

سیاست استراتژیک تجاری چیست و چه مزایایی دارد؟

اشاره:

تا چند دهه پیش، سیاست‌های تجاری حاکم بر تجارت بین‌المللی، از مزیت‌های نسبی و مطلق در بازرگانی نشأت می‌گرفت. بر مبنای این نظریه، هر کشوری بر اساس وفور منابع طبیعی در تولید و صادرات کالا یا کالاهایی تخصص می‌یافت. نتیجه آنکه کشورهای در حال توسعه به لحاظ وفور منابع طبیعی و نیروی انسانی ارزان می‌بایست همواره صادرکننده مواد اولیه یا کالاهای کاربر و کشورهای پیشرفته صادرکننده کالاهای ساخته شده با فن آوری بالا و سرمایه‌بر می‌بودند. اما دو موضوع یکس محدودیت منابع طبیعی و دیگری انباشت سرمایه در کشورهای پیشرفته، نشان می‌داد که عقب‌ماندگی اقتصادی کشورهای روبه‌رشد استمرار می‌یافت و این دور باطل تداوم پیدا می‌کرد.

اما در چند دهه گذشته تجربه برخی کشورها که صاحب مواد اولیه و منابع طبیعی سرشار نیز نبودند، نشان داد که می‌توان با اتخاذ سیاست استراتژیک تجاری به خلق مزیت پرداخت و در تجارت جهانی سهم قابل ملاحظه‌ای کسب کرد. تجربیات ژاپن و کشورهای تازه صنعتی شده شرق آسیا، توفیق اتخاذ و اعمال سیاست استراتژیک تجاری و هماهنگی دیگر سیاست‌های اقتصادی با این سیاست را نشان داد. البته در این دوران کشورهایی مانند ممالک آمریکای لاتین نیز بودند که با اتخاذ سیاست جایگزینی واردات تلاش کردند مسیر رشد و توسعه اقتصادی را بیمابند. اما تجربیات آنها توفیق چندانی را نشان نداد و در نهایت به تلبیار شدن بدهی خارجی آنها انجامید. این تجربیات به لحاظ نتایج نامطلوب، امروزه مورد توجه نمی‌باشند.

در ایران به ویژه در دوره پس از پیروزی انقلاب اسلامی، ابتدا الگوی جایگزینی واردات با هدف کنترل واردات و کاهش هزینه‌های ارزی دنبال شد. اما در دو برنامه توسعه اقتصادی به ظاهر الگوی توسعه صادرات نیز مدنظر قرار گرفت. اما در عمل تاکنون چیزی در صادرات غیرنفتی مشاهده نشده است و به نظر می‌رسد که در جهت تغییر سیاست تجاری به نفع اتخاذ سیاست استراتژیک تجاری با هدف جهش صادرات، می‌بایست اقدامات عاجلی صورت پذیرد. در این نوشتار، تلاشی داریم سیاست‌های استراتژیک تجاری را تشریح نماییم.

سیاست استراتژیک تجاری، در واقع توجیهی برای مداخله تجاری و حمایت‌گرایی در کشورهای توسعه یافته و در حال توسعه تلقی می‌شود. بر مبنای نظریه «سیاست استراتژیک

صادرات، وجود رقابت ناقص در بازارهای جهانی و صرفه‌های مقیاس مبتنی بر تکمیل نظریه وفور عوامل، سیاست استراتژیک (راهبردی) تجاری، مایه ظهور و پیدایش پیدا کرد.

سیاست استراتژیک (راهبردی) تجاری چیست؟ با توجه به عملکرد ناقص سیاست جایگزینی واردات و نیز نظریه‌های مبتنی بر رعایت مزیت نسبی در

تجاری» یک کشور می‌تواند مزیت نسبی را در حوزه‌هایی که برای رشد آتی اقتصادی‌اش ضروری است، ایجاد کند. این مزیت نسبی می‌تواند از طریق حمایت تجاری موقت، یارانه صادرات، مزایای مالیاتی و طرح‌های همکاری مشترک دولت و صنعت، ایجاد شود. مهم آن است که حوزه‌هایی از فعالیت‌های صنعتی مدنظر قرار گیرد و گزینش شود که توانایی رشد پویا و ایجاد نقش کارساز در رشد اقتصادی پایدار را داشته باشد. حمایت‌ها از این حوزه در کوتاه‌مدت میسر است و صنعت موردنظر در بلندمدت از طریق دستیابی به صرفه‌های مقیاس مستلزم تولید به مقیاس بزرگ، توفیق پیدا کند و بتواند سهم خود را در بازار جهانی به سرعت افزایش دهد.

