



جمهوری اسلامی ایران

وزارت صنعت، معدن و تجارت

آمارها و شاخص‌های بین‌المللی

موضوع: کارایی بازار کالا

(Goods market efficiency)

گزارش شماره ۲۳

هفته اول تیرماه ۱۳۹۵

معاونت طرح و برنامه

دفتر آمار و فرآوری داده‌ها

فهرست مطالب

۳.....	مقدمه	۱
۴.....	معرفی شاخص کارایی بازار کالا	۲
۶.....	معرفی مرجع	۳
۷.....	جایگاه ایران در شاخص کارایی بازار کالا	۴
۹.....	وضعیت ایران در شاخص کارایی بازار کالا در مقایسه با کشورهای منطقه	۴,۱
۱۲.....	وضعیت ایران در شاخص کارایی بازار کالا در مقایسه با کشورهای منتخب	۴,۲

۱. مقدمه

با جهانی شدن اقتصاد و گسترش پیوندهای اقتصادی کشورها با یکدیگر، آمارها، داده‌ها و شاخص‌های مقایسه‌های بین‌کشوری اهمیتی بیش از پیش یافته است. بر همین اساس برخی سازمانهای معتبر بین‌المللی اقدام به گردآوری و انتشار آمارها و شاخص‌های مقایسه‌های بین‌کشوری می‌نمایند.

اطلاع از آخرین وضعیت کشورمان در این شاخص‌ها می‌تواند نقشی به سزاء در تصمیم‌گیری‌های اقتصادی، سرمایه‌گذاران و فعالین تجاری و دیگر ذینفعان داشته باشد. لذا در جهت انتشار مستمر و فراگیر اینگونه آمارها و شاخص‌ها در کشور، وزارت صنعت، معدن و تجارت وظیفه خود می‌داند با انتشار گزارش‌هایی از آمارها و شاخص‌های یاد شده ضمن کمک در راستای فراهم آوردن شفافیت در فضای کلان اقتصادی کشور، دسترسی فعالان اقتصادی را به اینگونه نیازها تسهیل می‌نماید. در همین راستا، معاونت طرح و برنامه با هدف شناسایی و باز نشر اقلام آماری و شاخص‌های مهم اقتصادی مرتبط با بخش صنعت، معدن و تجارت، تهیه گزارش «آمارها و شاخص‌های بین‌المللی» را در دستورکار خود قرار داده است. این گزارش که بصورت ادواری منتشر خواهد شد، شامل آمار و اقلام پایگاه‌های اطلاعاتی معتبر بین‌المللی بوده و فارغ از هرگونه تحلیل تخصصی، صرفاً در قالب آمارهای توصیفی ارائه می‌شود. انتظار می‌رود که این آمارها بصورت نقادانه مورد بحث، بررسی و تحلیل‌های تخصصی (کارشناسانه) قرار گیرد. این سلسله گزارش‌ها از طریق پورتال وزارتخانه نیز قابل بهره‌برداری می‌باشد.

امید است این سری گزارش‌ها زمینه بهبود تصمیمات و سیاستگذاری مرتبط با فضای کسب کار را فراهم سازد. همکاران محترم می‌توانند نظرات خود در زمینه موضوعات گزارش و ساختار آن را به دفتر آمار و فرآوری داده‌ها ارائه نمایند.

