



مرکز پژوهش‌های اتاق ایران

# ترکیه در زنجیره ارزش جهانی



آذر ۱۴۰۳

شناسنامه گزارش



مرکز پژوهش‌های اتاق ایران

عنوان:

توکیه در زنجیره ارزش جهانی

مدیریت دیپلماسی اقتصادی و آینده پژوهی

تاریخ انتشار: آذر ۱۴۰۳

واژه‌های کلیدی: ترکیب صادرات، شاخص مشارکت پسینی و پیشینی، نهاده‌های وارداتی، زنجیره‌های ارزش جهانی، مناطق توسعه فن آوری، مناطق صنعتی ویژه

نشانی: تهران، خیابان طالقانی، نبش خیابان شهید موسوی (فرصت)، پلاک ۱۷۵



## فهرست مطالب

|    |                                                                      |
|----|----------------------------------------------------------------------|
| ۵  | خلاصه کاربردی                                                        |
| ۶  | پیش گفتار                                                            |
| ۷  | ۱. تحلیل روند مشارکت ترکیه در زنجیره ارزش جهانی                      |
| ۱۳ | ۲. وابستگی به نهاده‌های وارداتی و ادغام در زنجیره ارزش جهانی         |
| ۱۶ | ۳. مشارکت پسینی ترکیه در زنجیره ارزش جهانی                           |
| ۱۷ | ۴. سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی                                         |
| ۲۵ | ۵. سیاست‌های دولت و تاثیر آن‌ها بر مشارکت ترکیه در زنجیره ارزش جهانی |
| ۲۸ | ۶. چشم‌انداز موقعیت ترکیه در زنجیره‌های منطقه‌ای و جهانی             |
| ۳۱ | نتیجه‌گیری                                                           |
| ۳۳ | منابع                                                                |



## خلاصه کاربردی

- این گزارش به بررسی مشارکت ترکیه در زنجیره ارزش جهانی و پیامدهای آن بر اقتصاد این کشور می‌پردازد.
- سهم بالای کالاهای واسطه‌ای در صادرات ترکیه نشان‌دهنده ادغام عمیق این کشور در زنجیره ارزش جهانی است.
- تنوع مقاصد صادراتی، تعامل گسترده‌تر ترکیه با زنجیره ارزش جهانی را به تصویر می‌کشد.
- اتکای به واردات برای تولید صادرات، بیانگر نقش واردات در مشارکت عمیق‌تر در زنجیره‌های ارزش است.
- شاخص مشارکت پسینی (BPI): نشان‌دهنده میزان ارزش افزوده خارجی در صادرات ترکیه و ادغام در زنجیره‌های ارزش است.
- شاخص مشارکت پیشینی (FPI): به ارزش افزوده‌ای که صادرات ترکیه به مراحل بعدی تولید اضافه می‌کند و به نشان‌دهنده مشارکت این کشور در فعالیتهای تولیدی پیچیده اشاره دارد.
- سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی در تقویت مشارکت ترکیه در زنجیره ارزش جهانی و جذب سرمایه و فناوری‌های پیشرفته نقش بسزایی دارد. شرکت‌های چندملیتی با افزایش رقابت‌پذیری شرکت‌های داخلی ترکیه و ادغام آن‌ها در شبکه‌های تولید جهانی، سهم بسزایی در مشارکت این کشور در زنجیره‌ها ایفا می‌کنند.
- توافق‌نامه‌های تجارت آزاد (FTAs) و اتحادیه گمرکی با اتحادیه اروپا، ادغام ترکیه در زنجیره ارزش جهانی را تسهیل می‌کنند.
- مشوق‌های سرمایه‌گذاری و سیاست‌های مالیاتی، سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی را جذب و زیرساخت‌های تولیدی و صادراتی را تقویت می‌کنند.
- چالش‌هایی مانند زیرساخت‌ها، سرمایه انسانی و تحقیق و توسعه می‌توانند مانع مشارکت عمیق‌تر ترکیه در زنجیره ارزش جهانی شوند.
- موقعیت جغرافیایی ترکیه و روابط اقتصادی با کشورهای همسایه، فرصت‌هایی را برای تقویت نقش این کشور در زنجیره ارزش جهانی فراهم می‌کنند.
- ترکیه با اتکا به مزیت‌های خود و اجرای سیاست‌های مناسب، می‌تواند حضور خود در زنجیره ارزش جهانی را ارتقا داده و به توسعه اقتصادی پایدار دست یابد.

