

هزینه‌های خودکفایی، پشت دیوارهای اقتصاد ملی

دیدگاه دکتر موسی غنی‌نژاد، عضو شورای سیاست‌گذاری ماهنامه «اقتصاد ایران» در ارتباط با رقابت، بهره‌وری و قدرت

ارزش‌ها و مکانیزم‌های رقابتی سازگار گردند. استقلال اقتصادی را نباید مانند گذشته به بی‌نیازی از دیگران و قطع ارتباط با دنیای خارج تعبیر کرد، زیرا تحقق بخشیدن به چنین تصویری به معنای ایجاد اقتصادی عقب مانده و ضعیف خواهد بود. در اقتصاد دنیای امروز، مفاهیم قدرت و بهره‌وری، جایگزین استقلال و خودکفایی به معنای قدیم شده‌اند. در این شرایط، استراتژی بی‌نیاز کردن خود از دیگران (درون‌گرایی) باید جای خود را به استراتژی نیازمندتر کردن دیگران به خود از طریق تسخیر بازارهای بیشتر دهد. هیچ کشور پیشرفته‌ای را نمی‌توان یافت که دائماً تولیدکننده کالاها و خدمات مورد نیاز خود باشد. به طور متوسط، بیش از ۲۰ درصد کل کالاها و خدمات مورد تقاضا در جوامع امروزی از خارج تأمین می‌شوند. این رقم در نیم قرن پیش، حدود ۱۰ درصد بود. جریان رشد یابنده تجارت جهانی و رفاه و ثروت ناشی از آن، در عمل به این معناست که استقلال و خودکفایی اقتصادی به مفهوم قدیمی آن دیگر موضوعیت ندارد.



حمایت برای رقابت

اهداف سیاست‌های حمایتی در گذشته، عمدتاً عبارت بود از تشویق تولیدات داخلی (جایگزینی واردات) و رشد اقتصادی از طریق اعطای امتیازات و یارانه‌های گوناگون به تولیدکنندگان داخلی. این سیاست، دو وجه اصلی داشت: یکی، بستن مرزهای ملی بر روی رقبای خارجی با ایجاد موانع تعرفه‌ای و غیرتعرفه‌ای به منظور حفاظت از بازارهای داخلی و دیگری، پرداخت انواع یارانه به شیوه‌های مختلف، از نرخ بهره و ارز ترجیحی گرفته تا زمین و انرژی ارزان قیمت. ولی تجربه کشورهای پیشرفته در گذشته و کشورهای نوظهور در سالیان اخیر، نشان داده که آن دسته از سیاست‌های حمایتی می‌تواند کارساز باشد که بتواند رقابت‌پذیری تولیدکنندگان داخلی را تقویت کند. تنها شکل مطلوب حمایت، برقراری شرایط مناسب رقابتی از طریق آزادسازی نظام اقتصادی است. سیاست‌های حمایتی درون‌گرایانه در گذشته، درصدد ایجاد محیط تصنعی و گلخانه‌ای برای رشد اقتصادی بود. اما این سیاست‌ها به علت بیگانه بودن با منطق اقتصادی، تنها به ایجاد انحصارها، رانت‌ها و ائتلاف منابع منتهی می‌شد.

منظور از سیاست‌های حمایتی سازنده، فراهم ساختن بسترهای حقوقی، نهادی و سیاسی مناسب و منطبق با منطق اقتصادی برای رشد فعالیت‌های داوطلبانه‌ی مردم است. تضمین حقوق مالکیت افراد، مقررات زدایی و آزادسازی، ثبات در تصمیم‌گیری‌های کلان مملکتی، اجتناب از دخالت در مکانیزم قیمت‌ها و اعمال سیاست‌های پولی و مالی در جهت کنترل تورم و کاستن از وزن اقتصادی دولت، مجموعه اقداماتی است که به درستی می‌توان از آنها به عنوان سیاست‌های حمایتی سازنده نام برد. بنابراین، هدف‌گیری سیاست‌های حمایتی نیز به جای آن که ناظر بر تولید این یا آن کالای معین باشد باید معطوف به تقویت توان رقابتی فعالان اقتصادی صرف نظر از نوع تولیدات گردد. زمان آن فرارسیده که نگرش خود را نسبت به اهداف و آرمان‌های اقتصادی با الزامات دنیای امروز سازگار نماییم. سرعت تحولات، هزینه‌های تأخیر را روز به روز سنگین‌تر می‌کند، هزینه‌هایی که تحمل آنها در آینده‌ای نه چندان دور ممکن است طاقت فرسا باشد. ■

