

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

تشریح

مروری بر مفاهیم اقتصاد بین الملل



مؤلف:

دکتر ابوذر شہری

دکتر سعید محمد



سرشناسه	: شهپری، ابوذر، ۱۳۶۳ -
عنوان و نام پدیدآور	: مروری بر مفاهیم اقتصاد بین‌الملل/مؤلف ابوذر شهپری، سعید محمد؛ ویراستار مجتبی لطفی‌فرنقی و محمد رحیم‌بیرقی.
مشخصات نشر	: تهران: دانش‌پژوهان شریف‌یار، ۱۴۰۰.
مشخصات ظاهری	: ۱۵۲ص.
شابک	: ۹۷۸-۶۲۲-۷۶۲۳-۹۷-۰
وضعیت فهرست‌نویسی	: فیبا
یادداشت	: کتابنامه.
موضوع	: اقتصاد بین‌الملل
موضوع	: International economic relations
موضوع	: بازرگانی بین‌المللی
موضوع	: International trade
موضوع	: مالیه بین‌المللی
موضوع	: International finance
شناسه افزوده	: محمد، سعید، ۱۳۴۷ -
رده‌بندی کنگره	: HF۱۳۵۹
رده‌بندی دیویی	: ۳۳۷
شماره کتابشناسی ملی	: ۸۴۲۳۸۷۹

مروری بر مفاهیم اقتصاد بین‌الملل

عنوان کتاب

* ناشر	انتشارات دانش‌پژوهان شریف‌یار
* مؤلفان	ابوذر شهپری، سعید محمد
* مدیر تولید	پیش‌تازان فناوری و ارتباطات شریف‌یار
* ویراستار	مجتبی لطفی‌فرنقی و دکتر محمد رحیم‌بیرقی
* شمارگان	۱۰۰۰ جلد
* نوبت چاپ	اول، ۱۴۰۰
* چاپ و صحافی	پیش‌تازان فناوری و ارتباطات شریف‌یار
* ناظر چاپ	پیش‌تازان فناوری و ارتباطات شریف‌یار
* شابک	۹۷۸-۶۲۲-۷۶۲۳-۹۷-۰
* قیمت	۶۱۰۰۰ تومان

شماره‌ی تماس: ۰۲۱۹۱۰۷۰۴۲۶

همه حقوق برای ناشر محفوظ است

تقدیم به:

دلیر مردان جبهه ی اقتصاد و آنهایی که با بذل جان و مال و آبروی خود پرچم برافراشته میهن اسلامی را در اهتزاز نگه داشته اند و به جهانیان ثابت کردند که ایرانی تواناست و هیچ مانعی او را از رسیدن به قله های بلند سرافرازی و کرامت باز نخواهد داشت.



سخنی با خواننده

حمد و سپاس ایزد منان را که با الطاف بی‌کران خود این توفیق را به ما ارزانی داشت تا بتوانیم در راه ارتقای دانش عمومی و فرهنگ این مرزوبوم درزمینه‌ی چاپ و نشر کتب علمی دانشگاهی، علوم پایه‌گام‌هایی هرچند کوچک برداشته و در انجام رسالتی که بر عهده‌داریم مؤثر واقع شویم. گستردگی علوم و توسعه روزافزون آن شرایطی را به وجود آورده که هرروز شاهد تحولات اساسی چشمگیری در سطح جهان هستیم. این گسترش و توسعه نیاز به منابع مختلف از جمله کتاب راه دستیابی و اطلاع‌رسانی بیش‌ازپیش روشن می‌کند.

چاپ همگانی و سامانمند را می‌توان نقطه آغاز و محرک اصلی رشد روزافزون شگفت‌انگیز دانش در چند صده گذشته دانست. کتاب از یک‌سو تفکرات نویسنده خود را از مرز زمان و مکان می‌رهاند و از دیگر سو در آستانه همین رهایی خواسته و یا ناخواسته ماهیت خود را به محک نقد و بررسی وامی‌گذارد تنها در چنین ساحتی و از برخورد دیدگاه‌های گوناگون است که بشر گامی به پیش برمی‌دارد.

موسسه فرهنگی با رویکردی جدید و متناسب با تغییرات در دنیای نوین، طرح توسعه کتاب‌های گوناگون در برنامه انتشاراتی قرار داده است. این برنامه از یک‌سو، متأثر از پیشرفت‌ها و نوآوری‌های است که در سطح بین‌الملل در زمینه‌های آموزش علوم و فن‌آوری رخ داده است و از سوی دیگر، متناسب با نیازهایی است که در جامعه دانشگاهی کشور بر اساس رشد و توسعه سال‌های اخیر به لحاظ کیفی و کمی پدید آمده است.

انتشارات دانش‌پژوهان شریف یار با این نگرش در عرصه چاپ و نشر کتب علمی گام نهاده است. روند تولید آثار در این مجموعه علمی فرهنگی تمام مراحل پذیرش، داوری، ویراستاری فنی و ادبی، اخذ مجوز، چاپ و انتشار به هر دو شیوه «چاپ شمارگانی» و «چاپ درازای سفارش» را در برمی‌گیرد.

شما دانش‌پژوه ارجمند می‌توانید آثار مکتوب یا چندرسانه‌ای، پیشنهادات همکاری و نظرات راهگشای خود را با فرستادن پیام به نشانی ایمیل order@sharifyar.com با ما در میان بگذارید. همه تلاش ما این است که با نگاه کارشناسی و ایجاد یک فضای علمی به خلق

آثاری پربار و نوآورانه توفیق یابیم و باور داریم که دستیابی به این خواسته تنها با همراهی شما مشتاقان حقیقی آموزش و پژوهش ممکن است.

انتشارات دانش پژوهان شریف یار

فهرست

صفحه	عنوان
۱۳	فصل اول
۱۳	اقتصاد بین‌الملل
۱۴	بازرگانی بین‌الملل
۱۴	مفهوم واردات (Import)
۱۸	مفهوم صادرات (Export)
۲۱	مفهوم اینکوترمز (Incoterms) بازرگانی بین‌الملل
۲۱	اصطلاحات تعریف شده در اینکوترمز
۲۵	روند ترخیص کالا از گمرک
۲۵	اقتصاد خرد و کلان
۲۷	نگاهی به اصطلاحات در اقتصاد کلان
۳۰	شباهت‌های بین اقتصاد کلان و اقتصاد خرد
۳۳	فصل دوم
۳۳	تجارت بین‌الملل
۳۳	۱. سابقه تاریخی و مزیت تجاری:
۳۴	۲. ملاحظات تکمیلی اقتصاد بین‌الملل:
۳۵	۳. نظریه‌ی هکشر- اوهلن در تجارت بین‌الملل
۳۶	۴. هزینه‌ی حمل و نقل و مفاهیم FOB و SIF
۳۶	۵. محدودیت‌های تجاری
۳۶	۶. دیگر تحولات و بحث‌های تجارت بین‌الملل
۴۰	سیستم‌های ارزی و رفع عدم تعادل ارزی
۴۳	سازمان‌ها و تحولات اقتصادی بین‌المللی
۴۴	صندوق بین‌المللی پول (IMF)
۴۵	۱. تشکیلات صندوق و SDR
۴۵	۲. وظایف، منابع و ساختار مالی
۴۶	۳. کارکرد کلی و ارتباط کشورهای مختلف با صندوق

بانک جهانی	۴۷
نظریات تجارت بین الملل	۴۹
فصل سوم	۱۱۱
مالیه بین الملل	۱۱۱
صندوق بین المللی پول	۱۱۶
بازار ارز	۱۲۶
صندوق بین المللی پول IMF	۱۴۳
اهداف صندوق بین المللی پول	۱۴۴
مزایای عضویت در صندوق بین المللی پول	۱۴۵
معایب عضویت در صندوق بین المللی پولی	۱۴۶
منابع و مآخذ	۱۴۹

فصل اول

اقتصاد بین‌الملل

اقتصاد بین‌المللی با اثرات حاصله از تفاوت‌های بین‌المللی میان منابع تولیدی و ترجیحات مصرف‌کنندگان و نهادهای بین‌المللی سر و کار دارد. اقتصاد بین‌المللی بدنبال توضیح الگوها و نتایج معامله‌ها و تعاملات میان ساکنان کشورهای مختلف مانند بازرگانی، سرمایه‌گذاری و مهاجرت است.

بازرگانی بین‌المللی به مطالعه جریان تجارت کالا و خدمات از راه مرزهای بین‌المللی و از جنبه‌های عرضه و تقاضا، ادغام اقتصادی، جنبش‌های عامل بین‌المللی و متغیرهای سیاسی مانند نرخ تعرفه و سهمیه بازرگانی می‌پردازد.

سرمایه‌گذاری بین‌المللی به مطالعه جریان سرمایه در میان بازارهای سرمایه بین‌المللی و تأثیر این جنبش‌ها بر نرخ ارز می‌پردازد.

اقتصاد پولی و اقتصاد کلان بین‌المللی به مطالعه جریان‌های پولی و کلان کشورها می‌پردازند.

اقتصاد سیاسی بین‌الملل برگرفته از روابط بین‌الملل به مطالعه مسائل سیاسی بین‌المللی و تأثیراتشان بر اقتصاد می‌پردازد مانند درگیری‌های بین‌المللی، مذاکرات بین‌المللی، تحریم‌های بین‌المللی؛ امنیت ملی و ملی‌گرایی اقتصادی؛ قراردادهای بین‌المللی و نظارت‌ها. اقتصاد بین‌الملل در مورد وابستگی متقابل اقتصادی میان کشورها بحث می‌کند اقتصاد بین‌الملل به بررسی جریان کالاها و خدمات و پرداخت‌های یک کشور با سایر کشورهای جهان می‌پردازد؛ که شامل دو بخش است.

۱) مبادله کالا بین کشورها (تجارت بین الملل)

۲) الگوی تعیین نرخ ارز و تراز پرداختها (مالیه بین الملل)

نظریه اقتصاد بین الملل به بررسی منافع حاصل از تجارت، سیاستهای هدایت شده جهت تنظیم تراز پرداختها و آثار این سیاستها بر رفاه کشور می پردازد.

بازرگانی بین الملل

بازرگانی بین الملل و مفاهیم مرتبط با آن: بازرگانی بین الملل (بازرگانی خارجی) به داد و ستد کالا و یا خدماتی گفته می شود که در فراسوی مرزهای بین المللی انجام می گیرد. به بیان ساده تر، بازرگانی بین الملل، روابط تجاری بین کشورها است که از طریق صادرات و واردات انجام می پذیرد. تمامی کشورها برای تامین نیازهای خود، به روابط تجاری نیازمندند و هیچ کشوری، حتی کشورهای پیشرو نیز، از این قاعده مستثنی نیستند.

مفهوم واردات (Import)

واردات به معنی ورود کالا و یا خدمات از کشوری به کشور دیگر از طریق قلمرو گمرکی مشخص، است. به صرفه نبودن تولید بعضی کالاها و یا شرایط جوی و آب و هوایی از دلایل مهم در میزان واردات کشورها است. در یک اقتصاد پویا و سالم، میزان صادرات بر میزان واردات غلبه دارد. به صورت معمول کشورها به دنبال ایجاد تعادلی منطقی میان واردات و صادرات هستند.

الف) واردات قطعی :

بر اساس شیوه پرداخت قیمت کالا، واردات دارای روشهای متعدد و مختلفی می باشد که اهم آن عبارتند از :

۱- واردات از محل ارز خریداری شده از سیستم بانکی جهت گشایش اعتبار

۲- واردات با ارز آزاد جهت گشایش اعتبار

۳- واردات در مقابل صادرات از محل پروانه صادراتی به نام شخص صادرکننده (غیرقابل واگذاری)

۴- واردات در مقابل صادرات با ارائه پروانه صادراتی به نام شخص صادرکننده یا به نام دیگری با واگذاری رسمی (حق واگذاری به غیر برای یکبار وجود دارد).

۵- واردات بصورت بدون انتقال ارز از محل سرمایه گذاری خارجی پس از تائید وزارت امور اقتصادی و دارائی

۶- واردات به صورت بدون انتقال ارز از محل فهرست اقلام مجاز اعلام شده.

۷- واردات به صورت بدون انتقال ارز از محل مصوبات کمیسیون ۴ نفره مستقر در وزارت بازرگانی

(ب) واردات موقت :

ورود موقت نوع دیگری از واردات است و معنای آن اینست که گاهی بعضی از کالاها به منظور معینی موقتاً به کشور وارد می‌شوند و پس از مدتی که منظور فوق تامین شد از کشور خارج می‌گردند.

مانند: کالاهای خارجی که جهت شرکت در نمایشگاه‌های بین‌المللی وارد می‌شوند، یا کالاهایی که برای تعمیر و تکمیل وارد می‌شوند، یا دستگاه‌های فیلمبرداری و عکسبرداری هوایی و مطالعات علمی یا فنی، یا وسایط نقلیه و محفظه‌های مخصوص حمل کالا، یا کالاهایی که طبق قراردادهای گمرکی بین‌المللی بطور موقت وارد می‌شوند.

(ج) کالاهای مرجوعی :

کالاهایی هستند که وارد کشور شده و بنا به دلایلی به خارج از کشور برگردانده می‌شوند. کالاهای مرجوعی در اصل جزء واردات غیرقطعی و موقت نیز طبقه بندی می‌شوند.

(د) ترانزیت خارجی:

ترانزیت خارجی عبارت از این است که کالای خارجی به منظور عبور از خاک یک کشور از یک نقطه مرزی کشور وارد و از نقطه مرزی دیگر خارج شود. این نوع کالاها جزء واردات و صادرات قطعی محسوب نمی‌شوند. مثلاً کالایی از مرز ایران با ترکمنستان وارد شده و در مرزهای دریایی ایران روی کشتی بارگیری شود و به کشور ثالث صادر شود.

(ه) ترانزیت داخلی:

عبارت از آن است که کالای گمرک نشده از گمرک‌خانه مجاز به گمرک‌خانه دیگری حمل و نقل شود مثلاً حمل کالا از یک گمرک مرزی به گمرک تهران.

مراحل واردات کالا

برای انجام خدمات واردات کالا پیش از هر چیز، باید مراحل واردات را به طور کلی بدانید. اولین مرحله در واردات کالا انتخاب کالای مورد نیاز بازار است. این مرحله بسیار مهم و تخصصی است و اگر در انتخاب کالای مورد نیاز بازار اشتباه کنید، ممکن است تجارت شما با شکست مواجه شود. پس از انتخاب کالا، مراحل واردات را به طور تیتروار می‌توانیم اینطور خلاصه کنیم:

کالای مورد نیاز برای بازار ایران را پیدا کنید.

تولیدکننده و فروشنده مناسبی که کالای شما را تهیه می‌کند، پیدا کنید.

با فروشنده مربوطه نامه‌نگاری کنید و استعلام قیمت بخواهید. همچنین کاتالوگ و مشخصات دقیق کالا را نیز از فروشنده بخواهید.

یک نمونه کالا از فروشنده بخواهید.

درباره تعداد و نوع کالا و تهیه فهرست سفارش خود تصمیم‌گیری کنید.

از فروشنده پیش فاکتور بخواهید. (پروفرما)

بدست آوردن اطلاعات کافی از شرایط واردات کالای مزبور و قوانین و تعرفه‌های گمرکی و تهیه لیستی از هزینه‌های گمرکی و هزینه‌های مرتبط با ترخیص کالا به منظور برآورد قیمت تمام شده کالا مرحله بعدی کار واردکننده است.

قیمت تمام شده را بر مبنای هزینه‌های تاکنون، زمان توزیع کالا در بازار و... محاسبه کنید.

مرحله خرید: در این مرحله تخفیفات نهایی فروشنده را از او بخواهید، با فروشنده چانه‌زنی کنید و آخرین قیمت را بدست بیاورید.

بررسی شیوه واردات و تأمین بودجه جهت واردات مرحله پرداخت: درباره شیوه پرداخت پول به فروشنده با او صحبت کرده و به توافق دو جانبه برسید.

مرحله تحویل کالا: با فروشنده بر سر زمان تحویل کالا و شیوه حمل و نقل کالا توافق کنید.

مجوزهای لازم برای صادرات و واردات کالا را با فروشنده چک کنید. مطمئن شوید که فروشنده مجوزهای لازم را دارد.

با فروشنده اسناد و مدارک لازم جهت حمل و بازرسی کالا را بررسی کنید.

اگر کارت بازرگانی ندارید، نسبت به دریافت کارت بازرگانی اقدام کنید. اگر کارت بازرگانی داشته باشید، تمام اسناد و مدارک به نام شما صادر خواهد شد اما اگر کارت بازرگانی نداشته باشید و بخواهید از کارت بازرگانی شخص دیگری استفاده کنید، مدارک به نام شخص دارنده کارت بازرگانی صادر خواهد شد.

سفارش خود را در سازمان توسعه تجارت ایران ثبت کنید. ثبت سفارش تنها با کارت بازرگانی مقدور است.

مجوزهای لازم جهت واردات را بدست آورید.

اولین پیش پرداخت را می‌توانید در این مرحله پردازید و می‌توانید از فروشنده بخواهید یک نمونه از کالایی که به صورت انبوه تولید شده را پیش از حمل برای شما بفرستد.

هماهنگی‌های لازم جهت حمل کالا را انجام دهید. این هماهنگی‌ها کاملاً به توافق فروشنده و خریدار ربط دارد و اینکه وظیفه حمل کالا به عهده چه کسی است و به چه صورت انجام می‌شود. اصل اسناد حمل را از فروشنده بخواهید و کالای خریداری شده خود را تا رسیدن به گمرکات ایران پیگیری کنید.

اسناد تأمین ارز و بازرسی کالا را تهیه کنید.

دریافت مجوزهای لازم از سازمان‌هایی که بعد از ورود کالا باید تأییدیه خود را صادر کنند.

ارائه مدارک ترخیص کالا به گمرک و دریافت پروانه گمرکی

پرداخت هزینه‌های گمرک و انجام تعهدات ارزی و مالیات

ترخیص کالا و حمل آن به انبار

مراحل واردات کالا

شرایط واردات کالا به ایران

واردات هر کالایی به ایران مجاز نیست. پس واردکننده پیش از هرچیز باید از کالاهای ممنوعه اطلاع حاصل کند و پس از آن اقدام به واردات کالا به ایران کند. پس از انتخاب کالا، با توجه به نوع کالای انتخاب شده باید مجوزهای لازم تهیه شود. تهیه مجوز با توجه به نوع کالا از سازمان‌های مختلفی صورت می‌گیرد. به عنوان مثال کالاهای پزشکی نیاز به مجوز اداره کل تجهیزات پزشکی کشور دارند. علاوه بر مجوز، هر کالایی به استانداردهای لازم نیز احتیاج دارد. به عنوان مثال کالاهای خوراکی باید استاندارد بهداشتی و سلامت

داشته باشند. این استانداردها گاهی اوقات توسط نمایندگان استاندارد که در اداره گمرک هستند، صادر می‌شود و گاهی برای دریافت هر استاندارد نیاز است که آزمایش‌هایی بر روی کالا صورت گیرد و سپس استاندارد کالا صادر می‌شود.

مفهوم صادرات (Export)

صادرات به معنای فروش کالا و یا خدمات از کشوری به کشور دیگر از مجاری رسمی و گمرکی کشورها است که منجر به کسب درآمد ارزی می‌شود. برای انجام صادرات، شخص صادرکننده می‌بایست دارای کارت بازرگانی باشد. مهم‌ترین مسئله برای انجام صادرات این است که، بازاریابی خوبی برای محصول و یا خدمات خود، در کشور مقصد انجام داده باشید. بعد از یافتن مشتری و امضای قرارداد، امور گمرکی که شامل تعیین عوارض و تعرفه‌ی گمرکی است، باید انجام شود.

کسب درآمد ارزی یکی از مهمترین ابزارهای رشد و توسعه اقتصادی است که این مهم از طریق فروش تولیدات یا خدمات به کشورهای دیگر حاصل می‌شود که آن را صادرات (Export) می‌نامند. مراحل انجام صادرات عبارتند از :

الف) بازاریابی:

یعنی شناخت بازارهای خارجی و راههای نفوذ به آن که دستیابی به این شناخت از طریق مذاکره با خریداران، استفاده از اطلاعات و آمارهای رسمی، شرکت در نمایشگاه‌های بین‌المللی، تماس با رایزن‌های بازرگانی در سفارتخانه‌ها و اتاق‌های بازرگانی و همچنین استعلام از موسسات بین‌المللی و مراکزی که در این مورد خدمات ارائه می‌دهند امکانپذیر است. همچنین شناسایی کالاهای رقیب و کیفیت و قیمت آنها در بازار موردنظر و استفاده از روش‌های تبلیغاتی برای معرفی کالا نقش مهمی در موفقیت یک صادرکننده دارند.

ب) کسب مجوز صدور :

در حال حاضر صدور اغلب کالاها نیاز به مجوز ندارد و فقط برای کالاهای خاصی مجوزهای موردی صادر می‌شود.

ج) تعیین قیمت صادراتی:

صادرکننده برای تعیین قیمت کالاهای صادراتی خود باید به کمیسیون نرخ‌گذاری مراجعه کند. این کمیسیون مرکب از نمایندگان وزارت بازرگانی، سازمان توسعه تجارت، وزارت صنایع، گمرک ایران و بانک مرکزی می‌باشند. پس از تعیین قیمت صادراتی، صادرکننده ملزم است که معادل قیمت‌های تعیین شده ارز به بانک مرکزی معرفی نماید.

د) صدور پروفرما:

صادرکننده باید پروفرما را که حاوی مشخصات کالا و فروشنده آن است برای خریدار ارسال نماید.

ر) تهیه و تدارک و بسته بندی :

صادرکننده در این مرحله باید کالا را تهیه و مطابق با توافق به عمل آمده بسته بندی نماید.

ه) دریافت گواهی بازرسی کالا:

این گواهی که معمولاً مورد درخواست خریدار است توسط موسساتی که موارد توافق طرفین قرار گرفته است صادر می‌شود.

و) صدور فاکتور و اخذ گواهی مبدا :

صادرکننده در این مرحله باید فاکتور فروش کالای خود را صادر و به تایید اتاق بازرگانی محل برساند. اتاق بازرگانی گواهی مبدا کالا را صادر خواهد نمود.

ز) سپردن پیمان یا تعهد ارزی :

صادرکننده با ارائه مدارک لازم از جمله قیمت مصوب کمیسیون نرخ‌گذاری باید پیمان ارزی به بانک (اداره تهاتر و امور صادراتی) بسپارد. در حال حاضر که شرایط صادرات سهل تر شده است به جای پیمان ارزی، صادرکننده یک ورقه تعهد ارزی از بانک دریافت و پس از امضای آن متعهد به بازگرداندن ارز حاصل از صادرات می‌شود.

ح) عقد قرارداد حمل و بیمه:

صادرکننده با یکی از شرکتهای معتبر حمل و نقل بین‌المللی قرارداد حمل امضا می‌کند و همچنین کالا را تا رسیدن به مقصد بیمه می‌کند.

ط) اظهار کالا به گمرک :

در این مرحله کالا به گمرک حمل می‌شود و اظهارنامه خروجی یا صادراتی تنظیم و به گمرک ارائه می‌گردد. پس از ارزیابی کالا و پلمپ کردن بسته‌ها جواز خروجی (پروانه صادراتی) اخذ می‌گردد.

ی) ارسال کالا :

صادرکننده جواز خروجی را به شرکت حمل و نقل تحویل می‌دهد و شرکت مزبور براساس آن بارنامه حمل صادر و کالا را از گمرک بارگیری و به مقصد حمل می‌کند.

ک) دریافت واریز نامه :

اگر کالا بصورت گشایش اعتبار اسنادی صادر شده باشد، صادرکننده می‌تواند با ارائه اسناد حمل به بانک طرف حساب مراجعه و معادل ریالی مبلغ ارزی گشایش شده را به نرخ تعیین شده دریافت و گواهی یا تصدیق صدور اخذ نماید اما اگر بصورت امانی بخواهد صادر کند، صادرکننده کالای خود را به کشورهای موردنظر حمل می‌نماید و در مهلت تعیین شده به فروش می‌رساند و ارز حاصل از فروش را به کشور باز می‌گرداند و گواهی صدور دریافت می‌کند.

دریافت کارت بازرگانی

کارت بازرگانی مجوزی است که دارنده ی آن، می‌تواند از طریق این کارت، به تجارت و واردات و صادرات بپردازد. تنها بازرگانانی که دارای کارت بازرگانی هستند، مجوز واردات و صادرات کالا را دارند. با در دست داشتن کارت بازرگانی، می‌توان اقدامات زیر را انجام داد:

ثب سفارش و ترخیص کالا

واردات از مناطق آزاد

انجام حق العمل کاری در گمرک

صادرات کالا های مجاز از سوی گمرک

صدور ویزای تجاری

عضویت در اتاق بازرگانی

صدور گواهی مبدا

مفهوم اینکوترمز (Incoterms بازرگانی بین الملل)

اینکوترمز یک کلمه ی مرکب از ترکیب عبارت انگلیسی International Commercial Terms می باشد، که به معنی اصطلاحات بین المللی بازرگانی است. اختلافات در روش های تجارت بین المللی، موجب شد تا یک مجموعه ای از قوانین بین الملل به وجود بیاید تا دو طرف معامله از آن تبعیت کنند. به این مجموعه ی قوانین، اصطلاحات اینکوترمز می گویند. این اصطلاحات مرجعی برای انجام واردات و صادرات در بازرگانی بین الملل است. جدیدترین ویرایش اصطلاحات اینکوترمز، مربوط به سال جاری می باشد که اصطلاحات اینکوترمز ۲۰۲۰ نامیده می شود.

اصطلاحات تعریف شده در اینکوترمز

برخی از اصطلاحات در اینکوترمز معنای متفاوتی دارند. اصطلاحات اینکوترمز به دو دسته اصلی تقسیم می شوند:

اصطلاحات اینکوترمز مناسب برای انواع روش های حمل

اصطلاحات اینکوترمز مناسب باربری دریایی و کشتیرانی

در ادامه پیش از معرفی اصطلاحات اینکوترمز مناسب برای انواع روش های حمل مخصوصا حمل و نقل دریایی، به معرفی مفاهیم کلی بسیار مهم در آن می پردازیم. بعضی از مهم ترین اصطلاحات اینکوترمز شامل موارد زیر می شود:

Delivery یا تحویل، نقطه ای در معامله است که ریسک از بین رفتن یا آسیب کالاها از

فروشنده به خریدار منتقل می شود.

Arrival یا تحویل، نقطه ای که در آن هزینه حمل پرداخت می شود.

Free فروشنده متعهد می شود که کالاها را به نقطه ای برساند که از آنجا مورد حمل و نقل

قرار گیرند.

Carrier هر فردی که در قرارداد حمل و نقل، وظیفه حمل و نقل با قطار، جاده، هوا، دریا،

رودخانه یا ترکیبی از این روش ها را بر عهده می گیرد.

Freight Forwarder: شرکتی که قرارداد باربری بسته یا در آن مشارکت می کند.

Terminal هر محل سرپوشیده یا غیر سرپوشیده مثل انبار، پارکینگ، گاراژ کانتینرها یا ترمینال بار جاده‌ای، ریلی، یا هوایی.

To clear for export دریافت گواهی ترخیص صادراتی بار و گرفتن جواز صادرات.

اصطلاحات اینکوترمز مناسب برای انواع روش‌های حمل

بعضی از اصطلاحات اینکوترمز در مورد تمام روش‌های حمل و نقل کالا موضوعیت و کاربرد دارند. این اصطلاحات برای مشخص کردن نوع قرارداد و شرح وظایف و تعهدات طرفین (خریدار و فروشنده) در فرایند معامله کاربرد دارند. در ادامه مهم‌ترین اصطلاحات آن که برای انواع روش‌های حمل و نقل کالا کاربرد دارند را معرفی می‌کنیم.

EXW – EX Works

در این روش بعد از عبارت EXW نام یک مقصد قرار می‌گیرد. فروشنده موظف است بار را در این مقصد تحویل بدهد. این اصطلاح حداکثر تعهد را روی خریدار و حداقل تعهد را روی فروشنده ایجاد می‌کند. اغلب از این اصطلاح برای مظنه قیمت دادن اولیه و بدون محاسبه هر نوع هزینه اضافی استفاده می‌شود.

اصطلاح EXW به این معنا است که یک خریدار ریسک‌های رساندن کالا به مقصد نهایی را به عهده می‌گیرد. اگر فروشنده کالاها را بار نکند یا ترخیص آنها برای صادرات را نگیرد، یا کالاها را بار کند، در هر حال ریسک و هزینه با خریدار است. اگر طرفین به این توافق برسند که فروشنده باید کالاها را بار کند و به نقطه مشخصی ارسال کند تا در ریسک مشارکت داشته باشد، این توافق باید به شکل شفاف با کلمات دقیق ثبت شود تا در این نوع قرارداد تاثیر بگذارد.

FCA – Free Carrier

در این روش فروشنده کالاها را در یک محل مشخص همراه با ترخیص صادرات به خریدار تحویل می‌دهد. کالاها ممکن است به حمل‌کننده‌ای که از طرف خریدار معرفی شده، یا طرف دیگری که توسط خریدار مشخص شده تحویل داده شوند. این اصطلاح تجارت بین‌المللی از جهات بسیاری جایگزین اصطلاح FOB در استفاده‌های جدید شده است. این اصطلاح سابقاً به معنای تحویل کالا در بندر یا محل ارسال بود که در اصطلاح FCA به یک مقصد جغرافیایی تبدیل شده است. فقط نقطه انتقال ریسک در این اصطلاح از بندر به نقطه یا محل تحویل کالا تغییر کرده است.

محل مورد انتخاب در این نوع قرارداد در تعهدات بار کردن و خالی کردن کالاها تاثیر قابل توجهی دارد. اگر تحویل جزو تعهدات فروشنده باشد، یا در هر محلی انجام شود که تحت نظارت فروشنده باشد، او مسئول بار کردن کالا در حمل کننده خریدار خواهد بود. اما اگر تحویل در هر نقطه دیگری انجام شود، با رسیدن به مقصد وظیفه تحویل بار از فروشنده برداشته می‌شود، به این ترتیب خریدار مسئول خالی کردن بار و پر کردن آن در حمل کننده خریدار است.

CPT – Carriage Paid To

در این روش فروشنده هزینه حمل و نقل بار تا مقصد نام برده را به عهده می‌گیرد. در این روش هنگامی که کالا در اولین حمل کننده بار می‌شود، ریسک کالا از فروشنده به خریدار منتقل می‌شود. در این روش فروشنده مسئول هزینه‌های اولیه شامل ترخیص صادرات و هزینه باربری به مقصد نام برده است.

فرقی نمی‌کند این نقطه مقصد نهایی یا یکی از بنادر کشور فروشنده باشد، به هر حال این محل باید در قرارداد ذکر شده باشد. اگر خریدار از فروشنده بخواهد که برای بار یک بیمه هم تهیه کند، آن وقت باید از اصطلاح اینکوترمز CIP در قرارداد به جای این استفاده شود.

CIP – Carriage and Insurance Paid To

این اصطلاح شباهت زیادی به CPT دارد، با این تفاوت که در آن فروشنده متعهد به بیمه کردن کالا در حمل و نقل می‌شود. در این روش فروشنده باید بار را تا ۱۱۰٪ ارزش اظهاری آن مطابق با قواعد بیمه‌های بین‌المللی بیمه کند. این کار باید با توجه به همان ارزی که در قرارداد به کار برده شده انجام شود و باید مورد توافق خریدار، فروشنده، و هر کس دیگری که منفعتی از بیمه می‌برد باشد. قاعده CIP را می‌توان برای انواع روش‌های حمل و نقل به کار برد.

DPU – Delivered at Place unloaded

این اصطلاح اینکوترمز نشان می‌دهد که فروشنده باید کالاها را در مقصدی که نام برده شده تخلیه کرده و تحویل بدهد. در این روش فروشنده تمام هزینه‌های بار (نرخ‌های صادرات، حمل و نقل، تخلیه بار از حمل کننده در مقصد یا ترمینال مورد نظر و هزینه‌های مقصد) را پرداخته و تمام ریسک‌ها را تا رسیدن بار به نقطه مشخصی که در قرارداد ذکر شده بر عهده می‌گیرد.

این ترمینال ممکن است یک بندر، فرودگاه، یا یک ترمینال داخلی تعویض بار باشد، اما باید قابلیت دریافت بار را داشته باشد. تمام هزینه‌ها بعد از تخلیه بار (برای مثال حق‌الزحمه واردات، مالیات، گمرک، و حمل بار) به عهده خریدار است. لازم به ذکر است که هر نوع هزینه تاخیر و دیرکرد در ترمینال اغلب به عهده فروشنده است.

DAP – Delivered At Place

در اینکوترمز ۲۰۱۰ اصطلاح DAP برای «تحويل در محل» به این شکل تعریف شده: فروشنده کالاها را در مقصدی که نام برده شده آماده تخلیه به خریدار تحويل می‌دهد. مطابق اصطلاح DAP، ریسک حمل بار با رسیدن کالاها به محل مشخص شده در قرارداد، از فروشنده به خریدار منتقل می‌شود.

همین که کالاها آماده حمل و نقل شوند، بسته‌بندی لازم توسط فروشنده با خرج خودش انجام می‌شود، و به این ترتیب کالاها به شکل امنی به مقصد می‌رسند. تمام تشریفات قانونی لازم در کشوری که کالاها به آن صادر می‌شود بر عهده فروشنده و با هزینه او انجام می‌شود، و ریسک ترخیص شدن یا نشدن کالاها نیز بر عهده فروشنده است.

پس از رسیدن کالاها به کشور مقصد، ترخیص گمرکی کالاها و تمام اسناد و مدارک مرتبط باید توسط خریدار انجام شود. مطابق شرایط اصطلاح DAP تمام هزینه‌های حمل و نقل و هزینه‌های ترمینال تا رسیدن به مقصد مورد توافق توسط فروشنده پرداخت می‌شود. هزینه لازم برای تخلیه بار در مقصد نهایی بر عهده خریدار است.

DDP – Delivered Duty Paid

در این روش فروشنده مسئول تحويل کالاها در محل نام برده شده در کشور خریدار است، و تمام هزینه‌ها تا رسیدن بار به مقصد از جمله امور گمرکی و واردات و مالیات‌های مربوطه را پرداخت می‌کند. در این روش فروشنده مسئول تخلیه بار نیست. در این روش حداکثر وظایف بر عهده فروشنده بوده و حداقل وظایف بر عهده خریدار است. هیچ ریسک یا مسئولیتی تا رسیدن بار به نقطه مشخص شده بر عهده خریدار نیست.

مهم‌ترین نکته در اینکوترمز DDP این است که فروشنده مسئول ترخیص کالاها در گمرک کشور خریدار است، و این هم شامل پرداخت هزینه‌های مرتبط و هم انجام رویه‌های قانونی و ارائه مدارک لازم می‌شود. به همین دلیل در صورتی که فروشنده با قوانین واردات کشور

مقصد آشنایی مناسبی نداشته باشد، این روش می‌تواند برای او بسیار پر ریسک بوده و هزینه‌های زیادی به عهده او بیافتد.

روند ترخیص کالا از گمرک

ترخیص کالا، جهت معرفی کالا به گمرک برای صادرات و یا واردات آن توسط صاحبان کالا صورت می‌گیرد. ترخیص کالا شامل تهیه و آماده سازی اسناد و مدارک لازم نظیر، تعرفه های گمرکی، حقوق گمرکی، مالیات های پرداختی و ... می باشد. مراحل ترخیص کالا از گمرک به صورت زیر می باشد:

تکمیل اظهار نامه ی واردات و ورود اطلاعات مربوط به آن در سامانه ی گمرکی

احراز هویت و اظهار کالا

کنترل و ارزیابی کالا

اخذ مجوز های لازم نظیر استاندارد، بهداشت، مالیات و ...

بررسی تعرفه و تطبیق کالا با اسناد

پرداخت تعرفه به صندوق و صدور سند ترخیص

صدور مجوز بارگیری

پرداخت مبلغ انبار داری (قبض انبار)

خروج کالا از گمرک

اقتصاد خرد و کلان

اقتصاد کلان (MACRO ECONOMY) در مقابل اقتصاد خرد (MICRO ECONOMY) به مقولات کلان در علم اقتصاد اشاره دارد و مفاهیم کسب و کار را در اشل بزرگ بررسی و ارزیابی می کند.

در اقتصاد خرد، ما با نهاده های تولید، عرضه و فروش و خرید مواجهیم و با نمودار ها و الگو های رفتار مصرف کننده، تولید کننده، کالای لوکس و گیفن و مازاد عرضه و تولید روبرو هستیم و تغییرات کمیت و قیمت و عرضه و تقاضا در بازار ها بررسی می شود. در حالی که اقتصاد کلان، پا را فراتر گذاشته و به سرمایه گذاری، رشد اقتصادی، رشد ناخالص ملی، بیکاری، رکود، تورم، شاخص کل بورس، پس انداز اشاره دارد.

در واقع، دامنه عملکرد اقتصاد کلان، بررسی وضع اقتصادی در سطح کلی و دامنه عمل اقتصاد خرد، بررسی وضع اقتصادی در سطح قیمت و خرید و فروش در سطح بنگاه تولید کالا و خدمات است. هم خرد و هم کلان، شامل نظریه های جمعی هستند که به تجزیه و تحلیل رویدادها در کسب و کار اشاره دارند و ارزیابی واکنش های خریدار و بازار و روند پول و سرمایه.

اقتصاد کلان، بررسی کلی وضع اقتصادی و نگاه از بالا به پایین در کسب و کار است. روند سرمایه، روند نقدینگی، تورم، سیاست گذاری پولی و بانکی، مدیریت بانکداری، چرخه تولید و ... اما در اقتصاد خرد، منحنی عرضه و تقاضا و رفتار خریدار و فروشنده خرد، تحلیل می شود. در اقتصاد کلان، چرخه تولید، محاسبات ملی و شاخص قیمت ها مورد بحث و بررسی قرار می گیرد.

مدل های درآمد و مخارج و سیاست های پولی و بانکی و نقش آن در چرخه اقتصادی کشورها تحلیل می شود. تحلیل های اقتصاد باز در مقابله اقتصاد بسته، بررسی شده و مدل های عرضه و تقاضا در سطح کلان، مورد ارزیابی قرار می گیرد. در اقتصاد کلان، با بحث تورم (inflation) مواجه هستیم.

در کلان، مقوله سرمایه گذاری که در ساحت گرایش «خرد» نیست، در دستور کار سیاست گذاران قرار می گیرد و نظریه های مختلف، ارزیابی می شود. در کلان، ما شاهد بررسی نظریه های تقاضای پول در بازار هستیم و به همین دلیل، نظریه های متعددی که در حوزه عرضه پول مطرح است، جایگاه ویژه در تحلیل ها دارد.

در کلان، هم با اقتصاد مسکن و شهر طرفیم، هم با محیط کسب و کار و انرژی و نفت و خانواده. اقتصاد دیجیتالی و شناختی و رشد، از جمله مباحث جدید در علم اکونومی است که در هزاره سوم میلادی در دستور کار مراکز آموزشی و تحقیقاتی قرار دارد. کلان هم مثل خرد، کاملاً ساحت میان رشته ای (interdisciplinary) دارد. یعنی هم روانشناسی در آن نقش دارد هم جامعه شناسی.

فهم اقتصاد های پیشرفته جهان با آشنایی با مفاهیم و اصطلاحات اقتصاد کلان امکان پذیر است. لذا، آشنایی با آن ها برای ژورنالیست ها، محققان و حتی عامه مردم که میخواهند، با این ادبیات گفتاری و نوشتاری بهتر آشنا شوند، لازم است.

سوالات اساسی اقتصاد کلان

در اقتصاد کلان، ما با سوالات اساسی روبرو هستیم که این گرایش اکونومی، تلاش دارد تا با الگوها و مدلها و روابط ریاضی، مسائل را ساده و قابل فهم کرده و به دنبال پاسخ به آنها باشد:

شرایط بهینه در زندگی انسانها چگونه است و چطور می توان این وضعیت را بهبود داد؟ هزینه تمام شده زندگی در یک کشور چقدر است و چگونه می توان آن را مدیریت و هدایت کرد؟

روش اندازه گیری و کنترل و نظارت در انواع بازارها و سیاست های پولی و مالی چیست؟ چه عواملی در تعیین میزان تولید و اشتغال در جامعه موثرند و موجب نوسان آنها می شوند؟ چه عواملی در تعیین سطح عمومی قیمتها موثرند و موجب نوسان آنها می شوند؟ تورم و رکود چگونه به وجود می آیند؟

چه عواملی در تعیین میزان متوسط نرخ دستمزد در جامعه موثرند؟ چگونه می توان آثار مصرف، سرمایه گذاری، مخارج دولت و تجارت بین الملل بر سطح کلی تولید و اشتغال و قیمت های داخلی و رشد اقتصادی را مورد بررسی قرار داد؟ چه عواملی و چگونه کل تولید جامعه را بین مصرف و پس انداز تقسیم می کنند و این امر بر تولید، اشتغال و قیمتها چه آثاری بر جای می گذارند؟

چه عواملی موجب رشد مداوم در بخشهای مختلف اقتصادی می شوند؟ برای پاسخ به این سوالات، باید متغیرهای کلان اقتصادی را تعیین و بررسی کرد. شیوه مشخص کردن متغیرهای کلان و عوامل موثر بر آنها ارزیابی شود و نحوه اثر گذاری برای آنها بررسی گردد. در واقع با بحث سیاست گذاری و مدل سازی مواجهیم که حرف اصلی ما کرو اکونومی به شمار می رود.

نگاهی به اصطلاحات در اقتصاد کلان

پس انداز: پس انداز بخشی از درآمد خانوارهاست که در دوره مورد بررسی به مصرف نرسیده و خانوارها مصرف آن را به امید مصرف بیشتر و بهتر در آینده، به تاخیر انداخته اند. این وجوه معمولاً در بازار مالی (موسسات پولی و اعتباری یا بورس) سپرده گذاری یا پس انداز می شوند. اقتصاد یک جامعه هر چقدر در جذب پس اندازها و هدایت آنها به سمت

سرمایه‌گذاری‌های ثابت، موفق‌تر و به سامان‌تر عمل کند، در جهت رشد و توسعه بیشتر حرکت خواهد کرد.

سرمایه‌گذاری: سرمایه‌گذاری برنامه‌ریزی شده مجموعه وجوهی است که توسط بنگاه‌ها و دولت به صورت کالاهای سرمایه‌ای، ماشین‌آلات، تجهیزات، ساختمان و مانند آن از بازار کالاها و خدمات سرمایه‌ای خریداری می‌شود.

تغییر در موجودی انبارها (تغییر در موجودی‌ها اعم از کالا، کالای نیم‌ساخته یا مواد اولیه) جزء سرمایه‌گذاری برنامه‌ریزی شده است، در حالی که تغییرات ناخواسته جزء سرمایه‌گذاری برنامه‌ریزی نشده به شمار می‌رود. به عبارت دیگر، وقتی بنگاه‌ها و نیز یک کشور در وضعیت عادی قرار داشته باشند،

کل سرمایه‌گذاری‌ها و از جمله موجودی انبار را متناسب با برنامه‌ریزی خود تنظیم و اجرا می‌کنند. اما در وضعیت‌های دیگر موجودی انبارها ممکن است به دلیل رونق اقتصادی یا رکود اقتصادی دچار تغییرات شوند و به ترتیب کاهش یا افزایش یابند. به همین دلیل است که به تغییر در موجودی انبارها، سرمایه‌گذاری برنامه‌ریزی نشده گفته می‌شود.

بازار مالی: اصطلاحی است که در آنجا، افرادی که وجوه مازاد دارند، بخشی از سرمایه خود را در اختیار افرادی قرار می‌دهند که به آن نیاز دارند.

مخارج ملی: جمع مخارج مصرفی خانوار و مخارج سرمایه‌گذاری است.

ریزش: پس اندازی که از خانوار به سمت بازار مالی می‌رود، ریزش است.

تزریق: عبارت است از مقدار پولی که به صورت سرمایه‌گذاری از بازارهای مالی به سمت بنگاه‌های تولیدی و خدماتی هدایت می‌شود.

تولید ناخالص ملی: تولید ناخالص ملی (GNP) اصطلاح مهم ماکرو اکونومی عبارت است از ارزش ریالی همه کالا و خدماتی که در طول یک سال در اقتصاد تولید می‌شود و به بازار وارد می‌شود. شاخصی برای تشخیص رفاه و رشد اقتصادی که البته نگاهش، تک بعدی (SINGLE BOTTOM LINE) است و به توسعه پایدار، کاری ندارد.

روش محاسبه تولید ناخالص مالی: GNP را با روش ارزش افزوده، هزینه‌ای و درآمدی، محاسبه می‌کنند.

تولید ناخالص داخلی: تولید ناخالص داخلی (GDP) ارزش افزوده بخش های مختلف اقتصادی یک کشور را بیان می کند که عبارت است از حاصل تفاوت رشد ناخالص ملی و خالص عواید دریافتی از خارج. در محاسبه GDP، آن را به قیمت عوامل (F) و به قیمت بازار (M) در نظر می گیرند.

خالص مالیات های غیر مستقیم + GDP به قیمت عوامل = GDP به قیمت بازار
خالص مالیات های غیر مستقیم: عبارت است از حاصل تفاوت مالیات غیر مستقیم با یارانه های پرداختی توسط دولت.

سرمایه گذاری ناخالص: عبارت است از کلیه کالاهای واسطه ای یا سرمایه ای خریداری شده با علاوه همه کالاهایی که در انبار است. یا، حاصل تفاوت سرمایه گذاری خالص و استهلاک.
درآمد ملی: درآمد ملی NATIONAL INCOME یا NI، عبارت است از عوایدی که طبقات مختلف یک جامعه در اقتصاد بدست می آورند و با فرمول زیر بدست می آید:

خالص مالیات های غیر مستقیم - استهلاک - GNP.

