

چکیده فارسی:

مقدمه: هزینه های دارویی در ایران ۳۰٪ کل مخارج مراقبت های سلامت می باشند. علاوه بر این، تجارت دارو در بین بزرگ ترین تجارت ها در جهان قرار گرفته است. در این رساله با استفاده از مقیاس های مناسب، به تجزیه و تحلیل مزیت نسبی و تجارت درون صنعت ایران در دارو به منظور توسعه و اجرای سیاست های مناسب برای گسترش تجارت دارو پرداخته شده است.

روش پژوهش: داده های مورد استفاده در این مطالعه، در سطح ۴ رقم طبقه بندی بین المللی نظام هماهنگ (۳۰۰۶ تا ۳۰۰۱) برای دوره زمانی ۲۰۱۲ - ۲۰۰۱ میلادی از وزارت صنعت، معدن و تجارت، آمارنامه دارویی ایران، گمرک جمهوری اسلامی ایران، منابع لوح فشرده شاخص های توسعه ای جهان (WDI) و نیز سایت نقشه تجارت (Trade Map) استخراج گردیده اند. جامعه پژوهش، اطلاعات اقتصادی و تجاری مربوط به شرکای تجاری ایران در بخش دارو می باشد.

یافته ها: نتایج آنالیز شاخص های مزیت نسبی نشان داد که ایران، وارد کننده خالص محصولات دارویی بوده و در بین کشورهای صادر کننده دارو، ایران درجه بالایی از عدم مزیت نسبی در محصولات دارویی به علت سهم کوچک صادرات دارو به کل صادرات جهان دارد. میزان تجارت درون صنعت دو جانبه دارویی بین ایران و اکثر شرکای تجاری اش نیز به علت اینکه مقادیر واردات دارو از این کشورها به ایران نسبت به مقادیر صادرات دارو از ایران به این کشورها بسیار پایین هستند، کوچک است، بنابراین الگوی تجارت دارویی ایران بیشتر تجارت بین صنعت است تا تجارت درون صنعت. رشد تجارت درون صنعت ایران در دارو به دلیل سهم واردات ایران از کشورهای صادر کننده دارو و سهم صادرات از ایران به کشورهای همسایه اش می باشد. نتایج برآورد مدل های تصحیح خطای بدون محدودیت صادرات و واردات دارویی ایران نشان داد که تقاضای خارجی برای صادرات دارویی ایران به تغییرات قیمت نسبی صادرات و درآمد خارجی حساسیت بالایی دارد. از سوی دیگر، تقاضای واردات دارو توسط ایران نسبت به قیمت نسبی واردات، بی کشش و درآمد ایران، کم کشش است. هم چنین قیمت نسبی صادرات و ظرفیت تولید بلندمدت، رابطه مثبت با عرضه صادرات دارو در ایران داشتند. به علاوه، نتایج حاصل از برآورد مدل های تجارت درون صنعت ایران در دارو نشان داد که، اگرچه میزان تجارت درون صنعت ایران در دارو در مقایسه با دیگر کشورهای صادر کننده عمده دارو کم می باشد، تجارت درون صنعت ایران در دارو توسط هر دو ویژگی های کشور و صنعت تحت تاثیر قرار گرفته است. با محاسبه نسبت های تمرکز و شاخص هرفیندال نیز مشخص گردید ساختار طرف واردات به مراتب رقابتی تر از ساختار طرف صادرات در بازار جهانی این محصول بوده و لذا حاکمیت در بازار جهانی این محصول از آن واردکنندگان می باشد.

نتیجه گیری: نتایج این تحقیق می تواند نقش ارزنده ای در کمک به شرکت های داروسازی و سیاست گذاران در رابطه با تجارت دارو داشته باشد. بدین ترتیب برای آمادگی بیشتر جهت ادغام در اقتصاد جهانی ضمن مراقبت از مزیت های نسبی موجود، توسعه تجارت درون صنعت دارو مورد توجه ویژه قرار گیرد. بنابراین یافته های این مطالعه، می تواند تا حدودی به روشن تر شدن مسیر سیاست تجاری دارویی ایران کمک کند.

واژه های کلیدی: مزیت نسبی، تجارت درون صنعت، تجارت دو جانبه، نسبت تمرکز، محصولات دارویی