

فصلنامه پژوهش‌های اقتصادی ایران / سال هشتم / شماره ۲۶ / بهار ۱۳۸۵ / صفحات ۱۰۱-۱۲۳

بررسی میزان اثربخشی ترتیبات تجاری منطقه‌ای در توسعه تجارت خارجی کشورهای اسلامی بر اساس مطالعات مزیت نسبی*

یحیی فتحی**

تاریخ ارسال: ۱۳۸۳/۱۱/۲۰ تاریخ پذیرش: ۱۳۸۴/۷/۱۲

چکیده

با طرح این فرضیه که کشورهای اسلامی می‌توانند از طریق تشکیل ترتیبات منطقه‌ای، ضمن توسعه روابط تجاری درون گروهی به توسعه تجاری و اقتصادی در عرصه جهانی دست پیدا کنند، در این مقاله سعی شده است، امکان و اثر بخشی ترتیبات تجاری بین کشورهای اسلامی با استفاده از مطالعات مزیت نسبی بررسی شود. برای این منظور، عوامل اثربخشی ترتیبات تجاری منطقه‌ای (RTA's)^۱ بررسی و بر اساس شاخص مزیت نسبی آشکارشده امکان و اثربخشی ترتیبات تجاری بین کشورهای اسلامی تجزیه و تحلیل شده است. نتایج این بررسی حاکی از آن است که، بخش عمده‌ای از تجارت درون گروه کشورهای عضو سازمان کنفرانس اسلامی بر پایه مزیت‌های نسبی صادراتی بوده و صادرات کالاهای مزیت‌دار سهم به نسبت بالایی از تجارت بین کشورهای اسلامی را به خود اختصاص داده است.

طبقه‌بندی JEL : F15

واژگان کلیدی: تجارت خارجی، ترتیبات تجاری منطقه‌ای، مزیت نسبی آشکار شده، کشورهای اسلامی

* این مقاله با استفاده از دستاوردهای طرح تحقیقاتی "تشکیل بانک نرم افزاری مزیت‌های نسبی کشورهای عضو سازمان کنفرانس اسلامی" که مؤلف در مرکز مطالعات عالی بازار مشترک اسلامی مؤسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی انجام داده و در سال ۱۳۸۳ خاتمه یافته است، تدوین شده است. کلیه نتایج این طرح به دو زبان فارسی و انگلیسی در سایت مرکز (www.carsicm.ir) قابل دستیابی است.

** عضو هیئت علمی و پژوهشگر مؤسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی

e-mail: y.fathi@itsr.org.ir

1. Regional Trade Arrangements

مقدمه

با آنکه در دو دهه آخر قرن گذشته روند جهانی شدن^۱ و بین‌المللی شدن^۲ سرعت ویژه‌ای گرفته، اما در عین حال، گرایشهای تجاری منطقه‌ای نقش و جایگاه خود را حفظ کرده است تا آن حد که موافقت‌نامه‌های تجاری بین‌المللی از جمله؛ موافقت‌نامه‌های سازمان جهانی تجارت نقش موافقت‌نامه‌های تجاری منطقه‌ای را به رسمیت شناخته است. از طرفی، پدیده جهانی شدن سبب هدایت تقسیم کار بین‌المللی شده و بسیاری از تحولات بازار جهانی را تحت تأثیر قرار داده است. از طرف دیگر، به نظر می‌رسد با جهانی شدن اقتصاد، ایجاد گروههای همکاری و همگرایی منطقه‌ای به منظور حفظ منافع مشترک کشورهای واقع در هر منطقه شدت گرفته است. این انگیزه‌ها از آن جهت شکل گرفته و تقویت می‌شوند که معتقدند، ترتیبات تجاری منطقه‌ای مؤثرترین راه برای گشودن تدریجی اقتصادهای ملی و ادغام آنها در اقتصاد جهانی در شرایط رقابتی کنونی هستند. در این شرایط، تصمیم‌گیری راجع به سیاستها در روابط خارجی برای کشورهای اسلامی نیز اهمیت زیادی دارد.

از این منظر، ترتیبات تجاری منطقه‌ای در جهت پیوستن به روند جهانی شدن اقتصاد می‌تواند با حذف موانع گمرکی در منطقه، دسترسی شرکتها به بازارهای وسیع‌تر را عملی کند، موانع را از سر راه انتقال سرمایه و تکنولوژی در محدوده منطقه بردارد و در مجموع، افقهای گسترده‌تری را فرا روی توسعه تجاری و اقتصادی کشورهای عضو بگشاید.

ترتیبات منطقه‌ای با لغو محدودیتهای تجاری، نظام هماهنگ تعرفه‌های گمرکی و ... زمینه مساعدی را برای تولید در مقیاس کلان و فروش در بازار منطقه و بستر مناسبی را برای رشد اقتصادی پویای منطقه فراهم می‌کند. از سوی دیگر، تعرفه‌ها و حمل و نقل نقش بسزایی در قابلیت رقابت کالاها و خدمات در بازارهای مختلف دارد، که در پیمانهای تجاری منطقه‌ای، این دو هزینه تعیین کننده در قدرت رقابت به لحاظ توافق میان کشورهای منطقه و فاصله نزدیک‌تر این کشورها به هم(همسایه بودن آنها) به حداقل ممکن می‌رسد، بنابراین، تولیدکنندگان از قدرت رقابت بیشتری برخوردار می‌شوند.

در مقاله حاضر با طرح این فرضیه که کشورهای اسلامی می‌توانند از طریق تشکیل ترتیبات منطقه‌ای ضمن توسعه روابط تجاری درون گروهی به توسعه تجاری و اقتصادی در عرصه جهانی نیز دست پیدا کنند، سعی شده است امکان و اثربخشی ترتیبات تجاری بین کشورهای اسلامی با استفاده از مطالعات مزیت نسبی بررسی شود. لذا، سوالات اساسی پژوهش حاضر به شرح زیر قابل ارائه است:

۱) چه بخشی از تجارت بین کشورهای عضو سازمان کنفرانس اسلامی (OIC)^۳ بر پایه مزیت‌های نسبی است؟

