

اگر اهداف توسعه در بخش معدن و صنایع معدنی محقق شود، در سال ۱۴۰۴ این بخش می تواند حدود ۶۰ درصد از درآمدهای نفتی کشور را پوشش دهد ولی لازمه آن این است فضایی ایجاد شود که این اتفاق خوب بیفتد، یکی از فضا سازی هایی که باید ایجاد شود مقام معظم رهبری تا کیدو آن را قانونی گردند و همه دولت ها به آن اذعان دارند ولی متاسفانه در عمل اتفاق نمی افتد، خصوصی سازی واقعی است.

ریشه یابی چالش های بخش معدن در گفت و گو با رئیس کمیسیون معادن اتاق ایران:

ماجرای واردات سنگ های تزئینی ایرانی از چین و اروپا!

معدن می تواند ۶۰ درصد درآمدهای نفتی را محقق کند

حسین بردبار – یکی از مصدایق بارز حمایت از کالای ایرانی‌شاید در بخش معدن و صنایع معدنی کشور مود دارد که سهمم زیادی را به خود اختصاص داده است به طوری که بر اساس گزارش چندی پیش مرکز پژوهش‌های مجلس، ایران با داشتن یک در صد جمعیت جهان، بیش از ۷ در صد منابع معدنی دنیا را در اختیار دارد اما شرایط کنونی بخش نشان می دهد که باز دهی شا پسته‌ای را که باید داشته باشد، ندارد. این در حالی است که به گفته رئیس کمیسیون معدن و صنایع معدنی اتاق بازرگانی ایران این بخشی می تواند تا معادل ۶۰ درصد از درآمدهای نفتی را در اقتصاد کشور تأمین کند و پوشش دهد.
دکتر بهرام شکوری که دکتری خود را در رشته مدیریت بازرگانی با گرایش بازار یابی بین‌المللی از دانشگاه شهید بهشتی در یافت کرده است، بختی کلی درباره ریشه ناکامی بسیاری از نشان‌های تجاری داخلی را که در گذشته اعتبار ویژه‌ای داشتند نظیر از مایش اراج مطرح می کند. رئیس انجمن مس ایران که سال گذشته کتابی با عنوان «الگوی توسعه صادرات سنگ های تزئینی ایران» تألیف کرد، نکات قابل تاملی درباره برش سنگ های تزئینی ایران در چین و اروپا ووار دات آن ها به کشور نیز بیان می کند از جمله این که با برش توده های چند تنی سنگ های تزئینی ایرانی سنگی را که به طور معمول ۸ تا ۱۲ متر باید باشد، با استفاده از فناوری های جدید بعضا تا ۴۶۰ متر هم می‌رسانند، وی معتقد است که این هاشیوه هایی است که در دنیا عمل می کنند و ما باید برای ایجاد ارزش افزوده بیشتر و باهدف حمایت از تولید محصولات داخلی، به این سمت و سو برویم که جزئیات بیشتر آن را در ادامه مطلب می خوانید:

«با عنایت به نام گذاری اسمال به عنوان سال حمایت از کالای ایرانی، اگر بخواهیم بحث را به صورت تخصصی در حوزه معدن و صنایع معدنی دنبال کنیم، متاسفانه شاهد هستیم که با وجود ظرفیت فراوان معدن و سنگ های معدنی خاصه از نوع تزئینی در کشور، وار دات این نوع سنگ ها در ایجاد زبادی صورت می گیرد که این موضوع به صنایع داخلی در این حوزه آسیب می زند. جناب عالی با توجه به مسئولیت ثان به عنوان رئیس کمیسیون معدن و صنایع معدنی اتاق بازرگانی ایران، بفرمایید برای اصلاح این شرایط چه باید کرد؟

