فولاد	2.20	0.01	0.00	0.04	0.00	0.34	-100.0	49.68
76	آلومینیوم و مصنوعات از آلومینیوم	0.00	0.05	0.66	0.36	0.00	0.31	-	2.83
29	محصولات شیمیایی آلی	0.00	0.00	0.91	0.07	0.00	0.30	-	0.09
24	توتون و تنباکو و بدل توتون و ...	0.00	0.26	0.00	0.00	0.00	0.26	-	46.80
55	الیاف سنتتیک یا مصنوعی غیریکسره	0.00	0.00	0.00	0.99	0.00	0.24	-	12.50
49	کتاب، روزنامه، تصویر و ...	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.24	-	50.09
06	نباتات زنده و محصولات گلکاری	0.00	0.00	0.00	0.11	1.72	0.17	-	54.63
88	وسائط نقلیه هوایی، فضایی و ...	0.00	0.18	0.00	0.00	1.14	0.14	299.31	44.48

منبع: یافته‌های پژوهش (براساس داده‌های نرم‌افزار اطلاعاتی PC/TAS).

*ارقام، برآورد هستند.

محسوب می‌شوند. گرچه این کشور در این گروه صرفاً در کودها دارای مزیت نسبی صادراتی بوده و در دو گروه دیگر از مزیت نسبی برخوردار نیست، اما کاهش تخصص‌گرایی صادراتی در زمینه محصولات این گروه مشهود است.

۴-۹- مراکش (مغرب)

بر اساس اطلاعات جدول (۱۰)، این کشور بیشتر صادرکننده کالاهای متکی بر منابع طبیعی و تا حدودی نیز کالاهای صادراتی وابسته به فناوری پایین است. از این حیث این کشور مشابهت بالایی با ایران دارد. مقادیر شاخص مزیت نسبی آشکار شده اقلام صادراتی مراکش طی سال‌های ۲۰۰۱-۱۹۹۷ در جدول (۱۰) آمده است. چنانچه از جدول مذکور ملاحظه می‌شود این کشور در ۲۹ گروه کالایی از مزیت نسبی آشکار شده برخوردار است؛ ولی در بیش از دو سوم کالاهای با روند نزولی مواجه بوده است. گروه نمک، گوگرد، خاک و سنگ (کد ۲۵) به‌رغم رشد منفی در شاخص مزیت نسبی آشکار شده، هنوز در بین سایر گروه‌ها، رتبه اول را در اختیار دارد. در سال ۱۹۹۷ مقدار شاخص مزیت نسبی صادراتی این گروه ۴/۲۶ بوده که با روندی صعودی در سال ۲۰۰۰ به ۱۸/۶۵ و سپس در سال ۲۰۰۱ به سطح ۲۱/۶ افزایش یافت. در واقع این شاخص طی دوره مورد بررسی با میزان رشد مثبت ۱۰/۹ درصد مواجه بوده و ضریب ثبات اندک و در حد ۲۵ درصد نیز گویای نوسانات زیاد شاخص فوق است.

گروه کودها (کد ۳۱)، دومین گروه صادراتی از حیث شاخص مزیت نسبی آشکار شده محسوب می‌شود. مقدار شاخص در سال ۱۹۹۷ معادل ۲۳/۳ بوده که تا سال ۱۹۹۹ با روندی کاهنده به ۱۴/۳ رسیده و سپس در سال‌های ۲۰۰۰ و ۲۰۰۱ با روندی فزاینده مواجه شده است. به‌رغم افزایش در شاخص مذکور طی سال ۲۰۰۱، هنوز مقدار آن به عدد سال ۱۹۹۷ نرسیده است.

سرب و مصنوعات از سرب (کد ۷۸) در مجموعه اقلام صادراتی مراکش رتبه سوم را به لحاظ برخورداری از مقدار عددی شاخص مزیت نسبی آشکار شده به خود اختصاص داده است. روند کاهشی این گروه، با ۱۶ درصد در سال، نسبت به گروه‌های بالا سرعت بیشتری داشته است. شاخص مزیت نسبی آشکار شده این گروه در سال ۱۹۹۷ معادل ۱۹/۹ بود که در سال ۲۰۰۱ به سطح ۱۲/۸۲ تقلیل

یافت. با وجود کاهشی بودن روند مزیت نسبی صادراتی سه گروه بالا، هنوز این گروه‌ها از بالاترین مقدار شاخص مزیت نسبی آشکار شده برخوردارند.

