

نگاهی به ضرورت اتخاذ سیاست استراتژیک تجاری*

دکتر محمد نهاوندیان

و این غموض و پیچیدگی انتخاب بین توسعه صادرات و جایگزینی واردات، به خصوص در کشورهایی که سیاست مستمر و ثابتی نداشتند، وضع را بدتر کرد.

از حدود ۱۰-۱۵ سال گذشته، حتی در کشورهای پیشرفته صنعتی، بحث جدیدی مطرح شده است که نه آن آزاد سازی تجاریست و نه آن حمایتگرایی سنتی، بلکه بحثی است که به عنوان حمایتگرایی نوین یا بحث سیاستهای استراتژیک تجاری مطرح گردیده است. امروز می‌خواهیم چند دقیقه در این خصوص گفتگویی داشته باشیم و ببینیم که این بحث برای کشور ما چه مفیدیهایی می‌تواند داشته باشد.

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 در کشورش و فور نسبی دارد. حاصل این نظریه آن است که کشورها در مزیت‌های نسبی اقتصاد خود محدود به مواهب اقتصادی خویش هستند. لذا اگر کشوری نیروی کار نسبی بیشتری

باید به فال نیک گرفت این بحث اساسی را که انشاء... راهگشا و نجات بخش و امید انگیز برای اقتصاد کشوری است که امید است میدانگیز مستضعفین عالم باشد، در روز تولد مید داشته باشیم***. در طول تاریخ تفکر اقتصادی در بحثهای مربوط به سیاستهای تجاری بطور سنتی تقابلی بین بینش آزاد سازی تجاری و بینش حمایتگرایی وجود داشته است. در طول تاریخ مکتوب اندیشه‌های اقتصادی طی ۲۰۰-۳۰۰ سال گذشته، صف کشیها و رژه استدلالاتی در هر دو طرف بوده است. معمولاً طرفداران آزاد سازی تجاری با تکیه بر فرصت‌های از دست رفته ناشی از اعمال محدودیتهای تعرفه‌ای و مقداری، چنین استدلال می‌کردند که حتی کشوری که چنین سیاست‌هایی را اتخاذ می‌کند، از محدود شدن تجارت زیان خواهد دید. طبعاً ارائه این استدلال باعث غلبه این نظریه شد و اغلب کشورهایی که بینش آزاد سازی تجاری را اتخاذ کردند به پیشرفتهای بیشتری نائل شدند. لکن، در بعضی از کشورهای در حال توسعه با اتخاذ این سیاستها اوضاع اقتصادی بدتر شد. سیر توسعه آنها با دشواریهای جدی رو به رو گردید

دارد، مزیت نسبی حکم می‌کند که در کالاهای کاربر تخصص پیدا کند. طبعاً با افزایش غیر متناسب عوامل تولید، اگر رشد نیروی کار بیشتر از رشد عامل سرمایه باشد، براساس قضیه ریویزینسکی در این گرداب بیشتر فرو می‌رود. یعنی اگر نیروی کارش دو برابر شده باشد، تولید کالای کاربرش بیش از دو برابر می‌شود و در مقابل، تولید کالای سرمایه برش کاهش می‌یابد. لذا از این نظریه در واقع گونه‌ای در جا زدن و محدود شدن، زندانی امکانات و مواهب طبیعی ماندن مستفاد می‌شود.

اشکالاتی که برخی از متفکرین بر این نظریه گرفتند تا مدتها فقط به شکل سلبی و رفعی بود. لکن در نظریات جدید تجارت بین‌الملل 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؟ به عنوان مثال یکی از فروض تئوری فوق آن است که نرخ نهائی جانثینی صعودیست یعنی هزینه تبدیل کالاها به یکدیگر رو به افزایش خواهد بود (یعنی منحنی امکانات تولید شما نسبت به مبدأ مقعر است). اما اگر نرخ نهائی جانثینی نزولی باشد، یعنی اگر برای تولید بیشتر از یک کالا مجبور به چشم پوشی کمتر و کمتری از کالای دیگر باشید (منحنی امکانات تولید شما نسبت به مبدأ محدب باشد) تمام نتایج تئوری فوق عوض می‌شود (۱). به همین ترتیب اگر عناصر فضایی (هزینه حمل و نقل) را وارد تئوری فوق کنیم، اگر بجای رقابت کامل فرض کنیم که رقابت

