

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ



دانشگاه اصفهان

دانشکده علوم اداری و اقتصاد

گروه اقتصاد

پایان نامه ی کارشناسی ارشد رشته ی علوم اقتصادی

اندازه گیری تجارت درون صنعت و تجارت درون صنعت نهایی در کالاهای

منتخب صنعت پتروشیمی ایران

استاد راهنما:

دکتر محمد واعظ برزانی

استادان مشاور:

دکتر کریم آذربایجانی

محمد حسین ادیب

پژوهشگر:

امیر حسین جنتی

آذر ماه ۱۳۸۷

مهر اطلاعات درون صنعت

۱۳۸۸ / ۴ / ۲

۱۱۵۰۶۳

کلیه حقوق مادی مترتب بر نتایج مطالعات، ابداعات
و نوآوری های ناشی از تحقیق موضوع این پایان نامه
متعلق به دانشگاه اصفهان است.

شبهه نگارش پایان نامه
رعایت شده است
تخصیلات تکمیلی دانشگاه اصفهان



دانشگاه اصفهان

دانشکده علوم اداری و اقتصاد

گروه اقتصاد

پایان نامه ی کارشناسی ارشد رشته ی علوم اقتصادی

آقای امیر حسین جنتی تحت عنوان

اندازه گیری تجارت درون صنعت و تجارت درون صنعت نهایی در کالاهای منتخب

صنعت پتروشیمی ایران

در تاریخ ۱۳۸۷/۹/۹ توسط هیأت داوران زیر بررسی و با درجه عالی به تصویب نهایی رسید.

۱- استاد راهنمای پایان نامه دکتر محمد واعظ برزانی با مرتبه ی علمی استادیار امضا

۲- استادان مشاور پایان نامه دکتر کریم آذربایجانی با مرتبه ی علمی دانشیار امضا

آقای محمد حسین ادیب با مرتبه ی علمی مربی امضا

۳- استاد داور داخل گروه دکتر سید کمیل طیبی با مرتبه ی علمی دانشیار امضا

۴- استاد داور خارج از گروه دکتر فتح الله امیری عقدایی با مرتبه ی علمی استادیار امضا



امضای مدیر گروه اقتصاد

"لئن شكرتم لازيدنكم و لئن كفرتم إن عذابی لشديد"

سوره ابراهيم (ع) - آيه ۷

اگر شکر نماييد مسلماً بر شما می افزايم و اگر کفر پيشه کنيد، همانا عذاب من شديد است.

قبل از هر حرفی بر خود لازم می دانم در مقابل نعمت های بی بدیل و نامتناهی الهی که از هر طرف مرا احاطه نموده، شکرگذار باشم؛ بالاخص نعمت برخورداری از معارف اهل بیت علیهم السلام، نعمت داشتن پدر و مادری مهربان که شیعه بودن را به من آموختند و ...

همچنین مراتب تشکر خود را از اساتید ارجمندی که با علم خویش، تشنگی و کنجکاوی مرا جواب گو بوده اند، اعلام داشته و آرزوی توفیق بیش از پیش را از درگاه ربوبی برای آنان دارم.

در نهایت ضمن قدر دانی از همه ی دوستان و به طور خاص همسر صبور و مهربانم، این تحقیق ناچیز را به روح بزرگ دوست گرامیم مرحوم مهدی آبخو تقدیم نموده و امیدوارم در جوار حضرت الوهیت، میهمان اهل بیت علیهم السلام باشند.

در پایان در راه عمل به حدیث نبوی(ص) که فرموده اند: "زکات العلم، نشره" اعلام میدارد، هر گونه استفاده علمی از این تحقیق از نظر نویسنده بلامانع می باشد.

در این تحقیق سعی شده با نگاهی نو، مسأله ی تجارت درون صنعت و تجارت درون صنعت نهایی در صنعت پتروشیمی ایران، تحلیل شود. برای این منظور آمار مربوط به تجارت دو طرفه ی ایران با دیگر کشورها در سطح ۶ رقم HS در یک دوره ی زمانی ۵ ساله (۱۳۸۳-۱۳۷۸) برای صنعت پتروشیمی انتخاب به گیار گرفته شده است.

