

الفصل الثالث: نظريات التجارة الخارجية الحديثة

لقد أدى قصور النظريات التقليدية وبساطتها التي والتي عجزت عن تقديم الأسباب الحقيقية المفسرة للتخصص الدولي ولمحددات الميزات النسبية بين الدول¹ الى ظهور نظريات حديثة ارتكزت في تحليلاتها على مجموعة من العناصر والفرضيات التي تجاهلتها النظريات التقليدية نذكر منها:

- ادراج فرضية عدم تجانس عناصر الإنتاج وبالخصوص العمل.
- ادراج دور المعرفة والتكنولوجية في التأثير على هيكل التخصص الدولي وأذواق المستهلكين.
- دور اقتصاديات الحجم
- دور المنافسة الاحتكارية اذ ترى ان فرض المنافسة الكاملة غير واقعي.
- ادراج دور المؤسسات المتعددة الجنسيات في التأثير على التجارة الخارجية.
- دور الاختلافات في المنتجات La différentiation des produits

تنقسم النظريات الحديثة الى وجهتين: الوجهة الأولى حاولت أن تثبت صحة نظرية نسب عناصر الإنتاج وتكملها بعدما عجز ليونتيف على ذلك (ليونتيف فتح مجالاً كبيراً لظهور نظريات حديثة حاولت ان تفسر نتائج اختباره لنظرية نسب عناصر الإنتاج)، والوجهة الثانية ظهرت في نهاية الثمانينات من القرن الماضي تخلت على اغلب فرضيات ومبادئ المدرسة الكلاسيكية بشكل عام ونظريات التجارة الخارجية التقليدية بشكل خاص: تجانس السلع، المنافسة الحرة والتامة، تجانس العمل، ثبات التكنولوجيا.....).

سنقسم هذا الفصل الى ثلاث مباحث:

المبحث الأول: النظريات المكملة لنظرية نسب عناصر الإنتاج

- نظرية نسب عناصر الإنتاج الحديثة
- نظرية هيكل الحماية التجارية.

المبحث الثاني: نظريات تعدت نظرية نسب عوامل الإنتاج

- نظرية دورة حياة المنتج
- نظرية الفجوة التكنولوجية
- نموذج اقتصاديات الحجم
- نموذج تشابه هياكل الدخل.

¹ هذه النظريات عجزت أن تفسر أسباب قيام تبادل ما بين دول متشابهة من حيث وفرة الموارد والتكنولوجية ولم تتطرق الى المبادلات التجارية في السلع المتشابهة والتمايزة....

- نموذج التجارة بين الصناعات
- نموذج التجارة ضمن التنوع الإنتاجي.
- التجارة الخارجية في ظل المنافسة غير التامة.

المحت الأول: النظرات المكملة لنظرية نسب عناصر الإنتاج

هذا النوع الأول من النظريات ظهرت في ستينيات القرن الماضي ولقد حاولت ان تثبت صحة نظرية HOS وفك لغز لبيوننتيف.

المطلب الأول: نظرية نسب عناصر الإنتاج الحديثة (جونز)

لقد أدرجت هذه النظرية دور عنصر الإنتاج المتمثل في الأس المال البشري أو ما يعرف بالعمل المهارى الذي يعتبر في حد ذاته استثمار أي هو استثمار في المعرفة والتدريب الذي يجب إضافته الى الأس المال المادي.

لقد استخدم جونز مصطلح الراس المال البشري لتبرير لغز لبيوننتيف وأعتبره واحد من العناصر الأساسية المحددة للميزة النسبية وبالتالي التخصص الدولي.

ان هذه النظرية تفق بين العمل الماهر وغير الماهر اذ تعتبره نوعا من الاستثمار يضاف الى الاستثمار المادي، يمكن تعريف الاستثمار البشري كتلك الاستثمارات في مجال التعليم والتدريب وعبرة عن نسبة اليد العاملة الماهرة على قوة العمل.

لقد أدخل لبيوننتيف عنصر الراس المال المادي فقط في حسابه لحجم الصادرات الأمريكية للسلع الكثيفة الراس المال وتجاهل السلع الكثيفة من حيث الراس المال البشري الذي يشير الى مستوى التعليم والتدريب والبحث والتطوير التي تؤدي الى زيادة إنتاجية السلع وبالتالي التأثير على هيكل التجارة الخارجية للوم أ.

حسب جونز فان لبيوننتيف أهمل في حساباته حصة السلع الكثيفة اليد العاملة الماهرة اذ أضافها الى الصادرات الامريكية لسلع الكثيفة اليد العاملة وليس الى السلع الكثيفة الراس المال. فالوم أ تخصصت في تصدير السلع الكثيفة من حيث عنصر اليد العاملة الماهرة أو الرأس المال البشري لأنها تمتلك ميزة نسبية فيه ولم تخصص في تصدير السلع الغنية اليد العاملة غير الماهرة.

خلاصة النظرية أن لبيوننتيف بتجاهله لدور الراس المال البشري أضاف الصادرات الكثيفة الرأس المال البشري الى الصادرات الكثيفة العمل ما جعلها تبدو أكبر من صادرات الكثيفة من حيث الراس المال المادي. الان وبفضل جونز أصبحت الصادرات الامريكية من السلع الكثيفة الراس المال تساوي صادرات الراس المال المادي + صادرات الراس المال البشري، وبالتالي الوم أ تخصص في انتاج وتصدير السلع الكثيفة اليد العمل الماهر واستوردت السلع الكثيفة العمل غير الماهر وهذا ما يحقق ويثبت نظرية نسب عناصر الإنتاج.

خلاصة القول ان نظرية جونز جعلت من عنصر العمل عنصرا غير متجانس أي يجب التفريق بين العمل الماهر وغير الماهر عند تحليل هيكل المبادلات التجارية الدولية. ويرى Kessing (1966) في نفس السياق انه يمكن تقسيم العمل الى 08 أنواع هي: العلماء، المهندسين، المصممون الصناعيين، الإطارات الأخرى، القيادات، عاملوا الآلات و الكهرباء، العمال اليدويين ذوي المهارة، الموظفون في المكاتب، العمال غي المؤهلين. وبعد الدراسة التي قام بها تبين له ان الوم أ لها صادرات ذات كثافة من حيث اليد العاملة الماهرة مما يعكس التناقض الظاهري في لغز لبيوننتيف.

المطلب الثاني: نظرية هيكل الحماية التجارية

حاول Travis ان يفسر نمط وهيكل التجارة الخارجية الامريكية من خلال الاعتماد على تحليل آثار هيكل الحماية التجارية المتمثلة في التعريف الجمركية وسياسات تخفيض الواردات وتشجيع الصادرات المختلفة على المبادلات التجارية للولايات المتحدة الامريكية.

محاولة منه تفسير لغز لبيوننتيف توصل Travis ان الرسوم الجمركية لها تأثير هم على التجارة الخارجية للوم أ، ويرجع ذلك الى خضوع الواردات الأمريكية من السلع الكثيفة العمل الى حماية جمركية وغير جمركية بهدف حماية المنتج الصناعي المحلي الكثيف من حيث اليد العاملة ما أدى الى انخفاض قيمة الواردات من هذه السلع، بينما بقيت السلع الكثيفة الراس المال غير خاضعة لهذه القيود، لهذا زادت الواردات الامريكية منها.

المبحث الثاني: النظريات التي تتعدى نظرية نسب عناصر الإنتاج.

كما أشرنا في المقدمة فان هذه النظريات تخرج من نطاق التحليل الاقتصادي الكلاسيكي بتركها لاهم الفرضيات التحليل الكلاسيكي وسنحاول في هذا المبحث التطرق اليها.

المطلب الأول: نظرية معدل التبادل التجاري

ليندر يرى أن تفسير المبادلات التجارية الدولية وتخصص الدولي بالاعتماد على مبدأ الاختلافات في المزايا النسبية (الاختلاف في وفرة وندرة الموارد) ضروري ولكن غير كاف لتفسير جميع المبادلات التجارية الدولية. فهو يفرق بين نوعين من المبادلات التجارية الدولية وهما:

✓ المبادلات التجارية على السلع الأولية التي تحدد حسبه وفقا لمبدأ الميزة النسبية حسب نظرية نسب عناصر الإنتاج.

✓ المبادلات التجارية على السلع الصناعية: ليندر يرى أن هذا النوع من المبادلات جد معقد وتفسيرها يخضع للعديد من المعايير على رأسها الطلب المحلي.

