

# وضعیت تجارت کالایی ایران و ترکیه از منظر زنجیره ارزش جهانی

پذیرش: ۹۶/۱۱/۱۵

دریافت: ۹۵/۱۲/۲۰

مهدی رضائی

عضو هیات علمی موسسه مطالعات و پژوهشهای بازرگانی  
mehdirezai@itsr.ir

پریسا یعقوبی منظری

عضو هیات علمی موسسه مطالعات و پژوهشهای بازرگانی  
pyaghobi@gmail.com



زنجیره ارزش جهانی / تجارت کالایی / ایران / ترکیه / صنعت  
تولید مواد و محصولات شیمیایی

## چکیده

صادرات کالاها واسطه‌ای و نهایی جهانی، نه تنها نفع کمتری از GVC در مقایسه با ترکیه برده، بلکه در مقایسه با متوسط کل دنیا نیز نتوانسته است از GVC منتفع شود. همچنین وضعیت تجارت ایران با ترکیه طی سال‌های اخیر نشان می‌دهد که ایران، آن دسته از محصولات رشته فعالیت تولیدی «تولید مواد و محصولات شیمیایی» که عمدتاً کالاهای واسطه است به ترکیه صادر کرده و ترکیه این محصولات را به محصولات نهایی صادراتی همین بخش از طریق رشته فعالیت‌های تولیدی «تولید دارو و مواد شیمیایی مورد استفاده در پزشکی و محصولات دارویی گیاهی» و «تولید صابون و مواد پاک‌کننده و لوازم بهداشت و نظافت و عطرها و لوازم آرایش» که از سطح فناوری بالایی برخوردارند، تبدیل نموده و به دنیا، از جمله ایران، صادر می‌کند و از این طریق، از GVC نفع بیشتری می‌برد.

براساس ادبیات مرتبط با «زنجیره ارزش جهانی»، کشورهای توسعه‌یافته‌تر بیشتر کالاهای نهایی که شامل کالاهای مصرفی و سرمایه‌ای است صادر و کشورهای کمتر توسعه‌یافته بیشتر کالاهای واسطه‌ای صادر می‌کنند. ترکیه یکی از شرکای ایران در تجارت کالایی می‌باشد و این مقاله به تحولات تجارت کالایی ایران و ترکیه در زنجیره ارزش جهانی (GVC) طی دو دهه گذشته پرداخته است. مقاله نشان می‌دهد نفع ترکیه از GVC به واسطه افزایش سهم آن از صادرات محصولات نهایی در جهان، روندی صعودی داشته است؛ اما ایران در

براساس ادبیات GVC، نکاتی را راجع به منافع این دو کشور در تجارت جهانی و GVC و جایگاه آن‌ها در این زنجیره ارائه می‌دهد که از این نکات می‌توان برای سیاست‌گذاری استفاده نمود. این مقاله، به این موضوع می‌پردازد که تحولات ایران و ترکیه از منظر نقش‌آفرینی در GVC طی دو دهه اخیر چگونه بوده است و سپس با توجه به اینکه ترکیه شریک اصلی ایران در تجارت است، از منظر اقلام مهم تجارت کالایی بین این دو کشور، ارتباط این دو کشور در GVC طی دوره ۵ ساله ۹۳-۱۳۸۹ مورد بررسی قرار گیرد.

### ۱. زنجیره ارزش جهانی

از منظر نقش‌آفرینی کشورها و مناطق دنیا در فرایند جهانی‌شدن، شاهد گسستگی و پراکندگی جغرافیایی هر یک از آن‌ها [۲] در مقوله تجارت بین‌الملل هستیم. با مطالعه ساختار اقتصاد جهانی، مشاهده می‌شود آنچه که ساختار تجارت و سرمایه‌گذاری جهانی را در حال حاضر شکل داده، GVC است. جریان جهانی تجارت و سرمایه‌گذاری، به‌گونه‌ای است تا هر کشور و یا هر منطقه‌ای در جهان، به تکمیل مرحله‌ای از فرایند تولید یک محصول خاص بپردازد و به نظر می‌رسد که جریان تجارت و سرمایه‌گذاری در سطح بین‌الملل در این راستا سازمان‌دهی شده است که این سازمان‌دهی جریان جهانی تجارت و سرمایه‌گذاری، در واقع همان GVC است. جهانی‌شدن، شرکت‌ها را ترغیب می‌کند تا فرآیند تولید را برای کسب مزیت‌ها و سود بیشتر، به خارج از مرزها انتقال دهند و فعالیت‌های خود را برون‌سپاری کنند [۳].

از این‌رو زنجیره ارزش جهانی دربرگیرنده کشورهای درحال توسعه، نوظهور و توسعه‌یافته است. تمام فرایند تولید کالاها، از مواد خام گرفته تا محصولات نهایی، به‌صورت چشمگیری در جاهایی صورت می‌گیرد که در آنجا مهارت‌های لازم و مواد خام و واسطه‌ای موردنیاز با هزینه و کیفیت قابل‌رقابت با سایر بدیل‌ها وجود داشته باشد. خدمات در این بین، نه‌تنها حلقه‌های GVC را به یکدیگر متصل می‌کنند، مثلاً از طریق حمل‌ونقل، بلکه به شرکت‌ها کمک می‌کند تا در محصولات تولیدی خود، ارزش‌افزوده بیشتری ایجاد کرده

با تعمیق جهانی‌شدن و افزایش تجارت، کشورهای دنیا براساس مزیت نسبی خود به تولید و تجارت محصولات می‌پردازند که این محصولات در عرصه جهانی، وارد زنجیره‌ای از خلق محصول می‌شود که به آن زنجیره ارزش جهانی [۱] گفته می‌شود. این زنجیره از مواد خام شروع شده و در نهایت به کالاهای مصرفی، کالاهای سرمایه‌ای و خدمات نهایی خاتمه می‌یابد. سطح توسعه‌یافتگی هر کشوری که در نهایت مزیت نسبی آن کشور را می‌سازد، معین می‌کند که محصولات صادراتی آن کشور در کجای این زنجیره قرار دارد و انتظار می‌رود که با توسعه یک کشور، صادرات آن کشور بیشتر انواعی از محصولات را در برگیرد که در انتهای زنجیره قرار دارد.

ترکیه برای ایران هم در صادرات و هم در واردات شریک مهمی محسوب شده و سهم قابل‌توجهی از تجارت ایران را به خود اختصاص داده است. در سال ۱۳۸۹، صادرات کالایی ایران به ترکیه و واردات ایران از ترکیه به ترتیب ۱/۱ و ۲/۵ میلیارد دلار بود که حاکی از کسری تجاری ۱/۴ میلیارد دلاری ایران در این سال است. صادرات و واردات کالایی مذکور به ترتیب با متوسط نرخ سالانه ۱۶ و ۱۲ درصد رشد کرد و به مقادیر ۲ و ۳/۹ میلیارد در سال ۱۳۹۳ رسید که نشان‌دهنده کسری تجاری ۱/۹ میلیارد دلاری در این سال است. طی این مدت، اولاً همواره واردات کالایی ایران از ترکیه از صادرات کالایی ایران به این کشور بیشتر بوده، دوم اینکه صادرات ایران به ترکیه و هم واردات ایران از ترکیه طی این مدت در حال رشد بوده است، اما متوسط نرخ رشد سالانه صادرات کشور به ترکیه طی این مدت کمتر از متوسط نرخ رشد سالانه واردات کشور از ترکیه بوده و در نتیجه کسری تجاری کالایی ایران با ترکیه به‌طور متوسط سالانه با نرخ حدود هشت درصدی رشد کرده است.