## پیش‌گفتار

امروزه مشارکت موثر در زنجیره ارزش جهانی برای رشد و توسعه اقتصادی بسیار مهم است. ظهور قابل توجه اقتصادی چین را می‌توان تا حد زیادی به ادغام آن در زنجیره ارزش جهانی، به‌ویژه در بخش‌های تولیدی مانند الکترونیک و ماشین‌آلات نسبت داد. چین با تخصص در وظایف خاص و استفاده از سرمایه‌گذاری خارجی و انتقال فناوری، به‌سرعت بهره‌وری خود را افزایش داد و ارزش افزوده بیشتری را از صادرات به دست آورده است.

مشارکت ویتنام در زنجیره ارزش جهانی، به‌ویژه در صنایع کاربر مانند نساجی و پوشاک، محرک رشد اقتصادی و کاهش فقر آن بوده است. ارتباطات پسینی این کشور با تامین‌کنندگان خارجی و ارتباطات پیشینی آن با بازارهای جهانی، تسهیل‌کننده سرریز دانش و ارتقای مهارت‌ها شده است.

ادغام بنگلادش در زنجیره ارزش جهانی پوشاک، فرصت‌های شغلی قابل توجهی را به‌ویژه برای زنان ایجاد کرده است؛ امری که به توسعه اقتصادی و پیشرفت اجتماعی آن کشور کمک شایانی کرده است. مشارکت فزاینده این کشور در این زنجیره‌های ارزش، بنگلادش را قادر ساخته تا سهم بیشتری از ارزش نهایی صادرات را به دست آورد.

کشورهایی مانند مکزیک و تایلند از مشارکت خود در زنجیره ارزش جهانی، تحت کنترل شرکت‌های چندملیتی در صنعت خودرو بهره‌برده‌اند. این کشورها با تخصص در قطعات خاص و وظایف مونتاژ، شاهد افزایش بهره‌وری، انتقال فناوری و پیچیدگی بیشتر صادرات بوده‌اند.

بخش خدمات مالی و تجاری در سوئیس، نمونه بارز منافع حاصل از مشارکت در حلقه‌های بالایی زنجیره‌های ارزش است. سوئیس با ارائه خدمات با ارزش افزوده بالا به شرکت‌های جهانی، از مزیت نسبی خود بهره‌برداری کرده و به مواهب اقتصادی قابل توجهی دست یافته است.<sup>۱</sup>

در تصویری کلان، مشارکت در زنجیره ارزش جهانی، از چند مسیر، رشد و توسعه اقتصادی را تسهیل می‌کند:

### تخصص براساس مزیت نسبی

مشارکت، به کشورها امکان می‌دهد تا براساس مزیت نسبی خود در وظایف خاص تخصص پیدا کنند، امری که منجر به افزایش بهره‌وری و تخصیص کارآمد منابع می‌شود. مشارکت، انتقال فناوری و سرریز دانش را از شرکت‌های پیشرو به تامین‌کنندگان محلی ترویج می‌کند و نوآوری و ارتقای مهارت‌ها را تقویت می‌کند. مشارکت، دسترسی به بازارهای جهانی و ادغام بهتر در تجارت بین‌الملل را فراهم می‌کند و فرصت‌های صادراتی را گسترش داده و درآمدهای ارزی را به همراه می‌آورد. مشارکت می‌تواند سرمایه‌گذاری،

فناوری و تخصص مدیریتی را به همراه آورد.

با این حال، مزایای مشارکت در زنجیره ارزش جهانی، خودکار نیست و به عوامل مختلفی از جمله سطح توسعه، کیفیت نهادی، زیرساخت و سرمایه انسانی یک کشور بستگی دارد. کشورهای با درآمد پایین (به دلیل توانایی‌های محدود و محیط‌های نامناسب کسب‌وکار) ممکن است با چالش‌هایی در کسب ارزش افزوده قابل توجه از زنجیره ارزش جهانی مواجه شوند. بنابراین، سیاست‌های تکمیلی و سرمایه‌گذاری در آموزش، زیرساخت و حکمرانی برای به حداکثر رساندن منافع حاصل از مشارکت در زنجیره ارزش جهانی و دستیابی به رشد و توسعه اقتصادی پایدار، ضروری است.<sup>۲</sup>

