

# جهانی شدن یا منطقه‌ای شدن؟

شانون اونیل



یک حرف تکراری و تقریباً مسلم در سیاست خارجی این است که ما در دنیایی جهانی شده زندگی می‌کنیم. کمد های ما پر است از لباس هایی که در کشورهای دیگر دوخته شده اند؛ وسایل الکترونیکی و خودروها اغلب دور از محل زندگی مصرف کنندگان مونتاژ می‌شوند. سرمایه‌گذاری ایالات متحده به بازارهای آسیایی سرازیر می‌شود و هندی‌ها برای تحصیلات تکمیلی به ایالات متحده می‌روند. آمار و ارقام نشان‌دهندی بزرگی مبادلات بین‌المللی است. تجارت بین همه‌ی کشورها در حدود ۲۰ هزار میلیارد دلار است که نسبت به سال ۱۹۸۰ تقریباً ده برابر شده است. جریان سرمایه‌ی بین‌المللی نیز در این دوره با رشدی تصاعدی، از ۵۰۰ میلیارد دلار در سال به بیش از ۴۰۰۰ میلیارد دلار رسید. و در مقایسه با چهار دهه‌ی قبل، مردم نزدیک به پنج برابر بیشتر به سفرهای خارجی می‌روند.

اما این ادعا که این جریان کالاها و خدمات و حرکت مردم همیشه در مقیاس جهانی است، گمراهکننده است. جهانی شدن، آنطور که عموماً درک می‌شود، بیشتر یک افسانه است؛ واقعیت به منطقه‌ای شدن بسیار نزدیکتر است. وقتی دامنه‌ی فعالیت شرکت‌ها، زنجیره‌های تأمین، و افراد به خارج از مرزها می‌روند، به هرجایی نمی‌روند. بیشتر اوقات آنها تقریباً نزدیک کشور خودشان می‌مانند.

مثلاً تجارت را در نظر بگیریم. اگر مسافت‌های طولانی بر فروش بین‌المللی تأثیر نمی‌گذاشت، فاصله‌ی حمل برای هر خریدی حدود ۵۳۰۰ مایل (میانگین مسافت بین هر دو کشور) می‌بود. در حالی که نیمی از کالاهایی که در خارج از کشور فروخته می‌شود، کمتر از ۳۰۰۰ مایل حمل شده‌اند که خیلی بیشتر از یک پرواز داخلی در ایالات متحده نیست و البته به اندازه‌ای نیست که از اقیانوس‌ها عبور کند. مطالعه‌ای که انجام شده است، نشان می‌دهد NYU Stern و محققان دانشکده‌ی بازرگانی DHL توسط شرکت تدارکات که: «اگر فاصله‌ی دو کشور از یکدیگر نصف فاصله‌ی دو کشور دیگر از هم باشد، انتظار می‌رود که این نزدیکی فیزیکی به تنهایی سبب شود که تجارت کالا بین آن دو کشور سه برابر بیشتر از تجارت بین آن دو کشور باشد که از هم دورترند».

هجوم شرکت‌ها به خارج از کشور، بیشتر منطقه‌ای بوده است تا جهانی. با مطالعه‌ی فهرست ۵۰۰ شرکت برتر جهان، متوجه می‌شویم که حدود دو سوم از فروش آن‌ها مربوط به مناطقی است که در آن حضور دارند. مطالعه‌ی روی ۳۶۵ شرکت چندملیتی برجسته نشان داد که تنها ۹ تا از آنها واقعاً جهانی هستند، به این معنی که آسیا، اروپا و آمریکای شمالی هر کدام حداقل ۲۰ درصد از فروش آن‌ها را به خود اختصاص داده‌اند.

ضمناً اصطلاح رایج «زنجیره‌های تأمین جهانی» عنوان درستی نیست. اگر خرید و فروش محصولات نهایی امری منطقه‌ای است، ساخت کالاها در آن سوی مرزها نیز به مراتب بیش از آن منطقه‌ای است تا جهانی: قطعاتی که در تولید مدرن با هم ترکیب می‌شوند، احتمال بیشتری دارد که از کشورهای همسایه ارسال شده باشد تا از مناطق دورتر.

جریان سرمایه‌ی بین‌المللی نیز بیشتر منطقه‌ای است تا جهانی. خریداران فرامرزی سهام، اوراق قرضه و سایر ابزارهای مالی، با توجه به جهانی‌بودن گزینه‌های آنها، آنقدر که انتظار می‌رود سرمایه‌گذاری نمی‌کنند و به طور متوسط از فاصله‌ی بین توکیو و سنگاپور بیشتر نیست. سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی بیشتر به دنبال تجارت است. بیش از نیمی از کل تأمین مالی فرامرزی، فقط در داخل اتحادیه‌ی اروپا در گردش است. و اعطای وام، استقراض و سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی در آسیا توسط بانک‌ها و شرکت‌های آسیایی در حال افزایش است.

زندگی مردم نیز بیشتر رو به منطقه‌ای شدن است. اکثر مردم هرگز کشور خود را ترک نمی‌کنند. و بیش از نیمی از کسانی که به خارج از کشور سفر می‌کنند، هرگز مناطق خود را ترک نمی‌کنند. اکثریت قریب به اتفاق مسافرانی که به تعطیلات اروپایی می‌روند، اروپایی هستند. همین امر در مورد مردم آسیا و آمریکای شمالی نیز صادق است. کسانی که به طور دائم به خارج از کشور نقل مکان می‌کنند نیز بیشتر به کشورهای مبدأ خود نزدیک هستند؛ اکثریت منطقه‌ی خود را ترک نمی‌کنند. و گرچه دانشجویانی که در سطح بین‌المللی تحصیل می‌کنند احتمالاً به نسبت سایر مسافران به مناطق دورتری می‌روند، ۴۰ درصد از آنها منطقه‌ی جغرافیایی‌ای را که در آن متولد شده‌اند، ترک نمی‌کنند.