مبادلات کالایی مابین ایران و ترکیه، شامل انواع کالاهایی می‌شود که این کالاها از منظر GVC دارای ارزش‌های متفاوتی بوده که این ارزش، حاصل اندازه خلق ارزش‌افزوده در آن‌ها است. مقایسه این دو کشور، از منظر تجارت آن‌ها با جهان و بررسی تجارت آن‌ها با یکدیگر از منظر انواع محصولات

و محصولات خود را در مقایسه با رقیبان خود، رقابتی تر نمایند. برای کشورهای در حال توسعه، جریان تجارت، سرمایه‌گذاری و دانش که زیربنای GVC است، می‌تواند موجب خلق سازوکاری برای یادگیری سریع، ابداع و بروز رسانی فناوری در این کشورها شود [۴]. برای این دسته از کشورها، GVC می‌تواند دسترسی بهتر به اطلاعات، ایجاد بازار برای محصولات و خلق کسب و کارهای دانش‌محور مهیا کند. از آنجا که مبادلات محصول و سرمایه‌گذاری صورت گرفته در طول GVC مبتنی بر سازوکار کنترل کیفی و استانداردهای برتر کسب و کارهاست، عرضه‌کنندگان و واحدهای تولیدی در کشورهای در حال توسعه برای نفع بیشتر، به اجبار می‌بایست به سمت اقتباس عوامل رقابتمندی و مهارت‌ها از طریق مشارکت آن‌ها در GVC حرکت کنند.

کشورهای در حال توسعه‌ای که اندازه زیادی به GVC متصل شده‌اند، بهبود فرآیند کسب و کار در آن‌ها برخی اوقات موجب خلق فرصت برای رشد و نمو بخش‌ها و بنگاه‌های صادراتی آن‌ها می‌شود. به معنایی دیگر، GVC موجب می‌شود تا فرآیند کسب و کار در سراسر کشورهای جهان، از جمله کشورهای در حال توسعه، صادراتی شوند [۵]. در حین اینکه پیوند کشورهای در حال توسعه با GVC بهبود می‌یابد، بنگاه‌های داخلی این کشورها در بازار داخلی آن‌ها نیز منتفع می‌شوند. این منتفع شدن به این خاطر است که بنگاه‌های داخلی، به دلیل ورود کشور آن‌ها به GVC، به نهادهای واسطه‌ای خارجی که ممکن است از کیفیت و قیمت بهتری در مقایسه با نهادهای داخل برخوردار باشند، دسترسی پیدا کنند. همچنین بنگاه‌های کشورهای در حال توسعه در عرصه بازار داخلی، از صرفه‌های ناشی از تخصص بنگاه‌های برون‌گرای کشورشان منافی را کسب می‌کنند؛ بدین صورت که بنگاه‌های برون‌گرای این کشورها که در اكمال زنجیره تولید جهانی وارد شده‌اند از سایر بنگاه‌های داخلی، نهادهای با استاندارد مناسب و در حد جهانی تقاضا کرده و لذا بنگاه‌های داخلی کشورهای در حال توسعه ضمن اینکه عرضه محصول آن‌ها بهبود می‌یابد، استاندارد محصولات آن‌ها نیز افزایش می‌یابد. بنگاه‌هایی که برای بازار داخلی فعالیت

می‌کنند، با مشارکت با بنگاه‌های صادرات‌گرای کشور خود، می‌توانند به صورت مستقیم یا مقاطعه‌کاری، همکاری کنند و در نتیجه منتفع شوند [۶].

## ۲. نقش کشورها در GVC از منظر تولید کالاها

کشورها در GVC دست به تجارت می‌زنند که در این میان، کشورهایی که از سطح توسعه بالاتری برخوردار باشند، محصولات با ارزش افزوده بیشتری تولید می‌کنند. کشورهای با سطح توسعه کمتر، مواد خام و کالاهای واسطه‌ای با ارزش افزوده کم صادر کرده و کشورهای با سطح توسعه بالاتر محصولات سرمایه‌ای و مصرفی و یا کالاهای واسطه‌ای با ارزش افزوده بالا صادر می‌کنند. در این مقاله، از اصطلاح «کالای نهایی» به معنای کالاهای مصرفی و هم سرمایه‌ای استفاده شده است. منظور از کالاهای سرمایه‌ای [۷]، کالاهایی نظیر ماشین‌آلات و تجهیزات هستند که برای ساخت سایر محصولات مورد استفاده قرار می‌گیرند. کالاهای واسطه‌ای [۸]، کالاها و محصولاتی هستند که کالای نهایی یک فعالیت تولیدی می‌باشند، اما این محصولات به نوبه خود در دیگر فعالیت‌های تولیدی به عنوان نهاده به کار می‌روند. مواد خام [۹] محصولاتی هستند که در مراحل اولیه تولید توسط فعالیت‌های تولیدی به کار می‌روند و معمولاً به طور مستقیم از طبیعت به دست می‌آیند و فرآوری بسیار کمی روی آن‌ها صورت می‌گیرد. کالاهای مصرفی [۱۰]، محصولات نهایی فرآیند تولید بوده که توسط مصرف‌کنندگان نهایی استفاده می‌شود.

یکی از نتایجی که از بررسی روند تجارت محصولات واسطه‌ای و نهایی می‌توان دریافت، مسئله «دیدگاه نظام تدبیر» [۱۱] است [۱۲]. براساس همین نظام تدبیر است که طی GVC تخصص‌گرایی در تولید انواع محصولات نهایی و واسطه‌ای را شاهدیم. هر کشور براساس این نظام، تدبیری برای توسعه خود اندیشیده است که تبلور آن، نوع کالاهایی است که تولید و تجارت می‌کند و از طریق آن، از تجارت بین‌الملل منتفع می‌شود. کالاهای سرمایه‌ای که جزء کالاهای نهایی هستند، نه تنها شامل ماشین‌آلات و سایر تجهیزات تولید، بلکه رایانه‌ها،

وسایط حمل و نقل و سایر اقلامی که توسط مصرف کننده نهایی و همچنین کسب و کارها در تولید خود به کار می‌برند، شامل می‌شوند. این دسته از محصولات و همچنین با استدلالی مشابه، محصولات مصرفی، طی GVC توسط «بنگاه‌های رهبر» [۱۳] حتی اگر تولید هم نشود، به‌رحال توسط آن‌ها طراحی و بازاریابی می‌شود. بنگاه‌های رهبر، شرکت‌های معروف و به نامی هستند که بازار محصول نهایی را به‌خوبی می‌شناسند، طراحان محصول را در اختیار دارند، عرضه‌کنندگان محصولات واسطه‌ای را گزینش می‌کنند، راجع به مکان مونتاژ محصولات نهایی تصمیم‌گیری می‌کنند و در نهایت و از همه مهم‌تر، این دسته از بنگاه‌ها تعیین‌کننده و تصمیم‌گیرنده جنبه مالی تجارت جهانی و سهم‌بری کشورها از منافع تجارت جهانی در GVC می‌باشند.