سیاست استراتژیک تجاری اشاره دارد که با تشویق چنین صنایعی، کشور می‌تواند به صرفه‌های مقیاس در تولید دست پیدا کند و صرفه‌های خارجی زیادی را که از آن ناشی می‌شود

به دست آورد. به عبارت دیگر صنعت گزینش شده با دریافت حمایت لازم در کوتاه‌مدت به چنان قدرت رقابتی دست پیدا می‌کند که می‌تواند بازار دیگر رقبای را از آن خود سازد و از طریق فروش گسترده‌تر به میانگین قیمت تمام‌شده کمتر و توان رقابت بیشتر دست پیدا کند و در بلندمدت بخش بزرگی از بازار آن محصول را از آن خود سازد.

با این وصف رابطه بسیار نزدیکی میان سیاست‌های تجاری استراتژیک و سیاست‌های توسعه صنعتی وجود دارد. به گونه‌ای که سیاست‌های توسعه صنعت

در زیربخش‌های گوناگون تحت‌تأثیر سیاست استراتژیک تجاری شکل می‌گیرد. در این حالت تمام زیربخش‌های صنعت یکباره و به‌طور یکسان مورد حمایت قرار نمی‌گیرند و رشد یکسان ندارند، بلکه بخش‌هایی از زیرمجموعه صنعت که استعداد رشد سریع و کسب سهم بالا در بازار را دارند، مورد حمایت قرار می‌گیرند. با توجه به رشد روزافزون فن‌آوری در دنیا، مسلماً بخش‌های صنعتی موردگزینش می‌بایست از فن‌آوری بالا نیز برخوردار باشند و با اتکاء به نتایج بخش‌های تحقیق و توسعه، همواره از نظر فن‌آوری به‌کار رفته در تولید، در بازار جهانی حرفی برای گفتن داشته باشند. به عبارت

○ **بر مبنای نظریه «سیاست استراتژیک تجاری» یک کشور می‌تواند مزیت نسبی را در حوزه‌هایی که برای رشد آتی اقتصادی ضروری است، ایجاد کند. این مزیت نسبی می‌تواند از طریق حمایت تجاری موقت، یارانه صادرات، مزایای مالیاتی و طرح‌های مشترک همکاری دولت - صنعت ایجاد شود.**

بهرتر می‌بایست در بلندمدت قادر به رقابت و گسترش سهم در بازار جهانی باشند. البته شناسایی چنین حوزه‌هایی از صنعت با توجه به وضعیت بازارهای جهانی و پیشرفت علوم و فن‌آوری، چندان کار آسانی نیست. رابطه نزدیک میان سیاست استراتژیک تجاری و سیاست‌های توسعه صنعتی موجب می‌شود که سیاست صنعتی، دولت را به حمایت از صنایعی سوق دهد که آینده موفقیت‌آمیزی در انتظارشان باشد. با این وصف، سیاست استراتژیک تجاری جدا از سیاست توسعه صنعتی معنا و مفهومی

ندارد.

یک مثال ساده در این زمینه می‌تواند رشد صنایع خودروسازی ژاپن باشد. دولت ژاپن با اعطای یارانه صادراتی، شرکت‌های خودروسازی ژاپن را قادر به رقابت در بازارهای جهانی ساخت. با افزایش فروش خودروهای ژاپنی در بازارهای آمریکا و اروپا، میانگین قیمت تمام‌شده این خودروها به لحاظ صرفه‌های مقیاس تولید بزرگ به‌شدت تنزل یافت و توان رقابت خودروسازان ژاپنی تا بدانجا تقویت شد که نه تنها بازار فروش خودروهای رقیب در ژاپن را محدود ساخت، بلکه به لحاظ قدرت رقابت در قیمت، تولید خودرو در آمریکا را به‌شدت تحت‌تأثیر قرار داد.

