

اتخاذ سیاست استراتژیک تجاری برای نجات اقتصاد ملی الزامی است

اشاره:

در آستانه طراحی سومین برنامه پنج‌ساله توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی کشور، توجه جدی به اتخاذ سیاست‌های تجاری دولت برای افزایش توان تجارت خارجی و بالا بردن سهم اقتصاد ملی در تجارت بین‌المللی، یگانه طریق جدا شدن از وابستگی متحد اقتصاد کشور به نفت است.

آنچه مسلم است سیاست‌های اتخاذ شده در گذشته نتوانسته است تلنگرهای توسعه‌ای را بر طرف سازد و اقتصاد ملی را در فرآیند رشد پویا قرار دهد و هنوز نیز نوسانات قیمت نفت، مدیران‌های اقتصاد ملی را تحت تأثیر قرار می‌دهد.

در دنیای تجارت بین‌المللی امروز، دیگر بحث توسعه صادرات یا جایگزینی واردات مطرح نمی‌باشد، بلکه سیاست‌گزاران اقتصادی به اتخاذ استراتژی جنبش صادراتی با به کارگیری سیاست استراتژیک تجاری می‌انديهند و بر مبنای محاسبات دقیق و عقلایی به خلق مزیت‌های نسبی تازه برای اقتصادشان کمک می‌کنند، ما نیز از این فاصله نمی‌توانیم برگزاردیم، اگر به افزایش سهم خود در تجارت بین‌المللی، دست‌یابی به رشد و توسعه پویای اقتصادی و... می‌اندیشیم.

به لحاظ اهمیت بحث «استراتژی جنبش صادراتی» در این شماره نشریه «بررسی‌های بازرگانی» سخنرانی دکتر محمد سپاهوندیان معاون برنامه‌ریزی و اطلاع‌رسانی وزارت بازرگانی و سرپرست مؤسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی در نخستین همایش «شناخت استعدادهای بازرگانی اقتصادی استان‌ها» که دی ماه سال ۱۳۷۳ در مشهد برگزار شد، را به چاپ می‌رسانیم.

معلوم نیست که این مزیت همیشه به همین صورت باقی بماند.

وی افزود: در تاریخ مبادلات تجاری، بسیاری از مزیت‌ها عوض شده‌اند، لذا باید بلافاصله از مزیت‌های نسبی در دسترس استفاده کرد و آن را به مزیتی ساختاری تبدیل نمود.

وی با اشاره به فرصت مناسبی که در بخش تجارت با کشورهای آسیای میانه و ماوراء قفقاز برای اقتصاد ایران فراهم شده، گفت: استفاده از این فرصت مشروط بر آن است که برای آینده کشور سیاست استراتژیک تجاری داشته باشیم

باید حاکم بر سیاست‌های روزمره، لحظه‌ای و واکنشی باشد.

وی تصریح کرد: اجرای سیاست استراتژیک تجاری به عزم ملی، وحدت، همدلی و همکاری میان دستگاه‌های علمی و پژوهشی و نهادهای اجرایی کشور بستگی دارد.

دکتر نهاوندیان در این همایش اظهار داشت: به لحاظ توانمندی‌های موجود اقتصادی و امکان ویژه‌ای که مزینت حمل و نقل برای اقتصاد ایران در رابطه با آسیای میانه به وجود آورده، از مزیت نسبی فوق‌العاده‌ای برخوردار شده‌ایم. اما

اتخاذ سیاست استراتژیک تجاری برای نجات اقتصاد کشور الزامی است و جز این راهی وجود ندارد.

دکتر نهاوندیان در همایش «شناخت استعدادهای بازرگانی - اقتصادی استان‌ها» در مشهد افزود: اتخاذ سیاست استراتژیک تجاری در عین اقتضای برخورد فعالانه دولت با امور تجاری و حمایت‌های لازم، این حمایت‌ها را به سوی فعالیت‌هایی هدایت می‌کند که در دید پویا، منطق اقتصادی دارند.

