

عديده‌های می‌باشد که دامن‌گیر کشور شده است. هر چند برخی از کارگزاران نظام، تحریم‌های اعمال شده علیه ایران و به ویژه تحریم‌های بانکی را نادیده انگاشته و هیچ اهمیتی برای آن قایل نیستند، اما واقعیت‌های ملموس زندگی اقتصادی-تجاری حکایت و تصویر دیگری ارایه می‌دهند و امکان هر گونه سرمایه‌گذاری را در کشور تقریباً به صفر رسانده‌اند.

نظام اقتصادی و رژیم تجاری ایران در حال حاضر با موانع و مشکلات عدیده‌ای روبه‌رو است. بخشی از این مشکلات به ساختار سیاسی-اقتصادی کشور مربوط می‌شوند. از این رو اصلاح این ساختار در جهت افزایش قابلیت‌پذیری در فرآیند جهانی شدن می‌تواند خلاصه شود.

اصلاح ساختار اقتصادی و رژیم تجاری کشور باید با هدف ارتقای منزلت ایران در اقتصاد جهانی و با نگاهی به

گسترش روابط تجاری-اقتصادی با سایر کشورهای جهان و به ویژه همسایگان صورت پذیرد.

آنچه در وهله نخست حایز اهمیت خاصی است، کوشش و تلاش خستگی‌ناپذیر و توأم با یک دیپلماسی فعال و مثبت در جهت رفع بحران‌های سیاسی و لغو تحریم‌های اقتصادی است. در مرحله بعدی بازسازی ساختار نظام اقتصادی و رژیم تجاری ایران و تهیه و تنظیم قوانین و مقررات منطبق با معیارها و سازوکارهای سازمان تجارت جهانی جایگاه خاص خود را می‌یابد.

کشور ما ایران از قابلیت‌های سیاسی، اقتصادی، فرهنگی، تجاری، جغرافیایی و انسانی سرشاری برخوردار است و اگر دولت همواره بر این تصمیم است که بر جرگه کشورهای عضو سازمان تجارت جهانی بپیوندد، ناگزیر باید این قابلیت‌ها را از قوه به فعل درآورد، انشاءالله. ■

مزایای رقابتی در مقابل رذایل انحصاری

فضیلت بازار رقابتی

تحلیل دکتر موسی غنی‌نژاد، استاد دانشگاه صنعت نفت و عضو هیأت تحریریه ماهنامه «اقتصاد ایران»، از مزیت‌های بازار رقابتی

بازار رقابتی در مقابل تجارت محدود یا همان بازار انحصاری، دارای این فضیلت است که در آن منافع عمومی نسبت به منافع گروهی خاص، بیشتر تأمین می‌گردند. این موضوع از دیرباز تاکنون، مورد تأکید قرار گرفته است که در تجارت انحصاری، تنها نفع عده‌ای معدود حاصل می‌شود، ولی در تجارت رقابتی منافع عده کثیری تأمین می‌گردد. اما عملکرد مکانیزم بازار در شرایط رقابتی به عنوان موضوع پژوهش علمی مستقل، تنها در اندیشه اقتصادی مدرن مطرح می‌شود و در واقع می‌توان گفت که مبانی مفهومی اقتصاد مدرن، همگی از پارادایم "بازار رقابتی‌ها" نشأت گرفته است.



دستاوردهای بازار رقابتی

بازار رقابتی در درجه اول یک شبکه اطلاع‌رسانی بسیار کارآمد در خصوص خواسته‌ها و ترجیحات افراد در رابطه با استفاده از منابع کمیاب است. قیمت‌های نسبی بازار و تغییرات آنها، از یک سو حامل بار اطلاعاتی بسیار مهمی درباره اولویت‌های مصرفی مردم می‌باشند و از سوی دیگر در بر دارنده امکانات تولیدی هستند. مردم

