

اندازه‌گیری درجه رقابت‌پذیری بین‌المللی صادرات بین‌شرکای تجاری منتخب ایران

سید کمیل طیبی*
کریم آذربایجانی**
شیرین مصری‌نژاد***

رقابت‌پذیری بین‌المللی ویژگی است که باتوجه به آن یک بنگاه به دلیل برخورداری از کارایی (حداقل هزینه تولید) و فناوری پیشرفته، قادر به رقابت با سایر بنگاههای بین‌المللی است. رقابت‌پذیری بین‌المللی دربرگیرنده عوامل بسیاری است که بر عملکرد اقتصاد کلان کشور

*. دکتر سید کمیل طیبی؛ عضو هیأت علمی دانشگاه اصفهان.

** . دکتر کریم آذربایجانی؛ عضو هیأت علمی دانشگاه اصفهان.

*** . دکتر شیرین مصری‌نژاد؛ عضو هیأت علمی دانشگاه شیخ بهایی.

E. mail: komail@econ.ui.ac.ir

E. mail: k_azarbayjani@ase.ui.ac.ir

E. mail: smesrinejad@yahoo.com

تأثیرگذار است. معیارهای رقابت‌پذیری بین‌المللی توسط بسیاری از کارشناسان؛ بویژه به عنوان وسیله‌ای برای تحلیل و پیش‌بینی خط‌مشی‌ها و روند تجارت بین‌الملل توسعه یافته است. در حقیقت همه عواملی که کارایی تجارت یک کشور را در بر می‌گیرند باید در معرفی چنین معیارهایی به حساب آیند. اما برخی از عوامل مربوطه (مانند خدمات پس از فروش) کیفی هستند؛ بنابراین در بیشتر مطالعات بر عوامل کمی مانند قیمت یا هزینه‌ها متمرکز می‌شوند.

هدف این مطالعه اندازه‌گیری درجه رقابت‌پذیری صادرات شرکای تجاری منتخب ایران در فاصله سالهای ۸۲-۱۳۷۴ است.

کلید واژه‌ها:

شاخص‌های رقابت‌پذیری، تجارت خارجی، ایران، شرکای تجاری، رقابت‌پذیری بین‌المللی صادرات

مقدمه

ایجاد فضای رقابتی در جامعه و ارتقای سطح رقابت‌پذیری داخلی و بین‌المللی، زمینه‌های لازم برای ورود به فرآیند جهانی شدن را فراهم می‌آورد. رقابت‌پذیری در همه سطوح، کیفیتی است که از طریق حاکمیت بازار و شکل‌گیری فعالیتها بر پایه مزیت‌های نسبی و رقابتی محقق می‌شود. هر چقدر رقابت‌پذیری کشوری در سطح جهان بالاتر باشد، آن کشور از ادغام در اقتصاد جهانی به واسطه دسترسی آسان‌تر به بازارهای خارجی منتفع خواهد شد. با توجه به اینکه فرآیند ادغام اقتصادی کشورها با جامعه جهانی (بر اساس گسترش ارتباط متقابل با بازارهای جهانی از چند دهه گذشته آغاز شده، دور ماندن کشورها از این جریان می‌تواند عواقب نگران‌کننده تری در مقایسه با پیامدهای ورود به این جریان داشته باشد. با توجه به اهمیتی که رقابت‌پذیری در موفقیت کشورها برای حضور در فرآیند جهانی شدن دارد، در این مقاله به بررسی نظری این موضوع و تعیین درجه رقابت‌پذیری بیست شریک تجاری اول ایران پرداخته می‌شود.

این مقاله به شرح زیر سازماندهی شده است: مفهوم رقابت‌پذیری بین‌المللی و رقابت‌پذیری از دیدگاه‌های مختلف در بخش دوم مطرح گردیده است. بخش سوم و چهارم به نقش اقتصاد داخلی و سیاست‌گذاری دولت در رقابت‌پذیری می‌پردازد. برخی شاخص‌های رقابت‌پذیری بین‌المللی در بخش پنجم معرفی شده‌اند و پس از آن با توجه به شاخص رقابت‌پذیری صادرات، درجه رقابت‌پذیری بین‌المللی شرکای تجاری منتخب ایران اندازه‌گیری شده است. بخش آخر این مقاله نیز به پیشنهادات می‌پردازد.

مفهوم رقابت‌پذیری بین‌المللی

رقابت‌پذیری بین‌المللی، اغلب در تحلیل عملکرد اقتصاد کشورها بکار برده می‌شود. معیار رقابت‌پذیری بین‌المللی، برخی از مشخصه‌های اقتصادی مهم را که منجر به تأثیرگذاری آزادسازیها و بهبود روند تجارت بین‌الملل می‌شوند را برای یک کشور و شرکای تجاری آن مقایسه می‌کند. رقابت‌پذیری بین‌المللی نه تنها به عوامل کمی توجه دارد، بلکه عوامل کیفی را که قابل کمی کردن نیستند، نیز در بر می‌گیرد. بنابراین، ظرفیت ابداع تکنولوژی، میزان

تخصصی بودن تولید، کیفیت تولیدات و ارزش خدمات پس از فروش همگی از جمله عواملی هستند که می‌توانند عملکرد تجارت یک کشور را تحت تأثیر قرار دهند. بهبود رقابت‌پذیری بین‌المللی، لزوماً به معنای افزایش فروش در بازارهای خارجی نیست؛ بلکه در شرایط بهبود نرخ ارز نیز می‌توان شاهد بهبود فروش تجاری بود؛ اگرچه عملکرد صادرات بدون تغییر بماند. به عبارت دیگر از طریق اختلاف قیمت یا هزینه بین‌المللی می‌توان به مقایسه و اندازه‌گیری رقابت‌پذیری نسبی دست یافت.

در حالیکه در موارد معدودی امکان اندازه‌گیری مطلق اختلاف هزینه در میان عرضه‌کنندگان یک کالای داده شده (برای مثال هزینه متوسط تولید یک تن فلز در دو کشور A و B) وجود دارد؛ اما در کل، هیچ پایه آماری که از طریق آن بتوان به مقایسه سیستماتیک سطوح مطلق قیمت و هزینه برای دامنه وسیعی از کالاهای تولید شده در کشورهای مختلف پرداخت، موجود نیست. بنابراین در بیشتر موارد، حداکثر کاری که می‌توان انجام داد مقایسه شاخصهایی است که روند و جهت تغییرات هزینه و قیمت‌های نسبی را با توجه به دوره پایه نشان می‌دهد. با وجودی که برای برخی از اهداف، این شیوه عمل، نقطه ضعفی به حساب می‌آید، اما در مواردی که به جای سطوح رقابت‌پذیری، نسبت تغییرات در رقابت‌پذیری مد نظر باشد، چندان مهم نیست.