۲. معرفی شاخص کارایی بازار کالا^۱

گزارش سالانه مجمع جهانی اقتصاد در خصوص رقابت‌پذیری کشورهای جهان (Global Competitiveness Report) در واقع ارزیابی بیش از ۱۱۰ متغیر در ۱۲ رکن، بین کشورهای مختلف می‌باشد. این متغیرهای دوازده گانه که به آنها رکن اطلاق شده، تحت سه محور زیرساختهای پایه، افزایش کارایی و نوآوری و پیچیدگی به ترتیب زیر قرار می‌گیرند:

- نهادها، زیرساختها، محیط اقتصاد کلان، بهداشت و آموزش ابتدایی؛
 - آموزش عالی و حرفه‌ای، کارایی بازار کالا، و کارایی بازار کار، توسعه بازار مالی، آمادگی فناوری و اندازه بازار؛
 - پیشرفته بودن بنگاه‌های تجاری و نوآوری؛
- شایان ذکر است هر چقدر یک اقتصاد پیشرفته‌تر می‌شود، اقتصاد مبتنی بر منابع، تحت محور "یک" به سمت اقتصاد مبتنی بر کارایی و نوآوری در محورهای "دو" و "سه" حرکت می‌کند.
- همانطور که ذکر شد در نظام‌های اقتصادی کارایی محور، عوامل مؤثر بر افزایش کارایی نظیر آموزش عالی و حرفه‌ای، کارایی بازار کالا، کارایی بازار نیروی کار، توسعه بازارهای مالی، آمادگی فناوری و اندازه بازار، مورد ارزیابی قرار می‌گیرد. در این گزارش "کارایی بازار کالا" مورد بررسی قرار می‌گیرد.
- کشورها در صورت برخورداری از کارایی در بازار کالا، ترکیب مناسبی از کالا و خدمات را تولید می‌نمایند که این وضعیت سبب تعادل نسبی عرضه و تقاضای کالا و خدمات خواهد شد.
- به اعتقاد مجمع جهانی اقتصاد برای حرکت به سمت کارایی در بازار کالا، لازم است بنگاه‌های اقتصادی از طریق ارتقای بهره‌وری به بهبود سهم خود از بازار داخلی و خارجی بپردازند. در این صورت بنگاه‌ها کالایی را تولید می‌کنند که متناسب با نیاز بازار بوده و همین امر سبب پیشرفت بیشتر این شرکت‌ها می‌شود.
- علاوه بر این باید توجه داشت به دلایل فرهنگی یا تاریخی ممکن است در برخی کشورها انتظارات مشتریان سختگیرانه‌تر از دیگر کشورها باشد. این امر از طریق وادار نمودن بنگاه‌ها به نوآوری و مشتری مداری بیشتر سبب کسب مزیت رقابتی بنگاه‌های مذکور خواهد شد.

^۱ Goods market efficiency

جهت اندازه گیری کارایی بازار کالا از ۱۶ زیر شاخص به انضمام سوالات زیر استفاده شده است.

جدول ۱. شاخص های کارایی بازار کالا و اجزای آن

ردیف	عنوان شاخص	توضیح شاخص (سوالاتی که بر مبنای آن مولفه ها اندازه گیری می شوند)
۱	شدت رقابت داخلی (Intensity of local competition)	در کشور شما، تا چه اندازه رقابت در بازار های داخلی وجود دارد؟
۲	وجود بنگاه های مسلط بر بازار (Extent of market dominance)	آیا شما در کشورتان تعیین کننده فعالیت شرکت های خود هستید؟
۳	اثربخشی سیاست های ضد انحصاری (Effectiveness of anti-monopoly policy)	در کشور شما، تا چه حد سیاست های ضد انحصاری در تضمین رقابت عادلانه، کارآمدند؟
۴	تاثیر مالیات بر انگیزه های سرمایه گذاری (Effect of taxation on incentives to invest)	در کشور شما، تا چه اندازه مالیاتها انگیزه سرمایه گذاری را کاهش می دهد؟
۵	نرخ مالیات کل، درصد از سود (Total tax rate, % profits)	این متغیر ترکیبی است از سود مالیات، مالیات نیروی کار و اعانه، و دیگر مالیات ها (% سود)
۶	تعداد مراحل و رویه های لازم جهت شروع کسب و کار (No. procedures to start a business)	تعداد فرآیند های مورد نیاز برای شروع یک کسب و کار
۷	تعداد روز لازم برای شروع کسب و کار (No. days to start a business)	تعداد روزهای مورد نیاز برای شروع کسب و کار
۸	هزینه های سیاست گذاری در حوزه کشاورزی (Agricultural policy costs)	سیاست های کشاورزی را در کشورتان چگونه تعیین و ارزیابی می کنید؟
۹	میزان رواج موانع تجاری (Prevalence of trade barriers)	در کشور شما، موانع غیر تعرفه ای (استانداردهای سلامت و تولید، ملزومات فنی و برجسب و غیره) تا چه اندازه توانایی واردات کالا برای رقابت در بازار داخلی را محدود می کند؟

