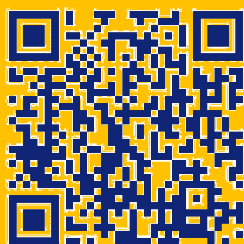


# تجارت در حال گذار



معاونت بررسی های اقتصادی

اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی تهران





معاونت بررسی های اقتصادی  
اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی تهران

---

---

معاونت بررسی های اقتصادی

اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی تهران

تهیه کننده: مهسا رجبی نژاد

منبع:

**Trade in transition 2023, Dp world**

---

---

موضوع این گزارش، الزاماً موضوع اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی تهران نیست.

آبان ۱۴۰۲

استفاده از مطالب این گزارش با ذکر منبع بلامانع است.



## فهرست مطالب

۴.....	خلاصه مدیریتی
۶.....	تجارت جهانی؛ روندها و انتظارات
۷.....	محورهای رشد
۸.....	فشارهای تورمی
۱۰.....	شوکه های ژئوپلیتیک
۱۲.....	مسیر رو به جلو برای کسب و کارها
۱۴.....	مسائل تاب آوری
۱۵.....	فصل جدید برای جهانی شدن
۱۶.....	کلمات "R"
۲۰.....	دیجیتالی شدن برای تاب آوری
۲۱.....	اهداف زیست محیطی، اجتماعی و حکمرانی (ESG) برای رقابت پذیری
۲۳.....	بررسی عمیق بخش ها
۲۳.....	صنعتی (خودرو)
۲۵.....	کالاهای مصرفی
۲۸.....	غذا و نوشیدنی
۲۹.....	انرژی و منابع طبیعی
۳۳.....	بهداشت و دارو
۳۷.....	نگرش منطقه ای
۳۷.....	آمریکای شمالی
۳۹.....	اروپا
۴۲.....	خاورمیانه
۴۵.....	آفریقا
۵۰.....	آسیا - اقیانوسیه
۵۱.....	آمریکای جنوبی
۵۳.....	جمع بندی

## خلاصه مدیریتی

با توجه به همه گیری کووید-۱۹ و رویدادهای ژئوپلیتیک اخیر مانند جنگ در اوکراین و تنش های آمریکا و چین، کسب و کارها با عدم اطمینان قابل توجهی مواجه هستند. در پاسخ به اختلالات ناشی از عرضه و با پیش بینی کاهش سرعت فعالیت های تجاری در سال ۲۰۲۳، کسب و کارها با هدف محافظت از خود در برابر شوک های آتی، بر افزایش تاب آوری در بلندمدت متمرکز شده اند.

از طریق تغییرات در عملیات تجاری، بنگاه ها تلاش می کنند تا از بسته های کوچک رشد<sup>۱</sup> بهره ببرند. سازمان تجارت جهانی (WTO)<sup>۲</sup> انتظار دارد حجم تجارت جهانی کالا (متوسط واردات و صادرات کالا) در سال ۲۰۲۳ یک درصد رشد کند، در حالی که در سال ۲۰۲۲ این رقم ۳.۵ درصد بود. بنابراین، در میان تمام اختلالات، کسب و کارها می توانند با کشف فرصت های موجود در مسیر رشد قرار گیرند.

در این گزارش، دیدگاه های بنگاه ها در مورد اینکه چگونه کسب و کارها در استراتژی های خود تاب آوری بیشتری ایجاد می کنند، به اشتراک گذاشته می شود؛ که نه تنها به شوک های امروزی و پیامدهای مرتبط با آن ها، بلکه به شوک هایی که احتمالاً در آینده رخ خواهند داد نیز، پاسخ می دهند.

مهمترین یافته های این گزارش عبارتند از:

- **کسب و کارها همچنان با گسترش بازارهای جدید، رشد را در اولویت قرار می دهند.** پیش بینی می شود که محرک های اصلی رشد صادرات در سال ۲۰۲۳ تقاضای رو به رشد در بازارهای کلیدی (که توسط ۲۵ درصد از مدیران مورد بررسی در این گزارش ذکر شده است) و گسترش عملیات به بازارهای جدید (که توسط ۲۰ درصد از مدیران مورد بررسی در این گزارش ذکر شده است) باشد.
- **تورم یک تهدید دائمی برای مشاغل خواهد بود.** به گفته مدیران مورد بررسی در این گزارش، کسب و کارها با تهدید دائمی تورم روبرو هستند، که دلیل اصلی بدبینی نسبت به تجارت جهانی در ۲۴ ماه آینده است. بر اساس گزارش واحد اطلاعات اکونومیست (EIU)<sup>۳</sup>، میانگین تورم جهانی در سال ۲۰۲۳ در مقایسه با ۹.۹ درصد در سال ۲۰۲۲ و ۶.۸ درصد در سال ۲۰۲۱، ۶.۹ درصد پیش بینی می شود. افزایش هزینه های ورودی برای کسب و کارها (سمت عرضه) باعث کاهش شدید سودآوری آنها می شود.
- **رویکرد اولیه برای پیکربندی مجدد زنجیره تامین همچنان تنوع بخشی است،** اما تغییر قابل توجهی به سمت منطقه ای کردن و بازسازی مجدد دارد. در مقایسه با نظرسنجی های قبلی، روند نزدیک تر کردن زنجیره های

<sup>۱</sup> pockets of growth - به تجربه توسعه یا پیشرفت، سریع تر از حد متوسط اطلاق می شود

<sup>۲</sup> The World Trade Organisation

<sup>۳</sup> The Economist Intelligence Unit

تامين به خانه از طريق نزديك كردن/منطقه‌اى كردن يا دوباره‌سازى به طور قابل توجهى افزايش يافته است كه مى توان آن را به عوامل مختلفى، از جمله تمايل به کاهش تاثير هزينه‌هاى حمل و نقل بالاتر و اهرم انگيزه‌هاى مالى دولت، نسبت داد. با اين حال، همانطور كه توسط ۴۷ درصد از مديران مورد بررسى بيان شده است، تنوع‌بخشى<sup>۴</sup> همچنان استراتژى اصلى براى کاهش هزينه‌ها و افزايش تاب‌آورى است.

#### - پيكربندى مجدد زنجيره تامين در کنار عوامل اقتصاى، تحت تاثير عوامل ژئوپليتيكى است.

محرک‌هاى اوليه براى پيكربندى مجدد زنجيره تامين بنگاه، کاهش هزينه و کاهش ريسک اختلال است. با اين حال، اين نظرسنجى نشان مى‌دهد كه ۹۶ درصد از مديران در واكنش به رويدادهاى ژئوپليتيكى در زنجيره تامين خود تغييراتى ايجاد مى‌کنند كه نشان مى‌دهد در حالى كه ملاحظات اقتصاى نقش مهمى ايفا مى‌کنند، عوامل ژئوپليتيكى نيز در شكل‌دهى استراتژى‌هاى زنجيره تامين براى كسب‌وکارها حياتى هستند.

#### - كسب‌وکارها انعطاف‌پذيرى را بر سودآورى کوتاه‌مدت اولويت مى‌دهند و چشم‌انداز بلندمدتى را

هدف قرار مى‌دهند. آنها حاضرند سودآورى را براى افزايش تاب‌آورى خود در آينده فدا کنند. در همين راستا، براى تقويت تاب‌آورى در سمت تقاضا، كسب و کارها بر گسترش صادرات به بازارهاى جديد و معرفى محصولات جديد در بازارهاى موجود تمرکز مى‌کنند و در کنار آن در سمت عرضه، استفاده از ابزارهاى ديجيتال براى مديريت موجودى و بهبود هماهنگى با تامين‌کنندگان موثرترين استراتژى براى افزايش تاب‌آورى توسط آنها در نظر گرفته مى‌شود. در واقع، كسب‌وکارها به‌طور استراتژيك روى اقداماتى سرمايه‌گذارى مى‌کنند كه تاب‌آورى را در هر دو سمت عرضه و تقاضا ارتقا مى‌دهد.

#### - روند غالب در ميان بسيارى از كسب‌وکارها تغيير از "مديريت موجودى انبار به موقع" به

"مديريت موجودى انبار به صورت موردى" است. بنگاه‌ها به عنوان يك اقدام پيشگيرانه، بافرهاى موجودى خود را افزايش مى‌دهند. در سال ۲۰۲۲، بنگاه‌ها به طور متوسط ۱۰.۱ هفته موجودى انبار داشتند كه در مقايسه با ۸.۹ هفته در سال ۲۰۲۱ با افزايش همراه بوده است. درحالى كه اين افزايش موجودى باعث افزايش هزينه‌ها مى‌شود، به کاهش زيان‌هاى احتمالى ناشى از موجودى ناكافى انبار نيز كمك مى‌كند. نرخ بهره بالاتر در برخى از اقتصادهاى بزرگ نيز به افزايش هزينه سرمايه در گردش، از جمله هزينه فرصت مرتبط با نگهدارى موجودى، كمك کرده است.

#### - تمايل به دستيابى به تاب‌آورى بيشتر باعث پذيرش فناورى و افزايش ديجيتالى شدن در بين

كسب‌وکارها مى‌شود. به طور متوسط تقريباً ۳۵ درصد از مديران گزارش مى‌دهند كه از فناورى‌هاى پيشرفته در زنجيره ارزش خود علاوه بر ابزارهاى ديجيتال براى مديريت موجودى انبار استفاده مى‌کنند كه با افزايش ۴ واحد درصدى نسبت به سال ۲۰۲۱ همراه است. علاوه بر اين، ۲۹ درصد از بنگاه‌ها قصد دارند از اين فناورى‌ها استفاده کنند كه اين رقم در سال گذشته ۲۳ درصد بود. درصد پاسخ دهندگانى كه فناورى‌هاى پيشرفته را «غيرقابل اجرا» مى‌دانند نيز از ۱۲ درصد به ۲ درصد کاهش يافته است. با توجه به اينكه «تاب‌آورى» يكى از موضوعات اصلى كسب‌وکارها است، مديران از فناورى براى افزايش چابكى خود در پاسخ به چالش‌هاى جديد استفاده مى‌کنند.

<sup>4</sup> Diversification

## تجارت جهانی؛ روندها و انتظارات

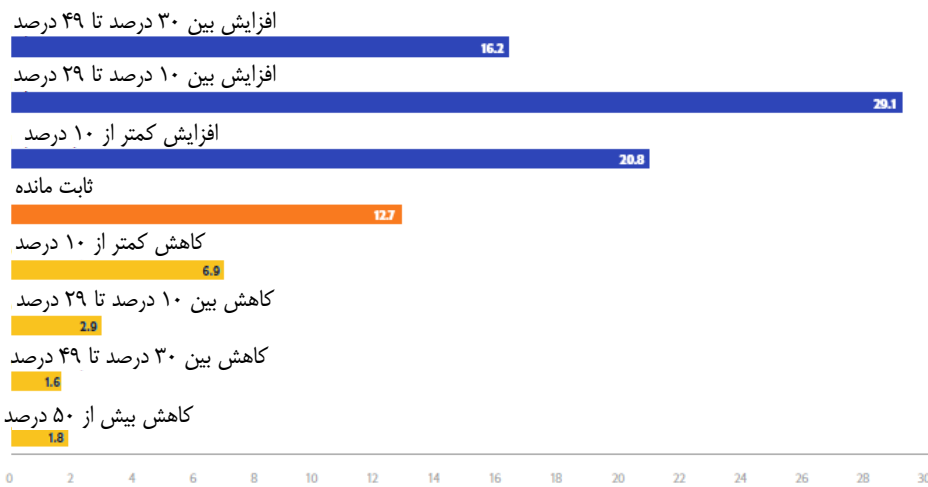
بهبود مورد انتظاری که جهان در سال ۲۰۲۲ پیش بینی می کرد هرگز محقق نشد. شوک هایی که در سال ۲۰۲۰ با شروع همه گیری کووید-۱۹ تجارت جهانی را تحت تأثیر قرار داد حتی امروزه نیز ادامه دارد. در چین، بزرگترین بازار صادراتی جهان، میراث قرنطینه های مرتبط با بیماری همه گیر همچنان این کشور را از طریق افزایش عفونت ها، از بین بردن زنجیره های تامین منطقه ای و جهانی آسیب می رساند. علاوه بر این، تهاجم روسیه به اوکراین منجر به افزایش قیمت انرژی، اختلال در عرضه و سیاست های حمایتی شده که یادآور روزهای اولیه همه گیری است.

علیرغم این چالش ها، تجارت جهانی در نیمه اول سال ۲۰۲۲ انعطاف پذیر باقی ماند و سازمان تجارت جهانی رشد سالانه ۴.۳ درصدی را به صورت واقعی در پنج ماه اول برآورد کرد. در همین راستا، بیش از ۷۰ درصد از پاسخ دهندگان در نظرسنجی گزارش کردند که فروش بین المللی خود در آن دوره افزایش یافته است. با این حال، برای این سال، سازمان تجارت جهانی پیش بینی رشد تجارت خود را به ۳.۵ درصد کاهش داد (۰.۵ واحد درصد کمتر از پیش بینی اولیه).

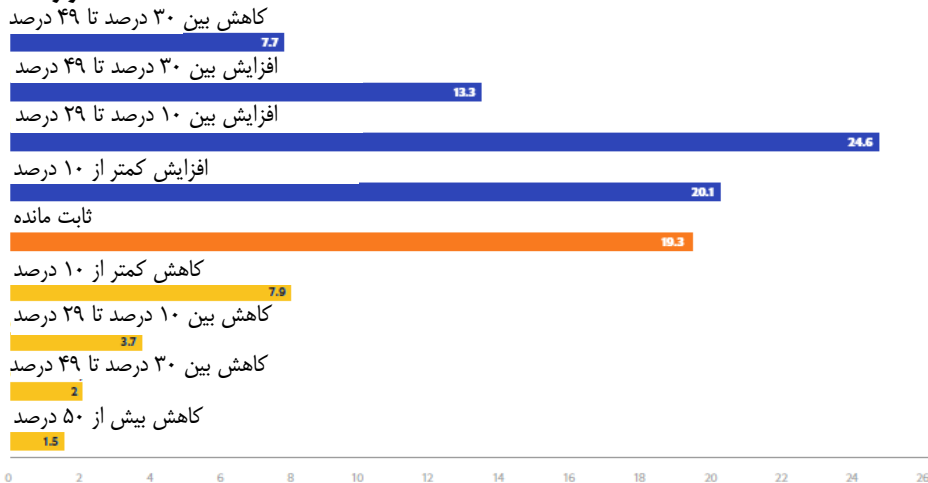
با نگاهی به آینده، چشم انداز تجارت جهانی تیره و تار به نظر می رسد و کاهش رشد اقتصادی در بازارهای کلیدی پیش بینی می شود. واحد اطلاعات اکونومیست انقباض ۰.۳ درصدی در منطقه یورو و رشد ضعیف ۰.۲ درصدی در آمریکا را برای سال ۲۰۲۳ پیش بینی کرده است. اقتصاددانان در سازمان تجارت جهانی رشد تنها ۱ درصدی در حجم تجارت جهانی را برای سال ۲۰۲۳ پیش بینی می کنند.

### شکل ۱: تغییرات صادرات و واردات در نیمه اول سال ۲۰۲۲ (در مقایسه با نیمه اول ۲۰۲۱)

#### صادرات



### واردات



### محرك های رشد

مدیرانی که در این گزارش مورد بررسی قرار گرفتند، انتظار دارند که رشد صادرات در سال آینده کاهش یابد که ناشی از سه عامل اصلی «تقاضای رو به رشد در بازارهای کلیدی» که توسط ۲۵ درصد از پاسخ دهندگان ذکر شده است، به دنبال آن «گسترش عملیات به بازارهای جدید» (۲۲ درصد) و «افزایش کارایی از طریق دیجیتالی کردن زنجیره های تأمین» (۱۹ درصد)، می شود. اولین مورد به انتظارات رشد نابرابر در بخش های مختلف جهان اشاره می کند، جایی که انتظار می رود برخی کشورها طی سال های ۲۰۲۲ و ۲۰۲۳ رشد اقتصادی قوی را ثبت کنند (به ویژه کشورهای صادرکننده نفت شورای همکاری خلیج فارس به دلیل قیمت های بالاتر نفت و به طور بالقوه چین اگر موفق شود اثرات کووید-۱۹ را مهار کند). انتظار می رود که منطقه آسیا و اقیانوسیه از نظر رشد تجاری فاصله زیادی با پیش بینی های انجام گرفته داشته باشد، به ویژه هند، اندونزی و فیلیپین به دلیل افزایش سطح مصرف در اقتصادهای متکی به خود، رشد تجارت بیشتری را نشان دهند.

با این حال، استرس ارزی، تهدیدی برای رشد مثبت به ویژه در برخی از کشورهای آفریقایی و آمریکای جنوبی است. علیرغم رشد ضعیف، انتظار می رود بخش های خاصی در سال ۲۰۲۳ عملکرد خوبی داشته باشند. همچنین پیش بینی می شود فروش خودروهای الکتریکی تا ۲۵ درصد افزایش یابد و تقاضا برای انرژی های تجدیدپذیر با رشد ۱۱ درصدی همراه باشد. در نتیجه افزایش تقاضا در این زمینه از آسیا، این کشورها یکی از بزرگترین برندگان در جهان خواهند بود زیرا انتظار می رود تقاضا برای انرژی های تجدیدپذیر به تنهایی ۱۱ درصد افزایش می یابد.

شایان ذکر است، با توجه به اثرات مداوم کووید-۱۹ و توجه به این بخش به دلیل سایر ویروس‌ها مانند آبله میمون، هزینه‌های مراقبت‌های بهداشتی نیز بر حسب دلار آمریکا افزایش خواهد یافت.

فرصت‌های بسیاری نیز در بخش زیرساخت، سرمایه‌گذاری در سرتاسر جهان به دلیل تغییرات و ابتکارات قانونی، از لایحه زیرساخت‌های آمریکا گرفته تا طرح یک کمربند یک جاده چین تا بازسازی زیرساخت‌های اوکراین ادامه خواهد یافت.

در بخش واردات، همانطور که ۲۵ درصد از مدیران اعلام کردند، انتظار می‌رود افزایش سطح تولید به دلیل تقاضای رو به رشد، محرک اصلی رشد واردات باشد. تأثیر فناوری بر رشد واردات یکی دیگر از دلایل خوش‌بینی است که مدیران آن را دلیل اصلی آن می‌دانند. حدود یک پنجم از پاسخ‌دهندگان همچنین انتظار دارند که افزایش کارایی از طریق دیجیتالی کردن زنجیره تامین، واردات آنها را در سال ۲۰۲۳ هدایت کند. این پاسخ‌ها نشان می‌دهد که کسب‌وکارها در حال سرمایه‌گذاری در بهبود کارایی برای جبران هزینه‌های متحمل شده به دلیل نرخ‌های رشد پایین‌تر هستند.

### فشارهای تورمی

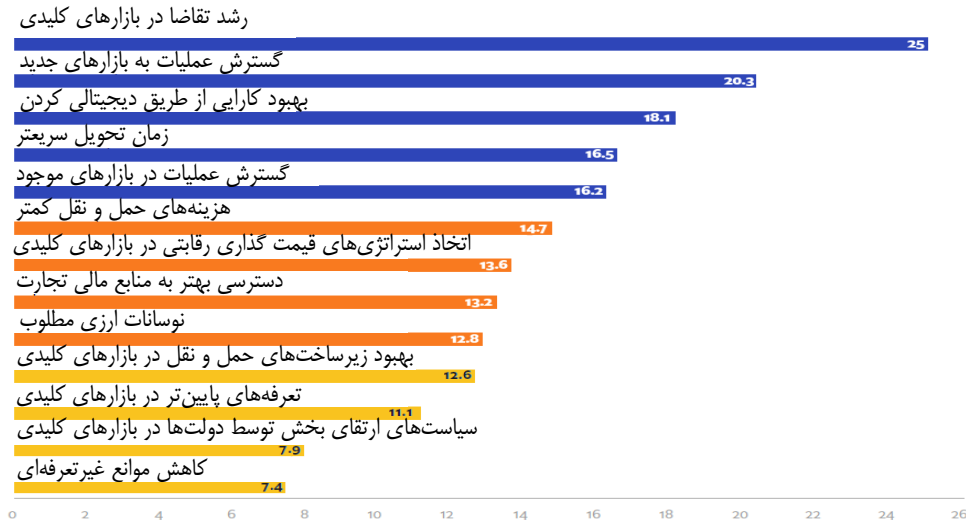
موفقیت بنگاه‌ها به این بستگی دارد که چگونه کسب‌وکارها می‌توانند از چالش‌های پیش روی خود در تجارت جهانی عبور کنند. مطابق با نظرسنجی سال گذشته، هزینه‌های حمل و نقل بالاتر به عنوان یکی از موانع اصلی رشد صادرات (۲۳ درصد) و واردات (۲۵ درصد) ذکر شده‌اند. در سمت صادرات، کمبود عرضه نهاده‌های کلیدی نیز باعث اختلال در سطح تولید و در نهایت صادرات برای حدود ۲۰ درصد از مدیران شده است. وجود این چالش‌ها به محیط تورمی شدیدی که امروزه کسب‌وکارها در آن فعالیت می‌کنند، دامن زده است. علاوه بر این، شوک‌های ژئوپلیتیکی، اختلالات زنجیره تامین و تقاضای متوقف شده به دنبال همه‌گیری نیز باعث تورم در سال ۲۰۲۲ شده‌اند. پیش‌بینی می‌شود که میانگین قیمت کالاها در سال ۲۰۲۲ به میزان ۱۰ درصد رشد کند که بالاترین میزان در ۲۶ سال گذشته است. واحد اطلاعات اکونومیست<sup>۵</sup> انتظار دارد تورم در سال ۲۰۲۳ به ۶.۹ درصد در مقایسه با نرخ ۹.۹ درصد در سال ۲۰۲۲ برسد. انتظار کاهش اندک تورم به دلیل انقباض پولی بوده که منجر به کاهش رشد اقتصادی و تقاضای مصرف‌کننده می‌شود. شایان ذکر است، حتی اگر چین به کاهش سیاست ضد کووید صفر خود ادامه دهد (که در حال حاضر باعث ایجاد گلوگاه‌های زنجیره تامین و افزایش قیمت‌ها می‌شود)، انتظار نمی‌رود فشارهای تورمی فروکش کند. اختلال عرضه تنها با افزایش تقاضا برای چندین کالا جایگزین می‌شود، زیرا تولید افزایش می‌یابد و به طور متوسط قیمت‌های بالا را حفظ می‌کند. در نهایت، هزینه‌های بالاتر به معنای کاهش سودآوری برای کسب‌وکارها بوده، که برای آنها یک تهدید واقعی و پایدار است زیرا انتظار می‌رود تورم چسبنده باشد. به این ترتیب، افزایش تورم دلیل اصلی بدبینی نسبت به تجارت جهانی طی

<sup>5</sup> Economist Intelligence Unit



دو سال آینده است که ۳۰ درصد از مدیران به آن اشاره کرده‌اند که به طور قابل توجهی بیشتر از ۲۰ درصدی است که به رکود اقتصادی اشاره کردند.

