

# مقایسه بین‌المللی مزیت نسبی پویا در تجارت منسوجات و پوشاک: برآوردها و دلالت‌ها\*

مختار الودود

ترجمه فاطمه مهدی پور تملی

(فوق لیسانس اقتصاد)

در ژاپن نیز فرایند صنعتی شدن به کمک صنعت نساجی آغاز شد. امروزه صنعت منسوجات و پوشاک برای بسیاری از کشورهای در حال توسعه، کلیدی برای دستیابی به راه‌های صنعتی شدن پایدار است.

طی ۴۰ سال گذشته بسط نظری و مفاهیم مزیت نسبی پویا، یکی از مهمترین دستاوردها در حیطه اقتصاد بین‌الملل بوده است که بدنبال نظریات مزیت نسبی ایستای ریکاردو (۱۸۲۳-۱۷۷۲)، و مطالعات هکشر (۱۹۱۹) و اوهلین (۱۹۳۳) انجام شده است. الگوهای سیکل تولید نیز سهم قابل توجهی برای توضیح عملکرد مزیت نسبی پویا در ادبیات موضوع داشته‌اند.

در خلال ۳ تا ۴ دهه اخیر، منسوجات و پوشاک از جمله معهود کالاهای قابل مبادله بوده‌اند که تحت ضوابط سخت و سخت حمایتی محدودیت‌های کمی ترتیبات ایفای چندگانه قرار داشته‌اند. به رغم وجود این حمایت‌ها، بسیاری از کشورهای در حال توسعه به موفقیت‌های قابل توجهی در افزایش صادرات خویش نائل شده‌اند، و تغییر جهت مداوم مزیت نسبی به جهان در حال توسعه، بر نگرانی کشورهای توسعه یافته با درآمد بالا در رابطه با پایداری این صنایع افزوده است. اما لازم است در رابطه با میزان واقعی تغییر جهت مزیت نسبی، تحلیل دقیق و سنجیده‌تری انجام شود و انحراف احتمالی در تعیین پتانسیل‌های تجاری برای کشورهای مختلف محاسبه شود.

تا زمان طرح نظریه بالاسا (۱۹۶۵)، اقتصاددان‌ها برای مدت طولانی با مشکلات مربوط به اندازه‌گیری مزیت نسبی پویا مواجه بودند. (۳) در دهه‌های بعد، مطالعات تجربی بسیاری با استفاده از روش RCA بالاسا انجام شد که تمرکز برخی از آن‌ها بر تحلیل‌های درون-کشوری و مقایسه زیربخش‌هایی بود که بیشتر مشابه کارهای اولیه بالاسا بودند (آریویچ، ۱۹۷۹؛ لی، ۱۹۹۵؛ مدویک، ۱۹۹۴). سایر مطالعات نیز همین رهیافت را در مقایسه‌های بین‌المللی یا بین

کشوری مورد استفاده قرار دادند (صدری، ۱۹۸۳؛ پیترسون، ۱۹۸۸؛ یتس، ۱۹۹۱). پیگاتو و سایرین (۱۹۹۷) تلاش کردند تا اهمیت صنعت منسوجات و پوشاک در کشورهای جنوب آسیا را از طریق محاسبه شاخص‌های RCA پویا برای منسوجات دوازده کشور جنوب و شرق آسیا نشان دهند. ما در این مقاله گروه گسترده‌تری از کشورها - که مشتمل بر هر دو گروه کشورهای در حال توسعه و توسعه یافته می‌باشد - را به منظور مقایسه تحولات مربوط به مزیت نسبی در سطح جهان بکار گرفته‌ایم. گروه کشورهای توسعه یافته شامل ژاپن، کشورهای صنعتی با درآمد بالا در اروپا و آمریکای شمالی هستند. ما این کشورها را با منتخبی از کشورهای در حال توسعه آسیا که

این مقاله، مزیت نسبی پویا در تجارت منسوجات بر مبنای روش مزیت نسبی آشکار شده RCA بالاسا (۱۹۶۵) را در سطح بین‌المللی مورد مقایسه قرار می‌دهد. صنایع نساجی و پوشاک به لحاظ تاریخی نقشی کلیدی در مراحل اولیه توسعه بسیاری از غول‌های صنعتی امروز ایفاء کرده‌اند که این حقیقت بیشتر در تحلیل‌های روستو و در نظریه مراحل رشد اقتصادی وی منعکس شده است. در خلال سه دهه گذشته، به رغم بکارگیری و اجرای رویه‌های حمایتی مانند «ترتیبات ایفای چندگانه»،<sup>(۱)</sup> دغدغه‌های مربوط به مزیت نسبی در تجارت منسوجات، از کشورهای توسعه یافته به کشورهای در حال توسعه تغییر جهت داده است. این مقاله به برآورد مزیت نسبی پویا برای شماری از کشورها با توجه به سهم‌های صادراتی آن‌ها می‌پردازد. بر اساس روش شناسی بکار گرفته شده، شاخص RCA برای تعدادی از کشورهای در حال توسعه و توسعه یافته محاسبه و رتبه آن‌ها نسبت به هم مشخص شده است. RCA برآورد شده نشان می‌دهد در حالی که عملکرد صادراتی کشورهای در حال توسعه شواهد قاطعی دال بر وجود مزیت نسبی را بدست می‌دهد، اما برخی از کشورهای توسعه یافته با درآمد بالا نیز مزیت نسبی خود را در طول زمان بدست آورده، و یا آن را حفظ کرده‌اند. ما در هر دو بخش منسوجات و پوشاک سطوح درآمدی هر کشور را با شاخص‌های RCA مقایسه کرده‌ایم و به ضریب همبستگی منفی‌ای دست یافته‌ایم که از نظر آماری معنی‌دار است. یافته‌های مقاله برای سیاست‌گذاری‌های آینده سودمند است چرا که تجارت منسوجات، به همت و یاری سازمان تجارت جهانی (WTO) مراحل اساسی

آزادسازی را پشت سر می‌گذارد و قرار است حذف کامل موانعی از قبیل «ترتیبات ایفای چندگانه» از سال ۲۰۰۵ به اجرا گذاشته شود.

## ۱- مقدمه

روستو (۱۹۶۰)<sup>(۲)</sup> در نظریه مراحل رشد به صراحت تأکید می‌کند که دور اول صنعتی شدن در انگلستان طی دوره زمانی ۱۸۷۳-۱۷۸۳ به رهبری صنایع نساجی صورت گرفت و صنعتی شدن ایالات متحده آمریکا همگام با جهشی که در منسوجات پنبه‌ای در منطقه نیوانگلند اتفاق افتاد، صورت پذیرفت. روستو در ارتباط با فرایند صنعتی شدن ژاپن که طی دهه ۱۸۸۰ آغاز شد نیز نظر مشابهی داشت و معتقد بود که



بخش دوم مقاله چارچوب نظری مزیت نسبی آشکار شده بالاسا را مطرح می کند و تحلیل ها و نتایج تجربی در بخش (۳) خواهد آمد. پس از آن، خلاصه ای از نتایج، ارائه می شود و موضوعاتی که در ادامه این تحقیق می توانند مورد بررسی قرار گیرند، مطرح می شوند.

