زنجیره‌های ارزش: مشارکت یا جایگاه؟

بانک توسعه آسیایی

زنجیره‌های ارزش جهانی، به بسیاری از اقتصادهای آسیایی در مسیر صنعتی‌شدن یاری رسانده‌اند؛ اما آنچه امروز اهمیتی تعیین‌کننده یافته، نه صرفِ حضور در این زنجیره‌ها، بلکه جایگاه استقرار در درون آن‌هاست. در گستره آسیا و اقیانوسیه، یکی از راهبردهای آزموده‌شده توسعه، ادغام در زنجیره‌های ارزش جهانی بوده است، شبکه‌هایی به‌هم‌پیوسته که در آن‌ها مراحل گوناگون تولید یک کالا در مکان‌های متعدد و غالباً در مقیاسی جهانی، به انجام می‌رسد.

برای مثال، خودروهای برقی را در نظر بگیرید. مواد اولیه باتری، نظیر لیتیوم، ممکن است در استرالیا استخراج شود؛ نیکل در اندونزی؛ و کبالت و گرافیت در جمهوری خلق چین. این مواد پس از طی مراحل فرآوری و پالایش، که خود می‌تواند در نقاطی دیگر صورت گیرد، در نهایت در باتری‌هایی که در کره‌جنوبی یا ژاپن تولید می‌شوند به‌کار گرفته می‌شوند. نیمه‌هادی‌ها و تجهیزات الکترونیکی نیز از سوی شمار محدودی از تولیدکنندگان تخصصی، از جمله مالزی و کره‌جنوبی، تامین می‌گردند. مونتاژ نهایی خودرو در گستره‌ای وسیع‌تر از کشورها انجام می‌شود؛ از جمله چین، هند، اندونزی، مالزی، تایلند و ویتنام که به‌عنوان مونتاژگران اصلی منطقه شناخته می‌شوند. در همین حال، کشورهایی مانند هند، ژاپن و سنگاپور به‌مثابه کانون‌های عمده تحقیق و توسعه ایفای نقش می‌کنند.

در گذشته، ورود به تجارت جهانی از رهگذر تخصص‌یابی در وظایف معین تولیدی در چارچوب شبکه‌های متصل و بهم‌پیوسته تولید جهانی، برای بسیاری از اقتصادهای منطقه به صنعتی‌شدن، رشد بهره‌وری و کاهش چشمگیر فقر انجامید. با این حال، در دهه‌های اخیر، برخی کشورها علی‌رغم پیوستن به این زنجیره‌ها، در فعالیت‌های با ارزش افزوده پایین متمرکز باقی مانده‌اند و سهم اندکی از ارزش افزوده‌ای که در طول زنجیره خلق می‌شود، به خود اختصاص داده‌اند، حتی اگر حجم تولید آن‌ها افزایش یافته باشد.

زنجیره ارزش خودروهای برقی این واقعیت را به خوبی نمایان می‌سازد. فعالیت‌هایی نظیر استخراج، فرآوری ابتدایی و مونتاژ نهایی، عموما بازدهی پایین‌تر و نوسان‌پذیرتری دارند؛ حال آنکه تحقیق و توسعه، تولید مؤلفه‌های پیشرفته‌ای چون نیمه‌هادی‌ها و یکپارچه‌سازی سیستم‌ها، بالاترین نرخ بازده را ایجاد می‌کنند. پیامد این امر، توزیع نابرابر ارزش میان مشارکت‌کنندگان در زنجیره ارزش خودروهای برقی است.

حتی اقتصادهای برخوردار از منابع طبیعی نیز از این چالش مصون نیستند. برخورداری از لیتیوم یا نیکل، صرفا نقطه ورود به زنجیره تولید خودروهای برقی را فراهم می‌آورد، اما هیچ تضمینی برای گذار از شبکه‌های کم‌ارزش به شبکه‌های با ارزش افزوده بالا محسوب نمی‌شود. حرکت از استخراج به پالایش، سپس به تولید اجزای باتری و در نهایت به بخش‌های فناوری‌بر، مستلزم سرمایه‌گذاری مستمر، هماهنگی نهادی و فرایندهای یادگیری انباشتی است. برای نمونه، اندونزی کوشیده است با محدودسازی صادرات مواد خام و تشویق فرآوری داخلی و تولید

باتری، این گذار را تسریع کند، راهبردی که به روشنی دشواری «ارتقا» را در عمل آشکار می‌سازد. بدون شکل‌گیری قابلیت‌های بومی نیرومند و پیوندهای تولیدی عمیق، دستیابی به توسعه پایدار برای کشورهایی که در حلقه‌های کم‌ارزش باقی می‌مانند، همچنان دست‌نیافتنی خواهد بود.

این وضعیت همچنین بازتاب‌دهنده آن است که کشورهای متاخر و دیروارد برای همگرایی با پیشگامان، با موانع به مراتب بزرگ‌تری مواجه‌اند. به‌محض تثبیت قابلیت‌ها و شبکه‌های تولید، این ساختارها گرایش به خودتقویتی دارند: تامین‌کنندگان پیرامون بنگاه‌های پیشرو خوشه‌بندی می‌شوند، مهارت‌ها تعمیق می‌یابد و نوآوری بر شالوده دانش موجود انباشت می‌شود.