اما محصولات واسطه‌ای، به خصوص محصولات واسطه‌ای با ارزش‌افزوده پایین، برعکس محصولات نهایی، توسط بنگاه‌هایی طی GVC عرضه می‌شود که نقش کمتری در این زنجیره دارند. بنگاه‌های رهبر به‌اندازه زیادی به این خاطر در GVC قدرت دارند که انتخاب عرضه‌کنندگان و خرید محصولات واسطه‌ای در اختیار آن‌ها است (استروژن، ۲۰۰۹). در واقع عرضه‌کنندگان محصولات واسطه‌ای با ارزش‌افزوده پایین، به نحوی برای بنگاه‌های عرضه‌کنندگان محصولات نهایی در GVC تولید می‌کنند (در خدمت آن‌ها می‌باشند) و تا اندازه زیادی وابسته به آن‌ها هستند و از این‌رو تا حدی می‌توان گفت به‌اندازه رهبران در GVC، «شایستگی منحصربه‌فرد» کمتری دارند و لذا اعمال قدرت کمتری در این زنجیره داشته و سود کمتری نیز می‌برند.

البته لازم به ذکر است که طی GVC، باید فناوری به‌کاررفته در تولید و عرضه محصولات واسطه‌ای را نیز در نظر داشت. بدین ترتیب که تولید محصولات واسطه‌ای در اوایل زنجیره، از فناوری پایینی برخوردار است و محصولات ساده و با استاندارد پایین عرضه می‌شود و عرضه‌کنندگان این محصولات ساده واسطه‌ای، قیمت‌پذیر بوده و براساس قیمت غالب بازار جهانی محصولات خود را عرضه می‌کنند؛ اما در

طی زنجیره، ارزش محصولات واسطه‌ای که از فناوری بالا برخوردارند، نظیر ریزپردازنده‌ها، بالا بوده و تولیدکنندگان آن‌ها نوعی رهبر محسوب شده که به این تولیدکنندگان، «رهبران پلتفرم» [۱۴] گفته می‌شود. این دسته از بنگاه‌ها به این خاطر که برای محصولات آن‌ها در GVC جانشینی وجود ندارد یا اینکه جانشینان آن محصولات بسیار کم است، با قیمت بالایی محصولات خود را می‌فروشند و بنا به تعبیری، قیمت‌گذار هستند (همان). به‌واقع، تجارت محصولات واسطه‌ای و جریان سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی [۱۵]، وجه مشخصه GVCها هستند. منتهی در طی GVCها، کشورهایی که محصولات واسطه‌ای با ارزش‌افزوده بالاتری تولید می‌کنند، یعنی طی زنجیره خلق ارزش‌افزوده در مواد خام و فرآوری آن، مرحله و با مراحل را به عهده دارند که ارزش‌افزوده بیشتری در محصولات ایجاد می‌کنند، منفعت بیشتری از مشارکت در GVC به دست می‌آورند [۱۶].

## ۲-۱. وضعیت ایران و ترکیه در زنجیره ارزش جهانی

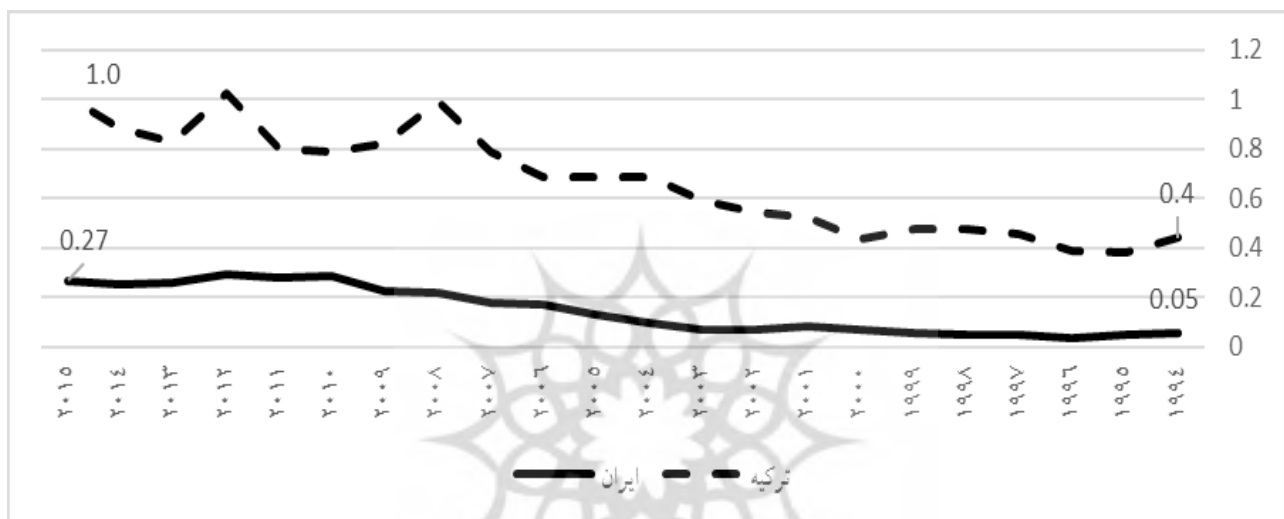
ایران کشوری است که از کانی‌های فلزی و غیرفلزی، شامل کانی‌های سوختی، برخوردار است. این ویژگی، برای ایران، امتیاز بزرگی محسوب می‌شود. از منظر GVC، از آنجاکه ابتدای تمام زنجیره‌های جهانی با بخش اکتشاف و استخراج شروع می‌شود، هیچ GVC در جهان بدون وجود فعالیت‌های استخراجی وجود نخواهند داشت، ضمن اینکه فعالیت این بخش‌ها، وابستگی کمی به نهاده‌های وارداتی دارند [۱۶].

صادرات مواد معدنی نوعی خام فروشی محسوب شده و فرآوری بیشتر این مواد، نفع بیشتری به همراه دارد. برای کشوری نظیر ایران، گسترش صنایع معدنی از جمله صنایع پایین‌دست نفت و گاز و نیز صنایع پایین‌دست و تقاضاکننده محصولات صنایع معدنی، به‌موازات گسترش بخش‌های اکتشاف و استخراج، منافع بیشتری برای ایران به همراه دارد.

