

نظریات تجارت بین المللی

از همان آغاز پیدایش علم اقتصاد مبادلات بین المللی هم مورد بحث قرار گرفته است. مرکانتیلیسم اولین مکتب اقتصادی است که در مورد تجارت خارجی سخن گفته و سیاست تشویق صادرات و کاهش واردات و در نهایت افزایش یافتن تر از تجاری کشورها را مورد تاکید قرار داده است.

نظریه آدام اسمیت

بنیانگذار مکتب اقتصاد کلاسیک یعنی آدام اسمیت نیز مبادلات تجاری بین ملت ها را مورد تجزیه و تحلیل قرار داده و با مطرح نمودن نظریه برتری مطلق و تقسیم کار بین المللی به کشورها توصیه نموده است که منابع اقتصادی خود را در زمینه کالاهایی به کار برند که در تولید آن ها نسبت به سایر کشورها از مزیت مطلق برخوردارند.

نظریه ریکاردو

دیوید ریکاردو هم که از شاگردان همین مکتب بشمار می آید با انجام مطالعات ارزنده خود نظریه برتری نسبی را ارایه کرد که نسبت به تئوری اسمیت فراگیرتر بوده است. از دیدگاه این نظریه نه تنها برخورداری از مزیت مطلق بلکه دارا بودن مزیت نسبی هم می تواند فرصت مناسبی برای کشورها در عرصه تجارت خارجی فراهم نماید.

بر پایه این تئوری کشورهایی که در تولید چندین کالا برتری مطلق دارند باید منابع اقتصادی خود را در کالاهایی متمرکز نمایند که در تولید آن ها بیشترین کارآمدی را دارند هم چنین کشورهایی هم که در تولید هیچ کالایی برتری مطلق ندارند بر پایه برتری نسبی می توانند با سایر کشورها وارد مبادله شده و منافعی بدست آورند.

بنیان گذار و دیدگاه سیکل عمر کالا

در دهه ۱۹۶۰ ریماندورنون تئوری سیکل عمر کالا یا گردش تکنولوژی در جهان را مطرح نمود. بر پایه این نظریه ورود یک کالا به مراحل مختلف سیکل عمر مصرفی آن و تفاوت هایی که بین کشورها از این نظر وجود دارد و هم چنین انتقال تکنولوژی کالای مذکور از کشور ابداع کننده به کشورهای صنعتی درجه دوم و سپس به کشورهای تازه صنعتی شده جایگاه تولید و جریان صادرات و واردات این کالاها را تغییر می دهد و در الگوی تجارت آن تاثیر می گذارد.

دیدگاه پیشتاز بودن

در دهه ۱۹۷۰ نیز تئورینوین تجارت بین الملل به نام نظریه مزین پیشتاز بودن بر پایه تحلیل های گروهی از اقتصاد دان ها شکل گرفت. از این دیدگاه در آن دسته از صنایعی که نیاز به سرمایه گذاری اولیه سنگین داشته و سهم هزینه های ثابت در قیمت تمام شده محصول آن هابزرگ می باشد شرکتی که پیش از دیگران وارد این صنعت شده و به سرمایه گذاری و تولید پرداخته از یک مزیت رقابتی برخوردار می شود.

دیدگاه تئوری رقابتی ملی

در اوایل دهه ۱۹۹۰ نیز نظریه دیگری در قلمرو بازرگانی بین الملل بوسیله مایکل پرتراستاد دانشگاه ها وارد به نام تئوری مزین رقابتی ملی ارایه گردید. از دیدگاه این نظریه توان رقابتی یک کشور در عرصه تجارت بین الملل به چهار عامل اصلی بستگی پیدا می کند که شامل برخورداری از عوامل یا منابع اولیه تولید، شرایط تقاضا در داخل کشور، وجود صنایع مرتبط و پشتیبانی کننده و استراژی و ساختار شرکت ها و رقابتی بودن محیط فعالیت آن ها می باشد.

نظریه مر کانتیلیسم

اولین نظریه ای که در مورد تجارت بین الملل ارایه شده در اواسط قرن شانزدهم و در انگلستان بوده است. این نظریه که به نام مر کانتیلیسم شهرت یافت ذخایر طلا و نقره را به عنوان پایه ثروت ملی و عاملی تعیین کننده در برقراری مبادلات خارجی کشورها می دانست.

تز اصلی نظریه مر کانتیلیسم

این بود که هر کشوری بای دکوشش کند تا بیش تر صادر نماید و کم تر وارد نماید تا در نهایت به مزدا تر از بازرگانی دست یابد. از آنجائیکه وسیله پرداخت بین المللی طلا یا نقره بود بنابراین مزاد تجاری کشور به افزایش ذخایر فلزات قیمتی از جمله طلا و نقره می انجامید که بنوبه تجاری کشور به افزایش ذخایر فلزات قیمتی از جمله طلا و نقره می انجامید که بنوبه خود موجب افزایش ثروت ملی و تقویت جایگاه اقتصادی کشور در عرصه جهانی می گردید.

✚ بررسی نقاط ضعف نظریه مر کانتیلیسم از دیدگاه معیوم

یکی از آن ها به نام دیوید هیوم موضوع تاکید بر مزاداد تر از تجاری را که یکی از جنبه های نظریه مذکور می باشد به صورت زیر مورد نقد قرار داده است.

✚ هنگامی که انگلستان در تجارت با فرانسه به مزاداد تجاری دست می یابد بر موجودی طلای او افزوده می شود که این خود به افزایش حجم پول و بالا رفتن سطح تقاضا در این کشور می انجامد. این رویدادها باعث گران شدن کالاهای صادراتی کشور مذکور گردیده و در نتیجه تقاضای خارجیان برای این کالاهای رو به کاهش می گذارد.

✚ نتیجه نهایی این تحلیل اینست که مزادادتر بازرگانی یک کشور نمی تواند امری دائمی باشد زیرا منجر به افزایش حجم به افزایش حجم پول، بالا رفتن تقاضا، گران شدن کالاهای برای خریدارن خارجی و در نهایت کاهش صادرات آن کشور می گردد.

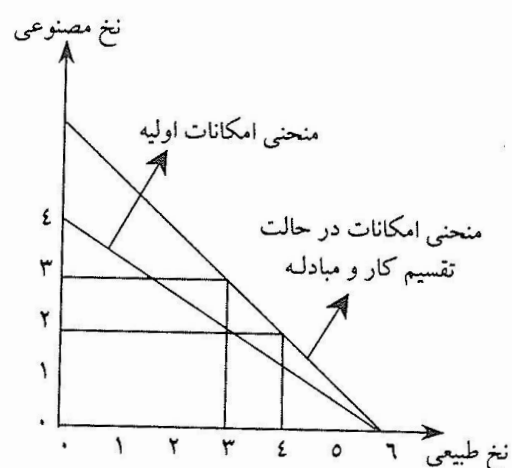
نظریه برتری مطلق

آدام اسمیت بر این باور بود که هر کشور باید در تولید کالاهایی تمرکز یابد که در آن ها نسبت به سایر از مزیت مطلق برخوردار است و همچنین کالاهایی را وارد نماید که شکورهای دیگر نسبت به او دارای برتری باشند. مثال: ایران و هند دو کشور آسیایی هستند که با توجه به شرایط طبیعی و موقعیت صنعتی هر دو توانایی تولید نخ طبیعی و نخ مصنوعی را دارند اما کارآمدی آن ها در نتولید این دو کالا متفاوت است. ایران برای تولید ۱ تن نخ طبیعی باید ۶۰ واحد و برای تولید ۱ تن نخ مصنوعی باید ۴۰ واحد از منابع اقتصادی خود را به کار گیرد بنابراین اگر ۲۴۰ واحد منابع داشته باشد می تواند ۶ تن نخ مصنوعی یا ۴ تن نخ طبیعی تولید کند.

کشور هند با توجه به برخورداری از شرایط طبیعی و جغرافیایی مساعد در تولید نخ طبیعی نسبت به ایران برتری دارد و برای تولید ۱ تن از آن باید ۴۰ واحد منابع اقتصادی و برای ۱ تن نخ مصنوعی باید ۶۰ واحد از این منابع را به کار برد. با این فرض که هند هم ۲۴۰ واحد منابع در اختیار دارد می تواند ۶ تن نخ طبیعی یا ۴ تن نخ مصنوعی تولید کند.

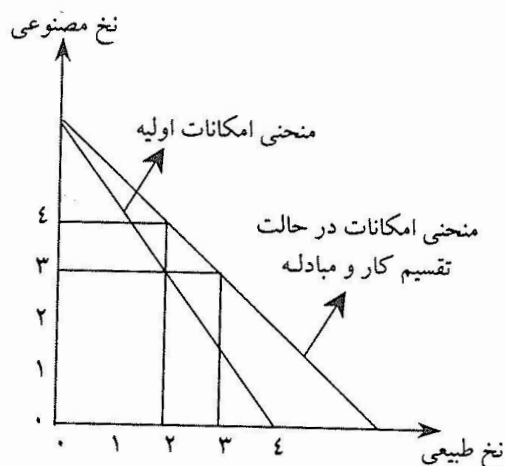
نمایش برتری مطلق در تولید و تجارت خارجی

هند



حالت بدون مبادله	حالت مبادله
$X=4$	$X=4$
$Y=1/33$	$Y=2$
۵/۳۳	۶

ایران



حالت بدون مبادله	حالت مبادله
$X=1/33$	$X=2$
$Y=4$	$Y=4$
۵/۳۳	۶

نمودارهای فوق نشان می‌دهد که ایران در تولید نخ مصنوعی نسبت به هند مزیت مطلق دارد و هند در تولید نخ طبیعی نسبت به ایران از برتری مطلق برخوردار است. با توجه به این شرایط اگر ایران منابع خود را در تولید نخ مصنوعی و هند در تولید نخ طبیعی به کار گیرند و بهشی از تولیدات خود را با یکدیگر مبادله نمایند می‌توانند امکانات بیش تری را در اختیار جامعه قرار دهند.

برتری نسبی

نظریه مزیت مطلق آدام اسمیت اگر چه به درک رفتار کشورها در مبادلات بین المللی کمک زیادی نموده است، اما سؤالاتی را در ذهن اقتصاددانهای پس از اسمیت مطرح نمود. یکی از این سؤالات این بود که اگر یک کشور در تولید همه کالاها نسبت به سایر کشورها برتری مطلق داشته باشد آنگاه چه نقشی در مبادلات بین المللی می‌تواند دارا باشد. دیدگاه اسمیت این بود که چنین کشوری نمی‌تواند در مبادلات خارجی منفعتی بدست آورد پس احتمالاً در این مبادلات شرکت نخواهد کرد.

دیدگاه ریکاردو

پس از مدتی دیوید ریکاردو با بررسی و نقد تئوری مزیت مطلق نشان داد که این دیدگاه درست نیست. ریکاردو در کتاب اصول اقتصاد سیاسی که در سال ۱۸۱۷ منتشر شد ادعا نمود که وقتی کشوری در تولید همه کالاها از برتری مطلق برخوردار باشد می‌تواند کالاهایی را که در آن‌ها بیشترین کارایی را دارد تولید و صادر کند و در مقابل کالاهایی را که کارآمدی کم تری در آن‌ها دارد از خارج وارد نماید. با اجرای چنین سیاستی این کشور هم از مبادلات خارجی منفعتی کسب خواهد کرد.

مثال: دو کشور تایلند و کره جنوبی را در نظر بگیرید که هر دو امکان تولید گندم و برنج را دارا هستند اما شرایط آن‌ها در تولید این دو کالا متفاوت است. تایلند در تولید هر دو کالا از مزیت مطلق برخوردار است. در این کشور با ۱۰ واحد منابع تولیدی ۱ تن گندم و با

۱۳/۵ واحد منابع ۱ تن برنج تولید می شود. بنابراین هرگاه این کشور ۲۰۰ واحد منابع تولیدی در اختیار داشته باشد می تواند ۲۰ تن گندم یا ۱۵ تن برنج تولید نماید. هم چنین می تواند به تولید ترکیبی از این دو کالا بپردازد.

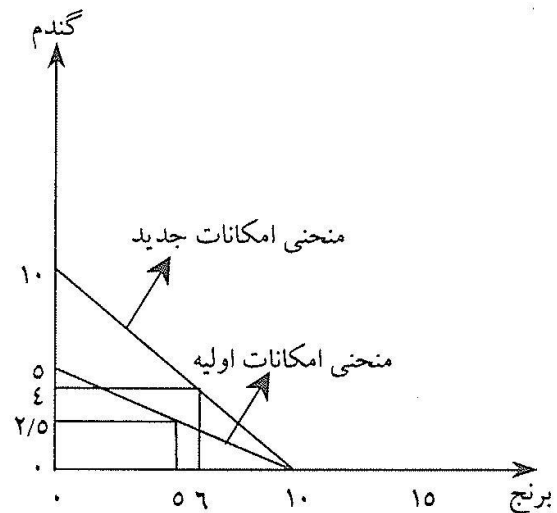
اکنون فرض کنید این دو کشور تمایلی برای انجام مبادله با یکدیگر نداشته و قصد دارند از هر دو کالا تولید نمایند. در راستای این هدف نیمی از منابع خود را صرف تولید گندم و نیمی دیگر را به تولید برنج اختصاص می دهند. در این حالت تایلند می تواند به ۱۰ تن گندم و ۷/۵ تن برنج یعنی جمعاً به ۱۷/۵ تن از دو محصول دست یابد و کشور کره هم می تواند موفق به تولید ۲/۵ تن گندم و ۵ تن برنج یعنی جمعاً ۷/۵ تن کالا گردد.

با توجه به این شرایط ممکن است چنین برداشت کنیم که چون کشور تایلند در تولید هر دو کالا نسبت به کره جنوبی برتری مطلق دارد. بنابراین دلیلی برای انجام مبادله با این کشور نخواهد داشت.

