

در نقد سیاست آزادسازی واردات

آزادسازی واردات خودرو یکی از مسائل مورد مناقشه طی چند سال اخیر چه در میان تحلیل‌گران و چه در میان دست‌اندرکاران تولید و تجارت خودرو بوده است. مدافعان این سیاست از یک سو دغدغهٔ مازاد رفاه مصرف‌کننده را دارند و از سوی دیگر نگران قدرت رقابتی پایین این صنعت در بازارهای داخلی و جهانی هستند؛ از یک طرف به دنبال شکستن انحصار در بازار خودرو و از طرفی دیگر بر آن‌اند تا با چنین سیاستی صنعت خودرو را با فشار قدرت رقابتی خودروهای خارجی در جهت نوآوری و کاهش هزینه و ارتقای کیفیت به حرکت درآورند. به‌طور خلاصه، مدافعان این سیاست با تأکید بر ناتوانی سیاست‌های حمایتی در رشد دادن به صنعت خودرو، خواهان برچیدن این حمایت‌ها و بازکردن بازار داخلی خودرو به روی تولیدات خارجی هستند. دربارهٔ چنین دیدگاهی چند نکته قابل ذکر است: اول، از منظر اقتصاد توسعه و اقتصاد سیاسی مناقشهٔ موجود در واقع جدال میان سرمایهٔ تجاری با سرمایهٔ صنعتی ملی است. سرمایهٔ تجاری مازاد رفاه مصرف‌کننده را متمسک قرار می‌دهد، اما در اصل منافع خود را که نه در تولید بلکه در تجارت نهفته است پی می‌گیرد؛ و نه در تجارتي که روزنه‌هایی را برای تولید فراهم می‌کند، بلکه در سهل‌ترین و پر بازده‌ترین نوع آن جست‌وجو می‌کند که همانا واردات با استفاده از رانت‌های دولتی است! هر چند سرمایهٔ تجاری به دنبال شکستن انحصار در طرف تولید است، خود صاحب انحصار در حوزهٔ تجارت است و به همین علت هیچ معلوم نیست که در صورت آزادسازی واردات خودرو، قیمت آن‌گونه که انتظار می‌رود به نفع مصرف‌کننده کاهش یابد. برای مثال فرض کنید که واردات به‌طور انبوه توسط چند شرکت وارداتی صورت گیرد و آن‌ها محصول را نه یک باره که به تدریج وارد بازار کنند. در این صورت قیمت‌ها تعدیل می‌شود، اما شکسته نمی‌شود. منطق حاکم بر رفتار سرمایهٔ انحصاری تجاری جز این نباید باشد. بنابراین اگر رقابتی‌تر کردن بازار خودرو برای تولیدکنندگان حائز اهمیت است، بی‌تردید در آن سو برای واردکنندگان نیز مهم است. آیا سرمایهٔ تجاری که شریان ورود و خروج کالا را در دست دارد اجازهٔ چنین امری را می‌دهد؟

دوم، مازاد رفاه مصرف‌کننده معمولاً در متون اقتصادی بر مبنای قیمت سنجیده می‌شود. زمانی که قیمت از حد تعادل بازار بیشتر می‌شود، رفاه تولیدکننده به زیان مصرف‌کننده افزایش می‌یابد. اما به‌نظر می‌رسد که بتوان در همین بحث وجوه دیگر مسأله را نیز در بر گرفت. رفاه به دست آمده از اشتغال و درآمد ناشی، از آن که رابطهٔ مستقیمی با سطح تولید دارد نیز عاید مصرف‌کننده می‌شود. در جایی رفاهی بر اثر قیمت بیش از حد تعادل کاهش می‌یابد و در جایی دیگر برای مصرف‌کنندگانی که شاغل می‌شوند افزایش می‌یابد. به بیانی دیگر، در ارزیابی یک صنعت فقط نمی‌توان بر مبنای قیمت، اثربخشی آن برای اقتصاد را ارزیابی کرد. برای مثال، در شرایط کنونی اقتصاد ایران چنانچه از خانوارهای شاغلان صنعت خودرو که خود مصرف‌کنندگان تولیدات این صنعت‌اند پرسیده شود که آیا با کاهش قیمت و بیکار شدن احتمالی عضو خانوار خود موافق هستید، پاسخ بسته به شرایط اقتصادی متفاوت خواهد بود. اگر به ازای ورشکستگی بخش‌هایی از صنعت، در حوزه‌هایی دیگر به سرعت انباشت سرمایه صورت گیرد و تقاضا برای کار را به اندازه‌ای که کاهش یافته جبران کند، ممکن است پاسخ مثبت باشد، اما بی‌تردید در شرایطی که چنین چشم‌اندازی برای خانوار وجود نداشته باشد پاسخ منفی خواهد بود.

