

تحول الگوهای تجارت خارجی در جهان

چرا تجارت آزاد دیگر کافی نیست؟



الگوهای توسعه تجارت به طور مداوم در طول دوره‌های مختلف در حال تغییر بوده‌اند. پس از جنگ جهانی دوم، کشورها عمدتاً بر تجارت آزاد و چندجانبه‌گرایی تأکید داشته‌اند. در دهه‌های ۱۹۹۰ و ۲۰۰۰، مفاهیمی مانند جهانی شدن عمیق، گسترش پیدا کرد و تأکید بر زنجیره‌های ارزش جهانی مطرح شد. پس از بحران ۲۰۰۸، نگرش کشورها عمدتاً بر سیاست صنعتی استوار بود و طی دهه اخیر، تجارت به عنوان ابزار ژئواکونومیک مطرح شده و مدیریت آن نقش پررنگی در مدیریت ریسک و تاب‌آوری کشورها دارد.

شده‌اند رویکرد کشورها نسبت به تجارت خارجی بازتعریف شود. امروز، تجارت خارجی بیش از هر زمان دیگری به حوزه‌ای راهبردی تبدیل شده است؛ حوزه‌ای که در آن اهداف اقتصادی، صنعتی، فناورانه و حتی امنیتی و سیاسی به هم گره‌خورده‌اند. در ادامه، الگوهای مسلط توسعه تجارت خارجی در جهان امروز و تحول نگرش کشورها نسبت به تجارت در طول زمان مورد بررسی قرار می‌گیرد و تصویری روشن از منطبق جدید سیاست‌گذاری تجاری ارائه می‌شود.

/// تجارت خارجی طی دهه‌های گذشته یکی از مهم‌ترین پیشران‌های رشد اقتصادی، انتقال فناوری و ادغام کشورها در اقتصاد جهانی بوده است. با این حال، تجربه سال‌های اخیر نشان می‌دهد توسعه تجارت خارجی دیگر صرفاً به معنای افزایش صادرات، کاهش تعرفه‌ها یا امضای موافقت‌نامه‌های تجاری نیست. تحولات ژئوپلیتیک، شوک‌های جهانی، دیجیتالی شدن اقتصاد، تغییر ساختار تولید مبتنی بر زنجیره‌های ارزش جهانی و تشدید ملاحظات زیست‌محیطی باعث



عاطفه قاسمیان

پژوهشگر حوزه اقتصاد بین‌الملل

۱. تحول نگرشی؛ از تجارت آزاد به گشودگی راهبردی

در نیمه دوم قرن بیستم، الگوی غالب توسعه تجارت خارجی مبتنی بر آزادسازی بود. کاهش تعرفه‌ها، حذف موانع غیرتعرفه‌ای، تقویت چندجانبه‌گرایی و ادغام هرچه بیشتر در اقتصاد جهانی، محور اصلی سیاست‌های تجاری کشورها محسوب می‌شد. فرض اساسی این رویکرد آن بود که تجارت آزاد به‌طور خودکار به افزایش رفاه، تخصیص بهینه منابع و رشد اقتصادی منجر می‌شود.

اما تجربه بحران مالی جهانی، همه‌گیری کرونا، جنگ‌ها و تحریم‌ها نشان داد که آزادسازی بدون در نظر گرفتن ملاحظات راهبردی می‌تواند آسیب‌پذیری‌های عمیق ایجاد کند. در نتیجه، بسیاری از کشورها به سمت الگویی حرکت کردند که می‌توان آن را «گشودگی راهبردی» نامید. در این الگو (گشودگی راهبردی)، صرفاً برخی از بازارهای هدف به‌صورت گزینشی و هدفمند باز می‌شوند، بخش‌های حساس و راهبردی تحت نظارت یا حمایت ویژه قرار می‌گیرند و از همه مهم‌تر آنکه تجارت خارجی با سیاست صنعتی، امنیت اقتصادی و تاب‌آوری زنجیره تأمین پیوند می‌خورد. در چنین چارچوبی،

تجارت دیگر صرفاً ابزار افزایش مبادله نیست، بلکه به‌نوعی ابزار مدیریت ریسک و حکمرانی اقتصادی برای کشورها تلقی می‌شود.

۲. تحول ساختاری؛ از ساختار سنتی به توسعه زنجیره‌های ارزش جهانی

یکی از مهم‌ترین تحولات ساختاری تجارت جهانی دو دهه اخیر، گسترش زنجیره‌های ارزش جهانی (Global Value Chains) است. در این الگو، تولید کالا و خدمات به مراحل مختلف تقسیم می‌شود و هر مرحله در کشوری متفاوت انجام می‌گیرد. نتیجه این فرایند آن است که تجارت بین‌الملل دیگر صرفاً مبادله کالاهای نهایی نیست، بلکه مبادله ارزش در طول زنجیره تولید است.