### شکل ۲: محرک های رشد صادرات و واردات در سال ۲۰۲۳



### تعیین کمیت تاثیر فشارهای تورمی

اثرات مجزای تورم بر مشاغل و مصرف‌کنندگان در سطح منطقه‌ای با استفاده از مدل GTAP کمی‌سازی شده است. این اثرات بر اساس شوک‌های ورودی مدل‌سازی می‌شوند که تغییرات صادرات و واردات مورد انتظار طی ۱۲ ماه آینده، در صورت تداوم تورم و انقباض پولی است.

به نظر می‌رسد در میان مناطق مختلف جهان، اروپا بیشترین هزینه را متحمل شده است. مدل‌سازی این گزارش نشان می‌دهد که در صورت تورم مداوم و انقباض پولی در سال ۲۰۲۳، تولید ناخالص داخلی اروپا ۰.۲ درصد کمتر از سناریوی کسب و کار معمول خواهد بود. با این حال، از نظر صادرات و واردات و بر اساس منطقه، تصویر متفاوت است. در سناریو تداوم تورم و انقباض پولی، مدیران بخش خصوصی در اروپا، آمریکای شمالی و آسیا-اقیانوسیه انتظار دارند که صادرات ۱ درصد کمتر از آنچه در صورت کاهش تورم در سال ۲۰۲۳ مطابق انتظار بود، کاهش یابد، که منعکس‌کننده کاهش سطح تولید در نیمکره شمالی، آمریکا و اروپا است. در واقع، کاهش تقاضای مصرف‌کننده باعث کاهش صادرات درون منطقه‌ای می‌شود.

برای آسیا و اقیانوسیه دو دلیل برای انتظار کاهش صادرات در این سناریو وجود دارد. کاهش تقاضا در آمریکای شمالی و اروپا، که بازارهای صادراتی کلیدی برای کشورهای آسیا-اقیانوسیه، به ویژه چین هستند، صادرات را کاهش خواهد داد و در کنار آن، کاهش سطح تولید ناشی از اقدامات انقباضی پولی در پاسخ به تورم بیش از اهداف بانک مرکزی در بیشتر اقتصادهای آسیایی، متعاقباً باعث کاهش صادرات خواهد شد. مطالعه‌ای از S&P Global نشان می‌دهد که این امر به ویژه در مورد صادرات مصرف‌کننده صادق است.

انتظار می‌رود که صادرات در خاورمیانه و آمریکای جنوبی بیشترین ضربه را از افزایش تورم و انقباض پولی ببینند. همچنین پیش‌بینی می‌شود صادرات این مناطق در سال ۲۰۲۳ به ترتیب ۳.۵ درصد و ۲.۷ درصد در مقایسه با سال ۲۰۲۲ کاهش یابد. در مورد آمریکای جنوبی، سیاست‌های انقباضی پولی توسط بانک‌های مرکزی بزرگ، تأمین مالی را با مشکل مواجه می‌کند و منجر به کاهش متعاقب فعالیت‌ها می‌شود.

در مقابل، تأثیرات در آفریقا، با پیش‌بینی افزایش ۰.۳ درصد در صادرات واقعی در مقایسه با کاهش در سایر مناطق ناچیز است. علی‌رغم چالش‌هایی که اقتصادهای مصرف‌کننده منابع و صادرات کالاهای کلیدی با آن مواجه هستند، انتظار می‌رود قیمت‌های صادراتی بالاتر و رقابت شدید برای منابع آفریقا از انقباض صادرات جلوگیری کند.

توجه به این نکته حائز اهمیت است که در حالی که این یافته‌ها با گفتمان جهانی همسو هستند، اثرات بلندمدت این تحولات همچنان نامشخص است.

### شوک‌های ژئوپلیتیک

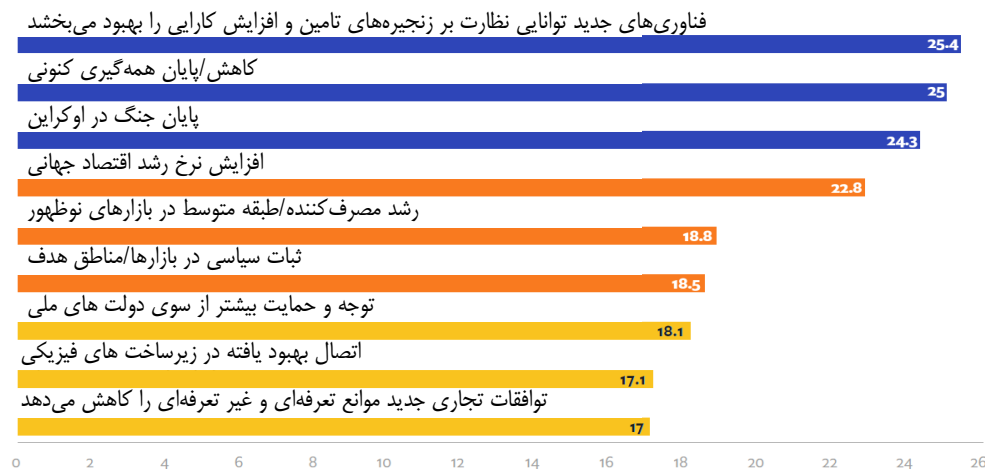
عوامل ژئوپلیتیک به طور فزاینده‌ای بر تجارت جهانی تأثیر می‌گذارد و تمرکز را از ملاحظات صرفاً اقتصادی دور می‌کند. جنگ در اوکراین به عنوان نمونه، باعث کمبود عرضه گاز طبیعی، آمونیاک و گندم از روسیه و اوکراین شده است. به دلیل تحریم‌ها و سایر عوامل ژئوپلیتیکی، بنگاه‌ها مجبور به سازماندهی مجدد زنجیره تامین خود هستند.

تنش‌های تجاری مداوم بین چین و آمریکا نیز باعث تغییرات در تجارت جهانی شده است. بنگاه‌ها در حال ایجاد دو جریان عملیاتی، حفظ عملیات در چین برای پاسخگویی به بازار محلی و ایجاد پایگاه‌های تولیدی جدید در آسیا برای ارائه خدمت به سایر نقاط جهان، هستند. به عنوان مثال، سامسونگ پایه تولید جهانی گوشی‌های هوشمند، تلویزیون‌ها و رایانه‌های شخصی خود را از چین به ویتنام منتقل کرده، در حالی که اپل بخش‌هایی از تولید آیفون خود را به هند و برخی از خطوط مونتاژ را به آمریکا منتقل کرده است. در واقع در حال حاضر، ویتنام به مرکز تولید اولیه ایرپادهای اپل تبدیل شده است.

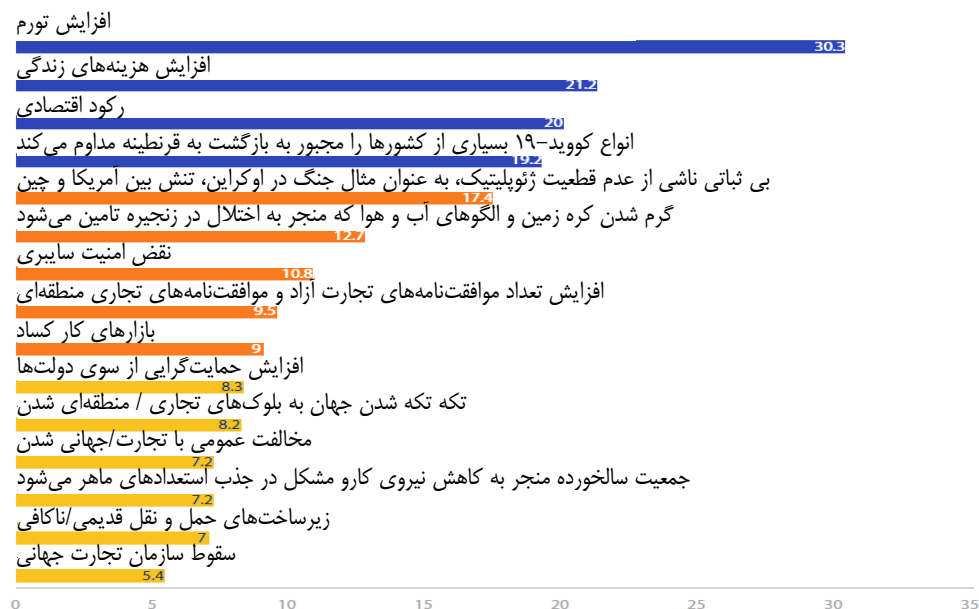
این تغییرات در زنجیره تامین ناشی از تنش‌های ژئوپلیتیکی بوده و منعکس‌کننده تلاش‌های بنگاه‌ها برای کاهش ریسک و سازگاری با پویایی‌های در حال تغییر است. بر اساس گزارش JPMorgan Chase، انتظار می‌رود که نسبت محصولات اپل در خارج از چین از ۵ درصد در سال ۲۰۲۲ به ۲۵ درصد در سال ۲۰۲۵ افزایش یابد، اگرچه بخش قابل توجهی همچنان در چین تولید خواهد شد.

به طور کلی، تنش‌های ژئوپلیتیکی به عنوان یک محرک مهم برای تغییرات در زنجیره‌های تامین جهانی در حال ظهور است، زیرا بنگاه‌ها به دنبال عبور از پیچیدگی‌های تجارت بین‌المللی هستند.

### شکل ۳: دلایل خوش بینی در مورد تجارت جهانی در سال‌های ۲۰۲۳ و ۲۰۲۴



### شکل ۴: دلایل بدبینی نسبت به تجارت جهانی در سال‌های ۲۰۲۳ و ۲۰۲۴



### کمی سازی تاثیر شوک های ژئوپلیتیکی

انتظار می رود تشدید تنش های آمریکا و چین تأثیر منفی بر تجارت جهانی و تولید ناخالص داخلی داشته باشد. با توجه به مدل GTAP مورد استفاده در این تحقیق، زیان کلی تولید ناخالص داخلی تحت این سناریو نسبتاً کم است اما در سراسر مناطق جغرافیایی ثابت بوده و از ۰.۰۱ درصد تا ۰.۰۷ درصد رشد منفی متغیر است. خاورمیانه با کاهش ۰.۳۱ درصدی در سال ۲۰۲۳، بزرگترین کاهش تولید ناخالص داخلی را تجربه خواهد کرد. اروپا و آمریکای شمالی نیز به طور قابل توجهی، با کاهش ۰.۰۷ درصدی رشد تولید ناخالص داخلی، معادل تقریباً ۱۷.۴ میلیارد دلار و ۱۶.۱ میلیارد دلار، تحت تأثیر قرار خواهند گرفت. در مقابل، آسیا و اقیانوسیه با کاهش تنها ۰.۰۱ درصد، کمترین کاهش تولید ناخالص داخلی را تجربه خواهد کرد.

شایان ذکر است که افزایش تعرفه های حمایتی اخیراً اعمال شده است و مشاغل چینی خود را با این تغییرات وفق داده اند. بعید به نظر می رسد که هرگونه تنش احتمالی در آینده منجر به افزایش قابل توجه تعرفه ها شود. علاوه بر این، قراردادهای تجاری دوجانبه بین آمریکا و سایر کشورهای آسیایی مانند ژاپن، کره جنوبی و ویتنام، با انحراف تجارت به این مناطق، به کاهش تأثیر تنش های آمریکا و چین کمک می کند.

برخی از کشورهای منطقه آسیا-اقیانوسیه، مانند هند و ویتنام، حتی می توانند از بدتر شدن تنش های تجاری و ژئوپلیتیکی سود ببرند، در صورتی که بنگاه ها تصمیم بگیرند که تاسیسات خود را از چین به این بازارها منتقل کنند.

به طور کلی، در حالی که تشدید تنش های آمریکا و چین تأثیر منفی بر تجارت جهانی و تولید ناخالص داخلی خواهد داشت، میزان زیان ها نسبتاً کم است و برخی کشورها به طور بالقوه از پویایی های در حال تغییر سود می برند.

### مسیر رو به جلو برای کسب و کارها

شوک ها و عدم قطعیت های جهانی بنگاه ها را وادار می کند تا عملیات تجاری خود را برای تاب آوری و رشد بهینه کنند. در مواجهه با شرایط چالش برانگیز و چشم انداز رشد کمتر در سال ۲۰۲۳، بنگاه ها با تصمیمات سختی روبرو هستند. سوال کلیدی این است که بنگاه ها در سراسر جهان چگونه حرکت های بعدی خود را به صورت استراتژیک تدوین می کنند.

به گفته آقای لارنس از Chatham House، بنگاه ها به عوامل مختلفی مانند روند بازار، ترجیحات مصرف کننده و مقررات پاسخگوتر می شوند. آنها به طور فعال استراتژی های خود را بر اساس درک خود از تحولات آینده تطبیق می دهند که این پاسخگویی منجر به ارزیابی ریسک قابل توجه و فرآیند پراکندگی در چشم انداز کسب و کار می شود.



## معاونت بررسی های اقتصادی اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی تهران

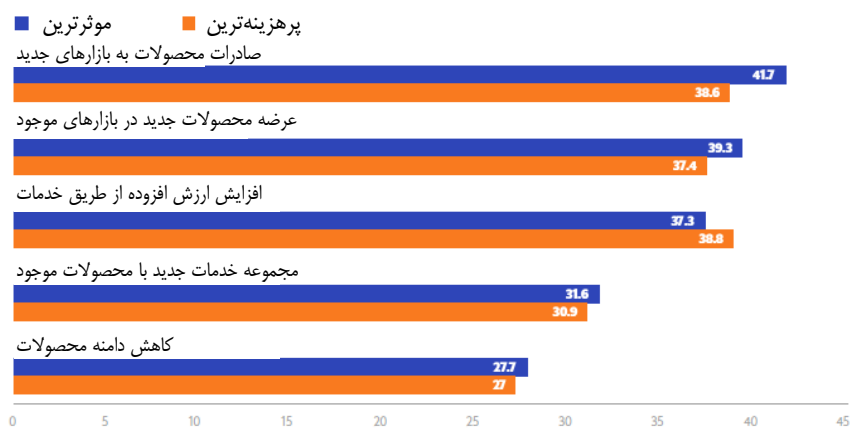
صرف نظر از رویکرد خاص اتخاذ شده، بنگاه‌ها در درجه اول بر روی ایجاد تاب‌آوری متمرکز هستند که ممکن است شامل پی‌گیری مجدد زنجیره‌های تامین، جستجوی منابع جدید تقاضا، یا کاوش استراتژی‌های دیگر باشد. فصل بعدی به صورت عمیق‌تری به این استراتژی‌ها و مفاهیم خواهد پرداخت.

## مسائل تاب آوری

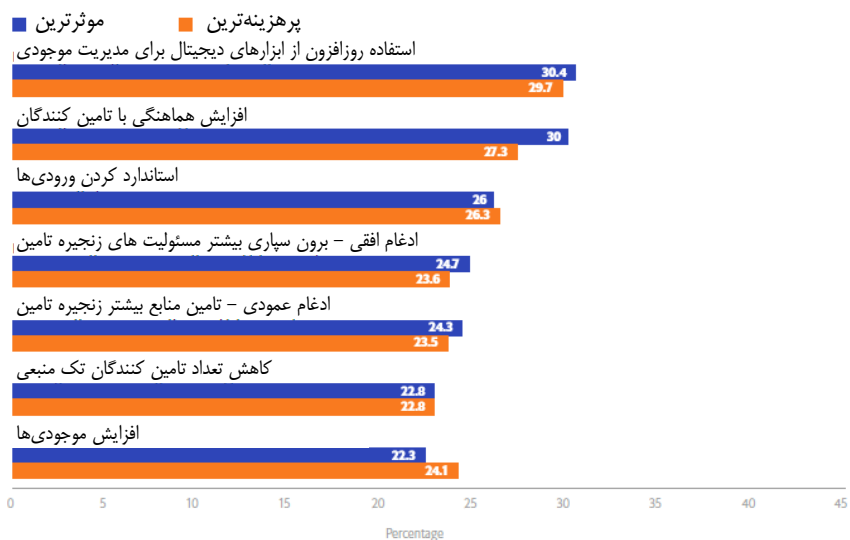
در یک محیط تجارت جهانی پیچیده که با تنش های ژئوپلیتیکی، تورم و اختلالات عرضه مشخص شده است، کسب و کارها در سراسر جهان نیاز به افزایش تاب آوری در عملیات تجاری خود را در اولویت قرار می دهند. با وجود قربانی کردن سودآوری در کوتاه مدت، کسب و کارها بر اهداف بلندمدت تمرکز کرده و به دنبال کارایی در بخش های مختلف زنجیره ارزش هستند. موثرترین استراتژی های تاب آوری که توسط کسب و کارها اتخاذ می شود، پرهزینه ترین نیز هستند. اقتصاد، نقش مهمی در هدایت رویکرد آنها به پیکربندی مجدد زنجیره تامین و استراتژی های تاب آوری دارد. این فصل به بررسی جهت در حال تغییر تجارت، عوامل محرک این تغییرات و استراتژی هایی می پردازد که در ایجاد تاب آوری موفق بوده اند.

شکل ۵: موثرترین استراتژی های طرف عرضه و تقاضا برای تاب آوری نیز پرهزینه ترین هستند.

استراتژی تاب آوری سمت تقاضا



استراتژی تاب آوری سمت عرضه



شکل ۶: رویکرد اولیه بنگاه‌ها به پیکربندی مجدد و انگیزه‌های آنها



## فصل جدید برای جهانی شدن

تنوع همچنان رویکرد غالب برای پیکربندی مجدد عملیات تجاری است که توسط ۴۷ درصد از ۳۰۰۰ مدیر اجرایی مورد بررسی در سراسر جهان ذکر شده که تقریباً مشابه رقم اعلامی سال گذشته است (۴۸ درصد). این در حالی است که کاهش طول زنجیره‌های تامین، چه از طریق منطقه‌ای سازی و چه از طریق بازسازی ساختار، از زمان بررسی سال ۲۰۲۱ به شدت افزایش یافته است (شکل ۶). حدود ۲۰ درصد از مدیران، منطقه‌سازی را به‌عنوان رویکرد اصلی خود برای پیکربندی مجدد دنبال می‌کنند (در مقابل ۱۲ درصد در سال ۲۰۲۱)، و ۱۵ درصد به دنبال بازسازی ساختار (در مقابل فقط ۵ درصد در سال ۲۰۲۱) هستند. تنوع بخشی دارای مزایای اقتصادی است و طبق گزارش صندوق بین المللی پول (IMF)<sup>۶</sup>، تنوع بیشتر تامین کنندگان می‌تواند زیان تولید ناخالص داخلی ناشی از شوک عرضه را تا حدود ۵۰ درصد کاهش دهد. بسیاری از بنگاه‌ها قصد دارند با چندین تامین کننده همکاری کرده تا از قابلیت‌های آنها استفاده کنند و قرار گرفتن در معرض اختلالات عرضه را به حداقل برسانند. به عنوان مثال، جنرال موتورز بر تعامل با چندین تامین کننده برای مزیت استراتژیک تاکید می‌کند.

علاوه بر تنوع بخشیدن به تامین کننده، بنگاه‌ها بر استانداردسازی نهاده‌ها برای افزایش قابلیت جایگزینی در منابع و تولید تمرکز می‌کنند. این استراتژی که توسط ۲۶ درصد از مدیران مورد بررسی، مورد استناد قرار گرفته است، در میان سه استراتژی برتر قرار دارد. به عنوان مثال، جنرال موتورز تعداد انواع تراشه‌های نیمه هادی مورد استفاده در خودروهای خود را از ۶۰ به سه نوع میکروکنترلر منحصربفرد کاهش داده است که امکان استفاده چندگانه از یک تراشه را در خودرو فراهم می‌کند. این رویکرد بنگاه‌ها را قادر می‌سازد تا از تکیه بر چند تامین کننده تخصصی دوری کنند و در عوض از چندین توزیع کننده عمومی

<sup>6</sup> International Monetary Fund

استفاده نمایند. با این حال، اجرای این استراتژی می‌تواند چالش برانگیز باشد زیرا به ندرت می‌توان تامین‌کنندگان یکسانی را برای یک ورودی مشخص پیدا کرد. به طور معمول، یک تامین‌کننده به عنوان موثرترین، کارآمدترین یا سریع‌ترین متمایز و به عنوان تامین‌کننده ترجیحی بنگاه‌ها انتخاب می‌شود.

بنگاه‌ها در حال ایجاد قراردادهای بلندمدت برای مواد اولیه حیاتی با تامین‌کنندگان محدود هستند. به عنوان مثال، جنرال موتورز قراردادهای پنج یا ده ساله را با تامین‌کنندگان مواد خام باتری با تقاضای بالا تنظیم کرده است. این رویکرد به بنگاه‌ها اجازه می‌دهد تا منابع اولویت‌دار را ایمن کنند و هماهنگی با این تامین‌کنندگان را افزایش دهند و دید بهتری در سطح موجودی به دست آورند. مطالعه بنگاه‌ها هندی نشان می‌دهد، ایجاد روابط نزدیک‌تر با تامین‌کنندگان برای افزایش تاب‌آوری توسط آنها انجام شده است. با این حال، این استراتژی برای بنگاه‌ها چند ملیتی بزرگ با پایه‌های تولید قابل توجه امکان‌پذیرتر است و بنگاه‌های کوچک‌تر را در مضیقه قرار می‌دهند.

