

باسمه تعالی

گزارش پژوهشی:

زنجیره تولید منطقه‌ای و تأثیر آن بر توسعه تجارت کشور



گروه تجارت و دیپلماسی اقتصادی

تیرماه ۱۴۰۰

خلاصه مدیریتی

فرایند تولید متشکل از سه مرحله تأمین نهاده‌ها (شامل مواد اولیه و سرمایه)، عملیات ایجاد ارزش افزوده، و عرضه محصول نهایی است. با توجه به توانایی محدود کشور در بخش تولید، مشارکت با سایر کشورها در هر یک از سه مرحله فوق می‌تواند موجب رشد ظرفیت تولید و در نتیجه صادرات کشور باشد. به نظر می‌رسد از جنبه‌های مختلف این مشارکت برای برآوردن اهداف کلان ملی ضروری است. کشورهای دارای منابع ارزان در برابر کشورهای توسعه یافته، معمولاً در حلقه‌های کم‌ارزش زنجیره تولید ایفای نقش می‌کنند. بررسی تجربیات موجود در زمینه مشارکت منطقه‌ای در فضای رسانه‌ها نشان می‌دهد عدم برنامه‌ریزی برای اجرای صحیح مشارکت فرامرزی، نه تنها به معنای رشد تولید و صادرات در اثر خودکفایی نیست، بلکه منجر به تداوم خام‌فروشی خواهد شد.

از طرف دیگر، تأمین نیاز داخلی کشور نیز در موارد متعددی می‌تواند با استفاده از ظرفیت کشورهای منطقه برآورده شود. در حالیکه کشور برای تأمین نهاده‌های تولید تا حد قابل توجهی به کشورهای غیر همسو وابسته است، تولید مشترک می‌تواند راهبرد قابل توجهی برای جایگزینی کشورهای همسو باشد. تولید مشترک همچنین می‌تواند به ایجاد اشتغال، توسعه منابع ارزی، تعمیق پیوندهای منطقه‌ای و توسعه بازارهای صادراتی کشور کمک کند. در برخی موارد تولید مشترک تنها یک ابزار کمکی نیست بلکه یک ضرورت برای از دست ندادن بازار صادراتی موجود در منطقه است.

تولید مشترک افزون بر آنکه یک ضرورت برای حاکمیت است، می‌تواند منافع بنگاه‌های اقتصادی را نیز تأمین کند. برای آنکه یک صادرکننده بتواند بر موانع تعرفه‌ای، رقابتی و فرهنگی در بازار مقصد غالب شود، تولید مشترک پیشنهاد مناسبی خواهد بود. کارکرد دیگر تولید مشترک برای یک بنگاه، استفاده از امکانات موجود در کشور مقصد، همچون نهاده‌ها و فناوری‌های سهل الوصول است. همچنین یک تولیدکننده می‌تواند با انتقال بخشی از خط تولید خود به کشور واسطه، از پتانسیل صادراتی آن کشور نیز بهره ببرد.

در حوزه تقسیم فرایند تولید بین دو کشور همسایه، تجربه جهانی اطلاعات پرباری را در اختیار می‌گذارد. صنایع خودروسازی در آمریکای شمالی و اروپا، و صنایع الکترونیکی در شرق آسیا به طور جدی از این فرایند که در مقالات تخصصی تحت عنوان «تخصصی‌سازی عمودی» شناخته می‌شود بهره می‌برند. اقدام به این نوع تخصصی‌سازی لازمه توسعه صادرات است و بدون تقسیم تخصصی تولید، رشد تجارت در بلندمدت متوقف خواهد شد. تجارت عمودی به طور متوسط ۲۰ درصد تجارت کشورهای توسعه یافته را در صنایع مختلف در بر گرفته است و با افزایش تجارت کشورها رابطه مستقیم دارد.

به نظر می‌رسد روی آوردن به این فرایندها برای کشور ایران مزیت‌های دیگری نیز داشته باشد. با تبدیل کشورهای منطقه به مبادی صادراتی، می‌توان چالش تحریم را کمرنگ‌تر کرد. استفاده از ظرفیت نهایی‌سازی محصول در کشوری دیگر و صادرات با واسطه، نیازمند ملاحظات است: نخست اینکه شرکت مذکور و تبادلات بانکی آن غیر قابل ردیابی باشد تا از خطر تحریم مصون بماند؛ دوم اینکه این فرایند باید با دریافت گواهی مبدأ کشور واسطه اتفاق بیفتد و هر کشوری برای صدور گواهی مبدأ، رویه‌های مخصوص به خود را دارد؛ و سوم اینکه تولید فرامرزی در صورتی مورد حمایت قرار بگیرد که استفاده از مواد اولیه داخلی تضمین شود. راهکار تولید مشترک در کنار مزایای گفته شده، معایبی نیز دارد. تولید مشترک در صورت برنامه‌ریزی نامناسب می‌تواند به خروج ماده خام و سرمایه از کشور منجر شود. شرکتی که به تولید فرامرزی روی آورده است ممکن است وارد رقابت مخربی با سایر صادرکنندگان شود.

یکپارچه سازی بیشتر فعالیت‌های گفته شده در گرو استفاده از شرکت‌های بزرگ تسهیل‌گر صادرات و واردات است تا حلقه‌های مختلف زنجیره فعالیت‌های گوناگون را در دست گرفته و فعالیت‌های اقتصادی را به یکدیگر متصل کنند.

فهرست مطالب

| | |
|-----------------------------------------------------|----|
| مقدمه | ۶ |
| فصل ۱. تولید مشترک منطقه‌ای؛ چیستی و ضرورت‌ها | ۷ |
| ۱- فرایندهای تشکیل دهنده شبکه تولید | ۷ |
| ۱-۱- فرایند تأمین نهاده‌ها | ۷ |
| ۲-۱- فرایند ایجاد ارزش افزوده | ۸ |
| ۳-۱- شبکه توزیع | ۸ |
| ۴-۱- مشارکت منطقه‌ای در تکمیل فرایند تولید | ۸ |
| ۲- تولید مشترک ابزاری برای برآورده‌سازی نیازهای ملی | ۹ |
| ۱-۲- ورود به تولید فناورانه صادراتی | ۹ |
| ۲-۲- تأمین نیاز داخلی | ۱۰ |
| ۱-۲-۲- راهبرد تولید فرامرزی برای تأمین نیاز داخلی | ۱۰ |
| ۲-۲-۲- راهبرد تنوع در کشورهای ری‌اکسپورت کننده | ۱۰ |
| ۳-۲- اشتغال‌زایی با جذب خطوط تولید | ۱۲ |
| ۴-۲- توسعه منابع ارزی | ۱۳ |
| ۵-۲- تعمیق پیوندهای منطقه‌ای | ۱۳ |
| ۶-۲- توسعه بازار صادراتی | ۱۴ |
| ۱-۶-۲- همگامی روند تجارت با تجارت عمودی | ۱۵ |
| ۲-۶-۲- چالش امکانات فروش در شرایط تحریم | ۱۶ |
| فصل ۲. کارکردهای تولید مشترک برای بنگاه‌های اقتصادی | ۱۸ |
| ۱- استفاده از بازار داخلی کشور مقصد | ۱۸ |
| ۱-۱- ممنوعیتهای تعرفه ای | ۱۸ |
| ۱-۱-۱- اعطای لیسانس زمزم به هاملت عراق | ۱۸ |
| ۲-۱-۱- تولید لبنیات کاله در عراق | ۱۹ |
| ۲-۱-۲- غلبه بر موانع فرهنگی | ۲۰ |
| ۳-۱- کالاهای پرمصرف | ۲۱ |
| ۱-۳-۱- تولید پودر لباسشویی در افغانستان و عراق | ۲۱ |
| ۴-۱- کالای دارای سقف فروش | ۲۲ |
| ۲- استفاده از امکانات کشور مقصد | ۲۴ |

- ۲-۱- زمین، انرژی و نیروی کار ارزان ۲۴
- ۲-۱-۱- شرکت‌های ماکیلادورا در مرز مکزیک و امریکا ۲۵
- ۲-۲- فناوری موجود در کشور همسایه ۲۵
- ۲-۳- فناوری تحریم شده ۲۵
- ۲-۴- استفاده از ماده اولیه موجود در کشور خارجی ۲۶
- ۲-۵- اشباع بازار تولیدی داخل کشور ۲۶
- ۳- استفاده از بازار صادراتی کشور واسطه ۲۷
- ۳-۱- صادرات با پوشش تحریم‌ناپذیر ۲۷
- ۳-۱-۱- فرآوری روی خان‌خاتون در خارج از کشور ۲۷
- ۳-۲- معاهدات ترجیحی کشور واسطه ۲۷
- فصل ۳. تجربیات جهانی در زمینه تولید مشترک ۲۹
- ۱- رشد تجارت در گرو تجارت عمودی ۳۱
- ۱-۱- پراکندگی VS در صنایع مختلف ۳۲
- ۲- مثال‌هایی از سیاست‌گذاری تجارت عمودی ۳۳
- ۱-۲- تجارت VS خودرو در اتحادیه نفتا ۳۳
- ۲-۲- تجارت VS رایانه بین تایوان و چین ۳۴
- فصل ۴. الزامات و ملاحظات تولید مشترک ۳۶
- ۱- تفاوت قوانین ثبت شرکت در کشورهای مختلف ۳۷
- ۲- حساب بانکی شرکت ۳۷
- ۳- شرایط صدور گواهی مبدأ ۳۸
- ۴- عوارض دریافتی در کشورهای واسطه ۳۸
- ۵- ایرادات متصور درباره تولید فرامرزی ۳۹
- فصل ۵. نتیجه‌گیری و پیشنهادها ۴۱
- ۱- پیشنهادها ۴۲
- منابع ۴۴

فهرست جداول

- جدول ۱. توزیع سهم صنایع مختلف از رشد تجارت عمودی در طول ۱۹۶۸ تا ۱۹۹۰ در کشورهای منتخب OECD..... ۳۳
- جدول ۲. تحلیل SWOT مشارکت منطقه‌ای در فرایند تولید..... ۴۱

فهرست نمودارها

- نمودار ۱. شبکه تأمین نهاده‌ها..... ۷
- نمودار ۲. شبکه ارزش‌افزایی..... ۸
- نمودار ۳. ارزش ری اکسپورت از مبدا امارات به کشورهای منتخب..... ۱۱
- نمودار ۴. ارزش ری اکسپورت از عمان به مقصد کشورها..... ۱۲
- نمودار ۵. شاخص حداقل دستمزد مصوب در کشورهای منطقه در سال ۲۰۱۹..... ۱۲
- نمودار ۶. مقایسه صادرات حقیقی و ظرفیت صادراتی شیشه فلوت ایران به کشورهای مختلف..... ۱۵
- نمودار ۷. مقایسه صادرات کشور در ردیف تعرفه آب و نوشابه به عراق با ظرفیت تولیدی کارخانه زمزم در این کشور..... ۱۹
- نمودار ۸. مقایسه صادرات دوغ و ماست به عراق با ظرفیت تولید کاله در این کشور..... ۲۰
- نمودار ۹. مقایسه صادرات پودر ایران به کشورهای شرقی با تولید پودر در کارخانه گلرنگ هرات..... ۲۲
- نمودار ۱۰. مقایسه انواع سرمایه‌گذاری FDI..... ۲۳
- نمودار ۱۱. نمای فرایند تولید فرامرزی به شیوه تخصصی‌سازی عمودی..... ۳۰
- نمودار ۱۲. تخصصی‌سازی عمودی بعنوان سهمی از تجارت کشورهای منتخب و تجارت بعنوان سهمی از ارزش ناخالص کالا..... ۳۱
- نمودار ۱۳. تخصصی‌سازی عمودی بعنوان سهمی از تجارت ژاپن و تجارت بعنوان سهمی از ارزش ناخالص کالا..... ۳۲
- نمودار ۱۴. روند تولید رایانه در تایوان و سقوط آن از سال ۲۰۰۰..... ۳۵
- نمودار ۱۵. مقایسه مالیات در برخی کشورهای منطقه..... ۳۹

مقدمه

به گفته کارشناسان حوزه تجارت کشور، صادرات فعلی ایران عمدتاً متشکل از کالاهای مازاد مصرف داخلی است. مزیت کالاهای ایرانی در بازار جهانی، ارزان بودن آن است و افزون بر این، از نظر کیفیت و توان تأمین مداوم کالا وضعیت قابل رقابتی ندارد که همین موضوع کالاهای ایرانی را به راحتی جایگزین پذیر کرده است. شاخص ماندگاری کالاهای ایرانی در بازارهای صادراتی تنها ۳۴ درصد است؛ در حالیکه این شاخص برای کالاهای کشور ترکیه ۵۰ درصد است!

حرکت کشور به سمت تولید صادرات محور، باید در قالب برنامه‌ای باشد که همه بخش‌های تولید، از تأمین نیازهای اساسی صنایع تا عملیات تولید و مدیریت توزیع و عرضه نهایی را در بر بگیرد. ابزارهای اجرای این برنامه شامل طیف گوناگونی از زیرساخت‌ها خواهد بود که بهبود خدمات نهادهای متولی صادرات، بهبود زیرساخت‌های مالی و بهبود کیفیت حمل و نقل را شامل می‌شود. یکی دیگر از این ابزارها، استفاده از «ظرفیت‌های فرامرزی» برای تکمیل حلقه‌های زنجیره ارزش تولید در مراحل مختلف یک کسب‌وکار است.

هیچ کشوری در همه زمینه‌ها و در همه مراحل تولید صادراتی، توانایی بالفعل ندارد. از طرفی توسعه همزمان در همه این زمینه‌ها مطلوب نیست؛ چرا که راه‌اندازی هر صنعتی نیازمند توانایی و فناوری تخصصی است و ارتقای این سطح فنی نیازمند حجم قابل توجهی از سرمایه‌گذاری است که همزمان در همه زمینه‌ها امکان‌پذیر نیست. بنابراین برای رسیدن به یک جایگاه مطلوب در بین بازیگران تجارت جهانی، ناگزیر باید دست به انتخاب برخی از زمینه‌ها زد که کشور در آن مزیت رقابتی بالایی دارد.

در همین راستا این گزارش به دنبال پاسخ به سوالات زیر است:

- زنجیره ارزش فرامرزی چه بخش‌ها و انواعی دارد و مزایا و معایب هر گونه آن چیست؟
- تجربه شرکت‌های خارجی فعال در تولید فرامرزی منطقه‌ای و آثار آن بر دیپلماسی اقتصادی، کاهش هزینه و توسعه صادرات چیست؟
- توسعه زنجیره ارزش منطقه‌ای به چه میزان بر توسعه تجارت با کشورهای منطقه موثر است؟
- چه موانع و مسائلی پیش روی تولید فرامرزی و توسعه زنجیره ارزش در تجارت با کشورهای منطقه در کشور وجود دارد؟

^۱ سند نقشه راه توسعه صادرات کشور ۱۳۹۹-۱۴۰۴؛ موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی - سازمان توسعه تجارت ایران

فصل ۱. تولید مشترک منطقه‌ای؛ چیستی و ضرورت‌ها

بند ۱۰ سیاست‌های کلی اقتصاد مقاومتی، «حمایت همه جانبه هدفمند از صادرات کالاها و خدمات به تناسب ارزش افزوده و با خالص ارزش آوری مثبت» را به دستگاه‌های مرتبط تکلیف می‌کند. این بند روش‌های مختلفی را برای این حمایت هدفمند توصیه کرده که یکی از آنها «برنامه‌ریزی تولید ملی متناسب با نیازهای صادراتی، شکل دهی بازارهای جدید و تنوع بخشی پیوندهای اقتصادی با کشورها به ویژه با کشورهای منطقه» است. بدون تردید تولید مشترک از مهم‌ترین ابزارهای تنوع پیوند اقتصادی با کشورهای منطقه است. افزون بر این، نیازهای مختلفی در سطح ملی وجود دارد که می‌تواند توسط تولید مشترک برآورده شود. در ادامه ابتدا به فرایندهای اصلی تشکیل دهنده شبکه تولید و سپس ضرورت اقدام به مشارکت در این فرایندها پرداخته خواهد شد.

۱- فرایندهای تشکیل دهنده شبکه تولید

هر کسب‌وکار از فرایندهای متعددی تشکیل می‌شود که به صورت یک شبکه با مراحل در هم تنیده منتهی به تولید محصول نهایی خواهد شد. این مراحل لزوماً در داخل مرزهای یک کشور اتفاق نمی‌افتد بلکه برای هر مرحله می‌توان از توانمندی بازیگران منطقه‌ای و جهانی در قالب یک زنجیره ارزش فرامرزی استفاده کرد. در یک نگاه کلی این شبکه‌ها به سه بخش «تأمین، تولید و توزیع» تقسیم می‌شوند که در ادامه توضیح داده می‌شود.^۱

۱-۱- فرایند تأمین نهاده‌ها

تأمین مواد اولیه تولید و سایر نهاده‌های ضروری، بر عهده زنجیره تأمین است. هر محصول، برآمده از ترکیب پنج عنصر است که باید پیش از تولید تأمین شود:



نمودار ۱. شبکه تأمین نهاده‌ها

مشارکت کشورها در این قسمت، می‌تواند با ترکیب مشارکت در نهاده‌های مختلف از جمله فناوری، مواد اولیه و سرمایه صورت‌های مختلفی داشته باشد. سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی، اعطای لیسانس، انتقال خط تولید به کشور دارای نهاده ارزان و سایر موارد مشابه، انواع همکاری بین کشورها برای تأمین نهاده‌های تولید را شکل می‌دهد.

^۱ مطالب برگرفته از مرکز مطالعات زنجیره ارزش (<https://b2n.ir/p98733>)؛ سازمان همکاری و توسعه اقتصادی (<https://b2n.ir/y54038>)؛ بانک جهانی (<https://b2n.ir/r50189>) و دنیای اقتصاد (<https://b2n.ir/e55662>)

۱-۲- فرایند ایجاد ارزش افزوده

پس از آنکه تأمین نهاده‌های مورد نیاز تولید انجام شد، نوبت به مرحله اجرای عملیات تولید می‌رسد که در قالب چند مرحله، برای بنگاه تولیدی ایجاد ارزش افزوده می‌کند. این فرایند که طی آن ماده اولیه تبدیل به محصول نهایی می‌شود، زنجیره ارزش نام دارد. مراحل زنجیره ارزش در زیر نمایش داده شده است:



نمودار ۲. شبکه ارزش‌افزایی

مراحل میانی این زنجیره که از ارزش‌افزایی کمتری برخوردار است معمولاً به دست کشورهای کمتر توسعه یافته محقق می‌شود و مراحل ابتدا و انتهای آن که بخش اعظم ارزش را به خود اختصاص می‌دهند معمولاً در دست کشورهای توسعه یافته است.