اما واقعیت اینست که تایلند در زمینه تولید گندم نسبت به کره مزیت نسب دارد یعنی این که توان تولیدش در گندم ۴ برابر کره جنوبی است اما در تولید برنج فقط ۱/۵ برابر. پس می توان گفت که تایلند به و صرت مقایسه ای یا نسبی در تولید گندم کارآمدتر از تولید برنج می باشد و اگر همه منابع خود را در تولید گندم به کار گیرد و آنگاه بخشی از محصول خود را به کره جنوبی مبادله نماید منافع بیش تری بدست می آورد.

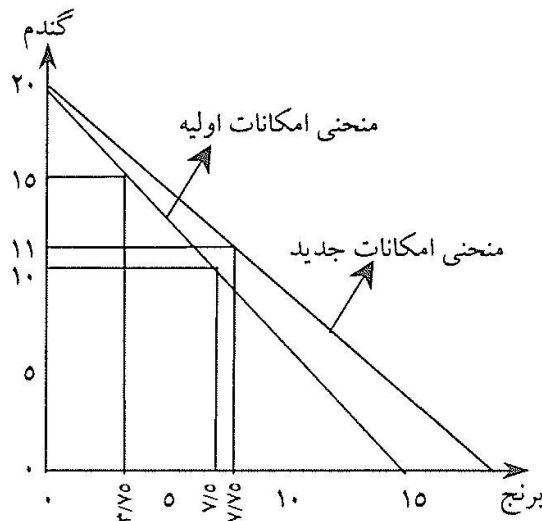
نمایش برتری نسبی در تولید و تجارت خارجی

کره جنوبی



حالت بدون مبادله	حالت مبادله
$x=0$	$x=6$
$y=2/5$	$y=5$
$7/5$	10

تایلند



حالت بدون مبادله	حالت مبادله
$x=7/5$	$x=7/5$
$y=10$	$y=11$
$17/5$	$18/5$

در حالت اول یعنی بدون انجام مبادله یعنی بین دو کشور، تایلند می تواند ۱۰ تن گندم و ۷/۵ تن برنج تولید نماید یعنی اینکه به ۱۷/۵ تن از این دو کالا دست می یابد. در حالت دوم یعنی تولید تخصصی و انجام مبادله تایلند به ۱۱ تن گندم و ۷/۵ تن برنج یعنی جمعاً ۱۸/۵ تن از هر دو کالا دست می یابد که بیش تر از حالت اول می باشد.

کره جنوبی هم در حال تاول توانایی تولید ۲/۵ تن گندم و ۵ تن برنج را داشته که جمع آنها ۷/۵ تن می شود در حالی که در حالت دوم با روی آوردن به تولید تخصصی و مبادله با تایلند به ۴ تن گندم و ۶ تن برنج یعنی جمعاً ۱۰ تن از هر دو کالا دست پیدا می کند که بیش تر از حالت اول می باشد. توجه داشته باشیم که تایلند در حالت دوم ۱۵ تن گندم و ۳/۵ تن برنج تولید نموده است.

نظریه هکچر - اهلین

تئوری ریکاردو این نکته را مورد تاکید قرار می دهد که مزیت نسبی کشورها در تولید و تجارت کالاها ناشی از تفاوت در بهره وری آن هاست. این که آیا هند نسبت به ایران در تولید برنج برتری دارد یا کشور غنا از رکه جنوبی در تولید کاکائو کارآمدتر است یا نه به این بستگی پیدا می کند که این کشورها تا چه اندازه منابع خود را با بهره وری بالا به کار می گیرند.

هکچر در سال ۱۹۱۹ و اهلین در سال ۱۹۳۳ بر پایه بررسی های خود نظریه دیگری را در زمینه مزیت نسبی ارایه نمودند. این دو اقتصاد دان سوئدی چنین استدلال نمودند که مزیت نسبی از تفاوت در میزان بهره مندی کشورها از منابع ملی (عوامل طبیعی تولید) حاصل می شود. منظور آن ها از این عوامل به طور مشخص زمین و کار و سرمایه بود. کشورها از نظر میزان برخورداری از منابع طبیعی متفاوت هستند و در نتیجه هزینه های عوامل تولید آن ها هم متفاوت می گردد. هر چه یک عامل تولید فراوانتر باشد هزینه تامین آن هم کم تر خواهد بود.

برپایه نظریه هکچر و اهلین کشورها کالاهایی را صادر می کنند که در تولید آن ها از عوامل تولید فراوان کشور به میزان زیادی استفاده شده است و در مقابل کالاهایی را وارد می کنند که در تولید آن ها عوامل کمیاب آن کشور زیاد به کار رفته باشد. تئوری هکچر و اهلین کوشیده است تا الگوی تجارت بین الملل را آنگونه که در عرثه اقتصاد جهانی مشاهده می کنیم توضیح دهد.

معمای - لئونتیف

استدلال لئونتیف این بود که بر اساس نظریه وفور عوامل با توجه به این که امریکا منابع مالی بیش تری نسبت به سایر کشورها در اختیار داشت انتظار می رفت که صادر کننده کالاهای سرمایه بر و در مقابل وارد کننده کالاهای کاربر باشد. اما بر خلاف تصور مشاهده می شد که صادرات این کشور کم تر از وارداتش از کالاهای سرمایه بر تشکیل گردیده اند چون نتایج مطالعات لئونتیف با پیش بینی های نظریه هکچر - اهلین مغایرت پیدا می کرد آنرا معمای لئونتیف نامیدند.

نظریه سیکل عمر کالا

نظریه دوره عمر کالا در زمینه تجارت بین الملل در اواسط دهه ۱۹۶۰ بوسیله آقای ریماند ورنون ارائه شده است .

بعقیده ورنون وجود یک بازار بزرگ و تقاضای بالقوه زیاد در امریکا شرکت های صنعتی را به تولید وابداع محصولا تجدید تشویق نموده است هم چنین بالا بودن هزینه نیرو کار در این کشور شرکت ها و موسسات تولیدی را به نو آوریهای ترغیب نموده که منجر به صرفه جویی در هزینه های تولید گردیده است.

ارزیابی نظریه سیکل عمر کالا

این تئوری به طور آشکار انتقال برخی از صنایع پیشرفته و به بلوغ رسیده امریکا را به کشورهایی که هزینه های مونتاژ و تولید کالاهای صنعتی در آن ها پایین است توضیح می دهد.

نظریه مزیت های پیشتاز بودن

تئوری جدید تجارت بین الملل در اوائل دهه ۱۹۷۰ مطرح شده است. توسعه این نظریه از آنجا آغاز می شود که اقتصاد دادن ها فرضیه بازدهی نزولی در زمینه تخصص گرایی را که در نظریان قبلی به آن اشاره شده بود مورد سوال قرار دادند. آن ها چنین استدلال نموده اند که در بسیاری از صنایع که امکان صرفه جویی مقیاس در آن ها زیاد است، تخصص گرایی یا تولید تخصصی باعث افزایش بازدهی می شود.

نظریه پردازان جدید هم چنین استدلال نموده اند که به دلیل زیاد بودن مقدار هزینه های ثابت تولید و در نتیجه بالا بودن صرفه جویی های مقیاس، تقاضای جهانی تنها می تواند از تعداد معدودی شرکت ها در صنایع مختلف حایت نماید. در صنعت هواپیما سازی و تولید هواپیماهای جت تجاری این وضعیت کاملاً مشاهده می شود.

نظریه

بر پایه تئوری هر کشور ممکن است تمرکز خود را بر تولید کالایی بگذارد که شرکت های تولید کننده آن کالا در آن کشور از نوع شرکت های پیشتاز در صنعت مربوطه تلقی شوند و از مزیت پیشتاز بودن برخوردار شده باشند. به بیان دیگر مزیت یا برتری که یک کشور در عرصه تجارت جهانی کسب می کند ناشی از موقعیت شرکت های تولید کننده آن کشور است که به دلیل پیشتاز بودن در صنعت مورد نظر از نوعی مزیت رقابتی و استراتژیک برخوردار شده اند.

به هر حال نظریه جدید اظهار می دارد که یک کشور ممکن است در صادرات یک کالا تسلط پیدا کند تنها به این دلیل که یک یا چند شرکت بزرگ و پیشتاز در صنعت مورد نظر در این کشور قرار دارند این تئوری با نظریه وفور عوامل تولید که بوسیله هکچر و اهلین ارائه شده متفاوت می باشد.

البته باید توجه داشت که نظریه جدید با کلیت تئوری برتری نسبی ریکارد و مغایرت ندارد ولی با نظریه وفور عوامل تولید متفاوت است. به طور خلاصه می توان گفت که صرفه جویی مقیاس، تولید بهره برداری از منابع تولید را کارآمدتر می نماید و این موضوع شرکت های پیشتاز در صنعت را از نوعی مزیت برخوردار می سازد که بنوبه خود موجب برتری نسبی کشور مذکور در تولید و صادرات کالای مورد نظر می شود.

مزیت رقابت ملی

د رسال ۱۹۹۰ مایلیک پرتر از دانشکده مدیریت بازرگانی دانشگاه ها وارد نتایج یک تحقیق گسترده را انتشار داد که هدف آن پاسخ به این سوال بود که چرا برخی کشورها یا ملت ها در رقابت بین المللی موفق و برخی دیگر ناموفق بوده اند.

تز آقای پرتراينست که در هر کشور چهار عامل اصلی محیطی را شکل می دهد که در آن شرکت های محلی به رقابت پرداخته و این عوامل موجب افزایش یا کاهش مزیت رقابتی کشور مورد نظر می گردد.

← ماهیت تقاضای داخلی برای کالاهای خدماتی که بوسیله صنایع کشور تولید و عرضه می شوند.

← وجود صنایع مرتبط و حمایت کننده وجود و یا عدم وجود صنایع تامین کننده عوامل مورد نیاز موسسات صنعتی در کشور که البته دارای قدرت رقابتی بین المللی هم باشند.

← نوع استراتژی، ساختار و توان رقابتی شرکت های صنعتی و تجاری کشور.

برخوردار بودن از منابع اقتصادی – طبیعی (وفور عوامل تولید)

برخوردار بودن از مواهب طبیعی – اقتصادی و عوامل تولید در کانون تئوری هکچر و اهلین قرار دارد. اگر چه پر تر در این زمینه دیدگاه خیلی جدیدی ارایه نکرده اما کوشیده است تا خصوصیات عوامل تولید را مورد تجزیه و تحلیل قرار دهد.

عوامل پیشرفته

او بر این باور است که عوامل پیشرفته برای کسب مزیت رقابتی اهمیت زیادی دارند. معمولاً عوامل یا منابع اولیه و پایه ای به صورت طبیعی بوجود آمده و یا بوسیله طبیعت ارزانی شده اند اما عوامل پیشرفته حاصل سرمایه گذاری بوسیله افراد، شرکت ها و دولت ها می باشند. بنابراین سرمایه گذاری های دولتی در زمینه های آموزش پایه و عالی و نیز بهبود مهارت های عمومی و سطح دانش افراد جامعه و تشویق انجام تحقیقات پیشرفته در قلمرو آموزش عالی می تواند کیفیت عوامل پیشرفته را ارتقاء دهد.

شرایط تقاضا

پرتر نقشی را که تقاضای داخلی در ایجاد نیروی لازم برای مزیت رقابتی ایفا می کن دمورد تاکید قرار می دهد شرکت ها معمولاً بیش ترین حساسیت را نسبت به نیازهای نزدیک ترین مشتریان خود دارند. بنابراین مشخصات تقاضای داخلی در شکل دادن به نوع و اجزاء کالاهای تولید شده در داخل و تشویق نو آوری و کیفیت حائز اهمیت است.

صنایع مرتبط و حمایت کننده

سومین عنصر با اهمیت در ایجاد مزیت ملی برای یک صنعت وجود صنایع مرتبط و حمایت کننده ای است که درمقیاس بین المللی دارای توان رقابتی هستند.


استراتژی و ساختار شرکت و رقابت در محیط

چهارمین عنصر کلی مزیت رقابتی ملی در مدل پرتز استراتژی، ساختار و حالت رقابتی شرکت ها در داخل کشور می باشد. پرتز در این جا به دو نکته اصلی اشاره می کند. اول این که کشورها با ایدئولوژیهای مدیریتی مشخص شناسایی می گردند که آن ها را در کسب مزیت رقابتی ملی کمک می کند یا نمی کند.

فصل دوم

جنبه های سیاسی و نقش دولت ها در تجارت بین الملل

دلایل اصلی برای پشتیبانی از دخالت دولت در بازرگانی خارجی را می توان بشرح زیر بیان نمود:

 روابط اقتصادی و بازرگانی با دنیای خارج باید با خط مشی های سیاسی و الگوی روابط خارجی کشور و همسو و سازگار باشد و اگر احساس گردد که انجام امور تجارت خارجی بوسیله بخش خصوصی مانع این همسویی می گردد آنگاه ممکن است دولت تصمیم به ایفای نقش بگیرد.

واردات و صادرات کالاها و خدمات و جابجایی عوام تولید و تکنولوژی می تواند امنیت ملی کشور را تحت تاثیر قرار دهد. با درک این واقعیت هر گاه تسلط کامل بخش خصوصی بر بازرگانی خارجی با اهداف امنیت ملی تعارض پیدا کند دخالت و نظارت دولت در امور تجارت خارجی قابل توجیه می باشد.

مقدار واردات یا صادرات کالاها بر وضعیت عرضه و تقاضای آن ها در بازارهای داخلی اثر میگذارد و میتواند منجر به عدم تعادل و نوسانات شدید قیمت در این بازارها گردد. چون ممکن است بخش خصوصی صرفاً به خاطری سودآوری نسبت به تعادل بازار و رفاه مصرف کنندگان جامعه احساس مسئولیت نکند دخالت دولت در این زمینه قابل قبول است.