ادامه جدول ۱. شاخص های کارایی بازار کالا و اجزای آن

ردیف	عنوان شاخص	توضیح شاخص (سوالاتی که بر مبنای آن مولفه ها اندازه گیری می شوند)
۱۰	تعرفه های تجاری، درصد عوارض گمرکی (Trade tariffs, % duty)	متوسط نرخ عوارض گمرکی
۱۱	میزان رواج مالکیت خارجی (Prevalence of foreign ownership)	در کشور شما، مالکیت خارجی شرکت ها چگونه است؟
۱۲	اثر قوانین حوزه کسب و کار بر سرمایه گذاری مستقیم خارجی (Business impact of rules on FDI)	در کشور شما، قوانین و مقررات چگونه سرمایه گذاری مستقیم خارجی را محدود می نمایند؟
۱۳	پیچیدگی تشریفات گمرکی (Burden of customs procedures)	در کشور شما، فرآیند تشریفات گمرکی (ورود و خروج کالاها) تا چه حد کارآمد هستند؟
۱۴	نسبت واردات به تولید ناخالص داخلی (Imports as a percentage of GDP)	واردات کالا و خدمات به عنوان درصدی از تولید ناخالص داخلی
۱۵	میزان مشتری مداری بنگاه ها (Degree of customer orientation)	چه اندازه شرکت ها در کشورتان با مشتریان خوب رفتار می کنند؟
۱۶	میزان آگاهی و پیچیدگی خریداران (Buyer sophistication)	در کشور شما، بر چه اساسی خریداران، تصمیم به خرید می گیرند؟

۳. معرفی مرجع

آمارهای مورد استفاده در این گزارش، توسط مجمع جهانی اقتصاد تهیه و به صورت سالیانه منتشر میشود. کلیه جداول این گزارش از سایت این سازمان به آدرس <http://www.weforum.org> استخراج شده و دسترسی به اطلاعات از طریق مراجعه به سایت برای عموم امکان پذیر است.

۴. جایگاه ایران در شاخص کارایی بازار کالا

بررسی روند تغییرات رتبه ایران در این شاخص طی سالهای ۲۰۱۰ لغایت ۲۰۱۵ نشان می‌دهد، رتبه ایران بین ۹۸ تا ۱۲۰ در نوسان بوده و رتبه ۹۸ به عنوان بهترین رتبه در سال های ۲۰۱۰ و ۲۰۱۲ و رتبه ۱۲۰ به عنوان بدترین رتبه در سال ۲۰۱۴ کسب شده است. در سال ۲۰۱۵ بهبودی چشم‌گیری در این شاخص رخ داده و با ۱۱ رتبه بهبودی نسبت به سال قبل از آن، رتبه کشورمان به ۱۰۹ رسیده است. در میان زیر شاخص‌های ۱۶ گانه کارایی بازار کالا و در سال ۲۰۱۵ بهترین وضعیت مربوط به زیرشاخص "اثر بخشی سیاستهای ضد انحصاری" بوده که رتبه ۴۶ کسب شده است و مبین موفقیت دولت در اجرای سیاستهای ضد انحصاری بوده است. از سوی دیگر در زیر شاخص‌های "تعرفه‌های تجاری" و "میزان رواج مالکیت خارجی" با کسب رتبه ۱۴۰ (آخرین رتبه در میان کشورها) نامناسب‌ترین زیرشاخص را نشان می‌دهد، به نظر می‌رسد با رفع تحریم و رفع موانع غیر تعرفه‌ای فضای مناسب‌تری برای حضور سرمایه‌گذاری خارجی و رفع موانع تجاری فراهم شده و لذا در سال- های آتی انتظار می‌رود رتبه بهتری کسب شود. اگرچه با توجه به رتبه ایران در زیرشاخص " اثر قوانین بر سرمایه گذاری خارجی " که در میان ۱۴۰ کشور، رتبه ۱۳۵ کسب شده، لزوم اصلاحات نهادی و قانونی برای ایجاد جاذبه کافی برای سرمایه‌گذاران خارجی ضروری می‌باشد.