– شاید این موضوع برای دیگر کالاها یک تهدید نیز باشد ولی واقعیت این است که در دنیا حمایت از تولید داخلی فقط تعرفه بستن بر کالا های خارجی نیست، یعنی باید سیاست های اقتصاد مقاومتی از جمله راهبرد حمایت از توسعه صادرات و توسعه صنعتی را در نظر بگیریم که در دنیا نیز عمل کرده اند و یکی از بحث های آن راهبردهای درون نگر و سیاست جایگزینی و واردات است. یعنی ما صنایع داخلی مان را حمایت کنیم تا تقویت شود منتها این حمایت نمی تواند تا ابد الدهر اتفاق بیفتد. دولت ها نوعا بعد از جنگ جهانی به صنایع شان کمک کرده اند تا به یک بلوغ برسند و مزیت رقابتی با دنیا پیدا کنند. در نتیجه دولت ها کمک های فنی و مالی برای R&D (تحقیق و توسعه) کرده اند که بتوانند کیفیت و قیمت تمام شده محصول شان را بهتر کنند تا در آینده بتوانند با برندهای مشابه در بازار رقابت کنند و سهمی مشخص را در دنیا به خود اختصاص دهند، همچنین با ارائه هایی در انرژی یا معافیت های مالیاتی یا وام های کم بهره داده و به گونه ای حمایت کرده اند تا این اتفاق (حمایت از کالا و تولید داخلی) بیفتد. زمانی هم تعرفه ها را بالا برده اند که مشابه آن کالا وارد نشود و بتوانند نیاز داخل را تأمین کنند و بعد بتوانند بازار های صادراتی را هم بگیرند. البته متاسفانه مسئله قاچاق در این میان شاید حتی مهم تر از تعرفه باشد. یعنی اگر نتوانید مرزهای تان را کنترل کنید، هر چه دیوار تعرفه را بالا ببرید، عملا قاچاق را تقویت می کنید. این ها کمک هایی است که دولت ها به صنایع و معدن داخلی شان کرده اند تا بتوانند محصولات را به بخش های ا هم دولت ها در زیر ساخت ها هزینه کردند تا هزینه های حمل و نقل را کاهش دهند و آسپایی را فراهم کنند که صادر کنندگان محصولات شان را در بازار های رقابتی با قیمت مناسب عرضه کنند. این اتفاق در کشور ما متاسفانه نیفتاده است و شما می بینید که برخی از صنایع را حمایت کرده اند ولی به جایی نر سیده اند چون ریشه اشکال دارد و ریشه آن بوده است که در دنیا اگر برخی از صنایع را حمایت و فعال کرده اند در نهایت تعدیل ساختاری را در کشور انجام داده اند یعنی قوانین و مقررات زاید را بر داشته و خصوصی سازی واقعی را انجام داده اند. شما اگر گذشته کشور مان را ببینید، ما راج و آمایش را در صنایع لوازم خانگی داشتیم یا در صنایع غذایی، شرکت قورا داشتیم که روغن نباتی تولید می کرد یا نساجی مازندران که در خاطر هم هست؟ این نشان نوعا در تولید داخلی فعال و در مقابل مشابه خارجی آن ارزان و با کیفیت بود، یا نساجی قائمشهر را داشتیم یا در حوزه ماشین آلات معدنی هپکورا داشتیم که همین الان در کشورهای اطراف خلنگ آن جزو برندهای معروفی است که در مقابل برندهای خارجی همین الان ترجیح راه سازها آن است که از این خلنگ ها بیشتر استفاده کنند یا بسیاری از صنایع دیگر که پدر بزرگ های ما به خوبی به یاد دارند...



«چرا درباره برخی از این ها از فعل گذشته 'داشتیم' استفاده می کنید، مگر الان این نشان ها را نداریم؟

– نه الان همان هپکو تبدیل به یک معضل شده است. باید ببینیم چه اتفاقی افتاد که از آمایش از بین رفت یا راج یا روغن نباتی قور از بین رفتند و بعضا برخی از نساجی ها به مخروبه تبدیل شدند. چرا نساجی مازندران را نداریم؟ وقتی ریشه را بررسی می کنیم یکی از ریشه های این که چرا این اتفاق ها افتاده، این است که به هر حال ما این ها را مصادر و در نهایت دولتی اداره کرده ایم نه این که به بخش خصوصی بدهیم. وقتی که ما به عنوان حاکمیت و دولت بلد نیستیم این را اداره کنیم، چرا به بخش خصوصی ندادیم؟ چرا ما لکیت را خودمان نگه نداشتیم و مدیریت اش را به بخش خصوصی ندادیم؟ اگر این کار را می کردیم همین امروز هم می توانستیم راج و آمایش را داشته باشیم و جایگزین ساسونگ و آل جی و دیگر برندها کنیم.

