اروپای متحد بازار اصلی دانمارک

امینی، امیر هوشنگ

اخیرا دپارتمان امور اقتصادی کنفدراسیون صنایع دانمارک بررسی‏ جامعی درخصوص بازارهای خارجی دانمارک به عمل آورده‏ است.گزارش این بررسی در نشریه خبری ماههای ژوئن-اوت 1995 اخبار سنگاپور انتشار یافته است.در این گزارش عنوان شده است که‏ عمده‏ترین بازار کالاهای تولیدی دانمارک،اروپای متحد است.باتوجه به‏ اهمیت موضوع و ارتباط غیرمستقیم آن با بازرگانی خارجی ایران،به‏ویژه‏ آثار و پیامدهای ناشی از کاهش پول ملی در برابر انواع ارز و ثبات قدرت‏ خرید پول در اقتصاد،برگرفته‏ای از این گزارش را در زیر مرور می‏کنیم. دکتر امیر هوشنگ امینی

براساس گزارش مورد اشاره،بخش عمده‏ کالاهای تولیدی دانمارک،در نزدیکترین‏ بازارها به دانمارک،یعنی اروپای متحد به‏ فروش می‏رسد.به بیان دیگر در سال‏ 1994 بیش از نیمی از کل کالاهای‏ تولیدی دانمارک در کشورهای عضو جامعه مشترک اروپا یا اروپای متحد به‏ فروش رسیده است.باتوجه به این‏که در سال جاری مسیحی،کشورهای جدیدی‏ (مانند:سوئد،فنلاند و اتریش)به عضویت‏ جامعه متحد اروپا درآمده‏اند،چنانچه این‏ کشورها را نیز در محاسبه و بررسیهای خود وارد کنیم،ملاحظه خواهد شد که در این‏ صورت اکنون بیش از 60 درصد از صادرات دانمارک به کشورهای عضو این‏ جامعه جاری میشود،که در بازرگانی‏ خارجی دانمارک از جایگاهی ویژه و درخور اهمیت برخوردارند.بدون تردید چگونگی‏ روند اقتصادی در این کشورها در کم‏وکیف‏ صادرات دانمارک بی‏اندازه موثر است.

بهرحال براساس آمار و ارقام منتشره،در سال 1994 صادرات کالاهای تولید شده‏ در دانمارک به اروپای مشترک برابر حدود 71 درصد کل صادرات دانمارک بوده‏ است.بررسی‏های بعمل آمده نشان‏ می‏دهد که جایگاه آلمان در بازرگانی‏ خارجی دانمارک،بین بازارهای مورد اشاره،دارای اهمیت ویژه است و حدود 25 درصد از صادرات دانمارک را بخود اختصاص داده است.نکته درخور توجه این‏که آلمان طی سالهای متمادی‏ بزرگترین بازار کالاهای تولید شده در دانمارک بوده است.اما از زمان اتحاد دو آلمان(پیش‏از این برای سالها شرقی و غربی)از اهمیت آن تاحدودی کاسته‏ شده است.با وجود این بررسی نشان‏ می‏دهد که صادرکنندگان دانمارکی پس‏ از اتحاد دو آلمان در بازارهای آلمان بسیار خوب عمل کرده‏اند.به‏بیان دیگر باید توجه داشت که رشد صادرات دانمارک به‏ آلمان تا سال 1993 به مراتب سریعتر از رشد صادرات سایر کشورها به آلمان بوده‏ است.

نکته درخور توجه اینکه با آنکه این روند در سال 1994 ادامه نیافت،و نرخ رشد 4 در صدی صادرات دانمارک به آلمان به‏ احتمال تا اندازه‏ای ناامیدکننده به نظر می‏رسد،باوجود این در بلند مدت آلمان‏ همچنان بازار عمده تولیدات دانمارک‏ باقی خواهد ماند.

بازرگانان صادر کننده دانمارکی به‏عنوان‏ رقبائی توانمند تا سال 1993 در سایر بازارها سرگرم و تا اندازه‏ای در کلیه جهات‏ تعیین کننده بودند،اما با تغییر و تحول غیر قابل پیش‏بینی و ناگهانی نرخ برابری‏ ارزها و به‏طورکی بازار ارز،در پایان سال‏ 1992 و آغاز سال 1993،زمانی‏که به‏ کاهش ارزش برابری سرسام‏آور پول ملی‏ تعداد زیادی از کشورها منجر شد،تصویر اوضاع به‏کلی تغییر کرد.