شناسایی ظرفیت‌ها و توانمندی کشورهای همسایه در مراحل مختلف زنجیره ارزش و پس از آن اقدام به مشارکت در فرایند تولید به صورت برون‌سپاری، تولید مشترک، مونتاژ و... می‌تواند از خروج ارزش افزوده از منطقه و تقویت اقتصاد داخلی کشورها مفید واقع شود.

۱-۳- شبکه توزیع

فرایند عرضه کالای نهایی به بازار در این شبکه محقق می‌شود. در بسیاری از موارد، این شبکه توسط تولیدکننده مدیریت نمی‌شود و کالا به جای انتقال از دست تولیدکننده به مصرف‌کننده، در سازمان مخصوص به خود تجارت می‌شود. خریداران جزئی، فروشگاه‌های زنجیره‌ای، بسترهای تجارت دیجیتال و سازمان‌های خرید انبوه جهانی این شبکه توزیع را شکل می‌دهند.

۱-۴- مشارکت منطقه‌ای در تکمیل فرایند تولید

جهانی‌سازی تجارت مبتنی بر یک زنجیره ارزش جهانی پیش می‌رود که در آن اختلاف شدید سیاست‌های اقتصادی کشورهای در حال توسعه با کشورهای توسعه یافته، احتمال هضم در این گونه سیاست‌ها را برای اقتصادهای نوظهور مهیا می‌کند. همچنین خروج سرمایه، مواد اولیه، خدمات و مهاجرت متخصصان از کشورهای در حال توسعه به کشورهای توسعه یافته به طور طبیعی اتفاق می‌افتد.

^۱ زنجیره ارزش اصطلاحی است که دو کاربرد متفاوت دارد. در یک کاربرد خاص، ویژگی زنجیره ارزش آن است که با پیشروی آن، ارزش افزوده برای سازمان ایجاد خواهد شد. این کاربرد در مقابل زنجیره تأمین قرار دارد که بر خلاف زنجیره ارزش، تنها متولی انتقال مواد و نهاده‌های مورد نیاز است. (اینوستوپدیا، <https://b2n.ir/a54883>) اما در کاربرد عام، اصطلاح زنجیره ارزش شامل همه مراحل پیشینی و پسینی تولید است و شامل زنجیره تأمین از تولید تا مصرف نیز خواهد شد.

یکی از راهکارها برای عدم انفعال در برابر این زنجیره ارزش جهانی، تشکیل زنجیره ارزش منطقه‌ای است. تجارت منطقه‌ای فرصت‌های تازه‌ای را برای اقتصاد و تولید ملی فراهم می‌کند. اولین فرصت برای توسعه بازار مصرف هر کشور، صادرات به کشورهای منطقه است. اما تجارت منطقه‌ای افزون بر این، منابع تأمین سرمایه، کالای اساسی و خدمات را نیز گسترده و تبادل دانش فنی را تسهیل می‌کند.

زنجیره ارزش منطقه‌ای کمک می‌کند سرمایه‌های یک منطقه در خود آن منطقه واجد ارزش افزوده شوند. کشور ایران با داشتن سرمایه‌های طبیعی و موقعیت راهبردی جغرافیایی، می‌تواند به همراه همسایه‌ها و کشورهای همسوی منطقه، بسیاری از حلقه‌های ارزش‌آفرین این زنجیره منطقه‌ای را تشکیل دهد؛ اما این اقدام نیازمند یک برنامه منسجم و بلندمدت است.

۲- تولید مشترک ابزاری برای برآورده‌سازی نیازهای ملی

تولید مشترک یکی از راهکارهای توسعه بنگاه‌های تولیدی محسوب می‌شود. اما در سطح کلان نیز، تولید مشترک و دیگر روش‌های مشارکت فرامرزی در زنجیره تولید، می‌تواند اهداف متعددی را برای دولت‌ها پوشش دهد. برای برآوردن برخی از نیازهای ملی، اقدام به تولید مشترک یک ضرورت است و برای برخی دیگر از اهداف نیز، می‌تواند به عنوان یک ابزار برای پیشبرد اهداف حاکمیت مطرح باشد. در ادامه به توضیح این اهداف کلان پرداخته خواهد شد.

۲-۱- ورود به تولید فناورانه صادراتی

کشور ایران در اغلب کالاها به جز صنایع محدودی همچون پتروشیمی، تولید صادرات محور ندارد. بر اساس آمار گمرک در سال ۱۳۹۹ ارزش هر تن کالای صادراتی ایران یک چهارم ارزش هر تن کالای وارداتی کشور است و بخش کشاورزی شامل انواع میوه، سبزی و صیفی‌جات، در حدود ۲۰ درصد از صادرات کشور را در بر گرفته است. روی آوردن به تولیدات تخصصی و دارای سطح بالای فناوری به منظور مصرف داخلی و صادرات، نیازمند سرمایه‌گذاری جدی داخلی و خارجی است. از آنجا که تمرکز همزمان در همه زمینه‌های صنعتی مقدور نیست، برنامه‌ریزان آینده تولید و صادرات ناگزیر باید صنعت را به کسب تخصص در زمینه‌های خاصی رهنمون شوند و توان تولید کشور را بر همان بخش متمرکز سازند.

از آنجا که تولید هر کالای دارای سطح بالای فناوری، نیازمند تخصص در صنایع متعدد است، یکی از راهبردها برای تمرکز هر چه بیشتر بر صنایع خاص، استفاده از ظرفیت کشورهای منطقه برای تکمیل زنجیره تولید محصول است. به طور مثال صنعت خودرو در کشور ترکیه، با تمرکز بر مراحل خاصی از تولید شکل گرفته است که در تعامل با صنعت خودرو آلمان، به یک زنجیره کامل تبدیل می‌شود. ترکیه با واردات قطعات خودرو از آلمان و افزودن قطعات ساخت ترکیه به آن، نهایتاً خودرو مونتاژ شده را مجدداً به آلمان صادر می‌کند. در بخش‌های بعدی گزارش به این سیاست‌گذاری تولیدی که تخصصی‌سازی عمودی نام دارد، پرداخته خواهد شد.

همچنین یکی از مهم‌ترین روش‌های انتقال تکنولوژی، استفاده از سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی است و برای این منظور، روی آوردن به راهبرد مشارکت در تولید ضروری خواهد بود.

۲-۲- تأمین نیاز داخلی

بخش قابل توجهی از محصولات کشاورزی مورد نیاز داخلی از کشورهای دیگر از جمله کشورهای غیرهمسو وارد می‌شود. به طور مثال بر اساس آمار گمرک در سال ۱۳۹۹ حدود ۴۴ درصد از واردات محصولات اساسی غذایی از طریق کشورهای اروپایی، آمریکایی و امارات تأمین شده است. نکته مهم در این آمار آن است که بسیاری از این کشورهای همسو با آمریکا همچون انگلیس و امارات، صادرکننده اصلی محصولات به ایران نیستند و به عنوان واسطه مالی یا لجستیکی در زمینه صادرات این محصولات عمل می‌کنند.^۱ موضوعی که موجب شده تا در مواقعی برای تأمین نیاز داخلی بخش‌های تولید بحران پدید آید. از طرفی نیز، تولید همه این محصولات در داخل کشور به دلیل کم‌آبی اقلیمی امکان‌پذیر نیست. ایران با متوسط بارش سالانه ۲۵۰ میلی‌متر جزو مناطق خشک دنیاست، تنها ۱۰ درصد از اراضی آن قابل کشت است و در حال حاضر با توجه به مشکلاتی مثل کمبود آب و خاک توان تولید همه محصولات کشاورزی مورد نیاز را در داخل ندارد. ^۲طبعاً روی آوردن به تولید مشترک با کشورهای همسو، راهکار مناسب‌تری از واردات کالای نهایی از کشورهای بعضاً متخاصم است.

۲-۲-۱- راهبرد تولید فرامرزی برای تأمین نیاز داخلی

یکی از راهبردهای دولت برای اصلاح این رویه، روی آوردن به تولید مشترک در کشورهای همسو با جمهوری اسلامی است. به طور مثال در سالهای اخیر به دلیل رکود نوغانداری، صنعت ابریشم‌بافی دچار بحران شده بود. اما در یک تجربه موفق، کاشت حدود ۷ میلیون درخت توت در اوگاندا توسط یکی از تجار ایرانی و صادرات آن به ایران توانست صنعت ابریشم‌بافی در ایران را از بحران نجات دهد. تولید سالیانه تخم نوغان این توستان در حدود ۲۵ هزار جعبه است که معادل کل تولید نوغان در ایران است. ^۳بارندگی در اوگاندا و برخی نقاط آفریقا، به طور متوسط ۱۶۰۰ میلی‌متر (بیش از ۶ برابر متوسط بارندگی ایران) است و زمین و نیروی کار فراوان وجود دارد.

۲-۲-۲- راهبرد تنوع در کشورهای ری‌اکسپورت کننده

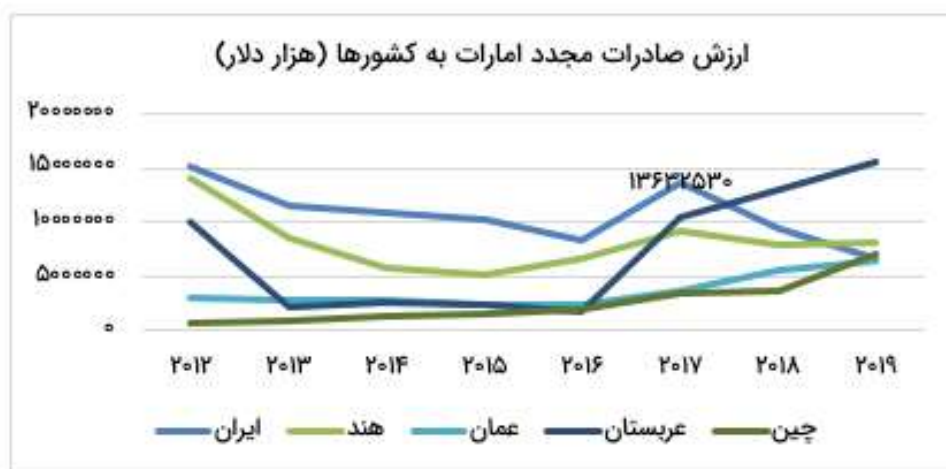
راهبرد دیگر برای کاهش چالش واردات کالای اساسی، تنوع در کشورهای ری‌اکسپورت کننده است. در دهه اخیر، سهم قابل توجهی از کل واردات ایران، از امارات و به صورت ری‌اکسپورت بوده است به طوری که در سال ۲۰۱۷ تنها ارزش ری‌اکسپورت از امارات به ایران ۱۳٫۶ میلیارد دلار شد. اما تمرکز تجار کشور در امارات موجب شد تا در سالهای بعد با پدید آمدن تنش‌های سیاسی بین دو کشور ایران و امارات، سهم ایران از تجارت

^۱ مسیر اقتصاد، شماره خیر ۱۴۶-۱۲۰

^۲ خبرگزاری مهر، شماره خیر ۴۹۱۲۰۸۳ و ۴۲۴۶۵۱۶

^۳ آقای موسوی فعال اقتصادی در اوگاندا

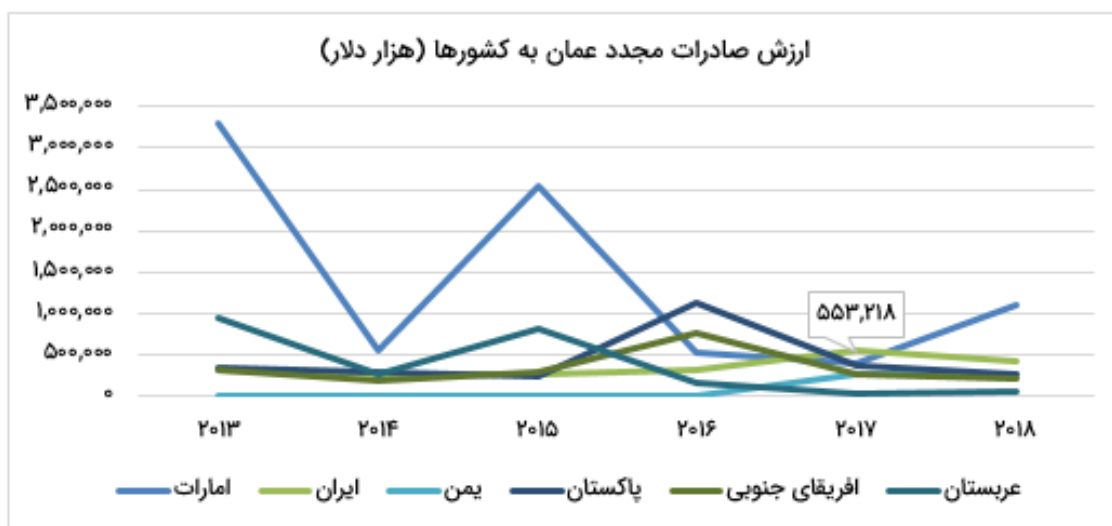
امارات به حدود ۱ درصد نزدیک شود.^۱ در نمودار زیر، مقادیر ری اکسپورت امارات به مقصد کشورهای منطقه از سال ۲۰۱۲ به بعد نشان داده شده است:



نمودار ۳. ارزش ری اکسپورت از مبادا امارات به کشورهای منتخب (منبع: trademap)

همانطور که در نمودار بالا دیده می‌شود، از سال ۲۰۱۲ ایران رتبه اول کشورهای مقصد ری اکسپورت امارات بوده است. این جایگاه به تدریج پایین آمده و در سال ۲۰۱۹ ایران مقصد پنجم ری اکسپورت امارات با سهم ۱۲ درصدی شده است.^۲

در آینده با احتمال افزایش ریسک همکاری کشورهای ایران و امارات برای هر دو طرف، عمان به عنوان یک پایگاه صادرات مجدد برای تاجران ایرانی مطرح است و می‌تواند جایگاه ری اکسپورت محصولات با مبدأ و مقصد ایران را از امارات بگیرد. اما نمودار زیر نشان می‌دهد در حال حاضر ایران نتوانسته به خوبی از این ظرفیت استفاده کند:



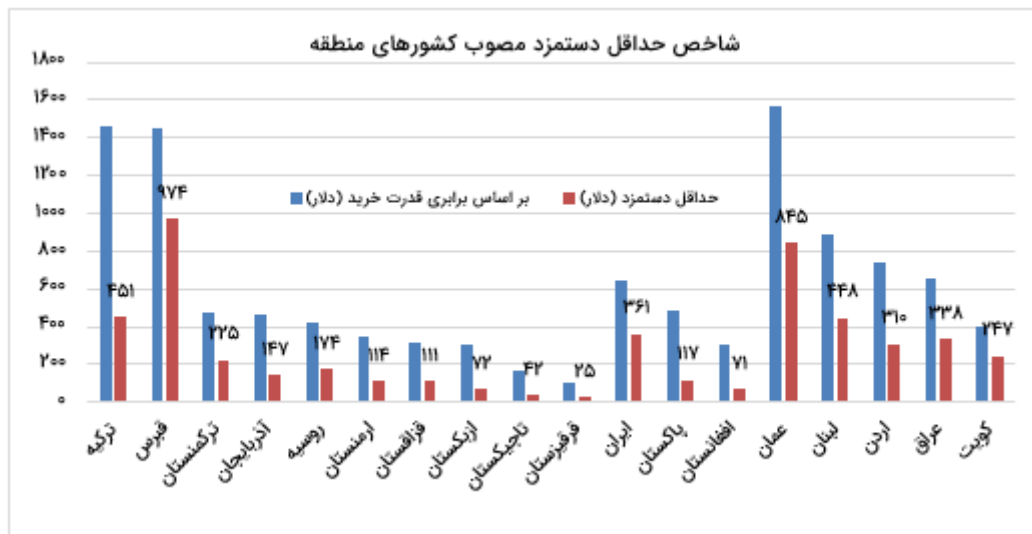
^۱ آمارهای سازمان توسعه تجارت

^۲ سایت استاتیستا، <https://b2n.it/q01791>

نمودار ۴. ارزش ری اکسپورت از عمان به مقصد کشورها (منبع: trademap)

۲-۳- اشتغال‌زایی با جذب خطوط تولید

یکی از نیازهای کلان کشور در حال حاضر، نیاز به اشتغال است. در حالیکه آمار بیکاری در ایران قابل توجه است، یکی از پایین‌ترین دستمزدهای مصوب نیروی کار در سطح منطقه به ایران تعلق دارد. با جذب خطوط تولید صنایع موجود در کشورهای منطقه، می‌توان بخشی از نیاز بازار کار را پوشش داد. نمودار زیر، شاخص حداقل دستمزد مصوب در برخی کشورها بر اساس گزارش سازمان جهانی کار^۱ در سال ۲۰۱۹ نشان می‌دهد:



نمودار ۵. شاخص حداقل دستمزد مصوب در کشورهای منطقه در سال ۲۰۱۹

آمار فوق حداقل دستمزد مصوب نیروی کار ایرانی را ۳۶۰ دلار نشان می‌دهد که بر اساس دلار ۴۲۰۰ تومانی محاسبه شده و در واقع حداقل دستمزد تعیین شده معادل ۱۲۰ دلار است.^۲ به این ترتیب حداقل دستمزد نیروی کار ایرانی معادل یک چهارم این مقدار برای ترکیه است.

