

رقابت‌پذیری صنایع ایران در روند الحاق به سازمان تجارت جهانی^۱

علی اکبر نیکو اقبال
استادیار و عضو هیات علمی دانشکده اقتصاد دانشگاه تهران

حسن ولی بیگی

پژوهشگر و عضو هیات علمی موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی

تاریخ دریافت: ۱۳۸۵/۶/۷ تاریخ تصویب: ۱۳۸۶/۶/۱۳

چکیده

ایران در تاریخ ۱۳۸۴/۳/۵، به‌عنوان ناظر به عضویت سازمان تجارت جهانی درآمد و اکنون در حال سپری کردن فرایند الحاق به این سازمان قرار دارد. در این راستا ضروری است که تحولات ساختاری در صورت عضویت ایران در سازمان تجارت جهانی از زوایای گوناگون مورد بررسی قرارگیرد. در این راستا، بررسی رقابت‌پذیری صنایع ایران در صحنه تجارت بین‌الملل، امری ضروری است تا دولت به‌عنوان موثرترین عامل توسعه اقتصادی کشور برای بهره‌برداری بیشتر از مزایای الحاق و برطرف کردن مشکلات و موانع آتی، از هم اکنون برنامه ریزی و اقدام کند.

بدین منظور هدف این مقاله شناسایی رقابت‌پذیری صنایع و تعیین صنایع آسیب‌پذیر و ارائه رهنمودهایی برای حمایت منطقی از صنایع رقابت‌پذیر و اتخاذ تدابیر و سیاست‌های پیشگیرانه و احتیاطی به‌منظور کاهش آسیب‌های احتمالی است. برای دستیابی به این هدف، از شاخص‌های مزیت نسبی آشکار شده، ارزش صادرات، واردات و تولیدات هریک از صنایع کشور استفاده شده است. نتایج به‌دست آمده حاکی از آن است که صنایع تولید مواد و محصولات شیمیایی، تولید سایر محصولات کانی غیر فلزی، صنایع غذایی، تولید منسوجات، پوشاک و چرم و کفش و تولید فلزات اساسی بر اساس معیارهای پیش گفته، در مذاکرات الحاق به سازمان تجارت جهانی، بیش از سایر بخش‌ها دارای مزیت نسبی‌اند. برنامه‌ریزی منطقی حمایت از این صنایع و اثر بخش اطلاعاتی و آگاهی عمومی و علنی کردن این حمایت توسط دولت، موجبات تحولات ساختاری صنایع ایران را در جهت انطباق بیشتر این صنایع بر بازارهای جهانی و تحولات انجام گرفته در سازمان جهانی تجارت در طول دوره الحاق فراهم می‌کند.

طبقه‌بندی JEL: F10, F19, O53

*- این مقاله برگرفته از طرح تحقیقاتی "اولویت‌بندی صنایع کارخانه‌ای کشور بر اساس رقابت‌پذیری آن‌ها در بازارهای جهانی" در حال انجام در دانشکده اقتصاد دانشگاه تهران است. مشروح این مقاله در وب سایت drnikoueghbali.tk در دسترس می‌باشد.

کلید واژه‌ها: رقابت‌پذیری، سازمان تجارت جهانی، مزیت نسبی، مزیت رقابتی، مذاکره، صنایع

۱- مقدمه

سازمان جهانی تجارت، از معدود سازمان‌هایی است که تأثیرات بسیار مؤثری بر تجارت خارجی و به تبع آن بر ساختار اقتصادی کشورها دارد. در این میان، ایران علی‌رغم انجام اقدامات بایسته در راستای الحاق به این سازمان، نیازمند اقدامات مکمل دیگری است که ضمن شناسایی بخش‌های آسیب‌پذیر، اقدامات لازم برای کاهش آسیب‌های احتمالی را درپیش گیرد.

عدم عضویت ایران در سازمان تجارت جهانی یا تأخیر در روند الحاق، کشور را از اثرات منفی مصون نگه نمی‌دارد و مدیریت عدم عضویت در شرایط کنونی اقتصاد جهان بسیار دشوار است و لذا احتمالاً زیان‌های جبران‌ناپذیری را بر اقتصاد ایران تحمیل و از امکانات بهره‌برداری از فرصت‌های محتمل، محروم خواهد کرد. لذا موضوع عضویت کشورمان را امری قطعی فرض می‌کنیم. ولیکن باتوجه به مشکلات و تنگناهای ساختاری اقتصاد کشور، ضروری است بسترسازی‌های مناسب در دستور کار مدیریت اقتصادی کلان جامعه قرارگیرد.

بدین ترتیب، به منظور حداقل‌سازی زیان‌های ناشی از پیوستن به سازمان جهانی تجارت، بهتر است درک روشنی از وضعیت صنایع کشور و صنایعی که آسیب‌پذیرترند کسب شود و اقدامات پیش‌گیرانه و احتیاطی به‌مورد اجرا گذاشته شود. بدون توجه به مدیریت الحاق و عدم توجه به چشم‌انداز آتی ایران، عضویت در این سازمان چندان آثار مثبتی برجای نخواهد گذارد.

عضویت در سازمان جهانی تجارت با توجه به اهداف و مقررات آن، موجبات آزادسازی تجاری، آزادسازی نرخ ارز، حذف حمایت‌ها و... را فراهم کرده و از این طریق بر سطح رقابت‌پذیری صنایع اثر می‌گذارد.^۱

بر مبنای مقررات و فرایند الحاق به سازمان جهانی تجارت، شناسایی صنایع فاقد مزیت نسبی و یا دارای مزیت نسبی مصنوعی، بسیار حائز اهمیت است. برخی از صنایع در مراحل قرار دارند که توان رقابتی آن‌ها را می‌توان با شناسایی عوامل ایجاد مزیت و تقویت آن‌ها تا حصول نتیجه، بهبود بخشید. برعکس، صنایعی وجود دارند که اگر با روند موجود به تولید خود ادامه دهند در زمان الحاق، متحمل زیان خواهند شد. از سوی

1- Hamada. T. (2004), Iran's Accession to the WTO, WTO, pp.2-4.

دیگر، برخی صنایع حتی با وجود سطح حمایت‌های موجود، از مزیت نسبی برخوردار نبوده و در حال حاضر نیز توان رقابت در بازارهای خارجی را ندارند. این صنایع در صورت الحاق، با مشکلات بسیار بیشتری روبرو خواهند شد. البته در بلندمدت این امر به نفع کشورها است، زیرا سبب محدود شدن سرمایه‌گذاری در صنایع بدون مزیت‌های نسبی شده و این سرمایه‌گذاری‌ها به سمت صنایع دارای مزیت سوق می‌یابند.^۱

این تحقیق در نظر دارد با تکیه بر مزیت‌های نسبی که به نحو مطلوبی بیان‌کننده رقابت‌پذیری در سطح کلان و خردند (در سطح محصولات تولیدی) ارزش صادرات، واردات و تولیدات هریک از صنایع کشور را (در سطح کد چهار رقمی ISIC) تجزیه و تحلیل کرده و چالش‌های صنایع کشور را مورد ارزیابی قرار دهد. برای شناسایی صنایع دارای توان رقابتی و آسیب‌پذیر، از شاخص مزیت نسبی آشکار شده و سایر شاخص‌های ساخته شده از آمارهای واردات، صادرات و تولیدات صنعتی، استفاده شده است. در پایان، نتیجه‌گیری و پیشنهادات ارائه شده است.

