

فعالیت‌های اقتصادی چین در ایران در چهارچوب ابتکار "کمربند و جاده": فرصت یا چالش؟

Song Jiangbo * /Wang Zezhuang**

چکیده

به عنوان یک پروژه بین‌المللی، ابتکار "کمربند و جاده" شامل مناطقی استراتژیک می‌شود که ۶۵ کشور را در بر می‌گیرد. با توجه به اینکه ایران در قلب این جاده قرار دارد و چین ایران را به عنوان بازیگر استراتژیک این جاده می‌شناسد آنگاه نوع سیاست گذاری‌های دو کشور در ارتباط با این ابتکار بسیار مهم است. علاوه بر این، فعالیت‌های اقتصادی برای مدت زمان طولانی محور اصلی روابط ایران و چین بوده است. صنعت خودرو به عنوان یکی از موتورهای پیشران اقتصادهای در حال رشد برای هر دو کشور بسیار مهم می‌باشد. تجربه ناموفق ایران در همکاری با شرکت‌های غربی و همچنین پیشرفت سریع چین در این حوزه پتانسیل همکاری‌های گسترده‌تری را با لحاظ این ابتکار فراهم می‌آورد. در این راستا، این مقاله تلاش می‌گردد که به شماری از مهمترین پرسش‌ها در این مسئله پاسخ دهد که این سوالات عبارتند از: تأثیر تجارت ایران و چین و سرمایه گذاری بر صنعت خودرو ایران چیست؟ آیا تجارت و سرمایه گذاری چین در ایران، توسعه صنعت تولید خودرو در ایران را در معرض ریسک قرار می‌دهد؟ آیا نفوذ محصولات و سرمایه چین صنعت تولید خودرو در ایران را به مرحله تحول می‌رساند؟ این مقاله در مرحله اول روابط تجاری ایران و چین را در چهارچوب یک کمربند و جاده مورد مطالعه قرار می‌دهد و در ادامه توضیح می‌دهیم که چرا بر صنعت خودرو تمرکز کرده‌ایم. سپس طرح کلی عوامل اصلی سرمایه گذاری خارجی چین در این صنعت را نیز بررسی خواهیم کرد.

کلید واژه‌ها

توسعه تجارت، صنعت خودروسازی، روابط ایران و چین، سرمایه گذاری خارجی، کمربند و جاده.

* Phd Candidate of International Relation Allameh Tabataba'i University, Tehran, Iran (Responsible author) thatbahmansong71@gmail.com

** Professor International Relation Anhui University, Anhui, China.

مقدمه

توسعه کشور چین از زمان اصلاحات به خصوص در اوایل دهه ۱۹۸۰، توسط دنگ ژیاوپینگ^۱، ملت چین را از یک کشور فقیر به دومین اقتصاد قدرتمند دنیا تبدیل کرد. ولی امروز مدیریت چین با مشکلات جدیدی روبروست که می‌توان آن را مرحله گذار از اقتصاد صادرات پایه به سمت اقتصاد بر پایه مصرف داخلی و نوآوری دانست. مشکلاتی از قبیل کاهش تولید ناخالص داخلی، افزایش اختلاف سطوح اقتصادی در بین قشرهای ثروتمند و فقر و مهاجرت از مناطق کمتر توسعه یافته به مراکز صنعتی و تجاری که در نهایت آلودگی شدید هوا دامنگیر اکثر شهرها و مناطق مسکونی بزرگ گردیده است (لی چان و مینگ ژی یان، ۲۰۱۷).

برای تضمین توسعه پایدار، چین نیازمند بازارهای جدید برای محصولات خود می‌باشد که صرفاً در یک محیط مطلوب بین‌المللی امکان پذیر است. دولت چین سعی می‌کند به شرکای خود در مورد تعهد خود نسبت به قبول مسئولیت و ایجاد صلح و توسعه جهانی اطمینان دهد تا بتواند محیط مطلوب اجتماعی را ایجاد نماید. در این راستا چین ابتکاری به خرج داده است به نام "کمربند و جاده"، همچنین نام راه ابریشم جدید نیز به آن داده‌اند. این ابتکار یک نوآوری جدید با مدیریت چین و با هدف توسعه و تعمیق روابط یکپارچه با سیستم اقتصادی دنیا با رویکرد تقویت همکاری با کشورهای آسیایی، اروپایی، آفریقایی و همچنین بقیه قسمت‌های دنیا از طریق توسعه و اتصال زیرساختها، داد و ستد تجاری است. نوآوری "کمربند و جاده" پروژه‌ای است که قصد دارد ساختار اقتصادی بین‌المللی را شکل دهد و جایگاه آن را به عنوان بازیگر جهانی تأیید کند. جاده ابریشم یک جاده باستانی بین اروپا و آسیا بود که که تاجران و مسافران از مناطق مختلف مانند چین، ایران، امپراطوری روم را به هم وصل می‌کرد. بازرگانان در این جاده ابریشم و دیگر کالاهای تجاری را با استفاده از شتر و اسب در این جاده منتقل می‌کردند. برای مدت زمان طولانی شرق و غرب، با این شبکه بازرگانی و فرهنگی به هم متصل شده بودند و تجارت را برای مردم اروپا، آسیا و آفریقا فراهم نموده بود. نهایتاً در سال ۲۰۱۳، دولت چین نوآوری کمربند و جاده آر ارائه کرد، برنامه‌ای جاه طلبانه‌ای در سطح کلان در قرن ۲۱ با هدف اتصال زیرساختها و هماهنگ کردن سیاستها، ارتقای تجاری و بازرگانی، گردش مالی و همچنین ایجاد ارتباط قلبی و فکری بین مردم. رئیس‌جمهور دنگ ژیاوپینگ، در