افزون بر این، پایین بودن قیمت نهاده‌هایی همچون انرژی و آب، باعث می‌شود تا احداث خط تولید در ایران برای صنایع کشوری همچون ترکیه مقرون به صرفه باشد. بنابراین می‌توان کارگاه‌های تولیدی صنایع رشدیافته همسایه را در مناطق مرزی در قالب شهرک‌های صنعتی جذب کرد. این فرایند از پذیرش لیسانس کشورهای توسعه یافته مطلوب‌تر است چرا که احتمال بیشتری برای جذب سود اقتصادی حاصل از رده‌های بالای زنجیره ارزش را خواهد داشت و از این طریق می‌توان به صورت بلندمدت به تخصصی سازی عمودی در صنایع (به عنوان مثال لوازم الکترونیکی کشور ترکیه) روی آورد. همچنین به منظور افزایش جذابیت این پیشنهاد برای

^۱ سازمان ILO؛ <https://b2n.ir/j33739>

^۲ هرچند بر اساس این آمار، دستمزدها در ایران نسبت به برخی کشورهای همسایه آنچنان پایین نیست، اما مقایسه حداقل دستمزد مصوب در سال ۱۳۹۹ با کشورهای توسعه یافته و در حال توسعه نشان می‌دهد که رقم تعیین شده در ایران نسبت به درآمد ملی سرانه ایرانیان بسیار بالاتر از این کشورها است. به عبارت دیگر این حداقل دستمزد مصوب، تنها به معنای رقم بالا «قرار دادن» حداقل دستمزد توسط دولت، بیشتر از گنجایش اقتصاد کشور است. <https://b2n.ir/q28468>

^۳ با توجه به اینکه دلار در سال ۲۰۱۹ به طور متوسط ۱۲۶۰۰ تومان بود.

ترکیه، در عوض می‌توان با تعرفه‌گذاری کالاهای مشابه کره‌ای و... راه را برای توسعه زنجیره ارزش منطقه‌ای حاصل از فروش کالاهای ترکیه‌ای در بازار ایران باز کرد.

۲-۴- توسعه منابع ارزی

تولید مشترک موجب می‌شود به جز ارز حاصل از صادرات محصول نهایی، منابع ارزی متفاوتی در اختیار کشور قرار بگیرد. به طور مثال در سال ۱۳۹۹ بنا بر آمار گمرک، صادرات انواع شیشه کشور در مجموع ۵۱۶ هزار تن بوده است. در حالیکه کارخانه ایرانی تولید شیشه که در کشور سوریه احداث شده، به تنهایی دارای ظرفیت تولید ۲۲۰ هزار تن شیشه فلوت در سال (معادل ۴۳ درصد از کل صادرات شیشه) است. کارخانه فرست گلس که در سال ۲۰۱۰ با سرمایه‌گذاری گروه صنعتی کاوه تأسیس شد، تنها کارخانه تولیدکننده شیشه در کشور سوریه است و علاوه بر تأمین نیاز سوریه، به همسایگان این کشور نیز صادرات می‌کند.^۲ تأسیس چنین شرکت‌هایی، می‌تواند ظرفیت تولید فرامرزی را برای توسعه منابع ارزی کشور نشان دهد.

تولید فرامرزی همچنین می‌تواند به استفاده از ظرفیت بالای کشور در صادرات خدمات فنی مهندسی کمک کند. بر اساس گزارش سازمان توسعه تجارت، در سال ۱۳۹۸ درآمد ایران از صادرات خدمات فنی و مهندسی کمتر از ۳۰۰ میلیون دلار بوده حال آنکه به گفته امینی رئیس جامعه مهندسان مشاور ایران، صادرات خدمات فنی ایران ظرفیت ۲۵ تا ۳۰ میلیارد دلاری دارد.^۳

افزون بر این دو موضوع، حضور شرکت‌های ایرانی در کشورهای منطقه می‌تواند بخشی از زنجیره تأمین کالای داخلی را نیز برعهده بگیرد و از این طریق، نقش ارز واسطه را نیز در مبادلات کالایی بین دو کشور کمرنگ کند. بدین ترتیب با ترکیب شاخص GNP^۴ ایران با شاخص GDP^۵ کشورهای منطقه، چالش‌های کشور در وابستگی به ارز خارجی کاهش می‌یابد.

۲-۵- تعمیق پیوندهای منطقه‌ای

در هم تنیدگی اقتصادی کشورهای منطقه و افزایش شبکه سازی در دل منطقه از طریق تولید مشترک، وظیفه‌ای در راستای مقاوم سازی اقتصاد است. چرا که این نوع از تجارت صرفاً به معنای تأمین کالا یا ارز برای کشور نیست، بلکه ثبات بیشتر در تأمین پایدار این دو را نیز تضمین می‌کند.

وابستگی متقابل، رهیافتی است که در کنار خودکفایی و تنوع تولید، برای تأمین امنیت اقتصادی کشور ضروری است. بر اساس این رهیافت، کشور -در کنار تأمین امنیت اقتصادی خود از طریق خودکفایی- با درهم‌تنیدگی و نفوذ متقابل در کشورهای دیگر هزینه نامنی برای خود را بالا برده و چند کشور را در آن سهیم می‌کند.

^۱ سایت گروه صنعتی کاوه <https://kavehglass.com/?p=3364>

^۲ مسیر اقتصاد: <https://masireqtasad.ir/111070>

^۳ خبرگزاری فارس، کد خبر ۱۳۹۴۱۲۰۴۰۰۴۵۹

^۴ تولید ناخالص ملی

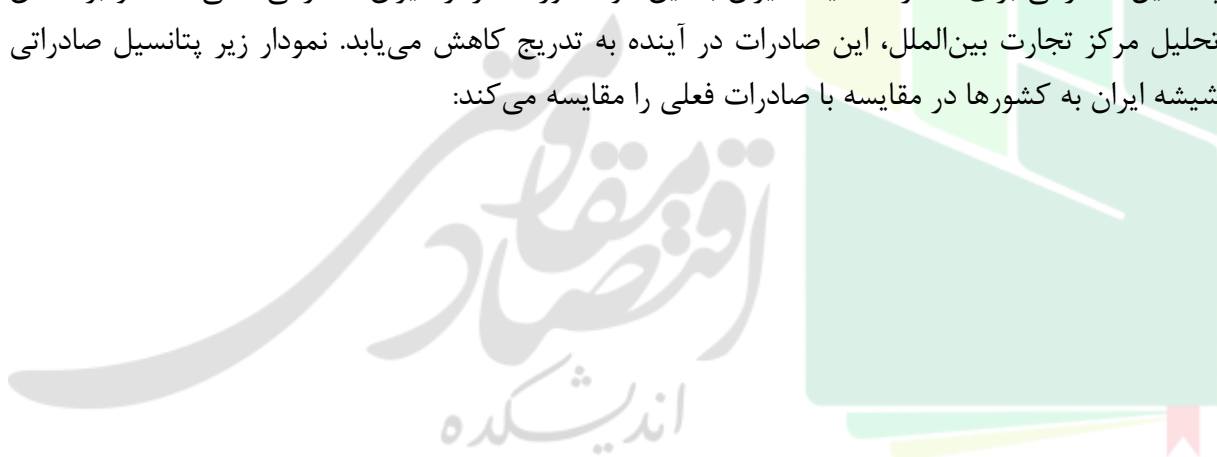
^۵ تولید ناخالص داخلی

مثال روشن از رهیافت وابستگی متقابل، پروژه صادرات برق و گاز به کشور عراق است. هرچند این اتفاق در ناحیه اقتصاد دولتی افتاده و به همین دلیل با چالش تحریم پذیری مواجه است. اما در صورتی که چنین وابستگی بین بخش خصوصی دو یا چند کشور برقرار شود، هزینه تحریم بالاتر رفته و یا بی اثر خواهد شد.^۱

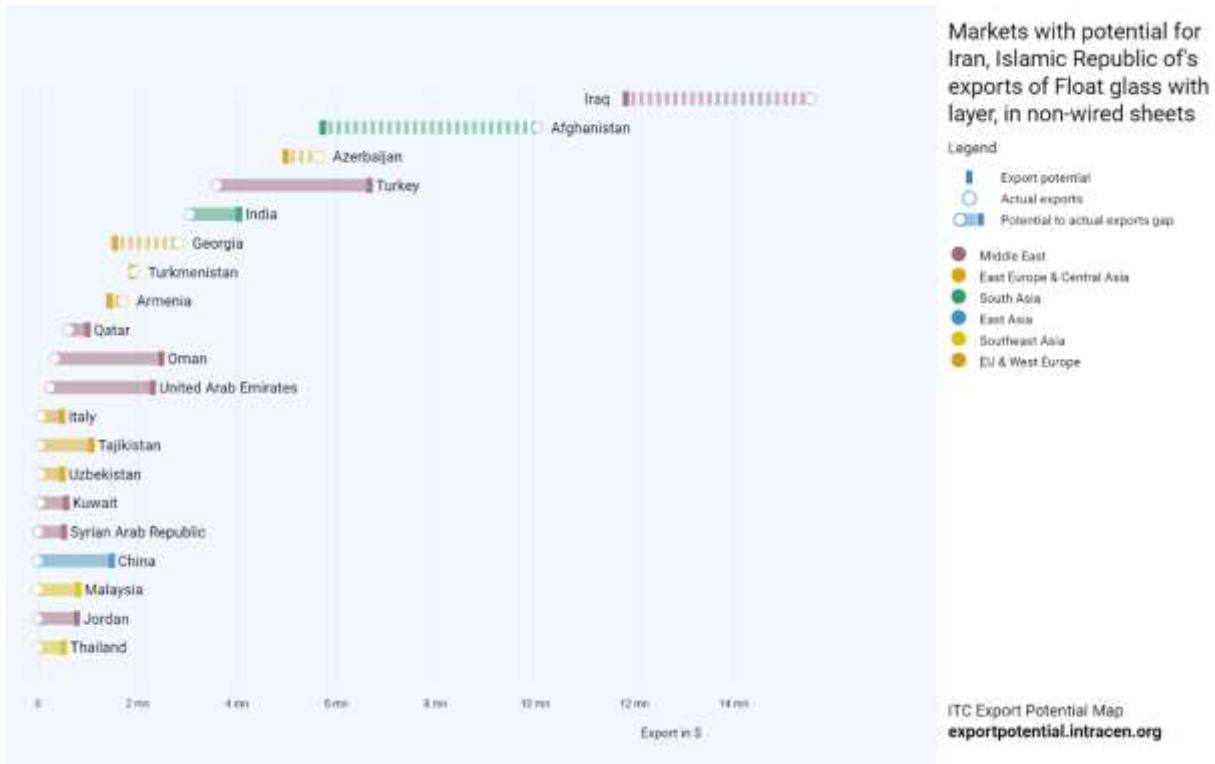
امنیت اقتصادی یک کشور، مؤلفه‌ای است که دولت و قوانین باید برای فعالان فراهم کنند تا در سایه آن، رشد اقتصادی و توزیع مناسب کالا و خدمات اتفاق بیفتد. گره خوردن اقتصاد همسایگان به یکدیگر می‌تواند امنیت اقتصادی را به همراه داشته باشد و به این ترتیب هزینه تحریم بین کشورها تقسیم می‌شود. به عبارت دیگر همسایگان هم از تحریم ایران متضرر می‌شوند و از همراهی با آن خودداری می‌کنند.

۲-۶- توسعه بازار صادراتی

در کنار بازارهای دارای ظرفیت کشورهای منطقه برای افزایش صادرات ایران، بسیاری از بازارهای موجود در این کشورها برای صادرات ایران رو به افول می‌روند. در حال حاضر دو شریک عمده صادرات ایران در منطقه، عراق و افغانستان هستند. در مثال پیش گفته درباره صادرات شیشه، بخش اعظمی از شیشه ایران نیز به این دو کشور صادر می‌شود. در حالیکه با توجه به ظرفیت صادراتی کشورهای دیگر، عوامل تعرفه‌ای و مزیت نسبی، پتانسیل صادراتی برای صادرات شیشه ایران به این دو کشور کمتر از میزان صادراتی فعلی است و بر اساس تحلیل مرکز تجارت بین‌الملل، این صادرات در آینده به تدریج کاهش می‌یابد. نمودار زیر پتانسیل صادراتی شیشه ایران به کشورهای در مقایسه با صادرات فعلی را مقایسه می‌کند:



^۱ یحیی آل اسحاق، ۱۳۹۰: راهنمای تجاری منطقه‌ای، ص ۷۷



نمودار ۶. مقایسه صادرات حقیقی و ظرفیت صادراتی شیشه فلوت ایران به کشورهای مختلف

بر اساس نمودار فوق، بازار شیشه ایران در عراق، افغانستان و آذربایجان بیش از حد اشباع شده و در عین حال، شیشه تولیدی ایران پتانسیل صادراتی قابل توجهی به برخی کشورها از جمله ترکیه و سوریه دارد که همچنان بی‌استفاده مانده است. مثال تأسیس شرکت شیشه کاوه در سوریه می‌تواند اهمیت این نوع از فعالیت اقتصادی را نشان دهد.

با ورود کشور عراق به سیاست‌های حمایت از تولید، کارشناسان معتقدند فرصت طلایی گسترش صادرات به عراق به پایان رسیده است. تصویب «قانون شهرک‌های صنعتی عراق» در جهت کاهش هرچه بیشتر واردات محصول نهایی از شرکای تجاری سابق عمل می‌کند و در عوض، درب‌های اقتصاد عراق را به روی سرمایه‌گذاران خارجی و تولید مشترک باز می‌گذارد. سرمایه‌گذاری شرکت‌های صادرکننده فعلی در شهرک‌های صنعتی عراق، ضامن صدمه ندیدن آنها از کاهش واردات عراق در اثر گسترش این شهرک‌هاست.^۱

بنابراین روی آوردن به تولید فرامرزی نه تنها برای توسعه صادرات، بلکه برای حفظ بازارهای صادراتی موجود نیز ضروری است.

۲-۶-۱- همگامی روند تجارت با تجارت عمودی

مشارکت کشورها در فرایند تولید، نیازمند مدلی از تجارت است که «تجارت عمودی» نام دارد. این الگو بر خلاف مفاهیم سرمایه‌گذاری خارجی، تملک و ادغام و برون‌سپاری که درباره رفتار شرکت‌هاست، روشی است

^۱ مسیر اقتصاد، <https://masireqtesad.ir/116815>

^۲Vertical trade

که سیاست کشورها را در فعالیت تجاری توصیف می‌کند. در این الگو کشورهایی که مکمل هم در فرایند تولید هستند، اقدام به انعقاد تفاهماتی با یکدیگر می‌کنند تا این فرایند تسهیل شود. به عنوان یکی از این اقدامات، برخی معتقدند آنچه موجب شده تا کشورها به سمت توسعه قراردادهای تجارت آزاد بروند، نیاز روزافزون به «تخصصی‌سازی عمودی»^۱ صنایع بوده است.^۲

در یک مطالعه بر روی برخی از کشورهای عضو سازمان OECD مشخص شد که سهم تجارت عمودی نسبت به کل تجارت در این کشورها به مرور زمان افزایش پیدا کرده است. در کمتر از دو دهه (بین سال‌های ۱۹۶۸ و ۱۹۹۰) تجارت عمودی این کشورها به طور متوسط در حدود ۲۰ درصد بیشتر شده است.^۳ به عبارت دیگر بین توسعه تجارت این کشورها و توسعه تخصصی‌سازی عمودی در تجارت آن‌ها، تلازم برقرار است.

بنابراین تجارت عمودی یکی از ضرورت‌های افزایش تجارت است، هرچند که این ضرورت در بین صنایع مختلف و کشورهای مختلف، متغیر است. در بخش‌های بعدی درباره این مبحث توضیح داده خواهد شد.

۲-۶-۲- چالش امکانات فروش در شرایط تحریم

هرچند بسیاری از کالاهای بخش خصوصی با مشکل تحریم حمل و نقل مواجه نیست، اما در صورتی که صادرکننده بخواهد کالای خود را با گواهی مبدأ ایرانی بفروشد، بسیاری از خریداران به دلیل هراس از مسدود شدن حساب بانکی خود از خرید کالا خودداری می‌کنند. فروشگاه‌های اینترنتی همچون آمازون، ای‌بی، و المارت، سوق و... که در سالهای اخیر به طور متوسط ۲۰ درصد از تجارت خرد جهانی^۴ را انجام داده‌اند نیز فروشندگان ایرانی را تحریم کرده‌اند. تحریم‌های مالی موجب شده بسیاری از تولیدکنندگان داخلی به سمت توسعه صادرات حرکت نکنند.

از طرفی تأمین‌کنندگان زنجیره‌های جهانی، به دلیل آنکه صادرکننده ایرانی تحریم بانکی است و فایننس بانکی برای صادرات به وی داده نمی‌شود، وارد معامله با طرف ایرانی نمی‌شوند، چون سرمایه در گردش کافی برای خرید انبوه از صادرکننده بدون مداخله فایننس بانکی ندارند. لذا صادرکننده انبوه ایرانی مجبور خواهد بود با تأمین‌کنندگان خرد معامله کند که کار را برای او بسیار دشوار می‌کند و با افزایش هزینه و کاهش سود همراه خواهد بود.

بنابراین در شرایط فعلی ارسال مستقیم کالا به کشورهای جهان، هم پاسخگوی نیاز روزافزون کشور به ارز حاصل از صادرات نیست و هم مانعی جدی برای توسعه صادرات به شمار می‌رود. در چنین شرایطی روی آوردن به تولید فرامرزی از طریق مشارکت در تولید، احداث کارخانه، و سرمایه‌گذاری مستقیم و غیر مستقیم خارجی

^۱ Vertical Specialization

^۲ کتاب Vertical Specialisation and New Regionalism، ص ۱۴۷ (<https://b2n.ir/f34722>)

^۳ نشریه مطالعات سیاستگذاری فدرال رزرو: تخصصی‌سازی عمودی و تغییر در تجارت جهانی (مشروح در پیوست)

^۴ آمار استاتیستا؛ <https://b2n.ir/e34154>

می‌تواند ابزار قابل توجه و توجیه پذیری برای توسعه بازار مصرف کالاهای تولید ایران و کاهش اثر تحریم‌ها در زنجیره صادرات، حمل و نقل و تأمین مالی باشد.



فصل ۲. کارکردهای تولید مشترک برای بنگاه‌های اقتصادی

صاحبان کسب‌وکار برای ایجاد پایگاه تجاری و تولیدی در کشورهای دیگر با مشکلات متعددی روبرو هستند. تولید مشترک هزینه سربار زیادی را به بنگاه تحمیل می‌کند، مناسب با مدل کسب‌وکار شرکت‌های کوچک نیست و تأمین امنیت سرمایه خارج شده از کشور نیز برای سرمایه‌گذار دشوار خواهد بود. همچنین این الگو نیازمند پوشش گسترده زنجیره تأمین در سراسر منطقه است تا بتواند فعالیت‌های شرکت‌ها را به یکدیگر پیوند دهد و تا حد ممکن به صورت تهاتری روابط بین آنها را برقرار کند. مدیریت این زنجیره به شرکت‌های مدیریت صادرات و تسهیل‌گران قدرتمند نیاز دارد که در حال حاضر در کشور موجود نیست.