«اجازه می خواهم بحث را تخصصی تر کنم، الان ما واردات صنایع معدنی و سنگ های تزئینی را داریم در حالی که می توانیم روی برندهای داخلی بیشتر کار کنیم، چرا با وجود معدن فراوان سنگ های تزئینی که داریم، بعضا شاهد واردات آن ها هستیم؟

– من حرف همین است، بحث من روی تمام محصولات است به خصوص محصولات معدنی، الان سنگ ها را از ایران به چین می برند و تبدیل اش می کنند به تایل و بر می گردانند به ایران و ارزان تر از کار خانه های داخلی تمام می شود.

تایل چیست؟

– موزاییک یا کاشی را در ابعاد مختلف دیده اید، (سنگ های برش داده شده) در این ابعاد موزاییک هایا کاشی هایی را که شما استفاده می کنید تایل می گویند. بعضی وقت ها کف ساختمان ها را می بینید که از سنگ سرامیک استفاده می کنند، این کاشی و سرامیک ها، تایل می گویند. گاهی ابعاد آن بزرگ تر و کوچک تر است که در ساختمان به صورت نمای کف استفاده می کنند. در واقع سنگ هایی که از کوه سنگ [معدن] استخراج می شود را با قله برها به ابعاد استاندارد ی برش می دهند یعنی کوپ سنگ دویا سه یا چند تنی را به چین می فرستند برش می دهند یا به اصطلاح لمینت (Laminate) می شوند. این یک فناوری جدید است چون [به طور معمول] از هر تن سنگ معدن حدود ۸ تا ۱۲ متر سنگ ایجاد می شود چون ضخامت سنگ ها را بیشتر می گیریم اما در دنیا الان می گویند که این سنگ خیلی ارز شمند است، بعد ما قطبیک لایه بیرونی از سنگ را می بینیم و بخش عمده ای از ضخامت آن در دیوار یا درون زمین محومی شود، در نتیجه می گویند که سنگ نامرغوب، فدای سنگ مرغوب می شود،

شرط تحقق درآمد معادل ۶۰ درصد فروش نفت در بخش معدن

یعنی سنگ مرغوب را میلی متری برش می دهند، اما چون این سنگی که میلی متری هر گردشگری ما کمتر از معدن استحکام لازم را ندارد، آن را می چسبانند روی سنگ هایی که بی کیفیت هستند یا بعضا برای این که ساختمان ها سبک بشود روی آلومینیوم ها می چسبانند.

