

مبانی نظری سیاست تجاری در سازمان جهانی تجارت

دکتر سیدحسین میرجلیلی^۱

چکیده

در مقاله حاضر، ابتدا با اشاره به گسترش سیاست تجاری مبتنی بر قاعده بر اثرافزایش تعداد اعضای سازمان جهانی تجارت، به معرفی و بررسی مبانی نظری سیاست تجاری در سازمان مذکور پرداخته شده است که عبارتند از:

- ۱- ترجیح تجارت بر خودبسندگی و خودکفایی،
 - ۲- گسترش تجارت آزاد و منصفانه،
 - ۳- کاهش تعرفه‌ها و یارانه‌های صادراتی،
 - ۴- ممنوعیت استفاده از محدودیتهای کمی در تجارت.
- نویسنده سپس سه رویکرد زیر را درباره فلسفه پیگیری سیاست تجاری مبتنی بر قاعده از طریق انعقاد موافقت‌نامه‌های تجاری مطرح ساخته است:
- ۱- رویکرد اقتصادی سنتی،
 - ۲- رویکرد اقتصاد سیاسی،
 - ۳- رویکرد تعهد.

واژه‌های کلیدی

سازمان جهانی تجارت، سیاست تجاری، نظریه تجارت، نظریه بازیها، رویکرد اقتصادی سنتی، رویکرد اقتصاد سیاسی، رویکرد تعهد.

^۱ - * دانشیار پژوهشکده اقتصاد پژوهشگاه علوم انسانی.

مقدمه

سیاست تجاری به طور معمول به عنوان مجموعه‌ای از ابزارهای مداخله در تجارت مانند تعرفه‌ها، سهمیه‌ها و یارانه‌های صادراتی تعریف می‌شود که توسط یک کشور برای مداخله در تجارت آزاد استفاده می‌شود. براین اساس، سیاست تجاری یک سیاست ملی‌گرایانه است، زیرا دولت‌ها آن را به کار می‌گیرند تا علیه تولیدکنندگان خارجی در بازارهایشان یا در بازارهای داخلی، تبعیض قایل شوند. با این حال، اعضای سازمان جهانی تجارت در تنظیم و اجرای سیاست تجاری خود باید از موافقت‌نامه‌های بین‌المللی، رهنمودها و ضوابط رفتاری در زمینه تجارت آن‌گونه که در مقررات سازمان جهانی تجارت گنجانده شده است، پیروی کنند. [۱] از این نظر، سیاست تجاری می‌تواند به عنوان «چارچوب کاملی از قوانین، مقررات، موافقت‌نامه‌های بین‌المللی و مواضع مذاکراتی پذیرفته شده توسط دولت برای دستیابی به بازار تثبیت شده از نظر حقوقی برای بنگاه‌های داخلی» تعریف شود. سیاست تجاری همچنین به دنبال ایجاد قواعدی برای ارتقای پیش‌بینی‌پذیری و امنیت برای بنگاه‌هاست. [۲]

این رویکرد، سیاست تجاری مبتنی بر قاعده^۱ است و در مقابل سیاست تجاری مبتنی بر نتیجه^۲ قرار دارد. هدف سیاست تجاری مبتنی بر قاعده، برقراری قواعد تجاری بین‌المللی شفاف و قابل‌پیش‌بینی و همچنین توسعه دسترسی به بازار برای تولیدکنندگان است. اما سیاست تجاری مبتنی بر نتیجه به دنبال آن است که از طریق اقدامات تهاجمی و یکجانبه به برخی اهداف سیاسی و اقتصادی (مانند سطح معینی از کسری حساب جاری یا بیکاری) دست یابد. مثال آن «بخش ۳۰۱»^۳ و همچنین بخش ۱۳۰۲ قانون تجارت آمریکا است که به «سوپر ۳۰۱» معروف است.

با افزایش تعداد اعضای سازمان جهانی تجارت، سیاست تجاری مبتنی بر نتیجه به طور جدی کاهش یافته است. [۳] در راستای هدف سیاست تجاری مبتنی بر قاعده، ابزار اصلی سیاست تجاری تعرفه‌هاست، چون در مقایسه با سایر ابزارها به طور معمول اختلالاتی با

1 - rule – based trade policy

2 - result-based trade policy

کمترین هزینه را ایجاد می‌کند. در سطور زیر به معرفی مبانی نظری سیاست تجاری در سازمان جهانی تجارت می‌پردازیم.

۱) مبانی نظری سیاست تجاری در سازمان جهانی تجارت

۱-۱) ترجیح تجارت بر خودبسندگی^۱

اولین مبانی نظری سیاست تجاری در سازمان جهانی تجارت، ترجیح تجارت بر خودبسندگی است. مقصود از خودبسندگی، خودکفایی^۲ ملی در تولید است. خودبسندگی محض یک ساخته نظری است و قابل‌دستیابی در جهان مدرن نیست. تلاش برای دستیابی به خودبسندگی در همه جا منجر به تنزل سطح زندگی شده است. این اصطلاح اکنون با مسامحه برای اقتصادهایی به کار می‌رود که به دنبال تولید حجم عظیم نیازهای خود، بدون توجه به هزینه‌های آن، در داخل کشور هستند و آن را از طریق سیاستهایی که هدفش خودکفایی است، دنبال می‌کنند. [۴]

نظریه‌های تجارت در پاسخ به این پرسش مطرح می‌شوند که چرا کشورها با یکدیگر تجارت می‌کنند؟ پاسخ همه نظریه‌های تجارت این است که دور شدن از خودبسندگی و اقدام به تجارت برای کشورها منافی به دنبال دارد. به عبارت دیگر، دو کشور با ساختارهای قیمت متفاوت، اگر با یکدیگر تجارت کنند، در مقایسه با حالت خودبسندگی، بازدهی اقتصادی بهتری به دست خواهند آورد.

اما پرسش این است که منافع حاصل از تجارت ناشی از چیست؟ دو منبع اصلی منافع حاصل از تجارت عبارتند از:

الف- منافع ناشی از مبادله محض،^۳

ب- منافع ناشی از تخصص یافتن.^۴

1- autarky
2- self-sufficiency
3- pure exchange
4- specialization

در هر دو حالت کشورها از تجارت نفع می‌برند، زیرا تجارت آنها را قادر می‌سازد که از تفاوت‌های مزیت متقابل میان خود در سلیقه‌ها، فناوری یا موجودی عوامل بهره‌برداری کنند. این تفاوتها منجر به مزیت‌های نسبی کشورها در تجارت می‌شود.