در نمودار (۱)، سهم ایران و ترکیه از کل صادرات کالاهای واسطه‌ای جهان برای دوره ۲۰۱۵-۱۹۹۴ آورده شده است. قبل از تحلیل، می‌باید به این نکته اذعان داشت که به‌طور کلی، حجم

تجارت کالایی ترکیه از ایران بیشتر است و احتمالاً در همه نوع از کالاها، با طبقه‌بندی مختلف، سهم بیشتری نسبت به ایران در تجارت جهانی دارد. صادرات کالاهای واسطه‌ای ایران و ترکیه در سال ۱۹۹۴ به ترتیب، ۴۶۸ میلیون و ۳/۸ میلیارد دلار بود. صادرات این نوع محصولات برای ایران و ترکیه به ترتیب با متوسط نرخ سالیانه تقریباً ۱۵ و ۱۰ درصدی رشد کرده و در نهایت به مقادیر ۸/۸ و ۳۳/۲ میلیارد دلار رسید. ملاحظه می‌شود که متوسط نرخ رشد سالانه برای ایران در صادرات این

نوع محصولات طی دو دهه گذشته بیشتر از ترکیه بوده است و در نتیجه سهم ایران از صادرات کالاهای واسطه‌ای جهان در سال ۲۰۱۵ حدود ۰/۳ درصد و سهم ترکیه نیز در این سال حدود یک درصد شد؛ در حالی که این سهم برای ایران و ترکیه در سال ۱۹۹۴، به ترتیب ۰/۵ و ۰/۴ درصد بوده است. به عبارتی طی دو دهه گذشته، ایران با سرعت بیشتری نسبت به ترکیه سهم خود را در صادرات کالاهای واسطه‌ای جهان افزایش داده است.

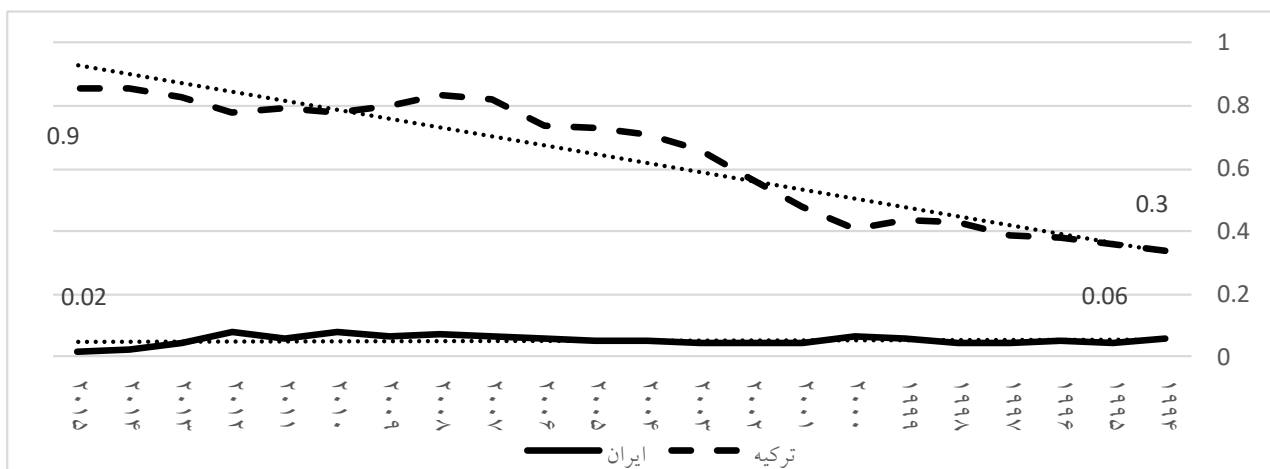


مأخذ: محاسبات مقاله براساس World Bank, WDI, 2017

### نمودار ۱- سهم ایران و ترکیه از کل صادرات کالاهای واسطه‌ای جهان طی ۲۰۱۵-۱۹۹۴ (درصد)

نیز در ابتدای دوره مورد بررسی، ۷/۹ میلیارد دلار صادرات داشت که با نرخ رشد ۱۱/۹ درصدی به ۸۴ میلیارد دلار در انتهای دوره مورد بررسی رسید. همچنین لازم به ذکر است که صادرات کالاهای نهایی در سطح جهان نیز طی همین دوره به‌طور متوسط سالانه هفت درصد (در مقابل نرخ رشد صادرات ۱/۴ درصدی ایران) رشد داشت و در نتیجه مشاهده می‌شود که طی ۲۰۱۵-۱۹۹۴ سهم ایران در صادرات این کالاها کاهش یافته و سهم ترکیه افزایش یافته است.

اما وضعیت صادرات ایران و ترکیه در محصولات نهایی به‌گونه‌ای دیگری است. براساس نمودار (۲) که به سهم ایران و ترکیه از کل صادرات کالاهای نهایی جهان طی دو دهه ۲۰۱۵-۱۹۹۴ می‌پردازد، مشاهده می‌شود که سهم ایران از ۰/۰۶ درصد در سال ۱۹۹۴ به کمتر از ۰/۰۲ درصد در سال ۲۰۱۵ کاهش یافته. در حالی که این سهم برای ترکیه طی این دو دهه صعودی بوده است؛ به طوری که از ۰/۳ درصد به حدود ۰/۹ درصد افزایش یافته. در سال ۱۹۹۴ ایران در حدود ۱/۴ میلیارد دلار صادرات در این نوع محصولات داشت که با نرخ رشد حدود ۱/۴ درصدی به ۱/۸ میلیارد دلار رسید. ترکیه



مأخذ: محاسبات مقاله براساس World Bank, WDI, 2017

## نمودار ۲- سهم ایران و ترکیه از صادرات کالاهای نهائی (مصرفی و سرمایه‌ای) جهان طی ۱۹۹۴-۲۰۱۵ (درصد)

جهانی طی این دوره رشد نداشته است؛ اما این سهم برای چین و عربستان رشد نموده است؛ مخصوصاً برای چین که این سهم بیش از دو برابر شده است.

سه کشور کانادا، چین و عربستان از کل صادرات جهانی محصولات نهائی (مصرفی و سرمایه‌ای) در سال ۱۹۹۵ به ترتیب ۴/۶، ۲/۶ و ۰/۶ درصد بوده که این شاخص برای این سه کشور در سال ۲۰۱۵ به ترتیب به ۳، ۷/۸ و ۱/۲ درصد رسید. این وضعیت نشان از آن دارد که برای کانادا، این سهم نظیر سهم از صادرات محصولات واسطه‌ای در حال کاهش بوده است؛ به عبارتی، نقش کانادا در صادرات جهانی (مجموع صادرات کالاهای واسطه‌ای و نهایی) به‌طور متوسط طی ۱۹۹۴-۲۰۱۵ تنزل کرده است. سهم چین از صادرات کالاهای نهایی طی این دوره تقریباً سه برابر شده است که نشان می‌دهد اولاً سهم چین در صادرات نهایی جهانی بیشتر از سهم این کشور در صادرات کالاهای واسطه‌ای رشد داشته و در ثانی به‌طور کلی نقش چین در صادرات جهانی (مجموع صادرات کالاهای واسطه‌ای و نهایی) طی دو دهه گذشته رشد زیادی داشته است.