۲- ملاحظات نظری

در ابتدا، آدام اسمیت به مزیت طبیعی و اکتسابی اشاره کرد. وی می‌گوید، " صرف نظر از این که مزیت‌های یک کشور نسبت به کشور دیگر، از نوع طبیعی یا اکتسابی باشد، در نتیجه کار تفاوتی ایجاد نخواهد شد. تا زمانی که یک کشور از این مزیت‌ها برخوردار است و کشور دیگر خواهان به‌دست آوردن آن است، برای کشور دوم خرید از کشور اول، در مقایسه با تولید داخل، سودمندی بیشتری خواهد داشت."^۲

ریکاردو در خصوص مزیت طبیعی، توجه خود را به تفاوت نسبی در بهره‌وری نیروی کار (تولید در هر ساعت) معطوف کرد. در حالت بسیار ساده، تحلیل ریکاردویی، این نتیجه حاصل می‌شود که بهره‌وری نیروی کار و نرخ دستمزد عوامل تعیین‌کننده هزینه واحد نیروی کار بوده و آن نیز به نوبه خود یک عامل تعیین‌کننده مهم مزیت نسبی یک کشور است.^۳

1- Smeets. M. (2006), The WTO, Multilateral Trading System :Challenges and Opportunities, WTO , PP 4-5.

۲- جرالد ام. مایر ، (۱۹۹۸)، فضای بین‌المللی تجارت ، حبیبی، علی ، انتشارات سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی کشور، ۱۳۸۲، صص ۸۰-۷۹.

۳- جرالد ام. مایر ، (۱۹۹۸)، صص ۱۰۵-۶۹.

اصل مزیت نسبی توسط دو اقتصاددان سوئدی به نام‌های هکشر و اوهلین، اصلاح و با شرایط جدید مطابقت داده شد. نظریه مزیت نسبی هکشر- اوهلین، بر نسبت‌های عوامل در تولید محصولات مختلف در کشورهای مختلف متمرکز است. در نتیجه عامل اساسی تعیین‌کننده مزیت نسبی یک کشور، برخورداری نسبی آن کشور از عوامل است: یعنی عرضه نسبی منابع طبیعی، نیروی کار و سرمایه^۱.

در این زمینه، معیارهای تعیین و تشخیص مزیت نسبی به دو صورت معیارهای قبل از تجارت و پس از تجارت بیان می‌شوند. معیار قبل از تجارت، در اکثر اوقات به معیار نظری مزیت نسبی و بر اساس مقایسه هزینه تولید قبل از انجام تجارت، اشاره دارد. در معیار پسین، اطلاعات مبادلات خارجی بعد از تجارت مدنظر قرار می‌گیرند. در این حالت، هزینه‌ها در شرایط وجود تجارت اندازه‌گیری می‌شوند. در نتیجه، معیار کاربردی تا حدودی از مبنای نظری آن فاصله می‌گیرد. بر همین اساس، تعدادی از اقتصاددانان از جمله برونو (۱۹۶۷) و بالاسا (۱۹۶۷)، شاخص‌های کاربردی هزینه منابع داخلی و مزیت نسبی آشکار شده را به‌منظور تعیین اندازه‌گیری مزیت نسبی و انتخاب فعالیت‌ها و سرمایه‌گذاری‌ها و... ارائه داده‌اند^۲.

شاخص هزینه منابع داخلی به‌عنوان معیار پسین، عبارت است از نسبت ارزش سایه‌ای داده‌های خالص داخلی، به ارزش سایه‌ای ستانده‌های خالص مبادله شده (فین ۱۹۹۵). همان‌طور که قبلاً گفته شد، این شاخص برای اولین بار توسط برونو در سال ۱۹۶۷ مطرح شد. سپس کروگر و برونو^۳ (۱۹۷۲)، لوفسکی (۱۹۷۲)، گرین‌اوی و میلنر^۴ (۱۹۹۳)، فین (۱۹۹۵)، و پرکینز^۵ (۱۹۹۷)، با انجام تعدیلاتی آنرا بسط دادند.

لیزنر^۶ (۱۹۵۸)، با استفاده از داده‌های بعد از تجارت، مزیت نسبی را برای بازار مشترک اروپا اندازه‌گیری کرد. پس از وی، بالاسا (۱۹۶۵)، با تعدیل رابطه لیزنر، به‌اندازه‌گیری مزیت نسبی آشکار شده پرداخت. توماس ول‌راس^۷ (۱۹۹۱) نیز، ضمن

۱- جرالدم. مایر، (۱۹۹۸)، ص ۷۵.

۲- اخوی، احمد (۱۳۷۳) "تجارت بین‌الملل، استراتژی بازرگانی و توسعه اقتصادی"، تهران، موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی، ص ۴۵.

3 - Bruno, M (1972).

4 - D. Greenaway & C.R. Milner (1993) .

5 - F.C. Perkins(1997).

6 - H.H. Liesner (1958).

7- T.L. Vollrath(1991).

اشاره به شاخص‌های لیزنر و بالاسا، آن‌ها را دارای محدودیت‌هایی دانسته و بیان کرد که معیارهای نسبی صادرات، تمرکز بیشتری بر تولید و صادرات کشورهای پیشرفته دارند و کم‌تر از کشورهایی با درآمد کم و متوسط و دارای محصولات کشاورزی صحبت به میان می‌آورند. وی نیز با تعدیل شاخص بالاسا، یک شاخص تکامل یافته بالاسا را معرفی کرد. امروزه از این شاخص در مقالات و گزارش‌های مرتبط به‌وفور استفاده شده است.

مزیت نسبی فقط یک بحث ایستا نبوده و بسیاری از کشورها با وجود فقدان مزیت طبیعی، توانسته‌اند با خلق مزیت نسبی در برخی صنایع، با دیگر کشورها تجارت کنند. به عبارت دیگر مزیت نسبی در طول زمان، می‌تواند از طریق دستیابی به بازدهی صعودی نسبت به مقیاس، تغییرات در برخورداری از عوامل و چرخه حیات محصول، توسط کشورها کسب شود.^۱

در اکثر مطالعات انجام شده، مانند زیگانگ^۲، برای ارزیابی اثرات احتمالی الحاق به سازمان جهانی تجارت بر صنایع، از شاخص مزیت نسبی آشکار شده^۳ استفاده شده است.