برای حصول یک تصویر کلی از رقابت، توسط صادرکنندگان و تولیدکنندگان در بازارهای مفروض، لازم است مطالعات، همه بخش‌های مربوط به کالاهای قابل تجارت رادر برگیرد، اما مشکل آن است که مثلاً در مورد بخش خدمات (با وجود آنکه جزء بخش‌های قابل تجارت است) آمارهای مربوط به قیمت خدمات، اغلب چندان واقعی نیستند. همچنین در مورد بسیاری از کشورها بدست آوردن تعداد بی شماری از داده‌ها مشکل است. بنابراین تمرکز بیشتر مطالعات و تحلیلها بر تجارت در صنایع کارخانه‌ای محدود می‌شود.

از جمله متغیرهایی که برای ایجاد شاخصهای رقابت‌پذیری مورد استفاده قرار می‌گیرد، می‌توان به شاخص قیمت‌های عمده‌فروشی، شاخص قیمت‌های خرده‌فروشی (یا شاخص قیمت‌های مصرف‌کننده)، عامل تعدیل تولید ناخالص داخلی (GDP)، قیمت‌های

صادرات، هزینه هر واحد نیروی انسانی و نرخ ارز اشاره نمود که همه آنها از نقاط قوت و ضعف برخوردار هستند.

شاخصهایی که با شاخص قیمت‌های عمده فروشی، در ارتباط هستند، به گونه‌ای محاسبه می‌شوند که در آن قیمت‌های همه کالاهای بازار داخلی و خارجی قابل تجارت، لحاظ شوند. اگرچه شاخصهای منتشر شده از لحاظ کیفیت و تعریف شان در میان کشورها، متنوع هستند، اما روند همه آنها توسط عواملی از قبیل تغییر در قیمت نهاده‌های واسطه‌ای و مواد اولیه تحت تأثیر قرار می‌گیرند.^۱

مشکل مربوط به شاخصهایی که بر اساس شاخص قیمت خرده فروشی بدست می‌آیند آن است که اینگونه شاخصها یک دامنه کلی از کالاها و خدمات را که موضوع و هدف رقابت بین‌المللی نیستند، در بر می‌گیرند. در ضمن اجزای تشکیل دهنده و روش محاسبه و وزن دهی آنها از کشوری به کشور دیگر بسیار متفاوت است. با این حال زمانی که آمارهای مربوط به شاخص قیمت خرده فروشی برای کشورهای زیادی فراهم باشد، چنین شاخصی بکار برده می‌شود. به دلیل مشابه، شاخصهای مبتنی بر تعدیل GDP در تبیین رقابت‌پذیری نیز اغلب مورد استفاده قرار می‌گیرند.^۲

شاخصی که برای مقایسه بخش کارخانه‌ای تعداد زیادی از کشورها بکار برده می‌شود، ارزش متوسط صادرات را لحاظ می‌کند. مزیت ویژه این نوع شاخصها آن است که داده‌های مورد نیاز آن توسط گمرک به ثبت رسیده و یا در مورد داده‌هایی است که از منطقه ملی خارج شده و در بازارهای خارجی مورد رقابت قرار گرفته‌اند. به عبارت دیگر این شاخصها، کالاهایی را که بطور بالقوه قابل صادرات هستند در نظر نمی‌گیرند، که البته این امر می‌تواند به عنوان یک مشکل قلمداد شود و در نهایت، مشکل کاربرد شاخصهای رقابت‌پذیری که مبتنی بر ارزش متوسط صادرات هستند، آن است که در چنین شاخصی فرض می‌شود هر صادر کننده، سیاست قیمتگذاری یکسانی را در همه بازارها دنبال می‌کند.

^۱. Durand et.al, (1997).

^۲. *Ibid.*

به منظور انجام مقایسه بین‌المللی، لازم است که هزینه‌ها و قیمت‌ها به واحد پول یکسانی مانند دلار آمریکا تبدیل شوند. در آن صورت، رقابت‌پذیری که توسط اختلاف قیمت یا هزینه بیان می‌شود، از طریق نرخ ارز مؤثر واقعی محاسبه می‌گردد؛ اما نرخ ارز مؤثر اسمی که اغلب در ادبیات مورد توجه قرار می‌گیرد، تنها یک عامل در ارزیابی رقابت‌پذیری بین‌المللی است، و عامل دیگر قیمت یا هزینه نسبی اسمی است که به ندرت محاسبه می‌شود.

در نهایت، نقش شاخصهای رقابت‌پذیری قیمتی، عمل کردن به عنوان یک معیار رقابت قیمتی بین تولیدکنندگان در کشورهای مختلف است. بنابراین لازم است که در تصریح چنین شاخصهایی، وضع ویژه رقابت و بازارهای رقابتی و ویژگیهای کشورهای مورد بحث بطور جدی آشکار شود. بر این اساس، شاخص رقابت‌پذیری یک کشور بر مبنای ساختار و موقعیت بازار کشورها تحت تأثیر قرار می‌گیرد. در عمل سه دیدگاه وجود دارد: ۱. محدود شدن به بازار صادرات کشور، ۲. محدود شدن به بازار داخلی، و ۳. بررسی موقعیت رقابتی کشور در هر دو بازار صادرات و بازار داخلی. بنابراین با توجه به موقعیت و شرایط بازار انتخاب شده، برای تحلیل، اختلافات بسیار اساسی در اندازه‌گیری رقابت‌پذیری می‌تواند ایجاد شود. پس مهم آن است که بدانیم هر شاخص ویژه تنها برای یک دیدگاه عملکرد تجارت و میزان تأثیرگذاری آزاد سازی تجاری متناسب است و شاخص بکار برده شده نیز به پرسش و هدف اولیه بستگی دارد.

