

تضعیف موقعیت رقابتی بین‌المللی آلمان

مؤلف: میکائیل فرانکل^۱

مترجم: محمد بلوریان تهرانی

سال ۱۹۹۳، حجم صادرات فنی از رقم مشابه خود در سال ۱۹۹۲ نیز کمتر شده بود. عملکرد ضعیف صادرات آلمان، نگرانی‌هایی در زمینه‌های سیاسی، بازرگانی و تحقیقاتی در مورد موقعیت رقابتی بین‌المللی آینده تولیدات آلمان، مطرح ساخته است. این ترس وجود دارد که پایان دوره جاری رکود در آلمان و سایر کشورهای صنعتی، با آغاز عملکرد مطلوب صنایع صادراتی آلمان توأم نباشد. در این زمینه، معمولاً گفته می‌شود که ضعف‌های ساختاری در یک دوره زمانی نسبتاً طولانی وجود داشته ولی فقط اخیراً بیشتر مشهود شده است.

بدون شک، ضعف عملکرد صادراتی آلمان می‌تواند ناشی از چند عامل باشد، مثلاً، انحراف تجارت، ناشی از اتحاد مجدد آلمان و رکود فعالیت شرکای عمده تجاری آن. در واقع، عده‌ای معتقدند که مشکل رقابتی خاصی در آلمان وجود ندارد و عملکرد ضعیف اقتصادی

آلمان از میان امواج متلاطمی عبور می‌کند. به نظر می‌رسد "معجزه اقتصاد آلمان" روبه پایان است.^۲ اگرچه موضوعی به نام عملکرد اقتصادی نامطلوب در بسیاری از کشورهای صنعتی مطرح شده است، اما اکنون در آلمان، بیش از هر کشور دیگری، ممکن است توسعه اقتصادی معکوس، مطرح و مورد بحث قرار گیرد.^۳ براساس این مباحث، آلمان در حال از دست دادن موقعیت رقابتی بین‌المللی خویش است، که احتمالاً به زودی استانداردهای (سطح) زندگی و مزدهای واقعی را کاهش خواهد داد.

دلیل قاطعی که در ورای موضوع موقعیت رقابتی بین‌المللی آلمان، وجود دارد، عملکرد ضعیف صادرات از سال ۱۹۹۰ می‌باشد. همان طور که در نمودار (۱) ملاحظه می‌شود، رشد صادرات واقعی آلمان به نحو قابل ملاحظه‌ای از رشد صادرات واقعی جهان کمتر شده است. در

از این شاخصها با جزئیات بیشتری خواهیم پرداخت.

سهم بازار صادراتی

در ارزیابی موقعیت رقابتی یک کشور، صادرات آن کشور اغلب در مرکز و محور توجه است. یکی از طرق ارزیابی موقعیت رقابتی در بخش صادرات، بررسی عملکرد صادرات از نظر ارزش (Value) آن است و نه برخلاف نمودار (۱)، از نظر حجم آن (Volume). عملکرد ارزش صادرات یک کشور نسبت به مابقی جهان نیز از مقایسه سهم صادرات آن کشور در بازارهای صادراتی بین‌المللی به دست می‌آید. قسمت سمت چپ نمودار (۲) نشان می‌دهد که از سال ۱۹۸۷ تا امروز، ارزش کلی صادرات آلمان - به عنوان بخشی از صادرات جهانی - به زحمت تغییر کرده است. با توجه به رشد کمتر حجمهای صادراتی در نمودار (۱)، قیمت‌های صادراتی آلمان بیش از متوسط قیمت‌های صادراتی دنیا افزایش یافته است؛ مع هذا قسمت سمت چپ نمودار نشان می‌دهد که سهم صادرات آلمان در صادرات OECD (سازمان همکاری اقتصادی و توسعه) آهسته آهسته کاهش یافته است. قسمت سمت راست نمودار (۲) نشان می‌دهد که وضعیت صادرات کالاهای صنعتی نیز مانند وضعیت کلی صادرات آن کشور است. یعنی در طول چند

