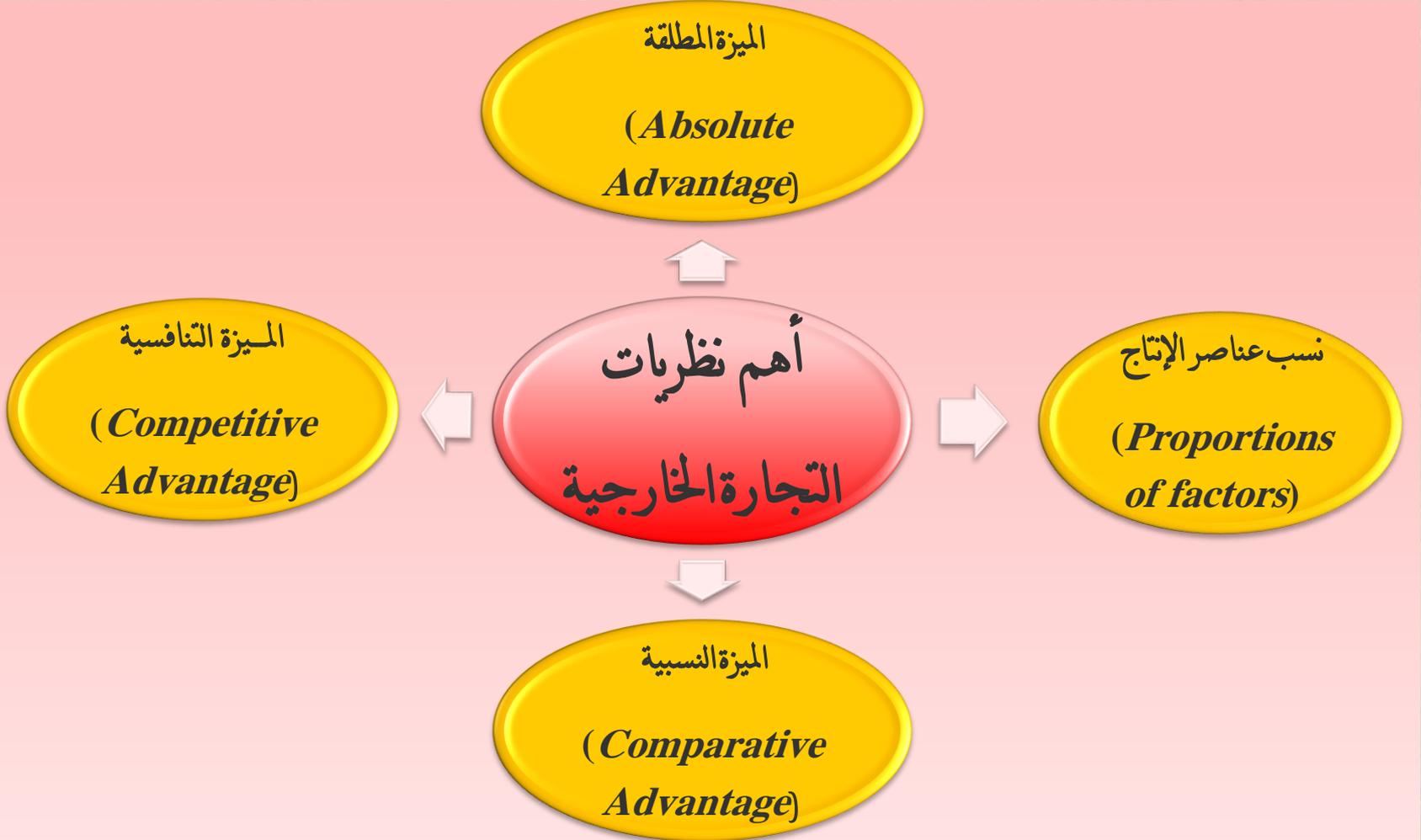




III- التجارة الخارجية والتنافسية: أية علاقة ؟



1.3. نظريات التجارة الخارجية



1.1.3 - نظرية الميزة (أو الأفضلية) المطلقة : ادم سميث (*Adam Smith*)

- افتراضات : تجارة حرة بين بلدين فقط، وجود سلعتين، عدم وجود تكاليف نقل أو تكاليف جمركية، العمالة هي مقياس التكلفة، حرية تنقل العمالة داخل البلد، . . .
- مضمون النظرية: تخصص كل دولة في إنتاج السلعة التي تتوفر فيها على ميزات مطلقة في إنتاجها، وتبادل فائض الإنتاج عن حاجات الاستهلاك مع الدولة الأخرى. أي أن الدولة (أ) تخصص في إنتاج وتصدير السلعة ذات التكلفة الأفضل مقارنة بالدولة (ب)، وتصدر فائض الإنتاج إلى تلك الدولة. الدولة (ب) تقوم بتخصص في إنتاج السلعة الأخرى، وتصدر الفائض إلى الدولة (أ).