وی گفت: اگر سیاست استراتژیک تجاری برای اقتصاد کشور طراحی شد،

فوق آن است که نرخ نهایی جانشینی صعودی است، یعنی هزینه تبدیل کالاها به یکدیگر رو به افزایش خواهد بود. (یعنی منحنی امکانات تولید نسبت به مبدأ مقعر است.) اما اگر نرخ نهایی جانشینی نزولی باشد، یعنی اگر برای تولید بیشتر از یک کالا مجبور به چشم‌پوشی کمتر و کمتری از کالای دیگر باشید (منحنی امکانات تولید نسبت به مبدأ محدب باشد) تمام نتایج این تئوری عوض می‌شود.

به همین ترتیب اگر عناصر فضایی (هزینه حمل و نقل) وارد تئوری شود، اگر به جای رقابت کامل، رقابت ناقص حکمفرما باشد یا به طور کلی اگر یکی از موارد شکست بازار وارد تئوری شود، نتایج آن دگرگون خواهد شد. در این شرایط دعوا بر سر جواب مسأله نیست، بلکه بحث بر سر متفاوت بودن صورت مسأله است. طبیعی است وقتی صورت مسأله متفاوت باشد، نتایج و توصیه‌های سیاست‌گذاری حاصل از آن نیز متفاوت خواهد بود.

وی تصریح کرد: نسخه‌ای که براساس این بحث جدید می‌نویسند نه نسخه آزادسازی تجاری در همه مراحل از آغاز تا انجام است و نه نسخه حمایت از صنایعی که مزیت نسبی ندارند. حرف اصلی چیز دیگری است و آن داشتن سیاست‌های استراتژیک در تجارت است. اگر بتوان نه مزیت‌های نسبی بالفعل، بلکه مزیت‌های نسبی بالقوه را شناسایی نمود که در زمان بلوغ و باروری بتواند در شرایط آزاد رقابت کند، حمایت‌های دولت در نقطه آغازین بسیار منطقی و اقتصادی است و در مجموع نه تنها هزینه ندارد که صرفه هم دارد.

وی گفت: این بحث قدری با بحث قدیمی حمایت از صنایع نوزاد فرق دارد. بخشی از این تفاوت ناشی از اقدام استراتژیک به منظور دفع حریف است.

وی افزود: از حدود ۱۵-۱۰ سال گذشته، حتی در کشورهای پیشرفته صنعتی، بحث جدیدی مطرح شده است که آزادسازی تجاری یا حمایت‌گرایی سنتی نیست، بلکه بحث حمایت‌گرایی نوین یا سیاست‌های استراتژیک تجاری است.

وی گفت: معمولاً در بحث‌های سنتی تجارت بین‌الملل، مزیت‌های نسبی را در قالب تئوری مبتنی بر مواهب عوامل تولید کشورها مشخص می‌سازند. در این تئوری، هر کشور در تولید و صدور کالایی مزیت دارد که عامل اصلی تولید آن کالا وفور نسبی است. حاصل این نظر آن است که کشورها در مزیت‌های نسبی اقتصاد خود محدود به مواهب اقتصادی خویش هستند. لذا اگر کشوری نیروی کار نسبی بیشتری دارد، مزیت نسبی حکم می‌کند که در کالای کاربر تخصص پیدا کند. طبعاً با افزایش غیرمتناسب عوامل تولید، اگر رشد نیروی کار بیشتر از رشد عامل سرمایه باشد، براساس قضیه «ریبژینسکی» در این گرواب بیشتر فرومی‌رود. یعنی اگر نیروی کارش دوبرابر شده باشد، تولید کالای کاربر بیش از دو برابر می‌شود و در مقابل، تولید کالای سرمایه‌بر کاهش می‌یابد. لذا از این نظریه در واقع گونه‌ای در جازدن و محدود شدن، زندانی امکانات و مواهب طبیعی ماندن، مستفاد می‌شود.