عربستان که نظیر ایران یک کشور نفتی است، سهم این کشور از صادرات کالاهای نهایی نظیر سهم آن از صادرات کالاهای واسطه‌ای جهانی افزایش یافته است. سهم این کشور از صادرات

با توجه به بررسی سهم‌های ایران و ترکیه از صادرات کالاهای واسطه‌ای و نهایی و مقایسه آن با یکدیگر و همچنین با توجه به متوسط نرخ رشد صادرات محصولات نهایی در سطح جهان طی دوره موردبررسی، این‌گونه می‌توان گفت که ایران در مقایسه با ترکیه، نفع کمتری از GVC به‌دست آورده است. همچنین می‌توان گفت که ایران درصحنه بین‌الملل نیز از متوسط جهانی نفع کمتری از GVC برده است.

علاوه بر ترکیه، می‌توان وضعیت ایران را از منظر نوع محصولات صادراتی، با سایر کشورها نیز مقایسه کرد. کشورهای کانادا و عربستان، دو کشور برخوردار از منابع طبیعی هستند. کانادا کشوری توسعه‌یافته و عربستان کشوری برخوردار از نفت و در عین حال، کشوری درحال توسعه است. چین نیز یک کشور نوظهور است که نقش بارزی در تجارت جهانی داشته و یکی از بازیگران مهم در زنجیره ارزش جهانی است.

سهم کشورهای کانادا، چین و عربستان از کل صادرات کالاهای واسطه‌ای جهانی در سال ۱۹۹۴ به ترتیب ۲/۸، ۵/۱ و ۰/۸ درصد بوده که در سال ۲۰۱۵ به ۲/۲، ۱۱/۳ و ۱/۱ درصد رسیده است. ملاحظه می‌شود که سهم کانادا از صادرات جهانی کالاهای نهایی طی ۱۹۹۴-۲۰۱۵ در حال نزول بوده است؛ یعنی صادرات محصولات نهایی این کشور، همپای متوسط

متوسط نرخ رشد ۱۱/۶ درصدی این کسری، این کسری در حال تعمیق نیز بوده است. همچنین به‌طور متوسط طی این دوره، صادرات کالاهای مصرفی و سرمایه‌های ترکیه به ایران، بیش از ۹ برابر واردات این کشور از ایران در همین نوع محصولات است (به‌طور متوسط ۱/۴ میلیارد دلار در برابر ۱۴۷ میلیون دلار).

ملاحظه می‌شود در سال ۱۳۸۹، واردات ایران از ترکیه در کالاهای واسطه‌ای، ۸۷۵ میلیون دلار و صادرات کشور به ترکیه در این سال در حدود، ۱/۲ میلیارد دلار بوده است؛ یعنی نسبت واردات کشور از ترکیه در مقابل صادرات کشور به ترکیه در کالاهای واسطه‌ای، ۱/۴ بود که این شاخص در سال ۱۳۹۳ به حدود یک رسید؛ از این رو ملاحظه می‌شود که کسری تجارت کالایی ایران در این کالاها به‌طور متوسط سالانه با نرخ ۲۶ درصد در حال کاهش بوده است.

این نتیجه حاصل می‌شود که طی دوره پنج ساله ۱۳۸۹-۹۳ درحالی‌که کسری تجاری ایران در کالاهای با ارزش‌افزوده بالاتر در حال افزایش بوده است، کسری تجاری ایران در کالاهای واسطه‌ای که ارزش‌افزوده کمتری دارد روندی کاهش داشته که این خود بیانگر این است که شکاف نفع‌بری ایران با ترکیه از GVC، طی سالیان گذشته در حال افزایش بوده است. در نمودار (۳)، مهم‌ترین فعالیت‌های صنعتی (تولید کارخانه‌ای) که طی سال‌های ۱۳۸۹-۹۳ محصولات آن‌ها به شکل کالاهای واسطه‌ای به ترکیه صادر شده‌اند، بر حسب کدهای دو رقمی آیسیک [۱۸] ویرایش ۳ آورده شده است. [۱۹]



مأخذ: محاسبات مقاله براساس گمرک جمهوری اسلامی ایران، آمار صادرات و واردات، سال‌های مختلف

### نمودار ۳- سهم مهم‌ترین فعالیت‌های صنعتی صادرکننده محصولات واسطه‌ای ایران به ترکیه طی ۱۳۸۹-۹۳ (درصد)

کالاهای نهایی، تقریباً طی دوره ۲۰۱۵-۱۹۹۴ به‌طور متوسط دو برابر شده است و از افزایش سهم این کشور در صادرات کالاهای واسطه‌ای طی همین مدت، بیشتر است؛ به‌طور کلی ملاحظه می‌شود عربستان توانسته است جایگاه خود را در صادرات جهانی بهبود بخشد (سهم این کشور از مجموع کل صادرات جهانی کالاهای واسطه‌ای و نهایی بهبود یافته است).

## ۳. تجارت ایران و ترکیه

برای بررسی وضعیت تجارت ایران و ترکیه از منظر GVC، در جدول (۲)، وضعیت تجارت ایران با ترکیه در کالاهای مصرفی و سرمایه‌ای (نهایی) و واسطه‌ای برای دوره ۱۳۸۹-۹۳ [۱۷] آورده شده است.

جدول ۱- وضعیت تجاری ایران در کالاهای نهایی و واسطه‌ای با ترکیه طی ۱۳۸۹-۹۳ (میلیون دلار و جاری)

متوسط نرخ رشد (درصد)	متوسط	۱۳۹۳	۱۳۹۲	۱۳۹۱	۱۳۹۰	۱۳۸۹
کالاهای نهایی						
صادرات	۹۲/۶	۲۱۲/۴	۱۷۱/۹	۱۲۲/۹	۱۳۲/۹	۱۴۷/۰
واردات	۱۰۰/۴۳	۱۰۳۷۰	۱۰۳۷۰	۱۰۳۷۰	۱۰۳۷۰	۱۳۷۳/۸
تراز کالایی	۹۴۹/۷	-۱۰۱۵۷	-۱۰۱۹۷/۹	-۱۰۳۵۶/۹	-۱۰۴۷۲/۸	-۱۰۲۲۶/۸
کالاهای واسطه‌ای						
صادرات	۸۷۵	۱۰۰۶۳	۱۰۱۱۴	۱۰۲۶۵	۱۰۲۶۴	۱۰۱۵۶
واردات	۱۰۱۶۶	۱۰۳۵۷	۱۰۸۳۲	۱۰۵۹۹	۱۰۵۴۹	۱۰۵۰۱
تراز کالایی	-۲۹۰	-۲۹۴	-۷۱۸	-۳۳۵	-۸۶	-۳۴۵