رقابت‌پذیری از دیدگاه‌های مختلف

در حال حاضر، رقابت‌پذیری یک موضوع محوری در ادبیات جهانی شدن تلقی می‌شود و از آن به عنوان وسیله‌ای جهت دستیابی به رشد اقتصادی مطلوب و توسعه پایدار و مشارکت در عرصه بین‌الملل یاد می‌شود. در یک اقتصاد جهانی شده، رقابت‌پذیر بودن به معنای امکان کسب موقعیت مناسب و پایدار در بازارهای بین‌المللی است. در اینجا تعاریف گوناگونی از رقابت‌پذیری وجود دارد که به برخی از آنها در زیر اشاره می‌گردد:

مجمع اقتصاد جهانی (WEF)^۱، رقابت‌پذیری را توانایی اقتصاد ملی در پایداری رشد و یا حفظ استاندارد زندگی بر اساس درآمد سرانه می‌داند. از نظر سازمان همکاری اقتصادی و توسعه (OECD)^۲، رقابت‌پذیری؛ یعنی توانایی یک ملت در تولید کالاها و خدمات برای ارائه در بازارهای بین‌المللی و بطور همزمان حفظ یا ارتقای سطح درآمد شهروندان در بلند مدت است.

از دیدگاه کنفرانس سازمان ملل در مورد تجارت و توسعه (UNCTAD)^۳، واضح ترین نگرش به رقابت‌پذیری از مسیر مقایسه عملکرد اقتصاد کلان و استاندارد زندگی جامعه بر اساس بهره‌وری عوامل تولید بدست می‌آید. به عبارت دیگر، مفهوم دقیق رقابت‌پذیری، توانایی کشورها در فروش محصولاتشان در بازارهای جهانی است.

به نظر مؤسسه توسعه مدیریت (IMD)^۴، رقابت‌پذیری ملی به مفهوم اجتماع ساده بنگاههای انفرادی رقابت‌پذیر نیست، بلکه نتیجه عوامل متعددی نظیر نحوه هدایت اقتصاد توسط دولت، سیاستهای اجتماعی و مکانیزم ایجاد ارزش می‌باشد. رقابت‌پذیری به مفهوم توانایی کشور در ایجاد ارزش افزوده و افزایش ثروت جامعه به وسیله مدیریت داراییها و ایجاد جذابیتها و ... است.

از دیدگاه «هیت»^۵ (۱۹۹۵)، رقابت‌پذیری بین‌المللی عبارت است از میزان تولید کالاها و خدماتی که از سوی یک کشور بتواند به بازارهای بین‌المللی راه یابد. ضمن آنکه در همین مدت، درآمد واقعی شهروندان خود را افزایش دهد و یا دست کم مانع کاهش آن شود. «کوهمن»^۶ (۱۹۸۴)، معتقد است که رقابت‌پذیری بین‌المللی توانایی یک اقتصاد برای ثابت نگهداشتن سهم خود در بازارهای بین‌المللی و یا افزایش سهم خود در بازار هر فعالیتی است، به شرطی که استانداردهای زندگی را برای حاضران در فرآیند رقابت‌پذیری بهبود بخشد و یا دست کم مانع افت این استانداردها شود.^۷

1. World Economic Forum

2. Organization for Economic Co-operation and Development

3. United Nation of Conference on Trade and Development

4. Institute of Management Development

5. Hitt, (1995).

6. Kohman, (1984).

7. Sloper, (1998).

در تمامی تعاریف فوق دستیابی به جایگاه مناسب در بازارهای بین‌المللی برای محصولات تولیدی کشور مورد توجه قرار گرفته است. همچنین به اعتقاد بسیاری از اقتصاددانان، تغییرات نرخ ارز و دستمزدهای واقعی بر سطح رقابت‌پذیری کالاها و خدمات مؤثر است. به طوری که با کاهش ارزش واقعی پول و همچنین دستمزدهای واقعی در کشور سطح رقابت‌پذیری محصولات تولیدی افزایش یافته و با کاهش هزینه‌ها سطح رقابت‌پذیری محصولات تولیدی نیز بهبود می‌یابد. کاهش هزینه‌های تولیدی معمولاً از دو راه افزایش سطح بهره‌وری و استفاده از منابع ارزان موجود در کشور محقق می‌شود.

به اعتقاد اقتصاددانان، افزایش سطح رقابت‌پذیری از طریق افزایش بهره‌وری، بهتر و ارزان‌تر از منابع ارزان می‌باشد. در واقع کشورهایی که از طریق پایین بودن هزینه مواد اولیه رقابت‌پذیر شده‌اند، در مقابل روشهای تولید کم هزینه‌تر (کارایی بالاتر) و با تکنولوژی پیشرفته دچار مشکل می‌شوند.^۱

نقش اقتصاد داخلی در رقابت‌پذیری بین‌المللی

نتایج مطالعه IMD در مورد تأثیر اقتصاد داخلی بر رقابت‌پذیری نشان می‌دهد که هر چه اقتصاد داخلی رقابتی‌تر باشد، شرکت‌های موجود می‌توانند با رقابت و تولید بیشتر در بازارهای خارجی عمل کنند و به تبع آن، کشور مسیر رشد و ترقی را سریع‌تر طی خواهد کرد. بر اساس مطالعات IMD دربارهٔ طبقه‌بندی کشورها از لحاظ رقابت‌پذیری، ارتباط مهمی میان سطح استاندارد زندگی، بهره‌وری و میزان رقابت‌پذیری وجود دارد. در این مطالعه نتیجه‌گیری می‌شود، کشورهایی که از قدرت رقابت‌پذیری بالایی برخوردارند از لحاظ بهره‌وری و استاندارد زندگی نیز وضعیت مطلوب‌تری دارند و ارتباط بلندمدتی میان رقابت‌پذیری، بهره‌وری و استاندارد زندگی (رفاه) وجود دارد.

^۱ محمد مهدی بهکیش، اقتصاد ایران در بستر جهانی شدن، تهران، نشر نی، ۱۳۸۱، صص ۶۱-۵۳.

علاوه بر این، بهره‌وری، منبع اساسی توسعه ملی و بقای شرکتها است و سطح رقابت‌پذیری را مشخص می‌کند. «پورتر»^۱ (۱۹۹۰)، رابطه بین بهره‌وری، رقابت‌پذیری و توسعه اقتصادی را چنین بیان می‌کند:

«رشد بهره‌وری، مهارت و رقابت‌پذیری را ارتقا بخشیده و سطح کارایی در تولید و همچنین قیمتی را که شرکتها می‌توانند اعمال نمایند، را مشخص می‌سازد».