¹ Deng Xiaoping

سخنرانی خود در سپتامبر ۲۰۱۳ با عنوان "توسعه دوستی بین مردم و ایجاد آینده‌ای روشن" در دانشگاه "نظربايوف^۱"، موضوع ساخت جاده ابریشم اقتصادی کمر بند را مطرح کردند. یک ماه بعد، در سخنرانی خود در پارلمان اندونزی ایشان علاقه خود به ایجاد راه ابریشم دریایی را مطرح کردند و ابراز کردند که چین علاقمند است که همکاری‌های دریایی خود را با کشورهای جاده ابریشم اقتصادی و جاده ابریشم دریایی ۲ به صورت مختصری "کمر بند و جاده" نام گذاری شده است. این پروژه، علاقه چین برای اثبات خود به عنوان یک بازیگر جهانی با بازخوانی جایگاه خود به عنوان یک قدرت بزرگ را منعکس می‌کند. چین شعار "همکاری همه، سود برای همه" را برای کمر بند و جاده برگزیده است. بر اساس نظر چین زمانی که این پروژه به طور کامل مورد توجه قرار بگیرد باعث می‌شود که کشورهای جهان بیشتر به هم وصل شده و احساس دوستی بیشتری بین ملتها ایجاد شود. چین کشورها را دعوت به کنار گذاشتن تعصبات و زنده کردن تاریخ باستان می‌کند. به صورت کلی، در صورت پیاده سازی و اجرایی شدن کمر بند جاده به دلیل نقش مکمل اقتصادی کشورها نسبت به هم، جهان جای امن تری می‌شود. در این راستا آقای یانگ جی پی^۳، مشاور دولتی و وزیر امور خارجه جمهوری چین، بیان می‌دارد که: "رویای چین، نیازمند یک محیط پایدار و آرام بین المللی و منطقه‌ای است و چین متعهد به رسیدن به این رؤیا با توسعه آرام و صلح آمیز است." از آنجایی که رویای چینی به رویای مردم دیگر نقاط جهان نزدیک است، چین خود را متعهد به کمک کردن به دیگر ملتها، کشورهای در حال توسعه و به خصوص کشورهای همسایه در زمینه توسعه آنها در کنار توسعه خود می‌داند. بعد از بحران مالی جهانی ۲۰۰۸-۲۰۰۹ که بویژه ایالات متحده و کشورهای اروپایی را تحت تأثیر قرار داده است، چین سرمایه گذاری‌های خود را در کشورهای در حال توسعه تشدید کرده است. چین خود را با سرعت بسیار زیاد به عنوان منبع مالی برای ملتهای جنوبی در جهت ساختن زیرساخت‌های حیاتی که باعث کاهش پیشرفتهای توسعه مندانه می‌شود معرفی می‌کند. همچنین چین، از طریق مفهوم صعود صلح آمیز، تمایل دارد تا به شرکای خود این اطمینان را بدهد که صعودش برای همه ملت‌های جهان فرصت است و نه یک تهدید، همانطور

¹ Nazarbayev

² Maritime Silk Road

³ Yang Jiechi

که اغلب در سراسر جهان دیده می‌شود. این موضوع دلیل اصلی اعلام وزیر امور خارجه آقای وانگ یی مبنی بر این بوده که ابتکار "کمربند و جاده" نباید به عنوان ذهنیت دوران جنگ سرد در نظر گرفته شود. بنابراین، برای جلوگیری از هر گونه مقایسه با طرح مارشال، این پروژه به عنوان رهبری پکن مطرح شده است، نه به عنوان یک طرح صادرات یک طرفه و یا به عنوان یک طرح ایدئولوژیک و یا علیه یک کشور یا ملت خاص. همچنین چین، "کمربند و جاده" را به عنوان یک فرصت قابل توجه برای توسعه همه کشورهای فقیر، در حال توسعه و همچنین مناطق توسعه یافته اروپا که شکاف قابل ملاحظه‌ای را از نظر زیرساختی بین کشورهای غربی و شرقی تجربه می‌کنند، می‌بیند. البته باید توجه داشت که زیر ساخت‌ها در آسیای مرکزی، جنوب و شرق آسیا در موفقیت این ابتکار مهم هستند. دولت چین در حال حاضر صندوق جاده ابریشم را با سرمایه ۴۰ میلیارد دلار تأسیس کرده است که صرفاً بر زیر ساخت‌ها تمرکز دارد (چو دنیل، ۲۰۱۶). تا به حال کشورهای زیادی از جمله پاکستان، روسیه، مجارستان، نیوزلند، هلند و صربستان به این پروژه پیوسته‌اند. این کشورها روی هم رفته یک سوم تولید ناخالص ملی دنیا، بیش از ۶۰٪ جمعیت و ۷۵ درصد ذخیره انرژی زمین را تشکیل می‌دهند. این ابتکار یک فرصت منحصر به فرد برای رسیدگی به شکاف زیرساخت‌های بزرگ در کشورهای در حال توسعه است که مانع توسعه تجارت و اقتصادی می‌شود. بر اساس گزارشها، چین تاکنون بیش از ۹۰۰ میلیارد دلار در پروژه‌های کشورهای این طرح سرمایه گذاری کرده است. برای مثال می‌توان خط لوله پاکستان، راه آهن چین-لائوس و راه آهن مجارستان-صربستان را مثال زد که بطول ۳۳۶ کیلومتر راه آهن که بوداپست را به بلگراد ارتباط می‌داد، خط راه آهن سریع در تایلند، بندر Piraeus یونان که متعلق به شرکت COSCO است، و همچنین راه آهن چینی ساخته شده در کنیا و اتیوپی به عنوان نمونه‌هایی از پروژه‌های تدارکاتی و حمل و نقل موفق انجام شده توسط "کمربند و جاده" می‌باشد.