1. globalization
2. internationalization
3. Organization of Islamic Conference

- ۲) آیا اهمیت و میزان مزیت‌های نسبی کشورهای عضو در تجارت درون گروهی در حال رشد است؟
- ۳) آیا این امکان وجود دارد که کشورهای عضو سازمان کنفرانس اسلامی با بهره‌گیری از مزیت‌های نسبی صادراتی درون گروهی خود به تشکیل ترتیبات تجاری منطقه‌ای اثربخش مبادرت ورزند؟
- ۴) در صورتی که پاسخ سؤال فوق مثبت است، چه مناطقی و با چه ترکیبی از کشورها برای این منظور مناسب است؟
- برای پاسخ‌گویی به این سؤالات، عوامل اثربخشی ترتیبات تجاری منطقه‌ای بررسی و بر اساس شاخص مزیت نسبی آشکار شده امکان و اثر بخشی ترتیبات تجاری بین کشورهای اسلامی تجزیه و تحلیل شده است.
- مطالعات مفیدی در زمینه مزیت‌های نسبی و نقش آن در توسعه تجارت خارجی کشورهای مختلف انجام شده است که در این قسمت پاره‌ای از آنها به صورت مختصر معرفی می‌شود.
- مرکز تجارت بین‌الملل (ITC)^۱ در سال ۲۰۰۱ با بهره‌گیری از دو شاخص مزیت نسبی آشکار شده بالاسا^۲ و شاخص تراز تجاری، بانک اطلاعاتی مزیت نسبی کشورهای جهان را در ۱۲ گروه کالایی طبقه‌بندی SITC^۳ برای دو سال ۱۹۹۹ و ۲۰۰۰ استخراج و منتشر کرد. این مطالعه، مبنای مناسبی را برای تعیین جایگاه کشورها در تجارت جهانی هر کدام از گروه‌های کالایی مورد نظر بر پایه مزیت نسبی ارائه داده است.^۴
- والراس و جانستون (۲۰۰۱)^۵، با استفاده از شاخص بالاسا مزیت نسبی کشورهای عضو نفتا^۶ را در بخش کشاورزی بر اساس کدهای دو رقمی HS^۷ در دوره ۱۹۹۶-۱۹۹۸ به منظور بررسی امکان توسعه تجارت درون نفتا در بخش کشاورزی تجزیه و تحلیل کرده‌اند. نقطه ضعف اصلی این بررسی در عدم امکان شناسایی مزیت نسبی کشورها به تفکیک کالایی است، چرا که محاسبه مزیت نسبی آشکار شده با استفاده از کدهای دو رقمی فقط امکان بررسی و تعیین مزیتها در سطح گروه کالایی را میسر می‌کند. مانیر حسین (۱۹۹۶)^۸، در تحقیق مشابهی ساختار مزیت‌های نسبی کشورهای جنوب شرقی آسیا را در سال ۱۹۹۲ منتها در کدهای ۳ رقمی SITC بررسی کرده است. البته، ایراد گفته شده درخصوص استفاده از گروه کالایی بر این تحقیق نیز وارد است.

1. International Trade Center
3. Standard of International Trade Classification
5. Vollrath and Johnston (2001)
Agreement(NAFTA)
8. Manir Hossein (1996)

2. Balassa
4. ITC(2001)
6. North America Free Trade
7. Harmonized System

صنایعی (۱۳۸۱)، برای تعیین ساختار مزیت‌های نسبی کشورهای عضو سازمان کنفرانس اسلامی، با استفاده از شاخص نسبت صادرات خالص (NER)^۱ مزیت نسبی تعداد ۲۲ عضو را در ۱۰ گروه عمده بر حسب طبقه‌بندی SITC و در قالب کدهای یک رقمی تعیین کرده است. این تحقیق نیز، همچنان نتایج کلی حاصل کرده و از شناسایی و معرفی کالاها و محصولات مزیت‌دار کشورهای مورد مطالعه در جهت برنامه‌ریزی برای توسعه تجارت درون گروهی عاجز است، ضمن اینکه دامنه پوشش آن تعداد کمتری از ۵۷ کشور اسلامی عضو را شامل می‌شود.

اما، مطالعه حاضر افزون بر ویژگیهای مطالعات تجربی پیشین در زمینه مزیت نسبی صادراتی، ویژگیهای زیر را نیز مد نظر قرار داده است:

۱- در پژوهش حاضر با هدف تقویت نتایج کاربردی تحقیق، سعی شده است تا تلفیقی از شاخصهای تجربی تعیین کننده مزیت نسبی استفاده شود. به عنوان نمونه، شاخصهای مزیت نسبی آشکار شده، با لحاظ کشورهای عضو سازمان کنفرانس اسلامی، شاخص مزیت نسبی با لحاظ کشورهای در حال توسعه، شاخص تراز تجاری در تجارت با کشورهای عضو سازمان کنفرانس اسلامی و شاخص متقارن در تجارت با کشورهای عضو این سازمان در مطالعه استفاده شده است.

۲- مطالعه حاضر، برای اولین بار کل کشورهای اسلامی (۵۷ کشور عضو OIC) را پوشش داده است.

۳- مطالعه حاضر، در مقایسه با مطالعات قبلی که حداکثر تا سطح کدهای سه رقمی وارد محاسبات شده‌اند، برای اولین بار (درمورد کشورهای اسلامی) مزیت نسبی صادراتی کلیه کشورهای اسلامی را در سطح کدهای شش رقمی طبقه‌بندی HS، یعنی سطح محصولات و کالاها، اندازه‌گیری کرده است.

۴- در این مطالعه، به‌طور متوسط، از اطلاعات تجاری بیش از ۶۵ هزار کالا در قالب کدهای شش رقمی HS، که در مجموع بیش از ۷۰۰ هزار مشاهده آماری (رکورد) را شامل می‌شود، استفاده شده است. ضمن اینکه با توجه به حجم بالای محاسبات، برای جلوگیری از خطاهای احتمالی در پردازش اطلاعات، یک برنامه محاسبات کامپیوتری نیز برای این منظور طراحی و به‌کار گرفته شده است.

در این مقاله، ضمن مروری مختصر بر مبانی نظری گرایشهای منطقه‌ای، روش‌شناسی تحقیق معرفی و سپس، روش تحقیق و شاخصهای مورد استفاده ارائه شده است. در ادامه بحث، یافته‌های تحقیق تجزیه و تحلیل شده و در خاتمه، ضمن جمع‌بندی و نتیجه‌گیری از تحلیل‌های ارائه شده پیشنهادها (توصیه‌های سیاستی) پژوهش ارائه شده است.

1. Net Export Ratio

۱. مبانی نظری

اکثر صاحب‌نظران مباحث تجارت بین‌الملل بر این اعتقادند که جهانی شدن اقتصاد و آزادسازی تجاری، هزینه‌های غیر قابل انکاری را برای کشورهای در حال توسعه به دنبال دارد. هر چند اعتقاد غالب بر این است که این هزینه‌ها اولاً، نسبت به هزینه‌های انزوای جهانی کمتر بوده، ثانیاً در صورت مواجهه آگاهانه و مؤثر کشورهای، تا حدود زیادی قابل تقلیل و در میان مدت و بلندمدت قابل جبران است.^۱

اما در مجموع، نگرانیهای کشورهای در حال توسعه در خصوص پیامدهای منفی و به یک باره آزادسازی تجاری به همراه ملاحظاتی که پس از پایان جنگ سرد شکل گرفت، باعث شده است در اغلب موارد کشورهای جهان برای حفظ روابط تجاری خارجی و همچنین، برای حفظ موقعیت خود در بلوک‌بندیهای موجود در اقتصاد و سیاست جهانی، به رویکرد منطقه‌گرایی و ایجاد ترتیبات تجاری مختلف به عنوان مقدمه‌ای برای رویکرد جهانی شدن و مصونیت از پیامدهای منفی و یک‌باره آن، روی بیاورند.^۲ کارشناسان تجارت بین‌الملل، منطقه‌گرایی را به‌عنوان بندرگاهی امن و به‌منزله ابزاری برای رویارویی کشورهای در حال توسعه با فراز و نشیبهای بازارهای جهانی تلقی می‌کنند. آنها همچنین، منطقه‌گرایی را دریچه‌ای برای اصلاح خط‌مشی‌های داخلی می‌دانند.

بر اساس نظریه‌های تجارت بین‌الملل، ایجاد یک بلوک تجاری دارای دو اثر متفاوت است:

الف) منافع بلوک تجاری که عبارت است از خلق تجارت؛ به عبارت دیگر، انتظار می‌رود که پس از تشکیل بلوک تجاری، به دلیل اختلاف هزینه‌های تولید بین تولیدکنندگان داخلی و تولیدکنندگان درون بلوک تجاری، تجارت بین کشورهای عضو گسترش پیدا کند. بدین ترتیب، مصرف‌کنندگان کشور به جای خرید گران از تولیدکنندگان داخلی، به سمت عرضه‌کنندگان دارای قیمت پایین در بین کشورهای عضو بلوک می‌روند.