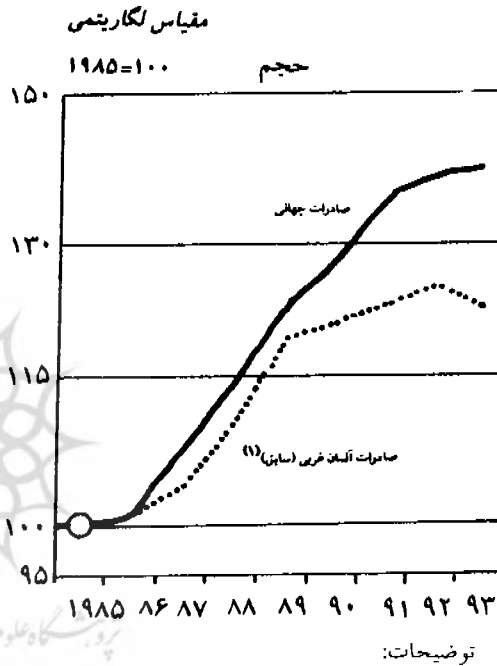
آن کشور فقط ناشی از آثار رکودی است. بدین ترتیب، ارزیابی موقعیت رقابتی آلمان باید براساس تجزیه و تحلیلهای دقیقتری از پیشرفتهای اخیر آن کشور در صحنه رقابت باشد. تجزیه و تحلیلهایی که ذیلاً خواهد آمد، بعضی از بحثهای محوری و اساسی در مورد این مسئله که آیا موقعیت رقابتی بین‌المللی آلمان واقعاً تغییر کرده است یا خیر را مورد امعان نظر قرار خواهد داد.^۴

حساب جاری آلمان کاهش اسفناکی یافته و از یک مازاد ارزی سالانه تقریباً ۵۰ میلیارد دلاری در اواخر دهه ۸۰ به یک کسری سالانه تقریباً ۲۵ میلیارد دلاری در دو سال گذشته، تنزل یافته است.

متأسفانه، از نظر سرمایه‌گذاران، موقعیت رقابتی و جاذبه‌های یک کشور به راحتی قابل شناسایی نیست، زیرا شاخص معینی که نشان‌دهنده تغییرات موقعیت رقابتی یک کشور در دوره معینی باشد، وجود ندارد. بلکه برای اندازه‌گیری موقعیت رقابتی، شاخصهای متعددی پیشنهاد شده است. گاهی اوقات در نظر است با این شاخصها صناعی که از این تغییرات بیشترین اثر را می‌پذیرند شناسایی نمایند، آنها هم‌چنین مایلند دلایل ایجاد تغییر در موقعیت رقابتی را در یابند. بنابراین به بعضی

سال گذشته کاهش در موقعیت رقابتی بین‌المللی آلمان حادث شده است.^۵

نمودار (۱) صادرات جهانی و صادرات آلمان غربی سابق



(۱) بدون فروش به آلمان شرقی سابق

مأخذ: گزارش سالانه شورای کارشناسان اقتصادی ۹۴/۱۹۹۳ و صندوق بین‌المللی پول، آمار مایه بین‌المللی.

تنزل مشخصی در سهم سال ۱۹۹۳ آلمان در بازار به وجود خواهد آمد. به هر حال، سهم بازار صادراتی یک کشور، از نوع شاخصهایی است که به گذشته نظر دارد و بدین ترتیب نمی‌تواند در مورد تحولات احتمالی آینده، اطلاع زیادی بدهد.

نرخهای واقعی ارز

تغییر قیمت‌های رقابتی بین‌المللی معمولاً با توجه به معیارهای مختلف نرخ واقعی ارز، مورد مطالعه و بررسی قرار می‌گیرد. قسمت بالای جدول (۱)، هزینه واحد نیروی کار در آلمان و سایر اعضای گروه هفت را نسبت به دیگر اعضای OECD نشان می‌دهد.

اطلاعات افزایش حاصله در هزینه واحد نیروی کار نسبی آلمان، در انتهای دهه ۱۹۸۰ تا ۱۹۹۳ را حدود ۹ درصد نشان می‌دهد. قیمت‌های نسبی صادرات صنعتی نیز در همان دوره حدود ۶ درصد افزایش نشان می‌دهد.

مازاد حساب جاری ژاپن از ۳۶ میلیارد دلار در سال ۱۹۹۰ به ۱۴۰ میلیارد دلار در سال ۱۹۹۳ رسیده است.

اگرچه دو شاخص فوق، هر دو نشان دهنده وخامت وضع رقابتی بین‌المللی آلمان می‌باشند ولی این تعبیر عموماً مصداق ندارد. تحت شرایط خاصی، افزایش در قیمت‌ها یا

شاخصهایی که براساس سهم بازار جهانی تهیه شده‌اند، در مورد سال‌های قبل از ۱۹۹۲ تصویر مشخصی ارائه نمی‌هند. با توجه به پیش بینی افت صادرات آلمان در سال ۱۹۹۳، اکنون

۳۰ میلیارد دلاری در دو سال گذشته تنزل یافته است. بدین ترتیب اطلاعات مندرج در جدول یک می‌تواند واقعاً نشان دهنده موقعیت وخیم رقابتی آلمان در سالهای اخیر باشد.