اهمیت ابتکار " کمربند و جاده " در روابط تجاری ایران و چین:

چین به طور سنتی بزرگترین شریک تجاری ایران است و دو کشور هنوز هم از یک رابطه قوی برخوردار هستند. در سال ۲۰۰۹، با مبادلات دو جانبه به ارزش ۲۱,۲ میلیارد دلار در مقایسه با ۱۴,۴ میلیارد دلار سه سال پیش از آن، چین مهمترین شریک تجاری ایران شد. در سال ۲۰۱۱، حجم تجارت دو جانبه بین ایران و چین به ۴۵,۰۹ میلیارد دلار افزایش یافت. در تاریخ ۱۴ ژوئیه ۲۰۱۵، پس از مذاکرات سخت و چالشی بین نمایندگان اعضای دائم شورای امنیت سازمان ملل متحد، اتحادیه اروپا و آلمان، از یک سو، و ایران، از سوی دیگر، برنامه جامع مشترک را در وین امضا گردید که بحل یک بحران بین المللی ۱۲ ساله انجامید. پس از اینکه قرارداد هسته‌ای در سال ۲۰۱۵ امضا شد، رئیس جمهوری چین پینگ اولین رئیس خارجی کشور بود که در ژانویه سال ۲۰۱۶ به تهران سفر کرد. در طول این سفر، جمهوری اسلامی ایران و جمهوری خلق چین، در مورد برنامه ۲۵ ساله گسترش روابط توافق کردند. این موافقت نامه شامل افزایش روابط تجاری دوجانبه تا ده برابر در دهه آینده می‌شود. به علاوه، این توافقنامه شامل روابط دوجانبه و مسائل منطقه‌ای و بین المللی و نیز ایجاد روابط مبتنی بر "همکاری جامع استراتژیک" می‌باشد. در ادامه، دو کشور همچنین "یادداشت تفاهم درباره همکاری در چهارچوب کمربند اقتصادی جاده ابریشم" و "طرح راه جاده ابریشم دریایی قرن بیست و یکم" را نیز امضا کردند. این دستاوردها به عنوان نقطه عطف توسعه اقتصادی چین و ایران به شمار می‌آید. این امر موجب تقویت بیشتر روابط اقتصادی دوجانبه شد. براساس اطلاعات رسمی، ایران در نیمه اول سال ۲۰۱۶ میزان واردات ایران از چین ۷,۴ میلیارد دلار بوده است. علاوه بر این، تجارت دوجانبه در نیمه اول سال ۲۰۱۷ در مقایسه با مدت مشابه سال قبل به ۱۸ میلیارد دلار رسید؛ بر اساس گزارش سازمان گمرک اتاق بازرگانی ایران و چین، صادرات چین به ایران رشد ۲۳٪ سالانه را در این مدت تجربه کرده است و از ۷,۲ میلیارد دلار به ۸,۸ میلیارد دلار رسید. صادرات ایران به چین از ۶,۵ میلیارد دلار به ۹,۲ میلیارد دلار افزایش یافت که نسبت به سال قبل ۴۰ درصد رشد داشته است. نفت، کالای اصلی صادر شده توسط جمهوری اسلامی به جمهوری چین است. ایران همچنین در طول شش ماهه میزان ۱۴,۸ میلیون تن کالاهای غیر نفتی به ارزش ۳,۶۱ میلیارد دلار به چین صادر کرد و به میزان ۴,۲ میلیون تن به ارزش ۹۷۰ میلیون دلار در سال گذشته صادر شد. ایران همچنین یک منبع سرمایه گذاری برای کمربند-جاده است. گرچه سرمایه گذاری‌های چینی در ایران وابسته به

این ابتکار نبوده اما پس از دیدار رئیس جمهور چین جین پینگ در ماه ژانویه ۲۰۱۶، سرمایه گذاری مستقیم خارجی چین در سال ۲۰۱۶ به ۴,۱ میلیارد دلار افزایش یافته است. تزریق سرمایه‌ای که از توافقات تجاری دوجانبه حاصل شده است، برای ارتقا مشروعیت داخلی جمهوری اسلامی ایران، رفع مشکل کمبود فرصت‌های شغلی برای نیروی کار روزافزون ایران لازم می‌نماید. این امر برای ایران به عنوان قدرتی منطقه‌ای مهم بوده و باعث تعادل با کشورهای رقیب منطقه‌ای از قبیل که می‌تواند فشار عربستان سعودی و اسرائیل و ترکیه می‌گردد (تیم وینتر، ۲۰۱۶). این ابتکار برای ایران فرصتی جهت توسعه است؛ زیرا این امر نه تنها تشویق همکاری و توسعه بیشتر با چین بلکه سایر اعضای این ابتکار را نیز شامل می‌گردد. این مسئله مهمی برای ایران است چرا که به عنوان یک عضو غیر عرب و غیر سنی عضو منا، به عنوان یک غریبه و رقیب به حساب می‌آید. چین در مقابل حجم نفت خام که از ایران وارد می‌کند (هرنشیلد، ۲۰۱۶) در بسیاری از حوزه‌ها همچون توسعه زیرساختها و تعمیر و نگهداری آنها، خدمات راه آهن و مترو و همچنین کالاهای لوازم خانگی و صنعت خودرو فعال می‌باشد. تجزیه و تحلیل کالاهای وارداتی / صادراتی که بین دو کشور معامله می‌شود، به وضوح نشان می‌دهد که ایران تا بحال متضرر بوده است زیرا که وارد کننده کالاهای ارزان قیمت و صادرات نفت و گاز به عنوان کالاهای با ارزش است.

