

فصل ۸

اقتصاد بین الملل (تجارت بین کشورها)

بخش اول:

لزوم تجارت بین الملل، فرصتها و تهدیدهای آن

مقدمه:

به زندگی روزمره خود نگاهی کنید. شما در طول روز برای خرید کالا و خدمات دلخواه خود با افراد زیادی سر و کار دارید، اما چرا؟ جواب روشن است چون به تنهایی نمی‌توانید همه کالاها و خدمات را خودتان فراهم کنید.

پرداختن به تولید یک کالا لازمه آن است که شما زمان و منابع خود را معطوف آن کنید، تحت این شرایط شما قادر نخواهید بود همزمان به تولید دیگر کالاها بپردازید. این همان اصل شکل‌گیری مبادلات در بین انسان‌هاست.

افراد با گذشت زمان دریافته‌اند که باید منابع خود را در تولید کالا و خدماتی که در آن نسبت به دیگران ماهرترند، به کار گیرند. به این ترتیب آنها در آن زمینه به خصوص نسبت به دیگران برتری (مزیت) داشته و تولید بیشتری خواهند کرد. بعد از آن می‌توانند اضافه تولید خود را با دیگران مبادله کرده و سایر کالاها و خدمات دلخواه خود را دریافت کنند.

شاید این جمله را شنیده باشید «مملکت که فقط دکتر و مهندس نمی‌خواهد، بنا و کارگر و میوه فروش... هم می‌خواهد». بله، بسیاری از مردم به واسطه اینکه در شغلی نسبت به بقیه برتری (مزیت) دارند پیشرفت به مراتب چشمگیرتری (از لحاظ مالی) نسبت به سایرین می‌کنند.

با این مقدمه به بیان دو مفهوم اصیل اقتصادی، یعنی مزیت مطلق (منسوب به آدام اسمیت) و مزیت نسبی (منسوب به ریکاردو) می‌پردازیم که نهایتاً چرایی انجام مبادلات تجاری کشورها را توضیح خواهد داد. ابتدا با مزیت مطلق شروع می‌کنیم.^۱

^۱ - روزنامه دنیای اقتصاد - شماره ۳۸۹۰ 1395/07/29

مزیت مطلق و مزیت نسبی^۱

۱- مزیت مطلق

در تجارت بین الملل، مزیت مطلق به وضعیتی گفته می شود که یک کشور بتواند نسبت به دیگر کشورها کالاها و خدمات را با منابع کمتری تولید کند یا با منابع معین، کالا و خدمات بیشتری تولید کند.

۲- مزیت نسبی

وضعیتی از تجارت را گویند که یک کشور بتواند کالاها و خدمات را با هزینه فرصت کمتری تولید کند. یعنی کشورهای هستند که برای تولید یک واحد کالا منابع کمتری را قربانی می کنند.

جدول فرضی زیر را در نظر بگیرید:

| پارچه (متر) | نفت (بشکه) |
|-------------|------------|
| ۵ | ۱۰ |
| ۴۰ | ۲۰ |
| روسیه | بریتانیا |

جدول به ما می گوید یک واحد نیروی کار (مثلا یک کارگر با ساعت کار معین و یکسان در دو کشور) در هر کشور می تواند یا نفت تولید کند یا پارچه.

مطابق ارقام جدول، یک واحد کار در روسیه می تواند یا ۱۰ بشکه در هر دوره تولید کند یا ۵ متر پارچه. به همین ترتیب، یک واحد کار در بریتانیا می تواند یا ۲۰ بشکه نفت در هر دوره تولید کند یا ۴۰ متر پارچه

واضح است که بریتانیا در تولید هردو کالا مزیت مطلق دارد، زیرا یک کارگر بریتانیایی با فرض ساعت کار یکسان، در مقایسه با یک کارگر روسی، هم پارچه بیشتری تولید می کند و هم نفت بیشتری تولید. با وجود این، بریتانیا همه نیازهایش را از تولید هردوی این کالاها تامین نمی کند بلکه در یکی از کالاها متخصص خواهد شد و کالای دیگر را با شرکت در مبادله آزاد با روسیه بدست می آورد.

چرا و چگونه؟....

برای پاسخ به این پرسش، اولین گام، محاسبه هزینه فرصت تولید پارچه برای بریتانیا و روسیه است.