همان‌طور که قبلاً ذکر شد، کمی کردن مزیت نسبی با استفاده از داده‌های پس از تجارت^۴، برای اولین بار توسط لیزنر انجام گرفت. وی برای محاسبه مزیت نسبی، از شاخص‌های عملکرد نسبی صادرات، به‌عنوان یک متغیر جایگزین برای هزینه‌های نسبی استفاده کرد. این کار به منظور ارزیابی پیامدهای ورود بریتانیا به بازار مشترک اروپا انجام گرفت. شاخص مزیت نسبی لیزنر به‌صورت زیر تعریف شد:

$$RCA_{ai} = (X_{ai} / X_{ae}) / (X_{ad} / X_{de}) = X_{ai} / X_{ad}$$

که در این رابطه، RCA معرف مزیت نسبی آشکار شده، a کالای خاص، X صادرات، e بیانگر هفت کشور اروپایی، I معرف بریتانیا و d کشوری خاص است. در رابطه فوق، شاخص مزیت نسبی آشکار شده، با عدد یک مقایسه شده است. اگر این شاخص بزرگ‌تر از یک باشد، این امر حاکی از وجود مزیت نسبی کشور مورد نظر در کالای a، اگر مساوی با یک باشد، نشانه عدم وجود هرگونه برتری کشور مورد نظر در کالای a و اگر کم‌تر از یک باشد، نشانه عدم وجود مزیت نسبی کشور مورد نظر در آن کالا است.

۱- جرالدام، مایر، (۱۹۹۸)، صص ۸۰-۷۹.

2- Zhigang, z., (2000), PP. 4-5 .

3- Revealed Comparative Advantage /RCA.

4- Ex- Post.

این شاخص در سال ۱۹۶۷ توسط بالاسا، تعدیل و برای نخستین بار اصطلاح مزیت نسبی آشکار شده (RCA) به آن اطلاق شد. از آن سال به بعد، معیار مذکور در گزارشات و مقالات متعدد به عنوان معیار اندازه گیری تخصص گرایی به کار گرفته شده است. بالاسا، مزیت نسبی آشکار شده را به صورت زیر تعریف کرد:

$$RCA_{ij} = \frac{X_{ij} / \sum_i X_{ij}}{\sum_j X_{ij} / \sum_i \sum_j X_{ij}}$$

که در این رابطه، X نمایانگر صادرات و i و j به ترتیب نشان دهنده کالا و کشورند. هری بون^۱، در سال ۱۹۸۳، شاخص خود را برای اندازه گیری مزیت نسبی آشکار شده معرفی کرد و با انتقاد بر شاخص بالاسا، عنوان کرد که وی در رابطه خود صادرات و واردات را به طور جداگانه مورد توجه قرار داده است، در حالی که مفهوم مزیت نسبی در برگیرنده تجارت خالص است. به منظور برطرف کردن این مشکل، بون، شاخص های جایگزین خود را تحت عنوان شاخص شدت تولید و شدت خالص تجارت، معرفی کرده و در تدوین روابط خود، از تولید، مصرف و خالص تجارت استفاده کرده است. بالانس، فوستر و ترسی موری در سال ۱۹۸۷، با انتقاد از شاخص بون، شاخص خود را که صادرات و واردات را با هم دربرمی گرفت، ارائه دادند. این شاخص به صورت زیر ارائه شد:

$$RCA_{aN} = (X_{aN} - M_{aN}) / (X_{aN} + M_{aN})$$

که در این رابطه، X و M به ترتیب معرف صادرات و واردات و کالای a در کشور N است. مقدار این شاخص بین یک و منهای یک قرار دارد. از این شاخص در مطالعات یونیدو نیز استفاده شده است.^۲

۴- پیشینه تحقیق

مطالعات متعددی در زمینه اثرات الحاق کشورهای مختلف به سازمان جهانی تجارت در خارج و داخل انجام گرفته اند، که بخش عمده ای از آن ها به مطالعات بخشی اختصاص دارد. در این قسمت، تلاش می شود که در ابتدا به مطالعات خارجی و سپس به اهم مطالعات داخلی پرداخته شود.

1- Harry P. Bowen (1983), p.469.

2 - U.N.I.D.O.(1982) .

مطالعات خارجی

در مطالعه‌ای، "اثرات الحاق ویتنام به سازمان تجارت جهانی" در سال ۲۰۰۳، مورد بررسی قرار گرفته است. در این مطالعه، رقابت‌پذیری کالاها با استفاده از شاخص RCA اندازه‌گیری شده است.^۱

در مطالعه‌ای دیگر، با استفاده از شاخص RCA، "اثرات الحاق چین به سازمان تجارت جهانی" مورد کنکاش قرار گرفته است.^۲ در بخشی از این مطالعه آمده است که کشور چین در حال گرایش به سمت تولید کالاهای با تکنولوژی بالاست و کشورهای پیرامون نظیر کره جنوبی، تایوان و سنگاپور، در حال گرایش به سمت تولید کالاهای صنایع سنگین و کالاهای سرمایه‌ای‌اند.

برخی از محققان نیز تلاش کرده‌اند تا با به‌کارگیری الگوی تعادل عمومی قابل محاسبه (CGE)، اثرات کلان الحاق به سازمان تجارت جهانی را مورد کنکاش قرار دهند. که می‌توان به کارهای وو و مک‌کیبین^۳ (۲۰۰۳)، دربارهٔ اثرات الحاق چین به سازمان تجارت جهانی و لوسیو و وینهاس^۴ (۲۰۰۳)، دربارهٔ اثرات الحاق روسیه به سازمان تجارت جهانی، اشاره کرد.

مطالعات داخلی

در تحقیقی باعنوان "اثر عضویت ایران در سازمان تجارت جهانی بر بخش صنعت"، سعی شده با استفاده از شاخص مزیت نسبی آشکار شده، اثرات الحاق به سازمان جهانی تجارت مورد بررسی قرار گیرد. در این تحقیق، از شاخص مزیت نسبی آشکار شده که نسبت خالص صادرات (صادرات منهای واردات) را به مجموع مبادلات خارجی جهانی (صادرات به‌علاوهٔ واردات) نشان می‌دهد، استفاده شده است.^۵

1- D.R. Holst. "Vietnam's Accession to the WTO", National Center on social and Human science and World Bank, may 2003.

2- Hong Kong Monetary Authority, (2002) "The Impact of China's Accession to the World Trade Organisation on Asia", Quarterly Bulletin.

3- Warwick J McKibbin and Wing Thye Woo (2003)

4- Vinhas De Souza, Lucio (2003), "Effects of Russian WTO Accession and EU Enlargement on Belarus: Initial Estimations", 6th Annual Conference on Global Economic Analysis, The Hague, The Netherlands.

۵- بیدآباد، بیژن (۱۳۷۵).

صنایع کشور در این تحقیق به ۹ زیر بخش (۱- نساجی، پوشاک و چرم، ۲- تولید فلزات اساسی، ۳- محصولات کانی و غیر فلزی، ۴- شیمیایی، زغال سنگ، لاستیک و پلاستیک، ۵- غذایی، آشامیدنی‌ها و دخانیات، ۶- چوب و محصولات چوبی، ۷- ماشین آلات، تجهیزات ابزار و محصولات فلزی، ۸- سایر صنایع تولید و ۹- کاغذ، مقوا، چاپ و صحافی) تقسیم شده است. نتایج محاسبات انجام شده نشان می‌دهند که شاخص مزیت نسبی آشکار شده در تمام زیربخش‌های صنعت، به‌استثنای صنایع نساجی، پوشاک و چرم و صنایع تولید فلزات اساسی، در طی دوره ۱۳۷۳-۱۳۵۴، همواره منفی بوده است. دو بخش اخیر در سال‌های آخر دوره، موفق شدند که مزیت نسبی آشکار خود را مثبت کنند. در نتیجه، صادرات این دو بخش بیش از واردات است، ولی همواره در بخش‌های دیگر صنعت، واردات، بر صادرات فزونی داشته است.

