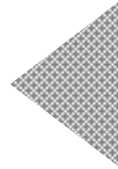


انگاره پورتر در تجارت و مزیت رقابتی



سید احسان خاندوزی

۱. تحول تکاملی دیدگاههای تجارت بین الملل

تا اوائل دهه ۱۹۷۰ میلادی دیدگاه رایج در تفسیر تجارت بین الملل مبتنی بر نظریه معروف «مزیت نسبی ریکاردو» بود. بنا بر این نظریه عاملی که موجب می شد یک کشور به تجارت با دیگر کشورها مبادرت ورزد، تفاوت قیمت‌های نسبی کالاها در کشورها و امکان تهیه ارزان تر کالا و خدمات از طریق واردات و تخصصی شدن آن کشور در صادرات برخی کالاها یا دیگر با مزیت نسبی بالاتر بیان می شد. از سوی دیگر عاملی که موجب می شد یک کشور به صادرات در برخی محصولات خاص بپردازد و مزیت نسبی در دیگر کالاها نداشته باشد، به موجودی عوامل تولید کشور یا مزیت‌های طبیعی آن بازمی گشت. به عنوان نمونه کشوری که سرمایه فراوانتر و ارزانتری در اختیار داشت به سوی تخصصی شدن در تولید صادرات محصولات سرمایه بر می رفت و به همین صورت. البته در میانه قرن بیستم این دیدگاه رایج با نظریه‌های دیگری (بویژه نظریه هکشر-اوهلین-سامونلسون) تکمیل گردید اما ماهیت و اساس تبیین آن ثابت باقی ماند.

بر اساس دیدگاه رایج در مزیت نسبی، وارد شدن در عرصه تجارت بین الملل برای هر دو طرف مبادله سودآور تلقی می شد و هر کشور با توجه به موجودی عوامل خود قطعا محصول یا محصولاتی برای تولید و تخصص گرایی در تجارت بین الملل پیدا می کرد. همچنین تجارت جهانی در محصولات می توانست جانشینی برای جابه جایی عوامل تولید باشد به طوریکه در آمد و منافع عوامل را در درون مرزهای کشور به برابری سوق می داد. در نتیجه تحت نظام رقابت آزاد، ناعادلانه بودن رابطه مبادله تجاری از بین می رفت و بهره کشی اقتصادی کشورها نسبت به یکدیگر رخت برمی بست. در این ایده فراگیر و پرنفوذ، هر گونه حمایت و سیاستهای تجاری معطوف به دفاع از منافع ملی، برای بهزیستی اقتصاد ملی زیان آور تلقی شده و حتی حمایت از صنایع نوزاد نیز با شروط بسیار و تحت شرایط کاملا خاص، پذیرفته می شد. شرایطی که در نیمه دوم قرن بیستم بویژه در سه دهه پایانی آن موجب تغییر فضای اقتصاد، ارتباطات و

تجارت جهانی شد، موجب گردید علیرغم برخی تاییدهای نظری و گاه تجربی اصل مزیت نسبی، موفق‌ترین نمونه‌های صنعتی شدن در این دوره (ژاپن، کره و سپس دیگر اقتصادهای موفق شرق آسیا) بر اساس الگویی غیر از تخصص‌گرایی مورد انتظار مزیت نسبی و موجودی عوامل به پیشرفت و توسعه برسند. اگرچه چرخش این اقتصادها از رویکرد جایگزینی واردات و سیاستهای مرتبط با دولت، نقش مهمی بازی می‌کرد اما این تمام ماجرا نبود زیرا اصل اهداف تخصص‌گرایی این کشورها از قانون متعارف تجارت پیروی نمی‌کرد و به سوی صناعی رفتند که در ابتدا مزیت روشنی در آنها نداشتند. وزیر تجارت بین‌الملل و صنایع ژاپن در گزارشی به سازمان توسعه و همکاریهای اقتصادی اعتراف کرد که تلاش برای صنایع با هزینه نسبی پایین‌تر برای رشد صنعتی ژاپن غیرمفید است و کشورش تصمیم دارد به سوی صناعی حرکت کند که در نگاه ایستا و کوتاه‌مدت موافق عقلانیت اقتصادی نیست اما از دیدگاه بلندمدت صناعی هستند که کشش درآمدی تقاضای آنها بسیار بالاست و پیشرفت فناوری، سریع و بهره‌وری نیروی کار روزافزون است.^۱

دیگر کشورهای هم‌تراز نیز چنین رویکردهای مشابهی داشتند و درجاتی از حمایت جهت‌دار و دخالت دولت در هدفگذاری و تشویق صنعت را تجربه کرده‌اند. البته این موفقیتها به تناسب شیوه‌های مداخله و زمانهای مختلف، یکسان نبود. همانطور که گفته شد اگرچه سیاستهای معطوف به صادرات و فاصله گرفتن از جایگزینی واردات نقش غیرقابل انکاری در موفقیت این اقتصادها داشته است اما این گونه از تخصص‌گرایی و این سرعت در رقابت، با دیدگاه متعارف تجارت بین‌الملل قابل توجیه نبود. بنابراین مطلق بودن الگوی متعارف در این تجربه‌ها شکسته شد. باید توجه کرد که برخی ویژگی‌های اقتصادهای این منطقه (ویژگیهای نهادی، فرهنگی و ساختاری) چنان نقشی را ایفا کرده‌اند که امکان صادق بودن تکرار این تجربه در هر اقتصاد دیگری را (بدون توجه به لوازم آن) ضعیف جلوه می‌دهد.^۲

مشکلاتی که تبیین سنتی از تجارت بین‌الملل برای کشورهای پیشرو شرق آسیا ارائه می‌داد و عملکرد ضعیف رهبران صنعتی (و در راس همه ایالات متحده) در کنار استمرار عمومیت یافتن سیاستهای تشویقهای صنایع داخلی و حمایت‌گرایی، موجب تقویت مطالعات و بازنگریها در نظریات رشد و تجارت بین‌الملل گردید. ظهور نظریه استراتژیک تجاری از جدیدترین دستاوردهایی بود که به دنبال استفاده بهینه از سیاست تجاری و ابزارهای آن (یارانه‌ها، مالیاتها و مقررات) جهت دستیابی کشور به اهداف استراتژیک خود بود. این نظریه تلاشی بود برای تکمیل و پاسخگویی به ویژگیهای شرائط جدید اقتصادی مانند رقابت انحصاری، بازده به مقیاس صعودی، فرایند آزمون و خطا و پیشرفتهای فناوری.^۳

همانطور که ذکر شد در طول سه دهه اخیر تعدادی از کشورهای در حال توسعه به عنوان صادرکنندگان

بسیار موفق تولیدات صنعتی ظهور کرده و انعطاف و نوآوری قابل توجهی در طیف محصولات خود ایجاد کرده‌اند. این مساله از یک سو موجب تکانه‌های جدی در تجارت بین الملل شده به طوریکه کشورهای توسعه یافته شاهد کاهش سهم خویش از بازار جهانی بوده و از سوی دیگر به الگوهای خوبی برای رشد دیگر کشورهای در حال توسعه تبدیل شده‌اند. شاید این روند به خوبی دلیل اهمیت یافتن توان رقابت اقتصاد برای ملت‌ها را نشان دهد.

در دیدگاه‌های نوین تجارت گرچه نوع کالا و خدمات تولیدی اهمیت خویش را دارد لیکن چگونگی تولید کردن، اولویت رقابتی شدن صادرات کشور را تعیین می‌کند. اما در هر صورت برای بهبود جایگاه رقابت در تجارت جهانی باید به دو عامل کلیدی توجه کرد و آنها گسترش ظرفیت مهارت و خلاقیت در سطح ملی و دوم بهره بردن از پیشرفتهای فناوری جهانی است.