مأخذ: محاسبات مقاله براساس گمرک جمهوری اسلامی ایران، آمار صادرات و واردات، سال‌های مختلف

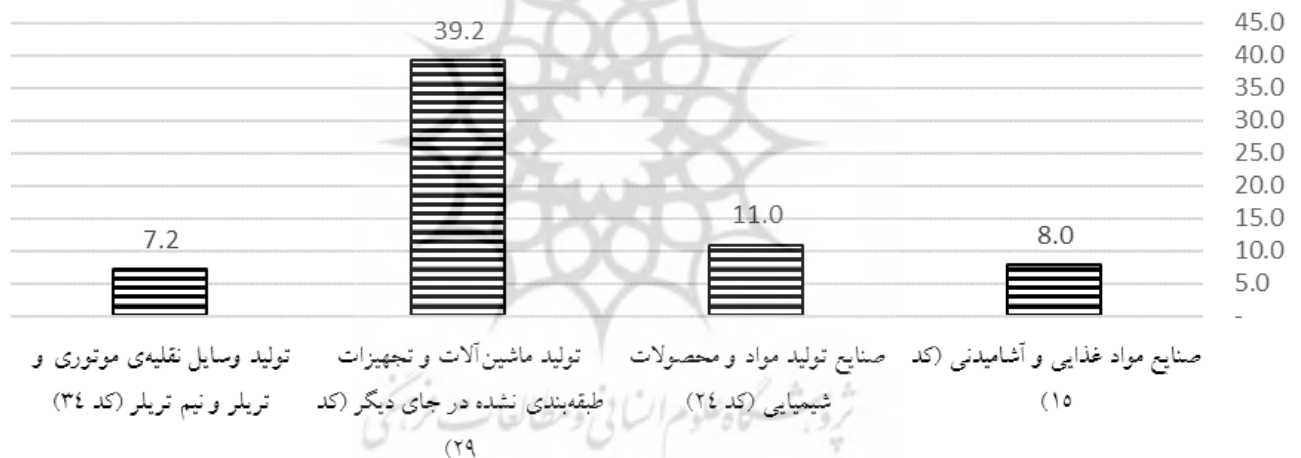
همان‌طور که جدول (۱) نشان می‌دهد، هم صادرات ایران از ترکیه و هم واردات ایران از این کشور در کالاهای نهایی رشد داشته است. همواره ایران در تجارت این نوع کالاها با ترکیه طی این دوره، با کسری تجاری مواجه بوده است، اما با توجه به

براساس جدول فوق، طی دوره ۹۳-۱۳۸۹، دو فعالیت «تولید مواد و محصولات شیمیایی» و «تولید فلزات اساسی» بیش از ۹۰ درصد از صادرات کالاهای واسطه‌ای ایران به ترکیه را به خود اختصاص داده‌اند.

در اینجا نکته مهمی را می‌باید بیان نمود. به‌طور متوسط طی دوره ۹۳-۱۳۸۹، نزدیک ۹۹ درصد از کل کالاهای صادراتی فعالیت کد ۲۴ ایران به ترکیه، کالاهای واسطه‌ای بوده است که این سهم در سال ۱۳۹۳، بیش از ۹۹/۷ درصد رسید. ملاحظه می‌شود که سهم کالاهای نهایی از کل کالاهای صادرشده این فعالیت به ترکیه، بسیار ناچیز بوده است؛ اما متوسط سهم صادرات محصولات نهایی ترکیه به ایران طی سال‌های ۹۳-۱۳۸۹ از کل محصولات صادراتی فعالیت کد ۲۴ این کشور به ایران، بیش از ۳۲ درصد است. این سهم در سال ۱۳۹۲، بیش از ۳۷ بوده است.

همچنین در رابطه با فعالیت کد ۲۷، کالاهای واسطه‌ای صادراتی این فعالیت به ترکیه به‌طور متوسط بیش از ۹۹/۸ درصد و این سهم در سال ۱۳۹۳، بیش از ۹۹/۹ درصد بوده است؛ گرچه متوسط سهم صادرات نهایی ترکیه از محصولات فعالیت کد ۲۷ به ایران طی ۹۳-۱۳۸۹ نیز در حدود چهار درصد بوده است. در واقع محصولات فعالیت ۲۴، بیشتر از نوع کالاهای واسطه‌ای است تا محصولات مصرفی و سرمایه‌ای.

در جدول (۴)، مهم‌ترین فعالیت‌هایی که ایران از ترکیه محصولات نهایی وارد کرده، آورده شده است. ملاحظه می‌شود که محصولات این فعالیت‌ها، بیش از ۶۵ درصد از محصولات نهایی وارداتی ایران از ترکیه طی دوره ۹۳-۱۳۸۴ به خود اختصاص داده‌اند.



مأخذ: محاسبات مقاله براساس گمرک جمهوری اسلامی ایران، آمار صادرات و واردات، سال‌های مختلف

#### نمودار ۴- سهم مهم‌ترین فعالیت‌های صنعتی صادرکننده محصولات نهایی ترکیه به ایران طی ۹۳-۱۳۸۹ (درصد)

۹ رشته فعالیت صنعتی می‌شود: «تولید مواد شیمیایی اساسی به‌جز کود و ترکیبات ازت» (۲۴۱۱)، «تولید کود شیمیایی و ترکیبات ازت» (۲۴۱۲)، «تولید مواد پلاستیکی به شکل اولیه و ساخت لاستیک مصنوعی» (۲۴۱۳)، «تولید سموم دفع آفات و سایر فراورده‌های شیمیایی مورد استفاده در کشاورزی» (۲۴۲۱)، «تولید انواع رنگ و روغن جلا و پوشش‌های مشابه و بتانه» (۲۴۲۲)، «تولید دارو و مواد شیمیایی مورد استفاده در پزشکی و

بنابراین ملاحظه می‌شود درحالی‌که محصولات فعالیت کد ۲۴ با نام «صنایع تولید مواد و محصولات شیمیایی» به‌طور متوسط عمده‌ترین محصولات صادراتی واسطه‌ای ایران به ترکیه طی ۵ دوره ۹۳-۱۳۸۹ بوده است، محصولات نهایی همین فعالیت نیز به‌طور متوسط جزء عمده‌ترین واردات محصولات نهایی کشور بوده است. صنعت «تولید مواد و محصولات شیمیایی» (کد ۲۴) حاوی



