

فصلنامه پژوهشنامه بازرگانی، شماره ۴۰، پاییز ۱۳۸۵، ۲۶۰

بررسی مزیت‌ها، موانع و پتانسیل بالقوه صادرات کاشی‌های سرامیکی ایران به بازارهای هدف حوزه خلیج فارس

محمدرضا صادقی فروشانی*

بازار کاشی‌های سرامیکی / ظرفیت بالقوه صادراتی / مزیت نسبی آشکار
شده / بازار منطقه خلیج فارس

چکیده

یکی از اهداف اصلی و محوری برنامه‌های ۵ ساله سوم و چهارم توسعه اقتصادی، جهش در صادرات غیرنفتی می‌باشد. در این میان صنعت کاشی‌های سرامیکی یکی از صنایعی است که می‌تواند در صادرات غیرنفتی سهمی درخور توجه داشته باشد. با توجه به مزیت‌های ایران در تولید این محصول، در این مقاله می‌خواهیم به بررسی مزیت نسبی و ظرفیت بالقوه صادراتی این محصول به کشورهای حوزه خلیج فارس طی دوره ۸۲-۱۳۷۸ (۲۰۰۳-۱۹۹۹) بپردازیم. نتایج مبین این است که وضع تعرفه‌های زیاد، منجر به یک نوع حمایتگرایی افراطی از این صنعت شده که این امر می‌تواند صنعت سرامیک را به دور از رقابتی شدن در عرصه بین‌المللی به سمت ضعف و کاهش کیفیت سوق دهد. لذا توصیه می‌شود حمایت به صورت هدفمند و مؤثر صورت گیرد.

طبقه‌بندی JEL: L61, O24, N75, F14.

مقدمه

جهش در صادرات غیرنفتی به عنوان استراتژی اصلی سیاست توسعه صادرات و از اهداف اصلی و محوری برنامه‌های پنج‌ساله سوم و چهارم توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی جمهوری اسلامی ایران تعیین شده‌است، توفیق در این سیاست، استفاده بهینه از ترکیب نیروی کار، منابع و مواد اولیه، فناوری و در نهایت مدیریت مطلوب اقتصادی و تجاری را می‌طلبد. اتخاذ این استراتژی یگانه راه دستیابی به سهم عادلانه در اقتصاد و تجارت جهانی است.

یکی از بخش‌های تولیدی که با اندک برنامه‌ریزی صادرات‌گرا می‌تواند سهمی در خور در مجموعه صنایع و معادن صادراتی کشور داشته باشد صنعت کاشی‌های سرامیکی است که به‌طور نسبی می‌تواند برای گسترش حضور در بازارهای منطقه‌ای و جهانی از مزیت‌هایی متعاقب مزیت‌های طبیعی کشور در این زمینه برخوردار باشد، اگرچه تولید کاشی‌های سرامیکی در ایران پیشینه‌ای تاریخی هم‌زمان با صنعت سفالگری داشته‌است و علی‌رغم اینکه طی ادوار گذشته ایران بطور نسبی، جلودار صادرات مواد غذایی و کانی‌های غیرفلزی به کشورهای حوزه خلیج فارس قلمداد می‌شده‌است، اما بروز نشانه‌هایی حاکی از افول این نقش موجب گردید تا در این مقاله به بررسی این مسئله پرداخته شود که چگونه‌است که ایران با توجه به پیشینه تاریخی و برخوردار از مزیت‌های طبیعی و دارا بودن مواد اولیه مکفی و گاز فراوان به عنوان عناصر اساسی در چرخه تولید کاشی‌های سرامیکی، از جایگاه مناسب در صادرات منطقه برخوردار نیست. لذا در این مقاله با استفاده از تحقیق کتابخانه‌ای با روش پیمایشی (Survey)، ضمن محاسبه و بررسی مزیت نسبی آشکار شده (RCA) و همچنین محاسبه ظرفیت بالقوه صادراتی کاشی‌های سرامیکی با کشورهای حوزه خلیج فارس و ارزیابی روند و سهم صادرات ایران به کشورهای حوزه خلیج فارس و مقایسه آن با سهم رقبای صادراتی ایران در بازارهای منطقه طی دوره ۱۹۹۹ تا ۲۰۰۳ میلادی، برخی عوامل مؤثر در عدم احراز جایگاه شایسته ایران در صادرات این محصول مورد بررسی قرار می‌گیرد و در پایان نتیجه‌گیری و توصیه‌هایی در اتخاذ سیاست‌های تجاری در زمینه بهبود این روند ارائه خواهد شد.

تعرفه‌های مورد بررسی در این مقاله به شرح زیر می‌باشد:

- تعرفه ۶۹۰۷۱۰ - کاشی و چهار گوش (Tile)، مکعب بزرگ و کوچک و همانند، حتی به اشکالی غیر از مربع یا مربع مستطیل، که بزرگترین سطح آنها در مربعی با ضلع کمتر از ۷ سانتی متر جای می‌گیرد. (برای فرش کردن کف یا دیوار بدون ورنی و بدون لعاب از سرامیک)

- تعرفه ۶۹۰۷۹۰ - سایر

- تعرفه ۶۹۰۸۹۰ - سایر

- تعرفه ۶۹۰۸۱۰ - کاشی و چهار گوش (Tile)، مکعب بزرگ و کوچک و همانند، حتی به اشکالی غیر از مربع یا مربع مستطیل، که بزرگترین سطح آنها در مربعی با ضلع کمتر از ۷ سانتی متر جای می‌گیرد. (برای فرش کردن کف یا دیوار ورنی زده و یا لعاب زده از سرامیک)

۱. بررسی جایگاه و سهم صادرات ایران در صادرات جهانی کاشی‌های سرامیکی

بر اساس ارقام جداول شماره (۱) تا (۳) که بیانگر ارزش صادرات کاشی‌های سرامیکی ایران و جهان به تفکیک تعرفه‌های چهار گانه در دوره مورد بررسی (۲۰۰۳-۱۹۹۷) می‌باشد، ایران دارای جایگاهی بسیار کمتر از سهم جمعیت و مساحت خود در صادرات کاشی سرامیک است. سهم ایران در صادرات کاشی‌های سرامیکی در جهان (به جز در مورد تعرفه ۶۹۰۸۹۰) در رابطه با سه تعرفه دیگر (۶۹۰۷۱۰-۶۹۰۷۹۰-۶۹۰۸۱۰) رو به کاهش است، به نحوی که سهم ایران در ارزش صادرات کاشی سرامیکی تعرفه ۶۹۰۷۱۰ از ۱/۱ درصد در سال ۱۹۹۷ به ۰/۳۶ درصد در سال ۲۰۰۳ کاهش یافته، سهم بسیار ناچیز تعرفه ۳۹۰۷۹۰ تقریباً به صفر و سهم ۴/۱ درصدی تعرفه ۶۹۰۸۱۰ در سال ۱۹۹۷ به ۱/۷ درصد در سال ۲۰۰۳ تقلیل یافته است. جالب توجه آن که تعرفه ۶۹۰۸۹۰ که برابر جدول شماره (۳) سهم آن در ارزش کاشی و سرامیک جهان از ۰/۱۶ درصد در سال ۱۹۹۷ به ۰/۳ درصد در سال ۲۰۰۳ افزایش اندکی را نشان می‌دهد مطابق جدول شماره (۵) فاقد مزیت نسبی آشکار شده می‌باشد به نحوی که شاخص RCA آن در تمامی سال‌های دوره مورد بررسی کمتر از یک است.

برابر محاسبات انجام شده میانگین کل صادرات کاشی و سرامیک ایران طی دوره

۱۹۹۹ تا ۲۰۰۳ برای هر چهار تعرفه به طور سالانه ۱۸/۳ میلیون دلار بوده است این میزان صادرات به طور گسترده‌ای بین حداقل بیش از ۴۲ شریک تجاری توزیع گردیده است که به طور متوسط سهم هر کشور حدود ۴۳۵ هزار دلار خواهد شد. نگاهی به تنوع و گستردگی کشورهای خریدار کاشی‌های سرامیکی ایران حاکی از آن است که بیش از ۵۵ درصد کاشی ایران توسط چهار کشور همسایه آذربایجان، ازبکستان، عراق و قزاقستان خریداری شده و با اضافه شدن سهم افغانستان، ارمنستان و تاجیکستان، سهم کشورهای همسایه به بیش از ۶۵ درصد (به جز کشورهای حاشیه جنوبی خلیج فارس) خواهد رسید و چنانچه سهم ۴/۱ درصدی امارات متحده، ۲/۵ درصدی قطر، ۱/۵ درصدی کویت، ۱/۳ درصدی عربستان، ۰/۹ درصدی بحرین و ۰/۳ درصدی عمان را نیز به خریداران کاشی ایران اضافه کنیم بیش از ۷۵ درصد صادرات ایران به ۱۳ کشور همسایه صورت گرفته است که به لحاظ تمرکز در بازارهای هدف نکته بسیار مثبتی است، اما نکته قابل تأمل اینکه ۲۵ درصد سهم صادرات ایران به بیش از ۲۹ کشور در اقصی نقاط جهان در هر پنج قاره و با مقادیر بسیار اندک که اقتصادی بودن آن جای بررسی دارد صورت گرفته است. این امر شائبه غلبه انگیزه دریافت تشویق‌های صادراتی از طریق صادرات اتفاقی و غیراقتصادی بر انجام صادرات هدف‌دار و مستمر اقتصادی را متبادر به ذهن می‌نماید لذا به جاست سیاست‌گذاران و صادرکنندگان کشور به این نکته اهتمام ویژه داشته باشند (جدول ۴).

جدول ۱ - ارزش صادرات کاشی‌های سرامیکی ایران به جهان طی دوره ۱۹۹۷ تا ۲۰۰۳
واحد: هزار دلار

سال	۱۹۹۷	۱۹۹۸	۱۹۹۹	۲۰۰۰	۲۰۰۱	۲۰۰۲	۲۰۰۳	جمع دوره ۱۹۹۹-۲۰۰۳
کد تعرفه	۶۹۰۷۱۰	۳۸۲	۲۰۴	۱۲۷	۵۰	۶۶	۲۲۴	۶۷۱
	۶۹۰۷۹۰	۱۲۱	۹۱	۶۹	۱۱	۶۷	۵۳	۲۹۱
	۶۹۰۸۱۰	۵۲۸۳	۵۷۱۰	۵۲۰۲	۲۸۴۷	۴۲۷۲	۴۵۲۶	۲۲۵۵۷
	۶۹۰۸۹۰	۸۷۸۵	۱۲۱۴۳	۱۰۳۸۸	۱۲۰۸۲	۱۳۵۷۰	۲۰۱۹۹	۶۸۳۷۱
جمع چهار تعرفه	۱۷۸۱۴	۱۷۹۲۹	۱۶۳۹۳	۱۷۴۸۰	۱۵۰۴۰	۱۷۹۷۵	۲۵۰۰۲	۹۱۸۹۰

مأخذ: PC-TAS، نسخه‌های (۲۰۰۲) و (۲۰۰۴).