به طور خلاصه در مورد تحول این حوزه از دانش اقتصاد می‌توان گفت: نظریه تجارت بین الملل در دهه‌های اخیر شاهد چرخشهای چشمگیری بوده است، چرخش از فرض بازارهای کامل، فناوری مشابه بین کشورها و بی‌حرکی عوامل و نهادهای تولید در بین مرزها. ادبیات اخیر نقطه اتکاء خویش را بر موارد زیر استوار کرده است:^۴

- نقش تجارت نهادهای تولید (Jones, 2000)
- تمایز در تجارت بین الملل و جریان سرمایه‌گذاری به دلیل هزینه‌های جغرافیا، نهادها، حمل و نقل و هزینه‌های اطلاعاتی (Venables & Bound, 2001)
- انتقال دانش و اطلاعات در میان کشورها (Grossman & Helpman, 1991)
- تفاوت‌های فناوری در کشورها (Trefler, 1995 & Hakura, 2001)
- رقابت انحصاری در محصولات نامتشابه به همراه بازده به مقیاس صعودی (Krugman, 1979 & Ruffin, 1999)

الگوها و فروض جدید در نظریه تجارت به معنای نادرستی و کاربرد نداشتن الگوهای متعارف نیست بلکه می‌توان آنها را مکملی برای خلأ نظریات پیشین جهت فراهم آوردن چارچوب غنی‌تر تبیینی دانست. در واقع روندهای همبستگی در اقتصاد جهانی امروز، تمام محدودیت‌های شیوه‌های متعارف تجارت و رقابت را دچار تغییر کرده است.

۲. نظریه پورتر در مزیت رقابتی

موج جدید نظریات تجارت بین‌الملل از اواخر دهه ۱۹۸۰ با هدف پرکردن خلأ دیدگاه رایج وارد ادبیات اقتصادی شد که بررسی هر یک از این نظریات مجال مستقلی را می‌طلبد. از جمله جریان‌سازترین

نظریات این حوزه که تنها به اصلاحات جزئی اکتفا نکرده و تلاش نمود تا مبنایی متفاوت برای تبیین جامع روندهای تجارت جهانی ارائه دهد، نظریه مزیت رقابتی نام دارد. «مایکل پورتر»^۵ در سال ۱۹۹۰ با کتاب «مزیت رقابتی ملتها»^۶ به عنوان بنیانگذار این نظریه، مهمترین تأثیر را برجای گذاشت.^۷ بر این اساس، برای موفقیت یک کشور در تجارت جهانی، نمی‌توان تنها به مزیت‌های نسبی آشکار شده^۸ بسنده نمود بلکه اقتصادها می‌باید از طریق شناخت وضعیت و ساختار خود و ظرفیت‌سازی، به خلق مزیت پرداخته و با فراهم آوردن بسترهای سرآمدی جهانی و شرایط کارایی رقابتی، به فعالان اقتصادی اجازه دهند همگام با هدایت دولت، حوزه‌های جدیدی در تجارت جهانی را به خود اختصاص دهند. در این دیدگاه نقش موجودی عوامل تولید به معنای سنتی آن رو به کاهش می‌گذارد و همچنین فرصتهایی که فضای جهانی شدن در اختیار بنگاهها و دولت‌ها قرار می‌دهد، موجب شکسته شدن محدودیتهای پیشین می‌شود. آنچه در دیدگاه پورتر اهمیت دارد، همین محوریت بخشی به اصلاحات در سطح عاملان اقتصادی و نهادهای مرتبط است.

وی هدف از نوشتن کتابش را توضیح منشا کامیابی پایدار یک کشور در اقتصاد مدرن جهانی می‌داند. گرچه بیشتر نظریه‌ها و سیاستهای این حوزه بر سطح کلان اقتصاد تمرکز داشته‌اند اما دیدگاه پورتر بر بنیانهای خرد سرآمدی اقتصادی تکیه دارد و سعی می‌کند نقش شرکتها را در کنار نهاد دولت پررنگ نماید.

چندین عامل موجب شد کتاب و دیدگاه پورتر با استقبال و توجه محافل اقتصادی و سیاستگذاری مواجه شود: نخست آنکه این کتاب در دوره‌ای منتشر شد که رقابت‌های اقتصادی و مجازی در حال رشد فزاینده‌ای بود و موانع تجاری شاهد کاهش چشمگیر و بازارها در حال بازشدن بود و حتی کشورهای کمونیستی سابق نیز در حال تغییر نگرش به تجارت جهانی بودند. دوم، با وجود پیشرفتهای خوب از زاویه کلان توان رقابت و توسعه، اما این نتیجه نیز مورد تأکید قرار گرفت که اصلاحات اقتصاد کلان، لازم اما ناکافی است. آنچه باید مورد توجه قرار گیرد، بنیانهای خرد مربوط به راهبرد بنگاهها و نهادها، زیرساختها و سیاستهایی است که محیط کسب و کار و رقابت را شکل می‌دهند و کتاب پورتر در نقش یک پیشرو، با قوت زیادی این خلأ را پر نمود. دلیل سوم آنکه، این کتاب با رویکرد نظری قوی و مراجعه فراوان به تجربیات واقعی، توانسته پلی میان اهل کسب و کار و سیاستمداران دولتی، در موضوع توان رقابت^۹ ایجاد کند و از این طریق افقهای جدیدی را هم برای صاحبان صنایع و تجارت و هم برای سیاستمداران باز می‌گشاید.

۳. اهمیت ویژگی‌ها و نگاهها و محیط کسب و کار

امروزه اهمیت شالوده‌های سیاسی و نقش مهم بنیانهای اقتصاد کلان در رقابت‌پذیری و توسعه اقتصادی، بر همگان روشن شده است. ثبات فضای سیاسی و نهادهای کم‌نقص سیاسی و حقوقی، شرایط اولیه مهمی را برای رقابت‌پذیری فراهم می‌آورند. در اقتصاد کلان، سیاستی که در بردارنده دوراندیشی لازم برای مدیریت مالی دولت، تنظیم بدهی‌ها، متعادل کردن مخارج دستگاه حکومت، محدود کردن نقش دولت در اقتصاد و باز بودن در برابر بازارهای بین‌المللی بوده و بر سرمایه‌های انسانی و فیزیکی تأکید داشته باشد، باعث رشد و شکوفایی ملی خواهد شد.

بسیاری از جوامع، فرایند تثبیت و آزادسازی را در اقتصاد کلان طی کرده‌اند. اما، وجود سیاستهای معقول و محکم در اقتصاد کلان و بستر سیاسی باثبات، از جمله شرایطی است که برای تضمین شکوفایی اقتصادی لازم است، ولی کافی نیست. همان قدر مهم - و چه بسا از آن مهمتر - شالوده‌های توسعه‌ای اقتصاد خرد است که در روشهای عملیاتی و استراتژی‌های بنگاه و نیز در نهادهای کسب و کار و زیرساخت، نهادها و سیاست‌هایی ریشه دارد که شکل‌دهنده محیطی است که بنگاههای کشور در آن رقابت می‌ورزند. تا وقتی که در سطح اقتصاد خرد، وضع به شیوه‌ای مناسب بهبود نیابد، اصلاح سیاسی و یا اصلاحات اقتصادی در سطح کلان به بار نخواهد نشست.