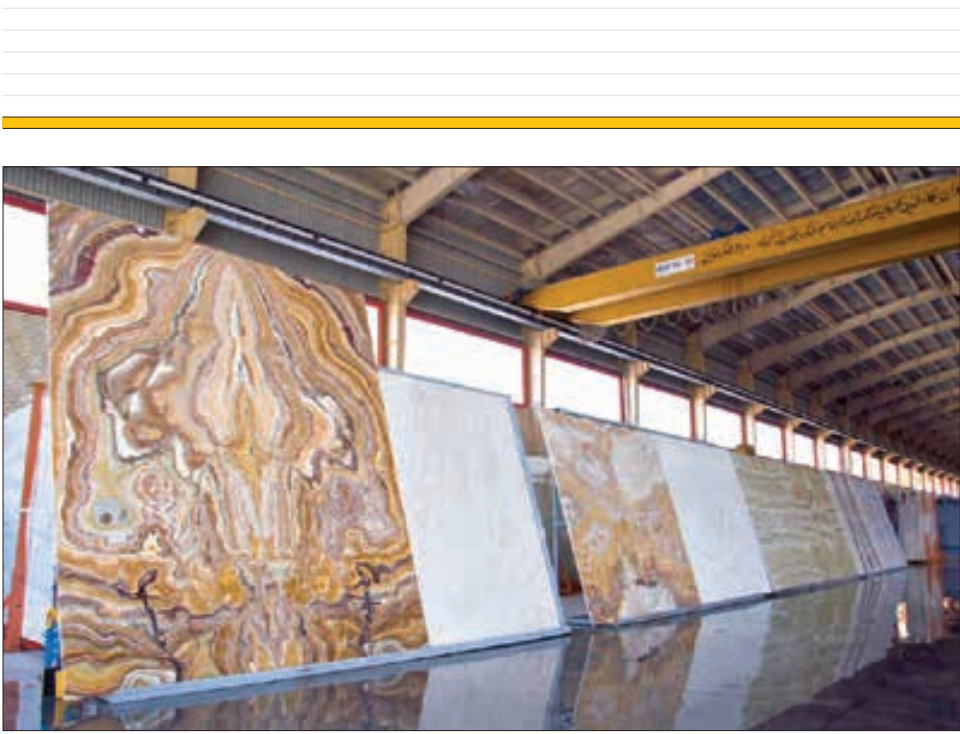
این کار در کشور چین انجام می شود؟

بله. در اروپا هم انجام می شود. گاهی هم می چسبانند روی شیشه یا سرامیک هایی که کیفیت کمی دارند و درجه سه هستند و در ساختمان ها استفاده می کنند. با این شیوه سنگ هشت تا ۱۲ متر را بعصا تا ۴۶۰ متر هم می رسانند. این ها شیوه هایی است که در دنیا عمل می کنند و ما باید به این سمت و سو برویم. شما هر قدر دیوار تعرفه را هم بالا ببرید، باز قیمت تمام شده این محصول کم خواهد بود و در نهایت یکی از رسالت هایی که دولت ها دارند در کنار حمایت از تولید، حمایت از مصرف هم هست. ببینید، از طرفی رسالت ما حمایت از تولید داخلی است ولی یک رسالت دیگر هم این است که مصرف کننده ها جنس ارزان و با کیفیت خوب استفاده کند. هر قدر دیوار تعرفه را بالا ببریم و آن ها با این فناوری جدید بتوانند قیمت تمام شده سنگ شان را که من می توانم در خانه ام استفاده کنم، با قیمت کمتر از قیمت تولید شده داخلی به بازار عرضه کنند، ما آن وقت چه می توانیم بکنیم؟ آیا ما می توانیم به مردم اصرار کنیم که این کالا را گران استفاده کنند؟

آیا آماری هم در زمینه واردات سنگ های تزئینی از خارج دارید؟

– الان آمار دقیقی ندارم. یکی از مشکلات ما در اقتصاد در زمینه آمار آن است که گاهی دو سال عقب هستیم. مثلا آمار رسمی که اعلام شده است [در زمینه معدن و صنایع معدنی] مربوط به سال ۹۴ بوده است که فکر می کنم به تا زگی آمار سال ۹۵ را اعلام می کنند. مبنای ما برای آمار، مرکز آمار ایران است چون در کشور مرجع رسمی آمار ها مرکز آمار ایران است، یعنی برای آمار هایی که به آن استناد می کنند، گاهی می بینیم که آمار رسمی مربوط به دو سال قبل است. این خود معضلی در کشور است که امکان برنامه ریزی برای آینده و تحلیل گذشته را دچار مشکل می کند. ما متاسفانه نتوانستیم این ظرفیت معدن و صنایع معدنی کشور آن چنان که شایسته است، استفاده کنیم، به طوری که حتی چندی پیش تا یکد ر هجری را در این زمینه داشتیم که باید همیا به نفت از معدن و صنایع معدنی استفاده کرد اما با وجود ظرفیت های عظیمی که در کشور مان هست، در این زمینه نتوانستیم آن چنان که شایسته است به کامیابی برسیم. تحلیل شما از علت این مسئله چیست؟