از دست رفته ها

_____ = هزینه فرصت

دست آمده ها

^۱ - مقاله «تجارت بین الملل آزاد و تقسیم بین المللی کار به زبان ساده»، هاشم بزنگانی

اگر روسیه یک واحد نیروی کار را از تولید پارچه به تولید نفت انتقال دهد، ۵ متر پارچه از دست می دهد ولی ۱۰ بشکه نفت بدست می آورد، پس هزینه فرصت نفت برابر است با:

$$\frac{5}{10} = \frac{1}{2} \equiv \text{هزینه فرصت نفت برای روسیه}$$

یعنی در روسیه هزینه فرصت یک واحد نفت عبارت از $\frac{1}{2}$ پارچه است و چون در شرایط رقابت کامل، قیمت ها هزینه فرصت منابع را منعکس می کنند، پس در روسیه ۱ واحد نفت با نرخ $\frac{1}{2}$ پارچه مبادله می شود. و به همین صورت :

$$\frac{10}{5} = 2 \equiv \text{هزینه فرصت پارچه برای روسیه}$$

به همین ترتیب اگر بریتانیا یک واحد نیروی کار خود را از پارچه به نفت جابجا کند ۴۰ متر پارچه از دست می دهد و ۲۰ بشکه نفت بدست می آورد یعنی:

$$\frac{40}{20} = 2 \equiv \text{هزینه فرصت نفت برای بریتانیا}$$

این محاسبات نشان می دهند که هزینه فرصت تولید نفت بریتانیا ۴ برابر بزرگتر از آن روسیه است، بنابراین نفت در روسیه می تواند ارزان تر از بریتانیا تولید شود.

یعنی روسیه فقط یک متر پارچه برای تولید ۲ بشکه نفت اضافی از دست می دهد در حالیکه بریتانیا ۲ متر پارچه باید برای تولید یک بشکه اضافی نفت از دست بدهد، پس می توان گفت گرچه بریتانیا در تولید هردو کالا برتری مطلق دارد اما در تولید پارچه برتری مطلق بیشتری دارد یا به عبارتی از برتری نسبی برخوردار است، به همین دلیل روسیه در تولید نفت و بریتانیا در تولید پارچه متخصص خواهند شد. نتیجه اینکه ، این تقسیم کار بین المللی، منافع نصیب هردوی این کشورها می کند که آنها را به مبادله ی آزاد و تجارت با یکدیگر وامی دارد. حال باید دید منافع این دو کشور و حجم کل تجارت جهان چگونه تعیین می شود.

محاسبه حجم کل تولید و تجارت بین الملل

این امر روشن است که قبل از برقراری تجارت، هر کشور نیروی کارش را به تولید هر دو کالا تخصیص می دهد:

| نفت | پارچه | |
|-----|-------|---------------|
| ۵ | ۲,۵ | روسیه |
| ۱۰ | ۲۰ | بریتانیا |
| ۱۵ | ۲۲,۵ | کل تولید جهان |

بعد از تقسیم بین المللی کار، هر کشور نیروی کارش (کل منابع اش) را به تولید کالایی اختصاص می دهد که در آن مزیت نسبی داشته باشد پس:

| پارچه | نفث |
|-------|-----|
| ۰ | ۱۰ |
| ۴۰ | ۰ |
| ۴۰ | ۱۰ |

چنانکه ملاحظه می شود برقراری تجارت و مبادله آزاد میان کشورها تولید و تجارت کل جهان را افزایش می دهد و مقدار این افزایش در جدول مذکور برابر است با تفاضل ۵۰ و ۳۷,۵.

محاسبه منافع روسیه بعد از شرکت در تجارت:

چنانکه دیدیم در روسیه نرخ مبادله در نبود تجارت برابر $\frac{1}{2}$ و در بریتانیا ۲ می باشد. حال فرض کنید رابطه مبادله جهانی برابر ۱ باشد، به این معنی که در تجارت جهانی، ۱ متر پارچه با ۱ بشکه نفت مبادله می شود. در این شرایط اگر هرکارگر روسی از تولید پارچه خارج شود، آنگاه روسیه ۵ متر پارچه از دست می دهد و در عوض همین کارگر می تواند ۱۰ بشکه نفت تولید کند که این ۱۰ بشکه را می تواند با نرخ ۱ بشکه = ۱ متر پارچه با ۱۰ واحد پارچه مبادله کند و نهایتاً ۵ متر پارچه سود ببرد، یعنی:

پارچه از دست داده ۵-
پارچه بدست آورده ۱۰+
خالص پارچه بدست آمده ۵+

محاسبه منافع بریتانیا بعد از شرکت در تجارت:

نفت از دست داده ۲۰-
نفت بدست آورده ۴۰+
خالص نفت بدست آمده ۲۰+

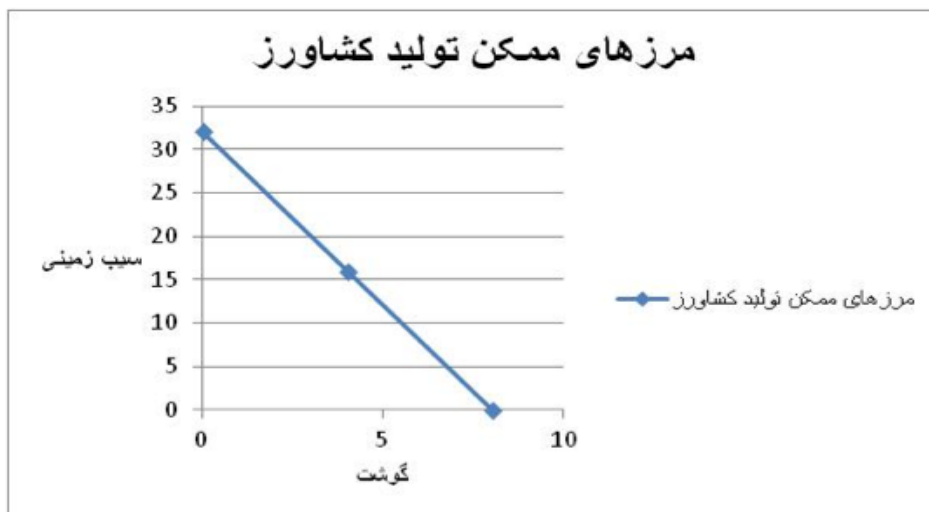
نکته مهم:

منافع کشورها و همچنین افزایش حجم تجارت جهانی تا زمانی ادامه دارد که نرخ مبادله بین المللی (همان نسبت هزینه فرصت دو کالا در دو کشور) در بازه $\frac{1}{2}$ و ۲ بماند در غیر این صورت منافع طرفین و به تبع آن تجارت متوقف خواهد شد.

برای درک هرچه بهتر مفهوم مزیت مطلق و مزیت نسبی بهتر است مثال زیر را نیز با هم مرور کنیم:

یک دامدار و یک کشاورز را در نظر بگیرید. کشاورز در یک ساعت یک کیلو گوشت و در هر ۱۵ دقیقه یک کیلو سیب زمینی تولید می کند. دامدار در هر بیست دقیقه یک کیلو گوشت و در هر ۱۰ دقیقه یک کیلو سیب زمینی تولید می کند. فرض کنید دامدار و کشاورز در یک روز ۸ ساعت کار کنند. در ۸ ساعت، کشاورز ۸ کیلو گوشت و ۳۲ کیلو سیب زمینی تولید می کند. دامدار نیز در طی ۸ ساعت، ۲۴ کیلو گوشت و ۴۸ کیلو سیب زمینی تولید می کند.

| | زمان لازم برای تولید یک کیلو | | | مقدار تولید شده در هشت ساعت | |
|--------|------------------------------|-----------|--|-----------------------------|-----------|
| | گوشت | سیب زمینی | | گوشت | سیب زمینی |
| کشاورز | 60 | 15 | | 8 | 32 |
| دامدار | 20 | 10 | | 24 | 48 |

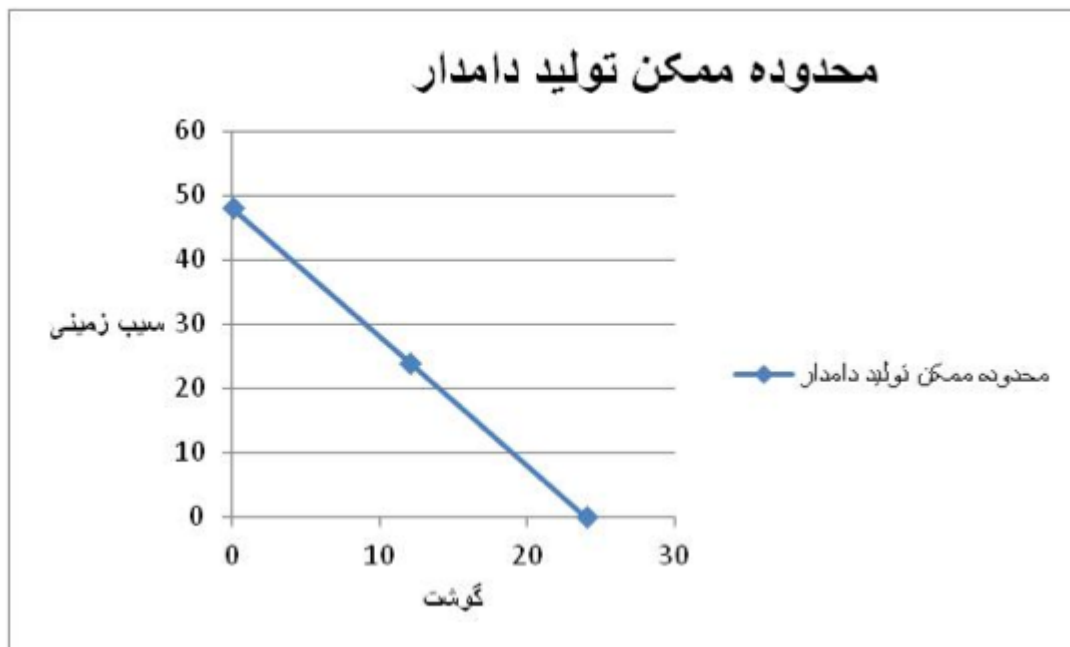


دو نمودار بالا نشان دهنده محدوده ممکن تولید دامدار و کشاورزند (یعنی همان منحنی امکانات تولید^۱).