پورتر می‌نویسد: شکوفایی یک کشور، دیگر در گرو شرایط مناسب اقتصاد کلان نیست، بلکه شرایطی که بر اقتصاد خرد آن کشور حاکم است، نقشی همان قدر مهم دارد و هم بخش خصوصی و هم دولت باید اهمیت این نقش را درک کرده و آن را کانون توجه خود قرار دهند. برای مثال، هر چند، سیاستهای کلانی که نرخهای بالای سرمایه‌گذاری سرمایه‌ای را تشویق می‌کند، مفید خواهد بود، ولی به تنهایی باعث افزایش بهره‌وری نمی‌شود، مگر شکلهای خاص سرمایه‌گذاری مناسب باشد؛ مهارتهای لازم موجود باشد و صنایع پشتیبانی ایجاد شده باشد که سرمایه‌گذارها را کارآمد سازد و فشارهای رقابتی و فشارهایی که بر شرکتها وارد می‌آید آن قدر بتواند باشد که انضباط بازار را پدید آورد. نرخهای بالای سرمایه‌گذاری عمومی در آموزش مدرسه‌ای در نهایت مفید نخواهد بود، مگر شرایط اقتصاد خرد در کشور، در شرکتها برای مهارت تقاضایی به وجود آورده باشد و برای تبدیل آموزش عمومی به دانایی تخصصی مورد نیاز کسب و کار، نهادها و شیوه‌های مناسبی وجود داشته باشد. حذف انحرافهای موجود در قیمت ارز و سایر قیمتها، موانع بهره‌وری را از بین می‌برد، ولی اگر قرار باشد بهره‌وری واقع بالا رود، باید بنیانها و شالوده‌های اقتصاد خرد به وجود آید. اتخاذ تدابیر سنجیده و خردمندانه درباره بدهی خارجی، به این بستگی دارد که این اعتبارات در چه زمینه‌ای سرمایه‌گذاری شده و کدام اصول بنیادین اقتصاد

خرد، سرمایه‌گذاری و نظام حاکم بر آن راهدایت می‌کند. کنترل و به نظم درآوردن سطوح کلی بدهی خارجی از بسیاری جهات آن قدر مهم نیست که بهبود شالوده‌ها و بنیانهای اقتصاد خرد.^{۱۰} بنابراین، اگر بنا بر آن باشد که سیاستهای محکم و اساسی سطح کلان به بازده‌های مولدتری بینجامد، ایجاد مجموعه کاملی از شالوده‌های تحکیم بخش در سطح اقتصاد خرد ضرورت می‌یابد. افزون بر آن، اگر کشورها آرزوی دستیابی به پیشرفتهای مهمی را در شکوفایی ملی در سر می‌پرورانند، این شالوده‌های اقتصاد خرد را باید هدفهایی متحرک تلقی کنند.

۴. رابطه رشد تجارت ملی با مزیت رقابتی بنگاهها

پرسش آغازین پورتر این است که: چرا برخی از ملتها در رقابتهای بین‌المللی به موفقیت دست می‌یابند و برخی دیگر شکست می‌خورند؟ این پرسش رایج‌ترین سؤال اقتصادی است که بسیار به گوش می‌رسد و موجب شده به دلمشغولی مرکزی دولتها و صاحبان صنایع تبدیل شود. اما وی پاسخ جامع و جهانشمول به این پرسش را دشوار و گاه گمراه‌کننده می‌داند و بنابراین به این پرسش اصلی می‌رسد که: چرا یک کشور به میزبانی برای رقیبان پیشرو در رقابت جهانی و در صنعتی خاص تبدیل می‌شود؟ یا اینکه چرا بنگاههای وابسته به یک ملت قادر به خلق و تداوم مزیت رقابتی خود در مقابل بهترین رقیبان بین‌المللی (در زمینه‌ای ویژه) هستند؟^{۱۱}

به عنوان نمونه چرا آلمان میزبان بسیاری از پیشروان صنایع مربوط به چاپ، مواد شیمیایی و خودروهای تشریفاتی است؟ چگونه است که بهترین رقیبان بین‌المللی در تجهیزات معدن، استخراج و کامیون‌های سنگین در سوئد گرد آمده‌اند؟ چرا چنین وضعی برای اقتصاد آمریکا در صناعی چون رایانه‌های شخصی، نرم افزارها، کارتهای اعتباری و فیلم و سینما وجود دارد؟ همچنین چگونه اقتصاد ژاپن بهترین جایگاه برای پیشروان صنعت محصولات الکترونیک، دوربینها، دستگاههای فاکس میل و رباطهای صنعتی به شمار می‌رود؟ ...

آنگاه پورتر بر اساس تحلیل خود به این نتیجه اشاره می‌کند که استاندارد زندگی یک ملت در بلندمدت به توانایی آن در دستیابی به سطح بالا و روزافزونی از بهره‌وری در صناعی بستگی دارد که بنگاهها در آن رقابت می‌کنند. وی تصریح می‌کند که بهره‌وری مهمترین تعیین‌کننده استاندارد زندگی یک ملت در بلندمدت به شمار می‌رود. رشد مستمر بهره‌وری، هم رشد درآمد ملی (صاحبان نیروی کار و سرمایه و منابع طبیعی) و هم قدرت در بازارهای خارجی را به دنبال دارد و معنایی برای توان رقابت جز افزایش مستمر و ارتقاء نوع بهره‌وری برای بنگاهها، قابل تأیید نیست.^{۱۲} بهره‌وری خود با ارزش کالاها و خدماتی سنجیده می‌شود که توسط هر واحد از منابع انسانی، سرمایه‌ای و فیزیکی کشور تولید می‌شود. مفهوم

بهره‌وری، باید هم ارزش "قیمت" محصولات یک کشور را در بازار در بر بگیرد و هم کارایی هر واحد استاندارد را که تولید می‌شود.

این نتیجه حاصل نمی‌شود مگر آنکه بنگاههای اقتصاد ظرفیت بهبود مستمر کیفیت عمل خود و کارایی بیشتر را پیدا کنند. آنچه برای سطح و نرخ رشد بهره‌وری دارای اهمیت مرکزی است، تاثیر کشور میزبان (دولت، بنگاهها، نهادها و شرایط محیطی) در پیگیری مزیت رقابتی در زمینه ای خاص است. شالوده‌های اقتصاد خرد بهره‌وری، بر دو حوزه به هم پیوسته استوار است: انعطاف و پیشرفتگی عملیات و راهبرد بنگاه و کیفیت محیط اقتصاد خرد کسب و کار.

در این دیدگاه، ثروت یک ملت و کشور به وسیله بهره‌وری کلیه عوامل تعیین می‌شود (بهره‌وری نیروی کار، سرمایه و منابع طبیعی و فکری). ریشه‌های بهره‌وری که در ویژگیهای فضای ملی و منطقه‌ای برای رقابت قابل شناسایی است. به‌طور خلاصه توسط الماس رقابت و بهره‌وری بیان می‌شود. اضلاع این الماس را که چکیده محورهای نظریه پورتر را تشکیل می‌دهد، عبارتند از:^{۱۳}

- اطلاعات و ویژگی عوامل تولید؛
- دسترسی به صنایع و زیرساخت‌های پشتیبان و مکمل؛
- راهبرد و ساختار بنگاهها برای انعطاف و خلاقیت؛
- شرایط تقاضا و بازار داخلی.

