

النظريات الحديثة في التجارة الدولية

سوف ندرس في هذه المحاضرة :

أولاً - لغز ليونتييف.

ثانياً - الاتجاه الأول: إعادة النظر في صياغة نموذج هكشر- أولين لحل اللغز.

١- نظرية نسب عوامل الإنتاج الحديثة.

٢- نموذج اقتصاديات الحجم.

٣- استخدام نموذج اقتصاديات الحجم في تفسير التجارة الخارجية.

ثالثاً - النظرية التكنولوجية الجديدة في التجارة الخارجية.

أولاً - فرضيات النظرية التكنولوجية.

ثانياً - نموذج تجارة الفجوة التكنولوجية.

رابعاً - نظرية دورة حياة المنتج.

١- مرحلة المنتج الجديد.

٢- مرحلة المنتج الناضج.

أولاً- لغز ليوننتيف:

لغز "ليوننتيف" هو عبارة عن اختبار عملي للتأكد من مدى صحة نظرية "هكشر أولين"، وذلك بتطبيقها على صادرات الولايات المتحدة (والتي كان من المفترض أن تكون كثيفة بعنصر المال) و واردات هذه الدولة (التي كان من المفترض أن تكون كثيفة بعنصر العمل). و"ليوننتيف" هو عالم روسي عاش في الولايات المتحدة الأمريكية، وأجرى تجربته هذه في عامي ١٩٥٦، ١٩٥٣.

مضمون اللغز: طرح "ليوننتيف" السؤال الآتي:

إذا خفضنا قيمة كل من الصادرات والواردات الأمريكية بما قيمته مليون دولار لكل منهما، ثم قمنا بإنتاج سلع تصديرية أمريكية تتمتع بوفرة في عنصر رأس المال، وذلك بما قيمته مليون دولار. ثم نقوم بإنتاج سلع منافسة للواردات (أي سلع أمريكية مماثلة للسلع التي تستوردها الولايات المتحدة الأمريكية) وذلك بما قيمته مليون دولار أيضاً، فكم يا ترى سنحتاج من عنصري رأس المال والعمل لإنتاج ما قيمته مليون دولار من كل من الصادرات والسلع المنافسة للواردات ؟.

ومن ستينيات القرن المنصرم عرفت النظريات التجارة الخارجية تطوراً هاماً، بقصد محاولة حلّ لغز ليوننتيف الذي فجر التناقض بين منطق تحليل نظرية نسب عوامل الإنتاج المبسط في إطار تفسير نمط وشروط التجارة الخارجية من جهة، وبين حقائق الواقع الاقتصادي العالمي الذي عرفه العالم منذ الحرب العالمية الثانية إلى يومنا هذا، وقد تمت هذه المحاولات من خلال الوقوف عند طبيعة الاتجاهات الحديثة، ومن خلال إعادة صياغة نموذج هكشر وأولين. حيث كان هناك اتجاهان في هذا السياق:

- الاتجاه الأول: ويتعلق بمجموعة النظريات التي تسعى إلى حلّ لغز ليوننتيف من خلال تطوير نموذج هكشر- أولين، والنظريات الكلاسيكية التي تفسر ظواهر التجارة

الخارجية من جانب العرض، وتتفق مع هذا النموذج في تفسير نمط وشروط التجارة الخارجية، من خلال اعتبار أن العرض متغيراً اقتصادياً مستقلاً وأن الطلب متغيراً اقتصادياً تابعاً، وتتمثل مهمة هذه النظريات الجديدة في تطوير نموذج هكشر- أولين، من خلال إلغاء العديد من الفروض غير الواقعية التي يعتمد عليها هذا النموذج، والآخذ بفروض أكثر انسجاماً مع حقائق الواقع الاقتصادي العالمي الراهن، ويتضمن الاتجاه الأول هذا نظرية المناهج التكنولوجية في التجارة الخارجية التي تتكون من مجموعة من النظريات ويتعلق الأمر: بنظرية نسب عوامل الإنتاج الجديدة ونظرية اقتصاديات الحجم باعتبارهما إعادة للنظر في صياغة نموذج هكشر- أولين ثم النظرية التكنولوجية في التجارة الخارجية.