گروه چوب پنبه و مصنوعات از آن (کد ۴۵)، چهارمین گروه صادراتی این کشور از حیث دارا بودن مزیت نسبی آشکار شده است. مقدار شاخص در سال ۱۹۹۷ برای این گروه ۱۲/۷ بوده که از این حیث در رتبه هشتم قرار گرفته، اما در سال‌های بعد با بهبود عملکرد صادراتی این گروه مقدار شاخص در سال ۲۰۰۰ برابر ۱۹/۲ شده که آن را در رتبه اول قرار داده است. البته در سال ۲۰۰۱، دوباره با رکود در صادرات، مقدار شاخص به ۷/۰۳ تقلیل یافته است.

در زمینه پوشاک نیز این کشور فعالیت گسترده‌ای دارد. به‌طوریکه بررسی کدهای (۶۱ و ۶۲) حاکی از افزایش تخصص‌گرایی صادراتی این کشور در زمینه پوشاک است. به‌عنوان مثال گروه لباس و متفرعات لباس (کد ۶۲) از حیث شاخص مزیت نسبی آشکار شده در مقام پنجم قرار گرفته است. بررسی مقدار شاخص طی دوره مورد بررسی، این مسأله را به خوبی نشان می‌دهد. در سال ۱۹۹۷ مقدار شاخص این گروه ۴/۳۵ بود که در سال ۱۹۹۸ با رشد فزاینده‌ای به سطح ۱۳/۶۲ ارتقا یافت؛ این رشد ناشی از چندین برابر شدن صادرات این گروه در مقایسه با صادرات سایر گروه‌ها بوده است. در سال‌های بعد عملکرد صادراتی این گروه تقریباً با نوسانات کمی همراه بود و تغییرات ناچیزی در مقدار شاخص به چشم می‌خورد. این کشور در زمینه‌های کشاورزی نیز از قابلیت‌های مناسبی برخوردار است. ماهی‌ها، قشرداران و صدفداران (کد ۰۳)، فرآورده‌های گوشت و ماهی (کد ۱۶)، انگم‌ها، رزین‌ها، صمغ‌ها و سایر عصاره‌ها و شیرهای نباتی (کد ۱۳)، میوه‌های خوراکی و پوست مرکبات (کد ۰۸) سبزی‌ها و نباتات (کد ۰۷)، محصولات صنعت آردسازی (کد ۱۱)، فرآورده‌های سبزی‌ها (کد ۲۰)، سایر محصولات حیوانی (کد ۰۵) دانه و میوه‌های روغن‌دار (کد ۱۲) و نباتات زنده و محصولات گلکاری (کد ۰۶)، از جمله گروه‌های صادراتی بخش کشاورزی مراکش هستند. با نگاهی به روند شاخص برای گروه‌های مذکور ملاحظه می‌شود در اکثر آن‌ها میزان رشد سالیانه شاخص منفی است که حاکی از کاهش صادرات و تخصص‌گرایی صادراتی بخش کشاورزی است (تنها در مورد گروه ماهی‌ها روند شاخص مثبت است).

جدول (۸) - میزان شاخص مزیت نسبی صادراتی کشور کومور (جزایر) به تفکیک کدهای کالایی دورقمی نظام هماهنگ طی سال‌های ۱۹۹۷-۲۰۰۱

کد HS	شرح	1997	1998	1999	2000	2001*	1997-2001	میزان رشد (درصد)	ضریب ثبات
09	قهوه، چای، ماته، ادویه و ...	156.15	169.12	289.09	360.87	419.87	274.22	28.05	96.11
33	روغنهای اسانسی و شبه‌رزینها و ...	58.59	43.16	10.45	12.29	16.07	21.44	-27.63	72.13
03	ماهیها، قشرداران، صدفداران و ...	2.05	0.00	0.00	0.00	0.00	0.53	-28.59	29.20
99	سایر کالاهای غیرمذکور در جایی دیگر	1.14	1.84	1.56	1.29	0.00	0.46	-100.0	40.58
84	راکتورهای هسته ای، دیگ بخار و	0.03	0.59	0.03	0.07	0.07	0.10	20.89	8.22
76	آلومینیوم و مصنوعات از آلومینیوم	1.01	0.00	0.00	0.00	0.00	0.09	-100.0	50.00
30	محصولات دارویی	1.05	0.00	0.00	0.13	0.00	0.09	-100.0	46.32
87	وسائط نقلیه زمینی و	0.38	0.19	0.14	0.10	0.02	0.08	-49.54	89.84

منبع: همان.