اما در کنار مشکلات فوق، مشارکت فرامرزی در فرایند تولید کارکردهای متفاوتی نیز برای بنگاه‌ها دارد و صاحبان کسب‌وکار اهداف گوناگونی را از این الگو پی می‌گیرند. این اهداف می‌تواند در سه گروه کلی دسته‌بندی شود: گروه نخست کسب‌وکارهایی هستند که برای استفاده از بازار داخلی کشور مقصد با موانعی روبرو شدند. گروه دوم شرکت‌هایی هستند که برای استفاده از امکانات خاصی در کشور مقصد اقدام به تولید در آن کشور می‌کنند. هدف گروه سوم از تولید در کشور دیگر، استفاده از آن کشور به عنوان یک واسطه برای دستیابی به بازارهای صادراتی فراتر از آن است. در ادامه به بررسی این سه هدف و ذکر مثالهایی از هر یک پرداخته می‌شود.

۱- استفاده از بازار داخلی کشور مقصد

تصمیم کشورهای مقصد صادرات برای کاهش واردات به دلیل حمایت از تولید داخلی یا بروز موانع سیاسی، منجر به کاهش صادرات از کشور می‌شود. در چنین شرایطی یک تولیدکننده برای آنکه بتواند همچنان از بازار قبلی استفاده کند، باید به روش‌های جایگزین روی آورد.

۱-۱- ممنوعیت‌های تعرفه ای

یکی از موانع پدید آمده برای ادامه روند صادرات، سیاست‌های حمایتی با روش ممنوعیت واردات یا وضع تعرفه بالاست. از اوایل سال ۱۳۹۷ کشور عراق برای کالاهای متعدد، انواع نوشیدنی و به ویژه محصولات کشاورزی، ممنوعیت‌های وارداتی وضع کرده که در بیشتر اقلام آن، ایران از بازار مناسبی در کشور عراق برخوردار بوده است.^۱ در ادامه راهکار دو شرکت زمزم و کاله در مواجهه با این مشکل بررسی شده است.

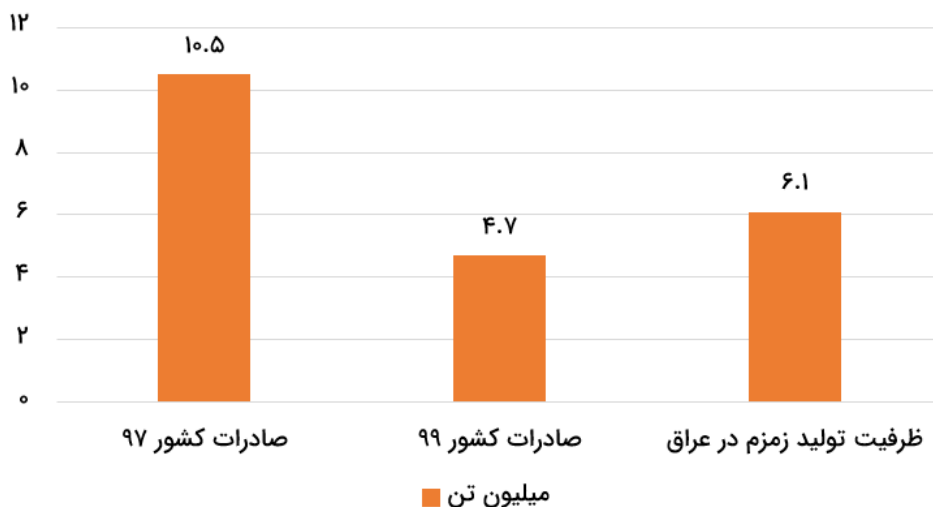
۱-۱-۱- اعطای لیسانس زمزم به هاملت عراق

تا سال ۱۳۹۸ مقصد عمده صادراتی هلدینگ صنایع غذایی پارس (متعلق به بنیاد مستضعفان) کشور عراق بوده است. در شرایطی که کشور عراق به دلیل حمایت از کارخانجات داخلی و افزایش تولید ملی، ممنوعیت ورود نوشیدنی را تصویب کرد، شرکت زمزم ایران به عنوان یکی از شرکت‌های هلدینگ پارس با امضای قرارداد

^۱ دنیای اقتصاد، کد خبر: ۳۶۹۳۱۲۳

تولید تحت لیسانس زمزم ایران با شرکت هاملت عراق^۱ و پس از انجام مقدمات لازم و ارسال مواد اولیه و اقدامات فنی مورد نیاز، تولید محصولات خود را با استفاده از خط تولید شرکت الکویت (با خط تولید ۴۲ هزار بطری شیشه در ساعت) مستقر در شهر بغداد آغاز کرد.^۲ علاوه بر این هلدینگ پارس با داشتن چندین کارخانه تولید نوشیدنی همچون زمزم و بهنوش، توانایی ورود به زنجیره تأمین عراق و صادرات کنسانتره، شیشه و سایر مواد اولیه و خدمات فنی مهندسی را به آن کشور دارد که برای پایدار بودن این الگو، توسعه مشارکت با طرف عراقی در تشکیل زنجیره ارزش در درون کشور عراق ضروری است.^۳ نمودار زیر صادرات نوشابه ایران به عراق را با ظرفیت تولید این کارخانه مقایسه می‌کند:

مقایسه آب و نوشابه صادراتی با تولید زمزم عراق



نمودار ۷. مقایسه صادرات کشور در ردیف تعرفه آب و نوشابه به عراق با ظرفیت تولیدی کارخانه زمزم در این کشور

۱-۱-۲- تولید لبنیات کاله در عراق

شرکت کاله از سال ۱۳۹۵ اقدام به تأسیس کارخانه فراوری محصولات لبنی در عراق شامل پالایشگاه شیر و خط تولید دوغ و ماست کرد. این کارخانه تا پیش از محدودیت‌های صادراتی روزانه ۵۰۰ تا ۷۰۰ تن صادرات محصولات لبنی به عراق داشت، اما با وضع این ممنوعیت‌ها تمرکز خود را بر تولید لبنیات در عراق گذاشت به نحوی که با ظرفیت روزانه ۵۰۰ تن تولید انواع محصول لبنی به کار خود ادامه داد.^۴

بر اساس آمار گمرک، در سال ۱۳۹۷ مجموع صادرات ماست ایران به عراق ۹۶ هزار تن و مجموع صادرات دوغ نیز ۶۶ هزار تن بود. در حالیکه طبق گفته مدیرعامل شرکت کاله، کارخانه کربلا تا پیش از آتش‌سوزی خرداد ۱۳۹۸ با ظرفیت روزانه ۳۰۰ تن ماست (معادل ۱۰۹ هزار تن سالانه) و ۲۰۰ تن دوغ (معادل ۷۳ هزار تن

^۱ شرکت هاملت به عنوان نماینده انحصاری زمزم در عراق دارای نمایندگی پخش در استانهای مختلف این کشور است.

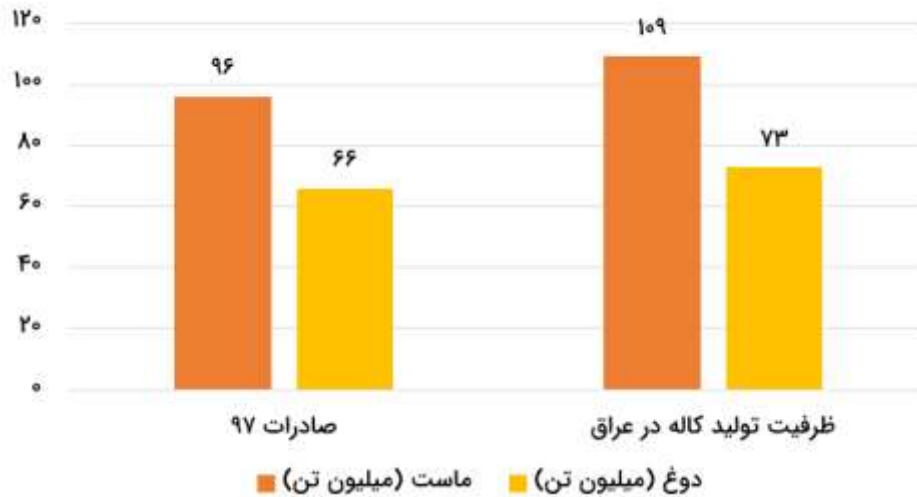
^۲ خبرگزاری تابناک؛ شناسه خبر ۹۹۵۵۹۲

^۳ گفتگو با آقای ملک ثابت؛ مسئول واحد صادرات صنایع غذایی بنیاد

^۴ اتافق بازرگانی، کد خبر: ۳۰۹۱۹

سالانه) به تولید می‌پردازد. همچنین این مجموعه با ۱۲ شعبه پخش در شهرهای مختلف عراق همکاری می‌کند. نمودار زیر صادرات لبنیات ایران به عراق را با تولید این کارخانه مقایسه می‌کند:

مقایسه ماست و دوغ صادراتی کشور با تولید کاله



نمودار ۸. مقایسه صادرات دوغ و ماست به عراق با ظرفیت تولید کاله در این کشور

۱-۲- غلبه بر موانع فرهنگی

مشارکت در زنجیره تولید در مواردی که شرایط کشور مقصد به دلیل تصمیمات داخلی یا روابط سیاسی فیما بین برای صادرات مستقیم مناسب نیست، قابل استفاده است و تولیدکننده کشور مبدأ می‌تواند با این روش از اقتصاد کشور میزبان بهره برد.

مثال مناسب در این زمینه، ورود شرکت عربستانی صافولا به ایران است که با وجود قطع دوره‌ای روابط دیپلماتیک دو کشور، در یک دهه گذشته در صنایع روغن نباتی ایران حضور داشته است. پس از حادثه ۱۱ سپتامبر ۲۰۰۱، شرکت صافولا عربستان برای جلوگیری از بلوکه شدن سرمایه خود تصمیم گرفت تا دارایی‌اش را در صنایع کشورهای مختلف سرمایه‌گذاری کند. بدین ترتیب شرکت صافولا از سال ۲۰۰۴ شروع به خرید سهام شرکت صنایع بهشهر کرد به نحوی که در سال ۲۰۱۶ در حدود ۸۰ درصد کارخانه بهشهر را در دست گرفت. سود سالانه صافولا از این اقدام به طور متوسط ۴۰۰ میلیارد تومان برآورد می‌شد. در همین سال به دلیل فشار رسانه‌ای، شرکت مارگارین (از توابع صنایع بهشهر) توسط هلدینگ بانک ملی بازتملک شد. اما با این وجود، نام شرکت صافولا بهشهر همچنان در بین سهام‌داران این شرکت ایرانی دیده می‌شود. «یوسف عزیز

^۱ این شرکت در حال حاضر علاوه بر روغن نباتی ایران، در مصر در زمینه شکر و در ترکیه نیز در رابطه با روغن نباتی فعال است.
^۲ شرکت سرمایه‌گذاری گروه توسعه ملی، مسئول اداره هلدینگ‌های اقتصادی بانک ملی است که از سال ۱۳۴۹ مالکیت شرکت توسعه صنایع بهشهر را در اختیار داشت و بعد از سهامی عام شدن این شرکت نیز، سهامدار عمده آن باقی ماند. شرکت توسعه صنایع بهشهر دو کارخانه روغن نباتی داشت: یکی کارخانه بهشهر که روغن نباتی لادن، بهار و نسترن را تولید می‌کرد و یکی کارخانه روغن نباتی مارگارین که دو برند آفتاب و خروس از تولیدات این کارخانه بودند.

رامجو» به عنوان نماینده شرکت صافولا بهشهر (سهامی خاص) در سمت رئیس هیات مدیره شرکت مارگارین قرار دارد و مدیرعامل این شرکت نیز نماینده شرکت شکر صافولا بهشهر است.

هر چند طی این سالها سهم صافولا در ایران در حال تغییر بوده اما این شرکت همچنان رکن اصلی بزرگترین تولیدکننده روغن در ایران است. مجموعه صنایع بهشهر بیش از ۳۰ درصد تولید داخلی روغن کشور را به خود اختصاص داده است. مقامات این شرکت با وجود تنشها بین ایران و عربستان، همچنان امیدوار به ادامه حضور در بازار ایران بودهاند.^۱

۱-۳-۳- کالاهای پرمصرف

در حالیکه هزینه سربار تأسیس نمایندگی در کشورهای مصرفکننده خصوصاً برای کسب و کارهای کوچک بسیار زیاد است، اما در حوزه کالاهای تندمصرف (FMCG)^۲ داشتن نمایندگی تولید یا فروش در کشورها می‌تواند به توسعه صادرات کمک کند. به طور مثال پتانسیل صادراتی پسته ایران به چین، بر اساس مدل‌سازی سایت مرکز جهانی تجارت تا دو برابر ارزش صادرات فعلی ظرفیت دارد.^۳ در همین راستا، شرکت زنجیره تأمین کوروش (متعلق به هلدینگ گلرنگ) اقدام به تأسیس انبار پسته در شهر نینگبو^۴ کرده و با بسته‌بندی پسته در بسته‌های ۱۰۰ گرمی از ارزش افزوده این الگو استفاده می‌کند. به این ترتیب، محصول پسته که به طور متوسط با ارزش ۶,۶ دلار بر کیلوگرم از ایران صادر می‌شود بعد از بسته‌بندی با ارزش ۲۰ دلار بر کیلوگرم فروخته می‌شود.^۵

۱-۳-۱- تولید پودر لباسشویی در افغانستان و عراق

«گروه صنعتی گلرنگ» یکی از شرکت‌های پیشرو در روش‌های نوین تجارت است. این هلدینگ که در افغانستان با نام شرکت دنیا اینترنشنال گروپ فعالیت می‌کند، پس از تأسیس کارخانه تولید مایعات شوینده و تولید پرفورم ظروف پلاستیکی بهداشتی در کابل، در سال ۱۳۹۸ اقدام به تأسیس کارخانه تولید پودر لباسشویی در شهرک صنعتی هرات نمود. این کارخانه با سرمایه اولیه ۵ میلیون دلار بنا شد. هدفگذاری این کارخانه تأمین ۵۰ درصد نیاز داخلی افغانستان به پودر لباسشویی و صادرات به کشورهای همسایه افغانستان است.

در حالیکه مجموع صادرات پودر لباسشویی ایران در سال ۱۳۹۷ به افغانستان ۱۳ هزار تن و به مجموعه کشورهای شرقی و همسایگان منطقه‌ای افغانستان ۳۹ هزار تن بوده است، کارخانه پودر گلرنگ هرات با ظرفیت

^۱ بورس امروز <https://boursemrooz.com/?p=13403>؛ نود اقتصادی، کد خبر ۲۰۰۲۰۹۶؛ شرکتهای تابعه گروه توسعه ملی <https://tmngic.ir/subsidiary>

^۲Fast-moving consumer goods

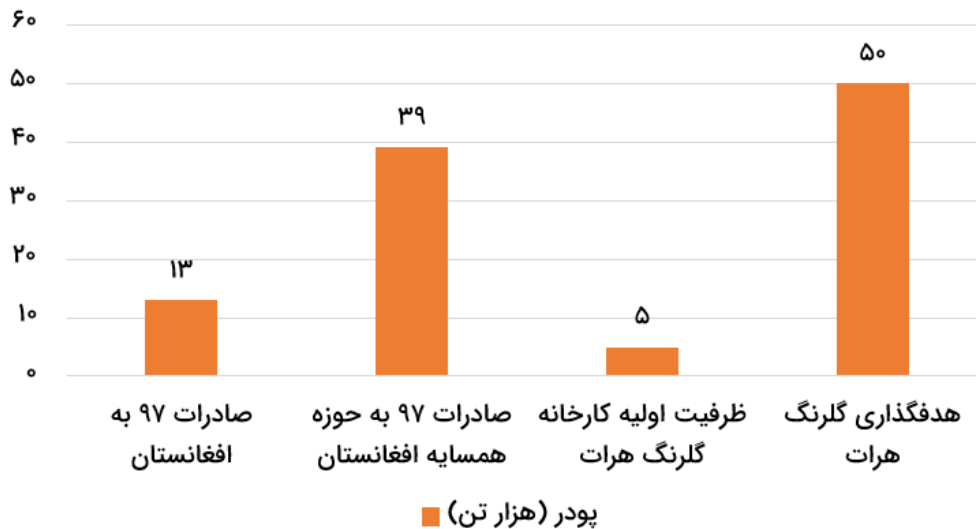
^۳ سایت پتانسیل مپ ITC (<https://b2n.ir/j77955>) بر اساس تحلیل این سایت متوسط صادرات فعلی پسته ایران به چین ۱۱۰ میلیون دلار است که می‌تواند تا ۲۵۶ میلیون دلار افزایش پیدا کند.

^۴ Ningbo

^۵ گفتگو با آقای نسخی، فعال در حوزه صادرات و واردات

اولیه ۲ تن در ساعت (۵ هزار تن در سال) فعالیت خود را آغاز کرد. نمودار زیر صادرات پودر لباسشویی از ایران به کشورهای شرقی را با ظرفیت و هدفگذاری این کارخانه مقایسه می‌کند:

مقایسه صادرات پودر با تولید در افغانستان



نمودار ۹. مقایسه صادرات پودر ایران به کشورهای شرقی با تولید پودر در کارخانه گلرنگ هرات این هلدینگ به منظور ارتقای صادرات، برخی از این برندها را در کشورهای هدف صادراتی نیز به ثبت رسانده است. از دیگر فعالیت‌های نوآورانه هلدینگ گلرنگ می‌توان به راه اندازی دانشگاه جامع علمی کاربردی گلرنگ با هدف ارتقای سطح مهارت شاغلان بخشهای مختلف صنعت در سال ۱۳۸۷ و راه‌اندازی فروشگاه‌های زنجیره‌ای افق کوروش در سال ۱۳۸۸ اشاره کرد. این فروشگاه زنجیره‌ای هم‌اکنون در عراق نیز فعال است.