نتایج نشان می دهد که میانگین تجارت درون صنعت کالاهای منتخب صنعت پتروشیمی نسبت به میانگین کل صنایع بیشتر است. از طرف دیگر کالاهای منتخب صنعت پتروشیمی عمدتاً "کالاهای واسطه ای هستند که از پیچیدگی فرایند تولید و تکنولوژی برخوردار نمی باشند.

با محاسبه ی تجارت درون صنعت نهایی، این نتیجه حاصل شد که تجارت درون صنعت نهایی در صنعت پتروشیمی در تمام سال ها بزرگ تر از صفر است.

در نهایت در بین کالاهای منتخب صنعت پتروشیمی، بیشترین مقادیر میانگین تجارت درون صنعت به ترتیب به کد کالاهای ۲۸۰۴۰۱۰ (مشتقات هیدروکربورها حاوی فقط سولفور)، ۲۸۰۵۴۳۱ (الیلن گلیکول) و ۲۸۰۴۰۰۰ (گترین) می باشد. علاوه بر این کد کالاهای ۲۸۱۷۳۲ (اورتوفتالات های دی-اگتیل)، ۲۹۱۴۴۰ (پارافرنالین) و ۲۸۴۲۰۱ (اسیدهای آمینو هیدروکسی نفتالین) بیشترین میانگین تجارت درون صنعت نهایی را داشته اند.

بر اساس محاسبات تجارت درون صنعت و تجارت درون صنعت نهایی، به ترتیب امارات، چین و هند به عنوان بهترین شرکای تجاری خارجی برای ایران در صنعت پتروشیمی معرفی می شوند.

کلید واژه ها: تجارت درون صنعت، تجارت درون صنعت نهایی، تجارت درون صنعت افقی، تجارت درون صنعت عمودی، صنعت پتروشیمی

فهرست مطالب

صفحه

عنوان

فصل اول: کلیات تحقیق

۱	۱-۱- مقدمه	۱
۲	۲-۱- شرح و بیان مسئله	۲
۴	۳-۱- اهمیت و ارزش تحقیق	۴
۵	۴-۱- اهداف تحقیق	۵
۵	۵-۱- فرضیات یا سوالهای اساسی تحقیق	۵
۵	۶-۱- محدودیت ها و مشکلات تحقیق	۵
۶	۷-۱- کلید واژه ها و تعاریف کاربردی	۶
۶	۱-۷-۱- تجارت درون صنعت	۶
۶	۲-۷-۱- تجارت درون صنعت نهایی	۶
۶	۳-۷-۱- تجارت درون صنعت افقی	۶
۶	۴-۷-۱- تجارت درون صنعت عمودی	۶
۶	۵-۷-۱- صنعت پتروشیمی	۶

فصل دوم: ادبیات موضوع

۷	۲-۱- مقدمه	۷
۸	۲-۲- مبانی نظری تجارت بین الملل	۸
۸	۱-۲-۲- نظریه های تجاری مبتنی بر تفاوت	۸
۸	۱-۱-۲-۲- نظریه های مزیت مطلق اسمیت مزیت نسبی ریکاردو	۸
۹	۲-۱-۲-۲- نظریه هکچر-اوهلین و معمای لئونتیف	۹
۱۰	۳-۱-۲-۲- نظریه سیکل عمر کالا	۱۰
۱۰	۲-۲-۲- نظریه های تجاری مبتنی بر شباهت	۱۰
۱۱	۱-۲-۲-۲- نظریه لیندر	۱۱
۱۱	۲-۲-۲-۲- مدل جاذبه	۱۱

۱۲.....	۲-۲-۳- تجارت درون صنعت و تجارت درون صنعت نهایی.....
۱۵.....	۲-۳- اهمیت تجارت درون صنعت.....
۱۶.....	۲-۴- مطالعات تجربی در زمینه تجارت درون صنعت.....
۱۶.....	۲-۴-۱- مطالعات مربوط به کشورهای توسعه یافته در مورد اندازه گیری تجارت درون صنعت و تجارت درون صنعت نهایی.....
۲۲.....	۲-۴-۲- مطالعات انجام گرفته کشورهای در حال توسعه مربوط به تجارت درون صنعت و تجارت درون صنعت نهایی.....
۲۵.....	۲-۴-۳- مطالعات انجام گرفته در ایران در رابطه با تجارت درون صنعت.....
۲۸.....	۲-۵- صنعت پتروشیمی.....
۲۹.....	۲-۵-۱- بخش های مختلف صنعت پتروشیمی.....
۳۱.....	۲-۵-۲- تفکیک گروه ها و محصولات مختلف پتروشیمی.....
۳۳.....	۲-۶- جمع بندی.....