*ارقام برآورد هستند

جدول (۹) - میزان شاخص مزیت نسبی صادراتی کشور لیبی به تفکیک کدهای کالایی دورقمی نظام هماهنگ طی سال‌های

۱۹۹۷-۲۰۰۱

کد HS	شرح	1997*	1998*	1999*	2000*	2001*	1997-2001*	میزان رشد (درصد)	ضریب ثبات
27	سوخته‌های معدنی، روغنهای معدنی و ...	11.78	15.26	13.75	9.70	10.20	11.67	-3.5	34.29
31	کودها	2.77	2.69	1.91	1.76	1.88	2.16	-9.3	77.62
29	محصولات شیمیایی آلی	0.96	1.14	0.55	0.85	0.68	0.82	-8.1	33.28
72	چدن، آهن و فولاد	0.49	0.75	0.81	0.29	0.41	0.51	-4.4	19.40
28	محصولات شیمیایی غیر آلی و ...	0.41	0.43	0.39	0.26	0.22	0.33	-14.4	85.10
41	پوست (غیر از پوستهای نرم) و چرم	0.53	0.26	0.23	0.22	0.25	0.30	-17.0	53.43
05	سایر محصولات حیوانی	0.18	0.32	0.12	0.13	0.30	0.20	13.5	0.63
12	دانه و میوه‌های روغن‌دار و ...	0.08	0.28	0.25	0.17	0.00	0.14	-100	13.52
78	سرب و مصنوعات از سرب	0.24	0.39	0.03	0.00	0.00	0.12	-100	62.05
39	مواد پلاستیکی، کائوچو و ...	0.06	0.11	0.19	0.15	0.09	0.12	8.3	6.66

منبع: همان.

*ارقام برآورد هستند.

اقلام، پنبه، فرش و سایر کفپوش‌ها از مو، لباس و متفرعات لباس و غیره (کد ۶۲)، نمد و پارچه‌های نباتی، پارچه‌های کشیاف یا قلاب باف، رشته‌های سنتتیک و پارچه‌های تارو پودباف مخصوص با کاهش در روند مزیت نسبی آشکار شده رو به رو بوده‌اند که میزان کاهش از دو درصد تا ۴۷ درصد قابل مشاهده است. در مقابل، سایر اشیاء نسجی دوخته شده (کد ۶۳) و سایر الیاف نسجی نباتی با افزایش در روند مزیت نسبی آشکار شده مواجه بوده‌اند. سایر اشیاء نسجی دوخته شده و سایر الیاف نسجی نباتی به ترتیب با ۱/۳۵ و ۲۱/۰۸ درصد رشد سالیانه جزو اقلام دارای روند مثبت در شاخص مزیت نسبی آشکار شده بوده‌اند. در کنار اقلام مذکور، مزیت نسبی آشکار شده لباس و متفرعات لباس و ... (کد ۶۱) از سال ۱۹۹۷ تا سال ۲۰۰۰ از روند صعودی (از ۱/۷ تا ۴/۹) بهره‌مند بوده ولی در سال ۲۰۰۱ دوباره به سطح ۱/۶۸ بازگشته است. در مجموع روند شاخص مصر در صادرات مواد نسجی و مصنوعات از این مواد (به جز سایر الیاف نسجی نباتی) نشانگر از دست دادن تخصص گرایی این کشور در سال‌های آینده است. یکی دیگر از گروه‌های مهم صادراتی مصر، محصولات نباتی است. در این قسمت، سبزی‌ها و نباتات ریشه‌ای (کد ۰۷)، غلات (کد ۱۰)، دانه و میوه‌های روغن‌دار (کد ۱۲)، مواد قابل بافت (کد ۱۴)، میوه‌های خوراکی و پوست مرکبات (کد ۰۸)، محصولات صنعت آردسازی، مالت و ... (کد ۱۱)، قهوه، چای، ماته و ادویه (کد ۰۹) و نباتات زنده و محصولات گلکاری (کد ۰۶) جزو سبد کالاهای صادراتی دارای مزیت نسبی آشکار شده بالا هستند. از میان محصولات صادراتی فوق، گروه سبزی‌ها و نباتات (کد ۰۷) توانسته طی دوره مورد بررسی سهم صادرات خود را حفظ کرده و از میزان با ثباتی در شاخص بهره‌مند شود. در کنار این گروه، گروه‌های غلات، میوه‌های خوراکی و پوست مرکبات، محصولات صنعت آردسازی و مالت، گروه قهوه، چای، ماته و ادویه و

در گروه محصولات معدنی علاوه بر نمک، گوگرد و ... (کد ۲۵)، سنگ فلز، جوش و خاکستر (کد ۲۶) نیز جزو محصولات صادراتی است. در هر دو گروه نیز (کد ۲۵ و ۲۶) روند مزیت نسبی آشکار شده نزولی است که حاکی از کاهش تخصص گرایی صادراتی در گروه محصولات معدنی است. در گروه محصولات شیمیایی (کودها و محصولات شیمیایی غیر آلی) نیز همین روند ملاحظه می‌شود. در مجموع، مراکش در حال از دست دادن مزیت‌های نسبی صادراتی خود در زمینه محصولات معدنی و شیمیایی است و در زمینه صادرات پوشاک در حال کسب مزیت است.