ليندر يعتبر الطلب المحلي اهم عنصر في تحديد نمط المبادلات التجارية في السلع الصناعية، وهو المحدد الرئيسي للميزة النسبية، أي يرى أنه لكي تكون أي سلعة قابلة للتصدير يجب ان تكون أولا محل طلب محلي بالإضافة الى كون هذا الطلب المحلي كبير.

وبما أن حجم الطلب المحلي مرتبط ارتباطا شديدا بالدخل الفردي فستكون التجارة الخارجية كثيفة بين الدول المتقاربة أي المتشابهة من حيث مستوى الدخل الفردي أي الدول المتطورة.

نتيجة لما سبق فان الدولة لا تستطيع أن تصدر **الا** السلع ذات الطلب المحلي القوي، وهذه الصادرات ستكون موجهة الى الدولة التي تكون مستعدة لاستهلاكها لان الكمية المستهلكة والمطلوبة (كمية الطلب على صادرات الدولة) تعتمد على مستوى الأجور والدخول.

ليندر يرى أن الطلب المحلي يعد العنصر الأساسي لتحديد الميزة النسبية للأسباب التالية:

- ✓ الطلب المحلي يمكن المنتج من انتاج سلعته والوقوف على المشاكل التي تواجهها قبل التوجه الى السوق العالمي.
- ✓ كلما ارتفع حجم الطلب المحلي بسبب ارتفاع الدخل الفردي فان ذلك سيؤدي الى تحقيق وفورات حجم (نسبة ارتفاع حجم الإنتاج أكبر من نسبة ارتفاع حجم عناصر الإنتاج أو بمعنى اخر انخفاض تكاليف الإنتاج مع ارتفاع كمية الإنتاج)
- ✓ لا يمكن احداث أي تعديل أو أي تطوير للسلعة الى داخل السوق المحلي أي السوق المحلي يعد مخبرا لاختبار هذه التعديلات ومدى قدرتها على التأثير على اذواق المستهلكين.

خلاصة النظرية انه لا يمكن ان يكون هناك تصدير وتخصص الدولي في سلعة ما في

غياب الإنتاج المحلي و بالتالي الطلب المحلي على هذه السلعة.

تؤدي نظرية ليندر الى الاقرار بما يلي:

- ✓ الغاء الافتراض الكلاسيكي وافتراض نظرية نسب عناصر الإنتاج القائل أن اذواق المستهلكين ثابتة لا تتغير بعد قيام المبادلات التجارية وبالتالي فهي نظرية ديناميكية عكس النظرية التقليدية التي تمتاز بالسكون.
- ✓ نظرية ليندر حاولت ان تعطي تفسيراً لبروز المبادلات التجارية بين دول متقاربة من حيث مستوى التطور, كما حاولت ان تفسر أسباب قيام مبادلات تجارية على السلع المتميزة.

✓ ترى النظرية انه كلما تشابه هيكل الطلب بين الدول كلما كانت التجارة الخارجية كثيفة بينهما.

انتقادات النظرية:

ان جزء كبير من المبادلات التجارية العالمية تحدث ضمن توقعات ليندر، فمعظم التجارة في السلع المصنعة تحدث بين الدول المتقدمة عالية الدخل كأوروبا الغربية واليوم بالإضافة الى ان جزء كبير منها يحدث على السلع المتشابهة والتممايزة كالسيارات... لقد تم اثبات النظرية في دراسة على 18 دولة من دول OCDE الا ان هذا العدد يعتبر غير كافيا للحكم على صحة النظرية.

ترى النظرية انه لا يمكن لدولة ما ان تصدر سلعة ما الا إذا كانت محل طلب محلي، وهذا يتناقض مع الواقع اذ نشهد حاليا ان عدد كبير من الدول تنتج وتصدر سلعا لا تستهلك في أسواقها المحلية كإنتاج وتصدير الصين لمستلزمات الحج والعمرة ...

المطلب الثاني: نظرية الفجوة التكنولوجية POS NER

يعود تفسير قيام التجارة الخارجية عن طريق التطور التكنولوجي الى الاقتصادي السويدي بوسنر, عند تفسيره لأسباب قيام المبادلات التجارية ما بين دول تمتلك نفس نسب عوامل الإنتاج عكس نموذج نسب عوامل الإنتاج التي تشترط اختلاف نسب عناصر الإنتاج لقيام تبادل تجاري.

يعتبر بوسنر التطور التكنولوجي محددًا أساسيا للميزة النسبية ومفسرا لقيام التجارة الخارجية ما بين دول متشابهة من حيث وفرة عوامل الإنتاج.

ترتكز نظريته على الفرضيات التالية:

✓ ان تدفق المعلومات والتكنولوجية يخضع الى مجموعة من القيود فهي ليست حرة الانتقال وليست متاحة للجميع.

✓ عدم تماثل دوال الإنتاج للسلعة الواحدة بين الدول وهذا عكس فرضيات نظرية نسب عناصر الإنتاج.

✓ هناك تنقل جزئي لعناصر الإنتاج: قدرة الراس المال على الانتقال وعدم قدرة اليد العاملة على الانتقال.

✓ النظرية تضع نوعين من المزايا: المزايا النسبية الطبيعية على طريقة نظرية نسب عناصر الإنتاج، والمزايا النسبية المكتسبة المتمثلة في الابتكار والتعلم.

يركز هذا نموذج في تفسيره لنمط التجارة الخارجية على إمكانية وصول احدى الجول الى ابتكار تكنولوجية انتاج جديدة قبل غيرها تمكنها من التفوق على غيرها واكتساب ميزة نسبية مؤقتة.

يأخذ هذا التفوق التكنولوجي شكلين أساسيين هما:

- الاختراع الذي يتمثل اما إيجاد منتج جديد لم يكن معروفا واما الوصول الى طريقة انتاج جديدة تؤدي الى انخفاض تكاليف الإنتاج.
- التجديد الذي يتجلى في تحسين نوعية ومواصفات السلعة بحيث تكون أكثر قبولا من قبل المستهلكين.

هذا التفوق التكنولوجي يكسب الدولة المخترعة ميزة نسبية غير طبيعية تمكنها من انتاج وتصدير السلعة الى الدول الأخرى، هذه الميزة ستتلاشى عندما تتمكن الدول المقلدة من انتاج هذه السلعة أو وضع يدها على هذه التكنولوجيا الجديدة.

عندما تتمكن الدول الأخرى من الوصول المنتج الجديد أو التكنولوجيا تفقد الدولة المبتكرة لميزتها النسبية المكتسبة وستحدد بذلك طبيعة المبادلات التجارية بين الدولة المبتكرة والدولة المقلدة طبقا لقانون تفاوت نسب عوامل الإنتاج.

يعرف بوسنر الفجوة التكنولوجية بانها المدة التي تكون فيها الدولة تتمتع بالميزة النسبية في التفوق التكنولوجي وتكون الوحيدة في انتاج وتصدير السلعة حيث تتمتع باحتكار مؤقتة الى ان يزول هذا الاحتكار بزوال هذا التفوق التكنولوجي.

بوسنر يفرق بين نوعين من الفجوة هما:

- **فجوة الطلب** وهي المدة التي تفصل بين انتاج السلعة المبتكرة وبداية معرفتها من قبل الدول الأخرى أي ان الدولة المبتكرة بدأت بتصديرها الى الخارج. ويطلق عليها أيضا فجوة تأخر الطلب وهي تشير إلى الفجوة الزمنية بين اللحظة التي يقدم فيها الابتكار الجديد لأول مرة، واللحظة التي يتعرف فيها المنتجون في الدول الأخرى على حاجتهم للاستجابة مع التغيرات الحادثة، ويتحقق ذلك عندما تبدأ الدولة المبتكرة في تصدير السلعة الجديدة إلى دول أخرى، وهنا يشعر المنتجون في الدول الأخرى بتحدي المنافسة الجديدة، ويعترفون بحاجتهم إلى رد فعل ملائم، وبتعبير آخر تتمثل هذه الفجوة في الفترة بين بداية استهلاك هذه السلعة في الدولة موطن الابتكار، واستهلاك هذه السلعة في الدول الأخرى.
- **فجوة التقليد** هي الفترة التي تفصل بين بداية انتاج السلعة في الدولة المبتكرة وبداية انتاجها في الدول الأخرى المقلدة.