افزایش صادرات یک کالا ممکن است موجب استخراج یا برداشت بی رویه از برخی منابع ارزشمند یا کمیاب اقتصادی کشور گردد و در نتیجه صنایع و واحدهای تولیدی داخلی را در دسترسی به این منابع یا عوامل تولید با مشکل روبرو نماید.

مبادله برخی از کالاها و خدمات با دنیای خارج با تندرستی و بهداشت جامعه ارتباط پیدا می کند. این موضوع در مورد واردات محصولات کشاورزی و مواد غذایی و دارویی و کالاهای مرتبط با آن ها بیش تر مطرح می شود.

برای بسیاری از کشورها به ویژه کشورهای کم تر توسعه یافته کسب در آمد ارزی و تعادل در بازار ارز یک هدف اقتصادی مهم تلقی می شود. از آنجائیکه عرضه و تقاضای ارز در کشور عمدتاً به مقدار یا ارزش صادرات و واردات آن بستگی دارد بنابراین ممکن است تحقق هدف مذکور ایجاب نماید که دولت نقش یا دخالت خود را در زمینه تجارت خارجی گسترش دهد.

تغییر در روند دخالت دولت ها

نقش و دخالت دولت ها در تجارت خارجی با انگیزه ها و هدف های مختلف و با به کارگیری روش ها و ابزارهای کمی و کیفی بدون این که پیمان یا توافقی بین کشورها بوجود آید تا سال های پس از جنگ جهانی دوم ادامه یافت.

در پایان دهه ۱۹۴۰ برای اولین بار یک نهاد تجاری بین المللی به نام گات بر پایه توافق عمومی در مورد تعرفه و تجارت شکل گرفت. در چهارچوب این نهاد گفتگوهای زیادی بین کشورهای عضو در راستای قانونمند کردن دخالت های دولت ها و جلوگیری از گسترش سیاست های حمایت گرایی و جنگ تعرفه ها انجام گرفت.

در یکی از این دوره های مذاکره که تا سال ۱۹۹۵ ادامه یافت تعداد ۱۲۰ کشور به پیمان جدیدتری دست یافتند که بر پایه آن سازمان جهانی تجارت یعنی WTO تاسیس گردید. این نهاد اقتصادی جدید بر اساس همان اصول و منشور گات GATT طراحی شده اما تکامل یافته تر از آن است و تعداد بیش تری از کشورها اعم از توسعه یافته صنعتی و کم تر توسعه یافته را در بر می گیرد.

اگر این نهاد جهانی بتواند با از میان برداشتن برخی مشکلات عمده که در راه است همکاری اکثریت کشورها را جلب نموده و به هدف های تعریف شده خود دست یابد آنگاه می توان انتظار داشت که موضوع دخالت دولت در بازرگانی بین المللی و سیاست گذاریهای یجا بند به تدریج کمرنگ شده و تجارت آزاد با توجه به شرایط امروز در عرصه جهانی استقرار یابد.

روش های و ابزارهای سیاست گذاری در تجارت خارجی

این ابزارها شامل تعرفه های گمرکی، سوبسیدها، سهمیه ها واردات، محدودیت های داوطلبانه صادراتی، سیاست های ضد دامپینگ و تدابیری اداری می باشند.

تعرفه های گمرکی

تعرفه نوعی مالیات غیر مستقیم است که از واردات دریافت می گردد. این مالیات که حقوق یا عوارض گمرکی هم نامیده می شود به دو روش محاسبه و دریافت می گردد:

■ تعرفه معین

■ تعرفه نسبی (نسبت به ارزش کالا)

تعرفه معین

این تعرفه به عنوان یک مبلغ ثابت برای هر واحد کالای وارداتی محاسبه می شود به عنوان مثال برای یک تن تیر آهن وارداتی ۲۰۰/۰۰۰ ریال یا برای یک حلقه لاستیک تراکتور ۱۰۰/۰۰۰ ریال به صورت ثابت دریافت می گردد.

تعرفه نسبی

که به عنوان درصدی از ارزش کالای وارداتی وصول می شود. به عنوان مثال ۳۰٪ ارزش یک اتومبیل وارداتی به عنوان تعرفه دریافت می گردد این روش بیش تر در مورد آن دسته از کالاهایی وارداتی که دارای انواع مختلف با ارزش های متفاوت می باشند به کار می رود.

🔧 آثار برقراری تعرفه گمرکی را می توان به صورت زیر برشمرد

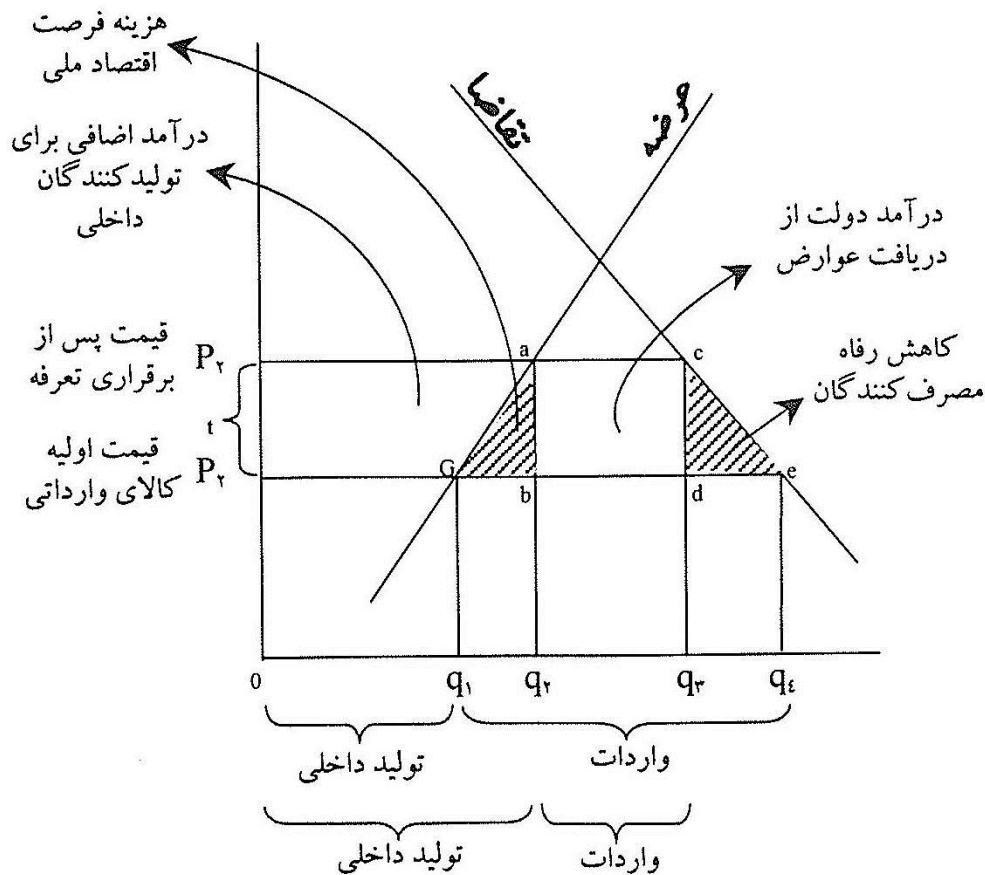
وصول تعرفه به نفع دولت تمام می شود زیرا به افزایش درآمدهای عمومی می انجامد.

🔧 برای تولید کنندگان داخلی درآمد و سود بیش تری ایجاد می کند.

🔧 مصرف کنندگان جامعه زیان می بینند زیرا مجبور می شوند برای خرید کالاهایی که بر ورود آن ها حقوق گمرکی وضع شده پول بیش تری بپردازند. بدیهی است که این اقدامات باعث پایین آمدن سطح رفاه مصرف کنندگان جامعه می شود.

🔧 اقتصادی کالان جامعه با نوعی زیان روبرو می شود که می توان آنرا فرصت از دست رفته برای اقتصاد ملی دانست. با این فرض که کالای وارداتی در کشورهای خارج ارزانتر تولید می شود و با صرف مبالغ کم تری می توان آنرا وارد نمود تحمل هزینه های بیش تر برای تولید آن ها در داخل نوعی هزینه فرصت برای کشور ایجاد می کند.

🔧 نمودار زیر پیامدهای برقراری تعرفه گمرکی برای گروه های مختلف اجتماعی را نشان می دهد.



سوبسیدها (یارانه ها)

یارانه پرداختی است که از طرف دولت به افراد، گروه های اجتماعی و یا موسسات تجاری و صنعتی کشور پرداخت می شود. یکی از گونه های این یارانه ها پرداختی است که به تولید کنندگان داخلی انجام می گیرد و می تواند به صورت یارانه نقدی، وام های کم بهره، معافیت های مالیاتی و سهمیه شدن دولت در سرمایه شرکت های داخلی باشد.

در کشورهای کم تر توسعه یافته مانند ایران هم سیاست اعطای یارانه به تولید کنندگان در راستای افزایش صادرات متداول می باشد. با توجه به همه مشکلات اقتصادی و نارسایی هایی که در عرصه بازار و صنعت در این کشورها وجود دارد دولت ها اعطای یارانه را روشی موثر برای تشویق صادرات تلقی نموده اند.

سهمیه بندی واردات

تعیین سهمیه برای واردات نوعی دخالت مستقیم دولت در امر واردات است. استفاده از این ابزار بدین گونه است که دولت با توجه به شرایط اقتصادی و تجاری کشور به منظور پشتیبانی از صنایع داخلی، جلوگیری از خروج ارز و برقراری تعادل در تراز بازرگانی برای ورود کالاهای خاصی سهمیه تعیین می کند. به بیان دیگر دولت حداکثر مقدار از یک کالا را که مجاز به ورود به کشور است تعیین و اعلام می کند.

سهمیه بندی در راستای توسعه ظرفیت های داخلی

سهمیه بندی سیاستی است که بر اساس آن کشور وارد کننده یک کالا مقرر می دارد که بخش مشخصی از کالا در داخل کشور تولید گردد. این سهمیه یا بخش یا به صورت فیزیکی و مقداری بیان می شود مثلاً مقرر می گردد که ۶۰٪ از قطعات کالای وارداتی باید در داخل تولید شود.

دامپینگ

در قلمرو و تجارت بین الملل دامپینگ به معنای فروش کالا در یک بازار خارجی به قیمتی پائینتر از هزینه های تولید آن و کم تر از ارزش منصفانه بازار میباشد.

سیاست های ضد دامپینگ

شرکت های بازرگانی ممکن است مازدا تولیدات خود را با روش دامپینگ در بازارهای خارجی سرازیر نمایند که در این حالت وجود مازاد تولیدی استفاده از این روش را توجیه می کند. گاهی اوقات هم شرکت های تولید کننده در یک کشور ممکن است بخش عمده ای از سود حاصل از فروش در بازار داخل را برای جبران زیان ناشی از دامپینگ در بازار خارجی اختصاص دهند با این هدف که رقبا را در بازار خارجی از میدان خارج سازند.

سیاست های اداری

علاوه بر روش ها و ابزارهای رسمی و تعریف شده که در قلمرو سیاستگذاری تجاری به کار می روند گاه برخی سیاست ها یا شیوه های اداری و غیر رسمی نیز در کشورها مورد استفاده قرار می گیرد این شیوه های در واقع نوعی مقررات بروکراتیک هستند که ورود کالاهای خارجی را با مشکلات اداری روبرو ساخته یا آنها کند مینمایند.

معایب سیاست های محدود کننده واردات

به کارگیری سیاست های محدود کننده واردات مزایایی برای کشورها دارد اما نباید پیامدهای منفی آن ها را نادیده گرفت. جلوگیری از واردات در بسیاری موارد باعث افزایش قیمت کالای وارداتی و قیمت قطعات مورد نیاز صنایع داخلی می گردد که در نهایت باعث افزایش هزینه های تولید و کاهش توان رقابتی این صنایع در عصر جهانی شدن می گردد.

امنیت ملی

از دیدگاه دولت ها حمایت از صنایع که برای امنیت ملی اهمیت دارند امری ضروری است. در این زمینه صنایعی که فعالیت آن ها به دفاع و امنیت کشور ارتباط پیدا می کند مانند صنایع هوا- فضا، الکترونیک، کامپیوتر مدارهای نیمه هادی و صنایع بخش انرژی و نظایر آن ها معمولاً از پشتیبانی دولت برخوردار می گردند وجود ادامه حیات و توان رقابتی این گونه صنایع برای دولت با اهمیت است زیرا تامین کننده بخشی از کالاهای مورد نیاز امور دفاعی و نظامی کشور می باشند.

مبارزه تجاری

از جمیه رفتارهایی که در عرصه تجارت بین الملل متداول شده استفاده از این سیاست ها به عنوان یک اهرم سیاسی در تنظیم روابط بازرگانی با دنیای خارج می باشد اگر چه ممکن است این گونه رفتارها با اخلاقیات در تجارت سازگار نباشد اما به هر حال بوسیله گروهی از دولت مردان و دست اندر کاران بازرگانی بین الملل پذیرفته شده است.

حمایت از مصرف کنندگان

امروزه در اکثر کشورها مقررات و سیاست های تجاری در زمینه های تولید، واردات و عرضه محصولات خاصی که با سلامت و رفاه جامعه سروکار دارند وضع شده است هدف از به کارگیری این سیاست ها جلوگیری از ورود و مصرف کالایی است که برای تندرستی جامعه زیان آور می باشند.

پیشبرد هدف های سیاست خارجی

البته استفاده از این سیاست ها معمولاً برای کشورهایی که از قدرت اقتصادی زیادی برخوردار بودند بیش تر امکان پذیر بوده است. در نظر گرفتن امتیازات تجاری و یا برقرار نمودن مجازاتهای اقتصادی برای یک کشور خاص از نمونه های متداول در این زمینه می باشد. کشورهای قدرتمند معمولاً برای جلب همکاری سیاسی کشورهای دیگر و یا برای تشویق آن ها به پیروی از یک خط مشی بین المللی از دریچه سیاست گذاری بازرگانی وارد شده اند.