با افزایش میانگین قیمت تمام‌شده خودروهای آمریکایی (در اثر افت میزان فروش) توان رقابت خودروهای ژاپن در اثر جذب صرفه‌های خارجی باز هم تقویت گردید. در نتیجه با اعطای یارانه صادراتی در نخستین گام از سوی دولت ژاپن، خودروسازی در این کشور به صنعتی تبدیل شد که

نه تنها توان رقابت در بازارهای جهانی را دارد، بلکه به لحاظ سهم قابل توجه ارزش افزوده آن در تولید ناخالص داخلی ژاپن، به یک رکن رشد اقتصادی پایدار در این کشور تبدیل گردید.

با وجود آنکه سیاست استراتژیک تجاری به لحاظ نظری قادر است نتیجه بازار در بازارهای چندقطبی را به لحاظ صرفه‌های خارجی وسیع و افزایش رشد و رفاه کشور بهبود بخشد، اما طرفداران این نظریه نیز در اجرا با مشکلات آن آشنا شده‌اند. این مشکلات عبارتند از:

۱- انتخاب صنایع موفق: مهم‌ترین

سیاست‌گذاران کشورهای در حال توسعه قرار دهد تا آنها بتوانند از طریق کاهش موانع تجاری به رشد اقتصادی بلندمدت نایل آیند.

به عبارت دیگر نظریه رشد درونزا می‌خواهد توضیح دهد که چگونه پیشرفت فنی به‌طور درونزا در داخل نظام اقتصادی به‌وجود می‌آید و سبب اثرات خارجی‌ای می‌شود که

می‌تواند هر نوع تمایل بازده نزولی در انباشت سرمایه را خنثی کند. سیاست استراتژیک تجاری و نظریه رشد درونزا (مبتنی بر رفع موانع تجاری) در واقع یک نتیجه را در اختیار می‌گذارد که آزادسازی تجاری برای برانگیختن رشد و توسعه اقتصادی، به‌ویژه برای

کشورهای در حال توسعه در جهان امروز امری تقریباً لازم است، گرچه خود به تنهایی کافی نیست. رشد و توسعه اصولاً در داخل تعیین می‌شود، اما یک نظام تجارتي و سرمایه‌گذاری آزاد بین‌المللی، نقش بسیار عظیمی در تسهیل و پویایی رشد و توسعه اقتصادی دارد و به آن تحرك می‌بخشد.

رد مدل سنتی کمیابی عوامل تولید و نقش کلیدی مزیت نسبی در تجارت خارجی به‌ویژه در دو دهه اخیر، مبنای پیدایش و تکمیل نظریات جدید اقتصادی شده است که نشان می‌دهد به‌جز عناصر دیگری مانند وفور عوامل، عناصری مانند صرفه‌های مقیاس، تخصص یافتن در محصول و فن‌آوری، شالوده تجارت را تشکیل می‌دهند. این عناصر اساس بازده صعودی هستند. به عبارت دیگر سیاست‌های حمایتی می‌تواند با تغییر جهت از حمایت در برابر واردات به مکانیزمی برای توسعه

توسعه اقتصادی در بلندمدت است. این نظریه به کاهش موانع تجاری به‌منظور تسریع رشد و توسعه اقتصادی در بلندمدت توجه دارد و معتقد است که کاهش موانع تجاری به کشورهای در حال توسعه اجازه می‌دهد، فن‌آوری تکامل‌یافته در کشورهای پیشرفته را سریع‌تر از زمانی که درجه باز بودن

○ رابطه بسیار نزدیکی میان سیاست استراتژیک تجاری و سیاست توسعه صنعتی وجود دارد، به‌گونه‌ای که سیاست توسعه صنعتی تمت تأثیر آن تعیین و اعلام می‌گردد و تمام زیربفش‌های صنعت را دربرنمی‌گیرد، بلکه فقط صنایعی را پوشش می‌دهد که استعداد رشد سریع و کسب سهم بالا در بازارهای خارجی را دارند.

اقتصاد کمتر است، جذب نمایندند. با رفع موانع تجاری، کشورهای در حال توسعه می‌توانند به سرعت به فن‌آوری روز در تولید کالاهای ساخته شده دست پیدا کنند و موانعی را که از تحقیق و توسعه ناشی می‌شود، افزایش دهند. این امر به صرفه‌های بزرگ‌تر در مقیاس تولید منتهی می‌شود و انحرافات قیمتی را کاهش داده و به استفاده کارآمدتر منابع داخلی در بین بخش‌های اقتصادی کمک می‌کند. با کاهش موانع تجاری، کشورهای در حال توسعه می‌توانند به تخصص بالاتر و کارایی بیشتر در تولید و استفاده بهتر از نهاده‌های واسطه دست پیدا کنند و در نهایت موفق به عرضه سریع‌تر کالاها و خدمات جدید شوند.