۱۰-۴- مصر

جدول (۱۱) مقادیر شاخص مزیت نسبی آشکار شده اقلام صادراتی مصر طی سال‌های ۱۹۹۷-۲۰۰۱ را نشان می‌دهد. از بعد عوامل موجب مزیت نسبی صادراتی مصر، بر اساس اطلاعات جدول مذکور، کالاهای صادراتی مصر بیشتر متکی بر منابع طبیعی و فناوری پایین است.

از حیث میزان کسب مزیت نسبی، محصولات پنبه (کد ۵۲)، سایر اشیاء نسجی دوخته شده و ... (کد ۶۳)، فرش و سایر کفپوش‌ها از مو (کد ۵۷)، سایر الیاف نسجی نباتی ... (کد ۵۳)، لباس و متفرعات لباس و غیره (کدهای ۶۱ و ۶۲)، اوات، نمد و پارچه‌های نباتی (کد ۵۳)، پارچه‌های کشیاف یا قلاب باف (کد ۶۰)، رشته‌های سنتتیک (کد ۵۴) و پارچه‌های تارو پودباف مخصوص (کد ۵۸) از گروه محصولات مواد نسجی و مصنوعات از آن‌ها به ترتیب دارای بالاترین مقدار شاخص در سبد کالاهای صادراتی مصر بوده‌اند. در میان این

جدول (۱۰) - میزان شاخص مزیت نسبی صادراتی کشور مراکش به تفکیک کدهای کالایی دورقمی نظام هماهنگ طی سالهای

۱۹۹۷-۲۰۰۱

کد HS	شرح	۱۹۹۷	۱۹۹۸	۱۹۹۹	۲۰۰۰	۲۰۰۱*	۱۹۹۷-۲۰۰۱	میزان رشد (درصد)	ضریب ثبات
25	نمک، گوگرد خاک و سنگ گچ و ...	26.41	19.43	18.94	18.65	21.64	21.04	-10.9	25.40
31	کودها	22.37	14.77	14.33	16.65	17.48	17.01	-9.38	15.13
78	سرب و مصنوعات از سرب	19.92	15.07	12.85	11.74	12.86	15.07	-16.1	71.31
45	چوب پنبه و اشیاء ساخته شده از آن	12.73	11.13	13.04	19.23	7.03	14.48	14.75	1.40
62	لباس و متفرعات لباس، غیرکشپاف و ...	4.35	13.64	12.96	13.10	13.80	11.69	44.37	51.30
03	ماهیها، قشرداران، صدفداران و ...	13.23	9.47	8.93	13.62	10.51	11.14	0.96	0.89
28	محصولات شیمیایی غیرآلی و ...	16.05	9.00	10.99	9.67	4.58	11.08	-15.5	72.91
16	فرآوردههای گوشت، ماهی و ...	13.69	9.70	8.75	11.30	9.47	10.63	-6.21	30.22
13	انگمها، رزینها و سایر شیرها و ...	14.85	6.92	7.23	9.50	10.78	9.35	-13.8	7.47
08	میوههای خوراکی، پوست مرکبات و ...	9.33	7.02	6.81	6.47	7.63	7.39	-11.4	30.66
07	سبزیجات، نباتات و ...	8.97	6.36	7.44	6.44	9.86	7.26	-10.4	3.57
61	لباس و متفرعات لباس از کشپاف و ...	5.14	6.39	6.33	6.81	7.13	6.25	9.82	84.44
20	فرآوردههای سبزیجات، میوهها و ...	8.86	4.95	4.74	4.62	4.58	5.60	-19.5	57.34
26	سنگ فلز، جوش و خاکستر	3.97	2.37	2.62	2.09	1.48	2.66	-19.3	81.42
46	مصنوعات حصیریافی یا سبذیافی	3.22	2.33	2.37	2.79	2.68	2.59	-4.74	7.41
57	فرش و سایر کفپوشها از مواد نسجی	3.38	2.28	2.24	2.16	1.65	2.50	-13.9	79.90
11	محصولات صنعت آردسازی، مالت و ...	3.01	2.70	1.57	2.54	0.11	2.46	-5.55	63.98
64	کفش، کترو اشیاء همانند، اجزا این اشیاء	1.88	2.45	2.46	2.46	2.85	2.35	9.36	79.51
81	سایر فلزات معمولی، سرمتهها و ...	1.69	1.01	1.74	4.55	1.88	2.26	39.02	20.49
47	خمیرچوب، مواد الیافی سلولزی و ...	2.59	1.14	1.92	1.87	0.72	1.84	-10.2	42.25
05	سایر محصولات حیوانی	1.48	1.54	1.52	1.78	2.02	1.62	6.33	83.46
58	پارچه های تاروبودبافت مخصوص و ...	1.95	1.45	1.37	1.42	0.53	1.54	-9.90	78.50
12	دانه و میوههای روغن دار و ...	1.62	1.28	1.81	1.28	0.97	1.49	-7.62	39.78
41	پوست (غیر از پوستهای نرم) و چرم	2.44	1.11	0.70	2.02	0.91	1.49	-6.21	20.65
63	سایر اشیاء نسجی دوخته و مهیا و ...	1.67	1.49	1.65	1.00	0.84	1.43	-15.6	78.58