۱-۴- کالای دارای سقف فروش

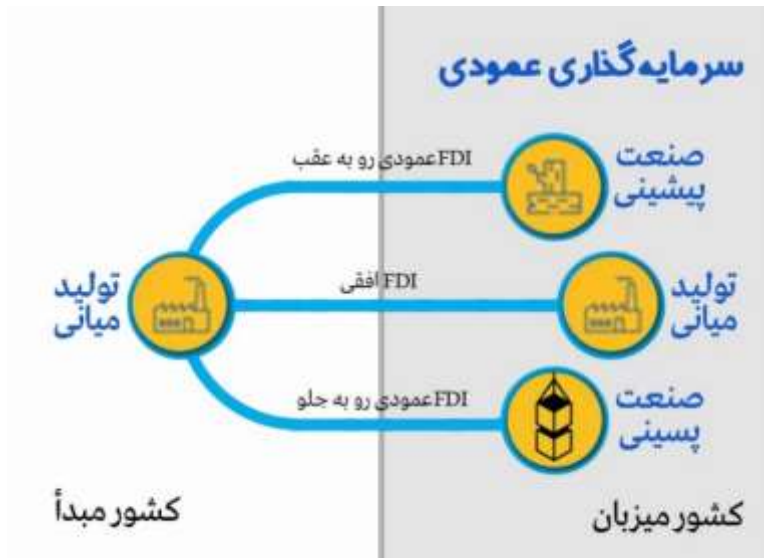
یکی از روش‌های تجارت تهاجمی آن است که خرید و فروش پیش از تولید اتفاق افتاده یا ضمانت شود. برای این منظور، شرکت تولیدکننده با سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی^۴ در صنایع پسینی، زمینه فروش دائمی محصول خود در خارج از کشور را فراهم می‌کند. در نمودار زیر انواع سرمایه‌گذاری FDI با یکدیگر مقایسه شده است:

^۱ این عدد در صورت کار روزانه ۸ ساعت محاسبه شده است. بر اساس گفته مدیرعامل شرکت هدفگذاری این کارخانه تولید ۵۰ هزار تن در سال است.

^۲ سایت پاکشو، <https://b2n.ir/d75642>

^۳ گفتگو با آقای حاج کاظمیان؛ صادرکننده و کارآفرین نمونه کشوری

^۴ Foreign Direct Investment



نمودار ۱۰. مقایسه انواع سرمایه گذاری FDI

مطابق نمودار فوق؛

یک سرمایه گذاری FDI افقی زمانی اتفاق می افتد که یک شرکت همان نوع فعالیت تجاری کشور خود را در کشور خارجی ایجاد یا تملک کند. به عنوان مثال، تویوتا هم در ایالات متحده و هم در چین اتومبیل مونتاژ می کند.

سرمایه گذاری FDI عمودی زمانی اتفاق می افتد که یک شرکت تصمیم به احداث یا تملک شرکتی کند که نقش یک تأمین کننده (FDI عمودی رو به عقب) یا یک توزیع کننده (FDI عمودی رو به جلو) را ایفا کند. شرکتهایی که اقدام به این عملیات کنند معمولاً به دنبال بهبود قیمت مواد اولیه، تأمین برخی از اجزای اصلی یا گسترش و تضمین بازار مصرف هستند.^۱

همین استراتژی در مذاکرات برای احداث پالایشگاه در اندونزی توسط ایران پیگیری شده است. از آنجا که فروش نفت خام کشور دچار مشکل شده است، وزارت نفت تصمیم گرفت پالایشگاهی ۸,۴ میلیارد دلاری در جاوه اندونزی احداث کند که خوراک این پالایشگاه، نفت خام فوق سنگین ایران خواهد بود.^۲

وزارت نفت ایران از سال ۱۳۹۸ اعلام کرد دور جدید مذاکره با کشورهای خارجی برای احداث پالایشگاه یا خرید سهام آنها را آغاز کرده، با این شرط که خوراک این پالایشگاهها از نفت ایران تأمین شود. در سالهای قبل نیز تجربه‌های مشابه همچون مشارکت در ساخت پالایشگاه در مالزی (سال ۱۳۸۸^۳ و ۱۳۹۵^۴) و موزامبیک

^۱ به عنوان مثال فورد علاوه بر شرکت‌های خودروسازی زیرمجموعه شرکت فورد، یک ناوگان کشتی و یک راه‌آهن آمریکا را خرید. همچنین یک کارخانه لاستیک‌سازی برزیلی را خرید تا عرضه تایرهای خود را در آن منطقه تضمین کند. مطالب برگرفته از سایت CFI: <https://b2n.ir/f96024>

^۲ سایت تحلیل بازار، کد خبر: ۵۵۷۹۹

^۳ شرکت ملی پخش فرآورده‌های نفتی، <https://b2n.ir/q00155>

^۴ پارس مدیا، <https://b2n.ir/y22880>

(سال ۱۳۷۷)^۱ مطرح بوده است. قبل از انقلاب اسلامی نیز، ایران سهام چهار پالایشگاه بزرگ خارجی را در اختیار داشت.^۲

استفاده از روش سرمایه‌گذاری عمودی مختص به شرایط تحریم نیست. عمدتاً زمانی که تعدد رقبا اجازه فعالیت بیشتر را به تأمین‌کننده نمی‌دهد، وی به مرور زمان به سقف فروش کالای خود می‌رسد. در نتیجه تأمین‌کننده‌ی حلقه‌های ابتدایی با تملک حلقه‌های بعدی، خریدهای آتی از شرکت خود را تضمین می‌کند.

به عنوان مثال شرکت «مرکز غذایی ترکیه»^۴ ثبت ۱۹۸۰ میلادی در انگلیس، که در ابتدا یک مرکز خرده‌فروشی مواد غذایی ترکیه‌ای بود، پس از چهار دهه رشد، تبدیل به یک هلدینگ واردات صنایع غذایی ترک با ۱۱ شعبه شد. این هلدینگ به دنبال آن بود که جایگاه خود را در تأمین مواد غذایی انگلیس ارتقا بخشد و یک استراتژی برای تبدیل شدن به بزرگترین ارائه‌دهنده غذا در انگلیس داشت. بنابراین در سال ۲۰۱۹ اقدام به خرید یکی از عمده‌فروشان تأمین مواد غذایی انگلیس با نام استاربرگر^۵ کرد.

در همین چارچوب بعنوان یکی از استراتژی‌های تقویت صادرات ایران، در صورتی که صنعتی در کشورهای منطقه خریدار تولیدات میانی داخلی است، می‌توان در آن صنعت سرمایه‌گذاری کرد و فروش محصول میانی ایرانی به آن صنعت را تسهیل کرد. به عنوان مثال صنایع پتروشیمی ایران می‌توانند سرمایه‌گذاری و تملک در صنایع پستی منطقه که از محصولات پتروشیمی استفاده می‌کنند (همچون تولیدی‌های کفش در ترکیه) را در دستور کار خود قرار دهند تا افزون بر تضمین فروش، در درازمدت کشور بتواند از سرریز فناوری این شرکت‌ها بهره‌مند شود.

۲- استفاده از امکانات کشور مقصد

بخش دیگری از اهداف مورد پیگیری برای اقدام شرکت‌ها به تولید مشترک، در حوزه امکاناتی است که در کشور مقصد وجود دارد. این امکانات ممکن است شامل نهاده‌های تولید، فناوری و بازار کشور مقصد باشد.

۲-۱- زمین، انرژی و نیروی کار ارزان

یکی از مهم‌ترین عوامل روی آوردن کشورها به انواع تجارت عمودی، گرانی نیروی کار در کشور مبدأ است. به این ترتیب کشوری که در همسایگی کشور تولیدکننده یک محصول، از نیروی کار ارزان‌تری برخوردار است، می‌تواند با جذب بخشی از خط تولید صنایع مختلف در مناطق مرزی، اقدام به اشتغال‌زایی کند.

^۱ خبرگزاری ایرنا؛ کد خبر: ۶۹۳۳۸۴۷

^۲ اقتصاد آنلاین، <https://b2n.ir/a27935>

^۳ تملک، تصاحب یا Acquisition هنگامی اطلاق می‌شود که یک شرکت، شرکت دیگری را به تملک می‌گیرد و خود را به عنوان مالک جدید معرفی می‌کند. در طرف دیگر، ادغام یا merger زمانی رخ می‌دهد که دو بنگاه اقتصادی تقریباً هم اندازه ادغام شوند. دو شرکت سابق در این حالت بجای آنکه بطور جداگانه تحت اداره مدیران سابق خود باقی بمانند، با هم متحد شده و به عنوان یک موجودیت واحد جدید پیش می‌روند. (investopedia)

^۴ TFC مخفف Turkish Food Centre

^۵Starburger

^۶ سایت The Grocer: <https://b2n.ir/w82183>

۲-۱-۱- شرکت‌های ماکیلادورا در مرز مکزیک و آمریکا

این نوع از تجارت در گذر زمان در مکزیک به طور قابل توجهی افزایش یافته است. ماکیلادوراها^۱ کارخانه‌های تولیدی آمریکایی هستند که برای تکمیل پردازش یا مونتاژ ثانویه اجزای وارداتی در مکزیک فعالیت می‌کنند و محصول نهایی را برای صادرات به آمریکا برمی‌گردانند. در سال ۱۹۷۹، سهم تجارت کالاهای واسطه ماکیلادورا از کل تجارت آمریکایی-مکزیکی به طور متوسط حدود ۲۰ درصد بود. اما در سال ۱۹۹۶ حداقل ۵۰ درصد از تجارت ایالات متحده و مکزیک توسط فرایند «تخصصی‌سازی عمودی» برآورد شد.

یک کارخانه ماکیلادورا مواد و یا تجهیزات تولید صنایع برق، الکترونیک، تجهیزات حمل و نقل و منسوجات را بدون مالیات از آمریکا وارد می‌کند. سپس محصولات نهایی در قالب یک برنامه مشخص به کشورهای دیگر صادر می‌شوند.

شرکت‌های آمریکایی که از ماکیلادورا استفاده می‌کنند از رفتار مالیاتی مناسب دولت آمریکا بهره می‌برند. طبق قوانین ایالات متحده، اجزای ساخت آمریکای کالاهای ساخته شده ماکیلادورا که به ایالات متحده برگردانده می‌شوند از تعرفه‌های ایالات متحده معاف هستند. در نتیجه، تنها بخشی مشمول مالیات است که ارزش افزوده مکزیکی کالاهای صادر شده به ایالات متحده باشد. در اثر این سیاست‌ها شرکت‌های آمریکایی با برون سپاری بخش بزرگی از مونتاژ کالاهای تولیدی به ماکیلادوراها به طور فزاینده‌ای به تخصصی‌سازی عمودی روی آورده‌اند.

۲-۲- فناوری موجود در کشور همسایه

تولید برخی کالاها در کشور با محدودیت فناوری روبروست در حالیکه این فناوری در کشورهای همسایه موجود است. به طور مثال تولید قطعات خودرو در کشور به صرفه نیست و برای رساندن این صنعت به حد مطلوب، نیاز به سرمایه‌گذاری بالا وجود دارد. اما به دلیل ضرورت‌های مربوط به تحریم، شرکت‌های قطعه‌ساز ایرانی اقدام به تولید داخلی قطعات خودروهای اروپایی کرده‌اند. در حالیکه مطابق نتایج یک پژوهش، ترکیه که سالانه ۴۲۰ میلیون دلار قطعه به ایران صادر می‌کند، می‌تواند بخشی از قطعات مربوط به محصولات رنو و پژو را تأمین کند.^۲ به عبارت دیگر ترکیه گزینه مناسبی برای دوران تحریم است تا با توجه به جهت‌گیری‌های منطقه‌ای، بتواند در کوتاه‌مدت و میان‌مدت به‌عنوان منبع جدید تأمین قطعات منفصله مورد بررسی قرار گیرد و سیاست داخلی‌سازی قطعات خودرو به عنوان سیاستی موازی و درازمدت پیگیری شود.

۲-۳- فناوری تحریم شده

برخی تکنولوژی‌ها برای ورود به داخل کشور با مشکل تحریم روبرو هستند اما با احداث تولیدی در کشورهایایی مثل عمان که تعرفه صفر با کشورهای دارنده تکنولوژی دارند، می‌توان به راحتی فرایند جذب و سرریز تکنولوژی

^۱Mexico's Maquiladoras

^۲ گزارش مرکز پژوهش‌های مجلس، <https://b2n.ir/j08694>

را محقق کرد. تعرفه گمرکی عمان برای بسیاری از مواد وارداتی از ایران صفر، و تعرفه بسیاری از مواد ۵ درصد است.^۱ از طرفی تعرفه ترجیحی تجارت این کشور در تمام کالاها با امریکا، سوئیس، سوئد و بسیاری دیگر از کشورها صفر است. بنابراین می‌توان صنایع دارای فناوری بالا را که ورود آن به داخل کشور دچار مشکل است، با جذب تکنولوژی در کشور واسطه راه اندازی کرد.

۲-۴- استفاده از ماده اولیه موجود در کشور خارجی

کشور سوریه که از معادن با ارزش فسفات برخوردار است در سال ۱۳۹۵ امتیاز بهره‌برداری از معادن فسفات الشرقیه را به ایران واگذار کرده است. اما ایران در حال حاضر با اینکه مجوز استخراج ۱,۲ میلیارد تن فسفات را دارد، سالانه تنها ۲۵۰ هزار تن فسفات به اندازه نیاز داخلی از این ماده معدنی را از سوریه وارد می‌کند. این در حالی است که می‌توان با تأسیس کارخانه کود جدید در سوریه بهره‌برداری از معادن را افزایش داد. انتقال فسفات خام با حجم و سرعت بیشتر به داخل کشور از توان لجستیکی کشور خارج است و با روند فعلی نیز، استخراج سهم توافق شده از معدن مذکور حدود ۵۰۰۰ سال طول خواهد کشید. بنابراین یکی از راه‌های استفاده بهینه از این معدن، فرآوری فسفات در کشور سوریه توسط شرکتهای ایرانی و استفاده از ظرفیت صادرات آن به کشورهای مجاور خواهد بود.

۲-۵- اشباع بازار تولیدی داخل کشور

شهر مرند در آذربایجان شرقی یکی از مناطق فعال در تولید مبلمان است و با توجه به انبوه رقبا، ورود شرکت‌های جدید به بازار در این منطقه به صرفه نیست. بنابراین شرکت آذرمل مرند تصمیم به تغییر در مدل کسب و کار خود گرفته و با تأسیس یک کارگاه در باکو کشور آذربایجان، موفق شد در مقابل رقبا دوام بیاورد. هدفگذاری این شرکت، نه فقط صادرات به کشور آذربایجان بلکه ورود به بازار ازبکستان و قزاقستان بود. بنابراین یک شرکت آذربایجانی به نام مبلند ثبت کرد. شیوه فعالیت این شرکت به این صورت است که فرایند CNC و منبت کاری در ایران انجام شده و قطعات بصورت بسته بندی بعنوان مواد خام مورد نیاز شرکت آذری به باکو فرستاده می‌شود. در نتیجه با اینکه عوارض گمرکی آذربایجان ۴۰ درصد است، اما این شرکت تنها ۵ درصد عوارض می‌دهد. در آنجا قطعات مونتاژ شده و به شرکت‌های پخش آذربایجانی تحویل می‌شود. همچنین دستگاه‌های مربوطه بعنوان ابزار مورد نیاز شرکت، با معافیت انتقال داده شده و قابل استرداد در هر زمان است. به این ترتیب این شرکت با توجه به اینکه گواهی مبدأ آذربایجانی را دریافت می‌کند، بنا دارد کالای خود را در آینده به کشورهای آسیای میانه ارسال کند.

^۱ سایت عمان اینوست، <https://Omaninvest.ir>

^۲ مسیر اقتصاد، <https://masireqtesad.ir/113424>

به گفته مدیر این مجموعه، سود این فرایند بسیار بیشتر از تکمیل محصول در ایران است. چرا که در کشور آذربایجان کارگاه تولید میل دارای CNC وجود ندارد و کالای مشابه ترک ۴۰۰ دلار قیمت دارد درحالیکه قیمت تمام شده این شرکت ۱۰۰ دلار است.^۱

۳- استفاده از بازار صادراتی کشور واسطه

دسته سوم از کارکردهای تولید فرامرزی برای شرکت‌ها، استفاده از امکانات صادراتی کشورهای واسطه است. ثبت یک شرکت با هویت ایرانی در کشورهای همسایه می‌تواند برای مدیریت فعالیت‌های داخلی در آن کشور مفید باشد، اما در صورت تأسیس شرکت با هویت میزبان، با اجرای بخشی از زنجیره تولید در کشور واسطه و نهایی‌سازی محصول، می‌تواند گواهی مبدأ جدیدی را در اختیار بگیرد. به این صورت، راه مناسبی برای صادرات بین‌المللی از یک کشور واسطه پیدا می‌کند که می‌تواند به دلایلی مفید واقع شود.

۳-۱- صادرات با پوشش تحریم‌ناپذیر

یکی از دلایل روی آوردن به این نوع از تجارت، آن است که گواهی مبدأ کشور واسطه می‌تواند در شبکه تجارت جهانی پوششی برای عدم شناسایی طرف ایرانی و تحریم‌ناپذیری صادرات شود.

۳-۱-۱- فرآوری روی خان‌خاتون در خارج از کشور

مجتمع معدنی و فرآوری سرب و روی خان‌خاتون، مشتمل بر معدن سنگ روی دارزین و کارخانه فرآوری ابارق در استان کرمان است. این مجتمع در صدد است در آینده‌ای نزدیک، اقدام به احداث یک کارخانه فرآوری در خارج از کشور کند.

