

۱) محمد بن قزلباش تجارت بین الملل را بنا نهاد.

- * نظریه مکتب تسلیم
- * نظریه برتری مطلق
- * نظریه برتری نسبی
- * نظریه هر چه - اهلین
- * نظریه سیکل عمر کالا
- * نظریه مزیت‌های پست‌تراز بودن
- * نظریه مزیت رقابت ملی

۲) نظریه مکتب تسلیم را به اختصار توجیه دهید.

مکتب تسلیم اولین مکتب اقتصادی (اواسط قرن ۱۶ در انگلستان) است که در مورد تجارت خارجی سخنی گفته و نظایر طلا و نقره را به عنوان پایه ثروت ملی و سیاست ترویج صادرات و کاهش واردات و در نهایت افزایش یافتن سراز تجارت کشورهای را مورد تألیف قرار داده است. از این دیدگاه قزوینی صادرات بر واردات به انبساط نظایر پولی و افزایش قدرت سیاسی و اقتصادی دولت‌های انجام داد.

۳) تفاوت اصلی نظریه برتری مطلق با نظریه برتری نسبی در چیست؟ توجیه دهید.

از دیدگاه آدام اسمیت هنگامی که کشوری در تولید یک کالا نسبت به کشورهای دیگر کارایی بالاتری داشته باشد انگاه در عرصه تجارت به برتری مطلق دست می‌یابد. وی بر این باور بود که هر کشور باید در تولید کالاهای مزیت‌مند در آنها نسبت به سایر کشورهای آن مزیت مطلق برخوردار است و همچنین کالاهایی را وارد نماید که کشورهای دیگر نسبت به او دارای برتری بالند. به نظر اسمیت یک کشور هیچ‌گاه نباید کالایی را در داخل تولید کند که می‌تواند آن را ارزانتر از خارج خریداری نماید.

نظریه برتری مطلق به تخصص کردن تولید و متمرکز یافتن بر کالاهایی که در آنها از مزیت بازرگانی برخوردارند.
برتری نسبی ← نظریه مزیت مطلق سئوالی است که در ذهن اقتصاددانان پس از اسمیت مطرح نمود. یکی از این سئوالات این بود که اگر یک کشور در تولید همه کالاهای نسبت به سایر کشورهای مطلق داشته باشد انگاه چه نقشی در مبادلات بین المللی می‌تواند دارا باشد؟ دیدگاه اسمیت این بود که حتی کشوری نمی‌تواند در مبادلات خارجی منفعتی نداشته باشد پس احتمالاً در این مبادلات شرکت نخواهد کرد که پس از مدتی تولید را کنار می‌گذارد و نقدانی نظریه شان داد که این دیدگاه درست نیست. وی ادعا نمود که وقتی کشوری در تولید همه کالاهای از برتری مطلق برخوردار است می‌تواند کالاهایی را که در آنها بیشترین کارایی را دارد تولید و صادر کند و در مقابل کالاهایی را که کارایی کمتری در آنها دارد از خارج وارد نماید.

۴) نظریه هلجی - اهلنغ بلا به اختصار بیان نموده و بنویسید معنای لئوتیف و طونه آن بلا به چه حالش کشید؟
 هلجی در سال ۱۹۱۹ و اهلنغ در سال ۱۹۳۳ بر پایه بررسی‌ها خود نظریه هلجی (هلجی بلا) در زمینه نئیت نسی ارائه نمودند. این دو اقتصاددان سوئدی جنبه استدلال نمودند که نئیت نسی از تفاوت در میزان بکوه هندی کوهها از منابع ملی حاصل می‌شود. منظور آنها از این عوامل به طور مشخص زمین و کار و سرمایه بود. بر پایه این نظریه کوهها کالاهای با صادر می‌کنند که در تولید آنها از عوامل تولید فراوان (سور به میزان زیادی استفاده شده است و در مقابل کالاهای با وارد می‌کنند که در تولید آنها عوامل کمیاب آن کشور زیاد کار رفته باشد. چنانچه بر نظریه این دو اقتصاددان تجارت آزاد را مقدم می‌دانند اما به چغای تفاوت در بکوه وری تولید، تفاوت در بکوه هندی از عوامل تولید را منت نئیت نسی کوهها می‌دانند.