بررسی اجمالی نظریه سرمایه گذاری مستقیم خارجی در ارتباط با چین

جان کلام این نظریه آن است که شرکت‌های چند ملیتی دارای منابع مدیریتی و تکنولوژیکی برتری هستند که آنها را قادر می‌سازد تا وارد بازار جهانی شوند. اما شماری از مطالعات در مورد ظهور شرکت‌های چند ملیتی چینی باعث باعث ایراداتی بر نحوه نگاه به سرمایه گذاری خارجی شرکت‌های چینی می‌گردند که مهم‌ترین آنها در موقعیت تکنولوژیک و ظهور از اقتصاد در حال توسعه‌ای چون چین می‌باشند که نمی‌تواند ویژگی‌های منحصر به فرد شرکت‌های چند ملیتی را از اقتصادی در حال ظهور به دربرداشته باشند (باکلی و همکاران، ۲۰۰۷).

¹ MENA

به طور خاص، اگر چه شرکتهای چند ملیتی چینی نیز در جستجوی سرمایه گذاری‌های سود آور می‌باشند اما آنها از موقعیت‌های سطح پایین منابع، بدون مزیت‌های تکنولوژی و مدیریت می‌باشند. با این حال شرکتهای چند ملیتی چینی پرونده‌های پر سر و صدای سرمایه گذاری مستقیم در دارائی‌ها داشته‌اند زیرا که آنها فاقد مزایای مالکیت دارائی‌ها بوده‌اند. باکلی و همکاران (۲۰۰۷) نشان می‌دهد که شرکتهای چند ملیتی چینی به دلیل مزایای خاص می‌توانند در برخی صنایع خاص کارآمدتر باشد. از سوی دیگر، در چشم انداز جریان اصلی بین المللی سازی فرض بر این است که بنگاه‌ها باید از مزایای مالکیت خود در هنگام ورود به بازار بین المللی بهره برداری کنند. با این حال، سایر محققان خاطر نشان می‌کنند که شرکت‌های چینی ترجیح می‌دهند تا از مزایای رقابتی موجود خود بهره مند شوند (دو جولان و یفی جانگ، ۲۰۱۸). علاوه بر این، پیامدهای ناکارآمدی بازار سرمایه در چین، دسترسی به بازار پولی با قیمت مناسب‌تر و وام‌های بانکی منعطف که در صورت حذف آنها رقابت دیگر امکان پذیر نخواهد بود سایر مشکلات مربوط به شرکت‌های چند ملیتی چینی می‌باشند (باکلی و همکاران ۲۰۰۷). علی رغم توافق بر این که جستجوی بازار خارجی، کاهش هزینه‌ها و جستجوی منابع می‌تواند انگیزه اصلی برای سرمایه گذاری مستقیم خارجی باشد، مشخصه اصلی سرمایه گذاران کشورهای در حال توسعه ورود به مرحله جدید جهانی شدن است (لی، ۲۰۰۷؛ دنگ ۲۰۰۹).

اهمیت صنعت خودروسازی برای دو کشور ایران و چین:

دلیل آنکه صنعت خودرو سازی دارای اهمیت استراتژیک بسیار بیشتری نسبت به سایر بخش‌های اقتصادی است، آن است که صنعت خودروسازی به عنوان صنعتی واسط تقریباً بر روی تمام بخش‌های اقتصاد تأثیر گذار است (قوی دل و همکاران، ۲۰۱۶). توسعه صنعت خودرو سازی یک کشور یک تصمیم صرفاً اقتصادی نیست بلکه موضوعی با پیامدهای سیاسی است. بیاد داشته باشید که توانایی کم در زمینه صنعت خودرو سازی، منجر به عدم توانایی در تأمین نیازهای مدنی و نظامی از نظر تقاضای داخلی و رقابت بین المللی می‌شود، که به نوبه خود قدرت یک رژیم را در معرض خطر قرار می‌دهد. اهمیت صنعت تولید خودرو نه تنها از منظر سیاست / امنیت قابل فهم است، بلکه صنعت خودرو را شاید بتوان مهمترین بخش کالای تولیدی در سطح جهانی دانست. این صنعت، صنعتی سرمایه بر بوده که نیاز به تکنولوژی بالایی داشته نقش مهمی در توسعه اقتصادی و اجتماعی کشورها دارد. در حال حاضر تصور توسعه

