

## تجارت جهانی و مبانی تحول در آن



پدید آمد. نیروی پژوهش توانست با تحول در مواد اولیه و در نهایت تحول در محصول نهائی، نوعی فرآیند بسیار مهم قدرت زایش تقاضا پدید آورد. امری که تا پیش از این اقتصاد و بویژه نظریه "کینز" متولی آن بود، این بار در درون تکنولوژی پدید آمد. تا پیش از این مدل رقابتی بر اساس فرآیندی کمی تنظیم می شد تا ضمن آن هم از هزینه های تولیدی کاسته شود و هم کمیت تولید افزوده گردد و نهایتاً با قیمت تمام شده پائین تر از قیمت رقیب، سهم بیشتری از بازار تقاضای یک کالای خاص نصیب مدل مذکور شود. این نوع از رقابت را رقابت حذفی می نامیم.

جریان پژوهش این مدل را به جریانی از تکثرزائی کیفیت ها تبدیل کرد. محصولات جدیدی که توانستند مدام سهم تقاضای کهنه را از طریق حضور خود در بازار، به سهم تقاضای نو تبدیل کنند. این جریان نیز تحول در مدل های همکاری و حمایتی را می طلبد، تا ندانیم مشتریان به چه چیزهایی علاقمند هستند یا می توانند علاقمند گردند و تا ندانیم منابع تامین کننده تا چه حد می توانند مواد اولیه و خدمات جدید را عرضه کنند و سرانجام تا ندانیم نیروی پژوهشی درونی سازمان، چگونه می تواند به آن تقاضاها و این منابع پیوند خورد امکان ایجاد قدرت و تکثرزائی در عرضه پدید نمی آید.

از این منظر می توان چنین برداشت کرد که در کشورهای جهان با توسعه شتابان هرچه بر توان پژوهش بنگاه های اقتصادی افزوده شود شاخص جدیدی از مدل های ارتباطی - مبادلاتی مبتنی بر همکاری پدید می آید، بطوریکه رقابت بر سر افزایش سهم بیشتر از تقاضائی ثابت برای خود، به رقابت برای ایجاد تقاضائی جدید تبدیل می شود. این جریان نوعی فضای تبدیلی نظم پدید می آورد که لایه - لایه ای و مبادلاتی است. فضائی که مدام در حال تحول است. چنین قدرتی بلاشک بسیار قوی تر از قدرت قبلی است که مدل آن صرفاً کمی و مبتنی بر کاهش هزینه بود. در مدل قبلی بدلیل توجه بیشتر به هزینه ها و مسائل مالی، این مدیران مالی بودند که در نهایت نظر خود را تحمیل کرده و مدیریت کل نظام مذکور را بدست می گرفتند. در حالی که در مدل جدید این مدیران بخش های پژوهش و تکنولوژی هستند که در کنار پژوهش گران بازار تصمیم گیران اصلی و مهم تحولات درون و برون سازمانهای کار می باشند.

در مدل جدید دیگر نیازی به واحدهای غول آسا نیست، چراکه به نیروی تغییر بیشتر از نیروی تولید کمیت اهمیت داده می شود. در واحدهای بزرگ تغییر بسیار هزینه زاست. در چنین مدل هائی موضوع مهم توجه به دو شبکه تولیدی است آنها را شبکه های "دیفرانته" و "انتگره" می نامیم. در شبکه های اول از یک ماده خام طبیعی (مثلاً نفت) شروع کرده و مدام با فعل و انفعالات انجام شده در سازمانهای کار به مواد جدید دست پیدا می کنیم. در حالی که

شاید هیچ نکته ای در مدیریت اجرایی بنگاه های اقتصادی مهم تر از طراحی و اجرای مدل های ارتباطی و مبادلاتی نیست. معمولاً این مدلها را به دو بخش تقسیم بندی می نمایند:

◀ مدل های همکاری

◀ مدل های رقابتی

مدل های همکاری به حوزه های مهمی چون منابع و بازار مصرف هر سازمان کار مربوط می شوند. اینان یعنی منابع و بازار، هم تامین کننده مواد و خدمات مورد نیاز سازمان کار و هم مشتری این سازمان ها می باشند بر عکس مدل های رقابتی آن گروهی می باشند که معمولاً کالاها و خدماتی مشابه تولید می کنند و مبادلاتی مشابه دارند. در دو مدل همکاری وضع روشن است. در این مدل کوشش می شود به مواد اولیه با کیفیت مناسب و ارزان دست یافته شود. در این مدل مدیر، بیشتر از رقابت موجود میان واحدهای تامین کننده مواد اولیه اش بهره می گیرد. اما پیش از آنکه به این نظامات بپردازیم لازم است به این نکته مهم توجه داشته باشیم که با نیرو گرفتن پژوهش در سازمانهای کار تحولاتی اصولی در مدل های مذکور

محصولات حاصل از پژوهش در جهان با توسعه شتابان، به نیروی تقاضای موثر بیشتر نیاز داشت و در سوی دیگر فرآیند توسعه از ارزش مواد خام نسبت به دیگر نیروهای موجود در ارزش زائی محصول نظیر دانش و تکنولوژی، می کاست که این خود از قدرت تقاضای موثر کشورهای با توسعه کند می کاست. طبیعی بود که در این شرایط کشورهای با توسعه شتابان باید فکری برای تقاضای موثر خود در بازار جهانی بویژه بازارهای کشورهای با توسعه کند می کردند. آنها ناچار بودند سطوحی از تکنولوژی و دانش خود را به جهان سوم انتقال دهند تا آنها نیز بتوانند به سطح مناسب تقاضای موثر برسند. نمونه هائی از این انتقال را می توان در گذشته نیز ردیابی کرد که اولین آن عرضه تکنولوژی تولید الکتریسیته توسط جهان صنعتی بود که توانست دری بسوی هدف فروش دستگاههای الکترونیکی نظیر رادیو، یخچال، تلویزیون و غیره بگشاید. با این حال باید توجه داشت که این جریان، یعنی کاهش ارزش های اقتصادی و استراتژیکی مواد خام، بصورت یکسان انجام نشد. برای نمونه نفت و گاز از این قاعده پیروی نکردند. به همین دلیل نیز شاهد تناقضاتی در رفتارهای سیاسی و اقتصادی جهان صنعتی نسبت به منطقه خاورمیانه می باشیم. ضمن آنکه افزایش قیمت و اهمیت بیشتر یافتن استراتژیکی نفت باعث گردید تا خاورمیانه به مرکز بحران جهان تبدیل شود. روندی که ممکن است تا زمان تحقق انرژی جایگزین ادامه پیدا کند. به هر تقدیر لازم است کلیه صنعت گران کشور به دو نکته مهم و استراتژیک توجه داشته باشند.

۱- اول نکته که بسیار مهم است، پیدا کردن جانی در شبکه های دیفراکته -انتگره صنعتی فعال جهانی است. تنها این روند است که باعث بقای صنعت در جهان امروز می شود.

۲- دوم نکته به موضوع توزیع درآمدهای نفتی باز می گردد بنظر می رسد تنها راه گریز از بحران های حاصل از وابستگی اقتصاد سیاسی کشور به نفت، مصرف این ثروت در راه اصلاح و توسعه بهره وری می باشد. در غیر اینصورت آینده ای برای صنعت ما وجود نخواهد داشت.