ناقص حکمفرماست یا به طور کلی اگر یکی از موارد شکست بازار را وارد آن تئوری کنیم، نتایج این تئوری دگرگون خواهد شد. در این شرایط دعوا بر سر جواب مسئله نیست بلکه بحث بر سر متفاوت بودن صورت مسئله است. طبیعی است وقتی صورت مسئله متفاوت باشد، نتایج و توصیه‌های سیاست‌گذاری حاصل از آن نیز متفاوت خواهد بود. لذا نسخه‌ای که براساس این بحث جدید می‌نویسند نه نسخه آزاد سازی تجاری در همه مراحل از آغاز تا انجام است و نه نسخه حمایت از صنایعی که مزیت نسبی ندارند. حرف اصلی چیز دیگریست و آن داشتن سیاستهای استراتژیک در تجارت است. حرف این است که اگر شما بتوانید نه مزیت‌های نسبی بالفعل، بلکه مزیت‌های نسبی بالقوه را شناسائی کنید که در زمان بلوغ و باروری اش بتواند در شرایط آزاد رقابت کند، حمایت‌های دولت در نقطه آغازین بسیار منطقی و اقتصادیست و در مجموع نه تنها هزینه ندارد که صرفه هم دارد.

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. مثال کلاسیک در این زمینه شرکت‌های بوئینگ و ایرباس هستند که در یک بازی که جمعش منفی (۲) است درگیر هستند. اگر هر دو به تولید هواپیماهای پهن بیکر پردازند هر دو مثلاً ۲۰ واحد ضرر می‌کنند ولی اگر تنها یک تولید کننده در بازار باشد آن تولیدکننده ۱۰۰ واحد سود خواهد برد و طبعاً سود دیگری صفر خواهد بود. در این حالت بودن یک تولیدکننده در بازار به مفهوم آن است که تولیدکننده دیگر

نباید وارد این بازار شود. لذا بهترین استراتژی این است که اعلام اطمینان بخش یا اخطار قابل اعتمادی به حریف بشود که او بداند من در بازار هستم و در این راه سرمایه‌گذاری جدی کرده‌ام تا از ورود به بازار منصرف شود. اما معمولاً این قبیل اقدامات و ملاحظات با ریسک‌پذیری بخش خصوصی قابل انجام نیست و این دولت است که باید با توجه به این نکته که هرکس گام اول را بردارد سود خواهد برد، به حمایت از تولیدکننده داخلی بپردازد و با از بین بردن ریسک او (فرضاً با دادن ۲۰ واحد سوبسید) باعث شود تا او با اطمینان کامل اقدام به تولید کند و تولیدکننده خارجی را که از اطمینان مشابهی برخوردار نیست از میدان بیرون نماید. بدیهی است همین دولت قادر خواهد بود با گرفتن مالیات از سود حاصله (۱۰۰ واحد) هزینه سوبسید اولیه را جبران نماید و در عین حال با اقدام خود باعث گردد تا سود شرکتهای خارجی به اقتصاد داخلی منتقل شود.

با استفاده از این تئوریا به این نتیجه می‌رسیم که در دیدی پویا و بلند مدت قطعاً دخالت دولت در برخی از زمینه‌ها لازم و مفید است. اما این به معنای حمایت‌گرایی سنتی و با چشمی به اقتصاد داخلی نیست. در این دید، صادرات را به عنوان مازاد تولید بر مصرف داخلی تلقی نمی‌کنند، بلکه بازار را در قالبی بلند مدت‌تر می‌بینند و تحلیل پویا می‌کنند و بعد به این نتیجه می‌رسند که اگر الان صنعتی فاقد توجیه اقتصادی است در فلان نقطه از زمان دارای توجیه اقتصادی خواهد بود و سیاستهای حمایتی خود را برای رسیدن از نقطه فعلی به نقطه مطلوب تعیین می‌کنند و خود را اسیر

سیاستهای سنتی حمایت و یا شعارهای آزاد سازی اقتصادی نمی‌نمایند، بلکه مترصدند تا از تمام موقعیتهای استفاده کنند. لذاست که درست در زمانی که در سراسر عالم صحبت از گات و آزادسازی تجاری در سطح بین‌المللی و جهانی کردن تولید است در همان موقع روی نفتا (NAFTA) که در واقع یک بازار منطقه‌ای و در واقع نوعی اعمال محدودیت و اعمال ترجیح است کار می‌کنند. 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.

