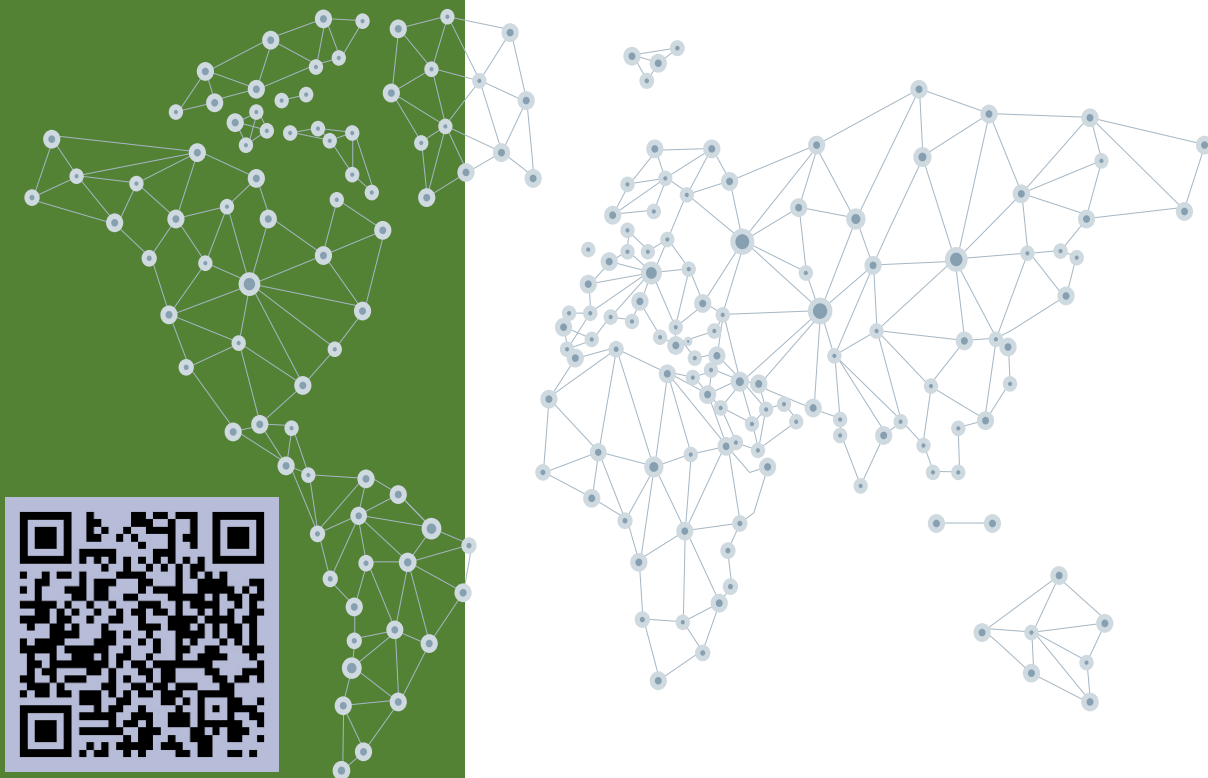




جایگاه ایران در زنجیره ارزش جهانی در مروری تطبیقی با جایگاه ترکیه





تهیه و تنظیم:

عاطفه قاسمیان

معاونت بررسی های اقتصادی

اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی تهران

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

اسفند ۱۴۰۲

استفاده از مطالب این گزارش با ذکر منبع بلامانع است.

فهرست مطالب

خلاصه مدیریتی.....	۳
۱. مقدمه	۴
۲. معرفی.....	۴
۲.۱. زنجیره ارزش جهانی.....	۴
۲.۲. زنجیره ارزش منطقه‌ای.....	۶
۲.۳. تجارت ارزش افزوده.....	۶
۳. مراحل مشارکت در زنجیره ارزش جهانی.....	۸
۴. مشارکت پسین و پیشین در زنجیره ارزش جهانی.....	۹
۵. مشارکت ایران و ترکیه در زنجیره ارزش جهانی.....	۱۱
۵.۱. جایگاه در GVC.....	۱۱
۵.۲. مشارکت پسین و پیشین.....	۱۱
۵.۳. ارزش افزوده داخلی و خارجی صادرات.....	۱۳
۵.۴. تجارت کالاهای واسطه‌ای.....	۱۴
۶. شاخص پیچیدگی اقتصادی.....	۱۶
۷. سیاست‌های پیشنهادی برای گذار ایران به سمت مشارکت پیچیده‌تر در GVC.....	۱۸
۸. منابع.....	۱۹

خلاصه مدیریتی

حضور موثر کشورها به ویژه اقتصادهای در حال توسعه در زنجیره ارزش جهانی، عاملی حیاتی برای توسعه به شمار می‌رود. بدیهی است افزایش مشارکت اثربخش کشورها در زنجیره ارزش جهانی، مستلزم شناخت اولیه نسبت به جایگاه هر کشور در این زنجیره است. لذا در این گزارش، سعی شده ضمن اشاره به مفاهیم بنیادین زنجیره ارزش جهانی و منطقه‌ای، شیوه‌های مشارکت کشورها مورد بررسی قرار گیرد و جایگاه ایران و ترکیه در زنجیره ارزش جهانی قیاس گردد.

زنجیره ارزش شامل طیف کاملی از فعالیت‌های بنگاه‌ها برای تولید یک محصول از ایده تا مصرف نهایی و پس از آن می‌شود. از جمله این فعالیت‌ها می‌توان به تحقیق و توسعه، طراحی، تولید، بازاریابی، توزیع و پشتیبانی مصرف‌کننده نهایی اشاره کرد. بسیاری از فعالیت‌های با ارزش افزوده بالا در جایگاه پیش و پس از مرحله تولید قرار می‌گیرند. کشورهای توسعه یافته، اغلب در فعالیت‌های با ارزش افزوده بالا حضور دارند؛ در حالی که کشورهای در حال توسعه بر فعالیت‌های با ارزش افزوده پایین‌تر متمرکز هستند.

امروزه در اقتصاد جهانی، حدود ۷۰ درصد تجارت بین‌المللی، مربوط به زنجیره‌های ارزش جهانی است زیرا خدمات، مواد خام، اجزا و قطعات بارها از مرزها عبور می‌کنند و پس از به کارگیری در تولید محصولات نهایی برای مصرف‌کنندگان در سراسر جهان ارسال می‌شوند. بر اساس تغییرات ساختاری که در اقتصاد جهان رخ داده، برخی مناطق جهان نیز درصدد هستند با ادغام منطقه‌ای و تجمیع منابع و توانمندی‌ها از طریق تشکیل زنجیره‌های ارزش منطقه‌ای، رقابت‌پذیری خود را در سطح بین‌المللی ارتقا دهند؛ به گونه‌ای که بخش اعظم فعالیت‌های زنجیره ارزش در یک منطقه صورت گیرد.

به طور کلی، بخش قابل توجهی از ارزش افزوده ایجاد شده در طول زنجیره ارزش جهانی، در آمارهای سنتی تجارت غیرملموس خواهند بود زیرا این آمارها ارزش کامل یک کالا یا خدمات را به آخرین کشور در زنجیره‌ای که تولید را نهایی کرده است، نسبت می‌دهند، لذا ابزارهایی برای اندازه‌گیری تجارت بر اساس ارزش افزوده، طراحی شده که دید دقیق‌تری را نسبت به اهمیت فزاینده زنجیره‌های ارزش جهانی در تجارت و سرمایه‌گذاری به سیاست‌گذاران ارائه می‌دهد. در این گزارش، جزئیات بیشتری در این خصوص ارائه شده است.