ب) هزینه‌های بلوک تجاری که عبارت است از ایجاد انحراف در الگوی تجارت خارجی کشورهای عضو؛ به عبارت دیگر، در شرایط تشکیل یک بلوک تجاری مصرف‌کنندگان کشورهای عضو از هزینه‌های پایین‌تر عرضه‌کنندگان در بازار جهانی (کشورهای غیر عضو) محروم شده و هزینه‌های بالای تولیدکنندگان درون بلوک به آنها تحمیل می‌شود. این هزینه‌ها، به‌ویژه اگر کشورها بعد از عضویت در بلوک محدودیتهای تجاری تبعیضی علیه کشورهای غیر عضو را افزایش دهند، تشدید می‌شود. اما از آنجا که هدف غایی، تجارت آزاد جهانی است، چنانچه ترتیبات تجاری منطقه‌ای برای هدف اصلی که رفع موانع تجارت چند جانبه است، گام بردارند، سنگ بنای تجارت آزاد جهانی به‌طور صحیح گذاشته

۱. فتیحی (۱۳۸۱ الف)، ص ۱۴.

۲. فتیحی (۱۳۸۱ ب)، صص ۱۳۱-۱۶۰.

3. Fernandez (1997)

خواهد شد. همچنین، اگر ترتیبات منطقه‌ای حاضر به پذیرش این امر گردند، انحراف تجاری به حداقل رسیده و شرایط دسترسی آسان به منابع و کالاها برای تمام کشورها فراهم خواهد شد.^۱ اما این که کدام یک از دوجنبه آثار مثبت یا منفی تشکیل بلوک تجاری بر دیگری غالب می‌شود و برابند عضویت در بلوک تجاری برای کشورهای عضو، منافع خالص یا زیان خالص خواهد بود، بستگی به ترکیب کشورهای عضو و ساختار تجارت خارجی آنها دارد.

- اگر درجهٔ اکمال تجاری کشورهای درون بلوک بالا باشد، نظیر آنچه در مورد کشورهای عضو اتحادیهٔ اروپا^۲ و آسه‌آن^۳ شاهد هستیم، در آن صورت، منافع ترتیبات منطقه‌ای قابل ملاحظه خواهد بود و تشکیل بلوک تجاری به توسعهٔ تجارت درون منطقه، توسعهٔ مزیت‌های نسبی کشورهای عضو، تنوع صادراتی و نهایتاً رشد سریع و افزایش رفاه اقتصادی کشورهای عضو خواهد انجامید.
- اگر درجهٔ اکمال تجاری کشورهای عضو در سطح پایین تری قرار داشته باشد، نظیر نفتا و مرکوسور^۴، در آن صورت، هزینه‌های گرایش منطقه‌ای بر منافع آن غالب شده و ایجاد بلوک تجاری نه تنها کمک چندانی به توسعهٔ تجارت درون منطقه و تنوع مزیت‌های صادراتی کشورهای عضو نمی‌کند، بلکه در عمل، سبب انحراف در الگوی تجارت کشورهای عضو به سمت تولید و صادرات کالاهایی می‌شود که در شرایط تجارت آزاد، به دلیل عدم مزیت نسبی و رقابتی، قادر به صادرات آنها نخواهد بود.^۵

از سوی دیگر، بر اساس مبانی خرد اقتصادی تجارت بین‌الملل، میزان اثر بخشی یک بلوک تجاری در توسعهٔ تجاری کشورهای عضو به سه عامل اساسی بستگی دارد^۶:

۱- اختلاف بین هزینه‌های تولید داخلی و هزینه‌های تولید کشورهای عضو بلوک؛ بر این اساس هرچه این اختلاف بیشتر باشد، منافع حاصل از بلوک تجاری بیشتر خواهد بود. اگر هزینهٔ تولید داخلی برای کالای خاصی از یک کشور به میزان قابل ملاحظه‌ای پایین تر از هزینه‌های تولید سایر کشورهای عضو باشد، در آن صورت تولید آن کالا به لحاظ هزینه دارای مزیت نسبی بوده، لذا توسعهٔ تجارت درون بلوک، اولاً امکان پذیر گشته، و ثانیاً باعث توسعهٔ مزیت‌های نسبی کشورهای عضو می‌شود. همچنین، اگر هزینهٔ تولید داخلی یک کالای خاص در مقایسه با هزینه‌های تولید سایر کشورهای عضو بالاتر باشد، در آن صورت واردات کالای مورد نظر از سایر کشورهای عضو، به دلیل مزیت نسبی هزینه‌ای آنها در تولید، به صرفه خواهد بود. بدین ترتیب اگر اصل اختلاف هزینه‌های تولید برقرار باشد، در آن صورت تشکیل بلوک تجاری توجیه اقتصادی پیدا می‌کند. در مقابل، اگر الگوی تجارت خارجی کشورهای عضو مشابه باشد، و اختلاف قابل قبولی در هزینه‌های

۱. فتیحی (۱۳۸۱ب)، ص ۱۴۵.

2. European Union

3. The Association of Southeast Asian Nations (ASEAN)

4. Mercosour

5. Yeats (1998), pp.1-28, Fernandez (1997), pp 24-31.

۶. همان منبع، ص ۲۰.

تولید آنها وجود نداشته باشد، تشکیل بلوک تجاری دارای توجیه اقتصادی نخواهد بود، و در صورت تشکیل بلوک تجاری، این ترکیب از کشورها با ساختار تولید و الگوی تجاری مشابه، به توسعه تجارت درون منطقه، ارتقاء مزیت‌های نسبی و تنوع صادرات کشورهای عضو کمک مؤثری خواهد کرد.

۲- اختلاف بین هزینه‌های تولید کشورهای عضو با هزینه‌های تولید کشورهای غیر عضو (خارج بلوک)؛ هر چه این اختلاف کمتر باشد، منافع حاصل از تشکیل بلوک تجاری بیشتر خواهد بود. به عبارت دیگر، در این حالت هزینه فرصت حضور در بلوک تجاری پایین‌تر خواهد بود.

۳- کشش تقاضا؛ هر قدر این کشش بالاتر باشد، حضور در بلوک تجاری منافع بیشتری را نصیب کشورهای عضو خواهد کرد.

همچنین براساس نظریه‌های تجارت بین‌الملل، تجارت میان کشورها بر مبنای مزیت نسبی صورت می‌گیرد، هر چند شناخت معاصر از تعریف، مبانی و عوامل موجد مزیت نسبی بسیار متفاوت از تعاریف سنتی آن بوده و بر همین اساس، روشهای اندازه‌گیری مزیت نسبی نیز دچار تحول شده است. خاستگاه اصلی این استدلال، نوشته‌های ریکاردو است که سپس در مدل هکشر- اوهلین - ساموئلسون^۱ (H-O-S) در قالب یک الگو و به صورت معادلات ریاضی نمایش داده شده است. به عبارت دیگر، هر چند در اثر معرفی مقوله‌هایی نظیر فن‌آوری، بازده فزاینده مقیاس و شرایط رقابت ناقص در بازار کالا، به عنوان عوامل تعیین کننده، نظریه‌های تجارت بین‌الملل غنی‌تر شده است، اما با این حال، هسته اصلی این نظریه‌ها همچنان بر مدل H-O-S استوار است، که نشان می‌دهد دو کشوری که از نسبت‌های متفاوت عوامل تولید بهره‌مند هستند، از تجارت سود می‌برند.^۲ بدین ترتیب، می‌توان نتیجه گرفت که، تخصص‌گرایی یک کشور در تجارت بین‌الملل با ساختار مزیت نسبی آن کشور تعیین می‌شود.