جدول ۱. رتبه ایران در کارایی بازار کالا طی دوره ۲۰۱۰ لغایت ۲۰۱۵

رتبه	شاخص و زیر شاخص های کارایی بازار کالا	سال ۲۰۱۰ (از ۱۳۹ کشور)	سال ۲۰۱۱ (از ۱۴۲ کشور)	سال ۲۰۱۲ (از ۱۴۴ کشور)	سال ۲۰۱۳ (از ۱۴۸ کشور)	سال ۲۰۱۴ (از ۱۴۴ کشور)	سال ۲۰۱۵ (از ۱۴۰ کشور)
	کارایی بازار کالا	۹۸	۱۰۳	۹۸	۱۱۰	۱۲۰	۱۰۹
۱	شدت رقابت داخلی	۱۱۲	۱۰۶	۱۰۶	۱۲۱	۱۱۹	۱۲۱
۲	وجود بنگاه های مسلط بر بازار	۵۴	۴۹	۴۷	۶۷	۷۲	۷۵
۳	اثر بخشی سیاست های ضد انحصاری	۵۹	۷۳	۶۰	۷۳	۸۳	۴۶
۴	تاثیر مالیات بر انگیزه های سرمایه گذاری	۷۲	۷۳	۷۱	۹۵	۸۵	۸۴
۵	نرخ مالیات کل (بر اساس درصد از سود)	۸۰	۸۶	۹۳	۹۸	۹۷	۹۶
۶	تعداد مراحل و رویه های لازم جهت شروع کسب و کار	۵۷	۳۴	۴۷	۷۴	۹۳	۵۷
۷	تعداد روزهای مورد نیاز برای شروع کسب و کار	۳۰	۲۸	۳۴	۶۳	۷۹	۶۸
۸	هزینه های ناشی از سیاست گذاری در حوزه کشاورزی	۶۰	۸۲	۱۰۲	۱۱۴	۱۱۱	۱۰۴
۹	میزان رواج موانع تجاری	۱۳۵	۱۳۷	۱۲۵	۱۱۳	۱۲۳	۹۹
۱۰	تعرفه های تجاری (بر اساس درصد از عوارض گمرکی)	۱۳۵	۱۴۰	۱۳۹	۱۴۷	۱۴۴	۱۴۰
۱۱	میزان رواج مالکیت خارجی	۱۳۹	۱۴۱	۱۴۴	۱۴۸	۱۴۴	۱۴۰
۱۲	اثر قوانین بر سرمایه گذاری خارجی	۱۲۹	۱۲۸	۱۲۷	۱۳۶	۱۳۴	۱۳۵
۱۳	پیچیدگی تشریفات گمرکی	۱۱۴	۱۰۴	۱۰۰	۱۰۳	۱۱۶	۱۱۷
۱۴	نسبت واردات به تولید ناخالص داخلی	۱۳۴	۱۳۳	۱۳۷	۱۴۷	۱۴۲	۱۳۷
۱۵	میزان مشتری مداری بنگاه ها	۱۱۴	۱۱۵	۱۱۴	۱۲۲	۱۱۹	۱۱۶
۱۶	میزان آگاهی و پیچیدگی خریداران	۶۴	۵۸	۴۸	۵۶	۵۸	۵۰