مبادله محض: هرگاه دو طرف ارزیابی متفاوتی از موجودی یا منابع^۱ خود داشته باشند، حوزه‌ای برای مبادله به طور متقابل سودمند وجود دارد. هر طرف از مصرف معینی صرف نظر می‌کند (آن را صادر می‌کند) تا آنچه را مطلوبتر است به دست آورد (وارد کند). تفاوت در ارزیابی ممکن است ناشی از تفاوت سلیقه‌ها، با موجودی مساوی باشد. اما موقعیتهایی نیز متصور است که طرفها دارای سلیقه‌های یکسانی هستند اما موجودی متفاوتی از کالاها دارند. در اینجا نفع متقابل ناشی از مبادله وجود دارد، یعنی کشوری که موجودی فراوانی از کالایی نسبت به کالاهای دیگر داشته باشد از مبادله منتفع می‌شود.

تخصص: منافع ناشی از "تخصص یافتن در تولید^۲ وقتی است که کشورها در تولید محصولات تخصص پیدا کنند که در آن هزینه فرصت^۳ آنها نسبت به سایر کشورها پایینتر است. تفاوت هزینه فرصت میان کشورها، هزینه نسبی و به عبارت دیگر مزیت نسبی^۴ کشورها را در تجارت تعیین می‌کند و ناشی از دو عامل زیر است:

اول- تفاوت در فناوری تولید،

دوم- تفاوت در موجودی عوامل تولید.

براین اساس، مزیت نسبی با دو روایت ریکاردو و هکچر- اوهلین مطرح شده است.

توضیح منافع حاصل از تجارت براساس تفاوت در فناوری تولید با نام دیوید ریکاردو همراه است و نظریه کلاسیک تجارت بین‌الملل نامیده شده است. طبق الگوی ریکاردویی کشورها کالاهایی صادر می‌کنند که در آنها هزینه نسبی پایینتری دارند. مزیت نسبی به بیان

1- endowments

2- specialization in production

3- opportunity cost

هزینه فرصت تولید یک محصول عبارت است از آنچه می‌توانستیم با منابعی که برای تولید استفاده شده است، در بهترین حالت استفاده، انجام دهیم.

4- comparative advantage

ساده عبارت است از: هزینه نسبی پایین یک کالا در مقایسه با سایر کشورها. «هزینه نسبی» به معنای هزینه یک کالا نسبت به سایر کالاهاست. در این صورت، نسبت قیمت‌ها میان کشورها مقایسه می‌شود. بنابر این، برای تشخیص مزیت نسبی دو مقایسه انجام می‌شود: مقایسه میان دو کالا و میان دو کشور. [۵] مزیت نسبی با مزیت مطلق^۱ تفاوت دارد که توسط آدام اسمیت بیان شده است. برای این که یک کشور صادرکننده کالایی باشد، مزیت (برتری) مطلق نه لازم است و نه کافی. بنابر این، کشوری ممکن است در تمام کالاهایی که تولید می‌کند، عدم مزیت مطلق داشته باشد، اما غیرممکن است کشوری در تمام کالاهایی که تولید می‌کند عدم مزیت نسبی داشته باشد. در عمل هر کشوری در چیزی مزیت نسبی دارد. حتی کشوری که مزیت مطلق در همه کالاهای تولیدی خود داشته باشد، در کالاهایی مزیت نسبی دارد. [۶]

از لحاظ تجربی مزیت نسبی از طریق «مزیت نسبی آشکار شده»^۲ اندازه‌گیری می‌شود، به این ترتیب که سهم یک کشور از صادرات جهان در یک کالا بر سهم آن کشور در کل صادرات جهان تقسیم می‌شود:

سهم صادرات کالای Z توسط کشور i در کل صادرات جهان از کالای Z

= مزیت نسبی آشکار شده

سهم کشور i در کل صادرات جهان از تمام کالاها

بنابر این، وقتی مزیت نسبی آشکار شده برای کالایی بیش از یک باشد (> 1)، در آن صورت آن کشور دارای مزیت نسبی در آن کالا است. اما اگر مزیت نسبی آشکار شده برای کالایی کمتر از یک (< 1) باشد، آنگاه آن کشور عدم مزیت نسبی در آن کالا دارد. هر چند مزیت نسبی آشکار شده تنها نشانه‌ای از مزیت نسبی واقعی است، ولی برای اتخاذ استراتژی تجاری یا مشخص کردن ظرفیت و توان صادراتی یک کشور مفید است. اصولاً مزیت نسبی را از دو دیدگاه اثباتی و هنجاری می‌توانیم ملاحظه کنیم. از دیدگاه

1- absolute advantage

2 - revealed comparative advantage (RCA)

اثباتی از مزیت نسبی استفاده می‌کنیم تا تعیین کنیم که کشور چه کالاهایی را صادر و چه کالاهایی را وارد خواهد کرد. از دیدگاه هنجاری یا تجویزی مزیت نسبی به ما می‌گوید که اگر کشوری تجارت آزاد داشته باشد، از چنین تجارتی نفع خواهد برد، یعنی منافع تجارت بر هزینه‌های آن فزونی دارد. بر این اساس تجارت مبتنی بر مزیت نسبی، منافع جهانی به دنبال دارد. [۷] با این حال، این بدان معنا نیست که تمام کشورها به طور مساوی از تجارت نفع می‌برند، چون منافع حاصل از تجارت میان کشورها به طور مساوی توزیع نمی‌شود.

مثال ۱: مزیت مطلق و نسبی

فرض کنید کشور A در تولید خودرو از کشور B بهتر است و کشور B در تولید نان بهتر از کشور A است. در این صورت، به نفع هر دو کشور است که کشور A در تولید خودرو و کشور B در تولید نان تخصص پیدا کند و تولیدات خود را با یکدیگر مبادله کنند. این وضعیت، «مزیت مطلق» نامیده می‌شود.

