

## تولید ملی و رقابت جهانی

دکتر مهدی فتح اله، رئیس موسسه مطالعات و پژوهش های بازرگانی

جهان اقتصاد - اطلاعات - جوان

امروزه رقابت جهانی عرصه را بر بسیاری از صنایع در کشورهای جهان تنگ کرده است. به مفهومی بسیار ساده، چالش جهانی تجارت و رقابت که در رویاروی کشورها و واحد های کسب و کار قرار دارد، دارای دو جنبه است. نخست شیوه ای که بر مبنای آن باید بنگاه های تولیدی و خدماتی بتوانند محصولات و خدمات خود را به سایر کشورها صادر کنند و این رابطه را حفظ کنند و دوم روشی که بنگاه ها باید خود را در برابر کالاهای وارداتی مصون نگه دارند و از خود دفاع کنند. بر این اساس، در صحنه تولید، تجارت و رقابت جهانی هیچ کسب و کاری نمی تواند وجود و حضور رقابت بین الملل را نادیده انگارد و تنها در محدوده مرزهای جغرافیایی خود برنامه ریزی کند. اگر شرکتی امروز خود را نفوذ ناپذیر بداند و احساس راحتی کند، احتمالاً فردا آسیب پذیر خواهد شد. بر این اساس راهبرد تولید ملی اگر با الزامات رقابت جهانی مجهز نگردد زمینه ساز مخاطرات بیشتری برای آینده تولید و تجارت کشور خواهد شد. برای تبیین این موضوع و درک ضرورت توجه به آن می توان به برخی ویژگی ها و قواعد حاکم بر تولید و تجارت بین الملل از جمله شکل گیری بازارهای جدید جغرافیایی یا صحنه های جدید تجاری و جهانی شدن سیستم های مالی، تولیدی و تجاری اشاره کرد.

همچنین توسعه شبکه های کسب و کار جهانی، متناسب سازی سیاست های تامین مالی و سرمایه گذاری با قواعد بین المللی، کاهش نرخ تعرفه ها و توسعه رقابت در تجارت بین المللی نیز از دیگر قواعد حاکم بر تولید و تجارت بین الملل است.

از ویژگی ها دیگر قواعد حاکم بر تولید و تجارت بین الملل می توان به وجود انگیزه کسب برتری و شهرت در صحنه تجارت بین الملل، تمرکز بر راهبرد های اقتصاد مقیاس و اقتصاد تنوع در تولید و تجارت، روند رو به رشد شکل گیری بنگاه های بزرگ و دارای برند در عرصه تولید و تجارت جهانی و تحول کیفی در خط مشی های تولید و تجارت از شیوه محصول مداری به مشتری مداری اشاره کرد.

با توجه به اینکه مشتریان در بازار های بین المللی خواهان محصولات با کیفیت هستند بنابراین رعایت استانداردها و الزامات کیفی در تولید و تجارت بین الملل از اهمیت زیادی برخوردار است. همچنین رقابت جهانی با حذف قوانین حمایتی و گسترش مناطق آزاد افزایش یافته است. کاهش دوره عمر محصولات، گسترش تنوع محصولات، استواری تولید و رقابت بر خلاقیت، نوآوری، دانش و فناوری و توجه رو به افزایش قوانین زیست محیطی منجر به ایجاد قواعد سخت گیرانه در تولید و تجارت شده است.

با توجه به موارد یاد شده و با عنایت به تغییرات سریعی که در عرصه بین الملل رخ داده است، می توان گفت برنامه ریزی جهت فعالیت های تولیدی و تجاری و رقابت در بازارهای خارجی نیز به مراتب مشکل تر و پیچیده تر از گذشته شده است. بر این اساس نظام تولید و تجارت کشور باید در ارتباط با مولفه های مورد نیاز برای تقویت تولید ملی و رقابت پذیری آنها ساماندهی شود.

