اقتصاد: بررسی شاخصهای بین المللی رقابت پذیری در کشورهای خاورمیانه و آفریقای شمالی

گسترش جهانی شدن تجارت که ناشی‏ از کاهش موانع تعرفه‏ای و غیر تعرفه‏ای، آزادسازی،بهبود اطلاع‏رسانی‏ و حمل‏ونقل،و آهنگ سریع پیشرفت‏ تکنولوژیکی است.به‏طور کلی‏ فشار رقابت روی شرکتها را افزایش داده‏ است.

توانایی شرکتها برای رویارویی‏ با مشکلات رقابتی،پیش از هر چیز،تحت‏ تاثیر مدیریت داخلی،شیوه‏های تولید، تخصیص منابع و مهمتر از همه فضای‏ تجاری آنها قرار دارد.برای پی بردن به‏ موقعیت واحدهای خصوصی یک‏ کشور در اقتصاد جهانی،باید عملکرد دو محیط فعالیت آنها را با واحدهای‏ خصوصی سایر کشورها مقایسه کرد.این‏ مقایسه نشان خواهد داد که‏ شرکتها و سیاستگزاران ملی برای‏ بهبود عملکرد اقتصادی آینده چه کاری‏ باید انجام دهند.

این روزها،واژه‏"رقابتپذیری بین المللی‏" به‏طور گسترده‏ای مورد استفاده‏ قرار می‏گیرد،ولی متاسفانه تعریف کاملی‏ از آن نشده است.سیاستمداران‏ و روزنامه‏نگاران از این واژه اغلب برای‏ موازنه تجاری استفاده می‏کنند.برای‏ مثال،اگر کشوری دارای کسری تجاری‏ با کشور دیگر باشد،می‏گویند که‏"بازنده‏ نبرد رقابتپذیری‏"است.در ادبیات‏ استراتژی بازرگانی از آن به عنوان‏ شرایطی یاد می‏شود که شرکتها برای کسب‏ منافع و سهم بازار سرگرم رقابت مجموع‏ صفر(1)(یا حتی مجموع منفی) می‏شوند.در شاخه‏ای جدید از علم‏ اقتصاد به نام‏"نظریه تجارت استراتژیک‏" روی این موضوع تاکید شده است که‏ ملتها چگونه می‏توانند از اقدامات سیاسی‏ و نهادی خود برای ایجاد برتری رقابتی‏ نسبت به سایرین استفاده کنند.در مقابل، در سنت اقتصادی نئوکلاسیک،هیچ‏ بازنده و برنده‏ای در رقابت بین المللی‏ وجود ندارد.از طریق تخصص و مبادله، هر ملتی می‏تواند با استفاده از منابع‏ و فعالیت خود در زمینه‏هایی که در آن‏ از برتری نسبی برخوردار است‏ سود ببرد.برتری نسبی مبتنی بر تخصیص‏ منابع فیزیکی و انسانی یک کشور است. در اینجا رقابتپذیری باتوجه به برداشت‏ اقتصاددانان مهم اینگونه تعریف می‏شود: بهره‏وری نسبی و هزینه‏های واحد.

هر دو هیافت فوق بسیار مهم و به‏ یکدیگر وابسته هستند.آشکاراست که‏ رقابت میان شرکتها و در بازارهای‏ بین المللی رخ می‏دهد.رقابتپذیری‏ شرکتها را می‏توان به صورت توانایی‏ پایدار آنها برای فروش سودمند کالا و خدمات در بازارهای آزاد تعریف‏ کرد.با این حال،محیط تجاری محلی‏ می‏تواند،با افزایش هزینه‏های تولید این‏ شرکتها،به نحو چشمگیری رقابتپذیری‏ آنها را محدود سازد.هنگام بررسی‏ رقابتپذیری باید شاخصها را در سطوح‏ مختلف ارزیابی کرد.نخست با بررسی‏ شاخصهای اقتصادی و فاکتورهای صنایع‏ یک محیط بازرگانی می‏توان به تغییرات‏ سیاسی و نهادی که برای درک و افزایش‏ توان تولیدی شرکتها لازم است توجه‏ کرد.با دسته دوم شاخصها می‏توان‏ فاکتورهای ویژه صنایع شرکتها برای‏ تعیین بهره‏وری و ساختار هزینه‏ای‏ شرکتها و شبکه‏های تولید مورد تجزیه‏ و تحلیل قرار داد.