پیام این بحثها، که بحث تئوریک آن باید در فرصت مناسب خود صورت بگیرد، لزوم طراحی سیاستهای استراتژیک تجاریست، نه سیاستهای عادی تجارت. سیاستهای استراتژیک تجارت، سیاستهای بلند مدت محدود نمادند در مزیت‌های نسبی موجود است و به تعبیری سیاستهای "خلق مزیت نسبی" است. یعنی ما در مطالعه و طراحی سیاستها نباید تنها به وضعیت موجود صنایع کشور و ظرفیت تولید آن نگاه کنیم و اگر رشدی در سرمایه‌گذاری داریم به این صورت باشد که ماشین‌آلات دیگری را پهلوی ماشین‌آلات فعلی بگذاریم، زیرا این دیگر سیاست استراتژیک و با نظر به بازار هدف تولید کردن نخواهد بود. این، وضع موجود را رشد کمی دادن است.

سؤالی که کشورهای در حال 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 نفت فروش دنیا باشیم؟ آیا مواهب تولید ما این را حکم کرده یا بازارهای جهانی؟ در مثال قبلی بوئینگ و ایرباس دیدیم که حمایت زود هنگام یک دولت، از طریق دفع ورود رقیب به بازار، عملاً سیاست صنعتی کشور رقیب را تعیین می‌کند. اکنون که به حمدا... دوست و دشمن معترفند 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 تصمیم بگیریم که ۲۰ سال دیگر آن کاری را در دنیا انجام دهیم که خود تصمیم گرفته‌ایم، تصمیمی که به نفع فرزندان این مرز و بوم خواهد بود.

اما ما کجا به فکر تدوین سیاست استراتژیک بوده‌ایم؟ در طراحی این سیاست امکان ندارد که کسی در مورد تجارت حرفی بزند اما تولید فکر دیگری بکنند، کشاورزی به نحو دیگری بیاندیشد و نفت تفکر دیگری داشته باشد. کل اقتصاد کشور باید چنین عزمی و چنین برد دیدی داشته باشد. اگر با این دید به تجارت نگاه کردیم، آنگاه راهنمای سیاستهای صنعتی، سیاستهای تولیدی و سیاستهای اعتباری ما، تجارت خواهد بود. دیگر این طور نخواهد بود که صادرات عبارت باشد از مازاد تولید بر مصرف داخلی. این سیاستها روشن خواهند کرد که اصلاً باید به فکر تولید چه کالایی باشیم، کمیت و کیفیت آن را نیز همین بحث تعیین می‌کند. ثمره این بحث آن است که هم بهبود کیفی، هم تأمین نیازهای داخلی و هم خود اتکایی و استقلال اقتصادی حاصل

می‌شود.

اما این یک بینش دیگری است. سیاست استراتژیک تجارت از بینشی که مرتباً فقط چشم به بازار داخلی داشته باشد و بر مبنای آن به تولید شکل بدهد، حاصل نمی‌شود. در بینش معمول البته صادرات وجود دارد اما صادرات محدود می‌شود به صادرات سنتی که در طول سالها، دهه‌ها و بلکه قرن‌ها یک بازار بین‌المللی برایش پیدا شده است. یک بازار حاشیه‌ای صادرات و معمولاً به شکل اشانتیون فروشی.

در حال حاضر کشورهای پیشرفته صنعتی در مورد کالاهای صنعتی خود هم صادرکننده یک کالا هستند و هم واردکننده آن و صادرکننده انحصاری کمتر پیدا می‌شود. از یک طرف مرز یک کالا صادر می‌شود و از طرف دیگر همان مرز، نوع و سایز دیگری از همان کالا وارد می‌شود. در حال حاضر، تمایز در محصول تعیین کننده بخش وسیعی از تجارت بین‌الملل است. در واقع با تمایزی که در محصول ایجاد کرده‌اند، تولیدکنندگان بخش معینی از مصرف کنندگان را هدف می‌گیرند و این مصرف کنندگان لزوماً تابع کشور تولیدکننده نیستند. لذا این کشورها مثلاً هم صادرکننده خودرو هستند و هم واردکننده آن. آنها نیز می‌توانند در حد محدود و پس از رفع نیازهای داخلی صادرکننده اشانتیونی باشند و مشکلی در این رابطه ندارند. اما اگر قرار باشد اقتصاد ملی برپایه استغناء شکل بگیرد، صادرات اشانتیونی مشکلی را حل نخواهد کرد.