تنوع نیز نقش مهمی در سمت تقاضا دارد. صادرات محصولات به بازارهای جدید و عرضه محصولات جدید در بازارهای موجود به عنوان دو راهبرد تاب‌آوری در سمت تقاضا بسیار موثر ذکر شده است. تقریباً ۴۲ درصد از مدیران بر اهمیت صادرات به بازارهای جدید تأکید می‌کنند، در حالی که ۳۹ درصد بر اهمیت عرضه محصولات جدید تأکید دارند. تحقیقات نشان می‌دهد که افزودن تنها یک مقصد صادراتی می‌تواند تاثیر شوک‌های تعرفه‌ای را کاهش دهد. بنابراین، اتخاذ یک رویکرد متنوع می‌تواند به بنگاه‌ها کمک کند تا خود را از شوک‌های جهانی محافظت کنند و در بلندمدت به پایداری برسند.

## کلمات "R"

تعبیر به سمت منطقه‌سازی و بازسازی ساختار تجارت جهانی، به دلیل عواملی مانند حمایت‌گرایی و نیاز به تنوع در پی همه‌گیری کووید-۱۹، قابل توجه بوده است. تنش‌های تجاری آمریکا و چین، به ویژه در مورد نیمه‌هادی‌ها، نمونه‌ای از این روند است. آمریکا اخیراً قانون ایجاد انگیزه‌های مفید برای تولید نیمه‌هادی‌ها<sup>۷</sup> و قانون Science Act of 2022 را تصویب کرده است که یارانه قابل توجه ۵۲.۷ میلیارد دلاری را برای حمایت از تولید تراشه، عمدتاً در ساخت کارخانه‌های ساخت نیمه‌هادی در پنج سال آینده ارائه می‌کند. با این حال، این قانون تأمین مالی برای بنگاه‌هایی که تولید نیمه‌هادی را در چین و سایر کشورهایی که تهدید امنیت ملی تلقی می‌شوند، گسترش می‌دهند، ممنوع می‌کند.

در حالی که بازسازی ساختار ممکن است مزایای کوتاه‌مدتی از نظر کنترل ورودی‌ها ارائه کند، اما کسب‌وکارها را در معرض شوک‌های منطقه‌ای قرار می‌دهد که می‌تواند به طور قابل توجهی عملیات را مختل کند. به عنوان مثال، با افزایش تولید نیمه‌هادی، آمریکا، بیشتر به تامین‌کنندگان مواد خام معدنی مانند شیلی متکی می‌شود. در حال حاضر، بنگاه‌های آمریکایی با

<sup>7</sup> the Creating Helpful Incentives to Produce Semiconductors



ریسک افزایش نرخ مالیات در شیلی به دلیل معاهده‌ای که بین دو کشور تصویب نشده است، مواجه هستند. در نتیجه، این بنگاه‌ها ممکن است مجبور به پرداخت نرخ‌های مالیاتی ۴۴ درصدی باشند، در مقایسه با ۳۵ درصدی که رقبای آن‌ها در کشورهایی که این معاهده در آن اجرا می‌شود، مانند چین، ژاپن، کانادا، استرالیا و بریتانیا پرداخت می‌کنند.

### دست و پنجه نرم کردن با ژئوپلیتیک

عدم اطمینان پیرامون بحران‌های ژئوپلیتیکی، تهدید قابل توجهی برای عملیات تجاری بنگاه‌ها است، حتی اگر احتمال وقوع برخی رویدادها کم باشد. مدیرانی که مورد بررسی قرار گرفتند نشان دادند که در واکنش به رویدادهای ژئوپلیتیکی، از جنگ در اوکراین گرفته تا تنش‌های تجاری آمریکا و چین، تغییراتی ایجاد می‌شود. جنگ در اوکراین، که شامل حملات سایبری است، این پتانسیل را دارد که به حملات سایبری دولت به دولت تبدیل شود و بر عملیات تجاری تأثیر بگذارد. علاوه بر این، بدتر شدن روابط آمریکا و چین، به ویژه در مورد تنش‌ها بر سر تایوان، می‌تواند منجر به این شود که بازارها و بنگاه‌ها مجبور شوند یک طرف را انتخاب کنند و دو زنجیره تامین جداگانه را اداره کنند.

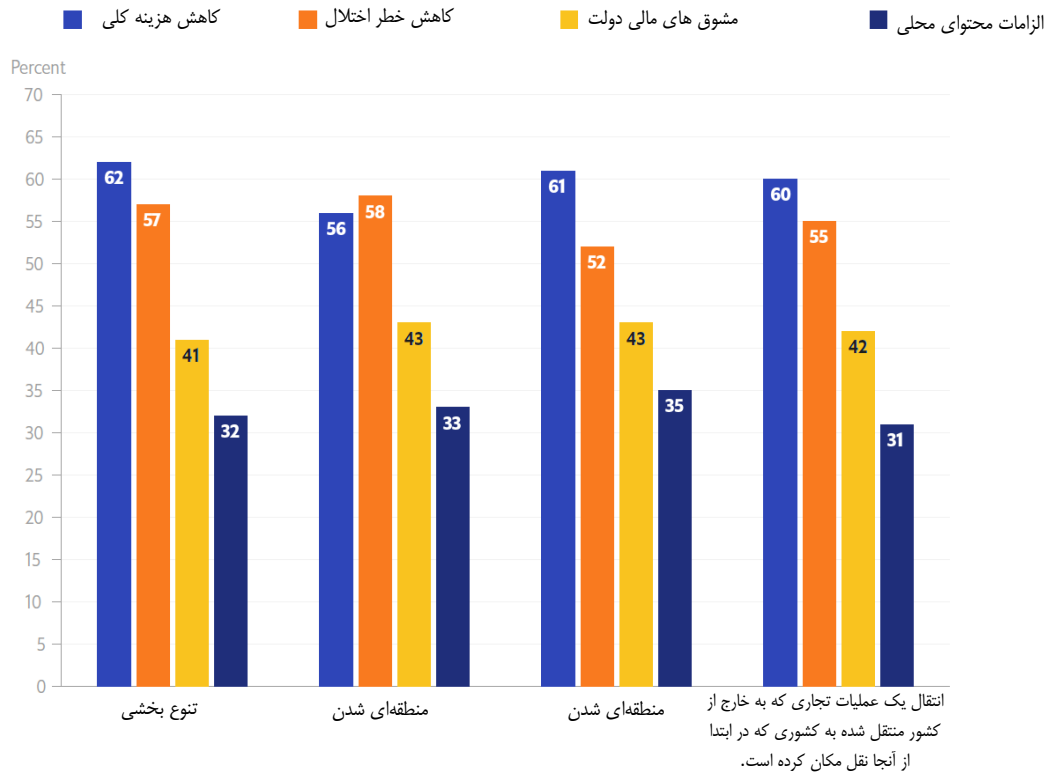
بنگاه‌ها از استراتژی‌های مختلفی برای رسیدگی به رویدادهای ژئوپلیتیکی استفاده می‌کنند، از جمله گسترش به بازارهای باثبات‌تر و شفاف‌تر، افزایش طول زنجیره تامین برای کاهش ریسک‌ها و انجام بررسی دقیق‌تر. با این حال، نیاز به افزایش بررسی دقیق، پیچیدگی و بار را به مشاغلی که قبلاً با هزینه‌های حمل و نقل و موجودی بالا سر و کار دارند، می‌افزاید.

سیاست‌گذاران و سازمان‌های چندجانبه مانند سازمان تجارت جهانی، مسئولیت حل مسائل محدودکننده تجارت و ایجاد محیط‌های با ثبات و قابل پیش‌بینی برای فعالیت و رونق کسب‌وکار را دارند. پرداختن به مسائل ژئوپلیتیک کنونی بسیار مهم است، زیرا تحقیقات نشان می‌دهد که افزایش یک درصدی در عدم قطعیت می‌تواند منجر به کاهش ۰.۰۲ درصدی تجارت جهانی شود. چشم انداز اقتصاد جهانی به توجه فوری به این نگرانی‌های ژئوپلیتیک نیاز دارد.

### شکل ۷: تغییرات بنگاه‌ها در رویدادهای ژئوپلیتیکی



شکل ۸: انگیزه های اصلی برای رویکرد اولیه بنگاه ها به پیکربندی مجدد زنجیره تامین



وقتی نوبت به نزدیک شدن می شود، دلیل اصلی انتخاب بنگاه ها برای نزدیک تر کردن فعالیت های خود به خانه این است که از لحاظ اقتصادی منطقی بوده و عوامل ژئوپلیتیکی و انگیزه های محلی نیز در آن نقش دارند. حدود ۶۰ درصد از مدیران مورد بررسی در این گزارش معتقدند که کاهش هزینه های کلی، انگیزه اصلی آنها برای نزدیک شدن است. علاوه بر این، ۵۶ درصد از مدیران ذکر کردند که کاهش ریسک اختلال در منابع حیاتی یکی دیگر از عوامل مهم است.

ایده پشت این استراتژی های تاب آور، به ویژه در سمت عرضه، آمادگی برای مواجهه با بدترین سناریوها است. بنگاه ها در حال بررسی دقیق تر زنجیره های تامین خود هستند و گزینه های جایگزین را در صورت بد پیش رفتن شرایط، در نظر می گیرند. این تغییر تفکر با همه گیری کووید-۱۹ تقویت شده است، جایی که بنگاه ها به اهمیت داشتن برنامه های پشتیبان پی برده اند. بنگاه ها به جای فعالیت با حداقل موجودی و تکیه بر تحویل به موقع، اکنون رویکرد «در زمان مقرر»<sup>۸</sup> را اتخاذ می کنند. به طور

<sup>۸</sup> Just In Time

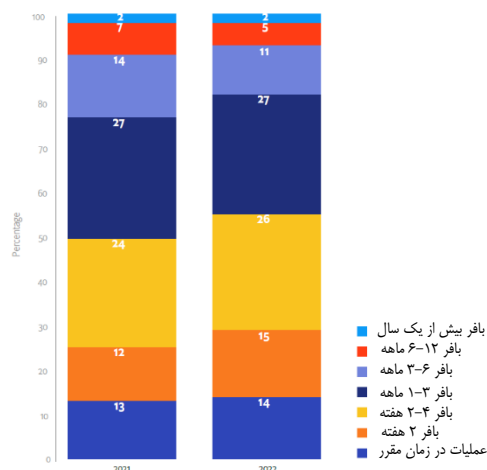
متوسط، بنگاه‌ها در سال ۲۰۲۲، ۱۰.۱ هفته موجودی انبار نگهداری می‌کنند، در مقایسه با ۸.۹ هفته در سال ۲۰۲۱، تا مطمئن شوند در صورت بروز اختلال، موجودی کافی دارند.

به طور خلاصه، در حالی که عواملی مانند سیاست و الزامات محلی در تصمیم‌گیری‌ها نقش دارند، نیروهای محرک اصلی تمایل به کاهش هزینه‌ها و کاهش ریسک اختلالات عرضه دارند. شایان ذکر است، در این شرایط بنگاه‌ها بر ایجاد زنجیره‌های تامین انعطاف‌پذیرتر و نگهداری موجودی‌های بزرگ‌تر برای آماده شدن برای چالش‌های پیش‌بینی نشده تمرکز می‌کنند.

مفهوم سنتی مدیریت موجودی «در زمان مقرر»، با هدف به حداقل رساندن هزینه‌های تولید، در محیط تجاری غیرقابل پیش‌بینی کنونی به چالش کشیده شده است. بنگاه‌ها متوجه شده‌اند که حفظ سطح موجودی پایین‌تر می‌تواند منجر به زیان‌های مالی بیشتر در طول اختلالات عرضه شود. هنگامی که منابع ورودی حیاتی مختل می‌شوند، بنگاه‌هایی که دارای بافر موجودی کافی نیستند ممکن است مجبور به توقف تولید شوند که منجر به کاهش تولید و فروش می‌شود. با این حال، مدیران زنجیره تامین جهانی با یک معضل مواجه هستند. با افزایش نرخ بهره، هزینه نگهداری سرمایه در گردش (وجه نقد موجود در موجودی‌ها) بالا می‌رود. علاوه بر این، کاهش بالقوه در تقاضای جهانی می‌تواند منجر به کاهش قیمت‌ها برای موجودی‌های خریداری شده در قیمت‌های اوج شود و منجر به زیان‌های مالی شود.

برای مدیریت ریسک قیمت، برخی از بنگاه‌ها از مشتقات قیمتی استفاده می‌کنند. برای مثال، طبق گزارش‌ها، Procter & Gamble و Nestlé از مشتقات قیمتی برای کاهش ریسک‌های مرتبط با کالاهای اولیه استفاده می‌کنند. این نگرش ترکیبی نسبت به نگهداری بافرهای موجودی را توضیح می‌دهد. در نظرسنجی انجام شده، «افزایش موجودی‌ها» کمترین اثربخشی استراتژی تاب‌آوری در نظر گرفته شد که ۲۲ درصد از مدیران به آن اشاره کردند. از سوی دیگر، ۳۰ درصد از مدیران، استفاده روزافزون از ابزارهای دیجیتال در مدیریت موجودی را به عنوان یک استراتژی موثرتر ذکر کردند.

شکل ۹: میانگین موجودی نگهداری شده توسط بنگاه‌ها در سال ۲۰۲۲ نسبت به سال ۲۰۲۱



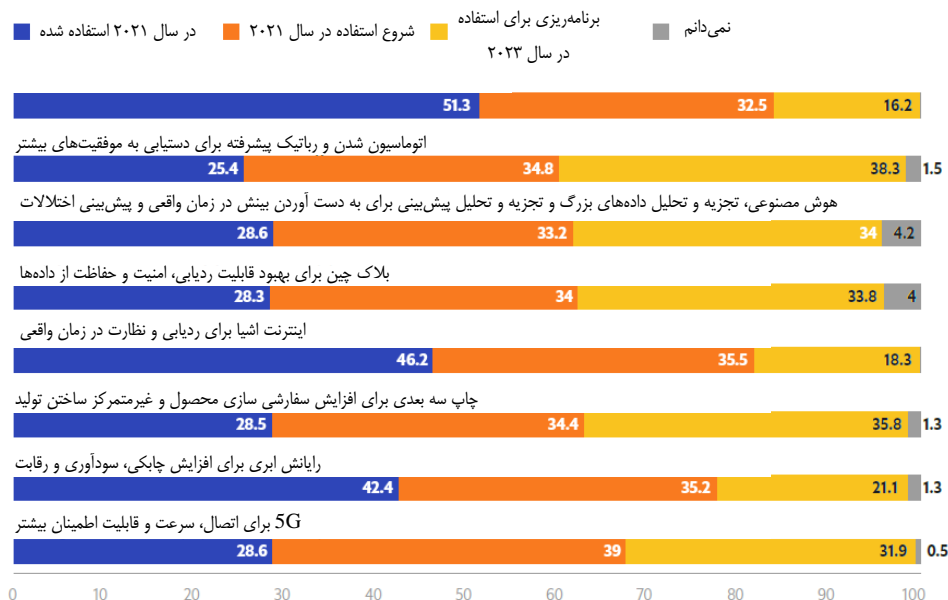
## دیجیتالی شدن برای تاب آوری

به گفته مدیران مورد بررسی، افزایش استفاده از ابزارهای دیجیتال برای مدیریت موجودی، موثرترین استراتژی تاب آوری در سمت عرضه است که توسط ۳۰ درصد از مدیران ذکر شده است. پلتفرم‌های دیجیتال برای تعامل با مشتریان و تامین کنندگان همچنان پرکاربردترین فناوری هستند که توسط ۵۱ درصد از مدیران در سال‌های ۲۰۲۱ و ۲۰۲۲ ذکر شده است. این امر هماهنگی بهتر با تامین کنندگان را امکان پذیر می کند و مدیران اجرایی را با افزایش سطح موجودی و شبکه‌های توزیع آشنا می کند.

علاوه بر این، تعداد قابل توجهی از بنگاه‌ها استفاده از فناوری‌های 5G (۳۹ درصد) و اینترنت اشیا (۳۶ درصد) را در سال ۲۰۲۲ آغاز کرده‌اند که بینش‌های بی‌درنگ و داده‌های ارزشمندی را ارائه می‌دهند. این ابزارها فراتر از ردیابی محموله هستند و به پیش‌بینی تقاضا کمک می‌کنند.

پذیرش گسترده فناوری برای مدیریت زنجیره تامین مشهود است، به طوری که تنها ۲ درصد از مدیران (در مقایسه با ۱۲ درصد در سال ۲۰۲۱) اعلام کردند که فناوری‌های پیشرفته در سال ۲۰۲۲ "قابل اجرا نیستند". این امر نشان می‌دهد که بنگاه‌ها در سراسر جهان از فناوری برای تقویت زنجیره تامین خود استقبال می‌کنند.

### شکل ۱۰: سطوح پذیرش فناوری‌های پیشرفته در زنجیره تامین



## اهداف زیست‌محیطی، اجتماعی و حکمرانی (ESG)<sup>۹</sup> برای رقابت‌پذیری

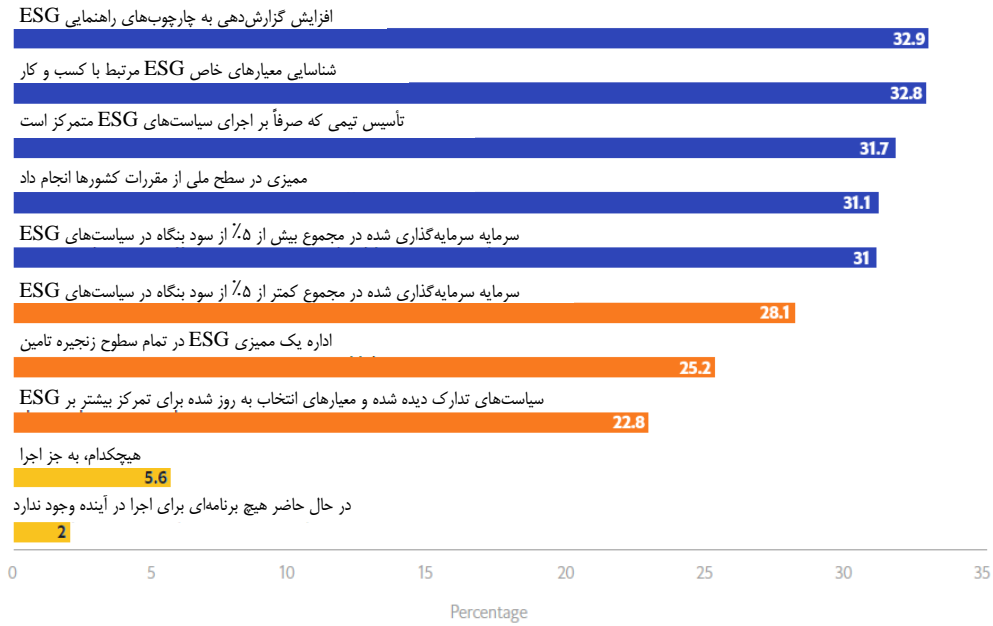
در یک زنجیره تامین، ملاحظات زیست‌محیطی، اجتماعی و حاکمیتی عواملی مانند انتشار کربن، حقوق کار و شیوه‌های اخلاقی را در بر می‌گیرد. رسیدگی به این عوامل بسیار مهم است، زیرا بیش از ۸۰ درصد از انتشار گازهای گلخانه‌ای بنگاه‌های مصرف‌کننده از زنجیره تامین آنها سرچشمه می‌گیرد. علاوه بر این، سازمان بین‌المللی کار (ILO)<sup>۱۰</sup> تخمین می‌زند که بیش از ۱۷ میلیون نفر در عملیات تجاری و زنجیره تامین بخش خصوصی استثمار می‌شوند. تمرکز بر ابتکارات زیست محیطی، اجتماعی و حکمرانی نه تنها به مهار اقدامات مضر کمک می‌کند، بلکه مزیت رقابتی بنگاه را افزایش می‌دهد و به بهبود سریع‌تر پس از بحران کمک می‌کند. با اولویت‌بندی اهداف زیست محیطی، اجتماعی و حکمرانی، کسب و کارها می‌توانند آسیب‌های زیست‌محیطی و هزینه‌ها را به میزان قابل توجهی کاهش دهند.

بر اساس این نظرسنجی، بنگاه‌ها اقدامات مختلفی را برای دستیابی به اهداف زیست محیطی، اجتماعی و حکمرانی خود انجام می‌دهند. دو اقدام اصلی، همسو کردن گزارش با چارچوب‌های اهداف زیست محیطی، اجتماعی و حکمرانی، مانند استانداردهای حسابداری پایدار و شناسایی معیارهای خاص اهداف زیست محیطی، اجتماعی و حکمرانی مرتبط با کسب‌وکارشان است که تقریباً ۳۳ درصد از مدیران به آن اشاره کرده‌اند. علاوه بر این، سهم مشابهی از بنگاه‌ها (۳۱ درصد) در حال اجرای اقدامات دیگری از جمله سرمایه‌گذاری بیش از ۵ درصد از سود خود هستند. این امر نشان می‌دهد که بنگاه‌ها از همسویی اولیه با چارچوب‌ها فراتر رفته و منابع مالی قابل توجهی را برای دستیابی به اهداف زیست محیطی، اجتماعی و حکمرانی خود اختصاص می‌دهند. از آنجایی که پیش‌بینی می‌شود ریسک‌های زنجیره تامین زیست محیطی تا سال ۲۰۲۶ برای بنگاه‌ها ۱۲۰ میلیارد دلار هزینه داشته باشد، کسب‌وکارها باید سرمایه‌گذاری‌هایی را انجام دهند که به طور موثر از بروز چنین هزینه‌هایی جلوگیری کند یا آنها را کاهش دهد.