هدف شاخصهای‏ رقابت‏پذیری

شاخصهای رقابت‏پذیری‏ می‏تواند اطلاعات مورد نیاز را برای‏ رویارویی با مشکلات افزایش بهره‏وری‏ و رشد همراه با راه حلهای سیاستی مناسب‏ و پیشرفتهای نهادی ارائه دهد.برای مثال، در موارد زیر می‏تواند مفید باشد:

تعیین وضعیت یک کشور با یک صنعت‏ و همچنین مقایسه عملکرد آن نسبت به‏ سایر کشورها و صنایع

تشخیص عواملی که ممکن است‏ رشد اقتصادی و کارایی را به تاخیر بیندازد.

تشویق سایرین(از جمله‏ دست‏اندرکاران بازرگانی و رهبران دولت- وام‏دهندگان و سایر سهامداران)به انجام‏ اصلاحات.بعلاوه،اینگونه‏ شاخصها می‏تواند به نحو مفیدی‏ سرمایه‏گذاران بین المللی را از محیط تجاری که می‏خواهند وارد آن شوند آگاه‏ سازد.

البته در عمل،انتخاب شاخصها مستلزم‏ توازن میان اطلاعات مربوط به این سه هدف و اطلاعات موجود است.

شاخصهای کلی اقتصادی

تعدادی شاخص کلی اقتصادی به نحو فراگیری مورد استفاده هستند.برای مثال،" شاخصهای توسعه جهانی‏"مربوط به‏ بانک جهانی و"آمار مالی بین المللی‏" متعلق به صندوق بین المللی پول‏ می‏تواند معیارهای گسترده‏ای‏ از عملکرد اقتصادی و سیاستی ارائه‏ دهد."گزارش رقابتپذیری جهانی‏"که‏ توسط موسسه بین المللی توسعه مدیریت‏ در سوئیس منتشر می‏شود،به واقع، کشورها را براساس توانایی رقابتی‏ آنها از طریق 210 متغیر که در یک فرمول‏ خلاصه شده دسته‏بندی می‏کند.با این‏ حال،پوشش محدود این گزارش برای‏ کشورهای درحال توسعه و پیچیدگی آن‏ نمی‏تواند برای کشورهای خاورمیانه‏ و شمال افریقا چندان مفید باشد.

"دایره توسعه بخش خصوصی‏"متعلق به‏ بانک جهانی اخیرا جمع‏اوری یک سری‏ شاخصهای رقابتپذیری را به منظور دستیابی به 4 ویژگی کلیدی محیط بازرگانی کشورها به شرح زیر آغاز کرده‏ است:

سرعت انتقال:توانایی‏ شرکتها در واکنش نسبت به علائم بازار که‏ نشانه آنها عملکرد اقتصادی و صادراتی‏ است.

قابلیت اعتماد:توانایی شرکتها برای‏ تعهدپذیری که نشانه آنها فاکتورهای‏ بلاتکلیفی و ریسک است.

فراگیری:توانایی شرکتها و کارکنان‏ برای جذب اطلاعات و تکنولویژیهای‏ جدید،که با آموزش و ظرفیت فنی منعکس‏ می‏شوند

ایجاد شبکه:ارتباط شرکتها با بازارها و منابع اطلاعاتی‏ و تکنولوژی،که شاخص‏ آنها حمل‏ونقل،ارتباطات و سرمایه‏گذاری‏ است.

در جدول همراه،هفت کشور خاورمیانه‏ و شمال آفریقا باتوجه به تعدادی‏ از شاخصهای رقابتی با هم مقایسه‏ می‏شوند.در این جدول،همچنین، میانگین تقریبی شاخصهای مذبور-به‏ عنوان مبنای مقایسه-برای 4 ببر شرق‏ آسیا یعنی هنگ کنگ،مالزی،سنگاپور و کره جنوبی نشان داده شده است.

شاخصهای‏"سرعت انتقال‏" عمدتا بر عملکرد اقتصادی،پیشرفت‏ بهره‏وری و رشد درآمد،صادرات‏ و سرمایه‏گذاری تاکید دارد.می‏بینیم که 4 ببر آسیایی توانسته‏اند رشد درآمد سرانه،صادرات و بهره‏وری را تا مدتهای‏ طولانی حفظ کنند.در منطقه خاورمیانه‏ و شمال آفریقا،کشور ترکیه آشکارا از لحاظ رشد کارگر و تولید ناخالص ملی،حتی‏ در مقایسه با کشورهای‏"سازمان توسعه‏ و همکاریهای اقتصادی‏"،جلوتر از بقیه‏ قرار دارد.مخارج دولتهای ترکیه و ببرهای‏ پیشگفته،با 11 تا 12 درصد از درآمد ملی، نسبتا پائین است.در حالی که دولتهای‏ سایر کشورها تا یک چهارم از درآمد ملی‏ خود را مصرف می‏کنند.در این گروه‏ از شاخصها،تنها ایران و الجزایر تقریبا به‏ سطح سرمایه‏گذاری ببرهای آسیا،که‏ حدود 30 درصد از تولید ناخالص داخلی‏ آنهاست،دست یافته‏اند.