در این مقاله نتیجه‌گیری شده که، "چنانچه ایران تصمیم به الحاق به سازمان جهانی تجارت بگیرد، مذاکره‌کنندگان می‌بایست به‌شدت به نفع زیربخش‌هایی که مزیت نسبی بیشتری دارند، چانه‌بزنند و صنایعی که دارای مزیت نسبی بالاتری‌اند و از رشد سریعتری نیز برخوردارند، باید بیشتر حمایت شوند. این موضوع در مورد زیربخش‌هایی که اشتغال صنعتی بیشتری را به خود اختصاص داده‌اند نیز، صادق است. با توجه به این نکات، باید حمایت از دو بخش نساجی، پوشاک و چرم و تولید فلزات اساسی، بیش از سایر بخش‌ها در مذاکرات مورد تأیید قرارگیرد، اگرچه نرخ‌های رشد تولید و ارزش افزوده این دو بخش حاکی از عدم توجه کافی به این دو بخش است. وجود فرش صادراتی که از صنایع کاربر تلقی می‌شود، سبب مثبت شدن مزیت نسبی آشکار بخش صنایع نساجی، پوشاک و چرم شده است. با توجه به این که حدود ربع اشتغال صنعتی در این بخش است، حمایت همه جانبه تولید فرش بسیار حائز اهمیت خواهد بود.

برای استفاده از شاخص خالص صادرات ایران در زیر بخش صنعت، باید به خالص صادرات جهان در همان زیر بخش، بسیار دقت کرد، زیرا ایران کشوری است که محدودیت‌های وارداتی در آن بالاست و این محدودیت‌ها از صنعتی به صنعت دیگر متفاوت‌اند. این شاخص نمی‌تواند به خوبی گویای مزیت نسبی صنایع در ایران باشد. به‌عنوان مثال، در صنعت خودرو از آنجا که در چند سال اخیر وارداتی به کشور انجام نمی‌گرفت و در عین حال صادرات هر چند کوچکی نیز وجود داشت، این شاخص بر این منوال دلالت بر مزیت نسبی ایران در صنعت خودرو دارد، در حالی که تحقیقات انجام شده نشان می‌دهند که ایران در این صنعت از مزیت نسبی برخوردار نبوده است، ولیکن

در سال‌های اخیر، با تثبیت هزینه و قیمت تمام شده و در عین حال بهبود کیفیت خودروهای تولیدی، به‌ویژه با سرمایه‌گذاری و مشارکت طرف‌های خارجی، در حال رسیدن به مزیت‌های اکتسابی است.

در تحقیق پیش‌رو، برای جهت رفع این مشکل، اولاً سعی شده که از شاخصی استفاده شود که صرفاً صادرات را دربرگیرد و ثانیاً، تعداد صنایع مورد بررسی به زیربخش‌های بیشتر تفکیک شود (از ۹ بخش به بالای ۱۲۰ بخش)، تا بتوان تجزیه و تحلیل دقیق‌تری ارائه داد.

۵- روش شناسی تحقیق

از دهه ۱۹۶۰ به این طرف، مزیت نسبی آشکار شده علی‌رغم نقدهای انجام گرفته بر آن، به‌طور گسترده‌ای به‌عنوان یک شاخص تعیین‌کننده رقابت‌پذیری به‌کار گرفته شده است. محبوبیت این شاخص از آن‌جاست که بسیار ساده بوده و با استفاده از داده‌های تجاری که به‌طور گسترده در دسترس‌اند، به آسانی قابل محاسبه است. علاوه بر آن، از زیربنای نظری محکمی نیز برخوردار است.

در برخی مطالعات انجام شده (بالانس، فوستر و ترسی موری، سال ۱۹۸۷)، در شاخص مزیت نسبی آشکار شده، ارزش واردات نیز در فرمول به‌کار گرفته شده است. نتایج به‌دست آمده از این‌گونه شاخص‌ها برای کشورهایی که دارای موانع غیرتعرفه‌ای بالایی طی دوره مورد بررسی بوده‌اند، گمراه‌کننده است.

به این منظور در این مقاله، فقط از متغیر صادرات برای ارزیابی مزیت نسبی آشکار شده استفاده شده است. از سوی دیگر، برای اقتصادهای تک محصولی، در نظر گرفتن رقم کل صادرات در شاخص مزیت نسبی آشکار شده، به‌نحو مطلوبی مزیت نسبی را نشان نمی‌دهد. بدین ترتیب، محاسبه این شاخص برای ایران با درج صادرات صنعتی مطلوب‌تر خواهد بود.

این شاخص براساس الگویی پایه‌ریزی شده، که طبق آن اطلاعات تجاری (صادرات) هر کشور، نمایانگر موقعیت رقابتی آن در بازارهای جهانی است. شاخص مزیت نسبی آشکار شده (صادراتی) به‌صورت زیر تعریف شده است:

$$RCA_{ij} = \frac{X_{ij} / X_j}{X_{iw} / X_w} \quad (۲)$$

که در آن X_{ij} ، صادرات کالای i توسط کشور j ، Z_j ، کل صادرات صنعتی کشور j ، X_{iw} ، صادرات جهانی کالای i و X_w ، کل صادرات صنعتی جهان است. در این رابطه، صورت کسر، درصد سهم یک بخش مفروض در صادرات ملی و مخرج کسر، درصد سهم همان بخش در سطح جهان را منعکس می‌کند. به عبارت بهتر، این معیار در نظر دارد به بررسی ساختار صادرات صنعتی ملی در مقابل ساختار صادرات صنعتی جهانی بپردازد.

شاخص RCA، اگر در فاصله بین یک تا صفر قرار گیرد، نشاندهنده عدم مزیت نسبی و بزرگ‌تر از یک، نمایانگر وجود مزیت نسبی آشکار شده در صادرات کالای i است. روند افزایشی این شاخص در طی زمان، نشان دهنده بهبود موقعیت رقابتی یک کالا در سطح جهان و یا یک منطقه خاص در راستای ایجاد فرصت‌های مناسب و یا استفاده از فرصت‌های پیش‌آمده تلقی می‌شود.

