

به نام خدا

مبانی نظری تجارت

دکتر کوهسار خالدي

فهرست موضوعات

- ۱- تعاریف
- ۲- تقسیم بندی تجارت
- ۳- اهداف تجارت
- ۴- انواع کالاهای تجاری
- ۵- تئوریهای تجارت
- ۶- استراتژیهای تجاری
- ۷- رابطه تجارت و رشد اقتصادی
- ۸- رابطه صادرات و رشد اقتصادی
- ۹- آثار صادرات
- ۱۰- تقسیم بندی صادرات

اقتصاد چیست؟

۱- علم اقتصاد، علم تخصیص منابع کمیاب برای رفع خواسته های نامحدود بشر است.

۲- علم اقتصاد، علم مطالعه قانونمندی های تولید از دیدگاههای مختلف (نوسانات، تثبیت، رکود و ...) می باشد.

طبقه بندی اقتصاد

(۱) اقتصاد کلان Macroeconomic:

موضوع اقتصاد کلان، بررسی متغیرهای کلان و کلیت تولید و نوسانات آن خواهد بود. متغیرهایی مانند، تورم، inflation، بیکاری، unemployment، نرخ بهره Rate، Interesting، رشد اقتصادی Economic Growth و تجارت trade در این مقوله قرار می گیرند.

(۲) اقتصاد خرد Microeconomic:

به بررسی رفتار بنگاهها و خانوارها می پردازد.

(۳) اقتصاد توسعه (Economic Development):

به بررسی راکد بودن تولید در برخی کشورها، علل و راههای برون رفت از رکود تولید می پردازد.

اقتصاد بین الملل

اقتصاد بین الملل را می توان دو بخش تقسیم بندی کرد:

- **مالیه بین الملل.**
- **تجارت بین الملل.**

مالیه بین الملل، ابعاد پولی فعالیتهای اقتصادی بین المللی را مورد بحث قرار می دهد. اما تجارت بین الملل به دنبال یافتن مبنایی برای مبادلات کالاها و خدمات بین کشورهاست. به همین خاطر مالیه بین الملل را "بعد پولی" و تجارت بین الملل را "بعد کالایی" نامیده اند.

تجارت Trade چیست؟

تجارت، مبادله کالاها و خدمات بین دو نقطه است.
دو نوع تجارت وجود دارد:

الف. **تجارت داخلی** Domestic Trade: عبارتست از مبادله کالاها و خدمات بین دو نقطه در داخل مرزهای جغرافیایی یک کشور.

ب. **تجارت خارجی** (بین الملل) International Trade: عبارتست از مبادله کالاها و خدمات بین دو یا چند کشور.

تفاوت‌های تجارت خارجی با تجارت داخلی

- ۱- تحرک اندک عوامل تولید (کار و سرمایه): در شرایط کنونی به طرق مختلف کم رنگ شده است.
- ۲- استفاده از ارزهای مختلف
- ۳- وجود مرزها و موانع مختلف
- ۴- وجود قوانین و مقررات مختلف
- ۵- وجود فرهنگ و سنت‌های مختلف

چرا تجارت خارجی اتفاق می افتد؟

به دلایل متعددی از جمله:

- ۱- برخورداری از عوامل تولید
- ۲- برخورداری از کالاها
- ۳- وجود اختلاف قیمتها
- ۴- وجود اختلاف در کیفیت کالاها

اهداف تجارت خارجی

هدف اصلی:

کسب حداکثر سود:

بخر، آنجا که ارزان است و بفروش، آنجا که گران است.

سایر اهداف:

۱- تامین نیازهای اقتصادی

۲- اهداف سیاسی

تقسیم بندی کشورها در تئوریهای تجاری

الف. کشورهای کوچک: کشورهایی که سهم اندکی در واردات جهانی کالا یا کالاهای مورد نظر دارند و نمی توانند تاثیری بر قیمت جهانی داشته باشند. **(ایران و واردات مرکبات)**

ب. کشورهای بزرگ: کشورهایی که سهم بالایی در واردات جهانی کالا یا کالاهای مورد نظر دارند و می توانند تاثیری بر قیمت جهانی داشته باشند **(چین و نفت)**

