

# موج چهارم جهانی شدن

مارک لوینسون



اگر می‌خواستیم جهانی شدن را با تصویری نشان دهیم، عکس یک کانترینر حمل‌ونقل گزینه‌ی خوبی می‌بود. این جعبه‌های فلزی، که پر از کالا هستند و روی عرصه‌ی کشتی‌های بزرگ اقیانوس پیما چیده می‌شوند، معمولاً 12 متر طول و ۲/۵ متر ارتفاع دارند و نماد زمانه‌ای هستند که در آن انبوه کالاها با هزینه‌ای ناچیز از این سو به آن سوی دنیا منتقل می‌شود. هزینه‌ی حمل‌ونقل جهانی کالا چنان ناچیز است که بر تصمیم مصرف‌کنندگان مبنی بر نوشیدن شراب سفید کالیفرنایی به جای شراب سفید استرالیایی یا پوشیدن کفش ورزشی اندونزیایی به جای کفش ورزشی هندی تأثیر نمی‌گذارد.

امروز بیش از 5000 کشتی باری در اقیانوس‌ها سفر می‌کنند. اما به‌رغم رونق موقت دادوستد کالاها که ناشی از شیوع ویروس کرونا است، اهمیت بار این کشتی‌های عظیم بیش از پیش در حال کاهش است زیرا شکل جدیدی از جهانی شدن سرگرم تغییر شکل اقتصاد دنیا است. به مرور زمان، جهانی شدن کمتر از گذشته

به صادرات کالاها و بسیار بیشتر از گذشته به دادوستد خدمات و ایده‌ها ربط خواهد داشت. این امر پیامدهای مهمی برای کارگران و کارمندان، جوامع و اقتصاد کشورها خواهد داشت.

جهانی‌شدن خودش پدیده‌ی جدیدی نیست. ریشه‌های آن را می‌توان در دگرگونی فکری‌ای یافت که در سال 1817 آغاز شد، یعنی زمانی که دیوید ریکاردو، اقتصاددان بریتانیایی، توضیح داد که چطور واردات هم می‌تواند مثل صادرات به نفع یک کشور باشد. ریکاردو عرف اقتصادی چندصد ساله را بر هم زد و نشان داد که عقیده‌ی مرکانتیلیست‌ها که ثروت را ثمره‌ی واردات مواد خام و صادرات کالاهای تولیدی می‌دانند نادرست است.

با پیدایش سرمایه‌داری صنعتی در حوالی سال 1830، کشورها با استناد به نظرات ریکاردو موانع واردات را کاهش دادند. به لطف اختراعاتی مثل تلگراف و کشتی بخار اقیانوس‌پیما، دسترسی به اطلاعات بهتر و ارتباطات مطمئن‌تر بهبود یافت و تجارت خارجی شکوفا شد. سرمایه‌گذاری خارجی هم رونق یافت و اروپایی‌ها هزینه‌ی کارخانه‌های فولادسازی آمریکا، راه‌آهن آرژانتین و معادن طلای آفریقای جنوبی را تأمین کردند. مهاجرت به دیگر کشورها نیز به میزان بی‌سابقه‌ای افزایش یافت.

این به یک معنا، نشانه‌ی جهانی‌شدن بود، گرچه این اصطلاح در آن زمان به کار نمی‌رفت. اما در هم‌تنیدگی اقتصادی قرن نوزدهم و اوایل قرن بیستم به هیچ وجه به جهانی‌شدن کنونی شباهت نداشت. در آن زمان، این امر عمدتاً در مورد اروپا صادق بود زیرا این قاره مسئول حدود سه چهارم از تجارت فرامرزی و تقریباً کل سرمایه‌گذاری خارجی بود. علاوه بر این، بخش عمده‌ای از تجارت بین‌المللی به دادوستد کالاهای فله‌ای - قهوه، مس و ذغال‌سنگ - اختصاص داشت و کالاهای تولیدی نقش کوچکی بازی می‌کرد.

مرحله‌ی اول جهانی‌شدن با شروع جنگ جهانی اول در سال 1914 پایان یافت. در سه دهه‌ی بعد، مبادلات بین‌المللی به علت دو جنگ جهانی و «رکود بزرگ» به شدت کاهش یافت.