بر اساس مراحل چهارگانه مشارکت کشورها در زنجیره ارزش جهانی (کالاهای اساسی، تولید محدود، تولید و خدمات پیشرفته و فعالیت‌های نوآورانه)، ایران با سهم بالایی از صادرات، در مرحله کالاهای اساسی متنوع قرار گرفته است، لذا مشارکت ایران در بخش‌های بالادستی زنجیره ارزش جهانی که فاصله بیشتری تا مصرف‌کننده نهایی دارد، بیشتر است. بسیاری از کشورها برای گذار از هر مرحله به مرحله بعدی در زنجیره ارزش جهانی اقدامات کارآمدی را به کار گرفته‌اند که نتیجه آن را می‌توان در افزایش سهم ارزش افزوده خارجی و کاهش سهم ارزش افزوده داخلی از صادرات کشور ترکیه طی ۲۸ سال مشاهده کرد. در ایران نیز به منظور گذار از مرحله کالاهای اساسی به مرحله تولید محدود، لازم است اقداماتی به کار گرفته شود که در پایان گزارش به آنها اشاره خواهد شد.

۱. مقدمه

نقش زنجیره ارزش جهانی (GVC^۱) در تجارت بین‌المللی، تولید ناخالص داخلی و اشتغال جهان رو به افزایش است. این زنجیره‌ها، بنگاه‌ها، کارگران و مشتریان را در سراسر جهان به هم متصل می‌کند و در کشورهای در حال توسعه نیز سنگ‌بنایی برای افزایش مشارکت بنگاه‌ها در اقتصاد جهانی محسوب می‌شود. برای بسیاری از کشورهای جهان به ویژه اقتصادهای در حال توسعه، توانایی حضور موثر در زنجیره ارزش جهانی، عاملی حیاتی برای توسعه به شمار می‌رود. بدیهی است افزایش مشارکت اتربخش کشورها در زنجیره ارزش جهانی، مستلزم شناخت اولیه نسبت به جایگاه هر کشور در این زنجیره است. لذا در این گزارش، سعی شده ضمن اشاره به مفاهیم بنیادین زنجیره ارزش جهانی و منطقه‌ای، شیوه‌های مشارکت کشورها مورد بررسی قرار گیرد و جایگاه ایران و ترکیه در زنجیره ارزش جهانی قیاس گردد.

۲. معرفی

۲.۱. زنجیره ارزش جهانی

جهانی شدن پدیده‌ای است از تعاملات در حال رشد کشورها که قرن‌ها قدمت دارد، اما طی دهه‌های اخیر، به دلیل کاهش هزینه‌های حمل‌ونقل، انقلاب فناوری اطلاعات و سیاست‌های اقتصاد آزاد، فرایندهای تولید محصول نهایی در کشورهای گوناگون پراکنده شده است. به عبارت دیگر، اجزای تشکیل‌دهنده محصول نهایی (کالا یا خدمت)، در کشورهای مختلف تولید می‌شوند. این فرایند دقیقاً همان چیزی است که تحت عنوان «تفکیک تولید^۲» از آن یاد می‌شود. بنابراین، کالاهای واسطه‌ای و خدمات مرتبط ممکن است پیش از تبدیل شدن به محصول نهایی، بارها از کشورهای مختلف عبور کنند. علاوه بر این، تجارت بین‌المللی کالا و خدمات در حال تبدیل شدن به تجارت بین‌بنگاهی^۳ است که اغلب از طریق بنگاه‌های چندملیتی^۴ بزرگ سازماندهی می‌شود. چنین فعالیت‌های تولیدی هسته‌ای به هم پیوسته و فعالیت‌های خدماتی پشتیبانی برای تولید محصول نهایی که توسط یک بنگاه پیشرو هماهنگ و رهبری می‌شود، عموماً به عنوان زنجیره‌های ارزش جهانی شناخته می‌شوند (سازمان ملل متحد، ۲۰۱۸).

^۱ Global Value Chains (GVC)

^۲ “unbundling” of production

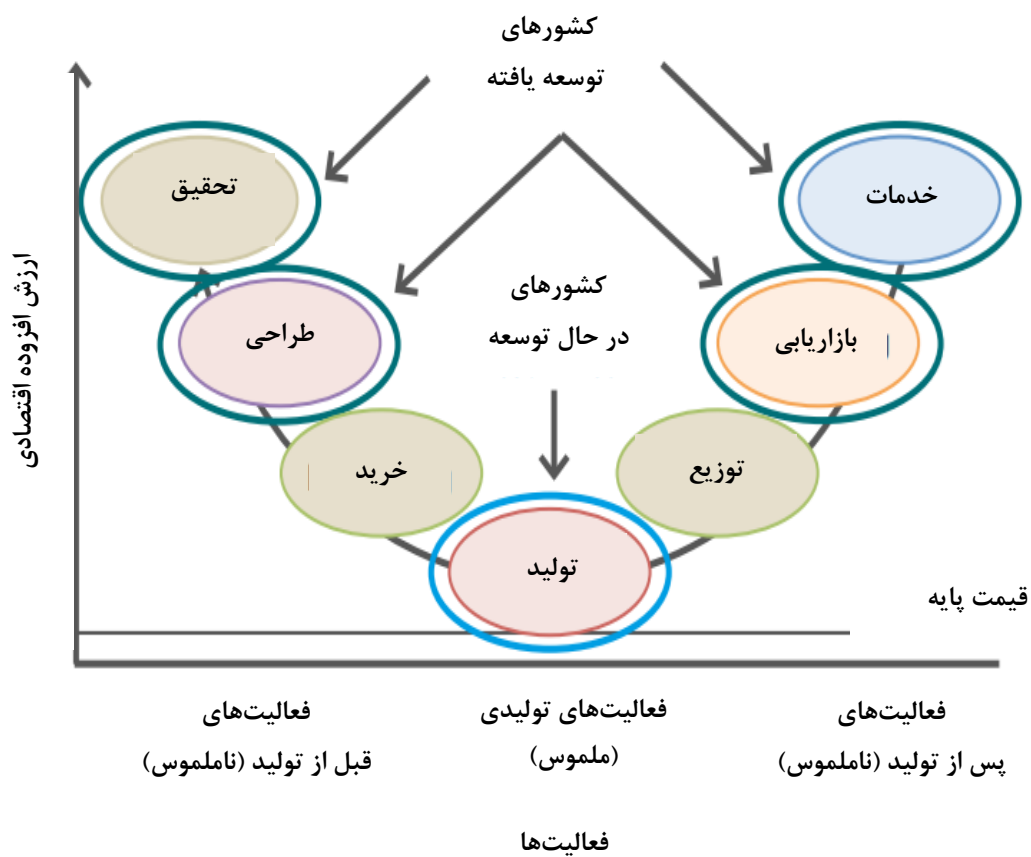
^۳ Intra-firm trade

^۴ Multinational Enterprises (MNEs)

زنجیره ارزش شامل طیف کاملی از فعالیتهای بنگاهها برای تولید یک محصول از ایده تا مصرف نهایی و پس از آن می شود. از جمله این فعالیتهای می توان به تحقیق و توسعه، طراحی، تولید، بازاریابی، توزیع و پشتیبانی مصرف کننده نهایی اشاره کرد که در نمودار ۱ نشان داده شده است (گرفی و فرناندز- استارک، ۲۰۱۶).

نکته قابل توجه این است که بسیاری از فعالیتهای با ارزش افزوده بالا در جایگاه پیش و پس از مرحله تولید قرار می گیرند و این همان چیزی است که کشورها را برای ارائه خدمات در مراحل با ارزش افزوده بالا از طریق به کارگیری استراتژی توسعه نیروی کار مناسب به چالش می کشد. همانطور که در نمودار ۱ مشاهده می شود کشورهای توسعه یافته، اغلب در فعالیتهای با ارزش افزوده بالا حضور دارند؛ در حالی که کشورهای در حال توسعه بر فعالیتهای با ارزش افزوده پایین تر متمرکز هستند.

