

بررسی برتری‌های نسبی استان خراسان از نظر دسترسی به منابع و امکان استفاده از آن در توسعه صادرات غیر نفتی

مجری طرح: پژوهشکده اقتصاد دانشگاه تربیت مدرس

مدیر مسئول طرح: دکتر مصطفی سلیمی‌فر

کارفرما: معاونت امور اقتصادی وزارت امور اقتصادی و دارایی

نوع تحقیقاتی: تحقیقاتی

زمان خاتمه طرح: ۱۳۸۰

واژگان کلیدی: برتری نسبی، خراسان، صادرات غیرنفتی

خلاصه‌ای از کلیات و نتایج طرح:

دوری جستن از وابستگی به صادرات تک محصولی از اولویتهای نخست سیاستهای توسعه اقتصادی است که از سوی اکثر اندیشمندان و برنامه‌ریزان توسعه خصوصا به کشورهای در حال توسعه توصیه می‌شود. از این منظر، از جمله ضعفهای ساختاری اقتصاد کشور ما در پروسه توسعه اقتصادی، وابستگی شدید آن به درآمدهای حاصل از صدور نفت خام می‌باشد. متأسفانه این درآمدها پوششی بر نواقص و تنگناهای اقتصادی شده و ارزیابی سیاستها و برنامه‌ریزی‌های مراحل پیشرفت را مشکل‌تر می‌کند. از نگرش اقتصاد سیاسی در کشور ما نیز سعی در افزایش تولید کالاها و صادرات غیرنفتی به منظور گریز از وابستگی به درآمدهای نفتی همیشه مورد توجه بوده است.

علیرغم این تلاشها در سالهای پس از انقلاب، هیچ‌گاه نسبت درآمد حاصل از صادرات نفت خام به دریافتهای ارزی کشور و نسبت درآمدهای حاصل از نفت به دریافتهای دولت، به ترتیب کمتر از ۷۳ و ۵۱ درصد نبوده است و کار به آنجا رسیده که احساس می‌شود بدون نفت نمی‌توان توسعه داشت و بدون نفت نمی‌توان زندگی کرد. این امر باعث گره خوردن اقتصاد ایران به اقتصاد بین‌الملل شده است، بطوریکه از کوچکترین تحولات اقتصادی جهان که بازار نفت را تحت تاثیر قرار می‌دهد متاثر می‌گردد. از سوی دیگر کشوری توسعه یافته است که بتواند به‌طور بهینه از ظرفیتهای موجود استفاده نماید. در حالیکه میزان بهره‌گیری از ظرفیتهای موجود ایران ۲ تا ۵ درصد است. پیش‌نیاز استفاده بهینه از ظرفیتهای، شناسایی زمینه‌ها و کالاهایی است که کشور در تولید و یا صادرات آنها مزیت نسبی دارد که این امر می‌تواند در برنامه‌ریزی توسعه اقتصادی بسیار مفید باشد.

این تحقیق مشتمل بر ۵ فصل است که در فصل اول، جایگاه و اهمیت مزیت نسبی را در روند توسعه اقتصادی بیان می‌کند که با ارائه استراتژی‌های (رویکرد، راهبرد) توسعه، این جایگاه بوضوح در بخش ۱-۱ این تحقیق بیان می‌شود. پس از آنکه راهبردهای توسعه ارائه شد، استراتژی تشویق صادرات به‌عنوان راهبردی که در عمل، اثرات مثبت‌تری از خود ارائه داده معرفی می‌گردد؛ بهمین دلیل بسیاری از پژوهشگران، این استراتژی

را مورد تفحص قرار داده‌اند تا مشاهده کنند که در عمل تشویق صادرات توانسته است بطور معنی‌داری رشد اقتصادی را متاثر سازد یا خیر. این موضوع در بخش ۱-۲ مورد بحث قرار می‌گیرد. در این بخش پژوهشگران به دو دسته خوشبین و بدبین شده و نظرات و پژوهشهای آنها بطور اجمالی بررسی خواهد شد.