اما اگر یک کشور در تولید همه کالاها، بدتر از سایر کشورها باشد، در این صورت آیا تجارت باعث می‌شود که تمام تولیدکنندگان آن کشور، کار خود را از دست بدهند؟ پاسخ ریکاردو منفی است. دلیل آن «مزیت نسبی» است. مزیت نسبی می‌گوید که حتی اگر کشور A بهتر از کشور B در تولید همه کالاها باشد باز هم این دو کشور می‌توانند از تجارت با یکدیگر نفع ببرند: اگر کشور A برتری بسیار بیشتری در تولید خودرو و برتری اندکی در تولید نان داشته باشد، آنگاه کشور A می‌تواند منابع خود را در آنچه بهتر می‌تواند تولید کند سرمایه‌گذاری کند - یعنی تولید خودرو - و محصول خود را به کشور B صادر کند؛ کشور B نیز می‌تواند منابع خود را در آنچه بهتر می‌تواند تولید کند سرمایه‌گذاری کند - یعنی تولید نان - و محصول خود را به کشور A صادر کند، ولو این که به اندازه کشور A در تولید آن کارایی نداشته باشد. هر دو کشور هنوز هم از تجارت نفع می‌برند، زیرا یک کشور لازم نیست در تولید همه کالاها بهتر باشد تا از تجارت نفع ببرد. این همان مفهوم مزیت نسبی است. [۸]

مثال ۲: مزیت مطلق، مزیت نسبی و نفع تجارت

فرض کنید دو کشور ایران و ترکیه وجود دارد که تنها با یکدیگر تجارت می‌کنند. همچنین فرض کنید تنها دو کالا تولید و مصرف می‌شود: مواد غذایی و پارچه. بهره‌وری تولید برحسب مقدار واحد زمان در جدول شماره ۱ داده شده است. ترکیه با عوامل تولید خود می‌تواند ۱۰ واحد مواد غذایی و ۵ واحد پارچه در هر هفته تولید کند، در حالی که ایران با عوامل تولیدش می‌تواند ۴ واحد مواد غذایی و ۸ واحد پارچه تولید کند. در شرایط خودبسندگی هر کشور نیازهای خودش را تأمین می‌کند و هر کشور هر دو کالا را تولید می‌کند و مصرف جهان در مجموع ۱۴ واحد مواد غذایی و ۱۳ واحد پارچه می‌شود.

از اعداد این مثال روشن است که مزیت مطلق ترکیه، در تولید مواد غذایی و مزیت مطلق ایران در تولید پارچه است، زیرا در هر کشور، منابع کمتری برای کالای دارای مزیت مطلق استفاده می‌شود: یک دهم هفته برای تولید یک واحد مواد غذایی در ترکیه (در مقایسه با یک چهارم هفته در ایران) و یک هشتم هفته برای یک واحد پارچه در ایران (در مقایسه به یک پنجم هفته در ترکیه).

روشن است که مزیت‌های نسبی آنها در همان کالایی است که در آن مزیت مطلق دارند: یک دهم هفته برای یک واحد مواد غذایی در مقایسه با یک پنجم هفته برای یک واحد پارچه در ترکیه و یک هشتم هفته برای یک واحد پارچه در مقایسه با یک چهارم هفته برای یک واحد مواد غذایی در ایران. به عبارت دیگر (یعنی برحسب هزینه‌های فرصت) ارزش یک واحد مواد غذایی در ترکیه یک دوم ارزش یک واحد پارچه است، در حالی که یک واحد مواد غذایی در ایران به اندازه دو واحد پارچه ارزش دارد. این هزینه‌های فرصت در واقع قیمت‌های نسبی مواد غذایی بر حسب پارچه (نه برحسب واحدهای پولی) در دو کشور است. این باعث می‌شود که مواد غذایی در هزینه‌های نسبی پایینتری در ترکیه تولید شود و به عبارت دیگر ترکیه در تولید مواد غذایی دارای مزیت نسبی است. با معین بودن تقارن این اصل، در این صورت ایران دارای مزیت نسبی در کالای دیگر یعنی پارچه است.

زمانی که ایران و ترکیه در کالاهای دارای مزیت نسبی تخصص پیدا کردند و به مبادله متقابل این کالاها پرداختند، هر دو کشور منتفع می‌شوند، با فرض این که قیمتی که در آن مبادله انجام می‌شود (به اصطلاح قیمت جهانی)، در میان قیمت‌های نسبی در هر کشور قبل از تجارت باشد. در این مثال، قیمت یک واحد مواد غذایی در دامنه یک دوم پارچه تا دو واحد پارچه خواهد بود. اگر این دو کشور در تولید تخصص پیدا کنند، ترکیه می‌تواند ۲۰ واحد مواد غذایی تولید کند، چون با تولید نکردن ۸ واحد پارچه می‌تواند ۱۶ واحد مواد غذایی تولید کند. ایران نیز می‌تواند با همین استدلال ۱۶ واحد پارچه تولید کند.

فرض کنید قیمت مساوی یک باشد؛ یک واحد مواد غذایی در مقابل یک واحد پارچه. ترکیه ۱۲ تا از ۲۰ واحد مواد غذایی را برای مصرف داخلی نگاه می‌دارد و ۸ واحد مواد غذایی را برای مبادله با پارچه ایران استفاده می‌کند. برای هر واحد مواد غذایی، یک واحد پارچه به دست می‌آورد و بدین ترتیب هر دو کشور، پارچه و مواد غذایی بیشتری در مقایسه با وضعیت خودبسندگی به دست می‌آورند. ایران به طور مشابه از ۸ واحد از ۱۶ واحد پارچه تولید شده خود استفاده می‌کند تا مواد غذایی به دست آورد و می‌تواند دو برابر، مواد غذایی و همان میزان پارچه مانند شرایط خودبسندگی مصرف کند.

جدول ۱) مثال عددی مزیت مطلق، مزیت نسبی و نفع تجارت

پارچه (واحد در هفته)	مواد غذایی (واحد در هفته)	
۵	۱۰	ترکیه (تولید و مصرف)
۸	۴	ایران (تولید و مصرف)
۱۳	۱۴	جهان قبل از تجارت
-	$۱۰+۱۰=۲۰$	ترکیه (تولید)
۸	۱۲	ترکیه (مصرف)
$۸+۸=۱۶$	-	ایران (تولید)
۸	۸	ایران (مصرف)
۱۶	۲۰	جهان بعد از تجارت

در نظریه مزیت نسبی (و مثال عددی بالا)، برخی فرض ساده‌سازانه استفاده شده است،

از جمله:

- فقدان موانع برای تجارت
- فقدان هزینه‌های مبادله مانند هزینه‌های مربوط به ریسک‌های ارزی
- عدم مداخله دولت در بازار
- رقابت کامل
- عدم تحرک بین‌المللی نیروی کار.