جدول ۲ - ارزش صادرات کاشی‌های سرامیکی در جهان طی دوره ۱۹۹۷ تا ۲۰۰۳
واحد: هزار دلار

سال کد تعرفه	۱۹۹۷	۱۹۹۸	۱۹۹۹	۲۰۰۰	۲۰۰۱	۲۰۰۲	۲۰۰۳	جمع دوره ۱۹۹۹-۲۰۰۳
۶۹۰۷۱۰	۳۷۴۳۵	۳۱۳۷۴	۳۷۳۱۴	۳۸۵۸۳	۳۲۱۷۹	۳۲۶۸۲	۴۵۰۴۳	۱۸۵۸۰۱
۶۹۰۷۹۰	۱۰۶۷۳۲۲	۱۰۵۳۷۶۳	۱۱۵۶۴۸۲	۱۲۱۶۱۸۶	۱۲۶۵۷۰۸	۱۴۷۹۴۷۲	۱۷۱۷۳۱۱	۶۸۳۵۱۵۹
۶۹۰۸۱۰	۲۰۸۱۱۵	۲۳۴۶۷۲	۲۵۰۳۵۶	۲۶۷۲۸۱	۲۷۳۶۵۷	۲۶۰۲۳۰	۲۶۲۷۲۸	۱۳۱۴۲۵۲
۶۹۰۸۹۰	۵۴۰۱۰۶۶	۵۵۷۸۷۹۳	۵۴۴۴۵۶۲	۵۲۹۸۳۸۱	۵۳۴۳۴۹۱	۵۸۲۲۰۰۲	۶۵۹۲۴۴۶	۲۸۵۰۰۸۸۲
جمع چهار تعرفه	۶۷۱۳۹۳۸	۶۸۹۸۶۰۲	۶۸۸۸۷۱۴	۶۸۲۰۴۳۱	۶۹۱۵۰۳۵	۷۵۹۴۳۸۶	۸۶۱۷۵۲۸	۳۶۸۳۶۰۹۴

مأخذ: PC-TAS، نسخه‌های (۲۰۰۲) و (۲۰۰۴).

جدول ۳ - سهم ارزش صادرات ایران از صادرات جهانی کاشی‌های سرامیکی طی دوره
۱۹۹۷ تا ۲۰۰۳

واحد: درصد

سال کد تعرفه	۱۹۹۷	۱۹۹۸	۱۹۹۹	۲۰۰۰	۲۰۰۱	۲۰۰۲	۲۰۰۳	جمع دوره ۱۹۹۹-۲۰۰۳
۶۹۰۷۱۰	۱/۱	۱/۲	۰/۵۴	۰/۳۳	۰/۱۵	۰/۲	۰/۵۰	۰/۳۶
۶۹۰۷۹۰	۰/۰۰۴۲	۰/۰۱۱۴	۰/۰۰۷۸	۰/۰۰۵۶	۰/۰۰۰۸	۰/۰۰۴۵	۰/۰۰۳۰	۰/۰۰۴۲
۶۹۰۸۱۰	۴/۱	۲/۲	۲/۲۸	۱/۹۵	۱/۰۴	۱/۶۴	۱/۷۲	۱/۷۱
۶۹۰۸۹۰	۰/۱۶	۰/۲۱	۰/۱۹	۰/۲۳	۰/۲۳	۰/۲۳	۰/۳	۰/۲۴
جمع چهار تعرفه	۰/۲۶	۰/۲۶	۰/۲۴	۰/۲۵	۰/۲۲	۰/۲۳	۰/۲۹	۰/۲۵

مأخذ: PC-TAS، نسخه‌های (۲۰۰۲) و (۲۰۰۴) و محاسبات تحقیق.

جدول ۴- بررسی سهم و جایگاه شرکای تجاری ایران و میزان پراکندگی جغرافیایی خریداران کاشی‌های سرامیکی از ایران

واحد: درصد

ایران (متوسط پنج ساله ۱۹۹۹-۲۰۰۳)			ایران (متوسط پنج ساله ۱۹۹۹-۲۰۰۳)			ایران (متوسط پنج ساله ۱۹۹۹-۲۰۰۳)		
۰/۳۷	اتیوپی	۳۱	۱/۱	فرانسه	۱۶	۲۳/۵	آذربایجان	۱
۰/۳	بنین	۳۲	۱	نیجریه	۱۷	۱۷/۴۸	ازبکستان	۲
۰/۳۶	تانزانیا	۳۳	۱	آلمان	۱۸	۷/۵	عراق	۳
۰/۳۴	مالی	۳۴	۰/۹	بحرین	۱۹	۷/۲	قزاقستان	۴
۰/۳۱	توگو	۳۵	۰/۹	انگلستان	۲۰	۴/۱	امارات متحده عربی	۵
۰/۳	عمان	۳۶	۰/۷	گرجستان	۲۱	۳/۹	افغانستان	۶
۰/۱۵	سوریه	۳۷	۰/۷	یمن	۲۲	۳/۴	ارمنستان	۷
۰/۱۵	هلند	۳۸	۰/۷	کامرون	۲۳	۲/۶	تاجیکستان	۸
۰/۱۲	جیبوتی	۳۹	۰/۵	قرقیزستان	۲۴	۲/۵	قطر	۹
۰/۱۱	افریقای جنوبی	۴۰	۰/۵	کانادا	۲۵	۱/۵	کویت	۱۰
۰/۰۸	لبنان	۴۱	۰/۵	پاکستان	۲۶	۱/۴	روسیه	۱۱
۰/۰۸	بورکینافاسو	۴۲	۰/۴	ماداگاسکار	۲۷	۱/۴	سنگال	۱۲
۰/۰۵	ترکمنستان	۴۳	۰/۴	استرالیا	۲۸	۱/۳	غنا	۱۳
			۰/۴	ایتالیا	۲۹	۱/۳	عربستان سعودی	۱۴
			۰/۴	ساحل عاج	۳۰	۱/۲	پرتغال	۱۵

مأخذ: PC-TAS نسخه (۲۰۰۴) و محاسبات تحقیق.

۲. بررسی ظرفیت بالقوه صادراتی کاشی‌های سرامیکی ایران به کشورهای حوزه خلیج فارس

برای محاسبه ظرفیت بالقوه صادراتی استفاده نشده کاشی‌های سرامیکی ایران به کشورهای حوزه خلیج فارس، ابتدا ارزش صادرات کاشی‌های سرامیکی ایران به کشورهای مختلف جهان طی دوره ۱۹۹۹ تا ۲۰۰۳ با ارزش واردات هر یک از کشورهای حوزه خلیج فارس طی دوره مشابه در تقابل قرار خواهد گرفت، (جدول ۵) سپس ارزش واردات کاشی‌های سرامیکی توسط هر یک از کشورهای حوزه خلیج فارس از ایران بعنوان ظرفیت بالفعل در مقایسه و تقابل با دو ستون قبل در ستون چهارم قرار می‌گیرد و در ستون سوم ۳۰

درصد ارقام ستون ۱ یا ۲ هر کدام که کمتر بود به عنوان ظرفیت بالقوه صادراتی ثبت می‌شود. علت انتخاب رقم کوچکتر و ۳۰ درصد به این دلیل است که به‌عنوان مثال اگر ارزش صادرات کاشی ایران به جهان بیش از ارزش کل واردات کاشی توسط شریک تجاری (یکی از کشورهای خلیج فارس) از جهان باشد باید رقم ارزش کل واردات شریک تجاری به عنوان ظرفیت کل صادراتی ایران (به عنوان حد نهایی ظرفیت واردات شریک تجاری) در نظر گرفته شود، زیرا کشور واردکننده بیش از این ظرفیت واردات کاشی و سرمایه‌ک ندارد. اگر برعکس رقم واردات کاشی شریک تجاری از جهان بیشتر از کل صادرات کاشی و سرمایه‌ک ایران به جهان باشد، رقم کل صادرات ایران باید به عنوان ظرفیت کل صادراتی ایران به آن کشور در نظر گرفته شود، زیرا اگر چه واردات کاشی توسط شریک تجاری بیشتر از کل صادرات کاشی ایران است ولی ظرفیت صادراتی کاشی ایران بیش از آنچه که عملاً صادر می‌کند نمی‌باشد.

از طرف دیگر معقول و منطقی به نظر نمی‌رسد که بتوان کل ظرفیت صادرات ایران به جهان یا کل ظرفیت واردات کاشی یکی از کشورهای حوزه خلیج فارس را به عنوان ظرفیت بالقوه صادراتی به یک کشور شریک تجاری اختصاص داد و مبادله با دیگر کشورها در خصوص تجارت کاشی و سرمایه‌ک را قطع کرد. همین طور که نمی‌توان انتظار داشت که یک کشور کل ظرفیت وارداتی کاشی خود را به ایران اختصاص دهد ولی به‌طور قطع بخشی از این ظرفیت را می‌توان در نظر گرفت.

در مطالعات کاربردی^۱، به منظور تعیین این ظرفیت بالقوه معمولاً ۲۰ الی ۳۰ درصد کوچک‌ترین رقم دو ستون ۱ و ۲ را در نظر می‌گیرند که در بررسی حاضر از معیار ۳۰ درصد استفاده شده است و نتیجه آن در ستون ۳ آورده شده است. نهایت در ستون پنجم مابه‌التفاوت ستون سوم و چهارم یعنی ظرفیت‌های استفاده نشده برای صادرات کاشی‌های سرمایه‌کی به هریک از کشورهای حوزه خلیج فارس و همچنین کل این ظرفیت استفاده نشده منعکس گردیده است. برابر محاسبات به‌عمل آمده در ستون پنجم جدول (۵) توان بالقوه صادراتی استفاده نشده یا مابه‌التفاوت ظرفیت بالقوه و بالفعل صادرات کاشی ایران به هر یک از کشورهای حوزه خلیج فارس نشان داده شده است.

1. صادقی یارزندی و حسینی (۱۳۷۸)، صفحه ۱۴.

جدول ۵ - ظرفیت بالقوه صادرات کاشی سرامیکی ایران به کشورهای حوزه خلیج فارس طی دوره ۲۰۰۳-۱۹۹۹

واحد: هزار دلار

۵	۴	۳	۲		۱
توان بالقوه صادراتی	ارزش واردات هر یک از کشورهای حوزه خلیج فارس از ایران (ظرفیت بالفعل)	۳۰٪ ستون ۱ و ۲ هر کدام که کوچکتر باشند به عنوان ظرفیت بالقوه صادراتی	ارزش واردات هر یک از کشورهای حوزه خلیج فارس از جهان طی دوره ۱۹۹۹-۲۰۰۳		ارزش صادرات ایران به کل کشورهای جهان طی دوره ۱۹۹۹-۲۰۰۳
استفاده نشده یا مابه‌التفاوت ظرفیت بالقوه و بالفعل			بحرین	کویت	۹۱۸۹۰
۲۷۱۵۸	۳۱۵	۲۷۴۷۳	۹۱۵۸۱	۲۵۲۲۶۹	
۲۶۵۶۷	۱۰۰۰	۲۷۵۶۷	۷۸۲۰۳	۹۱۵۸۹	
۲۳۳۲۷	۱۳۳	۲۳۴۶۰	عمان	۸۷۱۸۹۱	
۲۶۳۴۵	۱۱۳۱	۲۷۴۷۶	قطر	۳۲۰۸۶۰	
۲۶۴۲۴	۱۱۴۳	۲۷۵۶۷	عربستان		
۲۳۸۸۵	۳۶۸۲	۲۷۵۶۷	امارات متحده		

مأخذ: PC-TAS، نسخه (۲۰۰۴) و محاسبات تحقیق.