در واقع، افزایش ارزش واقعی مارک آلمان که در آمار مندرج در جدول یک به چشم می‌خورد، حاکی از بهبود سریع موقعیت مارک آلمان بعد از اتحاد مجدد دو آلمان است. به عنوان مثال ارزش مارک آلمان غربی سابق در فاصله اواخر سال ۱۹۹۱ تا اواخر سال ۱۹۹۳، از نظر اسمی در مقابل ارز سایر کشورهای جامعه اروپا (یعنی شرکای اصلی تجاری آلمان)، بیش از ۱۰ درصد افزایش یافته است. این بهبودی در نتیجه موقعیت قوی آلمان در بازارهای بین‌المللی کالایی نبوده، بلکه ناشی از شوکهای (اقتصادی) نامتقارنی بوده است که اتحاد مجدد دو آلمان بر بازار اروپا وارد آورده است. در آلمان، در اثر این شوک، افزایش سریعی در تقاضای سرمایه به وجود آمد و توأم با افزایش کسری مالی، نرخ بهره تحت تأثیر فشارهای صعودی، بالا رفت.

در این زمینه، مقایسه تغییرات در رقابت قیمتی آلمان با تحولات در سایر کشورهای عضو گروه هفت، جالب است. در مورد ایالات متحده، اطلاعات موجود نشان دهنده بهبود اساسی در رقابت قیمتی است و برطبق تخمینهای سازمان همکاری اقتصادی و توسعه، این روند تا پایان سال ۱۹۹۴ ادامه خواهد

هزینه‌های نسبی می‌تواند نشان دهنده افزایش در موقعیت رقابتی یک کشور باشد. اگر در نتیجه افزایش تقاضا برای کالاهای یک کشور، تولیدکنندگان بتوانند قیمت آن کالاها را افزایش دهند و کارکنان و مزدبگیران نیز در افزایش حقوق و مزد خود موفق شوند، چنان شرایطی به وجود خواهد آمد. همچنین ممکن است افزایش نرخ برابر پول یک کشور صادرکننده باعث افزایش قیمتهای نسبی گردد.

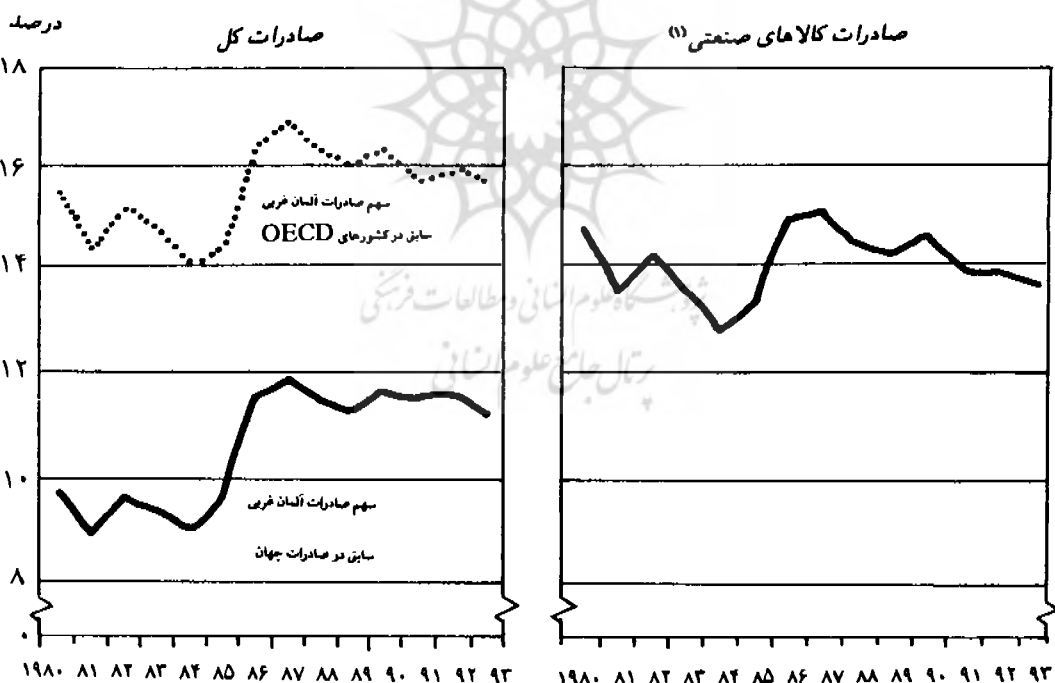
در طول سالهای دهه‌های ۸۰ و ۹۰ میلادی، سهم آلمان در ثبت اختراعات بین‌المللی با سرعت مشهودی کاهش یافته و این امر به معنی وخامت موقعیت رقابتی بین‌المللی آن کشور است.