يمكن توضيح الفجوة التكنولوجية في الشكل الآتي:

➤ P0-P1 تمثل فجوة الطلب

➤ P0-P2 فجوة التقليد.

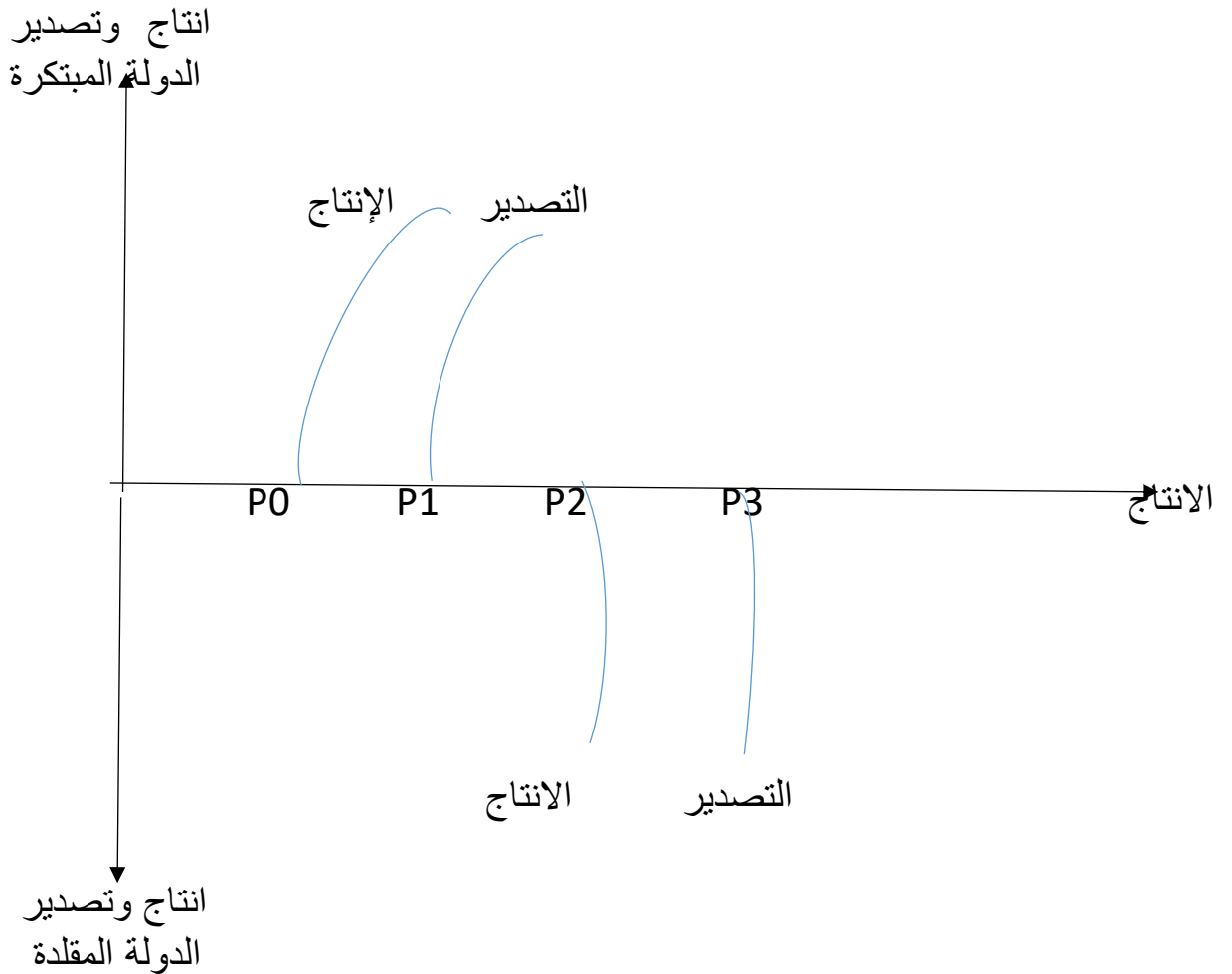
➤ الفجوة التكنولوجية هي الفرق بين الفجوتين أي P1-P2

تعمل الدولة المبتكرة على رفع مدة الفجوة التكنولوجية والحفاظ عليها الى أعلى قدر بينما تسعى الدولة المقلدة الى تقليصها للولوج مبكرا الى التكنولوجيا الحديثة، كما تسعى الدولة

المبتكرة عد ادراكها من قبل الدولة المقلدة الى البحث عن ابتكار جديد يجعلها تستمر في اكتساب ميزة نسبية جديدة.

برتب طول الفجوة التكنولوجية بالفروق بين مستويات الأجور والدخول بين الدول المبتكرة والمقلدة، فقد اثبتت النظرية وجود علاقة عكسية بين الفرق في الأجور ومدة الفجوة التكنولوجية، فكلما كانت الفروقات كبيرة كلما انخفضت وقلت مدة الفجوة التكنولوجية، لماذا؟ بما أن الفرق في الأجور كبير فان هذا يدفع المؤسسات المبتكرة الى الانتقال لانتاج منتوجها في الدولة المقلدة للاستفادة من تكلفة اليد العاملة المنخفضة وهذا ما يحدث انخفاضا في مدة الفجوة التكنولوجية والعكس صحيح في حالة تقارب الأجور بين الدولة المقلدة والمبتكرة فان الفجوة التكنولوجية ستطول لان المؤسسات في الدولة المبتكرة لا تنتقل الى الدولة المقلدة.

الشكل 1: الفجوة التكنولوجية لبوسنر 1961



المطلب الثالث: نظرية دورة حياة المنتج

هو النموذج الأوسع لنظرية الفجوة التكنولوجية الذي طوره الاقتصادي فرنون 1966. يوضح فرنون في نموذجه عن الولايات المتحدة الأمريكية المراحل التي يمر بها المنتج الجديد المتمثل في الصناعة التكنولوجية من الإنتاج الى غاية التصدير الى التنازل عن انتاجه.

لاحظ فرنون أن العديد من المنتجات الصناعية تنتج في اليوم أ أولاً (لأنها تمتلك التكنولوجيا والراس المال) حيث تظهر وتزدهر ويزداد الطلب عليها في السوق المحلي الأمريكي ويزيد انتاجها وبالتالي تستفيد من مزايا اقتصاديات الحجم (المرحلة الأولى) ما ان تظهر هذه المنتجات حتى يصبح مطلوباً في الأسواق الخارجية ما يدفع المؤسسات الأمريكية الى تصديره (المرحلة الثانية اليوم أ مصدراً صافياً)، بعد ان يزداد الطلب الأجنبي على السلعة الجديدة وتبدأ المؤسسات الأجنبية بإنتاجها أو حتى تنتقل المؤسسات الأمريكية لا نتاجها في الخارج فيرتفع الإنتاج فيها ما يؤدي الى انخفاض الصادرات الأمريكية (المرحلة الثالثة "مرحلة الانطلاق"). بعد ذلك تستمر المؤسسات الأجنبية بتطوير انتاجها ومن ثم تصديره الى الخارج ما يؤدي الى تناقص أكبر للصادرات الأمريكية ويستمر هذا الوضع الى أن تتمكن المؤسسات الأجنبية من السيطرة على الإنتاج وتبدأ اقتصاديات الحجم بالظهور في الدول الأجنبية ما يجعلها مصدراً لهذه السلعة الى اليوم أ وبهذا تكتمل الدورة (المرحلة الرابعة "الولايات المتحدة الأمريكية مستورداً صافياً).