طبق اعلام مدیرعامل این مجتمع یکی از پیشنهادهای مطرح شده در این زمینه، تأسیس یک کارخانه تولید کود سولفات روی است. اگر سولفات روی در کارخانه‌ای واقع در ایران تولید شود، به دلیل تحریم‌های امریکا در حوزه فلزات، صادرات محصولات دچار مشکل می‌شود. اما اگر این کارخانه در خارج از مرز تأسیس شود با مشکل تحریم مواجه نخواهد شد. به گفته این مسئول، مواد اولیه مورد نیاز واحد معدنی مدنظر از داخل کشور تأمین خواهد شد.^۳

۳-۲- معاهدات ترجیحی کشور واسطه

طبق قوانین کشوری مانند عمان، شرکت‌ها می‌توانند کالاهای خود را در صورت ایجاد ۳۰ درصد ارزش افزوده در مناطق آزاد عمان، به کالای با هویت عمانی تغییر داده و با دریافت گواهی مبدأ این کشور کالا را با عنوان عمانی به سایر کشورها صادر کنند.^۴ عمان با ۱۶ کشور عربی - آفریقایی و چهار کشور اروپایی، سنگاپور و امریکا

^۱ گفتگو با آقای بجلی مدیرعامل شرکت

^۲ Certification of origin

^۳ سایت فلزات آنلاین، <https://b2n.ir/q77243>

^۴ رئیس اتاق مشترک بازرگانی ایران و عمان (تحلیل بازار، کد خبر ۳۴۷۲۷)

قرارداد تجارت آزاد (FTA) دارد که به موجب این قرارداد، کالاها با گواهی مبدأ عمان می‌تواند با تعرفه گمرکی صفر به این کشورها صادر شود. با توجه به اینکه تعرفه گمرکی بسیاری از این کشورها بالاست، این ظرفیت می‌تواند برای محصولات ایرانی مفید باشد. یک نمونه از این ظرفیت، فراوری و بسته‌بندی خشکبار در این کشور و صادرات به کشورهای عربی منطقه با تعرفه صفر است.



فصل ۳. تجربیات جهانی در زمینه تولید مشترک

روند تجارت جهانی در دو دهه اخیر نشان می‌دهد که همواره تجارت جهانی محصولات میانی و نیمه‌ساخته به‌طور قابل‌ملاحظه‌ای بیشتر از هر یک از محصولات نهایی، مواد خام و کالاهای سرمایه‌ای به تنهایی بوده است و حدود ۴۰ درصد از کل تجارت جهانی را شامل می‌شود. درحالی‌که در اوایل دهه ۱۹۹۰ بیش از نیمی از تجارت محصولات میانی بین کشورهای توسعه‌یافته و تنها ۱۰ درصد بین کشورهای درحال توسعه بود، اما در اواخر دهه ۲۰۰۰، کشورهای درحال توسعه در بیش از ۶۰ درصد از تجارت محصولات میانی ایفای نقش کرده‌اند.^۱

به تقسیم فرایند تولید بین کشورها از دو نگاه می‌توان پرداخت؛ در نگاه اول، سیاست شرکت‌ها برای تقسیم فعالیت بررسی می‌شود. در این رویکرد، ادبیات بحث با مفاهیمی همچون برون‌سپاری، سرمایه‌گذاری عمودی و افقی، ادغام و تملک شرکت‌ها پیش می‌رود.

اما در نگاه دوم، سیاست دولت‌ها برای تقسیم فرایند تولید با کشورهای شریک مورد بررسی قرار می‌گیرد. برای اجرای خط تولید بسیاری از کالاهای دو یا چند کشور در طی یک زنجیره نقش‌آفرینی می‌کنند که این سیاست، منافع اقتصادی را برای هر دو طرف به همراه دارد. سیاست‌گذاری دولت‌ها برای تقسیم فرایند تولید در صنایع مختلف بین کشورها که «تخصصی‌سازی عمودی» نام دارد، گاه به این صورت است که فعالیت‌هایی که نیاز به تخصص ندارند در کشوری که هزینه نیروی کار در آن کمتر است انجام می‌شود تا در کشوری با نیروی کار گران‌تر، تنها بخش‌های تخصصی انجام بگیرد؛ و گاه بخشی از تکنولوژی در کشور اول و بخشی از تکنولوژی در کشور دوم وجود دارد که مکمل یکدیگر در تولید یک محصول نهایی هستند. به این ترتیب هر کشور از پتانسیل کشور دیگر استفاده می‌کند و هزینه سربار ایجاد زیرساخت‌های یک تکنولوژی یا واردات تکنولوژی را پرداخت نمی‌کند. نمودار زیر تصویری کلی از این فرایند را نشان می‌دهد:

^۱ ماهنامه علمی - تخصصی لجستیک و زنجیره تأمین؛ <https://b2n.ir/b03568>



نمودار ۱۱. نمای فرایند تولید فرامرزی به شیوه تخصصی سازی عمودی

رشد تخصص در یک نگاه کلی به دو صورت رخ می دهد: افقی و عمودی. در مدل رشد تخصص افقی، کشورها به شکل سنتی کالاهایی را که از ابتدا تا انتها فقط در همان کشور تولید می شود، تجارت می کنند. اما تخصصی سازی عمودی، فرآیندی است که در آن کشورها در مراحل خاصی از تولید تخصص پیدا می کنند. کاهش موانع تجاری تعرفه ای، بهبود ارتباطات و حمل و نقل کالا منجر به کاهش فاصله بین کشورها شده است. این کاهش فاصله کشورها را قادر می سازد صرفاً در تولید کالاهایی تخصص داشته باشند که مزیت نسبی در آن دارند. به عنوان مثال، تولید رایانه نیاز به یک مرحله با فناوری سطح بالا - طراحی و ساخت تراشه ها - و یک مرحله سطح پایین - مونتاژ رایانه - دارد. تخصصی سازی عمودی به کشورها این امکان را می دهد تا این مراحل را از هم جدا کنند.

روی آوردن به مشارکت در فرایند تولید، نیازمند مدل دیگری از تجارت است که به تناسب، «تجارت عمودی»^۱ نام دارد. به این ترتیب کشورهای که مکمل هم در فرایند تولید هستند، اقدام به انعقاد تفاهماتی با یکدیگر می کنند تا این فرایند تسهیل شود. برخی معتقدند آنچه موجب شده است تا کشورها به سمت توسعه قراردادهای تجارت آزاد بروند، نیاز روزافزون به تخصصی سازی عمودی بوده است.^۲

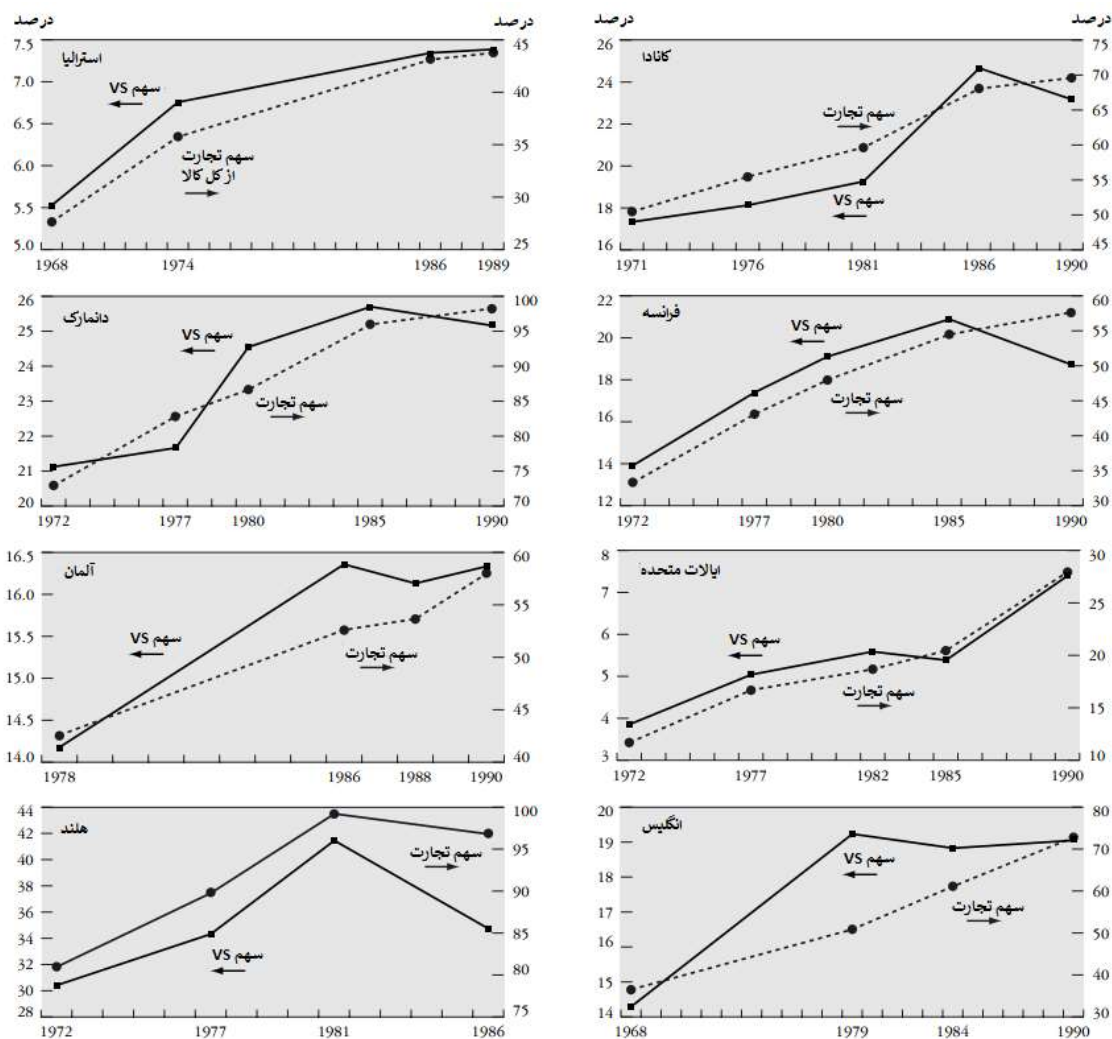
تجربه های گوناگونی در زمینه تولید فرامرزی به صورت تخصصی سازی عمودی در جهان وجود دارد که بخش زیادی از آنها بصورت مشارکت منطقه ای بوده است. به طور مثال در پیمان نفتا (آمریکای شمالی) هماهنگی تجارت آزاد منطقه ای با رشد تجارت عمودی مشهود است. سازمان همکاری و توسعه اقتصادی (OECD) که به منظور اجرای برنامه مارشال در بین کشورهای دخیل در جنگ جهانی دوم تأسیس شد نیز، تا حد زیادی فعالیت های خود را به صورت تخصصی سازی منطقه ای اجرا می کند. در ادامه به بررسی این تجربه ها در زمینه تخصصی سازی عمودی پرداخته می شود.

^۱Vertical trade

^۲ کتاب Vertical Specialisation and New Regionalism. ص ۱۴۷ (<https://b2n.ir/f34722>)

۱- رشد تجارت در گرو تجارت عمودی

در یک مطالعه^۱ بر روی برخی از کشورهای عضو سازمان OECD مشخص شد که سهم تجارت طولی (VS)^۲ نسبت به کل تجارت در این کشورها به مرور زمان افزایش پیدا کرده است. در کمتر از دو دهه (بین سالهای ۱۹۶۸ و ۱۹۹۰) تجارت VS این کشورها به طور متوسط در حدود ۲۰ درصد بیشتر شده است. به عبارت دیگر بین توسعه تجارت این کشورها و توسعه تخصصی سازی عمودی در تجارت آنها، تلازم برقرار است. نمودار زیر روند رشد تجارت نسبت به ارزش ناخالص کالا (GMV)^۳ و تجارت VS نسبت به مجموع تجارت در کشورهای مختلف مورد مطالعه را نشان می‌دهد:



نمودار ۱۲. تخصصی سازی عمودی بعنوان سهمی از تجارت کشورهای منتخب و تجارت بعنوان سهمی از ارزش ناخالص کالا

^۱ نشریه مطالعات سیاستگذاری فدرال رزرو: تخصصی سازی عمودی و تغییر در تجارت جهانی

^۲ مخفف عبارت Vertical Specialization

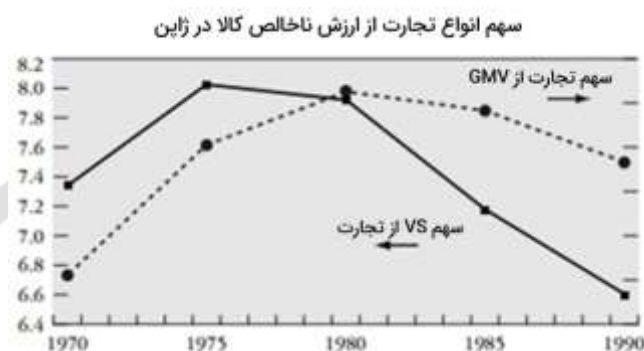
^۳ شاخص Gross Merchandise Value ارزش کل کالاهای فروخته شده در یک بازه زمانی خاص از طریق تبادل مشتری به مشتری (C2C) است.

این معیار شاخصی برای تشخیص رشد «تجارت یا استفاده برای فروش» کالاهای متعلق به دیگران است.

در نمودار بالا بین کشورهای مختلف در میزان تجارت VS تفاوت عمده‌ای وجود دارد. کشورهای بزرگ به دلیل مقیاس اقتصادشان، آسان‌تر از کشورهای کوچک می‌توانند تولید هر مرحله از کالا را به تنهایی انجام دهند. به عنوان مثال ژاپن، آلمان و ایالات متحده کمترین میزان تجارت VS را در بین کشورهای فوق دارند و در سال آخر دوره مطالعه فقط حدود ۷ درصد از کل تجارت آنها از این نوع است. همچنین سهم VS در تجارت استرالیا نیز در حدود ۷ درصد است، درحالی‌که سهم مجموع تجارت از ارزش ناخالص کالا برای کشور استرالیا پایین نیست و تقریباً ۵۰ درصد است. چرا که تجارت منطقه‌ای برای این کشور دشوار است و تجارت VS تا حد بالایی به تجارت منطقه‌ای وابسته است.

در مقابل، برخی کشورها سهم بالایی از تخصصی‌سازی عمودی و تجارت از این نوع را دارند. ۳۴,۷ درصد از کل تجارت هلند در سال ۱۹۸۶ تجارت عمودی بود. این کشور تقریباً تمام کالای تشکیل‌دهنده تولید خود را از طریق تجارت تأمین می‌کند.

همبستگی تجارت کل با تجارت VS در نمودار فوق مشهود است. ضریب همبستگی بین این دو متغیر برای هر یک از ۸ کشور استرالیا، کانادا، دانمارک، فرانسه، آلمان، ژاپن، هلند، انگلیس و آمریکا بیش از ۰,۷۹ است. این میزان همبستگی به این معناست که تجارت به میزان زیادی با تجارت VS رابطه مستقیم دارد و تجارت در این کشورها زمانی افزایش می‌یابد که تجارت VS افزایش یابد. اما در این مطالعه، همبستگی تجارت با تجارت VS برای ژاپن ۰,۲۶ است. نمودار زیر این نسبت را نشان می‌دهد:



نمودار ۱۳. تخصصی‌سازی عمودی بعنوان سهمی از تجارت ژاپن و تجارت بعنوان سهمی از ارزش ناخالص کالا همانطور که مشاهده می‌شود، البته در ژاپن نیز کاهش تجارت VS با کاهش تجارت همراه بوده و کاهش این مقدار در نتیجه‌ی سیاست ژاپن مبنی بر کاهش سهم تجارت از کالای مورد استفاده رخ داده است.

۱-۱- پراکندگی VS در صنایع مختلف

در هر یک از این کشورها، برجستگی تجارت عمودی در صنایع مختلف متفاوت است. اما صنایعی که بیشترین تجارت عمودی را دارند شامل وسایل نقلیه موتوری، کشتی‌سازی و هواپیماها و همچنین مواد شیمیایی صنعتی، فلزات غیر آهنی و فرآورده‌های نفتی و ذغالی هستند. صنایعی که کمترین سهم را دارند کشاورزی، معدن، محصولات چوبی و محصولات کاغذی است. به عنوان مثال، در ژاپن ۱۶ درصد تجارت مواد شیمیایی صنعتی در تجارت عمودی صورت می‌گیرد در حالی‌که تنها ۰,۱ درصد تجارت کشاورزی در این تجارت انجام می‌شود.

همچنین در هر بخش تنوع زیادی در کشورها وجود دارد. به عنوان مثال، فقط ۴,۵ درصد از تجارت وسایل نقلیه موتوری در استرالیا تجارت عمودی است، در حالی که در کانادا این نسبت ۴۹,۹ درصد است.

جدول زیر رشد تجارت عمودی در طول دو دهه مورد مطالعه در هر بخش را نشان می‌دهد:^۱

جدول ۱. توزیع سهم صنایع مختلف از رشد تجارت عمودی در طول ۱۹۶۸ تا ۱۹۹۰ در کشورهای منتخب OECD

| کشور | صنایع شیمیایی | | ماشین‌آلات | | سایر | | مجموع | |
|----------|-------------------|----------------------------------------|-------------------|---------------------------|-------------------|---------------------------|-------------------|---------------------------|
| | سهم از رشد (درصد) | تغییر سهم از تجارت ^۲ (درصد) | سهم از رشد (درصد) | تغییر سهم از تجارت (درصد) | سهم از رشد (درصد) | تغییر سهم از تجارت (درصد) | سهم از رشد (درصد) | تغییر سهم از تجارت (درصد) |
| کانادا | ۶,۷ | ۱۲۷,۹ | ۷۲ | ۳۴,۹ | ۲۱,۴ | ۲۵,۰ | ۱۰۰ | ۳۳,۷ |
| فرانسه | ۲۳,۷ | ۶۵,۳ | ۶۵ | ۶۳,۹ | ۱۱,۳ | ۷,۴ | ۱۰۰ | ۳۴,۵ |
| آلمان | ۴,۸ | ۳,۹ | ۸۰,۱ | ۳۰,۶ | ۱۵,۱ | ۵,۵ | ۱۰۰ | ۱۵,۲ |
| ژاپن | -۴۰,۹ | ۵۰,۲ | -۲۶۳,۹ | ۱۰۶,۱ | ۴۰۴,۹ | -۶۱,۵ | ۱۰۰ | -۱۰,۱ |
| بریتانیا | ۱۲,۷ | ۲۹,۱ | ۱۲۴,۵ | ۱۵۱,۲ | -۳۷,۱ | -۲۱,۵ | ۱۰۰ | ۳۳,۵ |
| امریکا | ۸,۷ | ۱۱۷,۲ | ۶۸,۶ | ۱۳۴,۲ | ۲۲,۷ | ۴۵,۴ | ۱۰۰ | ۹۲,۲ |

در جدول فوق، دو صنعت شیمیایی و ماشین‌آلات در مجموع بیش از ۷۵ درصد از رشد تجارت عمودی را به عنوان سهمی از کل تجارت این کشورها به خود اختصاص داده‌اند. در حالیکه در دانمارک، صنایع غذایی و نساجی، و در هلند صنایع نفتی بیشترین سهم تجارت VS از مجموع تجارت را دارا هستند. بر اساس یافته‌های این مطالعه به طور کلی، صنایعی که رشد کلی صادرات را در هر کشوری تشکیل می‌دهند، همان صنایعی هستند که رشد تجارت عمودی را به خود اختصاص داده‌اند.