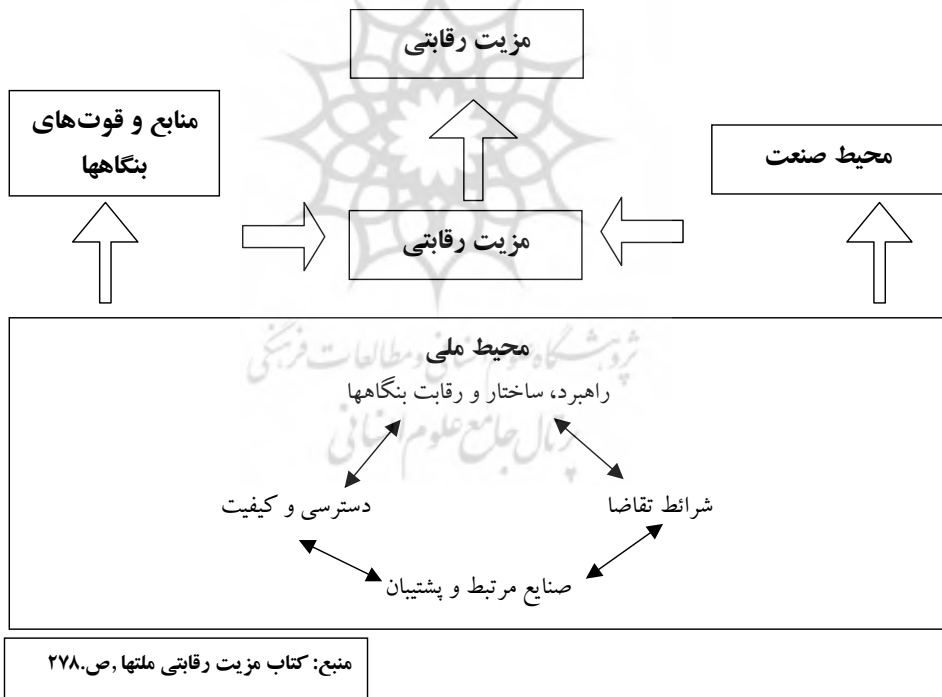
۱. ویژگی عوامل تولید: وی میان عوامل اصلی (شامل منابع طبیعی، آب و هوا، مکان‌ها و وضعیت جمعیتی) با عوامل پیشرفته (شامل زیرساخت‌های ارتباطات، مهارتهای انعطاف پذیر و تسهیلات پژوهش) تمایز قائل می‌شود که در این میان عوامل پیشرفته اهمیت درخوری برای مزیت رقابتی دارند. برخلاف عوامل دسته اول که عرضه آنها حالت برونزا دارد، عوامل پیشرفته تابع سرمایه گذارهای افراد، بنگاهها و دولتهاست.

۲. شرایط تقاضا: با لحاظ اهمیت سرمایه گذاری در عوامل پیشرفته و در چارچوب الماس ملی، پورتر تاکید زیادی بر نقش تقاضای کشور میزبان در انگیزه بخشی به ارتقاء مزیت رقابتی دارد. بنگاهها غالباً به نیازهای نزدیکترین مشتریان خود بسیار حساس هستند و در نتیجه ویژگیهای تقاضای داخلی در شکل دهی ویژگیهای محصولات ساخت داخل از جمله نوآوری و کیفیت کاملاً اثر گذارند.

۳. صنایع مرتبط و پشتیبانی کننده: سرمایه گذاری یک صنعت در عوامل پیشرفته تولید، حاصل منافع سرریز شده فراتر از محدودیتهای آن صنعت است. یکی از یافته‌های قابل تامل در صنایع

موفق آن است که در هر کشور میل به گروه شدن یا تشکیل خوشه‌های صنعتی است که هم از جهت منابع در دسترس و با کیفیت و هم از جهت تبادل مهارت‌ها و فناوریهای نوین بسیار منفعت آمیز بوده است. پیشرو بودن ایالات متحده در صنعت محصولات الکترونیکی با فناوری پیشرفته، نتیجه روشنی از خوشه‌های صنعت نیمه‌رساناها در دهه ۱۹۸۰ بوده است.

۴. راهبرد، رقابت و ساختار بنگاه: پورتر تفاوت‌های نظام‌مندی را در شاخصهای بخشهای مختلف کسب و کار در کشورها نشان می‌دهد که تعیین‌کننده‌های مهمی برای روند مزیت رقابتی در صنعت هستند. این شاخصه‌ها عبارتند از راهبردها، ساختارها، اهداف، فعالیتهای مدیریتی، نگرشهای شخصی و تمایل به رقابت در آن بخش از کسب و کار. رقابت داخلی تأثیری اساسی در ترغیب به کاهش هزینه‌های تولید، بهبود کیفیت و نوآوری خواهد داشت. به عنوان نمونه رشد صنایع صوتی و تصویری در ژاپن بیش از همه وامدار فضای رقابت داخلی بوده است.



۵. تمایز دیدگاه مزیت رقابتی پورتر

در این دیدگاه برداشت وسیعی از مزیت رقابتی به عنوان منبع ثروت ملت (و نه تفکر رایج در رقابت بین الملل) ارائه می‌شود و در اقتصادهای رو به جهانی شدن، دیگر موجودی عوامل و اندازه اقتصاد از ارزش

اندکی برخوردارند زیرا هیچیک به بهره‌وری و رشد توان رقابت اقتصاد کمک شایانی نمی‌کنند. در عوض کامیابی اقتصادی به ایجاد محیط کسب و کار و نهادهای پشتیبان بستگی دارد که کشورها را قادر به استفاده و ارتقاء توأم با بهره‌وری عوامل می‌سازد.

پورتر تصریح می‌کند که توان رقابت و کامیابی اقتصادی یک بازی با جمع صفر نیست و بسیاری از کشورها می‌توانند همزمان بهره‌وری خود را بهبود بخشند. اما برای رشد پایدار، سیاستهای ضعیف و سرمایه‌گذارهای ناکافی و عوامل دیگر می‌توانند رشد درآمد و دستمزدها را ناپایدار و مقطعی سازند. اما واقعیت آن است که در اقتصاد جهانی مدرن، کامیابی اقتصادی یک انتخاب است و نه ویژگی و موهبت ذاتی. ملتها کامیابی اقتصادی را برمی‌گزینند، اگر بتوانند سیاستها، حقوق و نهادها را بر محور بهره‌وری سازماندهی کنند. یکی از مهمترین اصول این سازماندهی، توجه به تخصص‌گرایی بخشهای اقتصادی در قالبهایی مانند خوشه‌هاست.

اگرچه هدف نخستین کتاب ارائه تبیینی برای موفقیت کشورها در رقابت جهانی است، در تحلیل پورتر این بنگاهها هستند که بازیگران اصلی رقابت و تجارت‌اند. تاثیر یک کشور بر عملکرد رقابت بین‌المللی یک بنگاه از طریق محیطی است که موفقیت رقابتی بنگاه را رقم می‌زند.^{۱۴} بنابر این دیدگاه نقش اولیه یک کشور فراهم کردن میزبانی برای بنگاههاست. این محیط میزبانی نقشی کلیدی در هویت بخشی به بنگاه، ویژگی مدیران عالی آن، رویکرد آن به راهبرد تولید و سازمان و در دسترس بودن و کیفیت منابع مورد نیاز بنگاه دارد.^{۱۵} این نگرش به کشور به عنوان مجموعه‌ای از متغیرهای بسترساز که عملکرد رقابتی بنگاه‌ها و صنایع را متأثر می‌کند، چندین مزیت مهم را در خود دارد: این ویژگی به پورتر این امکان را می‌دهد که عملکرد صنایع در سطح ملی را با استفاده از نظریه‌های جدید مزیت رقابتی بنگاهها تحلیل نماید. اگرچه در فصل دوم پورتر نظریه استراتژیک مزیت رقابتی را بیان می‌کند اما محتوایی که درباره عوامل عملکرد رقابت ملی ارائه می‌دهد بسیار غنی‌تر از ادبیات موجود است. به عنوان نمونه نظریه تجارت بین‌الملل بر پایه تفاوت هزینه‌ها بیان شده به طوری که مزیت‌های متفاوت از طریق کیفیت، انعطاف فناوری، طراحی و ویژگیهای محصول دست کم به اندازه عوامل اصلی نظریه‌های پیشین تجارت مهم‌اند بویژه برای تجارت بین‌کشورهای توسعه یافته.