انواع کالاهای تجاری

الف. کالاهای صادراتی
ب. کالاهای وارداتی

• هم کالاهای صادراتی و هم کالاهای وارداتی را در حسابهای ملی به سه دسته تقسیم بندی می کنند:

- ۱- کالاهای واسطه ای
- ۲- کالاهای سرمایه ای
- ۳- کالاهای مصرفی

اهداف تئوری های تجارت بین الملل

الف. چه عواملی باعث برقراری تجارت بین الملل (ترکیب، جهت و میزان آن) می شوند؟

ب. کالاها در بازارهای بین المللی بر اساس چه نرخ (قیمت نسبی) با هم مبادله می شوند؟

ج. چگونه کشورها و به طور کلی دنیا می تواند از برقراری تجارت بهر مند شود؟

روند تاریخی شکل گیری تئوریهای تجارت بین الملل

الف. نظریه مرکانتیستها: این نظریه در بعد تجارت خارجی بر هرچه بیشتر کردن حجم ذخایر طلا و نقره کشور تاکید داشت و حجم طلا و نقره را عامل ثروت یک کشور می دانست. به همین دلیل دولتها سیاست تشویق صادرات و تحدید واردات را به اجرا می گذاشتند.

ب. نظریه کلاسیکها: حداقل سازی دخالت دولت در تنظیم امور اقتصادی

ج. نظریه نئوکلاسیکها

تئوریهای تجارت بین الملل (کلاسیکها)

نظریه آدام اسمیت (نظریه مزیت مطلق): رشد اقتصادی، مستلزم پذیرش شرایط تجارت آزاد (از طریق اصل تقسیم کار بین المللی و تئوری مزیت مطلق) است.

بر اساس نظریه آدام اسمیت هر کشور در تولید کالایی تخصص پیدا می کند که در تولید آن مزیت مطلق دارد و با این فرض تجارت در بین کشورها برقرار می گردد. در این نظریه اساس مبادله در بین دو کشور، اختلاف قیمتها (هزینه تمام شده دو کالا) است.

نظریه دیوید ریکاردو (نظریه مزیت نسبی): هر کشور باید کالایی را تولید و صادر کند که در تولید آن مزیت نسبی دارد. بدین ترتیب که کشوری که به طور مثال دارای مزیت مطلق در دو کالا است باید کالایی را تولید و صادر کند که مزیت مطلق آن بیشتر است و در مقابل کشوری که هیچگونه مزیت مطلق ندارد، باید کالایی را تولید و صادر نماید که دارای عدم مزیت مطلق کمتری است.

تئوریهای تجارت بین الملل (نئوکلاسیکها)

تئوری هکچر – اوهلین: هر کشور، کالایی را صادر می کند که در تولید آن کالا از عامل یا عوامل تولید **فراوانتر** (و لذا ارزان تر) بیشتر استفاده می شود و کالایی را وارد خواهد کرد که در تولید آن کالا از عوامل تولید **کمیاب** (و لذا گرانتر) کمتر استفاده می گردد. به عبارتی دیگر اختلاف در **موجودی اولیه عوامل تولید**، سبب ایجاد اختلاف در هزینه های نسبی شده که آن هم باعث افزایش مبادله بین المللی می گردد. لذا:

کشورهایی که نسبت به نیروی کار، سرمایه فراوانی دارند، اقدام به صادرات کالاهای سرمایه بر و کشورهای که نیروی کار فراوانی نسبت به سرمایه دارند، اقدام به صادرات کالاهای کاربر می نمایند.

* **معمای لئونتیف**

تئوریهای جنبی مدل هکچر – اوهلین

۱- **تئوری ریجنسکی**: اگر تنها مقدار یک عامل تولید افزایش یابد، مقدار تولید کالایی که در تولید آن از عامل مزبور، بیشتر استفاده می شود به طور مطلق افزایش یافته و تولید سایر کالاها به طور مطلق کاهش پیدا می کند. بدیهی است قیمت کالایی که تولید آن افزایش یافته به زیان کشور رشد یافته، کاهش می یابد.

۲- **تئوری استوپلر – ساموئلسون**: بر اساس این تئوری وقتی که یک عامل تولید در یک کشور فراوان باشد، قیمت آن نسبت به سایر عوامل کمتر بوده و به همین دلیل در تولید محصولات از آن عامل بیشتر استفاده می شود.