درآمد شخصی: درآمد شخصی (PI) درآمد است که به اشخاص تعلق می گیرد و از حاصل تفاوت درآمد ملی با پرداخت ها و سودها و مالیات ها بدست می آید.

درآمد قابل تصرف: درآمد قابل تصرف (DI) درآمدی است که افراد می توانند در آن دخل و تصرف کنند و مخارج خود را بر اساس آن تنظیم کنند. در واقع، ماحصل تفاوت درآمد شخصی یا مالیات بر درآمد و حق بیمه را درآمد قابل تصرف می گویند.

نرخ بیکاری: اصطلاحی متداول در رسانه ها که عبارت است از نسبت افرادی که شغلی ندارند و جویای کار هستند به کل جمعیت. بیکاری به ۲ نوع بیکاری اصطلاحی (ناشی از پویایی بازار) و بیکاری ساختاری (ناشی از تحول در فناوری) تقسیم بندی می شود.

عرضه کل: ارزش ریالی کل کالاها و خدمات تولید شده در بازار می باشد.

سیاست انبساطی: عبارت است از سیاست مالی که دولت با افزایش مخارج یا کاهش مالیات ها در دستور کار قرار می دهد و موجب افزایش تقاضا کالا و خدمات در جامعه می شود.

اوراق قرضه: اسنادی که ارزش اسمی ثابت دارد و صاحبش، می تواند در بازه های زمانی مشخص، سود آن را دریافت کند. در پایان زمان تعیین شده اوراق قرضه، کل بهای اسمی سند به دارنده اوراق، پرداخت می شود.

شاخص کل بورس: شاخص کل بورس، یک نماد است برای سنجش بازدهی ناشی از تغییرات قیمت سهام شرکت های پذیرفته شده در بازار بورس و فرا بورس مدل: مجموعه ای از متغیرها که دارای رابطه علت و معلول با همدیگر هستند و میتوانند چندین تئوری را در بر بگیرد و شامل متغیرهای درون زا و برون زا می باشند. سال پایه: سالی است که در آن، اقتصاد دچار تغییرات زیاد و یا شوک نشده باشد. در نیم قرن اخیر، سال های ۱۳۵۳، ۱۳۶۱، ۱۳۶۹ و ۱۳۷۶ به عنوان سال پایه در نظر گرفته شده است.

شاخص ضمنی قیمت: نسبت تولید ناخالص ملی به قیمت جاری (GNP n) و تولید ناخالص ملی به قیمت ثابت (GNP r) است.

رشد اقتصادی: رشد اقتصادی که اصطلاح مطرح در رسانه ها و تحلیل ها می باشد، با فرمول زیر محاسبه می شود.

کسری (مازاد) بودجه

با فرض این که منبع اصلی درآمد دولت فقط مالیات باشد، اگر دولت در یک دوره مالی بیش از مالیات های خالص دریافتی (T) خرج (G) کند، کسر بودجه و اگر کمتر از آن خرج کند، مازاد بودجه خواهد داشت (که به ترتیب از بازارهای مالی قرض کرده و یا به آنها قرض می دهد).

کسری (مازاد) تجاری

اگر کشوری در طول یک سال (دوره مالی) مجموعه ارزش وارداتش از خارج از کشور به واحد پول بیشتر (کمتر) از صادراتش باشد، در آن صورت با کسری (مازاد) تجاری روبروست.

شبهت های بین اقتصاد کلان و اقتصاد خرد

اگرچه علم اقتصاد را به سادگی به دو شاخه خرد و کلان تقسیم می کنیم، اما این تقسیم تا حدودی غیر طبیعی است.

اصولا اقتصاد خرد در اقتصاد کلان مورد استفاده قرار می گیرند. اگر تاثیر کاهش ارزش پول را مطالعه کنید، احتمالا از برخی اصول اقتصادی مانند کشش تقاضا برای تغییر قیمت استفاده می کنید.

اقتصاد خرد و کلان بر یکدیگر تاثیر متقابل دارند. اگر شاهد افزایش قیمت نفت باشیم، تاثیر زیادی بر تورم ناشی از فشار قیمت خواهد گذاشت. اگر تکنولوژی هزینه‌ها را پایین‌تر بیاورد، رشد اقتصادی بیشتر خواهد شد.

کم‌رنگ شدن تمایز. اگر قیمت مسکن بالا برود، تاثیر اقتصاد خرد بر بازار مسکن خواهد بود. اما بازار مسکن آنقدر پرنفوذ است که می‌تواند به عنوان یک متغیر اقتصاد کلان در نظر گرفته شود و بر سیاست پولی تاثیر بگذارد.

تلاش‌هایی برای استفاده از مدل‌های کامپیوتری از رفتار خانوارها برای پیش‌بینی تاثیر اقتصاد کلان صورت گرفته است.

فصل دوم

تجارت بین‌الملل

برخی از کالاهای مورد نیاز در برخی از کشورها زمینه‌ی تولید مناسب ندارد، در نتیجه عقلایی است که از دیگر کشورها وارد شود. در مقابل، کشورهای واردکننده می‌توانند برخی از کالاهای مورد نیاز دیگر کشورها را صادر نمایند. (۱) بخش قابل توجهی از بهبود اوضاع اقتصادی کشورها مبتنی بر روابط متقابل یادشده است.

به طور کلی تجارت بین‌الملل اولاً، پایه‌های تجارت و منافع مربوط به آن را در میان کشورها مورد بررسی قرار می‌دهد و ثانیاً، به سیاست‌ها و خط مشی‌های تجارت و مبادله کالاها و خدمات بین کشورها می‌پردازد. در این جا مناسب است به سوابق تاریخی نظریه‌های جدید تجارت اشاره‌ای صورت گیرد.

۱. سابقه تاریخی و مزیت تجاری:

هر چند بحث تجارت بین کشورها ریشه در تاریخ تمدن بشر داشته و به قبل از میلاد مسیح بازمی‌گردد؛ اما بحث‌های جدید و دیدگاه‌های نسبتاً علمی در این مورد از قرن شانزدهم میلادی و زمان تدوین مکتب، اقتصادی سوداگری (مرکانتیلیسم) مطرح گردید. طبق اندیشه‌ی حاکم بر این مکتب بهترین راه ثروتمندشدن و قدرتمندشدن کشورها آن است که ارزش صادراتشان از واردشان بیشتر باشد. آن‌ها در رأس ثروت، از فلزات قیمتی به ویژه طلا و نقره نام می‌بردند. با توجه به ثبات میزان موجودی طلا، لازمی این تفکر می‌تواند چنین باشد که ثروتمندشدن یک کشور به معنای فقیرشدن کشور دیگر باشد (طبق تئوری بازی‌ها، روابط حالت جمع صفری داشته باشد).

آدام اسمیت اقتصاددان معروف مکتب کلاسیک با نوشتن کتاب ثروت ملتها و دفاع از تجارت آزاد، بیان داشت که هر ملتی با اعمال تجارت آزاد می‌تواند به تولید و صدور کالاهایی مبادرت ورزد که در آن مزیت دارد (یعنی تولید آن کالاها را نسبت به دیگران کارآمدتر انجام می‌دهد). از این جا بحث مزیت مطلق در تجارت مطرح شد، که با توجه به آن طبق نظر آدام اسمیت، همه کشورها می‌توانند از تجارت آزاد نفع ببرند؛ مثلاً آمریکا در تولید گندم و انگلستان در تولید پارچه مزیت مطلق دارند و تخصص پیدا کردن هر کدام و تمرکز آن‌ها بر تولید کالاهای مذکور باعث گسترش تولید آن‌ها در جهان می‌گردد. (لذا مسئله از حالت جمع صفری خارج می‌شود).

«ریکاردو» اقتصاددان دیگر مکتب کلاسیک نشان داد که حتی اگر یک کشور در هر دو کالا فاقد مزیت مطلق باشد (و یا دارای عدم مزیت مطلق باشد)، باز می‌توان از تجارت بین آن کشور و دیگر کشورها سود برد. وی توصیه می‌کند که کشوری که در دو کالا عدم مزیت مطلق دارد، می‌تواند در تولید کالایی متمرکز شود و تخصص پیدا کند که، عدم مزیت مطلق آن کمتر است. مثلاً فرض کنید ایران نسبت به ترکیه در تولید پارچه و قطعات اتومبیل دارای عدم مزیت مطلق است؛ اما عدم مزیت مطلق پارچه در ایران کمتر از عدم مزیت مطلق تولید قطعات اتومبیل است (و برعکس در ترکیه مزیت مطلق تولید قطعات اتومبیل بیش از مزیت مطلق تولید پارچه است). ایران می‌تواند با تمرکز بر تولید پارچه و ترکیه با تمرکز بر تولید قطعات اتومبیل و صدور آن‌ها به یکدیگر منافع هر دو کشور را افزایش دهند. فرآیند مذکور به قانون «مزیت نسبی» در تجارت معروف می‌باشد. (۲)

۲. ملاحظات تکمیلی اقتصاد بین‌الملل:

در این جا فهرست‌وار چند مطلب را تأکید می‌کنیم:

۱- علاوه بر آدام اسمیت و ریکاردو، جان استوارت میل، آلفرد مارشال، کینز، ساموئلسون و دیگر اقتصاددانان در تکامل تجارت بین‌الملل نقش داشته‌اند.

۲- با توجه به مسئله‌ی جهانی شدن در قرن بیست و یکم، اقتصاد بین‌الملل اهمیت علمی و عملی وسیعی پیدا می‌کند. کشورها باید با توجه به شرایط خاص خود به این مسئله پاسخ مناسب بدهند.

۳- نسبت حجم ارزش واردات هر کشور به تولید ناخالص داخلی آن، شاخصی از وابستگی و شدت ارتباط اقتصادی آن به دیگر کشورها می‌باشد. نسبت مذکور برای آمریکا ۱۱ درصد و برای برخی کشورهای کمتر توسعه یافته متجاوز از ۷۰ درصد می‌باشد.

۴- با فرض وجود دو کالای مورد مبادله‌ی بین دو کشور، نسبت قیمت کالای صادراتی به قیمت کالای وارداتی (در حالت تعادل) رابطه‌ی مبادله‌ی بین آن دو کشور نامیده می‌شود. اگر قیمت یک واحد تولید کالای صادراتی P_X و قیمت یک واحد کالای وارداتی P_M باشد، رابطه‌ی مبادله به صورت P_X/P_M نشان داده می‌شود.

۳. نظریه‌ی هکشر- اوهلن در تجارت بین‌الملل:

علاوه بر نظریه‌ی مزیت نسبی، نظریه‌ی مشهور دیگری در تجارت بین‌الملل وجود دارد که به خاطر تلاش دو اقتصاددان معروف «هکشر» و «اوهلن» به این نام معروف شده است. این بحث نیز به موضوع عوامل تجارت بین کشورها برمی‌گردد. در چارچوب تئوری مزیت نسبی، تعیین کننده تجارت، شامل میزان موجودی نهاده‌های تولید، تکنولوژی و سلیقه‌ی دو کشور مبادله کننده می‌باشد. نظریه‌ی «هکشر- اوهلن» با فرض ثبات تکنولوژی و سلیقه دو کشور، تفاوت موجودی نهاده‌ها و قیمت نسبی آن‌ها را عامل اصلی تجارت بر می‌شمارد.

پیش‌فرض این نظریه این است که هر کشور کالایی را صادر می‌کند، که در تولید آن نهاده‌ای به کار می‌رود که به خاطر فراوانی نسبی، از ارزانی نسبی برخوردار می‌باشد؛ مثلاً برنج در ایران کاربر می‌باشد (نیروی کار بیشتری نسبت به سرمایه در تولید آن به کار می‌رود). از سوی دیگر، نیروی کار در ایران فراوان می‌باشد، از این رو، ایران برنج صادر می‌کند. در مقابل، کشورها کالاهایی را وارد می‌کنند که در تولید آن نهاده‌ای به کار می‌رود که به خاطر کمبود نسبی، از گرانی نسبی برخوردار می‌باشد؛ مثلاً اگر ایران هواپیما وارد می‌کند، به این دلیل است که هواپیما سرمایه‌بر می‌باشد (میزان سرمایه‌ی بیشتری نسبت به نیروی کار در تولید آن به کار می‌رود) و سرمایه نسبت به نیروی کار در ایران کمتر است.

۴. هزینه‌ی حمل و نقل و مفاهیم FOB و SIF:

هزینه‌ی حمل و نقل کالا از کشوری به کشور دیگر می‌تواند در میزان مبادله مؤثر باشد. با فرض ثبات سایر چیزها، عقلایی است کالایی مورد مبادله واقع شود که تفاوت قیمت آن بین دو کشور با احتساب تفاوت هزینه‌ی حمل و نقل یکسان نباشد. درباره‌ی بحث حمل و نقل و هزینه‌های مربوطه لازم است که به دو مفهوم «فب» (۳) و «سیف» (۴) اشاره شود. منظور از قرارداد بر مبنای «فب» این است که هزینه‌های مربوط به بیمه، حمل و نقل و امثال آن در قیمت کالای مورد مبادله محاسبه نمی‌گردد و به عبارت دیگر هزینه‌های مربوط را وارد کننده می‌پردازد. معمولاً صادرات بر این مبنا سنجیده می‌شود. در مقابل قرارداد بر مبنای «سیف» این گونه است که تمامی هزینه‌های بین‌المللی نظیر بیمه، اجاره و غیره توسط صادرکننده پرداخت می‌شود و لذا در محاسبات مربوط به موازنه‌ی پرداخت‌ها وارد می‌شود.

۵. محدودیت‌های تجاری:

برخی از کشورها محدودیت‌هایی به منظور تغییر در میزان تجارت با دیگر کشورها اعمال می‌نمایند. این محدودیت‌ها یا در قالب «تعرفه» انجام می‌گردد و یا به صورت چارچوب‌های غیرتعرفه صورت می‌گیرد. تعرفه در واقع نوعی مالیات یا عوارض بر کالای وارداتی یا صادراتی است که گاهی به صورت درصدی از ارزش کل کالا وضع می‌گردد و زمانی به شکل درصدی از خود کالا محاسبه می‌شود. (۵) از اواسط دهه‌ی ۱۹۷۰ به بعد یک سری محدودیت‌های غیرتجاری نیز حاکم شده است. برخی از این‌ها به صورت فنی است و برخی دیگر جنبه‌ی اجرایی و اداری دارد. اعمال محدودیت‌های تعرفه‌ای و غیرتعرفه‌ای می‌تواند روی قیمت کالاهای وارداتی، تقاضا برای آن کالاها و در نتیجه رفاه کشور واردکننده مؤثر باشد. پس از بحران مالی ۲۰۱۰-۲۰۰۷، رویکردهای تازه‌ای در تعرفه گمرکی مطرح گردیده است.

۶. دیگر تحولات و بحث‌های تجارت بین الملل:

یکی از بحث‌های دیگر تجارت بین‌الملل سیاست حمایت از کالاهای نوپای داخلی در مقابل کالاهای خارجی است. بر این مبنا، دولت‌ها با اعمال تعرفه و یا محدودیت‌های دیگر به

تقویت کالای داخلی مبادرت می‌نمایند. گاهی دولت و یا تولیدکننده‌ی بخش خصوصی برای حمایت از کالای تولیدی و افزایش تقاضای آن در خارج از کشور، قیمت کالای مربوطه را در کشور خارجی ارزان‌تر از قیمت داخل در نظر می‌گیرند. به این سیاست، «دامپینگ» (۶) گفته می‌شود.

تحولات تجاری در کشورهای بلوک شرق و آزادسازی تجاری بسیاری از کشورها در دهه‌ی ۱۹۸۰، تشکیل مناطق آزاد تجاری، تشکیل اتحادیه‌های تجاری منطقه‌ای، بحث‌های مربوط به سازمان تجارت جهانی و اقتصاد جهانی و امثال آن، گوشه‌ای از دیگر تحولات تجارت بین‌الملل را نشان می‌دهد. یک بحث اساسی در حال حاضر، گسترش تجارت الکترونیک می‌باشد. انجام تجارت از طریق اینترنت هزینه مبادلات را حتی بیش از ۱۰۰ درصد کاهش می‌دهد. هم‌چنین در این صورت دیگر تعطیل و غیرتعطیل (جمع و شنبه و یکشنبه) بی‌معنا می‌شود و قس علی هذا.

مطالبی از مالیهی بین‌الملل

بخش دیگر اقتصاد بین‌الملل با عنوان مالیهی بین‌الملل بررسی می‌شود. مالیهی بین‌الملل در واقع بخش پولی اقتصاد بین‌الملل است که با تراز پرداخت‌ها و تعدیل و اصلاح مربوط به آن، سروکار دارد. بحث نرخ ارز (۷) و انواع سیستم‌های ارزی و سیاست‌های مرتبط با آن از عناصر دیگر مالیهی بین‌الملل می‌باشد. در این بخش به یک سری عناوین دیگر از اقتصاد بین‌الملل می‌پردازیم که مکمل بخش اول می‌باشد.

تعاریف اولیه

در این جا به تعریف کلی برخی از مفاهیم مالیهی بین‌الملل مبادرت می‌شود. نرخ ارز در هر کشور در واقع قیمت هر واحد پول خارجی برحسب پول داخلی است؛ مثلاً زمانی که گفته می‌شود نرخ دلار در ایران ۱۵۰۰ تومان است؛ یعنی یک واحد دلار [پول خارجی] برابر با ۱۵۰۰ تومان [پول داخلی] است. مبادلات ارزی در بازار ارز صورت می‌گیرد. منظور از بازار ارز یک چارچوب سازمان‌دهی شده‌ای است که افراد بنگاه‌ها و بانک‌ها در قالب آن به مبادله‌ی پول‌های داخلی و خارجی می‌پردازند.

یکی از عناوین در بازارهای ارز خط مشی‌ای است که تحت عنوان «آربیتراژ» (۸) معروف است. منظور از آن خرید ارز هنگام ارزانی (در جایی) و فروش آن هنگام گرانی (در جایی)

دیگر) است تا در قالب آن قدری سود حاصل گردد. تفاوت کاهش نرخ ارز (افزایش ارز پول ملی) یا ارزان شدن نرخ ارز (گران شدن پول ملی) از دیگر مفاهیم در مالیه بین‌الملل می‌باشد. اصولاً در صورتی که دولت و یا بانک مرکزی اقدام به کاستن نرخ ارز نمایند، پدیده حاصل شده به کاستن نرخ ارز (۹) معروف است و در صورتی که نرخ ارز در بازار کاسته شود، به ارزان شدن نرخ ارز (۱۰) تعبیر می‌شود. همین‌طور، افزایش دادن نرخ ارز (۱۱) (یا کاهش ارزش پول ملی) زمانی است که مجامع رسمی اقدام نمایند و گران شدن نرخ ارز (۱۲) حاصل کارکرد بازار می‌باشد.

تقاضا و عرضه ارز نیز مفهوم نسبتاً دقیقی دارد. به این صورت که تقاضا برای ارز زمانی مطرح است که لازم باشد واردات صورت بگیرد یا قرار باشد در یک کشور خارجی سرمایه‌گذاری شود و یا به خارجی‌ها وام داده شود. در مقابل، عرضه ارز زمانی مطرح است که قرار باشد صادراتی صورت گیرد (در مقابل صدور کالا به خارج، پول کشور خارجی دریافت می‌گردد) یا وام و سرمایه خارجی (جهت سرمایه‌گذاری) دریافت گردد.

انواع نرخ‌های ارز و سیستم‌های ارزی دیگر مفاهیم مالیه بین‌الملل می‌باشد. نرخ ارز گاهی ثابت است؛ زمانی متغیر است و زمانی به صورت شناور و هدایت شده می‌باشد. نرخ ارز ثابت رابطه مشخصی با پول داخلی دارد؛ مثلاً قبل از انقلاب در ایران نرخ دلار ۷۰ ریال تثبیت شده بود. تعیین نرخ ارز متغیر به عهده‌ی بازار می‌باشد. از این رو، با فرض ثبات سایر چیزها، افزایش عرضه یا کاهش تقاضا برای ارز و یا ترکیبی از آن دو می‌تواند باعث کاهش نرخ ارز گردد. در مقابل، بالارفتن تقاضا در بازار آزاد و یا کاهش عرضه و یا ترکیب آن‌ها می‌تواند به افزایش نرخ ارز منجر شود. نرخ ارز شناور هدایت شده به گونه‌ای است که دولت در کوتاه‌مدت در بازار ارز دخالت نموده، نرخ خاصی را معین می‌کند.

تراز پرداخت‌ها:

اصطلاحاً به ثبت کلیه مبادلات یک کشور با دیگر کشورها، تراز پرداخت گفته می‌شود. تراز پرداخت معمولاً شامل سه حساب مستقل می‌باشد؛ حساب جاری، حساب سرمایه و حساب ذخیره رسمی. حساب جاری، داد و ستد کالاها و خدمات را ثبت می‌کند. حساب سرمایه، نقل و انتقال دارایی‌ها یا سرمایه‌ها را ثبت می‌کند. حساب ذخیره رسمی، تغییرات در

دارایی‌های رسمی کشور مثل طلا، ارز خارجی، پول‌های بین‌المللی، مانند «حق برداشت مخصوص» (۱۳) و امثال آن را ثبت می‌کند.

تراز پرداخت‌ها همانند یک حساب تی انگلیسی (T) می‌باشد که دو طرف بستانکار و بدهکار دارد. هر داد و ستدی که منجر به پرداخت خارجی به کشور داخلی گردد، در طرف بستانکار و برعکس، پرداخت کشور داخلی نسبت به خارجی در ستون بدهکار ثبت می‌گردد. از این رو، در حساب جاری، ارزش صادرات کالاها و خدمات در سمت بستانکار و واردات در سمت بدهکار نوشته می‌شود. تفاوت باقی مانده سمت چپ از سمت راست را مانده حساب جاری می‌گویند. اگر مانده حساب جاری، منفی یا بدهکار باشد (ارزش صادرات از ارزش واردات کمتر باشد) گفته می‌شود کسری تجاری وجود دارد. اگر مانده حساب جاری بستانکار باشد (ارزش صادرات از ارزش واردات بیشتر باشد) می‌گویند مازاد تجاری وجود دارد و اگر مانده حساب جاری صفر باشد (ارزش صادرات با ارزش واردات برابر باشد) گفته می‌شود موازنه‌ی تجاری (نه کسری و نه مازاد) وجود دارد.

در حساب سرمایه، فروش زمین، کارخانه، سهام، اوراق قرضه و سایر دارایی‌های خارجی و یا سپرده‌گذاری خارجی در بانک‌های داخلی و قرض دادن خارجی به اشخاص داخلی، در سمت بستانکار و عکس این موارد در سمت بدهکار ثبت می‌گردد. در مورد اول را اصطلاحاً ورود سرمایه و مورد دوم را خروج سرمایه می‌گویند. به تفاوت سمت بستانکار و بدهکار حساب سرمایه، مانده حساب سرمایه گویند. به همین صورت اگر مانده حساب مثبت باشد (ورود سرمایه بیشتر از خروج آن باشد)، می‌گویند مازاد حساب سرمایه وجود دارد (کسری و توازن نیز همانند حساب جاری است).

چنانچه کشوری کسری موازنه تجاری داشته باشد، اما در آن امنیت و بازدهی سرمایه‌گذاری بالا باشد، سرمایه‌گذاران خارجی با واردکردن سرمایه می‌توانند باعث حل مشکل کسری آن کشور شوند. گاهی دولت‌ها به دلیل حل مشکل کسری ناچار می‌شوند از دیگر کشورها استقراض نمایند.

سیستم‌های ارزی و رفع عدم تعادل ارزی

هرگاه کشوری دچار مازاد یا کسری تراز گردد بر اساس نوع سیستم ارزی می‌تواند با موضوع مورد نظر برخورد کند. نظام ارزی ابتدا پایه طلا بود. بعدها، ثابت یا پایه دلار باشد و سرانجام به انعطاف‌پذیر شناور و آزاد تبدیل گردید. تا قبل از جنگ جهانی دوم، تنها سیستم پولی پایه طلا بود. در این سیستم هر کشور ارزش پول خود را در مقابل طلا تضمین می‌کرد (۱۴) و لذا تغییر قیمت در آن‌ها از طریق ورود و خروج طلا تعدیل و اصلاح می‌شد.

از حدود سال ۱۹۳۰ به بعد با تمایل شدید کشورها به حمایت‌گرایی از صنایع داخلی و هم‌چنین تحت تأثیر گسترش تضادهای سیاسی، سیستم پایه طلا در عمل کنار گذاشته می‌شود و بعد از جنگ جهانی دوم با سیستم دیگری جای‌گزین شد. در سال ۱۹۴۴ در محلی به نام «برتن وودز» در آمریکا کنفرانسی تشکیل شد که به ویژه با نقش قابل توجه انگلستان و آمریکا زمینه تشکیل صندوق بین‌المللی پول IMF را پدید آورد. در واقع هدف از این کنفرانس و تشکیل صندوق بین‌المللی، پول، سر و سامان دادن به نظام پولی بین‌المللی بعد از کنار گذاشتن سیستم پایه طلا بود. در کنار صندوق بین‌المللی پول بانک جهانی تأسیس گردید. بانک جهانی و هم‌چنین صندوق، در جهت چگونگی تعیین نرخ ارز برای کشورها و چگونگی برطرف ساختن عدم تعادل تراز پرداخت‌ها و کمک به کشورهایی که دچار کسری شدید تراز پرداخت‌ها بوده‌اند و هم‌چنین زمینه سایر امور پولی بین‌المللی فعالیت می‌کرده است. در هر صورت از جمله توافقاتی مهم در کنفرانس برتن وودز و به همراه تشکیل صندوق بین‌المللی پول، ایجاد سیستم نرخ ارز ثابت یا سیستم پایه دلار بود.

سیستم نرخ ارز ثابت یا سیستم پایه دلار که با تشکیل صندوق بین‌المللی پول ایجاد شد، جانشین سیستم پایه طلا شد. در سیستم پایه دلار و با توجه به تفوق و برتری اقتصادی آمریکا به هنگام خاتمه جنگ جهانی دوم، توافق شد که آمریکا قیمت دلار در مقابل طلا را تضمین و تثبیت کند. بدین ترتیب که هر انس طلا معادل ۳۵ دلار تعیین شد و آمریکا تضمین کرده بود که هر کشوری می‌تواند با این قیمت طلا از آمریکا خریداری کند یا به آمریکا بفروشد. بدین جهت سایر کشورها نیاز نداشتند که قیمت پول خود را در مقابل طلا تعیین و تضمین کنند، بلکه کافی بود قیمت پول خود را در مقابل دلار تثبیت کنند؛ مثلاً بانک مرکزی فرانسه قیمت هر دلار را ۵ فرانک فرانسه تعیین می‌کرد و با خرید و فروش

دلار در بازار ارز (هنگامی که قیمت دلار تمایل به کاهش یا افزایش در مقابل فرانک را داشت) مانع تغییر قیمت دلار در مقابل فرانک می‌شد.

با پیروی بقیه کشورها از همین رویه در واقع ارزش پول همه کشورها در مقابل همدیگر ثابت می‌ماند. قاعدتاً هرگاه در کشوری کسری تراز پرداخت‌ها بروز کند (که به معنای اضافه تقاضای ارز خارجی یا دلار است). نرخ ارز خارجی در آن کشور تمایل به افزایش پیدا می‌کند. در این شرایط بانک مرکزی آن کشور اقدام به فروش ارز می‌نماید تا مانع افزایش نرخ آن شود. برعکس اگر کشوری دچار مازاد تراز پرداخت باشد که به معنای اضافه عرضه ارز نیز هست، نرخ ارز شروع به کاهش می‌نماید. در این شرایط آن کشور اقدام به خرید ارز و افزودن به ذخایر ارزی خود می‌نماید تا مانع کاهش نرخ ارز شود.

سیستم نرخ ارز ثابت تا اوایل دهه‌ی ۱۹۷۰ بر جهان حاکم بود، اما از آن به بعد کشورهای بزرگ صنعتی (بویژه آمریکا) پایبندی به آن را به تدریج کنار گذاشته و به سیستم ارزی شناور و متغیر روی آوردند. در سیستم نرخ ارز شناور تعیین قیمت ارز به عرضه و تقاضای ارز در بازار واگذار می‌شود و بانک مرکزی در آن دخالتی نمی‌کند. بدین ترتیب، هنگامی که کشوری کسری تراز پرداخت‌ها داشته باشد، نرخ ارز در آن کشور افزایش می‌یابد. برعکس در کشور یکه مازاد تراز پرداخت‌ها وجود دارد، نرخ ارز در آن کشور کاهش می‌یابد. باید توجه داشت که به ویژه کشورهای توسعه نیافته هم‌چنان نوعی از سیستم نرخ ارز تثبیت شده یا شناور هدایت شده را اعمال می‌کنند که همراه با محدودیت ورود و خروج ارز می‌باشد. هم‌چنین کشورهای عضو اتحادیه اروپا حتی بعد از ۱۹۷۳ نیز در میان خود نوعی سیستم ارزی شبیه به سیستم نرخ ارز ثابت داشته‌اند که نرخ ارز آن‌ها در مقابل همدیگر چندان تغییر نمی‌کرده است. نهایتاً با ایجاد پول واحد اروپایی (یورو) در کشورهای مذکور، برخی دشواری‌های ارزی بین آن‌ها تقریباً منتفی شده است.

در سیستم نرخ ارز ثابت، عدم تعادل تراز پرداخت‌ها عمدتاً از طریق افزایش یا کاهش حجم پول برطرف می‌شود. چنان‌چه کشوری دچار مازاد تراز پرداخت‌ها باشد، مازاد ارز را تبدیل به پول داخلی می‌نماید. در نتیجه، عرضه‌ی پول داخلی افزایش می‌یابد تا مازاد تراز پرداخت‌ها به تدریج از بین برود. در واقع هنگامی که مازاد ارز به بانک مرکزی فروخته می‌شود. در مقابل آن، پول داخلی دریافت می‌شود که این امر به معنای افزایش عرضه پول داخلی است.

با افزایش عرضه پول داخلی از یک طرف سطح قیمت آن کشور (به خاطر افزایش تقاضا) افزایش می‌یابد که سبب کاهش صادرات و افزایش واردات می‌شود که نهایتاً به کاهش مازاد تراز پرداخت‌ها می‌انجامد. (۱۵) از طرف دیگر، با افزایش عرضه‌ی پول داخلی، نرخ بهره کاهش می‌یابد و سبب کاهش ورود خالص سرمایه شده، چنان که سبب افزایش درآمد ملی می‌شود (۱۶) که آن نیز به نوبه‌ی خود، سبب افزایش واردات می‌شود. در نتیجه‌ی تغییرات فوق، به تدریج مازاد تراز پرداخت‌ها از بین می‌رود.

اگر کسری تراز پرداخت‌ها وجود داشته باشد، عملاً مازاد تقاضای ارز وجود پیدا می‌کند. با توجه به این که مازاد تقاضای ارز به صورت فروش ارز توسط بانک مرکزی تأمین می‌شود. به هنگام فروش ارز از سوی بانک مرکزی در مقابل آن پول داخلی دریافت شده و عرضه‌ی پول داخلی کاهش می‌یابد. با کاهش عرضه‌ی پول داخلی از یک طرف، سطح قیمت‌ها شروع به کاهش می‌نماید و سبب افزایش صادرات و کاهش واردات شده و به کاهش کسری تراز پرداخت‌ها می‌انجامد. از طرف دیگر، با کاهش عرضه‌ی پول داخلی، نرخ بهره افزایش می‌یابد و سبب افزایش ورود خالص سرمایه می‌شود، چنان که (از طریق کم شدن سرمایه‌گذاری) سبب کاهش درآمد ملی می‌شود که آن نیز سبب کاهش واردات می‌شود. در نتیجه‌ی تغییرات فوق به تدریج کسری تراز پرداخت‌ها از بین می‌رود.

در سیستم نرخ ارز شناور، عدم تعادل تراز پرداخت‌ها با تغییر نرخ ارز و پیامدهای آن برطرف می‌شود. هرگاه کشوری مازاد تراز پرداخت‌ها داشته باشد، نرخ ارز در آن کشور کاهش می‌یابد. با کاهش نرخ ارز صادرات کاهش یافته و کالاهای خارجی به طور نسبی ارزان می‌شود، واردات افزایش می‌یابد و بدین ترتیب مازاد تراز پرداخت‌ها شروع به کاهش می‌نماید تا نهایتاً به تعادل برگردد. هرگاه کشوری کسری تراز پرداخت‌ها داشته باشد، نرخ ارز در آن کشور افزایش می‌یابد و با افزایش نرخ ارز، اهمیت پول خارجی بالا می‌رود و در نتیجه، صادرات افزایش یافته و برعکس، واردات کاهش می‌یابد؛ زیرا کالاهای خارجی به دلیل گران شدن ارز به طور نسبی گران‌تر می‌شود. بدین ترتیب، کسری تراز پرداخت‌ها شروع به کاهش می‌نماید تا نهایتاً تعادل تراز پرداخت‌ها برقرار شود. بدیهی است بروز نتایج فوق با فرض ثبات سایر چیزها است و در همه کشورها و همه شرایط یک‌سان نخواهد بود. پس از وقوع بحران ۲۰۱۲-۲۰۰۷ بحث نرخ ارز مجدداً دارای چالش‌های جدیدی شده است.

سازمان‌ها و تحولات اقتصادی بین‌المللی

در این بخش ضمن اشاره به روند تکاملی پولی بین‌المللی چگونگی شکل‌گیری برخی سازمان‌ها و تحولات اوضاع پولی و مالی بین‌المللی را ذکر می‌کنیم. از سال ۱۸۸۰ تا ۱۹۱۴، تجارت جهانی، نسبتاً آزاد بوده و حرکت سرمایه هم خیلی کنترل نمی‌شد. پول هم عملاً بر پایه طلا استوار بود. وقوع جنگ جهانی اول (بین ۱۹۱۴ تا ۱۹۱۸) سیستم یادشده را کنار گذاشت. پس از اتمام جنگ و تا سال ۱۹۲۵، بازار ارز بسیار پرنوسان بود. برخی تصور می‌کردند، کنار رفتن سیستم پایه طلا عامل دشواری‌های مذکور است؛ از این رو، از سال ۱۹۲۵ تلاش شد که سیستم مذکور مجدداً احیا گردد.

وقوع بحران کبیر در سال‌های ۱۹۲۹ تا ۱۹۳۳، باعث دشواری‌های حدی دیگری در اقتصاد بین‌المللی گردید. بی‌کاری شدید، رکود وسیع فعالیت‌های اقتصادی، سقوط سنگین قیمت سهام و اوراق قرضه، نمونه‌های کوچک آثار این بحران محسوب می‌شوند (۱۷). در هر صورت استاندارد پایه طلا در سال ۱۹۳۱ از هم پاشید. پس از آن سیاست‌های کنترل نرخ ارز، وضع تعرفه، سهمیه‌بندی و کاهش ارزش پول داخلی باعث شد که میزان فعالیت‌های تجاری بین‌المللی تقلیل پیدا کند و بی‌سر و سامانی زیادی در نظام پولی به وجود آید. در سال ۱۹۴۴ نظام پایه‌ی پولی دلار-طلا به جای نظام پایه طلا به پیشنهاد آمریکا مدون و مقرر گردید.

پس از وقوع جنگ جهانی دوم (۱۹۴۲ تا ۱۹۴۵)، به ویژه در دهه‌های بین ۱۹۵۰ تا ۱۹۷۰، اقتصاد آمریکا مرتب دچار کسری تراز بو که برای کاهش کسری مربوطه تلاش می‌شد به فروش طلا اقدام شود. از سوی دیگر، به سبب سقوط قیمت دلار کشورهای دیگر با در دست داشتن دلار از آمریکا درخواست طلا می‌کردند، اما آمریکا توان و تمایل به انجام این مبادله را نداشت و سرانجام این مشکلات باعث شد، نظام پایه‌ی طلا-دلار در سال ۱۹۷۱ از هم بپاشد و از سال ۱۹۷۳ به بعد کشورهای پیش‌رفته و بسیاری از کشورهای در حال توسعه از نظام ارزی «شناور هدایت شده» (۱۸) استفاده کرده‌اند.

در سال ۱۹۷۸ نظام ارز شناور مورد تأکید واقع شد. با ورود به سال ۲۰۰۰ با توجه به بحث جهانی شدن اقتصاد امید تحولات جدید می‌رفت. در بحران مالی ۲۰۰۷-۲۰۱۰ نیز بحث‌های جدیدی مطرح شد که از جمله طرح مجدد پایه طلا برای ارز یکی از آن‌ها است.

یکی از این‌ها ایجاد پول «یورو» می‌باشد. در راستای تحرک بیشتر فعالیت‌های اقتصادی و ایجاد نظم و ثبات ساختار پولی، سازمان‌های مختلفی تشکیل گردیده، به طوری که در سال ۱۹۰۹ تنها ۲۱۳ سازمان پولی بین‌المللی تشکیل شده بود که تعداد این‌ها در سال ۲۰۰۰ به ۱۲ هزار و در اوایل سال ۲۰۰۷ متجاوز از ۱۵ هزار بوده است. پس از بحران ۲۰۱۰-۲۰۰۷، تغییراتی در این رابطه در راه است. در این جا به دو نمونه از مهم‌ترین آن‌ها (صندوق بین‌المللی پول و بانک جهانی) اشاره می‌کنیم.

صندوق بین‌المللی پول (IMF)

یکی از سازمان‌هایی که در سال ۱۹۴۴ برای سامان‌دهی اوضاع پولی بین‌المللی طراحی شده صندوق بین‌المللی پول و یا IMF می‌باشد. (۱۹) در کنفرانس معروف «برتن وودز» آمریکایی‌ها و انگلیسی‌ها پیشنهاد تشکیل این سازمان را جهت نظارت بر وضع پولی بین‌المللی مطرح کردند. یک ره‌آورد مهم کنفرانس برتن وودز همان نظام پایه دلار- طلا بود که در سال ۱۹۷۱ کنار گذاشته شد. در عین حال، مناسب است درباره‌ی ساختار و کارکرد صندوق بین‌المللی پول توضیحاتی ارائه گردد.

صندوق بین‌المللی پول (IMF) در قالب کنفرانس برتن وودز در سال ۱۹۴۴ به رسمیت شناخته شد و از سال ۱۹۴۶ رسماً کار خود را آغاز کرد. صندوق، شخصیت حقوقی دارد و با وجود وابستگی به سازمان ملل از استقلال مناسبی برخوردار است. اهداف صندوق بر طبق اولین اساس‌نامه شامل، تدوین مقررات پولی بین‌المللی و نظارت بر آن، گسترش همکاری پولی بین کشورها، اعطای وام به اعضا، فراهم کردن شرایط رشد متوازن تجارت، تشریک مساعی در سیستم پرداخت‌های بین‌المللی و تلاش برای تثبیت نرخ ارز است. در سال ۱۹۶۹ صندوق مبادرت به انتشار پول مخصوص SDR نمود (۲۰). به همین دلیل، اصلاحاتی در اهداف آن مورد توجه واقع گردید. (۲۱) در اهداف جدید، ترویج استفاده از SDR و کاهش تدریجی نقش طلا مورد توجه واقع شد. احتمال تحولات جدیدی در این رابطه در سال‌های ۲۰۱۲ به بعد می‌رود.

۱. تشکیلات صندوق و SDR:

تشکیلات صندوق به این صورت است که دارای اعضاء هیئت مدیره و چند کمیته می‌باشد. اعضای اصلی آن‌ها شرکت‌کنندگان در کنفرانس برتن وودز هستند. در سال ۱۹۸۸ تعداد اعضا به ۱۵۱ و در سال ۱۹۹۱ به ۱۷۸ و در حال حاضر، متجاوز از ۲۰۰ نفر می‌باشد. هر یک از اعضا سهمیه‌ای بر اساس SDR و یا ارزهای قوی دارند. ۲۵ درصد سهمیه‌ی هر عضو باید بر اساس SDR و ارزهای قوی و بقیه بر مبنای پول ملی باشد. بانک مرکزی هر کشور عضو، نگه‌دارنده‌ی حساب آن کشور با صندوق است. اعضا به طور کلی متعهد هستند سیاست‌های ارزی هم‌آهنگ با صندوق را اعمال نموده و از اعمال روش چندنرخه‌ی ارز دوری نمایند. امور کلی صندوق به دست هیئت مدیره صورت می‌گیرد که هر دو سال یک بار انتخاب می‌شوند. مدیرعامل توسط هیئت مدیره و برای پنج سال انتخاب می‌شود. (۲۲)

SDR پول مخصوص صندوق است که در ابتدا معادل یک دلار (معادل ۸۸۸۶۷۱/۰ گرم طلای خالص) مقرر شد. SDR در واقع یک پول ذخیره‌ای بین‌المللی است که از سال ۱۹۷۴ به صورت میانگین وزنی سبده‌ی از ۱۶ پول معتبر جهان درآمدن است. بعدها به صورت میانگینی وزنی از پنج پول دلار، مارک، پوند فرانک و ین تعیین گردید. معمولاً هر پنج سال یک بار اوضاع کلی و معادل سازی SDR مورد بازنگری واقع می‌شود. احتمال تحولات جدید در این رابطه در سال‌های ۲۰۱۲ به بعد می‌رود.

۲. وظایف، منابع و ساختار مالی:

میزان رأی اعضای صندوق بستگی به سهمیه‌ی آنان در سرمایه‌ی صندوق دارد. برای هر یک صد هزار SDR یک رأی وجود دارد. بیشتر تصمیمات از طریق اکثریت ساده و در موارد اساسی با کسب ۸۵ درصد آرا صورت می‌گیرد. (۲۳) بدیهی است قدرت آمریکا از یک طرف و مجموعه کشورهای اروپایی از سوی دیگر به دلیل داشتن سرمایه بالا، در تصمیمات صندوق بیشتر از دیگر کشورها بوده است. این مسئله می‌تواند نوعی حق «وتو» برای آن‌ها محسوب شود.

صندوق، عمدتاً دو دسته وظیفه دارد: یکی، وظیفه تنظیم و نظارت بر امور پولی و مالی است که شامل تعیین حقوق و تعهدات اعضا، نظارت بر ترتیبات ارزی کشورهای عضو، انجام

مشاورات با اعضا در مورد امور کلی نظام پولی آن‌ها و امثال آن می‌باشد. وظیفه دوم، تعیین نرخ‌های ارز بین‌المللی، تعریف روابط طلا با دیگر ارزها و امثال آن است. منابع مالی صندوق، شامل سهمیه‌ی اعضا و در صورت لزوم (و کافی نبودن سهمیه) قدری استقراض می‌باشد. در نتیجه، ساختار مالی صندوق علاوه بر حساب‌های مربوط به حق برداشت مخصوص (SDR)، دارای حساب‌های وجوه استقراضی نیز می‌باشد.

معاملات صندوق با کشورها از طریق بانک‌های مرکزی کشورهای عضو انجام می‌شود. صندوق بر اساس استحکام مالی و اقتصادی کشورها تسهیلات و اعتبارات خاصی را در اختیار اعضا قرار می‌دهد. طبق قانون همه کشورها در برابر استفاده از امکانات صندوق برابر هستند. (۲۴) صندوق علاوه بر ارتباط با سازمان ملل و بانک جهانی با بسیاری از دیگر سازمان‌های اقتصادی ارتباط دارد. به عنوان نمونه می‌توان جامعه‌ی اروپا، سازمان همکاری و توسعه، سازمان کشورهای آمریکایی، مؤسسات آسیای غربی، مؤسسات مالی آفریقا و حتی سازمان‌هایی از کشورهای اسلامی را نام برد.

۳. کارکرد کلی و ارتباط کشورهای مختلف با صندوق:

صندوق بین‌المللی پول، از یک طرف می‌تواند به عنوان یک سازمان پولی بین‌المللی با نظارت بر امور نهادهای پولی و مالی، نقش قابل توجهی در سازمان‌دهی آن‌ها داشته باشد. از طرف دیگر، تولید آمارها، نشریات، انجام پروژه‌های آموزشی، ایجاد فرصت‌های تبادل نظر کارشناسان پولی بین‌المللی، از دیگر زمینه‌های مفید صندوق است که می‌تواند در ثبات اقتصاد جهانی نقش داشته باشد؛ اما تعدادی از کشورها عقیده دارند که کارکرد صندوق عملاً در راستای اهداف بیان شده آن نمی‌باشد؛ مثلاً تسلط کشورهای ثروتمند بر SDR و چگونگی استفاده از تسهیلات، عدم موفقیت کشورهای در حال توسعه‌ای که الگوی صندوق را به کار بسته‌اند، از مشکلات و نارسایی‌های صندوق می‌باشد.

ایران در سال ۱۹۴۵ میلادی (۱۳۲۴ شمسی) به عضویت صندوق درآمدی است. ابتدا ارتباط از طریق بانک ملی و از سال ۱۹۵۰ (۱۳۲۹) از سوی بانک مرکزی اعمال گردید. پس از جنگ جهانی دوم ایران به دلیل مشکلات ناشی از جنگ نیاز به کمک صندوق داشت و از این رو، ارتباط با صندوق برای آن اهمیت داشت. مرحله‌ی دوم همکاری ایران با صندوق از

سال ۱۹۷۴ (۱۳۵۳) آغاز شد که در آن ایران به جهت درآمد بالای نفتی (در نتیجه افزایش قیمت این کالا) در صحنه بین‌المللی بیشتر مطرح شد. پس از پیروزی انقلاب اسلامی در ایران، روابط قدری محدود شد.