منبع: همان.

*ارقام برآورد هستند.

جدول (۱۱) - میزان شاخص مزیت نسبی صادراتی کشور مصر به تفکیک کدهای کالایی دورقمی نظام هماهنگ طی سالهای

۱۹۹۷-۲۰۰۱

کد HS	شرح	1997	1998	1999	2000	2001*	1997-2001	میزان رشد (درصد)	ضریب ثبات
52	بنه	18.589	21.317	20.411	14.300	17.075	19.876	-2.1	32.41
63	سایر اشیاء نسجی دوخته و مهیا و ...	8.807	9.227	10.166	6.936	9.294	9.413	1.4	3.03
07	سبزیجات، نباتات و ...	6.488	7.864	6.698	7.207	6.315	7.026	-0.7	6.38
57	فرش و سایر کفپوشها از مواد نسجی	4.779	11.037	11.893	14.494	0.607	6.995	-40.3	1.84
53	سایر الیاف نسجی نباتی، نخ کاغذی و ...	3.822	4.899	5.847	8.520	8.216	5.641	21.1	91.11
69	محصولات سرامیکی	8.475	3.275	5.347	2.366	4.415	5.595	-15.0	36.72
10	غلات	2.624	6.265	4.024	1.508	6.545	5.012	25.7	4.88
27	سوخته‌های معدنی، روغنهای معدنی و ...	5.655	4.877	5.340	3.875	4.303	4.740	-6.6	64.49
31	کودها	1.572	4.125	5.613	6.138	6.367	4.376	41.9	85.34
76	آلومینیوم و مصنوعات از آلومینیوم	3.790	4.135	3.424	3.187	3.335	3.671	-3.1	58.43
25	نمک، گوگرد خاک و سنگ گچ و ...	2.541	3.172	2.612	5.908	3.961	3.108	11.7	40.21
62	لباس و متفرعات لباس، غیر کشیاف و ...	2.249	3.565	2.584	3.421	1.820	2.537	-5.2	4.46
28	محصولات شیمیایی غیر آلی و ...	1.302	2.953	2.694	1.705	3.223	2.533	25.4	24.43
34	صابون، مواد آلی تانسوآکتیو و ...	1.823	3.007	1.351	1.051	2.778	2.254	11.1	0.01
12	دانه و میوه‌های روغن‌دارو	2.060	2.568	2.290	1.574	1.510	2.146	-7.5	52.73
14	مواد فابل‌بافت، سایر محصولات نباتی	2.485	2.108	1.964	1.317	1.781	2.135	-8.0	65.39
08	میوه‌های خوراکی، پوست مرکبات و ...	1.046	3.483	1.329	2.693	2.611	2.128	25.7	13.22
61	لباس و متفرعات لباس از کشیاف و ...	1.742	2.492	2.173	4.933	1.684	2.009	-0.8	7.51
99	سایر کالاهای غیرمذکور در جایی دیگر	0.000	1.333	2.175	0.979	3.012	1.699	-	60.76
68	مصنوعات از سنگ، گچ، سیمان و ...	0.393	1.449	2.468	0.556	1.461	1.438	38.9	5.56
17	قند و شکر و شیرینی	0.552	0.845	0.868	2.634	3.307	1.421	56.4	86.21
72	چدن، آهن و فولاد	1.094	1.409	0.967	1.338	1.761	1.316	12.6	42.14
41	پوست (غیر از پوستهای نرم) و چرم	1.058	1.329	0.955	2.600	1.598	1.274	10.9	31.78
70	شیشه و مصنوعات شیشه‌ای	1.111	1.574	0.782	0.724	1.177	1.160	1.4	11.00

منبع: همان.

*ارقام برآورد هستند.