گفت و گو |



– این حرف درستی است و مختص معدن و صنایع معدنی نیست. مگر ظرفیت های گردشگری ما کمتر از معدن است؟ کشور تر کیه نصف ما جاذبه های گردشگری دارد ولی درآمد شان از این صنعت ۳۸ میلیارد دلار است با این حساب ما باید دو برابر تر کیه در آمد گردشگری داشته باشیم که هم همین طور است اما اگر اهداف توسعه در بخش معدن و صنایع معدنی محقق شود، در سال ۱۴۰۴ این بخشی می تواند حدود ۶۰ درصد از درآمدهای نفتی کشور را پوشش دهد ولی لازمه آن این است فضایی ایجاد شود که این اتفاق خوب بیفتد. یکی از فضا سازی هایی که باید ایجاد شود و مقام معظم رهبری تا کیدو آن را قانونی گردند و همه دولت ها به آن اذعان دارند ولی متاسفانه در عمل اتفاق نمی افتد، خصوصی سازی واقعی است، متاسفانه یکی از بسترهایی که می تواند این اتفاق را در کشور رقم بزند، خصوصی سازی واقعی است. اما می بینید که کل واگذاری هایی که تا الان اتفاق افتاده است، ۱۵۰ هزار میلیارد است در حالی که در بودجه می بینید که بودجه شرکت های دولتی از شش هزار میلیارد به ۷۶۰ هزار میلیارد در سال گذشته رسیده و برای اسال آینده بیش از ۸۳۰ هزار میلیارد است که این نشان می دهد، ۱۵۰ هزار میلیارد خروجی داشته ایم ولی ورودی به شرکت های دولتی چندین برابر آن بوده است. یعنی بدنه دولت بزرگ تر شده است. طبیعتا کشور را داریم گران اداره می کنیم، با این شرایط چگونه می شود فعالیت های اقتصادی را بگیریم و از این ظرفیت ها استفاده کرد پس باید خصوصی سازی اتفاق بیفتد. یکی از شکل های خصوصی سازی انتقال مالکیت است در حالی که شکل های دیگری هم در قانون تعبیه شده است از جمله این که بتوانیم مالکیت را داشته باشیم اما مدیریت را انتقال دهیم که این خوشبختانه در ایپیدمر شروع شده و در معدن مهدی آباد استارت خورده است خیلی از طرح های دیگر را نیز ایپیدمر و شرکت های تحت پوشش آن انجام می دهند، به طوری که مالکیت دست دولت است اما بهره برداری از معدن بزرگ را در اختیار بخش خصوصی واقعی قرار داده اند و در نهایت

– این باره مقاله ای را در روز نامه دنیای اقتصاد منتشر کردیم. ما می گوئیم که ۲۵۰ میلیون تن مواد معدنی تولید می کنیم که در اقق ۱۴۰۴ باید به ۷۰۰ میلیون تن برسد. این مواد معدنی قیمت عدد خاص خود را دارد. تولید فولاد ۱۸ میلیون تن است ولی در ۱۴۰۴ باید ۵۵ میلیون تن تولید فولاد داشته باشیم. قیمت این هائنی است و نفت را نیز بر اساس تن محاسبه و مقایسه کردیم و به این رقم رسیدیم که بخش معدن می تواند ۶۰ درصد از درآمدهای نفتی را محقق کند. البته این محاسبات برای سال ۱۴۰۴ انجام شده و اعداد آن مشخص است و از روی حدس و گمان نیست. می توان مردم ایران را در نعمت و رفاه اداره کرد. اگر نمی توانیم، ما در مدیریت کردن کشور مان مشکل داریم و اشکال به ما بر می گردد. بالاخره مایک در صد از جمعیت و مساحت دنیا و حداقل ۷ درصد از منابع و ذخایر دنیا را داریم. در تولید گازر تبه دوم رتبه چهارم را در تولید نفت و البته در مجموع ذخایر نفت و گاز تبه اول را در جهان داریم. در این فضا چه چیزی کم داریم، جز مدیریت؟

– این باره مقاله ای را در روز نامه دنیای اقتصاد منتشر کردیم. ما می گوئیم که ۲۵۰ میلیون تن مواد معدنی تولید می کنیم که در اقق ۱۴۰۴ باید به ۷۰۰ میلیون تن برسد. این مواد معدنی قیمت عدد خاص خود را دارد. تولید فولاد ۱۸ میلیون تن است ولی در ۱۴۰۴ باید ۵۵ میلیون تن تولید فولاد داشته باشیم. قیمت این هائنی است و نفت را نیز بر اساس تن محاسبه و مقایسه کردیم و به این رقم رسیدیم که بخش معدن می تواند ۶۰ درصد از درآمدهای نفتی را محقق کند. البته این محاسبات برای سال ۱۴۰۴ انجام شده و اعداد آن مشخص است و از روی حدس و گمان نیست. می توان مردم ایران را در نعمت و رفاه اداره کرد. اگر نمی توانیم، ما در مدیریت کردن کشور مان مشکل داریم و اشکال به ما بر می گردد. بالاخره مایک در صد از جمعیت و مساحت دنیا و حداقل ۷ درصد از منابع و ذخایر دنیا را داریم. در تولید گازر تبه دوم رتبه چهارم را در تولید نفت و البته در مجموع ذخایر نفت و گاز تبه اول را در جهان داریم. در این فضا چه چیزی کم داریم، جز مدیریت؟