۳- **مدل عامل خاص**: بر اساس این مدل، عواملی که برای تولید کالای A به کار می روند، خاص تولید آن کالا بوده و نمی توان آنها را برای تولید کالاهای دیگری مورد استفاده قرار داد.

تقسیم بندی تجارت خارجی (بین الملل)

تجارت خارجی خود به دو بخش تقسیم خواهد شد:

۱- واردات **Import**: انتقال کالاها و خدمات از خارج به داخل کشور.

۲- صادرات **Export**: انتقال کالاها و خدمات از داخل به خارج از کشور.

نرخ مبادله تجاری

تعریف: برابر است با نسبت شاخص قیمت کالاهای صادراتی به شاخص قیمت کالاهای وارداتی.

$$R = P_x / P_m$$

- در طی سالیان گذشته نرخ مبادله به نفع کشورهای توسعه یافته و به زیان کشورهای در حال توسعه و توسعه نیافته تغییر کرده است.

ابزارهای حمایتی در تجارت (واردات)

۱- ابزارهای قیمتی و غیر قیمتی

یا

۲- موانع تعرفه ای، غیر تعرفه ای و شبه تعرفه ای

موانع تعرفه ای

تعرفه (عوارض گمرکی) نوعی مالیات دولتی می باشد که هنگام عبور کالا از مرزهای دولتی یا مناطق گمرکی (صادر، وارد یا ترانزیت) اخذ می گردد.

سود بازرگانی + حقوق گمرکی (پایه) = تعرفه

حقوق گمرکی (پایه)

- ۱- توسط مجلس تعیین می شود.
- ۲- نسبت به سود بازرگانی از ثبات بیشتری برخوردار است (برای چند سال).
- ۳- تغییر آن نیاز به مصوبه مجلس دارد.
- ۴- پیشنهاد تغییر آن به شرایط خاص بستگی دارد. به عنوان مثال با تدوین قانون تجمیع عوارض در اوایل دهه ۱۳۸۰، حقوق گمرکی تجمیع مقدار آن از ۱ درصد ارزش واردات به ۴ درصد تغییر پیدا کرده است.

سود بازرگانی

۱- به صورت سالانه مقدار آن برای هر کالا تعیین می شود.

۲- به پیشنهاد وزارتخانه های تولیدی در کمیسیون ماده (۱) (مقررات صادرات و واردات) تعیین می گردد.

۳- تنها بخش انعطاف پذیر تعرفه است.

۴- برای هر کالا میزان آن، متفاوت است.

دلایل وضع تعرفه

- حمایت از صنایع نوزاد
- رشد تولید و ایجاد اشتغال در داخل
- ایجاد در آمد برای دولت
- توزیع مجدد در آمد
- خودکفایی و استقلال سیاسی
- آنتی دامپینگ

اقسام تعرفه

- اقسام تعرفه بر حسب هدف
- اقسام تعرفه گمرکی بر حسب مأخذ دریافت
- اقسام تعرفه بر اساس اشکال محاسبه
- اقسام تعرفه بر حسب نوع
- اقسام تعرفه بر حسب نوع عبور از مرز

اقسام تعرفه بر حسب هدف

- **تعرفه گمرکی مالی:** در این تعرفه وضع حقوق گمرکی به منظور **تامین بودجه کشور** انجام می گیرد. تعرفه گمرکی در موارد زیر مالی قلمداد می شود:
 - الف.** تعرفه گمرکی بر وارداتی که خود کشور تولید مشابه آن را نداشته باشد.
 - ب.** حقوق گمرکی بر وارداتی که بر کالاهای داخلی مشابه آن نیز مالیاتهای معادل وضع شود.
 - ج.** حقوق گمرکی که موجب محدود شدن واردات نگردد.
- **تعرفه های حمایتی:** بیشتر جنبه اقتصادی دارند و به منظور **حمایت از تولیدکنندگان داخل** وضع می شوند و زمانی موثر هستند که سطح آنها به اندازه ای باشد که واردات را محدود کند.
- **تعرفه گمرکی ارشادی:** که به منظور **جهت دهی به تقاضا** از کالایی به سمت دیگر کالاها وضع می شود.