بانک جهانی

سازمان مهم پولی و مالی دیگری که در کنار صندوق بین‌المللی پول به فعالیت مشغول است؛ بانک جهانی است. این سازمان نیز در قالب کنفرانس «برتن وودز» در سال ۱۹۴۴ مطرح و تصویب شد و فعالیت آن از سال ۱۹۴۶ آغاز گردید. هدف اولیه از تأسیس بانک، کمک به کشورهای آسیب دیده از جنگ جهت ترمیم و توسعه آن‌ها بود. به همین دلیل، در ابتدا نام این سازمان، بانک ترمیم و توسعه بود. در کنار بانک ترمیم و توسعه‌ی یک سری مؤسسات مالی دیگر تأسیس شدند که همه با هم تحت عنوان «گروه بانک جهانی» (۲۵) مشهورند.

۱. اهداف و تشکیلات:

بانک ترمیم و توسعه یا بانک جهانی با هدف کمک به بازسازی و توسعه کشورهای عضو، اعطای وام به آن‌ها، تشویق سرمایه‌گذاری خارجی و کمک به رشد متوازن تجارت بین‌المللی به کار خود ادامه می‌دهد. تنها اعضای صندوق می‌توانند به عضویت بانک درآیند. در ابتدا ۴۵ کشور و در حال حاضر متجاوز از ۱۸۰ کشور عضو آن هستند. قدرت رأی به میزان سرمایه‌ی هر عضو بستگی دارد و هر سهم معادل یک صد هزار دلار می‌باشد. نزدیک به ۲۰ درصد سهام بانک به آمریکا تعلق دارد. بالاترین مرجع تصمیم‌گیری، هیئت نمایندگان بانک هستند که از میان رؤسای بانک‌های مرکزی و یا وزرای اقتصاد کشورهای عضو انتخاب می‌شوند. هیئت نمایندگان قدرت خود را به هیئت مدیره تفویض می‌نماید. رئیس بانک توسط هیئت مدیره برگزیده می‌شود. سرمایه بانک از سهام اعضا و احياناً استقراض تأمین می‌گردد.

۲. فعالیت‌ها و کارکرد کلی:

بانک جهانی فعالیت‌های فراوانی در حیطه‌ی خود دارد. تلاش در تأمین مالی ساختمان‌ها، جاده‌ها، سدها، نیروگاه‌ها، افزایش رفاه و رفع فقر، تلاش در حفظ محیط زیست سالم، توسعه منابع انسانی و گسترش تکنولوژی و فعالیت‌های اعتباری از نمونه کارهای بانک محسوب می‌گردد. (۲۶) وام را تنها به کشور عضو و معمولاً در مورد پروژه‌های عمرانی می‌دهد. با

سایر سازمان‌های بین‌المللی مانند صندوق، اتحادیه اروپا و امثال آن نیز ارتباط دارد. بانک جهانی نیز همانند صندوق می‌تواند با توجه به امکانات و ارتباطاتی که دارد کمک مؤثری به اقتصاد جهانی بنماید. در عین حال گفته می‌شود که رفتار بانک نیز در برخی موارد، همانند صندوق همراه با جانب‌داری است. مثلاً زمان نخست وزیری دکتر مصدق در ایران تقاضای وام دولت از بانک جهانی مورد موافقت واقع نشد، ولی پس از سقوط مصدق با اعطای وام مذکور موافقت به عمل آمد. در هر حال، کشورهای بزرگ صنعتی نقش زیادی در تصمیمات آن دارند. کارکرد بانک در قبال کشورهای توسعه نیافته در موارد زیادی به صورت بدهکار شدن وسیع آن‌ها درآمده است. همان‌طور که اشاره شد بحث در مورد تغییر ساختار صندوق و بانک پس از بحران اقتصادی ۲۰۱۰-۲۰۰۷ به طور جدی مطرح است.

گریزی به جهانی شدن اقتصاد و دیگر تحولات

مناسب است در پایان این بخش، به طور مختصر به پدیده‌ی جهانی شدن اقتصاد اشاره شود. شاید نتوان مفهوم جهانشمولی برای این پدیده نشان داد، اما به طور کلی مجموعه‌ی تحولات و نقل‌انقلاباتی را دربر می‌گیرد که در سطح اقتصاد جهانی بویژه از دهه‌ی ۱۹۷۰ و ۱۹۸۰ آغاز شد و حالا در گسترش است. جهانی شدن با تأسیس سازمان تجارت جهانی (WTO) در سال ۱۹۹۵ به مرحله جدیدی نایل آمد. جهانی شدن و WTO موافقان و مدافعانی دارد. موافقان نوید کارآیی می‌دهند و مخالفان هشدار بی‌عدالتی. در اواخر سال ۱۹۹۹ و اوایل سال ۲۰۰۰، مخالفان جهانی شدن اقتصاد در اطراف محل کنفرانس آن (در شهر سیاتل آمریکا) تظاهرات بزرگی راه‌اندازی کردند. آن‌ها ادعا می‌کردند که جهانی شدن اقتصاد به نفع ثروتمندان و به زیان مردمان فقیر می‌باشد. در فرآیند جهانی شدن اقتصاد مرزهای کشورها به روی کالاهای جهانی باز می‌شود. از این رو، تنها کشورهایی سود خواهند برد که کالاهای قابل رقابت و پول قوی دارند. در سال ۲۰۰۴ دو کنفرانس با اهداف متفاوت تشکیل گردید. موافقان جهانی شدن در داووس جمع شدند و مخالفان در هندوستان. جدال مذکور در سال ۲۰۰۷ تا ۲۰۱۰ نیز کماکان ادامه داشت و در ۲۰۱۲ خود را به صورت جنبش وال استریت نشان داد.

می‌توان ظهور «سازمان وفاق عمومی پیرامون تعرفه و تجارت» یا GATT در سال ۱۹۴۸ را یکی از زمینه‌های جهانی شدن اقتصاد تلقی نمود. تعداد اعضای این سازمان در سال ۱۹۶۰

به ۳۸ و در سال ۱۹۹۰ به ۱۰۰ مورد بالغ گردید. در سال ۱۹۹۵ سازمان تجارت جهانی (WTO) (۲۷) برای تکمیل برنامه‌های سازمان GATT تأسیس گردید که در حال حاضر پرچم‌دار اصلی جهانی شدن اقتصاد است. تا ۲۰۱۲ حدود ۱۸۰ عضو دارد و ۱۲ کشور نیز تقاضای عضویت در آن را داده‌اند. در هر حال عقلایی است که کشورهای مختلف به خصوص کشورهای توسعه نیافته در عضو شدن به سازمان مذکور به طور خاص و در پیوستن به اقتصاد جهانی تمام جوانب امر را مورد مطالعه‌ی کافی قرار دهند. قضیه جهانی شدن اقتصاد از یک طرف جدی، همه جانبه است و عدم توجه به آن ممکن است باعث عقب‌افتادگی بیشتر کشورها شود. از سوی دیگر، ورود شتابزده و مطالعه نشده در آن می‌تواند (حداقل در کوتاه‌مدت) با مشکلاتی همراه گردد. این بحث مطرح است که جهانی شدن حداقل دو قرائت دارد: یکی قرائت ایدئولوژیک است و دیگری تکنولوژیک. قرائت ایدئولوژیک تنها به حداکثر کردن سود صاحبان سرمایه‌ها و حفظ منافع شخصی فکر می‌کند. اما قرائت تکنولوژیک منافع کارآمدی و کاهش هزینه را به همراه دارد که بسیار کارساز می‌باشد.

نظریات تجارت بین الملل

اغلب مردم و ملل جهان همواره مقادیری کالا و خدمات را که در آن از کارایی بیشتری برخوردارند، تولید و صادر می‌کنند و در مقابل کالاها و خدماتی را وارد می‌نمایند، که یا اساساً امکان تولید آنها را نداشته و یا در صورت توان تولید در داخل کشور، آنها را با کارایی کمتری تولید می‌کنند. هرچند مبادلات بین‌الملل مختلف از آزمون بسیار دور صورت می‌گرفته است، لیکن مطالعه منسجم جهت استدلال علل انجام تجارت بین‌الملل و تجزیه و تحلیل آثار جریان بین‌المللی کالاها و خدمات بر رفاه مصرف کننده هر کشور (که اصلی‌ترین هدف فعالیت اقتصادی محسوب می‌گردد)، تا قرن هجدهم میلادی به تعویق افتاد. هرچند ممکن است روابط اقتصادی بین‌الملل، مشابه روابط اقتصادی میان بخش‌های مختلف یک کشور قلمداد شود، لیکن به دلیل تفاوت‌های اساسی، این دو نوع رابطه مانند محدودیت‌های تجاری (مانند موانع تعرفه‌ای و غیرتعرفه‌ای، مقررات گمرکی و سایر قوانین)، تفاوت در زبان، تفاوت در پول رایج و ... مباحث کاملاً متفاوتی در قالب اقتصاد بین‌الملل جهت بررسی و روابط اقتصادی میان کشورها از زمان مرکانتلیست‌ها آغاز گردید.

مرکانتیلیست‌ها:

مرکانتیلیست‌ها طرفدار کنترل شدید دولت بر تجارت بودند، آنها سعی داشتند نشان دهند که اهداف کشورها در تضاد با یکدیگر قرار دارند. مطابق نظر مرکانتیلیست‌ها، ثروت یک کشور از روی موجودی فلزات قیمتی (به ویژه طلا) آن کشور اندازه‌گیری می‌شد. بنابراین به منظور جمع‌آوری طلا، کشور می‌بایستی صادرات خود را تشویق و واردات را محدود می‌کرد که در نتیجه تولید و اشتغال ملی را بالا می‌برد. لیکن ممکن است تمامی کشورها به طور همزمان در جهت افزایش صادرات و کاهش واردات چنین سیاستی را اعمال نمایند که در آن صورت امکان مبادله بین کشورها دچار مشکل می‌گردد. بنابراین باید برخی کشورها به عنوان کشورهای پیرامون، تحت استعمار قرار می‌گرفتند تا کشورهای استعمارگر بتوانند به اهداف خود دست یابند.

نظریه مزیت نسبی:

حدود ۴۰ سال بعد از اسمیت، قانون مزیت نسبی که هنوز به صورتی غیرقابل تردید مبنای استدلال بسیاری از علمای تجارت بین‌الملل است، جهت تبیین بخش مهمی از تجارت جهان ارائه گردید. هر چند تئوری مزیت نسبی عموماً به دیوید ریکاردو نسبت داده می‌شود، اما پیش از آن می‌توان این نظریه را به طور اجمالی در کارهای رابرت تورنز مشاهده نمود، بنابراین بجاست تئوری مزیت نسبی به تورنز-ریکاردو نسبت داده شود.

تئوری مزبور، بیان می‌دارد، حتی اگر کشوری در تولید هر دو کالا دارای عدم مزیت مطلق در مقایسه با کشور دیگری باشد، باز داد و ستدی که حاوی منافع متقابل برای هر دو طرف است، می‌تواند صورت بگیرد. بدین صورت کشوری که دارای کارایی کمتر است، باید در تولید و صدور کالایی تخصص یابد که در آن عدم مزیت مطلق کمتری دارد. به عبارت دیگر، آن کشور در آن کالا از مزیت نسبی برخوردار است. در مقابل، این کشور باید کالایی وارد نماید که در آن از عدم مزیت مطلق بیشتری برخوردار است و به عبارتی در آن کالا عدم مزیت نسبی دارد.

ریکاردو استدلال خویش را بر فرضیه‌هایی ساده کننده مبتنی کرده است که یکی از آن فرضیه‌ها، نظریه ارزش کار است. این نظریه بیان می‌دارد که ارزش (قیمت) یک کالا با مقدار کاری که در تولید آن کالا مصرف شده برابر است.

نظریه ارزش کار، خود بر سه فرض اصلی استوار است که عبارتند از:

- ۱- نیروی کار تنها عامل تولید است که دستمزد دریافت می‌کند؛
- ۲- تمام نیروی کار همگن بوده و دستمزد یکسانی دریافت می‌دارند؛
- ۳- ساعت کار مورد نیاز برای تولید هر واحد کالا با گسترش میزان تولید، کاهش یا افزایش نمی‌یابد.

امروزه، با عنایت به پیشرفت علوم و استفاده از عوامل تولید مختلف که تمام آنها ناهمگن و نامتجانس می‌باشند، فرضیه‌های مزبور دیگر قابل طرح نیستند. البته تئوری مزیت نسبی، هنوز به قوت خود باقی است، زیرا می‌تواند بر اساس نظریه هزینه فرصت‌های از دست رفته توضیح داده شود.

نظریه فرصت‌های از دست رفته:

هابرلر اقتصاددانی است که در سال ۱۹۶ ارزش کار ریکاردو را از بن‌بست خارج نمود و نظریه مزیت نسبی خود را بر پایه نظریه هزینه فرصت تشریح نمود. طبق نظریه هزینه فرصت هابرلر، هزینه تولید یک کالا عبارت است از مقداری کالای دیگری که باید از تولید آن صرفنظر کرد تا منابع کافی برای تولید یک واحد اضافی از کالای اول فراهم شود. بر این اساس کشوری که دارای هزینه فرصت کمتری در تولید یک کالا است در تولید آن کالا مزیت نسبی دارد. در اینجا این فرض که نیروی کار تنها عامل تولید است یا نیروی کار همگن است وجود ندارد. هابرلر از جمله نخستین افرادی است که بین تجارت خارجی و توسعه اقتصادی پیوند برقرار می‌کند منابع پویای تجارت بین‌الملل از نظر هابرلر به شرح زیر است:

- منابع بین‌الملل ابزار مادی لازم را برای توسعه اقتصادی فراهم می‌آورد.
 - تجارت آزاد مهمترین سیاست ضد انحصاری است.
 - تجارت بین‌الملل وسیله انتشار اطلاعات و تکنولوژی است.
 - تجارت، ماشین تحرک و جابجایی بین‌المللی سرمایه از کشورها توسعه یافته به کشورهای عقب مانده است.
- با توجه به مطالب بالا روشن است که هابرلر طرفدار تجارت آزاد بوده و آن را وسیله‌ای مهم در دستیابی به توسعه اقتصادی می‌داند.

مدل هکشر-اوهلین:

هکشر و اوهلین در توضیح دلایل تفاوت میان قیمت نسبی کالاها در دو کشور، نظریه مکملی را ارائه می‌کنند که در آن دلیل این اختلاف را تفاوت در استعدادهای عوامل تولید، تکنولوژی و یا ذائقه مردم کشورها بیان می‌دارند. هکشر-اوهلین برخلاف مدل ریکاردو که صرفاً بر جانب عرضه تأکید دارد؛ دو سوی بازار یعنی عرضه و تقاضا را مورد توجه قرار می‌دهد. به گونه‌ای که اختلاف در استعدادهای عوامل تولید یا تکنولوژی، به اختلاف در امکانات تولید و عرضه یک کشور منجر می‌شود و اختلاف در ذائقه و سلیقه مردم وضعیت تقاضا را مشخص نموده و در نهایت منجر به تعیین قیمت عوامل تولید و محصول می‌گردد. هر یک از تفاوت‌های مزبور به تنهایی و یا با یکدیگر، می‌توانند مبنای تجارت متقابل قرار گیرند. بر طبق نظریه هکشر-اوهلین (که برخی نویسندگان با توجه به سهم پل ساموئلسون در اصلاح و گسترش آن، آن را الگوی هکشر-اوهلین-ساموئلسون نامیده‌اند) هر کشور به صدور کالایی اقدام خواهد کرد که عوامل تولید نسبتاً ارزان و فراوانی را برای تولید آن در اختیار داشته باشد و کالایی را وارد خواهد کرد که در تولید آن مجبور است عوامل تولید نسبتاً گران و کمیاب به کار برد. به عبارت دیگر شدت استفاده از عوامل تولید گران‌تر یا ارزان‌تر در تولید یک کالا، نوع کالای وارداتی و صادراتی هر کشور را تعیین کرده و با توجه به اختلاف در قیمت عوامل میان کشورها، تجارت بین آنها میسر می‌گردد.

البته آزمون تجربی الگوی هکشر-اوهلین در مطالعات صورت یافته چندان منطبق بر انتظارات نبوده است.

مطالعات مزبور را می‌توان به دو گروه عمده تقسیم نمود. گروه اول شامل مطالعاتی است که معتقد به ارتکاب اشتباهات جدی در گذر از فرمول‌بندی نظری به آزمون تجربی بوده و معتقدند که نمی‌توان نتایج قضیه هکشر-اوهلین را بر اساس آنها، رد کرد. در مقابل، گروه دوم شامل مطالعاتی است که نتیجه می‌گیرند یک یا چند فرض پایه قضیه، صادق نبوده و در نتیجه خود قضیه از درجه اعتبار ساقط است. در مجموع، بر اساس مطالعات انجام گرفته، میزان اعتبار قضیه هکشر-اوهلین را نمی‌توان به عنوان پدیده‌ای ثابت در نظر گرفت، بلکه باید این پدیده را در مورد هر کشور در طی زمان خاص بررسی نمود. به عبارت دیگر، نه تنها باید وضعیت کشور را بررسی کرد، بلکه دوره زمانی مورد بررسی نیز بایستی در نظر گرفته

شود. در نتیجه هرچند نمی‌توان قضیه مزبور را با اطمینان کامل رد کرد، اما موقعیت این نظریه که زمانی بسیار مطرح بوده تا حد زیادی سست شده است.

لئونتیف:

پیشنهاد اصلی در تئوری هکشر- اوهلین این بود که هر کشور کالایی را صادر می‌کند که در تولید آن نیاز به عامل نسبتاً فراوان و ارزان دارد و متقابلاً کالایی را وارد میکند که تولید آن نیاز به استفاده از عامل نسبتاً کمیاب گران دارد. لئونتیف به کمک جدول داده- ستانده این نظریه را در کشور آمریکا به آزمون گذاشت. وی بر اساس مطالعاتی که انجام داد به این نتیجه رسید که کشور آمریکا که می‌بایست صادرکننده کالاهای سرمایه‌بر باشد صادرکننده کالاهای کاربر است.

این نتایج به معمای لئونتیف شهرت یافت. لئونتیف علت این نتیجه‌گیری را سطح بالای آموزش نیروی کار و کارفرمایی برتر آمریکائیان می‌دانست. او اقتصاد آمریکا را نه با وفور سرمایه بلکه با وفور کارپر کیفیت مشخص نمود. البته بعدها اقتصاددانان گوناگونی از جمله پیترکنن در صدد رفع این معما برآمدند، آنها علت این نتایج را موارد زیر می‌دانند:

- وجود تقاضای معکوس

- فراوانی نسبی نیروی کار ماهر

- محدودیت‌های وارداتی آمریکا

- برگشت نسبت به عوامل تولید

- جدا کردن سرمایه انسانی از سرمایه مادی

به طور کلی تحلیل لئونتیف با بحث‌های وسیعی در رابطه با جنبه آماری و نظری مسأله توسط سایر اقتصاددانان ادامه یافت که با حصول به نتایجی متضاد ادامه دارند.

ساموئلسون:

ساموئلسون به بررسی آثار تعرفه بر روی قیمت عوامل تولید و کالاها می‌پردازد. وی معتقد است که افزایش در قیمت نسبی کالا باعث افزایش بازده یا درآمد عاملی می‌شود که در تولید آن کالا به طور نسبی بیشتر به کار رفته است. لذا بازده حقیقی عامل کمیاب تولید با وضع تعرفه افزایش می‌یابد. این نظریه در مورد کشورهای کوچک صادق است ولی فقط در

مورد برخی از کشورهای بزرگ صحت دارد زیرا که کشورها بزرگ بر روی قیمت‌های جهانی تأثیر می‌گذارند.

نظریه ساموئلسون در دوره بلندمدت زمانی مطرح می‌شود که تحرک عوامل تولید در داخل یک کشور یا بین صنایع آن کشور وجود داشته باشد در صورتی که یک یا دو عامل تولید قابلیت انتقال نداشته باشد اثر تعرفه بر درآمد یک عامل تولید با آنچه این نظریه می‌گوید متفاوت است. از طرفی این نظریه برای حالتی که وضع تعرفه قیمت‌های نسبی را برای مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان کاهش می‌دهد صادق نیست. البته مزایای نظریه خود این نقیصه را جبران می‌نماید.

زمینه‌های پیدایش نظریه‌های جدید

طی چند دهه اخیر، صحنه تجارت بین‌الملل دستخوش تغییرات قابل توجهی شده است. تغییرات به وجود آمده، زمینه‌های پیدایش نظریه‌های جدید تجارت بین‌الملل را شکل داده است.

به عنوان مثال از زمان جنگ جهانی دوم به بعد، بخش بزرگ و در حال رشد تجارت جهانی شامل مبادلاتی شده است که نمی‌تواند به مزیت نسبی کشورهای منتسب شود که کالاهای خاصی صادر می‌کنند، بلکه منعکس‌کننده مزیت‌های موقتی یا دلخواه ناشی از صرفه‌های مقیاس یا تحولات ناشی از رقابت در تکنولوژی است.

در بسیاری از موارد، کالاها بسیار مشابه در هر دو طرف تراز تجاری ظاهر می‌شود. موارد وجود تجارت گسترده در طرفه در محصولات که کشورها در آن مزیت نسبی ندارند، زیاد است. در واقع، مزایای تولید در مقیاس وسیع منجر به تقسیم تصادفی نیروی کار میان کشورها می‌شود. به نظر می‌رسد در میان نیروهایی که تخصص بین‌المللی را شکل می‌دهند تکنولوژی عامل عمده می‌باشد. در بسیاری از صنایع، مزیت نسبی نه با ویژگی‌های ملی و نه با مزایای ایستای تولید در مقیاس بزرگ، بلکه به وسیله دانش ایجاد شده توسط بنگاهها از طریق R&D و تجربه تعیین می‌گردد.

همچنین دیدگاه نسبت به سیاست تجاری در رشته اقتصاد تغییر کرده است، در دهه‌های ۱۹۷۰ و ۱۹۸۰ اقتصاددانان ایده‌های جدیدی را در زمینه تجارت بین‌الملل ارائه دادند، به گونه‌ای که بخش عمده‌ای از تجارت بین‌الملل که با نظریه‌های سنتی تجارت بین‌الملل قابل

تفسیر نبود، تفسیر رضایت‌بخش و واقع‌گرایانه‌ای یافت و فروض زیربنایی نظریه‌های سنتی تجارت بین‌الملل یعنی رقابت کامل و بازدهی ثابت نسبت به مقیاس تولید، با فروض جدید یعنی رقابت ناقص "یادگیری در عمل" (مزایای ناشی از مهارت) و مزایای موقتی ناشی از نوآوری جایگزین شدند.

مورد قابل توجه دیگر ناتوانی و ضعف نظریه‌های سنتی در توضیح تجارت بین‌الملل درون صنعتی می‌باشد.

نظریه نئوکلاسیک تجارت

تجارت را به طور کامل با تفاوت‌های میان کشورها به ویژه تفاوت در موجودی نسبی عوامل تولید، توضیح می‌دهد. این توضیح، رابطه معکوسی میان تشابه کشورها و حجم تجارت میان آنها را برقرار می‌نمایند. در عمل حجم زیادی از تجارت جهان شامل تجارت میان کشورهای صنعتی است که در موجودی عوامل خود، نسبتاً شبیه به یکدیگرند. به علاوه، سهم تجارت میان کشورهای صنعتی و سهم تجارت در درآمد این کشورها در بیشتر سالهای دوره پس از جنگ جهانی دوم، افزایش یافته است. الگوی تجارت آنها شامل دو جانبه در کالاهای دارای عامل مشابه است.

این الگو در واقع تجارت درون صنعتی است که نظریه نئوکلاسیک تجارت از توضیح آن ناتوان است.

در واقع، بخش بزرگی از تجارت بین‌الملل شامل تجارت درون صنعتی است. نظریه مزیت نسبی نیز نمی‌تواند "تجارت درون صنعتی" را توضیح دهد که در آن یک کشور محصولات مشابهی در همان صنعت را وارد و صادر می‌کند.

البته نظریه هکشر-اوهلین (یا نسبت‌های عوامل تولید) در تبیین تجارت میان کشورهای صنعتی و در حال توسعه کاملاً موفق است. کشورهای صنعتی، محصولات کاربر و زمین‌بر مناطق گرمسیری کشورهای توسعه نیافته را وارد می‌کنند و کالاهای سرمایه‌ای و محصولات زمین‌بر دارای اقلیم معتدل را، به آنها صادر می‌نمایند.

اما باید توجه داشت که بخش عظیم تجارت جهانی، میان کشورهای صنعتی است نه میان کشورهای صنعتی و در حال توسعه. به همین جهت نظریه هکشر-اوهلین از توضیح آن ناتوان است. البته بخشی از تجارت میان کشورهای صنعتی که به واسطه موجودی نسبی

عوامل صورت می‌گیرد، توسط نظریه هکشر- اوهلین قابل توضیح است ولی بخش اعم تجارت میان کشورهای صنعتی توسط موجودی متفاوت عوامل تولید، قابل تبیین نیست. قابل ذکر است که نظریه های موسوم تجارت بین الملل در توضیح تجارت درون بنگاهی نیز ناتوان هستند چرا که درک جریان تجارت بین الملل در حال حاضر منوط به شناخت فرآیند جهانی تولید است، همچنین کارگزاران فرآیند جهانی تولید نیز شرکتهای چند ملیتی هستند و تجارت درون بنگاه تجارت میان واحدهای مختلف یک شرکت چندملیتی است. این نوع تجارت حاصل مکانیزم نسبی یا تفاوت در موجودی عوامل تولید میان کشورها نیست، بلکه جغرافیای تولید تعیین کننده معاملات کالا و خدمات در سطح بین الملل است.

در این شرایط بازار جهانی به صورت انحصار چندجانبه و رقابت انحصاری است. منشأ دیگر پیدایش نظریه‌های جدید را می‌توان پارادوکس لئونتیف دانست. در سال ۱۹۵۳ میلادی لئونتیف در تحلیل خود از آماره داده- ستانده ایالات متحده دریافت ایالات متحده که یک کشور غنی از نظر سرمایه است، محصولات کاربر صادر می‌کند این نتیجه برخلاف انتظار وی بود که بر اساس نظریه هکشر- اوهلین باید بدان دست می‌یافت.

بنا به این دلیل ناتوانی نظریه‌های موسوم در تبیین جریان‌های تجاری، از دهه ۱۹۶۰ به بعد نظریه‌ها و فرضیه‌های جدید پدید آمدند و هر یک به طریقی جریان تجارت را توضیح می‌دهند. در اینجا پنج رهیافت جدید به اختصار مطرح می‌گردد.

نظریات و فرضیه های جدید

- نظریه چرخه زندگی محصول

این نظریه در سال ۱۹۹۶ توسط ریموند ورنون ارایه شد. نظریه چرخه زندگی محصول بر اساس عملکرد تجاری ژاپن و برخی کشورهای نوپای صنعتی تنظیم گردیده است. بر اساس این نظریه، محصولات جدید در مسیر توسعه‌شان از یک سری مراحل عبور می‌کنند و با حرکت از طریق چرخه محصولات ورنون، وضعیت نسبی‌شان تغییر می‌کند مراحل چهارگانه چرخه محصول عبارتند از:

مرحله اول: توسعه محصول و فروش در بازار داخلی (کشور الف)

مرحله دوم: با افزایش تقاضای خارجی در کشور ب، صادرات آن محصول توسط کشور الف افزایش می‌یابد.

مرحله سوم: با تولید آن محصول توسط شرکتهای خارجی برای عرضه در بازارهای کشور ب، صادرات آن محصول توسط کشور الف کاهش می‌یابد.

مرحله چهارم: با کاهش قیمت‌های خارجی، کشور الف واردکننده خالص آن محصول می‌شود.

در دهه‌های اخیر، این مراحل با تجربه مشاهده شده در تعدادی از محصولات جدید مانند رادیو، تلویزیون، الیاف مصنوعی، ترانزیستورها و ماشین حسابهای جیبی به خوبی صدق می‌کنند.

برخی شواهد وجود دارد که فاصله زمانی میان مرحله اول و چهارم در حال کوتاه‌تر شدن است، اگر چه طول چرخه احتمالاً از یک محصول به محصول دیگر تغییر می‌کند. یک محصول خاص ممکن است حتی مسقئماً از مرحله اول به مرحله چهارم برود. یعنی مرحله دوم و سوم را جهش نماید.

در توضیح این که چرا ایالات متحده غالباً اولین کشوری است که محصولات جدید را تولید می‌کند، برخی می‌گویند درآمد متوسط بالا و بازار داخلی بزرگ آمریکا، انگیزه و فرصت برای نوآوری فراهم می‌کند؛ سایرین می‌گویند که دستمزدهای بالا به شرکتهای آمریکایی، انگیزه‌های خاصی جهت توسعه نوآوری‌های کاراندوز می‌دهد. آمریکا دارای وفور نسبی اشخاص آموزش دیده از نظر علمی و تسهیلات پژوهشی است و بنابراین دارای مزیت نسبی در نوآوری است. اما رهبری آمریکا در تولید محصولات جدید موقتی است. با رشد تقاضا برای آن محصول و با یادگیری تکنولوژی جدید و مشابه‌سازی آن در سایه کشورها و با استاندارد شدن فرآیند تولیدی، تعیین‌کننده‌های مزیت نسبی، مکان تولید را در جای دیگر تعیین می‌کند. ایالات متحده به عنوان رهبر در نوآوری، دارای مزیت نسبی موقتی در اخیرترین محصولات تولیدی خود است. اما طبق چرخه زندگی محصول، آن مزیت را از دست می‌دهد. این کشور باید به طور مداوم محصولات جدید دیگری را تولید کند تا جایگزین محصولاتی شود که به بلوغ می‌رسند و رقبا در تولید آن مزیت پیدا می‌کنند. پژوهش‌های تجربی متعددی از این تحلیل حمایت می‌کند. صادرات صنعتی آمریکا از همان صنایع است که R&D بالایی دارند. طول مدت رهبری کشور نوآور در تولید محصول جدید به موارد زیر بستگی دارد:

۱- نرخ رشد تقاضا در بازارهای خارجی

۲- ماهیت محصولات توسعه یافته

۳- سرعتی که خارجیان تکنولوژی جدید را فرا می‌گیرند

۴- اثربخشی حقوق امتیاز

۵- اندازه صرفه‌های مقیاس

۶- سازمان صنعت

ظهور شرکتهای چندملیتی چرخه زندگی محصول را کوتاه کرده است.

تجارت درون بنگاهی و درون صنعتی

صادرات و واردات همزمان محصولات مشابه توسط یک صنعت، تجارت درون صنعتی نام دارد. یک اقتصاد ممکن است در مورد صنعت خودرو هم واردکننده و هم صادرکننده قطعات خودرو باشد. تجارت درون صنعتی از دهه ۱۹۷۰ به عنوان حالت خاصی از تجارت بین‌الملل مطرح شده است.

درباره اهمیت تجارت درون صنعتی در تجارت بین‌الملل، اختلاف نظری میان اقتصاددانان وجود ندارد.

تجارت میان واحدهای یک شرکت چندملیتی، تجارت درون بنگاهی نام دارد. تجارت درون بنگاهی شکلی از تجارت مدیریت شده قلمداد می‌شود. شرکتهای چندملیتی ترجیحاً از واحدهای خودشان خرید می‌کنند حتی اگر هزینه آن بیش از خرید از بازار آزاد باشد.

جهانی شدن اقتصاد با تولید ه ر بخش از محصول در یک کشور و ترکیب آنها با یکدیگر در واقع انجام نوعی تجارت درون بنگاهی است. این امر مهم‌ترین ویژگی جهانی شدن است که آن را از بین‌المللی شدن متمایز می‌سازد.

جهانی شدن با رشد تجارت درون صنعتی و درون بنگاهی همراه است و به دنبال دستیابی به جهان بدون مرز می‌باشد.

فرضیه تشابه ترجیحات

این فرضیه توسط استفان. ب. لیندر ارایه شد. لیندر نظر خود را با این گزاره بیان می‌کند. به عنوان یک قاعده، یک کشور محصولی را صادر خواهد کرد که در آن محصول بازار داخلی فعالی و بزرگی دارد.

به این علت که تولید برای بازار داخلی باید آن قدر زیاد باشد تا بنگاهها قادر باشند به صرفه‌های مقیاس دست یابند و در نتیجه هزینه‌ها را به قدر کافی کاهش دهند تا بازارهای خارجی را فتح نماید.

امیدبخش‌ترین و پذیراترین بازارها برای صادرات در کشورهایی است که سطح درآمد و سلیقه‌شان همانند درآمد و سلیقه کشور صادر کننده است.

این همان جایی است که اصطلاح تشابه ترجیح مطرح می‌شود لیندر معتقد است کشورهای با سطح درآمد مشابه، دارای سلیقه‌های مشابه هستند. هر کشور در وهله اول برای بازار داخلی تولید می‌کند، اما بخشی از محصول به سایر کشورهای صادر خواهد شد که بازار پذیر برای آن محصول در آنجا وجود دارد.

یک جنبه جالب این فرضیه، قابلیت تبیین تجارت محصولات صنعتی میان کشورهای با سطوح درآمدی و الگوهای تقاضای مشابه است. از دیدگاه این نظریه کالاهایی وارد تجارت می‌شوند که مشابه یکدیگر می‌باشند، هرچند تفاوت‌هایی با یکدیگر داشته باشند. بخش بزرگی از تجارت بین‌الملل در کالاهای صنعتی، میان کشورهای با درآمد نسبتاً بالا انجام می‌شود مانند تجارت میان ایالات متحده، کانادا، ژاپن و کشورهای اروپایی.

به علاوه بخش زیادی از این تجارت شامل مبادله محصولات مشابه است. هر یک از این کشورها محصولاتی را وارد می‌کند که خود محصول بسیار مشابه آن را صادر می‌کند. آلمان اتومبیل ب. ام. و و فیات از آلمان و ایتالیا وارد می‌کند و پژو و رنو به آلمان و ایتالیا صادر می‌کند و همین وضعیت در تجارت میان کانادا و ایالات متحده وجود دارد.

این نوع تجارت را نمی‌توان توسط نظریه نسبت‌های عوامل تولید توضیح داد. زیرا نظریه هکشر- اوهلین مطرح می‌کند که تجارت میان کشورهایی که در موجودی عوامل و سلیقه‌ها متفاوت هستند، اتفاق می‌افتد. چون این تفاوت‌ها سبب ایجاد تفاوت‌های بزرگ در قیمت‌ها نسبی می‌شود.

نظر لیندر در تجارت کالاهای صنعتی که سلیقه و صرفه‌های مقیاس دارای اهمیت ویژه هستند کاربرد دارد. از نظر لیندر تجارت محصولات اولیه را می‌توان توسط نظریه سنتی تجارت توضیح داد.

نظریه استراتژیک تجاری :

۱- آشنایی با نظریه

مباحث تجارت آزاد که مبتنی بر فرض رقابت کامل است و چارچوب نظری سنتی تجارت بین‌الملل را شکل می‌دهد، غیرواقعی است. چون در تجارت بین‌الملل ما با الگوی انحصار چندجانبه سازمان‌های صنعتی نیز سر و کار داریم. به دلیل وجود رقابت ناقص، سودهای بالای نرمال نصیب شرکتهای می‌شود. در چنین شرایطی اگر دولت مداخله استراتژیک انجام دهد می‌تواند این سودهای بالای نرمال را از شرکتهای خارجی به شرکت‌های داخلی منتقل سازد. نظریه استراتژیک تجاری حمایت قوی از جنبه‌های کلیدی استراتژی با محوریت صادرات انجام می‌دهد. به رغم ادعاهای بسیاری که تجارت آزاد را بهترین سیاست تجاری می‌دانند ولی در عمل، شکل‌های مختلف مداخله دولت، جنبه برتر تجارت بین‌المللی را شکل داده است. نظریه استراتژیک تجاری، فروض واقعی‌تر و توصیه سیاستی عملی‌تری را در مقایسه با نظریه‌های سنتی و مرسوم تجارت بین‌الملل ارائه می‌کند. دو پیش‌فرض نظریه‌های سنتی تجارت یعنی رقابت کامل و بازدهی ثابت به مقیاس تولید در نظریه استراتژیک تجاری به دو فرض زیر تغییر پیدا می‌کند.

۱- رقابت ناقص

۲- بازدهی فزاینده به مقیاس تولید.

مداخله استراتژیک دولت (مثلاً به شکل اعطای کمک بلاعوض به شرکتهای صادراتی داخلی) سبب می‌شود تا هزینه‌های تولید شرکت داخلی کاهش یابد. این کاهش در هزینه‌ها نتیجه‌اش به صورت سود بیشتر، عاید شرکتهای صادراتی داخلی می‌شود. اما سود دیگری نیز با مداخله دولت برای شرکتهای داخلی حاصل می‌شود و آن عبارت از سودی است که به واسطه کاهش تولید شرکت خارجی صادراتی، عاید شرکت صادراتی داخلی می‌شود. بنابراین سود فوق نرمال به دست می‌آید. براندر اثر دوم را که به واسطه مداخله دولت به دست می‌آید اثر استراتژیک می‌نامد. سود فوق نرمال بسیار بیشتر از هزینه یارانه اعطایی است. از این رو ملتی که اقدام به حمایت از شرکتهای صادراتی خود می‌کند، دچار زیان نمی‌شود. همان طور که ملاحظه می‌شود بیشترین اهتمام نظریه استراتژیک تجاری در راستای نفوذ در بازار خارجی است.

۲- سیاست‌های استراتژیک تجاری

بعد از به قدرت رسیدن بیل کلینتون در ایالات متحده، سیاست استراتژیک تجاری در آن کشور به کار گرفته شده است حامیان سیاست‌های استراتژیک تجاری معتقدند بکارگیری محدودیت‌های تجاری می‌تواند منابع تجاری از دست رفته را به کشور بازگرداند و هر گام که به سوی نظام تجارت آزاد برداشته شود، به صنایع کشور خسارت وارد می‌کند.

سیاست استراتژیک تجاری، سیاست تجاری است که روابط استراتژیک میان شرکتها را مقید می‌کند یا تغییر می‌دهد. این تعریف، دلالت بر آن دارد که وجود ارتباط استراتژیک میان شرکتها پیش شرط ضروری برای کاربرد سیاست استراتژیک تجاری است.

مقصود از ارتباط استراتژیک آن است که شرکت مورد نظر باید دارای وابستگی متقابل استراتژیک مشخصی باشد. به طور رسمی‌تر، منافع (سود) یک شرکت باید مستقیماً تحت تأثیر هر یک از انتخاب‌های استراتژیک سایر شرکتها باشد. بنابراین سیاست‌های استراتژیک تجاری در شرایط رقابت کامل و یا انحصار کامل مطرح نمی‌شود مگر آن که ورود بالقوه، یک ملاحظه مهم باشد. رقابت انحصاری که ممکن است شامل کنش‌های متقابل استراتژیک باشد یا نباشد- بستگی به این دارد که چگونه تفسیر و الگوسازی شود ولی نوعاً رقابت انحصاری، کنش‌های متقابل استراتژیک را دربر ندارد. بر این اساس، سیاست استراتژیک تجاری شامل مطالعه سیاست تجاری در حالت وجود انحصار چندجانبه است.

تحلیل سیاست استراتژیک تجاری، بخشی از دستور کار تحقیق گسترده‌تری است که از آغاز دهه ۱۹۸۰ بسیار فعال بوده است. طی این دوره، اقتصاددانان تجارت بین‌الملل به دنبال آن بوده‌اند که انحصار چندجانبه و سایر اشکال رقابت ناقص را در تحلیل رسمی تجارت بین‌الملل و سیاست تجاری بگنجانند. نظریه سنتی تجارت که مبتنی بر رقابت کامل است توضیح مؤثری درباره پدیده‌هایی مانند تجارت درون صنعتی (یا حجم بالای تجارت میان کشورهای مشابه) ارائه نمی‌کند. به علاوه نمی‌تواند به طور موفقیت‌آمیز برخی ملاحظات متناسب سیاسی مهم را شامل شود مانند بازدهی به مقیاس فزاینده در سطح بنگاه، یادگیری از راه تجربه R&D و رقابت استراتژیک میان بنگاهها.

تحلیل متقاعد کننده این عناوین مستلزم فرض رقابت ناقص است. انحصار چندجانبه دارای پیامدهای جالبی است. چون به سیاست تجاری اجازه می‌دهد نقش اضافی را در نظر بگیرد

که در سایر ساختارهای بازار، ارایه نمی‌شود. بدین ترتیب نظریه بازی در سیاست تجاری به کار برده می‌شود. در نتیجه، مداخله جهت تغییر کنش متقابل استراتژیک میان شرکتهای انحصار چندجانبه، یک مبنای مهم برای سیاست تجاری می‌شود.

استفاده از اصطلاح استراتژیک در سیاست استراتژیک تجاری و در مباحث دانشگاهی، با استفاده از آن در مباحث سیاسی متفاوت می‌باشد. در مباحث سیاسی، دست کم دو معنای متمایز دیگر نیز از واژه استراتژیک تجاری به کار می‌رود:

الف- سیاست استراتژیک تجاری برخی اوقات اشاره به سیاست تجاری دارد که دارای پیامدهای مستقیم نظامی است.

ب- اصطلاح استراتژیک برخی اوقات به عنوان مترادف مهم استفاده می‌شود. از این رو سیاست استراتژیک تجاری، آن سیاست تجاری است که صنایع را هدف گرفته است که به دلایلی اهمیت داشته باشند. معنای استراتژیک در سیاست استراتژیک تجاری عمدتاً همان معنایی است که در بازارهای استراتژیک مورد نظر است.

نظریات تجارت بین الملل در توسعه

هسته اصلی نظریات تجارت بین الملل، نظریه‌های مزیت تجاری است. اولین تئوری تجارت بین الملل به وسیله آدام اسمیت مطرح شد. گرچه این نظریه تحول شگرفی در تجارت و روابط بین الملل ایجاد کرد و در پی آن نظریات تکمیلی در عرصه اقتصاد بین الملل ارائه شد، ولی بر این تئوری‌ها نقدهای متعدد وارد است. نخستین نقد بر نظریه مزیت تجاری آن است که این نظریه در فضای کاملاً اقتصادی طراحی شده است، در صورتی که دنیای اقتصادی واقعی، دنیای اقتصاد سیاسی است. بنابراین در عمل مشاهده می‌شود که تجارت بین الملل براساس این نظریه انجام نمی‌شود. دومین نقد بر نظریه آدام اسمیت عدم توجه این نظریه به مسئله کیفیت در جریان صادرات و واردات است. تفاوت کیفیت از دلایل عمده تجارت بین الملل به شمار می‌رود. سومین نقد بر نظریات آدام اسمیت صادرات فرهنگ در قالب صادرات کالا است. برخی از کشورهای غربی فرهنگ خود را از طریق صادرات کالاها نشر می‌دهند. بنابراین برخلاف نظریه آدام اسمیت هدف تجارت فقط افزایش رفاه جهانی نیست، بلکه در پشت این صادرات انتقال فرهنگی و دیپلماسی فرهنگی نیز وجود دارد.

نظریه های مهم در تجارت بین الملل

اقتصاد بین الملل با روابط اقتصادی میان کشورها سروکار دارد و وابستگی متقابل حاصل از این روابط از جهت رفاه اقتصادی اکثر کشورها اهمیت زیاد دارد. روابط اقتصادی میان کشورها با روابط اقتصادی میان بخشهای مختلف یک کشور تفاوت دارد.

اقتصاد بین الملل با روابط اقتصادی میان کشورها سروکار دارد و وابستگی متقابل حاصل از این روابط از جهت رفاه اقتصادی اکثر کشورها اهمیت زیاد دارد. روابط اقتصادی میان کشورها با روابط اقتصادی میان بخشهای مختلف یک کشور تفاوت دارد و این امر سبب می شود تا مسائل متفاوتی بروز کند که نیاز به ابزارهای تحلیلی نسبتاً متفاوتی دارد. بدین ترتیب اقتصاد بین الملل به عنوان رشته ای متمایز و جدا از اقتصاد کاربردی درآمده است. اقتصاد بین الملل با مباحث چندی سروکار دارد که نظریه محض تجارت و نظریه سیاست بازرگانی از آن جمله است. نظریه محض تجارت به اساس تجارت و منافع حاصل از آن می پردازد و نظریه سیاست بازرگانی به دلایل مربوط به موانع جریان آزاد تجارت و نتایج حاصل از آن می پردازد.

نظریه مرکانتیلیسم (سوداگری):

نظریه سوداگری از جمله نظریات تجاری است که پایه تفکرات اقتصادی بین سالهای ۱۵۰۰ تا ۱۷۰۰ میلادی را تشکیل می دهد. سوداگران (مرکانتالیست ها) که از قرن شانزدهم تا اواسط قرن هیجدهم در ممالکی نظیر بریتانیا، اسپانیا، فرانسه و هلند نظریاتشان رواج داشت معتقد بودند که مهمترین راه برای آنکه کشوری ثروتمند و قدرتمند شود آن است که صادراتش بیش از وارداتش باشد و در نتیجه مابه التفاوت با دریافت یک فلز قیمتی مانند طلا تسویه گردد در این رابطه قدرتمندتر شدن هر کشور را بر مبنای داشتن طلای بیشتر می دانستند از آنجائی که مقدار طلای موجود در هر لحظه از زمان ثابت بود لذا یک کشور خاص می توانست به زیان سایر ممالک از تجارت بهره مند گردد. از اینرو سوداگران از این عقیده حمایت می کردند که دولت باید صادرات را تشویق و واردات را محدود کند.