- الاتجاه الثاني: ويسعى إلى هدم نموذج هكشر- أولين، ومعه كافة النظريات الكلاسيكية والنيوكلاسيكية، التي حاولت تفسير قيام التجارة الخارجية انطلاقاً من جانب العرض، واتخذ من التشكيك في سلامة الفروض الأساسية التي يقوم عليها الفكر الكلاسيكي في التجارة الخارجية منهاجاً لها ويشمل هذا الاتجاه الدراسات التطبيقية التي تمت حول هيكل الحماية التجارية في أي اقتصاد وطني، لإظهار مدى التحيز للصناعات الوطنية، سواء منها كثيفة العمل، أو كثيفة رأس المال، والتي من نتيجتها، صار تفسير لغز ليونتييف على أساس تحيز هيكل الحماية التجارية الأمريكية لصالح الصناعات كثيفة العمل، على حساب الصناعات كثيفة رأس المال، الأمر الذي جعل هيكل الصادرات الأمريكية كثيفة العمل في حين أن هيكل وارداتها كثيفة رأس المال، نتيجة لغياب حرية التجارة الخارجية، وبالتالي هدم أحد الفرضيات الأساسية (حرية التجارة الخارجية) للنظريات الكلاسيكية في التجارة الخارجية.

ثانياً - الاتحاد الأول: إعادة النظر في صياغة نموذج هكشر - أولين لحل لغز

ليونتييف:

١ - نظرية نسب عوامل الإنتاج الجديدة:

وتعرف بنظرية رأس المال البشري، وتسقط هذه النظرية الفرض الكلاسيكي الخاص بتجانس العمل، وتحل محله فرض انقسام هذا العنصر إلى مجموعات غير متجانسة من حيث المهارة، حيث تفرق بين العمل الماهر أو الرأسمال البشري وتجعله عنصراً مستقلاً عن العمل غير الماهر، وتعتبره عنصراً إنتاجياً آخر مستقلاً بحد ذاته. وبذلك فإن هذه النظرية تقترح نموذجاً للتحليل يتكون من ثلاث عناصر إنتاجية هي: العمل الماهر، العمل غير الماهر ورأس المال المادي. حيث تعتبر العنصر الأول نوعاً من الاستثمارات يجب إضافتها إلى عنصر رأس المال، ولذلك سمي برأس المال البشري أو الإنساني، لأنه يحتاج لاستثمارات متنوعة في مجالات التعليم والتدريب وغيرها.

وبذلك أمكن حل لغز ليونتييف، من خلال تميز الولايات المتحدة الأمريكية بصادرات صناعية كثيفة العمل يرجع إلى ما تحظى به هذه الدولة من وفرة نسبية في رأس المال البشري، فإذا جمعنا كلاً من الصادرات كثيفة رأس المال المادي، والصادرات كثيفة رأس المال البشري للولايات المتحدة الأمريكية لوجدنا في نهاية الأمر أن صادراتها كثيفة رأس المال. وهو ما يتفق مع جوهر النموذج الأساسي لهكشر. أولين لنسب عناصر الإنتاج.

٢ - نموذج اقتصاديات الحجم

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

أ - الوفورات الداخلية:

وهي التركيز على الزيادة في العوامل الداخلية لرفع الإنتاج في المشروع للاستفادة من

مزايا الإنتاج الكبير 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 ورأس المال وزيادة كفاءتها 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، وإمكانية إجراء البحوث والتطوير، وهو ما تعجز عنه المشروعات الصغيرة.

- الوفورات الإدارية: وتتمثل في الزيادة في العوامل الإدارية للمشروع وذلك بأخذ الشكليات:

- 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 أحياناً اندماج بعض الشركات المستقلة، ولكنها شركات صغيرة أو متوسطة 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 الاكتتاب فيه، وإما بالاقتراض مباشرة من المؤسسات الائتمانية المختلفة مثل البنوك.

ب- الوفورات الخارجية:

وهي التركيز على زيادة توفر العوامل الخارجية التي تؤدي إلى رفع إنتاجية المشروع، 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.

- اشتراك المشروعات المترابطة في القيام بالأبحاث العلمية والفنية، وفي القيام بما يلزم من التجارب وتبادل المعلومات، وهو ما يؤدي إلى رفع الكفاءة الإنتاجية، وكذلك

إيجاد طرق جديدة للإنتاج مما يساعد على خفض تكاليف الإنتاج.