اقتصاد کشوری بدون توسعه صنعت خودرو دشوار است. براساس برآوردهای بین المللی در سال ۲۰۱۷، متوسط سالانه گردش مالی جهان در صنعت خودرو بیش از ۲,۷۵ تریلیون یورو است که ۳,۶۵ درصد از تولید ناخالص داخلی جهان است. این صنعت همچنین یک صنعت پیشرو در نوآوری بوده و با سرمایه گذاری بیش از ۸۴ میلیارد یورو در تحقیق، توسعه و تولید در میان ۲۵۰۰ شرکت پیشرو در سرمایه گذاری در تحقیق و توسعه یکی از سه گروه اصلی به صنعت داروسازی و بیوتکنولوژیک و صنعت تولید تجهیزات فرایندی می‌باشد. ایران همیشه در تلاش بوده تا خود را از یک "سازنده تجهیزات اصلی" به یک "تولید کننده اصلی طراحی" تبدیل کند. این بدان معنی است که شرکت‌های خودروسازی ایران نه تنها می‌خواهند مونتاژ کننده باشند، بلکه به دنبال ایجاد برند معرف خود و طراحی مدل‌های کلاس اول خود نیز می‌باشند. با این حال، دستیابی به این اهداف، نیازمند حمایت بزرگی از سوی دولت (حسینی و ساعی، ۲۰۱۷) و همچنین وجود منابع انسانی لازم است. بعد از صنعت نفت و گاز، صنعت خودرو ایران سومین صنعت فعال کشور است، ۱۰ درصد از تولید ناخالص داخلی ایران و ۴ درصد از نیروی کار (۷۰۰ هزار نفر) را تشکیل می‌دهد. تولید خودرو در ایران برای اولین بار در سال ۲۰۰۸ به بیش از ۱ میلیون رسید. براساس اطلاعات سازمان بین المللی سازنده وسایل نقلیه خودرو، ایران با تولید ۱,۴ میلیون خودرو سواری در سال ۲۰۱۷ دوازدهمین تولید کننده خودرو در جهان است. این رتبه، ایران را قبل از انگلیس و بعد از روسیه و ترکیه قرار می‌دهد. داده‌های منتشر شده توسط وزارت صنایع نشان می‌دهد که طی یک سال ۲۰۱۶، ۱,۴۴۱,۵۷۷ خودرو توسط شرکت‌های محلی تولید شد که افزایش ۱۴,۸٪ سالانه نشان می‌دهد. فروش خودرو در سال‌های اخیر حتی سریعتر رشد کرده است و از ۱,۱ میلیون اتومبیل در سال ۲۰۱۵ به ۱,۶ میلیون در سال ۲۰۱۷ افزایش یافته است و این رقم ایران را دهمین بازار بزرگ جهان در زمینه فروش خودرو قرار می‌دهد. بنابراین، صنعت خودرو نقش مهمی در توسعه اقتصادی ایران داشته است. شرکت‌های اروپایی رنو و گروه پژو، شرکت‌های اصلی بین المللی فعال در صنعت خودرو ایران بودند، تا اینکه سال ۲۰۱۲ تحریم‌های اقتصادی آنها را از کشور خارج کرد. پس از آن تولیدکنندگان خودروی چینی به سرعت جای خالی آنان را پر کردند. شرکت‌های چینی در طول چند سال گذشته از تحریم‌های بین المللی بر علیه ایران بهره مند شده‌اند، به طوری که شرایطی فراهم شده بود که محصولات چینی بازار ایران را، بدون رقابت با دیگر محصولات خارجی متعلق به خود نمودند. در سال ۲۰۱۶ شرکت برلینس با شرکت سایپا تفاهم نامه‌ای

مبنی بر فروش ۱۲۰۰۰۰ دستگاه در سالهای ۲۰۱۷ تا ۲۰۱۹ امضا کردند. این برند یکی از ۱۱ خودروساز چینی موجود در ایران است. Chery، Lifan و Changan برخی از خودروسازهای چینی هستند که در ایران محبوبیت زیادی دارند. در سال ۲۰۱۶، چهار برند چینی - Chery، JAC، Lifan و Brilliance - برای اولین بار بیش از ۱۰۰۰۰۰ خودرو در کشور به فروش رساندند. به طور کلی، شرکت‌های چینی در سال ۲۰۱۶، ۱۵٪ از سهم بازار ایران را تشکیل می‌دادند که در سال ۲۰۱۱ این عدد فقط ۳٪ بود. در سال ۲۰۱۷، کل صادرات چینی CBU به میزان ۹۲۲۸۰۰ واحد بود که با افزایش نرخ ۳۱٪ همراه بود. ۲۵۰۳۰۰ واحد از این محصولات به ایران منتقل شده است. ایران همیشه بزرگترین بازار صادرات خودروی چینی بوده است.

در حال حاضر، سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی در ایران به شدت تحت تأثیر خروج ایالات متحده از توافق هسته‌ای است. برای سال‌های بسیاری، اقتصاد ایران به طور کلی چالش‌های فراوانی با تحریم‌های بین‌المللی داشته است و در حال حاضر نیز مواد اولیه خام و قطعات یدکی برای بسیاری از صنایع نمی‌توانند وارد ایران شوند، که این منجر به کمبود در بسیاری از بخش‌ها گردیده و باعث ایجاد مشکلات ایمنی در سیستم‌های حمل و نقل می‌شود. لذا، جذب سرمایه‌گذار خارجی جهت ارتقای صنعت خودرو حتی در نگاهی دراز مدت نیز امری بسیار ضروری است. در عین حال، چین دارای ۲۳ درصد سهم کل سرمایه‌گذاری در جهان است و صنعت خودرو همواره در پروژه سرمایه‌گذاری شرکت‌های چینی نقش مهمی ایفا کرده است. با شتاب پیاده‌سازی کمربند جاده چین، روشن است که دو کشور می‌توانند در صنعت تولید خودرو به توافق دوجانبه برد-برد دست یابند.