در مجموع، الگوی ریکاردویی مزیت نسبی، انگیزه برای تجارت را از طریق تفاوت در بهره‌وری نسبی میان کشورها (که در تفاوت قیمت‌های نسبی یا هزینه فرصت منعکس شده است) توضیح می‌دهد و توضیحی برای دلیل وجود بهره‌وری‌های متفاوت نمی‌دهد. از این رو، الگوی ریکاردویی، «ایستا» نامیده شده است، یعنی هر کشوری مزیت نسبی طبیعی معینی دارد و قادر به تغییر این مزیت نیست. اما در جهان واقعی مزیت نسبی کشورها تغییر می‌کند. ژاپن و کره جنوبی ابتدا محصولات تولید و صادر می‌کردند که از نیروی کار غیرماهر استفاده می‌کرد ولی سپس محصولات سرمایه‌بر پیچیده صادر کردند. یکی از نقدهای الگوی ریکاردویی آن است که فرض می‌کند تنها یک عامل تولید (یعنی کار) وجود دارد.

مایکل پورتر با طرح مفهوم مزیت نسبی متغیر یا مزیت رقابتی^۱، به چالش با مزیت نسبی ریکاردویی پرداخت. مفهوم مزیت رقابتی در مورد یک بنگاه یا صنعت است و مربوط به مزایای هزینه‌ای است که آنها در تولید محصولات متمایز یا استاندارد دارند. مزیت رقابتی بنگاهها با تمرکز در یک منطقه جغرافیایی (ایجاد خوشه‌ها^۲)، از طریق ایجاد مهارت در نیروی کار و برونزایی مثبت ایجاد می‌شود (مانند دره سیلیکان). طرفداران مزیت رقابتی معتقدند که این نظریه در مقایسه با نظریه مزیت نسبی، قدرت توضیح دهنده بیشتری برای الگوی تجارت بین‌الملل دارد. منتقدان مزیت رقابتی نیز می‌گویند که این نظریه برای کشورهای توسعه‌یافته مناسبتر است، زیرا با صادرات صنعتی و خصوصاً کالاهای متمایز سروکار دارد که کاملاً بستگی به مهارت‌های نوآورانه دارد. نظریه دیگری که توسط نوکلاسیک‌ها درباره مزیت نسبی مطرح شده است، نظریه

1- competitive advantage
2- clusters

هکچر - اوهلين است. اين نظريه روى دو عامل توليد - نيروى کار و سرمايه - متمرکز شده و از اين رو به نظريه «نسبت عوامل» يا «نظريه موجودى عوامل» معروف است. طبق اين نظريه:

الف - کالاها بر حسب اين که چقدر نيروى کار يا سرمايه براى توليد لازم دارند، با يکديگر تفاوت دارند و به عبارت ديگر داراى «شدت عامل»^۱ متفاوتى هستند.

ب - کشورها در عرضه نيروى کار و سرمايه با يکديگر تفاوت دارند به عبارت ديگر داراى «وفور عوامل»^۲ متفاوتى هستند.

مهمترين نتيجه ناشى از نظريه هکچر - اوهلين آن است که کشورها، محصولاتى را صادر مى کنند که بيشتريين تناسب را براى توليد آن دارند. عرضه وافر سرمايه براى يک کشور مزيت نسبى در توليد کالاهائى سرمايه بر ايجاد مى کند و بنابر اين کشورهايى که سرمايه فراوان دارند، کالاهائى سرمايه بر توليد و صادر مى کنند و کالاهائى نسبتاً کاربر وارد مى نمايند.

در حال حاضر، مزيت نسبى مبنائى نظري موافقت نامه هاى سازمان جهاني تجارت به شمار مى رود و در کتاب شناخت سازمان جهاني تجارت بدان تصريح و نقل شده است که رياضيدانى به نام استانیسلا اولام از پل ساموئلسن (برنده نوبل اقتصاد) در خواست کرد که يک قضيه از تمام علوم اجتماعى نام ببرد که هم درست است و هم بي ارزش^۳ نيست و ساموئلسن پاسخ داد: مزيت نسبى. [۹]

۲-۱) گسترش تجارت آزاد

دومين مبنائى سياست تجارى در سازمان جهاني تجارت، گسترش تجارت آزاد است. در واقع، هدف اصلى مقررات گات و سازمان جهاني تجارت، ايجاد نظام تجارى آزاد و باز است. [۱۰] تجارت آزاد به معنای جا به جايى آزاد کالاها، خدمات، سرمايه و افراد ميان مرزهاست. معنای اصطلاحى تجارت آزاد، آزادى از مداخله دولت است. البته درجه آن

1- factor intensity
2- factor abundance
3- non- trivial

طی زمان تغییر کرده است:

- در اوایل قرن نوزدهم در سیاست تجاری آمریکا، تجارت آزاد به معنای تعرفه زیر ۲۰ درصد بود.

- در اواخر قرن نوزدهم طرفداران تجارت آزاد از سطوح تعرفه زیر ۴۰ درصد طرفداری می‌کردند.

- در اواسط قرن بیستم تجارت آزاد به معنای تعرفه کمتر از ۵ درصد بوده است.

- در موافقت‌نامه تجارت آزاد آسه‌آن^۱، تجارت آزاد، دامنه تعرفه از صفر تا پنج درصد است. [۱۱]

عبارتی که در سالهای اخیر متداول شده است، تجارت آزاد و منصفانه^۲ است. مقصود از تجارت آزاد و منصفانه این است که از دیدگاه توسعه اقتصادی و رفاه جهانی، تجارت آزاد، هدف کاملاً مطلوبی است، مشروط بر آن که طرفهای تجاری نیز طبق قواعد پذیرفته شده به طور منصفانه بازی کنند. [۱۲]

۳-۱) لزوم کاهش تعرفه‌ها و یارانه‌های صادراتی

سومین مبنای سیاست تجاری در سازمان جهانی تجارت ضرورت کاهش تعرفه‌ها و یارانه‌های صادراتی به دلیل کاهش رفاه است. یکی از قواعد گات این است که تعرفه‌ها باید کاهش یابد و از طریق مذاکره میان کشورهای عضو حذف شوند و تعرفه‌هایی که بدین صورت کاهش می‌یابد، باید تثبیت شوند و افزایش نیابند. نرخهای تعرفه مورد توافق در مذاکرات، در جدول امتیازات کشور درج می‌شود. اعضای سازمان جهانی تجارت متعهدند که تعرفه‌های توافق شده را افزایش ندهند و آنها را تثبیت نمایند. [۱۳] در موافقت‌نامه یارانه‌ها و اقدامات جبرانی نیز اعطای یارانه به صادرات، ممنوع شمرده شده است.