نظریه صنایع نوپا

حمایت از صنایع نوپا یکی از قدیمترین نظریاتی است که در تائید دخالت دولت در بازرگانی خارجی ارایه شده است این نظریه برا یاولین بار بوسیله الکساندر همیلتون در سال ۱۷۹۲ مطرح گیدد. بر پایه این استدلال بسیاری از کشورها در حال توسعه در زمینه تولید کالا ها از مین رقابتی بالقوه برخوردارند اما صنایع آنها به خاطر نوپا بودن در سال های اولیه نمی تواند با صنایع جا افتاده کشورها صنعتی رقابت نماید.

بنابراین این بمنظور فراهم نمودن فرصت مناسب برای این صنایع نوپا که بتوانند روی پای خود ایستاده و توانمندی لازم را کسب کنند دولت ها می توانند با استفاده از روش ها و ابزارهایی مانند وضع کردن تعرفه گمرکی، سهمیه بندی واردات و پرداخت سوبسید و سیار روش های مشابه حداقل در یک دوره کوتاه از این صنایع حمایت کنند تا توانایی روبرو شدن با رقابت بین المللی را بدست آورند.

♦ انتقادات نسبت به دخالت دولت در امر حمایت از صنایع نوپا

علی رغم پشتیبانی که از این نوع سیاست ها بعمل آمده باید گفت که برخی از اقتصاددان ها به گونه ای انتقادی به آن ها نگریسته و دو نکته مهم را مورد تاکید قرار داده اند.

♦ اجرای سیاست های حمایتی تنها هنگامی قابل توجیه است که بتواند به افزایش کارآیی صنعت بیانجامد. در حالی که تجربیات

کشورها حاکی از اینست که اجرای این سیاست ها در بسیاری موارد برای افزایش کارآیی صنایع نوپا اثر بخش نبوده است.

♦ لزوم حمایت دولت با این فرضیه مطرح شده است که صنایع نوپا توانایی دریافت وام و اعتبار از بازارهای آزاد سرمایه را برای

انجام سرمایه گذاری های دراز مدت موثر ندارند و به پشتیبانی مالی دولت نیازمندند.

سیاست تجاری استراتژیک

بحث سیاست تجاری استراتژیک بوسیله نظریه پردازان جدید ارایه شده است بر پایه این نظریه در آندسته از صناعی که بازار جهانی تنها برای چند شرکت بزرگ و توانمند فرصت های جذاب تولید و فروش فراهم می سازد یک کشور در حالتی می تواند صادر کننده عمده باشد که شرکت هایش از مزیت پیشتاز بودن برخوردار باشند. در این زمینه معمولاً شرکت بوئینگ به عنوان یک نمونه مطرح می شود.

فصل سوم

پیدایش تشکل های اقتصادی در جهان

عوامل موثر بر ادغام اقتصادی و سیاسی کشورها

عوامل چندی کشورها را به همکاری اقتصادی و توسعه روابط بازرگانی و ایجاد تشکل های تجاری تشویق می نمایند که شامل: اشتراک فرهنگی، زبان مشترک، تاریخ مشترک، هم مرز بودن، همسایه بودن، منافع مشترک و نظایر آن می باشد. این عوامل و مشخصه ها زمینها را برای کاهش موانع تجاری و توسعه مبادلات بازرگانی در راستای دستیابی به منافع متقابل میان کشورها فراهم نموده است.

فرهنگ مشترک

مردمان کشورهایی که در همسایگی یکدیگر قرار دارند و یا در یک دوره زمانی زیر پوشش حکومت واحدی بوده اند معمولاً از نظر زبان، سنت های اجتماعی، آداب و رسوم و مذهب دارای تشابهات زیادی هستند. این وضعیت در بسیاری از مناطق جهان دیده می شود همچنانکه در خاورمیانه و آفریقای شمالی زبان عربی و دین اسلام رایج بوده و زندگی روزمره مردم و نیز محیط بازرگانی کاملاً تحت تاثیر این دو عامل قرار گرفته است.

سابقه تسلط نظامهای سیاسی در یک منطقه

در دوره هایی از تاریخ با شکل گیری یک نظام سیاسی مقتدر تعدادی از کشورها یا جوامع در یک منطقه زیر چتر حکومت واحدی درآمده و با گذشت زمان، یکسانی فرهنگی در میان مردمان آن منطقه بوجود آمده است. تسلط سیاسی، اقتصادی و فرهنگی اتحاد شوروی سابق بر منطقه وسیعی از اروپای شرقی و آسای شمالی موجب گسترش زبان روسی و بسیاری از جلوه های فرهنگی و اقتصادی نظام سوسیالیستی در کشورها این منطقه گردید.

نزدیکی جغرافیایی کشورها

نزدیکی منطقه ای نیز یکی از عوامل مهم زمینه ساز برای توسعه همکاری های اقتصادی بین کشورها بشمار می آید. اگر چه هم مرز بودن و همسایگی الزاماً از پیش نیازهای شکل گیری اتحادیه های اقتصادی نیست اما به خاطر این که می تواند نقش موثری در ارتباطات و حمل و نقل بین دو کشور داشته باشد به پیدایش مشارکت های اقتصادی منطقه ای کمک می کند.

ویژگی های اقتصادی

بررسی های انجام گرفته نشان می دهد که کشورهایی که از نظر سطح توسعه اقتصادی شباهت بیش تری به یکدیگر دارند در تاسیس نهادهای اقتصادی مشترک و استمرار فعالیت آن ها نسبت به کشورهایی که تفاوت های اقتصادی آن ها زیاد است موفقیت بیش تری کسب نموده اند.

هنگامی که چندین کشور با وضعیت اقتصادی متفاوت به تشکیل اتحادیه می پردازند معمولاً اعضای قدرتمند و بزرگ مجموعه در فرآیند این همکاری های منافع بیش تری بدست آورده که در واقع بخشی از آن به قیمت زیان اعضای کوچک و ضعیف حاصل می گردد. این گونه پیامدها موجب می شود که کشورهای کوچک عضو تمایل چندانی به ادامه فعالیت های مشترک اقتصادی نداشته باشند.

ویژگی های مشترک اقتصادی اعضا

مطالعات انجام شده نشان می دهد که موفقیت بازار مشترک یا اتحادیه اروپا بیش از هر چیز مرهون ویژگی های مشترک اقتصادی اعضا آن می باشد که از موارد عمده آن می توان مشخصه های زیر را برشمرد:

◀ وجود یک زیر بنای صنعتی توسعه یافته و نرخ بهره وری تولیدی بالا که به یک تولید ناخالص داخلی سرانه قابل توجه انجامیده است.

◀ وجود یک زیر بنای پیشرفته و گسترده حمل و نقل و ارتباطات که توسعه فعالیت های تولیدی و تجاری و انجام مبادلات بازرگانی محلی و منطقه ای را امکان پذیر نموده است.

◀ وجود یک جامعه مصرف کننده مرفه که توانایی و قدرت خرید کالاها و خدمات تولید شده در سازمان های صنعتی و تجاری اروپا را به خوبی داراست.

پیدایش و تکامل اتحادیه اروپا

دو رویداد سیاسی زمینه تشکیل اتحادیه اروپا را فراهم نمودند: ۱- خسارت های وارد شده به اروپای غربی در اثر دو جنگ جهانی و تمایل این کشورها به یک صلح پایدار ۲- اراده کشورهای اروپایی برای حفظ موجودیت و استقلال خود در صحنه سیاسی - اقتصادی جهان.

طرح اروپای واحد

در سال های پایانی دهه ۱۹۸۰ اروپا با دو رویداد بزرگ روبرو شده است اول فروپاشی نظام کمونیستی در اروپای شرقی و دوم پذیرش طرح اروپای واحد بوسیله اعضا اتحادیه اقتصادی اروپا. پایه این طرح همه کشورهای عضو متعهد شدند که در راستای ایجاد بازار یکپارچه اروپا تلاش کنند.

طرح اروپای واحد

✓ در مورد هدف های طرح اروپای واحد باید گفت که کشورهای عضو و طرفداران سر سخت این نظریه بر اجرای آن پافشاری نموده و مقرر گردید که تا پایان دسامبر ۱۹۹۲ تحقق پیدا کند.

در راستای دستیابی به این هدف ایجاد تغییراتی بشرح زیر پیشنهاد گردید:

✚ به منظور آسانتر انجام گرفتن تجارت در قلمرو اتحادیه همه کنترل های مرزی بین کشورهای عضو از میان برداشته شود.

✚ در زمینه استاندارد های مربوط به کالاها اصل به رسمیت شناختن متقابل بوسیله اعضاء پذیرفته شود. یعنی این که استاندارد یکی از کشورهای اتحادیه تعیین شود به شرطی که با اصول اساسی بهداشت و ایمنی مغایر نباشد بوسیله سایر کشورهای عضو نیز تایید گردد.

✚ موانع رقابت در صنعت بانکداری و بیمه در قلمور اتحادیه اروپا برداشته شود تا به کاهش قیمت ها و هزینه های خدمات مالی و بیمه از جمله نرخ بهره و ارم ها بیانجامد.

✚ کلید محدودیت های مربوط به انجام معاملات ارزی بین موسسات تجاری و مالی کشورهای عضو حذف گردد.

پیامدهای بازار یکپارچه اروپا

ایجاد بازار واحد اروپایی پیامدهای زیادی برای کشورهای عضو و سایر کشورهای جهان خواهد داشت. تحقق یافتن این هدف که به آزادی جریان تجارت و سرمایه گذاری در قلمرو اتحادیه اروپا می انجامد برای اعضاء منافع زیادی را به دنبال دارد.

اگر چه ممکن است برخی از صنایع ای سازمان های بازرگانی در سال های آغازین با فشارهای رقابتی ربه رو شده و مشکلاتی برایشان بوجود آید اما در درازمدت همه این سازمان ها از مزایای بالقوه یکپارچگی و آزادی تجارت بهره مند خواهند شد.

اتحادیه پولی اروپایی

اتحادیه پولی اروپا در سال ۱۹۹۲ بر اساس پیمان ماست ریخت تاسیس گردید. بر همین اساس بانک مرکزی اروپا، پول واحد اروپایی یعنی یورو و سیستم نرخ های ثابت ارزی بوجود آمدند. البته ایجاد اتحادیه پولی به دلیل تقویت قابل ملاحظه مارک آلمان در سال ۱۹۹۲ با تاخیر روبرو شد.

تامین مالی طرح های بازسازی آلمان شرقی و تعیین نرخ بهره بالا برای سرمایه گذارتن خارجی باعث تقویت سریع مارک گردیده بود. این رویداد به اضافه رکوردی که در اروپا بوجود آمده بود منجر به بحرانی شد که ارزش پوند انگلستان و پزوتای اسپانیا را بسرعت کاهش داد. از دیدگاه کشورهای عضو در آن زمان به نظر میرسید که بانک مرکزی آلمان قصد دارد بر اروپا تسلط پیدا کند.

هم چنین این عوامل باعث شد که حمایت از یورو به ویژه در انگلستان برای مدتی کاهش یابد. در حال حاضر اعضاء اتحادیه اروپا به طور ضمنی اعضاء اتحادیه پولی اروپا هم محسوب می شوند که در آن یک بانک مرکزی فعال، سیاست پولی مشترک، و واحد پولی مشترک وجود دارد. کشورهای که به عضویت کامل این اتحادیه پولی در آمده اند شامل فرانسه، آلمان، ایتالیا، بلژیک، لوگزامبورگ، هلند، اتریش، فنلاند، ایرلند، اسپانیا و پرتغال می باشند. این ها کشورهایایی هستند که در مرحله اول به اتحادیه اقتصادی و پولی اروپا پیوسته اند مجموعه آن ها را یورولند هم می نامند.

پیدایش یورو

در دسامبر سال ۱۹۹۱ رهبران کشورهای عضو اتحادیه اروپا برای انجام تبادل نظر در مورد آینده در شهر ماست ریخت هلند گرد هم آمدند. یکی از موضوعات مورد بحث ایجاد یک واحد پولی اروپایی بود. اگر چه بسیاری از اقتصاددان ها بر این باور بودند که وجود یک پول مشترک موجب تقویت روابط اقتصادی بین کشورهای عضو می گردد اما مخالفت های از طرف برخی از اعضاء ابراز گردید.

مخالفین یورو ۱۵۶

یکی از دلایل عدم تمایل بعضی از کشورهای اتحادیه به ایجاد یک پول واحد این بود که در زمان انجام این مذاکرات شرایط اقتصادی آن ها چندان مساعد نبود و پول ملی آن هادر مقایسه با سایر کشورها در موقعیت مطلوبی قرار نداشت. به هر حال پس از تبادل نظر بین آن ها سرانجام ۱۲ کشور عضو پیمانی را امضاء کردند که آن ها را متعهد می نمود که تا سال ۱۹۹۹ پول واحد اروپا را بپذیرند. کشورهای انگلستان، سوئد، نروژ، دانمارک و یونان در این مرحله پیمان مذکور را نپذیرفتند.

شرایط پیوستن به یورو

بر پایه پیمان ماستریخت کشورهای عضو برای پیوستن به منطقه یورو می بایست شرایط زیر را تامین نمایند: نرخ تورم پائین، نرخ بهره بانکی پائین، نرخ تبدیل پول با ثبات و بدهی های دولت یا بخش عمومی حداکثر تا ۶۰٪ تولید ناخالص داخلی.