انقسام تعرفه گمرکی بر حسب مأخذ دریافت

- **تعرفه ارزشی:** که به عنوان درصدی از ارزش کالاهای وارداتی یا صادراتی با محاسبه هزینه حمل و نقل یا بدون آن اخذ می شود (**ضعف:** وابستگی به میزان ارزش کالا).
- **تعرفه خاص (مقداری):** به صورت مبلغ معینی بر واحد فیزیکی واردات یا صادرات تعیین می شود (**ضعف:** عدم توجه به قیمت کالا، **قوت:** سهولت محاسبه).
- **تعرفه مختلط:** ترکیبی از دو تعرفه مقداری و ارزشی است.
- **تعرفه مخلوط:** استفاده از ترکیب خاصی از تعرفه های مقداری و ارزشی در **فصلهای مختلف سال** به منظور دسترسی به سطح معینی از حمایت است.

انقسام تعرفه بر اساس اشکال محاسبه

- **یک ستونه:** چنانچه تنها یک تعرفه بر کالا وضع شود فهرست یک ستونه، مستقل و بدون تبعیض می باشد. این فهرست تعرفه گمرکی برای کشوری که به دنبال کسب درآمد است مناسب است اما انعطاف ناپذیری آن بر روابط تجاری متقابل تاثیر می گذارد.
- **دو ستونه:** برای هر کالا دو نوع تعرفه وضع می شود. وقتی دو نوع تعرفه بوسیله قانون به شکل حداکثر و حداقل تعیین شود و تابع موافقتنامه های بین المللی نباشد، سیستم تعرفه ای مستقل است. زمانی که حد بالایی به وسیله قانون و حد پایین مجموعه ای از تعرفه های کاهش یافته به سایر کشورها باشد که از طریق مذاکرات فی مابین اعطا شده قسمتی مستقل و قسمتی قراردادی است و گفته می شود شکل کلی، قراردادی دارد.
- **سه ستونه:** که شکل گسترده تری از تعرفه دو ستونه است که ستونی به آن اضافه می شود و حد پایین تری از حقوق گمرکی مثل کاربرد بین گروهها در آن منعکس شده است که آن را سیستم ترجیحی می نامند که باعث تسهیل و افزایش تجارت میان اعضا می شود.

اقسام تعرفه بر حسب نوع

- **تعرفه قانونی:** بر اساس قانون و تصویب هیئت وزیران تعیین می شود.
- **تعرفه قراردادی:** نتیجه موافقت یا قرارداد با سایر کشورهاست.

اقسام تعرفه بر حسب نوع عبور از مرز

- **تعرفه های صادراتی** که برای تضمین عرضه داخلی و یا صرفاً کسب درآمدي برای دولت وضع می گردد.
- **تعرفه های ترانزیتی** مربوط به حمل و نقل کالا که بر کالاهای ترانزیتی از یک کشور وضع شده و صرفاً جنبه درآمدي دارد.
- **تعرفه های وارداتی** که رایج ترین شکل تعرفه است و دارای اهداف متفاوتی همچون اهداف تولیدی، درآمدي و ارشادي می باشد.

انواع نرخهای تعرفه ای

- **نرخهای عمومی:** به وسیله قوانین تجاری در کشور تعیین می شود.
- **نرخهای دولت کامله الوداد:** با مزایایی از جمله تخفیف در حقوق گمرکی و اعمال حداقل حقوق گمرکی بین کشورهای متعهد برقرار می شود و بدون **تبعیض** در مورد اعضا اجرا می شود.
- **نرخهای محدود شده توسط گات:** امضاء کنندگان ممکن است نرخهای تعرفه را برای اعضا محدود کنند که این نرخها شامل جداول الحاقی به گات است.
- **نرخهای تعرفه سهمیه ای:** شامل دونرخ تعرفه است: **نرخ تعرفه در حد سهمیه** که برای واردات در حد سهمیه تعیین می شود. **نرخ تعرفه فراتر از سهمیه** که برای واردات خارج از حد سهمیه تعیین می شود. **نرخ تعرفه در حد سهمیه کمتر از نرخ تعرفه خارج از سهمیه است.**
- **نرخهای تعرفه ترجیحی:** بر اساس توافق بین دو یا چند کشور یا اعضای ترتیبات منطقه ای و فرامنطقه ای به وجود می آیند و اعضا فهرستی از کالاهایی که مایلند امتیاز تعرفه ترجیحی در مورد آنها دریافت یا اعطا کنند مبادله و متعهد می نمایند.