فصل سوم : روش تحقیق

۳۴.....	۳-۱- مقدمه.....
۳۵.....	۳-۲- اهمیت استفاده از تجارت درون صنعت و تجارت درون صنعت نهایی.....
۳۶.....	۳-۳- اندازه گیری تجارت درون صنعت.....
۳۶.....	۳-۳-۱- معیارهای اندازه گیری تجارت درون صنعت.....
۳۶.....	۳-۳-۱-۱- شاخص بالاسا.....
۳۷.....	۳-۳-۲-۱- شاخص گروبل-لوید (شاخص GL).....
۳۸.....	۳-۳-۲- نکات مهم در انتخاب شاخص اندازه گیری تجارت درون صنعت.....
۳۸.....	الف- تورش ناشی از عدم توازن تجاری.....
۳۹.....	ب- تورش ناشی از ادغام های غلط.....
۴۱.....	۳-۴- انواع تجارت درون صنعت.....
۴۳.....	۳-۵- شاخص های اندازه گیری تجارت درون صنعت نهایی.....

۴۳.....	۱-۵-۳- معیارهای شبه پویا: تغییرات در تجارت درون صنعت.....
۴۴.....	۱-۱-۵-۳- مقایسه شاخص های GL.....
۴۵.....	۲-۱-۵-۳- شاخص گرینوی- هاین- میلنر- الیوت (شاخص GHME).....
۴۶.....	۳-۱-۵-۳- معیارهای دیکسون-منون (DM).....
۴۷.....	۲-۵-۳- معیارهای پویا.....
۴۸.....	۱-۲-۵-۳- شاخص همپلتن و نی یست (شاخص HK).....
۴۹.....	۲-۲-۵-۳- شاخص "A برولهارت".....
۵۱.....	۳-۲-۵-۳- شاخص تام-مک دوئل (TM).....
۵۲.....	۴-۲-۵-۳- شاخص AQ.....
۵۲.....	۳-۵-۳- معیارهای بی مقیاس تجارت درون صنعت نهایی.....
۵۳.....	۶-۳- کدام معیار بهتر است؟.....
۵۴.....	۷-۳- قلمرو زمانی و جامعه ی آماری.....
۵۵.....	۸-۳- جمع بندی.....

فصل چهارم : یافته های تحقیق

۵۶.....	۱-۴- مقدمه.....
۵۶.....	۲-۴- اندازه گیری تجارت درون صنعت.....
۶۲.....	۱-۲-۴- مقایسه تجارت درون صنعت کالاهای منتخب صنعت پتروشیمی با دیگر صنایع.....
۶۸.....	۳-۴- تعیین نوع تجارت.....
۷۱.....	۴-۴- اندازه گیری تجارت درون صنعت نهایی.....
۷۲.....	۱-۴-۴- اندازه گیری تغییرات تجارت درون صنعت بر اساس شاخص ΔGL
۷۴.....	۲-۴-۴- اندازه گیری تجارت درون صنعت نهایی بر اساس شاخص "A برولهارت".....
۸۱.....	۵-۴- مقایسه ی تجارت درون صنعت نهایی صنعت پتروشیمی با دیگر صنایع.....
۸۳.....	۶-۴- انتخاب شرکای تجاری بر اساس شاخص تجارت درون صنعت نهایی.....
۹۰.....	۷-۴- جمع بندی.....