<sup>9</sup> Environmental, Social and Governance

<sup>10</sup> International Labour Organisation

شکل ۱۱: ابتکارات زیست محیطی، اجتماعی و حکمرانی اتخاذ شده توسط بنگاه ها



## صنعتی (خودرو)

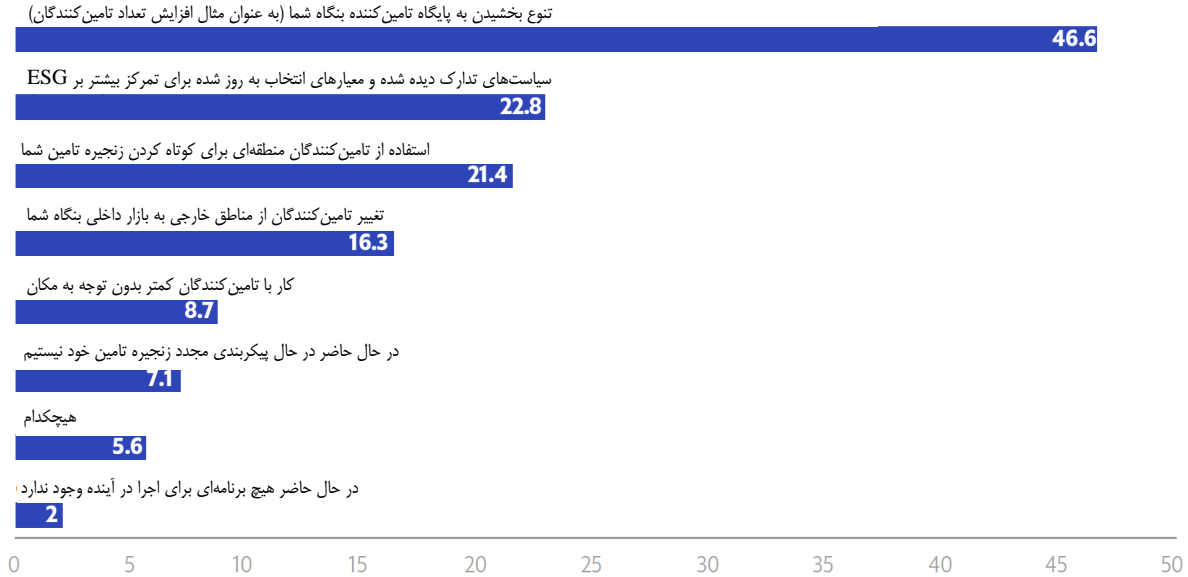
زنجیره های تامین در صنعت خودروسازی بسیار مهم هستند، زیرا برای ساخت یک خودرو به هزاران قطعه مختلف نیاز است. با این حال، اختلالاتی مانند کووید-۱۹، جنگ ها و کمبود اجزای مهم مانند نیمه رساناها مشکلات قابل توجهی را برای این صنعت ایجاد کرده است. برای کاهش ریسک ناشی از چنین اختلالاتی، بنگاه ها در تلاش هستند تا تامین کنندگان خود را متنوع کنند، بنابراین به یک منبع تکیه نمی کنند. آنها همچنین به دنبال منطقه ای کردن یا بومی سازی بخش های خاصی از زنجیره تامین خود هستند تا کنترل بیشتری بر آنها داشته باشند.

یکی از بزرگترین چالش های صنعت خودرو در حال حاضر افزایش هزینه ها است. تورم همه چیز را گران تر می کند، بنابراین بنگاه ها در تلاش هستند تا راه هایی برای دستیابی به بهترین قیمت برای قطعات مورد نیاز خود بیابند. آنها همچنین بر ایجاد روابط خوب با تامین کنندگان خود و بهبود هماهنگی با آنها تمرکز می کنند تا مطمئن شوند همه چیز به خوبی پیش می رود.

استفاده از ابزارهای دیجیتال به عنوان یک راه مهم برای بهبود مدیریت زنجیره تامین و دیده شدن در نظر گرفته می شود. با این حال، آزمایش فناوری های مختلف و یافتن تامین کننده های مناسب زمان می برد، بنابراین ممکن است تا یک یا دو سال مزایا به صورت کامل دیده نشود.

حتی با وجود همه پیشرفت های فناوری، بنگاه ها باید برنامه ای پشتیبان داشته باشند. با توجه به این که جهان غیرقابل پیش بینی بوده و ممکن است اتفاقات غیرمنتظره ای رخ دهد، مهم است که بنگاه ها موجودی اضافی در دسترس داشته باشند تا بتوانند خود را در برابر اختلالات محافظت کنند. اکثر مدیران موجودی انبارها را حداقل برای چند هفته تا چند ماه نگهداری می کنند تا مطمئن شوند که منابع کافی برای حفظ عملکرد خود را دارند.

## شکل ۱۲: رویکردهایی برای پیکربندی مجدد جغرافیایی زنجیره تامین اتخاذ شده توسط صنایع (خودرو)



در صنعت خودرو، فناوری نه تنها در مدیریت زنجیره تامین، بلکه در تولید نیز نقش مهمی ایفا می‌کند. به عنوان مثال، جنرال موتورز قصد دارد از چاپ سه بعدی برای تولید خودرو استفاده کند که تأثیر قابل توجهی بر الگوهای منبع یابی جهانی خواهد داشت. این فناوری به تولیدکنندگان اجازه می‌دهد تا کالاهای واسطه‌ای و نهایی را نزدیک‌تر به استفاده نهایی خود تولید کنند، که منجر به تغییر در زنجیره‌های تامین می‌شود، زیرا قطعات بیشتر در نزدیکی محل مونتاژ نهایی تولید می‌شوند. پذیرش چاپ سه بعدی به خوبی در حال پیشرفت است و انتظار می‌رود تا دو سال آینده به طور کامل عملیاتی شود.

بخش خودرو از نظر استراتژیک در بسیاری از کشورهای تولیدکننده مهم و اغلب تابع دستورات یا استراتژی‌های دولت است. بنگاه‌ها می‌توانند خود را با تغییرات خاصی تطبیق دهند، اما محدودیت‌های منابع ورودی از مناطق خاص یا دستورات تولید داخلی می‌تواند به طور قابل توجهی مانع آنها شود. به عنوان مثال، ممنوعیت استفاده از مواد معدنی چینی در باتری‌های خودروهای الکتریکی (EV) تولید آمریکا، که از سال ۲۰۲۴ شروع می‌شود، می‌تواند روند انتقال به خودروهای الکتریکی در این کشور را آهسته کرده و صنعت خودروی آمریکا را در سطح جهانی کمتر رقابتی کند. دولت‌ها باید رویکرد مشورتی‌تری را برای توسعه سیاست‌ها اتخاذ کنند و سیاست‌های خود را برای جلوگیری از آسیب‌های غیرضروری و اختلال در کسب و کارها هدف قرار دهند. سازگاری و ارتباطات باز از سوی دولت‌ها از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است، زیرا این عدم قطعیت مانع از پیشرفت کسب و کارها می‌شود.



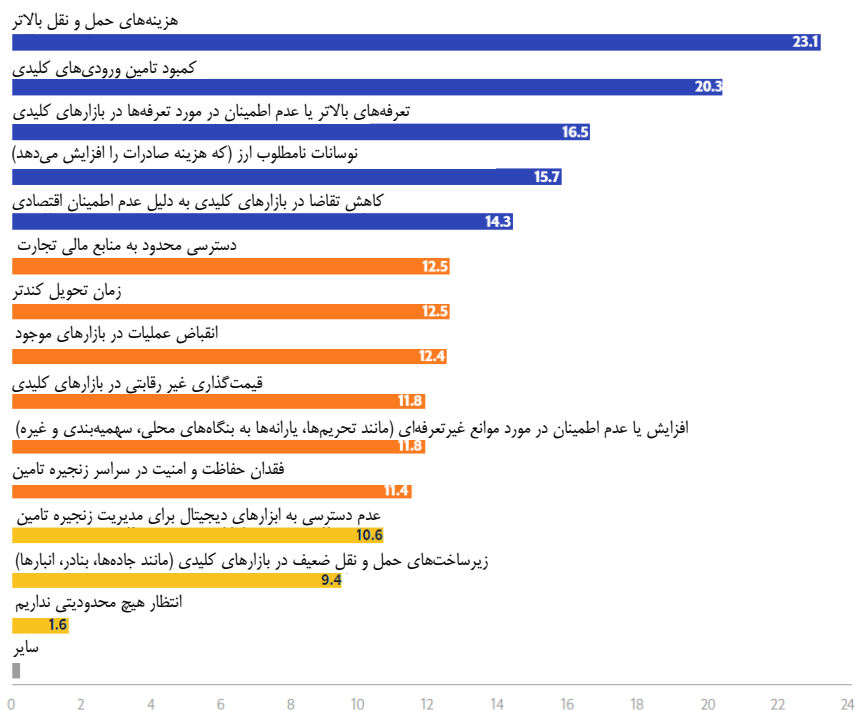
## کالاهای مصرفی

علیرغم چشم انداز چالش برانگیز اقتصادی، انتظار می رود بخش کالاهای مصرفی در سال ۲۰۲۳ افزایش فروش نزدیک به ۶ درصدی را تجربه کند. نتایج نظرسنجی نیز با این پیش بینی مطابقت دارد، زیرا اکثر پاسخ دهندگان در این بخش در مقایسه با سال ۲۰۲۲، رشد صادرات و واردات را بین ۱۰ تا ۳۰ درصد پیش بینی می کنند. با این حال، انتظار می رود که سرعت تقاضا در سال های بعدی به دلیل افزایش بدهی خانوارها و هزینه های استقرای، اندکی کاهش یابد.

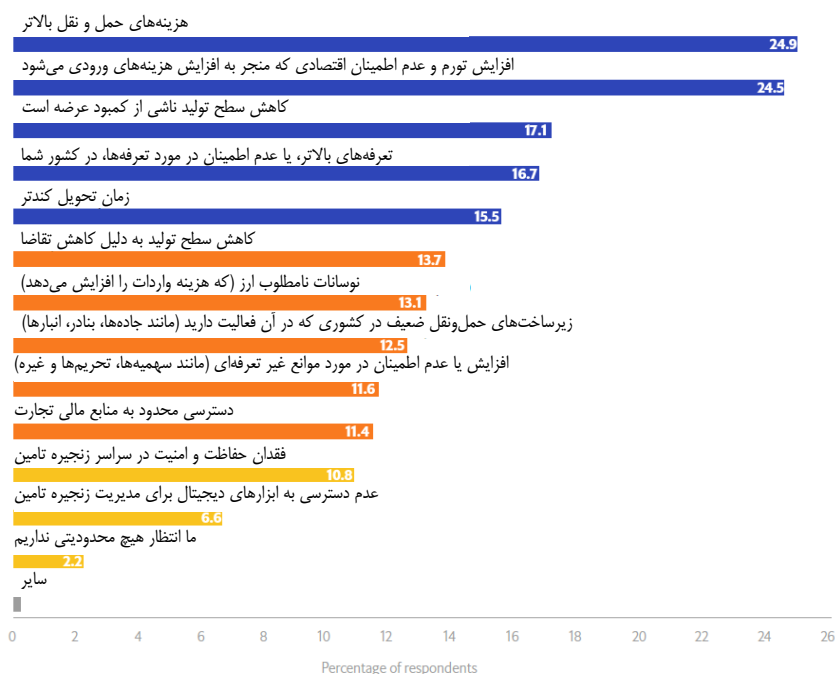
در حالی که انتظار می رود تقاضا برای کالاهای مصرفی در سال ۲۰۲۳ وجود داشته باشد، این نظرسنجی نشان می دهد که مسائل مربوط به عرضه مانع رشد این بخش می شود و کمبود عرضه یک محدودیت قابل توجه برای رشد صادرات خواهد بود. در پاسخ، بنگاه های کالاهای مصرفی در حال اجرای اقدامات کاهش ریسک هستند، مانند حفظ بافرهای موجودی بین دو هفته تا سه ماه، تا تأثیر اختلالات عرضه را به حداقل برسانند.

مطابق با سال های گذشته، هزینه های حمل و نقل بالاتر همچنان بزرگترین محدودیت برای بنگاه هایی است که به دنبال افزایش صادرات و واردات در سال ۲۰۲۳ هستند. با این حال، بخشی از پاسخ دهندگان (۱۵.۱ درصد برای صادرات و ۱۸.۵ درصد برای واردات) هزینه های حمل و نقل کمتر را به عنوان محرک اصلی رشد ارزیابی کردند. این اختلاف ممکن است به بهبود در بحران جهانی کشتیرانی، با ورود کشتی های جدید به صنعت و کاهش تقاضا از سوی آمریکا و چین نسبت داده شود. هنگامی که بنگاه های تولیدکننده کالاهای مصرفی در مرحله مواد خام زنجیره ارزش به طور جداگانه تجزیه و تحلیل شوند، نشان می دهد که هزینه های حمل و نقل بالاتر تنها توسط ۱۲.۵ درصد از بنگاه ها به عنوان محدودیت صادرات رتبه بندی می شود که نشان دهنده کاهش در مقایسه با بنگاه های درگیر در کل زنجیره تامین است. شایان ذکر است، روند مشابهی برای واردات نیز مشاهده می شود. بنابراین، بخش و مرحله خاص در بخش کالاهای مصرفی به طور قابل توجهی بر چالش های پیش رو تأثیر می گذارد و به دلیل تنوع در این بخش، اتخاذ رویکردی یکسان برای همه مناسب نمی تواند باشد.

### شکل ۱۳: محدودیت‌های افزایش صادرات کالاهای مصرفی در سال ۲۰۲۳



### شکل ۱۴: محدودیت‌های افزایش واردات کالاهای مصرفی در سال ۲۰۲۳



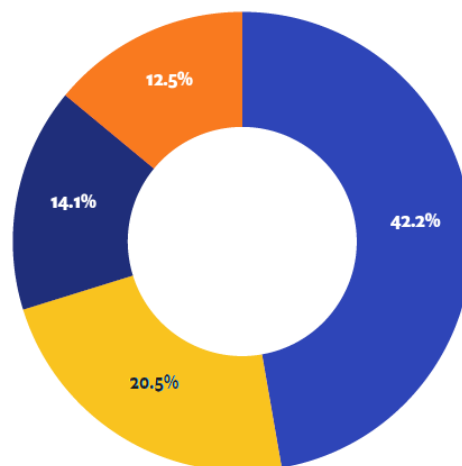
بخش کالاهای مصرفی عمدتاً به دلیل کاهش همه‌گیری، که مشکلات مربوط به عرضه را کاهش داده است، نسبت به تجارت جهانی خوشبین است. با این حال، بزرگترین دلیل نگرانی این بخش افزایش تورم است. هزینه‌های بالاتر کالاهای ضروری باعث کاهش درآمد قابل تصرف موجود برای خریدهای غیرضروری می‌شود و بنگاه‌های تولیدکننده کالاهای مصرفی نمی‌توانند افزایش هزینه‌های قابل توجهی را به مصرف‌کنندگان منتقل کنند. برای محافظت از سودآوری و رقابت، بنگاه‌ها به جای اتکالی صرف به افزایش قیمت، به دنبال کارایی هستند.

در این شرایط فرصتی برای بازرگانان کالاهای دست دوم ایجاد می‌شود زیرا مصرف‌کنندگان، کالاهایی را انتخاب می‌کنند که با بودجه‌های محدود شده آنها مطابقت دارد. در همین راستا بنگاه‌ها می‌توانند جنبه‌های جدیدی از مدل‌های کسب‌وکار خود را، مانند بازسازی، برای استفاده از این روند بررسی کنند. این ابتکارات با الزامات زیست‌محیطی، اجتماعی و حاکمیتی که ملاحظات مهمی برای این بخش هستند، همسو است.

بنگاه‌های کالاهای مصرفی همچنان به تنوع پایه‌های عرضه خود ادامه می‌دهند و بیش از ۴۰ درصد از مدیران این امر را بدون توجه به مکان، اولویت می‌دهند. با این حال، یک روند قابل توجه در این بخش ترجیح همکاری با تامین‌کنندگان کمتر است. تقویت روابط با تامین‌کنندگان کلیدی باعث افزایش تاب‌آوری زنجیره تامین می‌شود. در طول قرنطینه‌های کووید-۱۹ بنگاه‌هایی که تامین‌کنندگان کمتر اما مهم‌تری داشتند، احتمال کمتری داشت که دچار اختلال شوند. این افزایش تاب‌آوری توضیح می‌دهد که چرا کسب‌وکارهای بیشتری در بخش کالاهای مصرفی این رویکرد را برای پیکربندی زنجیره تامین اولویت می‌دهند.

### شکل ۱۵: رویکردهایی برای پیکربندی مجدد جغرافیایی زنجیره تامین اتخاذ شده توسط بنگاه‌های کالاهای مصرفی

■ نزدیک کردن / منطقه‌ای کردن      ■ متنوع کردن تامین‌کنندگان  
■ همکاری با تامین‌کنندگان کمتر بدون توجه به مکان      ■ انتقال یک عملیات تجاری که به خارج از کشور منتقل شده به کشوری که در ابتدا از آنجا نقل مکان کرده است.

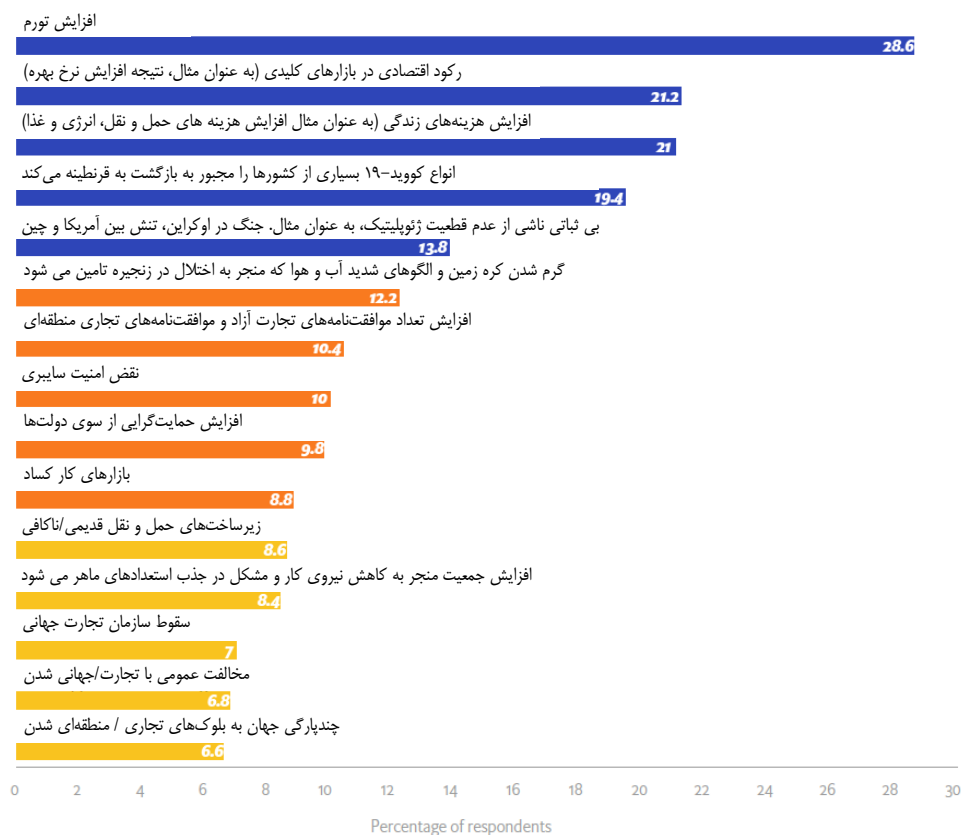


## غذا و نوشیدنی

در سال ۲۰۲۲، بخش غذا و نوشیدنی با کمبودهای قابل توجهی مواجه شد که در درجه اول به دلیل اختلالات به وجود آمده مرتبط با کووید-۱۹ بود. این کمبودها و عدم قطعیت‌های عرضه، با جنگ در اوکراین تشدید شده است. در همین راستا، چندین کشور، از جمله هند، به دلیل اختلال در عرضه جهانی، محدودیت‌های صادراتی را برای گروه‌های غذایی کلیدی مانند آرد و گندم اعمال کرده‌اند.

شایان ذکر است، این محدودیت‌ها در تامین اقلام غذایی ضروری توسط چندین کشور نیز اعلام شده است و در نتیجه، انتظار می‌رود کمبودها و عدم قطعیت‌ها در این بخش ادامه یابد. «محدودیت‌ها در نهاده‌های کلیدی» به عنوان دومین محدودیت بزرگ برای افزایش صادرات در سال ۲۰۲۳ توسط نزدیک به ۲۰ درصد از مدیران و به دنبال آن عدم اطمینان در مورد تعرفه‌ها در بازارهای کلیدی شناسایی شده است.

### شکل ۱۶: دلایل بدبینی نسبت به گسترش تجارت جهانی برای صنعت غذا و نوشیدنی، ۲۰۲۲-۲۰۲۴



مدیران صنایع غذایی و آشامیدنی نگران تورم بالا و هزینه های زندگی هستند که بر تجارت جهانی تأثیر می گذارد. افزایش قیمت کالاها ریسک از بین رفتن مشاغل این حوزه را بیشتر می کند. برای مدیریت این ریسک، بنگاه ها از فناوری های جدید برای نظارت بر زنجیره تامین خود و بهبود کارایی استفاده می کنند.

بسیاری از مدیران از پلتفرم های دیجیتال، اتوماسیون، رباتیک، هوش مصنوعی و تجزیه و تحلیل داده ها برای افزایش کارایی و جبران تأثیر هزینه های بالاتر استفاده می کنند. آنها همچنین برای کاهش هزینه های کلی و به حداقل رساندن اختلالات در ورودی های حیاتی، زنجیره های تامین خود را متنوع می کنند.