فصل دوم این تحقیق برخی از روشها و شاخص‌های مزیت نسبی در تولید کالا یا بخشی خاص و همچنین در یک یا چند کشور یا منطقه ویژه را مورد بررسی قرار می‌دهد، سپس برترین روش با توجه به جنبه کارکردی آن انتخاب می‌گردد. نظر به اینکه بعضی از این شاخصها برحسب اطلاعات مورد استفاده و یا روش مطالعه شباهتهایی بهم دارند در یک قسمت قرار داده شده‌اند. با توجه به مطالب مطرح شده در این فصل، الگوی داده-ستانده را می‌توان ایده‌آل‌ترین روش از میان روشهای مورد مطالعه انتخاب کرد، زیرا که در این روش طرف عرضه و تقاضا لحاظ می‌گردند و همچنین سازگاری بین بخشها یا صنایع نیز مد نظر قرار می‌گیرد، اما مشاهده می‌گردد که کمتر از این روش استفاده می‌شود، چرا که در منابع اطلاعاتی، داده و ستانده بین بخشها در سطح کلان کشور گزارش می‌گردد و در سطح منطقه‌ای و بصورت کالایی گزارش نمی‌گردد، همچنین لازم به ذکر است هر چه مطالعه به سطح کلان نزدیک باشد قدرت سیاستگذاری آن کاهش خواهد یافت.

در فصل سوم، معیار هزینه منابع داخلی (DRC) که در فصل دوم بعنوان یکی از شاخص‌های کاربردی جهت شناسایی مزیت نسبی معرفی شد، مورد تجزیه و تحلیل قرار می‌گیرد. هدف آن است که از این شاخص‌ها جهت شناسایی مزیت نسبی کالاهایی که مزیت آشکار شده در استان دارند استفاده شود. در ادامه بحث، تعریف، علل بکارگیری و اصول برآورد (محاسبه) قیمت‌های سایه‌ای ارائه می‌شود و سپس روشهای متفاوت محاسباتی - جهت سایه‌ای کردن عوامل مختلف تولید - ارائه می‌گردد.

در فصل چهارم، ابتدا بصورت مختصر به بررسی صادرات استان خراسان پرداخته شده و سپس با معرفی شاخصهای جدیدی که برای اولین بار در این پژوهش ابداع شده است به بررسی مزیت‌های نسبی آشکار شده استان می‌پردازد. در نهایت با استفاده از اولویت‌بندی نهایی که توسط کاملترین شاخص معرفی شده ارائه می‌گردد، تعدادی از کالاها انتخاب شده و با معیار DRC به بررسی مزیت نسبی آن پرداخته می‌شود.

در بررسی مزیت‌های آشکار شده کالایی استان خراسان و اولویت‌بندی آنها، چهار شاخص آماری برای لحاظ چهار نگرش «درآمدی، رتبه‌ای، ثبات و درآمدی-ثبات» ارائه گردیده و مشاهده شده است که کالاهای فرش ماشینی، رب گوجه فرنگی، پوست و سالامبور، کنسرو، آبمیوه، شکلات، بیسکویت، کیک، بخاری گازی، گچ ماشینی و کاشی که با توجه به جداول موجود در گزارش بترتیب در اولویت‌های ۳،۴،۵،۹،۱۴،۱۹،۳۳،۲۶ و ۳۵ بین ۱۶۳ کالای صادر شده در دوره مورد بررسی، قرار داشته‌اند.

باید به این نکته توجه داشت که هر یک از این دیدگاه‌های بررسی شده، اولویت‌بندی از کالاها را معرفی می‌کنند که از دید محض، آن نگرش مناسب و دقیق می‌باشد و با توجه به ملاک مد نظر می‌توان از آنها استفاده کرد، ولی نظر گروه پژوهشی در این تحقیق بر آن است که چون اولویت‌بندی کالایی ارائه شده توسط نگرش درآمدی-ثبات سعی در لحاظ بیشتر ملاکها (جامع‌نگری) داشته است، می‌تواند در برنامه‌ریزی‌های تولیدی و صادراتی بلندمدت و کوتاه‌مدت استان و کشور مورد توجه برنامه‌ریزان و سیاستگذاران قرار گیرد.