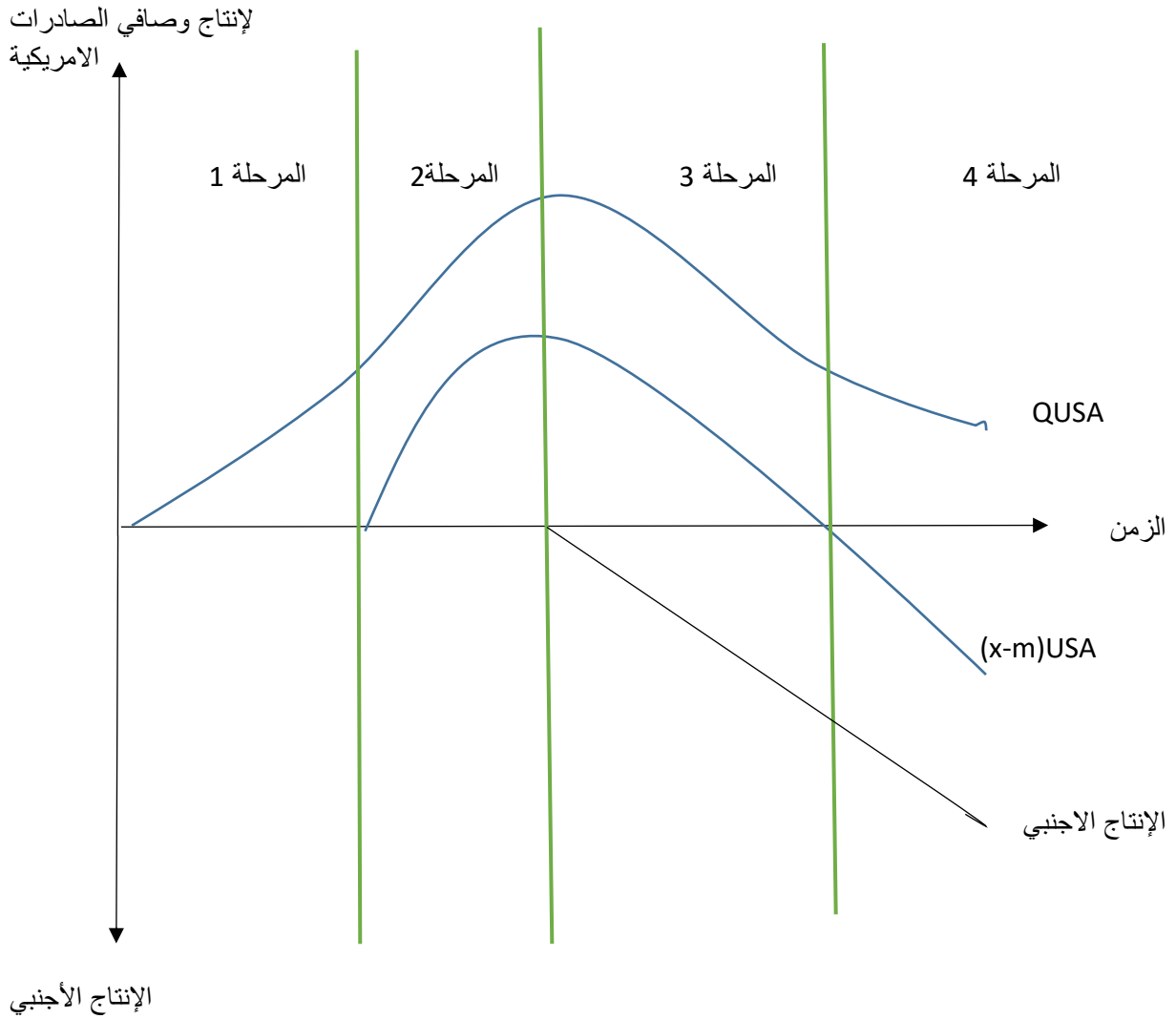
إذا حسب هذه النظرية دورة حياة المنتج تبدأ في اليوم أ كمصدر وحيد تم يتناقص انتاجه وصادراته وتتناقص سيطرته على المنتج بالمقارنة مع المنتجين الأجانب حتى يتحول الى مستورد صاف له كما يوضحه الشكل الآتي:

في الشكل نلاحظ المراحل الآتية:

- م1 يظهر الإنتاج ويتطور في السوق الأمريكي فقط ما يعني زيادة الإنتاج الأمريكي QUSA.
- م2 يبدأ الطلب الأجنبي على هذا المنتج بعدما تعرفوا عليه فيرتفع أكثر الإنتاج الأمريكي وكذا الصادرات الأمريكية أي اتساع الفارق بين الصادرات والواردات الأمريكية USA (x-m) أي اليوم أ مصدراً صافياً.
- م3: عندما تتمكن المؤسسات الأجنبية من اكتساب المعرفة يبدأ الأجانب بإنتاج المنتج ما يؤدي الى الانخفاض التدريجي للإنتاج وللصادرات الأمريكية.
- م4: بسبب تحقيق المؤسسات الأجنبية وفورات حجم مع التوسع في الإنتاج للأسواق المحلية والأجنبية، فانه يصبح لديها ميزة نسبية في انتاج السلعة نتيجة انخفاض التكاليف، وهذا بدوره يؤدي الى ان تتحول اليوم أ الى مستورد صافي، في هذه الحالي

فان انتاج الدولة الأجنبية يزداد بينما الإنتاج والصادرات الأمريكية تتناقص بحيث يصبح صافي الصادرات الأمريكية سالبا.

الشكل 2: نموذج دورة حياة المنتج لفرنون 1966



من خلال النتائج التي توصل اليها فرنون فان دورة حياة المنتج تنقسم الى:

المرحلة الأولى: مرحلة المنتج الجديد: تنتج السلعة بكميات قليلة وتكون تكاليف إنتاجها مرتفعة في هذه المرحلة، وتكون الكفاءات العلمية والهندسية هي العوامل الأكثر أهمية ويحتاج الأمر يد عاملة عالية المهارة، وتكون أسعار المنتج الجديد عالية لذا يكون الطلب عليها غير كبير كما أن تصدير السلعة يكون محدود.

-**المرحلة الثانية: مرحلة النمو أو التوسع:** يرتفع الطلب على السلعة التي تلقى قبولاً متزايداً ويجرى إنتاجها بصورة متزايدة، وتنخفض تكاليف إنتاجها، وبالتالي أسعارها، مما يضاعف الطلب عليها، كما يتزايد الطلب عليها في الخارج، ففي البداية تتم تلبية الطلب من خلال الإنتاج في دولة الابتكار، ثم يبدأ إنتاجها في الخارج سواء بواسطة الشركة الأم أو بواسطة شركات أخرى.

-**المرحلة الثالثة: مرحلة النضج:** في هذه المرحلة يصبح المنتج نمطي، إذ تتزايد المنافسة عن طريق الأسعار بحيث يتركز الإنتاج في الدول ذات الأجور المنخفضة من أجل خفض التكاليف، وتبدأ الدول المقلدة بإنتاج المنتج وبيعه في أسواقها الداخلية.

-**المرحلة الرابعة: مرحلة الزوال والهبوط:** تصبح السلعة قديمة بسبب ظهور سلع جديدة أكثر حداثةً وتطوراً تلبي الحاجات نفسها، فعلى الرغم من انخفاض الأسعار فإن الطلب على السلعة ينخفض وإنتاجها يتراجع. والتالي فالملاحظ أن التقدم التكنولوجي له دور هام في تحديد الميزة التنافسية خاصة في السلع الصناعية.

يمكن استخدام مفهوم دورة المنتج لشرح بعض تجارة ما بين الصناعة سواء بين الدول المتقدمة وبين الدول النامية. فعلى سبيل المثال، قد تصدر دولة منتجاً جديداً وفي نفس الوقت تستورد منتجاً مماثلاً من دولة أخرى، فقد تصدر الولايات المتحدة نوعاً جديداً من السيارات الرياضية لليابان وبالمثل تستورد أنواع أخرى من السيارات الرياضية من اليابان، ومع التدفق الثابت للمنتج الجديد والذي تم تطويره في الدول المتقدمة، تقوم التجارة ما بين الصناعة بين الدول ذات الدخل المرتفع مع تبادلها هذه المنتجات الجديدة فيما بينها، ويشير النموذج أيضاً إلى أن الدول ذات الدخل المرتفع ستصدر أنواعاً أحدث من المنتج للدول النامية، وتستورد أنواعاً أقدم من المنتج من هذه الدول.

تم ملاحظة دورة حياة المنتج في العديد من المنتجات كالراديو والتلفزيون والأنسجة من المركبات الصناعية والترانزستور والحاسبات، كما ظهرت شواهد على إمكانية تقصير الفترة الزمنية بين المرحلة الأولى والمرحلة الرابعة، ولو أن طول الدورة يختلف من سلعة لأخرى، وتتميز فرضية دورة المنتج إلى إمكانية خضوعها للتطويع للظروف المختلفة وعوامل التفسير، إلا أنه بالقدر الذي تتسم هذه الفرضية بالمرونة، فإن ذلك يضعف قدرها بوصفها نظرية

نموذج دورة حياة السلعة أو المنتج وإن كان يعكس حقائق في تطور إنتاج الكثير من السلع، إلا أنها لا تقدم تفسيراً شاملاً لاتجاهات تطور التجارة الخارجية، فثمة العديد من السلع (على سبيل المثال السلع ذات دورة الحياة القصيرة، أو تلك التي تتطلب نفقات عالية، أو تتمايز إلى حد كبير من حيث النوعية، أو ذات دائرة المستهلكين الضيقة) لا تندرج ضمن سياق نموذج دورة حياة المنتج، كما أن بعض الشركات متعددة الجنسيات لا تعتمد في إنتاجها على المراحل التي تعتمد عليها نظرية دورة حياة.