موسسات اتحادیه اروپا

اتحادیه اروپا دارای چهار موسسه اصلی است که وظائف و اعمالی شبیه حکومت کشورها را انجام می دهند. کمیسیون اروپا، شورای وزیران، پارلمان اروپا و دادگاه اروپا

کمیسیون اروپا

کمیسیون اروپا یک موسسه اجرایی است که اداره امور روزمره اتحادیه را به عهده دارد و تلاش های آن در راستای هدف پیاده شدن درست اصول پیمان رم انجام می گیرد اعضا این کمیسیون را نمایندگان کشورهای عضو اتحادیه تشکیل می دهند که معمولاً کشورهای کوچکتر هر کدام یم نماینده و کشورهای بزرگتر دو نماینده در این موسسه دارند.

شورای وزیران

شورای وزیران نهاد اصلی سیاست گذاری این اتحادیه را تشکیل داده و تصمیمات با اهمیت در این شورا اتخاذ می گردد. اعضای این شورا از میان دولتمردان کشورها عضو برگزیده می شوند و ریاست آن هم به صورت دوره ای و برای مدت ۶ ماه انتخاب می گردد.

وظایف مهم ریاست شورا

یکی از وظایف مهم ریاست شورا تهیه دستور کار و تعیین محل برگزاری جلسات است که می تواند بر روند فعالیت ها و آینده اتحادیه

تاثیر زیادی داشته باشد. تعیین مقررات و رهنمودهایی که کشورهای عضو باید رعایت نمایند از وظایف شورای وزیران است که بخشی از اقدامات فائزگذاری اتحادیه محسوب می گردد.

دادگاه عالی اروپا

دادگاه عالی اروپا به عنوان نهاد قضایی اتحادیه بشمار میرود که می تواند به همه موارد و دعوای یک به مفاد پیمان رم مربوط می گردد رسیدگی نماید. اختیارات این دادگاه فراتر از دادگاه ها تک تک کشورهای اروپایی می باشد. با توجه به این که پیمان رم موضوعات متنوعی را در بر می گیرد و این دادگاه به موارد زیادی رسیدگی نموده و حکم صادر می کند میزان نفوذ آن در عرصه حقوقی در حال افزایش می باشد.

اتحادیه کشورهای جنوب شرقی آسیا

این اتحادیه در سال ۱۹۶۷ تاسیسی گردید و در حال حاضر اعضاء آن شامل کشورهای : مالزی، اندونزی، سنگاپور، تایلند، فیلیپین، لائوس، ویتنام، برونئی و میانمار می باشند.

کشورهای میانمار، لائوس و ویتنام که در سال های اخیر به این مجموعه پیوسته اند به دلیل وضعیت خاص اقتصادی و مشکلاتی که دارند فعالیت این اتحادیه را تا اندازه ای تضعیف نموده اند. هدف های اساسی این اتحادیه توسعه تجارت آزاد بین اعضاء و گسترش همکاری در زمینه سیاست های صنعتی آن ها می باشد.

همکاری اقتصادی آسیا و اقیانوس آرام


پیمان همکاری اقتصادی آسیا و اقیانوس آرام به پیشنهاد استرالیا در سال ۱۹۹۰ پایه گذاری شد. او پک در حال حاضر دارای ۱۸ عضو از جمله کشورهایی با اقتصاد بزرگ مانند ایالات متحده آمریکا، چین و ژاپن می باشد. این کشورها بر روی هم در حدود نیمی از تولید ناخالص جهانی و ۴۰٪ از تجارت بین المللی را در اختیار دارند.

موافقت نامه تجارت آزاد آمریکای شمالی

در سال ۱۹۸۸ ایالات متحده آمریکا و کانادا در زمینه یک پیمان تجارت آزاد به توافق رسیدند هدف این اتحادیه حذف همه تعرفه های گمرکی در تجارت دو جانبه این دو کشور تا سال ۱۹۹۸ بوده است.

اتحادیه تجارت آزاد آمریکای شمالی

این اتحادیه در تاریخ اول ژانویه ۱۹۹۴ جنبه قانونی پیدا کرد. محتوای این پیمان شامل موارد زیر است:

 از میان برداشتن تعرفه گمرکی مربوط به ۹۰٪ از کالاهایی که بین سه کشور آمریکا، کانادا و مکزیک مبادله می شود تا پایان یک دوره ۱۰ ساله.

برداشتن اکثر تعرفه ها در مورد خدماتی که بین سه کشور جریان می یابد. به عنوان مثال امکان دستیابی موسسات مالی به بازارهای مکزیکی تا سال ۲۰۰۰.

حمایت از حقوق مالکیت معنوی

از میان برداشتن اکثر محدودیت های مربوط به سرمایه گذاری مستقیم خارجی بین کشورهای عضو. در این زمینه استثنائاتی در مورد صنایع انرژی و راه آهن مکزیکی و شرکت های هواپیمایی و صنایع ارتباطی امریکا و کانادا در نظر گرفته شده است.

الزام در به کار بردن استانداردهای محیطی ملی که اساس علمی دارند.

تشکیل دو کمیسیون تخصصی که از اختیارات لازم برای اعمال نظارت بر تصمیمات تجاری اتخاذ شده بویژه هنگامیکه جنبه های تندرستی و حقوق اجتماعی مطرح می باشند برخوردار باشند.

اتحادیه کشورهای آمریکای لاتین

اتحادیه کشورهای آمریکای لاتین در سال ۱۹۸۰ به عنوان جایگزین اتحادیه قبلی یعنی لافتا تشکیل گردید. منطقه تجارت آزاد آمریکای لاتین - لاتفا که در دهه ۱۹۶۰ تشکیل شده بود به دلیل تفاوت ها و تعارض های اقتصادی و سیاسی در میان کشورهای عضو و برخی از مشکلات مالی آن ها مانند بدهی های سنگین نتوانست به موفقیت دست یابد. و به همین خاطر اتحادیه جدیدی بنام لائیا تاسیس گردید.

در حال حاضر اعضاء اتحادیه لائیا شامل آرژانتین، بولیوی، برزیل، شیلی، کلمبیا، اکوادر، مکزیکی، پاراگوئه، پرو، اورو گوئه و نزوئلا می باشند. بر اساس مقررات و سیاست های این اتحادیه کشورها عضو تشویق شده اند که در زمینه کاهش موانع تعرفه ای و غیر تعرفه های به توافق های دو جانبه و چند جانبه دست یابند.

بازار مشترک جنوب و شرق آفریقا

بازار مشترک جنوب و شرق آفریقا به دنبال یکپارچگی کامل اقتصادی است که در چهارچوب آن جریان آزاد نیروی کار و سرمایه تا سال ۲۰۰۴ رفت و آمد آزاد اهالی این کشورها تا سال ۲۰۱۴ و ایجاد اتحادیه پولی تا سال ۲۰۳۵ امکان پذیر می گردد.

البته می توان انتظار داشت که با توجه به عدم ثبات سیاسی و اقتصادی در منطقه مذکور این سازمان با موانع سیاسی - اقتصادی زیادی در راه دستیابی به هدف های خود روبرو می گردد. مشکلاتی که کشورهای عضو با آن ها روبرو هستند شامل عدم پیروی جدی از سیاست کاهش تعرفه های و نگرانی های مربوط به درآمد های گمرکی آن ها می باشد.

جامعه اقتصادی کشورهای غرب آفریقا

هدف از تشکیل این نهاد یکپارچگی کامل اقتصادی کشورهای عضو بوده است. در حال حاضر اعضاء این اتحادیه می کوشند تا در مورد موانع یا مشکلاتی که در راه فرآیند ادغام آن ها وجود دارد چاره ای باندیشند این موانع عمدتاً به ناآرامی های اجتماعی، تعارض های منطقه ای، عقب ماندگی اقتصادی و موضوع تسلط کشور نیجریه در گروه مذکور مربوط می باشند.

نقش بانک جهانی

پس از جنگ جهانی دوم با توجه به نیاز به بازسازی ویرانیهای اروپا ایالات متحده همراه با سایر کشورهای شرکت کننده در کنفرانس پولی بر تن و و دز تصمیم به تاسیسی بانک بین المللی ترمیم و توسعه گرفتند.

ماموریت اولیه این سازمان کمک به تامین مالی برای بازسازی با روش اعطای وام ها کم بهره بود. پس از این که امریکا تصمیم گرفت در چهارچوب طرح مارشال برای بازسازی اروپا با روش اعطای وام های کم بهره بود. پس از این که امریکا تصمیم گرفت در چهارچوب طرح مارشال برای بازسازی اروپا به این کشورها مستقیماً کمک مالی نماید ماموریت بانک مذکور کم رنگ شد و از آن پس فعالیت خود را در زمینه اعطای وام به کشورهای کم توسعه یافته برای تامین مالی برنامه های توسعه اقتصادی این کشورها متمرکز نمود.

در دهه ۱۹۵۰ این بانک تلاش های خود را بر همکاری با بخش عمومی کشورهای کم توسعه گسترش داد. در این برنامه ها پروژه های نیروگاه برق، راه سازی و توسعه شبکه های حمل و نقل در اولویت قرار داشتند. در دهه ۱۹۶۰ بانک جانی فعالیت های خود را در زمینه حمایت از طرح های کشاورزی، آموزشی، کنترل جمعیت و توسعه شهری در کشورهای کم توسعه یافته افزایش داد.

■ این بانک تسهیلات مالی خود را در چهارچوب دو روش اعطا می کند.

■ منابع مالی از طریق فروش اوراق قرضه در بازار مالی بین المللی تامین می گردد و وام گیرنده نرخ بهره ای که بانک آنرا نرخ بهره بازار می نامد پرداخت می کند. این نرخ معادل هزینه تامین مالی بانک به اضافه درصد برای پوشش سایر هزینه های بانک می باشد که از نرخ بهره بانک های تجاری پائین تر می باشد.

■ منابع مالی بوسیله موسسه بین المللی توسعه که یکی از زیر مجموعه های اصلی بانک جهانی بشمار می رود در اختیار کشورهای فقیر قرار می گیرد. این منابع در اصل بوسیله اعضاء ثروتمند بانک از جمله کشورهای امریکا، ژاپن و آلمان تامین می شوند.

اهمیت نقش بانک جهانی در اقتصاد بین الملل

اهمیت نقش بانک جهانی در قلمرو اقتصاد بین الملل از چند دیدگاه قابل بررسی می باشد یکی از این جنبه ها اینست که این سازمان به عنوان تکیه گاهی برای کشورهای کم توسعه یافته ای تلقی می گردد که امکان دریافت منابع مالی از سیستم بازار آزاد برایشان فراهم نیست. این کشورها برای خروج از بن بست توسعه نیافتگی می بایست به اجرای طرح های عمرانی و زیر بنایی بپردازند که مسلماً به منبع مالی قابل ملاحظه نیامند است. این بانک با اعطای وام های کم بهره و رعایت محدودیت های مالی این کشورها نقش موثری در فرایند توسعه آن ها ایفاء نموده است.

سازمان کشورهای صادر کننده نفت

در سال ۱۹۵۹ ایران و ونزوئلا به کنفرانس نفتی کشورهای عربی که در قاهره تشکیل شد پیوسته و مذاکرات و توافق های انجام گرفته در این گرد هم آیی زمینه تاسیس سازمان کشورهای صادر کننده نفت یعنی اوپک را فراهم ساخت.

قیمت نفت:

رویدادهای سیاسی و اقتصادی دهه ۱۹۷۰ باعث شد که قیمت نفت از بشکه ای ۳ دلار در سال ۱۹۷۳ به حدود ۱۲ دلار در سال ۱۹۷۴ و سپس به دنبال تحولات خاور میانه و از جمله رخداد انقلاب اسلامی ایران به ۳۵ دلار در سال ۱۹۸۰ افزایش یابد.

پیامدهای افزایش قیمت نفت

این افزایش سریع قیمت نفت خام و سایر انرژی ها پیامدهایی به شرح زیر را نیز در برداشته است:

■ بر پایه باور برخی از تحلیل گران اقتصادی گران شدن انرژی به تشدید رکود و بیکاری در کشورهای صنعتی وارد کننده نفت انجامید.

■ تمایل کشورهای صنعتی به سرمایه گذاری برای کشف منابع جدید نفت در کشورهای غیر اوپک بیش تر شد.

■ کشورهای صنعتی و خریداران عمده نفت خام برنامه ها و سیاست هایی را در راستای صرفه جویی در مصرف انرژی و یافتن گزینه های جدید انرژی طراحی و اجرا نمودند.

شرکت های چند ملیتی

شرکت چند ملیتی مفهومی است که از اوایل دهه ۱۹۳۰ به بعد در فرهنگ تجارت بین الملل نمایان شد و پس از چند دهه به صورت واژه ای آشنا در آمد. تا قبل از گسترش این نوع موسسات تعدادی شرکت بین المللی در عرصه اقتصاد جهانی حضور داشته و فعالیت های تولیدی - تجاری خود را به خارج از مرزهای ملی کشور خود توسعه می دادند.

مزایایی که شرکت های چند ملیتی از آن ها برخوردارند

شرکت های چند ملیتی در مقایسه با شرکت های ملی از مزایای برخوردارند که مهم ترین آن ها را می توان به صورت زیر بیان نمود:

■ شرکت چند ملیتی می تواند از تفاوت های ناشی از شرایط کشورها به خوبی بهره برداری نماید. با توجه به این که شرکت چند ملیتی در چندین کشور دارای شعبه می باشد، می تواند بر اساس مزیت های نسبی موجود در کشورها و نیز فرصت های اقتصادی و تجاری که در مناطق مختلف ایجاد می شود به انجام سرمایه گذاری و برپایی واحدهای تولیدی اقدام نماید.

■ شرکت چند ملیتی به دلیل بر خورداري از امکانات وسیع مالی، فنی و مدیریتی می تواند برای ورود به بازارهای بین المللی و فعالیت در آن ها از استراتژی ها و روش های بازاریابی مختلفی استفاده نماید. توانمندی های بازاریابی و دسترسی به اطلاعات تجاری برای این شرکت ها امکان برخوردار شدن از مزایای اقتصادی و بازرگانی در عرصه بازارهای جهانی را فراهم می سازد.