فرض کنیم کشاورز تصمیم می گیرد ۴ کیلو گوشت و ۱۶ کیلو سیب زمینی تولید کند و دامدار تصمیم

۱- **منحنی امکانات تولید** ترکیب‌های مختلفی را که اقتصاد می‌تواند تولید کند مشخص می‌نماید. اگر فرض کنیم در یک اقتصاد، تنها دو کالای آ و ب تولید می‌شود و این دو کالا از همه عوامل تولید، استفاده بهینه کنند، آنگاه منحنی امکانات تولید نشان‌دهنده ترکیب‌های مختلفی خواهد بود که این دو کالا ممکن است تولید شوند؛ نقاط انتهایی این منحنی بیانگر شرایطی خواهد بود که تنها یکی از این دو کالا با صرف همه منابع اقتصادی تولید می‌شود. در حالت عادی معمولاً نظام اقتصادی منابع را برای تولید هر دو کالا تقسیم می‌کند. این منحنی نشان می‌دهد که با توجه به محدود بودن منابع تولید، رسیدن به هر میزانی از تولید در خروجی شدنی نیست و در عمل تنها می‌توان به ترکیب‌هایی از تولید این دو کالا که درون یا روی این منحنی هستند دست یافت. دست‌یابی به ترکیب‌هایی که نقاطشان خارج از منحنی قرار بگیرد ممکن نیست. نقاط روی منحنی نشان‌دهنده نقاط بهینه تولید هستند، یعنی نقاطی که در آن‌ها از همه منابع موجود استفاده شده است؛ در نقاط بهینه، تولید هیچ یک از دو کالا بدون کاهش تولید کالای دیگر ممکن نخواهد بود که مفهوم هزینه فرصت را می‌رساند. هزینه فرصت در هر نقطه از روی منحنی برابر است با شیب منحنی در آن نقطه؛ بنابراین از آنجایی که این منحنی خطی نیست (البته در دنیای واقعی، نه در مثال بالا که برای سادگی، ما منحنی را بصورت خطی در نظر گرفتیم)، می‌توان نتیجه گرفت که هزینه فرصت در اقتصاد عدد ثابتی نیست بلکه به میزان تولید کالاها بستگی دارد.

می‌گیرد ۱۲ کیلو گوشت و ۲۴ کیلو سیب زمینی تولید کند. با تجارت چطور می‌توان به هر دو طرف سود رساند؟



فرض کنید کشاورز و دامدار با هم به توافقی برسند مبنی بر اینکه کشاورز فقط سیب زمینی تولید کند که می‌شود ۳۲ کیلو سیب زمینی و دامدار نیز ۱۸ کیلو گوشت و ۱۲ کیلو سیب زمینی تولید کند. فرض کنید طرفین به توافق برسند که کشاورز از ۳۲ کیلو سیب زمینی، ۱۵ کیلو را به دامدار بدهد و در مقابل ۵ کیلو گوشت دریافت کند. در نهایت می‌بینیم که کشاورز ۵ کیلو گوشت و ۱۷ کیلو سیب زمینی خواهد داشت. یعنی نسبت به زمانی که هنوز با دامدار وارد معامله (تجارت) نشده، یک کیلو گوشت و سیب زمینی بیشتری نسبت به زمانی خواهد داشت.

همین مسئله برای دامدار هم صادق است. در این حالت او سه کیلو سیب زمینی بیشتر و یک کیلو گوشت بیشتر نسبت به زمانی که وارد معامله با کشاورز نشده بود، دارد.

آنچه دیدیم ساده ترین مرحله تقسیم کار اجتماعی است. به این معنا که به جای آنکه افراد به صورت خودبسنده زندگی کرده و هر کس تمامی احتیاجات خود را خود برآورده کند، بر حسب تخصص ها و کارایی ها به تقسیم کار پرداخته می‌شود.

همین فرآیند تقسیم کار است که اجازه تولید کالاهای پیچیده و در مقیاس انبوه را فراهم کرده است. این فرآیند که در جهان مدرن به اوج خود رسیده است، باعث شده است که وظایف هر چه تخصصی تر شوند.

تقسیم کار در واقع فرآیندی است که بر عمق آب افزوده و از سطح آن می کاهد. به عبارتی هر کس کار جزئی تر و کوچک تری را انجام می دهد و در عین حال آن کار را بسیار بهتر و با اطلاعات کامل تری انجام می دهد. این یکی از دلایلی است که هر قدر جلوتر آمده ایم از تعداد دانشمندان همه چیز دان کاسته شده و رشته ها تخصصی تر شده است. مثلا ابن سینا هم ریاضیدان، هم پزشک، هم فیلسوف و... بود در حالیکه در دنیای کنونی دیگر شاهد چنین چهره هایی نیستیم.

| | کشاورز | | دامدار | |
|--------------------------|--------|-----------|--------|-----------|
| | گوشت | سیب زمینی | گوشت | سیب زمینی |
| بدون تجارت: تولید و مصرف | 4 | 16 | 12 | 24 |
| | | | | |
| با تجارت | | | | |
| تولید | 0 | 32 | 18 | 12 |
| تجارت | 5 | 15 | 5 | 15 |
| مصرف | 5 | 17 | 13 | 27 |
| | | | | |
| | | | | |
| نتیجه حاصل از تجارت | | | | |
| از دید مصرف | 1 | 1 | 1 | 1 |

اما این فرآیند تخصیص منابع چگونه رخ می دهد؟ از کجا می فهمیم که بهتر است دامدار گوشت تولید کند و کشاورز سیب زمینی؟ در اینجا است که مفهوم مزیت نسبی (Comparative Advantage) را معرفی می کنیم.