۴.۱. وضعیت ایران در شاخص کارایی بازار کالا در مقایسه با کشورهای منطقه

جدول ۲. رتبه ایران و کشورهای منطقه در شاخص کارایی بازار کالا طی دوره ۲۰۱۰ تا لغایت ۲۰۱۵

سال ۲۰۱۵ (از ۱۴۰ کشور)	سال ۲۰۱۴ (از ۱۴۴ کشور)	سال ۲۰۱۳ (از ۱۴۸ کشور)	سال ۲۰۱۲ (از ۱۴۴ کشور)	سال ۲۰۱۱ (از ۱۴۲ کشور)	سال ۲۰۱۰ (از ۱۳۹ کشور)	کشورهای منطقه	ردیف
۳	۳	۴	۵	۱۰	۶	امارات	۱
۵	۴	۳	۱۰	۱۷	۱۲	قطر	۲
۱۸	۲۱	۱۹	۱۶	۶	۹	بحرین	۳
۲۹	۳۵	۲۷	۱۴	۴	۱۰	عربستان	۴
۳۹	۴۰	۳۹	۴۴	۵۴	۴۶	اردن	۵
۴۵	۴۳	۴۳	۳۸	۴۷	۵۹	ترکیه	۶
۴۸	۶۰	۶۷	۸۲	۷۴	۶۴	گرجستان	۷
۴۹	۵۴	۵۶	۷۱	۸۷	۸۶	قزاقستان	۸
۵۰	۶۴	۵۸	۷۲	۱۰۸	۱۱۳	ارمنستان	۹
۵۲	۲۸	۱۸	۲۵	۲۳	۲۵	عمان	۱۰
۵۶	۷۱	۵۱	۳۶	۳۵	۴۲	لبنان	۱۱
۵۷	۷۹	۶۸	۴۳	۳۳	۳۷	فلسطین اشغالی	۱۲
۶۶	۷۲	۷۱	۶۰	۷۹	۹۳	آذربایجان	۱۳
۸۱	۷۷	۱۱۶	۱۲۳	۱۱۹	۱۲۱	قرقیزستان	۱۴
۹۶	۱۱۴	Na	۹۶	۱۱۷	۱۲۸	تاجیکستان	۱۵
۹۸	۱۰۶	۹۰	۹۰	۵۳	۵۴	کویت	۱۶
۱۰۹	۱۲۰	۱۱۰	۹۸	۱۰۳	۹۸	ایران	۱۷
۱۱۵	۱۱۸	۱۱۹	۱۲۵	۱۱۸	۹۰	مصر	۱۸
۱۱۶	۱۰۰	۱۰۳	۹۷	۹۳	۹۱	پاکستان	۱۹