۳. بررسی مزیت نسبی آشکار شده (RCA)^۱ کاشی‌های سرامیکی در ایران

از دیدگاه بالاسا^۲ (۱۹۶۵) معیار مزیت نسبی عبارت است از: «سهم یک کشور در صادرات کالایی خاص تقسیم بر سهم همان کشور از صادرات مرکب کالاهای تولید شده در مقایسه با مجموعه کشورهای صنعتی» توماس والر^۳ شاخص بالاسا را با مشمول کردن همه کشورها و کالاهای تجاری جهان گسترش داد و آن را به صورت زیر تکمیل نمود.

$$RAC_a^i = (X_a^i / X_t^i) / (X_a^0 / X_t^0)$$

X_a^i : ارزش صادرات کالای a توسط کشور i (ارزش صادرات کاشی و سرامیک ایران)،

X_t^i : ارزش صادرات کل کشور i،

X_a^0 : ارزش صادرات جهانی کالای a (ارزش صادرات کاشی و سرامیک جهان)،

X_t^0 : ارزش کل صادرات جهانی.

1. Revealed Comparative Advantage (RCA).

2. Balassa (1965).

3. Thomas L. Vallrath (1997).

بر این اساس مزیت نسبی کاشی و سرامیک برای چهار تعرفه در سطح کد ۶ رقمی HS مورد محاسبه قرار گرفت. بر مبنای شاخص بالاسا-والراس هرگاه شاخص فوق بزرگتر از یک باشد ($RCA > 1$)، نشان‌دهنده وجود مزیت نسبی کشور در صادرات کاشی و سرامیک می‌باشد. در غیر این صورت نمایانگر عدم وجود مزیت نسبی ($RCA < 1$) یا حالت خنثی در تجارت کالای مورد نظر ($RCA = 1$) می‌باشد. براساس تعریف فوق و محاسبات به عمل آمده در جدول شماره (۷) بر مبنای فرمول بالاسا-والراس، ایران در صادرات کاشی‌های سرامیک ذیل تعرفه ۶۹۰۸۱۰ دارای مزیت نسبی بوده اما در رابطه با تعرفه‌های ۶۹۰۷۹۰ و ۶۹۰۸۹۰ دارای مزیت نسبی نمی‌باشد. از سوی دیگر در رابطه با تعرفه ۶۹۰۷۱۰ این نکته قابل ذکر است که شاخص مزیت نسبی آشکار شده این تعرفه در سال‌های ۱۹۹۷ تا ۱۹۹۹ بزرگتر از عدد یک و در فاصله سال‌های ۲۰۰۰ تا ۲۰۰۳ کوچکتر از عدد یک محاسبه شده است. به عبارت بهتر این کالا در سال‌های پایانی دوره مورد بررسی مزیت خود را از دست داده است. آن چه در رابطه مزیت نسبی آشکار شده کاشی و سرامیک حائز اهمیت است این است که ایران در کاشی و سرامیک ورنی زده و لعاب زده (تعرفه ۶۹۰۸۱۰) مزیت نسبی دارد اما بنابر علل و عواملی که عمدتاً به سیاست‌های کلان اقتصادی و ارزی بر می‌گردد، این شاخص و مزیت روبه کاهش و تحلیل بوده است. به نحوی که شاخص RCA از ۱۱/۰۶ در سال ۱۹۹۷ با کاهش سالیانه و تدریجی در پنج سال بعد در سال ۲۰۰۱ به ۲/۵۳ تقلیل یافته است، اما این شاخص برای این تعرفه در سال‌های ۲۰۰۲ و ۲۰۰۳ اندکی بهبود یافته و به ۳/۴ ارتقاء پیدا کرده است.

جدول ۶- مقایسه سهم و ارزش کل صادرات ایران نسبت به کل صادرات جهانی
واحد: ارزش به هزار دلار - سهم به درصد

سال	۱۹۹۷	۱۹۹۸	۱۹۹۹	۲۰۰۰	۲۰۰۱	۲۰۰۲	۲۰۰۳	جمع پنج ساله ۱۹۹۹-۲۰۰۳
کل صادرات جهان	۴۹۴۷۴۰۸۸۹۶	۴۹۳۸۷۲۳۸۴۰	۵۱۸۱۴۰۶۵۵۰	۵۸۹۳۷۹۲۲۹۷	۵۶۷۰۵۳۲۷۷۹	۵۵۳۳۲۰۴۴۱۷	۶۷۰۵۸۲۲۹۹۵	۲۹۲۸۴۷۵۸۹۲۹
کل صادرات ایران	۱۸۳۸۰۹۲۴	۱۳۱۱۷۹۹۴	۱۹۷۲۰۹۴۲	۲۷۷۶۵۹۴۵	۲۳۲۸۶۱۴۶	۲۸۳۴۷۸۲۵	۳۳۷۷۷۹۴۷	۱۳۲۸۹۸۸۰۰
سهم ایران از صادرات جهانی	۰/۳۷۱	۰/۲۶۵	۰/۳۸	۰/۴۷	۰/۴۱	۰/۴۸	۰/۵۰	۰/۴۵

مأخذ: PC-TAS نسخه (۲۰۰۲) و (۲۰۰۴) و محاسبات تحقیق.

جدول ۷ - شاخص مزیت نسبی آشکار شده کاشی های سرامیکی ایران
 طی دوره ۱۹۹۷ تا ۲۰۰۳

سال	۱۹۹۷	۱۹۹۸	۱۹۹۹	۲۰۰۰	۲۰۰۱	۲۰۰۲	۲۰۰۳	جمع پنج ساله ۱۹۹۹-۲۰۰۳
تعارف	۳/۰۹	۴/۵۸	۱/۴۳	۰/۶۹	۰/۳۷	۰/۴۱	۰/۹۸	۰/۷۹
	۰/۱۱	۰/۰۴۳	۰/۰۲۰	۰/۰۱۲	۰/۰۰۲	۰/۰۰۹	۰/۰۰۶	۰/۰۰۹
	۱۱/۰۶	۸/۴۷	۶	۴/۱۳	۲/۵۳	۳/۳۷	۳/۴۲	۳/۷۸
	۰/۴۳	۰/۸۲	۰/۵۰	۰/۴۸	۰/۵۵	۰/۴۷	۰/۶۰	۰/۵۲
جمع چهار تعارف	۰/۷۱۴	۰/۹۷۸	۰/۶۲۵	۰/۵۴۴	۰/۵۲۹	۰/۴۸۷	۰/۵۷۵	۰/۵۴۹

مأخذ: PC-TAS و نسخه (۲۰۰۲) و (۲۰۰۴) و محاسبات تحقیق.

۴. بررسی سهم صادرات ایران به کشورهای حوزه خلیج فارس و مقایسه آن با سهم صادرات رقبای تجاری ایران در این کشورها

برابر محاسبات به عمل آمده در جدول (۸) متوسط سهم صادرات ایران در تجارت جهانی کاشی های سرامیکی طی دوره ۱۹۹۹ تا ۲۰۰۳ برابر ۰/۲۵ درصد بوده است در حالی که سهم تجمعی واردات شش کشور عربی حوزه خلیج فارس طی همین دوره ۵/۱ درصد بوده است به عبارت دیگر کل واردات کشورهای حوزه خلیج فارس ۱۸/۵ برابر کل صادرات کاشی های سرامیک ایران در رابطه با تعرفه های ۶۹۰۷ و ۶۹۰۸ بوده است (جدول ۱۰). عمان تنها کشور حوزه خلیج فارس است که واردات کاشی های سرامیک آن از کل صادرات کاشی و سرامیک ایران کمتر است. مقایسه متوسط واردات کاشی های سرامیکی هر یک از کشورهای حوزه خلیج فارس طی دوره ۱۹۹۹-۲۰۰۳ حاکی از آن است که واردات عربستان برای این محصول از کشورهای مختلف جهان ۹/۴ برابر کل صادرات ایران بوده است، این نسبت برای امارات متحده عربی و کویت به ترتیب ۳/۵ و ۲/۷ برابر ثبت شده است ضمن آن که واردات کشورهای بحرین و قطر هر یک به تنهایی برابر کل صادرات کاشی ایران طی دوره مورد بررسی بوده است. مشاهده آمار فوق بیانگر ظرفیت بالفعل و بالقوه واردات کشورهای منطقه از یک طرف و وجود ظرفیت های بالقوه صادراتی به این کشورها بدون نیاز به ایجاد یا خلق تقاضا می باشد. به هر حال آن چه حائز اهمیت

است اینکه علی‌رغم افزایش اندک سهم صادرات ایران در تجارت جهانی این کالا از ۰/۲۶ درصد در سال ۱۹۹۷ به ۰/۲۹ درصد در سال ۲۰۰۳، بنظر می‌رسد تلاش‌های هر چند ارزشمند در افزایش عرضه صادرات بسیار نامکفی بوده است، زیرا سهم واردات کشورهای حوزه خلیج فارس طی دوره مشابه از ۲/۸ به ۶/۲ (بیش از دو برابر) و سهم صادرات این کشورها طی همین دوره از ۰/۸ درصد به ۱/۹ درصد افزایش داشته است در حالی که سهم ۰/۲۹ درصدی صادرات ایران شایسته سهم نسبی جمعیت یا مساحت آن در جهان نیز نیست. (جدول ۸)

جهت روشن تر شدن رابطه بسیار نامناسب تجاری ایران با کشورهای حوزه خلیج فارس در زمینه تجارت کاشی‌های سرامیکی و علی‌رغم این که سیاست کلی، گسترش ارتباطات تجاری با کشورهای اسلامی در چارچوب سازمان کنفرانس اسلامی می‌باشد، متوسط سهم ایران در تأمین کاشی کشورهای حوزه خلیج فارس طی دوره ۱۹۹۹ تا ۲۰۰۳ فقط ۰/۵۶ درصد بوده است و این سهم از ۱/۵۴ درصد در سال ۱۹۹۹ به ۰/۳۷ درصد در سال ۲۰۰۳ تنزل یافته است (جدول ۸). در همین حال کشورهای حوزه خلیج فارس طی همین دوره بیش از ۹۹/۴۴ درصد احتیاجات خود را در زمینه کاشی‌های سرامیکی از دیگر کشورهای جهان (به جز ایران) تأمین نموده‌اند و مهم تر اینکه رقبای تجاری ایران توانسته‌اند سهم ۹۸/۴۶ درصدی خود را از بازار کاشی‌های سرامیکی شش کشور حوزه خلیج فارس در سال ۱۹۹۹ به ۹۹/۶۳ درصد در سال ۲۰۰۳ ارتقاء دهند و عرصه را بر صادرات ایران تنگ تر نمایند. مقایسه نسبت‌های فوق، ضرورت بررسی جدی تر و تجدید نظر در سیاست‌های اقتصادی، ارزی، تجاری و تولیدی در عرصه داخلی و فضا سازی در عرصه بین‌المللی را می‌طلبد، زیرا علی‌رغم اتخاذ سیاست توسعه و جهش صادرات در برنامه‌های توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی، صادرات این کالا، حتی قادر به حفظ سهم خود در تجارت منطقه‌ای نشده است. لازم به ذکر است علی‌رغم اینکه ایران به طور سنتی و نسبی یگانه پرچم دار صادرات مواد غذایی و کانی‌های غیرفلزی به کشورهای حوزه خلیج فارس قلمداد می‌شده است، اتخاذ برخی سیاست‌های اقتصادی و تجاری در کنار اختلافات سیاسی مانع از گسترش و توسعه مناسبات بازرگانی و حفظ جایگاه و سهم ایران در