آثار اقتصادی و رفاهی تعرفه

آثار اقتصادی تعرفه بر کشورهای **کوچک** (از نظر حجم واردات نسبت به کل حجم مبادلات در جهان) با وقتی که کشوری **بزرگ**، اقدام به برقراری تعرفه می کند، متفاوت خواهد بود. آثار اقتصادی و رفاهی را می توان از طریق منحنی های عرضه و تقاضا نشان داد. اثرات رفاهی به اثر **حمایتی**، اثر **مصرفی**، اثر **توزیع مجدد درآمد** و اثر **درآمدی** تقسیم می شود.

آثار اقتصادی و رفاهی تعرفه بر کشور کوچک

- افزایش تولید داخلی و اشتغال
- کاهش رفاه مصرف کننده (اثر مصرفی منفی)
- افزایش رفاه تولید کننده (اثر تولیدی مثبت)
- افزایش درآمد دولت (اثر درآمدی مثبت)
- انتقال رفاه از مصرف کننده به تولید کننده (توزیع مجدد درآمد از مصرف کننده به تولید کننده)
- ایجاد زیان برای جامعه به دلیل تولید بیشتر کالا در داخل با هزینه بالا (اثر حمایتی منفی)

آثار اقتصادی و رفاهی تعرفه بر کشور **بزرگ**

می تواند با توجه به شرایط حاکم بر اقتصاد این کشور (شیب و کشش منحنیهای عرضه و تقاضای داخلی)، یکی از سه حالت فوق اتفاق بیفتد:

- افزایش رفاه اقتصادی جامعه
- کاهش رفاه اقتصادی جامعه
- ثبات رفاه اقتصادی جامعه

شبه تعرفه ها

به تمامی هزینه ها و مالیات های گمرکی که تحت عنوان حقوق گمرکی و سود بازرگانی دریافت نگردند شبه تعرفه می گویند. شبه تعرفه اقسامی مانند **حق ثبت سفارش، عوارض بندری، عوارض هوایی، هزینه های سربار گمرکی، مالیات بر تسعیر ارزهای خارجی، قیمت مجوز واردات و غیره را در بر می گیرد.**

موانع غیر تعرفه ای

استفاده از مکانیزمهای مختلف به منظور محدود کردن حجم واردات به جای ساز و کار تعرفه ای در رژیم تجاری کشورها به موانع غیر تعرفه ای موسوم است. این موانع در مقام مقایسه با تعرفه ها از **شفافیت کمتری** برخوردارند و دارای اثراتی همچون **ناکارایی مکانیزم تجاری** و **مختل نمودن روابط تجاری** فی مابین کشورها هستند.

از این دست موانع غیرتعرفه ای می توان سهمیه وارداتی، محدودیت صادرات به صورت داوطلبانه، موانع فنی تجاری، سیاستهای ارزی، موسسات تجاری دولتی، حداقل قیمت وارداتی، ممنوعیت های وارداتی و ... را نام برد.

سهمیه بندی: تعیین میزان کالای مبادلاتی

۱- هم واردات و هم صادرات مشمول سهمیه بندی می شوند.

۲- اثر سهمیه بندی در مقایسه با تعرفه در رابطه با محدود کردن تجارت بین المللی از شدت بیشتری برخوردار است.

۳- آثار سهمیه بندی بر رفاه جامعه همانند آثار رفاهی وضع عوارض گمرکی است.

مشوقهای صادراتی

از طریق مشوقهای صادراتی دولت با فراهم کردن تسهیلات در صدد افزایش صادرات خواهد بود. مشوقهای صادراتی دارای انواع گوناگونی است که مهمترین آن عبارتند از:

- معافیت‌های مالیاتی تولید کالاهای صادراتی.
- ایجاد تسهیلات برای صادرات کالا.
- پرداخت مستقیم به صادرکنندگان (جایزه صادراتی).

همکاریهای اقتصادی (تجارت آزاد)

الف. دیدگاه بین المللی: این دیدگاه به کنفرانسهای بین الملل تحت نظارت موافقت نامه عمومی تعرفه و تجارت (گات) توجه دارد و از طریق انجام مذاکرات بین الملل از قبیل مذاکرات دور توکیو، اروگوئه و دوحه در صدد کاهش عوارض گمرکی و از بین بردن سایر موانع تجاری در جهت تحقق تجارت آزاد در جهان است.