از دیدگاه نظری وضع تعرفه بر واردات و اعطای یارانه به صادرات، اثر منفی بر رفاه دارد. در اینجا به تحلیل اثرات هر یک می‌پردازیم.

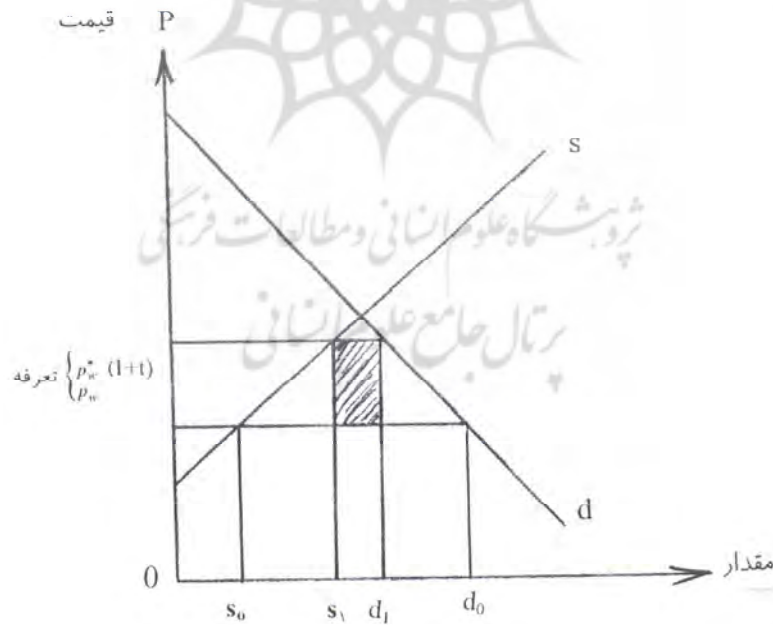
1-ASEAN Free Trade Agreement
2- free and fair trade

اول) اثرات وضع تعرفه بر واردات

ابتدا قیمت داخلی مساوی قیمت بین‌المللی (PW) در نظر گرفته می‌شود. با وضع تعرفه (t) قیمت کالا در داخل کشور به اندازه t افزایش می‌یابد. اثرات تعرفه به ترتیب زیر است:

- ۱- قیمت داخلی از PW به $PW^*(1+t)$ افزایش می‌یابد و در نتیجه مصرف‌کنندگان بخشی از مازاد مصرف‌کننده [۱۴] را از دست می‌دهند.
- ۲- تولید داخلی از S_0 به S_1 افزایش می‌یابد، زیرا قیمت بالاتر مشوق افزایش تولید است.
- ۳- مصرف داخلی از d_0 به d_1 کاهش می‌یابد، زیرا قیمت کالا افزایش یافته است.
- ۴- مقدار وارد شده از $S_0 - d_0$ به $S_1 - d_1$ کاهش پیدا می‌کند (کاهش وابستگی به واردات).
- ۵- دولت درامدی مساوی منطقه سایه زده به دست می‌آورد.

نمودار ۱) اثرات وضع تعرفه بر واردات



دوم) اثرات اعطای یارانه به صادرات

اعطای یارانه‌ای به میزان S به صادرکنندگان دارای اثرات زیر است:

۱- قیمت داخلی از P_w به $P_w^*(1+s)$ افزایش و در نتیجه مازاد مصرف‌کنندگان کاهش می‌یابد.

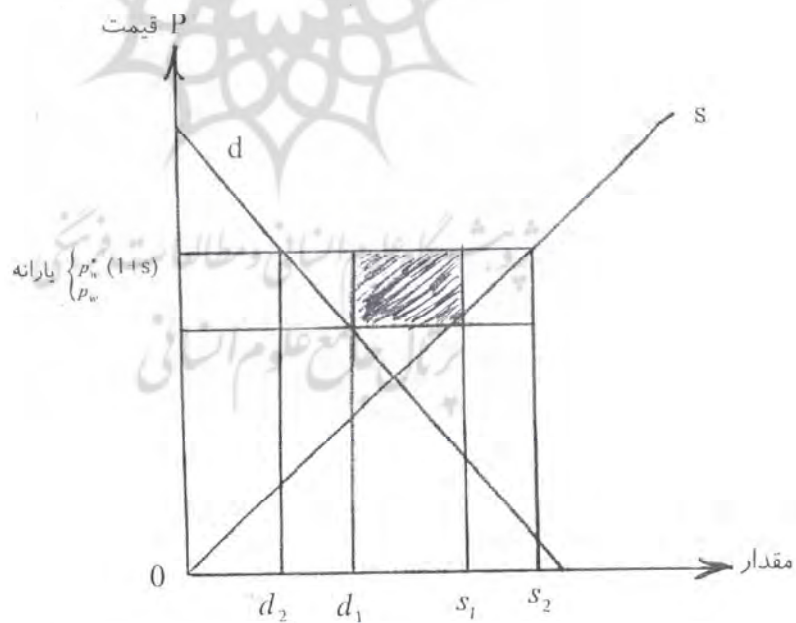
۲- تولید داخلی از S_1 به S_2 افزایش می‌یابد، زیرا تولیدکنندگان از قیمت بالاتر منتفع می‌گردند.

۳- مصرف داخلی از d_1 به d_2 کاهش می‌یابد.

۴- مقدار صادر شده از $S_1 - d_1$ به $S_2 - d_2$ افزایش پیدا می‌کند.

۵- دولت مجبور به پرداخت مبلغی مساوی منطقه سایه زده شده است (هزینه یارانه).