نظریه جدید رشد درونزا به کندوکاو عمیق‌تر می‌پردازد و درصدد است راه‌های عملی‌تر و روشن‌تری را با جزئیات واضح‌تر در اختیار

مسأله در پیشبرد سیاست تجاری استراتژیک، انتخاب صنعت است که آینده موفقی از نظر جذب صرفه‌های خارجی به مقدار زیاد داشته باشد. این صنایع باید به‌دقت شناسایی و معرفی شوند و مورد حمایت قرار گیرند تا بتوانند در آینده (میان و بلندمدت) نقش کلیدی در رشد اقتصادی پویای کشور ایفا کنند.

۲- زمانی که کشورهای رقیب نیز سیاستی این‌گونه اتخاذ نمایند، وضعیتی پیش می‌آید که در آن تمام رقبا ضرر خواهند کرد و به دام خواهند افتاد.

۳- مشکل سوم وضعیت کشورهای

در حال توسعه در اتخاذ سیاست استراتژیک تجاری است. این کشورها در بازارهای چندقطبی، بازیگر مهمی نیستند و لذا سیاست‌های استراتژیک تجاری برای آنها کمتر از کشورهای توسعه‌یافته، قابل استفاده می‌باشد.

۴- از آنجا که مطالعات تجربی گواه بر آن است که سیاست‌های تجاری استراتژیک در بهترین شرایط نیز فواید خیلی زیادی دربرندارد (به‌لحاظ اتخاذ همین سیاست‌ها از سوی کشورهای مختلف و رقیب)، وضعیت اعمال این‌گونه سیاست‌ها در کشورهای در حال توسعه چندان نویدبخش به نظر نمی‌رسد. اما یکی دیگر از پیشرفت‌های نظری در حوزه توسعه اقتصادی، نظریه رشد درونزا است که به جای محدودیت‌های تجاری، آزادسازی تجارت را توصیه می‌کند. نظریه رشد درونزا در پی یافتن مبنای نظری محکم‌تر و متقاعدکننده‌تری راجع به رابطه تجارت بین‌الملل و رشد و

صادرات و افزایش فروش بنگاه‌های اقتصادی نه تنها در بازار داخلی، بلکه در بازارهای بین‌المللی تبدیل شود.

در همین حال پیشرفت سریع علوم و فن‌آوری در کنار رقابت ناقص در بازارها سبب می‌شود که صنایع دارای نرخ بالای فن‌آوری و صرفه‌های مقیاس پویا، اساس توسعه و رشد اقتصادی را تشکیل دهند و گزینش شوند. تنها صنایعی که قادر به تأمین فن‌آوری روز باشند، می‌توانند در افزایش رفاه و رشد و توسعه اقتصادی پایدار نقش ایفا کنند. این امر تنها در سایه در اختیار داشتن بخش‌های قوی تحقیق و توسعه در کنار صنعت، میسر می‌گردد.

لذا ضمن گزینش صنایع دارای استعداد رشد بلندمدت و جذب بازارها، می‌بایست بخش‌های تحقیق و توسعه آنها از پویایی علمی و فن‌آوری و فن‌شناختی برخوردار گردند. با چنین شرایطی سیاست استراتژیک تجاری کارآیی خود را می‌یابد و رشد درونزا نیز محقق خواهد شد. با این پیش‌فرض در گزینش صنایع برای حمایت از توسعه آنها در جهت اعمال سیاست استراتژیک تجاری، اتخاذ اقداماتی برای تضمین سرمایه‌گذاری صادرات‌گرا در صنعت مورد گزینش، ضروری است. این اقدامات شامل ایجاد محدودیت یا ممنوعیت برای ورود صنایع مشابه به بازار داخلی (به عبارتی ایجاد هزینه بیشتر برای رقابت بنگاه‌های خارجی)، استفاده از یارانه برای کاهش هزینه رقابت صنایع داخلی مورد گزینش جهت افزایش سود و سهم آنها در بازار و در نهایت توسعه صنایع همراه با اثرات خارجی (صادرات‌گرا باشند) و ایجاد فرصت‌های فن‌شناختی بالا برای آنها از طریق اتخاذ سیاست‌های هماهنگ تجاری و صنعتی است.