ب. دیدگاه منطقه ای: این دیدگاه به توافق میان کشورها تاکید داشته و هدف آن نیز **آزادی تجارت میان کشورهای منطقه** با حفظ موانع گمرکی برای سایر کشورهای جهان است. این دیدگاه در چهارچوب اجتماع کشورها تحت عنوانین زیر تحقق می یابد:

۱- **اتحادیه تجارت ترجیحی:** توافق چند کشور مبنی بر استفاده از عوارض گمرکی ترجیحی (پایین) در تجارت متقابل.

۲- **ناحیه (منطقه) تجارت آزاد:** حذف عوارض گمرکی بین چند کشور در مورد تمامی کالاها (بجز خدمات سرمایه ای). مانند ناحیه تجارت آزاد اروپا (EFTA) بین انگلستان، سوئد، نروژ، دانمارک، اتریش، پرتغال و سوئیس در سال ۱۹۶۰

۳- **اتحادیه گمرکی:** حذف کلیه عوارض گمرکی بین دو یا چند کشور و استفاده از عوارض مشابه در قبال سایر کشورها. مانند اتحادیه گمرکی میان ایالات مستقل آلمان در سال ۱۸۳۴ با عنوان سولفراین (Zollverein).

۴- **بازار مشترک**: نوع تکامل یافته ناحیه تجارت آزاد و اتحادیه گمرکی متشکل از چند کشور است. اعضای بازار مشترک با قبول آزادی تجارت بین خود و داشتن عوارض گمرکی مشابه در قبال سایر کشورها درصد هستند که به تدریج تحرک عوامل تولید (کار و سرمایه) را بین کشورهای خود تحقق بخشند. **بازارهای مشترک اروپا، آمریکای مرکزی و کارائیب.**

۵- **اتحادیه اقتصادی**: اعضای اتحادیه اقتصادی دارای هماهنگی کامل در سیاستهای اقتصادی، پولی و مالی خود هستند. **مانند اتحادیه اقتصادی اروپا.**

درجه ادغام اقتصادی

سیاستهای اقتصادی یکسان	تحرک آزاد عوامل تولید	سیاست گمرکی یکسان	حذف عوارض گمرکی فیما بین	
-	-	-	+	ناحیه تجارت آزاد
-	-	+	+	اتحادیه گمرکی
-	+	+	+	بازار مشترک
+	+	+	+	اتحادیه اقتصادی

اهداف ایجاد مناطق آزاد تجاری

- جلب سرمایه‌های خارجی
- ایجاد فرصت‌های شغلی
- کسب درآمدهای ارزی و افزایش صادرات
- دستیابی به تکنولوژی پیشرفته
- جذب نقدینگی سرگردان داخلی و مهار تورم
- محرومیت زدایی در مناطق دارای امکان رشد و توسعه بالقوه

عوامل موفقیت مناطق آزاد تجاری در برخی کشورها

- برخورداری از ثبات داخلی و تمرکز سیاسی در کشور صاحب منطقه آزاد
- برخورداری از قوانین و مقررات ساده و با ثبات و فاقد جنبه‌های دست و پا گیر
- برخورداری از تاسیسات زیربنایی مناسب در منطقه آزاد
- برخورداری از صلح و آرامش و روابط بین‌المللی کم‌تشنج

دلایل عدم موفقیت مناطق آزاد تجاری در برخی کشورها

- بی‌ثباتی سیاسی و ضعف قدرت مرکزی کشور دارای مناطق آزاد
- فضای نامساعد فرهنگی، اجتماعی، حقوقی درون اقتصاد ملی
- مکان‌یابی نادرست مناطق
- ضعف مدیریت مناطق آزاد
- کمبود نیروی کار ماهر و بازده اندک نیروی انسانی

عملکرد مناطق آزاد ایران در حال و آینده

اعتقاد بر این است که در حال حاضر محور اساسی فعالیتها در مناطق آزاد بر استفاده از فعالیت **کالای همراه مسافر** است؛ که با فراهم نمودن شرایط عزیمت مردم به این نقاط و اقامت در آنجا، اقدام به خرید برخی کالاها شده و انتقال این کالاها به داخل کشور تسهیل گردیده است .