نمودار ۲) اثرات اعطای یارانه به صادرات



سوم) اثرات رفاهی تعرفه

پیامدهای رفاهی تعرفه به ترتیب زیر است:

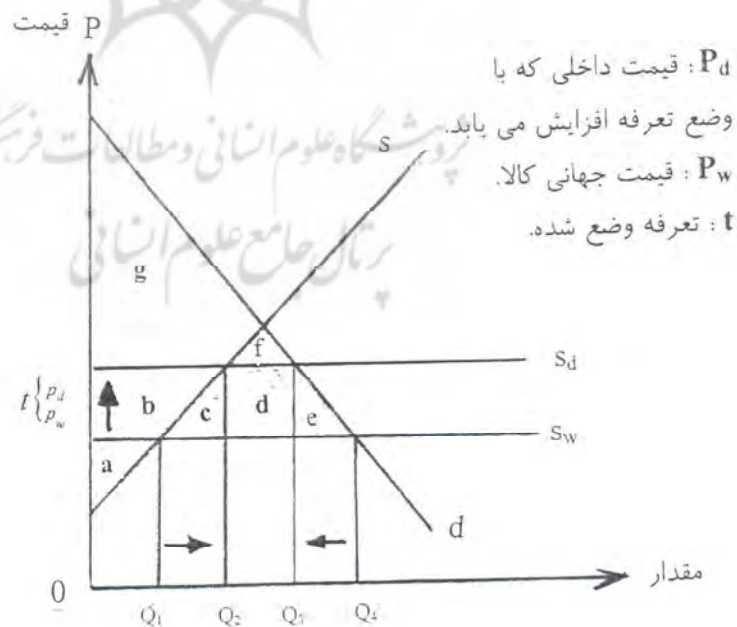
۱- مازاد مصرف کننده که قبل از وضع تعرفه، منطقه $b+c+d+e+f+g$ بود، به دو منطقه $f+g$ کاهش خواهد یافت. از این رو، زیان وارده به رفاه مصرف کننده مساوی منطقه $b+c+d+e$ خواهد بود.

۲- مازاد تولید کننده [۱۵] که قبل از وضع تعرفه، منطقه a بود اکنون $a+b$ خواهد بود. از این رو، نفع رفاهی تولید کنندگان به اندازه منطقه b است.

۳- تعرفه، درامدی برای دولت ایجاد خواهد کرد.

۴- زیان وارده به رفاه مصرف کنندگان ($b+c+d+e$) با جمع آوری درآمد توسط دولت (d) و نفع رفاهی تولید کنندگان (b) تا حدی جبران می شود، ولی مناطق $e+c$ جبران نمی شود و نشان دهنده یک زیان رفاهی خالص است. این دو سه ضلعی غالباً «زیان رفاهی»^۱ وضع تعرفه نامیده می شود.

نمودار (۳) اثرات رفاهی تعرفه



1- dead-weight loss of tariffs

جدول ۲) خلاصه اثرات رفاهی تعرفه

تغییر	با تعرفه	بدون تعرفه	شاخصها
$-(b+c+d+e)$	$f+g$	$b+c+d+e+f+g$	مازاد مصرف کننده
$+b$	$a+b$	a	مازاد تولیدکننده
$+d$	d	ندارد	درآمد تعرفه‌ای
$-(c+e)$	$a+b+d+f+g$	$a+b+c+d+e+f+g$	کل مازاد

این تحلیل، اقتصاددانان را به دو نتیجه مهم در مورد اثر تعرفه سوق داده است: اول این که تعرفه‌ها معمولاً رفاه جهانی را کاهش می‌دهند و دوم این که تعرفه، معمولاً رفاه ملت وضع‌کننده تعرفه را نیز کاهش می‌دهد. [۱۶]

تأثیر مالیات صادراتی بر تخصیص منابع، مساوی تأثیر تعرفه بر واردات با همان نرخ است. این موضوع به «تقارن لرنر»^۱ معروف است، یعنی مالیات سراسری به میزان ۱۰ درصد معادل تعرفه سراسری^۲ به میزان ۱۰ درصد است.

۴-۱) ممنوعیت استفاده از محدودیتهای کمی در تجارت

چهارمین مبنای نظری سیاست تجاری در سازمان جهانی تجارت ممنوع بودن کاربرد ابزارهای کمی سیاست تجاری است. براین اساس، حمایت تجاری تنها از طریق تعرفه‌ها امکانپذیر است. [۱۷] تعرفه‌ای کردن موانع غیرتعرفه‌ای در موافقت‌نامه کشاورزی، حذف تدریجی محدودیتهای (سهمیته‌های) مربوط به منسوجات و پوشاک در موافقت‌نامه منسوجات و پوشاک و حذف موانع غیرتعرفه‌ای در ادوار مذاکرات تجاری گات، نمونه‌هایی از این سیاست تجاری در سازمان جهانی تجارت است. [۱۸]

محدودیتهای کمی (مقداری) مانند سهمیه، رانت ایجاد می‌کند. میزان رانت همان ارزش مجوز سهمیه است که از طریق حاصل ضرب فاصله قیمتی در ارزش واردات به

1- Lerner symmetry
2- across the board

قیمتهای جهانی به دست می‌آید. غالباً برای کسب رانت سهمیه، لابی^۱ یا اعمال نفوذ انجام می‌شود، زیرا رانت سهمیه به جیب دارنده مجوز سهمیه می‌رود. اگر دولت مجوز سهمیه واردات را حراج کند، در آن صورت مبلغ رانت عاید دولت می‌شود. مهمترین تفاوت‌های ابزارهای قیمتی (مانند تعرفه و یارانه) و مقداری (مانند سهمیه) سیاست تجاری عبارتند از:

الف- تعرفه برای دولت درآمد ایجاد می‌کند، در حالی که سهمیه وارداتی برای دارندگان مجوز واردات، رانت به وجود می‌آورد.

ب- با وجود تعرفه، افزایش تقاضا با افزایش واردات تأمین می‌شود، در حالی که با سهمیه وارداتی، افزایش تقاضا، رانت را افزایش می‌دهد. از این رو، سهمیه‌ها (و به طور کلی تمام محدودیتهای کمی) اثر توزیع مجدد قوی دارد که در تعرفه وجود ندارد.

پ- هزینه‌های اجرایی برقراری سهمیه و صدور مجوز ورود، زیاد است و از این جهت نیز تعرفه بر سهمیه وارداتی ترجیح دارد.

ت- محدودیتهای کمی منجر به «فعالیت‌های رانت‌جویی»^۲ می‌شود و رانت‌جویان به دنبال کسب مجوز و سهمیه وارداتی هستند و برای به دست آوردن آن لابی می‌کنند.

۲) پیگیری سیاست تجاری مبتنی بر قاعده از طریق موافقت‌نامه‌های تجاری

سه رویکرد نظری عمده در مورد هدف موافقت‌نامه‌های تجاری وجود دارد که در سطور زیر به آنها می‌پردازیم.