حوادث آب و هوایی شدید ریسک قابل توجهی برای صنعت غذا و نوشیدنی ایجاد می کند به همین دلیل بنگاه ها در حال اقدام بر روی طرح های زیست محیطی، اجتماعی و حاکمیتی هستند. با این حال، اجرای شیوه های زیست محیطی، اجتماعی و حاکمیتی، به دلیل فقدان یک چارچوب مشترک و راه حل های فناوری برای کاهش رد پای کربن در صنعت چالش برانگیز است.

یکی از زمینه هایی که در آن پیشرفت حاصل شده مدیریت زباله است. هدف بنگاه ها جمع آوری و بازیافت همان مقدار پلاستیک مورد استفاده در محصولات خود برای به حداقل رساندن اثرات زیست محیطی است. با این حال، تلاش های بیشتری برای تضمین آینده ای پایدار برای نسل های آینده در صنعت غذا و نوشیدنی مورد نیاز است.

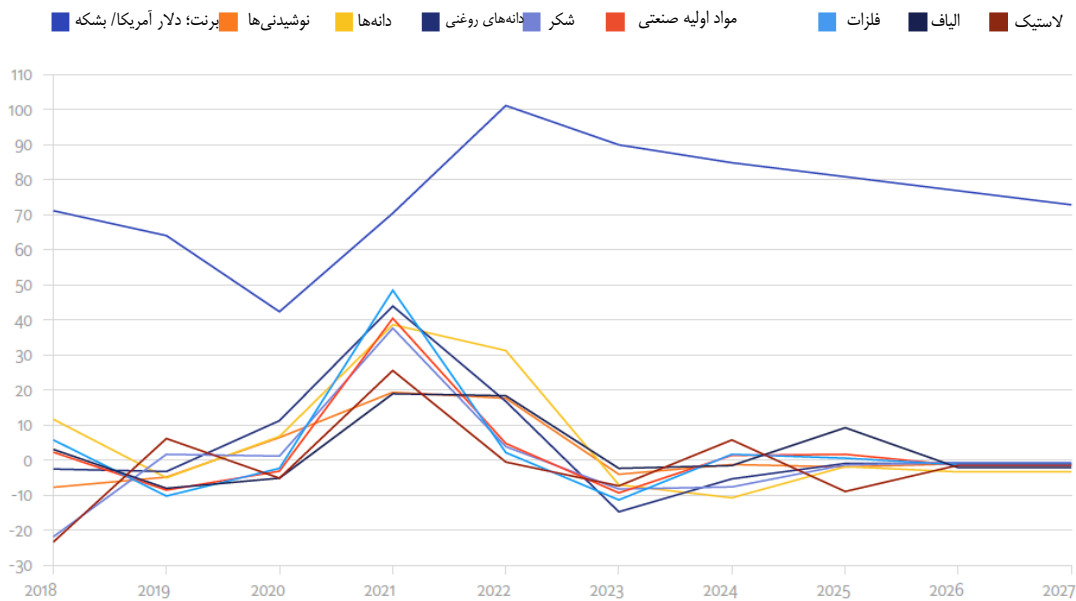
## انرژی و منابع طبیعی

بی ثباتی ژئوپلیتیک کنونی، مانند جنگ در اوکراین و تنش بین آمریکا و چین، تأثیر زیادی بر بخش انرژی و منابع طبیعی، به ویژه در نفت و گاز داشته است. یک نظرسنجی نشان می دهد که تقریباً همه بنگاه های این بخش هنگام تصمیم گیری درباره استراتژی های تجاری و زنجیره تامین خود، این رویدادهای ژئوپلیتیکی را در نظر می گیرند.

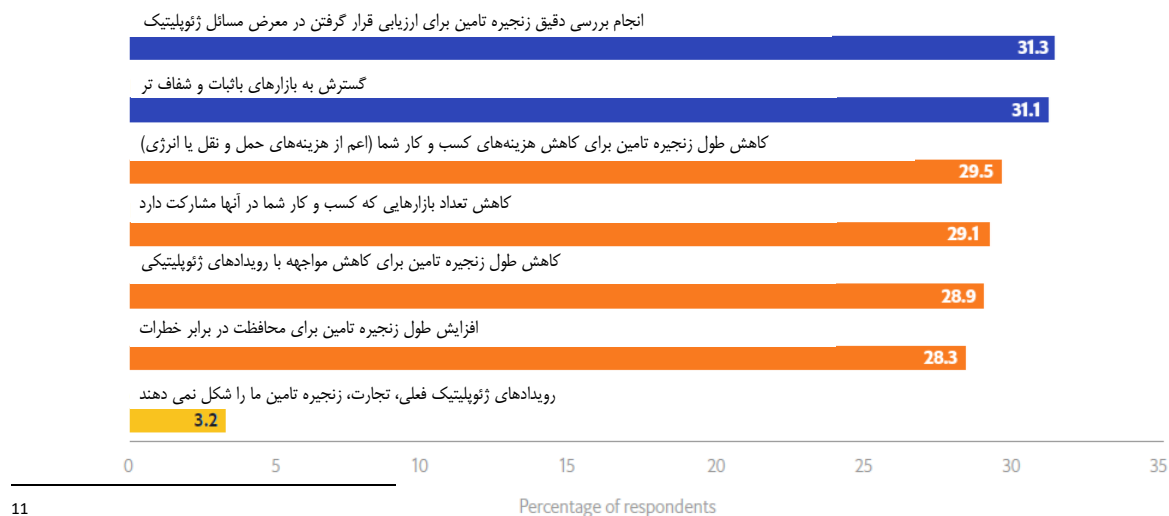
در نتیجه، بسیاری از بنگاه ها در حال ایجاد تغییراتی در زنجیره تامین خود هستند. یک سوم بنگاه های مورد بررسی برای محافظت از خود در برابر اختلالات آینده، زنجیره تامین خود را طولانی تر می کنند. یک سوم دیگر در حال گسترش به بازارهای باثبات و شفاف هستند. جالب اینجاست که ۳۰ درصد از بنگاه ها در واقع زنجیره تامین خود را کوتاه می کنند، که عمدتاً به دلیل کاهش هزینه ها به جای مدیریت ریسک است.

بازار حمل و نقل گاز طبیعی مایع (LNG) به ویژه تحت تأثیر این تغییرات قرار گرفته است. به دلیل عوامل مختلفی مانند تأثیر کووید-۱۹، ازدحام در بنادر، کمبود کارگران و تقاضای زیاد، بازار آن بسیار کساد شده است. در نتیجه، نرخ حمل و نقل گاز طبیعی مایع به شدت افزایش یافته است. در حال حاضر، درآمد روزانه حدود ۴۰۰ هزار دلار برای حمل و نقل گاز طبیعی مایع امکان پذیر است و انتظار می رود این نرخها حتی بیشتر نیز افزایش یابد.

شکل ۱۷: قیمت کالا، پیش‌بینی تا سال ۲۰۲۷



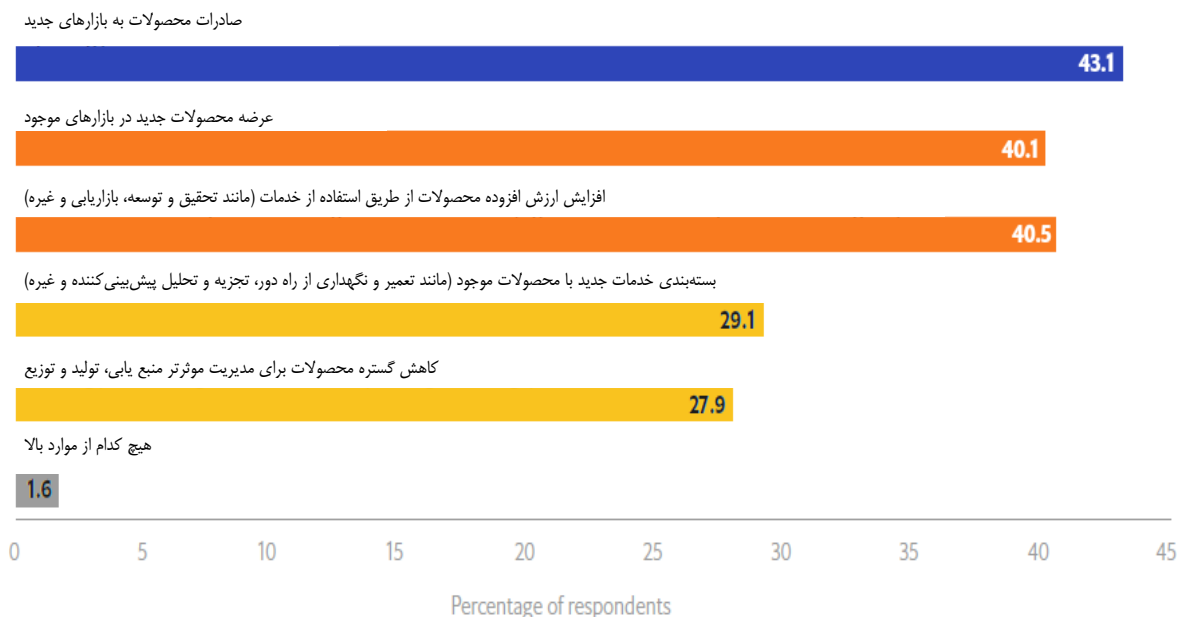
شکل ۱۸: تأثیر رویدادهای ژئوپلیتیکی بر بخش انرژی و منابع طبیعی



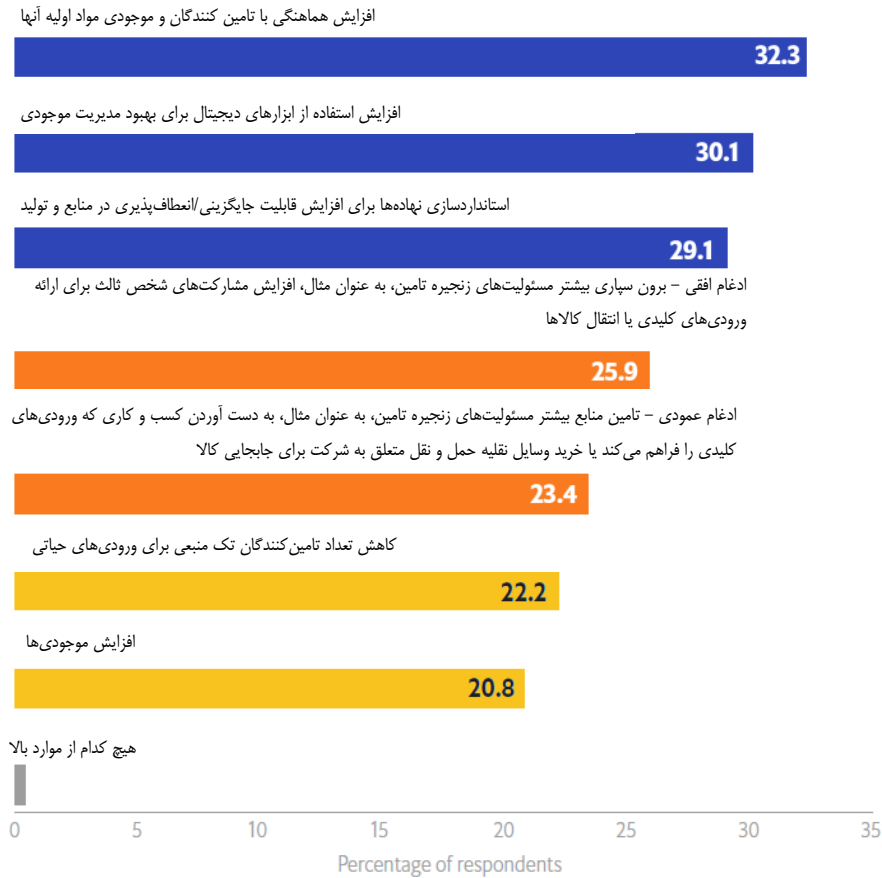
کسب‌وکارها در بخش انرژی و منابع طبیعی گام‌هایی برای محافظت از خود در برابر شوک‌های ژئوپلیتیکی آینده برمی‌دارند. یکی از معیارهای کلیدی، حفظ موجودی‌های بزرگتر در مقایسه با سایر بخش‌ها است، به طوری که ۴۴ درصد از بنگاه‌ها دارای بافرهایی از چهار هفته تا شش ماه هستند. این امر به ویژه در کشورهای غربی رایج است، زیرا آنها قصد دارند وابستگی خود به نفت و گاز روسیه را به دلیل تحریم‌های آمریکا و تلاش‌های بریتانیا و اتحادیه اروپا برای تنوع بخشیدن به منابع انرژی خود کاهش دهند.

بنگاه‌های این بخش برای افزایش تاب‌آوری خود، استراتژی‌های مختلفی را در دو طرف عرضه و تقاضا اجرا می‌کنند. در سمت تقاضا، صادرات محصولات به بازارهای جدید به عنوان موثرترین استراتژی توسط ۴۳ درصد از مدیران مورد بررسی و پس از آن افزایش ارزش افزوده محصولات (۳۷ درصد) قرار می‌گیرد. در سمت عرضه، افزایش هماهنگی با تامین‌کنندگان موثرترین استراتژی (۳۲ درصد) و به دنبال آن استفاده از ابزارهای دیجیتال برای مدیریت بهتر موجودی (۳۰.۱ درصد) در نظر گرفته می‌شود. هدف این اقدامات تضمین امنیت زنجیره تامین و کاهش کمبودهای احتمالی است.

### شکل ۱۹: استراتژی‌های سمت تقاضا برای تاب‌آوری در بخش انرژی و منابع طبیعی



### شکل ۲۰: استراتژی‌های سمت عرضه برای تاب‌آوری در بخش انرژی و منابع طبیعی



علاوه بر افزایش تاب‌آوری در برابر شوک‌های ژئوپلیتیکی، بخش انرژی و منابع طبیعی بر همسویی با سیاست‌های زیست‌محیطی، اجتماعی و حاکمیتی تمرکز دارد. بخش قابل توجهی از مدیران (یک سوم) سرمایه‌ای معادل بیش از ۵ درصد از سود بنگاه را برای دستیابی به اهداف زیست‌محیطی، اجتماعی و حاکمیتی خود سرمایه‌گذاری می‌کنند. پیش‌بینی می‌شود که رشد انرژی‌های تجدیدپذیر، به‌ویژه انرژی خورشیدی و بادی، همچنان قوی باقی بماند و انتظار می‌رود مصرف آن در سال ۲۰۲۳ بیش از ۱۱ درصد افزایش یابد و در دهه آینده با نرخ سالانه ۱۰ درصد به رشد خود ادامه دهد.

سیاست‌هایی با هدف محدود کردن هزینه‌های سرمایه‌ای نفت و گاز، از جمله اکتشاف میادین جدید، رشد منابع انرژی پاک را بیشتر خواهد کرد. با این حال، این امر ممکن است به تنگنای عرضه و افزایش قیمت‌های بعدی به دلیل کاهش سرمایه‌گذاری در هیدروکربن‌های سنتی منجر شود. انتظار می‌رود که طبقه متوسط رو به بالا در بسیاری از کشورهای در حال توسعه، با



افزایش وسایل نقلیه الکتریکی و منابع انرژی پاک‌تر، باعث افزایش قابل توجه مصرف انرژی شود. در نتیجه، تقاضا برای منابع طبیعی مانند لیتیوم و کبالت نیز افزایش می‌یابد که منجر به افزایش سرمایه‌گذاری در استخراج و اکتشاف مواد معدنی حیاتی می‌شود.

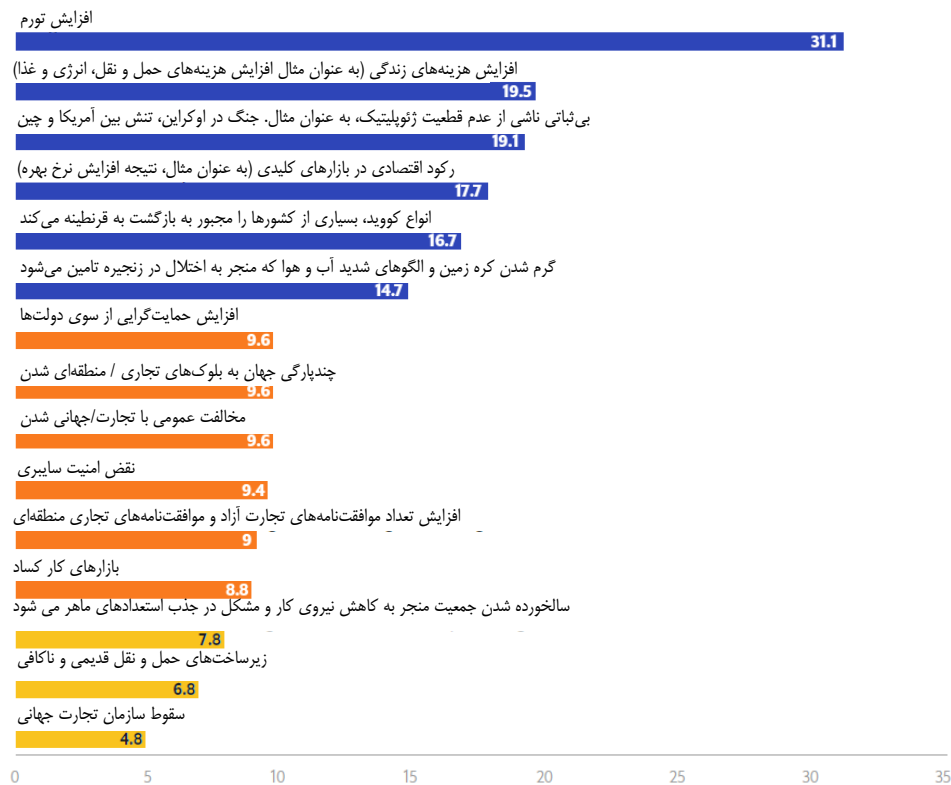
## بهداشت و دارو

انتظار می‌رود در سال‌های آینده، حتی با وجود عدم اطمینان مالی، هم خانوارها و هم دولت‌ها هزینه‌های مراقبت‌های بهداشتی را در اولویت قرار دهند. پیش‌بینی می‌شود که هزینه‌های مراقبت‌های بهداشتی دولتی و خصوصی در سال ۲۰۲۳ حدود ۵ درصد افزایش یابد.

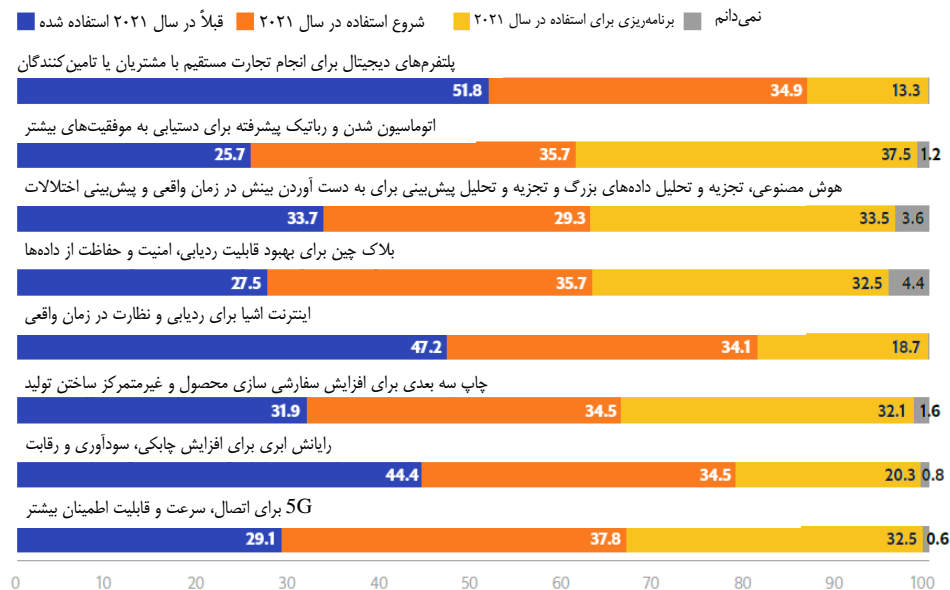
بر اساس نظرسنجی صورت گرفته، ۲۶ درصد از مدیران بر این باورند که محرک اصلی رشد صادرات در سال ۲۰۲۳ تقاضای رو به رشد در بازارهای کلیدی خواهد بود، در حالی که ۲۱ درصد گسترش به بازارهای جدید را عامل کلیدی می‌دانند. اهمیت مراقبت‌های بهداشتی و دارویی، به ویژه در دوران پس از همه‌گیری، یکی از دلایل اصلی هزینه‌های مراقبت‌های بهداشتی پایدار است.

با این حال، علی‌رغم چشم انداز مثبت، مدیران اجرایی به دلیل نگرانی از افزایش تورم، محتاط عمل می‌کنند. تقریباً ۲۹ درصد از مدیران، به ویژه آنهایی که در بنگاه‌های کوچک‌تر بیوتکنولوژی هستند، به دلیل کمبود ابراز بدبینی می‌کنند زیرا منابع مالی پس از افزایش سرمایه‌گذاری‌ها در سال ۲۰۲۰، کمیاب شده است. سرمایه‌گذاران اکنون در تصمیم‌گیری محتاط‌تر هستند. علاوه بر این، انتظار می‌رود که بخش قابل توجهی از افزایش هزینه‌های تخصیص یافته توسط این بنگاه‌ها از طریق هزینه‌های مواد اولیه بالاتر جذب شود، که ممکن است بودجه موجود برای فعالیت‌های تحقیق و توسعه را محدود کند.