مهارت در رقابت‌پذیری یک شرکت، حاصل کارایی آن در اعمال مدیریت، تکنولوژی و استراتژی به کار گرفته شده است و همچنین به سطح خلاقیتی که در فرآیند تولید و ایجاد ارزش از خود نشان می‌دهد، وابسته است. به علاوه مهارت شرکت در رقابت‌پذیری به وسیله کیفیت محیط کسب و کار مشخص می‌گردد. بنابراین مهارت بیشتر یک شرکت می‌تواند به یک محیط بهتر کسب و کار منجر گردد (همان منبع).

نقش سیاستگذاری دولت در رقابت‌پذیری

نگرانی درباره فقدان رقابت‌پذیری در تولید، ایجاد اشتغال و توزیع مناسب درآمد در برنامه بسیاری از دولتها، از اولویت بالایی برخوردار است.

واقعیت این است که کشورهایی که دولت آنها کمتر خرج می‌کنند و کمتر مالیات می‌گیرند زودتر رشد می‌کنند. در این میان، میزان مالیات اخذ شده از شرکتها نقش مهمی را در رقابت‌پذیری آنها ایفا می‌کند. گزارش IMD حاکی از آن است که مالیات بر شرکتها در کشورهای چین، هنگ کنگ، ایرلند، سنگاپور، فنلاند و شیلی مشوق حرکت‌های کارفرمایی و فعالیتهای جدید اقتصادی بوده است، در حالی که در روسیه، ایتالیا، ژاپن و آرژانتین، مالیاتها در سطحی بوده‌اند که فعالیتهای تولیدی و تجاری را دلسرد کرده‌اند. پس بی دلیل نیست که بیشترین فرار مالیاتی در روسیه، آرژانتین و ایتالیا دیده می‌شود.

رقابتی‌ترین کشورها، بیشترین انعطاف را در بازار کار و قانون کار دارند. به عبارت دیگر هر چه بازار کار با توجه به قوانین حاکم بر آن از انعطاف بیشتری برخوردار باشد، آن کشور رقابت‌پذیرتر خواهد بود. بر اساس مطالعات صورت گرفته، منعطف‌ترین قوانین کار در

^۱. Porter, (1990).

کشورهای سنگاپور، هنگ کنگ، مجارستان، سوئد و زلاندنو دیده می‌شود. در حالی که محدود کننده ترین و غیر کارا ترین قوانین کار نیز در ایتالیا، آلمان، هندوستان، فرانسه و آفریقای جنوبی بوده است. مشکلات کنترل تورم، کاهش ناگهانی ارزش پول، تغییرات شدید در قیمت کالاها، سقوط تقاضای خارجی و کساد داخلی عموماً به کاهش بهره‌وری و رقابت‌پذیری کمک می‌کند. نقش دولت در مدیریت اقتصاد کلان به خصوص در کشورهای در حال توسعه -که عموماً مکانیزم بازار در آنان به درستی عمل نمی‌نماید- اهمیت دارد.

دولتها از طریق ارتقای سطح مهارت سرمایه انسانی می‌توانند توان رقابتی جامعه را افزایش دهند، به عبارت دیگر دولتها با اعمال برنامه‌های آموزشی و ارتقای سطح علمی مردم، توانایی افزایش قدرت رقابت‌پذیری کشورشان را دارند.

شاخصهای رقابت‌پذیری بین‌المللی

سازمان همکاری اقتصادی و توسعه (OECD) در سال ۱۹۹۲، در مطالعه ای رقابت‌پذیری بین‌المللی را به سه دسته: ۱. شاخص رقابت‌پذیری واردات، ۲. شاخص رقابت‌پذیری صادرات و ۳. شاخص رقابت‌پذیری کل به شرح زیر تقسیم نموده است:^۱

الف) رقابت‌پذیری واردات (IMCom)

رقابت‌پذیری واردات از اختلاف بین قیمت بازار تولید کنندگان و رقابیشان اندازه‌گیری می‌شود.

$$PCM_k = \sum_i M_{ik} \cdot PX_{ik}$$

که در آن:

PCM_k : قیمت واردات در بازار کشور k

^۱. Durand, Simon and Webb, (1997).

PX_{ik} : قیمت واردات کشور k از کشور i

M_{ik} : سهم بازار رقیب i در واردات کل کشور k

در مطالعه مذکور بحث شده است که متوسط وزنی قیمت‌های واردات دو جانبه (PCM_k) تخمینی از قیمت واردات در بازار k (PM_k) می‌باشد. در عمل PCM_k و PM_k به دو دلیل متفاوت هستند: اولاً یک انحراف (واگرایی) آماری بین معیارهای قیمتی عرضه شده توسط کشورهای صادرکننده و وارد کننده وجود دارد. ثانیاً، قیمت‌های متوسط واردات در همه بازارها (که به عنوان یک تقریب^۱ برای PX_{ik} بکار برده می‌شود) به دلیل تبعیض قیمتی توسط صادر کنندگان در بازارهای مختلف، تنها جانشین ناقصی برای قیمت‌های واردات دو جانبه است.

بنابراین، رقابت‌پذیری واردات ($IMCom$) را می‌توان از طریق رابطه زیر معرفی کرد:

$$IMCom = P_k - PM_k$$

که در آن:

P_k : قیمت تولیدکنندگان در بازار k

PM_k : قیمت واقعی واردات در بازار k

که در پیش بینی، PCM_k به عنوان یک تقریب برای PM_k بکار برده می‌شود.

ب) رقابت‌پذیری صادرات ($EXCom$)

رقابت‌پذیری صادرات از اختلاف بین قیمت صادرات کشور و قیمت صادرات رقبایش در بازارهای مشترک بدست می‌آید، و فرض می‌شود که قیمت صادرات یک کشور بستگی به کشور مقصد ندارد و قیمت صادرات رقبا از طریق روش وزن دهی دوگانه محاسبه می‌گردد. همچنین فرض می‌شود که مثلاً در مورد بازار کشور k ، کشور صادر کننده نه تنها با تولیدکنندگان در بازار این کشور، بلکه با تمام کشورهایی که به بازار آن کشور صادر می‌کنند

^۱. Proxy

در حال رقابت است. قیمت وزنی رقبای یک کشور در بازار k از الگوی عرضه (ستانده به علاوه واردات) در بازار k تعیین می‌گردد، و آنگاه قیمت رقبای کشور در همه بازارهایش از طریق مجموع قیمت رقبا در هر بازار بر اساس الگوی صادراتش محاسبه می‌شود.