شایان ذکر است در این تحقیق برای محاسبه روند RCA و بررسی میزان ثبات عملکرد صادراتی، از طریق روش حداقل مربعات معمولی^۱ (OLS) به تخمین نرخ رشد متوسط و میزان ثبات روند پرداخته می‌شود. هم‌چنین، برای تخمین متوسط رشد سالانه عملکرد صادراتی کالای i در طول دوره مورد بررسی (که نشان‌دهنده افزایش توان رقابتی نیز است)، با فرض این که در کوتاه‌مدت رشد عملکرد صادراتی به صورت هندسی تغییر می‌کند، از رابطه زیر استفاده شده است^۲:

$$\left(RCA_i^k\right)_t = \left(RCA_i^k\right)_0 [1+r]^t \quad (۳)$$

که، t ، دوره مورد نظر، صفر دوره مبنا، r ، نرخ رشد متوسط سالیانه، و T ، فاصله سال مورد نظر از سال مبنا است. اگر از طرفین رابطه فوق لگاریتم طبیعی بگیریم، رابطه فوق به صورت زیر درمی‌آید:

$$\ln\left(RCA_i^k\right)_t = \ln\left(RCA_i^k\right)_0 + \beta t \quad (۴)$$

β در رابطه فوق، برابر با $\ln(1+r)$ است. در ادامه، با کمک روش حداقل مربعات معمولی، ضرایب مدل خطی فوق با ساده‌سازی به صورت $Y = \alpha + \beta t$ ، قابل تخمین

1- Ordinary Least Squares.

2- World Bank, "World Development Indicators, 1999, p.371.

خواهند بود، در این صورت نرخ رشد متوسط RCA در طی یک دوره، طبق رابطه زیر به دست می‌آید:

$$r = (e^{\beta} - 1)100$$

در معادله فوق، مربع ضریب همبستگی مدل خطی (R^2)، میزان ثبات عملکرد صادراتی را نشان می‌دهد، به عبارت دیگر، نزدیک شدن R^2 به سمت عدد یک، نشان‌دهنده میزان ثبات عملکرد صادراتی در دوره مورد نظر و در مقابل، نزدیک شدن به صفر، نشان‌دهنده نوسانات شدید در میزان عملکرد صادراتی در طی دوره است.^۱ در تجزیه و تحلیل‌ها، علاوه بر شاخص مزیت نسبی صادراتی، از شاخص‌های سهم هر گروه از کل تولیدات صنعتی، نسبت صادرات به ستانده، نسبت واردات و ستانده به مصرف ظاهری^۲ و سهم هر گروه از کل واردات صنعتی نیز استفاده شده است.

۶- تخصص‌گرایی صنایع ایران بر اساس شاخص مزیت نسبی صادراتی

شاخص مزیت نسبی آشکار شده گروه‌های کالایی (بر حسب کد ۴ رقمی ISIC) طی سال‌های ۸۰-۱۳۷۶، مورد محاسبه قرار گرفت. به‌طور معمول، شاخص مزیت نسبی صادراتی بر اساس کد HS^۳ مورد محاسبه قرار می‌گیرد. در این تحقیق، به‌منظور همسان‌سازی این شاخص با سایر شاخص‌های مورد نظر، که همگی بر اساس کد ISIC اطلاعات آن‌ها موجود است سعی شده با تبدیل کد ۶ رقمی HS به ۴ رقمی ISIC، شاخص مزیت نسبی صادراتی نیز بر اساس کد ۴ رقمی ISIC مورد محاسبه قرار گیرد. نتایج محاسبات نشان می‌دهند که از ۱۰۵ گروه مورد بررسی، ۱۹ گروه با بهبود در عملکرد صادراتی، ضمن داشتن مزیت نسبی آشکار شده، از افزایش توان رقابتی (رشد مثبت طی دوره) نیز برخوردار بوده‌اند. در این میان، ۹ گروه نیز علی‌رغم داشتن مزیت نسبی آشکار شده، توان رقابتی در آن‌ها در حال کاهش است و ۷۶ گروه نیز از مزیت نسبی آشکار شده برخوردار نبوده‌اند. جدول ۱، گروه کالاهای مزیت‌دار را که دارای رشد مثبت‌اند (طی دوره، با افزایش توان رقابتی مواجه بوده‌اند)، نشان می‌دهد.

۱- حسن‌پور، یوسف، (۱۳۷۹)، "تجزیه و تحلیل مزیت نسبی صادراتی"، فصلنامه بازرگانی، شماره ۱۴، ص ۷۷.

۲- مصرف ظاهری عبارت است، از ستانده به‌علاوه واردات منهای صادرات.

3 - Harmonic System.

جدول ۱- شاخص مزیت نسبی صادراتی (بالاتر از یک و رشد مثبت) در ایران طی سال‌های ۸۰-۱۳۷۷

کد ISIC	شرح	شاخص مزیت نسبی آشکار شده					
		1376	1377	1378	1379	1380	متوسط دوره
میزان ثبات روند	نرخ رشد سالانه						
1722	تولید انواع قالی و قالیچه	233.6	267.3	303.9	292.1	271.09	271.9
2320	تولید فرآورده‌های نفتی تصفیه شده	6.48	12.24	9.27	10.37	21.07	12.33
2694	تولید سیمان، آهک و گچ	1.32	3.60	7.83	10.10	10.56	6.52
2412	تولید کودها و ترکیبات ازته	4.96	14.00	4.09	3.56	5.49	6.24
2696	برش، شکل دادن و پرداخت	1.88	2.56	2.84	3.61	7.83	3.79
2411	تولید مواد شیمیایی اساسی	3.51	3.62	2.51	3.42	5.30	3.72
2710	تولید آهن و فولاد اساسی	2.89	2.06	4.03	3.96	3.74	3.28
1729	تولید سایر منسوجات طبقه بندی نشده در جای دیگر	2.16	1.21	1.56	2.63	4.86	2.45
1911	دباغی و پرداخت چرم	1.63	1.22	1.31	3.89	3.69	2.43
1512	عمل آوری و حفاظت آبریزان	2.00	2.42	2.02	2.34	2.09	2.17
1920	تولید انواع پاپوش	1.67	1.34	1.22	1.51	2.73	1.71
2422	تولید انواع رنگ، روغن جلا و پوشش‌های مشابه	1.50	0.89	0.82	1.61	2.51	1.48
2695	تولید کالاهای بتنی، سیمانی و گچی	0.88	1.08	1.21	1.54	2.12	1.35
1820	عمل آوردن و رنگ کردن پوست خردار، تولید انواع کالاها از پوست خردار	0.01	0.00	0.00	0.00	5.62	1.35
2424	تولید صابون و پاک کننده‌ها، فرآورده‌های تمیز کننده	1.18	1.09	1.16	1.36	1.27	1.22
2699	تولید سایر محصولات کانی غیر فلزی طبقه بندی نشده جای دیگر	0.62	1.32	1.21	1.07	1.34	1.11
2812	تولید تانک، مخزن و ظروف فلزی (کانتینر)	0.57	0.85	2.33	0.97	0.89	1.11
1514	تولید روغن‌ها و چربی‌های گیاهی و حیوانی	0.55	0.68	0.46	1.45	2.45	1.09
2413	تولید مواد پلاستیکی به شکل اولیه و تولید لاستیک مصنوعی	0.88	1.28	0.85	0.82	1.35	1.03

ماخذ: محاسبات تحقیق.