مزیت مطلق (Absolute Advantage)

قبل از پرداختن به مفهوم مزیت نسبی لازم است نگاهی به مفهوم مزیت مطلق داشته باشیم.

مزیت مطلق به معنی داشتن توانایی تولید یک کالا با استفاده از **منابع کمتر** نسبت به یک تولید کننده دیگر است.

به زبان دیگر، مزیت مطلق به توانایی یک تولید کننده در تولید مقدار بیشتر یک محصول یا خدمات نسبت به سایر رقبا با مقدار یکسان منابع اشاره دارد.

به عبارت دیگر، مزیت **مطلق** به معنای بالتر بودن میزان بهره وری یک تولید کننده نسبت به تولید کننده دیگری در تولید یک کالا است.

در مثال ما، دامدار هم در تولید سیب زمینی و هم در تولید گوشت **مزیت مطلق** دارد. چرا که او در ۲۰ دقیقه یک کیلو گوشت تولید می کند در حالی که این میزان برای کشاورز یک ساعت است. او همچنین در ۱۰ دقیقه یک کیلو سیب زمینی تولید می کند، در حالیکه کشاورز برای تولید همین میزان، نیازمند ۱۵ دقیقه است.

هزینه فرصت و مزیت نسبی

در فصل هزینه ها در اقتصاد خرد (فصل ۶) توضیح دادیم که هزینه فرصت یک کالا در واقع آن چیزی است که برای به دست آوردن آن کالا از دست می دهیم. هزینه فرصت ابزار مناسبی برای تخصیص منابع در اختیار ما قرار می دهد.

در مثال ما، هزینه فرصت تولید سیب زمینی برای یک کشاورز یا دامدار، درواقع میزان گوشتی است که کشاورز یا دامدار از دست می دهد (از تولید آن صرف نظر می کند) تا بتواند بجایش، سیب زمینی تولید کند.

هزینه فرصت برای دامدار: دامدار هر ۲۰ دقیقه یک کیلو گوشت و هر ۱۰ دقیقه یک کیلو سیب زمینی تولید می کند. پس هزینه فرصت تولید یک کیلو گوشت برای دامدار برابر است با دو کیلو سیب زمینی و هزینه تولید یک کیلو سیب زمینی برای دامدار، نیم کیلو گوشت است.

هزینه فرصت برای کشاورز: کشاورز هر ۶۰ دقیقه یک کیلو گوشت و هر ۱۵ دقیقه یک کیلو سیب زمینی تولید می کند. هزینه فرصت تولید یک کیلو گوشت برای کشاورز ۴ کیلو سیب زمینی و هزینه فرصت تولید یک کیلو سیب زمینی برای او ۲۵۰ گرم گوشت است.

حال بگذارید مزیت نسبی را تعریف کنیم. به تفاوت تعریف با مزیت مطلق توجه داشته باشید.

مزیت نسبی به توانایی یک تولید کننده در تولید یک کالا با هزینه فرصت کمتر نسبت به تولید کننده دیگر اشاره دارد.

نکته مهم:

مزیت مطلق، منابع استفاده شده را مد نظر قرار می دهد، در حالیکه مزیت نسبی به هزینه فرصت اشاره دارد.

در مثال ما دامدار در تولید گوشت و کشاورز در تولید سیب زمینی دارای مزیت نسبی هستند.

هزینه فرصت تولید یک کیلو گوشت برای دامدار دو کیلو سیب زمینی و برای کشاورز چهار کیلو است. بنابراین دامدار باید به تولید گوشت پردازد. هزینه فرصت یک کیلو سیب زمینی برای دامدار نیم کیلو گوشت و برای کشاورز ۲۵۰ گرم گوشت است، پس کشاورز بهتر است سیب زمینی تولید کند.

توجه:

یک تولید کننده ممکن است در تولید دو کالا نسبت به تولید کننده دیگر مزیت مطلق داشته باشد اما نمی تواند در تولید هر دو کالا نسبت به تولید کننده دیگر مزیت نسبی داشته باشد.

به عبارت دیگر اگر چه یک نفر می تواند در تولید هر دو کالا مزیت مطلق داشته باشد، ولی نمی تواند در تولید هر دو کالا مزیت نسبی داشته باشد. چون:

هزینه فرصت یک کالا معکوس هزینه فرصت کالای دیگر است، بنابراین اگر هزینه فرصت یک کالا برای فردی به طور نسبی زیاد باشد، آنگاه هزینه فرصت او برای کالای دیگر به طور نسبی کم خواهد بود، در نتیجه دیگر در تولید آن کالا نسبت به تولید کننده دیگر مزیت نسبی ندارد.