بیش از نیمی از جریان‌های بین‌المللی کالا، پول، اطلاعات و افراد در سه قطب اصلی منطقه‌ای رخ می‌دهد: آسیا، اروپا و آمریکای شمالی. رشد اقتصادی چین، کره جنوبی، تایوان و ویتنام با سرمایه‌گذاری‌های منطقه‌ای آغاز شد. رشد سریع اروپای شرقی ناشی از ارتباط با اروپای غربی بود. بین سال‌های ۱۹۹۳ تا ۲۰۰۷ اقتصاد مکزیک بیش از دو برابر شد، که تا حد زیادی مدیون توافق‌نامه‌ی تجارت آزاد آمریکای بود که در سال ۱۹۹۳ با کانادا و ایالات متحده منعقد شد (NAFTA) شمالی

در سال (NAFTA) واقعیت مغفول منطقه‌ای شدن پیامدهایی برای سیاست ایالات متحده دارد. گرچه نفتا است (USMCA) ۲۰۲۰ مورد بازنگری قرار گرفت - اکنون این توافق‌نامه‌ی ایالات متحده-مکزیک-کانادا - قطب آمریکای شمالی هنوز به اندازه‌ی هم‌تایان آسیای شرقی و اروپایی خود یکپارچه نیست. در صنایعی که زنجیره‌های تأمین منطقه‌ای آمریکای شمالی به خاطر آن‌ها توسعه یافته و استحکام یافته بود، مانند وسایل نقلیه و هوافضا، تولید داخلی برتری خود را حفظ کرد. اما در بخش‌های دیگر، مثل صنایع الکترونیک و منسوجات، منطقه‌ای‌سازی محدودتر آمریکای شمالی باعث شده است که کل صنایع به هر جایی که روابط منطقه‌ای سبب پیشرفت می‌شد، حرکت کنند

در حالت ایدئال، ایالات متحده برای گسترش دسترسی به بازار و تعقیب اهداف سیاسی-جغرافیایی خود، مانند مقابله با ظهور و رشد چین، باید قراردادهای تجاری بین‌المللی امضا کند. ولی این امر در حال حاضر از نظر سیاسی امکان‌پذیر به نظر نمی‌رسد. یک سیاست عملی‌تر، تقویت و بهره‌برداری از شبکه‌ی منطقه‌ای ایالات متحده است. این امر به واشنگتن اجازه می‌دهد تا به بخش وسیع‌تری از بازار جهانی دسترسی داشته باشد و در رقابت با کشورهایایی که دنبال جای پای در منطقه‌ی خود هستند، قافیه را نبازد.

### چرا منطقه‌ای شدن بر جهانی شدن پیشی گرفته است

دلیل اصلی اینکه روابط تجاری بیشتر منطقه‌ای هستند، ساده است: اینکه جغرافیا مهم است. حتی با وجود کشتی‌های باربری عظیم، جابه‌جایی کالاها از اقیانوس‌ها هنوز هم هزینه‌بردار و زمان‌بر است. سفر در

اقیانوس اطلس یک هفته زمان تحویل را به عقب می‌اندازد و در صورت سفر در اقیانوس آرام یک ماه طول می‌کشد تا قطعات یا کالاها به انبارها و کارخانه‌های ایالات متحده برسد. این بدان معناست که تولیدکنندگان و فروشگاه‌ها باید برای کالاهایی که از راه دور می‌آیند، انبارهای بزرگتری داشته باشند.

و وقتی تجارت در فواصل طولانی انجام می‌شود، موضوع فقط محموله و بار نیست که می‌تواند به تعویق بیفتد یا گم شود. مشکل ذاتی برقراری ارتباط و ایجاد هماهنگی برای فواصلی که به لحاظ مکانی و زمانی از هم دورند، حتی با وجود تماس‌های تقریباً رایگان تلفنی، ویدیویی و اشتراک‌گذاری فایل، می‌تواند بر هزینه‌های انجام کسب‌وکار بیفزاید. زبان و نشانه‌های فرهنگی در کشورها متفاوت است و این تفاوت‌ها اغلب با فاصله افزایش می‌یابد. (این یکی از دلایلی است که یک چهارم از تجارت جهان، بین کشورهای انجام می‌شود که دارای یک زبان مشترک هستند.) هر چه کشورها به یکدیگر نزدیک‌ترند قوانین حقوقی و هنجارهای اداری نیز شباهت بیشتری با هم دارند و در نتیجه نیاز به وکلا، حسابداران و منابع انسانی متخصص را به نصف کاهش می‌یابد. و کار حساس یافتن مشترکات و ایجاد اعتماد و تفاهم در کار تیمی، با افزایش فاصله بین مردم می‌تواند سخت‌تر شود.