من هذا يمكن أن نلاحظ أن فرضية دورة المنتج لا تتقاطع مع نظرية التجارة النيوكلاسيكية الأخيرة (هيكشر-اولين)، فهي ترى أن الميزة النسبية للصادرات الأمريكية تأتي من الوفرة النسبية لمورد الخبرة العلمية والتقنية، وما أن يتم اجتياز مرحلة تعلم تقنية المنتج حتى ينتقل إنتاجه إلى مكان آخر يتمتع بوفرة نسبية في عنصر أو أكثر من عناصر الإنتاج الأخرى، ويمكن للولايات المتحدة الأمريكية نفسها أن تكون من جديد البلد صاحب الميزة النسبية، وهذا يمكن ملاحظته من استمرار تطوير المنتجات مثل (الحاسوب)، حيث يصعب دخول هذه الصناعة بسبب ما تطلبه من اقتصاديات الحجم ومن الخبرة العلمية والتقنية العالية فضلا عن ضخامة رأس المال.

المطلب الرابع: نظرية اقتصاديات الحجم و التجارة الخارجية

ترتكز نظرية اقتصاديات الحجم على المزايا النسبية المكتسبة اذ ترى ان وجود وفورات حجم الكبير او الإنتاج يكسب الدولة ميزة نسبية بالمقارنة مع الدول الأخرى، فهي تسقط الفرضية التقليدية لنظرية هكشر-اولين المتمثلة في ثبات عوائد الإنتاج (نسبة تغير الإنتاج = نسبة تغير عناصر الإنتاج أي أننا اذا ضاعفنا مثلا حجم عناصر الإنتاج فان كمية الإنتاج النهائي ستتضاعف هي الأخرى).

هذه النظرية تطرح التساؤل الاتي: ما ذا يحدث لمنافع التجارة الخارجية في حالة تشابه نسب عناصر الإنتاج بين الدول مع حضور ووجود وفورات حجم أو مع العوائد المتزايدة؟

أولا: التذكير بمصطلح اقتصاديات الحجم

نعني باقتصاديات الحجم وفورات الإنتاج الكبير، وهي المزايا التي يتمتع بها نظام أو أسلوب الإنتاج الكبير. وهناك وفورات داخلية، وفورات خارجية.

أ - الوفورات الداخلية:

وهي التركيز على الزيادة في العوامل الداخلية لرفع الإنتاج في المشروع للاستفادة من مزايا الإنتاج الكبير أي مرتبطة بحجم المؤسسة وليس بحجم القطاع أو الاقتصاد وذلك من خلال.

-**الوفورات الفنية:** وهي الزيادة في العوامل الفنية للإنتاج، ويتم تحقيقها من خلال الرفع في الطاقة الإنتاجية عن طريق الزيادة في توظيف عوامل الإنتاج، خاصة منها العمل وراس المال وزيادة كفاءاتها عن طريق تقسيم العمل، والأخذ بأحدث المبتكرات التكنولوجية. كما يتحقق هذا النوع من الوفورات من خلال التقليل من المخلفات والمنتجات الثانوية، وإمكانية

الاستفادة من الفضلات، وهو ما تعجز عنه المشروعات الصغيرة، وإمكانية إجراء البحوث والتطوير.

-**الوفورات الإدارية**: وتتمثل في الزيادة في العوامل الإدارية للمشروع وذلك بأخذ الشكلياتين:

• إما بزيادة حجم الوحدة الإنتاجية.

• وإما يجمع عدد من الوحدات الإنتاجية تحت إدارة واحدة بحيث لا يترتب عليه زيادة مماثلة في تكاليف الإدارة، وهو ما يعزى إليه أحيانا اندماج بعض الشركات المستقلة، ولكنها شركات صغيرة أو متوسط وما تشهده الآن من شركات كبيرة. فالمشروع الكبير له القدرة على تجنيد أفضل المهارات والخبرات الفنية والإدارية والتنظيمية لخدمته، مما يزيد في الكفاءة الإنتاجية للمشروع والتقليل في الإنفاق.

-**الوفورات التجارية**: وتتمثل في الزيادة من المقومات التجارية للمشروع من خلال الرفع من الكفاءة في شراء المواد الخام، وبيع المنتجات النهائية، والتخفيض في تكاليف النقل والدعاية والإعلان، واستغلال سمعته لترويج أنواع أخرى من المنتجات.

-**الوفورات المالية**: وتكون من خلال إمكانية الرفع من المقومات المالية للمشروع، بسهولة الحصول على الائتمان، سواء بإصدار السندات وبيعها في الأسواق المالية، أو بزيادة رؤوس أموال المشروعات عند طريق الإكتتاب فيه، وإما بالاقتراض مباشرة من المؤسسات الائتمانية المختلفة مثل البنوك.

ب - **الوفورات الخارجية**:

وهي التركيز على زيادة توفر العوامل الخارجية التي تؤدي إلى الرفع من إنتاجية المشروع، وهي مزايا مرتبطة ومتأنية من حجم القطاع او الدولة ولس من حجم المؤسسة. ويأتي ذلك من خلال:

-**التركز**: بتوظيف بعض الصناعات في إحدى المناطق المناسبة، فإن هذا سيؤدي إلى تحسين وتنمية المواصلات، واجتذاب العمال المهرة المدربين مما يزيد في الكفاءة الإنتاجية للمشروع، وظهور أسواق للمواد الخام قريبة، والذي له دور في تقليل تكاليف النقل.

-**اشترك المشروعات المترابطة في القيام بالأبحاث العلمية والفنية**، وفي القيام بما يلزم من التجارب وتبادل المعلومات، وهو ما يؤدي إلى الرفع من الكفاءة الإنتاجية، وكذلك إيجاد طرق جديدة للإنتاج مما يساعد على خفض تكاليف الإنتاج.

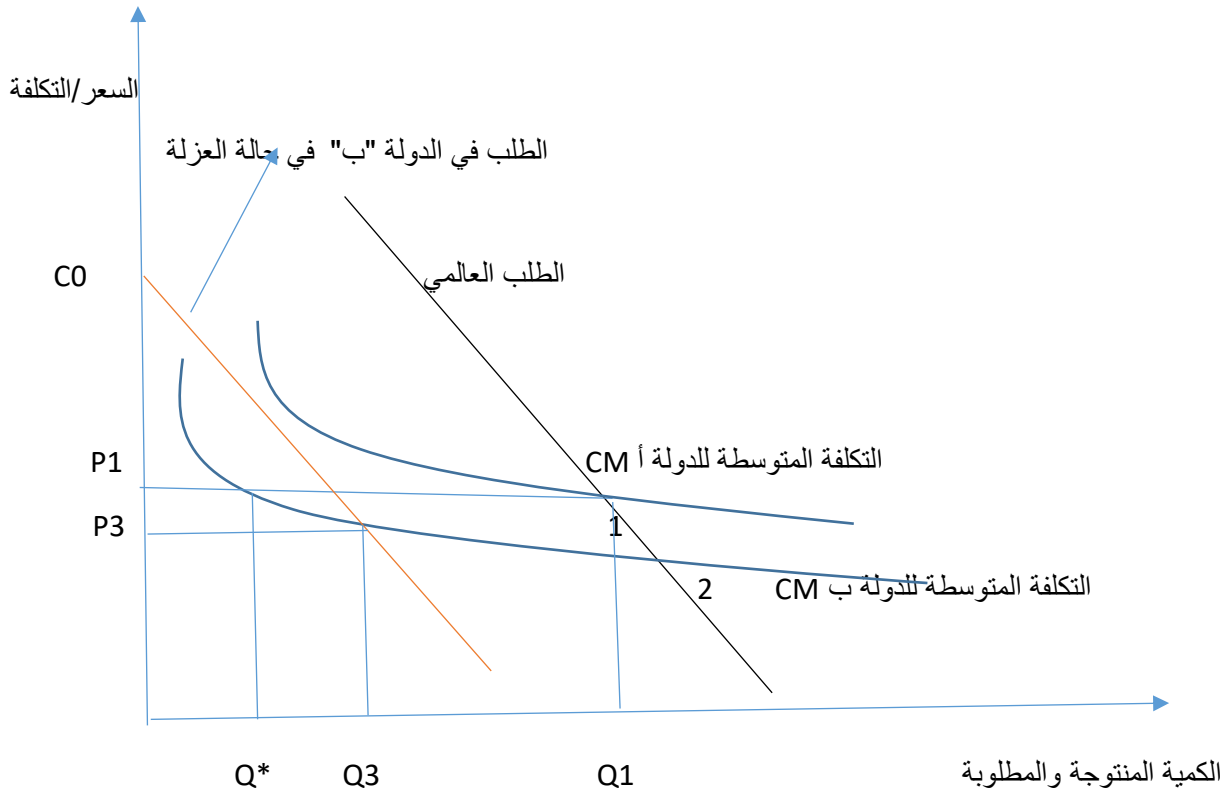
- **الاشترك في تقاسم بعض التكاليف الثابتة كتكاليف الهياكل القاعدية الضرورية.**