استخدام نموذج اقتصاديات الحجم في تفسير التجارة الخارجية

تشكل نظرية اقتصاديات الحجم في التجارة الخارجية، تطويراً لنموذج هكشر- أولين لنسب عناصر الإنتاج، بإدخالها وفورات الإنتاج الكبير كأحد المصادر الرئيسية للمزايا النسبية المكتسبة. وتعتبر هذه النظرية أن توفر سوق داخلية ضخمة يعتبر شرطاً ضرورياً لتصدير السلع التي يتم إنتاجها في ظل اقتصاديات الحجم، والمتمثلة في زيادة العائد مع زيادة الإنتاج (نتيجة انخفاض النفقات).

وترى هذه النظرية أن الدول الصناعية الصغيرة الحجم تتجه إلى الحصول على مزايا نسبية مكتسبة، مصدرها اقتصاديات الحجم في السلع نصف المصنعة أو الوسيطة لعدم قدرتها في التأثير على أذواق وتفضيلات المستهلكين في الدول الأخرى.

وعلى العكس من ذلك فإن الدول الصناعية الكبيرة الحجم تحصل على مزايا نسبية مكتسبة مصدرها اقتصاديات الحجم في إنتاج السلع التامة الصنع أو السلع الاستهلاكية بسبب قدرتها على التأثير على أذواق المستهلكين في الدول الأخرى.

وعليه يمكن القول بأن نظرية اقتصاديات الحجم تسعى إلى تفسير هيكل التجارة الخارجية بين الدول الصناعية المتقدمة ذات السوق الداخلي الكبير مثل الولايات المتحدة وألمانيا.

اليابان، فرنسا، إنجلترا، إيطاليا في إنتاج السلع التامة الصنع أو السلع الاستهلاكية، في حين أن الدول الصناعية ذات السوق الداخلية الصغير مثل بلجيكا، هولندا، لكسمبورج، اليونان، الدول الإسكندنافية في إنتاج السلع نصف المصنعة أو السلع الوسيطة.

ويشترط أن يكون الإنتاج مرتبط بالطلب وبالتالي يكون الإنتاج أكثر فعالية كلما كان الطلب كبير، وأن الإنتاج الداخلي متأثر أساساً بالطلب الداخلي؛ وعليه تقوم الدولة بتصدير السلع التي لديها سوق واسعة لها، وهذا راجع إلى الإنتاج الكبير الحجم من أجل تمكين الشركات المحلية من تحقيق وفورات حجم وتخفيض كلفتها ومن ثم أسعارها والتي تسمح لها من الحصول على أسواق أجنبية.

ثالثاً- النظرية التكنولوجية الجديدة في التجارة الخارجية

تستخدم هذه النظرية لتفسير هيكل التجارة الخارجية بين الدول، في ذلك النوع من المنتجات الذي يعتبر نتيجة مباشرة للتغيرات التكنولوجية، وهي تغيرات تأخذ إما شكل اختراع أو شكل تجديد أولاً، فاما الاختراع: فيأخذ شكلين هما:

- إما إيجاد سلعة أو منتج جديد لم يكن معروفاً من قبل.
- أو التوصل إلى طريقة جديدة لإنتاج سلعة موجودة من قبل بمدخلات أقل.

أما التجديد: فيأخذ شكل تحسين نوعية ومواصفات المنتج القائم، بحيث يكون أكثر قبولاً للمستهلك من الناحية الاقتصادية.

فإن يترتب على حدوث الاختراع أو التجديد أو كلاهما، اكتساب الدول صاحبة الاختراع أو التجديد لميزة نسبية في إنتاج إحدى السلع الموجهة أساساً للسوق الداخلية، ثم بعد ذلك قيام الدولة المخترعة بتصدير هذه السلع إلى الأسواق الخارجية لتمتعها بمزايا نسبية ذات طبيعة احتكارية لفترة زمنية محددة تعرف باسم الفجوة التكنولوجية. وهي نظرية تقوم بتفسير هيكل (نمط) التجارة الخارجية في السلع كثيفة التكنولوجيا السائدة منذ الستينات إلى يومنا هذا.

أولاً- فرضيات النظرية التكنولوجية

- أن تدفق المعلومات حول التجارة الدولية عبر الحدود السياسية يخضع للعديد من القيود التي تعيق حركة انسيابها بين الدول. وبالتالي فهي ليست حرة كما تقترضه النظريات الكلاسيكية.