دومین مزیت روش پورتر آن است که رویکرد تحلیل پویای عملکرد رقابتی در سطح ملی را بسیار تسهیل می‌نماید. این ملاحظات پویایی عبارتند از نقش نوآوری در خلق مزیت رقابتی، اثر وابستگی فناوری و تقلید در فرسایش توان رقابت و نیاز به ارتقاء دادن منابع مزیت در طول زمان. آخرین مزیت این روش آن است که تحلیل وی از عملکرد رقابتی ملی هم برای تجارت و هم سرمایه

گذاری مستقیم صادق است. سرمایه گذاری مستقیم و صادرات با یکدیگر در ارتباط تنگاتنگ قرار دارند اما روندهای آنها از همبستگی بیشتری برخوردارند به گونه‌ای که عوامل مؤثر بر آنها در سطح ملی مشابه‌اند از جمله: ساختار اقتصاد ملی، ارزشها، فرهنگ و نهادهای اقتصادی و حقوقی و اجتماعی.^{۱۶} به همین دلیل پورتر میان مزیت رقابتی بین المللی بر مبنای صادرات و بر مبنای سرمایه گذاری مستقیم تمایز زیادی نمی گذارد و از همین رو معتقد است که مزیت رقابت بین المللی با صادرات پایدار و اساسی به دیگر اقتصادها و یا وسعت سرمایه گذاری خارجی مبتنی بر مهارتها و دارایی‌ها در داخل کشور اندازه گیری می شود.^{۱۷} شاید در ظاهر این نگرش که عملکرد بنگاهها متأثر از فضای ملی باشد، با دیدگاه‌های معروف جهانی شدن در تعارض به نظر برسد، اما با وجود باز شدن فضای اقتصاد جهانی برای سیال بودن شرکتهای چندملیتی و فراملیتی، هنوز محیط‌های ملی از جنبه‌های گوناگون در کیفیت رشد و موفقیت بنگاههای اقتصادی کوچک و بزرگ مؤثراند.

آخرین مرحله تحلیل پورتر استفاده از نظریه مزیت رقابتی برای تبیین توسعه اقتصادی در بین کشورها و تفاوت‌های ملتها در رفاه و رشد اقتصادی است. وی در فصل دهم از کتاب، بیان می کند که رفاه ملی وابستگی زیادی به ارتقاء مزیت رقابتی کشور دارد. مزیت رقابتی پایدار وابسته به آن است که بنگاههای کشور مزیت‌های رقابتی خود را از طریق نوآوری و سرمایه گذاری در عوامل پیشرفته تولید ارتقاء دهند. این فرایندها موجب می شود که بهره‌وری نیروی کار در سطح ملی افزایش یابد و درآمد واقعی سرانه رشد نماید. در نتیجه ارتقاء تدریجی بنگاهها، جایگاه اقتصاد و صنعت ملی نیز دچار تحول می شود. خلاصه فرایند چهار مرحله ای توسعه که پورتر مطرح می نماید در جدول یک آمده است:^{۱۸}

جدول (۱) - فرایند ۴ مرحله‌ای شدن توسعه از دیدگاه پورتر

منبع توسعه	منشأ مزیت رقابتی	مثال‌ها
عوامل تولید موجود	عوامل تولید اصلی مانند منابع طبیعی، نیروی کار غیرماهر و شرایط جغرافیایی	کانادا، استرالیا، سنگاپور و کره جنوبی قبل از ۱۹۸۰
سرمایه گذاری	سرمایه گذاری در تجهیزات سرمایه‌ای، انتقال فناوری و ترجیح ملی سرمایه گذاری بر مصرف	ژاپن در دهه ۱۹۶۰ و کره در دهه ۱۹۸۰
خلاقیت و نوآوری	تمام چهار زاویه مزیت ملی برای خلق فناوری نوین با هم تعامل می کنند	ژاپن از اواخر دهه ۱۹۷۰ و ایتالیا از اوائل ۱۹۷۰ و آلمان پس از جنگ دوم
ثروت	تمرکز بر مدیریت ثروت موجود موجب می‌شود پویایی‌های الماس در جهت خلاف عمل کند	انگلستان پس از جنگ دوم و آمریکا، سوئد، سوئیس و آلمان پس از ۱۹۸۰

همانطور که ملاحظه می شود وی به خوبی توانسته است میان نظریه راهبرد رقابتی و نیازهای نظریه تجارت بین الملل ارتباط برقرار نماید و بیش از نظریه‌هایی که به توجیه روندهای تجارت بر اساس مبادله دو کالا میان دو کشور فرضی بودند، واقعیت‌های گسترده‌تری را به صورت پویا در روندهای تجارت تبیین نماید و نقش نهادهای بنگاه و دولت ملی را در این پویایی‌ها به شکل منسجمی نشان دهد. تحلیل تفصیلی پورتر از نقش آموزش‌های تخصصی، زیرساختها، دانش فناوری و انگیزه‌های ناشی از نامزیتی در عوامل تولید، در مقایسه با نظریه ساده شده «هکشر اوهلین» گام بزرگی به پیش حساب می شود.

همچنین پیوند دادن شرائط تقاضای داخلی با مزیت رقابتی ملی، تاییدی بر تحلیلهای پیشین در اهمیت مزیت مقیاس مربوط به بازار داخلی وسیع می باشد. در حالیکه نظریه‌های پیشین بر ابعاد محدودی از بازار داخلی مانند اندازه و وجود بازار اولیه برای محصولات جدید اشاره می کردند، نظریه پورتر طیف وسیعی از متغیرهای تقاضای داخلی را معرفی می کند که بر عملکرد رقابت بین المللی تأثیر گذار است مانند نرخ رشد تقاضای داخلی، ترکیب اجزاء تشکیل دهنده تقاضا، انعطاف مشتریان داخلی و ساختار اولیه بازار داخلی. در کنار این نوآوریها، شاید مهمترین تمایز دیدگاه پورتر با نظریه‌های تجارت و سرمایه گذاری در تاکید بر پویایی مزیت رقابتی باشد. ویژگی مهم بنگاه‌های موفق در رقابت جهانی سرمایه گذاری مداوم بر محصولات، فرایندها و مهارتها برای ارتقاء پیوسته در منابع مزیت است.

۶. نقش دولت برای موفقیت تجاری

از دیگر ویژگی‌های دیدگاه پورتر آن است که برای دولت و بخش کسب و کار، نقشهای فعال، سازنده و نوینی را در جهت رشد توان رقابت تعریف می کند. شاید در رأس وظایف دولت، ساختن و حمایت از محیط مناسب برای رشد روزافزون بهره‌وری بنگاههاست. این اساس در مواردی مستلزم دخالت کمیته (قیمت گذاری و موانع تجاری) و گاه نیازمند حضور فعال (تضمین رقابت واقعی و فراهم کردن زیرساختها و آموزشهای با کیفیت) است. در همین راستاست که تفکیک نقشهای اقتصادی و اجتماعی دولت رنگ می بازد. زیرا هر دو بعد برای محیط رقابتی توأم با بهره‌وری ضروری می باشد.