مناسبات سنتی و از دست دادن مزیت‌های صادراتی و سوق یافتن کشورهای حوزه خلیج فارس به سمت تأمین نیازهای خود از دیگر بازارها گردیده است تا حدی که علیرغم وفور مواد اولیه رُسی و ... در ایران و کمبود نسبی آن در کشورهای حوزه خلیج فارس، برخی کشورهای این حوزه خصوصاً عربستان، امارات متحده عربی و عمان با اتخاذ مکانیزم افزایش تولید کاشی‌های سرامیکی در داخل و توسعه واردات به منظور صدور مجدد توانسته‌اند سهمی بیش از صادرات ایران در صادرات جهانی کاشی داشته باشند تا حدی که افزایش سهم صادرات این کشورها در صادرات جهانی (از ۰/۸ درصد در سال ۱۹۹۹ به ۱/۹ درصد در سال ۲۰۰۳) بسیار بیشتر از رشد (۰/۵ درصدی) سهم صادرات ایران افزایش داشته است. لازم به ذکر است بیش از ۹۵ درصد این سهم به تنهایی متعلق به صادرات کشور امارات متحده عربی است. مقایسه سهم فوق با سهم ۰/۳ درصدی ایران قابل تأمل است (جدول ۸).

مروری بر نرخ و ترکیب تعرفه‌های گمرکی کشورهای حوزه خلیج فارس و مقایسه آن با تعرفه‌های گمرکی وضع شده برای کاشی‌های سرامیکی در ایران بیانگر برخی نارسایی‌های موجود در سیاست‌های تجاری و حکایت از حمایت‌گرایی بی‌رویه و بسترسازی برای ایجاد بازاری شبه انحصاری و بیگانه با مزیت‌های رقابتی (تا حدودی نظیر بازار خودرو) دارد. مقایسه میانگین ساده و وزنی حداقل و حداکثر تعرفه‌های گمرکی شش کشور حوزه خلیج فارس (جدول ۱۱) مبین آن است که این کشورها با کاهش تعرفه‌های تجاری خود در این زمینه سیاست صادرات خوب در گرو واردات خوب را اتخاذ کرده‌اند به نحوی که حداقل نرخ تعرفه‌های گمرکی این کشورها برای کاشی‌های سرامیکی (تعرفه‌های ۶۹۰۷ و ۶۹۰۸) معادل ۴ درصد و حداکثر آن ۱۲ می‌باشد. ضمن اینکه این کشورها در چارچوب شورای همکاری خلیج فارس در تجارت بین خود از هر گونه عوارض گمرکی معاف می‌باشند، در حالی که ایران از اینگونه ترجیحات در اتحادیه‌های منطقه‌ای برخوردار نیست. از سوی دیگر به نظر می‌رسد ایران با وضع دیوار بلند تعرفه‌ای ۹۰ درصدی در مسیر واردات کاشی‌های سرامیکی موجبات غیر رقابتی شدن بازار داخلی و اتکاء هر چه بیشتر تولیدکنندگان به درآمدهای حاصل از فروش داخلی را فراهم آورده

است، لذا بنظر می‌رسد صادرات کاشی برای تولیدکنندگان آن بیشتر جنبه بازیافتی از ناحیه تشویق صادرات و برخوردار شدن از جوایز صادراتی خواهد داشت. به این منظور بررسی کاهش تعرفه‌های تجاری از وضعیت بسیار حمایتی کنونی برای بسترسازی و مواجهه جدی تولیدکنندگان ایرانی با تولیدات رقبای سرسخت خارجی، در یک فضای رقابتی که نتیجه آن افزایش کارایی و رقابتی شدن صادرات می‌باشد ضروری است، زیرا تجربه اثرات سوء حمایت‌های بی‌رویه که اخیراً رفته رفته جای خود را به منطقی و هدفمند کردن تعرفه‌های تجاری و مناسب نمودن حمایت‌های تعرفه‌ای داده و یا خواهد داد، در مورد کاشی‌های سرامیکی می‌بایستی مورد تأمل بیشتر قرار گیرد. زیرا کشورهایی مانند عربستان، امارات متحده عربی و عمان که به طور قطع به اندازه ایران انواع مواد اولیه رسی و ... در اختیار ندارند، با وضع تعرفه‌های پایین گمرکی توانسته‌اند ضمن حمایت منطقی در حفظ تولیدات خود، روز به روز با افزایش تولید داخلی، سهم صادرات خود را در صادرات و تجارت جهانی کاشی‌های سرامیکی بالا ببرند (جدول ۸) و با افزایش کارایی و رقابتی شدن تولیدات خود، هیچ مانعی در مسیر حمایت از تولیدات داخلی خود و کیفیت محصولات صادراتی نداشته باشند. مقایسه این سیاست با سیاست تجاری ایران در زمینه تعرفه‌های گمرکی کاشی‌های سرامیکی حکایت از نتیجه مثبت نداشتن حمایت‌گرایی بی‌رویه از کاشی‌های سرامیکی دارد. بدیهی است حذف یا کاهش حمایت‌ها منوط به اتخاذ سیاست‌های مناسب اقتصادی خصوصاً سیاست‌های پولی - ارزی برای صادرات می‌باشد، در غیر این صورت کاهش سیاست‌های حمایتی و تعرفه‌ای بعضاً موجب افزایش واردات بدون تحرک در صادرات و ورشکستگی صنایع خواهد شد.

لذا پیشنهاد می‌شود سیاستگذاران وزارت اقتصاد و دارایی، وزارت صنایع و معادن و وزارت بازرگانی در این زمینه و موارد مشابه تأملی دوباره مبذول نمایند. زیرا مطالعات متعدد حکایت از آن دارند که اقتصادهای شدیداً حمایتی عموماً با نرخ رشد پایین‌تر و درآمد سرانه نازل‌تری روبه‌رو هستند چرا که حمایت‌های غیر هدفمند، نامحدود و غیرمشروط عملاً هزینه‌های بسیار بالایی را بر اقتصاد این کشورها تحمیل می‌نماید اگر چه

این امر بدان مفهوم نیست که کشورها به یکباره تمامی حمایت‌های خود را حذف نمایند.^۱ ملاحظه کاهش سهم ایران در صادرات به بازارهای منطقه خلیج فارس از زاویه دیگر نیز قابل تأمل است، نسبت کل صادرات کاشی ایران به کل واردات کاشی‌های سرامیکی منطقه خلیج فارس از کشورهای مختلف جهان بطور متوسط طی دوره ۲۰۰۳-۱۹۹۹ برابر ۵/۳۸ درصد بوده است این سهم از ۹/۲ درصد در سال ۱۹۹۹ به ۵ درصد در سال ۲۰۰۳ تنزل یافته است (جدول ۹). لازم به ذکر است نسبت یا سهم صادرات کاشی‌های سرامیکی به واردات آن‌ها طی دوره مورد بررسی در بین کشورهای مختلف حوزه خلیج فارس متفاوت بوده است به نحوی که برابر محاسبات جدول (۱۲) این سهم برای کشور امارات متحده عربی افزایشی (۱۱۳ درصد به ۱۸۵ درصد) بوده است حال آن که سهم صادرات کاشی عربستان نسبت به واردات این کشور کاهشی (از ۴/۵ به ۰/۵ درصد) بوده است و صادرات کاشی ایران که در سال ۱۹۹۹ نسبت به واردات کاشی سهمی معادل ۹۲۶۱ درصد داشته است در سال ۲۰۰۱ به ۸۳۱ و در سال ۲۰۰۳ به ۳۱۸ درصد کاهش یافته است.

جدول (۱۳) آثار سیاست‌های تسهیل تجاری را از دریچه دیگر آشکار می‌سازد به نحوی که نسبت صادرات کاشی ایران به صادرات کاشی امارات که در سال ۱۹۹۹ معادل ۲۹ درصد بوده است در سال ۲۰۰۳ به ۱۵/۴ درصد تقلیل یافته است. به عبارت بهتر صادرات کاشی توسط امارت که در سال ۱۹۹۹ معادل ۳/۵ برابر صادرات کاشی توسط ایران بوده است، در سال ۲۰۰۳ به ۶/۵ برابر ارتقاء یافته است. از دریچه واردات نیز مقایسه وضعیت دو کشور ایران و امارات متحده عربی که هر دو از کشورهای صادرکننده خالص کاشی‌های سرامیکی منطقه خلیج فارس می‌باشند، تأییدی دال بر سیاست «صادرات خوب در گرو واردات خوب» می‌باشد. اتخاذ این سیاست توسط کشور امارات متحده عربی با کاهش تعرفه‌های گمرکی و عدم دنباله روی ایران از سیاست هدفمند کردن تعرفه‌ها در زمینه کاشی موجب تغییر در شاخص نسبت واردات ایران به امارات متحده عربی از ۰/۳۵ درصد در سال ۱۹۹۹ به ۹ درصد در سال ۲۰۰۳ گردیده است. به نحوی که نسبت واردات کاشی‌های سرامیکی امارات به واردات کاشی‌های سرامیکی ایران در سال ۱۹۹۹ برابر ۲۸۲

۱. ولی بیگی (۱۳۸۳)، ص ۲۵۷.

بوده است در سال ۲۰۰۳ نسبت واردات امارات به واردات ایران ۱۱ بوده است این سیاست موجب افزایش سهم صادرات امارات متحده عربی از ۰/۹ درصد در سال ۱۹۹۹ به حدود ۲ درصد در سال ۲۰۰۳ گردیده است و در عین حال در همین دوره و علی‌رغم تمامی تلاش‌های بعمل آمده در ایران فقط شاهد افزایش ۵ صدم درصدی سهم ایران در صادرات جهانی بوده‌ایم (از ۰/۲۴ درصد در سال ۱۹۹۹ به ۰/۲۹ درصد در سال ۲۰۰۳)، به گونه‌ای که رشد صادرات ایران بسیار کمتر از رشد صادرات امارات متحده عربی بوده است. البته ناگفته نماند سیاست صادرات مجدد یکی از عوامل اصلی توفیق امارات متحده عربی در توسعه صادرات کاشی‌های سرامیکی طی سال‌های اخیر بوده است. بهر حال مطالعات فوق بیانگر آن است که صرفاً داشتن استراتژی یا گزینش اهداف مطلوب ما را به سوی هدف رهنمون نخواهد کرد بلکه الزامات و پیش نیازهای تحقق و توفیق برنامه، شرط اصلی رسیدن به اهداف می‌باشد که سیاست توسعه صادرات محصولات غیرنفتی از جمله کاشی‌های سرامیکی از این شرط مستثنی نمی‌باشد. لازم به ذکر است علی‌رغم همه تنگناهای ذکر شده، برخی از شرکت‌های تولیدکننده کاشی‌های سرامیکی با پیگیری طرح‌های توسعه و افزایش ظرفیت تولید به سمت توسعه و گسترش بازارها حرکت کرده‌اند.