بررسی‌های انجام شده حاکی از آن است که گروه‌های تولید مواد و محصولات شیمیایی، تولید سایر محصولات کانی غیر فلزی (تولید سیمان، آهک و گچ، کالاهای بتنی، سیمانی و گچی، برش، شکل دادن و پرداخت سنگ)، تولید برخی محصولات غذایی (نظیر روغن‌ها و چربی‌های گیاهی و حیوانی)، تولید منسوجات (عمدتاً تولید قالی و قالیچه) و سایر گروه‌های کالایی که فهرست آن‌ها در جدول شماره ۱ آمده است، از مزیت نسبی آشکار شده بهره‌مندند.

این مجموعه کالاها در سال ۱۳۸۰، ۲۵/۷ درصد اشتغال صنعتی، ۳۱/۳ درصد واردات صنعتی و ۳۷/۵ درصد تولید صنعتی را به خود اختصاص داده‌اند. علاوه بر شاخص‌های فوق، متوسط نسبت ستانده به مصرف ظاهری این گروه از کالاها، برابر ۱/۰۱ است، که به‌طور متوسط امکان تأمین نیاز کل کشور بر اساس تولید داخل وجود دارد (بر اساس آمار مرکز آمار ایران و یا رجوع شود به وب سایت drnikoueghbal.tk). چنانچه فهرست کالاهای مزیت‌دار (جدول ۱) نشان می‌دهد، ایران در حال تقویت مزیت نسبی صادراتی و یا تخصص یافتن در مجموعه کالاهای ست که به‌طور عمده برمزیت طبیعی (نظیر نفت، محصولات کشاورزی، سایر منابع طبیعی و صنایع آغازین^۱) متمرکزند.

جدول ۲، گروه کالاهای مزیت‌دار را که با رشد منفی در شاخص مزیت نسبی آشکار شده، مواجه‌اند، نشان می‌دهد. این امر، نشانگر آن است که توان رقابتی ایران در بازارهای صادراتی، با وجود داشتن مزیت نسبی صادراتی، در حال کاهش است. همان‌طور که در فهرست کالاها مشاهده می‌شود، عمده گروه‌های صادراتی مزیت‌دار، از گروه صنایع غذایی و آشامیدنی‌اند (از ۹ گروه، ۷ گروه را شامل می‌شود) که بیشترین اشتغال صنعتی را نیز دارند. این گروه از کالاها در ابتدای دوره یعنی سال ۱۳۷۶ از مزیت نسبی صادراتی بالایی برخوردار بوده‌اند که رفته رفته از مزیت آنان به دلایل مختلفی از جمله قدیمی بودن تکنولوژی تولید، افزایش در هزینه‌های تولید، عدم توجه به بسته‌بندی مناسب کالاها بویژه محصولات غذایی، عدم رعایت استانداردهای بازارهای صادراتی و... کاسته شده است ولیکن تا سال ۱۳۸۰ هنوز به مرز عدم مزیت نرسیده‌اند.

۱- صنایع آغازین، صنایعی‌اند که در سطوح پایین درآمد و برای پاسخ‌گویی به تقاضای‌های اساسی و اولیه جمعیت (خوراک و پوشاک) ایجاد می‌شوند. از ویژگی‌های این صنایع، فناوری پایین و ساده است. برای مطالعه بیشتر به مقاله زیر مراجعه شود:

Syrquin M. and Chenery H. , " Three Decades of Industrialization" , The World Bank Review, vol.3, No.2, May 1989.

همه کالاهای فهرست شده در جدول ۱ در سال ۱۳۸۰، نشان می‌دهند که این صنایع، ۱۶/۸ درصد اشتغال صنعتی، ۲/۴ درصد واردات صنعتی و ۸/۳ درصد تولید صنعتی را به خود اختصاص داده‌اند. این جدول در مقایسه با اطلاعات ارائه شده توسط مرکز آمار ایران نشان می‌دهد^۱ که تأمین ۹۲ درصد نیاز کل کشور برای این گروه کالاها به‌طور متوسط از طریق تولید داخل امکان‌پذیر است. این گروه از کالاهای صادراتی نیز همانند گروه اول، به‌طور عمده مبتنی بر صنایع آغازین و برخوردار از مزیت نسبی طبیعی‌اند.

جدول ۲- شاخص مزیت نسبی صادراتی (بالاتر از یک و رشد منفی) در ایران طی سال‌های ۸۰-۱۳۷۷

کد ISIC	شرح	شاخص مزیت نسبی آشکار شده					
		1376	1377	1378	1379	1380	متوسط دوره
1544	تولید ماکارونی؛ رشته فرنگی، و محصولات آردی مشابه	20.0	11.7	9.7	7.9	4.7	11.0
1541	تولید محصولات خبازی	6.0	3.9	4.9	3.4	2.1	4.1
1513	عمل آوری و حفاظت میوه و سبزیجات از فساد	4.2	3.4	4.6	4.8	3.3	4.0
1511	تولید، عمل آوری و حفاظت گوشت و محصولات گوشتی از فساد	4.6	2.7	2.9	2.5	2.6	3.1
1543	تولید کاکائو، شکلات و انواع نقل و آبنبات و آدامس	4.0	2.1	2.2	2.6	2.3	2.7
3330	تولید ساعت‌های مچی و انواع دیگر ساعت	2.6	1.7	2.0	2.3	1.5	2.1
2693	تولید محصولات گلی و سرامیکی ساختمانی غیرنسوز	2.1	2.1	1.9	2.0	1.7	2.0
1549	تولید سایر محصولات غذایی طبقه بندی نشده در جای دیگر	1.7	1.8	1.9	1.8	1.6	1.8
1711	آماده‌سازی و ریسندگی الیاف نساجی، بافندگی منسوجات	1.5	0.8	1.1	1.1	1.0	1.1

ماخذ: محاسبات تحقیق.

دو گروه از کالاهای صادراتی ایران که در آن‌ها ایران دارای مزیت نسبی صادراتی است (جدول ۱ و ۲)، در سال ۱۳۸۰، مجموعاً ۴۲/۶ درصد اشتغال صنعتی، ۳۳/۷ درصد واردات صنعتی و ۴۵/۷ درصد تولید صنعتی را به خود اختصاص داده‌اند. در مجموع با وجود امکانات و منابع فراوان در کشور، کمتر از ۵۰ درصد فعالیت‌های صنعتی در کشور که در امر صادرات فعالند، از مزیت نسبی صادراتی برخوردارند.

۱- رجوع شود به وب سایت drnikoueghbal.tk

همان‌گونه که از فهرست هر دو گروه کالاها (جدول ۱ و ۲) استنباط می‌شود، ایران در صادرات محصولات مبتنی بر فرآورده‌های اولیه و کشاورزی، صنایع آغازین و صناعی با مزیت‌های طبیعی، تخصص دارد. در صورت ادامه روند موجود و عدم توجه به خلق مزیت در صنایعی نظیر محصولات الکترونیکی، صنایعی با محتوای تحقیق و توسعه و فناوری بالا (دانش بر)، نوسازی در صنایع منسوجات و پوشاک و هم‌چنین تحولات پیش‌روی کشور، نظیر جهانی شدن اقتصاد، که تقسیم کار جدید را به‌دنبال خواهد داشت، کشور هم‌چنان صادرکننده محصولات ابتدایی و متکی بر منابع باقی خواهد ماند. بر همین اساس، مهم‌ترین چالش صنایع کشور، تداوم تولید و صدور محصولات مبتنی بر مزیت طبیعی است.