چغای که نتایج مطالعات افکار واپسلی لئوتیف در سال ۱۹۵۲ است دریافت ارقام مربوط به از غورهها این حقوق کالای را در مورد اعتبار نظریه هلجی - اهلنغ مطرح ساختند. استدلال لئوتیف این بود که بر اساس نظریه وقوع عوامل با توجه به اینکه آمریکا منابع مالی بیس سری نیت به سایر کوهها در اختیار داشت انتظار می‌رفت که صادر کنند کالاهای سرمایه بر و در مقابل وارد کنند کالاهای کار بر باشد. اما بر خلاف تصور مشاهده می‌شد که صادرات این کشور کم تر از وارداتش از کالای سرمایه بر تحلیل گردیده اند. چون نتایج مطالعات لئوتیف با بیس بین‌ها در نظریه هلجی - اهلنغ مغایرت پیدا می‌کرد، آن بلا معنای لئوتیف نامیدند.

۵) منظور از نئیت پیمان بولان چیست؟

در دهه ۱۹۷۰ تئوری نئیت تجارت بین الملل بنام نظریه نئیت پیمان بولان بر پایه تحلیل‌ها گروهی از اقتصاددانها شکل گرفت. از این دیدگاه در آن دسته از صنایعی که نیاز به سرمایه گذاری اولیه سنگین داشته و سهم هزینه‌های ثابت در قیمت تمام شده محصول آنها بزرگ می‌باشد شرکتی که بیس از دیگران وارد این صنعت شده و به سرمایه گذاری و تولید پرداخته از یک نئیت رقابتی برخوردار می‌شود. وجود تقاضای زیاد برای کالاهای این شرکت و امکان تولید انبوه منجر به صرفه جوئی مقیاس تولید و پائین آمدن قیمت تمام شده کالا و سرانجام افزایش توان رقابتی آن خواهد شد.

۶) چهار عامل رقابتی مدل پورتر را نام ببرید و یک مورد را به دگواه توضیح دهید.

۱- برخورداری از منابع اقتصادی و عوامل اولیه تولید

۲- شرایط تقاضا

۳- وجود صنایع مرتبط و حمایت کننده

۴- استراتژی و ساختار شرکت و رقابت در محیط

شرایط تقاضا: پیرک نفسی را که تقاضای داخلی در ایجاد نیروی لازم برای مزیت رقابتی انفرادی کند مورد تأکید قرار می دهد. شرکت ها معمولاً بیشترین حساسیت را نسبت به نیازهای نزدیک ترین مشتریان خود دارند. بنابراین مشخصات تقاضای داخلی در شکل دادن به نوع و اجزای کالاهای تولید شده در داخل و تسهیل نوآوری و کیفیت حاضر اهمیت است. پیرک نفسی معتقد است که شرکت ها صنعتی و تجاری در یک کشور هنگامی مزیت رقابتی بدست می آورند که مشتریان داخلی آنها بپذیرند و انتظارات آنها بالا است.

۷) چهار منبع دلالت رقابت دولت ها را در عصر بازرگانی بین الملل توضیح دهید.