دکتر نهاوندیان گفت: اشکالاتی که برخی از متفکران بر این نظریه گرفته‌اند، تا مدت‌ها فقط به شکل سلبی و رفعی بود. لکن در نظریات جدید تجارت بین‌المللی دیگر نفی نتیجه تئوری هکشر - اوهلین مطرح نیست، بلکه تردید در واقعی بودن فروض آن مطرح است. اگر فروض تئوری به قوت خود باقی باشد، نتایج آن نیز در جای خودش درست است، اما اگر فروض مصداق پیدا نکند، چه خواهد شد؟ برای مثال یکی از فروض تئوری

و آن را تحت‌الشعاع برخی نیازهای روزمره قرار ندهیم، بلکه بر سیاست‌های کوتاه‌مدت و لحظه‌ای فایز سازیم.

وی گفت: انکار نمی‌کنیم که در تصمیم‌گیری‌های اقتصادی باید نسبت به مسایل و مشکلات روز انعطاف‌پذیری داشت، اما اگر نوسانات ناشی از مسایل روزمره به تونلی هدایت شود که جریان و روند توسعه را تعیین می‌کند، در عین آنکه به مسایل روزمره پاسخ داده می‌شود، جریان اصلی توسعه نیز لطمه نخواهد دید.

دکتر نهاوندیان در تشریح سیاست استراتژیک تجاری برای جهش صادراتی گفت: در تاریخ تفکر اقتصادی در بحث‌های مربوط به سیاست‌های تجاری، به‌طور سنتی تقابلی بین آزادسازی تجاری و بینش حمایت‌گرایی وجود داشته است. در تاریخ مکتوب اندیشه‌های اقتصادی طی ۲۰۰ تا ۳۰۰ سال گذشته، صف‌کشی‌ها و ارایه استدلالی در هر دو طرف بوده است.

وی افزود: معمولاً طرفداران آزادسازی تجاری با تکیه بر فرصت‌های از دست رفته نساشی از اعمال محدودیت‌های تعرفه‌ای و مقداری، استدلال می‌کردند، کشورهایی که چنین سیاست‌هایی را اتخاذ می‌کنند، از محدود شدن تجارت زیان خواهند دید. طبعاً ارایه این استدلال باعث غلبه این نظریه شد و اغلب کشورهایی که بینش آزادسازی تجاری را اتخاذ کردند، به پیشرفت‌های بیشتری نایل شدند. لکن، در بعضی از کشورهای در حال توسعه با اتخاذ این سیاست‌ها، اوضاع اقتصادی بدتر شد. سیر توسعه آنها با دشواری‌های جدی روبه‌رو گردید و این غم‌موز و پیچیدگی انتخاب بین توسعه صادرات و جایگزینی واردات، به‌خصوص در کشورهایی که سیاست مستمر و ثابتی نداشتند، وضع را بدتر کرد.

معاونت برنامه‌ریزی و اطلاع‌رسانی وزارت بازرگانی تصریح کرد: در قالب سیاست استراتژیک تجاری به رقیب یا رقبا به صراحت اخطار می‌شود که در بازار حضور پیدا می‌کنیم و در این راه سرمایه‌گذاری کرده‌ایم. اما از آنجا که این قبیل اقدامات نیازمند ریسک‌پذیری است و بخش خصوصی به‌تنهایی نمی‌تواند هزینه‌های مخاطره (ریسک) را تقبل کند، دولت با پرداخت یارانه به حمایت از تولیدکننده می‌پردازد و سبب می‌شود که تولیدکننده با اطمینان کامل اقدام به تولید کند و تولیدکننده خارجی را که از اطمینان مشابهی برخوردار نیست، از میدان رقابت بیرون کند.

وی در ادامه گفت: بدیهی است که دولت قادر خواهد بود با گرفتن مالیات از سود حاصله تولیدکننده در مرحله بعدی، هزینه یارانه اولیه‌ای را که پرداخت کرده است، جبران کند و در عین حال با اقدام خود سبب شود که سود شرکت‌های خارجی به اقتصاد داخلی منتقل شود.