## ۲- مزیت نسبی آشکار شده بالاسا

بالاسا (۱۹۶۵) معتقد بود هنگام اعمال سیاست های حمایتی (به صورت تعرفه و موانع مقداری، که عموماً توسط دولت ها مورد استفاده قرار می گیرد) الگوی تجارت کالایی، منعکس کننده تفاوت های بین کشوری بر حسب هزینه های نسبی و عوامل غیر قیمتی است. او بر این باور بود که تفاوت در هزینه های نسبی و عوامل غیر قیمتی در الگوی تجاری بخش صنعت منعکس می شود و انتظار می رود که عوامل فوق، مزیت نسبی کشورهای طرف تجارت را «آشکار» کند. در دنیای صنعتی، متغیرهای غیر قیمتی نظیر تفاوت های کیفی، رضایتمندی، ارائه خدمات، فراهم آوردن امکانات تعمیرات، و تفاوت در وزن ها و ضرایب همگی آثار معنی داری را بر الگوی تجارت بین الملل تحمیل می کنند. بالاسا اعتقاد دارد که با توجه به تفاوت در هزینه های فرصت کشورها در تولید و تجارت تخصص یافته و ماهیت این تخصص گرایی به گونه ای خواهد بود که ساختار صادرات هر کشور بوسیله کالایی مشخص می شود که دارای مزیت نسبی بالاتری در آن باشد. بنابراین با فرض اینکه سلیقه ها و عوارض یکسان و هماهنگی در تک تک صنایع یک کشور حاکم است در این صورت مزیت نسبی در ساختار صادرات و همچنین نسبت صادرات - واردات منعکس می شود. اما این فروض غیر واقعی است چرا که در کشورهای مختلف و در صنایع متفاوت هر کشور؛ سلیقه های متفاوت و نرخ های حمایت گوناگونی برقرار است و این امر بالاخص در رابطه با صنعت نساجی صلق می کند. علاوه بر این، در شرایطی که صادرکنندگان با تعرفه مواجه هستند می توان مزیت نسبی آشکار شده را به شکل کارآمدتری از طریق ساختار صادراتی کشورها مطرح کرد. بالاسا صادرات صنعتی یک کشور را از طریق مقایسه سهم نسبی<sup>(۴)</sup> آن کشور در صادرات کالای خاصی در یک منطقه خاص، و همچنین از طریق اندازه گیری تغییرات پویا در سهم های نسبی مذکور مورد بررسی قرار داد. با نرمال سازی، سهم های نسبی، به صورت سهم کشور در صادرات کالایی ز/نسبت به سهم کشور در صادرات تمامی کالاها، مثلاً کالاهای صنعتی بیان می شود. این مطلب را می توان در قالب فرمول زیر مطرح کرد:

$$\frac{X_{ij}}{X_{rj}} / \frac{X_{iT}}{X_{rT}} = \frac{x_{ij}}{x_i} \quad (1)$$

در حالی که Xها معرف صادرات و xها سهم های نسبی هستند.  $i, j, z, T$  به ترتیب نشان دهنده آمین کشور، زمین کالا، کل هر منطقه یا گروه کشورها، و کل صنعت است. بالاسا ادعا داشت که سهم نسبی صادرات یک کالای خاص برای یک کشور بر حسب شاخص عددی، مشخص کننده سهم آن کشور در صادرات کالایی مذکور نسبت به کل صادرات است. براساس استدلال فوق، مقدار ۱۱۰ برای این شاخص، معرف آن است که سهم صادرات کشور در این کالایی بخصوص، ۱۰ درصد بالاتر از سهم کل صادرات تمامی کالاهای صنعتی است. به منظور آنکه تغییر در سهم های نسبی را در فرمول زیر مشخص کنیم، فرض می کنیم که صفر و ۱ به ترتیب معرف اولین و دومین مقطع زمانی باشد:

$$\frac{x'_{ij}}{x'_i} / \frac{x_{ij}}{x_i} \quad (2)$$

اما ارزیابی مزیت های نسبی و رشد سهم نسبی براساس روابط (۱) و (۲)، یا عامل روند را مورد غفلت قرار می دهد، و یا تعبیر نادرستی از مزیت نسبی ارائه می کند چرا که حتی هنگامی که مقدار مطلق صادرات پائین باشد، نیز امکان دستیابی به نرخ رشد میسر است. از سوی دیگر، براساس روابط فوق اگر سهم صادراتی یک کشور به قدری زیاد باشد که امکان افزایش بیشتر آن وجود نداشته باشد، آن کشور رشد پائینی را به نمایش خواهد گذاشت. بالاسا برای رفع این مشکل، و توضیح صحیح مزیت نسبی؛ رابطه (۲) را دوباره فرموله کرد و رابطه زیر را بدست آورد:

$$\frac{1}{3} \left[ \frac{x'_{ij}}{x'_i} + \frac{x_{ij}}{x_i} \frac{x'_{ij}}{x'_i} / \frac{x_{ij}}{x_i} \right] \quad (3)$$

معادله (۳) بر پایه این پیش فرض استوار است که گرچه ممکن است روند گذشته سهم های نسبی، همچنان ادامه داشته باشد، اما انتظار می رود که در مقایسه با گذشته دارای روندی کاهنده باشد. نسبت های صادرات - واردات را می توان از طریق محاسبه شاخص های سطح نسبی و رشد نسبی به روشی مشابه آنچه در بالا توضیح داده شد، بدست آورد:

$$\frac{1}{3} \left[ \frac{x'_{ij}}{m'_{ij}} + \frac{x_{ij}}{m_{ij}} \frac{x'_{ij}}{m'_{ij}} / \frac{x_{ij}}{m_{ij}} \right] \quad (4)$$

در این رابطه m معرف نسبت صادرات - واردات است. بالاسا نشان داد شاخص های سهم های صادراتی و نسبت های صادرات - واردات؛ که دربرگیرنده ملاحظات مربوط به تعرفه های وارداتی و سایر عوامل غیر قیمتی هستند، می توانند منعکس کننده مزیت نسبی باشند.

گرچه محاسبه و اندازه گیری تمامی عوامل احتمالی تاثیر گذار بر مزیت نسبی یک صنعت، به منظور برآورد شاخص RCA کار دشواری است، لیکن شاخص های بدست آمده دارای منافع بسیاری هستند. در مقایسه بین دو معیار مزیت نسبی آشکار شده (یعنی معیار عملکرد نسبی صادراتی و معیار نسبت صادرات - واردات) یک صنعت (که توسط معادلات (۱) تا (۴) ارائه شده است) بالاسا به عملکرد نسبی صادراتی وزن بیشتری می دهد زیرا در دنیای واقعی، واردات تحت تاثیر تفاوت در سلیقه ها و همچنین درجه حمایت قرار دارد. علاوه بر این، نسبت های صادرات - واردات در شرایطی مزیت نسبی را مورد مقایسه قرار می دهد که سلیقه ها متحدالشکل بوده و وضع عوارض نیز به طور یکسان انجام می شود، در حالی که این امر در دنیای واقعی اتفاق نمی افتد. از سوی دیگر، برخی از کشورهای در حال توسعه آسیایی، تنها صادرکننده پوشاک هستند و هیچگونه وارداتی در این زمینه ندارند؛ بنابراین بکارگیری نسبت صادرات - واردات برای آن ها از نظر ریاضی تعریف نشده است. همانطور که بالاسا نشان داد نسبت های صادرات - واردات برای کالاهای واسطه ای، تحت تاثیر تقاضا به منظور پردازش های بعدی در تولید برای صادرات قرار دارد. این نکات، بکارگیری نرخ های نسبی صادرات برای تعیین مزیت نسبی در تجارت منسوجات و پوشاک را توجیه کرده، و برای این کار دلایل مناسبی را بدست می دهد.

## داده ها

در این مقاله طبقه بندی منسوجات و پوشاک بر اساس کد SITC انجام شده است. ضمناً به جای کل محصولات ساخته شده، از کل تجارت کالایی بهره جسته ایم. به منظور اجتناب از برخی مشکلات آماری، و لحاظ کردن سازگاری درون - کشوری، شاخص مزیت نسبی پویا را بر اساس نظریه بالاسا (به شکلی که در معادله (۳) بیان شده است) به صورت سالیانه برای منتخبی از کشورهای