پیمان‌های تجاری نیز بیشتر منطقه‌ای هستند. گرچه دهه‌ی ۱۹۹۰ شاهد ایجاد سازمان تجارت جهانی و گسترش عضویت و اختیارات نظارتی آن بود، اما آنچه در ۳۰ سال گذشته به همان اندازه یا (WTO) بیشتر مهم بوده، گسترش توافق‌نامه‌های تجارت آزاد دوجانبه و چندجانبه بوده است که بیشتر بین کشورهای درون یک منطقه صورت می‌گیرد. ابتدا کشورهای اروپایی برای تجارت به یکدیگر روی آوردند. برزیل به آرژانتین، پاراگوئه و اروگوئه پیوست. ایالات متحده پس از دستیابی به یک توافق تجاری دوجانبه با اسرائیل، به کانادا و مکزیک و بعداً به ده کشور دیگر در نیم‌کره‌ی غربی روی آورد. کشورهای آسیایی از طریق منطقه‌ی آزاد تجاری انجمن کشورهای جنوب شرق آسیا و بعداً مشارکت اقتصادی جامع منطقه‌ای به یکدیگر پیوستند. ترتیبات جهانی مانند توافق‌نامه‌ی جامع و مترقی مشارکت فر اقیانوسی (RCEP) که جایگزینی بود برای پیمانی تجاری که توسط واشنگتن طراحی شد اما خود ایالات متحده (CPTPP) بعداً آن را رها کرد، بیشتر استثناء هستند تا قاعده.

شرکت‌ها بسته به پراکندگی جغرافیایی خود، نتایج متفاوت را مشاهده کرده‌اند. بسیاری از آنها به خارج از کشور رفته‌اند تا درآمد خود را افزایش دهند و از مزایای مهارت‌های متفاوت و هزینه‌های دستمزد در فراسوی مرزها، بهره‌مند شوند. اما اگر زیاد از حد دور شوند، هزینه‌ها دوباره شروع به افزایش می‌کند. در سال ۲۰۱۰ یک پژوهش دانشگاهی درباره‌ی ۱۲۳ شرکت چندملیتی ایالات متحده نشان داد که با گسترش شرکت‌ها در سطح بین‌المللی و درون منطقه‌ی خود، بازدهی دارایی‌ها بهبود یافته است، اما زمانی که آنها از McKinsey & Company منطقه دورتر می‌شوند، این بازده کاهش می‌یابد. گروه مشاوره‌ی مدیریت در یک نظرسنجی از ۵۰۰ شرکت چندملیتی به این نتیجه رسید که درآمدها با گسترش جغرافیایی فعالیت‌ها

کاهش می‌یابد، این را «جریمه‌ی جهانی‌شدن» می‌نامد. به نظر می‌رسد که فاصله‌ی بهینه برای سود بخش خصوصی یک محدوده‌ی «کمر بند حیات» است: نه خیلی نزدیک و نه خیلی دور.

## قانون سه

بنابراین، استحکام شبکه‌های منطقه‌ای هر کشوری از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است. و در این زمینه کشورهای اروپایی موقعیت خوبی دارند. گرچه برگزیت و افزایش بدبینی پوپولیستی اروپا ممکن است اتحادیه‌ی اروپا را شکننده جلوه دهد، اما قاره‌ی اروپا در واقع یکپارچه‌ترین منطقه در جهان است. پیوندهای عمیقی که کشورهای آن را به هم متصل کرده، ریشه در بیش از نیم قرن روابط دیپلماتیک دارد که بازار واحد، گذرنامه‌ی مشترک و ارز مشترک را ایجاد کرده است. امروزه اروپایی‌ها با هم چیزهایی می‌سازند و به یکدیگر می‌فروشند و تقریباً دو سوم از تجارت اتحادیه اروپا در درون اتحادیه است. همین‌طور سرمایه‌گذاری داخلی اروپا ۵۰ درصد بیشتر از سرمایه‌گذاری در سایر نقاط جهان است.

آسیا در این یکپارچگی خیلی عقب‌تر نیست. بر اساس گزارش بانک توسعه‌ی آسیایی، درصد میزان تجارتی که در داخل منطقه انجام می‌شود از ۴۵ درصد در سال ۱۹۹۰ به حدود ۶۰ درصد افزایش یافته است که از آمریکای شمالی پیشی گرفته و به اروپا نزدیک شده است. دهه‌ها توسعه‌ی صادرات محور با پیشگامی بازرگانان آسیایی و حمایت بوروکرات‌ها از طریق زنجیره‌های تأمین تولید، کشورها را یکی‌یکی به هم پیوند زد. کشورهای آسیایی با هم چیزهایی می‌سازند و به طور فزاینده‌ای از یکدیگر خرید می‌کنند: تقریباً یک‌سوم از محصولات آسیایی به مصرف‌کنندگان در منطقه فروخته می‌شود.

کشورهای آمریکای شمالی نیز روابط اقتصادی خود را با یکدیگر عمیق‌تر کرده‌اند. در نتیجه‌ی نفتا، تجارت بین کانادا، مکزیک و ایالات متحده چهار برابر شد و از تجارت بین این کشورها با کشورهای خارج از منطقه، پیشی گرفت. سرمایه‌گذاری نیز منطقه‌ای‌تر شد، به‌ویژه برای مکزیک که پس از امضای نفتا در سال ۱۹۹۳، نیمی از سرمایه‌گذاری خارجی از همسایگانش وارد می‌شد. به‌ویژه زنجیره‌ی تأمین کشاورزی و تولید پیشرفته‌ی آمریکای شمالی در دهه‌ی ۱۹۹۰ گسترش یافت و تقویت شد و در نتیجه تجارت منطقه‌ای بیش از یک چهارم افزایش یافت.