وی گفت: با استفاده از این تئوری‌ها در دیدی پویا و بلندمدت قطعاً دخالت دولت در برخی از زمینه‌ها لازم و مفید است، اما به معنای حمایت‌گرایی سنتی از اقتصاد داخلی نیست. در این دید، صادرات، مازاد تولید بر مصرف داخلی تلقی نمی‌شود، بلکه بازار را در قالب بلندمدت‌تر می‌بینند و تحلیل پویا می‌کنند. بعد به این نتیجه می‌رسند که اگر در حال حاضر صنعتی فاقد توجه اقتصادی است، اما در فلان نقطه از زمان دارای توجه خواهد بود، سیاست‌های حمایتی خود را برای رسیدن از نقطه فعلی به نقطه مطلوب، تعیین می‌کنند و خود را اسیر سیاست‌های سنتی حمایت و یا شعارهای آزادسازی اقتصادی نمی‌نمایند، بلکه مترصدند تا از تمام موقعیت‌ها استفاده کنند.

دکتر نساوندیان گفت: درست در

زمانی که در سراسر ایران صحبت از «گات» و آزادسازی تجاری در سطح بین‌المللی و جهانی کردن تولید است، پیرامون نفتا (NAFTA) که در واقع یک بازار منطقه‌ای و نوعی اعمال محدودیت و اعمال ترجیح است، کار می‌شود.

وی افزود: براساس تئوری «دومین مطلوب»، معلوم نیست که تشکیل اتحادیه‌های تجاری و حذف موانع تجاری در یک منطقه، همان فواید برداشتن موانع از همه بازارها را داشته باشد، ولی این کار را به لحاظ منافع ملی انجام می‌دهند.

وی تصریح کرد: پیام این بحث‌ها، که بحث نظری آن باید در فرصت مناسب صورت بگیرد، لزوم طراحی سیاست‌های استراتژیک تجاری است، نه سیاست‌های عادی تجارت. سیاست‌های استراتژیک تجاری، سیاست‌های بلندمدت محدود نماندن در مزیت‌های نسبی موجود است و به تعبیری سیاست‌های «خلق مزیت نسبی» است.

وی افزود: در مطالعه و طراحی سیاست‌ها، نباید تنها به وضعیت موجود صنایع کشور و ظرفیت تولید آن توجه داشت و اگر رشدی در سرمایه‌گذاری می‌شود، به این صورت باشد که ماشین‌آلات دیگری پهلوی ماشین‌آلات فعلی قرار گیرد، زیرا این دیگر سیاست استراتژیک و با نظر به بازار هدف تولید کردن، نخواهد بود. این، رشد کمی به وضع موجود است.

وی گفت: سؤالی که کشورهای درحال توسعه باید به آن پاسخ بدهند، این است که ۲۰ سال دیگر می‌خواهند چه وضعیتی در بازار جهانی داشته باشند. چه کسی تعیین کرده که ما باید فرش فروش و نفت‌فروش دنیا باشیم؟ آیا مواهب تولید ما این را حکم کرده یا بازارهای جهانی؟

وی تأکید کرد: در دنیای امروز

حمایت زودهنگام یک دولت، از طریق دفع ورود رقیب به بازار، عملاً سیاست صنعتی کشور رقیب را تعیین می‌کند.

وی افزود: اکنون که همه اعتراف دارند که ما استقلال سیاسی داریم، باید سیاست‌هایمان را به نحوی طراحی کنیم که در میدان‌های اقتصادی عالم نیز بتوانیم مستقلانه سرنوشت اقتصادی خویش را رقم بزنیم. الان باید تصمیم بگیریم که ۲۰ سال دیگر آن کاری را که در دنیا انجام دهیم که خود تصمیم گرفته‌ایم، تصمیمی که به نفع فرزندان این مرزوبوم خواهد بود.