- الميزة المطلقة مصطلح يشير إلى أفضلية تتمتع بها دولة عندما تكون قادرة، رغم قلة الموارد، على إنتاج مقدار يزيد عما تنتجه دولة أخرى تستعمل نفس الموارد (العمالة عند ادم سميث). . بعبارة أخرى، الميزة المطلقة تمثل قدرة الدولة (أ) على إنتاج سلعة ما بكفاءة أكبر (أي بمخرجات أكثر لكل وحدة من المدخلات) من الدولة (ب).

<u>البلد</u>	<u>كمية الانتاج</u>	<u>اليد العاملة</u>
(أ)	2000	100
(ب)	1000	100

2.1.3- نظرية الميزة النسبية: ديفيد ريكاردو (David Ricardo)

- افتراضات النظرية: بلدين فقط؛ مقايضة السلع بعضها بدل النقود؛ تنقل عناصر الإنتاج داخل البلد بسهولة؛ منافسة كاملة؛ ثبات التكاليف للوحدة مهما كان حجم الإنتاج؛ عدم وجود تكاليف نقل؛ العمل أساس القيمة (قيمة السلعة يحددها حجم العمل الذي يكفي لإنتاجها).
- الميزة النسبية تعتمد على توفر البلد من موارد طبيعية وبشرية، أو يد عاملة رخيصة، أو موقع جغرافي متميز، . . . والتي تمكن من إنتاج سلعة بتكلفة أقل من بلد آخر.

إذا استطاع البلد أن ينتج سلعتين بكفاءة مقارنة مع بلد آخر، فمن مصلحته التخصّص في إحدى السلع التي ينتجها بكفاءة أكبر ويستورد السلعة الأخرى.

<u>شاحنات</u>	<u>سيارات</u>	<u>البلد</u>
6	30	(أ)
21	35	(ب)

إنتاج السيارات والشاحنات



للبلد (ب) ميزة مطلقة في إنتاج كل من السيارات والشاحنات. لكن لديه ميزة نسبية في الشاحنات لأنه الأفضل نسبياً في إنتاجها (3.5 مرة مقابل فقط 1.17 في السيارات).

3.1.3- نظرية نسب عناصر الإنتاج : هكشر- أولين (Ohlin Heckscher)

■ انتقاد لنظرية الميزة النسبية و فرضياتها .

■ فرضيات النظرية :

- وجود بلدين وسلعتين وعاملين إنتاجيين هما العمل ورأس المال .
- البلدين لهما نفس المستوى التكنولوجي على مستوى الإنتاج .
- منافسة تامة في كلا البلدين وفي كلا السلعتين .
- انتقال عوامل الإنتاج داخل البلد وعدم إمكانية ذلك بين الدولتين .
- غياب تكاليف نقل، أو تعريفات جمركية، أو عوائق أخرى تحد التجارة بين البلدين .

■ مضمون النظرية: اختلاف أسعار عناصر الإنتاج نسبة لاختلاف الوفرة النسبية لكل عنصر داخل البلد (مواد خام، أو عمالة، أو غيرها . . .). كما أن السلع تحتاج لكميات مختلفة من المدخلات.

■ الدولة تخصص في إنتاج وتصدير السلعة التي تعتمد على عنصر الإنتاج الموجود والمتوفر بكثرة، و تستورد السلع الغير موجودة محليا أو التي تعتمد على عنصر الإنتاج النادر. مثال: بناءً على هذه النظرية، من مصلحة الدول النفطية التخصص في إنتاج وتصدير السلع التي تعتمد على البترول ومشتقاته، ومن مصلحة الدول ذات اليد العاملة المهمة التخصص في إنتاج وتصدير السلع التي تعتمد على وفرة عنصر العمل، مثل المنتجات الزراعية.

4.1.3- الميزة التنافسية : مايكل بورتر (*Michael E. Porter*)

■ انتقادات للنظريات السابقة :