اما این یکپارچه‌سازی خیلی دوام نداشت؛ پس از پیوستن چین به سازمان تجارت جهانی در سال ۲۰۰۱، مبادلات منطقه‌ای شروع به کاهش گذاشت و از حدود ۴۷ درصد کل تجارت قاره در سال ۲۰۰۰ به ۳۹ درصد در سال ۲۰۰۹ کاهش یافت، که کم‌کم تا سال ۲۰۱۸ با رسیدن به حدود ۴۰ درصد، بهبود نسبی حاصل شد. با این حال، گرچه استحکام ارتباطات داخلی آمریکای شمالی به طور چشمگیری از آسیا و اروپا

کمتر است، ولی از کشورهای آفریقایی، آمریکای لاتین، خاورمیانه و آسیای جنوبی - مناطقی که کمتر از یک چهارم از تجارت و سرمایه‌گذاری در آنها، بین همسایگان انجام می‌شود - بسیار بهتر است.

## درست سر وقت

در دوران همه‌گیری کووید-۱۹، بسته شدن مرزها و افزایش هزینه‌های حمل‌ونقل، شرکت‌ها را بر آن داشت تا تولید را به خانه نزدیکتر کنند. حکومت‌ها به سرعت مشتاق اعمال کنترل بیشتر بر زنجیره‌های تأمین بین‌المللی محصولات دارویی و پزشکی شده‌اند. در عین حال، نوآوری‌های مداوم فناوری، گسترش تولید در مناطق مختلف جغرافیایی را برای بخش خصوصی آسان‌تر کرده است. به‌خصوص اتوماسیون، کارخانه‌های دوردست و زنجیره‌های تأمین را کم‌اهمیت‌تر و کم‌سودتر از گذشته کرده است. از آنجا که خطوط مونتاژ و تجهیزات به طور فزاینده توسط حسگرها نظارت می‌شوند و روبات‌ها و سایر اشکال مکانیزاسیون بسیاری از فرایندها و وظایف تولید را بر عهده گرفته‌اند، دستمزدها بخش کوچکتری از هزینه‌های عملیاتی را تشکیل می‌دهند. چنین پیشرفت‌هایی آن انگیزه‌ی همیشگی یافتن مکان‌هایی با نیروی کار ارزان را حداقل تا حدی کاهش داده است.

روش‌های جدید ساخت اشیا مانند چاپ سه بعدی، در حال تغییر فرایندهای تولید هستند و تولید با تعداد کم را مقرون‌به‌صرفه‌تر می‌کنند و نیاز به کارخانه‌های تخصصی را کاهش می‌دهند. این پیشرفت‌ها تعداد کارگران مورد نیاز شرکت‌ها را کاهش می‌دهد و مجموعه مهارت‌هایی را که به دنبال آن هستند، تغییر می‌دهد: در بسیاری از بخش‌ها، تکنیسین‌های ماهر (و با دستمزد بالا) بسیار مهم‌تر از کارگران غیرمتخصص شده‌اند. این تغییر، مزیت‌های صرفه‌جویی در مقیاس را کاهش می‌دهد و حداقل برخی از شرکت‌ها را قادر می‌سازد تا بدون از دست دادن سود، تولید را به مصرف‌کنندگان نزدیکتر کنند.

ارزش زمان نیز در حال افزایش است. از آنجایی که مصرف‌کنندگان انتظار تحویل سریع‌تر و رضایت تقریباً فوری را دارند، طولانی‌تر شدن زمان تحویل کالاهایی که کارخانه‌ها هزاران مایل دورتر تولید کرده‌اند، می‌تواند به معنای از دست دادن فروش باشد. محبوبیت محصولات سفارشی نیز باعث می‌شود که امکانات تولید انبوه در خارج از کشور نسبت به گذشته کمتر اهمیت داشته باشد.

علاوه بر این، تغییرات جمعیت‌شناختی، دستمزدهای پایینی را که زمانی بسیاری از شرکت‌ها را به کشورهای در حال توسعه کشانده بود، افزایش داده است. در چین، مهاجرت بزرگی که بیش از ۲۰۰ میلیون کارگر را از مناطق داخلی به مراکز تولیدی آورده بود، تا حد زیادی پایان یافته است. پس از دهه‌ها سیاست‌های سخت‌گیرانه‌ی (کنترل جمعیت) خانواده، اکنون تعداد کارگرانی که از بازار کار خارج می‌شوند بیشتر از تعداد کارگرانی است که وارد بازار کار می‌شوند. به نظر می‌رسد که این روند شتاب می‌گیرد:

انتظار می‌رود که نیروی کار ملی تا ۲۰ سال آینده ۱۰۰ میلیون نفر کاهش یابد. جمعیت در سن کار در بسیاری از کشورهای آسیا در حال کاهش است، عرضه‌ی نیروی کار در حال محدود شدن بوده و نرخ دستمزد در کل مشاغل لوازم الکترونیکی و سایر زنجیره‌های تأمین رو به افزایش است. در اروپا جمعیت در سن کار رو به کاهش است یا به نظر می‌رسد که به این سمت پیش می‌رود. میلیون‌ها مجارستانی، رومانیایی و اهالی دیگر کشورهای شرق اروپا به دنبال دستمزد و فرصت‌های بهتر به کشورهای همسایه‌ی غربی خود رفته‌اند و هجوم مهاجران - و اخیراً پناهندگان - فقط تا حدی نیروی کار را تأمین می‌کند.