معاونت برنامه‌ریزی و اطلاع‌رسانی وزارت بازرگانی تصریح کرد که در سال‌های اخیر به فکر تدوین سیاست استراتژیک نبوده‌ایم. در طراحی این سیاست امکان ندارد که کسی در مورد تجارت حرفی بزند، اما تولید فکر دیگری بکنند، کشاورزی به نحو دیگری بیندیشد و نفت تفکر دیگری داشته باشد. کل اقتصاد کشور باید چنین عزمی و چنین بُرد دیدی داشته باشد. اگر با این دید به تجارت نگاه شود، آنگاه راهنمای سیاست‌های صنعتی، تولیدی و اعتباری کشور، تجارت خواهد بود.

وی تصریح کرد که سیاست‌های استراتژیک تجاری روشن خواهند کرد که باید به فکر تولید چه کالایی، به چه مقدار و کیفیتی باشیم. ثمره این بحث آن است که هم بهبود کیفی، هم تأمین نیازهای داخلی و هم خوداتکایی و استقلال اقتصادی حاصل می‌شود.

وی متذکر شد که سیاست استراتژیک تجاری از بینشی که فقط چشم به بازار داخلی داشته باشد و بر مبنای آن به تولید شکل بدهد، حاصل نمی‌شود. البته در بینش معمول صادرات وجود دارد، اما محدود می‌شود به صادرات سنتی که در طول سال‌ها، دهه‌ها و بلکه قرن‌ها یک بازار بین‌المللی برای

آن پیدا شده است. یک بازار حاشیهای صادرات و معمولاً به شکل نمونه‌فروشی. وی با اشاره به جریان ورود و خروج همزمان یک کالا در کشورهای صنعتی گفت: در حال حاضر تمایز در محصول تعیین‌کننده بخش وسیعی از تجارت بین‌الملل است. در واقع با تمایزی که در محصول ایجاد می‌شود، تولیدکنندگان بخش معینی از مصرف‌کنندگان را هدف می‌گیرند که لزوماً تابع کشور تولیدکننده نیستند.

وی تصریح کرد: اگر قرار باشد اقتصاد ملی برپایه استغناء از تشتت شکل بگیرد و طراحی شود، یک نگاه متفاوت به سیاست‌های تجاری لازم است. ادامه این وضعیت که سیاست‌های تجاری ما تحت‌الشعاع سیاست‌های درآمدی دولت باشد و ما به بحث تعرفه به عنوان یک منبع درآمد برای دولت نگاه کنیم، امکان‌پذیر است و بسیاری از کشورها نیز چنین می‌کنند. اما اگر این کار انجام شد، دیگر نباید در پی رسیدن به استغناء از طریق سیاست‌های تجاری بود، زیرا سیاست‌های تجاری نداریم و از آن به صورت سیاست درآمدی استفاده کرده‌ایم. ما باید تصمیم بگیریم که تجارت را به چه عنوان نگاه می‌کنیم. آیا به عنوان راه نجات اقتصاد کشور از اتکاء به درآمدهای نفتی، که ممکن است خدای نکرده حتی برای ما هزینه سیاسی هم داشته باشد، یا به عنوان یکی از عناصر در معاملات اقتصادی چند مجهوله‌ای که داریم؟ در برنامه‌ریزی‌های اقتصادی باید به صراحت مشخص کنیم که آیا ما می‌خواهیم سیاست‌های تجاری خود را تابع سیاست‌های ارزی کنیم یا بالعکس، این سیاست‌های تجاری است که به سیاست‌های صنعتی، ارزی و اعتباری ما جهت خواهد داد.

در حال حاضر همزمان با تحرکاتی که در اقتصاد و تجارت دنیا در حال انجام

است، سهم صادرات غیرنفتی ایران فقط یک‌دهم درصد صادرات جهان است که شایسته کشور ما نیست.