اگر قرار است اقتصاد این مملکت بر پایه استغناء از نفت طراحی بشود، این یک نگاه متفاوت به سیاستهای تجاری ما را طلب

می‌کند. 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، امکان پذیر است و بسیاری از کشورها نیز چنین می‌کنند. اما اگر این کار انجام شد، دیگر نباید در پی رسیدن به استغنا از طریق سیاست‌های تجاری باشیم، زیرا سیاست 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 و راه نجات کشور از این اتکاء به درآمدهای نفتی، که ممکن است خدای نکرده حتی برای ما هزینه سیاسی هم داشته باشد نگاه می‌کنیم یا به عنوان یکی از عناصر در معاملات اقتصادی چند مسجوله‌ای که داریم؟ در برنامه‌ریزیهای اقتصادی خود باید به صراحت مشخص کنیم که آیا ما می‌خواهیم سیاست‌های تجاری خود را تابع سیاست‌های ارزی مان قرار دهیم یا بالعکس، این سیاست‌های تجاری ما 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، با کمال تأسف باید قبول کنیم که سهم صادرات غیرنفتی ما تنها ۱ درصد صادرات جهان است. آیا واقعاً شایسته کشور ما است که چنین سهمی در جهان داشته باشد؟ 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 لاقتا (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 پیمانگی که آمریکا با کانادا داشت نیز این بود که در واقع مکزیکی دروازه‌ای بشود برای ورود به آمریکای لاتین، همزمان، آمریکا اصرار داشت در این حرکت آسیایی به سردمداری ژاپن نیز وارد شود و در آپک نیز وارد شد.

حرکت اتحادیه اروپا در طرح ریزی ۲۰ ساله‌شان نیز در واقع مقابله‌ای بود با انتقال مرکز ثقل اقتصاد جهان از اقیانوس اطلس به اقیانوس آرام. 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.

در دنیا با کاهش هزینه‌های تجاری نیز سعی دارند تولید و تجارت‌شان را رشد دهند. چند سال قبل در آنکتاد نشستند و بحث کردند که چه کنیم تا هزینه‌های تجارت کاهش یابد. حساب کردند که می‌توان ۲۵ درصد از هزینه‌های تجارت و فعالیت‌های جانبی آن را کاهش داد. مطالعات و طراحی‌های آنها به استفاده از EDI (۳) و ایجاد نقطه‌های تجاری (۴) در دنیا منجر شد. حساب کردند و دیدند اگر مبادلات مستلزم انتقال اسناد و مدارک کاغذی و انجام سفرهای متعدد نباشد، اگر نقطه‌های تجاری دنیا با هم در ارتباط باشند و اطلاعات را لحظه‌ای در اختیار صادرکنندگان و واردکنندگان قرار دهند، رقابت بالا می‌رود، هزینه‌ها و قیمت‌ها پائین می‌آید و اقتصاد جهانی رشد پیدا می‌کند.

اینها حرکت‌هایی است که در سطح جهان به وجود آمده است. در حال حاضر خداوند لطف کرده و بازار منطقه‌ای خوب و فرصت بی‌نظیری

را در اختیار ما قرار داده است. وضعیت کشورهای همجوار شمالی در آغاز فروپاشی فرصتی بی نظیر بود که هنوز هم تماماً از دست نرفته است. حرکتی که در اکو (ECO) شده است حرکت بسیار خوبی است اما ما نباید خود را به امکانات موجود در استان خراسان یا سایر استانها محدود کنیم. این دید که فعلاً هرچه که هست بفرستیم تا در مقابل پول یا کالا بیاید، دید بلند مدت و پویا نیست. به هیچ وجه قصد نفی کار مثبتی را که در حال انجام است، ندارم. اما عرض من این است که دید بلند مدت و طراحی استراتژی نیست. این سخن هم که گاه زمزمه می شود که اقتصادهای یکسان اصلاً نمی توانند با هم تجارت داشته باشند پایه علمی ندارد، چه در تئوری ثابت شده است که حتی با داشتن امکانات تولید کاملاً یکسان نیز مادم که الگوی مصرف کشورها متفاوت باشد، تجارت بین آنها جاری می شود و هر دو به رفاه بیشتری دست می یابند. حتی در اقتصادهای یکسان، به لحاظ بزرگتر شدن بازار بعضی از کالاهایی که پیش از آن سرمایه گذاری در آنها توجیه اقتصادی نداشت، اکنون سرمایه گذاری و تولید دارای توجیه اقتصادی خواهد شد.