- ۱- روابط اقتصادی و بازرگانی با (بازار) خارج باید با خط مشی های سیاسی و اللوکی روابط خارجی کشور همسو و سازگار باشد و الرامسان گردد که انجام امور تجارت خارجی بوسیله بخش خصوصی حائز اهمیت می گردد (دولت رقابت کند)
- ۲- واردات و صادرات کالاهای و خدمات و جایابی عوامل تولید و تکنولوژی می تواند امنیت ملی کشور را تحت تأثیر قرار دهد. هویت ملی حاصل بخش خصوصی بر بازرگانی خارجی با اهداف امنیت ملی تعارض پیدا کند، دولت رقابت می کند.
- ۳- مقدار واردات یا صادرات کالاهای و خدمات عرضه و تقاضای آنها در بازارهای داخلی اثر می گذارد و می تواند منجر به عدم تعادل و نوسانات شدید قیمت در بازارها گردد. چون ممکن است بخش خصوصی بخواهد مورد آوری نسبت به تعادل بازار شکل آنکار کند، دولت رقابت می کند
- ۴- افزایش صادرات یک کالا ممکن است موجب استخراج یا برداشت بی رویه از برخی منابع ارزشمند یا کمایب اقتصادی کشور گردد و در نتیجه صنایع و واحدهای تولیدی داخلی را در دسترس بی رویه منابع با مشکل روبرو نماید، در نتیجه حالت دولت در تولید و صادرات رقابت کند
- ۵- مبادله برخی کالاهای و خدمات با (بازار) خارج با ندرستی و کجاندازی جامعه ارتباط پیدا می کند. هویت اصیل کشور شود که تجارت این کالاهای بوسیله بخش خصوصی باعث ناریه ترقی هدفها بگردانند و ندرستی جامعه می گردد دولت در این امر رقابت می کند.
- ۶- از آنجا که عرضه و تقاضای ارزش در کشور عمدتاً به مقدار و ارزش صادرات و واردات آن بستگی دارد بنابراین ممکن است تحقق هدف مذکور ایجاب نماید که دولت نفس یا رقابت خود را در زمینه تجارت خارجی گسترش دهد.

سوالات درس اصول بازرگانی

نویسنده: دکتر محمد علی...

۸) روش‌ها و ابزارهای لیست‌گذاری در تجارت خارجی را نام ببرید.

- ۱- تعرفه‌های گمرکی
- ۲- سوبیدها
- ۳- کمیته‌های واردات
- ۴- تدابیر اداری
- ۵- محدودیت‌های داوطلبانه صادراتی
- ۶- لیست‌های ضد دامپینگ

۹) انواع تعرفه‌های گمرکی را به اختصار توضیح دهید.

- ۱- تعرفه معین: این تعرفه به عنوان یک مبلغ ثابت برای هر واحد کالای وارداتی محاسبه می‌شود.
- ۲- تعرفه نسبی: که به عنوان درصدی از ارزش کالای وارداتی وصول می‌شود. این روش بیشتر در مورد آن دسته از کالاهای وارداتی که دارای انواع مختلف با ارزشهای متفاوت می‌باشد بکار می‌رود. مانند ۸۰٪ قیمت خود رو به عنوان تعرفه گمرکی دریافت می‌شود.

۱۰) کمیته‌بندی واردات چگونه باعث تعادل در بازار عرضه و تقاضا از تولید داخلی می‌شود؟

کمیته‌بندی واردات مقدار عرضه کالای وارداتی را کاهش و قیمت آن را در بازار افزایش می‌دهد در نتیجه تولیدکنندگان داخلی آسانتری به رقابت پرداخته و می‌توانند تولیدات خود را با سود بیشتری به فروش رسانند. بدین ترتیب که در این فرآیند مصرف‌کنندگان که باید برای خرید کالای مورد نظر قیمت بالاتری بپردازند زیان می‌بینند. در چند دهه اخیر این روش کاربرد گسترده‌ای در کشورهای کم‌تر توسعه یافته پیدا کرده زیرا با اعمال این محدودیت برای مؤسسات تولیدی و مونتاژ کالاهای صنعتی این فرصت ایجاد می‌شود که تکنولوژی خود را بهبود بخشد و بر ظرفیت‌های تولیدی خود بیفزایند.

۱۱) دو پایه اصلی نظریه جهانی شدن را به اختصار توضیح دهید.

۱- جهانی شدن بازارها: جهانی شدن بازارها به این معناست که بازارهای ملی و بازرگانی که بطور سنتی و تاریخی جداگانه بوده‌اند بصورت یک بازار جهانی درآیند. گروهی از صاحب نظران بر این باورند که صلح و تجاریات مصرف‌کنندگان در کشورهای مختلف با برکت پیش‌ترکی در دنیای امروز به هم نزدیک می‌شود و به خصوصیات جهانی تبدیل می‌گردد. واقعیت این است که هنوز هم تفاوت‌های زیادی بین بازارهای ملی از نظر ابعاد مختلف از جمله صلح و تجاریات مصرف‌کنندگان، کانال توزیع، نظام ارزش‌ها و الگوهای مصرف وجود دارد.