نظریه مزیت مطلق آدام اسمیت:

آدام اسمیت در سال ۱۷۷۶ در کتاب ثروت ملل فروض مکتب سوداگران را که ثروت یک کشور به میزان دارائی آن کشور (طلا و نقره) بستگی دارد و کشورها فقط به ضرر سایر

کشورها می‌توانند از تجارت سود ببرند را زیر سؤال برد. او عقیده داشت که تجارت آزاد بین کشورها باعث تقسیم کار شده و عوامل تولید کشورها بر تولید کالایی متمرکز خواهد شد که آن کالا در مقایسه با کالای سایر کشورها ارزانتر تولید شود در این صورت است که هر دو کشور از تجارت سود می‌برند. او استدلال نمود که از طریق تجارت آزاد هر کشور می‌تواند در تولید کالایی تخصص پیدا کند که در آنها دارای مزیت مطلق است (یعنی آن کالا را با کارایی بیشتر نسبت به کشورهای دیگر تولید کند) و کالایی را وارد کند که در آنها مزیت مطلق ندارد (یعنی دارای کارایی لازم برای تولید آن نیست) بدین ترتیب با تخصص بهینه عوامل تولید در سطح جهان، تولید جهان افزایش می‌یابد و رفاه همه کشورهای افزایش می‌یابد. از اینرو دیگر یک کشور به ضرر سایرین منتفع نگردیده و همه کشورهای منتفع خواهند شد. براساس نظر آدام اسمیت تجارت بین دو کشور تنها براساس اصل مزیت مطلق انجام می‌شود. وقتی یک کشور کالائی را با کارائی بیشتر نسبت به کشور دیگر تولید می‌کند (یا مزیت مطلق دارد) و کالای دوم را نسبت به کشور دیگر با کارائی کمتر تولید می‌کند (عدم مزیت مطلق دارد) در این صورت هر دو کشور با تخصص در تولید کالائی که در آن مزیت مطلق دارند و مبادله آن با یکدیگر منتفع می‌شوند. واضح است که نظریه مزیت مطلق فقط بخش کوچکی از اقتصاد را در بر می‌گیرد که مزیت مطلق در آن وجود دارد.

نظریهٔ مزیت مطلق آدام اسمیت و تئوری‌های تکمیلی این نظریه:

براساس نظریه آدام اسمیت، تجارت بین دو کشور، با توجه به مزیت مطلق انجام می‌شود. وقتی یک کشور، کالایی را با کارایی بیشتر، نسبت به کشور دیگر تولید می‌کند (اقتصاددانان در این زمینه می‌گویند کشور A در تولید کالای X خرید مطلق دارد) و تولید کالای دوم نسبت به کشور دیگر با کارایی کمتر صورت می‌گیرد (عدم مزیت مطلق دارد)، در این صورت، هر دو کشور با تخصص در تولید کالایی که در آن مزیت مطلق دارند و مبادله آن با یکدیگر، منافی به دست می‌آورند. به این ترتیب افزایش در تولید هر دو کالا، منافع حاصل از تخصص در تولید و تقسیم منافع حاصل از تجارت بین دو کشور را نشان می‌دهد.

برای مثال: یک نفر ساعت نیروی کار، ۶ بوشل گندم در ایالات متحده و فقط یک بوشل گندم در انگلستان تولید می‌کند. از طرف دیگر یک نفر ساعت نیروی کار ۵ یارد پارچه در انگلستان و فقط ۴ یارد پارچه در ایالات متحده تولید می‌کند. لذا آمریکا نسبت به انگلیس

در تولید گندم دارای مزیت مطلق است. در مقابل، انگلستان نسبت به آمریکا در تولید پارچه دارای مزیت مطلق است. لذا در تجارت، آمریکا در تولید گندم و انگلیس در تولید پارچه تخصص پیدا می‌کنند و آمریکا گندم خود را با پارچه انگلیس معاوضه می‌کند. اگر آمریکا ۶ بوشل گندم را با ۶ یارد پارچه انگلیس مبادله کند، در این صورت، ۲ یارد پارچه یا ۱/۲ نفر ساعت یا ۳۰ دقیقه نیروی کار ذخیره کرده است (زیرا آمریکا در داخل می‌تواند ۶ بوشل گندم را با ۴ یارد پارچه معاوضه کند)، در مقابل، ۶ بوشل گندمی که انگلستان دریافت می‌کند، ۶ نفر ساعت نیروی کار لازم دارد؛ تا در داخل تولید شود. ۶ نفر ساعت نیروی کار در انگلیس می‌تواند ۳۰ یارد پارچه تولید کند. با مبادله ۶ بوشل گندم، انگلیس ۲۴ یارد پارچه یا حدود ۵ نفر ساعت نیروی کار ذخیره می‌کند.

این حقیقت که انگلیس بیش از آمریکا سود به دست می‌آورد، در اینجا چندان مهم نیست؛ مهم این است که هر دو کشور از تخصص و تجارت سود می‌برند. به هر حال مزیت مطلق، فقط بخشی از تجارت جهانی امروز را می‌تواند تفسیر کند و بخش اعظم تجارت جهانی، به‌ویژه تجارت بین کشورهای توسعه‌یافته با نظریهٔ مزیت مطلق قابل توضیح نیست. این وظیفه، به‌عهدهٔ ریکاردو و نظریهٔ مزیت نسبی او گذاشته شده است.

بر این اساس، یک کشور، کالایی را با بیشترین کارایی تولید می‌کند و بخشی از آن را با سایر کالاهای مورد نیاز خود مبادله می‌کند. به این طریق تولید کل و رفاه تمام افراد حداکثر می‌شود. بنابراین در زمانی که سوداگرایان (مرکانتلیستها) معتقد بودند، که یک کشور، فقط به‌ضرر دیگران می‌تواند سود به دست آورد و از کنترل دولت بر تجارت و فعالیت‌های اقتصادی جانبداری می‌کردند، آدام اسمیت، اعلام کرد که تمام کشورها، می‌توانند از تجارت آزاد، به‌طور همزمان سود ببرند.

اسمیت اعتقاد داشت، که مزیت یک کشور یا طبیعی است یا اکتسابی. منظور از مزیت طبیعی، مزیت یک کشور، به دلیل شرایط اقلیمی و یا دسترسی به منابع طبیعی خاص، در تولید یک محصول است و منظور از مزیت اکتسابی که امروزه بیشترین تجارت جهان را به خود اختصاص داده، مصنوعات و خدمات، به‌جای کالاهای کشاورزی و منابع طبیعی است. محل تولید این کالاها عمدتاً به مزیت اکتسابی آن‌ها بستگی دارد؛ که به‌طور عام به‌عنوان تکنولوژی تولید یا تکنولوژی فرآیند، به آن‌ها اشاره می‌شود.

این تئوری، بر پایه مفروضاتی نهاده شده، که بدون در نظر گرفتن آن‌ها، این تئوری مصداق پیدا نمی‌کند. مهم‌ترین این مفروضات عبارتند از:

۱. همسان بودن تکنولوژی در دو کشور؛
۲. همسان بود نیروی انسانی از نظر مهارت و تخصص در دو کشور؛
۳. یکی بودن تابع تولید در دو کشور؛
۴. موجود بودن اطلاعات کامل و بدون هزینه برای همه اشخاص؛
۵. غیر قابل انتقال بودن عوامل تولید (عدم تحرک عوامل تولید) بین دو کشور و امکان مطلق حرکت این عوامل در داخل کشور؛
۶. موجود نبودن هرگونه مانع برای تجارت.

در ادامه، دیوید ریکاردو که از شاگردان همین مکتب به شمار می‌آید، در کتاب "اصول اقتصاد سیاسی" که در سال ۱۸۱۷ منتشر شد، نظریه مزیت نسبی را ارائه کرد؛ که نسبت به نظریه اسمیت فراگیرتر بود. این نظریات (مزیت مطلق و نسبی)، تا مدت‌ها به‌عنوان پایه نظریات تجارت بین‌الملل به‌شمار می‌آمد. تا این‌که در سال‌های پس از جنگ جهانی دوم، نظریات دیگری هم در این قلمرو ارائه گردید.

نظریه مزیت نسبی ریکاردو (ریکاردو، ۱۷۷۲-۱۸۲۳) تاکنون به‌عنوان یکی از مهمترین قوانین بلامنازع اقتصادی، با کاربردهای وسیع عملی، پایدار مانده است.

طبق قانون مزیت نسبی، حتی اگر یک کشور در تولید هردو کالا نسبت به کشور دیگر کارایی کمتری داشته باشد (یعنی در تولید هیچ کالایی مزیت مطلق نداشته باشد)، هنوز هم پایه‌ای برای تجارت دوجانبه سودآور وجود دارد. کشور اول باید در تولید و صدور کالایی تخصص پیدا کند، که دارای عدم مزیت مطلق کوچکتری است (کالایی که دارای مزیت نسبی است) و کالایی را وارد کند، که عدم مزیت مطلق بزرگتری دارد (کالایی که دارای عدم مزیت نسبی است).

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 هردو کالا از مزیت مطلق برخوردار است. در تایلند با ۱۰ واحد منابع تولیدی، ۱ تن گندم و با ۱۳/۵ واحد منابع، ۱ تن برنج تولید می‌شود. بنابراین هرگاه این کشور ۲۰۰ واحد منابع تولیدی در

اختیار داشته باشد، می‌تواند ۲۰ تن گندم یا ۱۵ تن برنج تولید کند. در کشور کره جنوبی هم شرایط بدین‌گونه است؛ که برای تولید هر تن گندم ۴۰ واحد منابع و برای هر تن برنج ۲۰ واحد منابع باید به‌کار برده شود. اگر فرض کنیم این کشور هم ۲۰۰ واحد منابع تولید در اختیار دارد، می‌تواند با به‌کارگیری آن به ۵ تن گندم یا ۱۰ تن برنج دست یابد. اکنون تصوّر کنید، این دو کشور، تمایلی برای انجام مبادله با یکدیگر نداشته و قصد دارند از هر دو کالا تولید کنند. در راستای این هدف، نیمی از منابع خود را صرف تولید گندم و نیمی دیگر را به تولید برنج اختصاص می‌دهند. در این حالت، تایلند می‌تواند به ۱۰ تن گندم و ۷/۵ تن برنج؛ یعنی جمعاً به ۱۷/۵ تن از دو محصول دست یابد و کشور کره جنوبی هم می‌تواند موفق به تولید ۲/۵ تن گندم و ۵ تن برنج، یعنی جمعاً به 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 این است که تایلند در زمینه تولید گندم نسبت به کره مزیت نسبی دارد؛ یعنی این‌که توان تولیدش در گندم ۴ برابر کره جنوبی است؛ اما در تولید برنج فقط ۱/۵ برابر. پس می‌توان گفت که تایلند به‌صورت مقایسه‌ای یا نسبی در تولید گندم، کارآمدتر از تولید برنج است و اگر همه منابع خود را در تولید گندم به‌کار گیرد و آن‌گاه بخشی از محصول خود را با کره جنوبی مبادله نماید، منافع بیشتری به‌دست می‌آورد. همچنین اگر کره هم در تولید برنج تمرکز نماید و بخشی از تولیدش را با تایلند مبادله کند، به منابع بیشتری دست می‌یابد.

نظریه هزینه نسبی ریکاردو تا حدودی علت تحقق تجارت را توضیح می‌دهد اما دلیلی برای اینکه چرا نسبت‌های هزینه نسبی برای کشورهای مختلف متفاوت است ندارد. این سؤال را هکشر و اوهلین [۵] جواب دادند:

این نظریه بر تفاوت بین کشورها در برخورداری از عوامل تولید و تفاوت بین کالاها در میزان استفاده از این عوامل تولید تأکید دارد و با توجه به فروض بالا بیان می‌نماید که هر کشوری کالایی را صادر می‌کند که در تولید آن نیاز به عوامل نسبتاً ارزان و فراوان دارد و متقابلاً کالایی را وارد می‌کند که در تولید آن نیاز به استفاده از عوامل نسبتاً کمیاب و گران است؛

لذا فراوانی نسبی عوامل به صورت قیمت‌های عوامل داخلی نشان داده می‌شود و در تعیین مزیت نسبی یک کشور در تولید یک کالا وفور نسبی عوامل تولید نقش دارد.

همچنین نظریه در تعیین قیمت عوامل، بخش عرضه را بر تقاضا ترجیح می‌دهد، در صورتی که اگر بخش تقاضا در تعیین قیمت عوامل در نظر گرفته شود این امکان وجود دارد که کشور دارای نیروی کار بیشتر به صادرات کالاهای سرمایه‌بر بپردازد.

این تئوری همچنین مطرح می‌کند که تجارت باعث حذف یا کاهش اختلاف در قیمت عوامل تولید میان کشورها می‌شود، البته این نظریه تا زمانی که ما با برگشت‌پذیری بازدهی عوامل تولید روبه‌رو هستیم صادق می‌باشد و همچنین می‌توان نشان داد که تجارت ممکن است بر هزینه‌های کاهنده نیز استوار باشد.

این نظریه یک نتیجه‌گیری مهم اضافه می‌کند که تحت شرایط شدیداً محدود کننده، تجارت موجب خواهد شد که اختلاف مطلق در قیمت عوامل تولید همه کشورهای که قبل از تجارت مشاهده می‌شود از بین برود. با این حال تحت محدودیت‌های کمتر و شرایط عادی‌تر، تجارت تفاوت قیمت مطلق عوامل تولید را که قبل از مبادله بوده کاهش می‌دهد ولی به طور کلی از بین نمی‌برد. به هر صورت نظریهٔ هکشر-اوهلین در مورد اینکه چگونه تجارت روی قیمت عوامل تولید و توزیع درآمد هر کشور اثر می‌گذارد مطالب سودمندی ارائه می‌دهد.

در ادامه نظریات تکمیلی دیگری در ارتباط با مزیت تجاری ارائه شده است. از جمله آن‌ها می‌توان مزیت رقابتی پورتر، مزیت فنی لیندرز و مزیت صرفه به مقیاس کروگمن را نام برد. همهٔ این نظریات به دنبال تخصص‌گرایی و اختصاص کالاها در کشورها توجه دارد و هستهٔ اصلی نظریات جدید نیز از نظریات قدیم به ویژه، نظریهٔ مطلق آدام اسمیت است. نقد‌هایی که در نوشتار به آن‌ها پرداخته می‌شود، تقریباً بر همهٔ نظریات فوق‌الذکر وارد است و به نظر می‌رسد که همهٔ این نظریات در یک جهت حرکت می‌کنند. در ادامهٔ مقاله حاضر، این نقدها به ترتیب اهمیت ارائه و تحلیل خواهد شد.

ج) اقتصادسیاسی و نظریه آدام اسمیت:

آدام اسمیت نظریهٔ تجارت بین الملل خود را در شرایطی ارائه می‌دهد که فضای بحث او کاملاً اقتصادی است و فرض بر این است که روابط کشورها در حالت کاملاً دوستانه قرار دارد و کشورها فقط به دنبال کسب سود اقتصادی و حداکثر رفاه اقتصادی هستند. لذا براساس

این فضا به این نتیجه می‌رسد که برای افزایش رفاه کل جهان بهتر است که تجارت بین الملل بین کشورها صورت گیرد. نایستی کشورها موانع تجاری را برای ورود و خروج کالاها و خدمات ایجاد کنند.

این در حالی است که در عمل مشاهده می‌کنیم که بسیاری از کشورهایی که پایه گذار و مروج این اندیشه در دنیا هستند، در مقام عمل موانع تجاری زیادی را در تجارت بین الملل به کار می‌بندند. مثلاً تحریم‌های اقتصادی از جمله موانع تجاری است که کشورهای غربی علیه سایر کشورها اعمال می‌کنند. در دنیایی امروز تحریم‌های اقتصادی یک مانع مهم تجاری محسوب می‌شود و قدرت‌های بزرگ، نگاه‌های اقتصادی که بر اساس نظریات تجارت بین الملل با کشورهای دیگر (که تحریم شده‌اند) تجارت می‌کنند را تنبیه می‌کنند. همچنین بارها مشاهده شده که کشورهای حامی تجارت آزاد بر روی کالاهای وارداتی خود تعرفه سنگینی اعمال می‌کنند. لذا نظریهٔ آدام اسمیت در فضای اقتصاد سیاسی نمی‌تواند بسیاری از رفتارهای تجاری بین الملل و روابط بین الملل را تبیین کند. بنابراین این نظریات مشروعیت کاربردی خود را از دست می‌دهند.

نکتهٔ دیگری که در این ارتباط وجود دارد این است برخی از کشورهای استعماری از تئوری مزیت تجاری به عنوان استراتژی فریب رقیب استفاده می‌کنند. برخی از کشورها ابتدا بر اساس "حقیقت مزیت نسبی" بقیه کشورها را از پروسهٔ تولید خارج می‌کنند و این نظریه عاملی برای ایجاد انحصار قرار می‌دهند و پس از خارج شدن بقیهٔ کشورها از تولید کالاهای استراتژیک و تبدیل شدن به عنوان یک انحصارگر با انحصار چند جانبه، قیمت را افزایش داده و رفاه مصرف‌کنندگان را کاهش می‌دهند. این در حالی است که بر اساس نظریهٔ آدام اسمیت نایستی رفاه جهانی افزایش پیدا می‌کند و در برخی از موارد از آن به عنوان ابزار و اهرم فشار در مذاکرات و جنگ‌ها استفاده می‌کنند. به نظر می‌رسد براساس فضای اقتصاد سیاسی نظریهٔ آدام اسمیت نمی‌تواند یک الگوی مناسب باشد. به ویژه در حوزهٔ کالاهای استراتژیک عمل کردن به تئوری آدام اسمیت یک اشتباه بزرگ است که امنیت و منافع ملی کشورها را به خطر می‌اندازد.

برای مثال کشور ما ایران به لحاظ اقلیمی، برای تولید و صادرات گندم یک کشور مناسبی نیست و تولید گندم در ایران نسبت به برخی از کشورهای دیگر هزینهٔ زیادی را دارد و

بر اساس نظریهٔ مزیت نسبی ایران بایستی وارد کنندهٔ گندم بشود و در مقابل نفت خام صادر کند. این مسئله باعث می شود که ایران در تأمین نان کشور به طور کامل وابسته به کشورهای دیگر شود. در صورتی که اگر تولید این کالا کمتر شود، کشور در تأمین مهمترین قوت کشور وابسته بوده و کشورهای مقابل با کوچکترین بهانه می توانند ما را به لحاظ سیاسی در موضع ضعف قرار داده و منافع اقتصادی و سیاسی خود را حداکثر کنند و حتی می توانند گندم را نه به قیمت جهانی بلکه به قیمت گزاف به ما بفروشند، لذا عمل به نظریهٔ آدام اسمیت در حوزهٔ کالاهای استراتژیک یک اشتباه بزرگ است.

نکتهٔ مهم دیگری که در عرصهٔ بین الملل بایست مورد توجه قرار گیرد، این است که در عرصهٔ بین المللی مهمترین بازیگران دولت ها هستند و دولت ها همیشه بر اساس منافع اقتصادی عمل نمی کنند و این مسئله، نظریهٔ آدام اسمیت را با چالش مواجه می سازد و وقتی دولت در اقتصاد حضور پیدا می کند ما از فضای صرف اقتصادی به فضای اقتصاد سیاسی وارد می شویم و در این فضا همیشه بازیگران به دنبال منافع اقتصادی نیستند، بلکه منافع سیاسی در بسیاری از مواقع بر منافع اقتصادی ترجیح پیدا می کند.

دولت ها بیشتر دنبال کسب قدرت بیشتر در عرصهٔ بین الملل هستند نه کسب ثروت بیشتر. برخی از دولت ها، برای رسیدن به قدرت بیشتر منافع اقتصادی را فدا می کنند. بنابراین نمی توان انتظار داشت که دولت ها به نظریه های مزیت پاییند باشند. از سوی دیگر آزاد سازی تجاری از دو منظر برای دولت مطلوب نیست. اولاً با حذف تعرفه های گمرکی دولت ها یکی از منابع مهم درآمدی خود را از دست می دهند و این امر قدرت دولت را کم می کند و از طرف دیگر آزاد سازی تجاری درجهٔ اعمال حاکمیت به ویژه حاکمیت بازرگانی را کاهش می دهد. بنابراین دولت ها فی نفسه و ماهیتاً با آزاد سازی زیاد تجاری، موافق نیستند و تا آنجا که امکان دارد سعی می کنند با آزادسازی مطلق تجاری به صورت مستقیم و یا غیر مستقیم مقابله کنند.

مطالعات تجربی که در ارتباط با نظریه های مزیت تجاری صورت گرفته شاهدهی بر این مدعا بوده و نشان می دهد که در عمل با کوچکترین تنش های سیاسی نظریهٔ آدام اسمیت کنار گذاشته می شود و این حقیقت انکار ناپذیر است. بنابراین نظریهٔ آدام اسمیت بایستی در فضای اقتصاد سیاسی مجدداً بازنویسی شود.

د) کیفیت و نظریهٔ آدام اسمیت:

یکی دیگر از انتقادهای اساسی که بر نظریه آدام اسمیت عنوان می‌شود عدم توجه به عنصر کیفیت در نظریه‌های مزیت مبادلات تجاری به ویژه در عرصهٔ بین الملل است. در بسیاری از مواقع یک کالا را می‌توان در کشور های مختلف تولید نمود. حتی قیمت تولید را می‌توان تا اندازهٔ زیادی با قیمت های دنیا یکسان نمود ولی آن چیزی که به عنوان تفاوت وجود دارد، مسئلهٔ کیفیت است و کیفیت عامل مهمی در ترجیح مصرف کننده و انتخاب او از میان کالای واحد بین مارک های مختلف است. مثلاً در مورد لوازم خانگی، بسیاری از این نوع لوازم خانگی در داخل کشور و حتی ارزان تر از قیمت جهانی تولید می‌شود ولی به لحاظ کیفیت اختلاف تولیدات داخلی با کالاهای خارجی بسیار زیاد است. بنابراین در این شرایط عاملی که باعث تجارت جهانی می‌شود فقط تفاوت در قیمت نسبی کالا نیست بلکه در دنیایی امروز که مشتری مداری اهمیت زیادی دارد، کیفیت نسبی کالاها فاکتور مهمی است در رقابت بین المللی و کسب و حفظ و حتی گسترش بازارهای جهانی یک کالای خاص.

اگر به بازار دستگاه گوشی موبایل توجه کنیم و روند بازار مارک های گوشی های موبایل را در دههٔ گذشته مرور کنیم متوجه می‌شویم آنچه که باعث شده بعضی از مارک های معروف همچنان در بازار بین المللی حضور داشته باشند کیفیت است و رقابت در کیفیت عنصر اساسی در حفظ بازار هر تولید کننده است. اگر به یاد داشته باشیم کشور ما نیز چند نوع گوشت تولید می‌کرد که نسبت به گوشی های خارجی قیمت مناسبی داشتند اما نتوانستند به لحاظ کیفی با مدل های خارجی رقابت کنند و حتی اعمال تعرفهٔ سنگین بر واردات گوشی نتوانست در ادامهٔ حیات این گوشی ها مؤثر باشد. لذا عامل کیفیت در تجارت جهانی یک فاکتور کلیدی است. آدام اسمیت و پیراوان او بیشتر مباحث آنها حول و حوش قیمت بوده و توجهی به مسئلهٔ کیفیت نداشتند. مسئلهٔ تفاوت کیفیت به وفور عوامل و ارتباط چندانی ندارد بخشی از عنصر تضمین کیفیت، ریشهٔ فرهنگی دارد. مثلاً در ژاپن اکثر کالاهایی که تولید می‌شود کیفیت گرا است و هر کالایی که در ژاپن تولید می‌شود بدون توجه به مزیت نسبی ژاپن اصولاً دارای کیفیت بالا است. پس می‌توان نتیجه گرفت که اگر کیفیت عامل تجارت باشد به اقلیم آن کشور ارتباط ندارد. بلکه روحیهٔ کیفیت گرا و آموزش

کیفیت گرامی می‌توانند در کشور های مختلف افزایش یابد و مسئله مزیت نسبی تجارت بین الملل را دچار چالشی اساسی نماید. بنابراین نظریهٔ آدام اسمیت بایستی با توجه به عنصر کیفیت مجدداً بازنویسی شود.

ه) واسطه های تجاری و نظریهٔ آدام اسمیت

یکی دیگر از مواردی که در نظریات تجارت بین الملل توجه نشده است توجه به واسطه های تجاری و تجار بین المللی است. به هر حال تاجر در ایجاد تجارت نقش اصلی را بازی می کند و اگر چه منافع مصرف کننده و تولید کننده اهمیت زیادی دارد. اما آن چیزی که منجر به تجارت می شود منافع تجار است. باید در مسئلهٔ تجارت بین الملل نقش تاجر را در نظر گرفت و انگیزه های او را در تابع تجارت وارد کرد. در تئوری های تجارت بین الملل این واسطه در نظر گرفته نمی شود.

آدام اسمیت و سایر تئوری های تجارت بین الملل به نقش واسطه های تجاری توجه نکرده اند. این عدم توجه باعث شده که تئوری های مزیت نسبی در تحلیل واقعیت های تجاری با مشکل مواجه شود و نتواند جریان های واقعی تجارت بین الملل را تبیین کنند. این نظریات به راحتی از نقش تجار در برقراری و عدم برقراری تجارت بین الملل به راحتی عبور کرده و آنها را نادیده گرفته اند. این در حالی است که تجارت بین الملل بدون وجود واسطه های تجاری غیر ممکن یا سخت است. اراده، انگیزه و توانمندی تجار در خلق و برقراری تجارت و تسهیل امری انکار ناپذیر است.

لازم به ذکر است که هر اندازه که تجار در رسیدن مصرف کننده و تولید کننده به هم مؤثر بوده و رابطهٔ تجاری را آسان می سازند به همان اندازه در ایجاد موانع تجاری، کار شکنی تجاری و افزایش قیمت و کاهش رفاه مصرف کننده های داخلی و تولید کننده های خارجی مؤثر هستند. تجار در برخی از مواقع عمداً اضافه رفاه مصرف کننده و تولید کننده را به نفع خود مصادره می کنند و عامل کاهش رفاه جهانی می شوند. بنابراین تابع رفاه تجار و بازرگانان بین المللی اهمیت زیادی دارد.

به نظر می رسد تئوری های مزیت نسبی نتوانسته این امر را در تحلیل های قیمتی خود وارد نماید. در دنیای واقعی وقتی کالایی از کشور خارجی به کشور داخلی وارد می شود که قیمت کالای خارجی به علاوه هزینه های گمرکی و حاشیه سود تاجر از قیمت داخلی کمتر

باشد. در غیر این صورت کالای مورد نظر در مبادلات بین المللی مورد تجارت قرار نمی گیرد. پس نظریات تجارت بین الملل بایستی بر اساس منافع و انگیزه های تجار بازنویسی و تحلیل گردد.

(و صادرات فرهنگی و نظریهٔ آدام اسمیت:

یکی دیگر از نقدهایی که بر نظریهٔ آدام اسمیت و پیروان او وارد می باشد، این است که برخی از کشورها اهداف غیر اقتصادی خود را از طریق صادرات کالا و خدمات پی گیری می کنند. هدف از صادرات را فقط کسب منافع اقتصادی در نظر نمی گیرند، بلکه در پس این صادرات اهداف فرهنگی و استعماری وجود دارد. با صادرات کالا و خدمات خود، فرهنگ، اندیشه و باورهای خود را صادر می نمایند. این کشورها همراه با صدور کالاها و خدمات، اهداف فرهنگی خود را دنبال می کنند. بنابراین صادرات می تواند غیر مبنای اقتصادی مبنای فرهنگی داشته باشد.

شواهد متعددی وجود دارد که کشورهای استعماری برای رسیدن به اهداف استکباری و استعماری خود از روش های اقتصادی استفاده می کنند. مثلاً صدور فیلم های سینمایی که در قالب آن ها فرهنگ و باورهای غربی به کشورهای دیگر القا می کنند. گاهی مشاهده می کنیم که قیمت سی دی خام گران تر از سی دی پر شده از فیلم های غربی در بازار عرضه می شود این امر نشان می دهد که پشت پردهٔ این صادرات قطعاً نیات سیاسی و استکباری وجود دارد و منافع اقتصادی در آن ها کمتر دیده می شود.

به نظر می رسد که آدام اسمیت و پیروان او در این زمینه عمداً و یا سهواً غفلت کردند. این در حالی است که در حال حاضر تعدادی از کشورها تجارت خود را بر این اساس قرار داده اند. البته این نوع صادرات را صادرات استراتژیک می توان در نظر گرفت که صادر کنندگان به اهداف بلند مدت سیاسی و اقتصادی توجه می کنند. در صادرات استراتژیک صادر کننده ممکن است به عنوان یک کاتالیزور عمل کند.

واردکننده ها بایستی ضمن توجه به منافع اقتصادی، به استراتژی سیاسی و اقتصادی طرف مقابل دقت کنند و تجارت آزاد آگاهانه را مدّ نظر قرار دهند. پیچیده بودن شرایط فرهنگی کنونی در دنیای امروز، انتقال مؤلفه های فرهنگی و در هم شدن مسائل اقتصادی، سیاسی و فرهنگی باعث شده تا تئوری های علوم انسانی در تحلیل مسائل روز جهان توانمندی

کمتری داشته باشند. نظریهٔ آدام اسمیت و پیروان او نیز از این قاعده مستثنی نبوده و عدم کارایی آن در توجیه و تفسیر پدیده های اقتصادی روز دیده می شود. به نظر می رسد که نظریه های تجارت بین الملل بایست براساس پدیده های فرهنگی تبیین شود.

نظریه مزیت نسبی ریکاردو: ریکاردو حدود ۴۰ سال بعد نظریهٔ مزیت نسبی را ارائه نمود که بخش مهم تجارت جهانی را شامل می شود. سئوالی که آدام اسمیت نتوانست به آن جواب بدهد این بود که آیا تجارت بین کشورهایی که در تولید تمامی کالاها دارای مزیت مطلق هستند بر قرار می باشد یا خیر؟ در سال ۱۸۱۷ دیوید ریکاردو در جواب به این پرسش قانون مزیت نسبی را مطرح کرد. این نظریه بر پایه مفروضات زیر است: ۱. دو کشور دو کالا ۲. نظریه ارزش کار ۳. نیروی کار در یک کشور کاملاً متحرک و در سطح بین المللی غیر متحرک ۴. رقابت کامل در بازار عوامل تولید و محصولات ۵. توزیع درآمد در یک کشور تحت تاثیر تجارت نیست ۶. تغییرات فنی صورت نمی گیرد ۷. هزینه تولید ثابت است ۸. هزینه حمل و نقل صفر است ۹. تجارت پایاپای وجود دارد. بر طبق نظریه ریکاردو اگر کشوری در تولید هر کالا دارای مزیت مطلق باشد هنوز هم تجارت برای هر دو کشور سودآور خواهد بود زیرا که هر کشور در تولید کالایی تخصص می یابد که هزینه نسبی تولید آن در داخل کشور پایین تر باشد و کالایی را وارد می نماید که هزینه نسبی تولید آن در داخل نسبت به کالای دیگر بالاتر باشد. ریکاردو اظهار داشت حتی اگر کشوری در تولید هر دو کالا دارای مزیت مطلق در مقایسه با کشور دیگر نباشد باز داد و ستدی که حاوی منافع متقابل است می تواند بین هر دو طرف صورت بگیرد و کشوری که دارای کارایی کمتری است باید در صدور و تولید کالایی تخصص پیدا کند که در آن مزیت مطلق کمتری ندارد. این همان کالایی است که آن کشور در تولید آن دارای مزیت نسبی است. از سوی دیگر باید کالایی را که مزیت مطلق بیشتری ندارد را وارد کند. این قانون که به قانون مزیت نسبی معروف است هنوز کماکان یکی از مشهورترین قوانین اقتصادی در تجارت بین الملل است. با مروری گذرا بر فروض نظریهٔ مزیت نسبی ریکاردو می توان مشاهده نمود که چرا این فروض مورد نقد قرار گرفته است. زمانی که دیوید ریکاردو نظریهٔ خود را مطرح نمود در اوایل قرن نوزدهم بود و در انگلستان نیروی کار مهمترین عامل تولید قلمداد می گردید که در اکثر کالاها نقش اساسی را برعهده داشت. در آن دوران اکثر کارگران مهارتهای تخصصی کمی داشتند

بنابراین فرض نیروی کار همگن فرض درستی بود. اما با گذشت زمان این فروض به مرور نقض گردید. سرمایه در کنار نیروی کار از اهمیت قابل توجهی برخوردار گردید و نیروهای کار نیز برحسب مهارت‌ها متمایز شدند. تکنولوژی با سرعت زیاد تغییر یافت، بطوری که واحدهای تولیدی با نوع تکنولوژی متفاوت از هم متمایز گردیدند. بازدهی‌های فزاینده نسبت به مقیاس مشخصه برخی از صنایع شد و سرمایه و نیروی کار هر دو از تحرک جهانی برخوردار شدند. یکی از فروض این نظریه، ارزش کار است که بیان می‌دارد ارزش یا قیمت یک کالا از طریق مقدار کاری که در تولید آن کالا صرف شده است تعیین می‌گردد که امروزه این بخش از این نظریه مورد توجه اقتصاددانان نیست.

نظریه هزینه فرصت: هابزلر با ارایه نظریه هزینه فرصت در سال ۱۹۳۶ نظریه ارزش کار ریکاردو را از بن بست خارج نمود. طبق نظریه هزینه فرصت هابزلر، هزینه تولید یک کالا عبارت است از مقدار کالای دیگری که باید از تولید آن صرفنظر کرد تا منابع کافی برای تولید یک واحد اضافی از کالای اول فراهم شود. بر این اساس کشوری که دارای هزینه فرصت کمتری در تولید یک کالا است در تولید آن کالا مزیت نسبی دارد در اینجا این فرض که نیروی کار تنها عامل تولید است یا همگنی نیروی کار وجود ندارد و هزینه یا بهای یک کالا برابر با نیروی کاری نیست که در تولید آن به کار رفته است. کشوری که در آن هزینه فرصت از دست رفته یک کالا پائین‌تر باشد دارای مزیت نسبی در تولید آن نسبت به کالاهای دیگر است. بدین ترتیب نظریه هزینه فرصت‌های از دست رفته بصورتی قابل قبول قانون مزیت نسبی را بیان می‌کند زیرا می‌پذیرد که یک سری از عوامل تولید غیر همگن معمولاً به نسبت‌های مختلف با هم ترکیب می‌شوند تا محصولات متنوعی تولید کنند. همچنین امکان افزایش هزینه فرصت‌های از دست رفته را در تولید بیشتر هر کالا قبول دارد. باین ترتیب قانون مزیت نسبی را می‌توان بر حسب هزینه فرصت‌های از دست رفته مختلف یا بر حسب اختلاف قیمت نسبی کالاها در کشورهای مختلف بیان کرد که اساس تجارت بین کشورها می‌باشد. هابزلر از جمله نخستین افرادی است که بین تجارت خارجی و توسعه اقتصادی پیوند برقرار می‌کند. منابع پویای تجارت بین‌الملل از نظر وی به شرح زیر است:

- ۱- منابع بین‌الملل ابزار مادی لازم را برای توسعه اقتصادی فراهم می‌آورد. ۲- تجارت آزاد مهمترین سیاست ضد انحصاری است. ۳- تجارت بین‌الملل وسیله انتشار اطلاعات و

تکنولوژی است. تجارت ماشین تحرک و جابجایی بین‌المللی سرمایه از کشورهای توسعه یافته به کشورهای عقب مانده است.

نظریه مزیت نسبی هکشر و اوهلین: نظریه هزینه نسبی ریکاردو تا حدودی علت تحقق تجارت را توضیح می‌دهد اما بیانی از اینکه چرا نسبت‌های هزینه نسبی برای کشورهای مختلف متفاوت است ندارد. این سؤال را هکشر و اوهلین جواب دادند و نظریه خود را بر اساس مفروضات زیر بنا کردند: ۱- دو کشور و دو کالا و دو عامل تولید وجود دارد. ۲- هر دو کشور از تکنولوژی یکسانی برخوردارند. ۳- بازده ثابت نسبت به مقیاس وجود دارد. ۴- وجود سلیقه‌های یکسان در هر دو کشور. ۵- وجود بازار رقابت کامل در بازار عوامل تولید و بازار کالاها. ۶- هزینه حمل و نقل وجود ندارد. ۷- تحرک کامل عوامل تولید در داخل و عدم تحرک در سطح بین‌المللی. ۸- قیمت کالاها برابر با هزینه نهایی آنهاست. نظریه هکشر و اوهلین بر پایه مفروضات نظریه ریکاردو است ولی دارای یک فرض متعارف است. فرض اساسی در الگوی ریکاردو این بود که توابع تولید دو کشور برای کالاهای مشابه یکسان است ولی هکشر و اوهلین توابع تولید را در تمام کشورها مشابه می‌داند. این نظریه بر تفاوت بین کشورها در برخورداری از عوامل تولید و تفاوت بین کالاها در میزان استفاده از این عوامل تولید تأکید دارد و با توجه به فروض بالا بیان می‌نماید که هر کشوری کالایی را صادر می‌کند که در تولید آن نیاز به عوامل نسبتاً ارزان و فراوان دارد و متقابلاً کالایی را وارد می‌کند که در تولید آن نیاز به استفاده از عامل نسبتاً کمیاب و گران است لذا فراوانی نسبی عوامل بصورت قیمت‌های عوامل داخلی نشان داده می‌شود و در تعیین مزیت نسبی یک کشور در تولید یک کالا وفور نسبی عوامل تولید نقش دارند. این نظریه در تعیین قیمت عوامل، بخش عرضه را بر تقاضا ترجیح می‌دهد، در صورتیکه اگر بخش تقاضا در تعیین قیمت عوامل در نظر گرفته شود این امکان وجود دارد که کشوری دارای نیروی کار بیشتر به صادرات کالاها سرمایه‌بر پردازد. این نظریه همچنین مطرح می‌کند که تجارت باعث حذف یا کاهش اختلاف در قیمت عوامل تولید میان کشورها می‌شود، البته این نظریه تا زمانی که ما با برگشت‌پذیری بازدهی عوامل تولید روبرو هستیم صادق می‌باشد و همچنین می‌توان نشان داد که تجارت ممکن است بر هزینه‌های کاهنده نیز استوار باشد.

عوامل تولیدی که در بالا به آنها اشاره شد عبارتند از نیروی کار سرمایه و زمین. هر گروه به بسیاری گروههای فرعی نیز تقسیم می‌گردد مثل نیروی کار ساده، نیمه ماهر و ماهر و کارفرمایان همینطور سرمایه نقدی و غیرنقدی زمین هم از انواع مختلف زمینهای کشاورزی، صنعتی و معدنی و غیره که باز هم آنها را می‌توان به اجزاء کوچکتر نیز تقسیم کرد. نظریه هکشر- اوهلین خود بر فروض خاصی استوار است که از آنجمله کشورها دارای سلیقه یکسانند، تکنولوژی مشابهی بکار می‌برند و بازده به مقیاس تولید ثابتی دارند ولی از نظر استعداد عوامل تولید به میزان زیادی با یکدیگر تفاوت دارند. در صورتی که سلیقه‌ها یا شرایط تقاضا مشابه باشند اختلاف در استعداد عوامل تولید منجر به تفاوت در قیمت نسبی عوامل تولید میان کشورهای می‌شود که به نوبه خود منجر به تفاوت در قیمت نسبی کالاها و تفاوت در تجارت می‌گردد. لذا در نظریه هکشر- اوهلین تفاوت بین‌المللی در شرایط عرضه به تنهایی الگوی تجارت را تعیین می‌کند و طبق این نظریه هر کشور به صدور کالایی دست خواهد زد که عوامل تولید نسبتاً ارزان و فراوانی برای تولید آن در اختیار داشته باشد و کالایی را وارد می‌کند که در تولید آن مجبور است عوامل تولید نسبتاً گران و کمیاب را بکار ببرد. این نظریه به عنوان یک نتیجه‌گیری مهم اضافه می‌کند تحت شرایط شدیداً محدود کننده، تجارت موجب خواهد شد که اختلاف مطلق در قیمت عوامل تولید همه کشورهای که قبل از تجارت مشاهده می‌شود از بین برود. با این حال تحت محدودیتهای کمتر و شرایط عادیتر، تجارت تفاوت قیمت مطلق عوامل تولید را که قبل از مبادله بوده کاهش می‌دهد ولی بطور کلی از بین نمی‌برد. به هر صورت نظریه هکشر- اوهلین در مورد اینکه چگونه تجارت روی قیمت عوامل تولید و توزیع درآمد هر کشور اثر می‌گذارد مطالب سودمندی ارائه می‌دهد که اقتصاددانان کلاسیک راجع به آن صحبت نکرده بودند.

نظریه مزیت نسبی لیندر: لیندر در سال ۱۹۶۱ نظریه فراوانی عوامل تولید را ارائه نمود. بر اساس این نظریه فراوانی عوامل تولید فقط در مورد کالاهای اولیه مصداق دارد و در مورد کالاهای صنعتی کاربردی ندارد. وی معتقد بود که یک کشور در ابتدا کالاهای خود را برای بازارهای وسیع داخلی تولید می‌کند، و این تولیدات شامل کالاهایی است که از طرف اکثر مردم تقاضا می‌شود و بعد از آن است که آن کشور تجربه لازم را برای صادرات آن کالاها به سایر کشورها حتی با وجود درآمد سرانه یکسان و نسبت یکسان سرمایه و نیروی کار بدست

می‌آورد و شروع به تجارت با آن کشورها می‌کند. این نظریه بر خلاف نظریه هکشر و اوهلین است زیرا که آنها معتقد بودند که دو کشور با مشخصات فوق دارای هزینه‌های نسبی یکسانی هستند لذا حجم تجارت بر خلاف نظریه لیندر پایین است. نظریه لیندر فقط در کشور سوئد مورد تأیید واقع شد و از نظر کاربردی ضعیف است.

آزمون تجربی لئونتیف: پیشنهاد اصلی در تئوری هکشر و اوهلین این بود که کشوری کالایی را صادر کند که عامل تولید نسبتاً فراوانش را در تولید آن کالا بکار برد و محصولی را وارد کند که عامل تولید نسبتاً کمیابش را در تولید آن محصول بکار گیرد. لئونتیف به کمک جدول داده - ستانده این نظریه را در کشور آمریکا به آزمون گذاشت و به این نتیجه رسید که کشور آمریکا که می‌بایست صادر کننده کالاهای سرمایه‌بر باشد صادر کننده کالاهای کاربر است. این نتیجه معمای لئونتیف شهرت یافت. لئونتیف علت این نتیجه‌گیری را سطح بالای آموزش نیروی کار و کارفرمایی برتر آمریکائیان می‌دانست. او اقتصاد آمریکا را نه با وفور سرمایه بلکه با وفور کار پرکیفیت (سرمایه انسانی) تعریف و مشخص نمود. البته بعدها اقتصاددانان گوناگونی از جمله پیتر کتن در صدد رفع این معما بر آمدند. علت این تناقض را بیشتر در مورد سرمایه انسانی یا نیروی کار متخصص در آمریکا می‌دانند.

مرکانتیلیست‌ها

مرکانتیلیست‌ها طرفدار کنترل شدید دولت بر تجارت بودند، آنها سعی داشتند نشان دهند که اهداف کشورها در تضاد با یکدیگر قرار دارند. مطابق نظر مرکانتیلیست‌ها، ثروت یک کشور از روی موجودی فلزات قیمتی (به ویژه طلا) آن کشور اندازه‌گیری می‌شد. بنابراین به منظور جمع‌آوری طلا، کشور می‌بایستی صادرات خود را تشویق و واردات را محدود می‌کرد که در نتیجه تولید و اشتغال ملی را بالا می‌برد. لیکن ممکن است تمامی کشورها به طور همزمان در جهت افزایش صادرات و کاهش واردات چنین سیاستی را اعمال نمایند که در آن صورت امکان مبادله بین کشورها دچار مشکل می‌گردد. بنابراین باید برخی کشورها به عنوان کشورهای پیرامون، تحت استعمار قرار می‌گرفتند تا کشورهای استعمارگر بتوانند به اهداف خود دست یابند.

نظریه مزیت مطلق

در مقابل این نظریه، اقتصاددانان کلاسیک از زمان آدام اسمیت، از تجارت آزاد به عنوان بهترین سیاست برای کشورهای جهان حمایت می‌کردند. البته استثنائاتی چون حمایت از صنایع با اهمیت از لحاظ دفاع ملی نیز وجود داشت که مشمول تجارت آزاد نمی‌شد. بر اساس نظریه اسمیت هر کشور از طریق تجارت آزاد، می‌تواند در تولید کالاهایی تخصص یابد که آنها را با کارایی بیشتری نسبت به سایر ملل تولید می‌کند (در تولید آن دارای مزیت مطلق است) و در مقابل، کالاهایی را وارد کند که آنها را با کارایی کمتری تولید می‌نماید (که در آنها، فاقد مزیت مطلق است). تخصصی که عوامل تولید در سطح بین‌الملل کسب می‌کنند، موجب افزایش تولید در جهان شده و منافع آن بین ملل طرف تجارت تقسیم می‌گردد. بنابراین وی با رد دیدگاه سوداگران، اعتقاد داشت که در تجارت آزاد مبتنی بر مزیت مطلق یک کشور به زبان دیگر ملل منتفع نمی‌شود، بلکه همه کشورها به طور همزمان نفع خواهند برد.

قابل توجه است که نظریه اسمیت نیز نتوانست تمام جوانب تجارت بین‌الملل و یا به تعبیری انجام تجارت بین کشورها را توجیه نماید. به عنوان مثال این نظریه نتوانست برای این سؤال که اگر کشوری در تولید هیچ یک از کالاها از برتری مطلق برخوردار نباشد، آیا آن کشور از جرگه تجارت بین‌المللی خارج خواهد شد یا خیر؟ پاسخ تئوریکی مناسبی ارائه دهد.

نظریه مزیت نسبی

حدود ۴۰ سال بعد از اسمیت، قانون مزیت نسبی که هنوز به صورتی غیرقابل تردید مبنای استدلال بسیاری از علمای تجارت بین‌الملل است، جهت تبیین بخش مهمی از تجارت جهان ارائه گردید. هر چند تئوری مزیت نسبی عموماً به دیوید ریکاردو نسبت داده می‌شود، اما پیش از آن می‌توان این نظریه را به طور اجمالی در کارهای رابرت تورنز مشاهده نمود، بنابراین بجاست تئوری مزیت نسبی به تورنز-ریکاردو نسبت داده شود.