شکل ۲۱: دلایل بدبینی نسبت به گسترش تجارت جهانی برای بخش بهداشت و دارو، ۲۰۲۲-۲۰۲۴



شکل ۲۲: فناوری‌هایی که تجارت در بخش بهداشت و داروسازی را در سال ۲۰۲۲ بهینه کردند

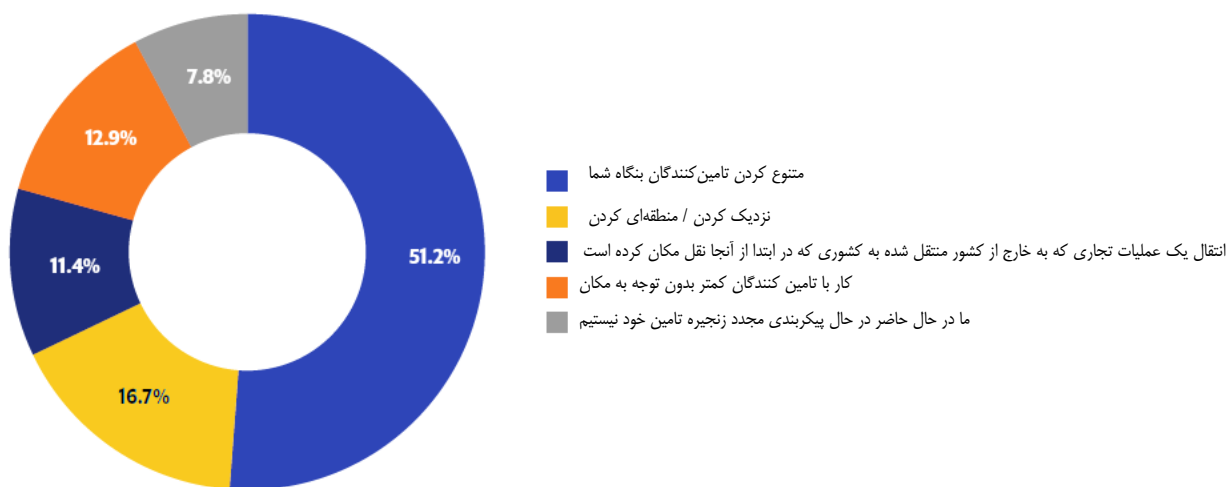


فناوری نقش مهمی در پیشبرد اهداف ایفا می‌کند، به ویژه در فناوری‌های پزشکی که به درمان بیماری‌های پیچیده و بهبود نتایج کمک می‌کند. نوآوری‌های دیجیتال همچنین دسترسی و کارایی در مراقبت‌های بهداشتی را افزایش می‌دهد. ارتقای فناوری به عنوان عامل اصلی کمک به افزایش واردات در سال ۲۰۲۳ شناسایی شده است. در مقایسه با سایر بخش‌ها، بخش انرژی و منابع طبیعی پذیرش فناوری بیشتری را نشان می‌دهد.

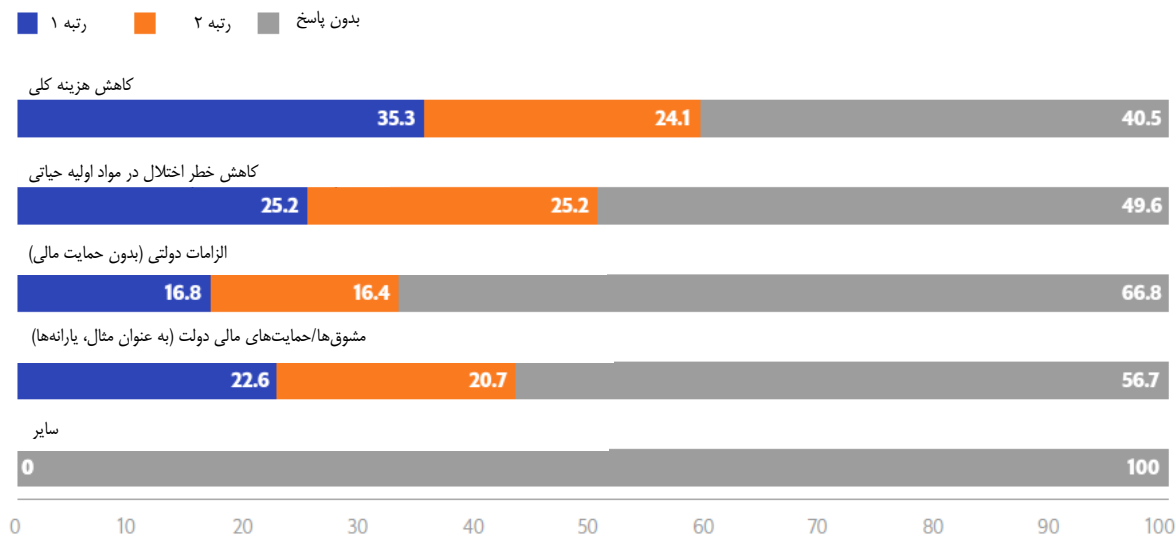
بیش از ۳۰ درصد از پاسخ‌دهندگان به تعرفه‌های بالاتر یا عدم اطمینان پیرامون تعرفه‌ها و موانع غیرتعرفه‌ای به عنوان محدودیت‌های قابل توجه برای صادرات در سال ۲۰۲۳ اشاره می‌کنند. قوانین تجاری در طول همه‌گیری تغییر کرد که منجر به آزادسازی واردات و محدودیت‌های صادراتی کالاهای پزشکی شد. این اقدامات باعث محدود شدن عرضه و افزایش هزینه‌های تجاری برای کالاهای پزشکی شد. شفافیت بهبود یافته از سوی دولت‌ها، با پیروی از اصول سازمان تجارت جهانی برای کاهش عدم قطعیت‌ها و موانع تجاری از طریق مذاکرات بسیار مهم است.

متنوع‌سازی همچنان راهبرد اصلی زنجیره تامین در این بخش است و بیش از نیمی از مدیران از آن حمایت می‌کنند. این استراتژی با افزایش محدودیت‌های تجاری در طول همه‌گیری همسو است. تنوع بخشیدن به مقاصد صادراتی و وارداتی، تاب‌آوری زنجیره تامین را تقویت می‌کند و عرضه باثبات‌تری را تضمین می‌کند. افزایش تاب‌آوری به عنوان دومین محرک برای تنوع ذکر شده است، در حالی که تقریباً ۴۰ درصد از پاسخ‌دهندگان کاهش هزینه را به عنوان محرک اصلی معرفی می‌کنند که منعکس‌کننده تأثیر تورم بالاتر بر هزینه‌ها است.

شکل ۲۳: طرح‌هایی برای پیکربندی مجدد جغرافیایی تامین خدمات ارائه شده توسط بنگاه‌های بهداشتی و دارویی در سال ۲۰۲۲



شکل ۲۴: محرک های بیکربندی مجدد جغرافیایی زنجیره تامین که توسط بنگاه های بهداشتی و دارویی در سال ۲۰۲۲ اتخاذ شد



## نگرش منطقه‌ای

### آمریکای شمالی

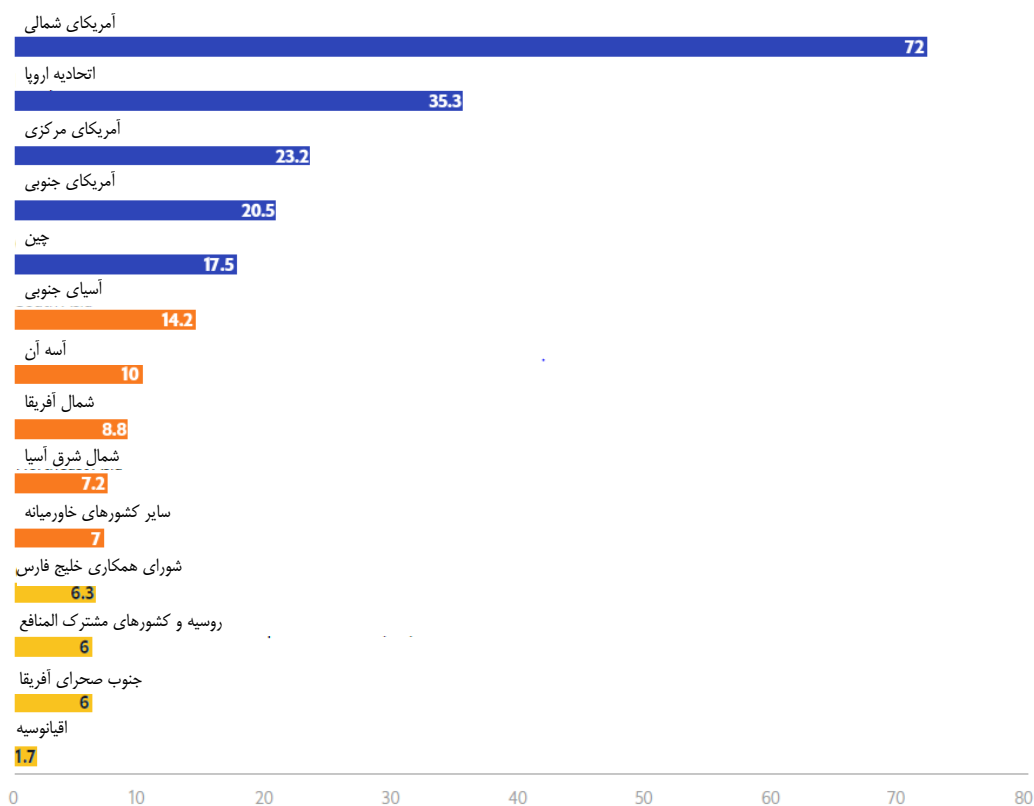
سازمان تجارت جهانی نرخ رشد کمتری را برای صادرات و واردات آمریکای شمالی در سال ۲۰۲۳ در مقایسه با سال ۲۰۲۲ پیش‌بینی می‌کند. تورم بالای پایدار، چشم‌انداز اقتصادی آمریکای شمالی را به خطر می‌اندازد، به طوری که ۳۳ درصد از مدیران آمریکای شمالی به دلیل تورم، نسبت به تجارت جهانی ابراز بدبینی می‌کنند. آمریکا و کانادا در واکنش به این اقدام، سیاست‌های پولی سختگیرانه خود را آغاز کرده‌اند و انتظار می‌رود اقتصاد آمریکا در سال ۲۰۲۳ رکود را تجربه کند.

ثبات تجاری در منطقه، به ویژه در روابط آمریکا و کانادا در دوران ریاست جمهوری جو بایدن، بهبود یافته است. با این حال، برخی از سیاست‌های تجاری اجرا شده در دوران دولت ترامپ که بر چین تمرکز دارد، حفظ یا تقویت شده است. این سیاست‌ها جریان تجارت را محدود می‌کند و ممکن است پیامدهای اقتصادی قابل توجهی داشته باشد. در صورت ادامه یا بدتر شدن این سیاست‌ها، صادرات از آمریکای شمالی می‌تواند ۰.۳۵ درصد (۱۳ میلیارد دلار) و واردات به آمریکای شمالی ۰.۲۹ درصد (۱۴.۷ میلیارد دلار) کاهش یابد.

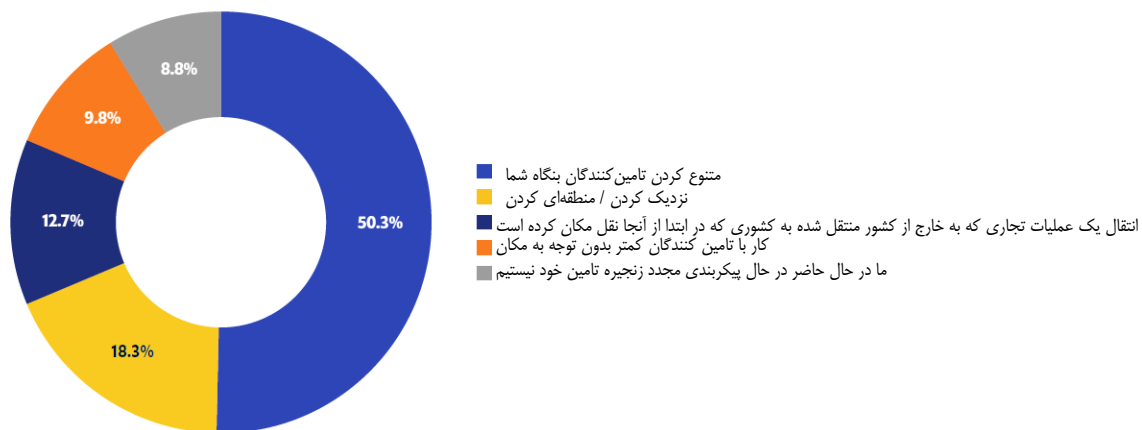
هدف سیاست تجاری آمریکا حفظ مزیت رقابتی در بخش‌های کلیدی و رفع نگرانی‌ها در مورد توانایی‌های نظامی چین است. دولت آمریکا فعالانه به دنبال محدود کردن توانایی‌های نظامی چین با گسترش کنترل‌ها بر صادرات فناوری است. تغییرات اخیر سیاست‌ها باعث شده است که بسیاری از بنگاه‌ها زنجیره‌های تامین خود را از چین دور کنند و رویکردهای «هرکشوری غیر از چین» را ترجیح دهند. با این حال، این ریسک جود دارد که بنگاه‌های آمریکای شمالی ممکن است برای مدت طولانی در چین بمانند و به طور بالقوه فرصت‌ها را در مکان‌های دیگر از دست بدهند.

تغییرات در سیاست آمریکا، بنگاه‌های این کشور را تشویق می‌کند تا تولید را مجدداً افزایش دهند. بسیاری از مدیران در این نظرسنجی به تجدید نظر برای رعایت الزامات محتوای محلی یا استفاده از مشوق‌های دولتی اشاره کردند. با این حال، هدف اصلی مدیران در پی‌گیری مجدد استراتژی‌های زنجیره تامین، کاهش هزینه کلی است.

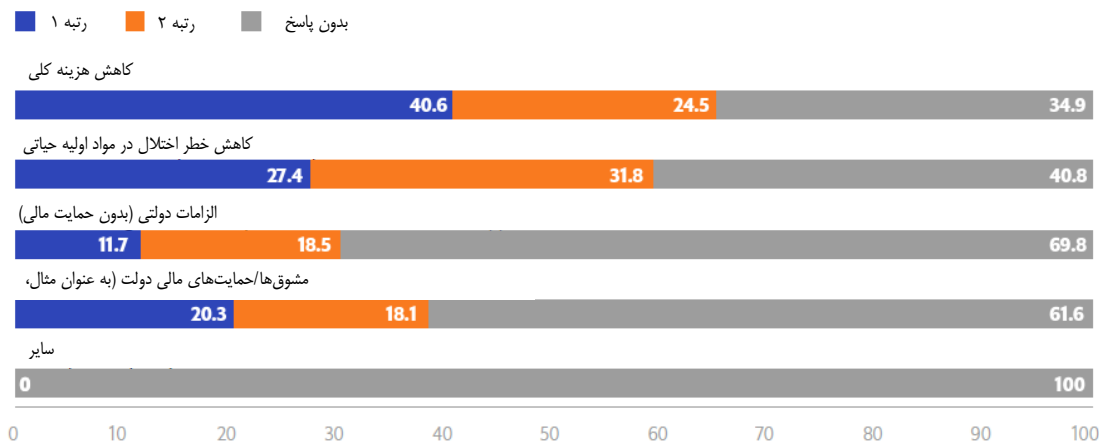
شکل ۲۵: مقاصد صادراتی مورد انتظار آمریکای شمالی در سال ۲۰۲۳



شکل ۲۶: رویکردهایی برای پیکرندگی مجدد جغرافیایی زنجیره تامین اتخاذ شده توسط بنگاه‌ها



شکل ۲۷: محرک‌های پیکربندی مجدد جغرافیایی زنجیره تامین که توسط بنگاه‌ها در آمریکای شمالی در سال ۲۰۲۲ اتخاذ شد



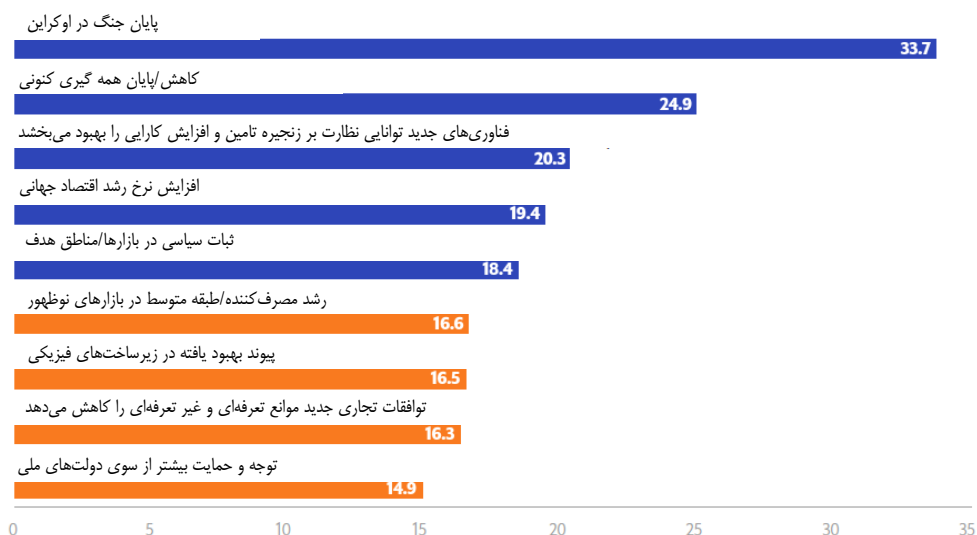
اجرای سیاست‌های تجاری که انگیزه‌های داخلی را به بهانه امنیت ملی در اولویت قرار می‌دهند، سیستم تجاری چندجانبه را که آمریکای شمالی در طول تاریخ نقش فعالی در آن داشته است، با ریسک مواجه می‌کند. از منظر جهانی، کاهش رقابت آزاد و منصفانه از طریق مشوق‌های داخلی مضر است. یارانه‌های گسترده در آمریکا به عنوان پاسخی به یارانه‌های دولتی چین ممکن است سیستم تجاری چندجانبه را تضعیف کند و به طور نامتناسبی به ضرر کشورهای فقیرتری که توانایی پرداخت سطوح مشابه یارانه‌ها را ندارند، وارد کند. برای آمریکا و سایر کشورها بسیار مهم است که فعالانه‌تر در سطح چندجانبه مشارکت کنند تا زمینه بازی برابر برای همه شرکت‌کنندگان در تجارت جهانی تضمین شود.

## اروپا

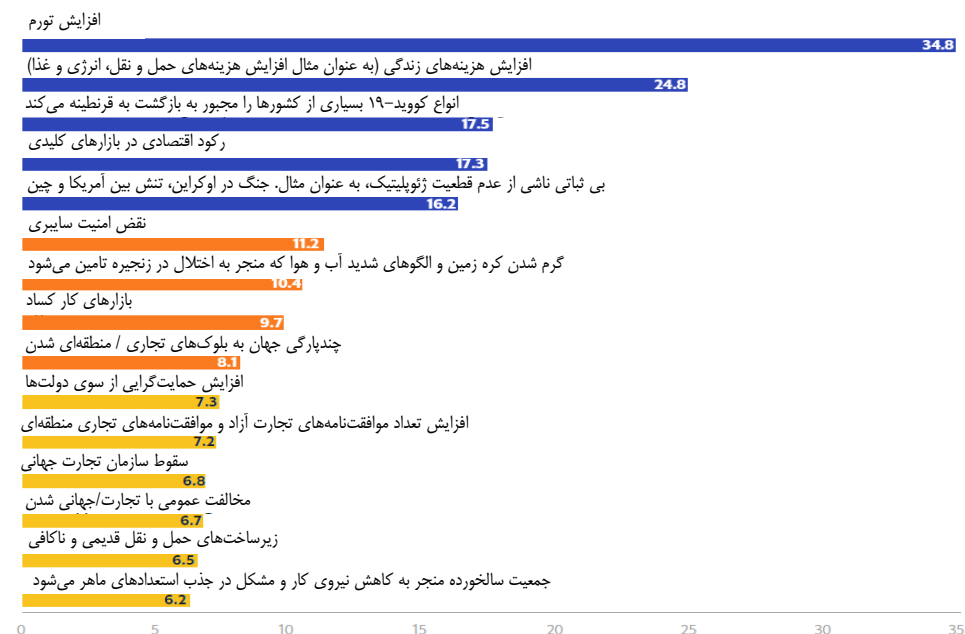
بهبود اقتصادی در اروپا به دلیل جنگ در اوکراین با شکست مواجه شده است. پیش‌بینی می‌شود که رشد حجم صادرات در سال ۲۰۲۳ در این منطقه ۰.۸ درصد باشد که نسبت به سال ۲۰۲۲ یک درصد کاهش داشته است. همچنین انتظار می‌رود حجم واردات ۰.۷ درصد کاهش یابد. این منطقه در زمستان امسال به دلیل اختلال در تامین گاز از روسیه با بحران انرژی مواجه است که منجر به جیره‌بندی انرژی در بسیاری از کشورهای اروپایی شده است. علاوه بر این، تورم بالا مخارج مصرف‌کننده را کاهش می‌دهد و به رکود اقتصادی منطقه‌ای در سال ۲۰۲۳ دامن می‌زند. انتظار می‌رود بهبود تجارت در اروپا در مقایسه با سایر مناطق کندتر باشد.

افزایش تورم به عنوان دلیل اصلی بدبینی نسبت به تجارت جهانی در دو سال آینده در این منطقه شناخته شده است. نکته قابل توجه در میان مدیران اروپایی نسبت به مدیران دیگر نقاط جهان، خوش‌بینی بیشتر آنها نسبت به پایان جنگ در اوکراین است. این امر نشان می‌دهد که در حالی که تجارت به عنوان یک سیستم جهانی عمل می‌کند، نزدیکی به شوک‌های منطقه‌ای همچنان به طور قابل توجهی بر تجارت و سلامت زنجیره تامین تأثیر می‌گذارد.