یکی دیگر از عوامل مهار جهانی‌شدن، تغییرات آب‌وهوایی است. تغییرات شدید آب‌وهوایی باعث می‌شود که در بنادر سیل بیاید، ریل‌ها دچار اعوجاج شوند و هواپیماها اغلب توسط توفان زمین‌گیر شوند؛ در نتیجه، تدارکات و پشتیبانی به طور فزاینده‌ای تحت تأثیر قرار می‌گیرد. زنجیره‌ی تأمین طولانی‌تر، این آسیب‌پذیری‌ها و هزینه‌های بالقوه را افزایش می‌دهد. در عین حال، سیاست‌های کنترل شتاب گرمایش کره زمین از طریق کاهش انتشار گازهای گلخانه‌ای، قیمت‌های حمل‌ونقل جهانی را افزایش می‌دهند و شرکت‌ها را تشویق می‌کند تا کالاهایی نزدیک‌تر به بازارهای مصرف تولید کنند.

## قدرت سیاست

فقط تحولات فناوری و جمعیت‌شناختی و تغییرات آب‌وهوایی نیست که جهانی‌شدن را مهار می‌کند و به منطقه‌ای‌شدن کمک می‌کند. تغییرات سیاسی نیز نقش مهمی ایفا می‌کند. بسیاری از کشورها پس از دهه‌ها باز کردن درهای خود به روی اقتصاد جهانی، در حال عقب‌نشینی هستند. «هشدار تجارت جهانی»، یک سازمان غیرانتفاعی که سیاست‌های تجاری را از منابع رسمی در سراسر جهان ردیابی و جمع‌بندی می‌کند، محاسبه کرده است که از زمان بحران مالی جهانی در سال ۲۰۰۸، اقدامات حمایت‌گرایانه‌ی جدید سه برابر بیشتر از اقدامات آزادسازی بوده است.

در همین حال، سازمان تجارت جهانی به حاشیه رفته است. این سازمان دیگر مجمعی برای مذاکره درباره‌ی قوانین تجاری جدید نیست. تلاش‌های این سازمان برای تغییر شکل تجارت جهانی در سال ۲۰۱۵، زمانی که مذاکرات موسوم به دور دوحه به پایان رسید، خاتمه یافت. اقدامات خیلی خاص، مانند تلاش برای کاهش یارانه‌های ماهی‌گیری در کشورهای عمدتاً ثروتمند، با مشکلاتی مواجه‌اند. سازمان تجارت جهانی از سال ۲۰۱۸ قادر به مجازات کشورهایی که قوانین را زیر پا می‌گذارند، نبوده است زیرا ایالات متحده، هم در دولت ترامپ و هم در دولت بایدن، از تأیید قضات جدید در هیئت استیناف آن خودداری کرده است.

روابط تجاری USMCA. در عوض توافقات منطقه‌ای به‌جای آن حاکم بر تجارت بین‌المللی شده است مبادلات تجاری بین ۱۵ RCEP آمریکای شمالی را تنظیم، و اختلافات را داوری می‌کند. در آسیا اکنون

کشور را اداره می‌کند، اکثر تعرفه‌ها را حذف کرده و قوانین و الزامات کشورهای مبدأ را ترکیب کرده تا به نفع زنجیره‌های تأمین منطقه‌ای باشد. توافق‌نامه‌ی منطقه‌ی آزاد تجاری قاره‌ی آفریقا آرزوی انجام کاری مشابه را دارد، به این ترتیب که یک نظام تجاری واحد تقریباً قاره‌ای را جایگزین مجموعه‌ای از قوانین و مقررات دوجانبه کرده است. بیش از نیمی از تجارت جهان اکنون مبتنی بر قوانین مندرج در توافقات منطقه‌ای است.

تنش‌های سیاسی-جغرافیایی، تجارت بین‌المللی را بیش از پیش تهدید به فروپاشی می‌کند. رقابت اقتصادی به مبنایی برای رقابت قدرت‌های بزرگ تبدیل شده است. با بازگشت سیاست صنعتی، بسیاری از کشورهای از جمله ایالات متحده، در حال رفع موانع حمایت‌گرایانه هستند. از نظر دولت ایالات متحده نیمه‌هادی‌ها، باتری‌های با ظرفیت بالا، مواد دارویی و ده‌ها ماده‌ی معدنی بسیار مهم، برای امنیت ملی کشور جنبه‌ی حیاتی دارد و اکنون در حال اجرای سیاست‌ها و صرف ده‌ها میلیارد دلار برای گسترش ذخایر، افزایش ظرفیت تولید در داخل و در کشورهای دوست و ترسیم مجدد زنجیره‌های تأمین جهانی در این بخش‌های مشخص است. کشورها در همه جا به دنبال تهیه‌ی فهرست‌های خود هستند، برخی از آنها اطلاعات و جریان‌های داده را اضافه و جریان‌های فرامرزی خدمات را قطع می‌کنند. از آنجایی که دولت‌ها برای تغییر شکل محیط کسب‌وکار در اکثر صنایع تلاش می‌کنند، تلویحاً یا صریحاً از دیگر کشورها می‌خواهند که از طریق کنترل‌های صادراتی و دیگر سازوکارها، طرف‌هایی را انتخاب کنند. این امر روابط بین‌المللی را بیش از پیش محدود خواهد کرد.