بنابراین در بازار k ، قیمت وزنی متوسط رقبای کشور i توسط متوسط قیمت‌های تولیدکنندگان محلی و قیمت صادرات کشورهای صادرکننده به k بدست می‌آید:

$$PCX_{ik} = \left[\frac{S_{kk}}{1 - S_{ik}} \right] \cdot P_k + \sum_{j \neq i, k} \left[\frac{S_{jk}}{1 - S_{ik}} \right] \cdot PX_j$$

که در آن:

PCX_{ik} : قیمت رقبای i در بازار k

P_k : قیمت تولیدکننده در بازار k

PX_j : قیمت صادرات کشور j

S_{jk} : سهم واردات از کشور j در عرضه کل بازار k

S_{kk} : سهم ستانده داخلی در عرضه کل بازار k

S_{ik} : سهم واردات از کشور i در عرضه کل بازار k

$\left[\frac{S_{jk}}{1 - S_{ik}} \right]$: سهم واردات از j در عرضه بازار k ، به جز واردات از i

بنابراین قیمت رقبای کشور i در همه بازارها با جمع زدن قیمت رقبا در هر بازار، بر اساس الگوی صادرات کشور i به صورت زیر محاسبه می‌شود:

$$PCX_i = \sum_{k \neq i} X_{ik} \cdot PCX_{ik}$$

که در آن:

X_{ik} : سهم صادرات i به بازار k در کل صادرات کشور i است.

و در نهایت EXCom به عنوان شاخص رقابت‌پذیری صادرات کشور i مطرح می‌گردد، که در آن:

$$EXCom = PX_i - PCX_i$$

ج) رقابت‌پذیری کل (TOCom)

همچنین سازمان همکاری اقتصاد و توسعه (OECD)، شاخص رقابت‌پذیری کل به عنوان تعیین کننده معیار متوسط موقعیت رقابتی کشورها در بازارهای داخلی - که همانند بازارهای صادرات است - معرفی نموده است. در این حالت، قیمت رقابتی کشور i در بازار داده شده k همانند بالا بر اساس الگوی عرضه کل در این بازار (واردات + ستانده داخلی) تعریف می‌گردد.

$$PCX_{ik} = \left[\frac{S_{kk}}{1 - S_{ik}} \right] \cdot P_k + \sum_{j \neq k, i} \left[\frac{S_{jk}}{1 - S_{ik}} \right] \cdot PX_j \quad (k \neq i)$$

و

$$PCX_{ii} = \sum_{j \neq i} \frac{S_{ji}}{1 - S_{ii}} \cdot PX_j$$

در اینجا، قیمت رقابتی کشور i در همه بازارها، توسط مجموع قیمت رقابتی در همه بازارهای مربوط (که شامل بازار داخلی نیز می‌شود) بر اساس الگوی تقاضا در کشور i (صادرات + تقاضای داخلی) تعریف می‌گردد:

$$PCX_i = \sum_k t_{ik} \cdot PCX_{ik}$$

که در آن:

t_{ik} : سهم تقاضا در i به وسیله کشور k در کل تقاضای i

t_{ij} : سهم تقاضای داخلی در کل تقاضای i

در این حالت می‌توان نشان داد که در واقع رقابت‌پذیری، یک تقریب از متوسط وزنی رقابت‌پذیری صادرات و واردات با وزنهایی به ترتیب معادل $(1-t_{ij})$ و $(1-S_{ij})t_{ij}$ است.

«ایماگاوا»^۱ (۲۰۰۲)، نسبت خالص صادرات به تجارت کل را به عنوان معیار

رقابت‌پذیری بین‌المللی (IIC)^۲ به صورت زیر معرفی نموده است:

$$IIC = \frac{\text{واردات} + \text{صادرات}}{\text{واردات} - \text{صادرات}}$$

همچنین ایماگاوا رقابت‌پذیری بین‌المللی را به صورت تابعی از یک سری عوامل

داخلی بیان می‌کند، به گونه‌ای که:

$$IIC = f(\text{digintr}, \text{rfdrex}, \text{rintrfd}, \text{rva}, \text{ratint}, \text{relpri})$$

که در آن متغیرها عبارتند از:

digintr = عرضه کل / تقاضای واسطه قطری

rfdrex = عرضه کل / (به جز صادرات) تقاضای نهایی

rintrfd = عرضه کل / (به جز صادرات) تقاضای کل

rva = ستانده کل / ارزش افزوده

ratint = ستانده کل / نهاده واسطه

شاخص دیگری که برای محاسبه رقابت‌پذیری بین‌المللی می‌توان استفاده نمود،

نسبت هزینه منابع داخلی (DRC)^۳ است. این شاخص به مقایسه هزینه فرصت تولید داخلی

و ارزش افزوده ایجاد شده توسط آن می‌پردازد.^۴ صورت کسر این شاخص، مجموع هزینه‌های

بکار برده شده برای منابع اولیه داخلی - زمین، نیروی کار و سرمایه (نهاده‌های تجاری غیر

^۱ Imagawa, (2002).

^۲ Index of International Competitiveness (IIC)

^۳ Domestic Resource Cost (DRC)

^۴ Tsakok, (1990).

بین‌المللی) - است که بر حسب قیمت‌های سایه ای ارزشگذاری شده اند و مخرج کسر، همان ارزش افزوده (ارزش ستانده منهای هزینه نهاده‌های قابل تجاری برای هر واحد ستانده) به قیمت‌های مرزی است.

نسبت هزینه منابع داخلی یا شاخص DRC برای تولید کالای 1 به صورت زیر تعریف می‌شود:

$$DRC_i = \frac{\sum_{j=k+1}^n a_{ij} \cdot v_j}{P_i^r - \sum_{j=1}^k a_{ij} \cdot P_j^r}$$

a_{ij} از 1 تا $k+1$ ضرایب فنی برای منابع داخلی و نهاده‌های غیر قابل تجاری و v_j قیمت سایه‌ای منابع داخلی و نهاده‌های غیر قابل تجاری می‌باشد، همچنین هزینه فرصت تولید داخلی از روش تخمین بدست می‌آید.