یکی از مواضعی که تفاوت‌های نظریه پورتر با دیدگاه رایج در تجارت بین الملل خودنمایی می کند، توصیه‌های سیاستی و کاربردی نظریه است. اگر هدف اساسی دولت را پیشینه کردن سطح و رشد سطح استاندارد زندگی ملی بدانیم، بنابر نظر پورتر نخستین سیاست دولت عبارتست از: گسترش منابع ملت (نیروی کار و سرمایه) توسط سطوح بالاتر و فزاینده بهره‌وری... برای رسیدن به رشد بهره‌وری، اقتصاد ملی باید به طور پیوسته در پی ارتقاء (سیر صعودی نه گسترش افقی) مزیت‌هایش باشد و این امر مستلزم بهبود و نوآوری در صنایع موجود و ظرفیت سازی برای رقابت موفق در صنایع نوین است. در

نگاه سیاستگذاری پورتر، نقش مناسب دولت کمک کردن به شرایط لازم برای ارتقاء مزیت رقابتی از طریق هریک از ابعاد چهارگانه الماس و تقویت تأثیرات هر یک از این ابعاد بر یکدیگر است. برخی موارد نیز وجود دارند که دولت می‌تواند به طور مستقیم توان رقابت ملی را تحت تأثیر قرار دهد مانند سرمایه‌گذاری در آموزش و تربیت مهارتی، زیرساختها، ابزارهای مالی مشوق سرمایه‌گذاری خصوصی و تشویق به تولید و گردش اطلاعات. از این دیدگاه توصیه‌های سیاستی پورتر چندان مدافع سیاست فعال صنعتی و مسؤولیت‌های مستقیم دولت نیست. به قول خود او: دولت وظیفه هدایت روند صنعت و سیاستهای تشویقی را برعهده دارد و نه پشتیبان و کمک‌کننده واحدهای صنعتی و البته این نقشی حیاتی در توان رقابت ملی به شمار می‌رود. بهترین بیان از تمایز نظریه پورتر در مقایسه با دیدگاه متعارف در جدول (۲) آمده است.



جدول (۲) - مقایسه نظرات پورتر و دیدگاه متعارف

معیار سیاست	تفکر متعارف و سنتی	الگوی پورتر
کاهش ارزش پول ملی	توان رقابت صنعت داخلی را افزایش می دهد.	به زیان فرایند ارتقاء مزیت هاست زیرا وابستگی به رقابت بر مبنای قیمت را تشویق کرده و سرمایه گذاری در نوآوری و فناوری های ماشینی را کاهش می دهد.
سیاست پژوهشهای کاربردی	سرمایه گذاری دولت در پژوهشهای کاربردی خلاقیت را در کشور تقویت کرده و تمرکز بر پژوهشهای صنایع بزرگ دفاعی اهمیت پیشبرنده ای دارد. پژوهشهای شراکتی از اتلاف منابع جلوگیری می کند.	اهمیت انتشار فناوری به معنای تاثیر بیشتر پژوهشهای کاربردی در دانشگاه است و نه آزمایشگاه دولتی و دولت باید از پژوهشهای معطوف به کسب و کار حمایت کند و نه صنایع عالی و دفاعی. پشتیبانی دولت باید از مراکز پژوهشی خوشه های صنعتی یا فناوریهای متقاطع باشد. تکیه بر پژوهشهای شراکتی مانع رقابت جدی می شود.
نقش واسطه ای دولت	تقاضای مطمئن داخلی را برای بنگاهها فراهم نموده و سرمایه گذاری و اقتصاد مقیاس و آموزش را ترغیب می کند.	به جای نقش خریدار نخست و بزرگ، دولت باید بنگاهها و صنایع پیشرو در رقابت جهانی را برای جبران ضعفها تشویق نماید و توسعه محصولات داخل را به نیازهای بازارهای جهانی سوق دهد.
مقررات تولید و فرایندهای استاندارد	مقررات دقیق هزینه هایی را تحمیل می کند که به زیان توان رقابت داخلی و خارجی است.	عملکرد دقیق، سالم و سازگار با محیط زیست بنگاهها را وادار به بهبود کیفیت و ارتقاء فناوری و ویژگیهای عالی تر می کند. مقررات مناسب با گسترش استانداردهای جهانی بسیار سودمند است.
سیاست ضد انحصار و مقررات رقابت	وجود رقابت جهانی به معنای آن است که انحصارات داخلی در خلق و حفظ قدرت بازاری کم اثر است. منافع توان رقابت جهانی شاید مستلزم آزاد کردن برخی محدودیتهای ضد انحصار باشد تا استراتژی گسترش شرکتهای جهانی را تشویق نماید.	سیاست های ضد انحصار نقش مهمی در تقویت رقابت داخلی ایفا می کند اما نباید مانعی برای ادغام های عمودی شود که رشد نوآوری را در پی دارد. اما از سوی دیگر مقررات رقابت به زیان شکل گیری کارآفرینی جدید است و مقررات زدایی از خصوصی سازی و رقابت گاه به مزیت ملی کمک می کند.

از نظر نویسنده کتاب مزیت رقابتی ملتها، تبیین روابط کسب و کار و عوامل رشد و سودآفرینی در اقتصاد و سپس نشستن در مسند توصیه به عاملان و سیاستگذاران، از وظایف فراموش شده دانش اقتصاد است. وی در مقاله‌ای نه تنها اثر و دیدگاه خود را غیرعادی و ممتاز نمی‌داند بلکه با نگاهی انتقادی تصریح می‌کند دانش اقتصاد از هدف اولیه خود برای ساختن محیط رقابتی برای عوامل و ثروتمند نمودن کشور دچار انحراف شده است. وی می‌نویسد آدام اسمیت مبانی دانش اقتصاد را بر تخصص‌گرایی درون بنگاهها، تخصص‌گرایی میان کشورها و قدرت رقابت بدون مانع قرار داد. در اصل مثال کارخانه سنجاق سازی اسمیت، مشروعیت بخشی به جایگاه کسب و کار و سودآفرینی بود. اما باید منصفانه اعتراف کنیم که با وجود چنین مبنایی بر محور کسب و کار، دانش اقتصاد بیشترین اثر را از بیرون حیطه بنگاه و کسب و کار داشته است. علم اقتصاد بیش از همه به هدایت سیاستهای پولی، مالی و تجارت بین الملل و توصیه به بخش عمومی در حوزه‌های مختلف پرداخت.^{۱۹}

به موازات غفلت از گرایش به کسب و کار واقعی اقتصادی، بیشتر مدیران شرکتهای نیز برای گرفتن راهبرد سودآفرینی و رقابت به علم اقتصاد رجوع نمی‌کنند. افرادی نیز که در حوزه اقتصاد کسب و کار^{۲۰} فعالیت دارند، عمده تمرکز و کارکرد خویش را صرف شرایط عمومی اقتصاد، پیش بینی عرضه و تقاضا، مسائل مقررات و تحلیل بازار سرمایه می‌کنند و نه راهبردهای رقابت. از این روست که پورتر تمایل دارد به رسالت نخستین اقتصاد بازگردد و اقتصاد خردی نوین را بنیان نهد که معطوف به رقابت بنگاه‌های اقتصادی با فروض واقعی و پویا باشد.

۷. دیدگاه جدید تجارت جهانی

پورتر از استدلالی دوسویه استفاده می‌کند و هم ضعف توجیهی نظریه‌های قدیم و جدید تجارت و رشد اقتصادها را نشان می‌دهد، و هم تحول شرایط رقابت و تخصص‌گرایی در اقتصاد جهانی جدید را یادآور می‌شود. از جمله نکاتی که وی بیان می‌کند، تحول سطح و جایگاه فناوری در عملکرد بنگاهها و رشد اقتصادی است که دیگر محدود به محصولات ویژه یا بخش خاصی از مراحل تولید نمی‌شود بلکه شامل تمام مراحل طراحی، تولید و فروش و منابع بنگاه می‌گردد.