۲- مثال‌هایی از سیاست‌گذاری تجارت عمودی

۲-۱- تجارت VS خودرو در اتحادیه نفتا

تعامل اقتصادی از نوع تولید فرامرزی، در حال حاضر بین سه همسایه عضو پیمان NAFTA (آمریکا، کانادا و مکزیک) مطرح است. واردات از مکزیک و کانادا به ایالات متحده تفاوت اساسی با کالاهای وارد شده به ایالات متحده از کشورهای دیگر دارد. در سال ۲۰۱۴ میلادی بیش از ۴۰ درصد ارزش واردات از مکزیک، در واقع بازگشت محصول نهایی اقلام صادر شده آمریکایی به مکزیک و مونتاژ شده توسط نیروی کار مکزیک بود. همزمان درباره واردات آمریکا از کانادا، ۲۵ درصد ارزش این واردات در واقع مواد میانی صادراتی آمریکا به کانادا

^۱ نشریه مطالعات سیاستگذاری فدرال رزرو

^۲ تغییرات تجارت عمودی در یک زمینه صنعتی به عنوان سهمی از مجموع تجارت در آن زمینه.

بود. این ادغام اقتصادی، موقعیت‌های شغلی متعددی در زمینه تولیدی و در زمینه زنجیره تأمین برای هر سه کشور ایجاد و پایدار می‌کند که تعطیلی خطوط تولید در یکی از سه کشور شریک می‌تواند منجر به نتیجه یکسان در تأسیسات تولیدی کشورهای دیگر شود.

یکی از چندین صنعتی که در بلوک تجاری نفتا از روش تولید VS استفاده می‌کند، صنعت خودرو است. خودروهای سواری تولید شده در آمریکای شمالی محصولاتی واقعا «منطقه‌ای» هستند. در صنعت خودرو به طور ویژه، افزایش صادرات تولید فرامرزی منطقه‌ای به کشورهای خارج از منطقه نفتا، به معنای افزایش همزمان صادرات جهانی ایالات متحده، مکزیک و کانادا است. این اشتراک سه جانبه تولید و کار تیمی منطقه‌ای، سود خالص اقتصادی را برای همه شرکت‌کنندگان ایجاد می‌کند.

از آنجا که در فرایند رسیدن به تولید یک محصول نهایی، اجزاء، قطعات و نیم‌ساخته‌های مشابه ممکن است چندین بار از مرزهای هر کشور عبور کنند، ضروری است که موانع تعرفه ای و غیر تعرفه ای کندکننده جریان کالا بین ملت‌ها محدود شود. امضای پیمان NAFTA در سال ۱۹۹۴ در واقع گامی برای همین منظور بود تا بتواند زمینه رقابت ایالات متحده با سایر بلوک‌ها مانند اتحادیه اروپا، منطقه تجارت آزاد آسیای جنوبی، و همچنین تولیدکنندگان کم هزینه مانند چین، مالزی، تایلند و دیگران را فراهم کند.^۲

پیش از سال ۱۹۶۵، تجارت خودرو بین دو کشور ایالات متحده و کانادا عملاً وجود نداشت و تعرفه‌های قابل توجهی برای واردات دو کشور از یکدیگر وضع شده بود. با انعقاد توافقنامه ۱۹۶۵ خودرو بین این دو کشور، تجارت خودرو بین این دو کشور به صورت یک بازار تلفیقی در آمد و سهم صادرات آنها به یکدیگر از زیر ۱۰ درصد به بالای ۴۰ درصد رسید. اما این یک تجارت کلاسیک نبود بلکه تولید خودرو در این دو کشور تلفیق شده بود؛ به‌طوریکه ۶۰ درصد صادرات مرتبط با خودرو از آمریکا به کانادا، موتور و قطعات خودرو بود. اما ۷۵ درصد واردات آمریکا از کانادا اتومبیل و کامیون تمام شده بود.

در سالهای منتهی به ۲۰۰۰، بخشی از تولید خودرو کانادا که به ایالات متحده وارد می‌شد حدود ۸۰ تا ۹۰ درصد کل خودروهای صادراتی کانادا بود. در مقابل، فقط بخش کوچکی از تولید خودروی ایالات متحده به کانادا صادر می‌شد. این بدان معناست که اکثر قریب به اتفاق تجارت عمودی این دو کشور به شکل آمریکا-کانادا-آمریکا بوده است. ضریب همبستگی سهم تجارت عمودی به کل تجارت خودرو بین این دو کشور ۰٫۸۲ است.^۳

۲-۲- تجارت VS رایانه بین تایوان و چین

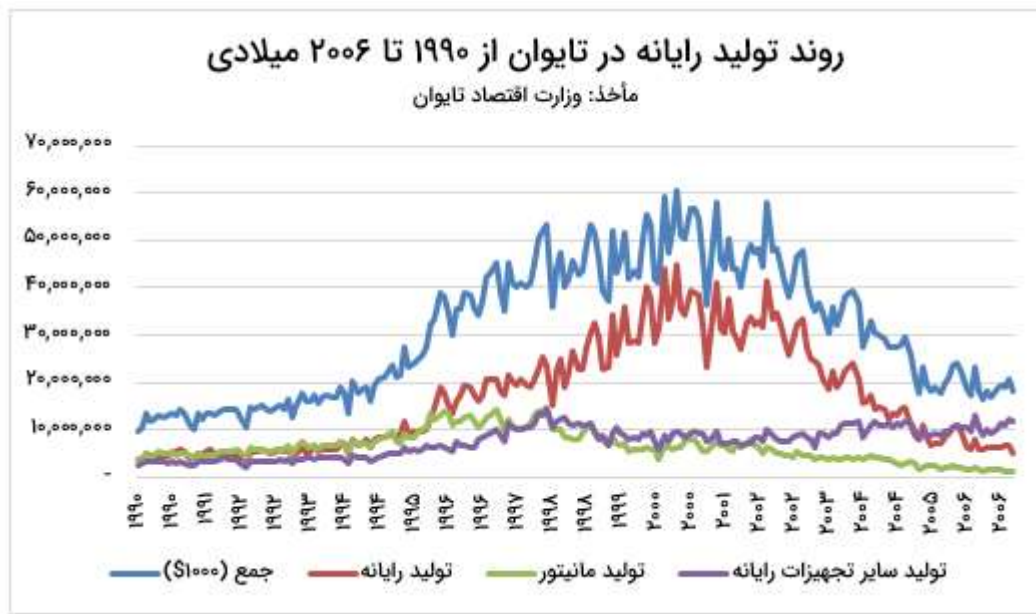
مثال روشن دیگری از تخصص عمودی، در تجارت بین تایوان و چین دیده می‌شود. از اوایل دهه ۱۹۹۰ شرکت‌های الکترونیکی تایوانی تولیدکننده رایانه، یکی از مهم‌ترین صادرکنندگان سخت افزار در بازار جهانی

^۱ سایت TECMA مکزیک، <https://b2n.ir/k99765>

^۲ سایت TECMA مکزیک، <https://b2n.ir/k99765>

^۳ آمارها متعلق به نشریه مطالعات سیاستگذاری فدرال رزرو

شدند. با این حال تولید در صنایع سخت‌افزار مرتبط با رایانه تایوان از اواخر ۱۹۹۰ دچار یک تغییر در چینش منطقه‌ای شد. به نحوی که در سال ۲۰۰۶ تولید رایانه در تایوان سقوط کرد و از رقم ۴۰ میلیارد دلار به ۵ میلیارد دلار (معادل ۷ درصد تولیدات جهانی) رسید. نمودار زیر تولید رایانه و قطعات در تایوان را در فاصله سالهای ۱۹۹۰ تا ۲۰۰۶ نشان می‌دهد:



نمودار ۱۴. روند تولید رایانه در تایوان و سقوط آن از سال ۲۰۰۰

در همین حین، سهم چین به دلیل سرمایه‌گذاری شرکت‌های تایوانی در دلتای رود مروارید افزایش یافت و در مواقعی تا ۸۱ درصد از ارزش تولید جهانی رسید. با جریان سرمایه‌گذاری الکترونیکی تایوان، چین توانست از امریکا پیشی گرفته و در سال ۲۰۰۴ بزرگترین تولیدکننده جهان در زمینه رایانه شود.

ارزانی زمین و نیروی کار در چین، و همچنین زلزله‌خیز بودن تایوان، گرانی زمین و نیروی کار و بالا بودن ریسک توسعه صنایع در این جزیره، از دلایلی شناخته می‌شود که موجب شد یک سوم تولیدکنندگان تایوانی سخت‌افزار بر خلاف اراده دولت تایوان، تأسیسات خود را به چین منتقل کنند. دولت برای کمک به باقی ماندن شرکت‌های دارای فناوری بالا در تایوان، مشوق‌های فایننس پیشنهاد می‌کرد ولی با این حال تولیدکنندگان رایانه به طور روزافزون کارخانه خود را به کشور رقیبشان، چین، منتقل می‌کردند.^۲

^۱ مرکز آمار وزارت اقتصاد تایوان، <https://b2n.ir/m81720>

^۲ وال استریت ژورنال: <https://b2n.ir/h27614>

فصل ۴. الزامات و ملاحظات تولید مشترک

یکی از اشکال تولید مشترک، تأسیس شرکت جدید با هویتی خارجی است که با اجرای بخشی از زنجیره تولید در کشور واسطه و نهایی‌سازی محصول، می‌تواند گواهی مبدأ جدیدی را در اختیار بگیرد. به این صورت، راه مناسبی برای صادرات بین‌المللی از یک کشور واسطه پیدا می‌کند. اما برای آنکه بتواند گواهی مبدأ خود را از کشور میزبان - و نه ایران - دریافت کند، موانعی در پیش خواهد داشت و قوانین مرتبط با شرکت ثبت شده، حساب بانکی شرکت و صدور گواهی مبدأ در کشورهای مختلف متفاوت است.

گواهی مبدأ در کشور مقصد صادرات با دو هدف کلی مطالبه می‌شود. اولین دلیل درخواست گواهی مبدأ، تبدلات ترجیحی برقرار شده بین کشورهاست که در این حالت گواهی مبدأ اثبات می‌کند کالای مربوطه، استحقاق بهره‌مندی از مزیت‌های تعرفه‌های ترجیحی را دارد. دومین دلیل درخواست گواهی مبدأ نیز درباره برخی کالاهای خاص است که ورودشان به کشور مقصد نیازمند صلاحیت‌سنجی است. طبق گزارش سازمان جهانی گمرک، درباره موارد غیر ترجیحی، در ۹۰ درصد کشورها ارائه گواهی مبدأ در هنگام واردات به طور کلی الزامی نیست و تنها در موارد خاصی همچون مشکوک بودن به کلاهبرداری، سهمیه‌های ورود خاص و... ارائه این گواهی مطالبه می‌شود.^۲

اما در موارد مبادله با تعرفه ترجیحی، گمرک کشور مقصد از صادرکننده مطالبه گواهی مبدأ می‌کند. این بدان معناست که اگر بتوان با تکمیل فرایند تولید در کشور واسطه‌ای که طرف تبادل ترجیحی با اتحادیه‌های منطقه‌ای است، از این تعرفه‌های ترجیحی استفاده کرد، بازار هدف محصول گسترده‌تر می‌شود و تولید داخلی هم می‌تواند با چند برابر ظرفیت فعلی فعالیت کند. از این طریق می‌توان ضرر عدم تکمیل فرایند تولید و فروش محصول مونتاژ نشده در داخل کشور را جبران کرد.

قدرت خرید کم در داخل و قدرت خرید بالا در برخی کشورهای منطقه موجب می‌شود برخی کالاها برای مصرف داخلی لوکس به نظر آید و هنگامی که یک تولیدکننده محصول خود را در داخل کشور نهایی می‌کند، به دلیل آنکه با بازار مصرف بزرگ داخل مواجه است، کیفیت خود را در حد مطالبه متوسط مردم ایران نگه می‌دارد و به دنبال مرغوب‌سازی و تولید کالای صادراتی نیست.

در این راه ملاحظات مورد نیاز است که در ادامه به آن اشاره می‌شود:

^۱Certification of origin

^۲ سازمان جهانی گمرک، <https://b2n.ir/d16645>

۱- تفاوت قوانین ثبت شرکت در کشورهای مختلف

هر کشوری برای پذیرش شرکتهای خارجی در سرزمین خود، قوانین بخصوصی دارد. به طور مثال تأسیس شرکت دارای تابعیت غیر ایرانی در ایران ممکن نیست و فعالان غیر ایرانی طبق قوانین جمهوری اسلامی ایران به غیر از ثبت نمایندگی و شعبه، اجازه تأسیس بدوی شرکت خارجی در ایران را ندارند.^۱

اما در بسیاری از کشورهای منطقه همچون ترکیه، آذربایجان و عمان وضعیت به شکل دیگری است. برای ثبت شرکت در ترکیه سهامداران می توانند کاملاً خارجی باشند و نیازی به شریک بومی ندارند. برای این امر فقط به اصل پاسپورت سهامداران نیاز خواهد بود. در سالهای اخیر عمان نیز سرمایه‌گذاری خارجی در این کشور را تسهیل کرده است. یکی از امتیازات ویژه دولت عمان برای سرمایه‌گذاران خارجی (که در بین کشورهای عربی از جمله امارات وجه امتیاز آن است) امکان مالکیت صد در صدی سهامداران خارجی است.

به طور کلی مدیریت شرکت دارای ثبت ایرانی در کشورهای خارجی آسان‌تر است اما چنین شرکتی نمی‌تواند در زمینه صادرات بین‌المللی فعال باشد و تنها برای فعالیت‌های داخلی در کشور میزبان مناسب است.

تولید فرامرزی مشکل عدم فایننس خرید انبوه توسط تأمین‌کنندگان جهانی را ندارد و تولیدکننده فرامرزی برخلاف تولیدکننده داخلی در شرایط تحریم می‌تواند از این مزیت بهره‌برد.

۲- حساب بانکی شرکت

حساب بانکی شرکت توسط مدیر عامل و برای شخصیت حقوقی آن شرکت تأسیس می‌شود. در برخی از کشورها تأسیس شرکت با پاسپورت ایرانی امکان‌پذیر نیست، چرا که متصدیان بانک‌ها از تبادل مالی با ایران به دلیل موانع مرتبط با تحریم، پولشویی و FATF خودداری می‌کنند. در نتیجه در این کشورها باید برای تأسیس شرکت، از یک مدیرعامل خارجی استفاده کرد. در کشوری همچون آلمان، هر ۶ ماه یکبار بررسی می‌شود که آیا مدیرعامل شرکت تغییر کرده است یا نه و در صورت تغییر مدیرعامل نیاز به بروزرسانی اطلاعات خواهد بود. اما در کشوری همچون لهستان، بررسی دوره‌ای مدیرعامل انجام نمی‌شود. همچنین در برخی از بانکهای آلمان، همچون دوپچه بانک، حتی اگر یکی از سهامداران شرکت ایرانی باشند، حساب بانکی افتتاح نمی‌شود. اما برخی دیگر از بانکها تنها به ایرانی نبودن پاسپورت مدیرعامل اکتفا می‌کنند و نسبت به ایرانی بودن سهامداران معنی ندارند. بنابراین مسأله حساب بانکی شرکت کاملاً موردی است و در کشورها و بانکهای مختلف تغییر می‌کند.

^۱ قانون اجازه ثبت شعبه یا نمایندگی شرکتهای خارجی مصوب ۱۳۷۶ به «شرکتهای خارجی که در کشور محل ثبت خود شرکت قانونی شناخته می‌شوند، مشروط به عمل متقابل از سوی کشور متبوع» اجازه می‌دهد «در زمینه‌هایی که توسط دولت جمهوری اسلامی ایران تعیین می‌شود در چهارچوب قوانین و مقررات کشور به ثبت شعبه یا نمایندگی خود اقدام کنند.» (مرکز پژوهشها؛ <https://b2n.ir/x96525>) بر اساس اصل ۸۱ قانون اساسی مصوب ۱۳۵۸ و تفسیر شورای نگهبان در سال ۱۳۶۰، «دادن امتیاز تشکیل شرکتهای و موسسات در امور تجاری و صنعتی و کشاورزی و معادن به خارجیان مطلقاً ممنوع است.» (معاونت حقوقی رئیس‌جمهور؛ <https://b2n.ir/t99142>)

^۲ گفتگو با آقای کریمی ساری، فعال اقتصادی در آلمان

دارنده پاسپورت ایرانی در صورتی که بتواند در بانک‌های بین‌المللی حساب باز کند، بعد از اولین اقدام برای تبادل مالی با ایران مسدود خواهد شد. همچنین اگر دارنده پاسپورت خارجی متولد ایران باشد، بعد از چندین تبادل مالی مشکوک، با مسدودی حساب مواجه خواهد شد. اما در صورتیکه مدیرعامل شرکت ثبت شده متولد یک کشور غیر تحریمی باشد، حساب او به طور ویژه مورد بررسی قرار نمی‌گیرد. بنابراین افتتاح حساب برای شرکت به نام شریک خارجی می‌تواند دغدغه صاحبان شرکت را از تحریم تبادلات بانکی تا حدودی مرتفع کند.^۱

۳- شرایط صدور گواهی مبدأ

برای آنکه صادرکننده بتواند با انجام بخشی از فعالیت تولیدی در یک کشور واسطه، گواهی مبدأ آن کشور را دریافت کند، باید اثبات کند کالای مذکور ساخت آن کشور بوده و از صلاحیت لازم برای صادرات برخوردار است. در اکثر کشورها اتاق بازرگانی و در برخی دیگر سازمان گمرک یا وزارت اقتصاد گواهی مبدأ را صادر می‌کنند. در ایران این گواهی با ارائه پروانه (مجوز) گمرکی صادرات، بارنامه حمل و فاکتور فروش، توسط اتاق بازرگانی صادر می‌شود.^۲

طبق قوانین کشوری مانند عمان، شرکت‌ها می‌توانند کالاهای خود را در صورت ایجاد ۳۰ درصد ارزش افزوده در مناطق آزاد عمان، به کالاهای عمانی تغییر داده و گواهی مبدأ عمان را دریافت نموده و کالا را با این عنوان به سایر کشورها صادر کنند.^۳

۴- عوارض دریافتی در کشورهای واسطه

در صورتیکه پایگاه احداث شده شرکت در خارج، در منطقه آزاد باشد، از پرداخت عوارض واردات معاف خواهد بود. اما منطقه آزاد از برخی امکانات محروم است و برخی از مشاغل را نمی‌توان در آنجا ایجاد کرد. در این صورت برای واردات کالا به سرزمین اصلی کشورها عوارضی دریافت می‌شود که می‌تواند به عنوان نقطه ضعفی برای تولید فرامرزی دو مرحله‌ای باشد.