۷- صنایع مذاکره‌پذیر در روند الحاق به سازمان تجارت جهانی

در فرایند الحاق به سازمان تجارت جهانی، ضروری است ایران در مذاکرات خود زیر بخش‌هایی را که از مزیت نسبی بیشتری برخوردارند و رشد سریعتری نیز دارند، به جهت دارا بودن مزیت، مورد توجه قرار داده و آن‌ها را مشمول کاهش متقابل تعرفه‌های گمرکی کند. بدین ترتیب، لازم است مجموعه کالاها بر اساس معیارهای مزیت نسبی صادراتی و روند شاخص مزیت نسبی صادراتی طبقه‌بندی شوند. بر این اساس، مجموعه کالاهایی که باید از طرف مذاکره‌کنندگان تا حد امکان مورد چانه زنی قرار گیرند، به ترتیب اولویت در سه دسته بر اساس کد ۴ رقمی ISIC قابل تقسیم‌بندی می‌شوند:

الف) مجموعه کالاهایی که دارای مزیت نسبی و روند رشد سریع بوده‌اند عبارتند از:

- ۱- تولید سایر محصولات کانی غیرفلزی طبقه‌بندی نشده در جای دیگر (۲۶۹۹)؛
- ۲- تولید سیمان، آهک و گچ (۲۶۹۴)؛
- ۳- تولید فرآورده‌های نفتی تصفیه شده (۲۳۲۰)؛
- ۴- تولید کالاهای بتنی، سیمانی و گچی (۲۶۹۵)؛
- ۵- تولید مواد پلاستیکی به شکل اولیه و تولید لاستیک مصنوعی (۲۴۱۳)؛
- ۶- تولید تانک، مخزن و ظروف فلزی (کانتینر) (۲۸۱۲)؛
- ۷- تولید انواع پاپوش (۱۹۲۰)؛
- ۸- برش، شکل دادن و پرداخت سنگ (۲۶۹۶)؛
- ۹- تولید روغن‌ها و چربی‌های گیاهی و حیوانی (۱۵۱۴)؛
- ۱۰- تولید مواد شیمیایی اساسی، به جز انواع کود و ترکیبات ازت (۲۴۱۱)؛
- ۱۱- تولید انواع رنگ، روغن جلا و پوشش‌های مشابه (۲۴۲۲)؛
- ۱۲- دباغی و پرداخت چرم (۱۹۱۱)؛
- ۱۳- تولید سایر منسوجات طبقه‌بندی نشده در جای دیگر (۱۷۲۹)؛
- ۱۴- عمل آوردن و

رنگ کردن پوست خردار، تولید انواع کالاهای از پوست خردار (۱۸۲۰)؛ ۱۵- تولید فلزات اساسی قیمتی و فلزات غیر آهنی (۲۷۲۰) ۱۶- تولید شیشه و محصولات شیشه‌ای (۲۶۱۰)؛ ۱۷- تولید کالاهای نساجی تکمیل شده به استثنای پوشاک (۱۷۲۱)؛ ۱۸- تولید پوشاک، به استثنای پوشاک از پوست خز (۱۸۱۰)؛ ۱۹- تولید چمدان، کیف دستی و اجناس مشابه (۱۹۱۲)؛ ۲۰- تولید مواد ضد آفات و سایر محصولات شیمیایی مورد استفاده در کشاورزی (۲۴۲۱)؛ ۲۱- تولید انواع پارچه و کالاهای کشفاف و قلاب باف (۱۷۳۰)

ب) مجموعه کالاهایی که از مزیت نسبی صادراتی برخوردارند ولیکن رشد آن‌ها کم بوده‌اند عبارت‌اند از:

۱- تولید آهن و فولاد اساسی (۲۷۱۰) ۲- عمل آوری و حفاظت آبریزان و محصولات حاصل از آبریزان از فساد (۱۵۱۲) ۳- تولید صابون و پاک کننده‌ها، فرآورده‌های تمیز کننده (۲۴۲۴) ۴- تولید کودها و ترکیبات ازته (۲۴۱۲) ۵- تولید انواع قالی و قالیچه (۱۷۲۲)

ج) مجموعه کالاهایی که از مزیت نسبی برخوردارند ولیکن دارای رشد منفی بوده‌اند عبارت‌اند از:

۱- آماده سازی و ریسندگی الیاف نساجی، بافندگی منسوجات (۱۷۱۱) ۲- تولید محصولات خبازی (۱۵۴۱) ۳- تولید محصولات گلی و سرامیکی ساختمانی غیر نسوز (۲۶۹۳) ۴- تولید سایر محصولات غذایی طبقه بندی نشده در جای دیگر (۱۵۴۹) ۵- عمل آوری و حفاظت میوه و سبزیجات از فساد (۱۵۱۳) ۶- تولید، عمل آوری و حفاظت گوشت و محصولات گوشتی از فساد (۱۵۱۱) ۷- تولید ماکارانی، رشته فرنگی، و محصولات آردی مشابه (۱۵۴۴) ۸- تولید کاکائو، شکلات و انواع نقل و آبنبات و آدامس (۱۵۴۳) ۹- تولید ساعت‌های مچی و انواع دیگر ساعت (۳۳۳۰)

۸- جمع‌بندی و پیشنهادات

با گسترش فزاینده عضویت کشورها در سازمان تجارت جهانی و برخورداری آن‌ها از مزایای تعرفه‌های ترجیحی گمرکی و مالیاتی، با گذشت زمان عرصه بر فعالیت صادرکنندگان کشورهای غیر عضو به علت هزینه‌های بالا و سدهای تعرفه‌های گمرکی، تنگ‌تر می‌شود و لذا عضویت در این سازمان، به‌عنوان یکی از بارزترین مصادیق بروز پدیده جهانی شدن، راه سهل الوصول تری برای دستیابی به رفاه و توسعه را علامت

می‌دهد. به تعبیری، نمی‌توان دیگر تمام صنایع تولیدی کشور را در پشت دیوارهای بلند موانع تعرفه‌ای و غیرتعرفه‌ای پنهان کرد. از سوی دیگر، حذف این موانع، بسیاری از صنایع کشور را با چالش‌های جدی مواجه خواهد کرد.

بررسی‌های انجام شده بر روی صنایع از نظر مزیت نسبی آشکار شده طی سال‌های ۸۰-۱۳۷۶ و نگاهی به فهرست کالاهای دارای مزیت نسبی صادراتی نشان می‌دهند که بیشتر محصولات صادراتی ایران مبتنی بر مواد اولیه (نفت و سایر منابع طبیعی) و صنایع آغازین‌اند و در صورت ادامه وضع موجود، در همین زمینه‌ها به تخصصش افزوده خواهد شد.