۲- جهانی شدن تولید

جهانی شدن تولید یعنی گسترش شرکت‌ها به آمیختن کالاهای و خدمات مورد نیاز خود از مناطق مختلف جهان به منظور بهره‌مندی از مزایای تفاوت‌های ملی در رابطه با هزینه و کیفیت عوامل تولید از جمله نیروی کار، انرژی، زمین و سرمایه. با این روش شرکت‌ها می‌توانند تاخیرهای خود را کاهش داده و کیفیت و کارایی محصولات خود را افزایش دهند و امکان رقابت موثر آن‌ها را با کالاهای رقیب در بازارها فراهم نمایند.

۱۲) تفاوت استراتژی چندسئوی با استراتژی فراعلی در چیست؟

استراتژی چندسئوی؛ شرکت‌هایی که استراتژی چندعلی در دنبال می‌کنند تا منابع لوی نسبت به بازارهای محلی را به حد اکثر برسانند. خصوصیات این شرکت‌ها بدین گونه است:

- ۱- هم‌کالاهای هم استراتژی بازاریابی خود را برای انضباط یا شرایط محلی در هر سئوی با نیازها مشتریان سازگار می‌نمایند.
- ۲- در هر کدام از بازارهای خارجی که در آن فعالیت می‌کنند محلی از عملیات تولید، بازاریابی و تحقیق و توسعه را به منظور افزایش درآمد و سود خود برپا می‌نمایند.

۳- در زمینه ای در تعادل بین توانمندی‌ها و مزیت‌های رقابتی خود ضعیف هستند.

بصطی این استراتژی برای شرایطی که در آن فشارهای زیادی برای منابع لوی محلی و فشار کم برای کاهش هزینه‌ها وجود دارد، مناسب می‌باشد. این روش منجر به برپاسدن تألیسات مناسب و تکراری در کشورهای مختلف می‌گردد و هزینه‌های تولیدی شرکت را افزایش می‌دهد.

استراتژی فراعلی؛ در این زمینه بارنگ و توسل اشاره می‌کنند که شرکت‌های چندعلی مدرن، توانمندی‌های اساسی با برتری‌های عمده تنها در کشور مبدأ یا قریبان باقی نمی‌مانند و می‌توانند در هر کدام از مراکز عملیاتی یا تألیسات تولیدی شرکت وجود داشته باشند. آن‌ها در ضمن معتقدند که جریان کالاها و تجهیزات تولیدی شرکت‌ها جهت نیاید صرفاً یعنی از مراکز اصلی به سئوی سقیم‌ها خارجی باشد. این صاحب نظران می‌گویند شرکت‌هایی که می‌توانند با بصر هم‌زمان به این هدف‌ها دست یابند در واقع یک استراتژی فراعلی در دنبال می‌کنند.

این استراتژی هنگامی مناسب خواهد بود که شرکت بصر هم‌زمان کم فشار کاهش هزینه و منابع لوی به بازارهای محلی قرار دهند یا...

۱۳) سه خصوصیت مهمی استراتژیک را نام ببرید.

- ۱- شرکاء یا طرفین موافقت نامه پس از تکلیل این بهمان بصورت منتقل باقی می‌مانند.
- ۲- شرکاء هم در صنایع این بهمان هم‌کاری، بهم می‌سند و هم در کنترل عملیات فعالیت‌هایی که مورد موافقت قرار گرفته اند.
- ۳- شرکاء یا طرفین موافقت نامه به طور مستمر در زمینه تلفو سئوی، کالاهای و سایر جنبه‌های استراتژیک مشارکت مستمر دارند.

۱۴) دو مورد از مزایا و معایب بیمه‌های استواری را نام ببرید.

مزایا:

- ۱- ایجاد این گونه توافق‌ها می‌تواند ورودید شرکت را به بازارهای خارجی تسهیل نماید.
- ۲- به شرکت‌ها امکان می‌دهد تا در هزینه‌های ثابت و ریسک‌ها مربوط به تولید و ارائه محصولات و فرآیندهای تولیدی جدید کاهش یابد.