خلاصة هامة: الاختلاف بين وفورات الحجم الداخلية الخارجية يكمن في:

- في حالة الوفورات الداخلية فان التحليل يكون ضمن المنافسة غير التامة والكاملة أي هيكل السوق تسيطر عليه المنافسة الاحتكارية (المؤسسات الكبيرة هي التي تستفيد من مزايا الإنتاج الكبير "انخفاض التكاليف" ما يكسبها ميزة احتكارية على المؤسسات الصغيرة). بينما في حالة الوفورات الخارجية فان جميع المؤسسات تستفيد من مزايا الإنتاج الكبير مهما كان حجمها أي هيكل سوق يكون تنافسياً.

2-اقتصاديات الحجم الخارجية والتجارة الخارجية:

ترى هذه النظرية التي تعود الى كروممان انه في حال وجود اقتصاديات حجم خارجية في انتاج منتج ما فان هذا يعني ان الأفضلية ستعود للدولة التي تنتج بكميات كبيرة (الدولة "أ" ذات السوق والطلب الكبير) بالمقارنة مع الدولة ذات السوق الضيق أو الإنتاج المحدود (الدولة "ب")، وهذا يعني أن دخول الدولة ب الى السوق العالمي للمنتج يعد مستحيلاً رغم أنه ينتج هذه السلعة بتكلفة متوسطة منخفضة بسبب انخفاض تكاليف عناصر الإنتاج. (الدولة أ لديها معدل الأجور منخفض بالمقارنة مع "أ").



حسب النظرية وكما يوضحه الشكل فان الدولة "ب" يبدو منطقيا انها يمكن ان تزود السوق العالمي في أحسن الشروط ($P1 > P2$) ولكن دخولها الى السوق حسب كروقمان مستحيل. بالفعل لا يمكن للدولة الجديدة "ب" ان تزود كل السوق العالمي او تدخل اليه لأن الدولة "أ" يمكن أن تخفض من أسعارها في السوق العالمي والفوز بنصيب أكبر من السوق لأنها السبابة في انتاج هذه السلعة و هذا السبق التاريخي حسب كروقمان يكسبها تفوق نسبي على الدول الجديدة التي تريد الدخول في السوق، فالمؤسسات الأولى للدولة "ب" التي تريد ان تنطلق في انتاج هذا المنتج و الدخول في السوق العالمي لا تنتج الا بتكلفة اكبر من السعر الذي تطبقة الدولة "أ" في السوق العالمي $P1 > C0$. (يجب على المؤسسات الاولي في الدولة "ب" التي تريد الانطق في التجارة الخارجية أن تتحمل تكلفة انتاج متوسطة أعلى من السعر الذي تطبقة الدولة "أ" في السوق العالمي)

بسبب وجود اقتصاديات الحجم الخارجية وغياب اقتصاديات الحجم الداخلية، القطاع أو الصناعة مقسمة في كل دولة بين عدد كبير من المؤسسات المتنافسة أي حالة منافسة حرة وتامة، هذه المنافسة تجعل السعر ينخفض الى مستوى التكلفة الوسطية.

هذا التحليل يؤدي الى:

- حجم السوق المحلي في حال توجد اقتصاديات الحجم الخارجية يمكن ان يكن عاملا مفسرا للتجارة الخارجية وهذا يعني انه يمنح ميزة نسبية للدول الكبيرة على الدولة الصغيرة.
- ان التخصصات الدولية الناجمة عن اقتصاديات الحجم الخارجية مستقرة وثابتة رغم تغير الميزات النسبية (بروز دولة جديدة بإمكانها الإنتاج بأقل التكاليف بسبب انخفاض معدلات اجورها مع عدم امكانيتها الدخول الى السوق العالمي).
- يعتبر تاريخ دخول مؤسسات دولة ما في الإنتاج محددًا أساسيا لتفسير التخصص الدولي: الدولة الأولى التي دخلت تستفيد من ميزة لا يمكن ان تلحقها الدول المتأخرة.
- اقتصاديات الحجم الخارجية تمثل عائقا لدخول المؤسسات الأخرى الى القطاع معنى ذلك: بتزايد وفورات الحجم الاقتصادي، بمعنى أن إنتاج مثل هذه الصناعات سيزداد بنسبة أكبر من نسبة الزيادة في المدخلات الإنتاجية، وعلى افتراض أن أسعار عوامل الإنتاج ثابتة، فإن ذلك يتضمن أن منحنى متوسط التكلفة الكلية سيكون منحدرًا من أعلى إلى أسفل مع التوسع الإنتاجي لمثل هذه الصناعات، نتيجة لانخفاض متوسط التكلفة، والاستفادة من وفورات الحجم، فإن ذلك يجعل دخول مؤسسات جديدة إلى السوق أمرًا مستحيلًا ، حيث أن المؤسسات الجديدة ستنجح بتكلفة متوسطة مرتفعة مما يؤدي إلى خروجها من السوق، وبالتالي تركيز الصناعة في المؤسسات الموجودة أصلا في السوق، والتي استغلت انخفاض متوسط التكلفة الكلية، وهذا يجعل سوق الصناعة يمثل منافسة غير تامة، بسبب صعوبة دخول المؤسسات الجديدة. (في الاقتصاد الدولي يعتبر عاملا مدافعا عن سياسات حماية الصناعات الناشئة)

• حسب هذا النموذج يمكن للتجارة الخارجية مع وجود اقتصاديات الحجم ان يكون مصدر خسارة أي تؤدي الى تشكل تخصص دولي غير الموازي وبالتالي تحدث اثار سلبية على رفاهية الدولة الا أن الاقتصاد العالمي هو المستفيد الأول.

حسب هذا التحليل، فاذا افترضنا ان الدولة "ب" المتمثلة في الداخل الجديد الى القطاع يحمي سوقه المحلي فانه سينتج من اجل الاستهلاك المحلي أولاً. عندما يصل الى مستوى Q^* يمكن له التوجه الى السوق العالمي بعدما طور انتاجه داخل سوقه المحلي وبعيدا عن المنافسة. (انظر الشكل 3)