نمودار ۱- منحنی لبخند فعالیتها در زنجیره های ارزش جهانی



۲.۲. زنجیره ارزش منطقه‌ای

یکی از مهم‌ترین چالش‌هایی که امروزه مناطق جهان با آن روبه‌رو هستند، تغییرات ساختاری در اقتصاد مناطق است. کشورها برای گذار از این مرحله به افزایش رقابت‌پذیری در محصولاتی روی آورده‌اند که از طریق مواد اولیه و کالاهای اساسی در یک منطقه تولید و صادر می‌شوند. در این راستا، ادغام منطقه‌ای^۵ و تجمیع منابع و توانمندی‌ها از طریق تشکیل زنجیره‌های ارزش منطقه‌ای^۶، گام مهمی به حساب می‌آید. بدین ترتیب، بخش اعظم فعالیت‌های زنجیره ارزش در منطقه انجام خواهد شد. این فرایند، می‌تواند تغییر به سمت فعالیت‌های تولیدی مولدتر در بسیاری از کشورها را به همراه داشته باشد. زنجیره ارزش منطقه‌ای بیان دیگری از زنجیره ارزش جهانی است که به لحاظ محدوده عملیاتی بر یک مقیاس منطقه‌ای متمرکز شده است. بنابراین، زنجیره‌های ارزش منطقه‌ای، امری متمایز و یا جایگزین زنجیره‌های ارزش جهانی نیستند. انباشت عدم قطعیت‌ها برخاسته از تغییرات اقلیمی، منازعات بین‌المللی و افزایش پیش‌بینی نشده هزینه‌های تولید و حمل‌ونقل، دولت‌ها و شرکت‌ها را تشویق می‌کند که به منظور کاستن از مخاطرات، سهم بیشتری را برای تجارت درون منطقه‌ای یا مناطق مجاور در نظر بگیرند. در مناطق در حال توسعه مانند آسیای جنوبی، آسیای غربی و آفریقای زیر صحرای که در دهه‌های گذشته زیرساخت‌های ارتباطی و مواصلاتی آنها بهبود یافته و همچنین به موجب انتشار تکنولوژی و مهارت‌های فنی، بیش از قبل قادر به تولید مستقل هستند، همکاری تجاری با کشورهای همسایه تسهیل شده است. اگرچه این کشورها هنوز توانایی چندانی در رقابت‌های جهانی و برخورداری از مزیت رقابتی در مناطق دوردست ندارند، اما پیشرفت‌های مهارتی، مالی و لجستیکی آنها برای شکل دادن به زنجیره‌های تامین منطقه‌ای کفایت می‌کند. در سوی دیگر و در مناطق توسعه یافته مانند قلمرو اتحادیه اروپایی و آمریکای شمالی، تلاش برای بسط زنجیره‌های ارزش منطقه‌ای تقابلی برای در امان ماندن از گسیختگی‌های ناگهانی در زنجیره‌های تجارت فرامنطقه‌ای است. به رغم این انگیزه‌ها جهت ارتقای اهمیت زنجیره‌های ارزش منطقه‌ای، موانعی نیز در این راه وجود دارد؛ از جمله مشکلات تامین مواد خام برای تشکیل یک زنجیره ارزش منطقه‌ای مستقل، بی‌ثباتی‌های سیاسی و منازعات محلی در مناطق کمتر توسعه یافته و مزیت‌های رقابتی در زنجیره‌های ارزش جهانی که به سختی در زنجیره‌های ارزش منطقه‌ای پیدا می‌شوند.

۲.۳. تجارت ارزش افزوده

دیدگاه سنتی تجارت بین‌الملل این است که هر کشور کالایی تولید می‌کند و خدماتی را ارائه می‌دهد که به عنوان محصولات نهایی به مصرف‌کنندگان خارج از کشور صادر می‌شوند، اما امروزه در اقتصاد جهانی، این نوع تجارت تنها حدود ۳۰ درصد از کل تجارت کالا و خدمات را تشکیل می‌دهد. در واقع، امروزه حدود ۷۰ درصد تجارت بین‌المللی، مربوط به زنجیره‌های ارزش جهانی است زیرا خدمات، مواد خام، اجزا و قطعات بارها از مرزها عبور می‌کنند و پس از به کارگیری در تولید محصولات نهایی برای مصرف‌کنندگان در سراسر جهان ارسال می‌شوند (سازمان توسعه و همکاری اقتصادی، ۲۰۲۳).

⁵ Regional integration

⁶ regional value chains



صادرات از یک کشور به کشور دیگر اغلب شامل تعاملات پیچیده میان تامین کنندگان داخلی و خارجی است. تجارت، بیش از گذشته، از طریق تصمیمات استراتژیک بنگاه‌ها برای برون‌سپاری، سرمایه‌گذاری و انجام فعالیت‌ها در جایی که مهارت و مواد اولیه لازم با هزینه و کیفیت رقابتی در دسترس باشد، صورت می‌گیرد. به عنوان نمونه؛ یک گوشی هوشمند طراحی شده در چین ممکن است شامل عناصر طراحی گرافیکی از ایالات متحده آمریکا، کد رایانه‌ای از فرانسه، تراشه‌های سیلیکونی از سنگاپور و فلزات گرانبها از بولیوی باشد. در طول این فرایند، تمامی کشورهای مشارکت‌کننده، ارزشی به زنجیره افزوده‌اند و از صادرات محصول نهایی سود خواهند برد، اما بخش قابل توجهی از ارزش افزوده ایجاد شده در طول زنجیره تامین بین‌المللی، در آمارهای سنتی تجارت غیرملموس خواهند بود زیرا این آمارها ارزش کامل یک کالا یا خدمات را به آخرین کشور در زنجیره‌ای که تولید را نهایی کرده است، نسبت می‌دهند، لذا ابزارهایی برای اندازه‌گیری تجارت بر اساس ارزش افزوده⁷، طراحی شده که دید دقیق‌تری را نسبت به اهمیت فزاینده زنجیره‌های ارزش جهانی در تجارت و سرمایه‌گذاری به سیاست‌گذاران ارائه می‌دهد.

⁷ Trade in Value Added (TiVA)

بررسی آمارهای مربوط به تجارت ارزش افزوده از جهات گوناگون، رهنمودهایی را به سیاست گذار ارائه خواهد داد:

- در جهان امروز، سیاست‌های تجاری صرفاً نباید بر اساس موانع تجارت با شرکای مستقیم تجاری تدوین شوند. کل زنجیره ارزش و تنگناهای بالادستی و پایین‌دستی در طول زنجیره و در کشورهای ثالث نیز باید برای تقویت صادرات و بهبود عملکرد اقتصادی در نظر گرفته شوند.
- با توجه به اینکه رقابت‌پذیری محصولات صادراتی یک کشور، می‌تواند به نهاده‌های وارداتی آن (که خود می‌تواند شامل صادرات قبلی نیز شود) وابسته باشد، کشورها نیز ملزم هستند برای بهره‌مندی از مزایای مشارکت در تجارت زنجیره ارزش جهانی، موانع تجاری خود را رفع نمایند.
- دیدگاهی نیز در رابطه با پیوند میان تجارت و ایجاد اشتغال مطرح می‌شود؛ بدین ترتیب که سیاست گذار می‌تواند نقاطی از زنجیره را که در آن امکان ایجاد ارزش و شغل وجود دارد، شناسایی و همچنین چشم‌انداز جدیدی نسبت به عدم توازن تجارت دوجانبه ترسیم نماید.
- در نهایت، با بررسی آمارهای تجارت ارزش افزوده، سیاست‌گذار قادر خواهد بود نقاط استراتژیک برای ورود به بازارهای جدید و همچنین تغییر جایگاه در طول زنجیره به سمت فعالیت‌های با ارزش افزوده بالاتر را شناسایی کند.