جدول (۱۲) - میزان شاخص مزیت نسبی صادراتی کشور موریتانی به تفکیک کدهای کالایی دورقمی نظام هماهنگ طی سال‌های

۱۹۹۷-۲۰۰۱

کد HS	شرح	1997	1998	1999	2000	2001*	1997-2001	میزان رشد (درصد)	ضریب ثبات
26	سنگ فلز، جوش و خاکستر	76.594	81.348	84.185	87.785	96.499	84.576	5.95	95.38
03	ماهیها، قشرداران، صدفداران و ...	67.053	67.015	68.369	70.836	60.362	67.286	-2.59	15.16
23	آخال و تفاله صنایع خوراکی سازی	1.174	2.994	2.496	3.226	5.434	2.831	46.67	80.26
05	سایر محصولات حیوانی	0.000	0.000	0.000	2.113	0.608	0.451	-	33.05
13	انگم‌ها، رزین‌ها و سایر شیرها و پوست (غیر از پوستهای نرم) و جرم	0.835	0.077	0.000	0.701	0.772	0.443	-1.94	3.79
41	پوست (غیر از پوستهای نرم) و جرم	0.368	0.491	0.366	0.226	0.315	0.360	-3.80	37.16
74	مس و مصنوعات از مس	0.102	0.114	0.054	0.072	1.010	0.221	77.21	45.82
31	کودها	0.000	0.000	0.000	1.220	0.000	0.206	-	12.50
24	توتون و تنباکو و بدل توتون و	0.482	0.050	0.063	0.000	0.000	0.157	-100.0	61.23
16	فرآورده‌های گوشت، ماهی و	0.000	0.007	0.352	0.083	0.098	0.118	-	9.06
62	لباس و متفرعات لباس، غیر کشیاف	0.060	0.079	0.149	0.136	0.174	0.115	30.79	87.40
25	نمک، گوگرد خاک و سنگ گچ	0.000	0.000	0.073	0.073	0.598	0.110	-	62.55
17	قند و شکر و شیرینی	0.250	0.000	0.109	0.000	0.068	0.103	-27.68	31.03

منبع: همان.

*ارقام برآورد هستند.

نباتات زنده و محصولات گلگاری از روند مثبتی در شاخص مزیت نسبی آشکار شده برخوردار بوده‌اند که حاکی از افزایش تخصص‌گرایی صادراتی مصر در این گروه از محصولات است. در مقابل، گروه‌های دانه و میوه‌های روغن‌دار (کد ۱۲) و مواد قابل بافت (کد ۱۴) از جمله محصولات نباتی صادراتی هستند که طی دوره مورد بررسی در حال از دست دادن مزیت نسبی صادراتی خود هستند. در مجموع، مصر در این گروه در حال افزایش تخصص‌گرایی صادراتی خود است.

مصر در گروه مصنوعات از سنگ، گچ، سیمان و پنبه نسوز، محصولات سرمایه‌ی و مصنوعات از شیشه (کدهای دورقمی ۶۸، ۶۹ و ۷۰) دارای عملکرد صادراتی بوده و بالاترین مقدار مزیت نسبی آشکار شده در این گروه متعلق به محصولات سرمایه‌ی (کد ۶۹) است. اما این محصولات نتوانسته‌اند طی دوره مورد بررسی با عملکرد مناسب صادراتی، مزیت نسبی خود را حفظ کنند، به طوری که از ۸/۴ در سال ۱۹۹۷ به ۴/۴۱ در سال ۲۰۰۱ کاهش یافته است. مصنوعات از سنگ، گچ، سیمان و پنبه نسوز (کد ۶۸) طی دوره ۱۹۹۷-۲۰۰۱ با نوسانات شدیدی در مزیت نسبی صادراتی مواجه شده است؛ این گروه در سال ۱۹۹۷ با مقدار مزیت نسبی آشکار شده معادل ۰/۳۹، دارای

مزیت نسبی نبوده ولی در سال‌های ۱۹۹۸ و ۱۹۹۹ با بهبود در صادرات، مزیت نسبی آشکار شده آن به ترتیب به ۱/۴۴ و ۲/۴۶ تغییر یافته است. اما دوباره در سال ۲۰۰۰ به علت رکود در صادرات این گروه، مقدار شاخص به ۰/۵۵ کاهش یافته و در سال ۲۰۰۱ دوباره به عدد ۱/۴۶ محصولات مزیت‌دار، پیوسته است. شیشه و مصنوعات شیشه‌ای (کد ۷۰) از دیگر محصولات صادراتی این کشور هستند که مزیت نسبی آشکار شده بالایی نداشته و به دلیل افت و خیزهایی که در صادرات این مجموعه اقلام رخ داده، مزیت نسبی آشکار شده آن نوسان داشته است. به طور قطع، عملکرد صادراتی سه گروه بالا نمی‌تواند بازگوکننده افزایش تخصص‌گرایی صادراتی مصر در آن‌ها باشد. اما آنچه از آمار و عملکرد صادراتی این کشور طی دوره مورد بررسی می‌توان دریافت آن است که چنانچه این کشور بتواند اقداماتی در راستای بهبود در صادرات کالایی و انتخاب بازارهای مناسب که تقاضا در آن‌ها در حال رشد است انجام دهد، به احتمال زیاد در آینده می‌تواند در این مجموعه اقلام از تخصص صادراتی مناسبی بهره‌مند شود.