استراتژیهای تجاری

الف. استراتژیهای نظر به خارج **اولیه**: تشویق صادرات مواد خام و کالای کشاورزی.

ب. استراتژیهای نظر به خارج **ثانویه**: افزایش صادرات کالاهای صنعتی و ساخته شده.

ج. استراتژیهای نظر به داخل **اولیه**: خودکفایی در زمینه مواد غذایی و کشاورزی.

د. استراتژیهای نظر به داخل **ثانویه**: خودکفایی در زمینه کالاهای صنعتی از طریق جانشینی واردات.

استراتژیهای تجاری ایران

- الف. تشویق صادرات مواد خام.
- ب. افزایش صادرات کالاهای صنعتی.
- ج. خودکفایی در زمینه مواد غذایی و کشاورزی.
- د. خودکفایی در زمینه کالاهای صنعتی از طریق جانشینی واردات.

رابطه تجارت و رشد اقتصادی

- ۱- از نظر تئوریکي ارتباط تجارت و رشد اقتصادی یک کشور، یک نوع ارتباط دو طرفه (**علیت متقابل**) می باشد.
- ۲- تجارت، موتور رشد و توسعه اقتصادی است.
- ۳- براساس اتحاد ملی رابطه زیر بین تجارت و رشد اقتصادی وجود دارد:

$$GNP=C+I+G+(X-M)$$

GNP: تولید ناخالص ملی

C: مصرف خصوصی

I: سرمایه گذاری

G: مخارج دولت

X: صادرات

M: واردات

X-M: خالص تجارت به خارج

آزاد سازی تجاری

تعریف: ادغام اقتصاد در تجارت جهانی
نتایج:

الف. نتایج مثبت: عمدتاً در راستای منافع کشورهای توسعه یافته.

ب. نتایج منفی: آسیب رسانی به فقرا و کشورهای در حال توسعه.

رابطه صادرات و رشد اقتصادی

۱- صادرات، عامل رشد اقتصادی است: $E \rightarrow G$

۲- رشد اقتصادی، عامل صادرات است: $G \rightarrow E$

۳- صادرات و رشد اقتصادی، تاثیر متقابل دارند:

$G \leftrightarrow E$

آثار صادرات

- ۱- کمک به رشد اقتصادی
- ۲- کمک به ایجاد اشتغال
- ۳- کمک به کسب درآمدهای ارزی
- ۴- کمک به اعمال نفوذ سیاسی و اقتصادی
- ۵- کمک به ارتقای کیفی تولیدات داخلی
- ۶- کمک به تعادل بازار تولیدات داخلی

تقسیم بندی صادرات

الف. صادرات نفتی

ب. صادرات غیر نفتی:

۱- صادرات صنعتی و معدنی: اولیه و نهایی

۲- صادرات خدمات فنی و مهندسی

۳- صادرات کشاورزی

تقسیم بندی صادرات بخش کشاورزی

بر اساس شکل محصول:

- الف. صادرات محصولات خام و اولیه
- ب. صادرات محصولات فرآوری شده

بر اساس نوع محصول:

- الف. خشکبار
- ب. نباتی
- ج. دامی
- د. دریایی
- ه. تبدیلی

کدام نوع صادرات بهتر است؟

صادرات محصولات خام و اولیه؟

یا

صادرات محصولات فرآوری شده؟

معایب صادرات خام و اولیه (نفت و ...)

- غیرمنصفانه بودن توزیع منافع حاصله بین تولیدکنندگان داخلی این کشورها و مصرف کنندگان خارجی.
- اتکای کشورهای صادرکننده بر درآمدهای ارزی پایین و نامطمئن.
- انزوای ساختار تولید داخلی برای تولید کالاهایی که در بلندمدت تقاضای جهانی برای آنها کاهش می یابد.
- جزیره ای شدن تولیدات مواد اولیه و ناچیز بودن پیوندهای آن با بقیه اقتصاد (بر خلاف صنایع کارخانه ای)

مزایای صادرات فرآوری شده

- ۱- ایجاد ارزش افزوده بیشتر
- ۲- ایجاد اشتغال بالاتر
- ۳- ایجاد حلقه های پسین و پیشین بیشتر در اقتصاد