### شکل ۲۸: دلایل خوش‌بینی به گسترش تجارت جهانی برای بنگاه‌ها در اروپا، ۲۰۲۲-۲۰۲۴



### شکل ۲۹: دلایل بدبینی نسبت به گسترش تجارت جهانی برای بنگاه‌ها در اروپا، ۲۰۲۲-۲۰۲۴



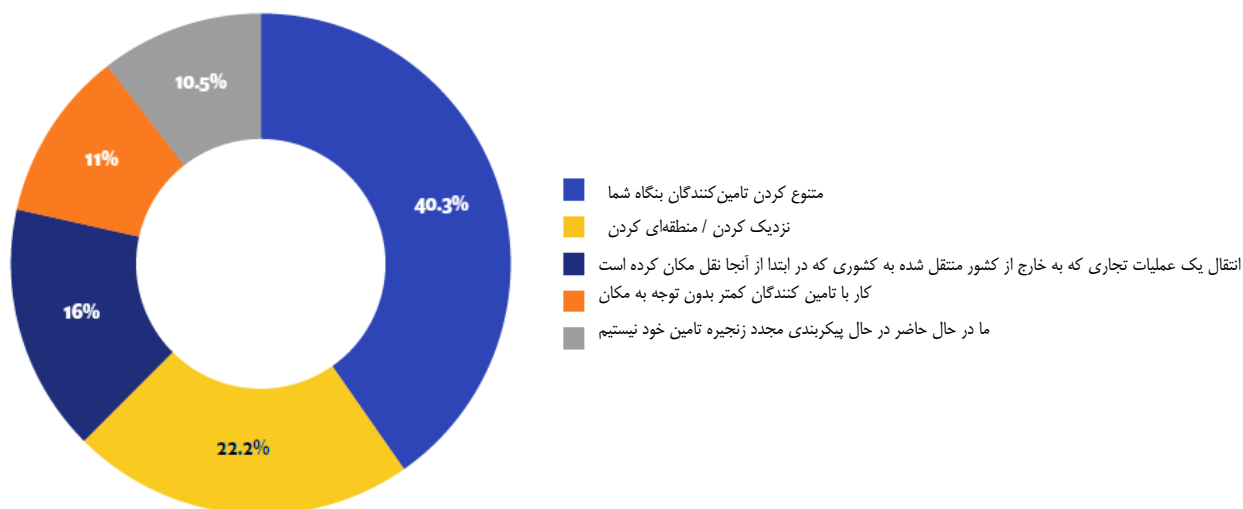


امروزه تجارت از یک موضوع صرفاً اقتصادی به ماهیت ژئوپلیتیکی تبدیل شده است. برای کشورها و کسب و کارها مهم است که هنگام همسویی بیش از حد با یک مدل زنجیره تامین غالب، احتیاط کنند. ادغام پیوندهای تجاری کشورهای اروپایی، به ویژه با چین، نگرانی‌هایی را در مورد اتکای بیش از حد به یک کشور ایجاد کرده است، که می‌تواند تاب‌آوری را کاهش دهد و به طور بالقوه زنجیره‌های تجاری و تامین اروپا را در مواجهه با شوک‌های ژئوپلیتیکی آتی مختل کند. این اتکای بیش از حد به یک کشور واحد، دلیلی کلیدی است که چرا اروپا، به‌ویژه آلمان و کشورهای اروپای مرکزی و شرقی، دچار رکود اقتصادی شده‌اند، زیرا برای نیازهای انرژی خود به شدت به روسیه متکی هستند.

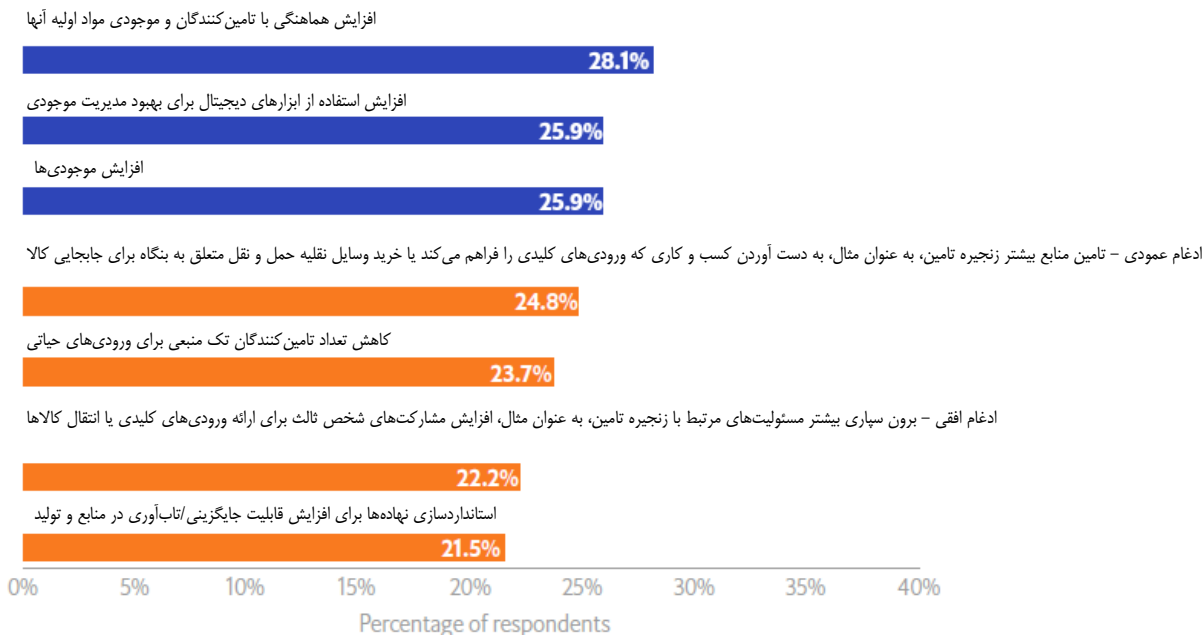
مدیران در اروپا اهمیت تنوع را درک می‌کنند و تنوع بخشیدن به پایگاه تامین‌کنندگان خود را بدون توجه به مکان، به عنوان رویکرد اصلی خود برای پیکربندی مجدد شبکه‌های تجاری خود در نظر می‌گیرند. برخی از شیوه‌های اقتصادی، تخصص را به حد افراطی رسانده و کسب و کارها و کشورها را آسیب پذیر کرده است. انگیزه‌های اصلی برای تنوع، کاهش هزینه و افزایش تاب‌آوری در برابر اختلالات است. سیاست‌گذاران اروپایی، به ویژه پس از شوک جنگ در اوکراین، تاب‌آوری را در اولویت قرار داده‌اند. تمدید صندوق بازبایی و تاب‌آوری ۷۵۰ میلیارد یورویی اتحادیه اروپا گامی حیاتی در جهت تنوع بخشیدن به منابع انرژی و ارتقای توسعه زیرساخت‌ها است. علاوه بر انرژی، مدیران اروپایی کمتری در مقایسه با مدیران سایر مناطق به زنجیره‌های تامین در زمان مقرر متکی بوده، زیرا آنها به دنبال افزایش تاب‌آوری هستند.

شکل ۳۰: رویکردهایی برای پیکربندی مجدد جغرافیایی زنجیره تامین اتخاذ شده توسط شرکت‌ها در اروپا در سال

۲۰۲۲



### شکل ۳۱: استراتژی‌های طرف عرضه برای تاب‌آوری در اروپا، در مقایسه با میانگین جهانی



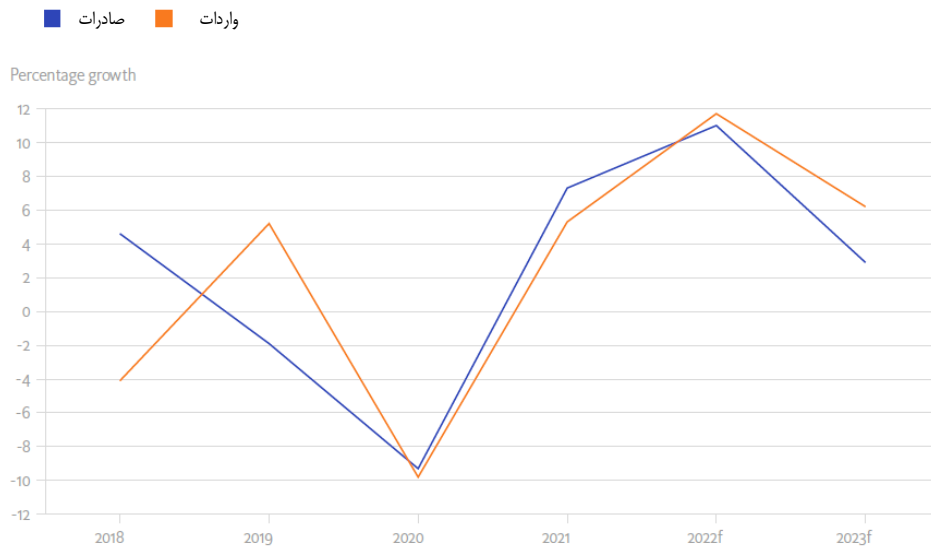
در حالی که رویدادهای ژئوپلیتیک فعلی به دلیل هزینه‌های اولیه بالاتر بر چشم‌انداز رشد اتحادیه اروپا تأثیر می‌گذارد، پیش‌بینی‌های بلندمدت نشان‌دهنده گذار به سمت عرضه انرژی سبزتر و تاب‌آورتر در منطقه است. با این حال، دستیابی به این گذار مستلزم واردات فناوری‌های تجدیدپذیر است. زنجیره‌های تامین جهانی برای توسعه منابع انرژی و فناوری‌های مقرون به صرفه، حیاتی باقی خواهند ماند، زیرا بسیاری از اجزای حیاتی و استخراج منابع ضروری در خارج از اتحادیه اروپا اتفاق می‌افتد. بنابراین، تنوع برای کاهش خطرات آتی ضروری است و اتکای بیش از حد به بازار چین، که در حال حاضر شریک تجاری اتحادیه اروپا و تولیدکننده عمده این کالاها است، نادیده گرفته شده است که باید از آن اجتناب شود.

### خاورمیانه

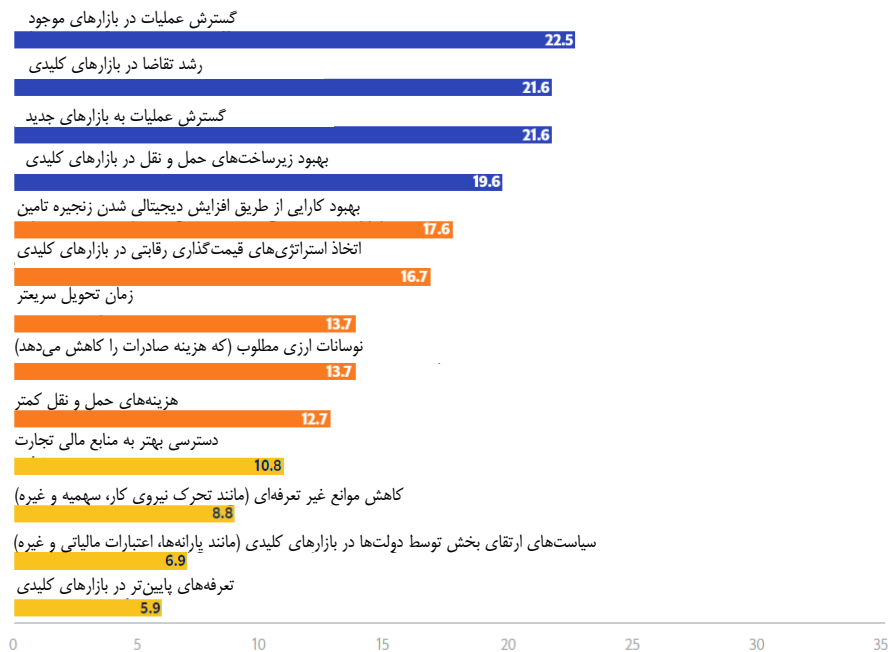
انتظار می‌رود اقتصادهای خاورمیانه، به ویژه کشورهای صادرکننده نفت شورای همکاری خلیج فارس (GCC)<sup>۱۲</sup>، به دلیل افزایش قیمت نفت و افزایش هزینه‌های دولت، شاهد رشد تولید ناخالص داخلی در سال ۲۰۲۲ باشند. با این حال، افزایش تورم بر کشورهای واردکننده نفت در منطقه و سایر نقاط جهان تأثیر خواهد گذاشت. پیش‌بینی می‌شود در سال ۲۰۲۳، رشد صادرات در خاورمیانه، به ویژه در عربستان سعودی و امارات متحده عربی، با گسترش عملیات در بازارهای جدید و موجود

انجام شود که این امر با استراتژی تنوع مورد نظر بخش قابل توجهی از مدیران خاورمیانه، با هدف کاهش هزینه‌ها و افزایش تاب‌آوری مطابقت دارد.

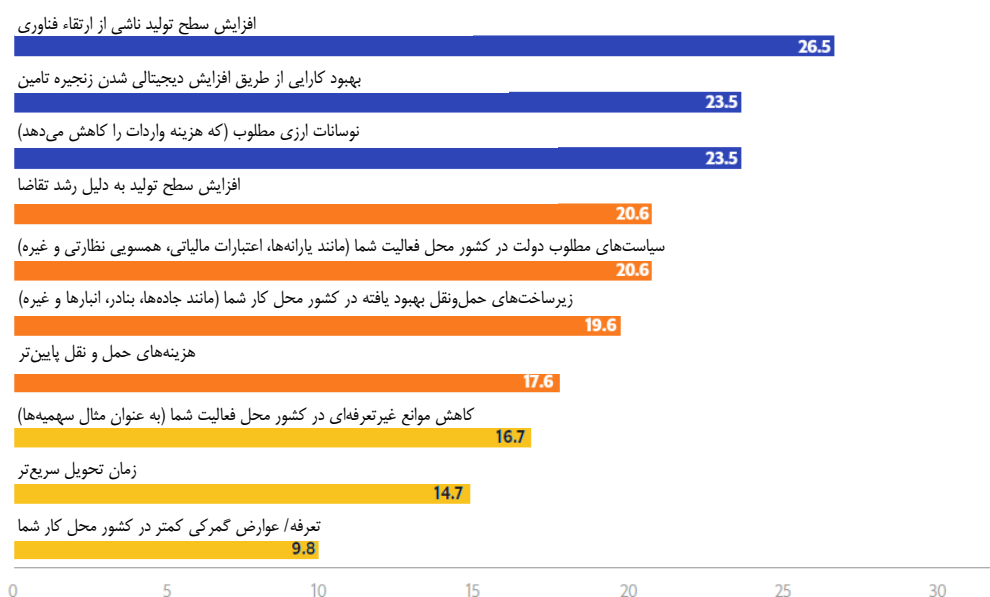
### شکل ۳۲: درصد تغییر سالانه در حجم تجارت کالا در خاورمیانه



### شکل ۳۳: محرک‌های رشد صادرات در خاورمیانه، ۲۰۲۳

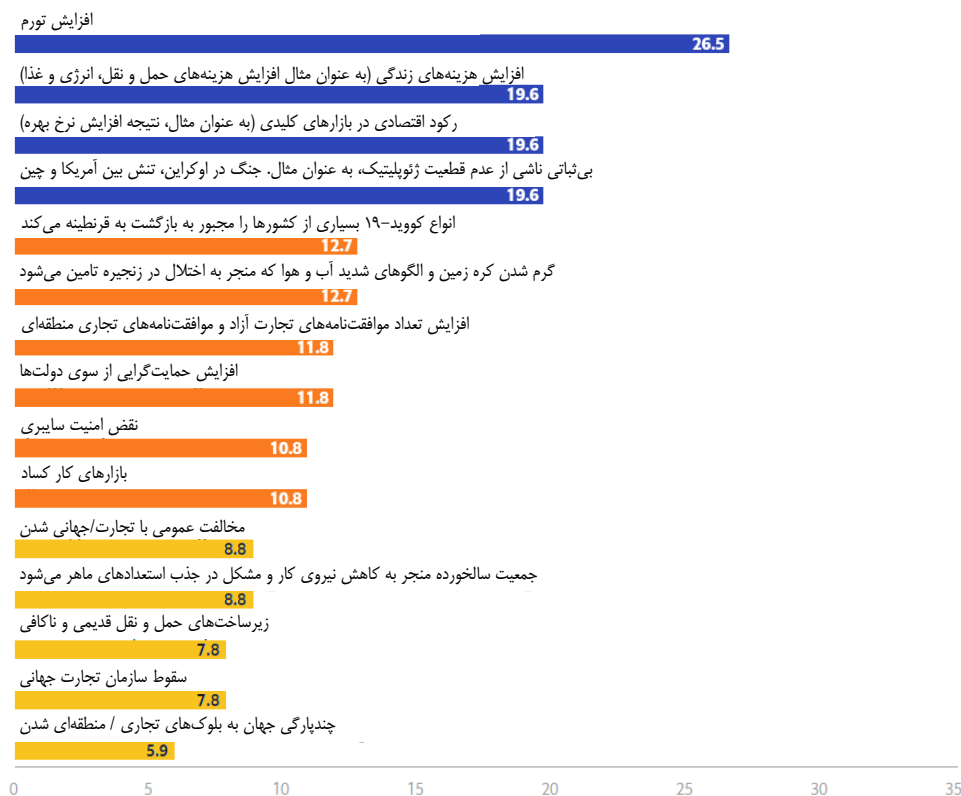


شکل ۳۴: محرک‌های رشد واردات در خاورمیانه، ۲۰۲۳



مدیران مورد بررسی در خاورمیانه پیش‌بینی می‌کنند که کاهش تقاضا در بازارهای کلیدی به دلیل تورم بالاتر و افزایش هزینه‌های حمل و نقل، محدودیت اصلی رشد صادرات در سال ۲۰۲۳ خواهد بود که ۲۱ درصد از پاسخ دهندگان این نگرانی را ابراز کردند. بزرگترین بازارهای صادراتی عربستان سعودی و امارات متحده عربی، کشورهای چین، هند و ژاپن هستند. هر گونه کندی اقتصادی در چین و هند، صادرات عربستان سعودی و امارات متحده عربی به این بازارها را کاهش می‌دهد و مانع رشد اقتصادی آنها می‌شود. عدم قطعیت‌های ژئوپلیتیکی و افزایش قیمت مصرف‌کننده در سطح جهانی نیز بر خاورمیانه تأثیر می‌گذارد و منجر به کاهش سرعت واردات می‌شود. مدیران این منطقه به ویژه نگران فشارهای تورمی و افزایش هزینه‌های حمل و نقل، انرژی و مواد غذایی هستند. این عوامل، همراه با پیش‌بینی رکود اقتصادی در بازارهای کلیدی، تهدیدات قابل توجهی برای تجارت خاورمیانه ایجاد می‌کند. در پاسخ به تورم و هزینه‌های اولیه بالاتر، مدیران به فناوری روی آورده‌اند و انتظار می‌رود ارتقای فناوری منجر به افزایش سطح تولید (۲۷ درصد) و دیجیتالی شدن زنجیره‌های تامین برای بهبود کارایی (۲۴ درصد) شود.

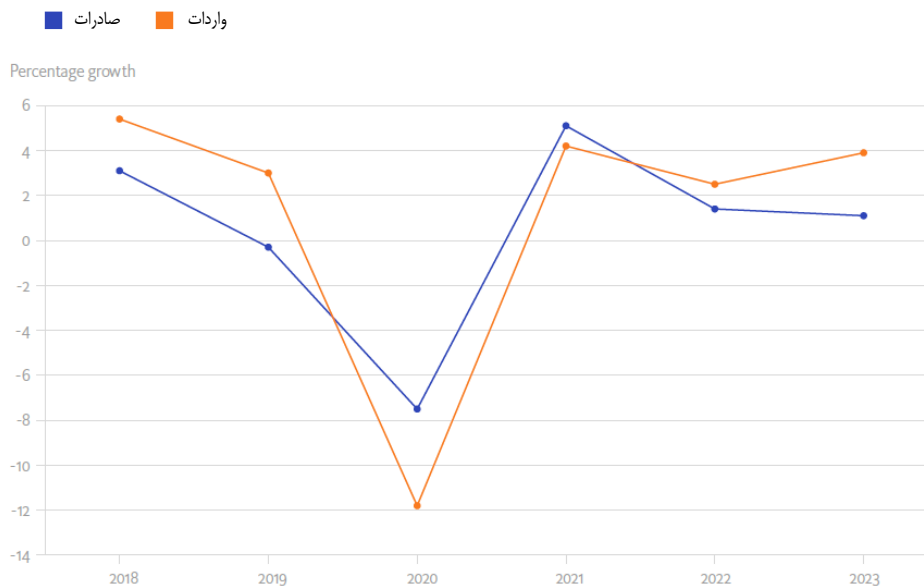
### شکل ۳۵: دلایل بدبینی نسبت به تجارت جهانی در دو سال آینده



### آفریقا

پیش‌بینی می‌شود در سال ۲۰۲۳، آفریقا کاهش قابل توجهی در رشد صادرات داشته باشد. بر اساس گزارش سازمان تجارت جهانی، انتظار می‌رود حجم صادرات آفریقا در سال ۲۰۲۳ به میزان ۱ درصد، در مقایسه با نرخ رشد ۶ درصدی در سال ۲۰۲۲، کاهش یابد. این کاهش در رشد صادرات تحت تأثیر عوامل متعددی است. به عنوان مثال، افزایش تورم یک مانع بزرگ تلقی شده است و عمدتاً به جنگ جاری در اوکراین نسبت داده می‌شود. در واقع می‌توان گفت، آفریقا به عنوان یک بازار صادراتی مهم برای محصولات غذایی و انرژی روسیه و اوکراین عمل می‌کند. علاوه بر این، سیاست‌های انقباضی پولی جهانی و مشکلات بدهی به محیط تجاری چالش برانگیز در آفریقا کمک دامن می‌زند.

