

## توسعه متوازن تولید و تجارت مقدمه توسعه صنعتی

دکتر حسن حیدری، استادیار موسسه مطالعات و پژوهش های بازرگانی

### آرمان

توسعه اقتصادی به بیان ساده آن به معنی توسعه بازارها و تکامل آنها است. بنابراین تفاوت اصلی کشورهای درحال توسعه با کشورهای صنعتی در این است که جهان توسعه یافته دارای بازارهای تکامل یافته و مدرن است. بازار جایی است که در آن مبادله صورت می گیرد، به این معنا که کالا یا خدمتی مشخص در آن رد و بدل می گردد. بازار باید حداقل سه رکن داشته باشد، کالا یا خدمتی که قابل مبادله باشد، به این معنا که برای آن متقاضی وجود داشته باشد، عرضه کننده کالا و متقاضی کالا. گاهی اوقات عرضه کننده کالا با استفاده از تبلیغات و معرفی کالای خود، متقاضی را متقاعد می کند که به محصول یا خدمت وی نیاز دارد، و گاهی اوقات متقاضی به عرضه کننده بالقوه مراجعه کرده و در واقع کالای مورد نیاز خود را به وی سفارش می دهد. در هر صورت، "تولید" کالا یا خدمت شرط اساسی وجود هر گونه بازاری است، چرا که بدون آن اساسا مبادله ای صورت نخواهد پذیرفت. در کشورهای توسعه یافته هم مقدار بیشتری کالا تولید می شود، و هم اینکه کالاها با کیفیت و پیچیدگی بالاتری عرضه و تقاضا می شوند. به همین جهت است که گفته می شود بازارها در این کشورها از پیچیدگی بیشتری برخوردار هستند. روی دیگر بازار پیچیده تر و تکامل یافته تر این است که از طریق تولید و مبادله در این بازار، ارزش اقتصادی بیشتری ایجاد شده و در نهایت ثروت و رفاه بالاتری برای اقتصاد حاصل می شود.

یکی از مشکلات کشورهای درحال توسعه به طور کلی و کشور ما به طور خاص این است که اساسا ارکان بازار در بسیاری از موارد با یکدیگر هماهنگ و منسجم نیستند. به این معنا که یا اساسا "تولید" صورت نمی گیرد و یا اینکه عرضه کننده کالا با تقاضا هماهنگ نیست. در بسیاری از موارد نیز تولید با نگاه به داخل کشور صورت می گیرد و نگاه جهانی برای آن وجود ندارد. مجموعه این شرایط باعث شده است تا بازارهای منسجم به معنای دقیق کلمه در مورد بسیاری از کالاها و خدمات در ایران شکل نگیرند. بدین منظور سیاست گذاری اقتصادی موثر نیازمند توجه همزمان به هر دو وجه عرضه و تقاضا است.

اگر به تجربه کشورهای موفق مانند کره جنوبی، چین، ترکیه و برزیل توجه کنیم، می توانیم به این اصل اساسی برسیم که تقریبا در همه آنها توازن مناسبی بین تولید و تجارت وجود داشته است. به این معنا که برنامه توسعه صنایع در این کشورها با نگاه و افق بازار داخلی شکل نگرفته بلکه در میان مدت و بلندمدت ورود به بازار جهانی را در نظر داشته است. به بیان دیگر، عرضه کننده در این کشورها طوری سیاست گذاری و

هدایت شده است تا در بلندمدت به فکر متقاضی در مقیاس جهانی باشد و ساختار بنگاه خود و کالا و خدمت خود را متناسب با این هدف تکامل داده است. به همین جهت بوده است که حمایت از صنایع در مرحله نوزادی در تمامی این کشورها دارای زمانی محدود و مشخص بوده است و هدف نهایی آنها از این حمایت‌ها ایجاد صناعی بوده است که در نهایت قادر به رقابت باشند.

در مقابل، سیاستهای توسعه صنعتی ناموفق اکثر نظر به درون دارند. به این معنا که عامل شکست این سیاست‌ها این است که صرفاً صناعی درون‌نگر را ایجاد می‌کنند که صرفاً کارکرد آنها جایگزین کردن واردات، بهره‌برداری از دیوار تعرفه‌ها و بهره‌گیری از انحصارات داخلی بوده است.

با توجه به تغییر مدیریت اقتصادی کشور بعد از انتخابات و شروع به کار دولت یازدهم، نکته مهم و قابل ذکر در این زمینه این است که در بخش صنعت، و تجارت باید نگاهی منسجم و یکپارچه وجود داشته باشد تا توسعه‌ای متوازن و پایدار ایجاد شود و در نهایت صنایع داخلی قدرت رقابت با بنگاههای خارجی را داشته باشند. آفت سیاست‌های توسعه صنعتی حمایت‌گرا این است که به اندازه‌ای که باید به تجارت و بازار جهانی توجه نمی‌کنند و صرفاً برآورده کردن نیاز داخل را مد نظر دارند. امید است دولت جدید بتواند در این زمینه گامهای موثرتری را بردارد.