

نظریه جدید تجارت بین‌الملل

دکتر سید حسین میرجلیلی *

چکیده

منشأ نظریه جدید در تجارت بین‌الملل، پارادوکس لئونتیف است. هر چند در مورد آن پاسخهای مختلفی در رابطه با مهارت نیروی کار، صنایع منابع طبیعی، چرخه زندگی محصول و تقاضای داخلی ارائه شده است، ولی در کنار موارد جدیدی که نظریه مزیت نسبی (با دو روایت ریکاردویی و هکچر-اوهلین) از توضیح آنها ناتوان بود، زمینه‌های شکل‌گیری نظریه جدید تجارت را فراهم کردند. مهمترین موارد جدید عبارتند از: ناتوانی نظریه مزیت نسبی از توضیح تجارت درون‌صنعتی، تحول در ادبیات سازمان صنعتی، نتایج موفقیت‌آمیز مداخله استراتژیک برخی دولت‌ها در تجارت خارجی برای حمایت از صنایع منتخب و تغییر ماهیت تجارت بین‌الملل.

صرفه‌های مقیاس تولید و رقابت ناقص، دو فرض اساسی نظریه جدید در تجارت بین‌الملل است که در آن تجارت درون‌صنعتی در ساختار رقابت انحصاری و سیاست استراتژیک تجاری در ساختار انحصار چندگانه توضیح داده می‌شود. در شرایط انحصار چندگانه، وضع تعرفه بر واردات رقیب و اعطای یارانه به صادرات، سودآور است. این نتیجه با تحلیل تجارت در شرایط رقابت کامل تفاوت دارد که وضع تعرفه بر واردات و اعطای یارانه به صادرات، رفاه را کاهش می‌دهد.

واژه‌های کلیدی

نظریه‌های تجارت بین‌الملل، پارادوکس لئونتیف، سازمان صنعتی، سیاست استراتژیک تجاری.

* دانشیار پژوهشکده اقتصاد پژوهشگاه علوم انسانی

(۱) مقدمه

نظریه جدید تجارت، رویکردی در تحلیل تجارت بین‌الملل است که منشأ آن «پارادوکس لئونتیف»^۱ می‌باشد. در سال ۱۹۵۳ واسیلی لئونتیف در تحلیلش از آمار داده - ستانده دریافت که ایالات متحده آمریکا که یک کشور غنی از نظر سرمایه است، محصولات کاربر صادر کرده است، در حالی که طبق قضیه هکچر - اوهلین عکس آن انتظار می‌رفت. این پارادوکس، مهمترین چالش تجربی با نظریه هکچر - اوهلین بود. تلاشهای اقتصاددانان برای پاسخ به این پارادوکس سرانجام منجر به شکل‌گیری نظریه جدید تجارت شد که تأثیر عواملی مانند فناوری، تحقیق و توسعه، صرفه‌های مقیاس و رقابت ناقص را در نظر می‌گیرد. این عوامل می‌تواند به کشوری اجازه دهد که مزیت نسبی را در مواردی که قبلاً نداشته است، کسب کند. سیاست استراتژیک تجاری یکی از سیاستهای نظریه جدید تجارت است که در آن از هدف‌گیری و انتخاب برندگان دفاع می‌شود. [۱] پارادوکس لئونتیف سبب انجام پژوهشهایی برای بازاریابی در مورد منشأ مزیت نسبی برای پاسخ به این پارادوکس شد. بنابراین، نظریه جدید تجارت از دهه ۱۹۷۰ مطرح شده است.

(۲) پاسخهای پارادوکس لئونتیف

برخی از تفسیرهای ارائه شده برای پاسخ به پارادوکس لئونتیف و دفاع از نسبت عوامل به عنوان منشأ مزیت نسبی عبارتند از:

۱- **مهارت نیروی کار:** یکی از پاسخهایی که به پارادوکس لئونتیف داده شده، تأکید بر اهمیت مهارت نیروی کار در تولید و صادرات ایالات متحده است. این تفسیر ابتدا توسط لئونتیف و ایروینگ کراویس ارائه شد و سپس توسط سایرین از جمله دونالد کی زینگ بیشتر تبیین گردید. بر این اساس، ایالات متحده آمریکا تأکید زیادی بر ایجاد مهارت نیروی کار از طریق آموزش، آموزش حرفه‌ای ضمن کار و مراقبتهای بهداشتی داشته است. از آنجا که این کشور دارای عرضه نسبتاً وافر نیروی کار ماهر است، صادرات آمریکا باید قاعدتاً شامل محصولات دارای مهارت بیشتر نیروی کار در مقایسه با واردات این کشور باشد.

طرفداران رهیافت نیروی کار ماهر، ارقام مختلفی ارائه نموده‌اند که نشان می‌دهد که صادرات ایالات متحده آمریکا، نسبت به واردات این کشور، بیشتر از نیروی کار ماهر استفاده

1- Leontief Paradox

می‌کند. علاوه بر آن، این مؤلفان بر آورد نموده‌اند که اگر ارزش آموزش و آموزش حرفه‌ای (به اصطلاح سرمایه انسانی) به ارزش سرمایه فیزیکی این کشور افزوده شود، صادرات آمریکا سرمایه‌بر خواهد بود و پارادوکس لئونتیف حل می‌شود.

۲- صنایع تحقیق و توسعه‌گرا: این تفسیر توسط کیسینگ، ویلیام گروبر، دلیپ مهتا و ریموند ورنون ارائه شده است. این تفسیر تأکید می‌کند که ایالات متحده در صنایع تحقیق و توسعه‌گرای خود مزیت دارد. مخارج تحقیق و توسعه به بهبود ماشین‌آلات و فرایندهای فناوری مورد استفاده در کالاهای صنعتی، کیفیت کالاها و خدمات تولید شده و فنون مدیریتی به کار رفته در سازماندهی یک فعالیت اقتصادی منجر می‌شود. نتیجه این سرمایه علمی، تولید کارا تر است. گروبر، مهتا و ورنون دریافتند که ویژگی اغلب صنایع تحقیقات‌گرا در ایالات متحده، اشتغال بالا و برتری اقتصادی بنگاههای بزرگتر است. این گونه صنایع متمرکز و دارای مقیاس بزرگ، سرمایه‌بر نیستند. سرمایه‌بری نمی‌تواند پیدایش صرفه‌های مقیاس بزرگ و موانع ورود در این صنایع را توضیح دهد، بلکه نوآوری موفقیت‌آمیز محصول و بازاریابی موفق مستلزم هزینه‌های تحقیق و توسعه و نتیجه وجود صرفه‌های مقیاس و موانع ورود است.

در سال ۱۹۸۲ در آمریکا پنج صنعت که دارای بالاترین محوریت تحقیقات بوده‌اند، بالغ بر ۷۲ درصد از صادرات آمریکا از کالاهای صنعتی، ۳۹/۱ درصد از کل فروش کالاهای صنعتی و ۸۹/۴ درصد از کل مخارج تحقیق و توسعه آمریکا و ۷۴/۶ درصد از تحقیق و توسعه تأمین مالی شده به وسیله شرکتها را به خود اختصاص می‌دادند. پنج صنعت یادشده عبارت بودند از: حمل و نقل، ماشین‌آلات الکتریکی، ابزار آلات، مواد شیمیایی و ماشین‌آلات غیرالکتریکی. سطح بالای تحقیقات دارای همبستگی با مازاد تجاری آمریکا است. از آنجا که این صنایع، سرمایه‌بر نیستند، می‌تواند توضیح دهد که چرا صادرات آمریکا کمتر از واردات این کشور، سرمایه‌بر است.

۳- صنایع منابع طبیعی: یاروسلاو وانک و محمد دیاب مطرح نمودند که الگوی تجاری آمریکا را می‌توان با در نظر گرفتن ساختار صنایع منابع طبیعی توضیح داد. از آنجا که ایالات متحده آمریکا از نظر موجودی منابع طبیعی نسبتاً فقیر است و تولید منابع طبیعی در آمریکا (شامل معادن و فراوری مرحله اول) کاملاً سرمایه‌بر است و با توجه به این که منابع طبیعی در

آمریکا کمیاب هستند، از طریق عدم صدور محصولات صنایع طبیعی، صرفه‌جویی می‌شود. از سوی دیگر از آنجا که ایالات متحده نیاز به واردات محصولات منابع طبیعی دارد، وقتی به وسیله روشهای تولید آمریکا اندازه‌گیری شود، کاملاً سرمایه‌بر هستند. بر این اساس، به طور متوسط نسبت واردات فرآورده‌های منابع طبیعی به صادرات آمریکا دو برابر است که به دلیل نیاز آمریکا وارد می‌شود ولی چون با روشهای سرمایه‌بر اندازه‌گیری می‌شود پارادوکس را به ذهن متبادر می‌سازد. لئونتیف نیز به بررسی مجدد آمارهای اولیه خود پرداخت و دریافت که اگر صنایع طبیعی را از تحلیل خود مستثنی می‌کرد، می‌توانست معمای خود را حل کند.