آیا سرمایه‌گذاری چینی صنعت خودرو سازی ایران را به چالش کشیده است؟

هر چند که میزان سرمایه‌گذاری چینی در ایران همچنان عدد برجسته‌ای نیست. ممکن است بحث در مورد چالش سرمایه‌گذاری چینی در بخش تولید خودرو در ایران بی‌مورد باشد چرا که تعداد موارد سرمایه‌گذاری و میزان سرمایه‌گذاری هم بسیار پایین است. با این حال، مقدار کم سرمایه‌گذاری چین در ایران لزوماً به معنی چالش کم اهمیتی از چین به صنعت تولید خودرو در ایران نیست. سوالی مهمی که بایستی به آن پاسخ داد آن است که: چرا سرمایه‌گذاری چینی در ایران کم است؟ در پاسخ باید گفت که یکی از عوامل تعیین‌کننده اندازه بازار

است. از دیدگاه اندازه بازار، بازار در ایران نسبتاً کوچکتر از بازار داخلی چین است. با این حال، اگر چه حجم بازار ایران کوچکتر است، اما به دلیل تحریم، تمامی دیگر رقبا بین المللی خودرو از ایران خارج شده‌اند و فرصت مناسبی برای تولید کنندگان خودرو چینی فراهم گردید. از دیدگاه کاهش هزینه، همانطور که در بخش اول بیان شده است، ایران دارای تعداد زیادی نیروی کار ماهر است که هنوز با فرصت‌های اشتغال کمی روبرو هستند. در نتیجه سرمایه گذاران چینی با جابجایی کارخانه‌های خود به ایران هزینه‌های قابل توجهی را صرفه جویی می‌کنند. علیرغم همه این مزایا، تحریم آمریکایی که به ایران تحمیل شده بود، بسیاری از سرمایه گذاران چینی را تهدید می‌کند. تصمیم دولت دونالد ترامپ پس از خروج از معامله هسته‌ای ایران تحت فشار اقتصادی گذاشتن ایران است. سرمایه گذاران اروپایی ایران را ترک کردند و تقریباً تمام قراردادهایی را که با تهران به امضا کرده بودند را نیمه کاره رها کردند. به عنوان مثال، در جبهه سرمایه گذاری، گروه PSA (سازنده خودروهای سیتروئن و پژو) آخرین شرکتی است که تسلیم می‌شود و سرمایه گذاری مشترک خود با دو تولید کننده خودرو در ایران را متوقف می‌کند. در زمینه نفت، شرکت فرانسوی Total اعلام کرده است که قرارداد چند میلیارد دلاری با تهران را لغو خواهد کرد، مگر اینکه یک مجوز ویژه از سوی ایالات متحده مبنی بر ادامه فعالیت دریافت کند. سایر شرکتهای اروپایی نیز معاملات تجاری و سرمایه گذاری را با جمهوری اسلامی لغو یا معلق نموده‌اند. تحریم‌های جدید ایالات متحده بخش خصوصی چین را به همان اندازه بخش خصوصی اروپا تحت فشار قرار نمی‌دهد. اما با توجه به اینکه گزینه‌های ایران محدودتر است، روشن است که سرمایه گذاری، صادرات و خرید نفت چین نمی‌تواند کمک زیادی به ایران کند. علاوه بر این، شرکتهای بزرگ چینی و بانک‌هایی که علاقه مند به انجام تجارت در ایالات متحده و یا معاملات تجاری با دلار هستند، به همان اندازه شرکتهای اروپایی تحت تأثیر قرار گرفتند.

تحریم‌های به اصطلاح غیر قانونی امریکا، به هر شرکتی من جمله شرکتهای چینی که که معاملات خود را با دلار انجام می‌دهند حتی اگر این معاملات با شرکتهای غیر امریکایی انجام می‌شود، اعمال می‌شوند. شرکتهای بزرگ چینی نمی‌توانند این تحریم‌ها را دور بزنند. در یک کلمه، چین حتی اگر بتواند یک سری از تحریم‌ها را از ایران بردارد، باز هم نمی‌تواند نجات دهنده ایران باشد. آن دسته از شرکتهایی که در ایران سرمایه گذاری کرده‌اند، همواره با دردسر دیگری مواجه خواهند شد - در اردیبهشت ماه نرخ ارز ایران در بازارهای غیر رسمی با

قیمت ۱۵۰۰۰۰ ریال نسبت به دلار در پایین‌ترین سطح خود در تمام زمانها رسیده است که این مقدار کمتر از نصف ارزش آن در ابتدای این سال می‌باشد. سؤال دیگر آن است که آیا سرمایه چینی می‌تواند صنایع تولیدی خودرو ایرانی را به سطح بالاتری برساند؟

دلایل سطح پایین سرمایه گذاری چینی نه تنها در عناصر بازار، به عنوان مثال، عدم ثبات ارزی، بهره وری پایین و عدم شفافیت دولت، بلکه در شرایط فعلی روابط بین المللی نیز ریشه دارد. اگرچه دولت ایران بارها بر تمایل و پشتیبانی خود از افزایش سرمایه گذاری چین تاکید کرده است اما با توجه به مقررات مختلف دولت ایران برای سرمایه گذاران چینی، ورود به بازار ایران مشکل می‌باشد. دولت ایران همچنین شرایط چالشی باز شدن صنعت تولید خودرو ایران برای سرمایه گذاری چین را تصدیق می‌کند. نگرش دولت ایران قابل فهم است، همانطور که قبلاً بحث شده است، بخش خودروسازی پایه‌ای برای صنعت تولیدی ایران است و همچنین در رابطه‌ای حیاتی با توسعه اقتصاد ملی نیز می‌باشد. بنابراین، دولت ایران باید بسیار مراقب باز کردن فضا برای سرمایه گذاری چین در این شرایط و این صنعت باشد.