در اواخر دهه‌ی 1940، متفقین پیروز در جنگ جهانی دوم، در پی آن برآمدند که با کاهش موانع تجاری و تثبیت نرخ ارز، اقتصاد جهانی را دوباره فعال کنند. نیروی محرکه‌ی مرحله‌ی دوم جهانی‌شدن کاهش مداوم تعرفه‌ها بود. علاوه بر «موافقت‌نامه‌ی عمومی درباره‌ی تعرفه‌ها و تجارت»، که نخستین بار در سال 1947 به امضای 23 کشور رسید و بعداً تعداد زیادی از دیگر کشورها نیز آن را پذیرفتند، تمهیدات مهمی برای ترویج تجارت و سرمایه‌گذاری در بین گروه‌های کوچکی از کشورها وجود داشت که از میان آنها می‌توان به این نمونه‌ها اشاره کرد: «پیمان رم» بین 6 کشور در سال 1957 که به ایجاد «جامعه‌ی اقتصادی اروپا» انجامید؛ پیمان میان 7 کشور در سال 1960 که به تأسیس «انجمن تجارت آزاد اروپا» منتهی شد؛ و پیمان سال 1965 میان آمریکا و کانادا که به حذف تعرفه‌ی خودروهای وارداتی انجامید. تجارت آزادتر به افزایش صادرات محصولات کارخانه‌ها دامن زد: در سال 1957، میزان صادرات

کالاهای تولیدی در دنیا با میزان صادرات مواد خام برابر شد؛ در سال 1960، بهرغم تجارت پررونق نفت، میزان صادرات کالاهای تولیدی در جهان برای نخستین بار از میزان صادرات مواد خام فراتر رفت. اما اوضاع به طور کلی به چند دهه‌ی قبل شباهت داشت. سرمایه‌گذاری خارجی و دادوستد کالاهای تولیدی عمدتاً بین اروپای غربی، آمریکای شمالی و ژاپن جریان داشت، که ثروتمندترین اقتصادها پیش از جنگ جهانی دوم بودند. در آن زمان، هر صاحب‌نظری بسته به گرایش‌های سیاسی خود، این نظام‌های اقتصادی را اقتصادهای «شمال»، «مرکز» یا «توسعه‌یافته» می‌خواند. در سراسر دهه‌ی 1960، تجارت بین‌المللی در «شمال» پرطرفدار بود زیرا به ایجاد میلیون‌ها شغل با حقوق مکفی در کارخانه‌ها انجامید.

در همین حال، بسیاری از کشورها در آسیا، آفریقا و آمریکای لاتین چندان پیوندی با اقتصاد جهانی نداشتند. بنا به یک تخمین، در سال 1967 کشورهای در حال توسعه در آسیا کمتر از 1 درصد از کل صادرات دنیا را تأمین می‌کردند. از اواخر دهه‌ی 1940 تا دهه‌ی 1980، مشارکت کشورهای آمریکای لاتین و آفریقایی - که اغلب «جنوب» یا «پیرامون» خوانده می‌شدند - در جهانی‌شدن عمدتاً به تأمین مواد خام برای کشورهای «توسعه‌یافته»، وارد کردن کالاهای تولیدی آنها و قرض گرفتن پول‌شان محدود می‌شد. چنان که انتظار می‌رود، دولت‌ها و شهروندان این کشورها اغلب احساس می‌کردند که در رابطه‌ی استثماری زیان‌باری گرفتار شده‌اند. بسیاری از کشورها کوشیدند تا از وام‌های خارجی برای گسترش بخش‌های تولیدی خود استفاده کنند، به این امید که بهره‌وری افزایش یابد و از دام کم‌درآمدی بگریزند. به استثنای تعداد بسیار کمی - به طور مشخص کره‌ی جنوبی - این کوشش‌ها نافرجام ماند و نه تنها آنها را به شدت مقروض کرد بلکه به تأسیس کارخانه‌های ناکارآمدی انجامید که تولیداتشان قابل‌رقابت با کالاهای خارجی نبود.