در گروه محصولات معدنی نیز کشور مصر به عنوان صادرکننده مطرح است. در این گروه سوخت‌های معدنی (کد ۲۷) و گروه نمک، گوگرد، خاک و سنگ (کد ۲۵) به ترتیب با دارا بودن متوسط مقدار ۴/۷۴ و ۳/۱، جزو صادرات

با مزیت نسبی این کشور محسوب می‌شوند؛ کد ۲۷ با کاهش و کد ۲۵ با افزایش در روند مزیت نسبی آشکار شده مواجه بوده‌اند.

در گروه محصولات صنایع شیمیایی و یا صنایع وابسته به آن، گروه‌های کالایی چون کودها (کد ۳۱)، محصولات شیمیایی غیرآلی (کد ۲۸)، صابون‌ها، مواد آلی تانسینواکتیو (کد ۳۴)، محصولات دارویی (کد ۳۰)، روغن‌های اسانس و رزینوئید (کد ۳۳)، باروت و مواد منفجره (کد ۳۶) و محصولات گوناگون صنایع شیمیایی (کد ۳۸) از جمله گروه‌های صادراتی دارای مزیت نسبی آشکار شده بالا هستند. در این میان، کودها، محصولات شیمیایی غیرآلی، صابون‌ها، مواد آلی تانسینواکتیو و باروت و مواد منفجره با افزایش در روند مزیت نسبی آشکار شده و در مقابل، محصولات دارویی، روغن‌های اسانس و رزینوئیدها و محصولات گوناگون صنایع شیمیایی با کاهش در روند مزیت نسبی آشکار شده مواجه بوده‌اند.

در گروه فلزات معمولی و مصنوعات آن‌ها، مصر در صادرات آلومینیوم و مصنوعات آن (کد ۷۶)، چین، آهن و فولاد (کد ۷۲)، دارای مزیت نسبی بوده ولی در صادرات ابزارها (کد ۸۲)، مصنوعات گوناگون از فلزات (کد ۸۳) و مصنوعات از چدن و آهن (کد ۷۳)، مزیت نسبی نداشته است. تنها در کد ۷۲ یعنی چدن، آهن و فولاد روند مزیت نسبی آشکار شده صعودی بوده و در بقیه موارد با روند نزولی شاخص مزیت نسبی آشکار شده مواجه بوده است. این کشور در صادرات قند و شکر و شیرینی (کد ۱۷)، پوست و چرم (کد ۴۱)، حیوانات زنده (کد ۰۱) و چربی‌ها و روغن‌های حیوانی یا نباتی (کد ۱۵) از مزیت نسبی آشکار شده بهره‌مند بوده است. در گروه قند و شکر و شیرینی به رغم نبود مزیت نسبی صادراتی در سال‌های اولیه، این کشور با بهبود در عملکرد صادراتی طی سال‌های پایانی، دارای مزیت نسبی صادراتی شده است.

به طور خلاصه، مصر در گروه‌های مواد نسجی، محصولات نباتی، مصنوعات از سنگ، گچ، سیمان، سرامیک، شیشه، مواد شیمیایی، تا حدی در فلزات معمولی و مصنوعات آن‌ها و محصولات معدنی دارای مزیت نسبی صادراتی است؛ البته، در برخی گروه‌ها نظیر مواد نسجی در حال از دست دادن تخصص‌گرایی صادراتی است.

۱۱-۴- موریتانی

همانطور که از جدول (۱۲) ملاحظه می‌شود این کشور تنها در سه گروه صادراتی از مزیت نسبی صادراتی برخوردار است. رتبه نخست به گروه سنگ فلز، جوش و خاکستر (کد ۲۶) از مجموعه اقلام محصولات معدنی تعلق دارد. در این گروه، مقدار شاخص مزیت نسبی آشکار شده از ۷۶/۶ در سال ۱۹۹۷ با رشد متوسط سالیانه شش درصد به ۹۶/۵ در سال ۲۰۰۱ رسیده است. گروه محصولات معدنی، نمک، گوگرد، خاک و سنگ (کد ۲۵) نیز که در انتهای جدول قرار دارد، تنها در سال ۲۰۰۱ عملکرد نسبتاً خوبی داشته است.