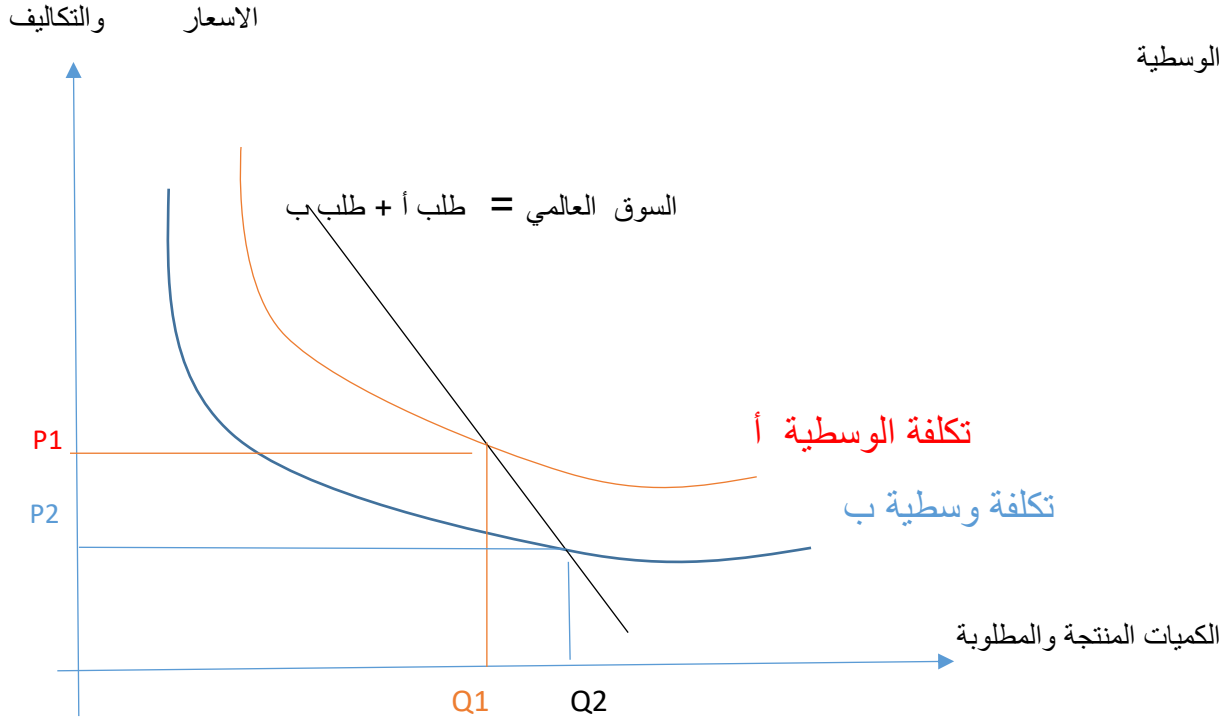
وبالعكس مما تمليه النظريات التقليدية، فان التحرير التجاري في حالة اقتصاديات الحجم الخارجية تؤدي الى تدهور رفاهية المستهلكين المحليين. بالفعل، في غياب المنافسة الدولية، الدولة "ب" تستطيع ان تنتج كمية اكبر من Q^* (Q_3 في الشكل) بسعر أقل من سعر الواردات أي $P_3 < P_1$ أي ان حالة الدولة قبل الانفتاح التجاري أفضل من حاتها بعد الانفتاح التجاري.

يقول كرومان: ستكون كندا في وضع أفضل إذا كان وادي السيليكون بالقرب من تورنتو بدلا من سان فرانسيسكو. ومع ذلك، فإن العالم ككل أكثر كفاءة وثرأء لأن التجارة الدولية تسمح للناس بالتخصص في صناعات مختلفة وبالتالي الاستفادة من الاقتصادات الخارجية وكذلك الميزة النسبية.

3- التجارة الخارجية في حالة وجود اقتصاديات الحجم الداخلية:

في حال وجود أو حصول اقتصاديات الحجم الداخلية فان هيكل السوق يصبح احتكاريًا (منافسة احتكارية). في مثل هذا النوع من الأسواق المؤسسات تثبت أسعارها الى مستوى يساوي مستوى تكاليفها المتوسطة، لو يكون السعر أكبر من متوسط تكلفتها فان هذا سيؤدي الى دخول مؤسسات أخرى منافسة الى السوق. لهذا فهي تثبت أسعارها الى مستوى التكاليف المتوسطة.

النظرية تنطلق من الفرض القائل بان دالة الطلب على سلعة ما متجانسة في كلا الدولتين أ و ب، ولكن التكاليف الوسطية لا نتاجهما تختلف بسبب مثلا اختلاف في وفرة عناصر الإنتاج. بما أن السوق ليس في حالة منافسة تامة أي هو في حالة احتكار فانه يفترض أنه في كل دولة هناك شركة واحدة التي تحتكر انتاج السلعة. موضع التوازن بالنسبة لكل دولة يمكن تمثيله في نفس الشكل بما أن دوال الإنتاج متشابهة.



- ما هي النتائج المنتظرة في حال الانفتاح التجاري؟ بعد الانفتاح سيشهد السوق العالمي ما يلي:
- السوق العالمي لهذه السلعة سيكون مكون من مجموع السوقين أ و ب وسيتم تزويده من قبل الشركة المحكرة في الدولة ب التي تمتلك تكلفة وسطية أقل من أ $Q1 > Q2$.
 - المستهلكون سيستفيدون من انفتاح الدولتين الى التجارة الخارجية: الأسعار انخفضت والكميات المطلوبة ارتفعت.
 - كنتيجة لهذا فان وجود اقتصاديات الحجم الكبير الداخلية في حال الأسواق الاحتكارية سيؤدي الى ظهور سوق عالمي احتكاري أو شركة احتكارية عالمية، الشركة التي ستسيطر على كل السوق هي الشركة التي تتوفر على منحنى تكاليف وسطية أقل.
 - بالنسبة للشركة المحكرة في الدولة أ فستكون مجبرة على غلق أبوابها أو تنويع انتاجها وعرضها.

المطلب الخامس: التجارة الخارجية ضمن التنوع الإنتاجي (التجارة في الصناعة)

ان ادراج عامل التنوع الإنتاجي في السلع أو السلع المتميزة في التحليل الاقتصادي ليس وليد النظريات الحديثة، فظهورها يعود الى أعمال برنار لاسودريي دوشان وانما تطورها كان على يد الاقتصادي الأمريكي كرومان.

يذهب مفهوم هذا النوع من التجارة الى تبادل الدول المتقدمة فيما بينها لسلع متميزة اذ تعتبر اغلب التجارة ما بين الصناعية في السلع المتميزة.

ان السلع المتميزة تتسم بسمات خاصة تجعلها تبدو مختلفة عن السلع المنافسة من نفس النوع ويمكن التمييز بين نوعين من السلع المتميزة:

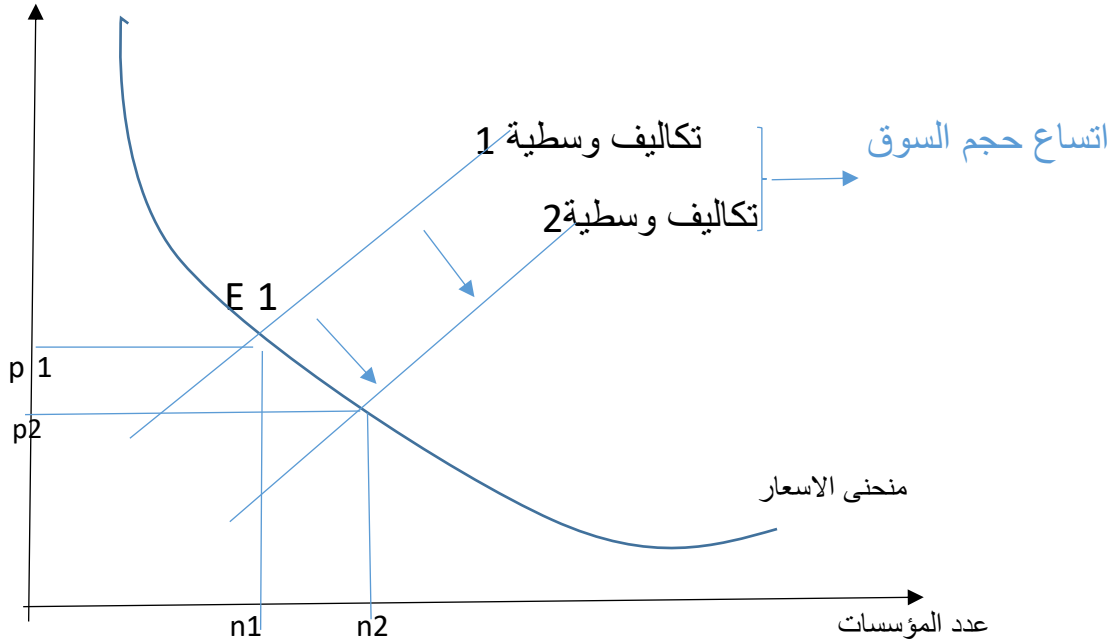
- سلع متباينة أو متميزة أفقياً: تختلف فيما بينها بصورة طفيفة بالرغم من أن أسعارها متشابهة, تختلف في اللون, التغليف.....
- سلع متباينة عمودياً أو رأسياً: سلع لها شكل خارجي مختلف وأسعارها مختلفة مثل أشكال وأسعار السيارات.