به طور مثال در ایران ۹ درصد مالیات بر واردات اخذ می‌شود اما به هنگام صادرات مجدد، این مقدار را برگردانده خواهد شد. در ترکیه ۸ درصد مالیات بر واردات اخذ می‌شود و البته در صورتی که شرکت بخواهد محصول وارد شده را مجدداً صادرات کند، اگر در انتهای سال بدهی به دولت ترکیه نداشته باشد، مالیات او برگردانده می‌شود اما معمولاً به بهانه وجود بدهی عودت مالیات اتفاق نمی‌افتد. همچنین کشور آلمان ۱۹ درصد مالیات بر واردات می‌گیرد.

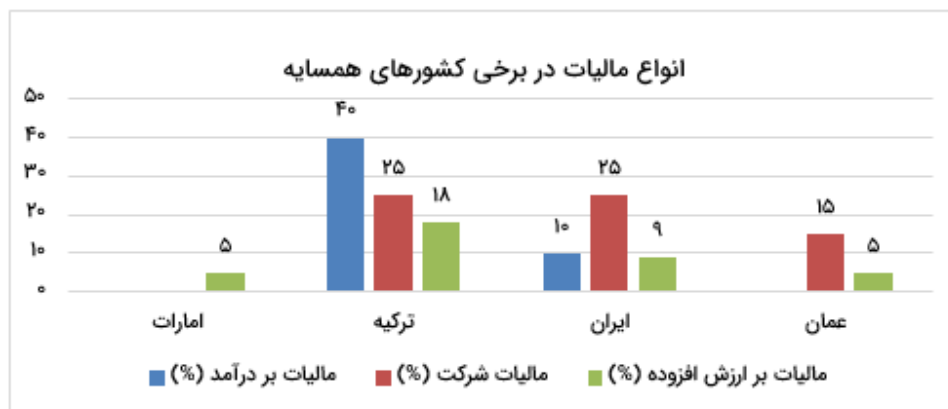
^۱ گفتگو با آقای حاج کاظمیان؛ صادرکننده و کارآفرین نمونه کشوری

^۲ کتاب صفر تا صد صادرات، اتاق بازرگانی ایران

^۳ رئیس اتاق مشترک بازرگانی ایران و عمان، <https://tahlilbazaar.com/xjtK>

در کشور امارات، واردات و ارزش افزوده در سالیان پیش معاف از مالیات بوده و این کشور صرفاً از هزینه‌های انبارداری و خدمات واردات سود می‌برد. اما با توسعه یافتگی سرزمین اصلی، در سالهای اخیر مالیات ۵ درصدی بر روی واردات و ارزش افزوده وضع شده است. اما مناطق آزاد کشورها از پرداخت چنین عوارضی برای واردات معاف هستند که یک مزیت برای پایگاه‌های تولید فرامرزی محسوب می‌شود.

نظام مالیاتی در کشور عمان نسبت به ترکیه کم‌هزینه‌تر است. در نمودار زیر انواع مالیات برخی کشورهای منطقه با هم مقایسه شده است:



نمودار ۱۵. مقایسه مالیات در برخی کشورهای منطقه

افزون بر این به دلیل سیاست‌های تشویقی بخش تجارت در این کشور، شرکت‌های خارجی در عمان از پرداخت مالیات معاف هستند.

۵- ایرادات متصور درباره تولید فرامرزی

از نظر برخی کارشناسان تولید فرامرزی ممکن است خروج کالای خام از کشور را تقویت کند و مخالف سیاست‌های اقتصاد مقاومتی است. درحالی‌که صادرات محصول نهایی‌شده در داخل کشور از این جهت که مخالف خام فروشی است یک مزیت برای کشور است.

سازمان استاندارد ثبت ساخت ایران بر روی کالا را الزامی کرده است. الزام به ثبت نشان مبدا ایران بر روی کالا توسط سازمان استاندارد ایران، در برخی موارد محل فرایند تولید فرامرزی است. طبق پژوهش سازمان جهانی گمرک تنها ۳۰ درصد کشورها صادرکنندگان خود را در صادرات موارد غیر ترجیحی الزام به درج نشان مبدا می‌کنند.^۴

تولیدکننده‌ای که به احداث تولیدی در یک کشور دیگر اقدام می‌کند، در رقابتی نابرابر با سایر صادرکنندگان خواهد بود. به این صورت که می‌تواند با نفوذ خود در بازار آن کشور، جلو توسعه فعالیت سایر صادرکنندگان را

^۱ گفتگو با آقای کریمی ساری، فعال اقتصادی در آلمان

^۲ منبع: سایت trading economics

^۳ مسیر اقتصاد؛ کد خبر ۱۱۷۸۹۱

^۴ سازمان جهانی گمرک، <https://b2n.ir/d16645>

بگیرد. نمونه‌ای از این رفتار در مورد یک شرکت ایرانی لبنیات در عراق مشاهده می‌شود که به گفته کارشناسان برای صادرکنندگان ایرانی مشکلاتی ایجاد کرده است.

تولیدکننده‌ای که به دلیل سیاست‌های داخلی ملزم به استفاده از مواد اولیه تولید ملی است، بعد از اقدام به تولید فرامرزی از این الزامات رها می‌شود و به مواد اولیه کشورهای دیگر دسترسی پیدا می‌کند. به این ترتیب ممکن است با اجرای این الگو استفاده از مواد اولیه داخلی با کاهش روبرو شود. به طور مثال یک شرکت تولیدکننده محصولات لبنی بعد از احداث کارخانه در عراق، از مواد اولیه عمدتاً اروپایی استفاده می‌کند در حالیکه پیشتر برای تولید صادراتی در داخل از ماده اولیه ایرانی استفاده می‌کرد.

پس از احداث کارخانه در برخی کشورهای منطقه بلوکه شدن دارایی‌ها به دلایل سیاسی محتمل است. در برخی دیگر از کشورها نیز امنیت کارخانه ایرانی مورد تهدید است.

شرکت‌های فرامرزی برای بازگرداندن سود تولیدات خود به داخل ملزم نیستند و اجرای نادرست این الگو می‌تواند به ضعیف‌تر شدن شرایط ارزی کشور منجر شود.

الگوی جذب خط تولید کشورهای اطراف در مناطق مرزی، ممکن است نه تنها به توسعه اجتماعی منطقه کمک نکند، بلکه موجب تخریب آن نیز باشد. اتفاقی که در نواحی صنعتی مرزی بین آمریکا و مکزیک (ماکیلا دوراها) رخ داده و موجب شده کارشناسان نسبت به آلودگی‌های محیط زیستی منطقه هشدار دهند.

به گفته کارشناسان تجارت با سوریه، مشاوره‌های غلط به شرکت‌های ایرانی باعث شده تا در طول سال گذشته ۹۰۰ شرکت ایرانی در سوریه تأسیس شود در حالیکه طبق اعلام اتاق بازرگانی این کشور، از این ۹۰۰ شرکت تنها ۵ مورد فعال هستند.^۱ عدم اطلاع از مخاطرات و مشکلات فعالیت برونمرزی موجب زیان به سرمایه‌گذار خواهد شد.

^۱ خبرگزاری فارس، شماره خبر ۱۴۰۰۰۱۲۰۰۰۰۳۶۳

فصل ۵. نتیجه‌گیری و پیشنهادها

مشارکت در فرایند تولید ممکن است در مرحله تأمین مواد اولیه، سرمایه، فناوری و مشارکت در عملیات تولید و توزیع انجام شود. با ترکیب هر یک از نهاده‌ها و اهداف کلان و جزئی این رویکرد، الگوهای متفاوتی از تولید مشترک پدید می‌آید. تولید مشترک از جهات متفاوتی می‌تواند برای کشور مفید و ضروری باشد. تجارت عمودی به عنوان یک الگوی شناخته شده جهانی در زمینه تولید مشترک منطقه‌ای، به طور متوسط ۲۰ درصد از تجارت کشورهای پیشرفته را در بر گرفته است. هرچند تجارت عمودی در صنایع با فناوری بالا بیشتر اثرگذار است، اما شرایط کشورها در اثرگذاری این الگو تغییر ایجاد می‌کند. الگوی تجارت عمودی می‌تواند برای افزایش صادرات کشوری که در شرایط تحریم قرار دارد اثر بیشتری داشته باشد. بنابراین در مجموع به نظر می‌رسد رشد تجارت کشور با روی آوردن به این الگو، کمتر از ۲۰ درصد نباشد. همچنین در صورتی که تولید مشترک با هدف استفاده از کشور میزبان به عنوان واسطه صادراتی اجرا شود تاثیر قابل توجهی در رشد تجارت خواهد داشت. سایر کارکردها و شیوه‌های مشارکت در زنجیره تولید، هرچند انگیزه صادرات را بالا می‌برد اما تأثیر مستقیمی بر رشد صادرات ندارد.

برای ایجاد چشم اندازی از وضعیت آتی مشارکت منطقه‌ای در زنجیره ارزش و تولید فرامرزی، و با ارزیابی و تحلیل وضعیت موجود به روش تجزیه و تحلیل موقعیت (SWOT) نکات زیر در این گزارش مورد بررسی قرار گرفت:

جدول ۲. تحلیل SWOT مشارکت منطقه‌ای در فرایند تولید

| | |
|-------------------------------------------------------|--------------|
| استفاده از تعرفه‌های تجارت آزاد | نقاط قوت (S) |
| امکان دریافت فایننس خارجی | |
| رفع مشکل بی‌ثباتی صادرات | |
| رفع مشکل عدم کشش بازار | |
| رفع مشکل بازگشت ارز | |
| امکان استفاده از تکنولوژیهای تحریم شده | نقاط ضعف (W) |
| هزینه سربار زیاد | |
| اختصاص این مدل به شرکتهای بزرگ | |
| فقدان شرکتهای بزرگ مدیریت صادرات | |
| تثبیت جریان خروج ماده نسبتا خام | |
| الزامی بودن ثبت ساخت ایران بر برخی کالاها | فرصتها (O) |
| بالا رفتن امنیت اقتصادی در اثر گره خوردن اقتصاد منطقه | |
| قوانین کشورهای حامی تولید مشترک و تولید داخل | |
| امکان تولید کالاهای با کیفیت صادراتی | |
| به صرفه شدن تولید در صنایع پیشرفته با تشریک مساعی | |
| احترام به اولویتهای اقتصادی همسایگان برای رشد فناوری | |

| | |
|----------------------------------------------------------------------|-------------|
| رقابت نابرابر تولیدکننده فرامرزی با صادرکننده محصول نهایی | تهدیدها (T) |
| امکان استفاده از مواد اولیه خارجی که در ایران هم تولید می شود | |
| خطر شریک غیر قابل اعتماد خارجی | |
| خطر بلوکه و تهدید شدن دارایی ها | |
| برنگشتن سود تولیدیهای خارجی | |
| ضعیف شدن بافت اجتماعی در مناطق مرزی در صورت جذب خط تولید از همسایگان | |

۱- پیشنهادها

تخصصی سازی عمودی یک فرایند توصیه شده جهانی برای رشد تجارت خارجی است و با فرایند فروش مواد اولیه به صنایع تکمیلی در خارج از مرزها تفاوت دارد، اما مسیر دسترسی به صنایع پیشرفته تر از همینجا می گذرد. در بسیاری از مواقع برای رسیدن به صنایعی با توسعه یافتگی بالا در منطقه، لازم نیست صاحب صنعت در کشور همسایه سود صادرات خود را به داخل بیاورد، بلکه همین که تولیدکننده کالای میانی، بازار امن و باثبات خود را با حضور در خارج از مرزها پیدا کند و بعد به صورت قدرتمند صنعت خود را در پایگاه برون مرزی خود توسعه دهد، هدف محقق شده است.

استفاده از بازارها و کسب و کارهای منطقه ای برای ارتقای توان تولید صادراتی کشور، می تواند به شیوه های گوناگونی محقق شود. یکی از الگوهایی که در این گزارش به آن پرداخته شد، ایجاد بازارهای مصرف کننده بیشتر در منطقه توسط طرف های ایرانی و صادرات به آنهاست که هم برای طرف ایرانی سودآور است و هم ضمانت خرید را بالا می برد.

الگوی دیگر، سرمایه گذاری در صنایعی در کشورهای منطقه است که در حلقه های قبلی و بعدی محصولات تولید داخل قرار می گیرند. ورود به تولید همه کالاها در همه رده های زنجیره تولید مقرون به صرفه نیست و منابع محدود کشور را دچار مشکل می کند. الگوی دیگر، جذب خط تولید از صنایع شکل گرفته در کشورهای همسایه است.

برای اقدام به احداث کارگاه های فرامرزی، ممکن است صنایع توانمند اما کوچک نیاز به دریافت وام داشته باشند که می توان از محل درآمد ارزی دولت به تأسیس شرکتها وام داد و در عوض این صنایع متعهد و ملتزم باشند از تولید داخلی استفاده کنند و سود تولیدات خود را نیز برای توسعه صنایع داخلی از طریق انتقال دانش فنی استفاده کنند.

برای کنترل فرایند انتقال مواد خام و میانی در بین شرکتهایی که بصورت تخصصی سازی عمودی عمل می کنند، تقویت و ایجاد شرکتهای بزرگ مدیریت صادرات (EMC) ضروری است. برای این منظور می توان نهادهای عمومی غیردولتی همچون ستاد اجرایی فرمان حضرت امام (ره)، بنیاد مستضعفان انقلاب اسلامی، آستان قدس رضوی (ع) و... را به ایجاد چنین شرکتهایی ترغیب کرد.

طبق تجربیات کشورهای فعال در زمینه تجارت عمودی، حذف یا تخفیف عوارض مرزی برای کالاهای نیمه مونتاژ ضروری است. به این ترتیب ضرر دولت از ناحیه عدم دریافت عوارض و تعرفه‌ها، با سود کشور از محل تقویت تولید و رشد صادرات جبران می‌شود.

به گفته کارشناسان الزام به ثبت نشان مبدأ ایران بر روی برخی کالاها توسط سازمان استاندارد ایران، بعضاً مخل فرایند تولید فرامرزی است. این در حالی است که برای صادرات موارد تجارت غیر ترجیحی، طبق پژوهش سازمان جهانی گمرک تنها ۳۰٪ کشورها صادرکنندگان خود را الزام به درج نشان مبدأ می‌کنند.



منابع

۱. سند نقشه راه توسعه صادرات کشور ۱۳۹۹-۱۴۰۴؛ موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی، سازمان توسعه تجارت
۲. آل اسحاق، یحیی، ۱۳۹۰، راهنمای تجاری منطقه‌ای، انتشارات دانشگاه دفاع ملی
۳. جمعی از نویسندگان، صفر تا صد صادرات، انتشارات اتاق بازرگانی ایران
۴. سلیمانی سدهی، مجتبی، ۱۳۹۳، مدیریت زنجیره‌های تأمین جهانی، ماهنامه لجستیک و زنجیره تأمین؛ شماره ۳۳
۵. پایگاه خبری اتاق بازرگانی ایران
۶. پایگاه خبری سازمان توسعه تجارت
۷. پایگاه مرکز مطالعات زنجیره ارزش
۸. پایگاه خبری مسیر اقتصاد
۹. پایگاه معاونت حقوقی رئیس جمهور
۱۰. پایگاه مرکز پژوهش‌های مجلس
۱۱. پایگاه خبری شرکت ملی پخش فرآورده‌های نفتی
۱۲. پایگاه خبری گروه صنعتی پاکشو
۱۳. پایگاه خبری گروه صنعتی کاوه
۱۴. پایگاه خبری سایت فلزات آنلاین
۱۵. خبرگزاری دنیای اقتصاد
۱۶. خبرگزاری فارس
۱۷. خبرگزاری تابناک
۱۸. خبرگزاری مهر
۱۹. خبرگزاری ایرنا
۲۰. خبرگزاری اکو ایران
۲۱. پایگاه خبری نود اقتصادی
۲۲. پایگاه خبری اقتصاد آنلاین
۲۳. پایگاه خبری تحلیل بازار
۲۴. پایگاه خبری پارس مدیا
۲۵. پایگاه خبری بورس امروز
۲۶. گفتگو با آقای موسوی، فعال اقتصادی در اوگاندا
۲۷. گفتگو با آقای حاج کاظمیان، صادرکننده و کارآفرین نمونه کشوری
۲۸. گفتگو با آقای نسخی، فعال در حوزه صادرات و واردات
۲۹. گفتگو با آقای کریمی ساری، فعال اقتصادی در آلمان
۳۰. گفتگو با آقای ملک ثابت، مسئول واحد صادرات صنایع غذایی بنیاد
۳۱. گفتگو با آقای بجلي، مدیرعامل شرکت مبلیران
۳۲. پایگاه خبری بانک جهانی
۳۳. سازمان جهانی کار ILO
۳۴. پایگاه سازمان همکاری و توسعه اقتصادی OECD
۳۵. پایگاه خبری TECMA مکزیک
۳۶. پایگاه مرکز آمار وزارت اقتصاد تایوان

| | |
|------------------------------------|-----|
| پایگاه خبری سازمان جهانی گمرک | .۳۷ |
| corporate finance institute پایگاه | .۳۸ |
| پایگاه پتانسیل مپ ITC | .۳۹ |
| پایگاه اینوستوپدیا | .۴۰ |
| The Grocer پایگاه | .۴۱ |
| پایگاه خبری وال استریت ژورنال | .۴۲ |
| پایگاه استاتیستا | .۴۳ |
| trading economics پایگاه | .۴۴ |
| پایگاه عمان اینوست | .۴۵ |

46. Lopez-Gonzalez, Javier (2012). Vertical Specialization and New Regionalism, Department of Economics University of Sussex
47. Hummels, David (1998). Vertical Specialization and the Changing Nature of World Trade, Economic Policy Studies Review, Federal Reserve Bank of New York