Pir قیمت «پایه / مرزی» ستانده تجاری و a_{ij} از 1 تا k ضرایب فنی برای نهاده‌های تجاری و P_j^r قیمت «پایه / مرزی» نهاده‌های تجاری هستند.

اگر DRC کوچکتر از یک باشد، تولید داخلی در سطح بین‌المللی رقابت‌پذیر است، چون در این شرایط هزینه فرصت خرج شده روی منابع داخلی، کوچکتر از ارزش خارجی است که از طریق صادرات یا پس انداز کردن به وسیله جانشینی برای واردات بدست می‌آید¹. عکس این مطلب زمانی صحیح است که DRC بزرگتر از یک باشد.

به هر حال، باید توجه داشت که DRCها نسبت به انتخاب قیمت‌های سایه‌ای برای نهاده‌های غیر قابل تجاری و نسبت به تغییرات نرخ ارز و قیمت‌های بین‌المللی حساس هستند.

از جمله شاخص‌های دیگری که برای تعیین رقابت‌پذیری بین‌المللی می‌توان بکار برد، قیمت کالاهای تولید شده قابل تجارت است؛ بگونه‌ای که هرگاه قیمت این کالاها در یک

¹. Gorton et.al., (2000).

کشور در مقایسه با قیمت کالاهای مشابه تولید شده در سایر کشورها افزایش یابد، قدرت رقابت‌پذیری بین‌المللی در این کشورها کاهش خواهد یافت. از آنجایی که قیمت می‌تواند تحت تأثیر نرخ تورم، نرخ ارز و تغییرات هزینه تولید قرار گیرد، بنابراین اگر هر یک از عوامل ذکر شده در یک کشور در مقایسه با رقبای آن کشور افزایش یابد، آنگاه رقابت‌پذیری کشور کاهش خواهد یافت.

علاوه بر این، کاهش در رابطه مبادله یک کشور؛ یعنی افزایش قیمت واردات نسبت به قیمت صادرات که منجر به بهبود رقابت‌پذیری کشور می‌شود. به عبارت دیگر، باید حجم صادرات، افزایش و واردات، کاهش یابد. اما نکته‌ای که باید به آن توجه نمود، آن است که، شدت اثرگذاری بر حجم واردات و صادرات (تراز تجاری) از طریق کشش نسبی تقاضا برای صادرات یک کشور و کشش تقاضای همان کشور برای واردات تعیین می‌گردد.

بنابراین بهبود در رقابت‌پذیری یک کشور الزاماً منجر به بهبود تراز پرداختها نخواهد شد، و بطور مشابه، کاهش در شدت رقابت‌پذیری یک کشور نیز منجر به بدتر شدن وضعیت تراز پرداختها نمی‌گردد.

عوامل غیرقیمتی نظیر کیفیت، طراحی، بازاریابی و استفاده از تکنولوژی‌های برتر نیز می‌توانند قدرت رقابت‌پذیری بین‌المللی یک کشور را تحت تأثیر قرار دهند.^۱

اندازه‌گیری درجه رقابت‌پذیری بین‌المللی شرکای تجاری منتخب ایران

همانطور که در جدول شماره (۱) ملاحظه می‌گردد، در سال ۱۳۷۴ از میان بیست شریک تجاری اول ایران، کشورهای انگلستان، امارات متحده عربی، کانادا، برزیل و هند از قدرت رقابت‌پذیری صادرات به بازارهای ایران در مقابل سایر رقبا و همچنین تولیدکنندگان داخلی ایران برخوردار بوده‌اند. زیرا در این سال قیمت صادرات این کشورها به ایران نسبت به متوسط وزنی قیمت رقبا و تولیدکنندگان ایرانی کمتر بوده است. از میان این پنج کشور،

^۱ رقابت‌پذیری بین‌المللی، ص ۲. www.altavista.com

برزیل از قدرت رقابت‌پذیری صادرات بالاتر و انگلستان از قدرت رقابت‌پذیری پایین‌تری برخوردار بوده‌اند.

در سال ۱۳۷۵ کشورهای انگلستان، امارات متحده عربی، برزیل و هند همچنان موقعیت رقابت‌پذیری خود را حفظ نموده در حالیکه در این سال کشور کانادا از قدرت رقابت‌پذیری؛ در عوض، سه کشور ژاپن، اتریش و ترکیه توانسته‌اند با کمتر نمودن قیمت صادراتشان به ایران نسبت به سایر رقبا از قدرت رقابتی برخوردار گردند. در این سال ترکیه از بالاترین قدرت رقابتی و امارات متحده عربی از پایین‌ترین درجه رقابت‌پذیری برخوردار بوده‌اند.

در سال ۱۳۷۶ که به عنوان سال پایه در نظر گرفته شده است، هیچ یک از شرکای تجاری مورد نظر ایران، قدرت رقابت‌پذیری صادرات را به بازارهای ایران نداشته‌اند.

در سال ۱۳۷۷ کشورهای ژاپن، امارات متحده عربی، کره جنوبی، اتریش، استرالیا، آرژانتین، برزیل، چین و هند از قدرت رقابت‌پذیری صادرات به ایران در مقابل سایر رقبایشان و همچنین تولیدکنندگان داخلی ایران برخوردار بوده‌اند. به طوری که به ترتیب اتریش و برزیل، مقام اول را در رقابت‌پذیری کسب نموده و ژاپن و چین در رتبه آخر قرار گرفته‌اند.

در سال ۱۳۷۸ به جز کشورهای ایتالیا، هلند و اسپانیا، سایر کشورها قدرت رقابت‌پذیری صادرات به ایران را داشته‌اند که در این میان، فرانسه از بالاترین موقعیت رقابت‌پذیری و آرژانتین از پایین‌ترین درجه برخوردار بوده‌اند.

در سال ۱۳۷۹ نسبت به سال قبل، ایتالیا و هلند نیز توانستند با کمتر نمودن قیمت صادرات خود به ایران در مقابل متوسط وزنی قیمت صادرات رقبا، جایگاه رقابتی خود را پیدا کنند. در این سال کشور سوئیس در شرایط رقابت‌پذیری بالاتر و بهتری نسبت به سایر کشورها قرار داشته و ایتالیا در پایین‌ترین درجه رقابت‌پذیری قرار گرفته است.