در سال 1979، بانک مرکزی آمریکا و دیگر بانک‌های مرکزی برای مهار تورم افسارگسیخته شروع به افزایش نرخ بهره کردند. این امر به کشورهای در حال توسعه‌ای که بدهی‌های خارجی سنگینی داشتند فشار آورد. بحران بدهی خارجی مکزیکی در سال 1982، و بحران‌های مشابه متعاقب آن در کشورهای گوناگون از پرو تا لهستان، ناگهان به مرحله‌ی دوم جهانی‌شدن پایان داد. صادرات مواد خام کشورهای مقروض دیگر برای بازپرداخت بدهی‌های آنها کافی نبود، و به علت کمبود دلار دیگر نمی‌توانستند کالاهای تولیدی کشورهای ثروتمند را جذب کنند. جهانی‌شدن - که البته هنوز اصطلاح رایجی نبود - فروکش کرد. در فاصله‌ی سال‌های 1980 تا 1986، سهم صادرات از کل تولید اقتصادی دنیا 4 درصد کاهش یافت که رقم خیره‌کننده‌ای بود، و سرمایه‌گذاری خارجی در کسب‌وکارها و کارخانه‌ها متوقف شد. بیش از 100 کشور برای احیای تجارت بین‌المللی، مذاکرات تجاری پیچیده‌ای، موسوم به «دور اروگوئه»، را شروع کردند.

دیگر عجیب نیست که فوتبال‌دوستان چینی مهاجم آرژانتینی‌ای را تشویق کنند که برای یک باشگاه انگلیسی متعلق به یکی از اعضای خانواده‌ی سلطنتی ابوظبئی گل زده است.

در سال 1986، سرمایه‌گذاری خارجی از سر گرفته شد، و یک سال بعد تجارت بین‌المللی دوباره آغاز شد. این روندها عادی بود؛ از نظر تاریخی، تجارت معمولاً در شرایط دشوار اقتصادی کاهش، و در دوران رفاه افزایش می‌یابد. اما در حالی که توجه جهانیان معطوف به سقوط کمونیسم در اروپای شرقی و فروپاشی اتحاد جماهیر شوروی بود، آمیزه‌ای از سه عامل عمده‌مانده سرگرم دگرگون کردن تجارت بین‌المللی به شکلی غیرمنتظره بود.

اولین تغییر، حمل‌ونقل کانتینری بود. استفاده از کانتینرهای فلزی بزرگ برای حمل بار کشتی‌ها در سال 1956 در آمریکا آغاز شد، و تا سال 1977 - زمان افتتاح این مسیر میان بریتانیا و آفریقای جنوبی - کشتی‌های کانتینردار همگی مسیرهای تجاری مهم را اشغال کرده بودند. بعد از حذف نظارت دولتی از حمل‌ونقل کالا با قطار در آمریکا در سال 1980، قطارهای باری مملو از کانتینر با هزینه‌ای بسیار کم شروع به جابه‌جایی واردات از لس‌آنجلس و سیاتل به شهرهایی مثل شیکاگو و کانزاس سیتی کردند. در فاصله‌ی سال‌های 1985 و 1987، ظرفیت حمل‌ونقل کالا با کانتینر 29 درصد افزایش یافت. صدها شرکت تأسیس شد که کاری جز حمل‌ونقل کالا از طریق دریا، راه‌آهن و تریلی نداشتند. این امر بی‌سابقه بود: برای نخستین بار، شرکت‌های باربری می‌توانستند تنها با یک تماس تلفنی انتقال کالاهای خود از سنگاپور به سنت لوئیس را تدارک ببینند، هزینه را با یک چک بانکی پردازند و محموله را در زمان مقرر دریافت کنند.