در مورد خاص آلمان، بدین ترتیب لازم است سؤال شود آیا چنین تعبیر مخالفی از تغییرات نرخهای واقعی ارز نیز مصداق دارد؟ جواب این سؤال در نحوه تغییرات، در حساب جاری این کشور نهفته است. اگر افزایش در قیمتها یا هزینه‌های نسبی یک کشور ناشی از اصلاح موقعیت رقابتی بین‌المللی آن کشور باشد، می‌توان معمولاً انتظار داشت که حساب جاری آن کشور بهبود یابد. به هر حال حساب جاری آلمان کاهش شدیدی یافته و از یک مازاد ارزی سالانه تقریباً ۵۰ میلیارد دلاری در اواخر دهه ۱۹۸۰ به یک کسری سالانه تقریباً ۲۵ الی

رقابتي قوی آن کشور دانست. مازاد حساب جاری ژاپن از ۳۶ میلیارد دلار در سال ۱۹۹۰ به ۱۴۰ میلیارد دلار در سال ۱۹۹۳ رسیده است. به طور کلی، اطلاعات مندرج در جدول یک گویای این واقعیت است که رقابت قیمتی آلمان از اوایل دهه ۱۹۹۰ به شدت رویه وخامت گذارده و این برعکس اکثریت کشورهای عضو گروه هفت است.

داشت. به علاوه، اطلاعات مندرج در جدول یک نشان می‌دهد که براساس دو معیار سنجش، موقعیت رقابتي در کشورهای ایتالیا، انگلستان و کانادا نیز اصلاح شده است. در مورد ژاپن، اطلاعات گویای آن است که ارزش واقعی بین باتوجه به معیارهای سنجش مورد استفاده، بین ۲۰ تا ۲۴ درصد افزایش یافته است. به هر حال، ژاپن کشوری است که می‌توان حداقل تا حدودی افزایش ارزش واقعی این را، بازتابی از قدرت

شکل (۲) سهم صادرات آلمان غربی سابق در صادرات جهان



مأخذ: گزارش سالانه شورای کارشناسان اقتصادی، ۱۹۹۳-۹۴ و صندوق بین‌المللی پول، آمار مالیه بین‌المللی



جدول (۱) معیارهای سنجش موقعیت نسبی رقابتی

کشور	معدل سالهای ۱۹۸۸-۹۰	۱۹۹۱	۱۹۹۲	۱۹۹۳
(سال مبنا ۱۰۰=۱۹۸۷)				
۱- هزینه واحد نیروی کار نسبی در تولید با ارزش مشترک				
آلمان	۱۰۰	۱۰۱	۱۰۴	۱۰۹
ایالات متحده	۹۰	۸۵	۸۰	۷۹
ژاپن	۹۰	۸۷	۹۷	۱۱۲
فرانسه	۹۲	۹۰	۹۲	۹۷
ایتالیا	۱۰۳	۱۰۲	۱۰۰	۸۸
انگلستان	۱۰۵	۱۱۰	۱۰۵	۹۲
کانادا	۱۱۶	۱۲۵	۱۱۶	۱۱۱
۲- قیمت‌های نسبی صادراتی کالاهای صنعتی با ارزش مشترک				
آلمان	۹۷	۹۸	۱۰۱	۱۰۳
ایالات متحده	۹۵	۹۳	۹۰	۹۰
ژاپن	۹۹	۱۰۳	۱۱۰	۱۱۹
فرانسه	۹۸	۹۷	۹۷	۹۷
ایتالیا	۱۰۳	۱۰۹	۱۰۸	۱۰۰
انگلستان	۱۰۲	۱۰۳	۱۰۱	۹۷
کانادا	۱۰۵	۱۰۲	۹۸	۹۸

مأخذ: OECD، دورنمای اقتصادی، ژوئن ۱۹۹۳

در آمریکا، دوره طولانی رکود اقتصادی، شرکتها را به تجدید ساختار و انجام فعالیتهای تحقیقاتی در مورد اختراعات و ابتکارات وادار نمود.

جدول (۲) شاخص مزیت‌های نسبی آشکار شده (RCA)

شاخص RCA		کالاها	شماره طبقه بندی استاندارد بین‌المللی SITC
۱۹۹۲	۱۹۸۹		
۱۶/۷	۲۱/۷	تمام اجزاء طبقه بندی استاندارد بین‌المللی تجاری در فاصله (۸) - (۵)	
۳/۹	۳۳/۹	مواد رادیو اکتیو	۵۲۵
-۱۲۰/۲	-۱۰۱/۱	رنگهای اورگانیک ترکیبی	۵۳۱
۷۴/۵	۹۰/۷	حشره کشها	۵۹۱
-۷۱/۷	۹۷/۱	فلزات	۶۸۹
۹۰/۰	۱۲۰/۷	ماشین آلات	۷۱۸
۱۷۳/۰	۱۵۴/۴	ماشین آلات صنایع نساجی	۷۲۴
۱۳۹/۳	۱۶۲/۱	ماشین آلات چاپخانه‌ها	۷۲۶
۳۲/۶	۴۳/۲	لوازم یدکی و قطعات ماشین آلات	۷۳۵
-۲۲/۶	-۳/۲	ماشینهای اداری	۷۵۱
-۸۴/۸	-۶۲/۰	کامپیوتر	۷۵۲
-۵۳/۳	-۷۰/۴	لوازم یدکی و قطعات کامپیوتر	۷۵۹
-۱۲۲/۱	-۱۱۰/۸	تلویزیون	۷۶۱
-۴۶/۲	-۱۰۷/۳	رادیو	۷۶۲
۵۴/۸	۹۴/۷	اتومبیل	۷۸۱
۳۰/۴	۱۰۱/۱	کامیون	۷۸۲
۱۲۷/۹	۱۶۵/۶	واگن و لکوموتیو	۷۹۱
-۲۳/۴	-۳۶/۶	هوایما	۷۹۲
-۲۳/۲	۱۱/۲	تأسیسات بهداشتی و حرارتی	۸۱۲
-۹/۵	۸/۶	تأسیسات روشنایی	۸۱۳
-۴/۱	۵/۲	تولیدات اپتیک	۸۸۴