■ شرکت چند ملیتی با گسترش فعالیت های خود در قلمرو جهانی و با به کارگیری روش قیمت گذاری انتقالی می تواند به حداکثر نمودن درآمد های خود بپردازد.

■ بر خوردار بودن از یک شبکه عرضه بین المللی: دارا بودن تاسیسات تولیدی در نقاط مختلف جهان و فعالیت شعبه های شرکت چند ملیتی در چندین کشور این زمینه را فراهم می سازد که این شرکت یک کالای جدیدی را به طور هم زمان در چندین بازار خارجی عرضه نماید. وجود این شعبه ها امکان دسترسی شرکت را به بازارها و شبکه های توزیع و فروش کشورهای مختلف افزایش می دهد.

■ سایر مزایای شرکت های چند ملیتی: منابع مالی، فن آوری و مدیریتی شرکت های چند ملیتی امکان دستیابی آن ها به جایگاه رقابتی مناسب در بازارهای بین المللی را فراهم می سازد. تولید در مقیاس وسیع امکان کاهش هزینه های تولید را بوجود می آورد.

فصل چهارم

استراتژی های بازرگانی در عرصه جهانی

جهانی شدن

یک موسسه صنعتی یا تجاری را هنگامی جهانی می نامیم که همه جهان را در قلمرو فعالیت خود می داند. دیدگاه مدیرانش تنها به محیط های محلی، ملی و منطقه ای محدود نمی شود بلکه درگستره جهانی می اندیشند، تحلیل می کنند، تصمیم می گیرند و سیاست گذاری و برنامه ریزی می نمایند.

جهانی شدن چیست؟

جهانی شدن یعنی گرایش یا جهت گیری بسوی یک اقتصاد جهانی یکپارچه که وابستگی درونی آن بیش از گذشته باشد و شامل دو عنصر جهانی شدن بازارها و جهانی شدن تولید می باشد. در این جا هر کدام از این دو جنبه را مورد مطالعه قرار می دهیم.

جهانی شدن بازارها

جهانی شدن بازارها به این معناست که بازارهای ملی و بازارهایی که به طور سنتی و تاریخی جداگانه بوده اند به صورت یک بازار جهانی درآیند. گروهی از صاحب نظران بر این باورند که سلیقه ها و ترجیحات مصرف کنندگان در کشورهای مختلف با سرعت بیش تری در دنیای امروز به هم نزدیک می شود و به نرم ها و خصوصیات جهانی تبدیل می گردد.

جهانی شدن تولید

جهانی شدن تولید یعنی گرایش شرکت ها به تامین کالاها و خدمات مورد نیاز خود از مناطق مختلف جهان بمنظور بهره مند شدن از مزیت تفاوت های ملی در رابطه با هزینه و کیفیت عوامل تولید از جمله نیروی کار، انرژی، زمین و سرمایه. با این روش شرکت ها می کوشند تا هزینه های خود را کاهش داده و کیفیت و کارایی محصولات خود را افزایش دهند و امکان رقابت موثر آن ها را با کالاهای رقیب در بازارها فراهم نمایند.

استراتژی بین المللی

شرکت هایی که یک استراتژی بین المللی را دنبال می کنند، می کوشند تا با روش انتقال کالا و مهارت های ارزشمند به کشورهای که در آنجا رقبای داخلی از این کالاها و مهارت ها برخوردار نیستند، برای خود درآمد و ارزش ایجاد کنند. بسیاری از شرکت های بین المللی با تولید کالاهای متمایز در داخل و انتقال آن ها به بازارهای جدید خارجی برای خود درآمد کسب نموده اند.

استراتژی چند کشوری (چند محلی)

شرکت هایی که استراتژی چند ملیتی را دنبال می کنند می کوشند تا پاسخ گویی نسبت به بازارهای محلی را به حداکثر برسانند. یکی از خصوصیات این شرکت ها اینست که هم کالاها و هم استراتژی بازاریابی خود را برای انطباق با شرایط محلی در هر کشوری با نیازهای مشتریان سازگار می نمایند.

به طور کلی این استراتژی برای شرایطی که در آن فشارهای زیادی برای پاسخ گویی محلی (سازگار شدن با شرایط هر کدام از بازارها یا کشورها) و فشار کم برای کاهش هزینه وجود دارد، مناسب می باشد.

استراتژی جهانی

شرکت هایی که یک استراتژی جهانی را دنبال می کنند می کوشند تا از طریق حربه کاهش هزینه که از اثرات منحنی یادگیری و صرفه جویی ها مکانی سرچشمه می گیرد، سودآوری خود را افزایش دهند. یعنی از آن ها از استراتژی هزینه پایین پیروی می نمایند. این شرکت ها فعالیت های تولیدی، بازاریابی و تحقیق و توسعه خود را در چند مکان مناسب متمرکز می سازند. شرکت های جهانی می کوشند که در ارایه کالا و فعالیت های بازاریابی خود از روش انطباق استفاده نکنند.

استراتژی فراملیتی

در محیط بازرگانی امروز رقابت به گونه ای شدت یافته است که شرکت ها برای بقاء در بازارهای جهانی باید از صرفه جویی های ناشی از کسی تجربه و مکان تولید مناسب، به خوبی بهره برداری نمایند. این شرکت ها باید بکوشند تا توانمندی ها یا برتریهای اساسی خود را به بازارهای برون مرزی انتقال دهند و در عین حال بتوانند خود را با نیازها و شرایط بازارهای محلی هم سازگار نمایند.

شراکت استراتژیک در قلمرو جهانی

در مباحث بازاریابی بین الملل از گزینه های مختلفی مانند صادرات کالا، اعطای امتیاز تولید، فعالیت های مشترک و انواع مالکیت هایی که شرکت ها به طور سنتی برای ورود با بازار یا توسعه عملیات بین الملل خود از آن ها استفاده می کنند، نام برده می شود.

ماهیت شراکت استراتژیک بین المللی (جهانی)

برای توضیح انواع جدید همکاری های استراتژیک واژه ها یا نامهای متفاوتی به کار می رود که شامل موارد زیر هستند موافقت نامه های همکاری، پیمانهای استراتژیک، پیمانهای استراتژیک بین المللی، شرکت های استراتژیک جهانی.

همه این واژه ها اشاره می کند به پیوند بین شرکت هایی از کشورهای مختلف که به صورت گروهی اهداف مشترکی را دنبال می نمایند. طیف وسیعی از موافقت های بین شرکتی از نوع فعالیت مشترک می باشد.

می توان گفت که همکاری های استراتژیک دارای سه خصوصیت می باشند:

شرکاء یا طرفین موافقت نامه پس از تشکیل این پیمان به صورت مستقل باقی می مانند.

شرکاء هم در منافع این پیمان همکاری سهیم می شوند و هم در کنترل عملکرد فعالیت هایی که مورد موافقت قرار گرفته اند.

شرکاء یا طرفین موافقت نامه به طور مستمر در زمینه تکنولوژی، کالاها و سایر جنبه های استراتژیک مشارکت مستمر دارند.

پیمان های استراتژیک

واژه پیمان های استراتژیک به موافقت نامه های همکاری بین رقبای بالقوه یا واقعی اطلاق می گردد.

این نوع پیمان ها طیف وسیعی را تشکیل می دهند که در یکسو، قرار دادهای رسمی فعالیت مشترک که در آن ها طرفین منافع برابر دارند قرار دارد و در سوی دیگر موافقت نامه های قراردادی کوتاه مدت که در آن ها دو شریک در زمینه انجام یک کار یا فعالیت مشخص مانند تولید و ارایه یک محصول جدید به توافق می رسند.

مزایای پیمان های استراتژیک

شرکت های صنعتی و تجاری با رقبای بالقوه خود بدلائل مختلف وارد پیمان راهبردی می گردند. این دلایل و اهداف را می توان به صورت زیر تشریح نمود:

▶ ایجاد این گونه توافق ها می تواند ورود یک شریک را به بازار خارجی تسهیل نماید.

▶ پیمان های استراتژیک به شرکت ها امکان می دهد ته در هزینه های ثابت و ریسکهای مربوط به تولید و ارایه محصولات و فرایند های تولیدی جدید سهیم شوند.

▶ همکاری استراتژیک می تواند شیوه ای مناسب برای گرد آوری مهارت های مکمل و دارایی هایی باشد که هیچکدام از شرکت ها به تنهایی نمی توانند از عهده آن برآیند.

▶ همکاری استراتژیک می تواند شیوه ای مناسب برای گرد آوری مهارت های مکمل و دارایی هایی باشد که هیچکدام از شرکت ها به تنهایی نمی توانند از عهده آن برآیند.

معایب پیمان های استراتژیک

یکی از انتقادهایی که به این نوع پیمان ها وارد شده اینست که این همکاری ها باعث می شود رقبا با روشی کم هزینه به تکنولوژی ها و بازارهای جدید راه یابند.

برخوردار شدن از صرفه جویی های مکانی

کشورها از نظر ابعاد مختلف با هم متفاوتند از جمله از دیدگاه اقتصادی، سیاسی، حقوقی و فرهنگی و این تفاوت ها می تواند هزینه های انجام فعالیت های بازرگانی در یک کشور را افزایش یا کاهش دهد.

استقرار یک فعالیت ارزش آفرین در مکان بهینه می تواند یکی از دو پیامد زیر را داشته باشد:

⊕ می تواند هزینه فرایند ایجاد ارزش را کاهش داده و قیمت تمام شده محصولات شرکت را پایین آورد.

⊕ می تواند شرکت را قادر سازد تا محصولات خود را از رقبا متمایز نماید.

صرفه جویی های ناشی از منحنی تجربه

منحنی تجربه مربوط می شود به کاهش سیستماتیک هزینه های که در دوره عمر یک کالا رخ می دهد مطالعات زیادی نشان داده است که در موسسات صنعتی به موازات ادامه تولید یک کالا میزان بازده تولید افزایش یافته و منجر به کاهش هزینه های تولید می گردد.

اهمیت و نقش منحنی تجربه

اهمیت استراتژیک منحنی تجربه برای شرکت ها در عرصه رقابت کاملاً آشکار است. حرکت در راستای منحنی تجربه به شرکت ها امکان می دهد تا هزینه های خود را کاهش دهند، یعنی فرآیند ایجاد ارزش را با هزینه های کم تری به انجام رساند شرکت هایی که این منحنی را سریع تر طی می کنند در مقابل رقبای خود از مزیت هزینه ای بزرگتری برخوردار می شوند.

فشارها یا اجبارها برای پاسخ گویی محلی

ایجاد الزام یا اجبار برای پاسخگویی به نیازها و شرایط بارهای محلی از چند عامل سرچشمه می گیرد که شامل:

➡ تفاوت در سلیقه ها و ترجیحات مصرف کنندگان

➡ تفاوت در زیر ساخت ها و آداب و رسوم جوامع مختلف

➡ تفاوت در کانال های توزیع و شرایط تقاضا و انتظارات دولت در هر کشور می باشد.

فصل پنجم

مدیریت تولید و عملیات در قلمرو جهانی

در این فصل ما به بررسی مسائلی که شرکت ها در این فرآیند با آن ها روبرو میشوند پرداخته و سعی میکنیم به سه سؤال اصلی زیر پاسخ دهیم:

✗ فعالیت های تولیدی در کدام منطقه از جهان باید استقرار یابد.

✗ چه مقدار از عملیات تولیدی باید در داخل کشور انجام گیرد و چه مقدار در سایر کشورها.

✗ بهترین شیوه هماهنگ نمودن عملیات یا فعالیت های تولیدی پراکنده کم ترامست.

هنگامی که یک شرکت کنترل کیفیت را بهبود می بخشد هزینه های فرایند خلق ارزش را نیز کاهی می دهد. اصولاً بهبود کیفیت هزینه ها را از سه طریق کاهی می دهد.

◆ از اتلاف وقت برای تولید کالاهای بی کیفیت که مشتری چندانی ندارد جلوگیری می شود و این موضوع منجر به کاهی مستقیم هزینه واحد کالا گردیده و در نهایت بهره وری را افزایش می دهد.

♦ در اثر کنترل کیفیت هزینه های دوباره کاری و ضایعات کاهش پیدا می کند.

♦ هزینه های مربوط به ضمانت کالا و انجام تعهدات شرکت به مشتریان کم تر می شود.

کجا باید تولید کرد

یکی از سئوالات اساسی که یک شرکت بین المللی با آن روبرو می باشد اینست که به منظور دستیابی به هدف های دوگانه حداقل نمودن هزینه ها و بهبود کیفیت کالاها فعالیت های تولیدی خود را کجا برپا نماید. برای شرکتی که تولید بین الملل را یک گزینه مناسب تلقی می کند چندین عامل باید در نظر گرفته شود. این عوامل را می توان به سه گروه طبقه بندی نمود:

■ عوامل مربوط به کشور

■ عوامل مربوط به تکنولوژی

■ عوامل مربوط به کالا.

عوامل مربوط به کشور

شرایط سیاسی، اقتصادی و فرهنگی و متغیرهای مربوط به هزینه های تولید از کشوری به کشور دیگر متفاوت می باشد. قبلاً آموخته ایم که به خاطر تفاوت هایی که در هزینه های تولید وجود دارد برخی از کشورها در تولید کالا های خاصی از مزیت نسبی برخوردار می گردند.

عوامل مربوط به تکنولوژی

نوع تکنولوژی که یک شرکت در فرایند تولیدی خود به کار می برد می تواند در تصمیم گیری های مربوط به مکان تولید نقش محوری داشته باشد. در برخی موارد به دلیل محدودیت های فن آوری بهتر است فعالیت های تولیدی خاصی را تنها در یک مکان انجام داده و کالاها و خدمات آنرا به سایر نقاط جهان عرضه نمائیم.