تئوری مزبور، بیان می‌دارد، حتی اگر کشوری در تولید هر دو کالا دارای عدم مزیت مطلق در مقایسه با کشور دیگری باشد، باز داد و ستدی که حاوی منافع متقابل برای هر دو طرف است، می‌تواند صورت بگیرد. بدین صورت کشوری که دارای کارایی کمتر است، باید در

تولید و صدور کالایی تخصص یابد که در آن عدم مزیت مطلق کمتری دارد. به عبارت دیگر، آن کشور در آن کالا از مزیت نسبی برخوردار است. در مقابل، این کشور باید کالایی وارد نماید که در آن از عدم مزیت مطلق بیشتری برخوردار است و به عبارتی در آن کالا عدم مزیت نسبی دارد.

ریکاردو استدلال خویش را بر فرضیه‌هایی ساده کننده مبتنی کرده است که یکی از آن فرضیه‌ها، نظریه ارزش کار است. این نظریه بیان می‌دارد که ارزش (قیمت) یک کالا با مقدار کاری که در تولید آن کالا مصرف شده برابر است.

نظریه ارزش کار، خود بر سه فرض اصلی استوار است که عبارتند از:

- ۱- نیروی کار تنها عامل تولید است که دستمزد دریافت می‌کند؛
- ۲- تمام نیروی کار همگن بوده و دستمزد یکسانی دریافت می‌دارند؛
- ۳- ساعت کار مورد نیاز برای تولید هر واحد کالا با گسترش میزان تولید، کاهش یا افزایش نمی‌یابد.

امروزه، با عنایت به پیشرفت علوم و استفاده از عوامل تولید مختلف که تمام آنها ناهمگن و نامتجانس می‌باشند، فرضیه‌های مزبور دیگر قابل طرح نیستند. البته تئوری مزیت نسبی، هنوز به قوت خود باقی است، زیرا می‌تواند بر اساس نظریه هزینه فرصت‌های از دست رفته توضیح داده شود.

نظریه فرصت‌های از دست رفته

هابرلر اقتصاددانی است که در سال ۱۹۶ ارزش کار ریکاردو را از بن‌بست خارج نمود و نظریه مزیت نسبی خود را بر پایه نظریه هزینه فرصت تشریح نمود. طبق نظریه هزینه فرصت هابرلر، هزینه تولید یک کالا عبارت است از مقداری کالای دیگری که باید از تولید آن صرفنظر کرد تا منابع کافی برای تولید یک واحد اضافی از کالای اول فراهم شود. بر این اساس کشوری که دارای هزینه فرصت کمتری در تولید یک کالا است در تولید آن کالا مزیت نسبی دارد. در اینجا این فرض که نیروی کار تنها عامل تولید است یا نیروی کار همگن است وجود ندارد. هابرلر از جمله نخستین افرادی است که بین تجارت خارجی و توسعه اقتصادی پیوند برقرار می‌کند منابع پویای تجارت بین‌الملل از نظر هابرلر به شرح زیر است:

- منابع بین‌الملل ابزار مادی لازم را برای توسعه اقتصادی فراهم می‌آورد.
- تجارت آزاد مهمترین سیاست ضد انحصاری است.
- تجارت بین‌الملل وسیله انتشار اطلاعات و تکنولوژی است.
- تجارت، ماشین تحرک و جابجایی بین‌المللی سرمایه از کشورها توسعه یافته به کشورهای عقب مانده است.

با توجه به مطالب بالا روشن است که هابزبر طرفدار تجارت آزاد بوده و آن را وسیله‌ای مهم در دستیابی به توسعه اقتصادی می‌داند.

مدل هکشر-اوهلین

هکشر و اوهلین در توضیح دلایل تفاوت میان قیمت نسبی کالاها در دو کشور، نظریه مکملی را ارائه می‌کنند که در آن دلیل این اختلاف را تفاوت در استعدادهای عوامل تولید، تکنولوژی و یا ذائقه مردم کشورها بیان می‌دارند. هکشر-اوهلین برخلاف مدل ریکاردو که صرفاً بر جانب عرضه تأکید دارد؛ دو سوی بازار یعنی عرضه و تقاضا را مورد توجه قرار می‌دهد. به گونه‌ای که اختلاف در استعدادهای عوامل تولید یا تکنولوژی، به اختلاف در امکانات تولید و عرضه یک کشور منجر می‌شود و اختلاف در ذائقه و سلیقه مردم وضعیت تقاضا را مشخص نموده و در نهایت منجر به تعیین قیمت عوامل تولید و محصول می‌گردد. هر یک از تفاوت‌های مزبور به تنهایی و یا با یکدیگر، می‌توانند مبنای تجارت متقابل قرار گیرند. بر طبق نظریه هکشر-اوهلین (که برخی نویسندگان با توجه به سهم پل ساموئلسون در اصلاح و گسترش آن، آن را الگوی هکشر-اوهلین-ساموئلسون نامیده‌اند) هر کشور به صدور کالایی اقدام خواهد کرد که عوامل تولید نسبتاً ارزان و فراوانی را برای تولید آن در اختیار داشته باشد و کالایی را وارد خواهد کرد که در تولید آن مجبور است عوامل تولید نسبتاً گران و کمیاب به کار برد. به عبارت دیگر شدت استفاده از عوامل تولید گران‌تر یا ارزان‌تر در تولید یک کالا، نوع کالای وارداتی و صادراتی هر کشور را تعیین کرده و با توجه به اختلاف در قیمت عوامل میان کشورها، تجارت بین آنها میسر می‌گردد.

البته آزمون تجربی الگوی هکشر-اوهلین در مطالعات صورت یافته چندان منطبق بر انتظارات نبوده است.

مطالعات مزبور را می‌توان به دو گروه عمده تقسیم نمود. گروه اول شامل مطالعاتی است که معتقد به ارتکاب اشتباهات جدی در گذر از فرمول‌بندی نظری به آزمون تجربی بوده و معتقدند که نمی‌توان نتایج قضیه هکشر- اوهلین را بر اساس آنها، رد کرد. در مقابل، گروه دوم شامل مطالعاتی است که نتیجه می‌گیرند یک یا چند فرض پایه قضیه، صادق نبوده و در نتیجه خود قضیه از درجه اعتبار ساقط است. در مجموع، بر اساس مطالعات انجام گرفته، میزان اعتبار قضیه هکشر- اوهلین را نمی‌توان به عنوان پدیده‌ای ثابت در نظر گرفت، بلکه باید این پدیده را در مورد هر کشور در طی زمان خاص بررسی نمود. به عبارت دیگر، نه تنها باید وضعیت کشور را بررسی کرد، بلکه دوره زمانی مورد بررسی نیز بایستی در نظر گرفته شود. در نتیجه هرچند نمی‌توان قضیه مزبور را با اطمینان کامل رد کرد، اما موقعیت این نظریه که زمانی بسیار مطرح بوده تا حد زیادی سست شده است.

لئونتیف

پیشنهاد اصلی در تئوری هکشر- اوهلین این بود که هر کشور کالایی را صادر می‌کند که در تولید آن نیاز به عامل نسبتاً فراوان و ارزان دارد و متقابلاً کالایی را وارد میکند که تولید آن نیاز به استفاده از عامل نسبتاً کمیاب گران دارد. لئونتیف به کمک جدول داده- ستانده این نظریه را در کشور آمریکا به آزمون گذاشت. وی بر اساس مطالعاتی که انجام داد به این نتیجه رسید که کشور آمریکا که می‌بایست صادرکننده کالاهای سرمایه‌بر باشد صادرکننده کالاهای کاربر است.

این نتایج به معمای لئونتیف شهرت یافت. لئونتیف علت این نتیجه‌گیری را سطح بالای آموزش نیروی کار و کارفرمایی برتر آمریکائیان می‌دانست. او اقتصاد آمریکا را نه با وفور سرمایه بلکه با وفور کارپر کیفیت مشخص نمود. البته بعدها اقتصاددانان گوناگونی از جمله پیترکنن در صدد رفع این معما برآمدند، آنها علت این نتایج را موارد زیر می‌دانند:

- وجود تقاضای معکوس
- فراوانی نسبی نیروی کار ماهر
- محدودیت‌های وارداتی آمریکا
- برگشت نسبت به عوامل تولید
- جدا کردن سرمایه انسانی از سرمایه مادی

به طور کلی تحلیل لئونتیف با بحث‌های وسیعی در رابطه با جنبه آماری و نظری مسأله توسط سایر اقتصاددانان ادامه یافت که با حصول به نتایجی متضاد ادامه دارند.

ساموئلسون

ساموئلسون به بررسی آثار تعرفه بر روی قیمت عوامل تولید و کالاها می‌پردازد. وی معتقد است که افزایش در قیمت نسبی کالا باعث افزایش بازده یا درآمد عملی می‌شود که در تولید آن کالا به طور نسبی بیشتر به کار رفته است. لذا بازده حقیقی عامل کمیاب تولید با وضع تعرفه افزایش می‌یابد. این نظریه در مورد کشورهای کوچک صادق است ولی فقط در مورد برخی از کشورهای بزرگ صحت دارد زیرا که کشورها بزرگ بر روی قیمت‌های جهانی تأثیر می‌گذارند.

نظریه ساموئلسون در دوره بلندمدت زمانی مطرح می‌شود که تحرک عوامل تولید در داخل یک کشور یا بین صنایع آن کشور وجود داشته باشد در صورتی که یک یا دو عامل تولید قابلیت انتقال نداشته باشد اثر تعرفه بر درآمد یک عامل تولید با آنچه این نظریه می‌گوید متفاوت است. از طرفی این نظریه برای حالتی که وضع تعرفه قیمت‌های نسبی را برای مصرف کنندگان و تولیدکنندگان کاهش می‌دهد صادق نیست. البته مزایای نظریه خود این نقیصه را جبران می‌نماید.

زمینه‌های پیدایش نظریه‌های جدید

طی چند دهه اخیر، صحنه تجارت بین‌الملل دستخوش تغییرات قابل توجهی شده است. تغییرات به وجود آمده، زمینه‌های پیدایش نظریه‌های جدید تجارت بین‌الملل را شکل داده است.

به عنوان مثال از زمان جنگ جهانی دوم به بعد، بخش بزرگ و در حال رشد تجارت جهان شامل مبادلاتی شده است که نمی‌تواند به مزیت نسبی کشورهای منتسب شود که کالاهای خاصی صادر می‌کنند، بلکه منعکس کننده مزیت‌های موقتی یا دلخواه ناشی از صرفه‌های مقیاس یا تحولات ناشی از رقابت در تکنولوژی است.

در بسیاری از موارد، کالاها بسیار مشابه در هر دو طرف تراز تجاری ظاهر می‌شود. موارد وجود تجارت گسترده دو طرفه در محصولاتی که کشورها در آن مزیت نسبی ندارند، زیاد است. در واقع، مزایای تولید در مقیاس وسیع منجر به تقسیم تصادفی نیروی کار میان

کشورها می‌شود. به نظر می‌رسد در میان نیروهایی که تخصص بین‌المللی را شکل می‌دهند تکنولوژی عامل عمده می‌باشد. در بسیاری از صنایع، مزیت نسبی نه با ویژگی‌های ملی و نه با مزایای ایستای تولید در مقیاس بزرگ، بلکه به وسیله دانش ایجاد شده توسط بنگاهها از طریق R&D و تجربه تعیین می‌گردد.

همچنین دیدگاه نسبت به سیاست تجاری در رشته اقتصاد تغییر کرده است، در دهه‌های ۱۹۷۰ و ۱۹۸۰ اقتصاددانان ایده‌های جدیدی را در زمینه تجارت بین‌الملل ارائه دادند، به گونه‌ای که بخش عمده‌ای از تجارت بین‌الملل که با نظریه‌های سنتی تجارت بین‌الملل قابل تفسیر نبود، تفسیر رضایت‌بخش و واقع‌گرایانه‌ای یافت و فروض زیربنایی نظریه‌های سنتی تجارت بین‌الملل یعنی رقابت کامل و بازدهی ثابت نسبت به مقیاس تولید، با فروض جدید یعنی رقابت ناقص "یادگیری در عمل" (مزایای ناشی از مهارت) و مزایای موقتی ناشی از نوآوری جایگزین شدند.

مورد قابل توجه دیگر ناتوانی و ضعف نظریه‌های سنتی در توضیح تجارت بین‌الملل درون صنعتی می‌باشد.

نظریه نئوکلاسیک تجارت

تجارت را به طور کامل با تفاوت‌های میان کشورها به ویژه تفاوت در موجودی نسبی عوامل تولید، توضیح می‌دهد. این توضیح، رابطه معکوسی میان تشابه کشورها و حجم تجارت میان آنها را برقرار می‌نمایند. در عمل حجم زیادی از تجارت جهان شامل تجارت میان کشورهای صنعتی است که در موجودی عوامل خود، نسبتاً شبیه به یکدیگرند. به علاوه، سهم تجارت میان کشورهای صنعتی و سهم تجارت در درآید این کشورها در بیشتر سالهای دوره پس از جنگ جهانی دوم، افزایش یافته است. الگوی تجارت آنها شامل دو جانبه در کالاهای دارای عامل مشابه است.

این الگو در واقع تجارت درون صنعتی است که نظریه نئوکلاسیک تجارت از توضیح آن ناتوان است.

در واقع، بخش بزرگی از تجارت بین‌الملل شامل تجارت درون صنعتی است. نظریه مزیت نسبی نیز نمی‌تواند "تجارت درون صنعتی" را توضیح دهد که در آن یک کشور محصولات مشابهی در همان صنعت را وارد و صادر می‌کند.

البته نظریه هکشر- اوهلین (یا نسبت‌های عوامل تولید) در تبیین تجارت میان کشورهای صنعتی و در حال توسعه کاملاً موفق است. کشورهای صنعتی، محصولات کاربر و زمین‌بر مناطق گرمسیری کشورهای توسعه نیافته را وارد می‌کنند و کالاهای سرمایه‌ای و محصولات زمین‌بر دارای اقلیم معتدل را، به آنها صادر می‌نمایند.

اما باید توجه داشت که بخش عظیم تجارت جهانی، میان کشورهای صنعتی است نه میان کشورهای صنعتی و در حال توسعه. به همین جهت نظریه هکشر- اوهلین از توضیح آن ناتوان است. البته بخشی از تجارت میان کشورهای صنعتی که به واسطه موجودی نسبی عوامل صورت می‌گیرد، توسط نظریه هکشر- اوهلین قابل توضیح است ولی بخش اعم تجارت میان کشورهای صنعتی توسط موجودی متفاوت عوامل تولید، قابل تبیین نیست.

قابل ذکر است که نظریه‌های موسوم تجارت بین‌الملل در توضیح تجارت درون بنگاهی نیز ناتوان هستند چرا که درک جریان تجارت بین‌الملل در حال حاضر منوط به شناخت فرآیند جهانی تولید است، همچنین کارگزاران فرآیند جهانی تولید نیز شرکت‌های چند ملیتی هستند و تجارت درون بنگاه تجارت میان واحدهای مختلف یک شرکت چندملیتی است. این نوع تجارت حاصل مکانیزم نسبی یا تفاوت در موجودی عوامل تولید میان کشورها نیست، بلکه جغرافیای تولید تعیین‌کننده معاملات کالا و خدمات در سطح بین‌الملل است.

در این شرایط بازار جهانی به صورت انحصار چندجانبه و رقابت انحصاری است.

منشأ دیگر پیدایش نظریه‌های جدید را می‌توان پارادوکس لئونتیف دانست. در سال ۱۹۵۳ میلادی لئونتیف در تحلیل خود از آماره داده- ستانده ایالات متحده دریافت ایالات متحده که یک کشور غنی از نظر سرمایه است، محصولات کاربر صادر می‌کند این نتیجه برخلاف انتظار وی بود که بر اساس نظریه هکشر- اوهلین باید بدان دست می‌یافت.

بنا به این دلیل ناتوانی نظریه‌های موسوم در تبیین جریان‌های تجاری، از دهه ۱۹۶۰ به بعد نظریه‌ها و فرضیه‌های جدید پدید آمدند و هر یک به طریقی جریان تجارت را توضیح می‌دهند. در اینجا پنج رهیافت جدید به اختصار مطرح می‌گردد.

نظریه مزیت رقابتی

این نظریه که به سبب تلاش‌های وسیع پورتر با نام وی عجین شده است، به واقع دارای سابقه ای طولانی بوده و آغاز مطالعات در این زمینه به زمان پیدایش مکتب هاروارد در

اواخر دهه ۱۹۵۰ بازمی‌گردد. این نظریه در برخی از منابع اقتصاد صنعتی به عنوان نظریه توسعه صنعتی ذکر شده و در برخی منابع تجارت بین الملل از آن به عنوان نظریه جدید یا تکمیلی تجارت بین الملل یاد شده است.

انواع مزیت های رقابتی:

به عقیده پورتر در هر کشور چهار عامل اصلی و دو عامل فرعی، محیطی را شکل می دهد که موجب افزایش یا کاهش مزیت رقابتی شرکت ها و صنایع کشور می شود.

عوامل اصلی در استراتژی رقابتی پورتر:

- شرایط عوامل تولید (برخورداری از عوامل یا منابع اولیه تولید)
- شرایط تقاضا در داخل کشور
- وجود صنایع مرتبط و پشتیبانی کننده
- استراتژی شرکت، ساختار و رقابت

عوامل در کنار هم می‌توانند موجب ایجاد مزیت رقابتی در یک کشور شوند. هر کشور می تواند با در اختیار داشتن این عوامل در رقابت های بین الملل موفق عمل نماید. با این وجود پورتر دو عامل فرعی دیگر را نیز در مدل خود لحاظ می کند.

عوامل فرعی در استراتژی رقابتی پورتر:

- دولت
- وقایع پیش بینی نشده

نمونه تحلیل پورتر:

۱. شرایط عوامل تولید (برخورداری از عوامل یا منابع اولیه تولید):

یکی از عواملی که موجب موفقیت کشور ها در بازرگانی بین الملل می شود، برخورداری از منابع اولیه لازم برای تولید است. پورتر عوامل تولید را به دو بخش تقسیم نموده:

• عوامل پایه: شامل عواملی چون منابع طبیعی، آب و هوا، موقعیت مکانی، و... که قابلیت تغییر در آنها وجود ندارد.

• عوامل پیشرفته: شامل عواملی چون زیرساخت های ارتباطی، نیروی کار ماهر، امکانات پژوهشی و دانش فنی که با سرمایه گذاری قابلیت تقویت دارند.

پورتر بر این باور است که عوامل پیشرفته، برای کسب مزیت رقابتی اهمیت زیادی دارند. این عوامل حاصل سرمایه گذاری افراد، شرکت‌ها و دولت‌ها است؛ بنابراین سرمایه گذاری دولتی در زمینه های آموزش عالی و پایه، بهبود مهارت های عمومی و سطح دانش افراد جامعه و تشویق به انجام تحقیقات پیشرفته در قلمرو آموزش عالی می تواند کیفیت عوامل پیشرفته را ارتقا دهد.

۲. شرایط تقاضا در داخل کشور:

عامل دیگر موفقیت کشورها در بازرگانی بین الملل، وضعیت تقاضای داخلی است. شرکت‌ها معمولاً بیشترین حساسیت را نسبت به نیازهای نزدیکترین مشتریان خود دارند. به همین دلیل تقاضای داخلی تاثیر چشمگیری در عملکرد بین المللی شرکت‌ها دارد. به اعتقاد پورتر تقاضای داخلی دارای دو جنبه کمی و کیفی است:

• کمیت تقاضا:

به اعتقاد پورتر در صورتیکه جمعیت یک کشور زیاد باشد، یا به عبارت بهتر تقاضا برای محصولات در بازار داخلی بالا باشد، کسب و کارها می توانند فروش بیشتر داشته و بهتر رشد کنند. در نهایت بالا بودن کمیت تقاضا موجب تسهیل ورود کسب و کار به بازرگانی بین الملل می شوند. برای مثال بازار چین یک بازار بزرگ است و کسب و کارهای چینی با انبوه تقاضا در بازار داخلی مواجه هستند. این مقدار تقاضا موجب تولید در مقیاس بالا شده و شرایط توسعه کسب و کار را فراهم می آورد.

• کیفیت تقاضا:

موضوع دیگری که مورد توجه پورتر قرار گرفت، کیفیت تقاضا است. هرچند ممکن است میزان تقاضا در کشوری مانند هند بالا باشد؛ اما آیا کیفیت تقاضا نیز در حد بالایی است؟ پورتر اعتقاد دارد در برخی از کشورها که کیفیت تقاضا بالاست، شرکت‌ها مجبور به ارائه محصولات با کیفیت هستند که این موضوع منجر به ایجاد مزیت رقابتی برای شرکت‌ها در بازارهای بین المللی می شود. برای مثال مصرف کنندگان اروپای غربی کیفیت تقاضای بالایی دارند لذا تولیدکنندگان این کشورها باید محصولات با کیفیتی را عرضه نمایند تا مورد توجه مشتریان داخلی قرار گیرد. طبیعی است محصولی که در این کشورها با کیفیت بالا تولید می‌شود، می‌تواند در سایر کشورها نیز علاقه‌مندان زیادی پیدا کند.

۳. وجود صنایع مرتبط و حمایت کننده:

سومین عنصر با اهمیت در ایجاد مزیت برای یک صنعت، وجود صنایع مرتبط و حمایت کننده‌ای است. یکی از اجزای مهم مدل کسب و کارها، شرکای تجاری آنها هستند که بر عملکرد کسب و کار تأثیر بسیار دارند. در صورتی که صنایع مرتبط و پشتیبان بتوانند کیفیت بالایی را ارائه کنند، موفقیت کسب و کارها در بازرگانی بین الملل تسهیل می شود. این صنایع می‌توانند شامل تامین کنندگان مواد اولیه یا تجهیزات، توزیع کنندگان و فروشندگان، سیستم های توزیع محصول، موسسات تحقیقاتی، سرویس های مالی مانند بانکها و بورس اوراق بهادار، سیستم های حمل و نقل، دانشگاه ها، مراکز و موسسات تحقیقاتی باشند.

۴. استراتژی شرکت، ساختار و رقابت:

چهارمین عنصر اصلی مزیت رقابتی در مدل پورتر استراتژی، ساختار و حالت رقابتی شرکت ها در داخل کشور است. شرکتی که استراتژی های توسعه ای و ساختاری متناسب با شرایط بازار دارد می تواند موفقیت های بیشتری به دست آورده و از فرصت های بیرونی استفاده بیشتری ببرد. توان کسب و کارها در استفاده از فرصت ها یکسان نیست. یکی از عوامل بسیار با اهمیت در افزایش توان شرکتها، سطح رقابت در بازار داخلی است. رقابت در بازارهای داخلی موجب افزایش توان کسب و کارها می شود. این موضوع کمک می کند تا کسب و کارهایی که در بازار داخلی رقابت پذیر شده اند، در بازارهای بین المللی نیز موفق عمل نمایند.

۵. دولت:

پورتر معتقد است علاوه بر چهار عامل اصلی یادشده، دولت نیز بر ایجاد مزیت رقابتی شرکت ها و صنعت ها موثر است. سیاست های پولی، مالی و بازرگانی و قوانین مالیاتی، قوانین مربوط به صادرات، واردات و ضد تراست، نرخ ارز، حجم پول و نرخ بهره، تورم، توافق های رسمی و غیر رسمی مقامات سیاسی، برقراری یا توسعه روابط سیاسی تجاری یا قطع روابط اقتصادی_ تجاری با سایر کشورها جمله بارزترین عوامل تاثیر گذار بر رقابت پذیری بنگاهها، صنایع و کشورها است که به طور مستقیم با دولت ها در ارتباط هستند.

۶. وقایع پیش بینی نشده:

حوادث غیر مترقبه، جنگ، تحریم های اقتصادی، شوک های نفتی، بحران های اقتصادی-سیاسی، تغییرات تکنولوژی از جمله عوامل پیش بینی نشده ای هستند که می توانند بر عملکرد کشورها در بازرگانی بین الملل تاثیر بگذارند.

راه های ورود به تجارت بین الملل

تجارت متقابل - روش های ورود به بازار بین الملل

تجارت متقابل

از دیگر روش های ورود به بازارهای بین الملل می توان تجارت متقابل را نام برد. تجارت متقابل در واقع نوعی روش پرداخت بین المللی است و نوعی از تجارت است که در آن بین خرید و فروش به نوعی ارتباط برقرار می شود. این به معنای مرتبط نمودن دو مسئولیت است، وقتی که تبادل کالا، خدمت یا فناوری مکمل یک معامله متعارف تجاری شود. این روش معاملات در سطوح بین المللی در واقع نوعی وسیله پرداخت و به عنوان جایگزینی برای تجارت بر مبنای تبادل کالاها یا خدمات در برابر پول محسوب می شود. در بعضی موارد کنترل های ارزی مانع می شود تا شرکت ها درآمدهای خود را از کشور خارج نمایند. در چنین مواردی نیز شرکت ها ممکن است مجبور گردند پول خود را برای خرید کالا، هزینه کنند و سپس آن ها را به کشورهای ثالث صادر نمایند.

مقابله با مشکل کمبود ارز خارجی: مقابله با مشکل کمبود ارز خارجی مهم ترین عامل محرک کشورها جهت انجام مبادلات پایاپای و تجارت متقابل است. کشورهای درحال توسعه و حتی تعداد زیادی از کشورهای صنعتی فاقد ارز معتبر هستند و برای خرید کالاهای موردنیاز خود، از این نوع روش تجارت استفاده می کنند.

ورود به بازارهای جهانی: برای ورود به بازارهای خارجی نیز، ممکن است نیاز به تجارت متقابل باشد. زمانی که شرکت کوکاکولا وارد بازار بلغارستان شد، نوشابه های خود را با ماشین حساب های بلغاری عوض کرد. مبادله پایاپای به شرکت کوکاکولا کمک کرد تا وارد بازار این کشور گردد.

مشارکت در بازرگانی بین المللی: کشورهای درحال توسعه وضعیت اقتصادی خود را با تجارت بهبود می بخشند. بدون تجارت متقابل اغلب آن ها نمی توانند در بازرگانی بین

المللی مشارکت کنند. به طور خلاصه علت آن که کشورهای در حال توسعه به تجارت متقابل اصرار می ورزند، علاوه بر دلایلی که گفته شد استفاده از این اهرم برای نفوذ در بازارهای کشورهای غربی است. برخی کشورهای فقیرتر در حال توسعه، بدون تجارت متقابل نمی توانند احتیاجات اولیه خود را برآورده سازند. کشورهای صنعتی هم گاهی به این دلیل به تجارت متقابل روی می آورند که به عرضه بلندمدت یک کالا مطمئن باشند. در ضمن گاهی پیشنهادات کشور درخواست کننده متضمن سود زیادی است که نمی توان آن را نادیده گرفت و بالاخره گاهی بدون پذیرفتن این قبیل پیشنهادات معامله ای انجام نمی شود.

حل مشکل عدم تعادل در تراز پرداخت های خارجی: عامل دیگر که باعث می شود دولت ها به تجارت متقابل روی آورند این است که کسری تراز پرداخت ها را کاهش و صادرات را افزایش دهند، به ویژه در صناعی که برای آن هدف رشد تعیین شده است و توسعه بعضی از بخش های اقتصادی باید به وسیله سرمایه های خارجی رشد یابد. به عبارت دیگر موج جدید تجارت متقابل در حالی که اساساً به دلیل اعمال سیاست دولت ها به وجود آمده است، انگیزه های قوی اقتصادی نیز دارد. به ویژه آن که تأمین منابع ارزی جدید برای سرمایه گذاری، دسترسی به فناوری پیشرفته و توسعه صنایع صادراتی از بهترین دستاوردهای آن است.

انواع تجارت متقابل

به طور کلی انواع تجارت متقابل از نظر وجود مبالغ مالی در قرارداد به دو دسته کلی تقسیم می گردد. در شکل زیر انواع تجارت متقابل ارائه شده است و در بخش بعدی انواع روش های تجارت متقابل توضیح داده می شود.

طرح های کلید در دست

در طرح های کلید در دست شرکت پیمانکار، همه عملیات یک پروژه صنعتی از جمله طراحی، نصب، آموزش و تربیت نیروی انسانی موردنیاز آن را برای کارفرما در کشور میزبان انجام می دهد و پس از تکمیل طرح، کلید راه اندازی و بهره برداری از آن را به کارفرما تحویل می دهد. معمولاً شرکت هایی که در طراحی، ساخت و راه اندازی طرح های صنعتی در رشته های خاص تخصص پیدا می کنند در این گونه طرح ها فعالیت می نمایند. بر پایه

این نوع قرارداد شرکت پیمانکار که در کشور صنعتی قرار دارد موافقت می نماید که همه عملیات یک پروژه صنعتی به انضمام آموزش و تربیت نیروی انسانی موردنیاز آن را برای کارفرما که در کشور میزبان حضور دارد انجام دهد. پس از تکمیل طرح، کلید راه اندازی و بهره برداری این پروژه از طرف پیمانکار به کارفرما یا شرکت طرف قرارداد تحویل داده می شود. در طرح های کلید در دست در واقع فناوری یک کالا از کشور صاحب فناوری به کشور میزبان صادر می گردد و در آن پیمانکار صادرکننده و کارفرما واردکننده فناوری می باشند. از این روش و این نوع قرارداد بیشتر در صنایع شیمیایی، دارویی، ذوب آهن، تصفیه نفت و پتروشیمی و نظایر آن ها استفاده می شود که معمولاً با فناوری تولید پیچیده و گران قیمت سر و کار دارند.

دانش فنی موردنیاز برای مونتاژ و راه اندازی تأسیسات تولیدی پیچیده و پیشرفته مانند عملیات تصفیه نفت و گاز و پردازش فولاد خود یک دارایی ارزشمند محسوب شده و قرارداد کلید در دست، روشی مناسب و عملی برای کسب درآمد از این دارایی می باشد. اهمیت و کاربرد این نوع قراردادها از هنگامی افزایش یافته که کشورهای میزبان در مقابل روش های سرمایه گذاری مستقیم خارجی مقاومت نموده و همواره ترجیح داده اند که اداره امور صنایع و تأسیسات تولیدی خود را به صورت مستقل انجام دهند. از طرف دیگر کشورهای میزبان خود فاقد چنین فناوری ها و پیشرفت هایی هستند و مجبورند آن را از کشورهای صنعتی توسعه یافته دریافت کنند. با توجه به این شرایط شرکت های دارنده یا ابداع کننده فناوری های جدید می توانند از این فرصت ها به ویژه در کشورهای کمتر توسعه یافته استفاده کنند و از راه این قراردادها درآمدهای زیادی به دست آورند. به عنوان مثال در اکثر کشورهای صادرکننده نفت، دولت ها این سیاست را در پیش گرفته اند که صنایع پالایش نفت را با کمک شرکت های خارجی ایجاد کنند اما مالکیت و اداره این تأسیسات در اختیار خود آن ها باشد. در راستای این هدف انجام سرمایه گذاری مستقیم خارجی را در بخش صنایع نفتی خود ممنوع یا محدود کرده اند و با شرکت های خارجی دارنده این فناوری وارد قراردادهای پروژه های کلید در دست شده اند.

البته از دیدگاه شرکت های انتقال دهنده فناوری این نوع قرارداد دارای چند عیب به شرح زیر است:

شرکت فروشنده فناوری پس از اتمام قرارداد از منافع طرح اجرا شده در درازمدت بهره مند نخواهد بود.

با این روش، فناوری پیشرفته در اختیار کشورهای واردکننده قرار می گیرد که در آینده رقیب شرکت فروشنده خواهند شد.

شرکت فروشنده مزیت رقابتی عمده خود را که همان دارا بودن فناوری پیچیده و پیشرفته است از دست می دهد

قرارداد فرانشیزی

فرانشیز، یک حالت خاص اعطای مجوز در خصوص اعطای حقوق دارایی های فکری و ناملموس است. طی این روش مجوز علامت و نام تجاری، فرایند تولید، طرح تولید، حق مجوز، اسرار تجاری و دانش فنی با ترکیبی خاص به شرکتی اعطا می شود. در قبال فرانشیز اعطا شده به فرانشیزگیرنده، معمولاً درصدی از فروش (متوسط ۷ درصد) به فرانشیزدهنده اعطا می گردد.

فرانشیز موفق مستلزم آن است که محصولات و یا خدمات موضوع آن دارای مشخصات متمایز و منحصر به فردی باشند. همچنین تقاضا برای محصولات مشمول فرانشیز باید کاملاً بین المللی بوده و برای مدت طولانی ادامه داشته باشد.

در بیان تفاوت های موجود میان روش اعطای مجوز تولید و قرارداد فرانشیز چند نکته وجود دارد. نخست آن که قرارداد فرانشیزی دوره زمانی معمولاً طولانی تری نسبت به روش اعطای مجوز تولید دارد. دومین تفاوت آن است که در روش فرانشیز مجوزگیرنده مکلف به استفاده از نام و علامت تجاری مجوزدهنده می باشد. سوم آن که در روش فرانشیز بیشتر اوقات حق مجوز یا فرانشیز، درصدی از سود یا درآمد شرکت گیرنده مجوز می باشد. با توجه به تفاوت سوم، گیرنده فرانشیز ملزم به رعایت شرایط، استانداردها و نکات مورد نظر مجوزدهنده بوده و در رابطه با انجام تعهدات او معمولاً سخت گیری بیشتری اعمال می گردد. تفاوت چهارم به این مسئله باز می گردد که در روش فرانشیزی، مجوزدهنده درجه ای از کنترل بر چگونگی استفاده از مجوز اعطا شده را حفظ می کند که از این نظر با اعطای مجوز تفاوت دارد و معمولاً این مجوز را در بخش خدمات به گیرنده مجوز ارائه می دهد چرا که در بخش خدمات، کنترل ثبات کیفیت را تعیین می نماید. سرانجام در روش فرانشیز معمولاً

مجوزدهنده، آموزش و تعلیم، تهیه سیستم های عملیاتی و بازاریابی یا مرتبط با فناوری را بر عهده می گیرد؛ در حالیکه در روش اعطای مجوز تولید ضرورتاً این مسئله رخ نمی دهد.

فرانشیز در مقابل لایسنس

در بخش تفاوت چهارم این نکته مهم است که در روش فرانشیز چه خدماتی از جانب فرانشیزدهنده به فرانشیزگیرنده اعطا می شود. طبقه بندی مناسبی از این خدمات به شرح زیر هستند:

تبلیغات: یکی از مزایای فرانشیز در این است که تبلیغات که هزینه سنگینی را دربردارد بر عهده ارائه دهنده است و می توان با انجام یک تبلیغ گسترده باعث جذب مشتری برای تمامی شعبه ها گردید.

برگزاری دوره های آموزشی: هر ارائه کننده حق فرانشیز، با توجه به گستردگی و توان خود اقدام به برگزاری دوره های آموزشی در سطح مختلف می کند. این دوره ها می تواند ساده همچون مشتری مداری تا پیچیده همچون مدیریت کسب و کار باشد.

مشاوره: ارائه کننده فرانشیز با گردآوری و تحلیل تجربیات در شعبه های مختلف خود اقدام به اشتراک گذاشتن تجربیات خود با سایر شعبه ها و ارائه مشاوره به آن ها می نماید. بررسی نیازهای بازار: یکی دیگر از مزایای فرانشیز این است که ارائه دهنده آن با استخدام و به کارگیری متخصصین و کنکاش، میل و کشش بازار را شناسایی می کند.

ارائه مواد اولیه: بسیاری از فرانشیزها اعضای شعب خود را مجبور به تهیه مواد اولیه از خود ارائه دهنده می کنند بدین صورت که حتی اگر یک شعبه بتواند یک یا کل مواد اولیه خود را به قیمت ارزانتر تهیه کند اجازه این کار را ندارد. این ویژگی از یک سو مدل تجاری نامناسبی برای شعبه ها می باشد زیرا حق انتخاب ندارند و از سوی دیگر مناسب است، چرا که زمان، هزینه و مشکلات تهیه مواد اولیه را به حداقل می رساند.

انواع مختلف قرارداد فرانشیزی

قراردادهای فرانشیزی بر اساس محتوی قرارداد و نوع فرایند فرانشیزشده طبقه بندی های مختلفی دارند.

بر اساس نوع فرایند فرانشیزشده، طبقه بندی سه گانه ای از قراردادهای فرانشیزی ارائه می شود. این سه طبقه بندی عبارتند از:

فرانشیز صنعتی: این فرانشیز برای تولید و ساخت محصولات مختلف صنعتی به کار برده می شود. در این روش یک تولیدکننده ی بزرگ با اعطای امتیاز و انتقال دانش فنی و فناوری به یک تولیدکننده دیگر اجازه ساخت محصولاتی مشابه محصولات خود با همان کیفیت، شکل و ... را می دهد. این دسته از فرانشیزها معمولاً به نام قراردادهای انتقال فناوری شناخته می شوند.

فرانشیز توزیعی: این فرانشیز خود به دو گروه بزرگ تقسیم می شود:

الف) فرانشیز تولیدی - توزیعی: در این روش، اعطاکننده ی امتیاز، خود تولیدکننده ی محصولاتی است که توسط توزیع کنندگان که در واقع شبکه فرانشیز وی را تشکیل می دهند، به فروش می رسد. در این روند، توزیع کنندگان معمولاً دارای مهارت ها و آشنایی های خاص با محصولات مورد نظر هستند.

ب) فرانشیز توزیعی: در این روش، اعطاکننده ی امتیاز، خود تولیدکننده ی محصولاتی نیست که گیرندگان امتیاز از وی به فروش می رسانند، بلکه محصولات مختلف را از تولیدکنندگان مختلف خریداری و در یک شبکه فرانشیز توزیع (شرکت پخش) که خود ایجاد نموده و برندی مشخص دارد، پخش می کند. کلیه ی گیرندگان امتیاز در این شبکه از روش و شیوه ی واحدی تبعیت می کنند و تحت مدیریت عالی اعطاکننده امتیاز، از استانداردها، علائم، دکوراسیون و ... یکسانی استفاده می کنند.

فرانشیز خدمات: در این روش، گیرنده امتیاز با نام یا علامت تجاری یا نماد اعطاکننده امتیاز، اقدام به ارائه فعالیت های خدماتی از قبیل هتل داری یا رستوران می کند و در این راه از روش و شکلی که اعطاکننده اصلی به کار می برد استفاده می نماید؛ برای مثال، نام، شیوه ی پخت، مواد، شکل ظروف و روش ارائه غذا در کلیه رستوران های یک شبکه فرانشیز خدماتی، مانند یکدیگر است.

مزایای قرارداد فرانشیزی

به طور کلی این روش از مزایای عمومی اعطای مجوز برخوردار است. برای دو طرف مجوزدهنده و مجوزگیرنده در قرارداد فرانشیزی، جذابیت های زیر را می توان برشمرد.

مزایایی برای مجوزدهنده فرانشیز

نسبت به اعطای مجوز تولید، کنترل بیشتری بر فرایند وجود دارد.

شرکت اصلی که معمولاً از شهرت تجاری خوبی هم برخوردار است بدون این که هزینه‌ها و مشکلات ورود به بازارهای خارجی را تقبل کند، فعالیت‌های خود را گسترش داده و درآمد قابل ملاحظه‌ای هم به دست می‌آورد.

علامت تجاری موردنظر در قرارداد ارزشمند است و گیرنده مجوز فرانسیز مایل است برای فروش محصول با آن نام پول بپردازد. در ضمن نام و هویت محصول یا دهنده مجوز حفظ می‌گردد.

هسته‌سازمانی دهنده مجوز با وجود گسترش عملیات، همچنان کوچک باقی می‌ماند و این به معنی پایین نگاه داشتن هزینه‌های ثابت است.

مزایایی برای گیرنده مجوز فرانسیز

گیرنده مجوز فرانسیزی از مزایای ناشی از ادامه یک کسب و کار تثبیت شده برخوردار می‌شود و در صنعتی فعالیت می‌کند که قبلاً ثابت شده موفق است و با استفاده از دانش محلی و کارگران بومی، سرعت بازگشت سرمایه را حداکثر می‌سازد.

شرکت گیرنده اقدام به تأسیس واحدهای تجاری - خدماتی در بازارهای موردنظر می‌نماید و می‌تواند سریع‌تر به اهداف بازرگانی خود دست یابد.

بیشتر اوقات دهنده مجوز فرانسیز، خدمات و توصیه‌های مدیریتی و بازاریابی مفیدی به گیرنده مجوز ارائه می‌دهد.

از آنجا که فرانسیزگیرندگان به عنوان صاحبان مشاغل آزاد محسوب می‌شوند و نه کارمندان شرکت مجوزدهنده، انگیزه زیادی دارند که از فرصت به دست آمده به نحو احسن استفاده کرده و در کار خود موفق گردند.

ممکن است دهنده مجوز فرانسیز، دسترسی به سرمایه را برای گیرنده مجوز فرانسیزی تسهیل نماید، مانند تضمین وام بانکی یا خریداری زمین و اجاره آن برای مجوزگیرنده. ممکن است گیرنده مجوز کمبود منابع انسانی شدیدی (به ویژه در بحث آموزش) داشته باشد که توسط مجوزدهنده جبران گردد.

معایب قرارداد فرانسیزی

در مقایسه با روش اعطای مجوز، قرارداد فرانسیزی معایب کمتری دارد. زیرا بیشتر در بخش خدمات به کار می‌رود و برخی از مشکلات و پیچیدگی‌هایی که در عملیات تولیدی بروز

می کند در این بخش وجود ندارد. مهم ترین عیب روش فرانسیزی، ضرورت هماهنگی و کنترل دقیق کیفیت خدماتی است که به وسیله شرکت گیرنده مجوز فرانسیزی در کشور مقصد ارائه می گردد. در اینجا سیستم مدیریتی بسیار قوی و کارآمدی مورد نیاز است و نظارت و کنترل مستمر بر نحوه فعالیت و کنترل خدمات شرکت گیرنده مجوز فرانسیزی، بسیار اهمیت دارد. البته انجام این کار ساده نیست زیرا بعد مسافت و فاصله جغرافیایی طرفین قرارداد در کنار ازدیاد شرکت های گیرنده مجوز فرانسیزی، اعمال کنترل دقیق و دائمی را بسیار دشوار می سازد. به علاوه استانداردهای قرارداد فرانسیزی پاسخ به نیازهای محیطی را سخت می کند. برای حل این مشکلات، شرکت های بزرگ در عرصه بازرگانی جهانی، در چندین منطقه از جهان شعبه هایی تأسیس کرده اند که هر کدام از آن ها تعدادی از واحدهای خدماتی منطقه خود را زیر پوشش نظارتی و بازرسی قرار می دهند. این شعبه ها ممکن است به صورت فعالیت مشترک و با مشارکت شرکت های میزبان ایجاد گردند یا کاملاً در مالکیت شرکت اصلی باشند. گیرندگان مجوز فرانسیزی نیز در این میان ریسک عملیات محلی را تحمل می کنند. زیرا در آمد آن ها از تفاوت بین جریان های درآمدی ناشی از عملیات و پرداخت های تعهد شده به دهنده مجوز فرانسیزی بدست می آید. مشکل بزرگ دیگر در این روش خطر تأثیر فعالیت گیرنده مجوز فرانسیزی بر علامت تجاری دهنده مجوز است. شرکت های دهنده مجوز فرانسیزی عمدتاً علامات تجاری معتبر و شناخته شده ای دارند که تضمینی برای کیفیت مشابه و یکسان محصولات شان در هر جای دنیا، با این نام و علامت تجاریست. شهرت این علامت تجاری بسیار تحت تأثیر نوع فعالیت گیرنده مجوز فرانسیزی قرار خواهد داشت.

اولین نمونه تجربی در اعطای فرانسیزی: پپسی کولا در عراق

شرکت پپسی به عنوان یکی از بزرگترین شرکت های تولیدکننده نوشیدنی و غذا در دنیا شناخته می شود. این شرکت در سال ۱۹۶۵ از طریق ادغام دو شرکت پپسی کولا و فریتو لی، ایجاد شد. در سال ۱۹۹۸ این شرکت، شرکت تراپیکانا را نیز خریداری کرد و در سال ۲۰۰۱ با شرکت کوایکر اوتس ادغام شد و در نتیجه این ادغام بیش از ۱۵ برند را در حوزه غذا و نوشیدنی به بازار جهان ارائه کرد. این شرکت صاحب محصولات متنوعی همچون

اسنک فریتولی، نوشیدنی های پپسی کولا، نوشیدنی های ورزشی گاتو رید، آبمیوه های تراپیکانا و غذاهای کوایکر می باشد.

پپسی کولا در عراق

شرکت نوشیدنی بغداد، یک تولیدکننده عراقی است که بیشتر سهام آن در اختیار اشخاص حقیقی (بالغ بر ۳۰ هزار نفر) می باشد. اعطای فرانشیز تولید شرکت پپسی کولا به شرکت عراقی که بیش از ۱۴ سال نوشیدنی تقلبی پپسی کولا را در بازار به فروش می رساند، در سال ۲۰۰۷ اتفاق افتاد. در این قرارداد شرکت عراقی اجازه پیدا کرد که برای ۵ سال حق توزیع انحصاری در بازار عراق را به دست گیرد. البته شرکت عراقی تا قبل از جنگ خلیج فارس و خروج شرکت پپسی از این کشور، سالها توزیع کننده شرکت پپسی محسوب می شد اما بعد از این تحولات سیاسی، شرکت عراقی نوشیدنی های خود را بصورت تقلبی در قوطی های پپسی که از ترکیه وارد می کرد، می فروخت.