مأخذ: گزارش سالانه شورای کارشناسان اقتصادی، ۹۴-۱۹۹۳

ورود کشورهای اروپای شرقی به صحنه تجارت بین‌المللی، سرآغاز ظهور رقبای جدیدی برای صنایع آلمان است.

بوده، شرکتهای آلمانی سعی زیادی برای ورود به مناطق دارای بازارهای پویا به عمل نیاورده‌اند. این امر، همگام با رشد کمتر بازارهای سنتی صادرات آلمان، نوعی عدم مزیت در صادرات آلمان به وجود آورده است.

حضور در بازارهای پویا

تجزیه و تحلیل مزیت‌های نسبی آشکارشده (RCA)

برای تجزیه و تحلیل دقیقتر ساختار تجاری آلمان، شورای کارشناسان اقتصادی، در مطالعه اخیر خود، تجزیه و تحلیل مزیت‌های نسبی آشکار شده را در مورد آلمان به کار برده است.^۶ فروض اساسی این تجزیه و تحلیل نسبتاً ساده است، چون الگوهای تجاری بازتاب مزیت‌های نسبی کشورها هستند و انتظار می‌رود هر کشور کالاهایی را صادر کند که در تولید آن کالاها مزیت نسبی داشته و کالاهایی را وارد کند که در تولید آنها مزیت نسبی نداشته باشد. این فرض، اساس تشکیل و تفسیر اعداد یا شاخصهای RCA می‌باشد. در مورد گروه کالاهای خاص، شاخص مزیت‌های نسبی آشکار شده (RCA) کسری است که صورت آن نسبت صادرات به واردات کالاهای خاص و مخرج آن نسبت کل صادرات به کل واردات آن کشور است.

اکنون، تجزیه و تحلیل را به عناصر ساختاری در تجارت بین‌المللی آلمان می‌کشانیم. گاهی اوقات گفته می‌شود که صادرات آلمان به اندازه کافی در بازارهای نسبتاً پویا (یعنی بازارهای کالایی و دارای رشد سریع، مانند بازار آسیا یا آمریکای لاتین)، حضور ندارد. ارقام زیر نشان می‌دهد که آلمان واقعاً در بازارهای پویا حضور ندارد. مثلاً، در سال ۱۹۹۲، کالاهای آلمان فقط ۵ درصد از واردات به آسیا را تشکیل می‌داده و سهم واردات کشورهای تازه صنعتی شده آسیا از آلمان فقط ۳ درصد بوده است. همچنین در مکزیک و برزیل، کالاهای آلمانی به ترتیب فقط ۶ درصد و ۹ درصد از کل واردات آن کشورها را تشکیل می‌داده‌اند. با توجه به اینکه آلمان در سالهای گذشته از موقعیت نسبتاً مستحکمی در بازارهای کشورهای دیگر، بویژه کشورهای اتحادیه اروپا، اتحادیه تجارت آزاد اروپا (EFTA)، و کشورهای اروپای شرقی برخوردار

$$RCA_{ijt} = \ln \left(\frac{X_{ijt}/M_{ijt}}{X_{it}/M_{it}} \right) \cdot 100$$

که در این فرمول:

X_{ijt} نشان‌دهنده صادرات کالاهای گروه i در سال t ،
 M_{ijt} نشان‌دهنده واردات کالاهای گروه i در سال t ،
 X_t نشان‌دهنده کل صادرات در سال t ،
 M_t نشان‌دهنده کل واردات در سال t ،
و RCA_{ijt} به معنی مزیت نسبی آشکار شده
کالاهای گروه i در سال t می‌باشد.

در این زمینه، استفاده از لگاریتم می‌تواند
ارزشهای مثبت یا منفی به وجود آورد. بدین
معنی که لگاریتم RCA برای آن گروه از کالاهایی
که نسبت صادرات به واردات آنها بیشتر از حد
متوسط است، مثبت، و لگاریتم RCA برای آن
گروه از کالاهایی که نسبت صادرات به واردات
آنها کمتر از حد متوسط است، منفی است.
 RCA مثبت به معنی برخورداری از مزیت نسبی
و RCA منفی به معنی وجود عدم مزیت نسبی
در گروهی از کالاهاست.