از نظر تئوریک، مزیت نسبی با توجه به قیمت‌های نسبی پیش از تجارت مشخص می‌شود، منتها در نبود قیمت‌های پیش از تجارت، پژوهشگران ناگزیرند به داده‌های تجاری تولید شده در اثر جریان‌های تجاری واقعی اکتفا کنند.^۳ ضمن اینکه، مبنای اصل مزیت نسبی آشکار شده در متون تجارت بین‌الملل این فرض است که الگوی تجارت کالایی، بیانگر هزینه‌ها و تفاوت‌های نسبی در عوامل غیر قیمتی است.

با عنایت به مبانی نظری فوق روشن می‌شود که یکی از معیارهای مهم در تشخیص امکان پذیری و اثر بخشی ترتیبات تجاری، آگاهی از مزیت‌های نسبی گروه کشورهای عضو است. برای این منظور، در این مقاله سعی شده است با استفاده از دستاوردهای طرح تشکیل بانک نرم‌افزاری مزیت‌های نسبی کشورهای اسلامی^۴، به بررسی ساختار مزیت‌های نسبی کشورهای اسلامی در تجارت درون گروهی پرداخته و بر آن

1. Heckscher- Ohlin- Samuelson
3. Petersen and Gounder (2002)

2. Manir (1996)

۴. فتیحی (۱۳۸۴)

اساس، مناسب‌ترین گزینه‌ها برای تشکیل ترتیبات تجاری بین کشورهای اسلامی شناسایی و معرفی شود.

۲. روش پژوهش

روش این پژوهش به صورت اسنادی یا کتابخانه‌ای است. تجزیه و تحلیل داده‌ها نیز با استفاده از روش‌های تحلیل آماری انجام شده است. بدین ترتیب، مزیت نسبی و تخصص‌گرایی کشورهای عضو سازمان کنفرانس اسلامی با استفاده از شاخص مزیت نسبی آشکار شده (RCA)^۱ بررسی و سپس بر اساس میزان و تغییرات سهم مزیت‌های نسبی آشکار شده در تجارت درون گروهی کشورهای عضو، امکان و اثر بخشی ترتیبات تجاری میان آنها تحلیل شده است.

روش معمول برای محاسبه مزیت نسبی این است که، با توجه به اطلاعات و آمار مربوط به تجارت واقعی، مزیت نسبی برحسب ویژگی‌های کشور-صنعت تعیین شود. بر این اساس، هر کشوری در تولید و صدور کالاهایی مزیت نسبی دارد که مقدار صادرات آنها به سایر کشورها به‌طور نسبی بیشتر باشد. در واقع، روش محاسبه مزیت نسبی به‌صورت روش عملکردی است. بر این اساس، شاخص‌های تعیین‌کننده مزیت نسبی و سطح تخصص‌گرایی به شرح زیر قابل ارائه هستند:

۲-۱. شاخص‌های تعیین‌کننده مزیت نسبی و سطح تخصص‌گرایی

یکی از شاخص‌هایی که بیشترین مورد استفاده را در تعیین میزان تخصص‌گرایی کشورهای مختلف دارد، شاخص مزیت نسبی آشکار شده (RCA) است، که سی‌وپنج سال قبل برای نخستین بار در مطالعات تجربی بالاسا^۲ به‌کار گرفته شد و از آن هنگام، این معیار در مقالات علمی و انتشارات دانشگاهی بسیاری به عنوان معیاری از تخصص‌گرایی در تجارت بین‌الملل استفاده شده است. این شاخص به صورت زیر تعریف می‌شود:

$$RCA_{ij} = \frac{X_{ij} / \sum_j X_{ij}}{\sum_i X_{ij} / \sum_i \sum_j X_{ij}} \quad (1)$$

که در آن X بیانگر ارزش صادرات، i بیانگر کالا و j بیانگر کشور است. نسبت موجود در صورت کسر معادل سهم کشور j در صادرات جهانی کالای i ، و نسبت موجود در مخرج کسر نمایانگر سهم آن کشور از کل صادرات جهانی است. این شاخص مقادیر بین صفر تا بی‌نهایت را به خود می‌گیرد. مقادیر کمتر از یک نمایانگر کالاهایی است که کشور j در مقایسه با

1. Revealed Comparative Advantage

2. Balassa (1989)

متوسط جهانی از تخصّص نسبتاً کمتری در صادرات آن برخوردار است. در مقابل، مقادیر بزرگتر از یک نشانگر کالاهایی است که کشور مورد نظر تخصّص بیشتری در صادرات آنها دارد. دلیل اینکه مزیت نسبی آشکار شده در بین اقتصاددانان تجارت بین‌الملل بیشتر از معیارهای دیگر (که براساس خالص صادرات بنا شده‌اند) مقبولیت یافت، این است که این شاخص برای بیان مفهوم تخصّص، شاخص جامع‌تری است. به عنوان مثال، نسبت موجود در صورت کسر را در نظر بگیرید و آن را با خالص صادرات مقایسه کنید. این نسبت صادرات کشور j در زمینه کالای k را با کلّ صادرات جهانی آن کالا مقایسه می‌کند (به عبارت دیگر، مقایسه با توجه به تمام کشورهای رقیب کشور j در صادرات جهانی کالای k صورت گرفته است).

شاخص دیگری که کونیموتو (۱۹۹۷)^۱ در چارچوب الگوی آماری ارائه داده، نسبت بین تجارت بالفعل و تجارت مورد انتظار را ملاک ارزیابی مزیت نسبی آشکار شده قرار داده است. شاخص کونیموتو به صورت زیر تعریف می‌شود:

$$RCA_{kj} = \frac{X_{kj}}{E(X_{kj})}; \quad E(X_{kj}) = \left(\sum_k X_{kj} \right) \frac{\sum_j X_{kj}}{\sum_k \sum_j X_{kj}} \quad (2)$$

که در آن، k معرف کالای j معرف کشور، X ارزش صادرات واقعی و $E(x)$ ارزش مورد انتظار صادرات است. به طوری که صادرات مورد انتظار کالای k از سوی کشور j معادل حاصل ضرب کلّ صادرات آن کشور در سهم کالای مورد نظر از کلّ صادرات جهانی است. فرضی که برای این فرمول در نظر گرفته می‌شود این است که، عوامل تعیین کننده صادرات یک کشور از عوامل تعیین کننده در تجارت جهانی آن کالا پیروی می‌کند. از این رو، اگر سهم نسبی صادرات یک کالا از کلّ صادرات کشور مورد نظر بر حسب اهمیت نسبی آن کالا در تجارت جهانی تحقق یافته باشد، مزیت نسبی آشکار شده مقداری معادل یک به خود می‌گیرد، مقادیر بزرگتر یا کوچکتر از یک نیز نمایانگر بخشهایی است که سهم نسبی بیشتر یا کمتری از صادرات کشور مورد نظر را در مقایسه با سهم نسبی آن کالا در تجارت جهانی دارا است (برازیلی و دیگران، ۲۰۰۲).