اعطای فرانشیز توسط شرکت پپسی به شرکت بغداد با مزایایی برای هر دو طرف همراه بوده است. اول آن که شرکت پپسی از این طریق توانسته است بر فرایند تولید و فروش محصولات خود در بازار عراق نظارت کافی داشته باشد و دیگر این که ضمن حفظ استانداردهای کیفی، از وارد آمدن صدمات جبران ناپذیر بر برند خود در بازار خاورمیانه جلوگیری نماید. دوم آن که اعطای حق فرانشیز برای شرکت پپسی منافع مالی در پی داشته است به گونه ای که در ازای فروش هر نوشیدنی پپسی از جانب شرکت بغداد، مبلغی به شرکت پپسی اعطا می شود. سوم آن که این قرارداد برای شرکت پپسی حکم یک تجربه با ارزش در منطقه خاورمیانه را داشته است و این تجربه می تواند در کلیه کشورهای این منطقه رخ دهد. از سوی دیگر برای شرکت بغداد نیز این قرارداد فواید زیادی داشته است به گونه ای که بر اساس این قرارداد شرکت بغداد توانسته است بدون بیم از آن که مورد تعقیب قانونی قرار گرفته و اعتبار خود را چه در عرصه بین المللی و چه در عرصه محلی از دست دهد، به تولید نوشیدنی پپسی اقدام ورزد. از سوی دیگر هم توانسته است به فرمول های بهینه شده و به روز شرکت پپسی در تولید نوشیدنی هایی با کیفیت جهانی و هزینه مناسب دست پیدا کند و از خدمات مشاوره ای شرکت پپسی بهره مند شود.

دومین نمونه تجربی در اعطای فرانسیز: مک دانلد و شاخص های انتخاب فرانسیزگیرنده یکی از معروف ترین نمونه های فرانسیزدهی، فرانسیزهایی است که از جانب شرکت مک دانلد به فرانسیزگیرندگان در نقاط مختلف جهان اعطا می گردد. در روش فرانسیزدهی مک دانلد، فرانسیزگیرنده می تواند رستوران فعلی مک دانلد را خریداری نموده و یا رستورانی جدید با نام مک دانلد باز کند. از طرفی این امکان وجود دارد که شرکت، صاحب رستوران باقی بماند و در مدت زمان فرانسیز آن را به فرانسیزگیرنده اجاره دهد. مدت زمان فرانسیز معمولاً تا ۲۰ سال ادامه خواهد داشت و اغلب شرکت خریدار باید ۲۵ درصد از هزینه های خرید را پرداخته و مابقی آن را در ۷ سال پرداخت کند.

فرانسیز مک دونالد

شرکت مک دانلد برای اعطای حق فرانسیز معمولاً شرایطی همچون تجربه در صنایع غذایی، سابقه مالی قابل قبول، تمایل به گذراندن دوره های آموزشی مک دانلد و داشتن سرمایه در گردش کافی برای سرمایه گذاری در رستوران را برای فرانسیزگیرنده قائل می شود و الزاماتی همچون استفاده از برند، منوی غذایی، طراحی داخلی، سیستم های مدیریتی و مشارکت در رویدادهای اجتماعی، محل فعالیت رستوران را برای شرکت فرانسیزگیرنده در نظر می گیرد. یکی از مهم ترین این الزامات، دریافت آموزش های مدیریت رستوران است. این آموزش ها که گاه تا ۹ ماه زمان می برد برای فرانسیزگیرنده حاوی اطلاعاتی است که از جمله می توان به اطلاعاتی در مورد نحوه شروع به کار، بازاریابی، نظافت و بهداشت، پوشش و زبان بدن مشترک در میان کارکنان، تکنیک های پخت و هر چیز دیگری که به خدمات رسانی به مشتریان در رستوران مربوط می شود، اشاره نمود. در مراکز منطقه ای نیز آموزش ها در سطح کلان تری و در حوزه هایی همچون مدیریت بازار، توانایی های رهبری، تیم سازی، مدیریت درخواست های کارکنان، مدیریت انتظارات مشتریان و مدیریت مالی رستوران ارائه می شود.

از آنجایی که شرکت مک دانلد تحقیقات بازاریابی گسترده ای را هر ساله در نقاط مختلف جهان درباره متناسب سازی منوی غذا و خدمات خود انجام می دهد، دریافت فرانسیز از این شرکت برای فرانسیزگیرندگان ریسک کمی از نظر قبول یا رد محصول توسط مشتریان ایجاد خواهد کرد. تقسیم دقیق منابع انسانی و بازده بالای منوی غذایی باعث شده است که اکثر

شرکت هایی که از این شرکت بزرگ فرانسیز تولید دریافت می کنند، با صرفه جویی اقتصادی بالایی از همان شروع کار، رستوران خود را راه اندازی نمایند.

اتحادهای استراتژیک (توافقات قراردادی)

امروزه شرکت ها با محیط هایی مواجه هستند که درجه بالایی از پویایی، تنش و عدم قابلیت پیش بینی را دارند. در این محیط تازه زمان واکنش در برابر رویدادها شدیداً کاهش یافته است و شرکتی که در این محیط فعالیت می کند، باید آماده باشد تا ارزش های منحصر به فردی را برای مشتریان ایجاد کند و دارای مزیت رقابتی باشد. در این میان این سؤال مطرح است که چرا شرکتی که در صنعت یا بازار خود بهتر از سایرین است علاقه مند به همکاری با رقبای خود می باشد؟ برای این کار دو دلیل وجود دارد: یکی از این دلایل برخورد مناسب با چالش نفوذ و توسعه فعالیت ها در محیط های پیچیده، پرتلاطم و غیرقابل پیش بینی است؛ چرا که همکاری یکی از روش های اخذ مهارت، منابع و دانش فنی جهت مواجهه با پیچیدگی ها در انجام کسب و کار در کشورهایی است که درک فرهنگ، قوانین و شیوه فعالیت های محلی برای موفقیت شرکت ها ضروری می باشد. دلیل دوم برای همکاری، استفاده از فرصت ها برای بهره برداری های اهرمی از سرمایه می باشد. شرکتی که دسترسی محدودی به سرمایه دارد جهت گسترش فعالیت به شرکایی نیازمند است. این وضعیت در شرکت هایی که دارای بخش های متعددی هستند و منحنی عمر هر یک از محصولات آن ها در مراحل متفاوتی است، بیشتر صدق می کند.

اتحادهای استراتژیک در سطح جهانی، راهی برای همکاری شرکت ها و احتمال توسعه فعالیت های جهانی آن ها است. معمولاً این توافقات و مشارکت ها دارای ویژگی های زیر است:

این توافقات بیشتر ماهیتی قراردادی دارد.

مرز مالکیت شرکت ها در این گونه توافقات مشخص نیست.

این توافقات شامل نوعی انتقال فناوری است که در آن از ابزارهایی مانند ایجاد شعب و یا سرمایه گذاری مستقیم بهره گیری نمی شود. بنابراین جهت انتقال فناوری موفقیت آمیز نیاز به مهارت های سازمانی جدیدی است.

این توافقات دارای عمر محدودی است.

در روش اتحادهای استراتژیک، هر یک از شرکا باید علاقه مند باشد تا بخشی از قدرت کنترلی خود را از دست بدهد و ریسک بالقوه تقویت یک رقیب از کشور دیگر را بپذیرد. با وجود این نقاط ضعف، اتحادهای استراتژیک به دلایلی چند، جذاب هستند. نخست آن که هزینه زیاد توسعه یک کالا ممکن است شرکت را مجبور کند تا به مشارکت علاقه نشان دهد. دوم این که نیاز به فناوری تعداد زیادی از محصولات جدید، به معنی آن است که یک شرکت خاص ممکن است فاقد مهارت ها و دانش فنی باشد و این مهارت ها را بتواند از طریق اتحادهای استراتژیک به دست آورد. در وهله سوم این گونه توافقات ممکن است بهترین روش برای دسترسی به بازارهای ملی و منطقه ای باشد. در نهایت ورود به اتحادهای استراتژیک فرصت مهمی را برای یادگیری فراهم می کند؛ به گونه ای که برخی این نوع از توافقات را مسابقه ای برای یادگیری دانسته اند.

انتخاب یک شریک برای اتحادهای استراتژیک

کلید برقراری یک توافق قراردادی مناسب که برای طرفین راضی کننده باشد ارزیابی واقعی از نقاط قوت و ضعف شرکت در رابطه با همکاری مشترک است. همچنین ارزیابی تعهد شریک احتمالی به این همکاری و تمایلش در به اشتراک گذاشتن منابع برای مشارکت ضرورت دارد. به طور کلی توافقات قراردادی به شرکت اجازه می دهد تا از دارایی‌ها، شایستگی‌ها، قابلیت‌ها و امکاناتی استفاده کند که به طور مستقیم در دسترس خودش نیست و تنها در مقابل به اشتراک گذاشتن دارایی و امکانات خودش، قادر است از آن استفاده کند.

کارگزاران حق العمل کار صادراتی (ECA)

کارگزاران حق العمل کار برای مشتریان خارجی خود اعم از واردکننده ها و مشتریان صنعتی بزرگ در کشور خارجی، همانند یک صادرکننده عمل می کنند و سعی در یافتن محصولاتی دارند که به شکل مناسبی پاسخگوی نیاز و ترجیحات مشتریان شان باشد. این نوع از کارگزاران بصورت آشکار حکم عامل خرید مشتری خارجی و بصورت ضمنی در مقام یک عضو از کانال وارداتی واردکننده خارجی عمل می کنند؛ البته باید در نظر داشت که برای این دسته از کارگزاران منافع خریدار بر منافع تولیدکننده ارجحیت دارد.

بیشتر این کارگزاران در کشور فروشنده ساکن هستند و از مشتریان خود حق العمل دریافت می‌دارند. در برخی موارد خاص آن‌ها، کارگزاری دولتی و یا شبه دولتی هستند که برای خرید کالایی خاص از طرف دولت و یا شرکت‌های دولتی مأموریت خرید دارند؛ در نتیجه این‌گونه افراد یا به طور ثابت در کشور تولیدکننده/ تأمین‌کننده مستقر هستند و یا بر اساس نیاز به شکل مأموریت وارد کشور تولیدکننده/ تأمین‌کننده می‌شوند. خریداران مستقر در کشور تولیدکننده گروهی از این کارگزاران هستند. عامل مهم در تشخیص خریداران مستقر از دیگر انواع کارگزاران حق العمل کار صادراتی، رابطه بلندمدتی است که توسط این خریداران مستقر در کشور فروشنده شکل می‌گیرد.

از جمله مزایای این روش می‌توان به موارد زیر اشاره نمود:
خریدار شرکت به دلیل کسب اطمینان از کالاهای موردنیاز خود با بهترین قیمت ممکن، رابطه‌ای پایدار با کارگزار و شرکت تولیدی برقرار می‌کند.
از آنجا که کالا در کشور تولیدکننده خریداری می‌شود، مشکلات ارزی و اعتبار اسنادی کمتر است.

دریافت پول برای تولیدکننده سریع‌تر می‌گردد و مسائل حمل و نقل و بیمه برای رسیدن کالا به دست خریدار جزئی از تعهدات تولیدکننده نیست.
هزینه‌های بازاریابی، ترفیع و استخدام منابع انسانی در کانال توزیع برای فعالیت در بازار خارجی از دوش شرکت تولیدکننده برداشته می‌شود.
به دلیل حضور خریداران مستقر در کشور تولیدکننده/ فروشنده، این‌گونه خریداران با زبان و فرهنگ آن کشور و شرکت‌های تولیدی فعال در آن آشنا هستند و همین مسئله مشکلات موجود در مباحث فرهنگی در حوزه بازاریابی بین‌الملل را تا حد زیادی حل می‌کند.
باید خاطر نشان کرد که از معایب این کانال، کنترل کم صادرکننده بر بازاریابی محصولات خود است.

۲- دفتر گشایش اعتبار

نوع دیگر از این کارگزاران تحت عنوان دفتر گشایش اعتبار شناخته می‌شود. وظیفه اصلی این نوع از کارگزاران کمک به مشتریان برون مرزی برای دریافت محصولات موردنیاز آن‌ها از بازار کشور تولیدکننده است. در این حالت دفتر گشایش اعتبار به تناسب نامی که بر آن

نهاده شده است، به واردکنندگان (مشتریان خارجی) حداقل اعتباری را اعطا می کند که بر اساس آن خریدار خارجی می تواند با این اعتبار از کشور تولیدکننده خرید کند. در این میان دفتر گشایش اعتبار، فروشنده (صادرکننده) را مطمئن می سازد که در صورت ارسال محصول و حمل آن به سمت خریدار خارجی، پول خود را دریافت می کند. در واقع در این حالت، دفتر تأیید می کند که در صورت ارائه اسناد حمل و نقل به دفتر از جانب صادرکننده، پول محصول وی توسط او به نمایندگی از خریدار خارجی پرداخت خواهد شد. این گونه دفاتر خصوصاً در انگلستان سابقه فعالیت زیادی دارند.

دفتر گشایش اعتبار

مزیت این روش به ویژه در بازارهایی خود را نشان می دهد که امکان جابجایی اعتبار و ایجاد اعتبار اسنادی اندک باشد و یا نوسانات ارزی میان دو کشور خریدار و فروشنده بالا باشد. علاوه بر تأمین نیازهای مالی طرفین، دفتر گشایش اعتبار به اموری همچون مدیریت حمل و نقل کالا و تأمین شرایط بیمه ای نیز می پردازد و همین مسئله این روش ورود را از اعتبار اسنادی که ماهیتاً روشی برای اعتبارافزایی طرفین معامله در بازرگانی بین المللی است، مجزا می نماید.

علی رغم برخی مزایا که برای این روش بیان گردید، می توان گفت که بیشتر برای شرکت های کوچک و متوسط کاربرد دارد.

پ) صادرکنندگانی که برای خود خرید و فروش می کنند

۱- شرکت های تجاری صادراتی (ETCs)

در بسیاری از کشورها شرکت های تجاری واسطه های مسلط و غالب بر بازار هستند. قدمت این گونه از واسطه ها در ژاپن به قرن ۱۹ و در کشورهای غربی به دوران استعمار می رسد. در بسیاری از کشورهای کم توسعه نیز استفاده از این روش بسیار رایج می باشد. آن ها بر اساس تقاضا عمل می کنند، بدین ترتیب که نیازهای مشتریان خارجی را تشخیص داده و وارد عمل می گردند. این گونه شرکت ها بیشتر اوقات کالا را از تولیدکننده خریداری می کنند و از جانب خود به فروشنده خارجی می فروشند. دلیل آن که در مقایسه با روش های پیشین این گونه شرکت ها کمتر به سمت حق العمل کاری می روند این است که

بیم آن را دارند که شرکت تولیدکننده در نهایت آن ها را از بازی صادرات خارج نموده و خود بصورت مستقیم کالا را به بازارهای موجود توسط شرکت تجاری صادراتی بفرستد.

این گونه شرکت ها قدیمی ترین کانال برای فعالیت های بازرگانی بین المللی هستند. آن ها توسط دولت ها حمایت می شوند و حتی از حمایت نظامی دولت متبوع خود نیز بهره مند می گردند. نکته دیگر آن که شرکت های تجاری نقش مهمی در صادرات، واردات، سرمایه گذاری و تجارت متقابل ایفا می کنند. در بسیاری از کشورها این گونه شرکت ها در پروژه های بزرگ ملی شرکت می کنند، قراردادهای همکاری مشترک امضا می کنند و به عنوان معامله گران بزرگ وارد بازار سرمایه می شوند. در آمریکا، بر اساس قانون مصوب شرکت های تجاری صادراتی، الزامات خاصی برای ایجاد این گونه شرکت ها وجود دارد. برای شکل گیری این شرکت ها، بر اساس قانون مصوب شرکت های تجاری صادراتی در سال ۱۹۸۲، شرکت ها می توانند بدون نگرانی نسبت به آن که قوانین ضد انحصار را زیر پا گذاشته باشند در کنار یکدیگر شرکت های تجاری صادراتی را تأسیس نمایند و علاوه بر صادرات محصولات خود، محصولات دیگر شرکت های غیرعضو را نیز به خارج صادر کنند. بر اساس این قانون بانک ها نیز می توانند در تأسیس این گونه شرکت ها نقش داشته باشند. در برزیل نیز طی قانونی که برای ایجاد شرکت های تجاری صادراتی در سال ۱۹۷۲ به تصویب رسیده است، شرکت ها اجازه دارند محصولات خود را به شرکت های تجاری صادراتی بفروشند و از مزایای تشویق صادرات بهره مند شوند.

اگرچه بسیاری از مزایای این روش، در روش شرکت های مدیریت صادرات نیز وجود دارد، اما مزایای دیگری نیز وجود دارد که به شرح زیر است:

مقیاس اقتصادی که امکان برخورداری از تخفیف های قیمتی در حمل و نقل را فراهم می سازد.

امتیاز دسترسی به بازارهای سرمایه که توانایی ورود به معاملات بزرگ و پرخطر را برای شرکت فراهم می سازد.

سرمایه گذاری بالا در سیستم های اطلاعاتی، کسب دانش وسیع از بازار و تقاضامحوری این گونه شرکت ها که به شرکت های تولیدکننده کمک می کند تا محصولات خود را به تناسب نیاز بازار خارجی تغییر داده و متناسب سازی نمایند.

حجم فعالیت تجاری بالا که قدرت چانه زنی شرکت تجاری را برای قیمت گذاری در حوزه حمل و نقل و بیمه، بیشتر می کند.

ایجاد امکان تهاتر در مبادله کالاهای موردنیاز شرکت های تولیدی داخلی با خریداران خارجی.

ارائه خدمات بیشتر و افزایش اطمینان در فروش: شرکت های تجاری نسبت به شرکت های مدیریت صادرات خدمات بیشتری ارائه می دهند و همچنین خطوط کالای وسیع تری را پوشش می دهند. این گونه شرکت ها معمولاً بزرگتر و در تأمین مالی موفق ترند. از آنجا که این گونه شرکت ها قدرت مالی بالایی دارند (به دلیل حضور بانک ها به عنوان شریک استراتژیک در شرکت) نسبت به شرکت های مدیریت صادرات به ندرت وارد فرایند حق-العمل کاری می شوند و خود با خرید محصول شرکت و فروش آن، استرس کمتری را نیز بر تولیدکننده برای فروش کالاها وارد می کنند.

همه بعدنگری در فعالیت های کسب و کاری: فعالیت شرکت های تجاری صادراتی تنها به فعالیت های صادراتی و وارداتی منحصر نمی گردد. آن ها در فعالیت هایی چون تولید، توسعه منابع و بانکداری تجاری نیز وارد می شوند. شرکت هیوندای (کره) نمونه ای از شرکت تجاری است که در تولید وارد شده است و شرکت های میتسوبیشی (ژاپن) و کوبک (برزیل) به بانکداری تجاری پرداخته اند.

باید خاطر نشان کرد که ایرادات این روش نیز همچون روش شرکت های مدیریت صادرات است ولی با این تفاوت که شدت و قدرت اثرگذاری منفی این ایرادات در روش فعلی بیشتر است.

اقتصاد دیجیتال چگونه باعث رشد کشورها می شود؟

اقتصاد دیجیتال مانند تمام پدیده های نوظهور دنیا دارای پتانسیل های بالقوه ای است که می تواند باتوجه به ظرفیت های موجود در کشور به فعلیت درآید. خوشبختانه میزان نفوذ اینترنت و گوشی های هوشمند در ایران طی سالیان اخیر رشد چشمگیری داشته است و این رشد، بستری را فراهم آورده که شرکت های دانش بنیان و استارتاپ ها بتوانند در آن خدمات خود را ارائه دهند. همچنین وجود متخصصان بسیار زیاد در زمینه ی فناوری اطلاعات در کشور به پیشرفت بیش از پیش در این زمینه کمک می کند.

پتانسیل اقتصاد دیجیتال آنقدر زیاد است که کشورهایمانند هند و اندونزی با استفاده از آن توانسته‌اند خود را به رده‌ی اقتصادهای نوظهور ارتقا دهند. همچنین فناوری‌های دیجیتال فرصت مناسبی را در اختیار شرکت‌های بین‌المللی قرار داده است تا بتوانند به بازارهای جهانی دسترسی پیدا کنند و اطلاعات محصولات و خدمات خود را به‌صورت آنلاین در اختیار مشتریان قرار دهند. برای مثال ارزش تجارت کالا از طریق فروشگاه‌های آنلاین علی بابا و آمازون از سال ۲۰۱۲، سالیانه ۳۰ درصد افزایش داشته و میزان فروش‌شان در سال ۲۰۱۶ بیش از ۷۰۰ میلیون دلار بوده است. در سال ۲۰۱۶ تقریباً ۵۰ میلیون شرکت بزرگ و کوچک جهان از طریق فیسبوک برای خود کسب‌وکار ایجاد کردند که این مقدار نسبت به سال ۲۰۱۴ افزایش دو برابری را نشان می‌داد.

استفاده از خدمات دیجیتال در بخش‌های مختلف جامعه می‌تواند نقش مهمی در توسعه کشورها داشته باشد. برای مثال در حوزه سلامت، فناوری تله‌مدیسن می‌تواند خدمات پزشکی باکیفیت را به‌راحتی و با هزینه‌ی کم در اختیار کاربران این فناوری قرار دهد و به بیمارستان‌ها و مراکز پزشکی این امکان را می‌دهد که بتوانند به متخصصان به‌راحتی دسترسی داشته باشند. در برخی از کشورهای آفریقایی برنامه‌های سلامت الکترونیکی در حال اجرا است. کنیا یکی از کشورهای پیشرو در این زمینه است که در سال ۲۰۱۵ همکاری خود را با گروه مرک آغاز کرد. آن‌ها با مشارکت یکدیگر پلتفرم سلامت الکترونیکی تدوین کرده‌اند که در آن بیماران و ارائه‌دهندگان خدمات پزشکی را در نقاط دور دست از طریق انتقال اطلاعات و دانش و ویدئوکنفرانس با متخصصان در بیمارستان کنیا پیوند می‌دهد و بدین وسیله کیفیت خدمات ارائه شده در این کشور افزایش و هزینه استفاده از خدمات پزشکی بسیار کاهش یافته است.

اهمیت تجارت در توسعه

بهترین روش برای رشد نرخ تولید ناخالص داخلی بهره‌مندی از تجارت خارجی است که پیامدهای مثبتی در پی آن برای اقتصاد و توسعه یک کشور خواهد داشت. در تجارت بستر یکپارچه‌ای فراهم می‌شود تا کشورها با هم پیوستن و انجام مبادلات مختلف، دستاوردهای قابل توجهی را در زمینه اقتصادی و رفاهی کشور و مردم خود کسب نمایند.

آینده کشورها ریشه در تجارت خارجی دارد و میزان توانایی در خرید و فروش کالا یا خدمات تعیین کننده جایگاه ها هستند.

تجارت بصورت داخلی و تک بعدی معنایی ندارد، ارتباطات تجاری بسیار وسیع بوده که هر کشوری را از عقب ماندگی و درجا زدن نجات می دهد. با تجارت خارجی به راحتی می توان سرمایه های بیشتری وارد کشور نمود و با پیشرفت تکنولوژی و فناوری های مختلف همگام شد. هر کشوری ممکن است با مشکلاتی از قبیل کمبود نیروی انسانی، ضعف در تولید، عدم توانایی در بکارگیری و راه اندازی فناوری های جدید روز دنیا و نبود منابع درآمد زایی روبرو باشد. با این حال تجارت خارجی می تواند بهترین راه گریز از تنگناها باشد و پویایی و رونق را به یک سرزمین بیاورد. امروزه چین سهم زیاد بازارهای جهانی را از آن خود کرده که در زمینه های مختلف با موفقیت هرچه تمام اقدام به تجارت می نماید.

نقش تجارت خارجی در اقتصاد کشورهای در حال توسعه

کاهش هزینه های نهاد

استفاده از منابع مالی جدید

افزایش ارزش افزوده کالاهای داخلی

بهبود جایگاه جهانی نقش تجارت خارجی در کشورهای در حال توسعه بسیار پر رنگ و موثر است به طوری که چین، برزیل، هند و غیره با سرعت چشمگیری در حال رشد هستند و چه بسا در مدت زمانی کوتاهی طی دهه های آینده، جزء کشورهای توسعه یافته هم تلقی شوند. عجیب نیست اگر بدانید تولید ناخالص داخلی این کشور ها در اوایل قرن بیست و یک ۱۱۵ درصد افزایش داشته است.

همانطور که گفته شد کشورهای در حال توسعه برای بهبود جایگاه خود در تجارت خارجی در تلاش بوده، زیرا طی این فرایند به بازارها و نهاده های تولیدی جدید دست پیدا خواهند کرد. دستاوردهای این جریان منجر به تنوع در محصولات صادراتی و ایجاد سیر صعودی در منحنی امکانات تولیدی می شود. از جمله کشورهایی که توانست با کاهش تعرفه واردات کالاهای واسطه و سرمایه ای را با هزینه کمتر وارد کند هند بود. با این مدیریت هوشمندانه ۲۲۷ درصد واردات کالاهای واسطه افزایش یافت، این در حالی است که دو سوم از این میزان قبلا در توان وارداتی هند نبود.

رشد روز افزون اقتصاد جهانی و درآمد سرانه کشورهای در حال توسعه در دهه های اخیر بسیار قابل توجه است. تجارت خارجی در این زمینه سبب شده تا گستردگی منابع تامین کالا و خدمات صورت گیرد و فضای داغ رقابتی، گزینه های بیشتری را در پیش روی مصرف کنندگان قرار دهند.

نقش تجارت خارجی در اقتصاد کشورهای کمتر توسعه یافته

بهترین فرصت رهایی از فقر برای کشورهایی که کمتر توسعه یافته اند، استفاده از تجارت خارجی است. بخش خصوصی این کشورها می تواند با سرمایه گذاری های خارجی به توسعه کشور بپردازد و تحولی عظیم در اقتصاد خود ایجاد نمایند. بیشترین رشدی که کشورهای کمتر توسعه یافته در فاصله ۲۰۰۰ تا ۲۰۰۸ داشته مربوط به سرانه تولید ناخالص داخلی بوده که بخش عمده آن وابسته به سرمایه گذاری های برون مرزی است.

در نظر بگیریید از شهری کوچک به کلان شهرها سفر می کنید و در طی این سفر از مکان های مختلف، تولیدات، صنایع و سایر خدمات بازدید می کنید، آیا دیدن آن همه تنوع و امکانات ذهن شما را درگیر خواهد کرد؟ به همین ترتیب افزایش روابط بین المللی و تجارت خارجی به راحتی باعث افزایش دانش و سرمایه های یک کشور می شود. بسیاری از کسب و کارها و تجارت های بزرگ بر اساس تجارت الکترونیک مشغول به فعالیت هستند، که سهم زیادی از آن مرهون به ارتباطات برون مرزی است. تحولاتی که در عرصه اقتصادی، اجتماعی، سیاسی و سایر فعالیت های یک کشور صورت میگیرد تحت تاثیر دگرگونی های جهانی است که تجارت خارجی سهم شایسته ای در آن دارد.

به واسطه تجارت آزاد در کسب و کارهای محلی بسیاری از موانع حذف شد و بسیاری از کشورهای جنوب صحرای آفریقا در سال ۲۰۱۰ و ۲۰۱۱ توانستند اوضاع کسب و کار خود را بهبود بخشند. رقابت ها و فضای کسب و کار در تجارت خارجی بسیار داغ و پر سرعت است که در این میان موریتانی گوی سبقت را حتی از کشورهای منطقه یورو ربود و جایگاه ۲۵ جهانی را در میان ۱۹۰ کشور از آن خود کرد.

مزیت تجارت خارجی در رشد اقتصادی کشورها

علاوه بر تحولات اقتصادی وجود بازارهای برون مرزی سبب می شود تا مهارت های ارتباطی و مدیریتی یک کسب و کار هم افزایش یابد. با استفاده از تولیدات سایر کشورها سطح

کیفیت تولیدات و استانداردهای جهانی در زمینه ساخت و تولید بهبود می یابد که این امر نیروهای انسانی و خدمات یک سازمان را توانمندتر می سازد. به عنوان مثال بنگلادش و سری لانکا با افزایش روابط تجاری خود با کشورهای اروپایی توانسته اند سهم صادرات خود را افزایش دهند که این میزان نسبت به دهه اول قرن ۲۱ پیشرفت ۸۰ درصدی داشته است. ۱۰ الی ۱۵ تولید ناخالص داخلی کشورها را خریدهای دولت به خود تخصیص می دهد که تجارت خارجی با گستردگی در تامین کالا و خدمات، هزینه های خرید را کاهش داده است. بر همین اساس تجارت از دیدگاه دولت در زمینه های تجارت بین الملل برای کاهش بار مالی بسیار اهمیت دارد.

نقش تجارت خارجی در ایجاد صلح جهانی

جنگ و خونریزی در بسیاری از بخش های جهان بیداد می کند و گویا در حلقه پایان ناپذیر (بی نهایت) افتاده است. اگر کشورها به توسعه روابط و انجام مبادلات بپردازند بسیاری از اختلافات و تنش های سیاسی و اقتصادی بین المللی حل خواهد شد.

دو طرف برای حفظ منافع شخصی و مزایایی که در این ارتباط به دست می آورند، هیچگاه به ایجاد اختلاف و جنگ طلبی دامن نمی زنند.

روابط بین المللی سبب می شود ارتباطات به صورت دوستانه تقویت شود و تداوم پیدا کند و کشورهای متحد به توافق برد برد برسند.

با توسعه این روند می توان صلح جهانی را حکم فرما کرد که در آن جنگ و درگیری جایگاهی نداشته باشد.

نقش تجارت خارجی در اقتصاد کشورهای کمتر توسعه یافته

این نوع تجارت نه تنها به اشتغال زایی کمک می کند بلکه اقتصاد مولد کشور را تقویت نموده، کیفیت زندگی ها را بهبود بخشیده و سطح درآمدها را افزایش می دهد. نیروی کاری که در بخش های تولیدی با تجارت های باز مشغول به فعالیت هستند درآمدی ۳ تا ۹ برابر نیروی کار در تجارت های بسته دارند. حتی درون یک سازمان افرادی که در بخش های مرتبط با فعالیت های خارجی کار می کنند درآمدها از بخش های بسته بیش تر است.

نقش تجارت خارجی در اقتصاد کشورهای در حال توسعه

به عنوان مثال کارگران شاغل در صنایع شیلی که تجارت و سرمایه گذاری آزاد را دارند در آمدشان ۱۱۰۰ یورو بیشتر از سایر کارگران است. هرچه میزان این فعالیت ها بیشتر باشد افراد به لحاظ مالی در امنیت شغلی به سر میبرند و فرایند انجام کارهای اقتصادی با روند رو به رشدی پیش میرود.

هرچند تجارت خارجی دارای نقاط ضعف هم می باشد، اما به طور کلی امتیازات و دستاوردهایی که در آن کشورهای فعال در این حوزه حاصل می کنند بیشتر از زیان های یک تجارت آزاد است.

نقش اقتصاد دیجیتال در تجارت بین الملل

اقتصاد دیجیتال که از آن به عنوان اقتصاد اینترنتی، اقتصاد مبتنی بر شبکه، اقتصاد مبتنی بر وب و اقتصاد جدید هم نام برده می شود، به صورت ساده، اقتصادی است که قسمت اعظم آن بر پایه فناوری های دیجیتال شامل شبکه های ارتباطی، رایانه ها، نرم افزارها و سایر فناوری های اطلاعاتی است و انواع تجارت الکترونیک، بازارهای الکترونیک، دریافت و پرداخت، کارت های هوشمند و پول الکترونیک و تراکنش مالی را شامل است.

همچنین می توان اقتصاد شبکه را از نظر: حضور بازارهای الکترونیک در صحنه تجارت، ویژگی های اقتصاد شبکه، مشاغل نوین مرتبط با جستجو و تولید اطلاعات، شیوه تولید در اقتصاد شبکه و تعامل زمینه هایی که برشمردیم مورد مطالعه قرار داد.

اقتصاد دیجیتال، یک تحول انقلابی در ساختار اقتصادی جهان است که ناشی از تحول فن آوری در سرمایه داری جهانی است که فن آوری نوین اطلاعات را با فعالیت های مدیریتی و کاری به هم پیوند زده است. ظهور ارتباطات جهانی و کم خرج، طلایه عصری است که در آن فاصله، سکونت و جغرافیا بی اهمیت می شوند. البته مکان هنوز اهمیت دارد و برای مدت طولانی نیز همین طور خواهد بود؛ گرچه نظام اقتصادی جدید بیشتر در «فضای مجازی» عمل می کند تا در مکان و به مرور، حجم بیشتری از تراکنش های اقتصادی به این فضا کوچ خواهند کرد.

اگرچه در حدود سال ۲۰۰۰، بعد از آغاز شکست شرکت های اینترنتی این اصطلاحات جذابیت اولیه خود را از دست دادند. اما توسعه زیرساخت های ارتباطی در جهان سوم و فراگیری اینترنت و مبادلات مبتنی بر شبکه و تجارت نوین الکترونیکی، به گونه ای تازه به

این مباحث دامن زده است، و پیشرفت‌های صورت گرفته در فن‌آوری نوین اطلاعات قابلیت‌های جدیدی را به بازار داده است چنانچه سیاستمداران و تجار، اینترنت را مهم‌ترین مرکز بازاری پیشرفته در قرن بیست و یکم توصیف کرده‌اند.

فصل سوم

مالیه بین الملل

الف- تراز پرداخت های خارجی (۱)

اشخاص حقیقی و حقوقی یعنی افراد (تجار)، شرکت ها، مؤسسات، بانک ها و ارگان های دولتی در طول یکسال، معاملات و مبادلاتی با اشخاص حقیقی و حقوقی خارجی انجام می دهند. این معاملات و مبادلات شامل صدور و ورود کالاها و خدمات، اعطاء یا اخذ وام، انجام سرمایه گذاری و گرفتن و یا اهداء هدایای بلاعوض می باشد. برای اطلاع از اهمیت و اثر این معاملات و مبادلات بر فعالیت های اقتصادی کشور، معمولاً آن ها را تقسیم بندی و به طور منظم ثبت می کنند.

تراز پرداخت ها سندی است که در آن معاملات و مبادلات اشخاص حقیقی و حقوقی مقیم یک کشور با خارج به طور منظم برای مدت یکسال در آن ثبت می گردد. مقامات دولتی می توانند با بررسی تراز پرداختها، وضعیت اقتصادی کشور را در رابطه با فعالیت های داخلی و خارجی مورد ارزیابی و تحلیل قرار دهند.

منظور از اشخاص حقیقی و حقوقی مقیم یک کشور، اشخاصی هستند که محل اقامت آن ها در داخل کشور قرار دارد. بنابراین فعالیت دیپلمات های خارجی و کارگران خارجی که به طور موقت در یک کشور فعالیت دارند طبق این تعریف در تراز پرداخت ها در نظر گرفته نمی شود.

کشورهای عضو صندوق بین المللی پول با توجه به معیارهایی که این صندوق جهت تنظیم تراز پرداخت ها تعیین کرده است، نسبت به تهیه تراز پرداخت ها و انتشار آن اقدام می کنند.

تراز پرداخت ها معمولاً به سه حساب: جاری، سرمایه و تسویه های رسمی تقسیم می شود. هرگونه فعالیتی در تراز پرداخت ها به صورت مثبت و منفی (بستانکار یا بدهکار) ثبت می شود. صادرات کالا و خدمات (که منجر به ورود ارز می شود)، اخذ هدایا و ورود سرمایه با علامت مثبت در ستون بستانکار در تراز پرداخت ها ثبت می شوند، در حالی که واردات کالاها و خدمات (که منجر به خروج ارز خواهد شد)، اعطا هدایا به خارج و صدور ارز جهت انجام سرمایه گذاری در خارج با علامت منفی در ستون بدهکار در تراز پرداخت ها در نظر گرفته می شود.

با توجه از اطلاع چگونگی ثبت نقل و انتقالات کالاها، خدمات و سرمایه در تراز پرداخت ها اکنون می توانیم نمونه ساده‌ای از ترازهای پرداخت ها را به صورت زیر تنظیم کنیم.

البته حساب تسویه های رسمی نیز چگونگی افزایش و یا کاهش ذخایر ارزی و طلای کشور را نشان می دهد. اگر ستون بستانکار در ترازپرداخت ها بیشتر باشد، می گویند تراز پرداخت ها دارای مازاد است. در این صورت ذخایر ارزی و طلای کشور اضافه می شود. اگر ستون بدهکار در تراز پرداخت ها بیشتر باشد، گویند تراز پرداخت ها دارای کسری است. در این حالت ذخایر ارزی و طلای موجود کشور کاهش پیدا می کند.

تراز پرداخت ها

بستانکار + واردات -

الف- حساب جاری

کالاها و خدمات (مرئی و نامرئی

صادرات + واردات -

دریافت ها و پرداخت های انتقالی (۱)

دریافت ها + پرداخت ها -

ب- حساب و سرمایه

نقل و انتقالات سرمایه (کوتاه مدت و دراز مدت)

ورود سرمایه + خروج سرمایه -

دریافت ها و پرداخت های انتقالی بلاعوض هستند مثل اخذ و اهداء هدایا معمولاً کشورها، ترازپرداختها را به دو صورت تنظیم می کنند. نوع نخست تنظیم تراز پرداخت ها به طور خلاصه است و برای هر حساب فقط مانده آن حساب و یا ارقام مهم آن ذکر می شود. در حالی که نوع دوم به خلاصه فعالیت ها اکتفا نکرده و تفصیل اقلام مختلف را نیز ذکر می کند. معمولاً تراز پرداخت ها را به طور سالیانه تنظیم می کنند. فعالیت هایی که در طرف بستانکار تراز پرداخت های خارجی ثبت می شود را می توان به شرح زیر خلاصه کرد:

- ۱- صادرات کالا و خدمات
 - ۲- دریافت ها از خارج بابت حمل و نقل
 - ۳- درآمدهای اکتسابی از خارج بابت سرمایه گذاری های خارجی
 - ۴- هدایای دریافتی از خارج
 - ۵- کمک های دریافتی از خارج
 - ۶- سرمایه گذاری خارجی در داخل
- به همین ترتیب می توان فعالیت هایی که در طرف بدهکار تراز پرداخت های خارجی ثبت می شود را به صورت زیر خلاصه کرد:

- ۱- واردات کالاها و خدمات
 - ۲- مخارج مربوط به حمل و نقل
 - ۳- پرداخت ها بابت سرمایه گذاری های خارجی
 - ۴- پرداخت به عنوان هدایا
 - ۵- پرداخت به عنوان کمک
 - ۶- سرمایه گذاری در خارج
- ب- نظام بین المللی ارزی

چگونگی برقراری تجارت بین المللی و مسائل مالی ناشی از آن تحت عنوان تجارت بین-الملل و هم چنین تراز پرداخت های خارجی را در بحث های پیشین مورد بررسی قرار دادیم ولی برای اینکه مبادلات و پرداخت های بین المللی بتواند به طور منظم عمل نماید، وجود شرایط خاصی را ایجاب می کند. نظام و سیستم بین المللی ارزی، شرایط و چهارچوبی را در

سطح جهان برای تحقق مبادلات و پرداخت های جهانی به وجود می آورد. برای اطلاع از چگونگی نظام بین المللی ارزی کنونی ابتدا باید تحولات و سوابق تاریخی آن مورد بررسی قرار گیرد. توجه به چهار مرحله ی زمانی در رابطه با این امر از اهمیت خاصی برخوردار است.

۱- نظام بین المللی ارزی قبل از جنگ جهانی اول

نظام ارزی بین المللی قبل از جنگ جهانی اول دارای مشخصه نرخ ثابت ارز بود. ارزش ارز هر کشور براساس این نظام بر مبنای رابطه معینی با طلا ثابت شده بود، (مثلاً اگر هر اونس طلا مساوی ۳۵ دلار و از طرف دیگر مساوی ۱۷/۵ پوند تعیین می شد، رابطه ثابتی بین پوند و دلار نیز به وجود می آمد). کسری تراز پرداخت ها نیز می توانست از طریق صدور طلا، تعدیل شود. محدودیت های ارزی هم وجود نداشت. این امر مدت توانست نظام ارزی مطمئن و با ثباتی را به وجود آورد.

واحد ارزی کشورها در این سیستم که نظام استاندارد طلا یا پایه طلا نامیده می شود، با مقدار مشخصی طلا ارتباط داشت به عنوان مثال یک مارک آلمان مساوی ۳ گرم طلا تعیین شده بود. هرچند کشوری، مقدار طلای بیشتری در اختیار داشت، ارزش ارز آن کشور بر مبنای طلا، بیشتر و لذا کالاهای آن کشور، گران تر می گردید. در نتیجه کشوری که دارای طلای بیشتر بود به دلیل قیمت های پائین تر در خارج می توانست کالاهای بیشتری وارد نماید. با افزایش واردات ناچاراً مقداری طلا صادر می گردید و باعث کاهش سطح قیمت ها می شد. بالعکس در خارج از این کشور به دلیل افزایش مقدار طلا، سطح قیمت ها افزایش پیدا می کرد. کاهش سطح قیمت ها در داخل و افزایش آن در خارج در نهایت منجر به تعدیل سطح قیمت ها در بازار بین الملل می گردید. این سیستم تا بروز جنگ اول جهانی به خوبی عمل می کرد ولی وقوع جنگ باعث مشکلات بسیاری در نظام بین المللی ارزی گردید.

۲- نظام بین المللی ارزی بین دو جنگ اول و دوم جهانی

شرایط بین المللی بعد از جنگ اول جهانی تغییر یافته بود. آلمان که قبل از جنگ صادرکننده سرمایه بود، شدیداً بعد از جنگ به سرمایه احتیاج داشت. کشورهای فرانسه و انگلیس نیز در این زمان با کمبود سرمایه دست به گریبان بودند. آلمان غیر از احتیاج به

سرمایه برای بازسازی خرابی‌های ناشی از جنگ، باید مبالغ هنگفتی نیز بابت خسارت به کشورهای پیروز جنگ پرداخت می‌کرد. (۲) این مسائل باعث افزایش تورم در کشورهای اروپایی گردید.

برخی از اقتصاددانان در این زمان برای از بین بردن بحران‌های مالی بین‌المللی توصیه می‌کردند که کشورها مجدداً سیستم پایه طلا را برقرار کنند. المان بر این اساس در سال ۱۹۲۴ مجدداً سیستم پایه طلا را پذیرفت. انگلستان نیز در سال ۱۹۲۵ به برقراری سیستم مذکور تمایل نشان داده و با وضع قوانین و مقرراتی، سیستمی را پایه‌گذاری کرد که در آن طلا تنها پشتوانه پول داخلی نبود بلکه ارزشهای معتبر خارجی نیز می‌توانست به عنوان قسمتی از ذخایر کشور و پشتوانه پول مورد استفاده قرار گیرد. این سیستم که به نظام پایه طلا-ارز مشهور است قبل از جنگ دوم جهانی کم و بیش به صورت یک نظام بین‌المللی ارزی مورد پذیرش واقع شد. پوند انگلیس و دلار آمریکا نیز به عنوان ارزشهای معتبر جهانی تلقی می‌شدند.

سقوط قیمت سهام در بازار بورس نیویورک و بروز بحران مالی بین‌المللی در سال‌های ۱۹۲۹، پایه نظام بین‌المللی ارزی حاکم را به لرزه درآورد. بالاخره وقوع جنگ دوم جهانی در سال ۱۹۳۹ باعث فروپاشی کامل روابط اقتصادی جهانی گردید.

۳- نظام بین‌المللی ارزی بعد از جنگ دوم جهانی تا سال ۱۹۷۳ (نظام ارزی برتن وودز (۳))

ایجاد نظام نوین ارزی بین‌المللی با توجه به تحولاتی که در سیستم پولی بین‌المللی در خاتمه جنگ بین‌الملل دوم به وجود آمد، اجتناب‌ناپذیر بود. سیستم «پایه طلا» که بعد از خاتمه جنگ اول جهانی طرفدارانی پیدا کرد، جوابگوی نیازهای جوامع بعد از جنگ بین‌الملل دوم نبود. همانطوری که گفته شد سیستم «پایه طلا-ارز» در محدوده‌ی زمانی بین دو جنگ جهانی کم و بیش جایگزین نظام «پایه طلا» شده بود. در آن زمان غیر از طلا، ارزشهای معتبر جهان در برخی از کشورها پشتوانه پول داخلی شده بودند. برای اولین بار انگلستان و کشورهای مشترک‌المنافع در سال ۱۹۳۱ سیستم «پایه طلا» را رها کردند. فرانسه نیز که رهبری شش کشور دیگر را از نظر سیستم ارزی در دست داشت، در سال ۱۹۳۶ سیستم «پایه طلا» را ترک کرد. از خصائص مهم دهه ۱۹۳۰ از بین رفتن سیستم

متحدهالشکل ارزی بین المللی و ایجاد سیستم «پایه طلا- ارز» می باشد. در این دهه برقراری محدودیت های خروج ارز و رقابت در کاهش ارزش پول داخلی رواج یافت. یکی از مهمترین موافقت نامه هایی که در دهه ۱۹۳۰ بین انگلستان، فرانسه و آمریکا انعقاد یافت، موافقت نامه ای است که در آن اتخاذ سیاسی متحدهالشکل در رابطه با تبدیل نرخ ارز پیش بینی شده است. آمریکا و انگلیس بعد از جنگ بین الملل دوم به عنوان دارندگان ارزهای قوی بین المللی با ایجاد سیستم نرخ ارز ثابت و پرداخت های ارزی آزاد توافق نمودند.