فرایند جهانی شدن تولید و تجارت بویژه در حوزه اقتصاد، تجارت و صنعت ابعاد گسترده تر و جدیدتری به خود گرفته و عرصه رقابت را بسیار تنگتر کرده است. به نحویکه هر روز در این زمینه چالش های عدیده ای مطرح می شود. صنایع کشور ما نیز در سالهای گذشته با حمایت یارانه های دولتی مشغول به کار بوده و در نتیجه راه و رسم رقابت و جنگیدن را در عرصه رقابت جهانی فرا نگرفته است. بنابراین، ضرورت ایجاد می کند تا بازنگری دقیقی همراه با تحولات گسترده و عمیق و همه جانبه در سطوح کسب و کار و نهادهای دولتی تأثیر گذار صورت گیرد.

در ادامه برخی ملاحظات کلیدی برای حمایت از تولید و توسعه رقابت به شرح ذیل مطرح شده است که باید مورد توجه متولیان امر در سطوح مختلف حاکمیتی و اجرایی قرار گیرد.

\*رفع موانعی از مسیر تجارت و حذف قواعد دست و پاگیر بسیاری از بازارها، روند تجارت را تسریع کرده و به بازیگران جدید اجازه داده تا بسیار سریع عرصه را به دست بگیرند. یکی از نتایج این امر، به وجود آمدن اضافه ظرفیت در بسیاری صنایع است. مفهوم اضافه ظرفیت این است که مازاد عرضه در مقابل تقاضا، منجر به فشار بیشتری برای کاهش قیمت ها شود.

\*یکی دیگر از موضوعات کلیدی برای حمایت از تولید، توسعه تجارت الکترونیک است تا تولید و تجارت بسیار آسان تر انجام شود. همچنین، تجارت الکترونیک باعث برقراری حراجی ها و تبادلات وسیع در سطح صنعت شده و موجب رونق کسب و کارها می شود.

\*به نظر می‌رسد مشتریان و مصرف‌کنندگان، در مورد ارزش کالا هوشیاری بیشتری پیدا کرده‌اند. مارک‌های تجاری و تولیدکنندگانی که زمانی مشهورتر از دیگران به نظر می‌رسیدند و قیمت‌ها را رهبری می‌کردند، اکنون که بازار با پیشنهادات جذاب دیگری در این سطح و قیمت‌های بسیار پایین‌تر وجود دارند، دیگر قادر به این کار نیستند.

\*همچنین جهانی شدن، دسترسی به انواع اطلاعات را که در گذشته بسیار گران قیمت و زمان‌بر و حتی در خیلی از موارد غیر ممکن بود، سریع، آسان و بسیار ارزان کرده است. در حال حاضر بیشتر قیمت‌ها بازارگرا هستند و مشتریان نسبت به قیمت حساس می‌باشند، بنابراین قیمت‌ها باید به شدت کنترل شوند.

\*هزینه برای مشتریان در بازارهای بین‌المللی دارای ارزش فراوان است، لذا محصولات و خدمات باید با کمترین هزینه و بالاترین کیفیت در عرصه‌های بین‌المللی عرضه شوند. همچنین انتظارات مشتریان در بازارهای بین‌المللی، رعایت کامل الزامات کیفی و استانداردهای زیست‌محیطی، افزایش هزینه محصولات را در پی دارد.

\*وجود مشکلات در زیرساخت‌های حمل و نقل، لجستیک، صادرات و واردات، تبادل مواد اولیه محصولات و خدمات را در بازارهای جهانی دشوار ساخته و منجر به افزایش هزینه‌های تولید و تجارت شده است.

در این راستا به منظور حمایت از تولید باید صنایع جانبی مانند صنایع تبدیلی و بسته‌بندی توسعه یابد تا مبادلات تجاری محصولات کشور با استانداردهای جهانی انطباق پیدا کند. همچنین آگاهی مدیران و مسئولین مربوطه به قواعد و الزامات تولید و تجارت در سطح بین‌المللی و دسترسی آنها به اطلاعات دقیق، صحیح و بهنگام از محصولات، بازارها و رقبا، هزینه اتخاذ تصمیمات نادرست را کاهش می‌دهد.