۴- چرخه زندگی محصول: این نظریه به وسیله ریموند ورنون و لوئیس تی. ولز به دنبال طرح پارادوکس لئونتیف مطرح شده است و براساس آن محصولات جدید یک چرخه زندگی را طی می‌کنند و طی آن کشور نوآور (آمریکا) بتدریج مزیت تجاری خود را از دست می‌دهد. در مرحله نهایی چرخه، رقبا خارجی، سهم بازار را در آمریکا به دست می‌آورند. اما پاسخ پارادوکس لئونتیف آن است که دلیل این که صادرات آمریکا عموماً کاربرتر از واردات آمریکاست این است که محصولات آمریکایی ماهیتی نوآورانه دارند و در ابتدای چرخه زندگی محصول واقع می‌شوند. این محصولات با تحقیق و توسعه کاربر رشد کردند و به همین دلیل، محصولاتی که آمریکا در آنها دارای مزیت تجاری است، کاربرتر هستند.

۵- تقاضای داخلی: استفان بی. لیندر این فرضیه را مطرح نموده است که محصولات صادراتی یک کشور را تقاضای داخلی آن کشور تعیین می‌کند. وجود تقاضای داخلی گسترده، شرط لازم برای سرمایه‌گذاری جهت گسترش تولید است تا این محصول بتواند به طور بالقوه به یک محصول صادراتی تبدیل شود. پس از آن که بازار داخلی اشباع شد، صادرات انجام می‌گیرد. از این رو، وجود تقاضای داخلی برای کالاهای کاربر (ماهر) در آمریکا، دلیل گسترش تولید و صادرات آنها توسط این کشور است، نه موجودی نسبی عوامل، آن طور که نظریه هکچر-اوهلین مطرح کرده است. [۲]

موارد پنج‌گانه یادشده دارای ماهیتی اصلاحی بوده‌اند و برای جوابگویی به پارادوکس لئونتیف مطرح گردیده‌اند. اما مواردی نیز وجود داشته‌اند که نظریه هکچر-اوهلین از توضیح آنها ناتوان بوده است. این موارد زمینه ظهور نظریه جدید تجارت را فراهم کردند.

۳) زمینه‌های شکل‌گیری نظریه جدید تجارت بین‌الملل

طی چند دهه اخیر صحنه تجارت بین‌الملل دستخوش تغییرات قابل‌توجهی شده است. تغییرات به وجود آمده زمینه‌های شکل‌گیری نظریه جدید تجارت را فراهم نموده است. مهمترین این زمینه‌ها عبارتند از:

۳-۱) ناتوانی نظریه مزیت نسبی از توضیح تجارت درون‌صنعتی^۱

نظریه مزیت نسبی نمی‌تواند تجارت درون صنعتی را توضیح دهد، یعنی وضعیتی که در آن یک کشور محصولات مشابهی در یک صنعت واحد را وارد و صادر می‌کند. آمریکا در این گونه تجارت دوطرفه در اغلب صنایع کارخانه‌ای درگیر است. تراشه‌های حافظه، رایانه، هواپیما، فولاد، لوازم خانگی، پوشاک و بسیاری از کالاهای مصرفی و صنعتی دیگر به وسیله ایالات متحده وارد و صادر می‌شود. ادوارد لینکلن نشان داده است که بیش از نیمی از تمامی تجارت آمریکا در دهه‌های ۱۹۷۰ و ۱۹۸۰ از نوع تجارت درون صنعتی بوده است. سهم این نوع تجارت طی ۱۵ سال منتهی به سال ۱۹۹۳ معادل ۶۳ درصد از صادرات کالایی و ۵۹ درصد از واردات آمریکا در برابر سایر کشورهای صنعتی بوده است، در حالی که اغلب آن کشورها دارای منابع و مزیت نسبی مشابه آمریکا بوده‌اند. [۳]

در واقع تجارت بین‌الملل تحقق یافته، با الگوی مزیت نسبی منطبق نیست. همان طور که در جدول شماره ۱ نشان داده شده است، نسبتی از تجارت کالایی جهان که بین کشورهای که از نظر منابع تکنولوژی و سلیقه‌ها مشابه هستند (کشورهای توسعه‌یافته) تحقق یافته است از سهم تجارت بین کشورهای توسعه‌یافته و در حال توسعه بسیار بزرگتر است. بیش از دو سوم صادرات کالاهای صنعتی جهان از کشورهای توسعه‌یافته نشأت می‌گیرد و مقصد تقریباً سه چهارم آن همان کشورهای توسعه‌یافته است. کشورهای در حال توسعه حدود یک چهارم کالاهای صنعتی جهان را صادر می‌کنند و تنها بخش اندکی از صادرات صنعتی کشورهای توسعه‌یافته را دریافت می‌کنند. علاوه بر این، همان طور که در جدول شماره ۲ نشان داده شده است، بیشترین سهم تجارت میان کشورهای توسعه‌یافته به مبادله ماشین‌آلات و تجهیزات حمل و نقل مربوط می‌شود و از گروه‌های محصول کاملاً متفاوتی تشکیل نشده است.

1-intra-industry trade

۲-۳) تحول در ادبیات سازمان صنعتی

طی دهه ۱۹۷۰ محققان سازمان صنعتی شروع به ارائه الگوهای رقابت ناقص نمودند. مباحث جدید سازمان صنعتی چارچوب لازم را برای الگوسازی رسمی نقش بازدهی فزاینده به عنوان یکی از عوامل وقوع تجارت بین‌الملل ارائه نموده‌اند. پس از آن مقالاتی توسط ا. دیکسیت و نورمن کی. لانکاستر و پل کروگمن منتشر شد که در آن صرفه‌های مقیاس منجر به تخصص دلخواه ملتها در محصولات در داخل صنایع رقابتی به طور انحصاری می‌شد. این مطلب بلافاصله این تصور را ایجاد کرد که تخصص یافتن کشورها و مبادرت آنها به تجارت نه تنها معلول تفاوت‌های آنها بلکه همچنین معلول بازدهی فزاینده است که عاملی مستقل است و منجر به تمرکز جغرافیایی تولید کالا می‌شود. در واقع، بازدهی فزاینده یکی از عوامل بنیادی تجارت بین‌الملل و در ردیف مزیت نسبی است.



جدول ۱: صادرات کالایی مناطق اصلی جهان (۱۹۶۳-۹۴) (واحد: درصد)

مقصد مبدأ	سال	کشورهای توسعه یافته	کشورهای در حال توسعه	مناطق تجاری شرقی	جهان
کشورهای توسعه یافته*	۱۹۶۳	۴۹/۹	۱۴/۷	۲/۵	۶۷/۱
	۱۹۷۳	۵۵/۱	۱۲/۵	۳/۳	۷۰/۹
	۱۹۸۳	۴۶/۲	۱۵	۲/۹	۶۴/۱
	۱۹۸۷	۵۵	۱۲/۳	۲/۶	۶۹/۹
	۱۹۹۴	۵۱/۵	۱۷	۲	۷۱/۶
کشورهای در حال توسعه**	۱۹۶۳	۱۵/۲	۴/۴	۱/۱	۲۰/۷
	۱۹۷۳	۱۴/۴	۳/۹	۰/۹	۱۹/۲
	۱۹۸۳	۱۶/۳	۷/۱	۱/۳	۲۴/۶
	۱۹۸۷	۱۳/۵	۴/۸	۱/۴	۱۹/۷
	۱۹۹۴	۱۵/۴	۹/۳	۰/۳	۲۵/۴
مناطق تجاری شرقی***	۱۹۶۳	۲/۳	۱/۸	۸/۱	۱۲/۱
	۱۹۷۳	۲/۷	۱/۵	۵/۷	۹/۹
	۱۹۸۳	۳/۲	۲/۳	۵/۷	۱۱/۳
	۱۹۸۷	۲/۸	۲	۵/۵	۱۰/۴
	۱۹۹۴	۲	۰/۵	۰/۵	۲/۹
جهان	۱۹۶۳	۶۷/۴	۲۰/۹	۱۱/۷	۱۰۰
	۱۹۷۳	۷۲/۲	۱۷/۹	۹/۸	۱۰۰
	۱۹۸۳	۶۵/۷	۲۴/۳	۹/۹	۱۰۰
	۱۹۸۷	۷۱/۳	۱۹/۲	۹/۵	۱۰۰
	۱۹۹۴	۶۸/۹	۲۶/۷	۲/۸	۱۰۰

Source: GATT, **International Trade 1987-88**, vol. II and WTO, **International Trade Statistics 1995**.

*کشورهای توسعه یافته شامل آمریکای شمالی، اروپای غربی، ژاپن، استرالیا و زلاندنو است.