این بحث همان صرفه مقیاس است که حتی شرکتها و کشورهای بزرگ صنعتی جهان چاره ای جز این ندیدند که بیابند و با یکدیگر در زمینه تکنولوژیهای پیشرفته اقدام به سرمایه گذاری مشترک بنمایند. یکی به لحاظ سرمایه گذاری عظیم مورد نیاز، دیگری به لحاظ جلوگیری از رقابت مضر و دوباره کاری و بالاخره به لحاظ همان نظریه بازی و دفع سایر رقبا.

ما هم به لحاظ پتانسیلهای موجود و هم به

لحاظ امکان ویژه ای که هزینه حمل و نقل در اختیار ما قرار داده، از مزیت نسبی فوق العاده ای برخورداریم. اما معلوم نیست این مزیت همیشه به همین صورت باقی بماند. در طول تاریخ مبادلات تجاری بسیاری از مزیتها عوض شده اند. باید بلافاصله از این مزیت استفاده کرد و آن را به یک مزیت ساختاری تبدیل نمود.

در حال حاضر فرصت کم نظیری در اختیار ما قرار گرفته است، به شرط آنکه تصمیم بگیریم برای آینده کشور سیاست استراتژیک تجاری داشته باشیم و این سیاست را نه تنها تحت الشعاع برخی نیازهای روزمره قرار ندهیم بلکه آن را بر سیاستهای کوتاه مدت و لحظه ای قیاق سازیم. هر سیاستمدار و دولتمردی می داند، و ما نیز قصد انکار نداریم، که در تصمیم گیری می باید نسبت به مسائل و مشکلات روز انعطاف پذیری داشت؛ اما اگر این نوساناتی را که در برخورد با مسائل روزمره وجود دارد به تونلی هدایت کنیم که جریان و روند رشد توسعه را تعیین می کند، در عین حال که به مسائل جاری و روزمره پاسخ داده شده است، به جریان اصلی توسعه لطمه وارد نیامده است. در غیر این صورت در جا می زنیم و به جایی نخواهیم رسید.

عریضم را با این جمع بندی خاتمه می دهم: سؤالی که در حال حاضر پیش روی کشور ما، اقتصاد ما و تصمیم گیرندگان ما قرار دارد انتخاب بین آزادسازی تجاری در یک سو و حمایتگرایی در سوی دیگر نیست. طرح مسئله به این شکل غلط است. اولاً، انتخابی که ما داریم، و جز این هم راهی نداریم، اتخاذ سیاست استراتژیک تجاری برای نجات اقتصاد کشور است. این

سیاست، 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. دوماً، اگر چنین سیاستی طراحی شد باید حاکم و فائق بر سیاست‌های روزمره و لحظه‌ای و واکنشی باشد.

امیدوارم این مهم که از دست یکنفر یا چند نفر بر نمی‌آید، با یک عزم جمعی در وحدت و همدلی و همکاری بین دستگاه‌های علمی - پژوهشی و دستگاه‌های اجرایی کشور جامه عمل بپوشد.

پیاده شده نوار سخنرانی دکتر محمد نهاوندیان در سمینار شناخت استعداد‌های بازرگانی - اقتصادی استان خراسان - نیمه شعبان ۱۴۱۵

#* اشاره به سالروز تولد حضرت مهدی (عج) در نیمه شعبان ۱۴۱۵، زمان ایراد سخنرانی است.

(۱) - در حال حاضر بخش اعظم تجارت خارجی کالاهای صنعتی کشورهای پیشرفته را دیگر نمی‌توان با تئوری مزیت نسبی توضیح داد.

(۲) - یک بازی که در صورت شرکت هر دو بازیگر، هر دو ضرر خواهند دید..... Negative - Sum game

(3) - Electronic Data interchange- مبادله الکترونیکی آمار و اطلاعات -

(4) - Trade Points مکانی که کلیه امور تجاری در زیر یک سقف انجام می‌گیرد -

(5) - Eco: Economic Cooperation Organisation..... سازمان همکاری‌های اقتصادی شامل ایران، ترکیه، پاکستان،



پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
رتال جامع علوم انسانی