با این حال، سرمایه گذاران چینی منتظر تصمیم نهایی دولت ایران نمانده‌اند. در سال ۲۰۱۶، شرکت سایک^۱ برنامه ریزی سرمایه گذاری مشترک برای خودروهای سواری MG خود را با یک شرکت محلی ایرانی به نام صنعت خودرو آذربایجان آغاز کرد. صنعت خودرو آذربایجان در سال ۲۰۱۱ تأسیس شده و تبدیل به یکی از بزرگ‌ترین شرکت‌های خودروسازی در شمال غرب ایران شده است. ظرفیت تولید این واحد تولیدی حدود ۲۰۰۰۰ واحد در سال است. شرکت سایک موتور اولین تولید کننده خودرو در چین و دارای رتبه هفتم در جهان با تولید ۶۳۰۰۰۰۰ خودرو در سال است. دلیل آنکه سایک خواسته است که سرمایه گذاری مشترک خود را با صنعت خودرو آذربایجان برقرار کند، این بود که تمایل داشتند که کارخانه خود برای مونتاژ قطعات منفصله به ایران منتقل شده و از مالیات و تعرفه‌های وارداتی پایین‌تر که در سال‌های اخیر توسط دولت ایران تنظیم شده است، بهره مند شوند. در سپتامبر ۲۰۱۳، گروه خودروسازی چینی بریلیانس^۲ و گروه سایپا، دومین خودروساز بزرگ ایران، برنامه همکاری راهبردی خود را به طور رسمی آغاز کرده‌اند. در ماه مه سال ۲۰۱۵، خط تولید مشترک خود را در کرج، غرب تهران راه اندازی کردند. سعید مدنی، مدیرعامل سایپا، گفته است که همتای

¹ SAIC

² Brilliance

چینی خود ۶۰ میلیون دلار برای راه اندازی خطوط تولید سرمایه گذاری کرده‌اند. تا کنون گروه بریلیانس بیش از ۱۱۰ هزار واحد قطعات منفصله خودرو به ایران صادر کرده است. این دو مورد نشان می‌دهد که همکاری در واقع بین سرمایه گذار چینی و صنعت خودرو ایران وجود دارد. به منظور حفظ موقعیت غالب تولید کنندگان خودرو داخلی و بهبود توانایی‌های تولید آنها، شرکت‌های ایرانی باید به دنبال مهارت‌های بهتر و در واقع تلاش بیشتری در یادگیری و تحقیق در زمینه فن آوری پیشرفته باشند. در نتیجه، ترکیبی از سرمایه چینی و همچنین دانش تکنولوژیک و بازارهای ایرانی می‌تواند پیامدهای مثبتی در صنعت خودروسازی ایران نشان دهد. نگرانی طرف‌های ایرانی را می‌توان در غالب ۱- عدم توانایی تکنولوژیک بالای طرف چینی ۲- عدم انتقال تکنولوژی از سمت طرف چینی ۳- عدم اطمینان از میزان دانش فنی طرف چینی ۴- عدم اطمینان به توانمندی شرکت‌های چینی در بازار آتی خودرو

در عین حال طرف چینی نیز دارای دغدغه‌های خاص خود بوده که مهمترین فاکتورها عبارتند از: ۱- عدم اطمینان از تمایل دراز مدت دولت ایران و شرکت‌های بزرگ ایرانی برای همکاری با خودروسازان چینی ۲- بهره‌وری پایین نیروی کار ایرانی ۳- تحریم‌های پی در پی ایران و عدم ثبات در روابط قدرت‌های جهانی با ایران ۴- بخش خصوصی ضعیف خودروسازان خصوصی در ایران

البته تجربه ناموفق ایران با خودروسازان غربی نیز عاملی بوده که باعث رفتار محافظه کارانه خودروسازان ایرانی گردیده است. در عین حال این عامل می‌تواند فرصتی نیز بحساب آمده که تمایل ایران به عقد قرارداد با طرف‌های چینی را ممکن سازد.

نتیجه گیری

در بلند مدت این خودروسازان چینی هستند که نیاز به بازار خودرو ایران داشته و از طرف دیگر خودروسازان ایرانی نیز تمایل به داشتن شریک تجاری قابل اعتمادی خارج از دنیای غرب دارند. سؤال کلیدی اساسی این است که در ارتباط با ارتباط خودروسازان چینی آیا سرمایه گذاری چین در ایران تهدیدی برای توسعه صنعت خودرو سازی ایران است؟ پاسخ این مقاله منفی است. دلایلی که می‌توان برای آن ذکر نمود عبارتند از: نیاز شدید صنعت خودروسازی ایران به سرمایه گذاری. عدم ارائه فرصت‌های همکاری با شرایط عادلانه از سمت طرف‌های غربی. عدم رغبت شرکت‌های مطرح خودروساز برای سرمایه گذاری در ایران. نیاز شدید صنعت