در مورد خاص آلمان، ممکن است تصور
شود کالاهایی که تولید آنها به سرمایه‌های
انسانی زیادی احتیاج دارد یا دارای پیچیدگیهای
فنی است و عملیات تحقیق و توسعه زیادی در
مورد آنها انجام شده است، دارای ارزش مثبت
باشد. تصویر کلی وضعیت رقابتی آلمان، در
سالهای ۱۹۸۹ و ۱۹۹۲ - که سالهای مورد
بررسی است - به سختی اثبات‌کننده این نظریه
می‌باشد.

به هر حال، این تجزیه و تحلیل، نتایج بسیار
جالبی در بر دارد. بعضی از این نتایج در جدول

(۲) نشان داده شده است.^۷ بخصوص سه مورد
از یافته‌های فوق جالب هستند:
□ اول، در چندین صنعت صادراتی سنتی،
مانند صنایع شیمیایی (با شماره طبقه بندی
۵۹۱)، صنایع ماشین سازی (با شماره طبقه
بندی ۷۱۸)، و صنایع اتومبیل سازی (با شماره
طبقه بندی ۷۸۱)، شاخص مزیت‌های نسبی
آشکار شده، تنزل یافته است.

□ دوم، در بعضی صنایع (از جمله صناعی که
در جدول (۲) با شماره طبقه بندی ۸۸۴
مشخص شده است)، شاخص RCA که در سال
۱۹۸۹ مثبت بوده در سال ۱۹۹۲ منفی شده
است.

۱.۱ سوم، بعضی از صنایع آلمان که دارای
پیچیدگیهای فنی زیاد هستند ($High_Tech$)،
مرتباً موقعیت رقابتی خود را از دست می‌دهند
و این موضوع ناشی از این است که RCA های
دارای ارزش منفی، مرتباً کاهش می‌یابند.

به عنوان مثال، در این مورد می‌توان به
ماشینهای اداری (شماره طبقه بندی ۷۵۱) و
کامپیوتر (شماره طبقه بندی ۷۵۲) اشاره کرد.
اگرچه این شاخصها باید با احتیاط تعبیر و
تفسیر شوند، اما براین واقعیت که مزیت نسبی
صادرات سنتی آلمان نزول و عدم مزیت نسبی
در برخی صنایع با تکنولوژی پیچیده افزایش
یافته دلالت می‌کند.^۸

در این زمینه به پدیده جالبی باید اشاره شود

جدول (۳) نرخ بازگشت سرمایه در بخش بازرگانی

(به درصد)

کشور	۱۹۸۹	۱۹۹۰	۱۹۹۱	۱۹۹۲	۱۹۹۳
آلمان	۱۳/۷	۱۴/۳	۱۳/۷	۱۳/۵	۱۲/۷
ایالات متحده	۱۷/۰	۱۶/۶	۱۶/۱	۱۷/۲	۱۸/۰
ژاپن	۱۵/۷	۱۵/۵	۱۵/۲	۱۴/۹	۱۴/۷

مأخذ: OECD - دورنمای اقتصادی - ژوئن ۱۹۹۳

کشور در مقایسه با تولیدات سایر کشورهای صنعتی است. سازمان همکاری اقتصادی و توسعه به طور منظم، نرخ بازگشت سرمایه در بخش فعالیت تجاری را برآورد می‌نماید. همان طور که در جدول (۳) مشاهده می‌شود، نرخ بازگشت سرمایه در امریکا از ۱۶/۶ درصد در سال ۱۹۹۳ ترقی سال ۱۹۹۰ به ۱۸ درصد در سال ۱۹۹۳ یافته است. در حالیکه در طول همین سالها، نرخ بازگشت سرمایه در ژاپن تنزل اندکی داشته ولی در آلمان دچار کاهش اساسی شده است به طوری که از ۱۴/۳ درصد در سال ۱۹۹۰ به ۱۲/۷ درصد در سال ۱۹۹۳ سقوط کرده است؛ بنابراین فعالیتهای تولیدی در آلمان به طور نسبی جاذبه کمتری یافته و این امر می‌تواند در آینده باعث کاهش ارقام خالص سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی باشد.

در پانزده سال گذشته، تراز سرمایه‌گذاری خارجی مستقیم آلمان به طور سنتی منفی بوده است و ارقام خالص خروج سرمایه در سال

و آن اینکه هر تنزلی در شاخص مزیت‌های نسبی آشکار شده مربوط به یک گروه کالایی، می‌تواند به علت انتقال مکان تولید ناشی از سرمایه‌گذاری مستقیم در خارج از کشور باشد. این امر، خصوصاً در مورد صنایعی که در آنها امور توسعه و تولید به راحتی از یکدیگر قابل تفکیک است، بیشتر مصداق دارد. (مانند صنایع تولید رادیو، تلویزیون و اتومبیل).