چرا در آمد نسبی کشورهای صادر کننده مواد خام کاهش می یابد؟

- ۱- **پایین بودن کشتی در آمدی تقاضا** برای مواد غذایی کشاورزی و خام در مقایسه با کالاهای صنعتی.
- ۲- **جایگزینی نرخ رشد جمعیت** در کشورهای توسعه یافته (عدم افزایش جمعیت آنها به عنوان یکی از عوامل موثر بر تقاضا برای کالاهای صادراتی کشورهای در حال توسعه).
- ۳- **پایین بودن کشتی قیمتی تقاضای** اغلب کالاهای اولیه غیر نفتی.
- ۴- **افزایش جانشینی مواد سنتتیک** (مصنوعی) به جای کالاهای کشاورزی.
- ۵- **افزایش حمایت از کشاورزی** در کشورهای واردکننده این کالاها.

بازارهای مهم صادرات محصولات کشاورزی ایران

- ۱- اتحادیه اروپا
- ۲- حوزه خلیج فارس
- ۳- ژاپن
- ۴- آسیای میانه

۵ سؤال اساسی در خصوص تجارت بین الملل و توسعه

- ۱- تاثیر تجارت بین الملل بر رشد اقتصادی کشورهای در حال توسعه چگونه است؟
- ۲- تجارت چگونه توزیع در آمد و ثروت را در داخل یک کشور و میان کشورها تغییر می دهد؟
- ۳- تجارت تحت چه شرایطی می تواند اهداف توسعه کشورهای در حال توسعه را محقق سازد؟
- ۴- آیا کشورهای در حال توسعه می توانند حجم تجارت خود را تعیین کنند؟
- ۵- استراتژی مناسب تجاری برای کشورهای در حال توسعه کدام است؟

دیدگاه‌های مختلف در مورد فواید تجارت برای کشورهای در حال توسعه

الف. **بدبینان تجارت**: با تاکید بر :

۱- **رشد محدود تقاضای جهانی** برای صادرات محصولات اولیه.

۲- **بدتر شدن رابطه مبادله** در مورد محصولات اولیه کشورهای در حال توسعه .

۳ - **ظهور مجدد حمایت گرایی جدید در دنیا** علیه صادرات محصولات صنعتی و کشاورزی کشورهای کمتر توسعه یافته .

ب. خوش بینان تجارت:

- ۱- تجارت آزاد و تشویق رقابت اقتصادی
- ۲- تجارت آزاد و افزایش کارایی و کیفیت تولید
- ۳- تجارت آزاد و افزایش سود، پس انداز و سرمایه گذاری
- ۴- تجارت آزاد و جذب نیروی انسانی متخصص و سرمایه گذاری خارجی (FI و FDI)
- ۵- تجارت آزاد و تامین ارز موردنیاز کشور
- ۶- تجارت آزاد و کاهش مداخله دولت در بازارهای صادرات و ارز
- ۷- تجارت آزاد و دسترسی برابر به منابع کمیاب

عوامل موثر بر توسعه صادرات

اثر کاهنده	اثر فزاینده
۱- تحریم	۱- افزایش تولید داخلی
۲- ورود رقبای جدید و قوی	۲- بازاریابی مناسب
۳- تورم داخلی	۳- انتقال بهنگام و سالم کالا به مقصد
۴- افزایش تقاضای داخلی	۴- افزایش نرخ ارز
۵- محدودیتهای قانونی صادرات	۵- افزایش تقاضای جهانی
۶- عدم امنیت منطقه ای	۶- مشوقهای صادراتی
۷- عدم توجه به ترجیحات بازار	۷- تولید رقابتی (با کیفیت و ارزان)
۸- عدم ثبات قوانین تجاری	۸- حاکمیت فرهنگ صادرات در جامعه

عوامل موثر بر افزایش واردات

- ۱- کاهش تولید داخلی
- ۲- کاهش نرخ ارز
- ۳- افزایش تقاضای داخلی ناشی از افزایش قدرت خرید،
افزایش جمعیت و ...
- ۴- عدم اطمینان به آینده
- ۵- اعمال سیاست های سمت عرضه برای کنترل تورم
- ۶- کاهش تعرفه ها
- ۷- وابستگی رشد اقتصادی کشور به خارج (ورود کالاهای سرمایه
ای و واسطه ای)
- ۸- فرهنگ مصرف گرایی

با تشکر