صندوق بین المللی پول

مذاکرات نمایندگان ۴۴ کشور جهان در تاریخ ۱ تا ۲۲ ژوئیه ۱۹۴۵ که در خاتمه منجر به انعقاد موافقت نامه برتن وودز شد، سه کمیسیون مهم به وجود آورد. موضوع ایجاد صندوق بین المللی پول در کمیسیون اول تحت بررسی قرار گرفت. کمیسیون دوم مسئله بانک بین المللی توسعه و ترمیم و سومین کمیسیون، موضوع همکاری های مالی بین المللی را در دستور کار خود قرار دادند.

در کمیسیون اول که دو سند با اهمیت یعنی برنامه کینز (پیشنهادی نمایندگان انگلیس) و برنامه وایت (پیشنهادی نمایندگان آمریکا) را بررسی می کرد، تصمیم به ایجاد صندوق بین المللی پول گرفته شد. براین اساس نظام نوین بین المللی ارزی به وجود آمد که از سال ۱۹۴۵ تا ۱۹۷۳ عملاً اجرا می شد.

سیستم ارزی بین المللی که در کنفرانس برتن وودز توافق گردید دارای سه اصل بود: ۱- نرخ ثابت ارز ولی انعطاف پذیر ۲- قابلیت تبدیل، ۳- دلار به عنوان ارز قابل تبدیل و قابل ذخیره. در حالی که دو اصل اول و دوم مورد پذیرش اعضاء قرار گرفت، در مورد اصل سوم سکوت شد.

سیستم ارزی در آن زمان براساس رابطه بین دلار و طلا (یک دلار آمریکایی = ۰/۸۸۸۶۷۱ گرم طلا) عمل می کرد (نرخ غیرمستقیم). نسبت ثابت بین ارزها، کشورهای عضو را متعهد می کرد که نرخ ارز خود را در مقابل دلار بیش از ۱ ± درصد تغییر ندهند. حداکثر دامنه تغییر ارزهای مختلف ۴ ± درصد پیش بینی شد. تغییرات نرخ ارز کشورها، خارج از معیارهای تعیین شده فقط در صورت وجود عدم تعادل اساسی در تراز پرداخت ها امکان

پذیر بود. به این سیستم ارز به دلیل انعطاف پذیر بودن نرخ ارز در حد معینی، «سیستم ارز ثابت ولی انعطاف پذیر» نیز می گویند.

یکی دیگر از اهداف کنفرانس برتن وودز تأمین آزادی در حمل و نقل کالاها و خدمات در سطح جهانی بود. قابلیت تبدیل ارزها در نهایت به معنی ممنوعیت از برقراری محدودیت-های تجاری و ایجاد تبعیض در تجارت بین الملل بود. ولی اصل قابلیت تبدیل ارزها از دو جهت خدشه دار گردید. اول اینکه صندوق نتوانست تعریف دقیقی از کشورهای عضو ارائه دهد و ثانیاً اینکه عملاً برقراری محدودیت های ارزی امکان پذیر شد.

دلار بعد از جنگ دوم نه تنها ارز مسلط و معیار سنجش ارزش در مقابل دیگر ارزها (در رابطه با یک گرم طلای ناب) بود بلکه تبدیل به ارز قابل انتقال و قابل ذخیره نیز گردید. دلار در خاتمه جنگ قوی ترین ارز در کشورهای غربی و به عنوان وسیله پرداخت بین المللی مورد شناسایی قرار گرفته بود. از طرف دیگر چون دلار قابلیت تبدیل به طلا داشته و بانک مرکزی آمریکا هر مقدار دلار را به طلا تبدیل می کرد، به عنوان ارز قابل ذخیره نیز مورد قبول واقع گردید. چون کشورهای عضو موظف بودند که رابطه بین ارزش دلار و واحد پول داخلی خود را در محدوده ی معینی ثابت نگه دارند، از این جهت مشکلاتی در مورد نرخ تبدیل ارز و تراز پرداختهای خارجی برای آمریکا پیش نمی آمد.

صندوق بین المللی پول از زمان تأسیس تاکنون هم از نظر وظایف و هم از جهت سازمان و تشکیلات گسترش قابل توجهی یافته است. اساسنامه صندوق چند بار مورد تجدید نظر قرار گرفته و براساس توافق فیما بین بانک مرکزی کشورهای عضو تکمیل شده است.

کسری مازاد پرداخت های آمریکا که بی تأثیر بر وضعیت اقتصادی سایر کشورهای صنعتی نبود، یکی از دلایلی بود که نظام ارزی برتن وودز را دچار مخاطره کرد. تراز تجاری این کشور که در سال ۱۹۶۴ مبلغ ۸/۶ میلیارد دلار مازاد داشت، در سال ۱۹۷۱ قریب ۲/۷ میلیارد دلار و در سال ۱۹۷۲ به میزان ۶/۴ میلیارد دلار کسری نشان می داد.

در ماه دسامبر سال ۱۹۷۱ نمایندگان ده کشور صنعتی (بلژیک، کانادا، فرانسه، آلمان، ایتالیا، ژاپن، هلند، سوئد، انگلیس و آمریکا) در مؤسسه اسمیت سونین در واشنگتن دور هم جمع شده و راه های بهبود نظام ارزی بین المللی را مورد بحث قرار دادند. در خاتمه توافق شد که آمریکا نرخ برابری دلار را به جای هر اونس ۳۵ دلار به میزان هر اونس ۳۸ دلار تعیین کند.

این تغییر نرخ برابری به معنی کاهش ارزش دلار به میزان تقریبی ۸/۷۵ درصد در مقابل سایر ارزهای معتبر محسوب می شد. این توافق به موافقت نامه اسمیت سونین مشهور است. ولی به هر صورت اقدام فوق نیز که در ابتدا با خوشبینی همراه بود، نتوانست مشکلات نظام ارزی بین المللی و هم چنین تراز پرداخت های آمریکا را از بین ببرد. بدین ترتیب آمریکا مجدداً در فوریه ۱۹۷۳ اقدام به کاهش ارزش دلار به میزان ده درصد کرد و ارزش هر اونس طلا را (به جای ۳۸ دلار) ۴۲/۲۲ دلار تعیین نمود. این اقدام آمریکا باعث ایجاد بدبینی بین سایر کشورهای صنعتی شده و موجب گردید که آن ها در ماه مارس ۱۹۷۳ نظام نرخ ثابت ارز را رها کرده و نظام ارز شناور کنترل شده را به مرحله ی اجرا در آورند.

۴- نظام بین المللی ارزی از سال ۱۹۷۳ تاکنون

در سال ۱۹۷۳ رابطه برخی از ارزهای معتبر جهان با طلا حذف گردیده و در اصطلاح شناور شدند. از این پس تعیین نرخ ارز به مکانیسم بازار از طریق مقابله عرضه و تقاضا واگذار گردید که چگونگی تعیین نرخ ارز را در بخش بعدی مورد تحلیل قرار می دهیم. کشورهای عضو صندوق ارز خود را به دلار و یا به بلوک های ارزی شناور دیگر (مثل بلوک استرلینگ) وابسته کردند. به این ترتیب سیستم نرخ ارز ثابت حداقل به صورت دو فاکتور از بین رفته و سیستم پولی بین المللی برتن وودز از هم پاشیده شد.

شناور شدن ارزها و افزایش قیمت نفت در سال ۱۹۷۴ باعث شد که اصلاح سیستم پولی بین المللی بیش از هر زمان دیگر الزام آور باشد. بدین ترتیب اساسنامه صندوق بین المللی پول در تاریخ ۸ ژانویه ۱۹۷۶ در کینگستون جامائیکا با به توافق رسیدن نمایندگان آمریکا و فرانسه، اصلاح گردید. مهمترین اصلاحات و تغییرات اساسنامه صندوق را می توان به شرح ذیل خلاصه کرد:

رها کردن نرخ های ثابت ارز و آزاد گذاردن نرخ های ارز به معنی تأیید روند شناور کردن ارز بود. بر این اساس اصلاحات به عمل آمده در اساسنامه باب مذاکرات را برای دست یابی به سیستم پولی با ثبات و قابل انعطافی مفتوح نمود و برای این منظور اختیارات وسیعی نیز به صندوق داده شد.

کنار گذاردن فلز طلا به عنوان واحد شمارش، وسیله ذخیره و پرداخت نیز یکی دیگر از اصلاحات به عمل آمده در اساسنامه بود. صندوق برای این کار اقدام به فروش ۵۰ میلیون

اونس طلا گرفت که قسمتی از آن به کشورهای عضو بازگشت داده شد و قسمتی دیگر نیز به نفع کشورهای در حال توسعه به صورت قرضه عرضه گردید. ولی اقدام صندوق در جهت کاهش نقش طلا در سیستم پولی بین المللی با توجه به استفاده بانک های مرکزی از طلا و قیمت بالای آن در بازار آزاد، مؤثر واقع نشد. در آن زمان مقرر گردید که به جای طلا از حق برداشت مخصوص (که اغلب به آن طلاع کاغذی اطلاق می شود) استفاده شود حق برداشت مخصوص در سال ۱۹۷۴ به جای طلا به عنوان واحد شمارش عمل می کرد و ارزش آن نیز با سبدي از ۱۶ ارز معتبر جهان سنجیده می شد. گذشته از این در نظر بود که از حق برداشت مخصوص به عنوان وسیله ذخیره و پرداخت نیز استفاده شود.

متعاقب فروپاشی کمونیسیم در شوروی در سال ۱۹۸۹، اغلب کشورهای مستقل که از تجزیه کشور مذکور به وجود آمدند، به عضویت صندوق بین المللی پول درآمدند.

علیهذا در رابطه با تحول در نظام بین المللی پولی باید گفت که کشورهای صنعتی در سال ۱۹۷۳ عملاً سیستم ثابت نرخ ارزها را رها کرده و نظام ارز شناور را پذیرفتند. هدف از این تصمیم نیز تعدیل و اصلاح تراز پرداخت ها (در مواقع وجود کسری یا مازاد) در کشورها بود. تغییرات نرخ ارز تحت شرایط وجود سیستم ارز شناور باعث تعدیل تراز پرداخت های خارجی کشورهای مختلف با رشد و نرخ تورم گوناگون می شود. نظام ارز شناور که توسط کشورهای صنعتی مورد پذیرش قرار گرفت، نظام شناور به طور خالص نبود. بانک مرکزی کشورها از طریق خرید یا فروش ارز، نرخ ارز را کنترل می کنند تا از بروز بحران های غیرقابل پیش بینی جلوگیری به عمل آورند. برخی از کشورها نیز به طور کلی نرخ ارز خود را در مقابل یکدیگر ثابت در حالی که در مقابل سایر ارزها شناور کرده اند. این کشورها که مشتمل از کشورهای اروپایی هستند، سیستم پولی اروپایی را در سال ۱۹۷۸ با ارز واحدی به نام اکو (۵) پایه گذاری نمودند.

پ- چگونگی تعیین نرخ ارز در بازار

در این بخش می خواهیم چگونگی تعیین نرخ ارز را در بازار آزاد مورد بررسی قرار دهیم. مثلاً می خواهیم ببینیم ارزش یک دلار برحسب پوند چگونه تعیین می شود. می دانیم که نرخ ارز، قیمت ارز را نشان می دهد بنابراین می تواند با گذشت زمان تغییر کند. مثلاً اگر نرخ ارز «یک پوند = ۲ دلار» به «یک پوند = ۲/۲۵ دلار» تغییر پیدا کند، می گوئیم ارزش دلار

در مقابل پوند کاهش داشته، زیرا برای خرید یک پوند، دلار بیشتری لازم است. به عکس اگر نرخ ارز از «یک پوند = ۲ دلار» به «یک پوند = ۱/۷۵ دلار» تغییر کند، می‌گوئیم ارزش دلار در مقابل پوند افزایش (یا ارزش پوند در مقابل دلار کاهش) داشته است. نرخ ارز نیز چنانچه توسط دولت آزاد گذاشته شود (در اصطلاح شناور باشد) مانند قیمت کالا در بازار آزاد به وسیله عرضه و تقاضا تعیین می‌شود.

تقاضا برای ارز

تقاضا برای ارز خارجی به دلیل وجود تمایل برای خرید کالاها و خدمات خارجی (واردات)، سرمایه‌گذاری در خارج و پرداخت‌های انتقالی به وجود می‌آید. اگر به خاطر آورد گفتیم این موارد همگی در تراز پرداخت‌ها با علامت منفی به صورت بدهکار ثبت می‌شوند.

منحنی تقاضا برای ارز مثل منحنی تقاضا برای کالا دارای شیب نزولی می‌باشد. مثلاً تقاضا برای پوند انگلیس را از نظر آمریکائیان مور توجه قرار دهید. اگر قیمت پوند به دلار پائین باشد، در مقایسه با وقتی که قیمت پوند نسبت به دلار در سطح بالایی قرار داشته باشد، پوند بیشتری مورد تقاضا واقع می‌شود. می‌بینیم رابطه بین تقاضا برای پوند و قیمت آن (به دلار)، رابطه‌ای معکوس می‌باشد و لذا شیب منحنی تقاضا برای پوند انگلیس (از نظر آمریکائیان) دارای شیب منفی خواهد بود. منحنی تقاضای پوند بر حسب قیمت دلار در شکل ۵ به صورت خط DD رسم شده است.

اگر ارزش دلار نسبت به پوند کاهش پیدا کند، (یعنی قیمت دلاری پوند افزایش یابد)، کالاها و خدمات انگلیسی برای آمریکائی‌ها گران‌تر خواهد شد. چون با کاهش ارزش دلار، برای خرید یک پوند (که بتوان با آن کالای انگلیسی خریداری کرد) باید دلار بیشتری پرداخت شود.

مالیه بین الملل

به همین ترتیب نیز، افزایش ارزش دلار در مقابل پوند، باعث ارزان شدن کالاهای انگلیسی برای آمریکا شده و در این حالت انتظار می‌رود که واردات آمریکا از انگلیس افزایش پیدا کند. در این جا فرض کردیم که تقاضا برای پوند در آمریکا فقط بستگی به نرخ ارز دارد و سایر عوامل از قبیل تغییرات درآمد و سلیقه در آمریکا و همچنین هزینه تولید و قیمت‌ها در انگلیس را در نظر نگرفتیم.

عرضه ارز

عرضه ارز بستگی به مقدار ارزی دارد که با نرخ های مختلف ارز (اگر سایر عوامل را ثابت فرض کنیم) در بازار عرضه می شود. توجه کنید که عرضه ارز از طرف خارج که منجر به دریافت آن از طرف داخل (یا کشور مورد نظر) می شود، به عنوان اقلام بستانکار با علامت مثبت در تراز پرداخت های این کشور ثبت می شود. به عنوان مثال عرضه پوند در آمریکا بستگی به میزان تمایل انگلیسی ها برای وارد کردن کالاها و خدمات آمریکایی (همچنین تمایل انگلیسی ها به سرمایه گذاری در آمریکا) دارد.

منحنی عرضه پوند در آمریکا به صورت منحنی SS در شکل ۵ نشان داده شده است. منحنی عرضه ارز نیز شبیه منحنی عرضه کالا دارای شیب مثبت می باشد. یعنی هر چند قیمت ارز (در این مثال، پوند) بالاتر رود، ارز (پوند) بیشتری به بازار عرضه می شود. اگر ارزش دلار در مقابل پوند کاهش یابد (یا ارزش پوند در مقابل دلار افزایش یابد)، کالاهای آمریکایی در مقایسه با قبل ارزانتر شده، صادرات انگلیس از آمریکا افزایش پیدا میکند و در نتیجه پوند بیشتری به بازار عرضه می شود (انگلیسی ها پوند را عرضه می کنند تا دلار به دست آورده و با آن کالای آمریکایی خریداری کنند). به همین ترتیب افزایش ارزش دلار در مقابل پوند (یا کاهش ارزش پوند در مقابل دلار) باعث گران شدن کالاها و خدمات آمریکایی گردیده، واردات انگلیس از آمریکا کاهش یافته و لذا عرضه پوند کاهش می یابد.

به طوری که در شکل ۵ ملاحظه می کنید، منحنی های تقاضا و عرضه پوند در یک نقطه با یکدیگر تلاقی می کنند و نقطه تعادل در بازار را به وجود می آورند (نقطه E)

نرخ ارز در نقطه تعادل یک پوند = ۲ دلار

است و به ازای این نرخ، مبلغ ۳ میلیون پوند عرضه و تقاضا می شود. در این جا هم اگر تعیین نرخ ارز به عهده بازار گذاشته شد، مکانیسم قیمت ها عمل کرده و هرگونه انحرافی را از حالت تعادل اصلاح خواهد کرد.

اگر نرخ ارز: یک پوند = ۲/۵

باشد (بدین معنی که ارزش دلار در مقابل پوند کاهش یافته)، در بازار ارز، اضافه عرضه به وجود می آید و به همین ترتیب اگر نرخ ارز کمتر از نرخ تعادل مثلاً

یک پوند = $1/5$ دلار

تعیین شود، اضافه تقاضا در بازار ارز به وجود می آید. اضافه عرضه و اضافه تقاضا براساس مکانیسم قیمت ها باعث می شود که نرخ ارز به نرخ در حال تعادل یعنی:

یک پوند = ۲ دلار

تعدیل گردد.

از طرف دیگر افزایش درآمد در آمریکا می تواند موقعیت تعادل جدیدی در بازار ارز به وجود آورد. افزایش درآمد در آمریکا، باعث افزایش تمایل آمریکائیان به وارد کردن مثلاً کالای انگلیسی به ازای هر نرخ ارزی می شود که این امر نیز باعث افزایش تقاضا برای پوند خواهد شد.

این امر در شکل ۶ نشان داده شده است. به طوری که ملاحظه می شود افزایش درآمد آمریکا باعث انتقال منحنی تقاضا از DD به $D'D'$ شده است. موقعیت تعادل در بازار ارز موقعیت نقطه F ، محل تلاقی عرضه ارز SS با منحنی تقاضای جدید برای ارز $D'D'$ خواهد بود. به طور یکه در شکل ۶ می بینیم، نرخ ارز قبل از افزایش تقاضای آمریکا برای پوند مساوی یک پوند = $1/5$ دلار بود، در حالی که نرخ در حال تعادل ارز، بعد از افزایش تقاضای مساوی یک پوند = ۲ دلار گردیده است. لذا می توان گفت که افزایش تقاضا برای ارز (پوند) باعث افزایش قیمت آن شده است (ارزش دلار در مقابل پوند کاهش یافته است).

به همین ترتیب منحنی عرضه پوند در بازار می تواند تغییر کند. فرض کنیم مثلاً عرضه پوند در بازار به دلیل افزایش سطح قیمت ها در انگلیس افزایش پیدا کند. اگر سطح قیمت ها در انگلیس افزایش یابد، با ثابت بودن سطح قیمت ها در آمریکا، انگلیسی ها تمایل به وارد کردن کالاها و خدمات بیشتری از آمریکا پیدا خواهند کرد، لذا عرضه پوند برای به دست آوردن دلار (و خرید توسط آن) در بازار افزایش پیدا می کند. افزایش بنیانی عرضه باعث تغییر مکان منحنی عرضه از موقعیت SS به $S'S'$ خواهد شد (شکل ۷). در این صورت نیز موقعیت تعادل جدید، موقعیت نقطه F ، محل برخورد منحنی جدید عرضه $S'S'$ با منحنی تقاضا برای ارز DD است.

به طوری که در شکل ۷ ملاحظه می شود، نرخ ارز قبل از انتقال منحنی عرضه مساوی:

مالیه بین الملل

مالیه بین الملل

یک پوند = ۲ دلار

بود در حالی که بعد از افزایش عرضه، نرخ ارز به میزان

یک پوند = ۱/۵ دلار

کاهش پیدا می کند (ارزش دلار در مقابل پوند افزایش پیدا می کند).

قیمت ارزهای خارجی در مقابل ریال نیز در بازار آزاد ارز از طریق مکانیسم مشابهی تعیین می شود.

ت- چگونگی اعلام نرخ ارز

بالاخره آخرین موضوعی که به آن اشاره خواهد شد چگونگی اعلام نرخ ارز است. به دو روش برای اعلام نرخ ارز (قیمت ارز) وجود دارد که عبارتند از اعلام مستقیم و «اعلام غیرمستقیم».

- اعلام مستقیم نرخ ارز: در اعلام مستقیم نرخ ارز، ارزش واحد ارز خارجی بر حسب پول داخلی اعلام می شود. مثلاً در مورد رابطه ریال با مارک می توان نوشت:

ریال ۱۵۱ = یک مارک

در مورد رابطه دلار و مارک

مارک ۱/۰۶ = یک دلار

- اعلام غیر مستقیم نرخ ارز: نرخ ارز در این روش به صورت معادل ارزی واحد پول داخلی اعلام می شود. مثلاً گفته می شود:

(۱ به روی ۱۵۰) = مار ۰/۰۰۶۶ = یک ریال

یعنی یک ریال ۱ به روی ۱۵۰ یا ۰/۰۰۶۶ مارک است.

اگر بانک مرکزی آلمان بخواهد نرخ مارک در مقابل دلار را براساس روش غیرمستقیم اعلام کند مثلاً می نویسد:

دلار ۰/۵۶ = یک مارک

معمولاً بانک مرکزی ایران نرخ ارز را براساس روش مستقیم، اعلام می کند.

بازار ارز

ارز یعنی ارزش، بها، نرخ و سندهای تجاری که ارزش آن ها به پول های بیگانه معین شده باشد.

ارز (foreign exchange market) یا به اختصار (Forex) در اصطلاح به پولهای رایج خارجی اطلاق می شود. به دیگر سخن در یک کشور از پول سایر کشورها یا عنوان ارز یاد می شود. ارز یعنی پول خارجی و اضافه نمودن واژه پس از واژه ارز لزومی نداشته کافی است بگوئیم ارز و مفهوم خارجی در معنای ارز مستتر می باشد.

چون اسکناس و سکه بخشی از پول هر کشور را تشکیل می دهند، لذا ارز فقط به اسکناس و مسکوک خارجی محدود نشده و چک بانکی، حواله، چک مسافرتی، سفته، برات را هم شامل می شود.

در سیستم بانکی ایران کلیه ارزها قابل معامله نمی باشد. بر این اساس (طبق بند الف و ز ماده ۷ قانون پولی و بانکی کشور مصوب تیر ماه ۱۳۵۱) ارزها به ۲ دسته قابل تقسیم می باشد:

۱- ارز قابل معامله

۲- ارز غیر قابل معامله

ارز قابل معامله به ارزی گفته می شود که از نظر بانک مرکزی ایران، شعب ارزی بانک ها مجاز به خرید و فروش آن می باشد. به ارزهایی که در شعب ارزی بانکهای ایران قابل خرید و فروش نباشند، ارز غیر قابل معامله گفته می شود.

به پول خارجی ارز و نحوه تبدیل آن به پول خارجی دیگر معامله ارزی می گویند، لذا در معاملات ارزی دو پول دخالت دارند که به نرخ مبادله آن ها نرخ ارز گفته می شود. بر این اساس نرخ ارز تنها یک عدد می باشد.

نرخ ارز عددی است که قیمت واحد پولی کشوری را بر حسب واحدها پول کشور دیگر در زمان مشخصی نشان می دهد. به کمک نرخ ارز پول کشورها قابل تبدیل به یکدیگر می باشد. بدین ترتیب در نرخ ارز پول دو کشور مداخله می نماید. به یکی از دو پول مذکور ارز پایه (base currency) و به دیگری پول متغیر (variable or offered currency) گفته می شود.

بنابراین ارز پایه یعنی واحد پولی خارجی ثابت باقی می ماند و تغییرات نرخ ارز از طریق پول ملی متغیر نشان داده می شود.

انواع اشکال نمایش نرخ ارز :

نرخ ارز به طور کلی به صورت ۴ شکل قابل مشاهده است

۱. روش مستقیم (Direct Quotation)

در این روش اعلام نرخ ارز که بیشتر بانک ها از آن پیروی میکنند واحد ارزها ثابت و پول محلی تغییر می کند. در این روش ارزها را باید به مثابه واحد کالاها تلقی نمود که ارز مبین قیمت ها آنها می باشد. زیرا قیمت عبارت است از مقدار پولی که با یک واحد کالا یا خدمت قابل تعویض می باشد.

۲. روش غیر مستقیم (Indirect Quotation)

روش غیر مستقیم: در روش غیر مستقیم اعلام نرخ ارز که بانکهای کشورهای نظیر هندوستان و انگلستان از آن پیروی می کنند، قیمت واحد پول کشورها بر حسب پول سلیر کشورها (ارز) بیان می شود. به عبارتی روپیه هند یا پوند انگلستان پول پایه و ارز پول متغیر خواهد بود.

۳. روش دلار پایه (USD Base currency)

روش دلار پایه: این روش اعلام نرخ ارز در واقع همان روش غیر مستقیم اعلام نرخ ارز با این تفاوت که ارز پایه دلار آمریکا است.

۴. روش متقاطع (Cross Quotation)

روش متقاطع: در این روش نرخ ارز ارزش یک واحد بر حسب ارز دیگر اعلام می شود به عبارت دیگر ارز پایه ثابت نمی باشد. این روش اعلام نرخ ارز بیشتر توسط دلالان (Dealers) ارز کاربرد داشته و بدان عمل می نمایند.

اعلام نرخ ارز بوسیله بانک مرکزی ایران

به طوری که بیان شد نرخ ارز توسط بانک مذکور به روش مستقیم اعلام می شود. در حال حاضر اداره بین المللی بانک مرکزی ایران حدود ساعت ده صبح در روزهای کاری بانکی جدول نرخ ارز را منتشر می نماید.

اداره بانک مرکزی ایران نرخ مرجع ارز شانزده ارز عمده را به روش مستقیم اعلام می کند. نرخ مرجع ارز در واقع میانگین نرخ خرید و فروش ارز می باشد. بانکهای کشور مانند بانک ملی، صادرات ایران و با توجه به نرخ مرجع اقدام به تهیه و انتشار جدول نرخ ارز حاوی نرخ های خرید و فروش می نماید. تفاوت بین نرخ خرید و فروش ارز کارمزد بانک را تشکیل می دهد. این کارمزد در مورد دلار آمریکا حداقل و در مورد ارزهایی که تقاضا برای آنها کمتر است بیشتر است. در سایت بانک مرکزی www.cbi.ir نرخ ۵ ارز عمده قابل مشاهده است. دلار آمریکا، یورو یکصد ین ژاپن، پوند استرلینگ و فرانک سوئیس.

بازار ارز

بازار ارز یا به اختصار بازار فارکس بازاری است که در آن عرضه کنندگان و تقاضا کنندگان به خرید و فروش ارز میپردازند. بازار ارز را نباید در حکم مکان یا محلی تلقی کنیم بلکه آن را باید در حکم مکانیسمی دانست که خریداران و فروشندگان ارز برای انجام معامله ارزی به یکدیگر نزدیک می کند.

بازار ارز نیز همانند هر بازاری از عرضه کنندگان و تقاضا کنندگان تشکیل شده است اما از دیلرها به عنوان یک گروه یاد شده است. دیلرهای ارز اغلب در حالی عرضه کننده ارزی هستند که متقاضی همان ارز با نرخی دیگر می باشند.

عرضه کنندگان ارز عبارتند از صادر کنندگان کالاها، شرکتهای حمل و نقل دریایی، هوایی، زمینی، سفارت خانه ها و کنسولگری ها، شرکتهای خارجی، دانشجویان، تجار، توریست ها و... در مقابل تقاضا کنندگان ارز عبارتند از واردکنندگان کالا، شرکتهای حمل و نقل، بیماران، تجار، توریست ها و....

دلالتان ارز نقش مهمی در بازار ارز دارند. کار دلالتان ارز آن است که خریدار و فروشنده ارز را به هم نزدیک نماید. چون سرمایه دلالت محدود است به حساب خود وارد معامله ارزی نمی شود و فقط برای مشتریان اقدام به انجام معامله می نمایند.

وظیفه و کار اصلی بازار ارز تبدیل ارزی انتقال قدرت خرید از کشوری به کشور دیگر می باشد. به علاوه بازار ارز اعتبارات کوتاه مدت برای تامین مالی تجارت خارجی را تامین می نماید. بازار ارز امکانات لازم برای اجتناب از خطرات ارزی و تسهیل امر تجارت را در اختیار تجار می گذارد.

به طور کلی بانکها، شرکتها، نمایندگی ها، دلالتان، تجار و برخی از اشخاص مانند سوداگران بازار باز ارز را تشکیل می دهند که به وسیله تلفن، سوئیفت، تلگراف، تلکس و یا پست داتما با یکدیگر در تماس هستند بدین ترتیب بازار ارز یک بازار جهانی است و به مکان مشخصی اطلاق نمی گردد. عینیت این بازار در سیستم تجهیزات ارتباطی قابل مشاهده می باشد. وقتی که از بازار ارز بخصوص صحبت می شود مانند بازار دلار منظور کلیه مکانهایی خواهد بود که در آنجا دلار مبادله می شود. بدین ترتیب بازار لندن، پاریس، نیویورک، توکیو، دوی، تهران، شیراز، کراچی، بمبئی، مسکو و خلاصه کلیه مکانهایی که دلار خریداری یا فروخته می شود را در بر می گیرد.

معاملات در بازار ارز به صورت نقد (spot) یا سلف (forward) انجام می شود. در معاملات نقدی، ارز به هنگام انجام معامله با حداکثر تا ۴۸ ساعت بعد از تاریخ انعقاد قرارداد بین بانک و مشتری قابل تحویل است. چنانچه مشتری در معاملات نقدی توریست باشد، تحویل و تحول به هنگام انجام معامله صورت می گیرد. اما زمانی که بانکی دیگر ارز نقد خریداری می نماید، قاعدتا بانک فروشنده بعد از تاریخ انعقاد قرارداد دو روز کاری برای تحویل ارز به بانک خریدار مهلت خواهد داشت. در معاملات سلف بر عکس معاملات نقدی ارز در سر رسید قابل تحویل و تحول می باشد.

معاملات سلف ارز به معاملات ثابت (fixed forward) و اختیاری (option forward) قبل تفکیک می باشد. در معاملات سلف ثابت تاریخ یا زمان سر رسید برای تحویل و تحول ارز مورد معامله دقیقا مشخص می باشد. در معاملات سلف اختیاری مشتری که با بانک قرارداد سلف ارزی منعقد کرده است، این فرصت را دارد که تا تاریخ سر رسید طبق نرخ ارز توافق شده به انجام معامله با بانک اقدام نماید. چنانچه مشتری تا سر رسید نسبت به تحویل و تحول ارز با بانک اقدام ننماید نرخ ارز توافق شده معتبر نخواهد بود و بانک با نرخ جدید با مشتری وارد معامله خواهد شد.

انواع عملیات در بازار ارز :

الف - آربیتراژ ارز (Arbitrage)

تعریف آربیتراژ: هرگاه کسی مالی را از بازاری بخرد و فوراً آن را در بازار دیگری به منظور استفاده از تفاوت قیمت بفروشد این کار را آربیتراژ مینامند

آربیتراژ ارز یعنی خرید ارز از آنجایی که ارزانتر است و فروش همان زمان در جایی که گرانتر است. عاملان ارزی با عمل آربیتراژ نرخ ارز را در مکانهای مختلف یکسان می نمایند. در واقع با عمل آربیتراژ می توان از بازار جهانی ارز صحبت نمود. آربیتراژ ارز زمانی سودآور خواهد بود که تفاوت مکانی نرخ ارز از هزینه نقل و انتقال ارز بیشتر باشد. بدیهی است تا زمانی که تفاوت نرخ ارز (exchange rate differential) از هزینه مورد اشاره بیشتر باشد عمل آربیتراژ ارز سودآور بوده و تداوم خواهد یافت.

ب- آربیتراژ بهره :

منظور از آربیتراژ بهره ارتفاع از بهره بالاتر است از این رو تفاوت بین نرخ های بهره دو بازار پولی موجب انجام معامله تحت عنوان آربیتراژ بهره می گردد به طوری که در این عملیات انتقال وجوه نقد از یک مرکز پولی و یک پول مثلا بانکهای انگلستان و پوند به مرکز پولی و پول دیگر بانکهای آمریکایی و دلار برای کسب نرخ بهره بالاتر و این امر تا زمانی که نرخ بهره در ۲ بازار برابر باشد ادامه پیدا می کند.

ج- آربیتراژ بهره با پوشش :

همان آربیتراژ بهره است با این تفاوت که در آربیتراژ با پوشش بهره افرادی که به دنبال ارتفاع از نرخ بهره هستند ممکن است در مقابل به دلیل تغییر برابری پولهای خارجی (پوند به دلار) متضرر شوند لذا این افراد سعی می کنند در کنار انجام عملیات آربیتراژ بهره و برای جبران ضرر های احتمالی اقدام به خرید سلف ارز از بازار نمایند تا احوال در صورت تغییر برابری مثلا پوند به دلار جلوی ضررهای احتمالی را بگیرند.

د- هجینگ ارزی (hedgings):

هجینگ از نظر لغوی یعنی همان فروش تامینی است به عبارت دیگر در روشی که باعث شود خطرات احتمالی در تغییر برآوردی قیمتها به حداقل ممکن کاهش یابند به آن هجینگ گویند.

هجینگ ارزی بیشتر توسط صادر کنندگان صورت می گیرد به طوری که حاملان ارز در بازار سلف ارز به نرخ ارز اقدام به معامله نمایند در واقع در حال حاضر چون ارزها در بازار ارز از ثبات نرخ برابری ارز برخوردار نمی باشند و کسانی که در آینده دریافت یا پرداخت ارزی دارند با خطر تغییر برابر ارزها مواجه هستند لذا حاملان ارزی و بیشتر وارد کنندگان و صادر کنندگان با عمل هجینگ خود را در مقابل نوسانات آتی نرخ های ارزی بیمه می کنند.

ه- سوداگری ارزی :

سوداگری ارزی در حقیقت همان هجینگ ارزی است با این تفاوت که سوداگر به قصد انتفاء اقدام به معامله ارزی در بازار سلف ارز می نماید سوداگر ارز بیشتر در بازار سلف ارز صورت می گیرد. به طور کلی در حالی که هجینگ کننده قصد پوشش از نوسانات نرخ ارز اقدام به معامله ارزی می نماید سوداگر ارز خطر نوسانات آتی نرخ ارز را می پذیرد تا سودی نصیب خود کند.

باید به این نکته توجه داشت که هر چند سوداگری ارز علی الوصول در بازار سلف ارز صورت می گیرد، اما در برخی مواقع سوداگران ارز در بازار نقدی اقدام به معامله می نمایند.

و- سوآپ :

سوآپ عبارت است از خرید نقدی ارز و فروش همان ارز در بازار سلف ارز و برعکس. به عبارت دیگر انجام ۲ معامله ارزی در یک زمان اما با سررسید هم مختلف به عبارت دیگر همان خرید نقدی ارز و فروش وعده دار همان ارز یا خرید وعده دار ارز و فروش نقدی همان ارز. با سوآپ خطر تغییرات نرخ ارز از بین می رود به عبارتی سوآپ ارز موجب بیمه معاملات ارزی می شود.

اصولا سوآپ ارز بین بانکهای مرکزی کشورها طبق قراردادهای قبلی انجام می شود بدین ترتیب معاملات سوآپ بانکهای مرکزی این امکان را می دهد تا نسبت به حفظ نرخ برابری ارز اقدام کنند. لذا سوآپ ارز یک نوع استقراض ارز می باشد.

- بازار دلار اروپایی

بازار دلار اروپایی که در دهه ۱۹۸۰ از آن با نام بازار پول اروپایی نیز یاد می شود. در دهه ۱۹۵۰ تشکیل شد. به این ترتیب که کشورهای اروپای شرقی از ترس مسدود شدن موجودی های دلاری در ایالات متحده آمریکا این موجودی ها را به دلار به بانک اروپایی

انتقال دادند. به عبارت دیگر حساب بانکی کشورهای اروپایی شرقی نزد بانکهای اروپایی به دلار آمریکا بستنکار شد، به علاوه طبق مقررات بانکی، بانکهای آمریکایی مجاز به پرداخت بهره به سپرده های دیداری یا سپرده های به سر رسید ۳۰ روز نمی باشند، اما بانکهای اروپایی یا ژاپنی چنین محدودیتی ندارند.

با تاسیس بازار دلار اروپایی، بانکهای اروپایی و ژاپنی موجودی های دلاری حسابهای خود را در آمریکا را قرض دادند. به عبارت دیگر دلارها در سیستم بانک آمریکا باقی ماند.

افزایش کسری تراز پرداخت آمریکا از دهه ۱۹۶۰ به رشد و گسترش بازار دلار اروپایی کمک کرد به علاوه با افزایش قیمت نفت در یال ۱۹۷۴ کشورهای عضو اپک دلارهای نفتی را در بازار دلار اروپایی سرمایه گذاری کردند. به علاوه کشورهای وارد کننده نفت که با افزایش شدید قیمت نفت مواجه شده بودند به استقراض از بازار مورد نظر اقدام کردند سر رسید بانکهای اروپایی ۷ سال ولی سر رسید بانکهای آمریکایی یک سال می باشد.

بازارهای پول اروپایی (Euromarkets) بازارهای پولی می باشد که پول سایر کشورها را مورد داد و ستد قرار می دهد

بازارهای اروپایی به ویژه در دهه ۱۹۷۰ گسترش فوق العاده یافت یکی از علل اصلی گسترش سریع این بازار آن است که به سپرده گذاران بهره قابل توجهی پرداخت می نماید. در واقع بانکهایی که این سپرده ها را جذب می نمایند سپرده قانونی نزد بانک مرکزی تودیع نمی نمایند برای همین قادرند بهره بیشتری بپردازند.

اطلاع بر این نکته مهم این که قسمت اعظم عملیات در بازار پول اروپایی بین بانکی می باشد. برای مثال در پایان سال ۱۹۸۰ فقط حدود ۲۶٪ وجوه بازار پول اروپایی توسط شرکتها یا دولتها استفاده شد بقیه در بازار پولی بین بانکی به کار گرفته شد.

۳. یورو

میلتن فریدمن اقتصاددان آمریکایی و بنیانگذار مکتب پولی شیکاگو معتقد است، یورو دوام چندانی نخواهد داشت و پیش بینیمی کند عمر یورو کوتاه باشد وی دلیل اصلی این امر را ملی گرایی دانسته و میگوید برای مثال پاریس یا برلین یا وین دوست ندارند توسط بروکسل، اتحادیه اروپا، اداره شوند. در مقابل فرد برگستن، رئیس موسسه اقتصاد بین المللی واشینگتن معتقد است ظرف مدت کوتاهی یورو به دومین پول قدرتمند جهان تبدیل خواهد

شد. وی دلیل اصلی آن را وسعت اقتصادی اروپا در مقایسه با اقتصاد آمریکا و ژاپن دانسته است.

یورو (EURO) با علامت اختصاری € برابر با یکصد سنت است. یورو واحد پول اتحادیه اروپا است که از اول ژانویه ۱۹۹۹ میلادی به جریان افتاد، بدون این که اسکناس یا سکه ای با نام یورو چاپ یا ضرب شده باشد. در حال حاضر ۱۲ کشور عضو اتحادیه اروپا یعنی کشورهای آلمان - فرانسه - هلند - بلژیک - لوکزامبورگ - ایتالیا - اتریش - ایرلند فنلاند - و یونان قیمت کالاها و خدمات خود را بر واحد پولی کشورشان بر حسب واحد پولی اروپا، یعنی یورو نیز اعلام می شود با بقیه نقاط کشورهای مذکور بدون نیاز به بکارگیری نرخ ارز قابل مقایسه است.

طبق موافقت ماستریخت از تاریخ ۲۰۰۲/۱/۱ میلادی اسکناس و سکه یورو چاپ و به صورت فیزیکی به جریان گذاشته شد و اسکناس و سکه های موجود در این ۱۲ کشور از جریان خارج و به یورو تبدیل شد و در ۱۲ کشور مذکور یورو جریان قانونی دارد. اسکناس یورو به صورت ۵-۱۰-۲۰-۵۰-۱۰۰-۲۰۰-۵۰۰ یورو چاپ و ۸ نوع سکه مختلف از دو یورو تا یکصد یورو ضرب شدند.

اتحادیه اقتصادی و پولی EMU به مفهوم سیاست پولی واحد در این بازار واحد می باشد و بنابراین مکمل بازار واحد به شمار می آید. اتحادیه پولی توسط بانک مرکزی اروپا ECB مدیریت خواهد شد. بانک مرکزی اروپا که در سال ۱۹۹۹ آغاز به کار کرد مهمترین هدفش حفظ ثبات قیمت در کشورهای عضو است. دول اتحادیه اروپا برخی کنترل ها بر روی اقتصاد خود را به اتحادیه اقتصادی و پولی اروپا EMU تفویض می نماید. بانک مرکزی اروپا مسئول کل سیاستهای پولی منطقه یورو خواهد بود.

مزایای یورو

حذف کارمزد بانکی در تبدیل ارزهای سرزمین یورو (EUROLAND) خواهد بود که در آن صورت خدمات بانکی ارزانتر تمام خواهد شد، مسافران با یورو بدون پرداخت کارمزد تبدیل ارز می توانند خرید کنند، یورو توانایی بیشتری در مقابل سفته بازی دارد، به رشد و اشتغال بیشتر در سرزمین یورو کمک خواهد کرد.

اهمیت نرخ ارز

مامی اسکناس های موجود در جهان ارز نامیده می شوند. ارز ها در واقع کاغذهای بی ارزشی هستند که به صورت قرار دادی توسط دولت ها به آن ها ارز داده می شود. این کاغذها خود بی ارزش هستند اما توسط دولت ارز دار می شوند. این ارز ها به صورت قرار دادی به عنوان پول یک کشور به حساب می آیند و مردم آن کشور نیز می پذیرند که از طریق این پول مبادلات کالا انجام شود. این ارز ها می توانند به عنوان سرمایه نیز ذخیره شوند. ارز یک واسطه مبادلاتی است که اکثر مردم فکر می کنند پول است. این برگه های بی ارزش مقیاس محاسباتی، قابل معاوضه و تقسیم پذیرند.

عواملی که بر نرخ ارز اثر می گذارند:

تغییر و تحول های نظام های ارزی در چند دهه گذشته، سبب شده است تا مقوله نرخ ارز به ویژه در کشورهای در حال توسعه بیش از گذشته به عنوان یک عامل کلیدی و مهم در سیاست ها و تصمیم گیری های اقتصادی خودنمایی کند. امروزه ارزش پول ملی کشورها نه تنها تحت تأثیر سیاست های اقتصادی داخلی هر کشور قرار دارد، بلکه هرگونه رخداد اقتصادی و سیاسی در عرصه بین الملل نیز بر ارزش پول داخلی و به دنبال آن بر اقتصاد تأثیر خواهد گذاشت. تغییر نرخ ارز واقعی، مجموعه ای از تغییرات متفاوت و متضاد را در بخش داخلی و خارجی به همراه دارد که برآیند آن می تواند عملکرد اقتصاد کشور را تحت تأثیر قرار دهد. تعیین نرخ ارز واقعی از طرفی نقش موثری بر صادرات و واردات و به تبع آن تنظیم و تعدیل تراز تجاری و تراز پرداخت های کشور دارد و از طرف دیگر از نقش موثری در تعیین قدرت رقابتی تولیدکنندگان داخلی در برابر رقبای خارجی در بازارهای داخلی و خارجی و به تبع آن در تعیین میزان تولید و اشتغال برخوردار است.