بر اساس برآوردهای OECD، امروزه بیش از ۷۰ درصد تجارت جهانی به‌طور مستقیم یا غیرمستقیم در قالب زنجیره‌های ارزش جهانی انجام می‌شود؛ به این معنا که کالاها و خدمات پیش از رسیدن به مصرف‌کننده نهایی، چندین بار از مرزهای ملی عبور می‌کنند و در هر مرحله ارزش جدیدی به آن‌ها افزوده می‌شود. این تحول، منطق ارزیابی عملکرد تجاری کشورها را تغییر داده است.



۳. تحول رویکردی؛ از حجم صادرات به جایگاه در زنجیره ارزش

در الگوی جدید، پرسش اصلی دیگر این نیست که «کشور چقدر صادر می‌کند»، بلکه این است که:

- چه میزان ارزش افزوده داخلی و خارجی در صادرات نهفته است؟
- کشور در کدام حلقه از زنجیره ارزش جهانی فعالیت می‌کند؟
- مشارکت کشورها در زنجیره ارزش جهانی، چه تحولی در توسعه صنایع مختلف آن‌ها ایجاد می‌کند؟
- مشارکت کشورها در زنجیره‌های ارزش جهانی، در هر دو قالب مشارکت پسین (Backward Participation) و مشارکت پیشین (Forward Participation) می‌تواند آثار توسعه‌ای قابل توجهی داشته باشد و منافع اقتصادی ایجاد کند. در مقابل، تمرکز صرف بر صادرات کالاهای نهایی یا مواد خام، بدون ارتقا جایگاه در زنجیره، معمولاً به ایجاد ارزش افزوده محدود و وابستگی بلندمدت منجر می‌شود. از این‌رو، بسیاری از کشورها سیاست توسعه تجارت خارجی خود را به‌گونه‌ای طراحی کرده‌اند که ارتقا جایگاه در زنجیره‌های ارزش را هدف قرار دهد، نه صرفاً افزایش ارقام صادرات.

۴. تحول ژئواکونومیک؛ حرکت به سمت منطقه‌گرایی، هم‌پیمانی و «دوست‌محوری» در تجارت

یکی دیگر از الگوهای برجسته امروز، تقویت تجارت منطقه‌ای و هم‌پیمانی‌های تجاری است. در گذشته، جهانی‌شدن مبتنی بر کمینه‌سازی هزینه و بیشینه‌سازی کارایی بود؛ اما شوک‌های اخیر نشان داد که برخی از زنجیره‌های جهانی می‌توانند در شرایط بحران به‌شدت شکننده باشند. به‌عنوان مثال؛ در طول جنگ روسیه و اوکراین، بسیاری از کشورها دریافتند باید به سمت بازتعریف شرکای زنجیره انرژی و غذا و کاهش وابستگی به تأمین‌کنندگان پرریسک حرکت کنند. تشدید رقابت ژئوپلیتیک و جنگ فناورانه بویژه میان آمریکا و چین در سال‌های اخیر نیز نمونه



یکی از تغییرات اساسی در نگرش کشورها، مشروط شدن تجارت به معیارهای پایداری و اهداف توسعه پایدار سازمان ملل (SDG) است. گزارش‌های سازمان تجارت جهانی و OECD نشان می‌دهد که بیش از ۷۰ درصد موافقت‌نامه‌های تجارت ترجیحی که بعد از سال ۲۰۱۰ امضا شده‌اند، حداقل یک بند الزام‌آور زیست‌محیطی یا اجتماعی داشته‌اند؛ در حالی که در دهه ۱۹۹۰ این سهم کمتر از ۲۰ درصد گزارش شده است.

سیر تحولات الگوهای توسعه تجارت خارجی

مروار تاریخی تجارت بین‌المللی نشان می‌دهد که الگوهای توسعه تجارت به‌طور مداوم در طول دوره‌های مختلف در حال تغییر بوده‌اند. پس از جنگ جهانی دوم، کشورها عمدتاً بر تجارت آزاد و چندجانبه‌گرایی تأکید داشته‌اند. در دهه‌های ۱۹۹۰ و ۲۰۰۰، مفاهیمی مانند جهانی‌شدن عمیق، گسترش پیدا کرد و تأکید بر زنجیره‌های ارزش جهانی مطرح شد. پس از بحران ۲۰۰۸، نگرش کشورها عمدتاً بر سیاست صنعتی استوار بود و طی دهه اخیر، تجارت به‌عنوان ابزار ژئواکونومیک مطرح شده و مدیریت آن نقش پررنگی در مدیریت ریسک و تاب‌آوری کشورها دارد. نتیجه این مسیر آن است که امروز هیچ الگوی واحدی برای همه کشورها وجود ندارد و هر کشور ترکیبی از سیاست‌ها را متناسب با شرایط خود به کار می‌گیرد، اما آنچه مسلم است طی تحولاتی که در چند دهه اخیر رخ داده است، تجارت آزاد جای خود را به تجارت راهبردی داده است، کیفیت و ساختار تجارت، اهمیت مضاعفی نسبت به کمیت پیدا کرده و جایگاه در زنجیره‌های ارزش جهانی، تعیین‌کننده منافع بلندمدت کشورها شده است. در این میان، مؤلفه‌های جدید تعیین‌کننده‌ای هم به ملاحظات سیاستی فعالان اقتصادی افزوده شده که از یک‌طرف با ابزارهایی مانند دیجیتال شدن، مسیر را برای تجارت هموار می‌کنند و از طرف دیگر با رویکردهایی مانند اهداف زیست‌محیطی، سیاست‌گذاران را به سمت پایداری و تحقق راهبردهای بلندمدت سوق می‌دهند. III