<div>دیدگاه</div>
<div>•••</div>

حمایت از تولید ملی و مسئله مزیت نسبی

کنند و از نردبان تنجیره ارزش جهانی تا تولید محصولات پیچیده تر بالا بروند. البته ممکن است بعضی اقتصاددانان مسئله یونانی مزیت نسبی را مطرح کنند. یعنی با گران شدن نیروی کار، مزیت نسبی در صنعت مثلا پوشاک از بین می رود و منابع به سمت دیگر بخش های دارای مزیت نسبی می رود. دو اشکال در این فرض نهفته است که در ادامه مطلب می آید.

الف: فرض جابه جایی منابع: در دوریکرد قبلی، فرض این است که حمایت نکردن دولت از صنایع نا کارآمد موجب می شود منابع به کار رفته در آن ها آزاد و در بخش های هر استان با مزیت نسبی به کار گرفته شوند. در صورتی که در واقعیت، نه کار گر ایران خودرو می تواند کدنویسی یاد بگیرد، نه کوره ذوب آهن اصفهان می تواند تبدیل به دستگاه ریسندگی شود. جابه جایی عوامل تولید بدون هزینه در بسیاری شرایط امکان پذیر نیست (البته بعضی اقتصاددان ها داعی می کنند که می توانند هزینه جابه جایی عوامل تولید را محاسبه کنند که جای بحث جداگانه دارد)، مسئله دانش ضمنی و انتقال فناوری؛ فناوری های ب: مسئله در دنیا وجود دارد که کشور های در حال توسعه می توانند با جذب و به کار گیری آن ها شاهد رشد قابل توجه اقتصادی باشند. اما چرا این کشور ها حتی وقتی پول و مهارت لازم برای خرید و به کار گیری این فناوری ها دارند، ناتوان از تولید محصول نهایی با همان قیمت و کیفیت مشابه رقیب خارجی هستند؟ موضوع در دانش ضمنی استفاده از فناوری نهفته است. برای به کار گیری با بهره وری بالای یک فناوری نیاز به زمان نسبتا طولانی آزمون و خطاست تا یاد گیری واقعی به دست آید. از همین رو است که برای بخش تلفن همراه شرکت نوک تیا، ۱۷۰ سال زمان لازم بود تا در آمریکا خود را آغاز کند.

همچنین برای صنعت خودروی کر، چندین دهه حمایت و تمرین لازم بود، تا توانمندی سازمانی برای خودروسازی رقابتی به دست آید. زمان بر بودن یادگیری استفاده از فناوری برای بنگاه ها، منطق مزیت نسبی را زیر سوال می برد. چرا که حتی اگر کشوری مزیت نسبی در یک بخش فناوری بالا داشته باشد (سرمایه و نیروی انسانی کافی را داشته باشد)، امکان انتقال و به کار گیری فوری فناوری را ندارد و در دوره یاد گیری، بنگاه ها نیاز به حمایت دولت دارند. البته این مسئله را هم باید در ذهن داشت که هر قدر مزیت نسبی دور شویم، باید هزینه بیشتری برای قاپتی شدن بپردازیم. و از این رو باید توانی بین استفاده از مزیت نسبی کشور و حرکت و رای آن ایجاد شود.