جهان امروز جهانی است که ورود به چرخه توسعه در آن دیگر نمی تواند بصورت منفرد انجام شود. چه در سطح فراملی و چه در سطح ملی قواعد تحرک تجاری باید از طریق وحدت رویه در توسعه منابع تامین کننده مواد اولیه و بازارهای مصرف وی تنظیم شود. و این بمعنی حضور در شبکه های دیفراکته -انتگره صنعتی -تجاری است. اگر بخواهیم شعار مدیر کار آفرین آینده را ردیابی کنیم می توانیم محورهای آن را بشرح زیر تعریف کنیم. برنامه توسعه خود را از طریق پیوند نیروی پژوهشی خود با دوگروه تامین کنندگان مواد اولیه و بازار تنظیم کنیم! یا به عبارت بهتر جانی در شبکه های زاینده تقاضای موثر جدید پیدا کنیم. ■

سردبیر

در شبکه واحدهای انتگره همین مواد با یکدیگر آمیزه های مختلف بوجود آورده تا به محصول قابل عرضه در بازار تبدیل شوند. اصولاً یک فرآیند پیچیده که از منابع تا مصارف پیش می رود، در دو گروه پشتیبان یا دیفراکته (مواد اولیه) و انتگره (محصولات مونتاژ یا ترکیبی) شکل می گیرد. یک ماده اولیه نظیر نفت را در نظر بگیرید. این ماده طی جریانی متکثر و لایه به لایه ای سرانجام به تعداد زیادی مواد اولیه با خصوصیات فیزیکی - شیمیائی خاص تبدیل می شود. سپس جریانی معکوس پدید می آید و گروه هائی از همین مواد دوباره و بصورتی کنترل شده با یکدیگر آمیزه هائی خاص (ترکیب ها، مخلوط ها یا آرایش ها) پدید می آورند، تا سرانجام به محصولی آماده برای مصرف در بازار تبدیل شوند.

همین تحولات و ظهور چنین شبکه هائی است که امکان فعال شدن مدل های همکاری رقابتی مبتنی بر زایش مدام تقاضا از طریق تکثر در مواد و خدمات را بوجود می آورد. رویدادی که شکل رقابت میان کشورهای جهان را دگرگون کرده است. و بویژه کشورهای با توسعه شتابان را وادار کرده است وارد عصری جدید از قدرت و چگونگی زایش - تکثر و بکارگیری آن شوند. از جمله می توان به وحدت اروپا اشاره کرد.

این رویدادها موجب بروز شبکه های همکاری جدیدی گردید که حتی توانست بر ضرورت جدائی پیوند حوزه های ملی غلبه کند. مثلاً کشورهای اروپائی برای سهولت در ایجاد شبکه های همکاری در درون درخت های تکنولوژی خود (شبکه های دیفراکته و انتگره) مجبور شدند با یکدیگر وحدت نمایند. امری که آمریکای شمالی بدلیل توحید چندین ده کشور خودبخود از آن بهره مند بود. موضوع مهم دیگر فرآیند افزایش ارزش افزوده محصولات جدیدتر و در عین حال افزایش سهم دانش و تکنولوژی نسبت به موادخام در کالا و محصول تمام شده و قابل عرضه به بازار است. رویدادی که تغییری اساسی در روابط میان کشورهای جهان با توسعه شتابان غرب؛ جهان با توسعه کند بوجود آورد.

### جهان با توسعه کند و بطئی:

اکثر کشورهای جهان با توسعه کند و بطئی جریان ساختار و مدل ارتباطی مبادلاتی خود را با جهان صنعتی بویژه در دوره اول این انقلاب که هنوز پژوهش فعال نشده بود، بر مدار مبادله مواد خام با کالای ساخته شده قرار دادند. علت معلوم است؛ فروش مواد خام خودبخود موجب بروز قدرت تقاضای موثر در آن ها می شد. بنابراین ضرورتی به توجه به نیروهای دیگر زاینده تقاضا در آنها نبود. اما هر چه دانش توانست به سهم خود نسبت مواد خام در فرایند اقتصادی تولید و قیمت تمام شده محصول بیافزاید طبیعی بود که از قدرت تقاضای این کشورها کاسته می شد، در این شرایط تضادهای خاصی پدید آمدند. از یکسو تنوع در تولیدات و