تلاش برای اینکه محصولات و خدمات حیاتی مجدداً در کشور مبدأ تولید شود، تقریباً در همه جا در جریان است. اما اکثر کشورها درخواست خواهند یافت که فارغ از چند محصول بسیار حساس یا حیاتی، شرکت‌ها نمی‌توانند یا نمی‌خواهند تولید را به خانه برگردانند. آنهایی که سعی می‌کنند این کار را انجام دهند، با افزایش هزینه‌ها و کاهش نوآوری، به احتمال زیاد از بین می‌روند. محتمل‌ترین سناریو این است که شرکت‌های چندملیتی زنجیره‌های تأمین منطقه‌ای را که کوتاه‌تر و تکرار شونده‌ترند، جایگزین زنجیره‌های تأمین جهانی کنند. دستور کار شرکت‌ها در دهه‌های پیش رو بر اساس منطقه‌ای شدن خواهد بود و نه جهانی شدن.

## مزیت آمریکا

بسیاری از این تغییرات فناوریانه، جمعیت‌شناختی و تغییر در خط مشی، به نفع ایالات متحده است. کاهش اهمیت دستمزدهای ارزان و نقش فزاینده‌ی نیروی کار ماهر، باید به نفع کارگران با دستمزد بالای آمریکایی باشد. مجموعه‌ای از دارایی‌های معنوی و دارایی‌های نامشهود، از جمله برخی از فناوری‌های جدید که کار و محل کار را متحول ساخته است، به بسیاری از شرکت‌های مستقر در ایالات متحده امکان می‌دهد که از



مزایای بسیار زیادی بهره‌مند شوند. تأمین مالی فراوان به معنای اکتشافات بیشتر، ثبت اختراعات بیشتر و محصولات بیشتر است. ایالات متحده همچنین دارای قوانین و سیستم‌های نظارتی شفاف است - به همین دلیل است که بسیاری از سرمایه‌گذاران، سهام و اوراق قرضه منتشر شده تحت قانون نیویورک را ترجیح می‌دهند - و دارای یک محیط تجاری به طور کلی پذیرا و کارآفرینانه است. بنا به این دلایل، اقتصاد ایالات متحده باید در دور بعدی جهانی‌شدن به خوبی عمل کند.

با این حال، مزایای واشنگتن تغییرناپذیر نیست. کشورهای دیگر نیز در آموزش، تحقیق و توسعه سرمایه‌گذاری می‌کنند و فناوری‌های خود و شرکت‌های بزرگ ملی خود را ارتقا می‌دهند. علاوه بر این، یک میلیارد خریدار جدید خودرو، لباس و رایانه در آسیا خواهند بود، جایی که طبقات متوسط سریع‌تر از هر منطقه‌ی دیگری در حال رشد هستند. برای دستیابی به این رشد، شرکت‌های چندملیتی و صادرکننده‌ی ایالات متحده باید خود را با این شرایط وفق دهند.

برای رقابت مؤثر ایالات متحده باید اصلاحاتی را در داخل دنبال کند تا از مردم و کارگران خود بهتر حمایت کند و آنها را برای آینده‌ی اقتصادی سیال‌تر و کم‌ثبات‌تر آماده سازد. این امر مستلزم گسترش شبکه‌های ایمنی، تضمین حقوق کار و بهبود فرصت‌های آموزشی است که مهارت‌های آمریکایی‌ها را ارتقا می‌دهد. زیرساخت‌های داخلی نیز برای کاهش هزینه‌های حمل و نقل که کالاهای ساخت آمریکا را گران می‌کند، نیاز به ارتقا دارند. مبلغ ۱۲۰۰ میلیارد دلاری که در قانون سرمایه‌گذاری زیرساختی و مشاغل در سال ۲۰۲۱ برای بهبود بزرگراه‌ها، پل‌ها، شبکه‌های برق و پهنای باند کنار گذاشته شده، شروع خوبی است. هزینه‌های دولتی بیشتر برای علوم پایه و تحقیق و توسعه، باید به دنبال پیشرفت‌های علمی و فناوری‌های پیشرفته باشد.

ایالات متحده علاوه بر ایجاد نظم داخلی خود، به رویکرد راهبردی‌تری برای تجارت نیاز دارد. یکی از چالش‌های این کشور، رقابت قیمتی صادرات آن در بازارهای روزافزون بین‌المللی است. کشورهایی که ایالات متحده از دسترسی ترجیحی به آنها برخوردار است، کمتر از ۱۰ درصد از تولید ناخالص داخلی جهان را تشکیل می‌دهند و تعداد کمی از آنها جزو بازارهای با رشد سریع هستند. از آنجایی که سایر کشورها به توافقات تجاری دست یافته و به آن ملحق شده‌اند، هزینه‌ی صادرات ایالات متحده به صورت خودروهای مونتاژ شده در ژاپن و کره جنوبی دیگر تعرفه‌های دو، RCEP نسبی افزایش یافته است. به دلیل رقمی، که خودروهای ساخت ایالات متحده هنوز در منطقه با آن مواجه‌اند، ندارند و فولاد، مواد شیمیایی و ماشین‌آلات چینی همگی با عوارض کمتری نسبت به گزینه‌های ساخت ایالات متحده روبه‌رو هستند.

CPTPP در یک دنیای ایدئال، ایالات متحده برنامه‌ی تجاری قوی و جامعی را دنبال می‌کند. پیوستن به از سرگیری مذاکرات بر سر همکاری تجاری و سرمایه‌گذاری فراقیانوسی، که می‌تواند بازارهای ایالات متحده و اتحادیه‌ی اروپا را به هم مرتبط کند؛ و احیای سازمان تجارت جهانی بازارهای بیشتری را به روی

کالاها و خدمات ایالات متحده باز می‌کند و روش‌های شفاف‌تر، منصفانه و سازگار با محیط‌زیست برای تجارت را تقویت می‌کند. همچنین بهتر بود که ایالات متحده رهبری نهادهای تنظیم موازین بین‌المللی را به دست بگیرد و نقش سنتی خود را به‌عنوان قانون‌گذار و نه صرفاً اجراکننده‌ی این موازین احیا کند.