جدول ۳. رتبه ایران و کشورهای منطقه در زیر شاخص‌های کارایی بازار کالا در سال ۲۰۱۵

ردیف	کشورهای منطقه	شدت رقابت داخلی	وجود بنگاه‌های مسلط بر بازار	اثربخشی سیاست‌های ضد انحصاری	تاثیر مالیات بر الگیزه‌های سرمایه‌گذاری	نرخ مالیات کل	تعداد مراحل و رویه‌های لازم جهت شروع کسب و کار	تعداد روزهای مورد نیاز برای شروع کسب و کار	هزینه‌های ناشی از سیاست‌گذاری در حوزه کشاورزی
۱	امارات	۸	۹	۷	۲	۷	۵۷	۴۲	۵
۲	قطر	۲۵	۷	۶	۳	۲	۹۳	۴۹	۲
۳	بحرین	۴۷	۴۰	۲۴	۱	۴	۷۶	۵۰	۳۴
۴	عربستان	۴۰	۲۳	۲۷	۱۲	۶	۱۰۴	۱۰۰	۱۷
۵	اردن	۵۷	۲۷	۳۱	۵۹	۳۳	۷۶	۶۸	۴۷
۶	ترکیه	۱۰	۴۴	۳۴	۷۷	۸۲	۷۶	۳۶	۸۷
۷	گرجستان	۹۱	۸۸	۱۱۶	۱۳	۹	۳	۲	۷۲
۸	قزاقستان	۹۴	۵۷	۶۸	۲۸	۳۱	۵۷	۵۳	۷۰
۹	ارمنستان	۸۵	۷۹	۸۸	۷۶	۱۳	۳	۸	۸۱
۱۰	عمان	۹۵	۱۲۳	۹۰	۶	۱۹	۳۸	۴۰	۳۸
۱۱	لبنان	۳۴	۵۸	۱۱۸	۴۴	۳۸	۳۸	۵۰	۱۴۰
۱۲	فلسطین اشغالی	۱۱۶	۱۳۳	۸۱	۴۱	۳۹	۳۸	۷۴	۴۸
۱۳	آذربایجان	۱۲۰	۸۵	۱۱۳	۷۴	۷۹	۹	۱۸	۸۵
۱۴	قرقیزستان	۱۱۵	۱۰۱	۱۱۵	۸۷	۳۳	۳	۴۲	۱۱۷
۱۵	تاجیکستان	۱۰۷	۶۵	۷۹	۱۰۴	۱۳۸	۲۲	۱۲۶	۳۴
۱۶	کویت	۶۹	۱۰۷	۱۲۶	۲۲	۳	۱۳۰	۱۱۶	۱۳۵
۱۷	ایران	۱۲۱	۷۵	۴۶	۸۴	۹۶	۵۷	۶۸	۱۰۴
۱۸	مصر	۱۲۸	۹۹	۹۲	۹۰	۹۸	۷۶	۴۲	۱۲۹
۱۹	پاکستان	۹۸	۱۱۰	۱۰۶	۶۶	۵۰	۱۱۶	۹۴	۱۰۳

ادامه جدول ۴: رتبه ایران و کشورهای منطقه در زیر شاخص های کارایی بازار کالا در سال ۲۰۱۵

رتبه	کشورهای منطقه	میزان رواج موانع تجاری	تعرفه های تجاری	رواج مالکیت خارجی	اثر قوانین بر سرمایه گذاری خارجی	پیچیدگی تشریفات گمرکی	نسبت واردات به تولید ناخالص داخلی	میزان مشتری مداری بنگاه ها	میزان آگاهی و پیچیدگی نیاز خریداران
۱	امارات	۲	۵۸	۱۰	۷	۴	۱۹	۸	۱۲
۲	قطر	۲۳	۵۹	۴۲	۱۶	۱۰	۱۱۲	۶	۱
۳	بحرین	۱۳	۵۷	۱۸	۸	۲۷	۶۶	۳۷	۲۹
۴	عربستان	۵۱	۶۱	۱۰۷	۱۰۷	۴۷	۱۱۸	۶۶	۳۶
۵	اردن	۹۶	۸۹	۷۱	۸۳	۴۶	۲۵	۵۷	۴۲
۶	ترکیه	۴۲	۷۲	۹۴	۶۲	۸۲	۱۰۰	۳۶	۵۷
۷	گرجستان	۶	۴	۱۰۶	۲۱	۹	۴۰	۱۱۴	۱۰۴
۸	قزاقستان	۴۵	۷۳	۹۷	۸۵	۵۵	۱۲۶	۶۹	۳۱
۹	ارمنستان	۵۴	۴۵	۱۰۱	۱۰۹	۱۰۵	۴۴	۶۰	۷۲
۱۰	عمان	۵۹	۵۶	۱۰۵	۸۰	۵۰	۵۵	۹۱	۸۹
۱۱	لبنان	۷۵	۶۹	۱۱۰	۹۱	۱۲۹	۳۱	۵۰	۵۳
۱۲	فلسطین اشغالی	۵۵	۴۶	۴۱	۵۴	۵۲	۱۰۶	۷۶	۲۷
۱۳	آذربایجان	۶۰	۸۸	۱۱۱	۸۹	۱۲۲	۱۲۵	۷۰	۲۵
۱۴	قرقیزستان	۷۷	۱۱۶	۱۰۹	۱۰۶	۹۷	۸	۸۷	۵۹
۱۵	تاجیکستان	۱۱۲	۷۵	۱۲۱	۱۱۴	۷۳	۴۸	۷۷	۴۰
۱۶	کویت	۱۰۴	۶۰	۱۳۶	۱۳۷	۱۰۲	۱۱۰	۸۵	۵۸
۱۷	ایران	۹۹	۱۴۰	۱۴۰	۱۳۵	۱۱۷	۱۳۷	۱۱۶	۵۰
۱۸	مصر	۱۰۵	۱۳۲	۱۲۵	۱۱۳	۸۰	۱۱۹	۴۶	۱۲۱
۱۹	پاکستان	۱۰۶	۱۳۷	۱۱۶	۱۱۱	۱۱۱	۱۳۲	۱۰۶	۷۸