سقوط عمومی اقتصاد و کمبودهای ناشی‏ از آن سبب شد برخی کشورها با پیروی از نظریه و سیاست منسوخ بهره‏گیری از اعمال سیاستهای پولی و به بیان دیگر کاهش ارزش برابری پول ملی در برابر انواع ارز و تأثیر آن در توسعه اقتصادی از طریق توسعه صادرات ارزش برابری پول‏ ملی خود را کاهش دهند.کاری که نتیجه‏ آن عرضه قیمت‏های پایین‏تر برای‏ تولیداتشان در مقایسه با دانمارک بوده‏ است.لذا تردید نیست که این کشورها در میدان رقابت قوی خارجی و پابرجا،در کوتاه مدت سهم بیشتری از بازار را به‏ دست خواهند آورد.البته در مقام مقایسه‏ با کشورهائی مانند دانمارک که از سیاست‏ پولی یا ارزی با ثبات‏تری برخوردار باشند. اما آنچه مسلم است در بلند مدت‏ استهلاک سرمایه سبب ایجاد مسائلی مانند نرخ بالای بهره و در نتیجه تورم خواهد شد.و تورم،مزایای کوتاه‏مدت مورد اشاره‏ در بالا را از میان خواهد برد.باید توجه‏ داشت که کاهش ارزش برابری پول ملی‏ این کشورها ضرورتا در توسعه صادرات‏ آنها آشکار نشد و صادرات سیف‏ ( CF )آنها به کشورهای سوئد و فنلاند در سال 1994 به‏گونه‏ای چشمگیر افزایش‏ یافت.این رویداد درحالی به‏وقوع پیوست‏ که ارزش برابری پول ملی این کشورها به‏ گونه‏ای محسوس کاهش یافته بود.نتیجه‏ این که صادرات دانمارک به کشورهای‏ سوئد و فنلاند که از ثبات ارزش پولی‏ بیشتری برخوردار بودند فزونی یافت.با وجود این یکی از عمده‏ترین دلائلی که‏ سبب شد صادرات دانمارک به سوئد و آلمان افزایش یابد این بود که این دو کشور موفق شدند سهم بیشتری از بازارهایی راکه در گذشته دراختیار دانمارک بود به دست بیاورند.به‏عنوان‏ مثال می‏توان به سهم این دو کشور از بازار آلمان اشاره کرد.

در سال 1991 حدود 62 درصد کالاهای‏ تولید شده در دانمارک به‏طور مستقیم یا غیرمستقیم به شرکتهای صادرکننده‏ فروخته شده بود.زیرا شرکت‏های تولید کننده دانمارکی به توسعه بازارهای‏ صادراتی و نیز بهبود کیفیت صادراتی خود و قابل رقابت بودن این تولیدات اتکای‏ بسیار داشتند.بهرحال از آنجا که لازمه‏ افزایش تولیدات،توسعه صادرات است، درنتیجه بروز کسادی سال 1993 در اقتصاد جهانی که در سال 1994 تا حدودی روبه بهبودی نهاد بازارهای‏ تولیدی نیز چهره نمودند.

اروپای شرقی:

بررسیهای بعمل آمده نشان می‏دهد که‏ درحال‏حاضر برای تعیین بزرگترین و مهمترین طرفهای بازرگانی دانمارک در بین کشورهای لهستان و فدراسیون روسیه نام‏ برد.البته باید توجه داشت که با این حال‏ صادرات دانمارک به کشورهای اروپای شرقی همچنان روبه توسعه است و لذا کشورهای اروپای شرقی در بازرگانی‏ خارجی دانمارک از اهمیت درخور توجهی‏ برخوردار می‏باشند شرایط مناسب‏ جغرافیائی این کشورها باتوجه به‏ همسایگی آنها با دانمارک،این امید را ایجاده کرده است که به‏طورکلی بازرگانی‏ بین کشورهای مورد اشاره از گسترش‏ چشمگیری برخوردار گردد.

آسیای جنوب شرقی:

برخی از کشورهای دوردست،به‏ویژه در آسیای جنوب شرقی،از نقطه نظر صادرات‏ در بازرگانی خارجی دانمارک از اهمیت‏ ویژه برخوردار می‏باشند.به‏ویژه آن‏که این‏ کشورها با شتابی سرسام‏آور روبه‏ پیشرفت و دگرگونی دارند.رویدادی که‏ صادرکنندگان دانمارکی را در اندیشه‏ افزایش صادرات به این کشورها انداخته‏ است.برای مثال می‏توان به افزایش‏ صادرات دانمارک به کشورهای کره جنوبی، چین و سنگاپور اشاره کرد.این افزایش‏ صادرات در سال 1994 در حدود 40 در صد بوده است.با این حال صادرات‏ دانمارک به کشورهای آسیایی اقیانوس‏ آرام از گسترش لازم برخوردار نیست و لذا نیاز به چندین سفارش عمده به‏گونه‏ای‏ آشکار احساس می‏شود.

نتیجه‏گیری:

از بررسی بازارهای اصلی دانمارک و عملکرد مربوط در سالهای اخیر،مشاهده‏ می‏شود که برخلاف تصور،کاهش ارزش‏ برابری پول ملی در برابر انواع ارز ممکن‏ است در کوتاه مدت موجب افزایش توان‏ صادراتی یک کشور شود،اما آنچه مسلم‏ است در بلند مدت این رویداد حاصلی‏ جز ایجاد اختلال در اقتصاد آن جامعه‏ ندارد،بویژه آنکه صنایع کشور از لحاظ مواد اولیه به خارج وابسته باشد.بنا بر این‏ روشن است که آنچه در توسعه صادرات و حفظ و نگاهداری و تحصیل بازارهای‏ موجود و جدید موثر است،افزون بر پایین‏ بودن واقعی هزینه تولید و در نهایت قیمت‏ تمام شده کالا در مقایسه بین المللی، حفظ و ثبات پول ملی و به بیانی اعمال‏ سیاستهای پولی و مالی سنجیده است. سیاستی که لازمه انجام آن آگاهی از اصول و مبانی مالیه عمومی،بانک و بانکداری و در نهایت تجربه در برنامه و برنامه‏ریزی و نظارت و هماهنگی بر فعالیتها می‏باشد.واقعیتی که‏ بیشتر دست‏اندرکاران کشورهای در حال‏ توسعه و از جمله ایران،به جهات فراوان‏ توجهی به آن ندارند.

 بازارهای اصلی تولیدات صنعتی دانمارک در سال 1994