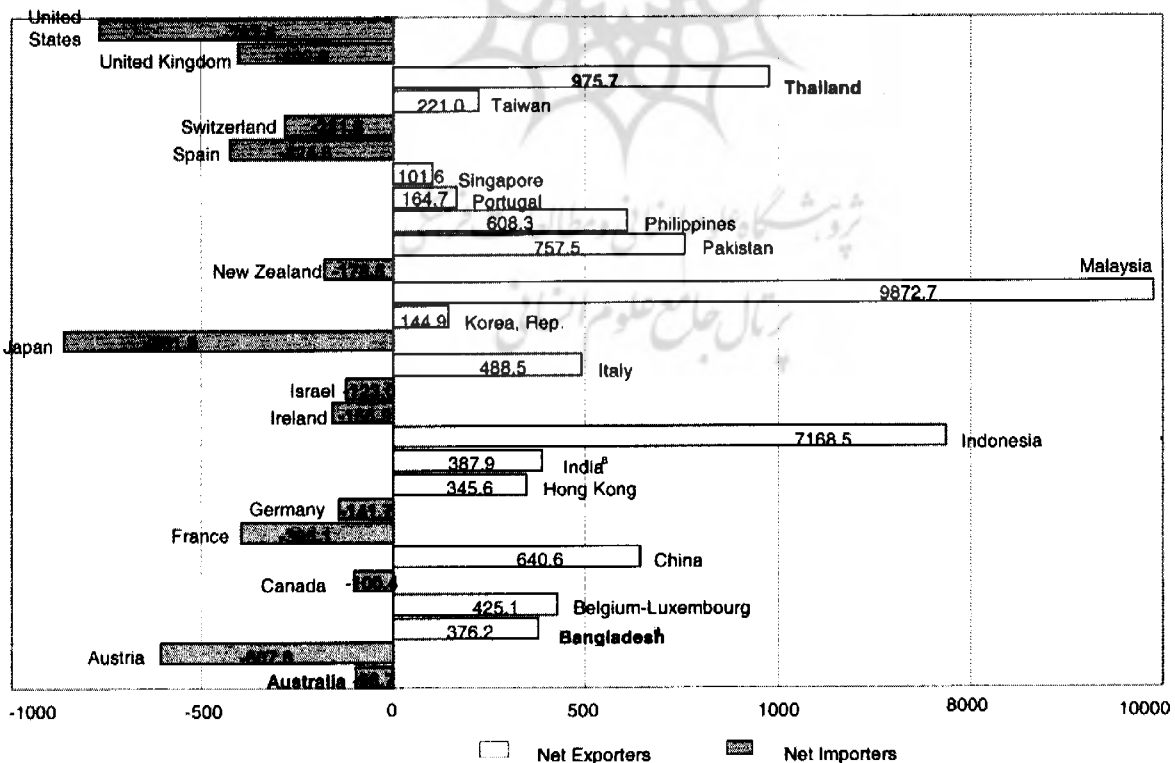
اطلاعات مقاله حاضر، از انتشارات سالیانه گات و WTO استخراج شده است. این اطلاعات علاوه بر اینکه ارزش کل صادرات و واردات منسوجات و پوشاک را به‌طور جداگانه برای هر کشور گزارش می‌کنند، شامل کل صادرات کالایی دنیا و صادرات در سطح منطقه‌ای نیز هستند.

### ۳- شواهد تجربی و تحلیل آثار

به منظور ارزیابی تبعات تغییر در الگوی تجارت، در نمودار (۱) رشد خالص تراز تجاری را برای دوره زمانی ۱۹۸۹-۹۶ ترسیم کرده‌ایم. باید به این نکته توجه داشت که کشورهایی که صادرکننده خالص بوده‌اند (مثلاً در سال ۱۹۹۶ دارای مازاد تجاری بودند) طی دوره مورد نظر رشد مثبتی را در مازاد تجاری خویش به ثبت رسانده‌اند. از سوی دیگر، کشورهایی که به‌طور خالص واردکننده بوده‌اند، شاهد یک رشد منفی در خالص تراز تجاری خود هستند. این امر مؤید آن است که در حالی که صادرکنندگان خالص، به پیشرفت‌های بیشتری در تجارت منسوجات دست پیدا می‌کنند، واردکنندگان خالص که بیشتر شامل کشورهای توسعه یافته هستند، کسری‌های رو به رشدی را تجربه کرده‌اند. اگر چنین نبود، انتظار می‌رفت که در نمودار (۱) هر دو گروه میله‌های سفید و رنگی در دو طرف محور عمودی قرار گیرند. به استثناء کشورهای پرتغال، ایتالیا و بلژیک - لومبارد، تمامی صادرکنندگان خالص در رده کشورهای در حال توسعه هستند. رشد مازاد تجاری این کشورها از ۱۰۰ درصد (سنگاپور) تا حدود ۷ هزار درصد (اندونزی) متغیر است. شاخص پویای RCA بر اساس رابطه (۳)، به ترتیب در جداول (۱) و (۲) ارائه شده است. شواهد مربوط به مزیت نسبی در تجارت منسوجات، نشان دهنده

آن است که در حالی که بسیاری از کشورهای توسعه یافته اروپا و شمال آمریکا در ابتدای دهه ۱۹۸۰ (جدول ۱) دارای مزیت نسبی بالاتری در پوشاک بودند، اما طی دهه ۱۹۹۰ مزیت نسبی بیشتر آن‌ها تا حد معینی کاهش پیدا کرد. در عین حال کشورهای توسعه یافته‌ای نظیر ایتالیا و پرتغال که صادرکننده خالص بودند در تمامی دوره از مزیت نسبی برخوردار بوده‌اند. در بین کشورهای با درآمد بالای شرق آسیا، ژاپن طی سال‌های اولیه دهه ۱۹۸۰، یعنی سال‌های ۸۱-۱۹۸۰ دارای مزیت نسبی بوده ولی پس از آن مزیت نسبی خود را از دست داده است. مقادیر نسبتاً بالای صادرات منسوجات هنگ کنگ و کره، مزیت نسبی این دو کشور را به‌وضوح نشان می‌دهد. این شاخص‌ها برای تعداد کثیری از کشورهای کم درآمد در حال توسعه آسیا بیشتر نمایان هستند. باید بر این نکته تأکید کرد که در بین کشورهای در حال توسعه نتایج متفاوتی به چشم می‌خورد، در حالی که برخی از این کشورها در طول زمان شاهد پیشرفت معنی‌داری بوده‌اند، اما مزیت نسبی سایر کشورهای در حال توسعه، با تغییرات مطلوبی همراه نبوده است. به عنوان مثال بنگلادش که یک کشور در حال توسعه در جنوب آسیاست، طی سال‌های ۸۱-۱۹۸۰ به بالاترین رقم RCA در صنایع فوق دست یافت، اما از آن پس تا نیمه دهه ۱۹۹۰، کاهش مستمری را در این شاخص داشته است (جدول ۱). همین نتیجه را می‌توان در مورد کشورهای تایلند و چین نیز نشان داد. از سوی دیگر، RCA پاکستان نه فقط میزان قابل ملاحظه‌ای را به نمایش می‌گذارد، بلکه شاخص مذکور از رشد بالایی نیز برخوردار بوده است. در رابطه با کشور اندونزی در طی دوره مورد بررسی شاخص RCA از رقم ناچیز ۵ درصد به حدود ۲۰۰ درصد افزایش یافته است. در گروه کشورهای توسعه یافته، مزیت نسبی بالای کشورهای اسپانیا و اتریش در سال‌های ۸۱-۱۹۸۰، تا نیمه دهه ۱۹۹۰ به یک حد

نمودار (۱): رشد تراز خالص در تجارت منسوجات و پوشاک، طی سال‌های ۹۶-۱۹۸۰.



Estimated on the basis of 1980 and 1994 data.

Source: Data Compiled and Estimated from the WTO, 1997.