دومین تغییر مهم عبارت بود از کاهش چشمگیر هزینه‌ی مخابرات. از نظر تاریخی، هزینه‌ی مکالمات بین‌المللی گزاف - اغلب دقیقه‌ای چند دلار - بود؛ ارتباطات تجاری معمولاً از طریق تلکس انجام می‌شد، دستگاه دورنویسی که برای ثبت قیمت و تعداد کالاها مناسب بود اما به درد گفتگو برای تصمیم‌های راهبردی پیچیده نمی‌خورد. به لطف حذف نظارت دولتی و تعبیه‌ی کابل‌های زیردریایی جدید، هزینه‌ی مکالمات تلفنی بین‌المللی به شدت کاهش یافت، و در نتیجه در فاصله‌ی سال‌های 1980 و 1987، میزان تماس‌های تلفنی بین‌المللی از آمریکا (بر حسب دقیقه) سه برابر شد. پس از آغاز به کار نخستین کابل فیبر نوری از این سو به آن سوی اقیانوس اطلس در سال 1988، و شروع به کار کابل مشابهی بین آمریکا و ژاپن در سال 1989، هزینه‌ها باز هم کاهش یافت. حالا دفاتر مرکزی شرکت‌ها در کشورهای ثروتمند می‌توانستند به گونه‌ای بر تولیدکنندگان و شعبه‌های دوردست خود نظارت کنند که یک دهه قبل از آن ممکن نبود.

سومین تغییر عمده عبارت بود از کاهش چشمگیر هزینه‌ی محاسبه در دهه‌ی 1980. وقتی رایانه‌ها توانستند حجم زیادی از داده‌ها را به سرعت تحلیل کنند و نتایج را به جای ورقه‌های چاپی ضخیم روی نمایشگرشان نشان دهند، نرم‌افزارهایی برای نظارت بر امور مربوط به تدارکات و پشتیبانی تولید شد. حالا یک شرکت

در شیکاگو می‌توانست لحظه به لحظه به داده‌های مربوط به میزان تولید و موجودی یک تولیدکننده در هنگ کنگ دسترسی داشته باشد و در نتیجه بسیار دقیق‌تر از قبل فعالیت‌های فرامرزی را هماهنگ کند.

این سه تغییر به شرکت‌ها اجازه داد تا محصولات را در جایی تولید کنند که هزینه‌های تولید و حمل‌ونقل در آن کمتر بود؛ آنها می‌توانستند قطعات را برای مونتاژ از کشور خود به جایی بفرستند که دستمزد کارگر در آن کم بود. به لطف حذف بازبینی مرزی در داخل اتحادیه‌ی اروپا در سال 1987، امضای موافقت‌نامه‌ی مناقشه‌انگیز تجارت آزاد آمریکای شمالی (نفتا) در سال 1992، و تصویب موافقت‌نامه‌ی «دور اروگوئه» توسط 123 کشور در سال 1994، تعرفه‌ی بسیاری از کالاهای وارداتی تقریباً به صفر رسید، و نگرانی اکثر کسب‌وکارهای بین‌المللی از تأثیر تعرفه‌ها و سهمیه‌های واردات بر جابه‌جایی فرامرزی کالاها رفع شد. این تحولات اقتصاد دنیا را دگرگون کرد. در سومین مرحله‌ی جهانی‌شدن، سرعت رشد تجارت بین‌المللی دو برابر تولید اقتصادی دنیا بود، و تولید کالا در کانون ماجرا قرار داشت. در اوایل دهه‌ی 1980،

محموله‌های کارخانه‌ها به زحمت نیمی از ارزش تجارت جهانی را به خود اختصاص می‌دادند؛ در اواخر دهه‌ی 1990، سهم آنها به سه چهارم رسیده بود. اما با تلبار شدن کانتینرها در بندرهای دنیا، تعداد کانتینرهایی که به جای محصولات آماده‌ی مصرف، شامل کالاهای واسطه‌ای بودند که برای تولید کالاهای نهایی صادر می‌شدند، افزایش یافت. در پایان دهه‌ی 1990، اجزا و قطعات - از زیپ‌های ژاپنی که در چین به لباس دوخته می‌شد تا نیم‌رساناهای ساخت آمریکا که برای سنجش و بسته‌بندی به مالزی فرستاده می‌شد - 29 درصد از تجارت بین‌المللی را به خود اختصاص می‌داد. این زنجیره‌های بلند عرضه - و کارخانه‌های خالی و کارگران صنعتی آواره در کشورهای صنعتی - به نماد جهانی‌شدن تبدیل شدند.