۳. مراحل مشارکت در زنجیره ارزش جهانی

بر مبنای گزارش بانک جهانی^۸، تقریباً تمامی کشورها در زنجیره ارزش جهانی مشارکت دارند، اما شیوه‌های مشارکت آنها با یکدیگر متفاوت است. بر این اساس، نوع مشارکت کشورها در زنجیره ارزش جهانی بدین صورت قابل طبقه‌بندی است:

- کالاهای اساسی محدود: سهم متوسط مواد اولیه^۹ از صادرات و مشارکت پیشین محدود در تولید (از جمله استرالیا، مصر و روسیه)

^۸ Leveraging global value chains for growth in turkey (2022)

^۹ primary goods

- کالاهای اساسی متنوع: سهم بالای مواد اولیه از صادرات و مشارکت پیشین محدود در تولید (از جمله نیجریه، نروژ و عربستان سعودی)
- تولید محدود: سهم بالای تولید در صادرات و مشارکت پیشین معنادار (از جمله بنگلادش، برزیل و پاکستان)
- خدمات و تولید پیشرفته: سهم بالای تولید و خدمات در صادرات، اما سطح پایین فعالیت‌های نوآورانه (از جمله چین، هند، مکزیک و ترکیه)
- فعالیت‌های نوآورانه: فعالیت‌های تحقیق و توسعه قابل توجه و سهم معنادار عایدات فرامرزی حاصل از مالکیت معنوی (از جمله آلمان، ژاپن و ایالات متحده امریکا)

شکل ۱- طبقه‌بندی مشارکت کشورها در زنجیره ارزش جهانی



منبع: بانک جهانی

۴. مشارکت پسین و پیشین در زنجیره ارزش جهانی

مشارکت کشورها در زنجیره ارزش جهانی بر اساس سه گروه مشارکت پسین خالص^{۱۰}، مشارکت پیشین خالص^{۱۱} و مشارکت دو طرفه نیز قابل طبقه‌بندی است (بانک جهانی، ۲۰۲۱). مشارکت پسین خالص، به مبدا زنجیره نزدیک است و شامل صادرات

¹⁰ Pure forward

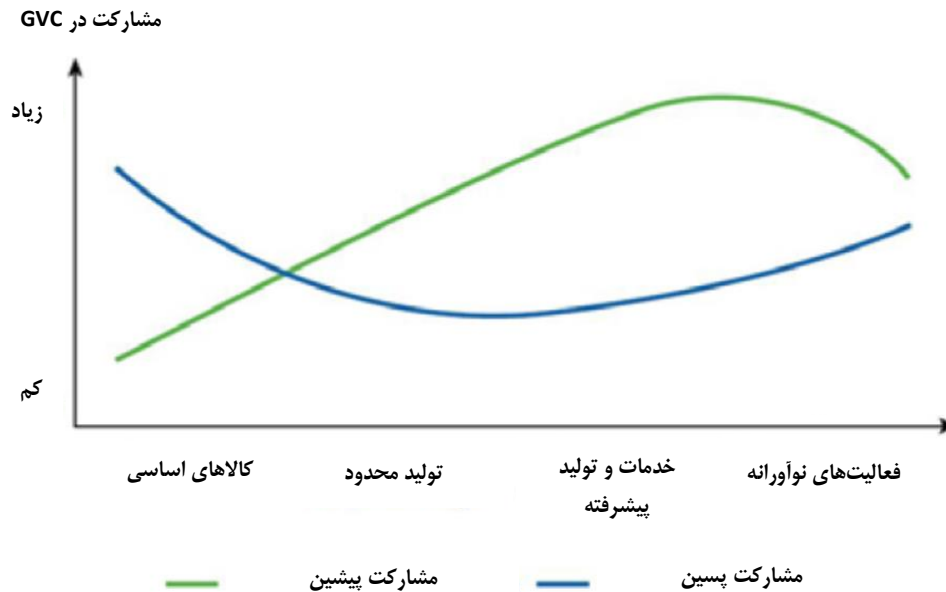
¹¹ pure backward

بخشی از ارزش افزوده ایجاد شده در زنجیره های داخلی است که توسط شرکا مجدداً صادر می شود. مشارکت پیشین خالص نیز مربوط به بخش های انتهایی زنجیره می شود.

نمودار ۲، توزیع مشارکت پیشین و پسین زنجیره ارزش جهانی را در چهار گروه نشان می دهد. بر این اساس؛

- کشورهایی که به لحاظ مشارکت در زنجیره ارزش جهانی، در مرحله کالاهای اساسی هستند، پایین ترین سطح مشارکت پیشین و بیشترین سطح مشارکت پسین را دارند.
- کشورهایی که به لحاظ مشارکت در زنجیره ارزش جهانی، در مرحله تولید و خدمات پیشرفته قرار دارند، به شدت به مواد اولیه وارداتی برای صادرات وابسته هستند.
- کشورهایی که به لحاظ مشارکت در زنجیره ارزش جهانی، در مرحله فعالیت های نوآورانه قرار دارند، نسبت به گروه قبلی، مشارکت پیشین کمتری دارند زیرا نسبتاً وابستگی کمتری به مواد اولیه وارداتی دارند.

نمودار ۲- متوسط مشارکت پسین و پیشین کشورها در هر یک از موقعیت ها در زنجیره ارزش جهانی