جدول (۱) - مزیت نسبی آشکار شده پویا در تجارت منسوجات بر اساس شاخص عملکرد صادراتی

شرح	۱۹۸۰-۸۱	۱۹۸۴-۸۵	۱۹۸۷-۸۸	۱۹۸۹-۹۰	۱۹۹۱-۹۲	۱۹۹۳-۹۴	۱۹۹۴-۹۵	۱۹۹۵-۹۶	۱۹۹۵-۹۶	۱۹۸۰-۸۱
اروپا، آمریکای شمالی و اقیانوسیه										
استرالیا	۲۴/۸۴۷	۲۰/۷۲۸	۱۲/۳۴۴	۱۲/۹۲۸	۱۵/۶۹۵	۲۲/۱۶۲	۲۶/۶۰۴	۲۶/۰۲۱	۲۴	۲۵
اتریش	۲۵۹/۰۲	۱۸۱/۰۸	۱۶۹/۳۴	۱۶۰/۶۶	۱۴۵/۳۹	۱۲۶/۹۲	۱۱۰/۸۹	۱۲۶/۲۲	۸	۱۲
بلژیک	۲۱۱/۸۵	۱۸۶/۴۴	۱۸۴/۰۴	۱۷۵/۷۶	۱۶۴/۸۸	۱۵۶/۸۲	۱۵۳/۶۹	۱۴۸/۸۱	۹	۱۱
کانادا	۱۶/۸۷	۱۳/۴۳	۱۷/۰۹	۱۸/۰۳	۲۰/۶۳	۲۳/۳۷	۲۴/۷۲	۳۱/۵۳	۲۵	۲۴
فرانسه	۹۷/۸۸	۹۷/۳۲	۹۳/۶۶	۹۰/۲۲	۸۳/۸۶	۸۶	۸۸/۷	۸۸/۴۵	۱۷	۱۶
آلمان	۱۱۴/۳۲	۱۱۱/۴۰	۱۱۲/۲۷	۱۰۰/۴۷	۱۰۱/۵۹	۹۳/۸۳	۹۱/۰۵	۹۰/۶۱	۱۶	۱۵
ایتالیا	۱۹۳	۲۱۲/۷۹	۱۹۳/۶۸	۱۷۸/۳۱	۱۸۳/۸۲	۱۸۶/۷۴	۱۸۳/۳۸	۱۸۴/۲۶	۱۰	۱۰
هلند	۹۴/۶۳	۹۳/۸۰	۹۸/۱۶	۷۱/۱۳	۶۶/۴۵	۵۳/۷۲	۶۲/۹۹	۵۶/۲۶	۱۸	۲۱
پرتغال	۴۷/۰۶۹	۳۸۴/۰۵	۳۳/۰۵۶	۲۵۳/۷۱	۲۴۸/۳۸	۲۳۶/۶۷	۲۳۳/۳۰	۲۳۷/۰۷	۳	۸
اسپانیا	۱۲۰/۹۵	۱۰۰/۰۵	۹۴/۴۲	۸۸/۰۴	۸۱/۲۶	۸۸/۴۵	۱۰۰/۴۴	۱۰۰/۳۷	۱۵	۱۴
سوئیس	۱۲۳/۵۸	۱۷۷/۲۱	۱۴۳/۲۶	۱۲۷/۱۷	۱۰۸/۵۵	۹۶/۲۶	۹۱/۶۷	۸۴/۲۷	۱۴	۱۷
انگلستان	۷۶/۶۵	۷۲/۴۱	۸۳/۲۹	۷۵/۸۹	۷۲/۶۱	۷۰/۹۰	۷۲/۲۶	۷۲/۵۱	۲۰	۱۸
آمریکا	۵۳/۱۵	۴۰/۸۹	۴۱/۱۹	۴۲/۴۱	۴۱/۵۲	۴۱/۲۲	۴۲/۸۶	۴۶/۳۲	۲۱	۲۳
آسیا										
ژاپن	۱۴۰/۸۳	۸۸/۸۱	۶۶/۸۸	۶۵/۶۶	۶۶/۳۶	۵۲/۸۱	۵۴/۱۷	۶۱/۶۱	۱۳	۲۰
هنگ کنگ	۱۵۲/۲۱	۳۷۲/۵۹	۲۳۰/۱۳	۲۳۹/۹۷	۲۲۹/۷۴	۲۱۰/۷۰	۱۹۶/۸۶	۲۳۸/۷۲	۱۲	۷
کره جنوبی	۴۱۴/۹۰	۲۷۳/۸۶	۲۶۴/۶۵	۳۱۲/۴۹	۳۴۹/۸۵	۳۶۲/۴۵	۳۱۸/۱۶	۳۴۹/۸۲	۶	۴
سنگاپور	۹۴/۴۲	۶۴/۷۹	۱۳/۱۵	۱۲/۹۷	۱۲/۷۷	۱۲/۸۹	۱۲/۲۵	۱۱/۶۳	۱۹	۲۶
جنوب و جنوب شرق آسیا										
بنگلادش	۱۸۲۳/۲۶	۱۱۱۴/۳۴	۶۶۵/۰۶	۵۵۳/۹۲	۴۴۸/۵۹	۴۳۷/۸۴	۲۵۵/۰۹	۲۴۸/۱۶	۱	۶
چین	۴۵۵/۷۹	۴۴۶/۱۶	۴۷۸/۲۷	۳۴۵/۳۵	۳۰۵/۸۷	۳۱۹	۳۱۴/۳۶	۲۶۶/۰۹	۴	۵
هند	۴۳۲/۸۴	۴۴۲/۳۰	۳۹۰/۰۴	۳۹۶/۶۶	۴۸۲/۶۸	۵۲۲/۶۱	۴۶۸/۵۶	۴۰۸/۵۰	۵	۲
اندونزی	۵/۶۸	۵۲/۲۷	۱۳۷/۵۵	۱۷۷/۴۶	۳۲۱/۱۵	۱۸۷/۵۹	۲۰۰/۷۳	۱۹۸/۸۶	۲۶	۹
مالزی	۴۰/۳۳	۴۰/۳۶	۳۸/۱۶	۳۸/۰۲	۴۵/۸۸	۴۵/۴۶	۵۴/۴۵	۶۲/۰۶	۲۳	۱۹
پاکستان	۱۳۱۶/۴۹	۱۱۴۱/۳۰	۱۳۰۲/۴۵	۱۶۱۳/۰۷	۱۵۸۲	۱۷۶۸/۶۶	۱۸۱۴/۰۸	۱۸۸۰/۹۱	۲	۱
فیلیپین	۴۴/۹۸	۳۱/۳۲	۳۱/۹۴	۵۶/۴۶	۵۰/۰۵	۶۰/۱۹	۵۴/۰۳	۵۳/۴۷	۲۲	۲۲
تایوان	۳۶۲/۷۱	۲۹۱/۴۷	۲۵۶/۸۵	۳۰۸/۴۸	۲۸۹/۵۹	۳۸۱/۰۲	۳۵۸/۹۰	۳۶۷/۸۰	۷	۳
تایلند	۱۸۴/۵۶	۲۰۴/۷۵	۱۵۱/۹۲	۱۲۹/۳۲	۱۱۹/۹۲	۱۱۶/۲۰	۱۱۴/۲۲	۱۲۲/۶۸	۱۱	۱۳

منبع: محاسبات مولف

حتی این دو کشور نیز کاهش ملایمی را در طول زمان در اندازه RCA خود تجربه کرده‌اند.

برای «بیرهای» شرق آسیا شواهد متفاوتی در دست است. در حالی که هنگ کنگ از سطوح بسیار بالایی مزیت نسبی بر خوردار بوده است، وضع کره جنوبی رو به وخامت نهاد تا جایی که این کشور طی سال‌های ۹۶-۱۹۹۵ به زحمت توانسته است مزیت نسبی خود را حفظ کند. این مساله در ارتباط با سنگاپور و تایوان نیز صدق می‌کند. شاخص‌های بالای کره و تایوان در اوایل دهه ۱۹۸۰، کاهش شدیدی را در دهه بعدی نشان داده‌اند (جدول ۲).

در بین کشورهای در حال توسعه کم درآمد آسیا، چند عملکرد قابل توجه دیده

مرزی تنزل یافت و سوئیس مزیت خود را برای این محصولات از دست داده است (جدول ۱).

شواهد موجود برای کشورهای در حال توسعه در تجارت پوشاک، در مقایسه با منسوجات نسبتاً نویدبخش است. انتظار می‌رود شاخص‌های عملکرد صادراتی کشورهای در حال توسعه‌ای که به‌طور خالص صادرکننده هستند، در تمامی سطوح بالا باشد. با ملاحظه جدول (۲) مشخص می‌شود که به‌استثناء غول‌های تجاری همچون ایتالیا و پرتغال (دو کشور توسعه یافته اروپایی که به‌طور خالص صادرکننده این کالاها هستند)، هیچ‌گونه شواهدی دال بر وجود مزیت نسبی برای سایر کشورهای اروپا و آمریکای شمالی وجود ندارد. علاوه بر این،