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
مرکز مطالعات و تحقیقات اجتماعی
پژوهشگاه علوم انسانی

۲-۱) رویکرد اقتصادی سنتی سابقه رویکرد اقتصادی سنتی در مورد موافقت‌نامه‌های تجاری به نوشته‌های تورنز (۱۸۴۴) و میل (۱۸۴۴) بازمی‌گردد که به بحث در باره نقش اثرات رابطه مبادله در تعیین سیاست بهینه تعرفه پرداخته‌اند. جانسون (۵۴-۱۹۵۳) به بررسی ناکارایی ناشی از رابطه مبادله که یک موافقت‌نامه تجاری می‌تواند تصحیح کند، پرداخته است. به دنبال کار

1- lobbying
2- rent- seeking

دیکسیت (۱۹۸۷)، تحقیقات اخیر این بحث را در نظریه بازی شرح داده‌اند. در این الگوسازی بازده^۱ دولت (یعنی رفاه ملی) بر حسب استراتژیها (یعنی تعرفه‌ها) به منظور مشخص ساختن تعرفه‌ها و رفاه تعادل ناش^۲ است.

از آنجا که دولتها تعرفه‌ها را به گونه‌ای تعیین می‌کنند که بتوانند رابطه مبادله خود را با هدف حداکثر نمودن رفاه ملی، ماهرانه کنترل کنند، از نظر رویکرد اقتصادی سنتی، منطق موافقت‌نامه‌های تجاری اجتناب از تعادل غیرهمکاری ناشی از تلافی تعرفه‌ای و تلافی متقابل است که به جنگ تجاری منجر می‌شود. از این دیدگاه، هیچ‌کدام از کشورها نمی‌توانند با اقدام یکجانبه در زمینه سیاست تجاری، وضع خود را بهتر کنند بلکه هر کشور با انعقاد موافقت‌نامه تجاری و انجام تعدیلهای تعرفه‌ای متقابل می‌تواند وضع بهتری پیدا کند. در واقع، طبق این رویکرد، هدف موافقت‌نامه‌های تجاری، اجتناب از معمای زندانی ناشی از رابطه مبادله^۳ است، زیرا پیگیری منافع رابطه مبادله است که دولتها را از نتیجه کارای تجارت آزاد متقابل دور می‌کند. در این صورت، هدف یک موافقت‌نامه تجاری، درمان این ناکارایی است. [۱۹] بنابراین، رویکرد اقتصادی سنتی توضیح روشنی برای موافقت‌نامه‌های سازمان جهانی تجارت ارائه می‌کند. البته باید توجه داشت که رویکرد سنتی، محدودیتهای سیاسی دولتها برای پیروی از چنین منطقی را نادیده می‌گیرد.

معمای زندانی: معمای زندانی این است که دو زندانی که در یک جرم شریک هستند، در اتاقهای جداگانه مورد سؤال قرار می‌گیرند. هر زندانی می‌تواند شرکت در جرم را اقرار یا انکار کند:

- اگر یکی از زندانیان اقرار کند، او آزاد می‌شود و زندانی دیگر به مدت ۶ ماه زندان می‌شود.

- اگر هر دو زندانی ارتکاب جرم را منکر شوند، آنگاه هر دو مجازات می‌شوند (یک ماه زندان).

1- payoffs

2- Nash equilibrium

3- terms of trade driven prisoners' dilemma

- اگر هر دو زندانی اقرار کنند، هر دو مجازات می‌شوند (سه ماه زندان).
ماتریس مجموع بازده‌ها به شرح جدول زیر است.

جدول ۳) ماتریس معمای زندانی

زندان‌ی دوم

		اقرار	انکار
زندان‌ی اول	اقرار	۳- و ۳-	۰ و ۶-
	انکار	۰ و ۶-	۱- و ۱-

اگر زندانی دوم تصمیم بگیرد ارتکاب جرم را انکار کند، آنگاه زندانی اول آزاد می‌شود. اگر زندانی دوم تصمیم بگیرد ارتکاب جرم را اقرار کند آنگاه زندانی اول به جای ۶ ماه، سه ماه زندانی می‌کشد.

همین جریان برای زندانی دوم هم اتفاق می‌افتد. بنابر این، تعادل ناش [۲۰] منحصر به فرد در این بازی برای هر دو فرد این است که اقرار کنند، اما لازمه این کار همکاری دو طرف و اعتماد به یکدیگر است تا هر دو وضع بهتری پیدا کنند. استراتژی انکار - انکار، کارای پاره‌تو است و استراتژی اقرار - اقرار ناکارای پاره‌تو می‌باشد. چون دو زندانی به یکدیگر اعتماد ندارند، استراتژی اقرار - اقرار را انتخاب می‌کنند، در حالی که به نفع آنهاست که استراتژی انکار - انکار را برگزینند و موافقت‌نامه‌ها نیز چنین وضعیتی دارد که به دلیل همکاری طرفین به نفع هر دو است. [۲۱]

۲-۲) رویکرد اقتصاد سیاسی

ویژگی متمایز رویکرد اقتصاد سیاسی این است که دولتها به پیامدهای سیاسی (یعنی توزیعی) و همچنین پیامدهای کارایی اقتصادی ناشی از تغییر قیمت داخلی که با تغییر تعرفه‌ها ایجاد می‌شود، اهمیت می‌دهند. وقتی ترجیحات دولتها این‌گونه باشد، انتظار می‌رود انگیزه اقتصادی دولتها باعث شود که آنها رابطه مبادله را ماهرانه کنترل کنند تا رابطه مبادله کشور بهبود پیدا کند و در نتیجه، رفاه ملی آن کشور افزایش یابد. وقتی دولتها

سیاستهای تجاری خود را به طور یکجانبه تعیین می‌کنند، در این صورت به سمت تعیین تعرفه‌هایی می‌روند که بالاتر از تعرفه کارا هستند، چون متوجه می‌شوند که برخی هزینه‌های تعرفه بالاتر، از طریق تغییرات متعاقب آن در قیمت جهانی، می‌تواند به طرف تجاری منتقل شود. در واقع، برونزایی رابطه مبادله^۱ یک ناکارایی است که می‌تواند با موافقت‌نامه تجاری مناسب، درمان شود.

بنابر این، می‌توان نتیجه‌گیری کرد که برونزایی رابطه مبادله منطبق اصلی موافقت‌نامه تجاری در رویکرد اقتصاد سیاسی است. بدین منظور «تعرفه‌های بهینه از نظر سیاسی» که منجر به کاهش متقابل تعرفه‌ها می‌شود، می‌تواند رفاه ملی طرفین را حداکثر سازد. تفسیر برونزایی رابطه مبادله این است که اگر هر دولتی تلاش کند هزینه‌های تعرفه بالاتر را به دیگری منتقل سازد، نتیجه‌اش سیاستهای ناکارای یکجانبه است. برونزایی رابطه مبادله در این صورت ابزاری است که از طریق آن، این انتقال هزینه تحقق می‌یابد.