** کشورهای در حال توسعه شامل آمریکای لاتین، آفریقا، خاورمیانه و سایر کشورهای آسیایی است.

*** مناطق تجاری شرقی شامل اروپای شرقی و مرکزی و شوروی سابق است.

جدول ۲: تجارت کالایی کشورهای توسعه یافته (۱۹۸۵-۹۰)

گروههای کالایی	۱۹۸۵ (میلیارد دلار)	۱۹۸۵ (درصد)	۱۹۹۰ (میلیارد دلار)	۱۹۹۰ (درصد)
کل صادرات	۱۳۰۸/۲۵	۱۰۰	۱۹۶۵/۵۵	۱۰۰
کل محصولات صنعتی، شامل:	۹۴۹/۴۵	۷۲/۶	۱۵۱۷/۶۰	۷۷/۲
آهن و فولاد	۵۵/۱۰	۴/۲	۶۳/۴۰	۳/۲
مواد شیمیایی	۱۲۸/۴۰	۹/۸	۱۹۴/۶۰	۹/۹
سایر محصولات نیمه صنعتی	۱۰۰/۴۵	۷/۷	۱۷۰/۷۰	۸/۹
ماشین آلات و تجهیزات حمل و نقل	۵۰۵/۵۵	۳۸/۶	۸۰۰/۶۰	۴۰/۷
منسوجات	۳۵/۷۰	۲/۷	۵۳/۱۰	۲/۷
پوشاک	۲۱/۱۰	۱/۶	۴۳/۵۰	۲/۲
سایر کالاهای مصرفی	۱۰۳/۱۵	۷/۹	۱۹۱/۷۰	۹/۷
کل محصولات اولیه	۳۱۳/۵۶	۲۳/۹	۳۸۸/۳۰	۱۹/۷

Source: GATT, *International Trade 1990-91*, vol. II, p.80-81.

برای اقتصاددانان بین الملل، این یک بازنگری بنیادی بود. اگر بازدهی فزاینده و رقابت ناقص، بخشهای ضروری تبیین تجارت بین الملل باشند، در آن صورت ما در حالت بهینه دوم قرار داریم که در آن مداخله دولت اصولاً می تواند نتایج بازار را بهبود بخشد. [۴] بر خلاف تجارت آزاد که متکی به این فرض است که بازارها کارا می باشند، نتیجه به کارگیری سازمان صنعتی در تجارت بین الملل آن بود که بخش عمده ای از تجارت بین الملل که با نظریه های سنتی تجارت قابل تفسیر نبود، تفسیر رضایت بخش و واقع نگرا نه ای یافت.

مفروضات زیربنایی نظریه های سنتی تجارت بین الملل یعنی رقابت کامل و بازدهی ثابت نسبت به مقیاس تولید جای خود را به مفروضات جدیدی داد: رقابت ناقص و صرفه های ناشی از مقیاس تولید.

اکنون صادرکنندگان بزرگ تنها با یک یا چند رقیب مواجهند، دارای توانایی تأثیرگذاری بر قیمتها هستند و اقدامات استراتژیکی انجام می دهند که برای تأثیرگذاری بر فعالیت تولیدی و صادراتی رقبای آنها طراحی شده اند. از این رو، شرکتهای تولیدی و صادراتی در بازارهای رقابتی ناقص فعالیت می کنند. [۵]

۳-۳) نتایج موفقیت آمیز مداخله استراتژیک دولتها در تجارت خارجی برای حمایت از صنایع منتخب

۳-۳-۱) ایالات متحده آمریکا

بعد از جنگ جهانی دوم تا اواسط دهه ۱۹۷۰، ایالات متحده آمریکا عمدتاً از سیاست آزادسازی متقابل^۱ پیروی کرد. پس از آن به قوانین تجاری مانند «بخش ۳۰۱» متکی بود و بر سیاست تجاری تهدید برای انتفاع از دسترسی به بازارهای خارجی تأکید داشت. در دهه ۱۹۹۰ به سیاست تجارت مدیریت شده به دو شکل آن یعنی تجارت مدیریت شده تلافی جویانه و تجارت مدیریت شده یکجانبه رو آورد.

با تغییراتی که در قانون تجارت سال ۱۹۷۴ انجام گرفت، استفاده از موانع غیرتعرفه‌ای در مقابل واردات رقیب تسهیل گردید. از سوی دیگر، بخش ۳۰۱ قانون تجارت سال ۱۹۷۴ توسعه صادرات را هدف خود قرار داد تا بازارهای خارجی به روی محصولات آمریکایی باز شود. همچنین، از طرفهای تجاری آمریکا خواسته شد که واردات خود از آمریکا را افزایش دهند و اگر کشوری نمی‌پذیرفت، تهدید به تلافی می‌شد. [۶]

اضمحلال شدید موقعیت تجاری آمریکا طی دوران ریاست جمهوری ریگان و تداوم آن تا اواخر دهه ۱۹۸۰ علاقه به سیاست تجاری را بیشتر کرد. بین سالهای ۱۹۸۰ و ۱۹۸۸ سهم ایالات متحده از کل واردات جهان از ۱۳ به ۱۶ درصد افزایش یافت، در حالی که صادرات ایالات متحده حول و حوش ۱۱ درصد نوسان می‌کرد. در نتیجه، حساب جاری با مازاد سالیانه ۲ میلیارد دلار در سال ۱۹۸۰ به کسری سالیانه ۱۲۰ میلیارد دلار در سال ۱۹۸۸ رسید. اگر نظام تجاری ایالات متحده طبق منطق ریکاردویی کار می‌کرد، تغییر نرخ ارز به سرعت کسری پرداختهای ایالات متحده را کاهش می‌داد، ولی در سرتاسر دهه ۱۹۸۰ شواهد تجربی نشان داد که بخش بزرگ و در حال رشدی از تجارت به هیچ وجه با مزیت نسبی کار نمی‌کند. [۷]

ایالات متحده با طرفهای تجاری خود خصوصاً ژاپن طی سالهای متوالی کسری تجاری سالیانه‌ای معادل ۵۰ میلیارد دلار داشت. رفع کسری تجاری این کشور، سیاست تجاری فعال و مداخله‌گرایانه‌ای را طلب می‌کرد. رابرت ریچ در مقاله خود با عنوان «ما به یک سیاست استراتژیک تجاری نیاز داریم» می‌نویسد: «اکنون اقتصاددانان به این نظر با احترام نگاه می‌کنند که ایالات متحده باید تجارت آزاد را رها کند و روابط تجاری خود با ژاپن را مدیریت نماید. ...

1- reciprocal liberalization

هرچند گات توانسته است تعرفه‌های رسمی و سهمیه‌های وارداتی را به طور کلی کاهش دهد، ولی هم‌اکنون تجارت جهانی مملو از طیف وسیعی از موانع غیرتعرفه‌ای است.» [۸]

از زمان روی کار آمدن بیل کلینتون در آمریکا، کاهش کسری تجاری این کشور به یکی از اهداف دولت این کشور تبدیل شد. به همین منظور، خانم لورا تیسون که از طرفداران سرسخت سیاستهای استراتژیک تجاری است به عنوان رییس شورای مشاوران اقتصادی رییس جمهور تعیین شد. وی در مقاله‌ای که درباره نحوه موفقیت صنعت نیمه‌هادی ژاپن نوشته است، آن را مدیون پیروی از سیاست استراتژیک تجاری می‌داند. اکنون که موازنه تجاری ایالات متحده مثبت شده است، این نظر قوت گرفته است که پیروی از سیاست استراتژیک تجاری می‌تواند صادرات و واردات را بخوبی مدیریت نموده و در دستیابی به اهداف تجاری ابزار مؤثری باشد.

۲-۳-۳ ژاپن: صنعت نیمه‌هادی

پیدایش صنعت نیمه‌هادی ژاپن در عرصه جهانی نتیجه نیروهای تجارت آزاد نبود، بلکه نتیجه یک سیاست حمایتی طرح‌ریزی شده بود. [۹] دولت ژاپن ابزارهای سیاستی متعددی به کار گرفت تا صنعت نیمه‌هادی خود را رشد دهد و آن را در مقابل رقیب خارجی - عمدتاً آمریکاها - محافظت نماید و حمایت خود را تا زمانی ادامه داد که صنعت نیمه‌هادی به مقیاسی از تولید و سطحی از کیفیت رسید که قادر به رقابت در بازارهای جهانی بود. دولت ژاپن برای مداخله استراتژیک در تجارت صنعت نیمه‌هادی را انتخاب کرد، زیرا دارای اثرات سرایتی^۱ مهمی در بقیه اقتصاد بود.