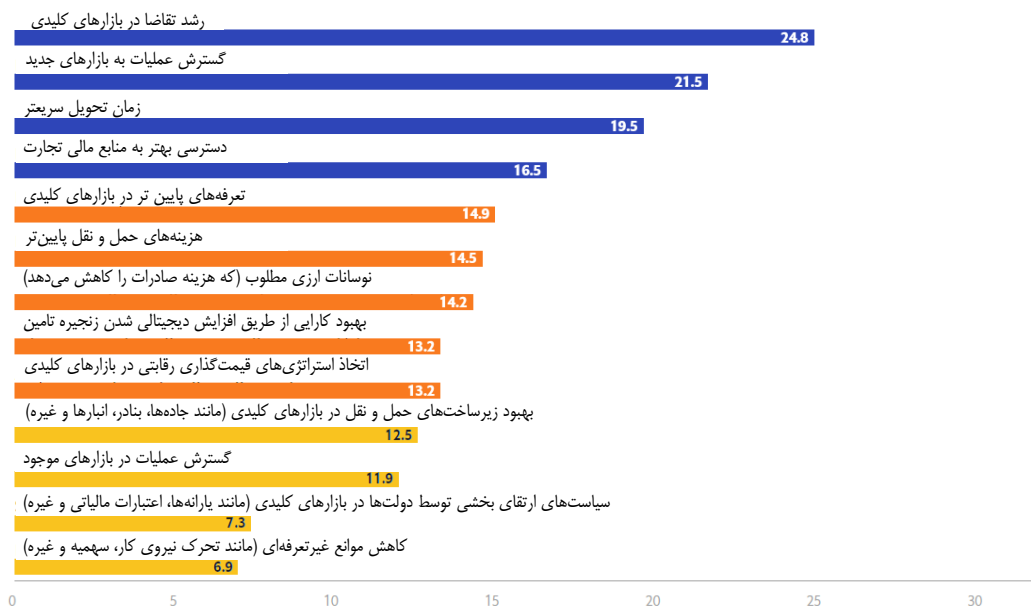
### شکل ۳۶: درصد تغییر سالانه در حجم تجارت کالا در آفریقا



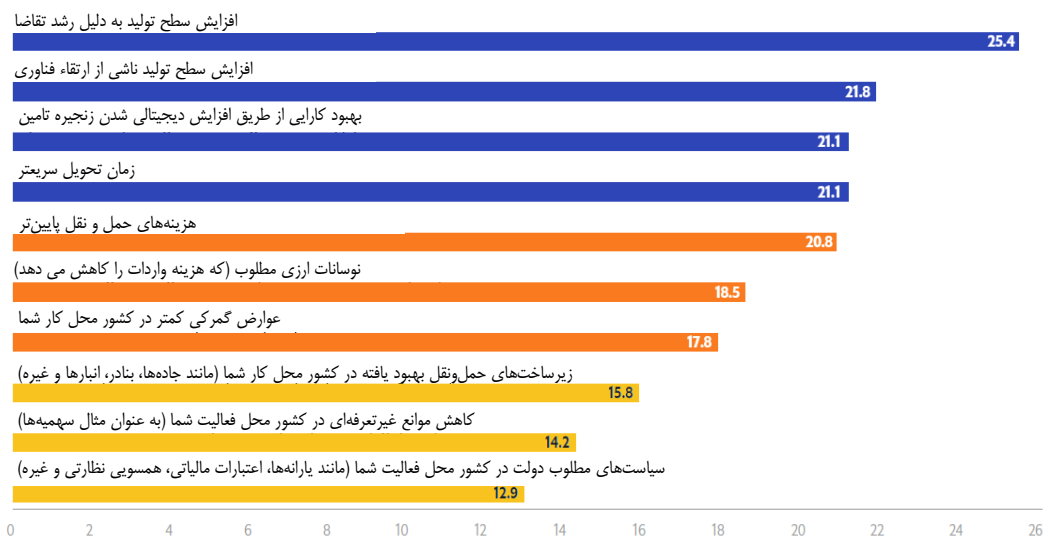
رشد صادرات آفریقا به شدت به عملکرد اقتصادی بازارهای کلیدی آن بستگی دارد. اتحادیه اروپا مقصد اصلی صادرات آفریقا است که ۳۳ درصد از صادرات آن را در سال ۲۰۲۰ به خود اختصاص داده است، در مقابل سهم اروپا از کل واردات این قاره ۳۱ درصد بوده است. با این حال، انتظار می‌رود که اتحادیه اروپا در سال ۲۰۲۳ به دلیل جنگ در اوکراین دچار رکود اقتصادی شود. در پاسخ، بنگاه‌ها به دنبال گسترش به بازارهای جدید هستند و ۲۲ درصد از مدیران این موضوع را عامل اصلی رشد صادرات می‌دانند.

چین و هند دومین و سومین بازارهای بزرگ صادرات آفریقا هستند. از آنجایی که پیش‌بینی می‌شود منطقه آسیا و اقیانوسیه در سال ۲۰۲۳ نسبت به سایر نقاط جهان دارای نرخ رشد بالاتری باشد، کسب‌وکارهای آفریقایی ممکن است بر گسترش صادرات خود به این منطقه تمرکز کنند. این امر با این واقعیت تسهیل می‌شود که بسیاری از کالاهای آفریقایی در حال حاضر در بازار آسیا و اقیانوسیه حضور دارند. با تنوع بخشیدن به مقاصد صادراتی خود، صادرکنندگان آفریقایی می‌توانند تأثیر بالقوه رکود اقتصادی در اتحادیه اروپا را کاهش دهند و از فرصت‌های رشد ارائه شده توسط منطقه آسیا-اقیانوسیه بهره ببرند.

### شکل ۳۷: محرک های رشد صادرات در آفریقا، ۲۰۲۳



### شکل ۳۸: محرک های رشد واردات در آفریقا، ۲۰۲۳



برای غلبه بر چالش‌های ناشی از محیط دشوار تجاری در آفریقا، داشتن درک عمیق‌تر از موانعی که مدیران آفریقایی با آن روبرو هستند بسیار مهم است. یکی از چالش‌های اصلی، هزینه‌های بالای حمل و نقل در منطقه بوده که بیش از میانگین جهانی است. تقریباً ۲۵ درصد از مدیران آفریقایی مورد بررسی در این گزارش، هزینه‌های حمل و نقل بالا را به عنوان محدودیت اصلی برای رشد صادرات و واردات شناسایی کردند. به عنوان مثال، حمل و نقل یک کانتینر بار در شرق آفریقا حدود ۱۸۰ دلار در هر کیلومتر هزینه دارد، در حالی که میانگین جهانی حدود ۱ دلار آمریکا است. این امر در درجه اول به دلیل فضای داخلی وسیع قاره، با آبراه‌های گسترده، که نیاز به اتکای بیشتر به حمل‌ونقل جاده‌ای و فرسوده شدن راه‌آهن دارد، که تجارت بین قاره‌ای را پیچیده‌تر می‌کند.

برای رسیدگی به این مسائل لجستیکی و حمل و نقل و تسهیل تجارت، مذاکرات برای توافقنامه تجارت آزاد قاره آفریقا ۱۳ در حال انجام است. با این حال، هنوز موانعی وجود دارد که اجرای کامل آن را به تأخیر می‌اندازد. بلوک‌های اقتصادی منطقه‌ای هنوز پیشنهادات تعرفه‌ای را به توافقنامه تجارت آزاد قاره آفریقا ارائه نکرده‌اند و مذاکرات درباره قوانین مبدأ همچنان ادامه دارد.

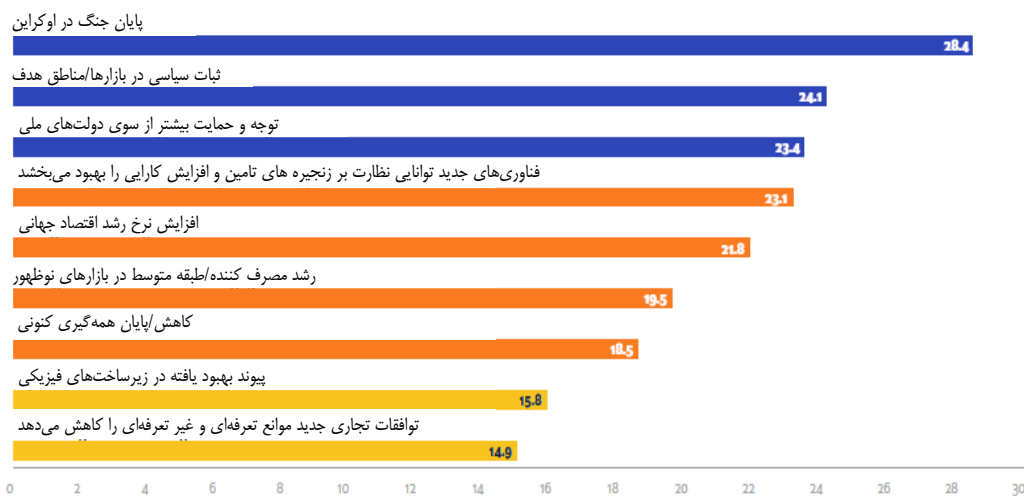
فشارهای تورمی در آفریقا با حرکات نامطلوب ارز تشدید می‌شود که ۲۱ درصد از مدیران آفریقایی از آن به عنوان مانع مهمی برای رشد واردات یاد کردند (در مقایسه با ۱۵ درصد در سطح جهانی). تضعیف ارزهای آفریقا در برابر دلار و سایر ارزهای معتبر، قدرت خرید را تضعیف کرده و اقتصادها را در معرض تورم قرار داده است. این امر از آنجایی چالش برانگیز است که کشورهای آفریقایی با افزایش تعهدات خدمات بدهی مواجه هستند، به طوری که هزینه‌های خدمات بدهی خارجی در سال ۲۰۲۲ به ۱۱ درصد افزایش یافته است (در مقایسه با میانگین ۴ درصدی قبل از همه‌گیری کووید-۱۹). در نتیجه، در این قاره کشورها دسترسی کمتری به حمایت‌های بخش دولتی دارند و به دلیل تخصیص بودجه به خدمات بدهی، قادر به سرمایه‌گذاری در توسعه زیرساخت‌ها نیستند.

در حالی که تضعیف چندین ارز آفریقایی واردات را گرانتر می‌کند، رقابت‌پذیری صادرات را در بازارهای جهانی افزایش می‌دهد. مدیران آفریقایی به دنبال سرمایه‌گذاری با افزایش تقاضای رو به رشد در بازارهای کلیدی (۲۵ درصد) و گسترش عملیات خود به بازارهای جدید (۲۲ درصد) هستند که به عنوان محرک‌های اصلی رشد صادرات در سال ۲۰۲۳ شناخته می‌شوند.

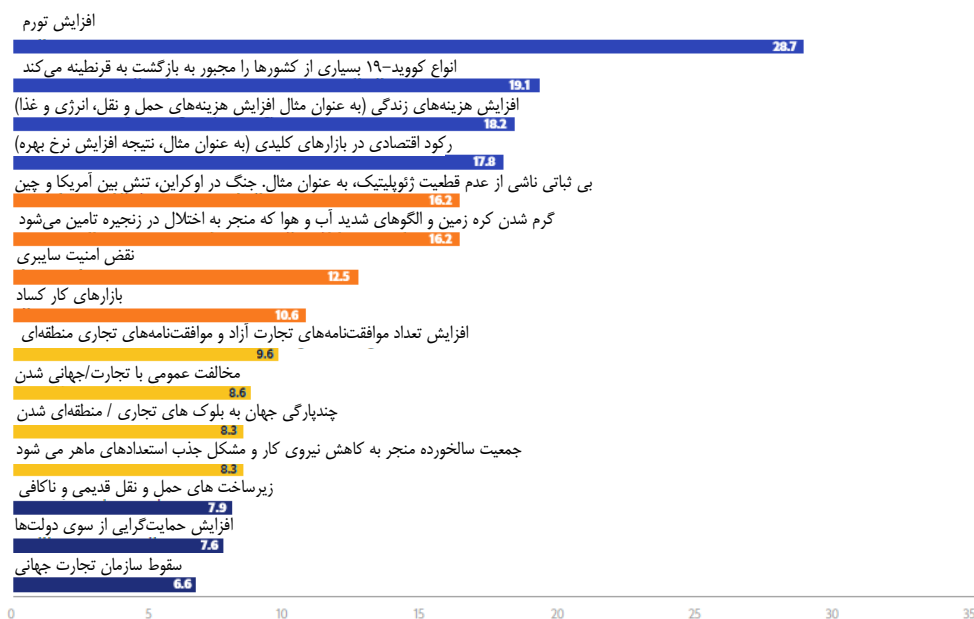
<sup>13</sup> African Continental Free-Trade Agreement (AfCFTA)



### شکل ۳۹: دلایل خوش بینی در مورد تجارت در دو سال آینده، آفریقا



### شکل ۴۰: دلایل بدبینی نسبت به تجارت در دو سال آینده، آفریقا



## آسیا - اقیانوسیه

سیاست صفر کووید چین تأثیر منفی بر رشد اقتصادی در منطقه آسیا و اقیانوسیه داشته است، به طوری که میانگین رشد تولید ناخالص داخلی واقعی از ۵.۸ درصد در سال ۲۰۲۱ به ۳.۶ درصد در سال ۲۰۲۲ کاهش یافته است. پیش‌بینی می‌شود در چین در سال آینده، رشد تولید ناخالص داخلی واقعی ۳.۵ درصد ثابت بماند. در نتیجه، سازمان تجارت جهانی پیش‌بینی می‌کند که حجم صادرات در این منطقه در سال ۲۰۲۳ تنها ۱.۱ درصد در مقایسه با ۲.۹ درصد در سال ۲۰۲۲ رشد خواهد کرد.

مدیرانی که در منطقه آسیا-اقیانوسیه مورد بررسی قرار گرفتند، هزینه‌های حمل و نقل بالا (ناشی از افزایش قیمت انرژی) و کاهش تقاضا در بازارهای کلیدی مانند آمریکا و اروپا را به عنوان بزرگترین موانع رشد صادرات شناسایی کردند که حدود ۲۰ درصد از پاسخ دهندگان را تشکیل می‌دهد.

علاوه بر تأثیر سیاست‌های چین برای کووید-۱۹، چشم‌انداز تجاری در منطقه آسیا و اقیانوسیه تحت تأثیر روندهای ژئوپلیتیک جهانی، به ویژه تنش‌های بین آمریکا و چین و ریسک درگیری بین چین و تایوان با مداخله آمریکا است. برای عبور از این چالش‌ها، بنگاه‌های منطقه به دو روش اصلی پاسخ می‌دهند. اولاً، آنها در حال انجام بررسی‌های لازم بر روی زنجیره‌های تامین خود هستند که بار اداری را به عملیات اضافه می‌کند. دوم، آنها بر گسترش به بازارهای جدید و باثبات برای کاهش اتکا به چین تمرکز می‌کنند. پیکربندی مجدد زنجیره تامین، تنوع و افزایش تامین‌کننده، استراتژی‌های کلیدی هستند که توسط مدیران اجرایی در منطقه دنبال می‌شود.

برخی از کشورهای منطقه حتی ممکن است از تشدید تنش‌های تجاری و ژئوپلیتیکی سود ببرند. با این حال، تنها ۱۹ درصد از مدیران گزارش دادند که زنجیره‌های تامین خود را منطقه‌ای کرده‌اند، که نشان می‌دهد همچنان فضا برای استفاده کامل از توافق‌نامه‌های تجارت آزاد منطقه‌ای مانند مشارکت اقتصادی جامع منطقه‌ای و منطقه آزاد تجاری آسه‌آن وجود دارد.

در حالی که تنوع زنجیره‌های تامین به دور از چین می‌تواند مزایایی را به همراه داشته باشد، کسب‌وکارها باید تحلیل هزینه و فایده را در نظر بگیرند زیرا قابلیت‌های تولید کارآمد چین به راحتی در کشورهای دیگر تکرار نمی‌شود.

### شکل ۴۱: دلایل اصلی بدبینی مدیران آسیا و اقیانوسیه در مورد تجارت جهانی در دو سال آینده



افزایش تورم  
٪۲۵



قرنطینه‌های کووید-۱۹  
٪۲۳



رکود در بازارهای کلیدی  
٪۲۲

## آمریکای جنوبی

پیش‌بینی‌های سازمان تجارت جهانی نشان می‌دهد که حجم صادرات آمریکای جنوبی در سال ۲۰۲۳ تقریباً بدون تغییر باقی خواهد ماند و نرخ رشد آن تنها ۰.۳ درصد در مقایسه با سال ۲۰۲۲ خواهد بود. به گفته مدیران مورد بررسی، موانع اصلی رشد صادرات تعرفه‌های بالا یا نامشخص در بازارهای صادراتی (اشاره به ۲۴ درصد) و افزایش هزینه حمل و نقل (اشاره به ۱۹ درصد) هستند. سازمان تجارت جهانی همچنین کاهش ۱ درصدی واردات را در سال ۲۰۲۳ نسبت به سال ۲۰۲۲ پیش‌بینی می‌کند که دلیل آن افزایش تورم و هزینه‌های بالای حمل و نقل است.

با وجود اینکه روسیه و اوکراین کمتر از یک درصد از تجارت منطقه را به خود اختصاص داده اند، جنگ در اوکراین تأثیر قابل توجهی از طریق اثرات جهانی بر قیمت انرژی، کود و مواد غذایی به طور غیرمستقیم بر آمریکای جنوبی گذاشته است. افزایش تورم (به نقل از ۳۷٪ از مدیران) و عدم اطمینان ژئوپلیتیک (به نقل از ۲۱٪) نیز منابع اصلی بدبینی نسبت به تجارت جهانی در میان مدیران در آمریکای جنوبی است.

تأثیر تورم بر تجارت آمریکای جنوبی با هزینه‌های بالاتر واردات برای انرژی و کود، اما مزایای کوتاه‌مدت برای صادرکنندگان مواد غذایی متفاوت است. کاهش تقاضای جهانی، به ویژه در چین، اتحادیه اروپا و آمریکا، انتظار می‌رود رشد صادرات در آمریکای جنوبی را کاهش دهد. بنگاه‌های منطقه در حال اجرای استراتژی‌های مختلفی برای افزایش تاب‌آوری هستند، مانند صادرات محصولات به بازارهای جدید و اتخاذ فناوری‌های جدید برای مدیریت موجودی، از جمله راه‌حل‌های G5 و اتوماسیون پیشرفته است.

در حالی که تنوع بخشیدن به تامین‌کنندگان همچنان استراتژی غالب در میان مدیران اجرایی در آمریکای جنوبی است، افزایش منطقه‌ای شدن و تقویت مجدد وجود داشته است. برخی از بنگاه‌ها تصمیم می‌گیرند تأسیسات تولیدی نزدیک‌تر به مشتریان آمریکای جنوبی ایجاد کنند. با این حال، برای موفقیت این استراتژی‌ها، موانع تجارت درون منطقه‌ای مانند تعرفه‌های بالا و موانع غیرتعرفه‌ای باید برطرف شود. هماهنگ‌سازی توافقاتنامه‌های تجاری ترجیحی در منطقه به عنوان گام مهمی در غلبه بر این محدودیت‌های تجاری تلقی می‌شود.

به طور گسترده‌تر، برای افزایش رقابت تجاری آمریکای جنوبی، دولت‌های آن باید به اصول، به ویژه توسعه زیرساخت‌ها بازگردند.

شکل ۴۲: دلایل اصلی بدبینی مدیران آمریکای جنوبی در مورد تجارت جهانی طی دو سال آینده



افزایش تورم  
٪۳۷



افزایش هزینه‌های زندگی  
٪۲۲



رکود در بازارهای کلیدی  
٪۱۹

## جمع بندی

اختلالات زنجیره تامین، که در ابتدا به دلیل همه گیری کووید-۱۹ ایجاد شد، در چشم انداز معاملات امروزی رایج شده است. در حالی که انتظار می رود رشد تجارت به طور کلی مثبت باشد، اما نمی تواند مسائل خاص منطقه ای و بخشی را در نظر بگیرد. مدیران اجرایی اکنون در حال بررسی سناریوهای متعدد و توسعه استراتژی های سریع برای انطباق با چالش ها و اختلالات آینده هستند.

ژئوپلیتیک به عنوان یک عامل مهم تأثیرگذار بر تجارت و عملیات زنجیره تامین ظاهر شده است. در پاسخ به رویدادهای ژئوپلیتیک، ۹۶ درصد از مدیران مورد بررسی تغییراتی در زنجیره تامین خود ایجاد کرده اند. فراتر از جنگ اوکراین و تنش های آمریکا و چین، عوامل دیگری مانند جنگ سایبری تهدیدی برای اقتصادهای جهانی هستند و به افزایش سیاست های حمایت گرایانه دولت کمک می کنند. به عنوان مثال می توان به تغییرات قانونی آمریکا با هدف حمایت از تولید داخلی و ایجاد انگیزه در تولید آمریکای شمالی اشاره کرد.

این سیاست های حمایت گرایانه، در صورت تداوم، ممکن است سیستم تجارت جهانی را بیشتر از هم بپاشند. با این حال، کسب و کارها در حال یافتن راه حل هایی برای پاسخگویی و رشد در این محیط تجاری چالش برانگیز هستند. آن ها زنجیره های تامین را از طریق تنوع بخشی، منطقه ای سازی یا بازسازی مجدد برای ایجاد تاب آوری تغییر می دهند. پذیرش فناوری های مختلف به کسب و کارها کمک می کند تا بر پیامدهای اقتصادی شوک های ژئوپلیتیکی غلبه کنند.

برای رسیدگی به مسائل مبرم و تسهیل تجارت بدون اصطکاک، هر دو بخش خصوصی و دولتی باید درگیر شوند. دولت ها نقش مهمی ایفا می کنند، اما راه حل های تجاری آن ها اغلب قدیمی و دست و پا گیر هستند. ساده سازی سیاست های تجاری در همه سطوح ضروری است. پیشرفت هایی در این زمینه حاصل شده است، همانطور که با تحولات اخیر در دوازدهمین کنفرانس وزیران سازمان تجارت جهانی که منجر به توافقاتی در مورد یارانه های شیلات و توقف تجارت الکترونیک شد، نشان داده شد. در نهایت ذکر این نکته ضروری است که همکاری بین کشورها برای حل مسائل تجاری و تقویت تجارت جهانی حیاتی است.