

MEZINÁRODNÍ MANAGEMENT

3. ČÁST: SPECIFIKA OBCHODU V MEZINÁRODNÍM PROSTŘEDÍ

Ing. Omar Ameir, Ph.D.

3. Specifika obchodu v mezinárodním prostředí

3.1 Základní charakteristika mezinárodního obchodu

3.2 Teorie absolutní výhody

3.3 Teorie komparativní výhody

3.4 Teorie reciproční poptávky

3.5 bariéry mezinárodního obchodu

3.1 Základní charakteristika mezinárodního obchodu

- Základem problematiky je vysvětlení:
 - které komodity a proč by mezi sebou měly země obchodovat;
 - výhodnosti mezinárodního obchodu pro všechny účastníky.
- Tři základní teorie:
 - Teorie absolutní výhody;
 - Teorie komparativní výhody;
 - Teorie reciproční poptávky.

3.2 Teorie absolutní výhody

- Základem: Pojednání o podstatě a původu bohatství národů (Adam Smith, 1776);
- Bohatství vzniká dosažitelností produktů, ne akumulací kapitálu.
- Dosažitelnost produktů je umožněna dvěma základními výhodami:
 - přirozené výhody;
 - získané výhody.
- Předpoklad efektivity volné ruky mezinárodního trhu – státní intervence a jiné zásahy jsou kontraproduktivní.
- Jednotlivé státy dováží produkty, jejichž vyprodukování doma by bylo dražší – efektivita volného mezinárodního obchodu.

3.3 Teorie komparativní výhody

- Základem: Zásady politické ekonomie a zdanění (David Ricardo, 1817);
- Navazuje a doplňuje Teorii absolutní výhody.
- Mezinárodní obchod je výhodný i v případě, že má stát absolutní výhodu ve všech produktech, se kterými může obchodovat.
- Princip: produkce pouze toho statku, který je vyráběn efektivněji, na úkor produkce statku, který je produkován méně efektivně.

3.3 Teorie komparativní výhody

- Otázky k zamyšlení:
 - Proč v otázce životní úrovně velké země neválčují ty malé?
 - Proč je životní úroveň Lucemburska vyšší než životní úroveň Indie?
 - Jakou roli v tom hraje technologický pokrok?
 - Platí i tento fakt i pro jiné oblasti než pro otázku životní úrovně?

3.4 Teorie reciproční poptávky

- Základem: Zásady politické ekonomie (John Stewart Mill, 1848).
- Náklady nejsou k finální ceně fixně vázány.
- Finální cena vzniká protnutím poptávky a nabídky.
- Důležitý pojem: mezinárodní směnný poměr.

3.5 Bariéry mezinárodního obchodu

Typy bariér expanze zahraničních obchodních subjektů :

- 1) merkantilismus (ekonomický nacionalismus) – aktuální v posledních několika desítkách let při existenci mezinárodních státních společenství;
- 2) vícestranné (smluvní) prostředky;
- 3) autonomní prostředky.

3.5 Bariéry mezinárodního obchodu

ad 2) Vícestranné prostředky:

a) bilaterální;

b) multilaterální:

- mezinárodní organizace (WTO, OPEC, MMF);
- mezinárodní integrační seskupení (EU, NAFTA, OECD);
- jedná se především o obchodní smlouvy, směrnice, dohody apod.

3.5 Bariéry mezinárodního obchodu

ad 3) Autonomní prostředky:

a) tarifní;

b) netarifní;

- korespondují s jednostrannými zájmy jednoho konkrétního státu;
- jde o snahu zamezit/snižovat vstup zahraničních obchodních subjektů na domácí trh;
- musí respektovat prostředky vícestranné.

3.5 Bariéry mezinárodního obchodu

Cla jsou dělena podle mnoha kritérií, zejména podle těchto tří následujících:

- a) funkce;
- b) směru pohybu zboží;
- c) způsobu výběru.

3.5 Bariéry mezinárodního obchodu

- Bariéry vstupu musí být podrobeny analýze před jakoukoliv expanzí.
- Bariéry vstupu spoluurčují strategii expanze.

Děkuji za pozornost