در جدول زیر سه رویکرد متفاوت در باره مسئله مزیت نسبی را مشاهده می کنید:

همان طور که در این مطلب مشاهده کردید، بر خلاف نظر بعضی افراد، بیش از یک نسخه اقتصادی در مواجهه با مزیت نسبی کشور وجود دارد. برای مطالعه بیشتر، علاقه مندان می توانند منظره دو اقتصاددان بر جسته، جاستین لین و ها جون چانگ در خصوص رویکرد کشور های در حال توسعه در قبال مزیت نسبی را در این سایت بخوانند.

https://openknowledge.worldbank.org/locale-attribute=۲۴۶۹۴/۱۰۹۸۶/handle

برزین جعفر تاش -پس از مطرح شدن شعار اسمال با عنوان حمایت از تولید ملی، بعضی افراد با تکیه بر مفهوم مزیت نسبی، سیاست حمایت از تولید را زیر سوال بردند. در واقع این افراد مدعی هستند که با توجه به منطق مزیت نسبی، حمایت دولت از بنگاه‌های تولیدی فاقد مزیت نسبی، اشتباه است. در این یادداشت پس از توضیح ساده مفهوم مزیت نسبی، در باره سه رویکرد اقتصادی متفاوت به مسئله مزیت نسبی و نسبت آن با حمایت گرایي صحبت می کنیم تا نشان دهیم که بیش از یک اقتصاد دو نسخه اقتصادی در دنیا وجود دارد!

دیوید ریکاردو اقتصاددان برجسته انگلیسی اولین بار مفهوم مزیت نسبی را در اقتصاد بین الملل مطرح کرد. طبق نظر او اگر هر کشور به کاری مشغول شود که در آن خوب است (یا کمتر بد است)، از تجارت آزاد سود می برد. به عبارت دیگر، اگر کشور ایران نیروی کار جوان و خلاق دارد، توسعه صنایع فناوری اطلاعات مناسب است نه خودروسازی. در این شرایط سیاست‌های حمایتی از تولید داخلی (در این جا صنعت خودرو) اشتباه است، چرا که احتمال موفقیت در صنایع فاقد مزیت نسبی کم است و همچنین دولت با انحراف منابع محدود کشور به این صنایع، مانع شکوفایی بخش های اقتصادی هر استان با مزیت نسبی کشور می شود.

منطق مزیت نسبی، منطق قوی و قابل قبولی است، اما با این حال، توصیه مکاتب اقتصادی مختلف در باره این موضوع بسیار متفاوت است. بیشتر منتقدان حمایت از تولید ملی، صرفا به یک رویکرد اقتصادی تکیه کرده اند و از آن به عنوان نسخه علم اقتصاد یاد می کنند! در صورتی که رویکردهای اقتصادی متفاوتی در باره مسئله مزیت نسبی وجود دارد. در ادامه مطلب با سه رویکرد متفاوت آشنا می شوید:

۱- رویکردی را که بیشتر مطرح کنندگان مزیت نسبی این روزها به آن تکیه می کنند، می توان رویکرد نئو کلاسیک اقتصاد نام نهاد. در این رویکرد، اگر دولت‌ها در اقتصاد دخالت نکنند و سیگنال های اشتباه نفرستند، نیروهای بازار به طور خود کار منابع را به سمت بخش های دارای مزیت نسبی سوق می دهند. در این حالت، وظیفه دولت صرفا بهبود فضای کسب و کار از طریق اتخاذ سیاست‌های افقی مانند حاکمیت قانون، حفظ حقوق مالکیت، شفاف سازی، مبارزه با فساد و... تعریف می شود. در این رویکرد، حمایت از یک بخش اقتصاد، مخرب تلقی می شود چرا که موجب انحراف در تخصیص بهینه منابع توسط نیروهای بازار می شود. با این منطق، اگر ایران خودرو تعطیل شود، منابع به کار گرفته شده در این صنعت (شامل کارکنان، ساختمان‌ها و ماشین‌آلات) در صنعتی دیگر (با همان	مزیت نسبی اصل	دخالت نکردن دولت، انکاب به نیروهای بازار
مزیت نسبی به عنوان یک‌الگوی کلی	مزیت نسبی اصل	دخالت دولت برای استفاده از مزیت نسبی‌های موجود و کشف مزیت‌های نسبی نهان
اقتصاد توسعه‌با نهادگرایی	مزیت‌نسبی‌به‌عنوان یک‌الگوی کلی	دخالت دولت برای حمایت از بخش‌های اقتصادی‌هم‌راستا با مزیت نسبی و همچنین بخش‌های‌ورای مزیت نسبی موجود