شواهد تجربی نشان می‌دهند که پاره‌ای از کشورهای در حال توسعه با توجه به تغییر و تحولاتی که در جهان در حال اتفاق است، به سرعت در حال حرکت به سوی تولید و صدور محصولات مبتنی بر خلق مزیت‌اند. به‌عنوان مثال، مطالعه‌ای که توسط مایکلئو در سال ۱۹۹۸ برای اقتصادهای جنوب شرق آسیا نظیر کره، تایوان و سنگاپور بر اساس شاخص مزیت نسبی صادراتی انجام شده است، به‌طور دقیق، تغییر جهت صادراتی این کشورها را به سوی تولید و صدور محصولات مبتنی بر خلق مزیت از سال ۱۹۸۰ تا ۱۹۹۵ تایید می‌کند.^۱

پیشنهادات

۱- ضروری است که دولت ایران، آزادسازی تجاری را در روند مذاکرات مربوط به الحاق به سازمان تجارت جهانی، با محصولات فهرست الف تا ج (به ترتیب)، آغاز و به‌عبارتی این گروه از محصولات را مبنای کاهش عوارض و تعرفه‌های گمرکی و برقراری متقابل تسهیلات قرار دهد.

۲- ضمن حمایت دولت از صنایع ردیف اول، نسبت به صنایعی که مبتنی بر خلق مزیت نسبی‌اند (نظیر صنایع با محتوای تحقیق و توسعه و فناوری بالا، گروه ماشین آلات و تولید محصولات الکترونیکی و الکتریکی)، حمایت‌های لازم تعرفه‌ای، یارانه‌ای، حمایت از واحدهای تحقیق و توسعه و... را در دستور کار برنامه‌های خود قرار دهد.

۳- برای آماده‌سازی صنایع کشور در زمان الحاق به سازمان تجارت جهانی، ضروری است موافقتنامه‌های دوجانبه و چند جانبه ترجیحات تجاری با جدیت بیشتری در دستور کار دولت قرار گیرند.

1- GWO- Jium & Mike Leu (1998).

فهرست منابع

- ۱- اخوی، احمد (۱۳۷۳) " تجارت بین‌الملل، استراتژی بازرگانی و توسعه اقتصادی"، تهران، موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی.
- ۲- انجمن مدیران ایران (۱۳۷۶) " استراتژی توسعه صنعتی ایران"، انتشارات مرکز آموزش و تحقیقات صنعتی ایران.
- ۳- ابریشمی، حمید، مهرآرا، محسن، (۱۳۸۰)، " شاخص‌های مناسب رقابت‌پذیری در الگوی صادرات غیرنفتی ایران"، فصلنامه دانشکده علوم اداری و اقتصاد دانشگاه اصفهان، سال سیزدهم، شماره ۱.
- ۴- بیدآباد، بیژن (۱۳۷۵)، اثر عضویت ایران در سازمان تجارت جهانی بر بخش صنعت، مجموعه مقالات مسائل سیاستگذاری کلان اقتصادی در ایران.
- ۵- جوان، فرهاد، (۱۳۸۱)، " سیاست توسعه صادرات و ارتباط آن با پیوستن به سازمان جهانی بازرگانی"، ماهنامه اطلاعات سیاسی - اقتصادی، شماره ۱۸۰-۱۷۹، صص ۲۵۷-۲۴۰.
- ۶- جرالدام، مایر، (۱۹۹۸)، فضای بین‌المللی تجارت، حبیبی، علی، انتشارات سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی کشور، ۱۳۸۲.
- ۷- حسن‌پور، یوسف، (۱۳۷۹)، " تجزیه و تحلیل مزیت نسبی صادراتی"، فصلنامه بازرگانی، شماره ۱۴.
- ۸- میر جلیلی، سید حسن و اکبر کمیجانی (۱۳۸۰) " ساز و کار سیاست استراتژیک تجاری برای توسعه صادرات صنعتی ایران"، فصلنامه پژوهش‌های بازرگانی، شماره ۲۰.
- ۹- ولی بیگی، حسن، (۱۳۸۱) " اثرات جهانی شدن اقتصاد بر رقابت‌پذیری صنعت قطعات خودرو ایران"، هشتمین همایش توسعه صادرات غیرنفتی تبریز.
- ۱۰- ولی بیگی، حسن، سیف، اله مراد، (۱۳۸۲) " پیامدهای احتمالی عضویت در سازمان تجارت جهانی بر صنایع ایران: مطالعه موردی صنعت قطعات خودرو"، فصلنامه پژوهش‌های بازرگانی، شماره ۲۶.
- ۱۱- گمرک جمهوری اسلامی ایران، آمار بازرگانی خارجی ج.ا. ایران، سال‌های مختلف.
- ۱۲- لوح فشرده مرکز تجارت بین‌الملل (ITC).
- 13- Brussels (1999), The Competitiveness of European Enterprises in the Face of Globalization.

- 14- D. R. Holst. "Vietnam's Accession to the WTO", National Center on social and Human science and World Bank, may 2003.
- 15- GWO - Jium & Mike Leu (1998), " Changing Comparative Advantage in Asian Economies ", Nanyang Technological University, Singapore.
- 16- Hamada. T. (2004), "Iran's Accession to the WTO", WTO.
- 17- Hong Kong Monetary Authority, (2002) "The Impact of China's Accession to the World Trade Organisation on Asia", Quarterly Bulletin.
- 18- Harry P. Bowen (1983), " on the Theoretical Interpretation of Indices of Trade Intensity and RCA," Weltwirtschaftliches Archive, Vol. 119,p. 469.
- 19- John C. Beghin, C. Fang, (2000) "Competitiveness and Protection of Chinese Agriculture", Center for Agricultural and Rural Development / CARD.
- 20- Leamer Edward, (1984), "Sources of International Comparative Advantage",.
- 21- Masters, W. A & A. W. Nelson, (1995). "Measuring the Comparative Advantage of Agricultural Activities: Domestic Resource Cost and the Social Cost- Benefit Ratio", Amer. J. Agr. Econ, vol. 77, pp. 243-250.
- 22- Perkins, F. C, (1977), "Export Performance and Enterprise Reform in China's coastal provinces", Economic Development and Cultural.
- 23- Syrquin M. and Chenery H., (1989) " Three Decades of Industrialization", The World Bank Review, vol. 3, No. 2.
- 24- Smeets. M. (2006), The WTO, Multilateral Trading System: Challenges and Opportunities, WTO.
- 25- U. N. I. D. O. (1982) " Changing Patterns of Trade in World Industry: An Empirical Study on RCA".
- 26- World Bank, (1999) World Development Indicators,.
- 27- Warwick J McKibbin & Wing Thye Woo (2003), The Consequences of China's WTO Accession on its Neighbors, The Australian National University.
- 28- Vinhas de Souza, Lucio (2003), Effects of Russian WTO Accession and EU Enlargement on Belarus, Sixth Conference on Global Economic Analysis, June 2003 Scheveningen, The Netherlands.
- 29- zhigang, z., (2000). "Accession of china to the World Trade Organization: impact on the manufacturing sector in china". Paper presented at the Asia-Pacific Forum on Industrial Development, in shanghai,.