فصل پنجم: نتیجه‌گیری و پیشنهادات

۹۱	۱-۵- مقدمه
۹۲	۲-۵- خلاصه نتایج
۹۳	۳-۵- پیشنهادات
۹۳	۱-۳-۵- پیشنهادات سیاستی
۹۴	۲-۳-۵- پیشنهادات برای مطالعات آتی

پیوست‌ها

۹۶	پیوست ۱-۲: جریان کلی محصولات پتروشیمی
۹۷	پیوست ۲-۲: محصولات پتروشیمی از متان
۹۸	پیوست ۱-۴: مقادیر تجارت درون صنعت برای هر صنعت در طول دوره ی مورد بررسی

۹۹	منابع و مأخذ
----	--------------

فهرست شکل ها:

صفحه

عنوان

- شکل ۱-۴ : نمودار تغییرات سالانه میانگین تجارت درون صنعت کالاهای منتخب صنعت پتروشیمی، محاسبه شده به وسیله ی شاخص گروبل-لوید..... ۶۰
- شکل ۲-۴: مقایسه ی میانگین تجارت درون صنعت کالاهای منتخب صنعت پتروشیمی با دیگر صنایع..... ۶۴
- شکل ۳-۴: مقایسه ی میانگین تجارت درون صنعت نهایی صنعت پتروشیمی با دیگر صنایع..... ۸۱

فهرست جدول ها:

عنوان	صفحه
جدول ۱-۳: تورش ناشی از عدم توازن تجاری در شاخص GL	۳۸
جدول ۲-۳: تورش بخشی ناشی از ادغام های غلط	۴۰
جدول ۱-۴: کالاهای منتخب صنعت پتروشیمی	۵۸
جدول ۲-۴: خلاصه ی محاسبات تجارت درون صنعت کالاهای منتخب با استفاده از شاخص GL	۶۰
جدول ۳-۴: مقادیر تجارت درون صنعتی کالاهای منتخب در هر سال	۶۱
جدول ۴-۴: صنایع مورد مقایسه با صنعت پتروشیمی و گدهای دو رقم HS مربوط به آنها	۶۲
جدول ۵-۴: خلاصه ی محاسبات تجارت درون صنعت صنایع با استفاده از شاخص GL	۶۴
جدول ۶-۴: نتایج آزمون معنی دار بودن اختلاف تجارت درون صنعت کالاهای منتخب صنعت پتروشیمی نسبت به کل صنایع با استفاده از آزمون T	۶۵
جدول ۷-۴: نتایج آزمون مقایسه ی میانگین ها بین تجارت درون صنعت کالاهای منتخب صنعت پتروشیمی با دیگر صنایع به طور مجزا	۶۶
جدول ۸-۴: نتایج آزمون تعیین معنی دار بودن اختلاف تجارت درون صنعت کالاهای منتخب صنعت پتروشیمی با دیگر صنایع به طور مجزا	۶۷
جدول ۹-۴: محاسبات مربوط به تعیین نوع تجارت در کالاهای منتخب صنعت پتروشیمی	۶۹
جدول ۱۰-۴: نتایج کلی محاسبه شاخص ΔGL برای کالاهای منتخب صنعت پتروشیمی	۷۲
جدول ۱۱-۴: نتایج کلی محاسبه شاخص "A برولهارت" برای کالاهای منتخب صنعت پتروشیمی	۷۵
جدول ۱۲-۴: نتایج محاسبه شاخص "A برولهارت" برای کالاهای منتخب صنعت پتروشیمی پس از تعدیل	۷۷
جدول ۱۳-۴: نتایج آزمون معنی دار بودن میانگین تجارت درون صنعت نهایی محاسبه شده ی کالاهای منتخب صنعت پتروشیمی با استفاده از آزمون T	۷۹
جدول ۱۴-۴: نتایج محاسبه شاخص "A برولهارت" برای کالاهای منتخب صنعت پتروشیمی پس از تعدیل	۸۰
جدول ۱۵-۴: نتایج کلی محاسبه شاخص "A برولهارت" برای کالاهای منتخب صنعت پتروشیمی	۸۱
جدول ۱۶-۴: نتایج کلی محاسبه شاخص "A برولهارت" برای همه ی صنایع	۸۱
جدول ۱۷-۴: نتایج آزمون برابری میانگین های تجارت درون صنعت نهایی کالاهای منتخب صنعت پتروشیمی با دیگر صنایع	۸۲

جدول ۴-۱۸: کشورهای دارای تجارت دو طرفه با ایران در کد کالای ۲۷۰۷،۹۹.....	۸۵
جدول ۴-۱۹: کشورهای دارای تجارت دو طرفه با ایران در کد کالای ۲۷۱۱،۱۹.....	۸۶
جدول ۴-۲۰: کشورهای دارای تجارت دو طرفه با ایران در کد کالای ۲۷۱۲،۱۰.....	۸۶
جدول ۴-۲۱: کشورهای دارای تجارت دو طرفه با ایران در کد کالای ۲۹۱۷،۳۲.....	۸۷
جدول ۴-۲۲: کشورهای دارای تجارت دو طرفه با ایران در تک تک کالاها.....	۸۷
جدول ۴-۲۳: جدول کشورهای پیشنهادی شریک تجاری در هر کد کالا.....	۸۹