به بیان ساده می‌توان گفت برای

ایجاد صنعت صادرات‌گرا و دارای نقش در توسعه اقتصادی کشور، می‌بایست دسترسی صنایع مشابه به بازارها را از طریق افزایش هزینه رقابت برای آنها با محدودیت‌ها و ممنوعیت‌های ورود به بازار، ایجاد کرد. به عبارت دیگر اعطای یارانه به صنایع مورد گزینش برای توسعه، هزینه رقابت برای صنعت ملی در بازارهای خارجی را کاهش می‌دهد و دسترسی رقبا به این بازارها را دست‌کم در کوتاه و میان‌مدت دشوارتر می‌کند. بدین‌طریق صنعت مورد گزینش با دریافت یارانه در یک دوره ۳ تا ۵ ساله قدرت رقابت خود را در بازارهای خارجی تقویت کرده و سهم بازار خود را افزایش می‌دهد.

استمرار این روند به تحرک و پویایی بخش تحقیق و توسعه صنعت مورد نظر بستگی دارد. هر اندازه این بخش از تحرک بیشتر برای استفاده از فن‌آوری روز برخوردار باشد (فن‌آوری خارجی یا فن‌آوری داخلی که به رشد درونزا کمک می‌کند)، قادر است در مدتی طولانی‌تر، سهم بازار خود را گسترش دهد و حفظ کند. چنین صنعتی می‌تواند در رشد ارزش افزوده تولید ناخالص داخلی، نقش کلیدی ایفا کند و در بهبود درآمدهای ارزی کشور مؤثر واقع شود.

باید دقت داشت که حمایت‌های یارانه‌ای، بخشودگی‌های مالیاتی و... که از سوی دولت در هماهنگی سیاست استراتژیک تجاری و توسعه صنعتی اتخاذ می‌شود، نمی‌تواند و نباید در بلندمدت استمرار پیدا کند. زیرا در این شرایط صنعت به قدرت رقابت کافی مجهز نخواهد شد و از سوی دیگر منابع دولتی برای اعطای یارانه‌ها، نیز نامحدود نیست که بتواند همواره پرداخت و تخصیص آنها استمرار پیدا کند. حمایت‌ها باید منطقی و حداکثر برای یک دوره پنج‌ساله صورت بگیرد و در

کنار آن نظارت کافی در زمینه پویایی بخش‌های تحقیق و توسعه صنایع مورد گزینش برای توسعه، اعمال گردد.

معمولاً صنعت متعلق به بخش خصوصی با بهره‌گیری از مدیریت کارآمد قادر است از یک دوره حمایت ۳ تا ۵ ساله به قدرت رقابت مستمر با تضمین پویایی بخش تحقیق و توسعه نایل گردد. اما مالکیت دولتی بر صنعت فاقد انگیزه کافی برای چنین حرکت عظیم و سرنوشت‌ساز می‌باشد.

یک نکته بسیار حساس در گزینش صنایع برای توسعه و برخورداری از حمایت‌های دولتی در سیاست استراتژیک تجاری، گروه‌های فشار ذی‌نفع در قضیه می‌باشند. از آنجا که در این استراتژی، صاحبان صنایع خاص و گروه‌های فشار، منافع ویژه‌ای از گزینش صنعت خاص به دست می‌آورند، لذا تقاضای آنها برای برخورداری از این مزایا همواره وجود دارد. اگر عاملان اجرای سیاست‌های استراتژیک تجاری، تحت‌تأثیر این گروه‌های فشار، گزینش‌های مربوط به صنایع را انجام دهند و از واقعیت‌های اقتصادی در زمینه آتیه صنایع مورد گزینش غافل گردند، اتخاذ این استراتژی نیز نمی‌تواند در جهش صادرات و دستیابی به رشد و توسعه اقتصادی پایدار، مؤثر واقع شود. لذا واکنش منطقی عاملان اجرای سیاست استراتژیک تجاری در تعیین صنایع و هماهنگی اجرای سیاست‌های تجاری، پولی، مالی، ارزی و توسعه صنعتی در پیشبرد این سیاست تأثیر بسزایی دارد.