جدول (۲) - مزیت نسبی آشکار شده پویا در تجارت پوشاک براساس شاخص عملکرد صادراتی

۱۹۸۰-۸۱	۱۹۹۵-۹۶	۱۹۹۴-۹۵	۱۹۹۳-۹۴	۱۹۹۱-۹۲	۱۹۸۹-۹۰	۱۹۸۷-۸۸	۱۹۸۴-۸۵	۱۹۸۰-۸۱		
اروپا، آمریکای شمالی و اقیانوسیه										
۱۵	۲۶	۱۳/۹۷	۱۳/۷۸	۱۵/۴۰	۸/۴۸	۱۰	۴/۶۸	۴/۰۳	۵/۰۵	استرالیا
۲۴	۱۱	۸۲/۳۱	۷۲/۱۵	۶۸/۹۷	۷۸/۹۶	۸۷/۰۴	۹۷/۶۵	۱۳۳/۴۲	۱/۶۷	اتریش
۱۷	۱۶	۵۶/۷۴	۵۳/۸۲	۴۵/۶۷	۵۳/۸۳	۵۶/۷۳	۴۸/۶۶	۵۳/۵۶	۷۳/۷۱	بلژیک
۲۵	۲۵	۴/۵۵	۴/۷۲	۲/۹۵	۳/۵۲	۶/۹۳	۱۰/۲۶	۱۰/۹۸	۱۵/۲۹	کانادا
۱۶	۱۴	۶۰/۵۸	۶۲/۹۳	۶۳/۹۴	۶۱/۲۵	۶۹/۰۲	۶۵/۴۰	۷۸/۹۲	۸۵/۰۲	فرانسه
۲۰	۱۷	۴۵/۲۹	۴۵/۸۴	۴۵/۴۴	۵۴/۰۳	۵۲/۱۹	۵۵/۷۹	۶۲/۲۲	۶۶/۹۱	آلمان
۹	۸	۲۱۲/۸۹	۱۹۳/۳۶	۲۰۳/۲۱	۱۸۶/۳۳	۲۱۹/۱۱	۲۳۱	۲۸۵/۱۸	۲۵۸/۶۰	ایتالیا
۱۸	۲۰	۵۲/۴۱	۴۳/۲۲	۵۰/۳۴	۵۳/۹۰	۵۵/۱۰	۴۹/۴۱	۴۴/۸۲	۴۶/۵۷	هلند
۵	۴	۴۶۶/۱۹	۵۱۸/۲۹	۵۳۴/۹۷	۵۹۵/۵۶	۶۷۵/۲۲	۶۹۰/۸۳	۷۵۹/۲۸	۶۴۴/۹۴	پرتغال
۱۹	۱۸	۴۵/۵۰	۴۲	۳۵/۶۵	۳۱/۳۵	۳۳/۳۱	۳۹/۱۹	۵۵/۱۳	۶۵/۵۵	اسپانیا
۲۲	۲۱	۲۷/۶۸	۲۸/۰۴	۲۸/۸۸	۲۶/۶۷	۳۴/۷۴	۳۳/۶۷	۳۴/۸۶	۳۵/۹۶	سوئیس
۱۴	۱۵	۸۵/۶۲	۹۰/۰۶	۶۶/۰۹	۵۳/۶۸	۵۲/۳۹	۵۸/۱۰	۶۰/۵۰	۷۷/۴۰	انگلستان
۲۱	۲۲	۳۹/۹۵	۳۸/۷۰	۳۴/۱۱	۲۷/۹۹	۲۰/۹۱	۱۷/۹۰	۱۲/۰۹	۲۴/۳۸	آمریکا
آسیا										
۲۶	۲۴	۳/۹۴	۳/۶۱	۴/۱۰	۵/۱۶	۵/۹۶	۶/۷۸	۱۵/۳۷	۱۸/۳۷	ژاپن
۲	۱	۱۰۷۱/۴۷	۱۰۴۵/۵۰	۱۰۲۱/۱۳	۸۹۸/۹۶	۹۸۸/۳۱	۱۰۱۰/۱۱	۱۳۷۱/۱۱	۹۷۹/۸۲	هنگ کنگ
۱۲	۲	۹۵/۵۳	۱۰۹/۹۲	۱۶۰/۹۸	۲۲۳/۸۴	۳۴۴/۶۱	۴۶۱/۰۶	۵۶۴/۷۹	۹۱۵/۶۴	کره جنوبی
۲۳	۱۳	۱۹/۶۲	۲۴/۱۹	۳۰/۶۹	۶۱/۹۱	۸۲/۷۸	۱۱۸/۶۶	۱۴۳/۹۹	۱۱۶/۶۶	سنگاپور
جنوب و جنوب شرق آسیا										
۱	۱۲	۲۶۶۲/۵۶	۲۶۹۲/۸۲	۱۶۸۰/۸۳	۱۴۶۹/۵۳	۱۰۶۷/۹۹	۱۱۷۹/۶۲	۱۰۰۲/۴۴	۱۱۸/۵۰	بنگلادش
۴	۱۰	۵۴۱/۸۳	۴۹۰/۳۶	۵۹۴/۶۳	۵۷۴/۸۰	۴۸۳/۴۰	۵۰۰/۳۶	۲۶۱/۹۶	۲۲۹/۸۲	چین
۶	۵	۴۲۳/۰۴	۴۲۳/۹۴	۴۶۹/۴۹	۴۵۵/۱۶	۴۶۶/۷۹	۳۷۷/۳۶	۳۵۳/۸۵	۶۵۲/۴۹	هند
۸	۲۳	۲۲۹/۲۵	۲۳۸/۸۹	۲۲۵/۵۶	۲۸۱/۲۴	۲۲۱/۹۲	۱۵۱/۷۴	۶۸/۹۷	۱۹/۷۵	اندونزی
۱۱	۱۹	۹۷/۰۸	۹۵/۱۸	۹۹/۹۶	۱۲۷/۰۸	۱۴۱/۷۰	۱۴۴/۸۱	۹۱	۶۳/۱۱	مالزی
۳	۷	۶۴۷/۳۰	۶۵۲/۰۵	۶۳۰/۸۵	۵۶۱/۲۲	۶۱۲/۵۴	۴۵۵/۴۸	۳۶۷/۶۱	۲۶۸/۸۶	پاکستان
۷	۶	۳۴۸/۷۶	۴۲۳/۶۸	۴۶۸	۵۵۶/۱۱	۹۰۴/۴۴	۲۰۷/۹۲	۴۸۴/۱۶	۳۲/۶۱	فیلیپین
۱۳	۳	۸۷/۱۳	۸۶/۴۲	۱۰۴/۸۰	۱۲۸/۵۱	۱۶۸/۶۶	۲۴۲/۰۸	۴۳۰/۹۳	۶۷۰/۲۴	تایوان
۱۰	۹	۲۱۱/۹۷	۲۷۸/۸۵	۲۸۷/۶۳	۳۰۲/۹۶	۳۷۷/۹۴	۳۹۹/۷۴	۳۲۶/۷۷	۲۵۴/۰۶	تایلند

منبع: محاسبات مولف

کار در این کشورها دانست.

ممکن است شاخص‌های سالیانه به طور دقیق نشان‌دهنده این پدیده در بلندمدت نباشد چرا که امکان دارد تجارت در یک سال خاص از عوامل تصادفی کوتاه مدت متنوعی تأثیر پذیرد. برای آن که یک سری از شاخص‌های ترکیبی بدست آوریم، می‌توانیم مزیت نسبی آشکار شده را در طی دهه ۹۰-۱۹۸۰، از طریق بکارگیری سری‌های مرکبی از شاخص‌ها که میانگین سهم صادراتی نسبی آن‌ها برای سه سال اول (۸۲-۱۹۸۰) و سه سال آخر دوره (۹۶-۱۹۹۴) محاسبه شده است توضیح دهیم. این روش با کار اولیه بالاساکه از میانگین سهم

می‌شود که بنگلادش با افزایش RCA خود از رقم ۱۲۰ درصد (۸۱-۱۹۸۰) به ۲۶۶۲ درصد (۹۶-۱۹۹۵) در صدر جدول قرار دارد. در میان دیگر کشورهای موفق، می‌توان به پاکستان، چین و هند اشاره کرد. در حالی که کشورهای اندونزی و فیلیپین در ابتدای دهه ۱۹۸۰ دارای هیچگونه مزیت نسبی در این صنعت نبودند اما مدارج ترقی را با گام‌های سریعی بيموندند. بنابراین می‌توان با قاطعیت ادعا کرد که مزیت نسبی در تجارت پوشاک به سمت کشورهای با درآمد پائین‌تر تغییر جهت داده است. در حقیقت شاید کاهش در نسبت‌های صادراتی کشورهای سنگاپور، تایوان و هنگ کنگ را بتوان تا حدی متأثر از افزایش دائمی هزینه نیروی