معایب:

- ۱- این همکاری‌ها باعث می‌شود رقابت با روشی کم‌هزینه به منظور تولیدی‌ها و بازارهای جدید راه یابد.
- ۲- این نوع موافقت نام‌ها ریسک هم در بردارند و اگر شرکت‌ها با وقت و کمال در عمل نتوانند ممکن است آنچه بدست می‌آورند کم‌تر از چیزی باشد که از دست می‌دهند.

۱۵) تئوری‌های اقتصادی تعیین نرخ ارز را نام ببرید و یک مورد را توضیح دهید.

- ۱- سطح قیمت‌ها و نرخ ارز
- ۲- عرضه پول و افزایش قیمت
- ۳- نرخ بهره در قیمت ارزها
- ۴- برابری قدرت خرید

بر پایه این نظریه از طریق مقایسه قیمت‌های طلا یا مشخص بر حسب پول‌ها مختلف می‌توان نرخ تبدیل واقعی پول‌ها را در شرایط بازار آزاد و کارآمد محاسب نمود. (ولت‌ها معمولاً در تجارت خارجی و داد و ستدهای پولی و ارزی رضایت می‌کنند. این گونه رضایت‌ها باعث می‌شود که ارتباط بین تغییرات قیمت‌ها و تغییرات نرخ تبدیل ارزها ضعیف تر شود و کارایی این نظریه را در پس‌بینی نوسانات ارزش پول‌ها کاهش دهد.

۱۶) شیوه‌ها و ورود به بازار خارجی را نام ببرید.

- ۱- صادرات
- ۲- اجرای طرح‌ها و تولید درست
- ۳- قرارداد فرانیزی
- ۴- قرارداد فعالیت مشترک
- ۵- تأسیس شعبه با مالکیت کامل

۱۷) تفاوت قرارداد فرانیزی با طرح تولید درست چیست؟

طرح تولید درست: بر پایه این نوع قرارداد شرکت به‌طور کلی در کشور صنعتی مرکز دارد موافقت می‌نماید که همه عملیات یک پروژه صنعتی از جمله آموزش و تربیت نیروی انسانی مورد نیاز آن را برای طرف فرانسه در کشور میزبان مرکز دارد انجام دهد. پس از تکمیل طرح، تولید راه اندازی و نحوه برداری این پروژه از طرف میزبان به طرف فرانسه یا شرکت طرف قرارداد تحویل می‌شود و این روش در واقع منجر به صدور تکنولوژی تولید طلا از کشور صاحب تکنولوژی به کشور میزبان می‌گردد. این نوع قرارداد بیشتر در صنایع شیمیایی، دارویی و... استفاده می‌شود.

قرارداد فزاینده: روشی مناسب اعضای امتیاز است اما (بوره زمانی آن) معمولاً طولانی تر است و در چهارچوب آن شرکت امتیاز دهنده دلایلی که نامعلوم خود مانند دانش فنی، طارک تجاری و فزاینده تولید محصول را به امتیاز گیرنده می فروشد و در مقابل آن حق امتیاز یا فزاینده که عموماً درصدی از سود یا درآمد شرکت گیرنده امتیاز می باشد دریافت می کند. در این نوع همکاری شرکت بازرگانی امتیاز گیرنده علاوه بر رعایت شرایط، استانداردها و نکات مورد نظر امتیاز دهنده بوره و در رابطه با انجام تعهدات او معمولاً نسبت لری بیس تری اعمال می شود. این نوع قرارداد معمولاً مورد استفاده شرکت های خدماتی قرار می گیرد.

۱۸) در چه زمانی شرکت های عامل به استفاده از قرارداد فزاینده و فعالیت مشترک دارند؟

قرارداد فزاینده:

- ۱) با این روش شرکت اصلی که معمولاً از سوخت تجاری خوبی برخوردار است، بدون اینکه هزینه ها و مخدات ورود به بازارهای خارجی را تقبل نماید فعالیت ها خود را گسترش داده و درآمد قابل ملاحظه ای را کسب می کند.
- ۲) این روش بیس تری در بخش خدمات بطوری وجود و برخی از مخدات و بیس تری هایی که در عملیات تولیدی بروز می کند در این بخش وجود ندارد.

با توجه به نکات ذکر شده شرکت های خدماتی با در نظر گرفتن مورد اول نباید شرایط این نوع قرارداد را انتخاب می کنند.