دومین نکته که شرایط فناوری هم می‌تواند در زیر مجموعه آن مطرح شود، فرایندهای جهانی شدن است. بنگاه‌ها اکنون راهبردهای خود را جهانی تدوین می‌کنند، فروش را جهانی می‌خواهند، منابع خود را در سطح جهانی تامین می‌کنند، مکانهای تولید را جهانی برمی‌گزینند و بدین ترتیب از مزایای هزینه‌های اندک بهره می‌برند و بنگاهها از محدودیت موجودی عوامل تولید یک کشور رهایی می‌یابند. جریان آزاد سرمایه‌های جهانی نیز فرصتهای بزرگی برای بنگاهها و دولتها فراهم آورده است. همین

جابه جایی عوامل تولید و نزدیکی ارتباطات جهانی موجب کاهش تفاوت دلایل مزیت نسبی گردیده است. پورتر سپس از مقدمات بالا و ضعف رویکردهای تبیین پیشروی در تجارت جهانی به این نکته می‌رسد که چرا بنگاه‌های یک کشور به موفقیت‌های جهانی در صنایع و زمینه‌های خاص دست می‌یابند؟ این زمینه‌هایی که با انتخاب بنگاهها و برنامه دولتها و زمینه‌های فرهنگی و نهادی، دست به دست هم می‌دهند تا ظرفیت تخصص‌گرایی و رشد مستمر بهره‌وری در سطح کلان اقتصاد، موجب توان رقابت اقتصاد ملی شود. دیدگاه پورتر دربردارنده دو ویژگی بسیار مهم است: اول بر خلاف دیگر نظریات این حوزه، موفق به تبیین منبع تحول فناوری و درونزا کردن فناوری می‌شود. همچنین دیدگاه وی کاملاً پویایی‌های تغییر روندهای تخصص‌گرایی و تجارت جهانی را توجیه کرده و خلأ بنیان‌های خرد را نیز پر می‌کند. از سوی دیگر نظریه پورتر آگاهانه بر تداوم تمایزهای محیط‌های ملی در عصر جهانی شدن و در پیش گرفتن راهبردهای رقابتی تاکید می‌کند.

سپس پورتر برای تکمیل نظریه خود به بررسی شواهد بسیار متعددی از مزیت‌های رقابتی کشورها در صنایع مختلف می‌پردازد که بخش زیادی از حجم کتاب را به خود اختصاص می‌دهد و ابعاد متفاوت اقتصادها را ذکر می‌کند. وی در یک پژوهش چهارساله، صنایع منتخبی از ده کشور را مطالعه نموده است که این کشورها عبارتند از: دانمارک، آلمان، ایتالیا، ژاپن، کره، سنگاپور، سوئد، سوئیس، انگلستان و ایالات متحده. فهرست صنایع برتر و مورد مطالعه در راستای توان رقابت و مزیت‌های رقابتی کشورها در جدول زیر آمده است. این ده کشور که در مجموع حدود نیمی از تجارت جهان را به خود اختصاص می‌دهند، در عین حال که اقتصادهای پیشرو در رقابت جهانی به شمار می‌روند، هر یک دارای ویژگی‌های اقتصادی و توسعه‌ای مختلفی هستند که در مجموع موجب جامعیت مطالعه می‌شود.

پورتر در مطالعه خود، بیش از همه به روند شکل‌گیری و استمرار مزیت رقابتی کشورها در صنایع خاص، توجه کرده و تلاش کرده پویایی‌های روند سرآمدی در رقابت جهانی را نشان داده و عوامل استمرار یا ناکامی در تداوم مزیت رقابتی را نیز بیان نماید. الگوهای موفقیت و شکست در رقابت میان اقتصادها، موجب آشکار شدن عوامل اصلی رشد بهره‌وری در کشورها می‌شود و ظرفیت‌های صنایع کشور را برای رقابت قابل انعطاف و ارتقاء مستمر سطح تولید اقتصادی نشان می‌دهد. ایجاد انعطاف با اقتصاد جهانی و ارتقاء مستمر سطح، باعث رشد بهره‌وری بنگاه و صنعت و در نهایت به تداوم مزیت رقابتی کشور و سرآمدی رقابت تجاری خواهد انجامید.

۸. نظریه مزیت رقابتی و مراحل توسعه اقتصادی

توسعه اقتصادی موفق فرایندی است از ارتقاء متوالی که در طی آن فضای کسب و کار ملی در جهت

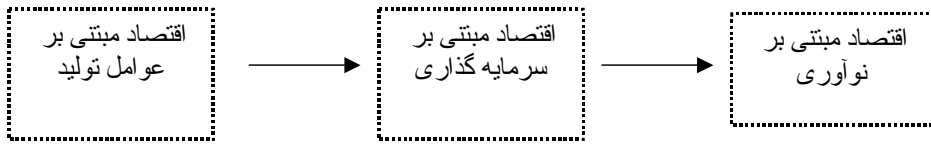
پشتیبانی و ترغیب روزافزون راههای رقابت انعطاف پذیر و مطابق بهره‌وری عمل می‌کند. ملتها در مراحل مختلف توسعه با چالشهای متمایزی روبه‌رو هستند. اگر کشوری بخواهد توسعه اقتصادی موفق داشته باشد ناگزیر باید شرکت‌های آن در زمینه رقابت ارتقاء یابند. شرکتهای درون اقتصاد باید از رقابت در مزیت نسبی (منابع طبیعی و انسانی ارزان) به رقابت بر مزیت‌های رقابتی و خلق مزایا رو بیاورند و همچنین کانالهای توسعه و فناوری را درونزا کنند. برخی از راهبردهای انتقال به مراحل بالاتر توسعه در شکل (۱) آمده است:^{۲۱}

شکل (۱) - راهبردهای انتقال به به مراحل بالاتر توسعه

کشورهای با درآمد پایین	کشورهای با درآمد متوسط	کشورهای با درآمد بالا
<ul style="list-style-type: none"> • مزیت‌های رقابتی فراتر از نهاده ارزان • فرایند تولید انعطاف پذیر • درجه مشتری مداری • گستردگی بازاریابی • وسعت فروش منطقه ای • تکیه بر مدیریت حرفه‌ای 	<ul style="list-style-type: none"> • زنجیره وسیع ارزش • کنترل بر توزیع بین‌المللی • گستره نام تجاری • هزینه های شرکت در تحقیق و توسعه • اولویت گرفتن امتیاز فناوری خارجی • گستردگی آموزش کارکنان 	<ul style="list-style-type: none"> • ظرفیت برای نوآوری • گستردگی بازارهای بین‌المللی • درجه جبران انگیزشی • تمایل به مسؤلیت‌سپاری

آنچه در مراحل ابتدایی توسعه نقطه قوت به شمار می‌رفت، در سطوح پیشرفته توسعه یک نقطه ضعف حساب می‌شود. به عنوان مثال برای کشوری که در سطح اقتصادهای پیشرو رقابت دارد، تقلید سریع از فناوری خارجی باید به توسعه درونزای فناوری تبدیل شود. دقت در ویژگی‌های اقتصادها در مراحل مختلف نکات آموزنده‌ای را برای ما بیان می‌کند. به بیان دیگر می‌توان چنین رابطه‌ای را میان مراحل توسعه اقتصادی با توجه به گونه و سطح توان رقابت اقتصاد ملی در شکل (۲) بیان داشت:^{۲۲}

شکل (۲) - رابطه میان مراحل اقتصادی



با تداوم توسعه، فرایندهایی که یک ملت مزیت‌های رقابتی خود و شیوه‌های رقابت را برمی‌گزیند ترقی می‌کند. در مرحله مبتنی بر عامل تولید مهمترین منابع مزیت رقابتی و صادرات کشور را دسترسی به نیروی کار ارزان و منابع طبیعی تشکیل می‌دهند. در این مرحله فناوری از طریق واردات، سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی و تقلید یا مشابه‌سازی در اقتصاد نفوذ می‌کند. رقابت شرکتها در این مرحله بر قیمت‌ها و جذب مستقیم مشتری است. نقش این اقتصادها در زنجیره ارزش اندک بوده و بیشتر بر مونتاژ و صنایع کاربر و استخراج منابع تأکید می‌شود. یک اقتصاد مبتنی بر عوامل تولید حساسیت زیادی به چرخه‌های اقتصاد جهانی، روندهای قیمت کالاها و نوسانات نرخ ارز دارد.