با وجود این، هر چند کشتی‌های کانتینردار و رایانه‌ها به تولیدکنندگان و خرده‌فروشان اجازه دادند که زنجیره‌های عرضه را به هر جایی که به یک بندر و خط تلفن دسترسی داشت گسترش دهند، اما جهانی‌شدن واقعاً جهانی نبود. با توجه به اندازه‌ی اقتصاد داخلی، میزان صادرات کره‌ی جنوبی سه برابر پاکستان و برزیل بود. تعداد نسبتاً اندکی از کشورهای کم‌دستمزد - به‌ویژه چین، بنگلادش، مکزیک، ترکیه، ویتنام و برخی از کشورهای اروپای شرقی - به تولیدکنندگان عمده‌ی کالاهای تولیدی برای بازار دنیا تبدیل شدند، در حالی که در دیگر کشورهای کم‌دستمزد - به‌ویژه در آفریقا - قوانین عجیب و غریب و قطعی برق به تعطیلی کارخانه‌های محلی انجامید.

مدیران شرکت‌های بزرگ فقط به صرفه‌جویی‌های ناشی از انتقال خطوط تولید به خارج از کشور فکر می‌کردند و از مخاطرات ناشی از افزایش تعداد شرکت‌های درگیر در یک زنجیره‌ی عرضه غافل بودند. در اکثر موارد شرکتی که در رأس زنجیره قرار داشت و کالای نهایی نام آن را یدک می‌کشید از تأمین‌کنندگان مواد خام برای تولیدکنندگان کالاهای واسطه‌ای که در جایگاه پایین‌تری در این زنجیره قرار داشتند چندان اطلاعی نداشت. مدیران پول‌دوستی که از صرفه‌جویی ناشی از پیراهن‌دوزی در بنگلادش یا پیستون‌سازی

در چین خوشحال بودند معمولاً به هزینه‌های بالقوه‌ی ناشی از تأخیر احتمالی در تحویل کالای نهایی یا خدشه‌دار شدن حیثیت خود بر اثر رفتار یکی از تولیدکنندگان توجه نمی‌کردند.

## هرچند تعرفه‌های معمولی در آمریکا بسیار پایین است اما این کشور با وضع تعرفه‌ی 25 درصدی بر همه‌ی وانت‌های وارداتی، در عمل از واردات و انت‌های خارجی جلوگیری می‌کند.

سهم تجارت کالاهای تولیدی از اقتصاد جهان در بحبوحه‌ی بحران مالی سال 2008 به اوج خود رسید. در همان سال، میزان سرمایه‌گذاری در کسب‌وکارها و کارخانه‌های خارجی به شدت کاهش یافت. همه تصور می‌کردند که این توقف ناگهانی جهانی‌شدن موقتی است؛ در گذشته، همیشه پس از احیای رشد اقتصادی، تجارت و سرمایه‌گذاری دوباره افزایش یافته بود. اما این بار وضعیت متفاوت بود. تجارت و سرمایه‌گذاری در سال‌های 2010 و 2011 بهبود یافت اما بعد از آن کمتر از حد انتظار افزایش یافت. بر خلاف بازه‌ی زمانی 1987-2008، تجارت و سرمایه‌گذاری از رشد اقتصادی دنیا سبقت نگرفت و عقب افتاد.

به عبارت دیگر، نوعی از جهانی‌شدن که از اواخر دهه‌ی 1980 شکل تازه‌ای به اقتصاد دنیا داده بود، در حال افول بود، آن هم مدت‌ها قبل از آنکه ترس از جهانی‌شدن به خروج بریتانیا از اتحادیه‌ی اروپا و پیروزی دونالد ترامپ در انتخابات ریاست جمهوری آمریکا در سال 2016 بینجامد. آمار و ارقام درخور تأمل است. اگر سهم صادرات کالاهای تولیدی از کل تولید دنیا در سال 2019 به اندازه‌ی سال 2008 بود، تجارت بین‌المللی تقریباً 2 تریلیون دلار بیشتر می‌بود. اگر سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی در سال 2019 به اندازه‌ی سال 2007 مهم بود، 3 تریلیون دلار بیشتر به کسب‌وکارهای خارجی تزریق می‌شد.