- فرض عدم تماثل دوال الإنتاج بالنسبة للسلعة الواحدة بين الدول، وذلك لاختلاف استخدام الطرق الفنية للإنتاج بالنسبة للسلعة الواحدة في الدول المختلفة:

- التحليل السليم أصبح يأخذ أسباب أخرى تعزى لتباين المزايا النسبية بين الدول، حيث يوجد نوعان من المزايا النسبية وهي:

- المزايا النسبية الطبيعية: وهي تلك التي اقتصرت عليها نظرية هكشر- أولين في تحليلها، وأوضحت الاختلافات فيها إلى تباين نسب عناصر الإنتاج.
- المزايا النسبية المكتسبة: وهي تلك التي ركزت النظرية التكنولوجية في التجارة الخارجية على تحليلها والبحث عن أسبابها واختلافها، ومن العوامل التي تحدث اختلافاً في المزايا النسبية المكتسبة ما يلي:

✓ رأس المال البشري، ويتمثل في الوفرة النسبية للخبراء، والمهندسين، والعلماء، والباحثين والعمال المتخصصين، ويطلق عليها اسم " الهياكل الإنسانية الرئيسية ".

✓ مزايا اقتصاديات الحجم المرتبطة بوفورات الإنتاج الكبير، وتوفر الأسواق اللازمة لتصرف سلع دورة المنتج، وتسمى بـ " المزايا النسبية الديناميكية، للتمييز بينها وبين المزايا النسبية الستاتيكية التي يركز عليها تحليل هكشر- أولين، والتي يطلق عليها اسم " المزايا الطبيعية ".

✓ التفوق التكنولوجي لإحدى الدول، الذي يمكنها من الحصول على مزايا نسبية احتكارية مؤقتة تتعلق بطول الفجوة التكنولوجية.

- فرض القدرة الجزئية لعناصر الإنتاج على التنقل، دولياً، فالنظرية التكنولوجية في التجارة الخارجية على غرار نظرية رأس المال البشري، تسلم بقدرة رأس المال المادي على التنقل بين الدول، في شكل تجهيزات إنتاجية ومعدات وآلات وذلك من خلال الاستثمارات الأجنبية المباشرة.

- فرض خضوع حركة التجارة الخارجية للعديد من القيود التجارية (الجمركية وغير الجمركية) فضلاً عن الأخذ بعين الاعتبار لنفقات النقل في تحديد أسعار السلع والخدمات.

ثانياً- نموذج تجارة الفجوة التكنولوجية

يعتمد نموذج الفجوة التكنولوجية، في تفسيره لهيكل (نمط) التجارة الخارجية بين الدول، على إمكانية حيازة إحدى الدول على طرق فنية متقدمة للإنتاج تمكنها من إنتاج سلع جديدة، أو منتجات ذات جودة أفضل، أو منتجات بنفقات إنتاجية أقل، الأمر الذي يؤهل هذه الدول إلى اكتساب مزايا نسبية مستقلة عن غيرها من الدول.

من ذلك فالاختلافات الدولية في المستويات التكنولوجية، من شأنها تحقق اختلافات

مناظرة لها في المزايا النسبية المكتسبة، وتؤدي إلى قيام التجارة الخارجية من خلال:

- زيادة الكفاءة النسبية لإحدى الدول في إنتاج السلع التي تنتج في جميع الدول

أطراف التبادل الدولي، الأمر الذي يترتب عليه اكتساب هذه الدولة لميزة نسبية دون

غيرها من الدول، هذه الاختلافات الدولية في المزايا النسبية بين الدول، تمكن الدولة

ذات التفوق التكنولوجي من تصدير السلع التي تتمتع فيها بميزة نسبية إلى غيرها

من الدول التي لم تشهد تغيراً في مستويات التكنولوجيا المستخدمة لها.