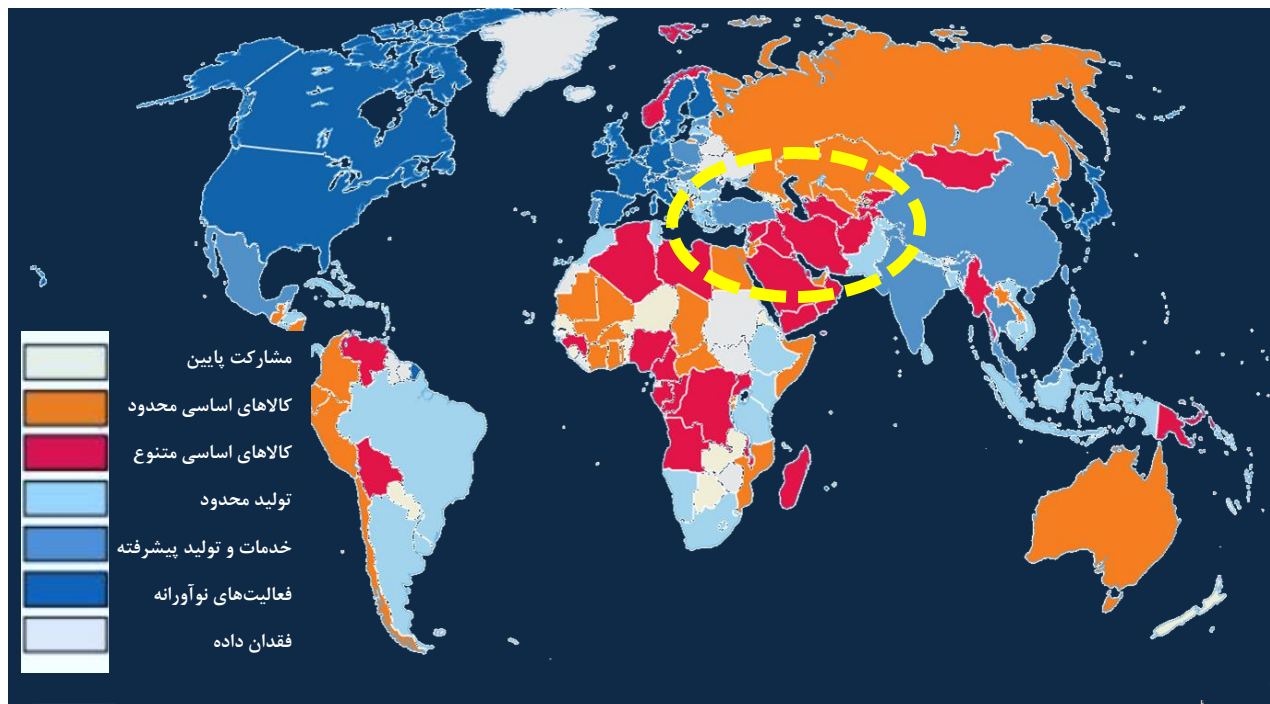
منبع: بانک جهانی

۵. مشارکت ایران و ترکیه در زنجیره ارزش جهانی

۵,۱. جایگاه در GVC

بر اساس مراحل چهارگانه مشارکت کشورها در زنجیره ارزش جهانی (کالاهای اساسی، تولید محدود، تولید و خدمات پیشرفته و فعالیت‌های نوآورانه)، ایران با سهم بالای ۴۰ درصدی مواد اولیه از صادرات، در مرحله کالاهای اساسی متنوع قرار دارد. ترکیه نیز با سهم بیش از ۸۰ درصدی خدمات و تولید صنعتی از کل ارزش افزوده داخلی صادرات، از سال ۲۰۱۵، وارد مرحله خدمات و تولید پیشرفته شده است. گذار کشورها به مرحله تولید پیشرفته، عموماً با افزایش مشارکت پیشین (واردات با هدف صادرات) همراه است؛ در حالی که گذار کشورها به سمت فعالیت‌های نوآورانه، با افزایش مشارکت پسین (تعمیق توانمندی‌ها در بخش‌های پیشرفته و خدمات کسب‌وکار به منظور حمایت از صادرات) همراه می‌شود.

شکل ۲- جایگاه ایران و ترکیه در GVC در مقایسه با سایر کشورهای جهان



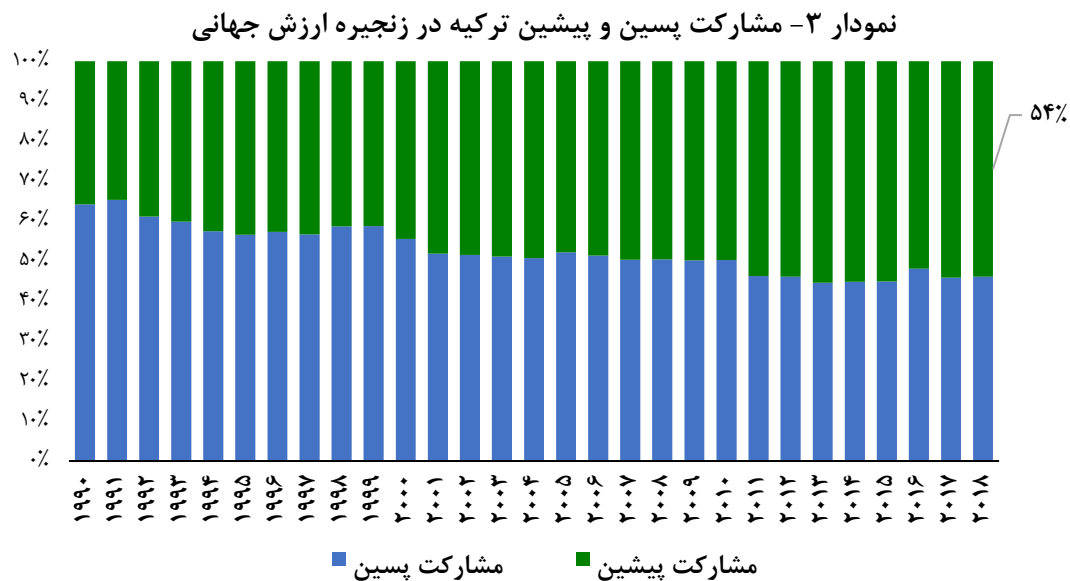
منبع: بانک جهانی

۵,۲. مشارکت پسین و پیشین

آمارهای تجارت ارزش افزوده ایران طی سال‌های ۱۹۹۰ تا ۲۰۱۸ نشان می‌دهد مشارکت ایران در بخش‌های بالادستی زنجیره ارزش جهانی همواره بیشتر بوده که به تبع آن فاصله بیشتری نیز با مصرف‌کننده نهایی داشته است. آخرین داده‌های

آنکتاد^{۱۲} گویای سهم ۲۱ درصدی مشارکت پیشین و سهم ۷۹ درصدی مشارکت پسین ایران در زنجیره ارزش جهانی است. سهم بالای مشارکت پسین ایران در زنجیره ارزش جهانی به معنای مشارکت بیشتر در صنایع بالادستی و به عبارت دیگر؛ سهم بالای ارزش افزوده غیرمستقیم^{۱۳} در صادرات است. ارزش افزوده غیرمستقیم، در واقع بخشی از ارزش افزوده داخلی^{۱۴} است که به عنوان نهاده در صادرات کشورهای دیگر استفاده می‌شود. در بخش بعدی به موضوع ارزش افزوده داخلی با جزئیات بیشتری اشاره خواهد شد.

در ترکیه، مشارکت پیشین حدود ۵۴ درصد و مشارکت پسین تقریباً ۴۶ درصد برآورد شده است. یکی از مهم‌ترین نکاتی که در مقایسه روند مشارکت ترکیه در زنجیره ارزش جهانی به چشم می‌خورد، سیاستی است که این کشور طی سال‌های مورد بررسی برای کاهش سهم مشارکت پسین و افزایش سهم مشارکت پیشین اعمال کرده است. به عبارت دیگر، ترکیه در تلاش است خود را به بخش‌های انتهایی زنجیره ارزش جهانی نزدیک‌تر کند و مقایسه آمارهای دهه ۹۰ میلادی نشان می‌دهد در این مسیر نسبتاً موفق عمل کرده است؛ به گونه‌ای که سهم مشارکت پیشین طی سال‌های ۱۹۹۰ تا ۲۰۱۸، حدود ۱۸ واحد درصد افزایش یافته است. این در حالی است که طی زمان، تغییر قابل توجهی در نوع مشارکت ایران در زنجیره ارزش جهانی رخ نداده است.



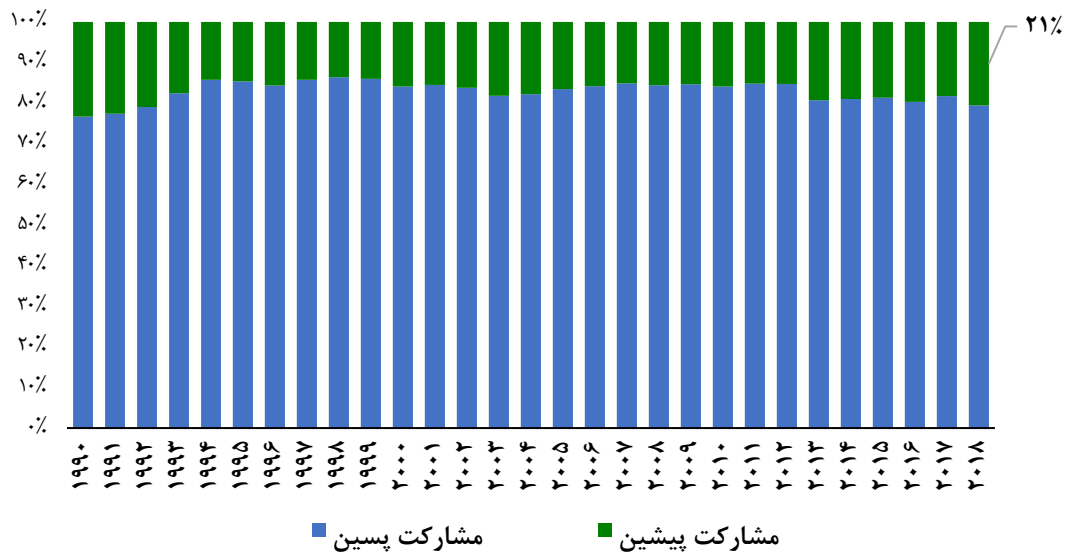
منبع: آنکتاد

¹² United Nations Conference on Trade and Development (UNCTAD)