همه بیست شریک تجاری اول ایران در سال ۱۳۸۰ از قدرت رقابت‌پذیری صادرات برخوردار بوده‌اند که از میان آنها اتریش رتبه اول و فرانسه رتبه آخر را کسب نموده است.

در سال ۱۳۸۱ کشورهای انگلستان، سوئیس، ژاپن، امارات متحده عربی، اتریش، برزیل و ترکیه از قدرت رقابت‌پذیری صادرات به ایران در مقابل سایر رقبایشان و

تولیدکنندگان داخلی ایران برخوردار بوده اند. که از میان این هفت کشور؛ سوئیس رتبه اول و امارات متحده عربی رتبه آخر را در رقابت‌پذیری صادرات داشته اند. در سال ۱۳۸۲ کشورهای انگلستان، سوئیس، ژاپن، کره جنوبی، اتریش، برزیل و چین قدرت رقابت‌پذیری داشته اند، که به ترتیب کشورهای سوئیس و انگلستان مقام اول و دوم و برزیل مقام آخر را کسب نموده است.

پیشنهادهات

از جمله سیاستهایی که می‌توانند قدرت رقابت‌پذیری بین‌المللی یک کشور را افزایش دهند، می‌توان به سیاستهای اقتصاد خرد و کلان اشاره کرد، که بر اساس سیاست پولی منجر به مهار کردن تورم، و بر اساس سیاستهای درآمدی دستمزدها، بهبود کارایی تولید و آماده کردن زیر ساختها؛ یعنی اصلاحات اقتصاد خرد می‌شوند، اشاره نمود. همچنین از سیاستهای بین‌المللی که منجر به ایجاد یک نرخ ارز رقابتی، کاهش حمایتها و بهبود در کارایی کاربرد منابع می‌گردند می‌توان برای شدت بخشیدن به قدرت رقابت‌پذیری بین‌المللی کشور استفاده نمود.

پی‌نوشتها:

۱. بهکیش، محمد مهدی. *اقتصاد ایران در بستر جهانی شدن*. تهران: انتشارات نشر نی، (۱۳۸۱).
۲. کمری بیدکرپه، الهه. «اثر آزادسازی تجاری بر رشد بخش کشاورزی ایران». *پایان نامه کارشناسی ارشد*. دانشگاه صنعتی اصفهان، (۱۳۸۳).
3. Durand, M. Simon, J. Webb, C. "OECD's Indicators of International Trade and Competitiveness, Organisation for Economic Co-operation and Development", *Working Paper*, No. 120, (1997): 111-134.
4. Hitt, M.A. *Strategic Management: Competitiveness and Globalization*. St. Paul: West Publishing Company., 1995.
5. Imagawa, T. Structural Changes and International Competitiveness, Prepared for the 10th INFORUM World Conference, University of Maryland, (2002).
6. Porter, M. *The Competitive Advantage of Nations*. New York: Free Press., 1990, www.Pignc- ispi.com.
7. Salvatore, D. "International Trade Policies Industrialization and Economic Development", *The International Trade Journal*, 10(1), (1996).
8. Sloper, M. "Competitiveness Policy Option: the Technology Regions Connection", *Growth and Change*, Vol. 26, (1998).
9. United Nations Development Programme, Global Benchmarking New York, (1997).
10. "World Economic Forum". *The Global Competitiveness Report*, Geneva. www.weforum.org, (1999).

پیوستها:

	۱۳۷۴		۱۳۷۵		۱۳۷۶		۱۳۷۷	
	pxi	pcxi	pxi	pcxi	pxi	pcxi	pxi	pcxi
آلمان	۸۳/۷	۷۰/۴	۸۹/۲	۸۸/۱	۱۰۰	۹۶/۵	۱۱۸/۳	۱۰۹/۷
فرانسه	۱۴۱/۹	۷۰/۴	۱۹۰/۱	۸۷/۹	۱۰۰	۹۶/۵	۱۹۷	۱۰۹/۶
انگلستان	۵۹/۸	۷۰/۵	۵۰/۵	۸۸/۱	۱۰۰	۹۶/۵	۱۳۱/۳	۱۰۹/۷
بلژیک	۱۷۰/۵	۷۰/۲	۱۴۱/۴	۸۷/۹	۱۰۰	۹۶/۵	۱۴۲/۳	۱۰۹/۷
ایتالیا	۱۱۰/۹	۷۰/۴	۱۱۲/۱	۸۸/۰	۱۰۰	۹۶/۵	۱۹۲/۱	۱۰۹/۵
سوئیس	۸۴/۹	۷۰/۴	۱۳۳/۳	۸۷/۹	۱۰۰	۹۶/۵	۵۵/۴	۱۰۹/۸
روسیه	۱۲۵/۲	۷۰/۴	۱۰۱/۲	۸۸/۰	۱۰۰	۹۶/۵	۱۰۹/۲	۱۰۹/۸
ژاپن	۸۶/۳	۷۰/۴	۷۷/۲	۸۸/۰	۱۰۰	۹۶/۵	۹۸	۱۰۹/۸
امارات متحده عربی	۳۱/۱	۷۰/۶	۸۷/۴	۸۸/۰	۱۰۰	۹۶/۵	۷۸/۳	۱۰۹/۸
کره جنوبی	۱۳۵/۶	۷۰/۴	۱۱۰	۸۸/۰	۱۰۰	۹۶/۵	۸۳/۴	۱۰۹/۸
هلند	۱۴۴/۹	۷۰/۴	۱۳۷	۸۸/۰	۱۰۰	۹۶/۵	۲۳۵/۶	۱۰۹/۶
اتریش	۱۱۱/۶	۷۰/۵	۸۱/۶	۸۸/۱	۱۰۰	۹۶/۵	۶۷/۷	۱۰۹/۸
اسپانیا	۱۱۴/۳	۷۰/۵	۱۳۱/۹	۸۸/۰	۱۰۰	۹۶/۵	۱۱۰/۹	۱۰۹/۷
کانادا	۴۹/۸	۷۰/۵	۱۳۴/۳	۸۷/۹	۱۰۰	۹۶/۵	۱۱۹/۴	۱۰۹/۷
استرالیا	۸۱/۷	۷۰/۴	۱۲۳/۸	۸۸/۰	۱۰۰	۹۶/۵	۸۷/۱	۱۰۹/۸
آرژانتین	۱۰۶/۳	۷۰/۴	۱۱۱/۲	۸۸/۰	۱۰۰	۹۶/۵	۹۴/۶	۱۰۹/۸
برزیل	۲۸/۱	۷۰/۵	۴۸/۲	۸۸/۱	۱۰۰	۹۶/۵	۷۱/۱	۱۰۹/۸
چین	۱۴۱/۳	۷۰/۴	۱۱۱/۴	۸۸/۱	۱۰۰	۹۶/۵	۹۵/۲	۱۰۹/۸
هند	۳۳/۴	۷۰/۵	۵۵/۹	۸۸/۱	۱۰۰	۹۶/۵	۸۸/۹	۱۰۹/۸
ترکیه	۹۰/۵	۷۰/۵	۴۶/۴	۸۸/۱	۱۰۰	۹۶/۵	۱۰۹/۸	۱۰۹/۸