- دخول إحدى الدول بمنتجات جديدة ذات مستويات تكنولوجية متقدمة إلى الأسواق

الدولية، في الوقت الذي لا تستطيع الدول الأخرى (على الأقل في البداية) إنتاجها

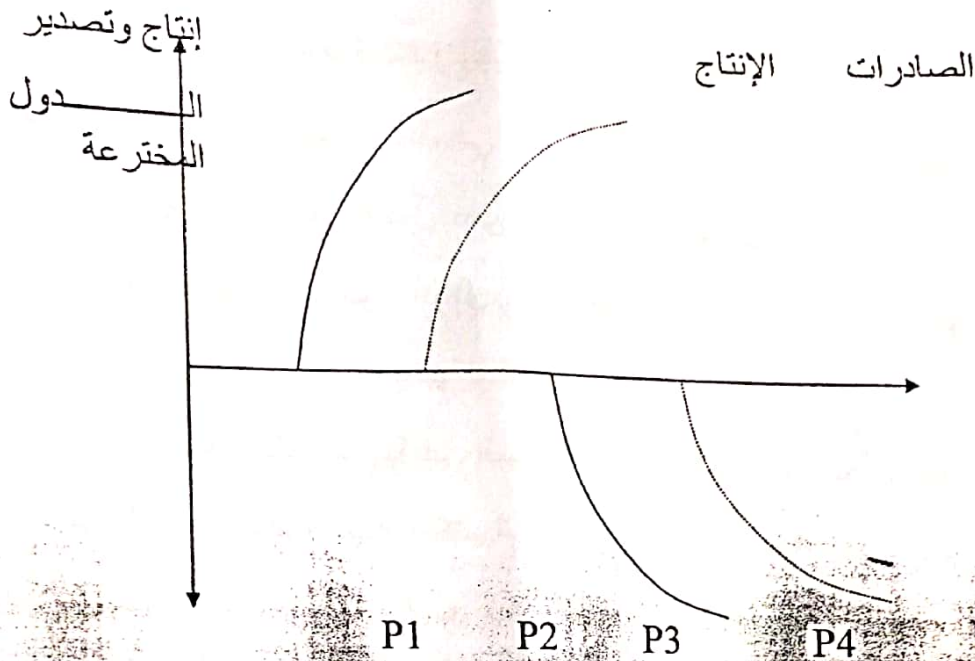
داخلياً، أو تقليدياً، لكونها لا تملك التكنولوجيا اللازمة لإنتاجها، أو أنها لا تستطيع

الحصول عليها من الدول موطن الاختراع. وقد أطلق الاقتصادي "بوسنر

MV.Posner " اسم " تجارة الفجوة التكنولوجية " على النموذج الذي أسسه، وهو

نموذج الفجوة التكنولوجية على أنه يمكن تحديد الفجوة التكنولوجية بيانياً باستخدام

الرسم البياني التالي:



إنتاج وتصدير
الدول المقلدة

والرسم البياني يوضح كيفية الإنتاج والتصدير وفقاً لنموذج الفجوة التكنولوجية، والذي من خلاله يمكن تحديد " فجوة الطلب " من جهة، و " فجوة التقليد " من جهة أخرى، وذلك كما يلي:

- **فجوة الطلب:** وهي عبارة عن تلك الفترة الزمنية التي تقع بين بداية ظهور إنتاج سلعة في الدولة صاحبة الاختراع عند P_1 ، وبداية استهلاك تلك السلعة في الخارج عند P_2 .
- **فجوة التقليد:** فتتمثل في تلك الفترة الزمنية التي تفصل بين بداية الإنتاج في الدولة صاحبة الاختراع P_1 ، وبداية إنتاج نفس السلعة في الخارج عند P_3 .

وانطلاقاً من تحديد فجوتي الطلب والتقليد، يعرف " بوسنر " $MV.Posner$ " تجارة الفجوة التكنولوجية رياضياً على أنها: دالة في الزمن محصورة بين فجوة الطلب (P_2, P_1) وفجوة التقليد (P_3, P_1) ، وتعرف على أنها تلك التجارة التي تحدث خلال الفترة الزمنية