¹³ Indirect Value Added (DVX)

¹⁴ Domestic Value Added (DVA)

نمودار ۴- مشارکت پسین و پیشین ایران در زنجیره ارزش جهانی



منبع: آنکتاد

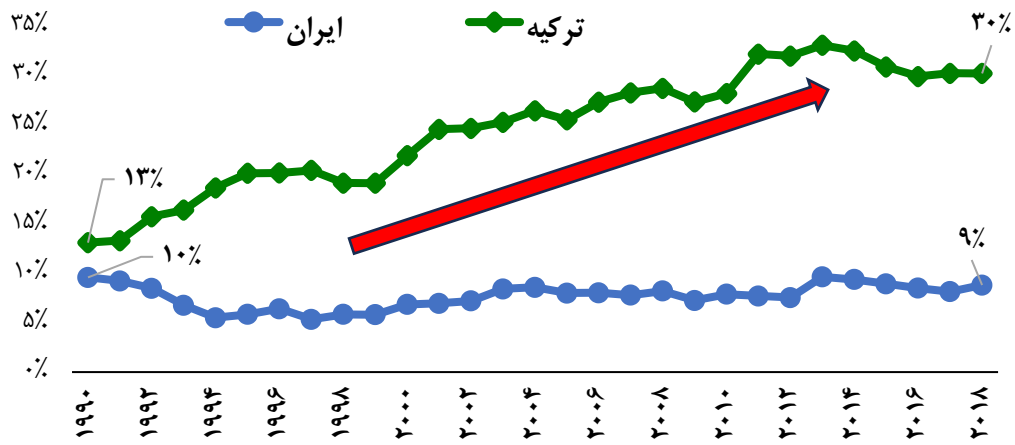
۵,۳. ارزش افزوده داخلی و خارجی صادرات

ارزش افزوده خارجی^{۱۵} در واقع نهاده‌های تولیدشده در کشورهای دیگر است که در صادرات یک کشور منعکس می‌شود و مشارکت پسین را در زنجیره ارزش نشان می‌دهد. بنابراین، به تولید ناخالص داخلی کشور مربوط نمی‌شود. همانطور که در قسمت قبلی نیز اشاره شد ارزش افزوده غیرمستقیم، بخشی از ارزش افزوده داخلی یک کشور است که به عنوان در نهاده در صادرات کشورهای دیگر منعکس می‌شود.

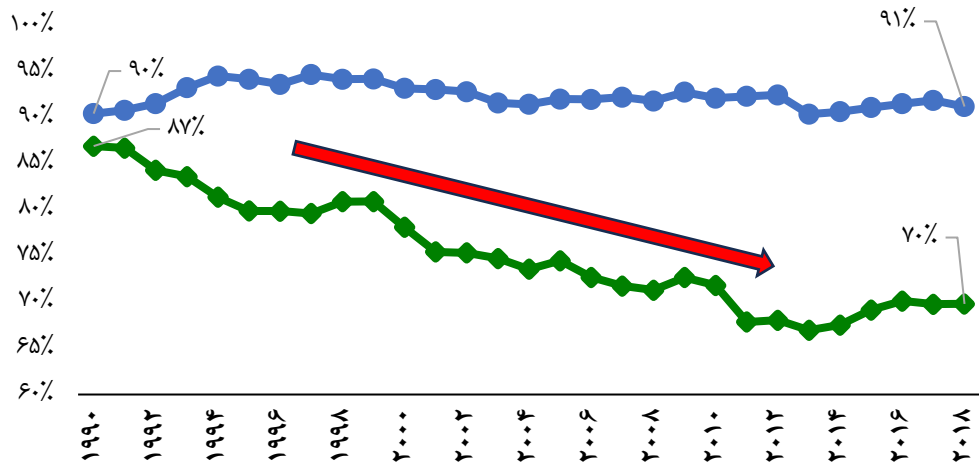
بر اساس آخرین داده‌های آنکتاد (نمودارهای ۵ و ۶)، سهم ارزش افزوده داخلی در صادرات ایران حدود ۹۱ درصد و سهم ارزش افزوده خارجی ۹ درصد است. ارقام مشابه در کشور ترکیه به ترتیب ۷۰ درصد و ۳۰ درصد در سال ۲۰۱۸ برآورد شده است. به نظر می‌رسد طی سال‌های ۲۰۱۸-۱۹۹۰، تمرکز ترکیه بر افزایش سهم ارزش افزوده خارجی صادرات و کاهش سهم ارزش افزوده داخلی بوده است؛ درحالی که طی این مدت، تغییر قابل توجهی در ترکیب ارزش افزوده محصولات صادراتی ایران رخ نداده است. بالا رفتن سهم ارزش افزوده خارجی در صادرات به معنای وابستگی صادرات کشورها به کالای وارداتی است.

¹⁵ Foreign Value Added (FVA)

نمودار ۵- سهم ارزش افزوده خارجی صادرات



نمودار ۶- سهم ارزش افزوده داخلی صادرات



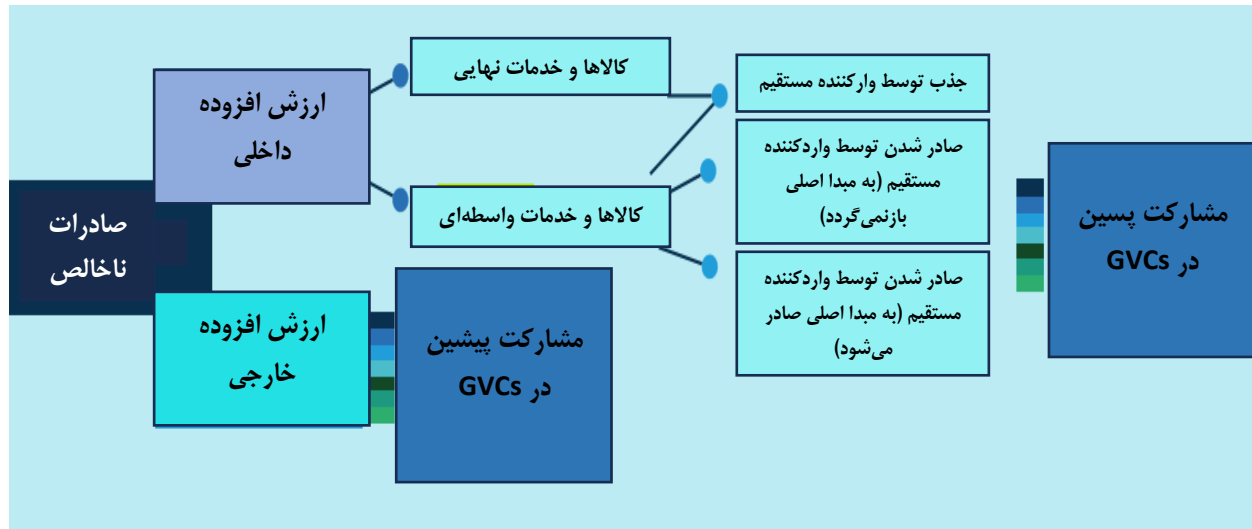
منبع: آنکتاد

۵,۴. تجارت کالاهای واسطه‌ای

به طور کلی، همانطور که در بخش‌های قبلی اشاره شد صادرات ناخالص ترکیبی از ارزش افزوده داخلی و ارزش افزوده خارجی است. ارزش افزوده خارجی در مشارکت پیشین زنجیره‌های ارزش جهانی ثبت می‌شود. ارزش افزوده داخلی نیز ترکیبی از کالاها و خدمات نهایی و کالاها و خدمات واسطه‌ای است. بخشی از کالاهای واسطه‌ای صادر شده توسط یک کشور مطابق

شکل ۳. توسط واردکنندگان مستقیم جذب می شود و بخش دیگر توسط آنها مجدداً صادر می شود (به صادرکننده اصلی یا سایر مقاصد). مجموع این فرایند در مشارکت پسین زنجیره ارزش جهانی ثبت می شود.