لتفسير المبادلات التجارية في السلع المتشابهة كروقمان يستخدم نموذجاً يخرج من نطاق المنافسة التامة, هذا النموذج يعمل في ظل المنافسة الاحتكارية. حسب كروقمان فإنه على المدى القريب الشركات انتاج نوع خاص من السلع التي تنتجها و المنتمة الى نفس القطاع (مثلا Peugeot تحتكر انتاج 307 و Volkswagen تحتكر انتاج Golf).

كل مؤسسة تتصرف كمحتكر لأنها الوحيدة في القطاع التي تنتج هذا النوع المتميز من الإنتاج. ان الطلب على كل نوع يختلف عن الطلب الموجه لكل القطاع, فالطلب على كل نوع مرتبط بعدد أنواع السلع المتوفرة في القطاع و أسعارها التي تحددها المؤسسات المنافسة التابعة لنفس القطاع.

ان موضع التوازن في سوق في حالة المنافسة الاحتكارية والاسعار التي ستطبقها تحدده العلاقاتين التاليين:

- كلما كان عدد المؤسسات التي تنتج أنواع مختلفة في نفس القطاع كبير، كلما انخفضت أسعارها. (منحنى الأسعار متناقص)
- كلما كان عدد المؤسسات في القطاع كبير كلما قل انتاجا وبالتالي كلما قلت مبيعاتها وارتفعت تكلفتها الوسطية (منحنى التكاليف المتوسط متزايدة) انظر الشكل 5.
- ان موضع التوازن E يتحدد عندما يتساوى سعر المنتج بتكلفته الوسطية الذي يعطينا سعر التوازن P1 وتوجد n2 من الشركات تحقق كلها أرباح معدومة.
- إذا كان السعر اكبر من التكلفة الوسطية فهذا يعني ان المؤسسات تحقق أرباح، وهذا يدفع المؤسسات الى الدخول الى السوق ما يؤدي الى انخفاض الأسعار.
- إذا كان السعر اقل من التكاليف الوسطية فان المؤسسات ستحقق خسارة.
- ان حجم السوق الضيق يعد عائقاً أمام تحقيق تحسن رفاهية المستهلكين وتنوع استهلاكهم، اذ انه مع افتراض توسع السوق المحلي فان هذا سيؤدي الى دخول مؤسسات جديدة وانخفاض الأسعار.



يقول كروقيمان ان في القطاعات التي تتميز بوجود اقتصاديات حجم فان عدد الشركات في دولة والكميات المنتجة من قبلها تكون مرهونة بحجم السوق، وبالتالي في حالة الانفتاح وبتأسيس سوق عالمي مدمج أكبر من السوق المحلي، فينتقل منحنى التكاليف الوسطية نحو اليمين وبالتالي يرتفع عدد الشركات المنتجة ومعها عدد السلع المتنوعة التي يمكن للمستهلك اقتنائها كما تنخفض أسعارها (انظر الشكل)

المؤسسات إذا مع اتساع حجم السوق ستتمكن من الإنتاج بكميات كبيرة وتنخفض تكلفتها الوسطية وتحقق أرباحاً إضافية ما يجذب مؤسسات جديدة الى القطاع $n_2 > n_1$

المطلب السادس: نظرية المنافسة بورتر 1990

اوضح بورتر التحول الفكري من فكرة الميزة النسبية إلى فكرة الميزة التنافسية، ورأي بورتر أن النظريات المفسرة للتجارة الدولية تفسر جزء فقط من التجارة الدولية وأنها غير كاملة. لقد تدارك بورتر أهمية النظريات الحديثة المفسرة للتجارة الخارجية، وإن كان يرى انها غير كافية ودورها في إمكانية تحقيق اقتصاديات الحجم وتنويع المنتجات، لكنه يرى أن النظريات لم توضح لماذا تتمتع صناعة ما في دولة معينة باقتصاديات الحجم، فمثلاً تتمتع بعض الصناعات بإمكانية الإنتاج على نطاق واسع، لكن نظريات التجارة الخارجية عجزت عن تفسير السبب .

لقد تعرضت النظريات الاقتصادية قديماً لبعض العوامل المؤثرة في تحديد الميزة التنافسية مثل: الأرض، الموقع، الموارد الطبيعية، العمالة، حجم السكان .

قام بورتر بمحاولة ناجحة لإظهار العوامل الجديدة التي تحدد تطور التجارة الدولية المعاصرة، حيث رصد أربع متغيرات رئيسية تحدد التجارة الخارجية المعاصرة للبلدان الصناعية المتطورة الكبرى، وهي :

-ظروف عوامل الإنتاج: وتشمل مدى توفر العمالة الماهرة، ورأس المال، والبحث العلمي ومساهمته في تنمية المجتمع والبنية الأساسية، التكنولوجية والاستثمار وهي عناصر لا تتوارثها المجتمعات حسب بورتر، لكن يمكن إعدادها وبنائها، أما الموارد الطبيعية (مثل المواد الخام والعمالة غير الماهرة) .. فهي متوافرة ولا تحقق ميزة تنافسية بمفردها.

-ظروف الطلب (المحلي): تتجلى في حالة الطلب الداخلي للمنتجات والخدمات للمؤسسات والشركات الوطنية، حيث يرى بورتر أن اتساع حجم السوق الداخلي يساعد على تحقيق الميزة التنافسية، نظراً لإمكانية الاستفادة من الوصول إلى الاقتصاديات الحجم الكبير ومن ثم زيادة الإنتاجية، وكذلك تمنح التطور للشركات الناشئة، إضافة إلى أن رغبات الزبائن المحليين تفرض على ضرورة الابتكار، مما يشكل عاملاً ذو قيمة ورتبة عالمية، مما يساعد في الوصول إلى الأسواق الخارجية ونمو القدرات التصديرية.

-الصناعات المرتبطة والمدعمة: تشمل الصناعات المغذية أو المكملة مما يساعد على تحقيق وفورات، أهمها: انخفاض تكاليف النقل، وكذلك وجود مراكز للبحث والتطوير يساعد على الابتكار والتدريب، ورفع مهارات العمال وتوليد الأفكار الجديدة يعتبر عاملاً مهماً في تحقيق الميزة التنافسية، وينعكس ذلك على العديد من الصناعات إيجابياً، حيث يرى بورتر أن نقص الموارد في الدولة يمكن أن يساعد على زيادة القدرة على الابتكار، وليس العكس وبالتالي تصبح أكثر تنافسية.

- الاستراتيجية، البنية والمنافسة: إستراتيجية المنشأة تتضمن قواعد إنشاء وتنظيم الشركات، والهيكل التنظيمي، والقدرة على المنافسة، لأن هذه العوامل ترفع قدرة المنشأة على الإنتاجية والابتكار وقد تتأثر الاستراتيجية بالعديد من العوامل أهمها: أهداف المنشأة، أهداف الأفراد، الهيكل الإداري والتنافسية. تجتمع الاستراتيجية والبنية والمنافسة حيث تؤثر على أسلوب الاختراع ثم على النظام الاقتصادي للمؤسسات، وكذا التنافس ما بين مؤسسات الدولة، كل مؤسسة تريد فرض سيطرة على السوق الوطني وجب عليها استعمال استراتيجية التصفية، وامتلاك بنية تحتية متينة وأيضاً القدرة على المنافسة

كما يرى بورتر أن القطاع الخاص يمكن أن يلعب دوراً هاماً في عمليات الابتكار، ويتكامل دوره مع الحكومة من خلال الإشراف في إعداد أبحاث مشتركة قابلة للتطبيق، بما يتماشى واحتياجات القطاع الخاص، حيث يبحث عن وسائل لعلاج المشكلات التي تواجهه لزيادة قدرته التنافسية.

ومنه فبورتريه يبين أن البلد لا يرث عناصر الإنتاج، بل أن هذه العناصر تخلق في مجرى عملية إدماج الإنتاج الموسع فيه، في حين أن ظروف الطلب هي عبارة عن متطلبات السوق الداخلية التي تحدد تطور الشركة، وكذلك مراقبة السوق العالمية والتنبؤ بتطورها، أما من يحدد تطور التجارة الخارجية للشركة فيتمثل في وجود بيئة إنتاجية مؤهلة ذات كفاءة عالية، وتقاليده عريقة تؤثر في نشاط الشركة، أما فيما يخص استراتيجية الشركة في ظروف المنافسة، فعندما تضع الشركات استراتيجياتها التنافسية فإنها تسعى إلى العثور على إمكانات المنافسة الفعالة والطويلة الأمد في القطاع الذي تنتمي إليه.