فعالیت مشترک:

در قراردادها فعالیت مشترک در اغلب موارد دانش فنی و سیمت افزوده بوسیله شرکت پیشرفته صنعتی مستقر در کشورهای توسعه یافته ارائه شده و سایر امکانات فیزیکی از جمله زمین و ساختمان و نیروی انسانی ساده و نیمه ماهر و اطلاعات و تجربیات بازاریابی بوسیله شرکت کشور فزاینده تأمین شده است. از مزیت های این نوع قرارداد می توان به موارد زیر اشاره کرد:

- ۱- شرکت انتقال دهنده تکنولوژی می تواند از دانش و اطلاعات شرکت خود در کشور فزاینده بخواه طوری استفاده نماید.
- ۲- یکیم بودن شرکت ها در فعالیتها و منافع شرکت مشترک، ریسک سیاسی و اقتصادی سرمایه گذاری شرکت انتقال دهنده تکنولوژی را کاهش می دهد.

۳- امکان استفاده از قیمت های تجاری هنگامی که در کشور فزاینده می تواند سرمایه گذاری خارجی وجود دارد، برای سرمایه گذاری خارجی فراهم می شود.

با توجه به شرایط این نوع قرارداد و مزیت های ذکر شده، شرکت های نیاب سراط خود و در نظر گرفتن جوابت افراد مورد این نوع قرارداد می تواند فعالیت های مشترکی با بیلدیر انجام دهند.

۱۹) شیوه‌های متداول پرداخت در بازرگانی خارجی را نام ببرید و یک مورد را توضیح دهید.

- ۱- روش حساب باز
- ۲- روش صدور سوابق و پولی ساده
- ۳- روش پروات و پولی اسنادی
- ۴- روش اعتبار اسنادی
- ۵- روش پرداخت از پیش
- ۶- روش‌های پرداخت بی‌نی و تلگرافی
- ۷- روش بانایایی

روش پروات و پولی ساده

برای این روش که بابت زیادی به شیوه حساب باز دارد، فروشنده پس از ارسال کالا، برای دریافت بدهه خریدار گیده و بصورت مستقیم یا از طریق بانک برای او می‌فرستد. این روش ریسک کمتری نسبت به شیوه حساب باز دارد، زیرا پذیرش برات مذکور از طرف خریدار نوعی تضمین برای فروشنده ای‌دی کند.

۲۰) انواع اعتبارات اسنادی را نام ببرید.

- ۱- قابل برگشت
- ۲- غیر قابل برگشت
- ۳- تأیید شده
- ۴- قابل انتقال
- ۵- غیر قابل انتقال
- ۶- مدت دار (نورانس نیم)
- ۷- انکاسی (بسیب به بیست)
- ۸- دیداری
- ۹- گردان
- ۱۰- ماه قمری
- ۱۱- وارداتی یا صادراتی

۲۱) تفاوت خرید بانایایی با بی‌نی چیست؟

در تجارت بانایایی گوی خریدار بجای پرداخت پول کالای (بیلی) را به تسویر فروشنده انتقال می‌دهد. در این نوع تجارت گویهای طرف مقابل ابتدا در مورد کالاهایی که می‌خواهند مبادله کنند، مذاکره نموده و پس از موافقت در مورد نوع و مشخصات کالا، مقدار و ارزش معامله، زمان تحویل و سایر شرایط، به انجام آن همت می‌کنند.

در چارچوب روش بی‌نی، شرکت سرمایه‌گذار با انتقال منابع مالی و تکنولوژی از تسویر صادر به گوی فرزان طرحی را اجرا می‌کند و نگاه پس از آغاز بوجه برداری، تا آنجا که بخشی از محصولات طرح به شرکت سرمایه‌گذار داده می‌شود تا مطالبات او تسویه گردد. به بیان دیگر در این روش کارفرما یا تسویر فرزان بجای پرداخت پول از محصولات طرح به او می‌فروشد تا سرمایه‌گذار بدی خود را تسویه نموده و بتواند فاللیت مالیات ایجاد شده را در اختیار ببرد.

ن
بای

اجر بند

نویسنده: محمدیوش لیدی