طی دهه ۱۹۶۰ و اوایل دهه ۱۹۷۰ دولت ژاپن از طریق وزارت صنعت و تجارت بین‌الملل به دنبال بنا نمودن صنعت رقابتی نیمه‌هادی به وسیله محدود ساختن رقابت خارجی در بازار داخلی و به دست آوردن فناوری و دانش فنی خارجیان بود. این وزارتخانه تقاضای آن دسته از سرمایه‌گذاران خارجی را که خواستار انحصار و مالکیت تمامی شعب خود در ژاپن بودند رد کرد. همچنین تقاضانامه‌های سرمایه‌گذاری مشترک را که در آن شرکتهای خارجی اکثریت مالکیت را به دست می‌آوردند نپذیرفت. خرید سهام شرکتهای نیمه‌هادی ژاپن به وسیله خارجیان را نیز رد نمود. همزمان با آن، دولت از طریق وضع تعرفه‌های بالا و سهمیه‌های وارداتی محدودکننده و اعلام نیاز به تأیید و ثبت خصوصاً برای تراشه‌های پیشرفته، نفوذ محصولات خارجی به بازار ژاپن

1- spillover effects

را محدود کرد. به عنوان مثال، تا سال ۱۹۷۴، تراشه‌هایی که دارای بیش از ۲۰۰ عنصر بودند، نمی‌توانستند بدون مجوز خاص وارد ژاپن شوند. نفوذ خارجیان به بازار ژاپن همچنین به وسیله «رویه‌های گمرکی مستثنی‌کننده»^۱، شعار «ژاپنی کالاهای ژاپنی بخر» و «سیاستهای ایجاد فشار شدید و همه‌جانبه»^۲ مدیریت می‌شد. [۱۰]

«دسترس‌ی کنترل‌شده»^۳ اصطلاحی است که به بهترین وجه بیانگر وضعیتی است که در بازار نیمه‌هادی و بازار سیستمهای مربوطه در ژاپن وجود داشت. نتیجه اقدامات یادشده این است که هم اکنون ده شرکت بزرگ ژاپنی تقریباً تمامی تولید نیمه‌هادی را در این کشور انجام می‌دهند و هر یک در ساخت قطعه یا سیستمی تخصص یافته و الگوی تقسیم کار را میان خود بخوبی اجرا نموده‌اند. برنامه‌های تحقیق و توسعه آنها به طور مشترک تأمین مالی شده و به مرحله اجرا در می‌آید. با اجرای دسته‌جمعی برنامه‌های تحقیق و توسعه به وسیله شرکت‌های نیمه‌هادی ژاپن مانند «پروژه طراحی مدار ادغام شده در مقیاس بزرگ»^۴ که در اواسط دهه ۱۹۷۰ انجام شد، فناوریهای ژنریک (یعنی فناوریهای دارای کاربرد وسیع که فنون تولید مشترکی دارند) توسعه داده شد و فرایندهای تولید انبوه نوسازی گردید. دولت ژاپن از طریق اعطای وام‌های ترجیحی با بهره کم و کمک بلاعوض و از طریق خریدهای تشویقی مؤسسات دولتی در واقع برای سرمایه‌گذاری در تحقیقات صنعتی یارانه می‌داد. با اقدامات یادشده تولیدکنندگان نیمه‌هادی در ژاپن توانستند به مزیت رقابتی در بازارهای بین‌المللی خصوصاً در زمینه تولید انبوه حافظه‌های معمولی^۵ دست یابند. در سال ۱۹۸۴ شرکت‌های ژاپنی در تولید حافظه‌های دستیابی تصادفی^۶ رایانه در سطح جهان برتری یافتند و بین ۶۰ تا ۹۰ درصد بازار رم‌های رایانه را تسخیر نمودند. بدون سیاست فعال دولت ژاپن در دهه ۱۹۷۰ صنعت نیمه‌هادی این کشور نمی‌توانست به برتری بین‌المللی دست یابد. بستن بازار و تأمین مالی طرح‌های پژوهشی ژنریک دو سیاست استراتژیک دولت بودند که نقش مهمی در این زمینه ایفا کردند و تأثیر چشمگیری بر پویاییهای رقابت صنعتی داشتند. [۱۱]

۳-۳-۳ اروپا: هواپیمای ایرباس

شرکت ایرباس در سال ۱۹۸۰ توسط دولتهای فرانسه و آلمان غربی پایه‌گذاری شد و بعداً به یک کنسرسیوم شامل ۹ دولت اروپایی تبدیل گردید. کنسرسیوم اروپایی تولیدکننده ایرباس

1- Exclusionary Customs Procedures

2- jawhoning policies

3- Controlled access

4- VLSI

5- commodity memory

6 - RAM (Random Access Memories)

یارانه‌های هنگفتی به تحقیق و توسعه اختصاص دادند، صادرات آن را تأمین مالی کردند و در فرایند ساخت به ایرباس کمک کردند. هرچند ایرباس سودآور نبود و نتوانست هیچ یک از هزینه‌های تحقیق و توسعه را پوشش دهد، ولی توانست سهم خود را از بازارهای هواپیمای تجاری جهان از ۳ درصد در اوایل دهه ۱۹۷۰ به ۳۰ درصد در سال ۱۹۷۹ افزایش دهد. در اواسط دهه ۱۹۸۰ ایرباس با مک دونل داگلاس و بوئینگ درگیر رقابت شدیدی شد. [۱۲]

در اواخر دهه ۱۹۷۰ شرکتهای هواپیمایی آمریکا به طور فزاینده‌ای از ایرباس شکایت داشتند. در ابتدا شکایتهای در مورد یارانه‌های صادراتی اروپا به ایرباس بود. از آنجا که یارانه‌های صادراتی می‌توانست برای ایرباس سهم بازار ایجاد کند و منحنی یادگیری رقیب (ایرباس) را به پایین براند، بوئینگ و مک دونل داگلاس خواهان یک جنگ ویرانگرانه تأمین مالی صادرات شدند. در دهه ۱۹۸۰ بویژه بوئینگ تقاضای پیچیده‌تر و بیشتری داشت. بوئینگ اظهار می‌داشت که دولت‌های اروپایی حامی ایرباس با فشارهای سیاسی برای هواپیمای خود بازار ایجاد می‌کنند، مانند این که در نیمه دوم دهه ۱۹۷۰ احداث کارخانه نیروی هسته‌ای در ایران را منوط به خرید هواپیمای ایرباس نمودند. [۱۳] هرچند بوئینگ یک تولیدکننده با هزینه پایین بود ولی نمایندگان بوئینگ اعلام کردند که نمی‌توانند بوئینگ را در قیمت ایرباس بفروشند و سودی هم ببرند.

با شروع مذاکرات رسمی آمریکا و اروپا در اجلاسهای گات در سال ۱۹۸۷، مقامات بوئینگ خواهان آن بودند که اروپا تمامی یارانه‌هایش را حذف کند، فشارهای سیاسی برای فروش را متوقف سازد و ایرباس را به قیمتی بفروشد که تمامی هزینه‌هایش را شامل شود. با شکست مذاکرات، بوئینگ تهدید کرد که ایرباس مشمول بخش ۳۰۱ قانون تجارت آمریکا شده و اقدامات تلافی‌جویانه مانند اقدامات ضدقیمت‌شکنی (دامپینگ) و عوارض جبرانی علیه ایرباس به کار گرفته خواهد شد.

در این اثنا، مک‌دونل داگلاس تلاش خود را (با حمایت بوئینگ) علیه ایرباس تشدید کرد و از دولت آمریکا درخواست نمود که ایرباس را زیر فشار قرار دهد تا از طرحهای ساخت هواپیمای جدید یعنی ایرباس ۳۴۰ صرف‌نظر کند. ریگان رئیس‌جمهور آمریکا حمایت اروپا از ایرباس را در فهرست اقدامات تجاری غیرمنصفانه قرار داد تا مورد بررسی قرار گیرد. در ابتدا مک‌دونل داگلاس تلاش کرد سرمایه‌گذاری مشترکی با ایرباس داشته باشد تا از رقابت سبعانه میان MD-11 و ایرباس ۳۴۰ جلوگیری شود. هنگامی که در این زمینه با شکست مواجه شد،

این شرکت اتهامهایی علیه ایرباس مطرح و ادعا نمود که ایرباس یارانه می‌گیرد و مشتریان را به سرقت می‌برد. در اوایل سال ۱۹۸۷ مذاکره‌کنندگان آمریکایی تهدید کردند که براساس بخش ۳۰۱ قانون تجارت آمریکا از صادرات هواپیمای ایرباس جلوگیری خواهند کرد. نماینده مک‌دونل داگلاس در کنگره آمریکا اعلام کرد: «در صورتی که مذاکرات گات در ژوئیه ۱۹۸۷ با شکست مواجه شود، آنگاه اقدام دولت آمریکا برای "هم سطح کردن میدان بازی رقابت" در صنعت هواپیمایی تجاری ضروری خواهد بود.» [۱۴]

البته تداوم سودآوری دو شرکت آمریکایی مانع از این شد که صنعت به سرعت و بلافاصله یک سیاست استراتژیک تجاری اتخاذ نماید. با وجود این، ترجیحات تجاری صنعت هواپیمایی در دهه ۱۹۸۰ به موضع سیاست استراتژیک تجاری نزدیکتر شد و از موضع تجارت آزاد بی‌قید و شرط فاصله گرفت. [۱۵]