بسیاری از شرکتهای آلمانی هنوز منصرف
کننده را به نحو جدی در ترسیم
استراتژیهای خود ملحوظ ننموده‌اند و
مفاهیمی مانند "حق با مشتری است" هنوز
در صنایع آلمان شیوع کافی نیافته است.

نرخ بازگشت سرمایه

یک شاخص خیلی جالب برای توسعه
موقعیت رقابتی آلمان، سودآوری تولیدات این

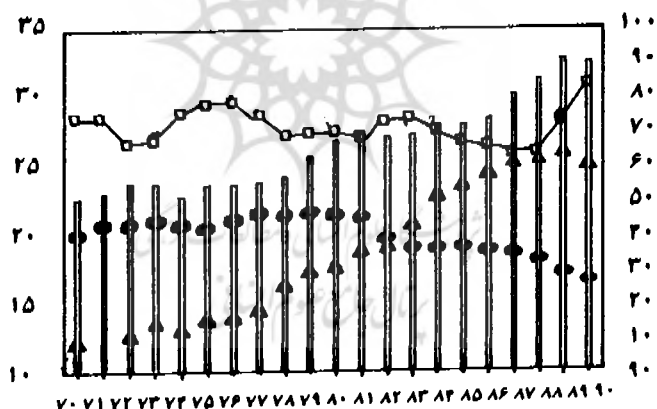
۱۹۸۰ و ۱۹۸۵ و ۱۹۹۲ به ترتیب ۶ میلیارد مارک، ۱۰ میلیارد مارک و ۲۸ میلیارد مارک را نشان می‌دهد.^۹ در این زمینه، اشاره به این نکته جالب است که ارقام انباشته سرمایه‌گذاری خارجی در آلمان، در طول سالهای دهه ۱۹۸۰، حدود ۵۳ میلیارد مارک بوده در حالی که همین ارقام در امریکا ۳۱۸ میلیارد مارک و در انگلستان ۶۷ میلیارد مارک محاسبه شده است.^{۱۰}

اطلاعات مندرج در جدول (۳) می‌تواند به عنوان علائم وخامت موقعیت رقابتی

بین‌المللی آلمان تعبیر و تفسیر شود. به هر حال، باید به این نکته اشاره شود که مقایسه نرخهای بازگشت سرمایه، احتیاط بیشتری می‌طلبد و از آنجا که این اطلاعات به موجودی کلی سرمایه اشاره دارد، برای تفکیک حساب بخشها باید تجزیه و تحلیل دقیقتری انجام شود. به علاوه تفاوت بار مالیاتی و مقررات به حساب نیامده است. مع هذا این امر احتمالاً تغییر زیادی در ارقام مندرج در جدول (۳) نخواهد داد؛ زیرا بار مالیاتی و قلمرو مقررات، هر دو به طور نسبی در آلمان بالاست.

نمودار (۳) نمودار ثبت حق اختراعات جدید بین‌المللی

ارقام به هزار درصد نسبت به ثبت جهانی اختراعات



سالهای ثبت اختراع

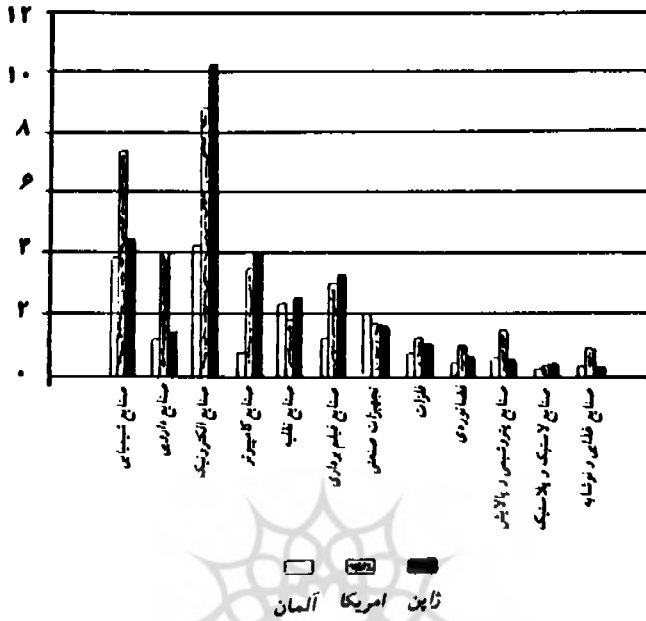
—●— آلمان —□— امریکا —▲— ژاپن —□— دنیا

منبع: EPIDOS / INPACOE. آمار ثبت اختراعات.