به طور معمول برهم خوردن ثبات نرخ واقعی ارز، روند پس انداز و سرمایه گذاری، غیرمنطقی شده، تخصیص بهینه منابع امکان پذیر نخواهد بود. در یک نظام بین المللی، ارزش پول ملی نقش اساسی در تعیین هزینه های اقتصادی مربوط به سرمایه گذاری، صادرات و واردات و تأثیر آن بر رشد اقتصادی خواهد گذاشت. نوسانات مکرر و نا اطمینانی مستمر در نرخ های واقعی ارز، می تواند با ایجاد یک شرایط نا اطمینان و متزلزل در زمینه سود ناشی از مبادله های بین المللی، سبب کاهش تجارت و همچنین کم تحرکی جریان سرمایه از طریق کاهش

سرمایه‌گذاری در فعالیت‌های خارجی و به هم خوردن سبد دارایی‌های مالی شود. اضافه بر این، افزایش و تعدد نوسان‌های نرخ واقعی ارز سبب بالا رفتن قیمت کالاهای قابل مبادله و افزایش خطر پوشش تغییرات پیش‌بینی‌نشده نرخ واقعی ارز می‌شود. (گیورین-رویل، ۲۰۰۲) ۱۱

نوسان‌های نامنظم نرخ واقعی ارز قادر است ارزش کالاهای صادراتی و هزینه کالاهای وارداتی به پول ملی را شدیداً تحت تأثیر قرار دهد و باعث کاهش ریسک‌پذیری متصدیان تجارت خارجی کشور نسبت به نوسانات آن نماید. ممکن است برخی از واردکنندگان و صادرکنندگان به طور کلی دست از فعالیت‌های قابل تجارت خود بردارند و یا آن دسته از صادرکنندگان و واردکنندگان که به فعالیت خود در بازارهای جهانی و در فضای نامطمئن و بی‌ثبات نرخ ارز ادامه می‌دهند، برای تحمل خطرات آن سود بیشتری مطالبه کنند. (حلافی، ۱۳۸۶، ص ۳)

انحراف نرخ واقعی ارز نیز پدیده‌ای است که به معنی جدایی مستمر نرخ واقعی ارز از سطوح تعادلی خود مورد تأیید بسیاری از اقتصاددانان است. در واقع این مساله به صورت انحراف مداوم نرخ واقعی ارز از مقادیر تعادلی آن تعریف می‌شود. نرخ واقعی تعادلی ارز آن قیمت نسبی کالاهای تجاری به کالاهای غیرتجاری است، که در آن تعادل بلندمدت مقادیر متغیرهای مربوطه نظیر مالیات‌های تجاری، قیمت‌های بین‌المللی، جریان‌های سرمایه‌ای و تکنولوژی موجب حصول همزمان تعادل‌های داخلی و خارجی می‌گردد (ادواردز، ۱۹۹۸) ۱. از سوی دیگر فراهم نمودن فضای رقابتی و ارتقای سطح رقابت‌پذیری ملی، زمینه‌ساز ورود به فرایند جهانی شدن است. رقابت‌پذیری از طریق حاکمیت بازار و شکل‌گیری فعالیت‌ها بر پایه مزیت نسبی و رقابتی حاصل می‌شود. هدف از کسب رقابت‌پذیری و کسب قدرت رقابتی، تسلط بر بازار، توسعه و رشد سودآوری و بهبود کیفیت زندگی است. در اقتصاد جهانی، رقابت‌پذیر بودن به معنای امکان به دست آوردن موقعیت مناسب و پایدار در بازارهای بین‌المللی است. (کریمی هسنیجه، ۱۳۸۶، ص ۵). تحلیل و بررسی سالانه شاخص‌های رقابت‌پذیری در بخش‌های مختلف کشور و مقایسه رتبه کشورها با یکدیگر، چالش‌ها و نقاط ضعف و همچنین پتانسیل‌ها و نقاط قوت در هر بخش در هر کشور را برای سیاست‌گذاران کشور قابل‌رؤیت و پرنرنگ نموده و آن‌ها را در برنامه‌ریزی‌ها و اتخاذ

سیاست‌های آتی راهنمایی می‌نماید و از آنجا که رقابت‌پذیری اهرم رشد اقتصادی کشورهای دنیا محسوب می‌شود، شناخت توان کشور در بخش‌های رقابت‌پذیر و غیررقابتی می‌تواند دستیابی به رشد و توسعه اقتصادی را محقق نماید. اعلام رتبه‌های رقابتی در بخش‌های مختلف سرمایه‌گذاران خارجی را با یک فضای شفاف در عرصه سرمایه‌گذاری مواجه و مشوق‌های لازم را در زمینه افزایش رقابت‌پذیری ایجاد می‌نماید. (میراحسنی، ۱۳۹۲، ص ۱۸)

مایکل پورتر از منظر اقتصادی رقابت‌پذیری را مترادف با بهره‌وری چگونگی استفاده یک ملت از عوامل تولید خود می‌داند. رقابت‌پذیری به عنوان مجموعه‌ای از نهادها، سیاست‌ها و عوامل تعریف می‌شود که تعیین‌کننده بهره‌وری کشورها هستند. سطح بهره‌وری به نوبه خود بیانگر سطح رفاه قابل‌دسترسی در کشورهای مختلف است؛ به عبارت دیگر اقتصادی رقابتی تر است که از سطح بهره‌وری بالاتری برخوردار باشد یعنی با تحصیل سطح بالاتری از درآمد، رفاه بیشتری را برای آحاد مردم فراهم کند. (ایروانی، ۱۳۸۹، ص ۲)

برای ورود به فرایند جهانی شدن، ایجاد فضای رقابتی، اهمیت زیادی دارد به عبارتی دیگر، ایجاد بستر رقابتی، توجه به صادرات و حذف موانع موجود و به دنبال آن افزایش قدرت رقابت‌پذیری از مهم‌ترین شاخص‌های آماده سازی بستر جهانی شدن و ورود به آن است. در این راستا رشد بخش‌های دارای مزیت صادراتی، با جایگزینی بازارهای بین‌المللی به جای بازارهای داخلی زمینه‌ساز گسترش روابط جهانی شدن است موضوع جهانی شدن و رقابت‌پذیری، وابستگی علت و معلولی دارند و سیاست برون‌گرایی تجارت خارجی بر جهانی شدن تأثیر زیادی دارد. (کریمی هسنیجه، ۱۳۸۶، ص ۲)

رقابت‌پذیری بین‌المللی، اغلب در تحلیل عملکرد اقتصاد کشورها بکار رفته می‌شود. معیار رقابت‌پذیری بین‌المللی، برخی از مشخصه‌های اقتصادی مهم را که منجر به تأثیرگذاری آزادسازی‌ها و بهبود روند تجارت بین‌الملل می‌شوند را برای یک کشور و شرکای تجاری آن مقایسه می‌کند. رقابت‌پذیری بین‌المللی نه تنها به عوامل کمی توجه دارد، بلکه عوامل کیفی را که قابل کمی کردن نیستند، نیز در بر می‌گیرد. بنابراین ظرفیت ابداع تکنولوژی، میزان تخصصی بودن تولید، کیفیت تولیدات و ارزش خدمات پس از فروش همگی از جمله عواملی هستند که می‌توانند عملکرد تجارت یک کشور را تحت تأثیر قرار دهند. بهبود رقابت‌پذیری

بین‌المللی لزوماً به معنای افزایش فروش در بازارهای خارجی نیست، بلکه در شرایط بهبود نرخ ارز نیز می‌توان شاهد بهبود فروش تجاری بود، گرچه عملکرد صادرات بدون تغییر بماند؛ به عبارت دیگر از طریق اختلاف قیمت یا هزینه بین‌المللی می‌توان به مقایسه و اندازه‌گیری رقابت‌پذیری نسبی دست یافت. (طیبه - آذربایجانی - مصری نژاد، ۱۳۸۴، صص ۳-۴)

هسته مرکزی اقتصاد کلان در نظام ارزی انعطاف‌پذیر، نقش نرخ ارز در تأثیر بر رقابت‌پذیری کشور در بازار جهانی برای کالاهای کشور است. اگر قیمت کالایی که در کشور تولید می‌شود نسبت به قیمت کالاهای رقیب در بازار جهانی کاهش یابد بر رقابت‌پذیری کشور افزوده می‌شود و بالعکس. کشورهایی که درآمدهای ارزی آن‌ها از محل صادرات صنعتی تأمین می‌شود تلاش می‌کنند برای حفظ توان رقابتی خود، تورم داخلی را کنترل کنند و نرخ اسمی ارز را چنان تعیین نمایند که ضمن حفظ موازنه پرداخت‌ها، رقابت‌پذیری آن‌ها در بازار جهانی مخدوش نشود. (گزارش کمیسیون اقتصاد کلان، بیمه و بانک ۱۳۸۸، ص ۵).

بنابراین با توجه به پیامدهای گسترده تغییر نرخ ارز برای عملکرد اقتصاد ایران، مدیریت نرخ ارز اهمیت بسیار بالایی دارد. این امر در شرایط فعلی اقتصاد کشور، به خصوص پس از اجرای طرح هدفمندی یارانه‌ها، افزایش تحریم‌های اقتصادی، جهش نرخ غیررسمی ارز در بازار آزاد و بازگشت به نظام ارزی دو نرخ اهمیت بیشتری نیز یافته است. هدف مقاله حاضر بررسی تغییرهای نرخ ارز واقعی و تأثیر آن بر شاخص رقابت‌پذیری در اقتصاد ایران است. در بخش اول به مبانی نظری و پیشینه تحقیق پرداخته‌شده و در بخش دوم به محاسبه و تحلیل نرخ ارز واقعی و شاخص رقابت‌پذیری و در بخش سوم به تصریح مدل و در نهایت به نتیجه‌گیری و پیشنهادهای مقاله پرداخته شده است.

۲- مبانی نظری

از سال‌هایی که نرخ‌های ارز به صورت شناور و یا شناور مدیریت شده در سطح اقتصاد جهانی مطرح گردید (سال‌های ۱۹۷۳ به بعد) سعی شده تا متغیرهایی که می‌توانند نوسان‌های نرخ ارز را توضیح دهند شناسایی، و اثر آن‌ها روی نرخ ارز تعیین گردد. اقتصاددانان برای دستیابی به اهداف نظری و تجربی خود، بیشتر روی مفهوم نرخ ارز واقعی تمرکز نموده‌اند. در ادبیات نظری و تجربی مدل سازی رفتار نرخ واقعی ارز، از مهم‌ترین عوامل حقیقی که به عنوان عوامل مؤثر بر روند نرخ واقعی تعادلی بلندمدت ارز بر آن‌ها تأکید شده

است، عبارت‌اند از: رشد بهره‌وری، رابطه مبادله تجاری، قیمت حقیقی نفت، جریان های ورود و خروج سرمایه، سیاست‌های تجاری، اندازه دولت، انباشت سرمایه، نرخ بهره جهانی و ترجیح مصرف‌کنندگان.

۲-۱- رشد بهره‌وری

چگونگی اثرگذاری رشد بهره‌وری بر نرخ واقعی ارز در یک اقتصاد کوچک، با تکنولوژی بازدهی ثابت نسبت به مقیاس در بخش‌های قابل مبادله و غیرقابل مبادله وهم چنین با فرض قانون قیمت واحد در بازار کالاهای قابل مبادله و غیرقابل مبادله و نیز با فرض قانون قیمت واحد در بازار کالاهای قابل مبادله و بازار سرمایه، بدین صورت است که با افزایش بهره‌وری در بخش تولید کالاهای قابل مبادله، بهره‌وری نیروی کار و در نتیجه دستمزدها در این بخش افزایش می‌یابد و فرض تحرک کامل نیروی کار در میان بخش‌ها، سبب افزایش قیمت کالاهای غیرقابل مبادله شده و در نهایت نرخ واقعی ارز را در بلندمدت تقویت می‌کند.

۲-۲- رابطه مبادله تجاری

با بدتر شدن رابطه مبادله تجاری (افزایش دائمی قیمت نسبی کالاهای وارداتی)، از یک سو درآمد حقیقی کاهش یافته و در نتیجه تقاضای کالاهای غیرقابل مبادله (و نیز قابل مبادله)، کاهش می‌یابد (اثر درآمدی) و از سوی دیگر با گران تر شدن کالاهای وارداتی (قابل مبادله) نسبت به کالاهای غیرقابل مبادله و با فرض جانشینی دو کالا در مصرف، تقاضای کالاهای غیرقابل مبادله افزایش خواهد یافت (اثر جایگزینی). همچنین، بخش عرضه نیز در واکنش به تغییر قیمت‌های نسبی، تولید کالاهای غیرقابل مبادله را افزایش خواهد داد، که این امر مازاد عرضه ناشی از کاهش تقاضا در بازار کالاهای غیرقابل مبادله را تشدید خواهد کرد. حال اگر اثر درآمدی بر اثر جایگزینی غلبه کند، تقاضا و قیمت کالاهای غیرقابل مبادله کاهش یافته و در نتیجه نرخ حقیقی ارز تعادلی تضعیف خواهد شد. در حالت بدتر شدن دائمی رابطه مبادله تجاری، نحوه بروز اثرهای جایگزینی بین دوره‌های بر نرخ واقعی ارز، ملموس نیست، اما در حالت بدتر شدن موقتی رابطه مبادله تجاری، این اثر از طریق انتقال بخشی از مخارج مصرفی دوره جاری به آینده، بر نرخ حقیقی ارز تأثیر می‌گذارد. پس تأثیر

رابطه مبادله تجاری بر روی نرخ واقعی ارز مبهم است و به غلبه اثر درآمدی بر جانشینی بستگی دارد.

۲-۳- قیمت حقیقی نفت

اگر چه آثار تغییر قیمت حقیقی نفت بر نرخ واقعی بلندمدت ارز به طور معمول از طریق تغییرهای رابطه مبادله تجاری نمایان می‌شود، اما به لحاظ اهمیتی که قیمت نفت از دهه ۱۹۷۰ در اقتصاد جهانی یافته، در برخی مطالعه‌ها به عنوان متغیر برون زایی که آثار شوک‌های خارجی را به اقتصاد داخل منتقل می‌کند، مورد توجه قرار گرفته است. فرآیند انتقال آثار تغییر قیمت حقیقی نفت بر نرخ واقعی ارز به این صورت است که با افزایش قیمت حقیقی نفت، نرخ واقعی ارز کشورهای واردکننده نفت تضعیف شده و در مقابل، نرخ واقعی ارز کشورهای صادرکننده نفت تقویت می‌شود.

۲-۴- جریان‌های ورود و خروج سرمایه

افزایش ورود سرمایه، خواه در واکنش به متغیرهای اقتصادی داخلی و خارجی و خواه به شکل وام، کمک‌های بلاعوض و یا سرمایه‌گذاری خارجی، به تقویت نرخ واقعی بلندمدت ارز می‌انجامد. افزایش در جریان خالص سرمایه ممکن است به دلایل زیر انجام گرفته باشد:

افزایش کمک‌های بین‌المللی به علت حوادث طبیعی

کاهش در نرخ بهره جهانی

حذف کنترل‌های متعدد بر روی جریان سرمایه

افزایش بدهی‌های عمومی به علت تأمین کسری بودجه از خارج

افزایش برو نزا در وام دهی اعتباردهندگان خارجی

با افزایش ورود سرمایه، تقاضای کالاهای قابل مبادله و غیرقابل مبادله افزایش می‌یابد. با فرض این که قیمت کالاهای قابل مبادله در یک اقتصاد کوچک در بازارهای جهانی تعیین شده و ثابت است، قیمت کالاهای غیرقابل مبادله افزایش یافته و در نتیجه نرخ واقعی ارز در بلندمدت تقویت می‌شود. البته لازم به ذکر است که اگر با ورود سرمایه، مخارج سرمایه‌گذاری افزایش یافته و سبب توسعه ظرفیت بهره‌وری اقتصاد شود، بر خلاف حالتی که

مخارج مصرفی افزایش می‌یابد، تقویت نرخ واقعی ارز، در بلندمدت نشان‌دهنده بهبود سطح رقابت‌پذیری در اقتصاد خواهد بود.

۲-۵- نرخ بهره جهانی

بر خلاف این که بخشی از آثار غیرمستقیم تغییرهای نرخ بهره جهانی بر نرخ ارز واقعی از طریق جریان‌های ورود و خروج سرمایه انتقال می‌یابد، اما به دلیل در نظر گرفتن هم‌زمان آثار مستقیم و غیرمستقیم آن، در برخی مطالعه‌ها به عنوان یکی از متغیرهای مستقل در نظر گرفته شده است. با افزایش نرخ بهره جهانی، از یک سو به دلیل افزایش خروج سرمایه، نرخ واقعی بلندمدت ارز تضعیف می‌شود و از سوی دیگر، با افزایش خروج سرمایه، نرخ بهره حقیقی داخلی نیز افزایش یافته، موجب کاهش تقاضای پول، افزایش پس‌انداز و در نتیجه بهبود وضعیت خارجی اقتصاد می‌شود. اگر کشور در بازارهای مالی بین‌المللی بدهکار خالص باشد، پرداخت‌های بهره‌ای آن‌ها افزایش یافته و در نتیجه، مصرف کاهش می‌یابد. در مجموع در مورد کشور بدهکار خالص تا وقتی که آثار افزایش پرداخت‌های بهره‌ها، بر آثار افزایش پس‌انداز چیره نشده، وضعیت خارجی اقتصاد بهبود یافته و در کنار کاهش مخارج مصرفی، به تقویت نرخ واقعی بلندمدت ارز منجر می‌شود.

۲-۶- سیاست‌های تجاری

در زمینه رابطه بین سیاست‌های تجاری و نرخ واقعی ارز، نظریه سنتی پذیرفته‌شده عبارت از این است که با کاهش سطح تعرفه‌ها در یک اقتصاد کوچک، حفظ موازنه خارجی در بلندمدت، مستلزم تضعیف نرخ واقعی ارز است. این استدلال بر مبنای تفسیر تعادل جزئی روش کشش‌ها بوده و بیان می‌کند که کاهش تعرفه‌ها منجر به کاهش قیمت داخلی کالاهای وارداتی شده و تقاضای آن را افزایش می‌دهد. افزایش واردات دلیل بروز عدم تعادل در اقتصاد خارجی می‌شود، بنابراین با فرض صادق بودن شرط مارشال لرنر، نرخ واقعی ارز در بلندمدت تضعیف خواهد شد. ضعف عمده استدلال مذکور این است که ایستا بوده و آثار بین‌دوره‌ای و نقش کالاهای غیرقابل مبادله را در نظر نمی‌گیرد، سیاست‌های حمایتی به شکل موانع تعرفه‌ای و یا غیر تعرفه‌ای، قیمت نسبی کالاهای وارداتی را افزایش

داده و با فرض جانشینی کالاهای وارداتی و کالاهای غیرقابل مبادله در مصرف، منجر به افزایش تقاضا و قیمت کالاهای غیرقابل مبادله شده و در نتیجه نرخ حقیقی ارز را در بلندمدت تقویت می‌کند. به علاوه، به دنبال اعمال سیاست‌های حمایتی، واردات کاهش یافته و کسری (مازاد) حساب جاری کاهش (افزایش) می‌یابد، که این امر در بلندمدت تقویت نرخ حقیقی ارز را تشدید می‌کند.

۲-۷- اندازه دولت

اگر مخارج دولت از طریق خلق پول تأمین شود، هیچ اثر بلندمدتی بر نرخ واقعی ارز نخواهد داشت. در حقیقت، در اینجا جنبه واقعی سیاست مالی که به طور عمده به ترکیب تقاضای دولت برای کالاهای قابل مبادله و غیرقابل مبادله مربوط می‌شود، مورد توجه قرار می‌گیرد. افزایش مخارج دولت برای کالاهای غیرقابل مبادله که از طریق وضع «مالیات یک جا»، تأمین مالی می‌شود، قیمت کالاهای غیرقابل مبادله را افزایش داده و نیرویی در جهت تقویت نرخ واقعی بلندمدت ارز وارد می‌کند. از سوی دیگر، تقاضای بخش خصوصی برای کالاهای غیرقابل مبادله به دلیل وضع مالیات جدید (که تقاضای کالاهای قابل مبادله را نیز کاهش می‌دهد) کاهش یافته و نیز افزایش قیمت این کالاها، کاهش می‌یابد، که این امر سبب تضعیف نرخ واقعی بلندمدت ارز خواهد بود. حال بسته به آن که خالص افزایش و کاهش تقاضای کالاهای غیرقابل مبادله، مثبت یا منفی باشد ارز در بلندمدت خواهد شد. البته از آن جا که افزایش تقاضای دولت برای کالاهای غیرقابل مبادله به طور معمول بیش از کاهش تقاضای بخش خصوصی برای این کالاهاست (زیرا میل نهایی به مصرف دولت به طور معمول بزرگ تر از بخش خصوصی است)، تقویت نرخ واقعی ارز در بلندمدت به ویژه در مورد کشورهای در حال توسعه که اندازه دولت در آن‌ها بزرگ است، محتمل تر است.

۲-۸- انباشت سرمایه

به طور معمول متغیر انباشت سرمایه، به عنوان یکی از متغیرهای طرف عرضه اقتصاد، در مدل‌های تبیین رفتار نرخ واقعی ارز مورد توجه قرار می‌گیرد. با افزایش انباشت سرمایه، توان تولیدی اقتصاد ارتقاء یافته و عرضه کالاها و خدمات افزایش می‌یابد. حال اگر افزایش

سرمایه‌گذاری در بخش غیرقابل مبادله انجام شده باشد، عرضه کالاهای غیرقابل مبادله افزایش یافته و در نتیجه قیمت آن‌ها در بازار داخلی کاهش خواهد یافت، که این امر به مفهوم تضعیف نرخ واقعی ارز در بلندمدت خواهد بود. اگر چه افزایش در سرمایه‌گذاری در بخش قابل مبادله به طور مستقیم نرخ واقعی تعادلی بلندمدت ارز را متأثر نمی‌کند، اما از آن جا که افزایش سرمایه‌گذاری سبب رشد سطح بهره‌وری می‌شود، لذا به طور غیرمستقیم، نیرویی در جهت تقویت نرخ واقعی تعادلی ارز وارد می‌کند. با این وجود، در کشورهای در حال توسعه، به دلیل وابستگی ساختار تولیدی آن‌ها به واردات، افزایش سرمایه‌گذاری در هر بخش که باشد، منجر به افزایش واردات، کسری تجاری و در نهایت تضعیف نرخ واقعی بلندمدت ارز خواهد شد.

۲-۹- ترجیحات مصرف‌کنندگان

چاین جانستون (۱۹۹۷)، در مطالعه‌های خود استدلال می‌کند که به دلیل بالا بودن کشش درآمدی کالاهای غیرقابل مبادله، با افزایش درآمد یا ثروت مصرف‌کنندگان، تقاضا و قیمت این کالاها افزایش یافته و در نتیجه نرخ واقعی تعادلی ارز تقویت می‌شود. با این وجود، به نظر می‌رسد که این استدلال در مورد کشورهای در حال توسعه به دلیل کیفیت نازل کالاهای غیرقابل مبادله، صادق نباشد، زیرا در این کشورها با افزایش درآمد یا ثروت مصرف‌کنندگان، تقاضای کالاهای قابل مبادله که به طور عمده وارداتی هستند، افزایش می‌یابد.

طاهری فرد (۱۳۷۸) در بررسی تأثیر تغییر درآمدهای نفتی بر نرخ واقعی ارز مورد ایران نشان داده که افزایش درآمد حاصل از صدور نفت و افزایش مالیات بر واردات موجب کاهش نرخ ارز واقعی شده است. حسینی (۱۳۷۸) در تخمین نرخ ارز واقعی تعادلی به بررسی تعادل و نامیزانی در نرخ ارز پرداخته و به بررسی تأثیر متغیرهای نرخ مبادله خارجی، حجم مخارج دولت و تعرفه‌های وارداتی بر روی رفتار نرخ ارز واقعی در بلندمدت می‌پردازد. از نظر او مهم‌ترین عامل انحراف نرخ ارز واقعی از مسیر تعادلی، وجود موانع تجاری و رشد بازار غیررسمی ارز می‌باشد. قاسملو (۱۳۷۷) در الگویی عوامل تأثیرگذار بر نوسان های نرخ ارز واقعی در ایران را شرایط تجاری، محدودیت‌های تجاری، پیشرفت فناوری در داخل، میزان درآمد واقعی نفت و عرضه پول می‌داند. خالصی (۱۳۷۶) در مطالعه اثر مخارج دولت بر نرخ

اسمی و واقعی ارز مورد ایران درباره ۱۳۵۸-۱۳۷۲ نشان می‌دهد که مخارج دولت، با نرخ ارز مؤثر اسمی و نرخ ارز واقعی، رابطه بلندمدت مثبت دارد. الله‌وردی زاده (۱۳۸۶)، وی در مقاله‌ای تحت عنوان بررسی « اثر نرخ ارز و تولید ناخالص داخلی بر توسعه صادرات غیر نفتی در اقتصاد ایران » ضمن در نظر گرفتن مقطع زمانی (۱۳۴۰-۱۳۸۵) در تلاش است که چگونگی ارتباط بین صادرات غیر نفتی با نرخ ارز و تولید ناخالص داخلی را مورد بررسی قرار دهد. وی با استفاده از روش OLS برای تخمین این معادله به این نتیجه می‌رسد که بین صادرات غیر نفتی و نرخ ارز مؤثر رابطه مثبت و معناداری وجود دارد. مطالعه پدرام (۱۳۷۷) یکی از مطالعاتی است که با استفاده از مدل ادواردز (۱۹۸۹) انحراف نرخ واقعی ارز را محاسبه می‌کند و نشان می‌دهد که کاهش ارزش پول در بلندمدت موجب کاهش تولید خواهد شد.

رحیمی بروجردی (۱۳۷۲)، تحقیقی با عنوان « تأثیر کاهش ارزش پول بر تراز پرداخت‌های جمهوری اسلامی ایران » در بازه زمانی ۱۳۵۸-۱۳۷۲ انجام دادند. این تحقیق به منظور دستیابی سیاست کاهش ارزش پول بر الگوی تجارت خارجی و اجرای آن به تفکیک و به طور همزمان و بر مبنای شرط مارشال- لرنر تعمیم‌یافته بنا گردیده است.

رضازاده، کازرونی، فشاری (۱۳۸۸) در تحقیقی با عنوان رهیافت پولی نسبت به نرخ ارز رسمی، مطالعه موردی در ایران، متغیرهای نرخ تورم، حجم نقدینگی و تولید ناخالص داخلی را مؤثر بر نرخ ارز رسمی (ارزش پول ملی) دانسته‌اند که نرخ تورم و حجم نقدینگی رابطه‌ای معکوس و تولید ناخالص داخلی رابطه‌ای مثبت با ارزش پول ملی دارند.

اخلاقی (۱۳۷۵) با استفاده از روش مکتب پولی، معادله نرخ موازی ارز در ایران را در طی سال‌های ۱۳۵۳ تا ۱۳۷۴ را برآورد کرده است. یافته‌های این مطالعه نشان می‌دهد که اگر حجم پول ایران نسبت به کشورهای طرف مبادله زیادتر شود در آن صورت نرخ موازی ارز افزایش می‌یابد و چنانچه تولید ناخالص داخلی ایران به طور نسبی زیاد شود، نرخ موازی ارز کاهش می‌یابد و به عبارت دیگر ارزش پول ملی تقویت می‌شود.

تقوی و محمدی (۱۳۹۰) در تحقیقی به بررسی عوامل مؤثر بر نرخ ارز و تراز پرداخت‌ها در ایران پرداخته‌اند و به این نتیجه رسیده‌اند که تورم و مخارج دولت تأثیر منفی و تولید ناخالص داخلی و درآمدهای نفتی و مالیاتی بر ارزش پول ملی تأثیر مثبت دارند.

ادواردز (۱۹۸۹) به بررسی نرخ واقعی ارز و اندازه‌گیری آن در کشورهای در حال توسعه پرداخته است. او با استفاده از متغیرهای بنیانی اقتصادی به تخمین نرخ ارز پرداخت و تغییرات نرخ واقعی ارز رسمی و نرخ واقعی ارز بازار موازی و تأثیر آن را بر رشد اقتصادی کشورهای در حال توسعه به دست آورد. وی شوک‌های دائمی و موقت بر نرخ ارز را موجب انحراف نرخ ارز از میزان تعادلی دانسته و نوسانات نرخ ارز اسمی، چندجانبه و مؤثر را به عنوان انحراف از نرخ ارز در نظر گرفته است. آلن استوکمن (۱۹۸۵)، به بررسی تغییرهای نرخ ارز واقعی در کشورهای دارای نظام‌های ارزی شناور و ثابت پرداخته و معتقد است که نوع نظام ارزی بر رفتار نرخ ارز واقعی تأثیر می‌گذارد. او نشان می‌دهد به تدریج که نظام ارزی به سمت شناور حرکت می‌کند، تأثیر نظام ارزی بر رفتار نرخ ارز محسوس تر است. خان ولیزوندو (۱۹۸۷)، نشان می‌دهند که میزان تغییرها در نرخ ارز واقعی به مقدار کاهش ارزش پول داخلی، بستگی دارد و ابزاری برای تأمین کسری بودجه، خواهد بود و به علاوه این دو تأکید فراوانی بر سازگاری میان سیاست‌های ارزی و سیاست‌های کاهش کسری بودجه دارند. هالپرن و ویپلوز (۱۹۹۶)، بیان می‌کنند که هر متغیری که اثر حقیقی دارد، می‌تواند بر نرخ ارز واقعی تعادلی، تأثیر بگذارد. اینکه کدام متغیر انتخاب شود، بستگی به مدل خاص و کشور خاص دارد.

راوینز و پراوین (۱۹۹۳)، راوینز و پراوین در مطالعه‌ای با عنوان «کاهش ارزش پول و تراز تجاری، تجربه اخیر کشورهای منتخب آفریقا» به بررسی این موضوع در ۱۹ کشور آفریقایی از جمله کامرون، گامبیا، غنا، کنیا، ماداگاسکار، نیجر، نیجریه، رواندا، سنگال، توگو و... طی دوره ۱۹۶۰-۱۹۹۰ پرداخته است.

درودیان (۲۰۰۲)، برای اینکه سیاست نرخ ارز دولت ترکیه را ارزیابی کند، دست به تخمین نرخ ارز واقعی می‌زند و آن را با نرخ ارز مؤثر واقعی مقایسه می‌کند. متغیرهای اساسی که در مدل درودیان به کاررفته‌اند، عبارت‌اند از: روند تجارت خارجی، مصرف دولت از کالاهای غیرتجاری، کنترل بر گردش سرمایه، کنترل ارز و تجارت، روند تکنولوژی و انباشت سرمایه. نتایجی که از مدل وی گرفته‌شده، این است که بهبود روند تجارت، افزایش مصرف دولت، آزادسازی و کنترل سرمایه، تکنولوژی و افزایش نسبت سرمایه‌گذاری به تولید ناخالص داخلی، موجب افزایش ارزش نرخ ارز واقعی و کنترل ارز و تجارت نیز باعث کاهش نرخ ارز

واقعی می‌شود. نتیجه کلی مدل این است که رفتار نرخ ارز واقعی نسبت به تغییر در متغیرهای اساسی بسیار حساس می‌باشد. حمید فاروقی (۱۹۹۵)، نقش جریان‌های سرمایه، نرخ مبادله، کارایی و تفاوت نرخ بهره واقعی داخل و خارج را در قالب مدلی پویا در تعیین رفتار نرخ واقعی ارز، مؤثر می‌دانند. حمید فاروق اظهار می‌دارد که تعیین عوامل مؤثر بر رفتار نرخ ارز واقعی، یک موضوع تجربی است. تانگ نگوین (۲۰۰۷)، وی در مقاله‌ای تحت عنوان « کاربرد مدل ECM برای ارزیابی اثر نرخ واقعی ارز بر روی صادرات ویتنام » به بررسی این سؤال می‌پردازد که آیا نرخ واقعی ارز بر روی صادرات ویتنام اثر می‌گذارد یا خیر؟ نتایج تحقیق حاکی از اثر مثبت نرخ ارز واقعی بر میزان صادرات در دوره کوتاه مدت و بلندمدت بوده است. زتلمییر (۲۰۰۳)، در مطالعه خود به بررسی تأثیر سیاست پولی بر نرخ ارز دوطرفه کشورهای شیلی و آمریکا پرداخته است. در این مطالعه تأثیر تغییرهای نرخ بهره بر تغییرهای نرخ ارز مورد بررسی قرار گرفته است. نتایج تخمین مدل نشان می‌دهد که ۱ درصد افزایش در نرخ بهره به کاهش ۱/۵ تا ۲ درصدی واحد پولی کشور شیلی منجر می‌شود.

صندوق بین المللی پول IMF

پیدایش فلسفه وجودی

در اوج جنگ جهانی دوم یعنی در سال‌های اولیه دهه ۱۹۴۰ تلاش‌های زیادی برای ایجاد یک سیستم با ثبات و آزاد پولی صورت گرفت. در این راستا چهار طرح عنوان شد:

- ۱- طرح سری دکستر وایت معاون وزیر خزانه داری ایالات متحده آمریکا در فوریه ۱۹۴۲ ارائه گردید. عنوان طرح وایت ((پیش نویس اولیه پیشنهاد صندوق تثبیت ملل متحد و بانک ترمیم و توسعه ملل متحد)) بوده است.
- ۲- طرح جان مینارد کینز مشاور خزانه داری انگلستان و اقتصاد دانان مشهور در فوریه ۱۹۴۲ تحت عنوان ((اتحادیه پایاپای پولی، بین المللی)) ارائه گردید.
- ۳- دولت فرانسه نیز در ماه ۱۹۴۳ طرحی را تحت عنوان ((مناسبات پولی بین المللی)) ارائه کرد.

۴- در ژوئیه ۱۹۴۳ طرحی تحت عنوان ((اتحادیه مبادلات بین المللی)) توسط دولت کانادا ارائه گردید.

از میان طرح های مذکور و طرح وایت از آمریکا و کینز از انگلستان مورد توجه قرار گرفت. در این هنگام کشور آمریکا به طور مستقیم درگیر جنگ نبود و دارای قدرت اقتصادی زیادی بود به گونه ای که از یک سو عمده ترین منبع تامین مالی خسارات جنگ به حساب می آمد و از سوی دیگر به سر از جنگ نهایی دوم به صورت یک طلبکار عمده درآمد بود. از این رو به دلیل نفوذ آمریکا، به طرح وایت بیشتر اهمیت داده شده.

در نهایت صندوق بین المللی پول (IMF) در جریان کنفرانسی در شهر برتون وودز آمریکا در سال ۱۹۴۴ در چهار چوب مقررات سازمان ملل متحد و با شرکت ۴۴ کشور جهان تشکیل گردید.

اهداف صندوق بین المللی پول :

بر طبق (۱) اساسنامه صندوق، اهداف این موسسه عبارتند از :

- ۱ - تدوین مقررات نظام پولی بین المللی و نظارت بر اجرای صحیح این مقررات.
- ۲ - گسترش همکاری های پولی بین المللی و فراهم کردن امکانات جهت تبادل نفوذ تشریک مساعی در مسائل پولی بین المللی
- ۳ - عقید مضاع مالی از طریق اعطای وام های کوتاه مدت و میان مدت به کشورهای عضو به منظور تامین مالی عدم تعادل های موقتی تراز و کمک به کاهش عدم تبادل های مزمین و ساختاری.
- ۴ - فراهم کردن شرایط لازم جهت گسترش و رشد متوازن تجارت بین المللی.
- ۵ - تشریک مساعی در ایجاد یک سیستم چند جانبه پرداختها در زمینه معاملات جاری بین اعضا و هم چنین رفع محدودیت های ارزی که مانع رشد تجارت جهانی است.
- ۶ - کمک به تثبیت نرخ مبادلات ارزی و برقراری سیستم منظم مبادلات بین اعضا و جلوگیری از کاهش بی رویه نرخ ارزها.

سهیمه اعضای صندوق :

سهیمه هر عضو مشخص کننده موارد زیر است :

۱ - قدرت رای نفوذ هر عضو تصمیمات صندوق.

۲ - میزان تخصیص حق برداشت مخصوص (SDR) به عضو.

۳ - حداکثر دسترسی هر کشور عضو به منابع مالی صندوق سهیمه های پرداختی اعضا در حسابی به نام حساب منابع عمومی صندوق ثبت و نگهداری می شود.

مهمترین تسهیلات مخصوص عبارتند از:

الف) کمک های اضطراری مربوط به بلایای طبیعی

ب) تامین مالی برای ذخائر مواد اولیه

ج) تسهیل مالی جبرانی و احتیاطی

تسهیلات تبدیل ساختاری : (SAF)

حرف از این نوع تسهیلات کمک به کسری تراز پرداختهای کشورهای کم درآمد (فقیر) با شرایط آسان است. شرایط آسان آن این تسهیلات به میزان بهره وام مربوطه و مدت باز پرداخت آن بر می گردد به طوری که بهره متعلق به آن ۵/۰ درصد در سال و باز پرداخت آن پنج سال و نیم پس از اعطای وام شروع می شود و مجموعاً ده سال از زمان دریافت وام طول می کشد.

مزایای عضویت در صندوق بین المللی پول :

۱ - امکان استفاده از تراش های ذخیره، حق برداشت مخصوص SDR، منافع حاصل از فروش طلا که بدون قید و شرط است.

۲ - استفاده اعضا از آمار، نشریات و گزارشهای صندوق، باید اذعان داشت که آمارهایی که به وسیله صندوق تهیه می شود و مطالبی که در نشریات و گزارشات آن درج می شود بسیار مفید و قابل استفاده می باشد و هیچ مؤسسه ای قادر به تهیه آن ها نمی باشد.

۳ - امکان استفاده از پروژه های آموزشی صندوق به منظور تربیت کارشناسان و تدوین موازنه پرداختها.

- ۴ - کشورهای عضو در جلسه های صندوق از تازه ترین تصمیم گیری های مهم پولی و مالی جهان مطلع می شوند، این اطلاعات به ویژه برای کشورهای در حال توسعه می تواند بسیار مفید واقع شود.
- ۵ - ایجاد فرصتهای بحث و تبادل نظر در مورد مسائل اقتصادی با هیأت‌های اقتصادی صندوق.
- ۶ - استفاده از نظریات و راهنماییهای کارشناسان صندوق بین المللی پول و کلیه مسائل پولی به طور کلی در مسائل اقتصادی.
- ۷ - در صورت فعال بودن در صندوق و آگاه شدن از مسائل بین المللی و بهربرداری مناسب از آنها.
- ۸ - همبستگی و وابستگی اکثریت کشورهای جهان به یک محاسبه پولی و مالی بین المللی.

معایب عضویت در صندوق بین المللی پولی:

- ۱- افزایش غیر اختیاری سهمیه.
 - ۲ - اتخاذ سیاستهای ارزی مطابق با اهداف صندوق که ممکن است به ضرر کشور باشد.
 - ۳ - تفاوت کامل صندوق به عملکرد سیستم نرخ ارز.
 - ۴ - احتمال دارد در صورت استفاده از منابع مالی صندوق، استقلال اقتصادی و شاید سیاسی کشور عضو به خطر بیفتد.
 - ۵ - احتمال تعهد به تأمین ارز د حق برداشت مخصوص (SDR).
 - ۶- انواع شرکت در بودجه عملیاتی صندوق در صورت وجود شرایط.
 - ۷ - صندوق بدون توجه به نظام اقتصادی کشور عضو همواره سعی در سیاستهایی بر پایه عدم محدودیت های تجاری و ارزی و به طور کلی اقتصاد آزاد دارد.
 - ۸ - ارائه پیشنهادات و سیاستهای اقتصادی مشابه به کشورهای عضو با نظام های اقتصادی.
 - ۹ - کشورهای چون آمریکا، اروپای غربی و ژاپن به دلیل منافع مشترک، میزان سهمیه و تعداد آزاد.
- و نقش قابل توجهی در تصمیم گیری های عضو گردید و در مقابل کشورهای در حال توسعه که مجموعاً ۴۰ درصد را در اختیار دارند اما به دلیل عدم هماهنگی فکری و عقیدتی کمتر

می توانند از مجموع قدرت رای خود استفاده کنند که وجود چنین شرایطی به نفع کشورهای در حال توسعه نمی باشد و می توان آن را یکی از معایب صندوق به شمار آورد.

۱۰ - صندوق فقط به کشورهای که دارای کسری تراز پرداختها هستند می پردازد و به کشورهای که با مزاد تر از پرداختها که

جایگاه ایران در صندوق: ایران یکی از کشورهای برتون وودز بود که با سهمیه معادل بیست و پنج میلیون دلار آمریکا در صندوق عضویت یافت. هم اکنون سهمیه ایران بالغ ۱۴۹۷۲۰۴ میلیون حق برداشت مخصوص می باشد، از این میزان ۲۵ درصد طلا و ارز تبدیل به صندوق پرداخت شده است و ۷۵ درصد به بستانکار حساب ریالی صندوق نزد بانک مرکزی ایران منظور شده است.

هر کشوری عضو صندوق یا عضویتش ۲۵۰ رای ثابت دارد و به ازای هر یکصد هزار حق برداشت مخصوص سهمیه یک رای به رای هایش اضافه می شود.

جمهوری اسلامی ایران از سال ۱۹۷۲ ریاست کشورهای الجزایر، افغانستان، پاکستان، مراکش، تونس، غنا را بر عهده داشته و یک عضو در هیئت مدیره دارد. ریئس بانک مرکزی نماینده ایران در صندوق می باشد.

منابع و مأخذ

دوکتور طهماسب دولت شاهي، اقتصاد بين المللي، تجارت بين المللي، ماليه بين المللي، چاپ هفتم ۱۳۸۲، صفحه ۱۲۶
گاندولفو، جانكارلو. تجارت بين المللي. ترجمه مهدي تقوي و تيمور محمدي، تهران: پژوهشكده امور اقتصادي، ۱۳۸۰.
ماير، جرالدين. فضاي بين المللي تجارت: رقابت و حاكميت در اقتصاد جهاني. ترجمه علي حبيبي. تهران: سازمان مديريت و برنامه ريزي كشور، معاونت امور پشتيباني، مركز مدارك علمي و انتشارات. ۱۳۸۲.

Atkinson, R. D., and A. S. Mckay (۲۰۰۷). "Understanding the Economic Benefits of the Information Technology Revolution". The Information Technology and Innovation Foundation.

Carl Dahlman, Sam Mealy and Martin Wermelinger, ۲۰۱۶ Harnessing the digital economy for developing countries.

Gumaha and Jamaludin, ۲۰۰۶ What is the digital economy, and how to measure it.

James Manyika. Digital Economy: Trends, Opportunities and Challenges. Extracts from McKinsey Global Institute Research.

OECD, ۲۰۱۷ OECD Digital Economy Outlook, ۲۰۱۷ OECD Publishing.

Thompson, G.. (۲۰۰۴). "Getting to Know the Knowledge Economy: ICTs Networks and Governance". *Economy and Society*.

World Bank Group. ۲۰۱۸ Digital Disruption and Digital Economy Development. Anderson, James E. "A Theoretical Foundation for the Gravity Equation". *The American Economic Review*. No. ۶۹.۱ ۱۹۷۹:۱۰۶-۱۱۶. Anderson, James E. Eric van Wincoop. "Border, Trade and Welfare". *NBER Working Paper*. w.۸۵۱۵ (۲۰۰۱)

Anderson, James E. Eric van Wincoop. "Gravity with Gravitas: A Solution to the Border Puzzle". *The American Economic Review*. No. ۹۳(۱), (۲۰۰۰): ۱۷۰- ۱۹۲

Baldwin, Richard E. *Towards an Integrated Europe*. CEPR: London. ۱۹۹۴

Bayoumi-Tamim and Eichengreen Barry. "Is Regionalism Simply a Diversion? Evidence from The Evolution of the EC and EFTA". *NBER Working Papers*. ۵۲۸۳ (۱۹۹۵)

Baier, Scott L. Bergstrand, Jeffrey H. "The Growth of World Trade: Tariffs, Transport Costs, and Income Similarity". *Journal of International Economics*. No. ۵۳ (۲۰۰۱): ۱-۲۷

Bergstrand, Jeffrey H. "The Gravity Equation in International Trade: some Microeconomic Foundations and Empirical Evidence". *Review of Economic and Statistics* No. ۶۷ (۱۹۸۹): ۴۷۴- ۴۸۱

Bergstrand, Jeffrey H. "The Gravity Equation in International Trade: Some Microeconomic Foundations and Empirical Evidence". *Review of Economics and Statistics*. No. ۷۱ (۱۹۸۵): ۱۴۳-۱۵۳

- Bergstrand. Jeffrey H. "The Generalized Gravity Equation. Monopolistic Competition and the Factor-Proportions Theory in International Trade".. Review of Economics and Statistics. No. ٧١ (١٩٨٩): ١٥٣-١٤٣
- Davise. Donald R. "Intra – Industry Trade: A Hecksher – Ohlin – Ricardo Approach".. Journal of International Economics. No. ١٩ .٤٣ (١٩٩٥)
- Davis. Donald R. (and David E. Weinstein). "Market Access. Economic Geography and Comparative Advantage: An Empirical Test".. Journal of International Economics. No. ٥٩ (٢٠٠٣): ١-٢٣
- Deardorff. V. Alan. "Determinants of Bilateral Trade: Does Gravity Work in a Neoclassic World? ".. NBER Working Paper. No. ٥٣٧٧ (١٩٩٥)
- Eichengreen. Barry. Taylor. Alan. "The Monetary Consequences of a Free Trade Area of the Americas".. NBER Working Papers. w ٩٦٦٦ (٢٠٠٣)
- Evenett. Simon and Wolfgang Keller. "On Theories Explaining the Success of the Gravity Equation".. NBER Working Paper. No. ٦٥٢٩ (١٩٩٨)
- Feenestra. Robert C. Markusen. James A. Rose. Andrew K. "Understanding the Home Market Effect and the Gravity Equation: The Role of Differentiating Goods".. The American Economic Review. (١٩٩٩)
- Frankel. Jeffrey A. Romer. David. Cyrus. Teresa. "Trade and Growth in East Asian countries: Cause and Effect? ".. NBER Working Paper. No. ٥٧٣٢ (١٩٩٥)

Frankel. Jeffrey A. "Is Japan Creating a Yen Bloc in East Asia and the Pacific? ". NBER Working Paper. No. (۱۹۹۲). ۴۰۵.

Frankel. Jeffrey A. Emesto. Stein. Shang. JinWei. "Regional Trading Agreements: Natural or Super – Natural? ". NBER Working Paper. No. ۵۴۳۱. (۱۹۹۶)

Frankel. Michael. Funke. Katja. Stadtmann. Geory. "A Panel Analysis of Bilateral FDI Flows to Emerging Economies". Economics Systems. No. ۲۸ (۲۰۰۴), pp. ۲۸۱-۳۰۰

Kandogan. Yener. "Intra-Industry Trade of Transition Countries: Trends and Determinants". Emerging Markets Review. No. ۴ (۲۰۰۳): ۲۷۲- ۲۸۶

Harrigan. James E. "Specialization and the Volume of Trade: Do the Data Obey the Laws? ". NBER. Working Paper. w. ۸۶۷۵. (۲۰۰۱)

Haveman. Jon. Humels. David. "Alternative Hypotheses and the Volume of Trade: the Gravity Equation and the Extent of Specialization". The American Economic Review. (۲۰۰۱)

Helpman. E. P. Krugman. Market Structure and Foreign Trade: Increasing Returns, Imperfect Competition and the International Economy. Cambridge. MA. MIT Press. ۱۹۸۵

Helpman. E. "Imperfect Competition and International Trade: Evidence from Fourteen Industrial Countries". Journal of Japanese and International Economy. Cambridge. MA. MIT Press. ۱۹۸۷

Huchnson. William K. "Does Ease of Communication Increase Trade?"; Commonality of Language and Bilateral Trade. The American Economic Review. (٢٠٠٢)

Hummels. D. J. Levinsohn. "Monopolistic Competition and International Trade: Reconsidering the Evidence"; Quarterly Journal of Economics. No. ١١٠(٣). (١٩٩٥): ٧٩٩- ٨٣٦

Pöynönen. Pentti. "A Tentative Model for the Volume of Trade between Countries"; Weltwirtschaftliches Archive. Vol. ٩٠. ١٩٦٣