در قسمت محصولات کشاورزی، ماهی‌ها و قشرداران (کد ۰۳)، سایر محصولات حیوانی (کد ۰۵) و انگم‌ها و رزین‌ها، (کد ۱۲) از جمله اقلام صادراتی موریتانی محسوب می‌شوند؛ در مورد ماهی‌ها و قشرداران مزیت نسبی صادراتی وجود دارد و در دو مورد دیگر (به جز برخی سال‌ها) وجود ندارد.

موریتانی در صنایع غذایی، در زیر گروه آخال و تفاله صنایع خوراک‌سازی (کد ۲۳) مزیت نسبی دارد و در گروه‌های توتون و تنباکو و بدل (کد ۲۳)، فرآورده‌های گوشت و ماهی (کد ۱۶) و قند و شکر و شیرینی (کد ۱۷) مزیت نسبی صادراتی ندارد. این کشور در زمینه صادرات پوست و چرم (کد ۴۱) نیز فعالیت دارد، اما در صادرات این محصول مزیت نسبی صادراتی ندارد. همچنین در زمینه مس و مصنوعات از مس نیز فعالیت صادراتی دارد (این کشور

اگرچه در این گروه در سال‌های اولیه مزیت نسبی صادراتی نداشته اما با بهبود در عملکرد در سال ۲۰۰۱ به مزیت دست یافته است).

در مجموع، موریتانی در زمینه محصولات معدنی (به ویژه سنگ فلز، جوش و خاکستر)، فرآورده‌های کشاورزی (به ویژه ماهی‌ها و قشرداران) و صنایع غذایی (به ویژه آخال و تفاله صنایع خوراک‌سازی) که بیشتر متکی بر منابع طبیعی هستند دارای تخصص‌گرایی صادراتی فزاینده بوده است.

۵- جمع‌بندی و پیشنهادها

نتایج بدست آمده از این مقاله نشان می‌دهد که از میان کشورهای تحت بررسی، کشورهای نفت‌خیز، بیشتر بر صادرات نفت خام و تاحدی محصولات شیمیایی و کشاورزی متمرکزند. سایر کشورها که از موهبت نفت خام بهره‌مند نیستند در زمینه‌های کشاورزی (حیوانات زنده، نباتی)، محصولات غذایی، مواد معدنی، مواد شیمیایی، مواد نسجی و با تمرکز کمی در زمینه مواد پلاستیکی، پوست، چرم، چوب و اشیاء چوبی، خمیر و سایر مواد الیافی و سلولزی، مصنوعات از سنگ، شیشه، فلزات معمولی (چدن، آهن، فولاد، آلومینیوم، سرب) فعالیت صادراتی دارند. عدم فعالیت گسترده این کشورها در زمینه صدور ماشین‌آلات و وسایل مکانیکی، وسایل نقلیه زمینی، هوایی و دریایی، آلات و دستگاه‌های ایتیک عکاسی و غیره وجه مشترک بارز آن‌هاست. به عبارت دیگر عوامل موجد مزیت در کشورهای مورد بررسی، منابع طبیعی و فناوری پایین است؛ در سطح صنایع با فناوری متوسط و بالا فعالیت‌های محدودی وجود دارد.

این گروه کشورها می‌توانند بر اساس مزیت‌های تجاری خود به توسعه روابط متقابل از طریق ایجاد یا گسترش یکپارچگی‌های اقتصادی منطقه‌ای اقدام‌ورزند. با این اقدام کشورهای مزبور خواهند توانست مزیت‌های موجود خود را بهبود بخشیده و حتی در جهت کسب مزیت‌های جدید اقدامات ضروری را به انجام رسانند که این امر زمینه نیل به منافع بیشتر در فرآیند ادغام در اقتصاد جهانی را موجب خواهد شد.

پی‌نوشت:

۱- این شاخص برای کشورهای گزارش‌دهنده آمار (کشورهایی که در قسمت برآورد پتانسیل مشخص شده‌اند) در سطح کدهای شش رقمی محاسبه شده است، اما، برای خودداری از حجیم شدن بیش از حد گزارش، برآوردها در اینجا ارائه نشده است.

منابع:

- ۱- عابدین، محمدرضا و رحمانی، میترا. بررسی تجارت خارجی ایران و اردن به همراه شناسایی زمینه‌های همکاری‌های تجاری دوجانبه، ماهنامه بررسی‌های بازرگانی، شماره ۱۰، ۱۳۸۴.
2. IMF, Confidential Inform. SM/ 02/325. OCT 16. 2002.
3. PRS. International Country Risk Guide. Volum XXIV. Number 9. Septe mber 2003.
4. Middle East And North Africa Regional Outlook. Sep 2003.
5. WFO. Staff Estimates, August 2003.
6. International Trade Center. PC/TAS software. 2002.