اما تا زمانی که سیاست تجارت در ایالات متحده تغییر نکند، هیچ‌یک از اینها به احتمال زیاد رخ نخواهد داد. تا آن زمان واشنگتن می‌تواند با روی آوردن به همسایگان خود سود ببرد. کانادا و مکزیک دسترسی به بسیاری از بازارهای جهانی را که ایالات متحده در آنجا تخفیفی ندارد، ترجیح داده‌اند. مجموعه محصولات آنها از قراردادهای تجارت آزاد هر کدام حدود ۱/۵ میلیارد مصرف‌کننده را پوشش می‌دهد که معادل تقریباً ۶۰ درصد از تولید ناخالص داخلی جهان است. خوراک زنجیره‌ی تأمین تولید کانادا یا مکزیک می‌تواند به تولیدکنندگان و قطعه‌سازان آمریکایی نوعی دسترسی ترجیحی به مصرف‌کنندگان جهان بدهد که اکنون به تنهایی فاقد آن هستند. برای مثال، خودروهای ساخت مکزیک که در اروپا فروخته می‌شوند، تعرفه‌ی ده درصدی مدل‌های ساخت آمریکا را ندارند و قیمت مصرف‌کننده را تا حدود ۳۰۰۰ دلار در فورد فوکوس و کاهش می‌دهد، تخفیفی که رقابت را برای خودروسازان آمریکایی سخت Q5 بیش از ۴۰۰۰ دلار در آئودی می‌کند. عکس این موضوع در مورد قطعه‌سازان مستقر در ایالات متحده صادق است: کارخانه‌های مکزیک می‌توانند تا ۴۰ درصد از مدل‌های اروپایی خود را از تأمین‌کنندگان کشورهایی تهیه کنند که بخشی از این معامله نیستند. این بدان معناست که خودروهای وارداتی ساخت مکزیک که در فرانسه یا آلمان به فروش می‌رسند، کارخانه‌های ایالات متحده را نیز رونق می‌بخشند.

در دنیای امروزی که بیشتر متمرکز بر منطقه است، صادرات زمانی رقابتی‌تر است که کشورها آنها را با هم بسازند. بیشتر موفقیت تجاری بین‌المللی آلمان ناشی از روابط تولیدی منطقه‌ای آن است. شرکت‌های خصوصی آلمان - شرکت‌های معروف نه چندان بزرگ - با ایجاد کارخانه‌ها و فعالیت در سراسر اروپای شرقی، پایه‌ی تولید این کشور را تقویت کرده و در داخل کشور شغل ایجاد کرده‌اند، زیرا محصولاتشان در بازارهای جهانی رونق گرفته است. رشد چشمگیر چین و پویایی صادرات آن نیز تا حد زیادی به ادغام آن در زنجیره‌های تأمین منطقه‌ای بستگی دارد.

اگر ایالات متحده می‌خواهد به شرکت‌های خود کمک کند تا این موفقیت‌ها را تکرار کنند، به رویکردی منطقه‌ای نیز احتیاج دارد. منطقه‌ای شدن مزیت‌های رقابتی به همراه دارد که یک کشور، حتی کشوری به بزرگی و ثروتمندی ایالات متحده، به تنهایی نمی‌تواند با آنها برابری کند. شرکت‌های آمریکایی برای اینکه محصولات خوب، مقرون به صرفه و سریع مانند رقبا بسازند، باید بتوانند قطعات را از مکان‌های مختلف تهیه کنند و برخی کارها و فرایندها را در کشورهای دیگر تکمیل کنند.

یک راهبرد تجاری منطقه‌ای همچنین به ماندن کار در قاره - و در نتیجه در ایالات متحده - بیشتر کمک می‌کند. وقتی بخشی از تولید در کانادا یا مکزیک قرار دارد، تأمین‌کنندگان ایالات متحده بیشتر احتمال دارد

که قراردادهایی را ببندند و در تجارت باقی بمانند تا زمانی که تولید به خارج از منطقه منتقل شود. و هنگامی که سفارش‌ها افزایش می‌یابد، همگی مشاغل در زنجیره‌ی تأمین نیز افزایش می‌یابد. سازمان همکاری اقتصادی و توسعه تخمین می‌زند که به طور متوسط، نزدیک به ۴۰ درصد از ارزش واردات ایالات متحده از مکزیک، در ایالات متحده ایجاد می‌شود. در مورد کانادا، این رقم کمی بیش از ۲۵ درصد است. برعکس، سهم ایالات متحده از واردات از سایر نقاط جهان به طور متوسط فقط ۴/۴ درصد است که نشان می‌دهد که چقدر سهم تأمین‌کنندگان مستقر در ایالات متحده از فرایند تولید جهانی کم است.

برای تقویت منطقه‌ای شدن آمریکای شمالی، این قاره محتاج بهبود زیرساخت‌های ارتباطی خود است. این به معنای افزودن گذرگاه‌های زمینی، ارتقاء جاده‌های اصلی منتهی به مرز، گسترش خطوط ریلی و انبارها و سرمایه‌گذاری روی افراد و فناوری برای کارکنان و حمایت از بنادر ورودی است. با اتصالات سریع‌تر و کاهش هزینه‌های حمل‌ونقل، تولیدکنندگان در آمریکای شمالی می‌توانند محصولاتی تولید کنند که در سطح جهانی رقابتی‌تر باشند.