مشخصه های تکنولوژی

در این زمینه سه مشخصه عمده مربوط به تکنولوژی مورد توجه می باشند:

■ سطح هزینه های ثابت

■ حداقل مقدار یا مقیاس اقتصادی بودن

■ انعطاف پذیری.

هزینه های ثابت

گاهی اوقات هزینه های ثابت برپایی یک تاسیسات تولیدی آنقدر زیاد است که یک شرکت می باید این فن آوری را در یک یا چند مکان معدون ایجاد نمودن و تقاضای همه بازارهای جهان را از آنجا تامین کند.

حداقل مقیاس تولید اقتصادی

مفهوم صرفه جویی های مقیاس تولید می گوید که به موازات افزایش تولید یک کارخانه یا موسسه تولیدی هزینه های واحد محصول کاهش پیدا می کند. یکی از دلایل این رابطه بهره برداری بیش تر از سرمایه فنی و افزایش بهره وری است که با تخصص گرایی بیش تر کارکنان موسسه مذکور همراه می گردد.

تکنولوژی انعطاف پذیر

ایده اصلی نظریه صرفه جویی های مقیاس تولید اینست که بهترین راه برای دستیابی به کارایی بالا و هزینه های پایین واحد محصول تولید انبوه کالاهای استاندارد می باشد.

عوامل مربوط به کالا

مشخصات و ویژگی های کالت نیز بر تصمیم گیری های انتخاب مکان تولید اثر می گذارد یکی از این عوامل نسبت ارزش به وزن کالا می باشد که هزینه های جابجایی و حمل و نقل را تحت تاثیر قرار می دهد.

برپایی یا استقرار تاسیسات تولیدی

برای برپایی تاسیسات تولیدی عموماً دو استراتژی اصلی مورد توجه قرار گرفته است:

- متمرکز نمودن تاسیسات در یک مکان بهینه و صدور محصولاتشان به بازارهای جهانی (راهبرد تمرکز).
- پراکنده نمودن تاسیسات در کشورها یا مناطق مختلفی که به بازارهای عمده جهان نزدیک می باشند (راهبرد عدم تمرکز).
- تفاوت بین کشورها در زمینه قیمت یا هزینه عوامل تولید، شرایط اقتصادی و سیاسی و عوامل فرهنگی تاثیرات عمده ای بر هزینه های تولید در کشورهای مختلف دارد.
- موانع تجاری مانند تعرفه های گمرکی و سایر محدودیت های بازرگانی خارجی کم هستند.
- نرخ های تبدیل ارزهای عمده و معتبر از ثبات نسبی برخوردارند.
- تکنولوژی تولید ما از نوع انعطاف پذیر بوده و هزینه های ثابت آن زیاد است.
- نسبت ارزش به وزن کالاهای این صنعت بزرگ است.

راهبرد عدم تمرکز تاسیسات تولیدی نیز هنگامی مناسب است که شرایط زیر وجود داشته باشد:

- موانع تجاری یا محدودیت های مربوط به بازرگانی خارجی زیاد هستند.
- انتظار میرود که نرخ های ارزهای معتبر یا عمده بی ثبات باشند.
- تکنولوژی تولید ما از نوع انعطاف پذیر نبوده و هزینه های ثابت آن کم است.
- نسبت ارزش به وزن محصولات صنعت مورد نظر ما کوچک است.
- محصولات این صنعت دارای مصرف همگانی یا جهانی نیستند.

نقش استراتژیک تاسیسات تولیدی برون مرزی

منطق برپایی تاسیسات تولیدی در خارج هر چه باشد نفس استراتژیک آن ها می تواند در طول زمان تغییر کند. ابتدا این تاسیسات در

مکان هایی استقرار می یابند که هزینه نیروی کار پایین است و در این حالت نقش راهبردی این تاسیسات، تولید کالاهای کاربر با حداقل هزینه می باشد.

فصل ششم

نظام پولی و مالی بین الملل

نظام پولی پایه طلا

نظام پایه طلا ریشه در تاریخ کاربرد سکه طلا در مبادلات تجاری از گذشته دور دارد. مات ها از دیرباز سکه هایی از فلزات ارزشمند از جمله مس، نقره و طلا ضرب می نموده و از آن ها به عنوان وسیله ای برای مبادله، واحد ارزش گذاری و محاسبه و نیز برای نگهداری و انباشت ثروت استفاده می نمودند.

مزایای نظام پولی پایه طلا

مهم ترین نقطه قوت سیستم پولی پایه طلا برخورداری آن از یک مکانیسم قدرتمند برای برقراری تعادل هم زمان در تراز تجاری کشورها بود. منظور از تعادل تر از بازرگانی خارجی این است که دریافت های حاصل از صادرات کشورها با پرداخت های مربوط به وارداتشان برابر باشد. این تراز که گاهی حساب جاری خارجی آن کشور هم نامیده می شود یک بخش اصلی از تراز پرداخت های خارجی آن کشور محسوب می گردد.

نظام پولی برتن وودز

در سال ۱۹۴۴ و در گرما گرم جنگ جهانی دوم نمایندگان ۴۴ کشور در منطقه ای به نام برتن وودز در ایالت نیوهمپشایر امریکا گرد آمدند تا در مورد ایجاد یک نظم نوین پولی بین امللی تصمیم گیری نمایند. با توجه به این که رونق یافتن تجارت بین الملل برای ایالات متحده و انگلستان اهمیت بیش تری داشت.

سیستم نرخ های ارزی شناور

نظام نرخ های ارزی شناور که به دنبال فرو ریختن سیستم ارزی ثابت بوجود آمد در سال ۱۹۷۶ هنگامی که اعضاء صندوق بین المللی پولی در کشور جامائیکا گرد آمدند و در مورد سیستم پولی بین المللی جدید به توافق رسیدند رسمیت یافت.

نظریات موافق با سیستم نرخ های ثابت ارزی

طرفداران سیستم نرخ های ثابت ارزی استدلال های خود را در زمینه های نظم پولی، تاثیر عملیات واسطه گری، اطمینان افراد جامعه به سیستم و رابطه بین تراز پرداخت ها و نرخ ارزها مطرح نموده اند.

نظم پولی

هنگام معرفی نظام پولی بر تن و ووز به ماهیت نظم پولی که در این سیستم نهفته است اشاره کرده ایم. اصولاً نیاز به حفظ یک نرخ برابری ارزی ثابت باعث می شود که دولت ها اقدام به افزایش بی رویه و تورو می حجم پول در جامعه ننمایند. طرفداران سیستم نرخ های ثابت ارزی بر این باورند که چون دولت ها ممکن است در بسیاری موارد باتسلیم شدن در برابر فشارهای سیاسی و افزایش سریع

عرضه پول زمینه را برای پیدایش تورم شدید قیمت ها فراهم نمایند. بنابراین وجود نظام پولی نرخ های ثابت می تواند دولت ها را از این اقدامات باز داشته و باعث برقراری نظم پولی شود.

عملیات واسطه ای

انتقاد کنندگان به نظام پولی شناور بر این باورند که عملیاتی واسطه ای بازار ارز که در چهارچوب این سیستم انجام می شود باعث ایجاد نوسان در نرخ های تبدیل ارزی می گردد.

عدم اطمینان

در چهار چوب نظام شناور واسطه گری و دلالی در بازار ارز بر میزان عدم اطمینان مربوط به تغییرات آینده پول ها می افزاید. غیر قابل پیش بینی بودن تغییرات نرخ ارزها در دوره بعد از استقرار نظام پولی بر تن و دز برنامه ریزی بازرگانی را مشکل نموده و ریسک فعالیت های وارداتی یا صادراتی و سرمایه گذاری خارجی را از افزایش داده است.

تعدیل تراز بازرگانی

موافقان با نظام پولی شناور عموماً استدلال نموده اند که این سیستم به تعدیل تراز تجاری کشورها کمک می نماید. از طرف دیگر منتقدان این سیستم ارتباط نزدیکی بین نرخ های ارزی و تعادل تراز بازرگانی نمی بینند و بر این باورند که کسری های تراز تجاری تحت تاثیر تعادل بین پس انداز ها و سرمایه گذاری های در کشور قرار می گیرد که مرتبط با ارزش خارجی پول آن کشور باشند.

سیستم های نرخ ارز در عمل

امروزه کشورهای جهان از سیستم ها و سیاست های نرخ های ارزی متنوعی پیروی می کنند که تداول ترین آن ها شامل شناوری آزاد، شناوری هدایت شده، نرخ های ارزی وابسته به ارزهای معتبر و نرخ های ارزی نسبتاً ثابت می باشد.

نرخ های ثابت در مقابل نرخ های شناور

فروپاشی سیستم پولی بر تن وودز (سیستم پایه طلا - ارز) نتوانست باعث توقف در مبحث مربوط به مزایای نسب سیستم نرخ های ثابت نسبت به نرخ های متغیر ارزی گردد. برخی ناراضیاتی های از سیستم نرخ های شناور زمینه را برای مطرح شدن بحث های جدید در مورد مزایای نرخ های ثابت در محافل پولی و مالی فراهم کرده است.

دلایل طرفداری از نظام نرخ های شناور

مباحث مربوط به پشتیبانی از سیستم نرخ های شناور بر دو عامل تکیه کرده است:

☀ استقلال سیاست پولی

☀ تعدیل خودکار تراز بازرگانی خارجی.

استقلال سیاست پولی

معمولاً این استدلال مطرح شده است که در چهارچوب سیستم نرخ های ثابت ارزی دولت توانایی لازم را برای افزایش یا کاهش عرضه پول در شرایط مختلف اقتصادی نخواهد داشت زیرا هدف حفظ ثبات درنرخ های تبدیل ارز عملاً سایر موضوعات را به حاشیه می راند.

تعدیل تراز پرداخت ها

در چهارچوب سیستم بر تن وودز اگر کشوری با کسری تراز بازرگانی روبرو می شد امکان تعدیل تراز با استفاده از سیاست های داخلی برایش وجود نداشت بلکه می باید صندوق بین المللی پول رای به کاهش ارزش رسمی پول این کشور می داد.

موافقت نامه جامائیکا

در اجلاس جامائیکا اصول صندوق بین المللی پور مورد تجدید نظر قرار گرفت و خط مشی نرخ های شناور ارز به تصویب رسید.

نکات اصلی این توافق شام موارد زیر بودند:

- متغیر بودن نرخ های تبدیل ارزها بوسیله اعضاء پذیرفته شد. بر این اساس ورود کشورهای عضو به بازار آزاد برای تعدیل نوسانات پولی مجاز دانسته شد.
- بر این اساس صندوق بین المللی پول ذخایر طلای خود را به قیمت روز بازار به کشورهای عضو فروخت و سود حاصل از این عمل را در یک حساب جدید برای کمک به کشورهای عضو فقیر قرار داد. هم چنین به دولت های عضو هم اجازه داده شد که در صورت نیاز ذخایر طلای خود را به قیمت بازار به فروش رسانند.
- سهمیه پرداختی کشورهای عضو به صندوق افزایش یافت. بر پایه این توافق کل سهمیه های پرداختی سالانه کشورهای عضو به ۴۱ میلیارد دلار رسید.

نرخ های تبدیل ارزی از ۱۹۷۳ به بعد

از ماه مارس ۱۹۷۳ نرخ های ارز نسبت به دوره ۷۳-۱۹۴۵ بسیار متغیرتر و غیر قابل پیش بینی تر بوده اند. این نوسانات پدیده تا اندازه ای ناشی از شوک های غیر قابل پیش بینی بوده که به سیستم پولی جهانی وارد شد.

افزایش غیر منتظره ارزش دلار بین ۱۹۸۰ تا ۱۹۸۵ علی رغم بدتر شدن وضعیت تراز پرداخت های امریکا

◆ کاهش سریع ارزش دلار امریکا در مقابل ین ژاپن و مارک آلمان بین ۱۹۸۵ تا ۱۹۸۷ و کاهش ارزش دوباره آن در مقابل ین بین ۱۹۹۳ تا ۱۹۹۵.

◆ فروپاشی نسبی سیستم پولی اروپا در سال ۱۹۹۲.

◆ بحران پولی آسیای جنوب شرقی در سال ۱۹۹۷ هنگامی که ارزش پول های چندین کشور از جمله کره جنوبی، اندونزی، مالزی، و تایلند نسبت به دلار بین ۵۰ تا ۸۰ درصد کاهش یافت.

از اوایل دهه ۱۹۷۰ به بعد چهار بحران پولی و مالی عمده در عرصه جهانی رخ داده که برای صندوق بین المللی پول حائز

اهمیت بوده است. این بحران ها عبارتند از:

✍ بحران بدهی های کشورهای جهان سوم که در دهه ۱۹۸۰ رخ داد.

✍ بحران مالی روسیه که هنگام گذرا این کشور از اقتصاد متمرکز دولتی به اقتصاد بازار رخ داد.

✍ بحران پولی مکزیک که در سال ۱۹۹۵ رخ داد.

✍ بحران مالی آسیا که در سال ۱۹۹۷ روی داد.

بحران پولی مکزیک ۱۹۹۵

پول مکزیکی یعنی پزو از اوایل ۱۹۸۰ بنا به توصیه صندوق بین المللی پول به دلار آمریکا وابسته گردید. صندوق بین المللی پول این اقدام را به عنوان شرایطی برای وام دادن به این کشور در راستای پشت سر گذاشتن بحران مالی ۱۹۸۲ تلقی نمود.

بحران روبل روسیه

یکی از بحران های پولی عمده در سال های اخیر بحران روبل روسیه است که در سال های دهه ۱۹۹۰ در خلال تغییر و تحولات سیاسی این کشور رخ داده است. دخالت و نقش صندوق بین المللی پول در این کشور هنگامی آغاز شد که روبل با یک کاهش مداوم و شدید روبرو گریده بود. در این کشور هم نرخ بالای تورم و حجم زیاد بدهی های دولت از عوامل اصلی ایجاد بحران محسوب می گردد.