۴-۳) تغییر ماهیت تجارت بین‌الملل

از جنگ جهانی دوم به بعد بخش بزرگ و در حال رشدی از تجارت جهانی شامل مبادلاتی شده است که نمی‌تواند منتسب به مزیت نسبی طبیعی کشورهای شود که کالاهای خاصی صادر می‌کنند، بلکه منعکس‌کننده مزیت‌های موقتی یا دلخواه ناشی از صرفه‌های مقیاس یا تحولات ناشی از رقابت در تکنولوژی است. موارد وجود تجارت گسترده دوطرفه در محصولاتی که کشورها در آنها مزیت نسبی ندارند، زیاد است. نتایج سنتی سیاست تجاری برای صحنه جدید تجارت بین‌الملل که در آن علل دیگر به اندازه مزیت نسبی اهمیت دارند، درست نیست. یکی از نیروهایی که به نظر می‌رسد تخصص بین‌المللی را شکل می‌دهد فناوری است. در بسیاری 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 تحقیق و توسعه و تجربه تعیین می‌گردد. [۱۶]

۴) دو فرض اساسی نظریه جدید تجارت بین‌الملل

۴-۱) صرفه‌های مقیاس تولید

یکی از فروض نظریه هکچر - اوهلین این بود که دو کالا در هر دو کشور در شرایط بازده ثابت نسبت به مقیاس، تولید می‌شوند. با وجود بازده فزاینده نسبت به مقیاس حتی اگر دو کشور از هر

نظر وضعیت یکسانی داشته باشند باز هم تجارت دوجانبه سودآور امکانپذیر است. این وضعیت تجاری در الگوی هکچر - اوهلین مورد بررسی قرار نگرفته است. [۱۷]

صرفه‌های مقیاس دلیل جدیدی برای انجام تجارت است. پیامد مستقیم صرفه‌های مقیاس این است که هزینه‌های فرصت، کاهش می‌شود. از سوی دیگر، وقتی صرفه‌های مقیاس (درونی) علت وقوع تجارت باشد، آنگاه باید فرض رقابت کامل را کنار بگذاریم. صرفه‌های مقیاس باعث می‌شود هزینه متوسط (هزینه هر واحد محصول) با افزایش محصول، کاهش یابد.

این نوع رفتار هزینه متوسط معمولاً در فرایندهای تولیدی یافت می‌شود که متضمن هزینه‌های ثابت زیاد قبل از شروع تولید است (مانند مخارج هنگفت تحقیق و توسعه که تولیدکننده قبل از شروع تولید باید در آن سرمایه‌گذاری کند؛ مثلاً در ساخت هواپیما و رایانه). در این موارد، هزینه‌های ثابت در مقایسه با هزینه‌های بعدی (متغیر) تولید بسیار زیاد است، به طوری که با افزایش مقدار تولید، هزینه متوسط کاهش می‌یابد.

برای وجود تجارت دوجانبه سودآور در شرایط بازده فزاینده نسبت به مقیاس لزوماً نباید دو کشور در تمام جنبه‌ها کاملاً شبیه یکدیگر باشند. از سوی دیگر، اگر صرفه‌جویی‌های مقیاس در یک زمان طولانی برای یک کالا ادامه داشته باشد، یک یا تعدادی از بنگاهها در یک کشور کل بازار آن محصول را در اختیار خود خواهند گرفت. این مسأله منجر به ایجاد انحصار کامل یا انحصار چندجانبه خواهد شد.

۱-۱-۴) الگوی تجارت در حالت صرفه‌های مقیاس

صرفه‌های مقیاس، کشورها را به سوی تخصص یافتن سوق می‌دهد. مادامی که هر دو کالا در هر دو کشور تقاضا شود، علاقه به تجارت وجود دارد. پرسش این است که کدام کشور کدام کالا را صادر خواهد کرد؟ در حالت تشابه کشورها، الگوی تجارت غیرقابل‌پیش‌بینی است. عواملی مانند مزیت نخستین اقدام‌کننده^۱ نقش مهمی در هدایت یک کشور به سوی تخصص یافتن در تولید کالای دارای صرفه‌های مقیاس ایفا می‌کند. صنعت ساعت مچی سوئیس مثالی در این زمینه است. این صنعت در قرن ۱۸ در سوئیس شروع به گسترش فعالیت خود کرد. این صنعت، کاربر ماهر ویژه^۲ بود و منابع طبیعی بر^۳ نبود. اندکی پس از آن، مزایای هزینه‌ای ایجاد شده باعث شد که تازه‌واردان نتوانند وارد فعالیت شوند، ولو این که دارای موجودی خاصی از منابع لازم بودند. مثالهای

1- First Mover Advantage
 2- Specific – Skilled Labour – Intensive
 3- Natural-Resource- Intensive

دیگر صنعت مبیل ایتالیا یا صنعت ارتباطات راه دور سوئد است. ویژگی تمامی این مثالها دستیابی به هزینه متوسط پایین و توسعه مهارتهای فنی و سایر مهارتهایی است که تضمین کننده مزیت خود تقویت کننده است. هزینه‌های شروع بالا مانع رقابت موفقیت آمیز سایرین می‌شود. از این رو، اگر دو کشور دارای اندازه متفاوت ولی دارای موجودی عوامل نسبی و سلیقه‌های یکسان باشند، کشور بزرگتر در کالاهای دارای صرفه مقیاس ولی کشور کوچکتر در کالای دارای بازدهی ثابت به مقیاس تولید تخصص پیدا خواهد کرد.

بازارهای داخلی بزرگ پیش‌نیاز تحقق منافع ناشی از صرفه‌های مقیاس در یک صنعت ابتدا در داخل کشور و سپس از طریق صادرات است و به همین دلیل کشورهای کوچک مانند ژاپن یا آلمان صادرکنندگان برتر هواپیمای تجاری نشدند، آن‌طور که ایالات متحده شد. هر چند هر سه کشور دارای سلیقه‌ها و موجودی عوامل نسبتاً مشابهی هستند، اما تولیدکنندگان آمریکایی توانستند حتی قبل از تولید برای بازارهای صادراتی، به منافع صرفه‌های مقیاس دست یابند.

البته این بدان معنا نیست که کشور دارای بازار داخلی کوچک نمی‌تواند کالای دارای صرفه‌های مقیاس تولید کند. برای کشور کوچک، بازار صادرات (که بسیار بزرگتر از بازار داخلی است) باعث می‌شود که آن کشور مزیت اولیه خود را افزایش دهد: مانند سوییس (صنعت ساعت‌سازی، بلژیک (کالاهای صنعتی استاندارد مانند قطعات اتومبیل)، سوئد (تجهیزات ارتباطات راه دور)، دانمارک و ایتالیا (صنعت مبیل‌سازی)، کره و تایوان (کالاهای صنعتی متعدد) و موارد دیگر که به رغم کوچک بودن بازار داخلی، از طریق بازار صادرات به صرفه‌های مقیاس تولید دست یافتند. [۱۸]

۲-۴) رقابت ناقص

اکثر بازارها در تجارت جهانی خصوصیات غیررقابتی دارند و درجه تمرکز در آنها زیاد است. درمورد اغلب محصولات صنعتی، معدنی و کشاورزی تعداد معدودی عرضه کننده بر بازار آنها مسلط هستند و قیمت بازار و سایر شرایط بازار را تحت تأثیر قرار می‌دهند. به عبارت دیگر، تجارت کالاهای صنعتی زیادی در شرایط انحصار چندجانبه یا رقابت انحصاری صورت می‌پذیرد. هر واحد نسبت به عمل رقبای خود بسیار حساس است و بایستی عکس‌العمل رقبای خود را دقیقاً در مقابل عمل خود ارزیابی کند. در این شرایط، اختلاف زیادی بین قیمت کالا و هزینه نهایی وجود دارد.

۱-۲-۴) تجارت درون‌صنعتی

در اواسط دهه ۱۹۷۰ تجارت محصولات صنعتی مشابه میان کشورهای صنعتی شروع به رشد کرد. نظریه هکچر - اوهلین نیز نمی‌توانست توضیح دهد که چرا کشوری مانند ایالات متحده آمریکا محصولاتی را وارد می‌کند که همانها را صادر می‌نماید. این خلأ در نظریه هکچر - اوهلین باعث گردید که گروبل^۱ نظریه تجارت درون‌صنعتی را برای تفسیر آن ارایه دهد. طبق نظر گروبل، تجارت درون‌صنعتی میان کشورهای با سطوح مشابه توسعه تحقق می‌یابد که در آن صنایع تولیدکننده کالاهای متمایز (غیرهمگن) که در نوع، کیفیت، نام تجاری و ویژگیها با یکدیگر تفاوت دارند (مانند انواع خودرو و سیگار) اقدام به تجارت دو طرفه می‌نمایند. از نظر گروبل، اگر از نظریه هکچر - اوهلین فرض بازدهی ثابت به مقیاس تولید حذف شود، آنگاه صرفه‌های مقیاس تولید به عنوان جایگزین آن می‌تواند تجارت درون‌صنعتی را توضیح دهد. در این حالت، هر کشور در یک یا چند نوع از کالای متمایز تخصص پیدا خواهد کرد و انواع دیگر را وارد خواهد نمود. [۱۹]

نوآوری نظریه جدید تجارت درون‌صنعتی در دو فرض زیر قرار دارد:

الف) بخشهایی وجود دارند که محصولات متمایز تولید می‌کنند. در هر کشور برای طیف وسیعی از انواع محصولات، تقاضا وجود دارد.