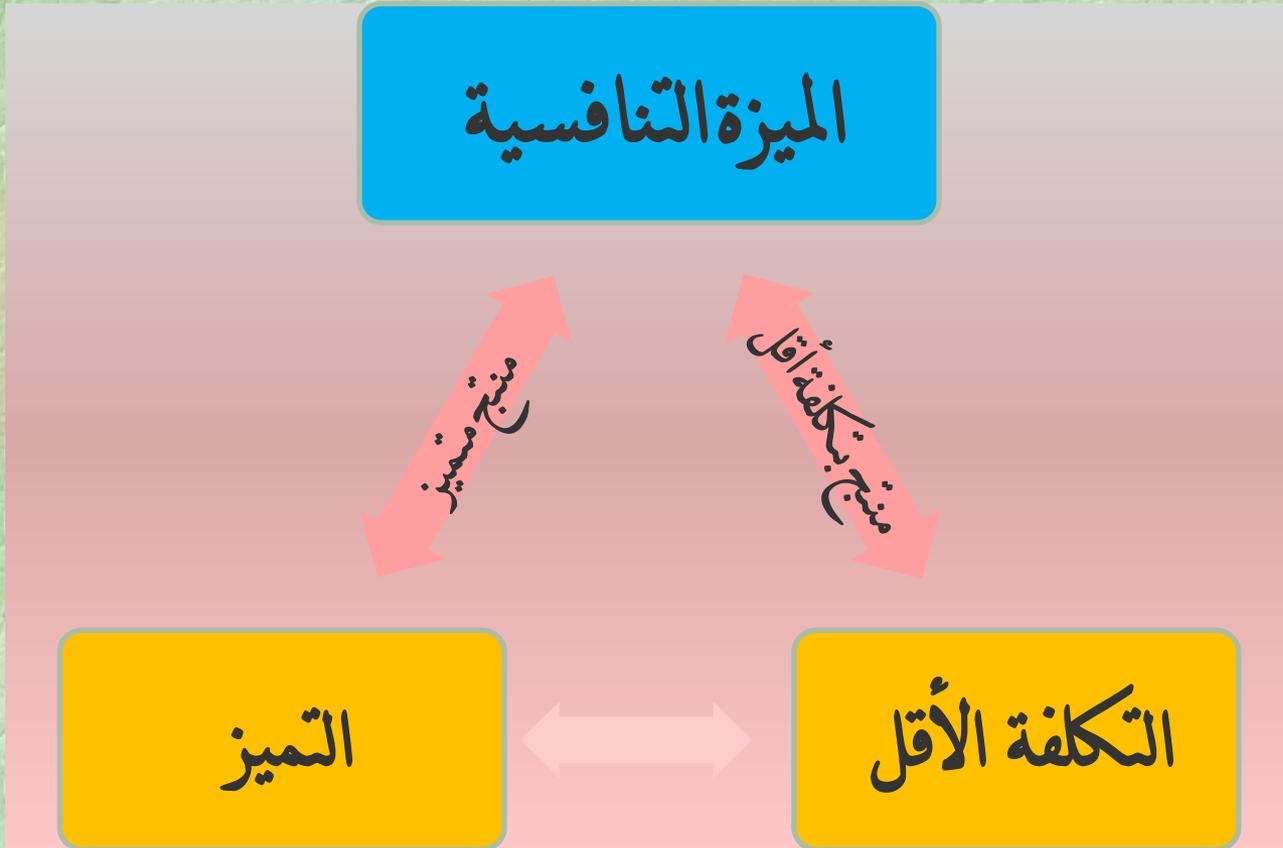
- عدم منح مجال لسياسة ديناميكية لتطوير الصادرات خارج مجال التخصص .
- عدم تفسير تفوق بلدان كدول جنوب شرق آسيا واليابان تفتقر إلى مزايا نسبية وتفتقد موارد طبيعية .



- ظهور طروحات جديدة حول التجارة ركزت على توسيع النموذج الريكاردي وترشيده وفق النظرية النيوكلاسيكية لتفسير أسباب حدوث التجارة بين البلدان .
- ← ظهور فكرة الميزة التنافسية مع بداية الثمانينات في أمريكا وأوروبا .

- مايكل بورتر من خلال مؤلفه : (*The competitive advantage of nations*) أبرز المنظرين لهذه الفكرة.
- الميزة التنافسية (بورتر): القيمة التي تنتجها دولة (أو شركة)، ذات سعر أقل من المنافسين، أو تتسم بمزايا تعوض عن ارتفاع الأسعار.
- عدم اشتراط، من خلال الاعتماد على التقانة أو نوعية الانتاج أو التكيف مع الطلب . . . ، وجود ميزة نسبية في دولة ما (موارد طبيعية، عمالة متوفرة، . . .) من أجل التنافس في الأسواق العالمية.

■ وهكذا، يمكن تمييز بين نوعين أساسيين من الميزة التنافسية :



- **ميزة التكلفة الأقل** : امتلاك هذه الميزة يكون عن طريق تكاليف إنتاج أقل من المنافسين (قوة العمل، المواد الخام، اقتصاد في النفقات، ...).

- **ميزة التميز** : القدرة على إنتاج سلع وخدمات ذات خصائص فريدة (علامة تجارية، تسويق وخدمات جيدة ومتميزة، ...).

بصفة عامة، الميزة التنافسية تتطلب تحسين وتجديد وتطوير مستمر ودائم يعتمد على الاختراع والتجديد والانفتاح لمواجهة المنافسين.