تا زمانی که دو نفر هزینه فرصت دقیقاً یکسانی نداشته باشند، یکی از دو نفر در تولید یک کالا و نفر دوم در تولید کالای دیگر مزیت نسبی خواهند داشت.

مزایای حاصل از تخصصی شدن کار و تقسیم کار با مفهوم مزیت مطلق توجیه نمی شود بلکه این مزیت نسبی است که به توضیح و توجیه اقتصادی آنها می پردازد.

نتیجه گیری آنچه تا به حال گفتیم این است که تجارت می تواند به هر دو طرف سود برساند و تخصصی سازی فعالیت ها براساس مزیت نسبی را ممکن سازد.

در واقع چنانکه می بینید تجارت شرط ضروری و سنگ بنای رشد تمدن بوده و هست.

خب، تا اینجا کار با چرایی تجارت و مبادله بین کشورها آشنا شدیم و فهمیدیم که علت مبادله کالاها و خدمات بین کشورها، بخاطر مزیت مطلق و نسبی آنها در تولید و صادرات آن کالاها یا خدمات است که موجب می‌شود تا طرفین معامله از مزایای این مبادله و تقسیم کار و تخصصی تر شدن فعالیت ها و بهبود بهره وری، بهره مند شوند.

با اینکه ما مزایای تجارت بین الملل را بحث کردیم، اما عده‌ای نیز با دلایلی (که در ادامه به آنها اشاره می‌کنیم) مخالف تجارت بین الملل هستند. در واقع ما در اینجا با دو دسته از افراد سرو کار داریم:

گروهی طرفدار توسعه صادرات اند و گروه دوم، برعکس، طرفدار جایگزین واردات هستند.

طرفداران عقیده «توسعه صادرات» بر این باورند که هر کشوری که در تولید کالایی مزیت نسبی (نه مطلق) دارد باید آنرا به کشورهای دیگر صادر کند و بجایش کالاهایی را که به آنها نیاز دارد ولی در تولید آنها فاقد مزیت نسبی است، وارد کند.

در مقابل، طرفداران عقیده «جایگزینی واردات» معتقدند که هر کشوری کالاهایی که وارد می‌کند را باید خودش در داخل کشور، تولید کند، یعنی تولید را باید جایگزین وارداتش نماید.

هریک از این دو گروه، استدلالهای خاص خودشان را دارند که در ذیل به تشریح آنها می‌پردازیم:

۱. صنایع نوزاد و نوپا

مخالفان: مخالفان تجارت بین الملل معتقدند که بدلیل نوپا بودن صنایع در کشورهای جهان سوم (توسعه نیافته یا درحال توسعه)، اگر این صنایع در معرض رقابت با سایر کشورهای توسعه یافته قرار گیرند، از بین می‌روند. بنابراین باید به منظور حمایت از صنایع نوپای داخلی، از ابزارهایی همچون تعرفه های گمرکی (برای واردات کالاهای خارجی که مشابه داخلی دارند) و سایر محدودیتهای تجاری استفاده کرد.

موافقان: برعکس مخالفان، موافقان تجارت بین الملل معتقدند که حمایت از صنایع نوزاد، باعث می شود که در اصطلاح آنه تنیل بار بیایند و به فکر پیشرفت و بالا کشیدن خودشان نیفتند و همیشه به حمایت دولت متکی باشند (دقیقا مثل بچه ای که والدینش از او حمایت بیش از حد می کنند و به استقلال بچه آسیب می‌زنند). موافقان بر این عقیده اند که تجارت آزاد باعث رقابت بیشتر صنایع داخلی و خارجی شده و درنتیجه این امر باعث می شود که تولید کنندگان داخلی کیفیت و کمیت محصولات خود را بالاتر ببرند (تا قابل رقابت با محصولات رقبای خارجی شان باشد و در نتیجه مشتریان داخلی خود را حفظ کرده و علاوه بر آن، مشتریان خارجی نیز برای خود جذب کنند).

نظر متعادل و منطقی: نه به آن شوری شور، نه به آن بی نمکی. نه آنقدر از صنایع داخلی بی کیفیت حمایت کنیم که باعث شود محصولات بی کیفیت و با قیمت بالا را تولید کنند (مثل برخی خودروسازهای داخلی) و نه اینکه آنها را در یک مسابقه غیرمنصفانه با یک رقیبی که خیلی قَدر و قدرتمند است قرار دهیم، چون در اینصورت معلوم است که آن طرف خارجی، بخاطر تجربه، مهارت، تکنولوژی بالایش و دلایل دیگر، براحتی صنایع نوپای ما را کنار زده و

در نتیجه تمام مشتریان داخلی را جذب خود می نماید و اقتصاد کشور، اقتصادی وارداتی و وابسته می شود (مثل خیلی از کشورهای عربی منطقه که از خود هیچ ندارند)، پس راه حل چیست؟ راه حل این است که:

اولا: حمایت دولت از صنایع نوزاد و نوپا باید موقتی باشد، نه همیشگی و این حمایت به تدریج و آهسته آهسته کم و کمتر شود تا آنها بتوانند به حدی از قدرت (کیفیت و کمیت) برسند که بتوانند با رقیب خارجی، رقابت کنند، یک رقابت منصفانه که در آن، هر دو طرف از اینکه با هم رقابت می کنند سود می برند (مثل دو کشتی گیر تراز اول، که هنگام مسابقه باهم، از هم چیزهای جدیدی را یاد می گیرند).