تخمین از موسسه IFO

نمودار (۴) نمودار ثبت حق اختراعات برحسب بخشهای اصلی در سال ۱۹۹۰

تعداد حق اختراعاتها به هزار



منبع: Epidos/Inpadoc، آمار ثبت حق اختراع، گزارش شرکت در سال ۱۹۹۳

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
 رتال جامع علوم انسانی

۱. میکائیل فرانکل استاد دانشکده مدیریت Koblenz در شهر کوبلنز آلمان است. او این مقاله را براساس مقاله دیگری که تحت عنوان "مدل آلمان تحت محاصره: تنشهای اجتماعی، بیکاری و رقابت بین‌الملل" برای بنیاد Friedrich Ebert تهیه کرده و در کنفرانسی در همان بنیاد ایراد شده است، به رشته تحریر کشیده است.
- ۲- این فراز، اولین بار توسط آر. دورنیوش به کار رفته است. نگاه کنید به: پایان معجزه اقتصادی آلمان، نشریه ادبیات اقتصادی، شماره ۳۱، ژوئن ۱۹۹۳، صفحات ۸۸۱ تا ۸۸۵.
۳. به عنوان مثال، نگاه کنید به: گزارش سالانه شورای کارشناسان اقتصادی، ۱۹۹۳ / ۱۹۹۴، صفحه ۱۸۳.
۴. در بحث موقعیت رقابتی، گاهی اوقات، شاخصهای داخلی مانند شاخص بهره‌وری و شاخص مزدهای حقیقی در مرکز و محور توجه قرار می‌گیرند. به هر حال، از آنجا که این گزارش سعی دارد تحولات احتمالی در تجارت آلمان در آینده را مورد امعان نظر قرار دهد، محور توجه ما، شاخصهای بین‌المللی خواهند بود.
۵. یک مسئله در این تفسیر نباید دست کم گرفته شود، در شرایطی که صادرات جهانی شامل صادرات به آلمان شرقی سابق است، صادرات آلمان مشتمل بر تجارت بین آلمان غربی و شرقی سابق تا قبل از سال ۱۹۹۱ و همچنین تجارت بین دو بخش آلمان از ۱۹۹۱ به بعد نیست. بدین ترتیب صادرات آلمان با سهمهایی که در نمودار (۲) نشان داده شده است، تاحدی دارای خطای کوچک نمایی (Underestimate) است.
۶. ر.ک. گزارش سالانه شورای کارشناسان اقتصادی ۱۹۹۳-۹۴ صفحات ۱۹۶ تا ۲۰۰ و توضیحات مندرج در ضمیمه شماره ۹ - بخش ۱۱.
۷. برای مشاهده محاسبات کامل رجوع کنید به: گزارش شورای کارشناسان اقتصادی ۱۹۹۳-۹۴.
۸. محدودیتهای موجود در تجزیه و تحلیل شاخص مزتهای نسبی آشکار، ناشی از این واقعیت است که ارزشهای RCA به عوامل دیگری غیر از مزتهای نسبی بستگی دارد. مثلاً، اقدامات سیاست بازرگانی می‌تواند از طریق آثار خود بر صادرات و واردات بر ارزشهای RCA اثر بگذارد. تاثیرات دیگر بر ارزشهای RCA که به مزیت نسبی مربوط نیستند، شامل عوامل چرخهای (نوسانات اقتصادی) که آثار مختلفی روی گروههای کالایی مختلف دارند و تجارت در داخل صنعت که فقط به هزینه‌های تولید مربوط نمی‌شوند، است.
۹. باید به این نکته اشاره شود که سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی به عواملی بستگی دارد که نرخ بازگشت سرمایه یکی از آنهاست. از عوامل دیگر می‌توان نفوذ در بازارهای جدید و احتراز از هزینه‌های جمع‌آوری اطلاعات و مذاکرات احتمالی را که در صورت انتخاب شریک خارجی به جای سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی به وجود می‌آید، نام برد. اگر در نتیجه وجود مازاد صادراتی فوق‌العاده، یک جریان خروج سرمایه مربوط به سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی به وجود آید، مانند آنچه در ژاپن و آلمان در دهه ۱۹۸۰ اتفاق افتاد، یک تراز منفی می‌تواند به عنوان علامت موقعیت رقابتی قوی در بازار بین‌المللی کالاها شناخته شود، زیرا این جریان، نشان دهنده نوعی انباشت سرمایه خارجی است که توأم با مازاد حساب جاری اتفاق افتاده است.
۱۰. عدد متناظر برای ژاپن ۱۳ میلیارد مارک در همان دوره است. اما ممکن است این کشور به علت مشکلاتی که برای کمپانیهای خارجی در ورود به بازار ژاپن وجود دارد، معیار خوبی برای مقایسه نباشد.