خودروسازی ایران به انتقال تکنولوژی. مجموع عوامل ذکر شده نشان می‌دهد که در صورت کسب موفقیت در جلب خواست‌های طرفین، آنگاه می‌توان امیدوار بود که ایران نیز به بخش‌هایی از نیازهای اساسی خود در این صنعت را برآورده نماید. از طرف دیگر هرچند که بازار ایران جاذبه‌های قابل توجهی برای تولید کنندگان خودرو در چین دارد. با این حال، با توجه به تحریم‌های دولت آمریکا، در حال حاضر خطر از دست دادن بازار آمریکای شمالی و دسترسی به سیستم بانکی بین‌المللی که توسط دولت آمریکا ساخته شده و کنترل می‌شود، به شدت بالا است. علاوه بر این، ارزش رو به نزول ارز ریال که ناشی از تنش بین ایالات متحده و ایران است، تقریباً غیرممکن است که سودی از بازارهای ایران حاصل نماید. با این وجود، جامعه ایرانی عموماً نگرش موافقی نسبت به محصولات و سرمایه‌گذاری‌های چینی ندارد. در کنار این واقعیت که مقررات دولتی ایران پیچیده می‌باشد، تا کنون موارد سرمایه‌گذاری چین محدود و مقدار سرمایه‌گذاری کم بوده است. با این حال، سرمایه‌گذاران چینی نسبت به چشم انداز توسعه آینده خوش بین هستند. اول اینکه، ایران جمعیت قابل ملاحظه‌ای و میلیاردها تن از منابع نفت و گاز زیر خاک خود را در اختیار دارد که ایران را به عنوان یک بازار امیدوار کننده و سودآور برای سرمایه‌گذاران چینی تبدیل می‌کند. دوم، همانطور که کتب تاریخ چینی برای تدریس دانش آموزان از دوره سوم تا دبیرستان نوشته شده است دوستی چین و ایران قدمتی تاریخی داشته و مردم چین همیشه ایران را یکی از دوستان و شریکان نزدیک خود می‌دانند. در آخر و مهمتر از همه اینکه، ایران در قلب کمربند جاده می‌باشد. مسیر رسیدن به اهداف در زمینه تحقق بخشیدن به رویای کمربند و جاده بدون همکاری عمیق و حمایت قوی از حکومت ایران بسیار دشوار خواهد بود. در نهایت، این مقاله تاکید می‌کند که مسائل اصلی مؤثر بر توسعه صنعت اتومبیل‌سازی ایران، سرمایه‌گذاری چینی و تهدیدهای احتمالی آن نیست. بلکه، چالش ملموس صنعت خودرو سازی ایران با سرمایه‌گذاران چینی، یافتن روش مناسب برای همکاری خصوصاً در طول این دوره سخت است. چالش دیگر این است که تولید کنندگان خودرو ایرانی، چه با سرمایه‌گذاران چینی یا دیگر کشورها، می‌توانند مهارت‌ها و تکنولوژی‌های خود را با باز کردن راهبردی فضا و استفاده از فرصت‌های همکاری بهبود دهند.

فهرست منابع

الف) منابع فارسی

حسینی گلی، سید اسمعیل و ساعی، احمد (۱۳۹۶). «مطالعه تطبیقی سیاستگذاری ایران و کره جنوبی در عرصه صنعت خودرو»، فصلنامه مطالعات روابط بین الملل، دوره ۱۰، شماره ۳۹، پاییز، صص ۹-۲۹.

قویدل، صالح؛ صوفی مجیدپور، مسعود و شعبانی، انوش (۱۳۹۵). «تأثیر واردات خودرو بر اشتغال در صنعت خودرو ایران و سایر بخشهای اقتصادی»، فصلنامه سیاست های راهبردی و کلان، سال چهارم، شماره ۱۳، بهار، صص ۱۱۵-۱۳۵.

ب) منابع انگلیسی

- Buckley, Peter J., L. Jeremy Clegg, Adam Cross, Xin Liu, Hinrich Voss, and Ping Zheng (2010). "The determinants of Chinese outward foreign direct investment." In *Foreign Direct Investment, China and the World Economy*, pp. 81-118. Palgrave Macmillan, London.
- Chow, Daniel CK (2016). "Why China established the Asia infrastructure investment bank." *Vand. J. Transnat'l L.* 49: pp 12-55.
- Deng, Ping (2009). "Why do Chinese firms tend to acquire strategic assets in international expansion?." *Journal of World Business* 44, no. 1: pp 74-84.
- Du, Julan, and Yifei Zhang (2018). "Does one belt one road initiative promote Chinese overseas direct investment?." *China Economic Review* 47: pp 189-205.
- Hornschild, Sebastian (2016). "China in the Middle East: not just about oil." *European Union Institute for Security Studies*: pp 1-2.
- Lee, Chun-yi, and Ming-xi Yin (2017). "Chinese Investment in Taiwan: A Challenge or an Opportunity for Taiwan?." *Journal of Current Chinese Affairs* 46, no. 1: pp 37-59.
- Li, Peter Ping (2007). "Toward an integrated theory of multinational evolution: The evidence of Chinese multinational enterprises as latecomers." *Journal of international management* 13, no. 3: pp 296-318.
- Winter, Tim (2016). "One belt, one road, one heritage: Cultural diplomacy and the Silk Road." *The Diplomat* 29: pp 1-5.