۴,۲. وضعیت ایران در شاخص کارایی بازار کالا در مقایسه با کشورهای منتخب

برای ارائه تصویری دقیق‌تر از جایگاه کشورمان در شاخص کارایی بازار کالا در جدول ۵ و ۶ رتبه کشورمان در این شاخص با برخی کشورهای پیشرفته صنعتی و کشورهای تازه صنعتی شده مورد مقایسه قرار گرفته است.

جدول ۵. رتبه ایران و کشورهای منتخب در شاخص کارایی بازار کالا طی دوره ۲۰۱۰ تا لغایت ۲۰۱۵

رتبه	کشورهای منتخب	سال ۲۰۱۰ (از ۱۳۹ کشور)	سال ۲۰۱۱ (از ۱۴۲ کشور)	سال ۲۰۱۲ (از ۱۴۴ کشور)	سال ۲۰۱۳ (از ۱۴۸ کشور)	سال ۲۰۱۴ (از ۱۴۴ کشور)	سال ۲۰۱۵ (از ۱۴۰ کشور)
۱	مالزی	۲۷	۱۵	۱۱	۱۰	۷	۶
۲	ژاپن	۱۷	۱۸	۲۰	۱۶	۱۲	۱۱
۳	آمریکا	۲۶	۲۴	۲۳	۲۰	۱۶	۱۶
۴	آلمان	۲۱	۲۶	۲۱	۲۱	۱۹	۲۳
۵	کره جنوبی	۳۸	۳۷	۲۹	۳۳	۳۳	۲۶
۶	فرانسه	۳۲	۳۸	۴۶	۴۵	۴۶	۳۵
۷	چین	۴۳	۴۵	۵۹	۶۱	۵۶	۵۸
۸	ایتالیا	۶۸	۵۹	۶۵	۸۷	۷۳	۷۱
۹	هندوستان	۷۱	۷۰	۷۵	۸۵	۹۵	۹۱
۱۰	روسیه	۱۲۳	۱۲۸	۱۳۴	۱۲۶	۹۹	۹۲
۱۱	ایران	۹۸	۱۰۳	۹۸	۱۱۰	۱۲۰	۱۰۹

ضمناً در طی سالهای ۲۰۱۰ تا ۲۰۱۵ کشور سنگاپور رتبه اول کارایی بازار کالا را در بین کشورهای مورد مطالعه کسب نموده است.