جدول (۳) - شاخص RCA پویا از ابتدای دهه ۱۹۸۰ تا اواسط دهه ۱۹۹۰

رتبه	پوشاک	رتبه	منسوجات	شرح
اروپا، آمریکای شمالی و اقیانوسیه				
۲۲	۲۷/۱۸	۲۵	۲۳/۵۱	استرالیا
۱۴	۵۳/۵۸	۱۳	۹۵/۷۴	اتریش
۱۸	۴۲/۹۴	۱۱	۱۳۶/۹۳	بلژیک
۲۶	۲/۴۳	۲۴	۳۲/۹۱	کانادا
۱۵	۵۲/۴۸	۱۶	۸۰/۲۰	فرانسه
۲۰	۳۸/۵۰	۱۴	۸۴/۸۱	آلمان
۱۰	۱۷۲/۶۰	۹	۱۸۱/۶۷	ایتالیا
۱۶	۴۶/۵۹	۲۱	۴۵/۰۷	هلند
۸	۴۶۲/۵۹	۱۰	۱۸۰/۳۲	پرتغال
۲۱	۳۰/۲۴۳	۱۵	۸۳/۱۱	اسپانیا
۲۳	۲۳/۰۳	۱۷	۷۵/۷۱	سوئیس
۱۹	۴۰/۵۹	۱۸	۶۵/۷۰	انگلستان
۱۷	۴۴/۴۸	۲۳	۲۸/۸۳	آمریکا
آسیا				
۲۵	۲/۴۷۴	۲۲	۳۹/۶۴	ژاپن
۴	۹۱۹/۱۰	۷	۲۴/۵۱	هنگ کنگ
۱۲	۷۹/۴۴	۵	۳۱۳/۱۵	کره جنوبی
۲۴	۱۷/۳۸	۲۶	۷/۸۹	سنگاپور
جنوب و جنوب شرق آسیا				
۱	۴۹۰۹۵/۵۷	۸	۱۹۹/۷۴	بنگلادش
۵	۸۱۸/۴۸۵	۶	۲۵۴/۷۶	چین
۷	۴۸۱/۴۳	۳	۴۶۸/۲۲	هند
۲	۱۳۷۸/۳۵	۱	۳۱۱۳/۵	اندونزی
۱۱	۱۳۰/۴۶	۲۰	۵۶/۵۴	مالزی
۳	۱۲۲۱/۹۹	۲	۲۱۶۹/۳۳	پاکستان
۶	۵۷۳/۸۵	۱۹	۶۰/۰۸	فیلیپین
۱۳	۵۷/۱۲۸	۴	۳۸۹/۴۶	تایوان
۹	۳۰۰/۵۹	۱۲	۹۷/۲۲	تایلند

منبع: محاسبات مولف

مطالعه حاضر، تایلند (در حال توسعه) و اتریش (توسعه یافته) دارای عملکردی مرزی برای شاخص RCA در صنایع فوق هستند. ضمیمه (۱)، شاخص های RCA جداول (۱) و (۲) را برای گروه های مختلف کشورها ترسیم کرده و به این ترتیب امکان مقایسه نموداری رشد RCA را فراهم می آورد.

ملاحظه می شود که در زیر گروه پوشاک، کشورهای با درآمد پائین گام های عظیمی را برداشته اند و شواهد محکمی به نفع این گروه از کشورها وجود دارد. برای بعضی از کشورهای با درآمد بسیار پائین نظیر بنگلادش شاخص RCA مربوطه، بسیار چشمگیر است (جدول ۳). اگر چه دور از ذهن به نظر نمی رسد که این کشور توسعه نیافته توانسته باشد از ابتدای دهه ۱۹۸۰، در صنعت پوشاک

صادرات نسبی برای سال های ۵۵-۱۹۵۳ و ۶۲-۱۹۶۰ استفاده کرده بود، سازگار است. شاخص های مربوط به هر دو گروه منسوجات و پوشاک در جدول (۳) گزارش شده است. در بین کشورهای توسعه یافته شواهد آشکاری دال بر وجود مزیت نسبی در تجارت منسوجات ایتالیا، پرتغال و بلژیک - لوکزامبورگ وجود دارد (جدول ۳). RCA کشورهای اندونزی و پاکستان بسیار بالا بوده و در مقایسه با سایر کشورها، در هیچ مقطعی با کاهش مواجه نیستند. به استثنای سنگاپور، سه بزرگ آسیای دیگر، از مزیت های قابل توجهی برخوردارند و عملکرد آنها شباهت زیادی با کشورهای چین و هند نشان می دهد. در میان کشورهای در حال توسعه آسیایی، مالزی و فیلیپین از شاخص های نسبتاً پائینی برخوردارند. در

#### جدول (۴) - رتبه ضریب همبستگی بین درآمد و شاخص RCA

شرح	رتبه ضریب همبستگی	t-value	t بحرانی
منسوجات	- ۰/۶۱۱۹	- ۲/۷۹۰	۲/۰۶۴ - (۵ درصد)
پوشاک	- ۰/۷۶۶	- ۵/۸۳۷	۲/۸۳۷ - (۱ درصد)

نشان می‌دهد (جدول ۴).

هر دو این ضرایب دارای علامت مورد انتظار، و نشانگر ارتباط منفی بین درآمد و مزیت نسبی بوده، و از نظر آماری معنی‌دار هستند. در ارتباط با پوشاک، رقم بالاتر ۷۷ درصد برای ضریب همبستگی، معنی‌دار بودن بالای آماری آن را تقویت کرده است. این امر مؤید آن است که مزیت نسبی در پوشاک به سمت کشورهای با درآمد پایین (کشورهایی که نیروی کار آن‌ها دستمزد پایین دریافت می‌کند)، متمایل است. از آنجا که اکثر این کشورها به نسبت دارای نیروی کار فراوانی هستند، عاقلانه است که بحث فراوانی عوامل در اقتصاد را مورد توجه قرار دهند و ببینند که آیا این امر با تئوری نسبت عوامل، سازگار است یا خیر؟ به بیان دیگر آیا فراوانی قابل توجه نیروی کار، با درجه بالای کار - بری این صنایع همگام است؟

#### ۴- نتیجه گیری

RCA برآورد شده از طریق سهم‌های صادراتی، به عنوان معیاری از مزیت نسبی پویا دارای امتیاز بالایی است چرا که محاسبه آن بر مبنای سهم بازار است و این معیار، عموماً ملاک قابل قبولی برای عملکرد فروش است. ما شاخص‌های RCA پویا را برای صنایع پوشاک و منسوجات طی دوره زمانی ۱۹۸۰-۹۶ به طور سالیانه برآورد کرده، و سپس یک شاخص ترکیبی ایجاد کرده‌ایم که تغییرات مزیت نسبی در طول دوره مورد نظر را پیش‌بینی کند. نتایج بدست آمده مؤید آن است که کشورهای در حال توسعه دارای تفوق و برتری مزیت نسبی در هر دو صنعت منسوجات و پوشاک هستند. البته مزیت نسبی آن‌ها در پوشاک در مقایسه با منسوجات واضح‌تر و مشخص‌تر است. ضرایب منفی معنی‌داری بین سطوح درآمد و شاخص‌های RCA بدست آمده است، که ضریب همبستگی تجارت پوشاک حدود ۱۵ درصد بالاتر از ضریب برآورده شده برای تجارت منسوجات است.

مطالعه حاضر به روشنی نشان می‌دهد که کشورهای در حال توسعه با دستمزدهای پایین، بهتر است در زیربخش پوشاک تمرکز داشته باشند. برخی از کشورهای در حال توسعه، دارای RCA بالایی در پوشاک هستند، در حالی که مزیت نسبی آن‌ها در منسوجات تا حدودی پایین‌تر است. چنانچه سرمایه‌گذاری‌ها در بخش منسوجات گسترش یابد، این بخش وضع بهتری را به نمایش خواهد گذارد؛ و اگر چه این کار در کوتاه مدت چالش‌های جدیدی را در دستیابی به فن آوری مدرن و ارتقاء کارایی به همراه دارد، اما منافع حاصله در بلند مدت برای پایداری و دوام صنایع این کشورها بسیار ارزشمند و مفید است.