ثانیا: این حمایت، نباید همگانی باشد، یعنی این حمایت باید از آن صنایعی صورت گیرد که لیاقتش را داشته باشند، یعنی آنهایی که به فکر بهبود کیفیت محصولاتشان هستند، نه اینکه از همه صنایع (بی کیفیت یا با کیفیت) حمایت شود، که این تنها پول دور ریختن است و بس.

۲. امنیت ملی

مخالفان: بر این باورند که تجارت با سایر کشورها و وارد کردن برخی کالاها از آنها، این خطر و تهدید را به همراه دارد که ممکن است در برخی شرایط (مثل جنگ، تحریم های ظالمانه و ...) ما دیگر نتوانیم آن کالاها را از خارجیان وارد کنیم و این درحالی است که به شدت به آن کالا، نیاز هم داریم (مثل مواد اولیه برخی از کارخانه های داخلی)، در نتیجه در این شرایط کشور به خارجیان وابسته شده و امنیتش به خطر می افتد (زیرا در این حالت برای ورود آن کالاها به کشور، یا باید مبالغ خیلی بیشتری را پرداخت کنیم یا اینکه باید به آنها در زمینه های دیگر باج بدهیم؛ مثلاً طرف خارجی برای ما شرط بگذارد که این کالا را به این شرط به ما می دهد که ما صنایع دفاعی خود را معلق کنیم، موشک بالستیک نسازیم، در زمینه فناوری هسته ای و دستاوردهای سازنده آن تحقیق و پژوهش نکنیم. خب، مسلماً در چنین شرایطی، امنیت ملت و کشور ما به خطر خواهد افتاد).

موافقان: آنها معتقدند که وقتی همه کشورها با هم تجارت دارند، درواقع همه آنها به هم وابسته اند، نه اینکه این وابستگی یک طرفه باشد، مثلاً یک کشور به نفت ما محتاج است و ما به ماشین آلات آن کشور؛ در نتیجه دیگر هیچ تنش یا جنگی بین کشورها رخ نخواهد داد (بخاطر وابستگی متقابل کشورها به یکدیگر)، برعکس، تجارت بین الملل باعث صلح بیشتر می شود، زیرا به دلیل نیاز متقابل کشورها به کالاهای یکدیگر و منافع متقابل آنها، دیگر آنها علیه یکدیگر دست به اقدامات تنش آمیز نمی زنند و در نتیجه تجارت بین الملل می تواند به بهبود روابط فرهنگی کشورها و ملتها منجر شده و آنها را به هم نزدیکتر سازد.

تحلیل: هر دو نظر را باید مورد توجه قرار داد، مخالفان حرفشان درست است، بعنوان مثال کشور ما که دائماً از سوی برخی کشورهای استعمارگر و زورگو، تحریم اقتصادی می شود، باید در زمینه واردات و صادرات کالاها طوری عمل کند که طرف مقابل نتواند از این وضعیت سوء استفاده کرده و به کشور ما ضربه بزند. مثلاً در زمینه صادرات نفت ما که در حدود سالهای ۹۳ و ۹۴ با تحریم روبرو بودیم و نمی توانستیم نفت مان را صادر کنیم، باید طوری در زمینه صادرات عمل کنیم که اگر یک یا چند کشور، یکباره تصمیم گرفتند که از ما نفت نخرند، ما جایگزین هایی را برای آنها از قبل

پیش بینی کرده باشیم تا از این تحریم، زیاد متضرر نشویم بلکه آنرا به یک فرصت برای کشف بازارهای جدید نفت تبدیل کنیم.

همین طور در مورد واردات نیز باید هوشمندانه عمل کنیم، یعنی اگر برای واردات کالایی خاص (که برایمان مهم است و تولید آن تنها در اختیار یکی دو کشور است و ما احتمال تحریم آن را می دهیم، مثل یک داروی ضدسرطان)، دیگر نباید خودمان را کاملاً وابسته به خارجیان کنیم، بلکه یا باید برای آن جایگزینی پیدا کنیم یا اینکه بهتر است که خودمان تولید کننده آن شویم، مثلاً خودمان با تحقیق و پژوهش به علم ساخت آن دست پیدا کنیم، مثل خیلی از داروهای پیشرفته دنیا و علومى همچون نانو، لیزر، هسته ای و... که به دلایل امنیتی بیان شده، نمی توانیم تنها به خارجیان و تجارت با آنها دل خوش کنیم.

پس راه حل عاقلانه، این است که در تجارت بین الملل نباید زیاد احساسی و هیجانی عمل کنیم و تنها به منافع آن فکر کنیم بلکه باید هوشمندانه و با توجه به شرایط داخلی و بین المللی کشورمان عمل کنیم.