زنجیره‌های ارزش جهانی بر بستر قابلیت‌های صنعتی و فناورانه پیشین بنا می‌شوند. ورود زودهنگام و موفق، معمولا به خلق مزیت‌های پیشگامی نیرومند می‌انجامد. کشورهایی که از پیش در حوزه‌هایی چون الکترونیک، صنایع شیمیایی یا خودروسازی دارای مزیت بوده‌اند، توانسته‌اند این قابلیت‌ها را به حوزه خودروهای برقی تعمیم داده و تطبیق دهند. آن‌ها از نیروی کار ماهر، شبکه‌های تامین، ظرفیت تحقیقاتی و توان مقیاس‌پذیری برخوردار بوده‌اند، عواملی که شکاف میان آن‌ها و کشورهایی را که هنوز در تلاش برای ورودند، تعمیق کرده است.

در عین حال، محیط اقتصاد جهانی نیز نسبت به گذشته کمتر از مسیرهای سنتی ارتقا مانند گذار از تولید محصولات با ارزش افزوده پایین به محصولات با ارزش افزوده بالاتر حمایت می‌کند. امروز به واسطه اتوماسیون، نقش نیروی کار ارزان در تولید خودروهای برقی به‌طور فزاینده‌ای کاهش یافته و در مقابل این دارایی‌های نامشهود، از جمله فناوری باتری و نرم‌افزار، هستند که سهم غالب از ارزش این صنعت را به خود اختصاص می‌دهند. افزون بر این، تنش‌های ژئوپلیتیکی به عاملی کلیدی بدل شده‌اند، به‌گونه‌ای که اقتصادهای بزرگ در پی تضمین کنترل بر مواد معدنی حیاتی و دیگر نهاده‌های راهبردی هستند.

دلالت نخست برای راهبرد توسعه

کانون توجه باید از «مشارکت» به «موقعیت‌یابی» تغییر یابد. جایگاه یک اقتصاد در زنجیره ارزش، اهمیتی فراتر از صرف حضور در آن دارد. در صنعت خودروهای برقی، تامین نهاده‌های حیاتی یا تولید مؤلفه‌های پیشرفته، ظرفیت ارزشی به‌مراتب بیشتری نسبت به مونتاژ ساده فراهم می‌آورد. شناسایی و هدف‌گذاری این موقعیت‌ها-بر پایه قابلیت‌های موجود و فرصت‌های واقع‌بینانه-ضرورتی بنیادین است.

دلالت دوم برای راهبرد توسعه

«ارتقا» باید از همان ابتدا به هدف محوری بدل شود. ارتقا مستلزم تلاشی آگاهانه و مستمر است: بهبود فرایندهای تولید، حرکت به‌سوی محصولات پیچیده‌تر، بر عهده گرفتن کارکردهای جدیدی چون طراحی و مهندسی و تعمیم قابلیت‌ها به صنایع مختلف. در زنجیره خودروهای برقی، این امر می‌تواند به معنای پیوند دادن استخراج مواد معدنی به فرآوری داخلی و تولید سلول‌های باتری؛ توسعه قابلیت در نهاده‌های کلیدی باتری همچون مواد کاتدی و آندی و سامانه‌های مدیریت باتری؛ یا تمرکز بر «ریزشاخه‌های تخصصی زنجیره ارزش» و بخش‌های کوچک‌تر اما سودآورتر بازار مانند موتورسیکلت‌های برقی یا ناوگان‌های حمل‌ونقل باشد.

دلالت سوم برای راهبرد توسعه

اقتصادها باید در «زیست‌بوم‌های انباشت و تکوین قابلیت‌ها» سرمایه‌گذاری کنند. موفق‌ترین مشارکت‌کنندگان در زنجیره‌های ارزش جهانی، آن‌هایی هستند که از مهارت‌های پیشرفته، نظام‌های نوآوری کارآمد، شبکه‌های تامین‌کنندگان و نهادهای پشتیبان یادگیری و هماهنگی برخوردارند. چنین زیست‌بوم‌هایی به بنگاه‌ها امکان می‌دهند فناوری‌های نو را جذب کنند، استانداردهای سخت‌گیرانه را برآورده سازند و به تدریج مسیر ارتقا را طی کنند.

دلالت چهارم برای راهبرد توسعه

تمرکز باید بر بخش‌های مشخصی از زنجیره باشد که «موانع ورود» در آن‌ها قابل مدیریت بوده و امکان ارتقا در آن‌ها فراهم باشد. این امر مستلزم برقراری شراکت با بنگاه‌های خارجی، تقویت همکاری‌های منطقه‌ای و اتخاذ «سیاست‌های صنعتی هدفمند» در جهت توسعه قابلیت‌هاست. در نهایت، تصاحب سهمی بزرگ‌تر از ارزش خلق‌شده، یک ضرورت اجتناب‌ناپذیر است. پیوستن به شبکه‌های تولید یا زنجیره‌های ارزش جهانی، گام نخست و ضروری به‌شمار می‌رود؛ اما در همان جایگاه ماندن، امروز دیگر کفایت نمی‌کند.

پانویس

- Capability Ecosystems = زیست‌بوم‌های انباشت و تکوین قابلیت‌ها
- High-End Products = محصولات با ارزش افزوده بالا
- Low-End Products = محصولات با ارزش افزوده پایین
- Niches = ریزشاخه‌های تخصصی زنجیره ارزش
- Participation to Positioning = از مشارکت به موقعیت‌یابی
- Upgrading = ارتقاء