بیشتر مسیر صادرات را هموار می‌کنند و هزینه یافتن شریک تجاری و مدیریت صادرات را کاهش می‌دهند؛ در حالی که اتوماسیون مانند رباتیک، خطوط تولید خودکار، سنسورها، سیستم‌های کنترل کیفیت خودکار و به‌طور کلی، فناوری‌های تولید پیشرفته، نقش پررنگ‌تری در بهینه‌سازی واردات نهاده‌های واسطه‌ای دارد، کارایی تولید و دقت عملیات را بالا می‌برند به استانداردهای مقیاس‌پذیری کمک می‌کنند.

۶. تحول هنجاری؛ پیوند تجارت با پایداری و ملاحظات زیست‌محیطی

یکی از تغییرات اساسی در نگرش کشورها، مشروط شدن تجارت به معیارهای پایداری و اهداف توسعه پایدار سازمان ملل (SDG) است. گزارش‌های سازمان تجارت جهانی و OECD نشان می‌دهد که بیش از ۷۰ درصد موافقت‌نامه‌های تجارت ترجیحی که بعد از سال ۲۰۱۰ امضا شده‌اند، حداقل یک بند الزام‌آور زیست‌محیطی یا اجتماعی داشته‌اند؛ در حالی که در دهه ۱۹۹۰ این سهم کمتر از ۲۰ درصد گزارش شده است. امروزه بسیاری از اقتصادهای بزرگ:

- استانداردهای زیست‌محیطی و اجتماعی را در توافقات تجاری لحاظ می‌کنند،
 - از ابزارهای تنظیمی برای کاهش ردپای کربن تجارت استفاده می‌کنند،
 - شفافیت زنجیره‌تأمین و مسئولیت‌پذیری بنگاه‌ها را مطالبه می‌کنند.
- در این فضا، دسترسی به بازارها بیش از گذشته منوط به رعایت استانداردهای تولید و گزارش دهی شده است. این تحول، اگرچه برای برخی کشورها چالش‌برانگیز است، اما می‌تواند فرصتی برای ارتقاء کیفیت تولید و افزایش رقابت‌پذیری نیز باشد.

بارزی است که یک پیام سیاستی مهم به کشورها منتقل کرد و نشان داد پایداری اقتصادی بدون در نظر گرفتن ملاحظات امنیتی، انتقال تولید به سمت کشورهای همسو و قابل اعتماد (اشاره به مفهوم Friend-shoring) و نزدیک کردن زنجیره‌های تأمین (اشاره به مفهوم Near-shoring) امکان‌پذیر نخواهد بود. به‌طور کلی، در این الگو، قابلیت اتکا، ثبات سیاسی و امنیت زنجیره‌های تأمین، گاهی مهم‌تر از قیمت پایین‌تر است. این روند بویژه برای کشورهای در حال توسعه پیام روشنی دارد: دسترسی به بازارها بیش از پیش تابع روابط پایدار و اعتماد متقابل است.

۵. تحول دیجیتالی؛ حرکت به سمت پیشران جدید توسعه تجارت خارجی

تحول دیجیتال یکی از مهم‌ترین عوامل شکل‌دهنده به الگوی جدید تجارت خارجی است. تجارت امروز شامل جریان داده، خدمات دیجیتال، تجارت الکترونیکی و دارایی‌های نامشهود نیز می‌شود. شواهد تجربی نشان می‌دهد که:

- دیجیتالی شدن هزینه ورود بنگاه‌ها به بازارهای جهانی را کاهش می‌دهد،
 - هماهنگی در زنجیره‌های ارزش را تسهیل می‌کند،
 - امکان مشارکت بنگاه‌های کوچک و متوسط در تجارت جهانی را افزایش می‌دهد.
- مطالعات اخیر نشان می‌دهد بنگاه‌هایی که از فناوری‌های دیجیتال، بویژه ICT^۲ و اتوماسیون‌سازی، استفاده می‌کنند، احتمال بیشتری برای حضور در زنجیره‌های ارزش جهانی دارند. در این میان، فناوری‌های ارتباطی دیجیتال مانند پلتفرم‌های B2B، CRM^۳، ERP^۴، ابزارهای مدیریت سفارش، بازاریابی دیجیتال،