عوامل چندی در روند تورمی اقتصاد روسیه نقش موثری داشته اند که می توان آن ها را به صورت زیر فهرست نمود:

✗ در دوره اقتصاد سوسیالیستی متمرکز که برنامه ریزی و کنترل اقتصادی در انحصار دولت بود قیمت ها به طور مصنوعی پایین نگه داشته شده بودند.

✗ کمبود کالا در روسیه باعث شده بود که مردم روبل های خود را انباشت نمایند و عرضه این مقدار پول در یک دوره زمانی کوتاه موجب افزایش تقاضا و قیمت کالاها و خدمات گردید.

✗ آزاد سازی قیمت گذاری در حالتی که عرضه کالا با محدودیت های زیادی روبرو بود موجب عرضه بی رویه روبل های انباشته شده ای گردید که در مقابل آن کالای کافی وجود نداشت.

صندوق بین المللی پول با اعطای یک وام ۱۰ میلیارد دلاری به این کشور موافقت نمود و دولت روسیه هم موافقت نمود که

بر پایه توصیه های صندوق اقدامات زیر را انجام دهد:

✿ نرخ رشد حجم پول را محدودتر نماید.

✿ در راستای کاهش بدهی های بخش عمومی تلاش نماید.

✿ درآمدهای مالیاتی را افزایش دهد.

✿ وابستگی روبل به دلار آمریکا را حفظ نماید.

فصل هفتم

بازار ارز و عملیات ارزی

عملیات بازار ارز

بازار ارز دو عمل اصلی انجام می دهد یکی تبدیل پول کشورها به یکدیگر و دیگری فراهم نمودن تسهیلاتی برای روبرویی با ریسک مربوط به تغییرات ارزش پول ها. منظور از این ریسک خسارت های احتمالی ناشی از تغییرات غیر قابل پیش بینی در نرخ تبدیل ارزها است.

ارتباط موسسات بازرگانی با بازار ارز

شرکت های و موسسات تجاری حداقل در چهار زمینه با بازار ارز سرو کار پیدا می کنند که شامل موارد زیر می باشد:

- دریافت پول خارجی (ارز) در برابر صادرات کالاها و خدمات خود به سایر کشورها دریافت ارز مربوط به درآمد سرمایه گذاری های خارجی خود و دریافت سود ناشی از مشارکت در فعالیت های تجاری و قرار دادهای اعطای امتیاز، صدور مدیریت و نظایر آن این موسسات مبالغ دریافتی را در بازار ارز به پول رایج کشور خود یا سایر ارزهای معتبر تبدیل می نمایند.
- تبدیل پول و تهیه ارز در بازار جهت تامین مالی واردات. به بیان دیگر پرداخت وجه کالاها و خدماتی که از خارج خریداری می کنند.
- تبدیل پول به پول کشور دیگری که شرکت بخواهد در آن سرمایه گذاری نماید این نوع سرمایه گذاری ها به خاطر وجود نرخ بهره بالاتر در بازارهای پولی و مالی سایر کشورها انجام می گردد.

عملیات سفته بازی که با هدف کسب سود و به شیوه خرید و فروش ارزها انجام می شود

روش های پیش بینی قیمت ارز

در زمینه دستیابی به روش های معتبر برای برآورد قیمت ارز این سوال مطرح شده است که اصولاً این پیش بینی ها بر چه اساسی باید انجام گیرد. در این قلمرو دو نظریه رایج شده یکی استفاده از روش تحلیل بنیادی و دیگری روش تحلیل تکنیکی.

تجزیه و تحلیل بنیادی

این روش با تکیه بر جنبه های تئوریک به طراحی یک مدل اقتصادی پیچیده برای پیش بینی تغییرات قیمت ارز پرداخته است. متغیرهای این مدل عبارتند از نرخ رشد عرضه پول، نرخ تورم، نرخ بهره و تا اندازه ای متغیرهای مرتبط با تراز پرداخت های خارجی کشور. در رابطه با نقش تراز پرداخت ها می توان چنین استدلال نمود که وقتی حساب جاری (تراز بازرگانی) کشور با کسری روبرو باشد یعنی مقدار کمتری ارز وارد کشور می شود که قیمت آنرا در مقابل پول ملی افزایش می دهد.

تجزیه و تحلیل تکنیکی

روش تحلیلی تکنیکی با استفاده از اطلاعات مربوط به مقادیر و قیمت های ارز روند تغییرات گذشته را مشخص می نماید و انتظار می

رود که این روند در آینده نیز ادامه یابد. این روش به عوامل یا متغیرهای اقتصادی تکیه نمی کند و بر پایه این نظریه استوار است که روندها و نوسانات بازار که قابل تجزیه و تحلیل هستند می توانند مبنایی برای پیش بینی روندها و تغییرات آینده تلقی گردند.

فصل هشتم

تراز پرداخت های خارجی

تراز پرداخت ها

تراز پرداخت ها صورت حسابی است که در قلمرو حسابداری ملی برای هر کشور تنظیم می گردد. این صورت حساب یکی از ابزارهای مهم تحلیلی در قلمرو اقتصاد کلان و تجارت خارجی است که می تواند نشان دهد اقتصاد کشور با چه شرایطی روبرو است و سیاست ها و تدابیر دولت در بخش تجارت خارجی چه شرایطی را برای اقتصاد ملی پیش می آورد.

ساختار تراز پرداخت های خارجی

به طور کلی داد و ستدهای یک کشور یا با جهان خارج را می توان در دو دسته جداگانه تقسیم نمود. دسته اول معاملاتی که جنبه تجاری دارند و به خرید و فروش کالاها و خدمات مربوط می شوند. در این بخش صادرات کالاها و خدمات کشور به خارج منجر به دریافت ارزی یا درآمد ارزی می شود و واردات کالاها و خدمات از خارج به پرداخت ارزی یا مخارج ارزی می انجامند.

حساب جاری

آن بخش از تراز پرداخت ها که با صادرات و واردات کالاها و خدمات کشور سر و کار پیدا می کند تراز جاری نامیده می شود. اقلام اصلی این حساب شامل کالاها و خدمات و انتقال های یک طرفه می باشد. کالاها و خدمات نیز خود به دو بخش مری و نامریی تقسیم می شود.

حساب سرمایه

حساب سرمایه تغییرات خالصی را که در مقدار دارایی‌ها و بدهی‌های بین‌المللی یک کشور در مدت زمان یکسال رخ می‌دهد ثبت می‌نماید.

خرید سهام، اوراق قرض و سایر دارایی‌های مالی یک کشور بوسیله خارجی‌ان به معنای ورود سرمایه به آن کشور است و در مقابل آن بدهی‌های بلندمدت اهالی کشور به خارجی‌ان افزایش می‌یابد که شامل پرداخت سود سهام، بهره وام‌ها و اوراق قرضه، اجاره سایر دارایی‌ها و بازپرداخت اصل مبلغ اوراق قرضه در سررسید آن‌ها خواهد بود. اقلام اصلی حساب سرمایه شامل (الف) سرمایه‌گذاری مستقیم (ب) سرمایه‌گذاری پورت فولیو (سرمایه‌گذاری در اوراق بهادار) و (ج) جریان بین‌المللی سرمایه کوتاه مدت می‌باشد.

حساب ذخایر دولتی

حساب ذخایر دولتی شامل:

← صادرات و واردات طلا

← تغییر در مقدار ذخایر ارزی دولتی

← کم و زیاد شدن میزان بدهی‌های کشور به بانک‌های خارجی می‌باشد.

مغایرت‌های آماری

بدیهی است که برخی از اقلامی که در تراز پرداخت‌ها ثبت می‌شوند ممکن است کامل و دقیق نباشند.

تعادل و عدم تعادل در تراز پرداخت‌ها

تراز پرداخت‌ای خارجی می‌تواند با سه حالت روبرو شود

◆ دریافت‌های ارزی با پرداخت‌های ارزی برابر باشند که نشان‌دهنده تعادل است

◆ دریافت‌های ارزی بیش از پرداخت‌های ارزی باشد که بیان‌کننده مازاد است

◆ دریافت‌های ارزی کم‌تر از پرداخت‌ها باشد که به معنای کسری است.

تراز پرداخت‌های خارجی

حساب جاری

✗ صادرات و واردات کالا

✗ صادرات و واردات خدمات

✗ پرداخت های یک جانبه به خارج یا از خارج

✗ خالص حساب جاری

● حساب جاری سرمایه

انجام سرمایه گذاری مستقیم در خارج

❖ انجام سرمایه گذاری مستقیم خارجی در داخل کشور

● انجام سرمایه گذاری در بازارهای مالی خارج

❖ انجام سرمایه گذاری خارجی در بازارهای مالی داخل

● سرمایه گذاری کوتاه مدت در خارج

❖ سرمایه گذاری کوتاه مدت خارجی در داخل کشور

● خالص حساب سرمایه

▣ حساب ذخایر دولتی

صادرات و واردات طلا

▣ افزایش یا کاهش ذخایر ارزی

▣ افزایش یا کاهش بدهی های بانک های خارجی (بانک های مرکزی)

▣ خالص ذخایر دولتی

فصل نهم

ورود موسسات بازرگانی به بازارهای بین الملل

تصمیم گیری های اصلی ورود به بازارهای خارجی

شرکت هایی که در اندیشه ورود به بازارهای خارجی هستند با سه تصمیم گیری اساسی روبرو می گردند :

● به کدام بازارها وارد شوند

● در چه زمانی وارد شوند

● در چه مقیاس یا اندازه ای وارد بازار خارجی گردند.

صادرات

صادرات شیوه ای شناخته شده و دارای سابقه ای طولانی در بازرگانی بین المللی می باشد. بسیاری از شرکت های تولیدی گسترش فعالیت های بین المللی خود را با صدور کالا آغاز نموده و بعدها به تدریج به سایر روش های ورود به بازارهای خارجی روی آورده اند. صادرات دارای جنبه های مختلفی است که در جایی دیگر به آن ها خواهیم پرداخت و در این جا مزایا و معایب آنرا به طور خلاصه مورد بررسی قرار می دهیم.

◆ **مزایا:** صادرات دارای ۲ مزیت عمده می باشد. اول این که شرکت ها برای صدور کالای ساخته شده نیازی به انجام سرمایه گذاری سنگین جهت استقرار تاسیسات تولیدی در کشور میزبان ندارند. دوم این که، صادرات کالا به شرکت امکان بهره مند شدن از صرفه جویی های مکانی و منحنی تجربه را می دهد.

◆ **معایب:** صادرات در مقایسه با سایر روش های ورود به بازارهای خارجی معایب زیادی هم دارد. اول این که اگر تولید یک کالا در سایر کشورها با هزینه کم تری انجام گیرد یعنی این که اگر شرکت بتواند این کالا را در سایر کشورها ارزان تر تولید نماید نماد آن گاه تولید آن در کشور اصلی و صدور آن به خارج قابل توجیه نخواهد بود. در چنین شرایطی برای شرکت هایی که استراتژی های جهانی و فراملی را دنبال می کنند انتقال تاسیسات تولیدی به خارج و بهره مند شدن از صرفه جویی های هزینه ای شیوه ای خردمندانه تر از صادرات کالای ساخته شده خواهد بود. دوم این که بالا بودن هزینه های حمل و نقل به ویژه برای کالاهای پر حجم یا سنگین روش صادرات کالای ساخته شده را غیر اقتصادی می نمایند.

قرارداد فرانشیزی

قرارداد فرانشیزی روشی مشابه اعطای امتیاز است اما دوره زمانی آن معمولاً طولانی تر است. می توان گفت که قرارداد فرانشیزی نوع خاصی از اعطای امتیاز است که در چهارچوب آن شرکت امتیازدهنده دارایی های ناملموس خود مانند دانش فنی، مارک تجاری و فرایند تولید یک محصول را به امتیاز گیرنده می فروشد و در مقابل آن حق امتیاز یا فرانشیزی که عموماً درصدی از سود یا درآمد شرکت گیرنده امتیاز می باشد دریافت می کند.

به طور خلاصه مزایای قرار دادهای فعالیت مشترک بین المللی را می توان به صورت زیر بیان نمود:

- شرکت انتقال دهنده تکنولوژی می تواند از دانش و اطلاعات شریک خود در کشور میزبان در زمینه شرایط سیاسی و اقتصادی و تجاری آن کشور در راستای سیاست گذاری بازرگانی برای شرکت مشترک به نحو مطلوبی استفاده نماید.
- سهیم بودن شرکت ها یا سرمایه گذاران کشور میزبان در فعالیت ها و منافع شرکت مشترک ریسک سیاسی و اقتصادی سرمایه گذاری شرکت انتقال دهنده تکنولوژی را کاهش می دهد.
- هنگامی که در کشور میزبان قوانین محدوده کننده برای سرمایه گذاری خارجی وجود دارد و یا امکان انجام سرمایه گذاری مستقیم برای خارجیان نیست تاسیس شرکت مشترک بین المللی امکان استفاده از فرصت های تجاری را برای سرمایه گذار خارجی فراهم می سازد.
- در چهارچوب قرار داد فعالیت مشترک شرکت میزبان می تواند به تکنولوژی پیشرفته که در اختیار شرکت خارجی است دست یافته و در درازمدت از منافع آن بهره مند گردد. دستیابی به تکنولوژی مدرن از سایر راه ها با دشواری های بیش تری روبرو می باشد.
- حضور سرمایه گذاران کشور میزبان در شرکت مشترک بین المللی امکان برخورداری شدن شرکت از حمایت های دولتی و همکاری های محلی در قلمرو فعالیت های اقتصادی را افزایش می دهد.