فصل اول

کلیات تحقیق

۱-۱ مقدمه

در دهه ی ۱۹۶۰ برای اولین بار نظریه های سنتی تجارت بین الملل در باره ی ارتباط تجاری بین کشورها مورد تردید قرار گرفت. بدین ترتیب اقتصاد دانان با بازبینی آمار موجود در مورد کشورهای مشابه از نظر منابع و امکانات تولید متوجه شدند، قسمت عمده ای از تجارت این کشورها بین خودشان صورت می گیرد. با گذشت زمان بررسی ها برای تشخیص علت بروز این پدیده آغاز شد. نتیجه ی آن ایجاد نظریه ی تجارت درون صنعت^۱ بود. با گسترش مطالعات و تعیین شاخص هایی برای اندازه گیری و محاسبه ی تجارت درون صنعت، این موضوع به دو قسمت تجارت درون صنعت عمودی^۲ و تجارت درون صنعت افقی^۳ تقسیم شد. بررسی های آماری نشان دهنده ی رشد سریع تجارت درون صنعت در میان کشورها می باشد، به طوری که در سال ۱۹۹۶، بیش از ۵۷ درصد تجارت ایالات متحده ی امریکا و بیش از ۶۰ صد تجارت اروپا را صادرات و واردات هم زمان کالاهای مشابه تشکیل داده است^۴ (رافین، ۲۰۰۰).

^۱-Intra-Industry Trade Theory

^۲-Vertical Intra-Industry Trade

^۳-Horizontal Intra-Industry Trade

^۴-Ruffin

از آن زمان تاکنون تحقیقات بسیاری هم در میان کشورهای توسعه یافته و هم در میان کشورهای در حال توسعه و همچنین به صورت متقابل در مورد این پدیده و عوامل مؤثر بر آن صورت گرفته است. در این تحقیق سعی بر این است با تشخیص نوع تجارت درون صنعت (افقی یا عمودی)، به اندازه گیری تجارت درون صنعت و تجارت درون صنعت نهایی^۵ کالاهای منتخب صنعت پتروشیمی در ایران پرداخته شود. با این کار ضمن مقایسه تجارت درون صنعت در صنعت پتروشیمی با دیگر صنایع، به انتخاب شرکای تجاری مناسب برای هر کالا پرداخته شود.

۲-۱ شرح و بیان مسئله

در مدل های سنتی تجارت بین المللی (مدل ریکاردو و مدل هکچر-اولین) بر نقش تعیین کننده تفاوت ها در بروز تجارت تأکید می شود، بدین معنی که در نظریات سنتی علت اصلی بروز و شکل گیری تجارت و هم چنین ادامه ی آن وجود تفاوت ها در تولیدات کشورها و منابع تولیدی دو طرف تجاری معرفی شده است. اما با این وجود مشاهدات تاریخی حاکی از بالابودن سهم تجارت خارجی کشورهای صنعتی با یکدیگر است در حالی این کشورها از نظر دسترسی به منابع و تکنولوژی تولید به هم دیگر شبیه می باشند. در این زمینه امروزه با بروز تجارت دو طرفه و پدیده تجارت درون صنعتی، دو فرض اساسی مدل کلاسیک یعنی فروض بازدھی ثابت نسبت به مقیاس و رقابتی بودن، به دلیل رشد تکنولوژی، توسعه قدرت یادگیری عوامل تولید و همچنین افزایش مخارج تحقیق و توسعه نقض شده است. این امر باعث شده نظریه سنتی تجارت بین المللی یعنی نظریه هکچر-اولین زیر سؤال برود.

با توجه به این مسأله برای بررسی جهت و رفتار تجاری، لزوم دقت نظر به نظریه های جدید که در آنها به گونه ای بر عامل تشابه ساختاری در ایجاد تجارت تأکید شده، پرداخته می شود. تجارت درون صنعتی در زمره ی این دسته از نظریه های جدید تجارت بین المللی قرار می گیرد.