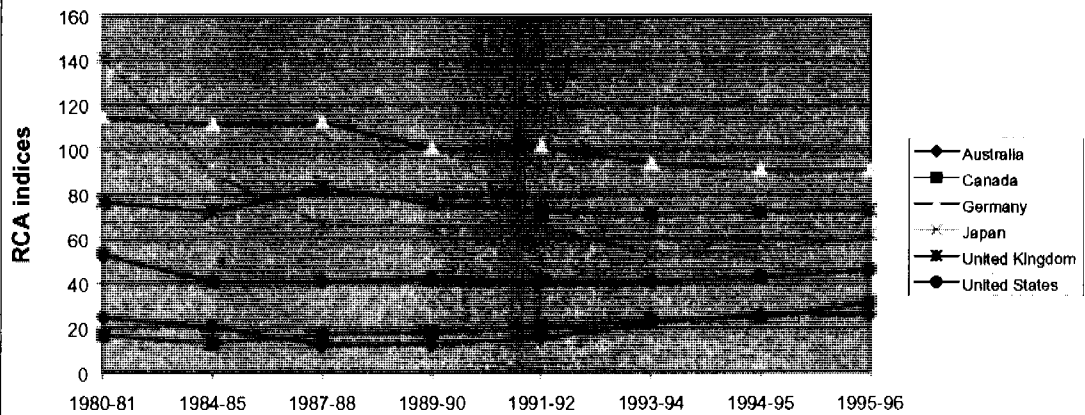
RCA بالا سا که به صورت نسبت‌های صادراتی اندازه‌گیری شده، و با بسط آن، شامل نسبت‌های صادرات - واردات نیز می‌باشد؛ نشاندهنده عملکرد تجاری ویژه تولید (کالا) در یک اقتصاد است. اما همانطور که پاری (۱۹۷۵) (۵) مطرح کرد در شرایطی که نقش سرمایه‌گذاری مستقیم بین‌المللی و کسب امتیاز فن آوری در روابط تجاری قابل ملاحظه است، معیارهای رقابت بین‌المللی در مجموع می‌تواند عملکرد غیر تجاری را نیز در برگیرد. پاری معتقد بود هنگامی

به چنین رشد خارق‌العاده‌ای دست یابد، اما مطلبی که باور آن مشکل به نظر می‌رسد این است که شاخص RCA کشور مذکور در منسوجات، در مقایسه با پوشاک تا این حد بی‌تحرک باشد (جدول ۳). این مساله در مورد فیلیپین و تایلند (البته با شدت خیلی کمتر) مصداق دارد. شاخص‌های RCA بالا (۴ رقمی) برای پاکستان و اندونزی معرف مزیت نسبی بسیار بالاست و با عملکرد این کشورها در منسوجات سازگار است. در چین، هند و هنگ کنگ نیز مزیت نسبی در پوشاک به خوبی مشهود است. در بین کشورهای توسعه یافته، ایتالیا و پرتغال دارای شاخص‌های بارز و چشمگیری هستند و این در حالی است که سایر کشورهای توسعه یافته با رقمی کمتر از ۵۰ درصد آنچه می‌توانست معرف مزیت نسبی آن‌ها باشد، فعالیت دارند.

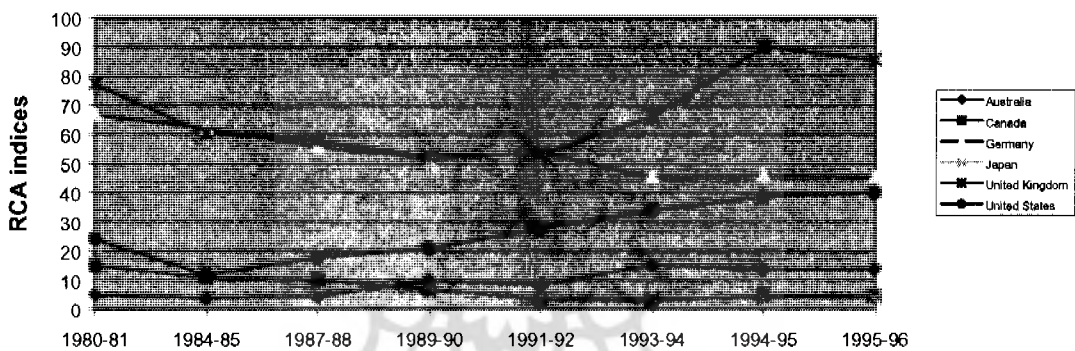
تمامی ۲۶ کشور منتخب، برحسب شاخص‌های نسبی عملکرد صادراتی شان رتبه‌بندی شده‌اند. این رتبه‌ها طی سال‌های ۸۱-۱۹۸۰ و ۹۶-۱۹۹۵ برای منسوجات و پوشاک به ترتیب در جدول (۱) و (۲) آورده شده است، با این فرض که لحاظ کردن یک وقته زمانی ۱۵ ساله مجاز باشد، امکان مقایسه کشورها هم به صورت مقطعی و هم در طول زمان به شکل شفاف‌تری فراهم می‌آید. رتبه‌های گزارش شده در جدول (۳) که برحسب شاخص‌های مرکب بدست آمده‌اند، معرف سطوح بالایی مزیت نسبی پاکستان و اندونزی در تجارت هر دو سری کالاهاست. کشورهای استرالیا و کانادا در سوی دیگر قضیه قرار دارند، به این معنی که رتبه‌های آن‌ها نشاندهنده وضع دل‌سردکننده این دو کشور است. توجه به این نکته ضروری است که به رغم آنکه کشور آمریکا یک واردکننده عظیم است اما RCA این کشور بر اساس نسبت‌های صادراتی، مبنی بر وضع بسیار نامطلوب نیست. به‌ویژه در تجارت پوشاک، شاخص مذکور از RCA بسیاری کشورهای دیگر بهتر است؛ به نحوی که در ارتباط با شاخص ترکیبی که نشانگر تغییرات طی دهه‌های ۱۹۸۰ تا ۱۹۹۰ بوده، آمریکا در میان ۲۶ کشور، رتبه ۱۷ را کسب کرده است. این موضوع، نظریه لوینگر (۱۹۷۷) مبنی بر اینکه ساختار مزیت نسبی آمریکا به سمت صنایع کمتر فن آوری - بر متمایل است را مورد تأیید قرار می‌دهد. شاخص‌های RCA نشانگر تفوق کشورهای در حال توسعه هم در تجارت پوشاک و هم در منسوجات است. اما کشورهای توسعه یافته به طور نسبی با عدم مزیت کمتری در تجارت پوشاک مواجهند. شناسایی عواملی که بتواند تفاوت در، مزیت نسبی بین - کشوری را توضیح دهد، جالب توجه است. با ترسیم شاخص‌های ترکیبی RCA (که در جدول ۳ گزارش شده است) در مقابل میزان درآمد سرانه هر کشور، در نمودارهای (۲) و (۳) (که به ترتیب معرف منسوجات و پوشاک هستند) مشخص می‌شود که کشورهای با درآمد بالا، به طور بارز و آشکاری همگام با مزیت نسبی خود قدم بر نمی‌دارند. البته اگر بتوانیم ماهیت واقعی چنین ارتباطی را مورد کنکاش قرار دهیم، کار درخور توجهی خواهد بود.

برای آنکه دقیقاً پیش‌بینی کنیم سطوح درآمدی هر کشور به چه شکل با شاخص‌های RCA ارتباط دارد، همبستگی رتبه بین این دو متغیر را، همانطور که در جدول (۴) ارائه شده است، برآورد کرده‌ایم. رتبه ضریب همبستگی بین درآمد و مزیت نسبی در کشورهای مختلف به ترتیب مقادیر ۰/۶۲ - و ۰/۷۷ - را

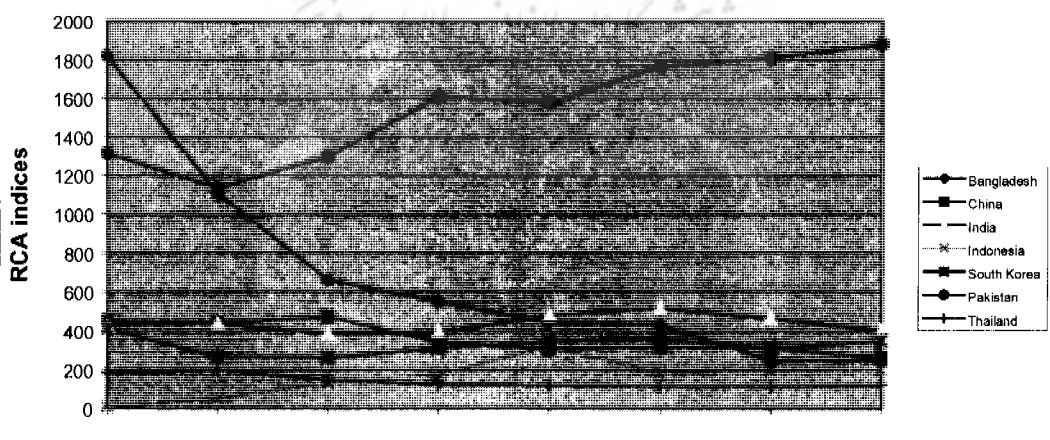
نمودار (الف-۱): مزیت نسبی آشکار شده در منسوجات برخی از اقتصادهای توسعه یافته وارد کننده خالص



نمودار (ب-۱): مزیت نسبی آشکار شده در پوشاک برخی از اقتصادهای توسعه یافته وارد کننده خالص