بر این اساس، مقدار بزرگتر از یک این شاخص برای کالای k نشان می‌دهد که کشور صادرکننده در تولید این کالا مزیت نسبی داشته و به سوی تخصّصی شدن تولید آن حرکت کرده است. مقادیر کمتر از یک این شاخص هم، نبود مزیت نسبی را در تولید کالاهای مورد نظر نمایان می‌کند. با این حال، تغییرات شاخص مزیت نسبی آشکار شده در طی زمان را می‌توان به تغییر در الگوی صادراتی یک کشور در برابر تغییرات الگوی صادراتی کلّ جهان و یا یک منطقه خاص (مثلاً کشورهای

1. Kunitomo(1997)

2. Brasili et al. (2000)

عضو سازمان کنفرانس اسلامی) نسبت داد. در این صورت، روند افزایش شاخص یاد شده در طی زمان می‌تواند نشان دهنده بهبود موقعیت رقابتی کشور مورد نظر در صادرات یک کالا در سطح جهانی و یا منطقه‌ای و تلاشهای انجام شده در جهت ایجاد فرصتهای مناسب و یا استفاده به هنگام از فرصتهای پیش آمده در سطح جهان به شمار آورد. از طرفی، نوسانهای زیاد این شاخص در طی زمان را می‌توان به عنوان معیاری برای نبود ثبات در رژیم تجاری یک کشور تلقی کرد.^۱

در این مطالعه، شاخص تغییرات مزیت نسبی آشکار شده کشورهای عضو سازمان کنفرانس اسلامی در طی دوره بررسی به شکل زیر اندازه‌گیری می‌شود:

$$RCA_i^{\circ} = \frac{X_{ik}^{\circ}}{\sum_k X_{ik}^{\circ}} / \frac{\sum_i X_{ik}^{\circ}}{\sum_i \sum_k X_{ik}^{\circ}} \quad (3)$$

$$RCA_i^{\prime} = \frac{X_{ik}^{\prime}}{\sum_k X_{ik}^{\prime}} / \frac{\sum_i X_{ik}^{\prime}}{\sum_i \sum_k X_{ik}^{\prime}} \quad (4)$$

$$\Delta RCA_i = \frac{RCA_i^{\prime}}{RCA_i^{\circ}} \times 100 \quad (5)$$

که در آن، k معرف کالا، i معرف کشور، X ارزش صادرات واقعی و $E(x)$ ارزش مورد انتظار صادرات است. همچنین، در فرمولهای فوق عدد صفر نمایانگر دوره اولیه و عدد ۱ نمایانگر دوره زمانی ثانویه است.

این روش در واقع، تغییرات شاخص مزیت نسبی آشکار شده در بین دو دوره معین را ملاک ارزیابی قرار می‌دهد. بر این اساس، مقادیر بزرگتر از ۱۰۰ این شاخص نشان دهنده افزایش مزیت نسبی آشکار شده کشور i در کالای K در فاصله دو دوره، و مقادیر کوچکتر از ۱۰۰ حاکی از کاهش مزیت نسبی آشکار شده کشور مورد نظر در صادرات کالای k خواهد بود.

برای نشان دادن روند تغییرات مزیت نسبی آشکار شده و میزان ثبات روند آن از یک معادله ساده، که از طریق روش حداقل مربعات معمولی تخمین زده می‌شود، استفاده شده است. به عبارت دیگر، اگر این فرض را بپذیریم که شاخص مزیت نسبی آشکار شده به صورت هندسی در طی سالهای مورد مطالعه تغییر می‌کند، رابطه زیر برقرار خواهد بود:

$$RCA_{it}^k = RCA_{i_0}^k (1+r)^t \quad (6)$$

با استفاده از روش حداقل مربعات معمولی خواهیم داشت:

۱. سلامی و پیش بهار (۱۳۸۰)

$$\ln RCA_{it}^k = \ln RCA_{i0}^k + t \cdot \ln(1+r) \quad (7)$$

با استفاده از ضریب متغیر روند (t) نرخ رشد متوسط مزیت نسبی آشکار شده بالاسا به صورت زیر محاسبه خواهد شد:

$$r_i^k = [e^{\ln(1+r)} - 1] \times 100 \quad (8)$$

از طرفی، مجذور ضریب این همبستگی نشان دهنده میزان ثبات روند است. همچنین، از شاخص مزیت نسبی آشکار شده (RCA) می‌توان برای تعیین مزیت نسبی کالاهای تجاری تولید شده، نسبت به دیگر کشورهای هم گروه استفاده کرد. با توجه به اینکه کشورهای عضو سازمان کنفرانس اسلامی جزء کشورهای در حال توسعه محسوب می‌گردند، لذا در مورد این گروه از کشورها، مزیت نسبی آشکار شده به صورت زیر محاسبه می‌شود:

$$RCA_{ik}^{SS} = \frac{X_{ik} / \sum_{k=1} X_{ik}}{\sum_{i=1}^{SS} X_{ik} / \sum_i \sum_k X_{ik}} \quad (9)$$

در این رابطه، صورت کسر سهم صادرات کالای k از کل صادرات کشور i در یک سال مشخص است، در حالی که مخرج کسر سهم صادرات کلیه کشورهای در حال توسعه کالای k در مقایسه با کل صادرات این کشورها است. بدین ترتیب، مقادیر بالاتر از یک نشان می‌دهد که کشور عضو سازمان کنفرانس اسلامی در مقایسه با همه کشورهای در حال توسعه دارای مزیت نسبی آشکار شده در صادرات کالای بررسی شده است.

در واقع، هدف از به کار گیری این شاخص در تحقیق حاضر، تلاش برای پاسخ‌گویی به این سؤال است که کشورهای اسلامی در تجارت با سایر کشورهای در حال توسعه در چه زمینه‌هایی دارای مزیت نسبی هستند؟ در صورت آگاهی از این مزیتها و نیز مزیت‌هایی که کشورهای مقابل در تجارت دوجانبه دارند، کشورهای اسلامی می‌توانند ساختار تجارت خارجی خود با کشورهای در حال توسعه را در قالب مزیت‌های نسبی صادراتی به گونه‌ای سامان‌دهی کنند که حداکثر منافع اقتصادی- تجاری را به دست آورده و در جهت تخصیص بهینه منابع، در راستای تخصیص‌گرایی تجاری، عمل کنند. شاخص دیگری که برای تعیین مزیت نسبی آشکار شده کشورهای عضو سازمان کنفرانس اسلامی استفاده شده است، به صورت زیر محاسبه می‌شود:

$$RCA_{OIC}^K = \frac{X_{OIC_i}^K / \sum_{k=1} X_{OIC_i}^k}{\sum_{i=1} X_{OIC_i}^k / \sum_i \sum_k X_{OIC_i}^k} \quad (10)$$

این شاخص بیانگر مفهوم مزیت نسبی آشکار شده در تجارت با کشورهای عضو سازمان کنفرانس اسلامی است، که نشان می‌دهد کشور i در کدام گروه کالایی از مزیت نسبی در تجارت با کشورهای

عضو سازمان کنفرانس اسلامی برخوردار است. مقادیر بالاتر از یک نشان می‌دهد که کشور عضو سازمان کنفرانس اسلامی در زمینه کالاهای بررسی شده دارای مزیت نسبی آشکار شده در تجارت با این کشورها است.

در این معادله، صورت کسر معرف سهم کالای صادراتی k از کل صادرات کشور i به کشورهای عضو سازمان کنفرانس اسلامی است. مثلاً اگر صورت کسر ۲۰ درصد باشد، این بدان مفهوم است که کشور i ، ۲۰ واحد از ۱۰۰ واحد کالایی را که به کشورهای عضو صادر کرده به کالای k اختصاص داشته است. در حالی که مخرج کسر معرف درصد سهم کالای مورد نظر از کل صادرات کشورهای عضو سازمان کنفرانس اسلامی است. مثلاً اگر مخرج کسر ۲۰ درصد باشد، این بدان مفهوم است که در مجموع ۲۰ واحد از ۱۰۰ واحد کالاهای صادراتی کشورهای عضو را کالای k تشکیل می‌دهد، هنگامی که RCA_{oici} بالاتر از یک باشد، گفته می‌شود که آن کشور در صادرات کالای k در تجارت با کشورهای عضو سازمان کنفرانس اسلامی در آن فعالیت از تخصص نسبی برخوردار است.