از آنجا که قطعات و اجزاء بین این سه کشور در حرکت است، کارگران باید بتوانند آن را دنبال کنند. مسیرهای مهاجرت کاری و قانونی بیشتر و آسان‌تری مورد نیاز است تا منطقه به‌عنوان یک کل تولید بیشتری داشته باشد و همچنین آنها به مدارک و مجوزهای قابل انتقال مانند ویزای تجاری و راه‌های مهاجرت طولانی مدت نیاز دارند. افزایش هماهنگی در آموزش و پرورش می‌تواند به کاهش شکاف‌های مهارتی و بهبود محیط‌های کاری کمک کند تا اطمینان حاصل شود که رشد جمعیت آمریکای شمالی که اکنون نقطه‌ی روشنی برای منطقه است، ادامه می‌یابد. مبادلات آموزشی، یادگیری زبان، کارآموزی فرامرزی و برنامه‌های توسعه‌ی مهارت، همگی می‌توانند به ایجاد نیروی کار قاره‌ای کمک کنند تا بهتر بتوانند کسب‌وکار و سرمایه‌گذاری جدید را ترغیب کنند. تشدید موانع مهاجرت فقط سبب می‌شود که شرکت‌های بیشتری به جاهای دیگر بروند.

و از آنجایی که ایالات متحده سیاست‌های صنعتی خود را برای افزایش انعطاف‌پذیری و دسترسی به زنجیره‌های تأمین حیاتی آشکار می‌سازد، همسایگان آن می‌توانند کمک کنند. تنوع جغرافیایی می‌تواند به کاهش خطرات ناشی از بلایای طبیعی و حوادث برای ذخایر و ظرفیت تولید، کمک کند. تولید منطقه‌ای می‌تواند بار مالی پارانه‌های دولتی را کاهش دهد، زیرا کالاها با بهره‌مندی از شبکه‌ی فرامرزی تأمین‌کنندگان، به احتمال زیاد به کیفیتی بالاتر و با هزینه‌ی کمتر دست پیدا می‌کنند.

تجارت منطقه‌ای آمریکای شمالی به لطف گسترش زنجیره‌های تأمین منسوجات، ماشین‌آلات و تولید، از میزان حداقل سال ۲۰۰۹ که تنها ۳۹ درصد بود، بهبود یافته است. اما هیچ رهبر آمریکای شمالی آینده‌ی تجاری قاره‌ای را در اولویت قرار نمی‌دهد. مکزیک با ملی‌سازی انرژی و منابع طبیعی که پایه‌ی تولیدی آن را تهدید می‌کند، در حال چرخش به سمت داخل است. کانادا به دنبال تنوع بخشیدن به روابط تجاری

بین‌المللی خود با بهره‌مندی از مزایای معاملات تجاری با بریتانیا و اتحادیه‌ی اروپا و در آسیا به‌عنوان است. و دولت بایدن تحت تأثیر این جمله‌ی تکراری و بی‌معناست که نفتا و سایر CPTPP عضو توافق‌های تجاری به جای کمک به کارگران ایالات متحده، به آنها آسیب می‌زند. این ادعا گمراه‌کننده است: اکثر مطالعاتی که نفتا را به باد انتقاد می‌گیرند، مشاغل صادرات‌محور با درآمد بهتری را که در نتیجه‌ی شرایط مطلوب‌تر در دو بازار بزرگ صادراتی ایالات متحده به دست آمده‌اند، به حساب نمی‌آورند؛ آنها همچنین این موضوع در نظر نمی‌گیرند که چگونه هزینه‌های تولید پایین‌تر آمریکای شمالی، صنایعی مانند خودروسازی را زنده نگه داشته و حتی به آنها اجازه می‌دهد که در مواجهه با رقابت جهانی قیمت خودروهای تولیدی در دیگر قطب‌های رقیب منطقه، رشد کنند.

از طریق یکپارچه‌سازی، ایجاد اقتصاد رقابتی‌تر در آمریکای شمالی امکان‌پذیر است. سه دهه تجارت آزادتر، وجود زنجیره‌های پیچیده‌ی تأمین در بخش‌های خاص و روابط فرامرزی گسترده بین جوامع و کارگران به دلیل جابجایی ده‌ها میلیون نفر، می‌تواند قوت گرفته و گسترش یابد. اما منطقه‌ای شدن عمیق‌تر و پایدارتر نیز محتاج تغییر در طرز فکر است. این امر مستلزم درک این نکته است که طبقه‌ی متوسط و کارگر ایالات متحده از مشارکت در اقتصاد جهانی بیشتر منتفع خواهند شد تا بازار داخلی. آمریکایی‌ها می‌توانند شغل، سود و امنیت مالی بیشتری به دست آورند، اگر کشورشان تصمیم بگیرد آنچه را که به آنها پیشنهاد شده بپذیرند، یعنی تکه‌ای از یک کیک اقتصادی بزرگ و در حال رشد باشند.

برگردان: وفا ستوده‌نیا

---

شانون کی. اونیل عضو ارشد «شورای روابط خارجی» و نویسنده کتاب **افسانه‌ی جهانی‌شدن: چرا منطقه‌ها اهمیت دارند**، است. آنچه خواندید برگردان این نوشته با عنوان اصلی زیر است:

Shannon K. O'Neil, 'The Myth of the Global', Foreign Affairs, July-August 2022.

سایت آسو