محصولات دارویی» (۲۴۲۳)، «تولید صابون و مواد پاک‌کننده و لوازم بهداشت و نظافت و عطرها و لوازم‌آرایش» (۲۴۲۴)، «تولید سایر محصولات شیمیایی طبقه‌بندی نشده در جای دیگر» (۲۴۲۹) و «تولید الیاف مصنوعی» (۲۴۳۰). این بدین معنی است که ایران، علی‌رغم برخورداری از مزیت در تولید محصولات بالادست رشته فعالیت «تولید مواد و محصولات شیمیایی» به‌واسطه برخورداری از انرژی و گاز طبیعی، محصولات با ارزش‌افزوده پایین‌تر را به ترکیب صادر می‌کند که به معنای صادرات محصولات بالادست [۲۰] و میان دست این صنعت بوده و صادرات ایران به ترکیب در محصولات پایین‌دست این رشته فعالیت که حاوی ارزش‌افزوده خلق‌شده بیشتری است، کمتر صورت می‌گیرد. از منظر GVC این وضع بدین معناست که اولاً ایران در محصولات صادراتی فعالیت کد ۲۴، در مراحل ابتدایی این زنجیره واقع شده و در ثانی، به نحوی ایران در محصولات نهایی این فعالیت به ترکیب وابسته است؛ به گونه‌ای که گویی در این زنجیره، در حالی که کشور بخشی از محصولات واسطه‌ای مورد نیاز فعالیت ۲۴ ترکیب را مهیا می‌کند، ایران به دلیل این وابستگی، محصولات نهایی همین فعالیت که ارزش‌افزوده بیشتری در آن خلق شده است را وارد می‌کند؛ به عبارت دیگر، ترکیب در تجارت کالاهای فعالیت کد ۲۴ با ایران، نفع بیشتری از ایران به دست می‌آورد.

به‌طور متوسط طی ۵ ساله گذشته، حدود ۶۳ درصد از محصولات نهایی وارداتی ایران از ترکیب، متعلق به صنایع «تولید دارو و مواد شیمیایی مورد استفاده در پزشکی و محصولات دارویی گیاهی» (سهم ۳۲ درصد) و «تولید صابون و مواد پاک‌کننده و لوازم بهداشت و نظافت و عطرها و لوازم‌آرایش» (سهم ۳۱ درصد) بوده است که این صنایع به ترتیب بر حسب طبقه‌بندی آیسیک ویرایش ۳ در سطح چهار رقمی کدهای ۲۴۲۳ و ۲۴۲۴ می‌باشند. در ضمن، علاوه بر آن که این دو صنعت به ترتیب جزء صنایع با فناوری بالا و با فناوری نسبتاً بالا هستند (OECD, ۲۰۱۱)، جزء صنایع پایین‌دست پتروشیمی نیز محسوب می‌شود [۲۱]. در حالی که ایران مواد اولیه تولید این محصولات را در اختیار داشته و می‌تواند با تولید این محصولات ارزش‌افزوده

بیشتری را کسب نماید. با این تفصیل، ملاحظه می‌شود که کشور ترکیب محصولات واسطه‌ای بخش ۲۴ را از ایران گرفته، آن‌ها را در صنایع با فناوری بالا و یا نسبتاً بالای واقع در همین بخش، با سایر نهاده‌ها ترکیب و به محصولات نهایی تبدیل کرده و مجدداً بخشی از آن را به ایران صادر می‌کند.

این موضوع و همچنین لزوم ارتقای جایگاه ایران در بازار جهانی محصولات این دو فعالیت، جلوگیری از خام‌فروشی و دستیابی به اهداف اقتصاد مقاومتی، ضرورت دستیابی به راهکارهای اجرایی توسعه زنجیره ارزش صنعت پتروشیمی کاملاً احساس می‌شود. در این راستا توجه به مشکلات موجود در مسیر بازار مواد اولیه، تولید و بازار داخلی و خارجی محصولات صنایع تکمیلی پتروشیمی امری لازم و ضروری بوده و مکانیزم‌هایی جهت ارتقاء توان تولید داخل با تأکید بر صادرات برای خلق مزیت نسبی و تحقق مزیت رقابتی این صنایع باید معرفی شوند. براساس بررسی‌های صورت گرفته [۲۲] عمده‌ترین مشکلات تکمیل زنجیره صنعت پتروشیمی عبارت‌اند از [۲۳]:

۱. ظرفیت‌سازی بسیار بالا در صنعت بدون توجه به فعالیت‌های تحقیق و توسعه، ارتقای فناوری و عدم مدیریت صحیح.
۲. مداخله دولت در تعیین قیمت در بازار مواد اولیه.
۳. عدم حمایت از صنعت ماشین‌سازی داخل و در کنار آن واردات ماشین‌آلات بی‌کیفیت خارجی.
۴. عدم حساسیت بر روی بازارهای صادراتی.
۵. توجه بخش خصوصی صنعت به بازار داخلی و عدم برنامه‌ریزی و وجود رویکرد صادراتی.

### نتیجه‌گیری و ملاحظات

در این مقاله، ابتدا به بررسی وضعیت ایران و ترکیب در GVC پرداخته و ملاحظه شد که با توجه به تحولات سهم ایران و ترکیب از تجارت جهانی کالاهای واسطه‌ای و نهایی (کالاهای سرمایه‌ای و نهایی) طی دو دهه گذشته، ترکیب به‌واسطه افزایش سهم خود از صادرات محصولات نهایی، به‌مرور به انتفاع خود از GVC افزوده است؛ اما با توجه به تحولات سهم ایران در

- و صنایع تکمیلی و تأسیس یک نهاد فراوزارت‌خانه‌ای در رأس زنجیره صنعت پتروشیمی.
۲. توسعه صندوق‌های تخصصی جهت ارائه تسهیلات مالی و ضمانت برای پشتیبانی از توسعه صادرات با سرمایه اولیه دولتی و سهام بخش خصوصی.
۳. ایجاد زمینه‌های افزایش مشارکت تشکلهای مردم‌نهاد همچون صنوف و انجمن‌ها در مباحث سیاست‌گذاری.
۴. تصحیح آیین‌نامه‌ها، مقررات و قوانین سرمایه‌گذاری خارجی در جهت توسعه و ارتقاء بهره‌وری صنایع تکمیلی پتروشیمی موجود و جدید.
۵. توسعه شرکتهای مدیریت صادرات به منظور توسعه صادرات محصولات صنایع تکمیلی پتروشیمی.
۶. توجه هدفمند به انتقال فناوری و ایجاد مراکز تحقیق و توسعه مشترک در طول زنجیره صنعت پتروشیمی.
۷. استفاده از فرصتهای دوران پساتحریم در جهت جذب هدفمند سرمایه‌گذاری‌های خارجی برای توسعه صنایع تکمیلی پتروشیمی و ایجاد سازوکارهای مناسب برای تبادل علمی و فناوری.

### پی‌نوشت

1. Global Value Chain (GVC)
۲. فرایند تولید یک محصول، دارای مراحل مختلفی است و گسستگی به این معنا است که هر مرحله از فرایند تولید یک محصول خاص در جهان، در کشورها و یا مناطق به خصوصی انجام می‌گیرد.
3. Sturgeon et al, 2011.
4. Lall, 2000.
5. Ketels and Memedovic, 2008.
6. Breznitz, 2011.
7. Capital Goods
8. Intermediate Goods
9. Raw Materials
10. Consumer Goods
11. Governance Perspective
12. Gereffir
13. Lead Firms

صادرات جهانی کالاهای واسطه‌ای و نهایی، ایران نه تنها نفع کمتری از GVC در مقایسه با ترکیه برده است، بلکه در مقایسه با متوسط کل دنیا نیز نتوانسته است از GVC منتفع شود.