روش دیگر برای نشان دادن عدم مزیت نسبی کشورهای عضو سازمان کنفرانس اسلامی، استفاده از آمار واردات در شاخص معروف بالاسا است. براین اساس، شاخص عدم مزیت نسبی کشور i در بخش k را می‌توان به صورت زیر نشان داد:

$$RMS_i^k = \frac{M_i^k / \sum_{k=1} M_i^k}{\sum_i M_i^k / \sum_i \sum_k M_i^k} \quad (11)$$

در این روش، برای اندازه‌گیری تخصص وارداتی کشورهای مورد بررسی در تجارت با کشورهای عضو سازمان کنفرانس اسلامی از روش زیر استفاده می‌شود:

$$RMS_{OIC_i}^k = \frac{M_{OIC_i}^K / \sum_{k=1} M_{OIC_i}^k}{\sum_{i=1} M_{OIC_i}^k / \sum_i \sum_k M_{OIC_i}^k} \quad (12)$$

که در آن، صورت کسر سهم کالای وارداتی K از کل واردات کشور i و مخرج کسر، سهم کالای K از کل واردات کشورهای عضو سازمان کنفرانس اسلامی است. سهم واردات یک کالا از مجموع واردات جهانی و یا منطقه‌ای، ساختار واردات جهانی و یا منطقه‌ای مورد نظر را نمایان می‌سازد. از طرفی، تغییرات شاخص فوق در طی زمان، می‌تواند چگونگی واکنش الگوی وارداتی یک کشور را در برابر تغییرات الگوی وارداتی کل جهان و یا منطقه مورد نظر به تصویر بکشد.

با بهره‌گیری از این شاخص، به دنبال پاسخ‌گویی به این سؤال هستیم که کشورهای اسلامی در تجارت درون گروهی خود چگونه می‌توانند نیازهای وارداتی (عدم مزیت‌های) خود را به گونه‌ای تأمین کنند که از مزیت‌های نسبی کشورهای هم گروه در مقابل صادرات کالاهای مزیت‌دار خود بهره‌گیرند، و نیز با سامان‌دهی تجارت خارجی در جهت صادرات مزیت‌های نسبی (تخصّص‌گرایی) و واردات کالاهای فاقد مزیت، از انحراف تجاری جلوگیری نمایند؟

شاخص عدم مزیت نسبی آشکار شده (تخصّص وارداتی) مقادیری بین صفر و بی‌نهایت به خود می‌گیرد. مقادیر بزرگتر از یک این شاخص حاکی از آن است که کشور وارد کننده از عدم مزیت نسبی برخوردار بوده و از تخصّص نسبی در تجارت خارجی آن کالا دور شده است. مقادیر کمتر از یک این شاخص هم، مزیت نسبی کشور مورد نظر را در تولید آن کالا نمایان می‌کند.

همان‌طور که اشاره شد، نامتقارن بودن شاخص مزیت نسبی آشکار شده (RCA) یکی از نقاط ضعف این شاخص به شمار می‌آید. بدین معنا که نبود مزیت نسبی یک کالا در محدوده صفر تا یک نشان داده می‌شود، در حالی که وجود مزیت نسبی در محدوده یک تا بی‌نهایت بیان می‌شود. برای رفع این ضعف، شکل متقارنی از این شاخص در پژوهش حاضر ارائه و برای کشورهای مورد مطالعه برآورد شده است.

شاخص مزیت نسبی آشکار شده متقارن که میزان مزیت نسبی و روند تخصّص‌گرایی کشورها را نشان می‌دهد به صورت زیر تعریف می‌شود:

$$RCAS_{ik} = \frac{RCA_{ik} - 1}{RCA_{ik} + 1} \quad (۱۳)$$

شاخص مزیت نسبی آشکار شده متقارن برای کشورهای مورد مطالعه مقادیر بین -۱ تا +۱ را به خود می‌گیرد. در مطالعه حاضر نیز از این شاخص در تعیین مزیت نسبی کشورهای عضو سازمان کنفرانس اسلامی در جهت تعدیل نتایج شاخص مزیت نسبی آشکار شده بالاسا استفاده و نتایج آن به همراه نتایج به دست آمده از این شاخص نشان داده شده است.

یکی دیگر از شاخصهایی که اخیراً مورد استفاده بسیاری از پژوهشگران و مراکز معتبر بین‌المللی نظیر مرکز تجارت بین‌المللی (ITC) قرار گرفته است، شاخص مشارکت در تراز تجاری است، که برای اولین بار از سوی پژوهشگران مؤسسه تحقیقات اقتصاد بین‌الملل فرانسه پیشنهاد و به وسیله مرکز تجارت بین‌الملل به کار گرفته شده است. این شاخص، به عنوان یکی دیگر از معیارهای تعیین کننده مزیت نسبی آشکار شده کشورهای اسلامی به صورت زیر به کار گرفته شده است:

$$RCA_i^k = \frac{1000}{\sum_k X_i^k + \sum_{k+1} M_i^k} \left[(X_i^k - M_i^k) - \left(\sum_k X_i^k - \sum_k M_i^k \right) \left(\frac{(X_i^k + M_i^k)}{\sum_k X_i^k + \sum_k M_i^k} \right) \right] \quad (۱۴)$$

با بهره‌گیری از این روش، به منظور اندازه‌گیری میزان مشارکت کشورها در تراز تجاری درون گروهی کشورهای عضو سازمان کنفرانس اسلامی، از رابطه زیر استفاده شده است:

(۱۵)

$$RCA_{oi_c_i}^k = \frac{1000}{\sum_k X_{oi_c_i}^k + \sum_k M_{oi_c_i}^k} \left[(X_{oi_c_i}^k - M_{oi_c_i}^k) - \left(\sum_k X_{oi_c_i}^k - \sum_k M_{oi_c_i}^k \right) \left(\frac{X_{oi_c_i}^k + M_{oi_c_i}^k}{\sum_k X_{oi_c_i}^k + \sum_k M_{oi_c_i}^k} \right) \right]$$

در واقع هدف از به‌کارگیری این شاخص، دخالت دادن تراز تجاری در تجارت متقابل کشورهای اسلامی است. به عبارت دیگر، به دنبال پاسخ‌گویی به این سؤال هستیم که؛ دخالت دادن خالص صادرات به جای ارزش کل صادرات چه تأثیری در ساختار مزیت‌های نسبی کشورهای هم‌گروه، در تجارت متقابل دارد؟

بدین ترتیب در این پژوهش، تلفیقی از مجموعه شاخصهای فوق و البته، هر کدام با هدف خاصی برای نشان دادن مزیت نسبی آشکار شده و الگوی صادرات و واردات کشورهای عضو سازمان کنفرانس اسلامی استفاده شده است.^۱

۳. تجزیه و تحلیل یافته‌های پژوهش

پس از مشخص کردن شاخصهای تعیین مزیت نسبی به شرح بالا، داده‌های مورد نیاز از نرم‌افزار تجاری مرکز تجارت بین‌الملل (ITC) جمع‌آوری، طبقه‌بندی و استفاده شده است. برای اندازه‌گیری مزیت نسبی بر اساس آمارهای پس از تجارت، از داده‌های مقطعی سالهای ۱۹۹۷ تا ۲۰۰۱ استفاده شده است.^۲ همچنین برای بررسی و تعیین مزیت نسبی کشورها، از محاسبات مربوط در سطح کدهای دو و شش رقمی HS استفاده شده است.