شاخصهای‏"قابلیت اعتماد"نشان‏ می‏دهد که اعتماد سرمایه‏گذار می‏تواند تحت تاثیر میزان کاملا متغیر ثبات اقتصادی قرار بگیرد.تورم، بویژه در سالهای اخیر،به نحو چشمگیری‏ در کشورهای مذکور متفاوت بوده است. بدهی این کشورها بسیار بیشتر "ببرها"است،ولی کسری بودجه‏ آنها در بیشتر مواقع تحت کنترل‏ می‏باشد.ترکیه و مصر بیشترین تقاضای‏ حق امتیاز را داشتند،درحالی که مراکش‏ و تونس ظاهرا در اعطای حق امتیاز کاراتر بودند.

 شاخصهای‏"فراگیری‏"نشاندهنده‏ اولویت در بهبود آموزش و پرورش‏ است.در این زمینه،ترکیه و اردن‏ از بالاترین نرخ باسوادی برخوردارند، درحالی که این نرخ برای‏ چند کشور بسیار کمتر است.در مجموع، میزان ثبت نام افراد در مقطع ابتدایی‏ بالاست،ولی در مقاطع راهنمایی‏ و دبیرستان بسیار کمتر از ببرهای‏ آسیاست.به نظر می‏رسد باید به‏ سرمایه‏گذاری در آموزش ابتدایی‏ و راهنمایی اولویت بیشتری داده شود.

شاخصهای‏"ایجاد شبکه‏"ارتباط بین‏ بازارها و تولیدکنندگان داخلی را با بازارها و تولیدکنندگان بین المللی نشان‏ می‏دهد.میزان سرمایه‏گذاری خارجی‏ در کشورهای خاورمیانه و شمال آفریقا به‏ اندازه سرمایه‏گذاری‏ چشمگیر در"ببرهای‏"پیشگفته‏ نیست.عملکرد این کشورها در زمینه‏های‏ تلفن،جاده و شبکه‏های انتقال نیرو به‏ طور گسترده‏ای با یکدیگر تفاوت دارد.نقاط ضعف‏"شبکه‏سازی‏"نشان می‏دهد که‏ سرمایه‏گذاری عمده در زیرساخت‏ کشورها،از طریق بخش خصوصی‏ یا عمومی،می‏تواند توانایی شرکتها را برای دستیابی به نهاده‏ها،بازارهای‏ کالایی،و اطلاعات تقویت کند.

به‏طور کلی،ثبات اقتصاد کلان، سرمایه‏گذاری مطمئن و چشمگیر در زمینه‏ نیروی انسانی و زیرساختار،و وجود یک‏ چهار چوب قانونی برای حمایت از حقوق‏ مالکیت و تسهیل معامله انها به عنوان‏ شرایط اصلی ایجاد یک محیط بازرگانی‏ رقابتی و رشد سریع بخش خصوصیث‏ محسوب می‏شود.

شاخصهای بخشی

بازارهای صادراتی محل مناسبی برای‏ رقابتپذیری صنایع داخلی هستند، زیرا عموما باز هستند و قیمتهای آنها تابع‏ نفوذ شرکتهای داخلی نیست.بعلاوه، رشد صادرات در کشورهای درحال توسعه‏ به‏طور کلی با بهبود استانداردهای زندگی‏ ارتباط دارد.از این‏رو،افزایش سهم‏ بازار یک کالای صادراتی را می‏توان‏ نشانه مثبتی از رقابتپذیری دانست، درحالی که کاهش آن منفی تلقی می‏شود. با این حال،شرکتها ممکن است افزایش‏ فروش سالانه کالاهای صادراتی‏ خود را یک پیشرفت بدانند،و درک نکنند که‏ موقعیت رقابتی خود را به نفع شرکتهای‏ سایر کشورها،که سهم بازارشان رو به‏ افزایش است،از دست می‏دهند.

به‏طور خلاصه باید گفت که پژوهش‏ برای شاخصهای رقابتپذیری غالبا مستلزم تلفیقی از داده‏های مطلوب‏ با داده‏های قابل دستیابی است.استفاده‏ بیشتر از شاخصهای کمی موجب تقویت‏ بیشتر مباحث رقابتپذیری بین المللی‏ می‏شود.