وضعیت تجارت ایران با ترکیه طی دوره پنج‌ساله ۹۳-۱۳۸۹ حاکی است درحالی‌که کسری تجاری ایران در کالاهای نهایی که دارای ارزش افزوده بالاتر هستند، در حال افزایش بوده، کسری تجاری ایران در کالاهای واسطه‌ای که ارزش افزوده کمتری دارند، روندی کاهش داشته است که این وضعیت نیز بیانگر تعمیق شکاف نفع‌بری ایران با ترکیه از GVC از منظر تجارت با ترکیه طی سالیان گذشته بوده است.

تجارت محصولات ایران با ترکیه در محصولات کد آیسیک دورقمی ۲۴ نیز نشان می‌دهد اولاً ایران در صادرات محصولات فعالیت کد ۲۴، در مراحل ابتدایی نسبت به ترکیه در GVC واقع شده است و در ثانی، به نحوی ایران در محصولات نهایی این فعالیت به ترکیه وابسته است و به نظر می‌رسد که الگوی تجارت ایران با ترکیه در محصولات کد ۲۴، به ترکیه در مقایسه با ایران، نفع بیشتری می‌رساند. این نفع به این دلیل است که ترکیه محصولات واسطه‌ای وارداتی فعالیت کد ۲۴ از ایران را در صنایع «تولید دارو و مواد شیمیایی مورد استفاده در پزشکی و محصولات دارویی گیاهی» و «تولید صابون و مواد پاک‌کننده و لوازم بهداشت و نظافت و عطرها و لوازم آرایش» که جزء صنایع با فناوری بالا و با فناوری نسبتاً بالا و همچنین صنایع پایین‌دستی رشته فعالیت صنعتی کد ۲۴ هستند، به محصولات نهایی که ارزش افزوده بالاتری دارند تبدیل کرده و آن‌ها را به دنیا و از جمله ایران صادر می‌کند. با توجه به لزوم جلوگیری از خام‌فروشی و دستیابی به اهداف اقتصاد مقاومتی و همچنین نفع بیشتر از GVC موارد زیر جهت توسعه دو فعالیت «تولید دارو و مواد شیمیایی مورد استفاده در پزشکی و محصولات دارویی گیاهی» و «تولید صابون و مواد پاک‌کننده و لوازم بهداشت و نظافت و عطرها و لوازم آرایش» پیشنهاد می‌شود:

۱. هماهنگی بخش‌های حاکمیتی در تدوین سیاست‌های اقتصادی هدفمند (بهبود و توسعه فضای کسب‌وکار) به منظور توسعه متوازن حوزه‌های بالادست، میان دست

Gereffi, G., 1999. "International Trade and Industrial Upgrading in the Apparel Commodity Chain", *Journal of International Economics*, 48.

Ketels, C. and O. Memedovic, 2008 "From Clusters to Cluster-Based Economic Development," *International Journal of Technological Learning, Innovation, and Development*, Vol. 1, No. 3.

Lall, S., 2011. "The Technological Structure and Performance of Developing Country Manufactured Exports, 1985-98", *Oxford Development Studies*, 28(3), 2000

OECD, ISIC Rev. 3 Technology Intensity Definition: Classification of Manufacturing Industries into Categories Based on R&D Intensities.

Sturgeon, T., 2009. "From Commodity Chains to Value Chains: Interdisciplinary Theory Building in an Age of Globalization." Chapter 6 in: *Frontiers of Commodity Chain Research*, Stanford, CA: Stanford University Press.

Sturgeon, Timothy J. and Memedovic Olga, 2011. "Mapping Global Value Chains: Intermediate Goods Trade and Structural Change in the World Economy", *Development Policy and Strategic Research Branch, Working Paper 05*, UNIDO.

UNCTAD, 2013 . *World Investment Report, Global Value Chains: Investment and Trade for Development*.

World Bank, *World Integrated Trade Solution (WITS)*, 2017.

14. Platform Leaders

15. Foreign Direct Investment (FDI)

۱۶. آنکتاد، ۲۰۱۳، فصل ۵

۱۷. در این مقاله، کالاهای تجارت شده بین ایران و ترکیه برحسب کدهای ۶ رقمی طبقه‌بندی HS از طریق راهنمای بانک جهانی (World Bank, 2017)، به گروه کالایی خام، واسطه‌ای، مصرفی و سرمایه‌ای طبقه‌بندی شده‌اند.

18. The International Standard Industrial Classification of All Economic Activities (ISIC)

۱۹. در این باره، کالاهای تجارت شده بین ایران و ترکیه برحسب کدهای ۶ رقمی طبقه‌بندی HS از طریق راهنمای بانک جهانی (World Bank, 2017)، به فعالیت‌هایی که آن‌ها را تولید می‌کنند، برحسب طبقه‌بندی آیسیک، طبقه‌بندی شدند.

۲۰. فعالیت بالادست رشته فعالیت کد ۲۴، صنعت پتروشیمی است.

۲۱. حیدری و یعقوبی، ۱۳۹۳

۲۲. به منظور آسیب‌شناسی توسعه صنایع تکمیلی پتروشیمی مجموعه جلساتی با حضور صاحب‌نظران و خبرگان امر در آذرماه سال ۱۳۹۳ در مؤسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی برگزار شد و موضوعات مختلف مرتبط با توسعه این صنایع مورد بحث و تبادل نظر قرار گرفت. ماحصل این جلسات استخراج مشکلات موجود در سطوح دولت، صنعت و بنگاه بوده است، نتایج آن به صورت تکمیلی در مقاله «الزامات و چشم‌انداز توسعه صنایع تکمیلی پتروشیمی» در میزگرد تخصصی «الزامات و چشم‌انداز توسعه صنایع تکمیلی پتروشیمی» در همایش سیاست‌های تجاری و صنعتی ارائه شد.

۲۳. یعقوبی، ۱۳۹۴.

## منابع

حیدری، حسن و یعقوبی منظری، پریسا، ۱۳۹۳. «آسیب‌شناسی صنایع پایین‌دست پتروشیمی در ایران»، مؤسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی.

گمرک ج.ا. ایران، آمار صادرات و واردات، سال‌های مختلف.

یعقوبی منظری، پریسا، ۱۳۹۴. «الزامات و چشم‌انداز توسعه صنایع تکمیلی پتروشیمی»، همایش سیاست‌های تجاری و صنعتی، مؤسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی.

Breznitz, D. and M. Murphree, 2011. *Run of the Red Queen: Government, Innovation, Globalization, and Economic Growth in China*, New Haven, CT: Yale University Press.