۳. نفوذ فرهنگی:

مخالفان: معتقدند که تجارت بین الملل و ورود کالاهایی از کشورهای خارجی باعث نفوذ فرهنگ آن کشور در کشور ما می شود و این امر فرهنگ ما را به خطر می اندازد.

موافقان: بر این عقیده اند که اگر کشوری کالایی را از کشور دیگر وارد کند، در عوضش دارد کالایی را به آن کشور یا کشورهای دیگر صادر می کند، یعنی اگرچه فرهنگ یک کشور را وارد کشور خودش می کند، اما درعین حال، با صادرات کالاهایش می تواند فرهنگ خودش را نیز به خارجیان معرفی کند.

تحلیل و راه حل: اینکه موافقان می گویند ما در عین اینکه وارد کننده فرهنگ خارجیان هستیم، صادر کننده فرهنگ خود به آنها نیز هستیم، حرف درستی است ولی این امر به این معنی نیست که ما تنها به همین خاطر، دیگر نباید هیچ ملاحظه و تدبیری را بکار بگیریم و درهای کشورمان را بر روی تمامی محصولات خارجی باز کنیم تا فرهنگ همراه آن نیز، هرچه که باشد وارد کشورمان شود. نه، این حرف منطقی ای نیست و هیچ عقل سلیمی آن را نمی پذیرد. بلکه راه حل درست و میانه این است که قبل از ورود هر کالایی که به نحوی فرهنگ ما را تحت تأثیر قرار می دهد، به خوبی در مورد اثرات و عواقب آن و حتی فواید آن بیندیشیم (نه اینکه هیجانی و شتاب زده عمل کنیم و به صرف همگام شدن با تکنولوژی و به روز بودن، و بدون هیچ بررسی علمی و منطقی آنرا به درون راه دهیم). مثالی که در این مورد می شود بیان کرد بحث واردات خودروهای لوکس و میلیاردی (همچون بوگاتی، پورشه، مازراتی و ...) است که قبل از اجازه واردات این خودروها به کشور، مسئولین ما باید بسنجند که آیا این امر با فرهنگ غنی ما سازگاری دارد، فرهنگی که در آن به بکارگیری ثروت در تولید هرچه بیشتر تأکید می شود نه بر مصرف گرایی و تجمل گرایی و انباشته کردن میلیاردها تومان سرمایه مردم در کف خیابان ها که نه خود دارندگان این ماشینها می توانند به اندازه پولی که داده اند از خودروهایشان استفاده کنند و هم اینکه دائم در کوچه و خیابان باعث حسرت و ناامیدی مردم و بخصوص

نسل جوان می‌شوند که خود را از رسیدن و داشتن چنین امکاناتی محروم می‌بینند و حتی بدتر از آن، زمینه‌هایی برای ارتکاب جرایم و جنایاتی همچون دزدی، آدم ربایی (به قصد کسب پول از دارندگان این خودروها)، قتل و... ایجاد می‌شود که خسارات آن گاهی جبران ناپذیر است. البته منظور ما این نیست که ثروتمند بودن بد است، بلکه برعکس ثروت مند بودن بسیار هم می‌تواند مفید و مایه سعادت باشد، به شرطی که از شکل تلمبار کردن آن نزد خود و فخرفروشی به دیگران و مصرف گرایی خارج شده و در راستای ایجاد ثروت و درآمد بیشتر از آن استفاده شود تا خیر آن هم شامل خود فرد گردد و هم شامل دیگران.

۴. تجارت بین الملل و توزیع درآمد

مخالفان: معتقدند که تجارت بین الملل به ضرر کشورهای فقیر و به نفع کشورهای پیشرفته و ثروتمند است و درواقع تجارت بین الملل موجب غارت کشورهای فقیر و عقب ماندگی هرچه بیشتر کشورهای جهان سوم شده است، یعنی تجارت بین الملل باعث نامتوازن و ناعادلانه تر شدن توزیع درآمد شده است.

موافقان: برعکس معتقدند که تجارت بین الملل باعث بهبود توزیع درآمد بین کشورهای فقیر و ثروتمند می‌شود، زیرا اگر در کشوری نیروی کار فراوان و ارزان باشد، یعنی دستمزدها پایین باشد (مثل کشورهای جهان سوم)، آنگاه این کشورها بخاطر ارزان بودن نیروی کارشان در صنایع کاربر (نه سرمایه بر) در تجارت بین الملل، مزیت نسبی پیدا می‌کنند (زیرا می‌توانند کالاها را با نیروی کار ارزان، با قیمت ارزانتری تولید کنند)، درنتیجه در اثر استفاده از صنایع کاربر، تقاضا برای نیروی کار در این کشورها افزایش یافته و با افزایش تقاضا برای نیروی کار، دستمزد نیروی کار نیز بالا می‌رود، یعنی وضع معیشتی و درآمدی اقشار کم درآمد در این کشورها بهبود می‌یابد.