جدول ۶. رتبه ایران و کشورهای منتخب در زیر شاخص‌های کارایی بازار کالا در سال ۲۰۱۵

رتبه	کشورهای منتخب	شدت رقابت داخلی	وجود بنگاه‌های مسلط بر بازار	انحصاری	اثربخشی سیاست‌های ضد	تاثیر مالیات بر انگیزه‌های سرمایه‌گذاری	نرخ مالیات کل	تعداد مراحل و رویه‌های لازم جهت شروع کسب و کار	تعداد روزهای مورد نیاز برای شروع کسب و کار	هزینه‌های ناشی از سیاست‌گذاری در حوزه کشاورزی
۱	مالزی	۳۷	۱۲	۱۸	۱۰	۷۶	۹	۲۴	۴	
۲	ژاپن	۱	۲	۳	۴۹	۱۱۴	۹۳	۵۸	۱۲۰	
۳	آمریکا	۴	۱۱	۱۰	۳۵	۹۵	۵۷	۲۷	۲۵	
۴	آلمان	۷	۳	۱۴	۵۴	۱۰۷	۱۰۴	۸۲	۲۷	
۵	کره جنوبی	۱۳	۹۷	۳۳	۷۸	۴۸	۹	۱۰	۶۹	
۶	فرانسه	۲۹	۲۴	۱۷	۱۲۲	۱۳۲	۳۸	۱۴	۴۲	
۷	چین	۳۶	۲۸	۳۶	۵۰	۱۲۸	۱۲۳	۱۱۷	۱۶	
۸	ایتالیا	۵۳	۱۴	۷۸	۱۴۰	۱۲۹	۳۸	۱۸	۹۶	
۹	هندوستان	۱۰۱	۴۱	۴۱	۳۸	۱۲۳	۱۲۹	۱۱۰	۵۳	
۱۰	روسیه	۷۷	۶۹	۸۳	۱۱۱	۱۰۹	۳۷	۶۵	۱۲۳	
۱۱	ایران	۱۲۱	۷۵	۴۶	۸۴	۹۶	۵۷	۶۸	۱۰۴	

ادامه جدول ۶. رتبه ایران و کشورهای منتخب در زیر شاخص‌های کارایی بازار کالا
در سال ۲۰۱۵

ردیف	کشورهای منتخب	میزان رواج موانع تجاری	تعرفه های تجاری	رواج مالکیت خارجی	اثر قوانین بر سرمایه گذاری خارجی	پیچیدگی تشریفات گمرکی	نسبت واردات به تولید ناخالص داخلی	میزان مشتری مداری بنگاه ها	میزان آگاهی و پیچیدگی نیاز خریداران
۱	مالزی	۹	۶۳	۳۰	۱۸	۱۸	۲۴	۱۴	۴
۲	ژاپن	۱۱۵	۳۶	۲۲	۴۶	۲۴	۱۳۳	۱	۲
۳	آمریکا	۵۲	۳۳	۴۰	۵۳	۳۰	۱۳۶	۱۵	۱۴
۴	آلمان	۶۴	۵	۴۸	۴۲	۳۳	۸۷	۲۷	۲۲
۵	کره جنوبی	۹۷	۸۵	۹۲	۹۸	۴۳	۷۴	۲۵	۸
۶	فرانسه	۷۶	۵	۱۹	۷۰	۳۱	۱۰۲	۳۴	۳۰
۷	چین	۷۸	۱۱۷	۷۴	۶۱	۵۶	۱۳۱	۶۸	۲۱
۸	ایتالیا	۴۸	۵	۱۱۵	۱۲۰	۶۸	۱۲۲	۴۳	۴۷
۹	هندوستان	۸۲	۱۲۴	۹۶	۹۲	۵۴	۱۱۶	۹۷	۲۶
۱۰	روسیه	۱۰۸	۷۶	۱۲۳	۱۱۶	۸۸	۱۳۰	۸۴	۳۸
۱۱	ایران	۹۹	۱۴۰	۱۴۰	۱۳۵	۱۱۷	۱۳۷	۱۱۶	۵۰