در مرحله مبتنی بر سرمایه‌گذاری مهمترین منبع مزیت رقابتی کشور را کارایی در تولید استاندارد محصولات و خدمات تشکیل می‌دهد. سرمایه‌گذاری سنگین در زیرساخت‌های کارایی، مدیریت دولتی کسب و کار محور، انگیزه بخشی قوی برای سرمایه‌گذاری و دسترسی به سرمایه، موجب تقویت اساس بهره‌وری خواهد شد. محصولات تولیدی بسیار انعطاف‌پذیر می‌شوند اما فناوری و طراحی‌ها عمدتاً وابسته به خارج از اقتصاد ملی است. البته کشورها در این مرحله کاملاً مقلد فناوری نیستند و خود توان تغییر و ظرفیت‌سازی برای آن را دارند. به دلیل تمایل این اقتصادها به صنعت‌گرایی و صادرات خدماتی که تأمین بیرونی داشته‌اند، بحرانهای مالی و تکان‌های تقاضای بیرونی می‌توانند تهدیدی برای این اقتصادها باشند.

در مرحله مبتنی بر نوآوری آنچه غلبه دارد توان تولید جهانی محصولات و خدمات نو در حد مرزهای فناوری جهانی و با استفاده از روشهای کاملاً پیشرفته در جهت مزیت رقابتی خواهد بود. ویژگی فضای کسب و کار ملی، تقویت همبستگی حوزه‌های اقتصاد و حضور عمیق خوشه‌هاست. نهادها و نظام انگیزشی به خوبی توسعه یافته‌اند. بنگاهها غالباً با راهبردی واحد و چشم‌اندازی جهانی با هم رقابت می‌کنند. یک اقتصاد مبتنی بر نوآوری و خلاقیت فناوری سهم بالایی از خدمات را در خود دارد و قدرت جهش از تکان‌های برونزا را خواهد داشت.^{۳۳}

با دانستن تحلیل فوق پی می‌بریم که چرا عبور اقتصادها از یک مرحله توسعه به مرحله دیگر دشوار و پیچیده است زیرا در جریان گذار بسیاری از ابعاد به هم پیوسته رقابت باید تحول جدی پیدا کنند. برای

نمونه در آسیا، اقتصادهای موفق در مرحله سرمایه‌محور مانند سنگاپور و تایوان، دریافته‌اند که اتکاء آنان به ساخت و صنعت تجهیزات اصلی برای شرکت‌های چندملیتی، سرمایه‌گذاری سنگین در زیرساخت و هدایت اقتصاد به رشد کارایی توسط دولت برای رسیدن به مراحل بالاتر رفاه ناکافی بوده است. هنوز هزینه‌های داخلی و دستمزدهای بالا موجب شده که این اقتصادها نسبت به کشورهای با نیروی کار ارزان مانند چین آسیب‌پذیر باشند.^{۲۴}

۹. توصیه‌های سیاستی در مورد تجارت و رقابت

بنا بر آنچه در بخش‌های پیشین بیان شد، مهمترین نکات سیاستی که از دیدگاه پورتر قابل استخراج است به شرح زیر می‌باشد:

۱. این بنگاه‌ها هستند که در صنایع جهانی رقابت می‌کنند و نه کشورها پس باید محور برنامه‌های دولت با بنگاه‌ها و فعالان اقتصادی باشد و نباید دولت جانشین بنگاه‌ها و یا محدودکننده رقابت آنها باشد.
۲. مزیت رقابتی یک کشور در صنایع، نسبی است و باید پویایی مزیت و جوایی مزیت‌های جدید همیشه مورد توجه باشد.
۳. پویا بودن مبنای تولید و رقابت، به مزیت رقابتی اساسی می‌انجامد و مزیت هزینه‌ای مانند کاهش ارزش پول ملی یا نیروی کار ارزان، راه‌هایی کوتاه‌مدت‌اند.
۴. زمینه‌سازی برای استمرار رشد بهره‌وری در تولیدات صنعتی منتخب، مهمترین کلید موفقیت در رقابت و تجارت جهانی است.
۵. کامیابی اقتصاد ملی مستلزم ارتقاء مستمر صنایع از جهات گوناگون، تقویت زیرساخت‌های محیط کسب و کار داخلی و همگام با شرایط نوین جهانی است.
۶. در بیشتر موارد، مزیت رقابتی یک کشور در صنایع، همراه و مستلزم نوعی تمرکز جغرافیایی در هر صنعت و تشکیل خوشه‌های صنعتی است.
۷. مزیت رقابتی در صنایع یک کشور در طی یک فرایند و در طول یک دهه و بیشتر ساخته می‌شود و زمینه‌سازی ابعاد توان رقابت به صورت کوتاه مدت ممکن نیست.
۸. کشورها مزیت خود را به دلیل تفاوت‌هایی که ایجاد می‌کنند به دست می‌آورند و نه به سبب شبیه‌سازیها.
۹. فرایند حفظ مزیت احتمالاً برای بنگاه‌ها و فعالان درون صنعت دشوار است و نیاز به توجه مستمر و همراهی سیاست‌های مکمل از سوی دولت دارد.

- ۱- OECD, The Industrial Policy of Japan, Paris 1972.
- ۲- Irfan ul Haque (1991) **International Competitiveness: Public/Private Sector Interface**. Economic Development Institute of World Bank, Washington: The World Bank. p.4
- ۳- Ibid.p.4
- ۴- Ibid.p.13
- ۵- Michael Porter
- ۶- The Competitive Advantage of Nations (1998)

۷- مهمترین کتابهای پورتر عبارتند از:

- Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors**. New York: The Free Press, 1980.
- Competitive Advantage: Creating and sustaining superior performance**. New York: The Free Press, 1985.
- Competition in Global Industries**. (editor) Boston, Harvard Business School Press, 1986.
- The Competitive Advantage of Nations**. New York: The Free Press, 1990.
- Strategy: Seeking and securing competitive advantage**. (editor) Boston, Harvard Business School Press, 1991.
- On Competition**. Boston, Harvard Business School Press, 1998.
- ۸- Revealed Comparative Advantage
 - ۹- Competitiveness

۱۰- شهیندخت خوارزمی. نگاه پورتر به بنگاه و توسعه اقتصادی. در مجله تدبیر شماره ۱۱۰

- ۱۱- Michael Porter.(1998) Op.cit. p.1
- ۱۲- Ibid. p.6
- ۱۳- Ibid. p.xxii
- ۱۴- Michael Porter.(1998) p.26
- ۱۵- Ibid. p.19
- ۱۶- Ibid
- ۱۷- Ibid. p.25
- ۱۸- Robert Grant.(1991) Porter Competitive Advantage of Nation: An Assesment.

Strategic Management Journal.Vol.12. p.540

- ۱۹- Michael Porter.(1998). Adam Smith address: Location, cluster and the new microeconomics of competition. *Business Economics*. Vol.33. No.1. p.7

۲۰- business economics

۲۱- Michael Porter.(2003) Global Competitiveness Report. World Economic Frume. p.26

۲۲- Ibid. p.27

۲۳- Ibid. p.28

۲۴- Ibid. p.29

منابع:

۱- شهیندخت خوارزمی، نگاه پورتر به بنگاه و توسعه اقتصادی، مجله تدبیر، شماره ۱۱۰

۲-Irfan ul Haque (1991) **International Competitiveness: Public/Private Sector Interface**. Economic Development Institute of World Bank, Washington: The World Bank.

۳- Michael Porter. (2003) **Global Competitiveness Report**. World Economic Frume: New York: Oxford University press.

۴-Michael Porter (1998)**The Competitive Advantage of Nations**. New York: Oxford University press

۵-Michael Porter. (1998). Adam Smith address: Location, cluster and the new microeconomics of competition. *Business Economics*. Vol.33. No.1.

۶-Robert Grant. (1991) Porter Competitive Advantage of Nation: An Assesment. *Strategic Management Journal*.Vol.12.