۲-۳) رویکرد تعهد^۲

این رویکرد بر مشکلی که دولت‌ها در انجام تعهدات سیاستی به بخش خصوصی مواجه هستند تأکید می‌کند و می‌گوید که موافقت‌نامه‌های تجاری به معتبر بودن سیاست تجاری دولت کمک می‌کند. در واقع، رویکرد تعهد می‌گوید که موافقت‌نامه تجاری به انجام تعهد سیاستی دولت به بخش خصوصی کشور کمک می‌کند. بر خلاف دو رویکرد قبل، رویکرد تعهد، تمرکز تحلیل را از بازی میان دولت‌ها به بازی میان دولت و بخش خصوصی آن کشور تغییر می‌دهد.

بنابر این، در مجموع می‌توان گفت که نقش موافقت‌نامه‌های تجاری در سازمان جهانی تجارت اجتناب از معمای زندانی ناشی از رابطه مبادله، پرهیز از برونزایی رابطه مبادله و متعهد شدن دولت به بخش خصوصی در زمینه سیاستها و اقدامات تجاری است. البته باید توجه داشت که برای دستیابی به موافقت‌نامه‌های تجاری که نقش یادشده را ایفا کنند باید ساختار مذاکرات چندجانبه تجاری، مبتنی بر قاعده باشد - که گات و سازمان جهانی

1- terms of trade externality
2- Commitment Approach

تجارت از آن پیروی می‌کنند- و از مذاکرات تجاری مبتنی بر قدرت اجتناب شود. از آنجا که در مذاکرات مبتنی بر قاعده، مذاکرات و تصمیمات با ارجاع به هنجارها و اصولی است که طرفین قبلاً توافق کرده‌اند، توافقات انجام شده بادوام است.[۲۲]

یادداشتها

1-Ratnayake and Mikic 2002, p.13.

2- Goode 2003, 356.

3- Ratnayake and Mikic 2002, p.14.

4- Goode 2003, p.35.

5- Deardorff 1998, p.6.

6- Bacchetta 2001, p.4-5.

7- Deardorff 1998,p.7.

8- WTO 2005, p.15.

9- **Ibid.** , p.14-15.

۱۰- مرکز تجارت بین‌الملل و دبیرخانه مشترک‌المنافع ۱۳۷۵، ص ۱۴.

11-Goode 2003,p.145- 146.

12- **Ibid.**,p.144.

۱۳- مرکز تجارت بین‌الملل و دبیرخانه مشترک‌المنافع ۱۳۷۵، ص ۹۷- ۹۶.

۱۴- مازاد مصرف‌کننده یکی از معیارهای اندازه‌گیری رفاه است و در تحلیل تعادل جزئی به کار می‌رود. مازاد (اضافه رفاه) مصرف‌کننده بنا به تعریف عبارت است از تفاوت میان آنچه مصرف‌کنندگان عملاً می‌پردازند و آنچه حاضرند برای هر واحد محصول بپردازند. افزایش قیمت، مازاد مصرف‌کننده، را کاهش می‌دهد. از نظر نموداری، مازاد مصرف‌کننده، منطقه میان منحنی تقاضا و قیمت بازار است.

۱۵- مازاد تولیدکننده از نظر نموداری، منطقه میان منحنی عرضه و قیمت بازار است.

۱۶- باید توجه داشت که در ادبیات تجارت بین‌الملل، دو استثنا برای دومین نتیجه‌گیری وجود دارد: اول این که برقراری «تعرفه بهینه» از لحاظ ملی در حالتی که کشور دارای قدرت انحصار خرید طبیعی باشد و بتواند بر قیمت کالای وارداتی از خارج تأثیر گذارد توجیه‌پذیر است، زیرا در این حالت هزینه نهایی که جامعه برای واردات متحمل می‌شود کمتر از قیمتی است که هر فرد یا بنگاهی در صورت فقدان تعرفه پرداخت می‌کرد. (Yoffie and Gomes - Casseres 1994,p.5) استثنای دوم مربوط به بحث «دومین

بهینه» (second best) است که تعرفه‌ها به عنوان یک راه مفید و ممکن برای غلبه بر اختلالها یا نقایص اقتصاد داخلی مطرح می‌شود.

۱۷- مرکز تجارت بین‌الملل و دبیرخانه مشترک المنافع ۱۳۷۵، ص ۱۴.

۱۸- فصل سوم گزارش بررسی سیاست تجاری کشورها در سازمان جهانی تجارت به بررسی یکایک ابزارهای سیاست تجاری در کشورهای عضو می‌پردازد.

۱۹- اصل رفتار متقابل (reciprocity) در موافقت‌نامه‌های سازمان جهانی تجارت نیز به دولت‌ها کمک می‌کند که دچار معمای زندانی ناشی از رابطه مبادله نشوند.

۲۰- یک جفت استراتژی در تعادل ناش است اگر انتخاب زندانی اول با توجه به تمام انتخابهایی که زندانی دوم می‌تواند انجام دهد، بهینه باشد و انتخاب زندانی دوم با تمام انتخابهایی که زندانی اول می‌تواند انجام دهد، بهینه باشد.

21- Varian 2002, p.214.

22- Bagwell and Staiger 2002, p.13-14.

منابع

مرکز تجارت بین‌الملل و دبیرخانه مشترک المنافع (۱۳۷۵) راهنمای تجاری دور اروگوئه. ترجمه مؤسسه مطالعات و پژوهشهای بازرگانی. تهران: مؤسسه مطالعات و پژوهشهای بازرگانی.

Bacchetta, Marc(2001) "**Overview of the Economics of International Trade**".

Bagwell, Kyle and Robert W. Staiger(2002) **The Economics of the World Trading System**. Cambridge: The MIT Press.

Deardorff, Alan (1998) "**Benefits and Costs of Following Comparative Advantage**".RSIE Discussion Paper No.423.

Goode , Walter (2003) **Dictionary of Trade Policy Terms**.Cambridge: Cambridge University Press.

Ratnayake, Ravi and Mia Mikic(2002) "**Introduction to Basic Trade Policy Concepts**". ESCAP.

Varian, Hal R.(2002) **Intermediate Microeconomics**. Six Edition. New York:W.W. Norton & Company.

WTO(2005) **Understanding the WTO**. Geneva: WTO Publications.

Yoffe , David B. and Benjamin Gomes- Casseres (1994) **International Trade and Competition**. New York: McGraw- Hill.