شیوع جهانی ویروس کرونا به افزایش موقت صادرات کالا انجامیده است زیرا مصرف‌کنندگانی که نمی‌توانند به سفر یا کنسرت بروند، در عوض پول خود را خرج وسایل خانه می‌کنند، اما روند بلندمدت تغییر نخواهد کرد. به احتمال زیاد، مرحله‌ی بعدی جهانی‌شدن را نه کانتینرهای فلزی بلکه بیت‌ها و بایت‌ها رقم خواهند زد.

در حوزه‌ی فرهنگ، این تغییر همین حالا هم مشهود است. هر شهروندی فقط کافی است که یک تلفن هوشمند داشته باشد تا به ایده‌های دینی، آوازهایی به زبان‌های محلی، و تصاویر خلق‌شده توسط وقایع‌نگاران ویدیویی آماتور در آن سوی دنیا دسترسی یابد. دیگر عجیب نیست که فوتبال‌دوستان چینی مهاجم آرژانتینی‌ای را تشویق کنند که برای یک باشگاه انگلیسی متعلق به یکی از اعضای خانواده‌ی سلطنتی ابوظبی گل زده است.

اما سنجش پیامدهای این تغییر در حوزه‌ی اقتصاد دشوار است. این امر مهم است. تقریباً در همه‌ی کشورها، شمارش صادرات و واردات نقش بنیادینی در سیاست تجارت دارد. نمادهای مادی بیش از حد اهمیت دارند؛

معمولاً سیاستمداران در کارزارهای انتخاباتی از کارخانه‌هایی بازدید می‌کنند که پشت‌سرهم پمپ یا ماشین چاپ بیرون می‌دهند، و آسوده‌خاطر این واقعیت را نادیده می‌گیرند که تولیدات این کارخانه‌ها متکی بر نرم‌افزارها یا نیم‌سازهای وارداتی است. وقتی، به لطف زنجیره‌های جهانی عرضه، بخش عمده‌ای از ارزش صادرات یک کشور ممکن است ناشی از طرح‌ها، قطعات و مفاهیم وارداتی بازاریابی باشد، موازنه‌ی تجاری میان این دو کشور بی‌معنا است اما به هر حال آمار تجارت به قضاوت مردم درباره‌ی سلامت اقتصاد داخلی و منصفانه‌بودن سیاست اقتصادی شکل می‌دهد.

داده‌های مربوط به دادوستد کالاها به هیچ وجه عاری از عیب و نقص نیست اما دست‌کم هر بار که یک کشتی باری به بندری وارد می‌شود یا یک تریلی از مرز عبور می‌کند، مأموران گمرک اطلاعاتی را درباره‌ی کمیت و ارزش محموله ثبت می‌کنند. داده‌های مربوط به بعضی از انواع تجارت خدمات را هم می‌توان جمع‌آوری کرد. وقتی یک فرد مقیم کانادا از ایر فرانس بلیت هواپیما می‌خرد، مبلغ دقیق به عنوان جزئی از واردات خدمات کانادا و صادرات فرانس ثبت می‌شود. وقتی یک مشترک ژاپنی نتفلیکس، فیلمی دانمارکی تماشا می‌کند، این دادوستد فرامرزی خدمات را می‌توان به صورت کمی سنجید.

اما ردیابی یا سنجش بسیاری از خدمات آسان نیست. فرض کنید که یک بانک سرمایه‌گذاری در لندن، یک «واحد پشتیبانی» در بمبئی دارد. وقتی سوداگری در لندن، اوراق قرضه می‌خرد، هزاران بایت داده از بریتانیا به هند می‌رود، جایی که کارمندان این بانک تأییدیه را به دست می‌آورند، ترتیب پرداخت مبلغ را می‌دهند، و اسناد و مدارک را در دسترس همکاران خود در سراسر دنیا می‌گذارند. این داده‌ها به خودی خود هیچ ارزشی ندارد که بتوان آن را در آمار واردات هند ثبت کرد. هیچ دولتی تعداد بایتهای صادراتی و وارداتی یا مقدار کار لازم در بریتانیا یا هند برای انتقال این بایتهای ثبت نمی‌کند. تا جایی که به آماردانان دولتی ربط دارد، هیچ معامله یا تجارتی انجام نشده است.