جدول ۸- سهم هر یک از کشورهای حوزه خلیج فارس از ارزش واردات کاشی جهان و مقایسه آن با سهم صادرات ایران در جهان

واحد: درصد

سهم رقبای تجاری ایران در تأمین کاشی حوزه خلیج فارس (۱۹۹۹-۲۰۰۳)	سهم ایران در تأمین کاشی کشورهای حوزه خلیج فارس (۱۹۹۹-۲۰۰۳)	سهم واردات کشورهای حوزه خلیج فارس در تجارت جهانی							سهم صادرات کشورهای خلیج فارس در صادرات جهانی	سهم صادرات ایران در صادرات جهانی	شرح سال
		امارات متحده عربی	عربستان	قطر	عمان	کویت	بحرین	سهم تجمعی شش کشور عربی خلیج فارس			
۹۹/۴۴	۰/۵۶	۰/۹۵	۲/۶	۰/۲۷	۰/۲۳	۰/۷۵	۰/۲۷	۵/۱	۱/۵	۰/۲۵	متوسط ۱۹۹۹-۲۰۰۳
۹۸/۴۶	۱/۵۴	۰/۸	۱/۱	۰/۱۵	۰/۱	۰/۵۶	۰/۱۲	۲/۸	۰/۸	۰/۲۴	۱۹۹۹
۹۹/۲۹	۰/۷۱	۰/۹	۲/۳	۰/۳	۰/۱۶	۰/۸۷	۰/۲۲	۴/۷	۱/۲	۰/۲۳	۲۰۰۰
۹۹/۵	۰/۵	۰/۹	۲/۷	۰/۳۱	۰/۲۶	۰/۹۷	۰/۲۷	۵/۴	۱/۵	۰/۲۲	۲۰۰۱
۹۹/۷	۰/۳	۱	۳/۱	۰/۳۶	۰/۳	۰/۷	۰/۳۵	۵/۸	۱/۶	۰/۲۳	۲۰۰۲
۹۹/۶۳	۰/۳۷	۱/۱	۳/۵	۰/۲۴	۰/۳۱	۰/۶۸	۰/۳۷	۶/۲	۱/۹	۰/۲۹	۲۰۰۳
	۴/۸۱	۹۴/۵۱	۰/۱۳	۰	۰/۳۸	۰/۱۳	۰/۰۴	-	-	حجم صادرات	سهم کشورهای حوزه خلیج فارس در تجارت داخلی (واردات از بین اعضاء حوزه) (متوسط ۵ ساله)
	۳/۲۳	۹۵/۷۲	۰/۱۷	۰	۰/۶	۰/۲۱	۰/۰۷	-	-	ارزش صادرات	
	۱/۲	۱/۵	۷۳/۴	۵/۴	۱۱/۷	۳	۳/۸	-	-	ارزش واردات	
	۲	۲/۱	۷۲/۵	۸	۹/۵	۲/۴	۳/۵	-	-	حجم واردات	

مأخذ: PC-TAS نسخه (۲۰۰۴) و محاسبات تحقیق.

جدول ۹- مقایسه نسبت صادرات کاشی سرامیکی ایران به جهان و واردات کشورهای حوزه خلیج فارس از جهان طی دوره ۱۹۹۹ تا ۲۰۰۳

واحد: هزار دلار

سال	توضیحات	ارزش واردات جهان	ارزش صادرات ایران به جهان	نسبت کل صادرات ایران (به جهان) به کل واردات منطقه خلیج فارس	ارزش واردات کشورهای حوزه خلیج فارس به تفکیک هر کشور از جهان						
					بحرین	کویت	عمان	قطر	عربستان	امارات متحده عربی	
۱۹۹۹-۲۰۰۳		۳۳۵۱۸۴۸۸	۹۱۸۹۰	%/۵/۳۸	۱۷۰۶۳۹۳	۹۱۵۸۱	۲۵۲۲۶۹	۷۸۲۰۳	۹۱۵۸۹	۸۷۱۸۹۱	۳۲۰۸۶۰
۱۹۹۹		۶۲۹۹۷۳۷	۱۶۳۹۳	%/۹/۲	۱۷۶۹۲۶	۷۴۴۴	۳۴۸۰۱	۶۴۳۷	۹۱۰۹	۶۹۱۰۵	۵۰۰۳۰
۲۰۰۰		۶۲۱۵۸۷۹	۱۷۴۸۰	%/۶	۲۹۱۹۳۱	۱۳۸۴۴	۵۳۶۲۱	۹۸۲۴	۱۸۵۱۳	۱۴۰۸۸۱	۵۵۲۴۸
۲۰۰۱		۶۷۳۹۷۲۰	۱۵۰۴۰	%/۴/۵	۳۳۵۰۸۴	۱۶۷۲۵	۶۰۶۱۴	۱۶۲۱۹	۱۹۵۶۴	۱۶۶۶۷۵	۵۵۲۸۷
۲۰۰۲		۶۸۰۷۹۵۹	۱۷۹۷۵	%/۴/۴	۴۰۵۶۳۵	۲۴۱۱۰	۴۸۷۹۳	۲۰۵۹۷	۲۴۸۳۹	۲۱۴۷۱۱	۷۲۵۸۵
۲۰۰۳		۷۹۵۵۱۹۳	۲۵۰۰۲	%/۵	۴۹۶۸۱۷	۲۹۴۵۸	۵۴۴۴۰	۲۵۱۲۶	۱۹۵۶۴	۲۸۰۵۱۹	۸۷۷۱۰

مأخذ: PC-TAS نسخه (۲۰۰۴) و محاسبات تحقیق.

جدول ۱۰- نسبت ارزش واردات هر یک از کشورهای حوزه خلیج فارس به ارزش کل صادرات کاشی و سرامیک ایران به جهان

واحد: برابری نسبت

طی دوره ۱۹۹۹-۲۰۰۳

بحرین	کویت	عمان	قطر	عربستان	امارات متحده عربی	جمع شش کشور
۱	۲/۷	۰/۸۵	۱	۹/۴	۳/۵	۱۸/۵

مأخذ: PC-TAS نسخه (۲۰۰۴) و محاسبات تحقیق.

تعرفه	ارزش واردات جهان	تعداد خط تعرفه بین المللی	تعداد خط تعرفه داخلی	تعداد ردیف تعرفه	نرخ تعرفه		انحراف معیار	میانگین وزنی	میانگین ساده	سال	کشور
					حداکثر	حداقل					
۶۹۰۷ ۶۹۰۸	۲۸۰۲۶۸۴۵	۰	۰	۵	۱۲	۵		۸/۵	۸/۵	۲۰۰۴	عربستان
۶۹۰۷ ۶۹۰۸	-	-	-	-	۴	۴	۰	۴	۴	۲۰۰۴	امارات متحده عربی

* کشورهای حوزه شورای همکاری خلیج فارس در تجارت بین خود از پرداخت دیگر عوارض گمرکی معاف هستند.

* کشورهای حوزه شورای همکاری خلیج فارس هیچگونه عوارضی برای صادرات منظور نمی نمایند.

* برابر مقررات صادرات و واردات سال ۱۳۸۴ (۲۰۰۵) حقوق ورودی و تعرفه های گمرکی ایران برای تعرفه های ۶۹۰۷ و ۶۹۰۸ به ۹۰ درصد (معادل نرخ سال ۲۰۰۳) کاهش یافته است.

مأخذ: پایگاه اطلاعاتی TRAINS از سایت wits.world Bank.org

جدول ۱۲- مقایسه نسبت ارزش صادرات کاشی‌های سرامیکی توسط کشورهای حوزه خلیج فارس به واردات آن‌ها از جهان

واحد: درصد

کشور	سال		
	۱۹۹۹	۲۰۰۱	۲۰۰۳
بحرین	۰/۷	۰/۵	۰
کویت	۰	۱	۰
عمان	۰/۷	۱/۵	۹/۸
قطر	۰	۰	۰/۳
عربستان سعودی	۴/۵	۱/۳	۰/۵
امارت متحده عربی	۱۱۳	۱۸۵	۱۸۵
ایران	۹۲۶۱	۸۳۸	۳۱۸
جمع بدون احتساب ایران	۳۳/۷	۳۱	۳۳
جمع با احتساب ایران	۴۳	۳۵/۸	۳۸

مأخذ: PC-TAS نسخه (۲۰۰۴) و محاسبات تحقیق.

جدول ۱۳- مقایسه نسبت ارزش صادرات (واردات) کاشی سرامیکی ایران به صادرات (واردات) کاشی سرامیکی امارات متحده

شرح	سال					واحد
	۱۹۹۹	۲۰۰۰	۲۰۰۱	۲۰۰۲	۲۰۰۳	
نسبت صادرات دو کشور	= درصد	۲۹٪	۲۱/۸٪	۱۴/۶٪	۱۵/۱٪	ایران
						امارات
نسبت واردات دو کشور	= درصد	۳۵٪	۴/۶	۶/۸	۶/۵	امارات
						ایران
نسبت صادرات دو کشور	= درصد	۳۵٪	۱/۲٪	۳/۲٪	۱۰/۴٪	ایران
						امارات
نسبت واردات دو کشور	= درصد	۲۸۲	۸۳	۳۱٪	۹/۶	امارات
						ایران

مأخذ: PC-TAS نسخه (۲۰۰۴) و محاسبات تحقیق.

جدول ۱۴- میزان و ارزش واردات کاشی‌های سرامیکی کشورهای حوزه خلیج فارس از جهان
واحد: ارزش به هزار دلار وزن به تن

سال		۲۰۰۰		۲۰۰۱		۲۰۰۲		۲۰۰۳	
شرح		وزن	ارزش	وزن	ارزش	وزن	ارزش	وزن	ارزش
بحرین		۳۸۱۵۸	۱۶۷۲۵	۴۷۵۲۶	۲۴۱۱۰	۶۹۰۰۸	۲۹۴۵۸	۸۲۴۵۷	۲۹۴۵۸
کویت		۱۴۸۷۰۸	۶۰۶۱۴	۱۷۵۰۵۳	۴۸۷۹۳	۱۷۰۲۹۰	۵۴۴۴۰	۱۴۷۰۴۸	۵۴۴۴۰
عمان		۲۴۵۰۹	۱۶۲۱۹	۴۵۸۶۱	۲۰۵۹۷	۵۳۸۵۹	۲۵۱۲۶	۶۸۵۵۳	۲۵۱۲۶
قطر		۵۲۵۸۷	۱۹۵۶۴	۵۹۲۶۶	۲۴۸۳۹	۸۰۶۷۸	۱۹۵۶۴	۵۹۹۹۶	۱۹۵۶۴
عربستان سعودی		۴۶۴۹۹۱	۱۶۶۶۷۵	۵۶۶۷۲۵	۲۱۴۷۱۱	۱۰۷۳۳۳۱	۲۸۰۵۱۹	۱۴۲۵۹۷۶	۲۸۰۵۱۹
امارات عربی متحده		۱۹۴۹۳۶	۵۵۲۸۷	۲۰۴۸۸۴	۷۲۵۸۵	۲۶۲۱۲۴	۸۷۷۱۰	۲۶۸۱۵	۸۷۷۱۰
ایران		۲۳۰۹	۱۷۹۴	۵۵۷۶	۷۵۴۸	۳۰۵۱۷	۷۸۴۸	۱۴۲۴۴	۷۸۴۸
جمع بدون ایران		۹۲۳۸۷۹	۳۳۵۰۸۴	۱۰۹۹۳۱۵	۴۰۵۶۳۵	۱۷۰۹۵۹۰	۴۹۶۸۱۷	۲۰۵۲۵۴۵	۴۹۶۸۱۷
جمع با ایران		۹۲۶۱۸۸	۳۳۶۸۷۸	۱۱۰۴۸۹۱	۴۱۳۱۸۳	۱۷۴۰۱۰۷	۵۰۴۶۶۵	۲۰۶۶۷۸۹	۵۰۴۶۶۵