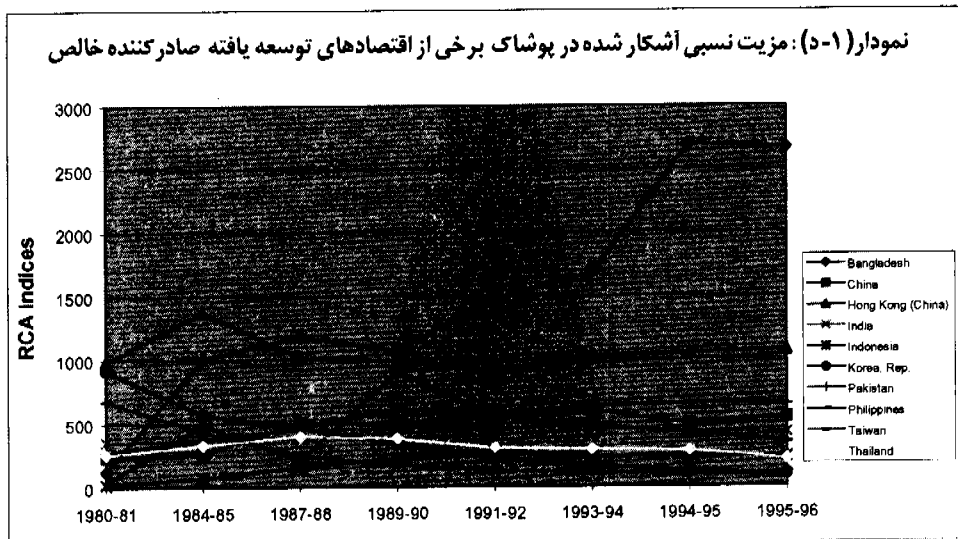
نمودار (ج-۱): مزیت نسبی آشکار شده در منسوجات برخی از اقتصادهای توسعه یافته صادر کننده خالص



MFA) حذف می شوند، می توان نسبت های صادراتی را به عنوان شاخص قابل اتکایی از مزیت نسبی پویا مطرح کرد. این نسبت ها با بکارگیری معیارهای اضافی که عملکردهای غیر تجاری را مشخص می کنند؛ کاملتر شوند. این موضوع می تواند در پژوهش های آینده مورد توجه قرار گیرد، به نحوی که هم مزیت های رقابتی و هم مزیت نسبی پویا را اندازه گیری کرده

که موانع تجاری بالا بوده، یا انگیزه های قوی برای شرکت های خارجی جهت سرمایه گذاری وجود داشته باشد، هر گونه مزیت نسبی خود را به صورت عملکرد غیر تجاری نشان خواهد داد چرا که در این صورت، یک صنعت می تواند از طریق عملیات مستقیم که مستلزم هیچگونه صادراتی به بازار نیست، از مزیت های تولید بهره مند باشد. با وجود این، به موازات اینکه موانع تجاری (مثلاً موانعی نظیر





### منابع:

- 1- Balassa, Bela. 1965. Trade Liberalization and Revealed Comparative Advantage. *The Manchester School*, 33(2), 1965: 99-123.
- 2- Vernon, Raymond. 1966. International Investment and International Trade in the Product Cycle. *Quarterly Journal of Economics*, 80: 190-207.
- 3- Claudon, M.P. 1977. *International Trade and Technology: Models of Dynamic Comparative Advantages*. Washington D.C.: University Press of America.
- 4- Kelin, Roger W. 1973. A Dynamic Theory of Comparative Advantage. *American Economic Review*, 63(1): 173-184.
- 5- Nelson, Richard R. & Victor D. Norman. 1977. Technological Change and Factor Mix Over the Product Cycle: A Model of Dynamic Comparative Advantage. *Journal of Development Economics*, 4: 3-24.
- 6- Rostow, W.W. 1960. *The Stages of Economic Growth- A Non-Communist Manifesto*. New York: Cambridge University Press.
- 7- Parry, Thomas, C. 1974. Trade and Non-Trade Performance of U.S. Manufacturing Industry: 'Revealed' Comparative Advantage. *The Manchester School of Economic and Social Studies*, 43(2): 158-172.
- 8- Ariovich, G. 1979. The Comparative Advantage of South Africa as Revealed by Export Shares. *The South African Journal of Economics*, 47(2): 188-197.
- 9- Lee, Jaimin. 1995. Comparative Advantage in Manufacturing as a Determinant of Industrialization: The Korean Case. *World Development*, 47(2): 188-197.
- 10- Olga, Memedovic. 1994. *On the Theory and Measurement of Comparative Advantage: An Empirical Analysis of Yugoslav Trade in Manufactures with the OECD Countries, 1970-1986*. Tinbergen Institute Research Series, No. 65. Amsterdam.
- 11- Sadri, Reza. 1983. Revealed Comparative Advantage in the South Asian Manufacturing Sector: Some Estimates. *Indian Economic Journal*, 31, Oct.-Dec. 1983: 96-106.
- 12- Cline, W.R. 1990. *The Future World Trade in Textiles and Apparel*. Revised edition. Washington D.C.: Institute for International Economics.
- 13- Peterson, John. 1988. Export Shares and Revealed Comparative Advantage. *A Study of International Travel*. *Applied Economics*, 20(3) March 1988: 351-365.
- 14- Yeats, Alexander. 1991. China's Foreign Trade and Comparative Advantage: Prospects, Problems, and Policy Implications. *World Bank Discussion Papers*, No. 141. 1991. Washington D.C.: World Bank.
- 15- Pigato, Miria, Caroline Farah, Ken Itakura, Kwang Jun and T.G. Srinivassan. 1997. *South Asia's Integration into the World Economy*. Washington D.C.: World Bank.

و آن‌ها را با هم تلفیق کنند. همچنین تحقیق و تفحص پیرامون دلایل اختلاف RCAها نیز جالب توجه است. در مطالعه حاضر می‌توان مزیت نسبی را بر اساس برخی متغیرها نظیر دستمزد، هزینه‌های تولید و نسبت عوامل تعیین کرد. بصیرت و شناخت نسبت به این عوامل می‌تواند گامی در جهت تسهیل و هموارسازی محیط سیاستی آتی باشد.

### پی‌نوشت‌ها:

#### \* منبع:

I.K.M Mokhtarul Wadud, "An International Comparison of Dynamic Comparative Advantage in Textiles and Clothing Trade: Estimates and Implications", 2002.

۱- موافقتنامه ییاف چندگانه (MFA)، اصل دولت کامله الوداد (MFN) و ماموریت گات مبنی بر بکارگیری تعرفه‌ها به جای حمایت‌های سهمیه‌ای را با اخلاص مواجه کرده، و اصل دسترسی مطمئن به بازار از طریق الزامات تعرفه‌ای را زیر پا گذاشته است. (Cline, ۱۹۹۰).

۲- روستو اعتقاد داشت که اگر نیوانگلند اقتصاد جداگانه‌ای بود، جهش آن در راستای رشد پایدار را میشد به بخش منسوجات پنبه‌ای در سال‌های ۵۰ - ۱۸۲۰ نسبت داد و این امر، آثار انتشاری با اهمیتی در صنعتی شدن سایر بخش‌های ایالات متحده داشته است.

۳- علاقمندان می‌توانند برای مطالعه دقیقتر مدل سیکل تولید و مراحل پیشرفت مزیت نسبی پویا، به Vernon (۱۹۶۶، ۱۹۷۹)، Hirsch (۱۹۷۵)، Nelson و Norman (۱۹۷۷)، Klein (۱۹۷۳) و Claudon (۱۹۷۷) مراجعه نمایند.

۴- سهم نسبی صادرات - واردات را می‌توان از طریق تقسیم نسبت صادرات - واردات یک کشور برای یک کالای خاص به مجموع صادرات - واردات آن کالا در منطقه مورد نظر بدست آورد. رابطه فوق به این صورت محاسبه می‌شود:

$$\left( \frac{X_{ij}^1}{M_{ij}^1} \right) / \left( \frac{X_{ij}^2}{M_{ij}^2} \right) \text{ یا } x_{ij}^1 / m_{ij}^1 \text{، در حالی که } M \text{ معرف واردات است و } m_{ij}^1 \text{ برابر است با } M_{ij}^1 / M_{ij}^2$$

۵- پاری (۱۹۷۵) اعتقاد داشت که عملکرد غیرتجاری را می‌توان از طریق محاسبه سهم نسبی صنعت در تولید محصولات مشابه سایر کشورهای دنیا بدست آورد و آن را از طریق سهم کل کشور در تولید سایر کشورهای دنیا، نرمال کرد.