ب) هر نوع از محصولات متمایز با صرفه‌های درونی مقیاس تولید می‌شود.

فرض دوم منجر به ساختار بازار رقابت انحصاری در صنایع تولیدکننده محصولات متمایز شده است، به طوری که هر بنگاه نوع متمایزی از آن محصول را تولید می‌کند. اگر محصولات متمایز در بیش از یک کشور تولید شود، از آنجا که هر نوع تنها در یک کشور تولید می‌شود، فرض اول تضمین‌کننده تجارت درون‌صنعتی است و این همان نوآوری نظریه تجارت درون‌صنعتی است. [۲۰]

بیشترین و سریعترین رشد تجارت در واقع میان کشورهای است که در سه ویژگی ملی تشابه دارند: تکنولوژی، موجودی عوامل و سلیقه‌ها. از این رو، تجارت میان خود کشورهای توسعه‌یافته سهم عمده‌ای از تجارت جهانی را تشکیل می‌دهد.

۲-۲-۴) انحصار چندجانبه و سیاست استراتژیک تجاری

الیگوپولی یا انحصار چندجانبه عبارت است از بازار با چند فروشنده. انحصارگران چندجانبه، قیمت‌پذیر نیستند و وابستگی متقابل به یکدیگر دارند. بازار انحصار چندجانبه

1- Grubel

مبتنی بر فروض زیر است:

- ۱- محصولات بنگاهها، همگن هستند نه متمایز.
- ۲- اهداف بنگاهها حداکثرسازی سود است (هر بنگاه محصول خود را جایی تنظیم می‌کند که درآمد نهایی = هزینه نهایی باشد).
- ۳- هر بنگاه یک تنظیم‌کننده محصول است (الگوی کورنو).
- ۴- هر بنگاه فرض می‌کند که رقبايش به تصمیمات وی واکنش نشان نخواهند داد (الگوی کورنو).
- ۵- منحنی هزینه نهایی بنگاهها به صورت افقی (ساده‌ترین حالت) و مشترک است (رفتار مشابه تمامی بنگاهها).

۶- تعداد بنگاهها، برونزا و ثابت است.

۷- الگوی تحلیلی، ایستاست (تحلیل ساده می‌شود).

۸- هیچ مداخله‌ای در بازار وجود ندارد (تحلیل ساده می‌شود).

این فروض، همان فروض الگوی کلاسیک انحصار چندجانبه است که توسط کورنئ (۱۸۳۸) بیان شده است. درآمد نهایی مساوی $\left(1 - \frac{1}{en}\right)$ است. p قیمت و e کشش قیمتی تقاضای محصول و n تعداد بنگاههاست. اگر $n = 1$ باشد، حالت انحصاری است که در آن $MR = \left(1 - \frac{1}{e}\right)$ است و وقتی n بی‌نهایت باشد، حالت رقابت کامل است که $MR = p$ است. در حالت انحصار چندجانبه، درآمد نهایی کمتر از قیمت خواهد بود. هر قدر تعداد بنگاهها بیشتر باشد، قیمت به درآمد نهایی نزدیکتر خواهد بود. از سوی دیگر:

$$P\left(1 - \frac{1}{e}\right) = c$$

به گونه‌ای که:

$$P = \frac{c}{1 - \frac{1}{en}}$$

که در آن قیمت بیش از هزینه نهایی است. مقدار اضافه قیمت $\frac{p-c}{p}$ از قیمت بالای

هزینه نهایی مساوی با $\frac{1}{en}$ است و بنابر این رابطه تناسبی معکوس با تعداد بنگاهها دارد.

سیاست تجاری برای صنایع انحصار چندجانبه توسط براندر و اسپنسر به صورت برقراری

تعرفه بر واردات انحصارگر خارجی برای انتقال سود به داخل و اعطای یارانه استراتژیک به صادرات و تحقیق و توسعه بیان شده است. تعرفه باعث می‌شود که فروش بنگاه خارجی کاهش یابد و فروش بنگاه داخلی افزایش یابد. در نتیجه، هزینه نهایی بنگاه داخلی کاهش و تولیدش افزایش می‌یابد و بدین ترتیب بخشی از سود غیرطبیعی انحصارگر خارجی به داخل منتقل می‌گردد. یارانه تحقیق و توسعه می‌تواند به بنگاه داخلی در رقابت بین‌المللی مزیتی اعطا کند. کریشنا (۱۹۸۳) سیاست تجاری برقراری سهمیه وارداتی برای صنایع انحصار چندجانبه را مطرح می‌کند. اگر دولت داخلی، سهمیه وارداتی وضع کند، آنگاه بازار داخلی برای بنگاه داخلی سودآور می‌شود، چون بنگاه داخلی می‌تواند قیمت محصول خود را افزایش دهد ولی بنگاه خارجی قادر نیست با کاهش قیمت، محصول بیشتری به فروش برساند اما می‌تواند مقدار سهمیه‌اش را در قیمت بالاتر بفروشد. در این صورت، سود هر دو بنگاه افزایش می‌یابد. برقراری این سهمیه، تسهیل‌کننده تبانی است. [۲۱]

مداخله دولت در شرایط انحصار چندجانبه بین‌المللی (الگوی کورنو) که نقض فرض هشتم است، در دو حالت وضع تعرفه و اعطای یارانه می‌تواند مورد تحلیل قرار گیرد.

۱-۲-۲-۴) سودآوری وضع تعرفه در شرایط انحصار چندجانبه بین‌المللی

بدین منظور در نمودار شماره ۱ نشان داده شده است که موقعیت اولیه تجارت آزاد در نقطه S است. $O_A W$ میزان تقاضا و $O_A X$ محصول داخلی است. قیمت در N است. آنگاه، دولت کشور «الف» تعرفه بر واردات کالا در نرخ $N' N$ وضع می‌کند. در نتیجه، قیمت داخلی از N به N' افزایش می‌یابد و قیمت در کشور «ب» به N'' کاهش می‌یابد. به دو دلیل این کاهش قیمت در کشور «ب» اتفاق می‌افتد: اول این که چون بازارها ادغام شده هستند، مصرف‌کنندگان در کشور «الف» می‌توانند خودشان اقدام به آربیتراژ نمایند، به گونه‌ای که قیمت در کشور «الف» باید مساوی قیمتی شود که آنها می‌توانند در کشور «ب» (به اضافه پرداخت تعرفه کشور «الف»)) خریداری نمایند. دوم این که چون دو کشور درگیر هستند، کشور «الف» می‌تواند بر قیمت‌ها در بقیه جهان تأثیر گذارد. بعد از آن که تقاضا در کشور «الف» به دلیل وضع تعرفه کاهش یافت، قیمت در بقیه جهان کاهش می‌یابد. تقاضای داخلی به S یا واحدهای OAW کاهش می‌یابد. بنگاه داخلی از افزایش قیمت نفع می‌برد. در حالی که رقبای خارجی

از کاهش قیمتی که دریافت می‌کنند رنج می‌برند.

بدین ترتیب، بنگاه‌های داخلی و خارجی اکنون مقادیر متفاوتی تولید می‌کنند. بنگاه داخلی محصولش را به میزان XX' افزایش می‌دهد تا به میزان $N'X'IC$ سود ببرد (به‌جای $NS'G'C$). حجم واردات به $X'W'$ کاهش می‌یابد که در آن دولت تعرفه‌ای به میزان $X''S''I''I'$ به دست می‌آورد. مازاد مصرف‌کننده به اندازه منطقه $N'NSS''$ کاهش می‌یابد که یک چهار ضلعی شامل دو مستطیل t_1 و t_2 و مثلث d است. t_1 عبارت است از انتقال از مازاد مصرف‌کننده به سود بنگاه داخلی. t_2 عبارت است از انتقال به درآمد دولت. منطقه باقیمانده d منطقه از دست رفته است. افزایش سود بنگاه داخلی تا حدی به وسیله انتقال از مازاد مصرف‌کننده (منطقه t_1) حاصل می‌شود، ولی منطقه $S'H''IG'$ که b_1 نام دارد، در واقع از سود بنگاه خارجی منتقل شده است، لذا b_1 نفع خالص برای کشور «الف» است. نفع دیگر برای اقتصاد داخلی عبارت است از مستطیل b_2 که آن بخش از درآمد دولت کشور «الف» است که از مازاد مصرف‌کننده داخلی منتقل نشده است. مستطیل b_2 نیز از کاهش سود بنگاه‌های کشور «ب» به دست می‌آید. نفع خالص برای کشور «الف» عبارت است از $b_1 + b_2 - d$. مادامی که نرخ تعرفه به قدر کافی پایین باشد، $b_1 + b_2$ بیش از d خواهد بود. از این‌رو، رفاه کشور «الف» با وضع تعرفه افزایش می‌یابد. دو عنصر در این تحلیل وجود دارد که منجر به نتیجه فوق می‌شود:

اول - کشور «الف» نمودار شماره ۱ با کاهش وارداتش، قیمت جهانی کالایش را به پایین می‌برد و واردات کاهش یافته‌اش، ارزانتر به دست می‌آید.