	۱۳۷۸		۱۳۷۹		۱۳۸۰		۱۳۸۱		۱۳۸۲	
	pxi	pcxi	pxi	pcxi	pxi	pcxi	pxi	pcxi	pxi	pcxi
آلمان	۴۸/۱	۱۳۴/۶	۵۲/۸	۱۵۱/۲	۱۳۴/۷	۱۵۷/۸	۹۳۸/۶	۲۶۳	۴۱۶/۷	۳۰۲
فرانسه	۳۸/۹	۱۳۴/۴	۱۲۹/۴	۱۵۰/۹	۱۴۷/۷	۱۵۷/۷	۲۳۸۴/۸	۲۶۰/۴	۲۱۵۴	۲۶۲/۱
انگلستان	۴۹/۲	۱۳۴/۳	۵۵/۴	۱۵۰/۹	۷۶/۵	۱۵۷/۸	۲۲۰/۶	۲۹۱	۲۲۶	۳۰۶/۲
بلژیک	۹۰/۹	۱۳۴/۳	۶۳/۲	۱۵۰/۹	۶۰	۱۵۷/۷	۳۴۱/۹	۲۹۰/۲	۴۰۴/۹	۳۰۴/۹
ایتالیا	۲۰۳/۲	۱۳۴/۱	۱۳۸/۶	۱۵۰/۸	۱۴۶/۵	۱۵۷/۷	۸۲۸/۶	۲۸۲/۴	۷۴۷/۱	۲۹۷/۸
سوئیس	۵۳/۷	۱۳۴/۳	۱۵/۹	۱۵۰/۹	۶	۱۵۷/۸	۱۶۶/۸	۲۹۳/۱	۲۵/۷	۳۰۸
روسیه	۷۹/۴	۱۳۴/۴	۷۹/۲	۱۵۱/۱	۷۸/۴	۱۵۷/۷	۳۱۹/۶	۲۹۰/۱	۳۲۹/۴	۳۰۵/۲
ژاپن	۶۹/۹	۱۳۴/۴	۷۰/۱	۱۵۱	۷۴/۵	۱۵۷/۸	۲۳۳/۳	۲۹۱	۲۴۱/۷	۳۰۶/۱
امارات متحده عربی	۹۰/۴	۱۳۴/۳	۶۲	۱۵۱/۱	۸۷/۶	۱۵۷/۹	۲۸۹/۵	۲۹۰/۵	۳۱۷/۸	۳۰۵/۱
کره جنوبی	۸۸/۳	۱۳۴/۳	۸۶/۸	۱۵۰/۹	۸۹/۱	۱۵۷/۷	۳۱۴/۸	۲۹۰/۴	۲۵۹/۳	۳۰۶
هلند	۲۳۰/۸	۱۳۴/۲	۱۰۴/۷	۱۵۰/۹	۶۲/۴	۱۵۷/۷	۵۸۶	۲۸۹/۴	۴۲۴/۲	۳۰۴/۹
اتریش	۷۱/۱	۱۳۴/۳	۴۴/۴	۱۵۰/۹	۴۶	۱۵۷/۷	۲۲۲/۸	۲۹۰/۸	۲۴۷/۹	۳۰۵/۷
اسپانیا	۱۴۸/۸	۱۳۴/۲	۱۹۳	۱۵۰/۸	۱۲۵/۸	۱۵۷/۷	۵۸۹/۲	۲۸۹/۵	۹۰۶/۹	۳۰۳/۳
کانادا	۷۷/۶	۱۳۴/۴	۸۰/۶	۱۵۰/۸	۹۳/۷	۱۵۷/۷	۸۹۱/۳	۲۸۹/۳	۹۳۷/۵	۳۰۴/۲
استرالیا	۶۶	۱۳۴/۳	۶۹/۸	۱۵۰/۹	۸۲/۵	۱۵۷/۷	۳۶۲/۵	۲۹۰/۳	۳۶۷	۳۰۵/۳
آرژانتین	۱۰۳/۳	۱۳۴/۲	۷۱/۸	۱۵۰/۹	۵۴/۲	۱۵۷/۷	۳۲۱/۴	۲۹۰/۵	۱۹۵۰/۹	۳۰۵/۵
برزیل	۶۳	۱۳۴/۴	۴۴/۴	۱۵۰/۹	۴۸/۶	۱۵۷/۸	۱۸۸/۹	۲۹۱/۴	۳۰۳/۹	۳۰۵/۴
چین	۵۸/۲	۱۳۴/۴	۵۷/۳	۱۵۱/۰	۹۷/۲	۱۵۷/۷	۳۷۷	۲۸۹/۴	۲۶۲/۳	۳۰۶/۳
هند	۵۷/۲	۱۳۴/۳	۸۳/۹	۱۵۰/۹	۱۲۵/۸	۱۵۷/۶	۵۰۴/۷	۲۸۸/۹	۷۰۵/۵	۳۰۱/۹
ترکیه	۶۳/۲	۱۳۴/۳	۸۶/۸	۱۵۰/۹	۶۷/۶	۱۵۷/۷	۲۸۲/۲	۲۹۰/۵	۳۱۹/۸	۳۰۵/۳