دو ویژگی که البته در ارتباط بسیار نزدیک با خاصیت اطلاع‌رسانی هستند، عبارتند از این واقعیت که فرآیند رقابتی، همیشه و در همه جا از جمله بازار به صورت اسلوب اکتشاف و خلاقیت عمل می‌کند. در عرصه مسابقات ورزشی نیز آنچه در جریان رقابت اتفاق می‌افتد در درجه اول کشف بهترین‌ها و در عین حال، ایجاد انگیزه و مهیا نمودن امکانات مناسب برای خلاقیت‌ها است. این فرآیند اکتشاف و خلاقیت به طریق اولی در شکل بسیار پیچیده‌تری در بازار رقابتی وجود دارد. شیوه‌های کم هزینه‌تر تولید، محصولات جدید و جایگزین - چه در خصوص کالاهای مصرفی و چه در خصوص کالاهای سرمایه‌ای - همگی در نتیجه فرآیند رقابتی شکل می‌گیرند. کارآفرینان، مدیران برتر، تکنولوژی‌ها و محصولات جدید در فرآیند رقابتی شناخته می‌شوند و مورد استفاده عمومی قرار می‌گیرند. تولیدکننده‌ای که رقیبی ندارد، چندان نیازی به بالا بردن بهره‌وری تولید خود نمی‌بیند و انگیزه‌ای برای تحقیق و جست‌وجوی روش‌های تولید کم هزینه‌تر و محصولات بهتر ندارد. حتی می‌توان گفت ضرورت رفتار عقلایی از سوی تولیدکنندگان، عمدتاً ناشی از قرار گرفتن در چارچوب ضروریات شرایط رقابتی است. هر بنگاهی که در شرایط رقابتی قرار می‌گیرد، ناگزیر است رفتار عقلایی از خود نشان دهد و از اتلاف منابع و مدیریت ناکارآمد اجتناب ورزد، وگرنه ناگزیر به ترک صحنه رقابت می‌شود.

اطلاعات و عقلانیت

ترکیب اطلاعات مناسب و عقلانیت، تولیدکنندگان مبتکر را در جهت خلاقیت بیشتر سوق می‌دهد و آنها را به کارآفرین تبدیل می‌کند. شرایط رقابتی، مستعدترین محیط برای رشد خلاقیت است. البته منظور از خلاقیت در فعالیت‌های اقتصادی صرفاً منحصر به ابداع تکنولوژی‌ها و محصولات جدید نیست، بلکه شامل هر گونه ابتکاری است که افق‌های تولید ثروت و رفاه بیشتر را گسترده‌تر می‌سازد. کارآفرینی که بازارهای جدیدی را کشف می‌کند یا می‌گشاید، به اندازه یک مبلع تکنولوژی یا محصول جدید، خلاق محسوب می‌شود. رشد بلند مدت اقتصادی تابعی از خلاقیت به مفهوم وسیع آن است. بدون ایجاد محیط مناسب برای خلاقیت، اقتصاد جامعه به رکود و سکون می‌گراید. تجربه تاریخی نیز مؤید این نظریه است که با محدود کردن آزادی و رقابت، خلاقیت و نوآوری از میان می‌رود و رشد اقتصاد متوقف می‌گردد. بر خلاف تصور سوسیالیست‌ها (طرفداران برنامه‌ریزی متمرکز دولتی)، رشد اقتصادی صرفاً تابعی از انباشت سرمایه نیست و تولید بیشتر کالاهای سرمایه‌ای الزاماً به رشد اقتصادی بالاتر نمی‌انجامد. ■

با انتخاب‌های اقتصادی آزادانه خود در مورد خرید یا امتناع از خرید کالاهای مختلف، سیستم اطلاع‌رسانی خودکامی را در جامعه به وجود می‌آورند، به طوری که در سایه آن، تخصیص منابع در دسترس، جهت استفاده بهینه بر حسب اولویت‌های افراد سوق داده می‌شود. برخلاف آنچه که مخالفان نظام بازار می‌گویند، آزادی انتخاب در این سیستم، نه تنها به معنای نابسامانی و هرج و مرج نیست، بلکه موجب نظم‌های چند مرکزی بسیار پیچیده‌ای است که از نظر توان انتقال سریع اطلاعات به مشارکت‌کنندگان مستقل و پراکنده، به هیچ وجه قابل قیاس با نظم‌های سازمانی کنترل‌شده تک‌مرکزی نیست. اطلاعات مربوط به

تصمیمات مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان در خصوص چگونگی استفاده از منابع اقتصادی به طور خودکار و با سرعت، از طریق مکانیزم قیمت‌ها در میان کلیه افراد ذینفع بازار پراکنده می‌شوند و در نتیجه، کل سیستم در سایه عقلانیت ناشی از اطلاعات درست و کارآمد عمل می‌کند.

علاوه بر کارایی ناشی از شبکه اطلاع‌رسانی، بازار رقابتی دارای دو ویژگی بسیار مهم دیگر است. این