دوم - در رقابت ناقص سودی نصیب انحصارهای چندگانه می‌شود (چون طبق فرض ۶ تعداد بنگاه‌ها ثابت است، هر عاملی که بتواند محصول بنگاه را افزایش دهد باعث انتقال سود از رقبایش خواهد شد). تعرفه این کار را با بالا بردن قیمت حاصله برای بنگاه داخلی انجام می‌دهد و قیمتی را که رقبای خارجی با آن مواجهند کاهش می‌دهد. منطقه b_1 در نمودار شماره ۱ نفع حاصل از انتقال سود را نشان می‌دهد. تولیدکننده کشور «ب» از دو جهت دچار کاهش سود می‌شود: اول - به دلیل کاهش قیمت کالای کشور «ب» و دوم - به دلیل کاهش محصول در کشور «ب» در واکنش به کاهش قیمت که آن هم منجر به کاهش بیشتر در کل سود می‌شود.

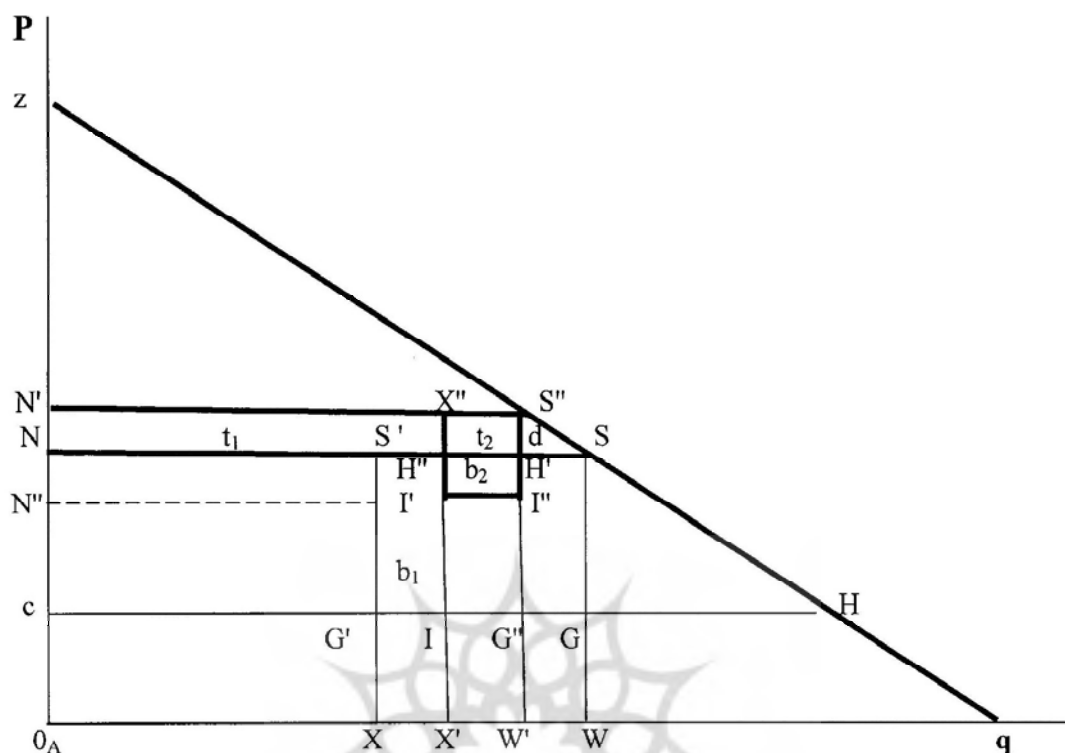
بدین ترتیب، رفاه کشور «ب» کاهش می‌یابد. [۲۲]

۲-۲-۲-۴) سودآوری اعطای یارانه به صادرات در شرایط انحصار چندجانبه بین‌المللی

بدین منظور در نمودار شماره ۲ نشان داده شده است که دولت کشور «ب» اقدام به اعطای یارانه به صادرات در نرخ $N'N''$ می‌کند. بنگاههای کشور «ب» فروش خود را از بازارهای داخلی به بازارهای خارجی تغییر خواهند داد و تا زمانی که قیمت داخلی بیش از قیمت خارجی باشد، از یارانه منتفع می‌گردند. قیمت در داخل کشور «ب» از N به N'' افزایش می‌یابد، در حالی که قیمت در کشور «الف» به N' کاهش می‌یابد. بنگاههای کشور «ب» محصولشان را از Y به Y'' افزایش می‌دهند، در حالی که تقاضای داخلی در واکنش به افزایش قیمت به V'' کاهش می‌یابد. حجم جدید صادرات $V'Y'$ است (به جای VY). بنگاه N'' از تمامی فروش‌هایش به دست می‌آورد. هزینه‌های اعطای یارانه به صادرات $E'Q'Y''V''$ و عواید صادراتی کشور $E'Q'Y'V'$ است. سود بنگاههای کشور «ب» از $CJ'T'N$ به $CJ''Y''N''$ افزایش می‌یابد (خالص از هزینه‌های اعطای یارانه به صادرات). این افزایش سود، مساوی مجموع شش منطقه نشان داده شده در نمودار شماره ۲ است، یعنی $NEV''N''$ (یا t_1) و ETV'' (یا d_1) و $TV''Y''Q'QT$ (یا t_2) و مستطیل‌های d_3 و d_2 و d_1 . منطقه t_1 عبارت است از انتقال از مازاد مصرف‌کننده به سود تولیدکننده و همچنین دارای هیچ‌گونه اثری بر رفاه در کشور «ب» نیست. منطقه d_1 نیز از مازاد مصرف‌کننده، از دست رفته است و بخشی از انتقال از مالیات‌دهندگان کشور «ب» به سود بنگاهها ناشی از صادرات را شکل داده است. t_2 به سود تولیدکننده می‌افزاید ولی زیان به درآمد دولت است و یک انتقال می‌باشد. دو مستطیل d_2 و d_3 زیان خالص هستند. منطقه b_1 نفع خالص برای کشور «ب» است، چون نشان می‌دهد که بخشی از افزایش سود بنگاههای کشور «ب» از مصرف‌کنندگان کشور «ب» یا دولت کشور «ب» منتقل نشده است، بلکه از سود بنگاه کشور «الف» منتقل شده است. اگر b_1 بیش از $d_1+d_2+d_3$ باشد، آنگاه کشور «ب» از اعطای یارانه به صادرات نفع خواهد برد. بنگاه کشور «الف» از فشار سود زیاد رنج می‌برد، بیش از منطقه b_1 ، ولی مصرف‌کنندگان از کاهش قیمت نفع می‌برند.

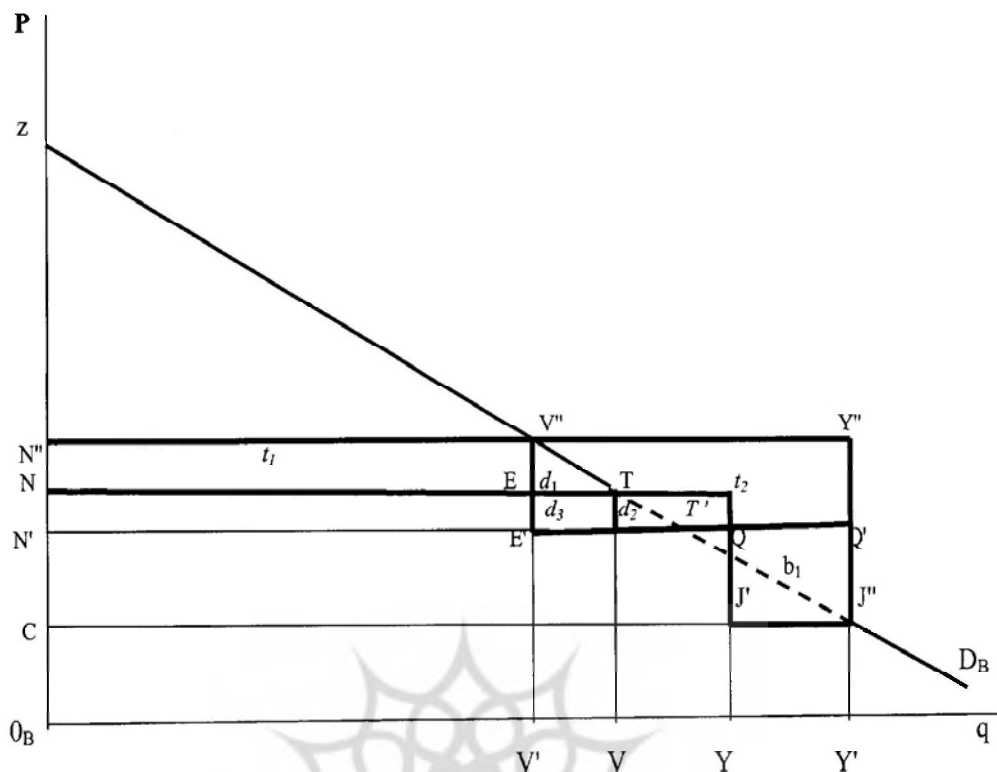
بنابر این، در مجموع، اعطای یارانه به صادرات به میزان $N'N''$ مازاد مصرف‌کننده را به میزان $d_1 + t_1$ کاهش می‌دهد که باعث می‌شود درآمد دولت به میزان $d_1+d_2+d_3+t_2$ از دست برود ولی سود بنگاه کشور «ب» را به میزان $t_1+d_1+t_2+b_1$ افزایش می‌دهد. لذا برای کشور «ب»، نفع خالص عبارت است از: $b_1-d_1-d_2-d_3$. [۲۳]