جامعه آماری مطالعه حاضر، مجموعه کشورهای اسلامی عضو سازمان کنفرانس اسلامی شامل ۵۷ کشور است، که در سه قاره آفریقا، آسیا و قسمتهایی از اروپا قرار گرفته‌اند، برای مطالعه دقیق‌تر، این

۱. اطلاعات کامل و نتایج کلیه محاسبات شاخصهای فوق، برای مجموعه و تک تک کشورها در متن اصلی طرح و نیز در سایت مرکز مطالعات عالی بازار مشترک اسلامی (www.carsicm.ir) جهت بهره‌برداری عموم علاقه‌مندان در دسترس است.

۲. آخرین ویرایش بانک اطلاعاتی تجارت خارجی کشورهای جهان که در سال ۲۰۰۲ از سوی مرکز تجارت بین‌الملل در قالب لوح فشرده با عنوان PC/TAS منتشر شده است، مربوط به دوره آماری ۱۹۹۷-۲۰۰۱ است و تا زمان تدوین این مقاله ویرایش جدیدی از این مجموعه ارائه نشده است.

کشورها به پنج منطقه شامل؛ غرب آسیا و خاورمیانه، شمال و شرق آسیا، آسیای میانه، شمال آفریقا و آفریقای مرکزی و جنوبی، تفکیک شده‌اند.

همچنین برای اندازه‌گیری شاخصهای پیش گفته، از ارزش صادرات و واردات غیرنفتی کشورهای مورد نظر استفاده شده‌است، چرا که، بخش اعظمی از صادرات کشورهای عضو سازمان کنفرانس اسلامی را نفت و فرآورده‌های نفتی تشکیل می‌دهد و این مسئله موجب می‌شود که سهم صادرات کالاهای غیرنفتی کشورهای مورد مطالعه از کل صادرات آنها رقم پایین را نشان دهد، که به نوبه خود امکان بررسی میزان تخصص‌گرایی کشورهای مذکور را دچار اشکال می‌کند. ضمن اینکه استفاده از ارزش صادرات غیرنفتی در شاخص مزیت نسبی آشکار شده نتایج قابل اعتمادتری را ارائه نموده و امکان مقایسه بهتری را براساس عملکرد صادراتی کشورهای مورد نظر مهیا می‌سازد.

محاسبات مزیت‌های نسبی کشورهای اسلامی، با توضیحاتی که در قسمت روش تحقیق ارائه شد، نتایج قابل ملاحظه‌ای را حاصل نموده است. با توضیحات فوق در این قسمت یافته‌های تحقیق به صورت خلاصه ارائه می‌شود.

بر اساس نتایج به دست آمده، بخش عمده‌ای از تجارت درون گروهی کشورهای عضو سازمان کنفرانس اسلامی مبتنی بر مزیت‌های نسبی است، به طوری که در سال ۲۰۰۱ از نظر ارزش بالغ بر ۹۱/۳ درصد از کل صادرات غیرنفتی کشورهای مورد نظر با یکدیگر به کالاهای مزیت‌دار اختصاص داشته است. در این سال، ارزش کالاهای صادراتی مزیت‌دار کشورهای عضو بالغ بر ۲۹/۳ میلیارد دلار بوده است.

همچنین پاره‌ای از کشورها (به‌ویژه کشورهای ضعیف‌تر از نظر بنیة اقتصادی)، توانسته‌اند از تجارت درون گروهی بیشترین بهره را برده و با تکیه بر مزیت‌های نسبی صادراتی خود در تجارت با سایر کشورهای هم گروه، از انحراف تجاری، که از پیامدهای منفی همکاری‌های منطقه‌ای به شمار می‌آید، جلوگیری کنند.

استمرار تجارت بین کشورهای عضو و نیز تلاشهایی که از طریق کمیته‌های تخصصی سازمان کنفرانس اسلامی در جهت دستیابی به بازار مشترک اسلامی صورت گرفته است، و سایر علایق و تلاشهای دیپلماتیک همسوی این کشورها در سالهای اخیر، به‌ویژه با مساعی کشورهای اسلامی قدرتمندتر، نظیر: ایران، عربستان، مصر، کویت، سوریه و ...، با جدیت بیشتری دنبال می‌شود، همراه با سایر عوامل تأثیرگذار، باعث شده است تا در فاصله سالهای مورد بررسی تجارت خارجی کشورهای عضو سازمان کنفرانس اسلامی و نیز، صادرات اقلام مزیت‌دار این کشورها از رشد نسبتاً بالایی برخوردار شود؛ به طوری که مجموع ارزش صادرات غیرنفتی این کشورها به یکدیگر در سال ۲۰۰۱ به مبلغ ۳۲/۱ میلیارد دلار بالغ شده است که در مقایسه با سال ۱۹۹۷، که این رقم ۲۵/۲ میلیارد دلار بوده است، در مجموع ۲۷/۴ درصد افزایش یافته است. همچنین در این فاصله، ارزش صادرات متقابل کالاهای

مزیت‌دار کشورهای مورد مطالعه از حدود ۲۳/۵ میلیارد دلار به سطح ۲۹/۳ میلیارد دلار افزایش یافته است که افزایشی معادل ۲۴/۷ درصد را نشان می‌دهد.

از سوی دیگر، تجارت خارجی کشورهای اسلامی در درون گروه سازمان کنفرانس اسلامی در مقایسه با تجارت آنها با کل جهان، به میزان بیشتری بر مزیت نسبی استوار است، به طوری که سهم کالاهای صادراتی مزیت‌دار از ارزش صادرات غیرنفتی کشورهای اسلامی به کل جهان در سال ۲۰۰۱ معادل ۸۹/۴ درصد بوده است که در مقایسه با این نسبت، در صادرات درون گروهی (۹۱/۳ درصد) در سطح پایین‌تری قرار دارد. از این مقایسه می‌توان این نتیجه را گرفت که، رشد تجارت درون گروه کشورهای اسلامی می‌تواند کمک بیشتری به توسعه مزیت‌های نسبی صادراتی کشورهای عضو نموده و ضمن بهره‌مندی کشورهای عضو از مزیت‌های نسبی صادراتی، سهم آنها از کل تجارت جهانی را ارتقا بخشد.