سوم، بی‌تردید صنعت خودرو ایران به‌رغم جذب دانش فنی آن در برخی از قطعات و رشد بنگاه‌های قطعه‌ساز هنوز با مرزهای فن‌آوری جهانی این صنعت فاصلهٔ بسیار درازی دارد؛ هنوز این صنعت در مقایسه با هم‌نوعان خود در مرحلهٔ نوزادی به سر می‌برد؛ با وجود این، علت را نباید در نفس سیاست‌های حمایتی جست و جو کرد و از این منظر کنار گذاشتن آن را تجویز نمود. علت در ناکارایی‌های سازمانی نهفته است که اساساً کارایی هر نوع ابزار و سیاستی چه حمایتی و چه غیرحمایتی را به‌شدت کاهش می‌دهد. نبود برنامهٔ توسعه‌ای راهبردی که برای مثال دانش فنی را به‌سرعت تا مرزهای جهانی آن رشد دهد و همین‌طور نبود مدیریت خلّاق و شایسته‌ای که با سازمان‌دهی مناسب و جلوگیری از ریخت و پاش‌ها هزینهٔ تولید را کاهش دهد از جمله علل اساسی قدرت رقابتی پایین صنعت خودرو ایران هستند؛ و ناگفته نماند که وضع این صنعت در واقع جدای از وضع کلی اقتصاد ایران نیست. بحران یک صنعت یا بخشی خاص نمودی از بحران در سطح کل اقتصاد است که علت العلل آن ناکارایی‌های سازمانی، و نه کارایی‌های قیمتی (هر چند که بی‌تأثیر نیست)، است. بنابراین، پیشبرد توسعهٔ صنعتی و فن‌شناختی صنعت خودرو در درجهٔ اول مستلزم طراحی برنامهٔ توسعه راهبردی، تقویت سرمایه‌انسانی و تصحیح نظام مدیریتی است. در غیر این صورت، آزادسازی واردات تیشه به ریشه همین صنعت نیم بند خواهد زد.

چهارم، میان آزادسازی واردات، و واردات در جهت تنظیم بازار و هشدار دادن به تولیدکنندگان تفاوت وجود دارد. در سیاست اول، به تبع تقاضا در داخل واردات صورت می‌گیرد و سیاست تجاری نسبت به تولید داخلی و خارجی کاملاً بی‌تفاوت است. در حالی که در سیاست دوم، سیاست تجاری دغدغهٔ تولید داخلی را دارد اما برای جلوگیری از افزایش بیش از اندازهٔ قیمت و همین‌طور دادن هشدار به تولیدکننده داخلی، از واردات برای تنظیم بازار بهره می‌برد. سیاست دوم جزئی از یک برنامهٔ توسعه‌ای راهبردی است که به موازات تقویت تولید داخلی و افزایش قدرت رقابتی به‌سوی سیاست اول سوق پیدا می‌کند. و کلام آخر این‌که، واردات تنها ابزار رقابتی کردن بازار نیست. ایجاد بنگاه‌های متعدد در تولید محصولی خاص بدون آن‌که توان تشکیل انحصار چند جانبه را داشته باشند، کارکرد مورد نظر از رقابت را دارد. در چنین فضایی تولیدکنندگان برای دستیابی به سهم بیشتری از بازار ناچار از رقابت با یکدیگر در جهت کاهش قیمت و ارتقای کیفیت هستند. البته، سازمان‌دهی چنین شرایطی مستلزم وجود دولتی کارآمد است.