التي تبدأ بقيام الدولة المخترعة بتصدير المنتج أو السلعة الجديدة، وبداية الإنتاج لهذه السلعة في الدول المقلدة. ولكن مع ظهور الإنتاج في الدولة المقلدة للسلعة محل الدراسة، تبدأ العوامل التكنولوجية في فقدان الدور الذي كانت تلعبه كعامل مفسر لنمط التجارة الخارجية بين الدول في المنتجات الصناعية كثيفة التكنولوجيا، ويحل محلها عامل الوفرة أو الندرة النسبية لعناصر الإنتاج في كلا الدولتين: باعتباره العامل الرئيسي لاختلاف المزايا النسبية الطبيعية، وقيام التجارة الخارجية، غير أن التحليل الذي جاء به "بوسنر . M.V Pasner" في مجال تجارة الفجوة التكنولوجية، قد شهد تطوراً هاماً حيث أن الاختلافات في مستويات الأجور الدولية التي تعتبر عاملاً محدداً لطول الفترة التي تستغرقها الفجوة التكنولوجية، وبالتالي لتحديد هيكل (نمط) التجارة الخارجية الناتج عنها. فالاختراعات أو التجديدات قد تنتقل بسرعة من الدول صاحبة الاختراع أو التجديد إلى دول أخرى تنخفض فيها مستويات الأجور، وتسمح بإنتاج سلعة بنفقات أقل من نفقات إنتاج الدولة صاحبة الاختراع أو التجديد. وهي نتيجة من شأنها إبراز الدور الهام الذي تلعبه الشركات المتعددة الجنسيات في تنمية التجارة الخارجية، والقيام باستثمارات خارج الدولة الأم حيث تقوم هذه الشركات بالعديد من الاستثمارات الأجنبية في الدول التي تنخفض فيها مستويات الأجور (في الدول السائرة في طريق النمو) سعياً إلى تخفيض نفقات إنتاجها، ولتتمكن من زيادة قدرتها التنافسية خاصة إذا كانت الأجور تشكل جانباً هاماً في نفقات الإنتاج.

تقييم نموذج الفجوة التكنولوجية:

إن نظرية الفجوة التكنولوجية لم تستطع الإجابة عن السؤالين التاليين بالرغم من أهميتهما الكبرى في مجال التخصص والتبادل الدوليين وهما:

السؤال الأول: لماذا يقتصر ظهور الاختراعات، والتجديدات على الدول الصناعية الأكثر تقدماً مثل الولايات المتحدة الأمريكية، ألمانيا، اليابان، دون غيرها من الدول سواء

أكانت من مجموعة الدول الصناعية الأقل تقدماً، مثل بلجيكا، إسبانيا، هولندا، اليونان أو من مجموعة دول العالم النامي.

السؤال الثاني: ما هو طول الفترة التي يمكن للدولة صاحبة الاختراع الاحتفاظ خلالها بمزايا نسبية مكتسبة ذات طبيعة احتكارية، في إنتاج وتصدير السلع كثيفة التكنولوجيا، وبمعنى آخر ما هي الفترة التي تستغرقها الفجوة التكنولوجية والمزايا النسبية التي تصاحبها.

الأمر الذي شكل ثغرة في هذا النموذج، فكان على نموذج دورة المنتج أن تتصدى للإجابة عليهما وبذلك تكون الجوانب التحليلية للفكر التكنولوجي في الاقتصاد الدولي قد اكتملت. ولكن للإجابة عن تساؤلات الفجوة التكنولوجية سندرس نظرية دورة حياة المنتج.

رابعاً- نظرية دورة حياة المنتج:

تحدث هذه النظرية في الدول الأكثر تقدماً وعلى رأسها الولايات المتحدة الأمريكية، اليابان، ألمانيا، حيث تعتمد على المقومات الأساسية للاختراع المتمثلة في اعتمادها على الطلب الداخلي أو المعرفة التكنولوجية التي تبرر استحداث المنتج الجديد. فانطلاقاً من اختراع هذا المنتج الجديد، فإن الوضع التوازني الأول للاقتصاد الوطني فيها سيختل، ويأخذ مساراً جديداً، حيث تنشأ فجوة تكنولوجية بين هذه الدول الصناعية الأكثر تقدماً، والدول الصناعية الأقل تقدماً مثل: فرنسا، إنجلترا، إيطاليا، إسبانيا، اليونان وغيرها من الدول الأوروبية الأخرى.

وخلال هذه الفجوة التكنولوجية، يزداد نضج المنتج الجديد، وتصبح الأساليب التكنولوجية المستخدمة أكثر استقراراً. أما في نهاية الفجوة التكنولوجية، فتبدأ الأساليب التكنولوجية في الاتساع والانتشار، وتصبح متاحة في الأسواق الدولية، وعندها يتشكل وضعاً توازانياً جديداً، وتنتقل فيه عملية الإنتاج إلى الدول الأخذة في النمو لتمتعها بميزة نسبية في إنتاجها.