مأخذ: www.unstats.un.org/unsd/comtrade

جدول ۱۵- میزان و ارزش صادرات کاشی‌های سرامیکی کشورهای حوزه خلیج فارس به کشورهای جهان
واحد: ارزش به هزار دلار وزن به تن

سال		۲۰۰۰		۲۰۰۱		۲۰۰۲		۲۰۰۳	
شرح		وزن	ارزش	وزن	ارزش	وزن	ارزش	وزن	ارزش
بحرین		۸۶	۹۶	۷۹	۹۲	۰	۰	۰	۰
کویت		۰	۰	۶۱۵	۱۳۳۱	۰	۰	۰	۰
عمان		۱۷۶	۴۵۴	۲۵۲	۲۸۸	۹۹۴	۲۴۷۳	۶۱۹۷	۲۴۷۳
قطر		۰	۰	۰	۰	۰	۵۹	۱۰۸	۵۹
عربستان سعودی		۴۴۷۸	۱۴۵۸۷	۲۰۷۵	۶۸۲۹	۶۲۸۸	۱۵۵۳	۵۴۰۰	۱۵۵۳
امارات متحده عربی		۸۰۱۰۴	۲۷۵۰۰۵	۱۰۲۵۶۸	۳۳۰۷۳۲	۳۹۴۵۶۸	۱۶۲۶۴۸	۵۳۲۲۱۰	۱۶۲۶۴۸
ایران		۱۷۴۸۰	۹۹۹۲۰	۱۵۰۴۰	۸۶۶۶۰	۷۹۴۴۸	۲۵۰۰۲	۹۳۴۹۶	۲۵۰۰۲
جمع		۱۰۲۳۲۴	۳۹۰۰۶۲	۱۲۰۶۲۹	۴۲۵۹۳۲	۴۸۱۲۹۸	۱۹۱۷۳۵	۶۳۷۴۱۱	۱۹۱۷۳۵
جمع بدون احتساب ایران		۸۴۸۴۴	۲۹۰۱۴۲	۱۰۵۵۸۹	۳۳۹۲۷۲	۴۰۱۸۵۰	۱۶۶۷۳۳	۵۴۳۹۱۵	۱۶۶۷۳۳

مأخذ: www.unstats.un.org/unsd/comtrade

۵. بررسی بازار کشورهای حوزه خلیج فارس در خصوص کاشی های سرامیکی

متوسط پنج ساله (۱۹۹۷-۲۰۰۱) واردات هر یک از کشورهای شش گانه حوزه خلیج فارس از صادرات کاشی و سرامیک ایران (جمع هر چهار تعرفه مورد بررسی) حکایت از آن دارد که به طور متوسط امارات متحده عربی با سهمی معادل ۶۸/۲ درصد از صادرات ایران به این شش کشور، بیشترین سهم را در میان این شش کشور از صادرات ایران به خود اختصاص داده است. پس از این کشور، کویت با ۱۸/۸ درصد، عربستان با ۴/۳ درصد، عمان ۳/۳ درصد، قطر ۲/۸ درصد و بحرین ۲/۷ درصد از بازار صادرات ایران به این حوزه را در اختیار دارند تأکید بر این نکته ضروری است که نسبت های فوق ارتباطی با سهم این کشورها در کل صادرات کاشی و سرامیک ایران نداشته بلکه بیانگر تسهیم جمع واردات این شش کشور از ایران می باشد.

بر اساس محاسبات انجام شده، میانگین متوسط پنج ساله (۱۹۹۷-۲۰۰۱) سهم ایران از کل واردات کاشی و سرامیک امارت متحده عربی ۳/۶ درصد بوده است. این رقم طی پنج ساله ۱۹۹۹ تا ۲۰۰۳ بطور متوسط به ۱/۱ درصد تقلیل یافته است یعنی این کشور بالغ بر ۹۸/۹ درصد احتیاجات خود را از دیگر کشورهای عمده صادرکننده نظیر مالزی، ایتالیا، ایالات متحده آمریکا و غیره تأمین می نماید. مهمتر آن که همراستای کاهش شاخص مزیت آشکار شده نسبی، این سهم کاهنده است به نحوی که سهم ایران از کل بازار کاشی و سرامیک امارات متحده عربی از ۶/۵ درصد در سال ۱۹۹۷ به ۲/۵ درصد در سال ۱۹۹۹ و بالاخره ۰/۵ درصد در سال ۲۰۰۳ تقلیل یافته است. پیگیری و تجزیه و تحلیل کاهش شدید واردات این کشور از ایران خصوصاً پس از سالهای ۱۹۹۹ به بعد در مطالعات بعدی ضروری خواهد بود. سهم و ترکیب شرکای تجاری این کشورها در جدول (۱۶) مشخص شده است.

پس از امارات متحده عربی، کویت به عنوان شریک بعدی ایران سهمی معادل ۱/۳۷ درصد از واردات خود را طی دوره ۱۹۹۷ تا ۲۰۰۱ به ایران اختصاص داده است. این سهم در دوره ۱۹۹۹-۲۰۰۳ به ۰/۶ درصد تقلیل یافته است به نحوی که این کشور بیش از ۹۹/۴

درصد نیاز کاشی و سرامیک خود را در سال ۲۰۰۳ از دیگر کشورهای جهان خصوصاً ایتالیا، اسپانیا، امارات متحده عربی، ترکیه، آلمان، برزیل، هندوستان، مکزیک، فرانسه، پرتغال، چین، اندونزی، مالزی، عربستان سعودی، مصر، تونس و تایلند تأمین نموده است، ضمن آن که این سهم بسیار اندک نیز کاهنده و از ۱/۹۶ درصد در سال ۱۹۹۷ به ۰/۴ درصد در سال ۲۰۰۳ کاهش یافته است.

سهم سومین شریک تجاری ایران در بازار کاشی و سرامیک کشورهای حوزه خلیج فارس یعنی عمان بین ۳/۳ تا صفر درصد در نوسان بوده است. متوسط ۵ ساله (۲۰۰۱-۱۹۹۷) سهم ایران از بازار کاشی و سرامیک عمان ۱ درصد بوده است که در دوره پنج ساله ۱۹۹۹ تا ۲۰۰۳ به ۰/۲ درصد تقلیل یافته است. اما تهدید بالقوه در رابطه با حضور ایران در این بازار روند نزولی این سهم از ۱/۱۵ در سال ۱۹۹۷ به ۰/۲ درصد در سال ۲۰۰۱ می‌باشد. این کشور در سال‌های ۲۰۰۲ و ۲۰۰۳ هیچ‌گونه وارداتی از ایران نداشته است. بدین صورت که سهم ایران در بازار کاشی و سرامیک کشورهای منطقه روز به روز روبه تنزل بوده است به نحوی که کشور عمان در سال ۲۰۰۱ معادل ۹۹/۸ درصد کاشی و سرامیک خود را از کشورهای همچون ایتالیا، اسپانیا، چین، امارات متحده عربی، سنگاپور، هندوستان، مصر، یونان، ترکیه، مالزی، ایالت متحده آمریکا و تایوان تأمین نموده است و در سال‌های ۲۰۰۲ تا ۲۰۰۳، ایران هیچ‌گونه سهمی در تأمین نیازهای کاشی و سرامیکی عمان نداشته است. آنچه حائز اهمیت می‌باشد این که امارات متحده عربی در صدر تأمین کنندگان کاشی این کشور ۵۳/۳ درصد سهم داشته است.

سهم ایران در تأمین کاشی و سرامیک مورد نیاز عربستان کمتر از سهم دیگر کشورها می‌باشد به نحوی که میانگین سهم ایران از بازار کاشی و سرامیک عربستان به حد ۰/۱ درصد تقلیل یافته است. عمده تأمین کنندگان کاشی و سرامیک کشور عربستان (به شرح جدول ۱۶) عبارت‌اند از: اسپانیا، امارات متحده عربی، چین، ایتالیا، هندوستان، سوئد پرتغال، آلمان، فرانسه، اندونزی، آمریکا، مصر، ترکیه، مراکش و برزیل، که این کشورها ۹۹/۹ درصد کاشی و سرامیک مورد نیاز عربستان را تأمین می‌نمایند و سهم ایران در متوسط دوره تنها ۰/۱ درصد و در سال ۲۰۰۳ معادل ۰/۲ از این بازار بوده است. قابل ذکر آنکه امارات

متحده عربی با ۲۴/۵ درصد دومین تأمین کننده نیازهای کاشی‌های سرامیکی عربستان، پس از اسپانیا و بالاتر از ایتالیا و چین قرار داشته است.

سهم ایران در تأمین کاشی و سرامیک بحرین طی دوره ۱۹۹۷ تا ۲۰۰۱ معادل ۱/۲ درصد و طی دوره ۱۹۹۹ تا ۲۰۰۳ معادل ۰/۹ درصد بوده است. بحرین ۹۹/۱ درصد نیاز خود را از کشورهای ایتالیا، اسپانیا، امارت متحده عربی، اندونزی، ترکیه، انگلستان، چین، هند، مالزی، تایلند، مصر و ... تأمین نموده است و قطر نیز در دوره ۱۹۹۹ تا ۲۰۰۳ حدود ۲/۵ درصد واردات کاشی خود را از ایران تأمین نموده است، اما سهم ایران در تأمین نیازهای این کشور از ۶/۶ درصد در سال ۱۹۹۹ به ۱/۶ درصد در سال ۲۰۰۳ تقلیل یافته است. این کشور ۹۸ درصد نیاز خود را از ایتالیا، اسپانیا، امارت متحده عربی، هندوستان، چین، عربستان، عمان، اندونزی، مصر، مالزی، آلمان، انگلستان، یونان، پرتغال، بحرین و ... تأمین نموده است.

آنچه در بازار کشورهای حوزه خلیج فارس مطرح است نقش برخی کشورهای این حوزه نظیر امارات متحده عربی و عربستان در تجارت داخلی بین اعضا حوزه و صدور مجدد کاشی و سرامیک وارد شده به دیگر کشورهای حوزه خلیج فارس می‌باشد که ایران نیز می‌بایستی به نوعی از این نقطه قوت بهره‌برداری نماید.