رکن اصلی جهانی شدن اقتصادی، آزادی تجارت و در نتیجه، رقابتی شدن اقتصادهای ملی و نهایتاً حرکت اینها به سوی ادغام در بازارهای متشکل جهانی است. مقصد نهایی فرآیند جهانی شدن، از لحاظ نظری، محو ناگزیر مرزهای اقتصادی است. گرچه ممکن است تا رسیدن به مقصد نهایی، راه درازی در پیش باشد و از حال نتوان سازوکار یک بازار جهانی بدون حد و مرز ملی را تصور نمود، اما در هر صورت، قراین و شواهد حاکی از فرو ریختن دیوارهای حایل اقتصادهای ملی است. جوامعی که توانسته‌اند اقتصادهای ملی خود را با شرایط جدید رقابتی سازگار کنند و سهمی در این بازی جهانی بر عهده گیرند، به نحو چشمگیری از پدیده جهانی شدن و رقابت اقتصادی سود برده‌اند. مورد چین، نمونه بارزی از این سازگاری و تجربه موفق ناشی از آن است. اما هنوز کشورهایی هستند که همانند ما به دلایل گوناگون از جمله درآمدهای آسان‌یاب نفتی، چالش‌های رقابتی را به جد نمی‌گیرند. مفهوم رقابت از لحاظ اقتصادی، ناظر بر ویژگی بازارها است. بازار رقابتی بازاری است که در آن، آزادی انتخاب برای تولیدکنندگان و مصرف‌کنندگان وجود دارد. تولیدکنندگان رقابتی

برای بقا و بهتر کردن وضع خود ناگزیرند در هزینه‌ها صرفه‌جویی کرده و کیفیت کالاهای خود را با قیمت‌های رقابتی نسبت به دیگر تولیدکنندگان بهبود بخشند. استفاده بهینه از منابع، سیستم کارآمد اطلاع‌رسانی و خلاقیت و ورزشی، نتیجه عملی شکل‌گیری بازارهای رقابتی و در نهایت، رفاه و آسایش عموم مصرف‌کنندگان است. علت فراگیر شدن بازارهای رقابتی در سراسر جهان همین موضوع می‌باشد. در غیر این صورت، بر خلاف آنچه اغلب تصور می‌شود، اراده هیچ تولیدکننده‌ای به ویژه تولیدکنندگان بزرگ (شرکت‌های فراملیتی) دایر بر رقابتی کردن حوزه فعالیت‌های خود نیست. رقابت برای هیچ بنگاهی به تنهایی، امر مطلوبی نیست. ولی رقابت یک مطلوب اجتماعی است؛ فرآیندی است که از طریق آن، بازیگران اقتصادی ناگزیر به اتخاذ رفتاری عقلایی و به سود همگان (مصرف‌کنندگان) می‌شوند. به عقیده برخی نویسندگان دولت‌مدار و انزواطلب، این فرآیند از دو جهت، منافع ملی کشورهای در حال توسعه را مورد تهدید قرار می‌دهد. یکی از جهت فرو پاشیدن اقتصادهای ملی که توان رقابت در سطح جهانی را ندارند و دیگری از این لحاظ که استقلال اقتصادی و در نتیجه، استقلال سیاسی با وابستگی به بازارهای جهانی عملاً ممکن است متزلزل گردد. با توجه و تمسک به چنین ملاحظاتی است که سیاست‌های حمایتی از طریق ایجاد موانع تعرفه‌ای و غیرتعرفه‌ای و دادن امتیازات انحصاری و یارانه‌ای به تولیدکنندگان ملی تداوم می‌یابد. اما برخلاف آنچه که انزواگرایان مدعی هستند، این گونه سیاست‌ها در عمل هیچگاه به تقویت اقتصادهای ملی و استقلال و خودکفایی منتهی نمی‌شود. منزوی کردن اقتصادهای ملی به بهانه حمایت، خودکفایی یا استقلال، آنها را از بهره‌جستن از پیشرفت‌های تکنولوژیکی و مدیریتی محروم می‌کند. نتیجه این گونه سیاست‌ها، عقب ماندگی روزافزون و فاصله گرفتن از استانداردهای بهره‌وری در سطح جهانی خواهد بود. به این ترتیب، با تضعیف توان اقتصاد ملی، نه تنها استقلال و خودکفایی حاصل نمی‌شود بلکه با افزایش فاصله با جهان پیشرفته، خطر آسیب‌پذیری و وابستگی بیشتر می‌گردد. در وضعیت کنونی، مفاهیمی مانند استقلال اقتصادی، خودکفایی و حمایت باید بازتعریف گردند تا این آرمان‌ها با