١ - مرحلة المنتج الجديد:

تتميز المرحلة الأولى من دورة حياة المنتج، بأن نشاط البحث والتطوير يحتل مكانة بالغة الأهمية في إخراج المنتج الجديد إلى الوجود. وعليه فإن الاستثمار في هذا النشاط يتوقف على توفر عدد من الشروط الأساسية التي تحكم قرارات المستثمرين الخاصة في مجال البحث والتطوير، والتي يمكن إيجازها كما يلي:

- وجود سوق داخلي قادر على استيعاب المنتجات الجديدة حتى يمكن الاستثمار في استخدام الوسائل والطرق الفنية الجديدة في عملية الإنتاج، ومن ثم الحصول على عائد مجزي يبرر تلك الاستثمارات الكبيرة.
- ضرورة توفر قدرة تكنولوجية، سواء منها البشرية (علماء، خبراء، عمال متخصصين ... إلخ) أو المادية (آلات، معدات متطورة... إلخ) من شأنها أن تسمح بإنتاج منتجات جديدة، أو تحسين جودة منتجات قائمة.
- وجود قدرة تنافسية لدى المشروعات الإنتاجية صاحبة الاختراع، لمواجهة المنافسين، سواء تعلق الأمر بالمنافسة على مستوى الأسواق الداخلية أو الأسواق الدولية.
- توفر عنصر رأس المال البشري، الذي يتشكل من العلماء، الخبراء، والفنيين، والعمال المتخصصين في الدول الصناعية المتقدمة، والذي يعتبر ركناً أساسياً في نموذج دورة حياة المنتج التي تقوم على أساس الاختراعات والتجديدات الحديثة.
- الوفرة النسبية لعنصر رأس المال المادي في الدول الصناعية المتقدمة، التي تعتبر من الشروط الأساسية لقيام الدول بالاستثمار في مجال البحث والتطوير بصورة منتظمة ومستمرة .

وعليه فإذا ظهر منتج جديد إلى حيز الوجود نتيجة الإنفاق الاستثماري الكبير من قبل المشروعات الإنتاجية في مجال البحث والتطوير، فإن الإنتاج يقتصر في البداية على

عدد محدود من المنتجين، (وعلى عدد محدود من الدول كذلك)، وذلك لإمكانية اختيار الأسلوب الأفضل للإنتاج والتسويق، وباعتبارها مرحلة تجربة، فإن المعروض من المنتج الجديد سيكون في حدود ضيقة، وبكميات قليلة في كل من الأسواق الوطنية والدولية، وذلك بقصد معرفة حجم الطلب عليها، واختبار أذواق المستهلكين. أما موطن الشركات الإنتاجية فيكون الدول الصناعية الأكثر تطوراً وهي الولايات المتحدة الأمريكية، وحديثاً اليابان وألمانيا.

وعليه فإنه بتحديد العوامل التي تؤدي إلى توطين صناعات دورة المنتج في الدول الصناعية الأكثر تقدماً (الولايات المتحدة الأمريكية، اليابان، ألمانيا)، دون غيرها من الدول الصناعية الأقل تقدماً (باقي دول أوروبا الغربية)، أو الدول المصنعة حديثاً في جنوب شرق آسيا يكون نموذج دورة المنتج قد أجاب عن السؤال الذي عجز نموذج الفجوة التكنولوجية على الإجابة عليه.

٢- مرحلة المنتج الناضج:

تعرف مرحلة نضج سلع دورة المنتج خصائص عديدة منها:

أولاً: خصائص مرحلة المنتج الناضج:

- توقف العديد من المنتجات عن الظهور في الأسواق سواء لعدم توافقها مع رغبات المستثمرين أو لعدم مواكبتها لأذواق المستهلكين.
- استتباب الأساليب والوسائل الفنية للإنتاج، بعدما كانت متغيرة في مرحلة المنتج الجديد.
- رغبة المستهلكين في الوصول إلى مستويات أفضل من الجودة.
- زيادة درجة نمطية الإنتاج تؤدي إلى انخفاض المخاطر المصاحبة لعمليات الإنتاج والتسويق.

١

- التحول من الاستخدام المكثف لعناصر الإنتاج ذات تكنولوجيا عالية إلى استخدام عناصر إنتاج ذات تكنولوجيا نمطية.

- سيادة المرونة السعرية للطلب، نظراً لوجود منتجات شبيهة منافسة، في حالة ارتفاع سعر المنتج الناضج.

- سيادة ظاهرة الإنتاج الكبير، التي تنشأ عنه مزايا اقتصادية الحجم التي تلعب دوراً هاماً في تخفيض نفقات الإنتاج، ومن ثم زيادة الطلب على المنتجات الناضجة.