جدول ۱۶- مقایسه سهم رقبای ایران در بازار کاشی‌های سرامیکی کشورهای حوزه خلیج فارس به لحاظ ارزش (متوسط ۲۰۰۳-۱۹۹۹)*

واحد: درصد

ایران (به عنوان وارد کننده)		بحرین		کویت		عمان		قطر		امارات		عربستان	
سهم	کشور صادر کننده	سهم	کشور صادر کننده	سهم	کشور صادر کننده	سهم	کشور صادر کننده	سهم	کشور صادر کننده	سهم	کشور صادر کننده	سهم	کشور
۳۶/۳	امارات متحده عربی	۳۰/۵	اسپانیا	۴۳/۳	اسپانیا	۵۳/۳	امارات متحده عربی	۲۸/۱	ایتالیا	۳۸	اسپانیا	۳۰/۴	اسپانیا
۳۱/۹	اسپانیا	۲۴/۸	ایتالیا	۲۷/۴	ایتالیا	۱۳/۷	اسپانیا	۲۳/۱	اسپانیا	۲۹/۹	ایتالیا	۲۴/۵	امارات متحده عربی
۴/۹	ایتالیا	۱۱/۴	امارات متحده عربی	۶/۸	امارات متحده عربی	۸	چین	۱۸/۸	امارات متحده عربی	۲/۵	آلمان	۲۳/۲	چین
۱۳/۱	چین	۳/۹	چین	۷/۹	چین	۷/۴	ایتالیا	۱۰	هندوستان	۰/۷	ترکیه	۹	ایتالیا
۸/۶	ترکیه	۲	هندوستان	۴/۳	اندونزی	۴/۳	هندوستان	۵/۶	چین	۹	چین	۲/۳	هندوستان
۱/۲	مالزی	۱/۲	عربستان سعودی	۳	هندوستان	۵	مصر	۳/۴	عربستان سعودی	۰/۱۷	برزیل	۴	ترکیه
-	اتریش	۱/۱	فرانسه	۲/۸	آلمان	۱	انگلستان	۰/۵	مالزی	۰/۵	فرانسه	۱/۷	مصر
۴	سایر	۱/۳	ترکیه	۱/۱	ترکیه	۱	آلمان	۰/۹	ایران	۰/۵	پرتغال	۰/۷	عمان
		۰/۷	پرتغال	۰/۶	ایران	۱/۲	ترکیه	۰/۹	آلمان	۱	اندونزی	۱	اندونزی
		۰/۵	مصر	۰/۵	عربستان سعودی	۰/۵	عربستان سعودی	۱/۸	عمان	۱/۸	مالزی	۰/۵	آلمان
		۰/۱	ایران	۰/۴	فرانسه	۰/۴	مالزی	۱/۴	مصر	۱	ژاپن	۰/۹	لبنان
		۰/۳	آلمان	۰/۳	مالزی	۱/۴	پرتغال	۰/۶	اندونزی	۰/۴۵	تایلند	۰/۲	فرانسه
		۰/۴	اندونزی	۰/۴	آمریکا	۰/۴	یونان	۰/۱	انگلستان	۰/۷	هلند	۰/۲	آمریکا
		۰/۲	عمان	۰/۲	انگلستان	۰/۲	سنگاپور	۱	فرانسه	۹/۵	هندوستان	۰/۲	انگلستان
		۰/۲	انگلستان	۰/۲	مصر	۰/۵	تایلند	۰/۳	پرتغال	۱/۲	انگلستان	۰/۱	مراکش
		۰/۳	مالزی	۰/۳	تایلند	۰/۳	هلند	۰/۵	یونان	۰/۱	آمریکا	۰/۲	یونان

ایران (به عنوان وارد کننده)		بحرین		کویت		عمان		قطر		امارات		عربستان	
سهام	کشور صادر کننده	سهام	کشور صادر کننده	سهام	کشور صادر کننده	سهام	کشور صادر کننده	سهام	کشور صادر کننده	سهام	کشور صادر کننده	سهام	کشور
		۰/۲	یونان	۰/۲	برزیل	۰/۲	ایران*	۰/۳	ترکیه	۰/۶	آفریقای جنوبی	۰/۱	پرتغال
		۰/۱	سريلانكا	۰/۱	پرتغال	۰	بلژیک	۰/۳	کره	۱/۱	یونان	۰/۲	ایران
		۰/۱	مراکش	۰/۱	تونس	۰/۳	فرانسه	۰	لبنان	۱/۱	ایران	۰/۱	برزیل
		۰/۱	فیلیپین					۰/۲	آمریکا	۰/۱	تایوان	۰/۱	سوئد
										۰/۲	عمان		
										۰/۳	کویت		

* سهم همه کشورهای براساس متوسط پنجساله (۲۰۰۳-۱۹۹۹) واردات محاسبه شده است به جز قطر و کویت که به ترتیب براساس سالهای ۲۰۰۲ و ۲۰۰۱ محاسبه شده‌اند.

مأخذ: International Trade Center, PC- TAS (2000)

جدول ۱۷- سهم ایران در تأمین نیازهای وارداتی کاشی‌های سرامیکی هر یک از کشورهای حوزه خلیج فارس

واحد: سهم به درصد

سال	۶ کشور خلیج فارس	بحرین	کویت	عمان	قطر	عربستان	امارات
۱۹۹۹-۲۰۰۳	۰/۵۶	۰/۹	۰/۶	۰/۳	۲/۵	۰/۱۳	۱/۱
۱۹۹۷	-	۰	۱/۹	۱/۱	۰	۰	۶/۵
۱۹۹۸	-	۰	۱/۸	۰/۴	۰	۰/۲۶	۵/۹
۱۹۹۹	۱/۵۴	۱/۲	۱/۲	۳/۳	۶/۶	۰/۲۴	۲/۵
۲۰۰۰	۰/۷۱	۱/۱	۰/۷	۱/۲	۲/۵	۰/۱	۱/۵
۲۰۰۱	۰/۵	۰/۱	۰/۴	۰/۲	۲/۳	۰/۰۳	۱/۳
۲۰۰۲	۰/۳	۰/۶	۰/۳	۰	۱/۷	۰/۰۶	۰/۶
۲۰۰۳	۰/۳۷	۰/۸	۰/۴	۰	۱/۶	۰/۲	۰/۵

مأخذ: ITC-PCTAS نسخه (۲۰۰۴).

جدول ۱۸ - سهم هر یک از کشورهای حوزه خلیج فارس از کل واردات منطقه طی دوره ۱۹۹۹ تا ۲۰۰۳ بر اساس حجم

واحد: درصد

کشور	سال	۱۹۹۹	۲۰۰۰	۲۰۰۱	۲۰۰۲	۲۰۰۳	متوسط سهم پنجساله
امارات متحده عربی	۳۰	۲۱/۲	۱۸/۶	۱۵/۳	۱۳/۱	۱۷/۴	
عربستان	۳۷/۴	۵۰/۳	۵۱/۵	۶۲/۸	۶۹/۵	۵۹	
عمان	۲/۹	۲/۷	۴/۲	۳/۲	۳/۳	۳/۳	
کویت	۲۱/۵	۱۶/۱	۱۵/۹	۱۰	۷/۲	۱۲	
قطر	۴/۴	۵/۷	۵/۴	۴/۷	۲/۹	۴/۳	
بحرین	۳/۸	۴/۱	۴/۴	۴	۴	۴	
جمع	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	-	

مأخذ: ITC-PC-TAS، نسخه (۲۰۰۴) و محاسبات تحقیق.

جمع‌بندی و ملاحظات

با عنایت به اینکه تمامی توصیه‌های سیاستی در صورتی قابلیت اجرایی خواهند داشت که شروط لازم و کافی تحقق آن توصیه‌ها فراهم شده باشد، لذا جهت تحقق سیاست توسعه صادرات به طور اعم، شرایط و پیش‌نیازهایی ضرورت خواهد داشت که بدون عینیت یافتن آن‌ها بستر لازم برای تحقق عملی سایر توصیه‌های سیاستی به عنوان شروط کافی فراهم نخواهد شد، لذا توصیه‌های این مقاله در دو بخش ارائه خواهد شد. بخش اول معطوف به توصیه‌های عام جهت تحقق سیاست توسعه صادرات می‌باشد که منطقی‌تر در مورد کلیه کالاها مصداق خواهد داشت و بخش دوم به توصیه‌های سیاستی خاص صادرات کاشی‌های سرامیکی اختصاص خواهد یافت.

الف - توصیه عام به عنوان پیش شرط اساسی در تحقق سیاست توسعه صادرات کشور.

موتور رشد و توسعه اقتصادی کشور یعنی صادرات متأثر از مجموعه‌ای از عوامل است؛ از جمله این عوامل می‌توان به سیاست نرخ برابری ریال با ارزهای خارجی و تغییر در نرخ واقعی ارز، افزایش مستمر هزینه‌های تولید، بالا بودن نرخ بهره تسهیلات بانکی، تورم، رشد نقدینگی، کسری بودجه و اقتصاد نفت محور ایران اشاره کرد. کارکرد این عوامل در ساختار اقتصاد و تجارت خارجی به نحوی است که به طور بالقوه می‌توانند نقشی بازدارنده یا تسهیل‌کننده در صادرات داشته باشند به طوری که با اندک تغییری در یکی از این عوامل، بخودی خود موجبات افزایش یا از دست رفتن قدرت رقابت کالاهای ایرانی از حیث قیمت در مقابل کالاهای خارجی فراهم خواهد شد.

اگرچه ظرفیت‌های تولیدی صادرات محور در پناه بازار حمایت شده و مطمئن داخلی، علی‌رغم قیمت تمام شده بسیار بالا، موجبات رونق فروش داخلی محصولات را فراهم نموده است، اما خریداران خارجی محصولات صادراتی کشور، نظیر مصرف‌کننده داخلی (که قدرت انتخاب او با ایجاد موانع تعرفه‌ای محدود شده است) اجباری در خرید کالاهای غیر رقابتی نداشته لذا هر گونه تلاش جهت رقابتی شدن صادرات، صرفاً از طریق

اتخاذ سیاست‌های تجاری و تعرفه‌ای و در نبود سیاست‌های ارزی، پولی و مالی مناسب به راحتی می‌تواند در اثر تغییر یا ناهماهنگی در یکی از عوامل فوق (مثلاً تغییر در نرخ واقعی ارز) خنثی شود. لذا توصیه‌های سیاستی برای اصلاح سیاست‌های تجاری تنها در صورتی کارکرد خواهند داشت که بستر مناسبی از سیاست‌های ارزی، پولی و اعتباری هماهنگ و منطقی در اقتصاد کشور اتخاذ شده باشد. در غیر این صورت در نبود استراتژی جامع توسعه صادرات با کارکرد ضد و نقیض این عوامل مواجه خواهد شد و بارها دیده شده که با اتخاذ سیاست‌های پولی و ارزی برای حمایت از تولید، صادرات را متأثر و بالعکس برای حمایت از صادرات، مصرف‌کننده را ناتوان و برای حمایت از مصرف‌کننده هر دو فاقد کارایی شده‌اند. لذا به نظر می‌رسد اتخاذ سیاست جامع، متوازن و پایدار توسعه صادرات شرط اول و لازم در توفیق سیاست‌های صادراتی و ایجاد مزیت رقابتی برای صادرات کشور خواهد بود به نحوی که اهداف بلندمدت هیچگاه نایستی قربانی شوک‌ها یا اهداف کوتاه‌مدت شوند. اما از آنجایی که هر نوع حمایتی هزینه‌ای را برای اقتصاد ملی به ویژه مصرف‌کنندگان داخلی در پی دارد و انحرافات را در قیمت‌ها و تخصیص بهینه عوامل تولید ایجاد می‌نماید، بنابراین می‌بایستی زیان‌های اجتماعی و فواید مستقیم و غیرمستقیم اقتصادی و اجتماعی آن‌ها به‌طور دقیق مورد محاسبه قرار گیرد. لذا هماهنگی و انعطاف‌پذیری در سیاست‌های پولی، مالی، ارزی و تجاری، به منظور رقابتی شدن بنگاه‌های تولیدی داخلی ضرورتی اجتناب‌ناپذیر است.