وی تصریح کرد: در عصر حاضر در عین حال که از جهانی کردن تولید و تجارت سخن گفته می‌شود، قوی‌ترین گرایش‌ها، گرایش‌های منطقه‌ای است. آمریکا بعد از امضاء «نفتا» دنبال این است که «لافتا» (اتحادیه تجارت آزاد آمریکای لاتین) را هم به نفتا وصل کند و در واقع «افتا» (اتحادیه تجارت آزاد قاره آمریکا) را تشکیل بدهد. علت اصلی وارد کردن مکزیکی در پیمانی که آمریکا با کانادا داشت نیز این بود که در واقع مکزیکی دروازه‌ای بشود برای ورود به آمریکای لاتین. همزمان آمریکا اصرار داشت در حرکت آسیایی به سردمداری ژاپن نیز وارد شود و در سازمان همکاری آسیا - اقیانوسیه (اپک) نیز وارد شد.

وی افزود: حرکت اتحادیه اروپا در طرح‌ریزی ۲۰ ساله‌اش نیز در واقع مقابله‌ای بود با انتقال مرکز ثقل اقتصاد جهان از اقیانوس اطلس به اقیانوس آرام. اعضای اتحادیه علاج کار را در این یافتند که مرزهای بین خودشان را بردارند و جریان تجارت را سریع‌تر کنند، زیرا سریع‌تر شدن جریان تجارت را موتور رشد می‌دانند.

دکتر نهارندیان گفت: بحث کاهش هزینه‌های تجاری برای گسترش تولید و تجارت در چند سال قبل در انکتاب مطرح شد و محاسبات نشان داد که هزینه‌های تجارت و فعالیت‌های جانبی آن با استفاده از تجارت الکترونیکی و ایجاد نقطه‌های تجاری (T.P.) در دنیا تا حد ۲۵ درصد قابل کاهش است. مطالعات نشان داد که اگر نقطه‌های تجاری دنیا با هم در ارتباط باشند و اطلاعات لحظه‌ای در اختیار صادرکنندگان و واردکنندگان قرار گیرد، رقابت بالا می‌رود، هزینه‌ها و قیمت‌ها کاهش می‌یابد و اقتصاد جهانی رشد پیدا

می‌کند.

وی با اشاره به موقعیت جغرافیایی کشور گفت: وضعیت کشورهای همجوار شمالی در آغاز فروپاشی شوروی سابق، فرصت بی‌نظیری بود که هنوز کاملاً از دست نرفته است. حرکتی که در سازمان همکاری اقتصادی (اگو) انجام شد، بسیار خوب است، اما نباید خود را به امکانات موجود در استان خراسان یا سایر استان‌ها محدود سازیم، بلکه باید دید بلندمدت و پویا داشته باشیم.

وی گفت: کار مثبتی که در حال انجام است را نفی نمی‌کنیم، اما باید دید بلندمدت و طراحی استراتژیک داشته باشیم.

وی گفت: این بحث که اقتصادهای همسان نمی‌توانند با هم تجارت داشته باشند نیز صحیح نیست و پایه علمی ندارد. حتی در تئوری ثابت شده است که با داشتن امکانات تولید یکسان، مادامی که الگوی مصرف کشورها متفاوت باشد، تجارت بین آنها جاری می‌شود و هر دو طرف معامله به رفاہ بیشتری دست می‌یابند.

وی افزود: حتی در اقتصادهای یکسان به لحاظ بزرگتر شدن بازار، بعضی از کالاها که پیش از آن سرمایه‌گذاری برای آنها توجیه اقتصادی نداشت، دارای توجیه اقتصادی می‌شود و این همان بحث صرفه‌مقیاس است.

وی گفت: بحث صرفه‌مقیاس سبب شده که حتی شرکت‌ها و کشورهای بزرگ صنعتی جهان چاره‌ای نداشته باشند، جز آنکه با یکدیگر در زمینه فن‌آوری‌های پیشرفته، اقدام به سرمایه‌گذاری مشترک کنند. این امر به لحاظ ضرورت انجام سرمایه‌گذاری کلان و جلوگیری از رقابت مضر، دوباره کاری و بالاخره به لحاظ نظریه بازی و دفع سایر رقبا می‌باشد.