نمودار ۱: انحصار چندجانبه بین‌المللی: منافع و مضار وضع تعرفه بر واردات کشور «الف»



- | | |
|---|--|
| $NS'GC'$: سود قبل از وضع تعرفه (بنگاه داخلی) | S: موقعیت اولیه تجارت آزاد |
| $N'X''I''T'$: سود پس از تعرفه (بنگاه داخلی) | OAW: میزان تقاضا |
| $X''S''IC$: درآمد تعرفه‌ای دولت | OAX: تولید داخلی |
| $N'NSS''$: کاهش مازاد مصرف کننده | N: قیمت اولیه و N' : قیمت از بعد از تعرفه |
| $d, (d+t^2+t)$: منطقه از دست رفته است. | NN' : میزان تعرفه بر واردات |
| $(b_1)S'H''IG$: از سود بنگاه خارجی به داخل منتقل شده | N'' : قیمت در کشور صادرکننده کاهش می‌یابد. |
| است (نفع داخلی). | S'' : تقاضای داخلی (PAW') کاهش یافته |
| b_2 : نفع داخلی ناشی از کاهش سود بنگاههای خارجی | XX' : افزایش تولید داخلی |
| b_1+b_2-d : نفع خالص برای کشور «الف» | $X'W'$: واردات پس از تعرفه (کاهش یافته) |

نمودار ۲: انحصار چندجانبه بین‌المللی: منافع و مضار اعطای یارانه به صادرات کشور «ب»



- | | |
|---------------------------------------|---|
| $N'N''$: میزان یارانه به صادرات | $CJ'T'N$: سود قبلی بنگاههای داخلی (قبل از یارانه) |
| YY'' : افزایش محصول در نتیجه یارانه | $CJ''Y''N''$: سود جدید بنگاههای داخلی پس از یارانه |
| V'' : کاهش تقاضای داخلی | $(b_1 + d_1 + d_2 + d_3 + t_2 + d_1 + t_2)$ |
| $V'Y'$: حجم جدید صادرات | $d_2 + d_3$: زیان خالص |
| VY : حجم قبلی صادرات | d_1 : نفع خالص |
| $E'Q'Y''V''$: هزینه یارانه به صادرات | $b_1 + d_1 + d_2 + d_3$: نفع خالص برای بنگاه داخلی |
| $Q'E'V'Y'$: عواید صادراتی کشور | |

یادداشتها

- 1- Goode 2003,p.250.
- 2- Yoffie and Gomes-Cassers 1994,p.9-12.
- 3- Scott 1993,p.33.
- 4- Krugman 1987,p.132-133.
- 5- Krugman 1986,p.8-9.
- 6- Dhar 1992,p.16.
- 7- Yoffie and Gomes – Cassers 1994,p.16.
- 8- Reich 1990,p.38.
- 9- Borrus, Tyson and Zysman 1986.
- 10-**Ibid.**,p.99.
- 11-**Ibid.**,111-112.
- 12-Milner and Yoffie 1989,p.257.
- 13-**Ibid.**,p.260.
- 14-**Ibid.**,p.261.
- 15-**Ibid.**
- 16-Krugman 1986,p.7.
- 17-Salvatore 1993.
- 18-Mikic 1998.
- 19-Yoffie and Gomes – Cassers 1994,p.22.
- 20-Helpman 1984,p.355.
- 21-Dixit 1987,p.189.
- 22-Hefferman and Siclair 1990,p.102.
- 23-**Ibid.**,p.106.

منابع

پراش، رابرت (۱۳۷۶) «ارزیابی مجدد نظریه مزیت نسبی: تأثیر جریانهای سرمایه بر استدلال دفاع از اقتصاد آزاد». ترجمه سیدشمس‌الدین حسینی. **بولتن بین‌الملل سازمان برنامه و بودجه**، شماره ۱۶ (مرداد).

سایپر، آندره (۱۳۷۵) «منطقه‌گرایی و نظریه جدید تجارت بین‌الملل: آیا ناقوس مرگ گات به صدا درمی‌آید؟ یک دیدگاه اروپایی». در **گات و نظریه‌های جدید تجارت بین‌الملل**. ترجمه احمدآخوی. تهران: انتشارات مؤسسه مطالعات و پژوهشهای بازرگانی.

Borrus, Michael, Laura D. Andrea Tyson and John Zysman (1986)"Creating Advantage: How Government Policies Shape International Trade in the

- Semiconductor Industry". In Paul Krugman, ed. **Strategic Trade Policy and the New International Economics**. Cambridge, Massachusetts: The MIT Press.
- Caballero, Maria, et al. (1999) "International Trade: Some Basic Theories and Concepts". F.A.O Training Programme, Cairo, September.
- Dhar, Biswajit (1992) "The Decline of Free Trade and U.S Trade Policy Today". **Journal of World Trade**, vol.26,no.6.
- Dixit, A.Vinash (1987) "International Trade Policy for Oligopolistic Industries". In Jagdish Bhagwati, ed. **Selected Readings in International Trade**. Cambridge, Massachusetts: The MIT Press.
- Ethier, Wilfred J. (1982) "National and International Returns to Scale in the Modern Theory of International Trade". **American Economic Review**, vol.72(June).
- ___(1995) **Modern International Economics**.3rd edition. New York: Norton & Company.
- Goode, Walter (1998) **Dictionary of Trade Policy Terms**. Cambridge: Cambridge University Press.
- Hefferman, Shelagh and Peter Siclair (1990) **Modern International Economics**. Oxford: Basil Blackwell.
- Helpman, Elhanan (1984) "Increasing Return, Imperfect Markets and Trade Theory". In Ronald Jones and Peter Kenen, eds. **Handbook of International Economics**. Vol.1. Elsevier Science Publisher.
- Krugman, Paul (1986) "New Thinking about Trade Policy". In Paul Krugman, ed. **Strategic Trade Policy and the New International Economics**. Cambridge, Massachusetts: The MIT Press.
- ___(1987) "Is Free Trade Passé." **Journal of Economic Perspective**, vol.1,no.2.
- ___(1992) "A Decade of the New Trade Theory". In M.G.Dagenais and P.A.Muet, eds. **International Trade Modeling**. London: Chapman and Hall Ltd.
- ___and Elhanan Helpman (1985) **Market Structure and Foreign Trade: Increasing Returns, Imperfect Competition and the International Economy**. Cambridge, Massachusetts: The MIT Press.

- Layard, P.R.G and A.A Walters (1987) **Microeconomic Theory**.New York: McGraw-Hill.
- Markusen, James and Anthony Venabl (1998)"Multinational Firms and the New Trade Theory". **Journal of International Economics**, vol.46.
- McCulloch, Rachel (1993) "The Optimality of Free Trade: Science or Religion?" **American Economic Review**, vol.83,no.2.
- Mikic, Mia (1998) **International Trade**. New York: Macmillan Press.
- Milner, Helen V. and David B. Yoffie (1989) "Between Free Trade and Protectionism: Strategic Trade Policy and a Theory of Corporate Preferences". **International Organization**, vol. 43, no.2, p. 239 – 272.
- Reich, Robert B.(1990)"We Need a Strategic Trade Policy". **Challenge** (July-August).
- Salvatore, Dominik (1993) **International Economics**. Fourth edition. New York: Macmillan Press.
- Scott, Robert (1993) "Flat Earth Economics: Is There a New International Trade Paradigm?" **Challenge** (Sep.-Oct.).
- Yoffie, David and Benjamin Gomes-Cassers (1994) **International Trade and Competition**.2nd edition. New York: McGraw - Hill.