ثانياً: المظاهر الاقتصادية لمرحلة المنتج الناضج.

فإلى جانب الخصائص السابقة التي تتميز بها مرحلة المنتج الناضج، هناك عدد من الظواهر الاقتصادية المهمة التي تبدأ في الظهور خلال هذه المرحلة وهي:

- زيادة الاستثمارات الأجنبية.
- زيادة حركات رؤوس الأموال الأجنبية.
- زيادة دور الشركات متعددة الجنسيات في تسويق المنتجات دولياً، فمع نهاية المرحلة الثانية هذه، تبدأ الشركات الأم في الدول الصناعية المتقدمة، في إنشاء فروع لها في الدول المستوردة سواء أكانت صناعية متقدمة في أوروبا الغربية. أو دولاً آخذة في النمو وذلك نتيجة للعوامل الآتية:
- إشباع الطلب الناشئ والمتزايد في دول الاستيراد.
- الاستفادة من نفقات الإنتاج المنخفضة الناتجة عن وفرة المواد الأولية، أو وفرة عنصر العمل الرخيص لإعادة استيراد هذه المنتجات مرة أخرى من جانب الدولة الأم، أو زيادة المركز التنافسي لها في الأسواق الخارجية.

ثالثاً: الاستثمارات الأجنبية ودور الشركات متعددة الجنسيات خلال مرحلة المنتج الناضج:

وتفسر النظرية التكنولوجية في التجارة الدولية ظاهرة الاستثمارات الأجنبية، ودور الشركات متعددة الجنسيات كما يلي:

أنه بعد ظهور المنتج الجديد بفترة قصيرة في الدولة الأم صاحبة الاختراع وفقاً لنموذج دورة المنتج فإن قدراً من الطلب يبدأ في الظهور بصورة متزايدة في دول أوروبا الغربية المتطورة، وعندما تبلغ مرونة الطلب الداخلية مستوى أعلى، فإن نمو الطلب سيكون سريعاً، الأمر الذي يشجع الشركات الأم على إنشاء وحدات إنتاجية في هذه الدول، قصد إشباع الطلب المتزايد من سلعة دورة المنتج، على أن يكون الشرط الأساسي لوجود استثمارات أجنبية في هذه المرحلة هو التالي:

التكلفة الحدية للإنتاج + نفقات النقل من بلد التصدير إلى بلد الاستيراد أكبر من النفقة المتوسطة المتوقعة في بلدان الاستيراد.

إن الاختلاف في نفقات الإنتاج بين البلد المصدر (أمريكا) والبلد المستورد وفق الشرط المبين أعلاه، يرجع إلى مزايا اقتصاديات الحجم، والأيدي العاملة الرخيصة التي يتميز بها البلد الثاني عن الأول. لكن إذا تعذر وجود هذا الاختلاف في نفقات الإنتاج بين البلدين، فإن الاستثمارات الجديدة في هذه الحالة تكون بهدف تغذية أسواق ثالثة، سواء في دول أوروبا الغربية الأخرى ليس بها فروع إنتاج، أو لتغذية أسواق ثالثة بالدول الآخذة في النمو، وهو مثل ما تقوم به صناعات السيارات الأمريكية كشركة "فورد"، وشركة جنرال موتورز، من إقامة فروع إنتاج لها في دول أوروبا الغربية، ثم بعد سنوات أقامت فروعاً لها في الدول الآخذة في النمو وذلك للأسباب التالية:

- ❖ بقصد التغلب على ارتفاع نفقات الإنتاج الناشئة عن فرض قيود جمركية من قبل الدول الآخذة في النمو، على واردتها من السيارات الأمريكية.
- ❖ بقصد اكتساب أسواق جديدة، أو الاحتفاظ بالأسواق القائمة، نظرا لضغط المنافسة الحادة في الأسواق العالمية للسيارات، وخاصة المنافسة اليابانية.
- ❖ بقصد الاستفادة من نفقات الإنتاج المنخفضة في الدول الآخذة في النمو الناتجة عن الانخفاض في الأجور، وأسعار المواد الأولية، حيث أنه وفقاً للمناهج التكنولوجية أن تتحول الدولة الأم صاحبة الاختراع والمصدرة لسلع دورة المنتج والمقيمة للاستثمارات الأجنبية في الخارج أن تتحول من دولة مصدرة إلى دولة مستوردة.

.....

د. فراس الأشقر