محصولات و فرآورده های پتروشیمی از جمله کالاهایی هستند که صادرات آنها در پی سرمایه گذاری های قابل ملاحظه دولت طی چند سال اخیر در سبد صادراتی کشور برجسته شده، به طوری که صادرات محصولات پتروشیمی از ۲،۵۶۰ میلیون دلار در سال ۱۳۷۶ به ۶،۷۹۵ میلیون دلار در سال ۱۳۸۰، ۱۷۹۲ میلیون دلار در سال ۱۳۸۳ و به ۱۱،۶۱۰ میلیون دلار در سال ۱۳۸۵ افزایش یافته است. بیشترین میزان افزایش صادرات

^۵ -Marginal Intra-Industry Trade

غیرنفتی در سال ۱۳۸۵ نسبت به سال ۱۳۸۴ به لحاظ وزنی و ارزش به کالاهای صادراتی بخش پتروشیمی اختصاص یافته که این میزان به لحاظ وزنی ۱۱۵،۷ درصد و از حیث ارزش ۱۴۰،۸ درصد افزایش را نشان می‌دهد.^۱ واحدهای تولید کننده این گونه اقلام به دلیل فراهم بودن عوامل تولید فراوان، دسترسی به منابع نفتی و خوراک ارزان قیمت گازی، قیمت‌های تمام شده قابل رقابت در بازارهای جهانی، وجود منطقه آزاد تجاری با واحدها و تأسیسات خدمات جانبی، رژیم مالیاتی مناسب و سازگار جهت صادرات (برخوردراری از معافیت‌های صادراتی) و همچنین علاقه مندی سرمایه‌گذاران خارجی در سرمایه‌گذاری در این بخش از اقتصاد، از سوددهی نسبتاً بالایی برخوردار هستند. با وجود استقرار این امکانات، ضرورت دارد ظرفیت صادراتی محصولات این صنعت با استفاده از نظریه‌های جدید تجارت بین‌الملل نیز تحلیل شود. چرا که با این کار ضعف‌هایی نظیر نبود شرایط لازم برای جذب تکنولوژی تولید مواد با ارزش افزوده بیشتر و ضعف در ایجاد ساختاری جهت مطالعات راهبردی در صنایع پتروشیمی، کمبود نیروی انسانی متخصص و همچنین ضعف سازماندهی و برنامه‌ریزی که موجب زیان‌دهی شرکت‌های متعلق به این صنعت و کاهش بازده سرمایه‌گذاری و ارزش افزوده مورد انتظار در این صنعت خواهد شد، نیز مد نظر قرار می‌گیرند.

در بین نظریه‌های جدید تجارت بین‌الملل، شاخص گروبل لوید (GL) متداول‌ترین شاخصی است که برای اندازه‌گیری شدت تجارت درون‌صنعتی به‌کار می‌رود و از آن می‌توان برای پی‌بردن به میزان پتانسیل تجاری بین دو کشور استفاده کرد. به همین جهت از این معیار می‌توان برای تعیین مزیت‌های نسبی، با مفهومی نو در تجارت استفاده نمود. برای این کار ابتدا به تعیین افقی یا عمودی بودن تجارت درون‌صنعت پرداخته می‌شود. همچنین تغییرات تجارت درون‌صنعت در طول زمان که بیانگر میزان افزایش یا کاهش تجارت طرفین تجاری است به عنوان شاخصی برای تشخیص و تعیین روند تغییر مزیت‌های نسبی تجاری استفاده می‌شود. این شاخص که به تجارت درون‌صنعت نهایی معروف است، به گونه‌ای است که افزایش آن نشان‌دهنده افزایش توان مبادله کالا بین دو طرف تجاری می‌باشد.