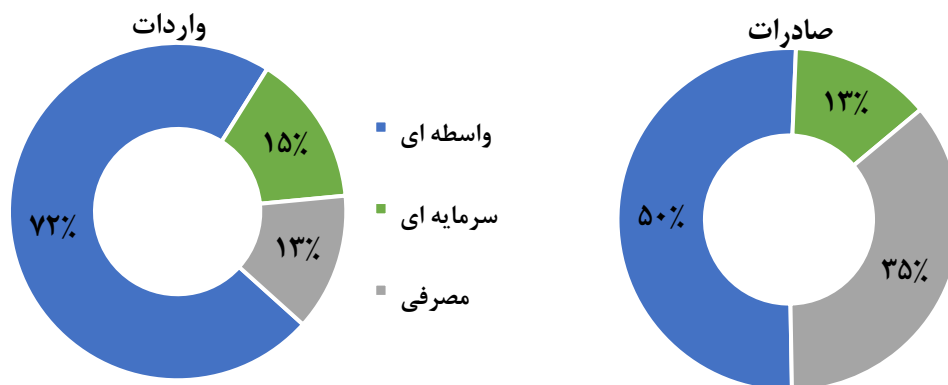
شکل ۳- ترکیب صادرات ناخالص بر اساس مبدا ارزش افزوده



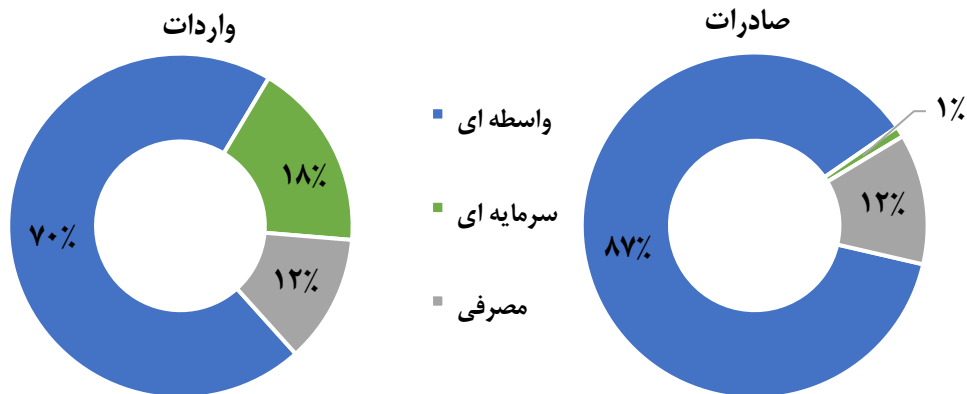
منبع: بانک جهانی

در این قسمت، به بررسی وضعیت تجارت کالاهای واسطه‌ای در ایران و ترکیه (میزان صادرات و جذب آن توسط کشورها) پرداخته می شود. مطابق نمودارهای ۷ و ۸، سهم کالاهای واسطه‌ای از کل واردات ترکیه در سال ۲۰۲۳، حدود ۷۲ درصد و از کل صادرات این کشور حدود ۵۰ درصد بوده است؛ در حالی که در ایران این گروه از کالاها که ارزش افزوده پایینی هم دارند، حدود ۷۰ درصد از واردات و ۸۷ درصد از صادرات کشور را تشکیل می دهند. سهم بالای مشارکت پسین ایران در زنجیره ارزش جهانی، نتیجه سهم بالای کالاهای واسطه‌ای در صادرات کشور است.

نمودار ۷- ترکیب صادرات و واردات ترکیه بر حسب نوع کاربرد کالاها، ۲۰۲۳



نمودار ۸- ترکیب صادرات و واردات ایران بر حسب نوع کاربرد کالاها، ۱۴۰۱



منبع: گمرک ج.ا.ا، مرکز آمار ترکیه و محاسبات کارشناسی

۶. شاخص پیچیدگی اقتصادی

با شناسایی جایگاه کشور در زنجیره‌های ارزش جهانی، این سوال به ذهن خطور خواهد کرد که برای تغییر جایگاه ایران در طول این زنجیره‌ها، بر روی چه محصولات صادراتی می‌توان تمرکز کرد. یکی از رویکردها که می‌تواند در این زمینه مورد توجه سیاست‌گذار قرار گیرد، رویکرد پیچیدگی اقتصادی است که هدف آن تمرکز بر صادرات محصولات یا بخش‌هایی با پیچیدگی بالاتر (به عنوان مثال سطح بالاتر دانش مولد) است.

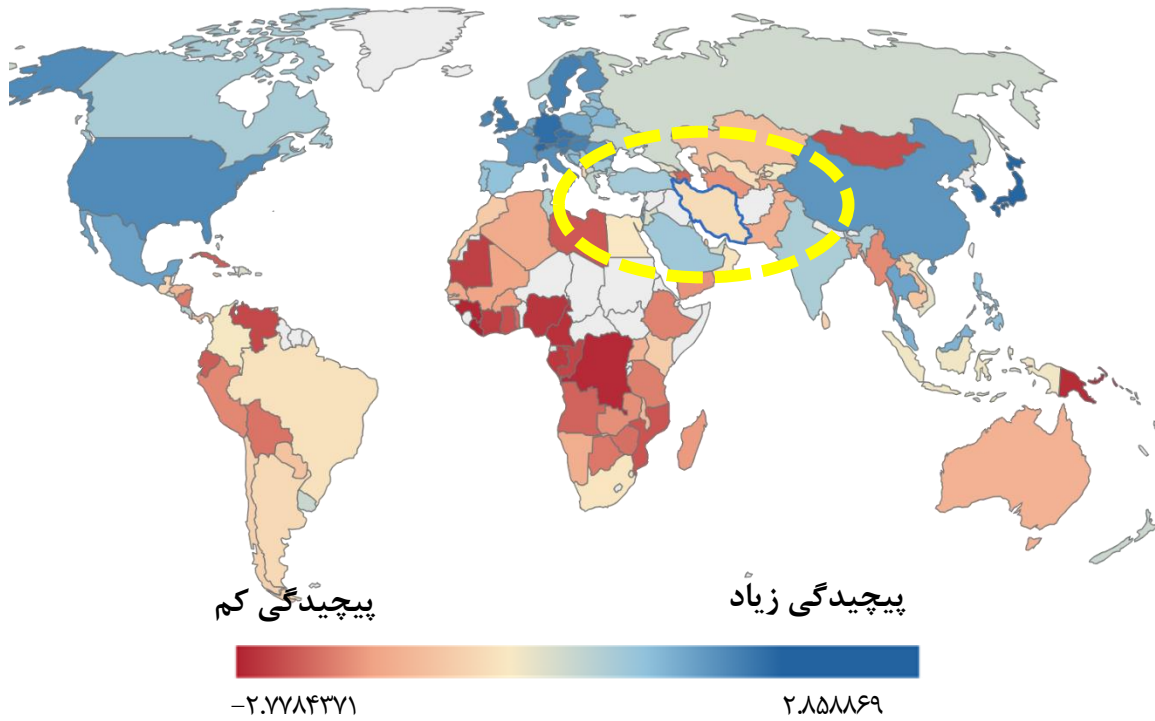
روش‌شناسی محاسبه پیچیدگی اقتصادی کشورها با استفاده از تجارت دو جانبه کشورها، نخستین بار توسط هاسمن^{۱۶} (۲۰۱۳) معرفی شد. بر این اساس، پیچیدگی اقتصادی، سطح دانش به کاررفته در محصولات تولیدی را در یک کشور نشان می‌دهد که خود متأثر از عوامل گوناگونی از جمله سطح مهارت نیروی کار است.