سنجش تجارت هیچ‌گاه دشوارتر از وقتی نیست که پای یک صفحه‌ی فیسبوکی در میان باشد. ممکن است آگهی‌ای که در صفحه‌ی یک کاربر دیده می‌شود توسط سروری ارسال شده باشد که در کشور دیگری قرار دارد، و شاید کلیک کردن کاربر روی این آگهی را هم سروری در کشور ثالثی ثبت کند. هر دوی این مبادلات، خدمات تبلیغاتی فرامرزی را دربرمی‌گیرند اما هیچ‌یک در آمار تجارت هیچ کشوری ثبت نمی‌شود.

با توجه به این ابهامات، به سختی می‌توان فهمید که آیا رشد تجارت خدمات به هیچ گروهی از کارمندان و کارگران آسیب رسانده است یا نه. این امر مهم است. وقتی پای واردات کالاها یا موانع یک کشور دیگر در برابر صادرات کالاها در میان است، دولت‌ها اغلب می‌کوشند به کارگران و صنایع داخلی کمک کنند. اما انجام چنین کاری در مورد صنایع خدماتی دشوار خواهد بود.

هر دولتی بعضی از تولیدات و صنایع را «حساس» و مستحق حمایت خاص می‌داند. هر چند تعرفه‌های معمولی در آمریکا بسیار پایین است اما این کشور با وضع تعرفه‌ی 25 درصدی بر همه‌ی وانت‌های وارداتی، در عمل از واردات وانت‌های خارجی جلوگیری می‌کند. بر اساس موافقت‌نامه‌های بین‌المللی، اگر دولتی تشخیص دهد که واردات یارانه‌دار یا وارداتی که به قیمتی کمتر از هزینه‌ی واقعی به فروش می‌رسند به یکی از صنایع داخلی آسیب می‌رساند، در این صورت می‌تواند با وضع مالیات تنبیهی بر این کالاها مقابله‌به‌مثل کند؛ این همان کاری است که اتحادیه‌ی اروپا در مارس 2021 انجام داد و قیمت تولیدات آلومینیومی چینی را تا یک سوم افزایش داد. علاوه بر این، دولت‌ها می‌توانند از سهمیه‌های نرخ ترکیبی تعرفه استفاده کنند؛ برای مثال، چین بر مقدار محدودی از شکر وارداتی 15 درصد، و از شکر وارداتی مازاد بر این مقدار 50 درصد مالیات می‌گیرد. چنین اقداماتی می‌تواند به محافظت از صنایعی بینجامد که برای امنیت ملی حیاتی به شمار می‌روند، از بیکاری رأی‌دهندگانی که از نظر سیاسی اهمیت دارند جلوگیری کند، و امتیازاتی را بین دوستان و خویشاوندان سیاست‌گذاران تقسیم کند.

هیچ‌یک از این اقدامات برای خدمات مناسب نیست. وقتی یک تولیدکننده‌ی آمریکایی طرح‌های قدیمی را به خارج از کشور می‌فرستد تا آنها را به طراحی‌های فنی مدرن تبدیل کنند، آمریکا تنها در صورتی می‌تواند تعرفه بگیرد که از این طراحی‌ها در تولید کالاهای وارداتی استفاده شود؛ اگر شرکت طراحی خارجی صرفاً طرح‌ها را از طریق ایمیل به آمریکا بفرستد، هیچ تعرفه‌ای به آن تعلق نمی‌گیرد. اگر «برون‌سپاری» این کار به شرکتی در خارج از آمریکا به از بین رفتن شغل‌های مهندسی مشابهی در آمریکا بینجامد هیچ سند و مدرکی درباره‌ی نقش واردات وجود نخواهد داشت. مهندسان بیکار شده نمی‌توانند مثل کارگران بیکار شده‌ی کارخانه‌ها از دولت تقاضای کمک کنند. در این صورت، نمی‌توان با افزایش تعرفه‌ها یا وضع سهمیه بر واردات طرح‌های مهندسی، شغل‌ها یا شاید حتی یک شرکت آمریکایی را حفظ کرد.