در نگاه اول به نظر می‌رسد صنعت پتروشیمی در ایران از نظر تجارت، صنعتی یکسویه است، بدین معنی که ایران در این صنعت تنها، نقش صادرکننده را دارد. اما با توجه به آمار واردات مربوط به صنعت پتروشیمی، واردکننده بودن کشور در برخی محصولات این صنعت نیز محرز است. برای درک بهتر ارتباط بافتی بین صنعت پتروشیمی داخل با صنایع پتروشیمی خارج، مطالعه تجارت درون‌صنعتی در این صنعت اهمیت می‌

^۱ - روابط عمومی گمرک ایران، ۱۳۸۶

یابد. لذا برای درک مزیت های تولیدی محصولات پتروشیمی در راستای نظریه ی جدید تجارت درون صنعت لازم است که ضمن اندازه گیری تجارت دو طرفه برای کالاهای منتخب در این صنعت به شناخت طرف های تجاری در هر کالا نیز پرداخته شود.

برای این منظور در ابتدا با استفاده از آمارهای مربوط (کدهای شش رقمی HS^Y) از طریق شاخص موسوم به شاخص گروبل - لویید (GL) تجارت درون صنعتی (تجارت درون صنعت) را درصنعت پتروشیمی به دست آورده، آنگاه تجارت درون صنعت نهایی، در این صنعت از طریق شاخص معروف به "شاخص A برولهارت"^A اندازه گیری می شود.

۱-۳ اهمیت و ارزش تحقیق

این تحقیق با اندازه گیری تجارت درون صنعت و تجارت درون صنعت نهایی و تعیین قدرت رقابت صنعت پتروشیمی می تواند به طوری دقیق تر به اتخاذ سیاست های مناسب در این صنعت کمک کند. با توجه به اینکه، معیارهای پویای تجارت درون صنعت نسبت به معیارهای ایستا، حاوی اطلاعات مفیدتری هستند، برای اینکه بتوان با استفاده از تجارت درون صنعتی به مطالعات مربوطه پرداخت، بهتر است به روند تغییرات تجارت درون صنعت در طول زمان و عوامل مؤثر بر آن توجه شود. برای این کار لازم است که شاخص تجارت درون صنعت نهایی را برای تصمیم گیری های مربوط به تعدیل به جای شاخص تجارت درون صنعت استفاده کنیم. تجارت درون صنعت نهایی می تواند بیانگر قدرت رقابت صنعت باشد بدین صورت که افزایش این شاخص در طول زمان نشان دهنده بهبود تکنولوژی و امکان برخورداری بیشتر از صرفه های ناشی از مقیاس می باشد. بنابراین با توجه به پویا بودن مفهوم تجارت درون صنعت نهایی اندازه گیری شده، مقادیر آن می تواند به عنوان برآوردی از هزینه های تعدیل صنعت پتروشیمی به ویژه در بازار کار در شرایط الحاق ایران به سازمان تجارت جهانی به کار رود.

در این تحقیق بررسی می شود که با داشتن تجارت درون صنعت نهایی بیشتر، امکان موفقیت در بازارهای بزرگ تر بیشتر است. زیرا هنگامی که تجارت درون صنعت نهایی بزرگ باشد، برای پیوستن به بازارهای بزرگ تر هزینه های تعدیل کمتری به ویژه در بازار کار لازم است. این امر یک نوع مزیت نسبی برای کشور دارای

^Y Harmonized System

^A -"Brulhart A"Index

تجارت درون صنعت نهایی بالا ایجاد می کند تا بدون اینکه متحمل هزینه های سنگینی برای تعدیل بشود، بتواند در بازارهای بزرگ تر به رقابت با رقبای خارجی در آن صنعت پردازد.

۴-۱ اهداف تحقیق

- ۱- اندازه گیری تجارت درون صنعت در صنعت پتروشیمی و مقایسه آن با دیگر صنایع.
- ۲- اندازه گیری تجارت درون صنعت نهایی محصولات منتخب در صنعت پتروشیمی.
- ۳- انتخاب شرکای تجاری مناسب برای ایران در صنعت پتروشیمی با توجه به شاخص تجارت درون صنعت نهایی اندازه گیری شده.

۵-۱ فرضیات یا سئوالهای اساسی تحقیق

- ۱- مقدار تجارت درون صنعت در صنعت پتروشیمی ایران نسبت به دیگر صنایع بالاتر است.
- ۲- مقدار تجارت درون صنعت نهایی در صنعت پتروشیمی در عمده کالاهای منتخب بالا است.
- ۳- هر چه تجارت درون صنعت نهایی کالایی در تجارت دو طرفه بیشتر باشد، آن کشور برای انتخاب به عنوان شریک تجاری مناسب تر است.