۴. جمع‌بندی و نتیجه‌گیری

با توجه به یافته‌های این پژوهش می‌توان در پاسخ به سؤالات اساسی طرح نتایج زیر را ارائه کرد:

- بخش قابل ملاحظه‌ای از تجارت درون گروهی کشورهای عضو سازمان کنفرانس اسلامی بر پایه مزیت نسبی است. لذا، توسعه تجارت درون گروهی بر پایه اقلام صادراتی مزیت‌دار کشورهای عضو می‌تواند علاوه بر کمک به رفع انحرافات تجاری و رشد اقتصادی- تجاری کشورهای اسلامی، سهم و جایگاه آنها در تجارت جهانی را نیز ارتقا بخشد.
- اهمیت و میزان نقش مزیت نسبی در تجارت بین کشورهای اسلامی در حال رشد است.
- این امکان وجود دارد که کشورهای عضو سازمان کنفرانس اسلامی با بهره‌گیری از مزیت‌های نسبی صادراتی درون گروهی خود به تشکیل ترتیبات تجاری منطقه‌ای اثربخش مبادرت ورزیده، از مزایای آن در جهت توسعه تجاری و اقتصادی کشورهای عضو و ارتقای نقش، سهم و جایگاه هر کدام از کشورهای عضو و نیز مجموعه این کشورها از کل تجارت جهانی برخوردار شوند.
- چنانکه در مبانی نظری تحقیق اشاره شد، یکی از پیش نیازهای اساسی امکان‌پذیری و اثربخشی ترتیبات تجاری منطقه‌ای این است که اختلاف هزینه‌های تولید بین کشورهای عضو بالا بوده و یا به عبارتی، تجارت بین کشورهای بلوک مبتنی بر مزیت‌های نسبی باشد. از آنجا که بر اساس یافته‌های تحقیق بخش عمده‌ای از تجارت درون گروهی کشورهای عضو سازمان کنفرانس اسلامی مربوط به کالاهای صادراتی مزیت‌دار کشورها است، لذا می‌توان نتیجه گرفت که اثر بخشی ترتیبات تجاری بین اعضای این کشورها بالا باشد.

۵. پیشنهادها (توصیه‌های سیاستی)

با توجه به توزیع جغرافیایی کشورها و بهره‌گیری از اصل صرفه‌جویی در هزینه‌های مبادله، تقارب فرهنگی، ویژگیهای اقلیمی و ... پنج منطقه جغرافیایی عمده از نظر تراکم استقرار کشورهای اسلامی مشخص شده است. همچنین در هرکدام از این مناطق، بر اساس اصل مزیت نسبی و نقش آن در اثربخشی ترتیبات تجاری، کشورهایی که اولاً، دارای سهم بالایی از صادرات مزیت‌دار در تجارت درون گروهی بوده، و ثانیاً، اقتصاد قوی‌تری داشته و در سطح منطقه و جهان از نقش تعیین‌کننده‌تری برخوردار هستند، به عنوان هسته اصلی ترتیبات تجاری به شرح زیر پیشنهاد می‌شوند. این هسته‌ها می‌توانند ضمن سازمان‌دهی ترتیبات تجاری، سایر کشورهای عضو را نیز در جهت توسعه تجارت درون بلوک و نیز توسعه تجارت بین بلوکهای پنج‌گانه پیشنهادی در مناطق جغرافیایی مختلف جهان هدایت کنند.

- غرب آسیا و خاورمیانه؛ اولین منطقه جغرافیایی بر حسب حجم تجارت درون گروهی و سطح توسعه یافتگی کشورهای عضو، غرب آسیا و خاورمیانه است. در این منطقه که یک گروه ۱۵ کشوری از کشورهای اسلامی با اقتصاد نسبتاً قوی واقع شده‌اند، کشورهای امارات، ترکیه، عربستان، ایران، عمان و کویت می‌توانند هسته اصلی را تشکیل داده و با همکاری سایر کشورهای منطقه تجارت منطقه را بر اساس مزیت‌های نسبی کشورهای عضو توسعه دهند (جدول ۱ پیوست).
- شمال و شرق آسیا؛ دومین منطقه از این نظر شمال و شرق آسیا، شامل تعداد ۷ کشور اسلامی است که در این منطقه نیز سه کشور اندونزی، مالزی و پاکستان می‌توانند هسته اصلی را تشکیل دهند.
- آسیای میانه؛ شامل ۵ کشور تاجیکستان، قرقیزستان، ازبکستان، قزاقستان و ترکمنستان و با مرکزیت کشورهای ازبکستان، قرقیزستان و تاجیکستان
- شمال آفریقا؛ شامل ۶ کشور لیبی، مصر، الجزایر، مراکش، سودان و تونس با مرکزیت مصر و لیبی
- آفریقای مرکزی و جنوبی؛ شامل ۲۲ کشور اسلامی و با مرکزیت کشورهای سنگال، کامرون، توگو و نیجر

منابع

- پوراصغری، سکینه. (۱۳۷۷). *خطوط اصلی سیاست بازرگانی جمهوری اسلامی ایران و مشکلات گسترش همکاریهای تجاری با کشورهای عضو آکو*. تهران، وزارت بازرگانی، معاونت بازرگانی خارجی، دفتر امور بین‌الملل.
- حسن پور، یوسف. (۱۳۷۹). تجزیه و تحلیل مزیت نسبی صادراتی (مورد خاص مواد شوینده). *پژوهشنامه بازرگانی*، شماره ۱۴، صفحات ۷۱-۸۶.
- سلامی، حبیب‌الله و پیش‌بهار، اسماعیل. (۱۳۸۰). تغییرات الگوی مزیت نسبی محصولات کشاورزی در ایران: تحلیلی کاربردی با استفاده از شاخصهای مزیت نسبی ابراز شده. *اقتصاد کشاورزی و توسعه*، سال نهم، شماره ۳۴.
- صنایعی، علی. (۱۳۸۱). *شناسایی پتانسیلهای تجارت کالا بین کشورهای عضو OIC*. تهران: مؤسسه مطالعات و پژوهشهای بازرگانی.
- فتحی، یحیی. (۱۳۸۱ الف)، *موانع تعرفه‌ای و غیر تعرفه‌ای صادرات ایران در بازارهای هدف*. تهران، مؤسسه مطالعات و پژوهشهای بازرگانی.
- فتحی، یحیی (۱۳۸۱ ب)، *مقایسه تطبیقی تأثیرات دو رویکرد جهانی شدن اقتصاد و منطقه‌گرایی بر تجارت جهانی*. پژوهشها و سیاستهای اقتصادی، شماره ۲۱، صفحات ۱۳۱-۱۶۰.
- فتحی، یحیی. (۱۳۸۴). *مزیت‌های نسبی و نیازهای وارداتی کشورهای عضو سازمان کنفرانس اسلامی*. تهران: مرکز مطالعات عالی بازار مشترک اسلامی، مؤسسه مطالعات و پژوهشهای بازرگانی.
- کاتوزیان، محمد علی. (۱۳۵۳). *نظریه اقتصاد بین‌الملل*. تهران، دانشگاه تهران.
- Balassa, B. (1989). *Comparative Advantage Trade Policy and Economic Development*. Hertfordshire Harvester Wheatsheaf.
- Brasili, A., Epifani, P. and Hely, R. (2000). On the Dynamics of Trade Patterns. *LIUC Papers*, No. 6.
- Fernandez, R. (1997). *Returns to Regionalism: An Evaluation of Nontraditional Gains from Regional Trade Agreements*. New York University.
- Hossain, M. (1996). *South Asian Economies in The Global Trading system*. Australian National University (<http://ncdsnet.anu.edu.au/publications/online>)
- ITC. (2001). Databank, www.intracen.org.
- Kunimoto, K. (1997). Typology of Trade Indices. *Histotsbash Journal of Economics*, Vol. 17.
- Petersen, H. and Gounder, R. (2002). *Closer Economic Relations between Australia and New Zealand: Specialization, Competitiveness, Complementarity*. National Centre for Development Studies, Australian National University.

- Vollrath, T. and Johnston P. (2001). *The Changing Structure of Agricultural Trade in North America, Pre- and Post-CUSTA/NAFTA: What Does It Mean?"*
- Yeats, A. (1998). Does MERCOSOUR's Trade Performance Raise Concerns about the Effects of Regional Trade Arrangements. *The World Bank Economic Review*, Vol.12, No.1, PP.1-28.