به نظر نمی‌رسد که تا کنون جهانی‌شدن خدمات عده‌ی زیادی را بیکار کرده باشد - البته به استثنای بخش حمل‌ونقل که خطوط بین‌المللی هوایی و دریایی ممکن است بتوانند خدمه را از کشورهای کم‌دستمزد استخدام کنند و تعمیر و نگهداری هواپیماها و کشتی‌ها را در خارج از کشور انجام دهند. یک علت می‌تواند این باشد که آن گروه از افراد شاغل در بخش خدمات که کارهایشان را می‌توان آسان‌تر از بقیه در خارج از کشور انجام داد - از فیلمسازان تا دفترداران - احتمالاً برخلاف کارگران کارخانه‌ها مهارت‌هایی دارند که به درد دیگر انواع کار نیز می‌خورد.

با پیشرفت مرحله‌ی بعدی جهانی‌شدن، بی‌تردید بعضی کشورها و بعضی اجتماعات عقب خواهند ماند. هر جایی که از ارتباطات قوی اینترنتی یا نیروی کار آشنا با فناوری بی‌بهره باشد، شانس زیادی برای موفقیت اقتصادی نخواهد داشت؛ عجیب نیست که سیاستمداران آمریکایی‌ای که درباره‌ی سرمایه‌گذاری در «زیرساخت» بحث می‌کنند به یک اندازه از ساخت بزرگراه‌های بهتر و بهبود خدمات اینترنتی حرف



می‌زنند. اما به نظر می‌رسد که مرحله‌ی چهارم جهانی‌شدن بیشتر احتمال دارد که به جای از بین بردن مشاغل در صنایع خدماتی کشورهای دارای دستمزد بالا، صرفاً دستمزدها را پایین نگه دارد زیرا در صورت تفاوت چشمگیر در هزینه‌ی کار به آسانی می‌توان بسیاری از فعالیت‌های دیجیتال را از محلی به محل دیگر انتقال داد.

ممکن است که این امر همین الان در حال وقوع باشد. بر اساس داده‌های آمریکا، دستمزدها در حیطه‌هایی مثل انتشار نرم‌افزار، برنامه‌نویسی رایانه‌ای و طراحی گرافیکی از دیگر انواع کار عقب مانده است، شاید به این علت که کسب‌وکارها نسبتاً به آسانی می‌توانند کارهای دیجیتال را به خارج از کشور انتقال دهند بی‌آنکه کارکنان در کشورشان پیامدهای آن را احساس کنند. سرقت مالکیت معنوی، از قبیل کپی کردن موسیقی یا برنامه‌های رایانه‌ای بدون اجازه‌ی آفریننده‌ی اثر، ممکن است به مسئله‌ای مهم‌تر از نرخ تعرفه‌ها یا یارانه‌های شرکت‌های فولادسازی تبدیل شود.

در دهه‌ی 2010، رهبران کشورها، که اغلب بر اساس ضرورت‌های سیاسی داخلی خودشان عمل می‌کردند، بخش‌های مهمی از بنایی را که از زمان جنگ جهانی دوم از جهانی‌شدن سرمایه‌گذاری و تجارت کالا حمایت می‌کرد از بین بردند. شگفت آنکه آنها چندان به فکر احداث بنای جایگزین نبودند. حتی اگر در آینده جهانی‌شدن بیشتر مبتنی بر خدمات باشد تا کالاها، باز هم به چارچوبی احتیاج خواهیم داشت. احتمالاً ایجاد این چارچوب از تخریب ساختارهای قبلی بسیار دشوارتر خواهد بود.

برگردان: عرفان ثابتی

---

مارک لوینسون اقتصاددان، تاریخ‌دان و روزنامه‌نگاری است که مقالاتش در «وال استریت ژورنال»، «هاروارد بیزینس ریویو» و «بلومبرگ» منتشر شده است. آنچه خواندید برگردان این نوشته با عنوان اصلی زیر است:

Marc Levinson, 'A fourth globalization', Aeon, 12 August 2021.