۶-۱ محدودیت ها و مشکلات تحقیق

از مهمترین محدودیت های موجود در این تحقیق عدم وجود اطلاعات دقیق در مورد صادرات و واردات کالاها در صنعت پتروشیمی بوده، چرا که اطلاعات مربوط به صادرات و واردات به طور تفکیکی در کد کالایی ۶ رقمی HS و بیشتر تنها در سازمان گمرک موجود بوده و این آمار توسط دیگر سازمان ها بالاخص مراکز پتروشیمی منتشر و در اختیار عموم قرار نگرفته است، و در صورت انتشار به طور کلی بوده و آمار تک تک کالاها را به گونه ی مجزا شامل نمی شود. لذا فقط به آمار ارائه شده توسط گمرک جمهوری اسلامی ایران اکتفا شده است.

۷-۱ کلید واژه ها و تعاریف کاربردی

Intra Industry

۷-۱-۱ تجارت درون صنعت

Trade

تجارت درون صنعتی، صادرات و واردات هم زمان محصولات مربوط به یک صنعت یکسان در دو کشور شریک تجاری است. به طوری که اندازه گیری آن، جریان تجاری بین بخش های اقتصادی مشابه دو کشور و میزان ارتباط درونی بین آن ها را نشان می دهد. (حق شناس، ۱۳۸۴)

Marginal Intra Industry Trade

۷-۱-۲ تجارت درون صنعت نهایی

به تغییرات تجارت درون صنعتی در طی زمان که معیاری برای نشان دادن افزایش یا کاهش تجارت طرفین تجاری در طول زمان است، تجارت درون صنعتی نهایی گفته می شود. (پرولهارت، ۲۰۰۰)

Vertical Intra Industry Trade

۷-۱-۳ تجارت درون صنعت افقی

به تجارت در انواع یک کالا که به وسیله ی ویژگی های متفاوت توصیف می شود تجارت درون صنعتی افقی می گویند. این نوع تجارت بیشتر بین کشورهای با سطوح متفاوت درآمد سرانه اتفاق می افتد. (هلوین، ۱۹۹۶)

Intra Industry Trade

۷-۱-۴ تجارت درون صنعت عمودی

Horizontal

تجارت در انواع یک کالا که به وسیله ی کیفیت های متفاوت توصیف می شود. این نوع تجارت بیشتر بین کشورهای با درآمد سرانه بالا و یکسان اتفاق می افتد. (هلوین، ۱۹۹۶)

Petrochemical Industry

۷-۱-۵ صنعت پتروشیمی

پتروشیمی به صنایعی اطلاق می شود که در آنها هیدروکربن های موجود در نفت خام و یا موجود در گاز طبیعی به محصولات شیمیایی تبدیل می شود. (دپیری، ۱۳۶۱)

^۹ Hellvin

فصل دوم

ادبیات موضوع

۱-۲ مقدمه

تجارت بین الملل به عنوان یکی از مهم ترین راه های ارتباط جهان بشری، تأثیرات درون زا و برون زای فراوانی در شکوفایی اقتصادی ملی و منطقه ای دارد. بنابراین شناخت عملکرد تجارت بین الملل و زیر بخشهای دربرگیرنده ی آن با توجه به نظریه های موجود در این زمینه از اهمیت خاصی برخوردار است. از این رو در این فصل با مروری بر نظریات موجود در زمینه تجارت بین الملل به پدیده تجارت درون صنعت پرداخته می شود.

برای اولین بار ورود در دهه ی ۱۹۶۰ طی تحقیقی که بر روی تغییرات روند تجارت میان کشورهای عضو BENELUX^۱ انجام داد، متوجه شد بخش عمده ای از تجارت این کشورها در زمینه ی کالاهای مشابه صورت می گیرد و حتی حجم تجارت این سه کشور که از نظر موجودی منابع به هم شبیه هستند نیز، افزایش یافته است. پس از وی بالاسا در سال ۱۹۶۶ به همین نکته دست یافت و این نوع جدید تجارت را "تجارت درون صنعت" نامید و از آن پس، این پدیده به یکی از مسایل اساسی در تجارت بین الملل تبدیل شد.

^۱ BENELUX- موافقت نامه ایست بین سه کشور بلژیک، هلند و لوکزامبورگ