در شکل ۴، جایگاه ایران و ترکیه به لحاظ میزان پیچیدگی اقتصادی مشخص شده است. همانطور که مشاهده می‌شود میزان پیچیدگی اقتصادی در ایران کمتر از سطح متوسط جهان و برای ترکیه بیش از حد متوسط جهان است. در سال ۲۰۲۱، ایران به لحاظ پیچیدگی اقتصادی در جایگاه ۷۵ در میان ۱۳۳ کشور جهان قرار گرفته است. ترکیه نیز در سال مذکور، رتبه ۴۰ام را در میان این کشورها به خود اختصاص داده است. بالاتر بودن پیچیدگی اقتصادی در ترکیه نسبت به ایران بدین معناست که این کشور قادر است مقادیر بیشتری از دانش را میان شبکه‌های مردمی برای تولید محصولات متنوع دانش‌بر بهم متصل

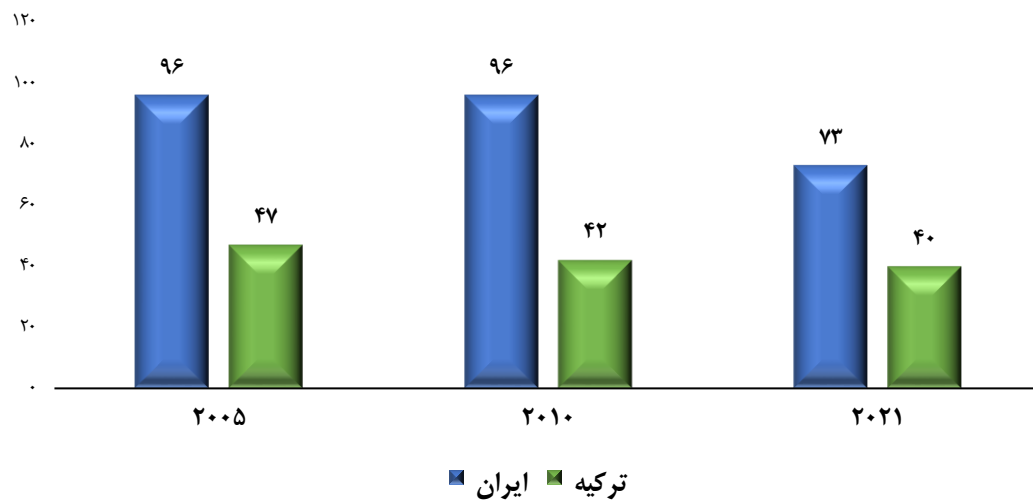
¹⁶ Hausmann

نماید. طبیعتاً با به کارگیری مقادیر بیشتری از دانش، محصولات با ارزش افزوده بالاتر نیز صادر شده و امکان مشارکت پیشین کشورها در زنجیره ارزش جهانی فراهم خواهد شد.

شکل ۴- طبقه بندی کشورها به لحاظ شاخص پیچیدگی اقتصادی، ۲۰۲۱



نمودار ۹- رتبه ایران و ترکیه از لحاظ شاخص پیچیدگی اقتصادی



منبع: اطلس هاروارد

۷. سیاست‌های پیشنهادی برای گذار ایران به سمت مشارکت پیچیده‌تر در GVC

بر اساس مراحل چهارگانه مشارکت کشورها در زنجیره ارزش جهانی (کالاهای اساسی، تولید محدود، تولید و خدمات پیشرفته و فعالیت‌های نوآورانه) که طی گزارش به آن اشاره شد، ایران با سهم بالای مواد اولیه و کالاهای واسطه‌ای از صادرات، در مرحله کالاهای اساسی متنوع قرار گرفته است. لذا مشارکت ایران در بخش‌های بالادستی زنجیره ارزش جهانی که فاصله بیشتری تا مصرف‌کننده نهایی دارد، بیشتر است. بسیاری از کشورها برای گذار از هر مرحله به مرحله بعدی در زنجیره ارزش جهانی اقدامات کارآمدی را به کار گرفته‌اند که نتیجه آن را می‌توان در افزایش سهم ارزش افزوده خارجی و کاهش سهم ارزش افزوده داخلی از صادرات کشور ترکیه طی ۲۸ سال مشاهده کرد. در ایران نیز به منظور گذار از مرحله کالاهای اساسی به مرحله تولید محدود، لازم است اقداماتی به کار گرفته شود که در شکل ۵، ذیل چهار محور کلی طبقه‌بندی شده‌اند:

شکل ۵- اقدامات پیشنهادی برای گذار از مرحله کالاهای اساسی به مرحله تولید محدود در زنجیره ارزش جهانی

	تولید محدود	کالاهای اساسی
الزامات بنیادین	<ul style="list-style-type: none"> • اعمال سیاست‌های حمایت از جذب سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی و بهبود محیط کسب‌وکار • بهبود دسترسی به منابع مالی بانکی و بازار سرمایه • بهبود مهارت‌های مدیریتی و فنی (آموزش و جذب دانش خارجی) • مهارت‌های پیشرفته (نوآوری و در صورت لزوم جذب استعدادها خارج از کشور) • انتقال فناوری 	
اندازه بازار	<ul style="list-style-type: none"> • بهبود دسترسی به نهاده‌ها از طریق کاهش تعرفه و در مراحل بعدی گذار، استانداردسازی نظام تعرفه‌ای کشور • انعقاد توافق‌نامه‌های تجاری با سایر کشورها • نقش محوری شرکت‌های چندملیتی 	
زیرساخت	<ul style="list-style-type: none"> • بهبود وضعیت زیرساخت‌های تجاری • اصلاح گمرکات • سرمایه‌گذاری در جاده‌ها و بنادر به منظور بهبود حمل‌ونقل بین‌المللی و در مراحل بعد گذار، سرمایه‌گذاری در حمل‌ونقل چندوجهی با هدف ایجاد ارزش جدید در زنجیره تامین • سرمایه‌گذاری در ICT و بهبود شبکه اولیه ICT در کشور 	
نهاده‌ها	<ul style="list-style-type: none"> • حکمرانی: تقویت ثبات سیاسی، بهبود پیش‌بینی‌پذیری و تلاش برای انعقاد توافق‌نامه‌های تجاری • ایجاد نظام هماهنگ ارزیابی استاندارد کالاها 	



۸. منابع

1. Economic Consequences of Trade and Global Value Chain Integration, 2021, world bank.
2. Gereffi, G., & Fernandez-Stark, K., (2016), Global Value Chain Analysis: a Primer, 2th edition, Duke Center on Globalization, Governance & Competitiveness.
3. Global Value Chain Development Report 2023 (Resilient and Sustainable GVCs in Turbulent Times), WTO.
4. Handbook on Accounting for Global Value Chains, 2018, UNSD.
5. Hausmann, R., Hidalgo, C., (2013). "The Atlas of Economic Complexity: Mapping Paths to Prosperity," The MIT Press, edition 1, volume 1, number 0262525429.
6. Leveraging Global Value Chains for Growth in Turkey, 2022, World Bank.
7. Yücel, G., & Zobi, M., (2022), Positioning of Türkiye in Global Value Chains (GVCs), BBVA Research.
8. Shih, Stan. (no date). Millennium Transformation: Change Management for New Acer.
9. World Development Report 2020, World Bank.
10. <https://atlas.cid.harvard.edu/>
11. <https://irica.ir/>
12. <https://unctad.org/>
13. <https://www.oecd.org/>
14. <https://www.tuik.gov.tr/>
15. <https://www.worldbank.org/en/home>