ب - توصیه‌های خاص کاشی‌های سرامیکی

۱- جهش در صادرات غیرنفتی به عنوان استراتژی اصلی سیاست توسعه صادرات پیش نیازها و شروط لازم و کافی را می‌طلبد شرط لازم و عام آن علاوه بر اتخاذ سیاست‌های مناسب پولی و ارزی قید شده در بند الف، استفاده بهینه و مطلوب از ترکیب نیروی کار، منابع و مواد اولیه و همچنین سرمایه و فناوری می‌باشد، اما شرط کافی و خاص آن اعمال مدیریت و بکارگیری سیاست‌های تجاری متناسب با شرایط و تحولات داخلی و بین‌المللی و بسترسازی‌های مربوطه می‌باشد.

بررسی و مقایسه روند سهم تولید، صادرات و واردات و نرخ تعرفه‌های گمرکی کشورهای حوزه خلیج فارس و شرکای تجاری آن‌ها با ایران و نتایج حاصله بیانگر آن است که برخی نارسایی‌های موجود در سیاست‌های تجاری خصوصاً دیوار بلند تعرفه‌های گمرکی جهت کاشی‌های سرامیکی در کشور حکایت از نامناسب بودن بسترها و نوعی حمایت‌گرایی بیش از حد برای این صنعت و سوق یافتن آن بسوی بازاری شبه انحصاری دارد، مقایسه تعرفه‌های گمرکی شش کشور حوزه خلیج فارس مبین آن است که این کشورها با کاهش و منطقی کردن تعرفه‌های تجاری خود در این زمینه، سیاست «صادرات خوب در گرو واردات خوب» را اتخاذ کرده‌اند به نحوی که حداقل نرخ تعرفه‌های گمرکی این کشورها برای کاشی‌های سرامیکی معادل ۴ درصد و حداکثر آن ۱۲ درصد می‌باشد.

از سوی دیگر ایران با وضع دیوار بلند تعرفه‌ای در مسیر تجارت کاشی‌های سرامیکی تا سقف ۱۰۰ درصد در سال ۲۰۰۴ موجب حمایت تجاری قابل ملاحظه‌ای از این صنعت گردیده است. با عنایت به اینکه مطالعات مقاله حاکی از روند نزولی مزیت نسبی آشکار شده (RCA) این محصول می‌باشد در چنین شرایطی تولیدکننده خود را مصون از هر نوع گزند رقابتی و چالش‌های جدی مزیت‌ها (در بازار حمایت شده و مطمئن داخلی) خواهد یافت و بنظر می‌رسد کثرت تعداد کشورهای خریدار کاشی‌های سرامیکی از ایران و قلت ارزشی آن موجب گردیده است شائبه غلبه انگیزه استفاده از جنبه‌های باز یافتی از ناحیه مشوق‌های صادراتی را (همراه با صادراتی اتفاقی و بعضاً غیرهدفمند) برانجام صادرات هدفمند و مستمر اقتصادی متبادر به ذهن نماید. لذا ضروری است، سیاستگذاران وزارت امور اقتصادی و دارایی، وزارت صنایع و معادن و همچنین وزارت بازرگانی در زمینه کاهش هدفمند تعرفه‌های ۱۰۰ درصدی و اخیراً ۹۰ درصدی صنعت کاشی و سرامیک و متناسب نمودن سیاست‌های حمایتی در این زمینه در مقایسه با تعرفه‌های ۵ درصدی کشورهای خلیج فارس بررسی مجددی مبذول بنماید، زیرا به نظر می‌رسد کاهش تعرفه‌های گمرکی از وضعیت حمایت‌گرایی محض کنونی برای امکان بستر سازی و مواجهه جدی تولیدکنندگان و مصرف‌کنندگان ایرانی (به ترتیب با رقبای سرسخت

خارجی و تولیدات کیفی) در یک فضای رقابتی که نتیجه آن افزایش کارایی و رقابتی شدن تولید و صادرات می‌باشد ضروری است.

لذا تجربه برخوردار شدن از اثرات سوء حمایت نامحدود از یک طرف و تجربه برخورداری از نتایج بسیار مثبت کاهش حمایت‌گرایی در برخی از کشورهای تولیدکننده کاشی‌های سرامیکی در حوزه جنوبی خلیج فارس - بدون اینکه کاهش تعرفه‌های گمرکی توسط آن‌ها مانعی جدی برای تولید کاشی‌های سرامیکی آن‌ها باشد - قابل تأمل و توجه می‌باشد.

مقایسه وضعیت دو کشور ایران و امارات متحده عربی که هر دو از کشورهای تولیدکننده و صادرکننده خالص کاشی‌های سرامیکی منطقه خلیج فارس می‌باشند تأییدی دال بر توفیق سیاست «صادرات خوب در گرو تعرفه‌های مناسب، حمایت منطقی و واردات خوب» می‌باشد این سیاست موجب افزایش سهم صادرات کاشی‌های سرامیکی (همزمان با افزایش تولید) توسط امارات متحده عربی در جهان از ۰/۹ درصد در سال ۱۹۹۹ به ۲ درصد صادرات جهان در سال ۲۰۰۳ گردیده است در عین حال در همین دوره مشابه و علیرغم تمامی تلاش‌های بعمل آمده در ایران فقط شاهد افزایش چند دهم درصدی سهم ایران در صادرات جهانی بوده‌ایم.

۲- با عنایت به مطالعات انجام شده در خصوص محاسبه ظرفیت بالقوه صادراتی کاشی‌های سرامیکی ایران و محدود بودن این ظرفیت در مقایسه با پتانسیل بسیار بالای منطقه و کشورهای همسایه از یک طرف و نگاهی به کثرت تعداد کشورهای خریدار کاشی‌های سرامیکی از ایران به عنوان شرکای تجاری کشور در این محصول و قلت ارزش محصولات صادر شده به این کشورها (میانگین ۴۴ کشور) و نگاهی به تنوع و گستردگی کمی و جغرافیایی کشورهای واردکننده کاشی‌های سرامیکی از ایران و عدم تقارن توزیع کمی این خریداران (۵۵ درصد سهم متعلق به چهار کشور آذربایجان، ازبکستان، عراق و قزاقستان می‌باشد که با اضافه نمودن سهم سه کشور افغانستان ارمنستان و تاجیکستان به ۶۵ درصد و با اضافه شدن سهم کشورهای حاشیه جنوبی خلیج فارس جمعاً ۷۵ درصد سهم متعلق به ۱۳ کشور همسایه می‌باشد در حالیکه ۲۵ درصد باقیمانده از آن، اختصاص به ۳۰

کشور در اقصی نقاط پنج قاره جهان و با مقادیری بسیار اندک بیانگر آن است که توزیع ۷۵ درصد از پتانسیل صادراتی به ۱۳ کشور همسایه هم راستای با استراتژی توسعه روابط با کشورهای همسایه و تمرکز در بازارهای هدف، اقدامی بسیار مثبت می‌باشد اما بخش دوم که حکایت از توزیع نامتقارن و نامتناسب و بعضاً غیر اقتصادی صادرات کاشی‌های سرمایه‌ی دارد ضمن آنکه تناسبی با استراتژی گسترش روابط با کشورهای همسایه نداشته، بیانگر نوعی عدم هماهنگی در اتخاذ بازارهای هدف بوده است.

لذا پیشنهاد می‌شود در صورت استمرار سیاست پرداخت مشوق‌های صادراتی، این‌گونه پرداخت‌ها به نوعی هدفمند و مشروط به توسعه مستمر و برنامه‌ریزی شده شوند و جوایز مربوط به توسعه صادرات به بازارهای هدف با فرض میزان ثبات و حضور در بازار مشمول تسهیلات غیر مستقیم نظیر امکان استفاده از تسهیلات اعتباری با نرخ سود کمتر و ترجیحی و یا برخورداری از تخفیف‌های نمایشگاهی و تقبل بخشی از هزینه‌های بازاریابی گردد تا حتی‌الامکان برنامه‌ریزی بازاریابی بین‌المللی در سطح بازارهای هدف متمرکز شود و صادرات به این گروه از کشورها سوق داده شود.

منابع

روح‌بخش آملی مقدم، حمید (۱۳۷۸)؛ "بررسی کمی مزیت نسبی صادراتی فرش ماشینی استان خراسان"، فصلنامه پژوهشنامه بازرگانی، شماره ۱۱، صفحات ۱۸۰-۱۳۹.

صادقی یارندی، سیف‌اله و میرعبداله حسینی (۱۳۷۸)؛ "بررسی امکان مبادلات محصولات منتخب کشاورزی بین ایران و کشورهای آسیای میانه و قفقاز"، فصلنامه پژوهشنامه بازرگانی، شماره ۱۱، صفحات ۱-۳۲.

گمرک جمهوری اسلامی ایران، سالنامه آمار بازرگانی خارجی، تهران، سالهای مختلف.

مقررات صادرات و واردات (۸۴-۱۳۸۲)، مؤسسه مطالعات پژوهشهای بازرگانی، شرکت چاپ و نشر بازرگانی، تهران.

ولی‌بیگی، حسن (۱۳۸۳)؛ مزیت رقابتی و رقابت‌پذیری صنعت قطعات خودرو ایران، مؤسسه مطالعات و پژوهشهای بازرگانی.

Balassa, Bela (1965); "Trade Liberalization and Revealed Comparative Advantage", *The Manchester School of Economic and Social Studying*, 33, pp. 99-123.

Ceramic World Review (2003); N.53, Year 13, Sep.

International Trade Center, PC-TAS (2004).

Jason, J. Golden (1999); "The Rise of The Italian Ceramic Tile Industry to Global Preeminence", Oct.

Saudi Arabia, *CDS-Foreign Trade Statistics*, Various Issues.

Market Review & Outlook (2003); *The National Commercial Bank Economic Department*, 13 (33), Saudi Arabia.

SANITARY WARE & Ceramic Tiles (2003); "Eu Market Survey", Center for Promotion of Imports from Developing Countries.

Shihab M. Ghanem (2000); *Industrialization in the UAE*, DUBAI, pp. 260-276.

Jose. G. Albors (2002); "Networking and Technology Transfer in the Spanish Ceramic Tile Cluster", *Journal of Technology Transfer*, 27, pp. 263-273.

Vollrath, Thomas L. (1997); "A Theoretical Evaluation of Alternative Trade Intensity Measures of Revealed Comparative Advantage", *Weltwirtschaftliches Archiv*, 127, pp. 265-280.

www.unstats.un.org/unsd/comtrade

www.wits.worldbank.org