ترکیه به عنوان قدرتی میانی در اقتصاد جهانی و به عنوان همسایه مهم ایران، به‌طور فزاینده‌ای در زنجیره ارزش جهانی تنیده است. از همین رو، بررسی روند مشارکت ترکیه در زنجیره‌های ارزش جهانی می‌تواند به ارتقای شناخت از اقتصاد این کشور و تنظیم دیپلماسی اقتصادی ایران با آن، کمک کند. در این راستا، گزارش حاضر با بررسی ادغام به صورت فنی، سیاست‌های داخلی، زمینه‌های منطقه‌ای و جهانی و چشم‌اندازهای رشد، مشارکت ترکیه در زنجیره ارزش جهانی را مورد تجزیه و تحلیل قرار می‌دهد. تجزیه و تحلیل فنی شامل ترسیم نقشه مشارکت، تجزیه و تحلیل ارتباطات تجاری و ارزیابی سیاست‌های داخلی مرتبط با زنجیره ارزش جهانی است. بررسی زمینه منطقه‌ای و جهانی، نقش ترکیه در بلوک‌های تجاری منطقه‌ای، مقایسه با سایر اقتصادهای نوظهور و تاثیر روندهای جهانی را تجزیه و تحلیل می‌کند. چشم‌اندازهای رشد شامل فرصت‌های تعمیق مشارکت، اهمیت نوآوری، چالش‌ها و خطرات برای رشد پایدار و فراگیر این کشور است.

## ۱. تحلیل روند مشارکت ترکیه در زنجیره ارزش جهانی

داده‌های تجاری و شاخص‌های مشارکت در زنجیره ارزش جهانی اطلاعات ارزشمندی در مورد سطح ادغام یک کشور در این زنجیره‌ها ارائه می‌دهد. چگونگی استفاده از آن‌ها برای اندازه‌گیری سطح ادغام یک کشور در زنجیره‌ها، در ادامه به شکل تفصیلی توضیح داده شده است:

### ۱.۱. ترکیب صادرات

سهم کالاهای واسطه‌ای (استفاده‌شده در تولیدات بعدی) در مقابل کالاهای نهایی، در کل صادرات، یکی از داده‌های کلیدی است. سهم بالاتر کالاهای واسطه‌ای نشان‌دهنده ادغام عمیق‌تر به‌عنوان تامین‌کننده در زنجیره ارزش جهانی است.



## ۲.۱. مقاصد صادرات

پراکندگی جغرافیایی مقاصد صادرات از دیگر شاخص‌های کلیدی است. تنوع‌سازی فراتر از شرکای سنتی، نشان‌دهنده تعامل گسترده‌تر در زنجیره ارزش جهانی است.

## ۳.۱. ترکیب واردات

تجزیه و تحلیل سهم ورودی‌های وارداتی مورد استفاده در تولید، از دیگر پارامترهای کلیدی است. اتکای بیشتر به ورودی‌های وارداتی نشان‌دهنده مشارکت عمیق‌تر در زنجیره ارزش جهانی است، البته منابع واردات نیز اهمیت دارد.

## ۴.۱. شاخص مشارکت پسینی<sup>۳</sup> (BPI)

این شاخص، ارزش افزوده خارجی تجسم‌یافته در صادرات یک کشور را اندازه‌گیری می‌کند. در واقع این شاخص نشان‌دهنده ارزش افزوده‌شده توسط سایر کشورها در فرآیند تولید، پیش از صادرات نهایی است. اگرچه شاخص مشارکت پسینی بالا، نشان‌دهنده اتکای بیشتر به ورودی‌های وارداتی است، اما منبع آن نیز حیاتی است. به دیگر سخن مشارکت پسینی به "محتوای ارزش افزوده خارجی صادرات" به کل صادرات ناخالص یک اقتصاد اشاره دارد.<sup>۴</sup>

## ۵.۱. شاخص مشارکت پیشینی پسینی<sup>۵</sup> (FPI)

این شاخص، ارزش افزوده‌شده توسط مراحل بعدی تولید با استفاده از صادرات یک کشور را اندازه‌گیری می‌کند. این شاخص نشان می‌دهد که صادرات یک کشور چقدر به مراحل با ارزش‌تر در زنجیره‌های جهانی ارزش کمک می‌کند. هرچه این شاخص بالاتر باشد، نشان‌دهنده مشارکت در فعالیت‌های تولیدی یا خدماتی پیچیده‌تر در زنجیره‌های جهانی ارزش است.

## ۶.۱. سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی

سطح ورود و خروج سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی یکی دیگر از شاخص‌های تنیدگی کشورها در زنجیره ارزش جهانی است. ورود سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی توسط شرکت‌های چندملیتی، می‌تواند به عنوان محرکی برای مشارکت در زنجیره ارزش جهانی با ادغام یک کشور در شبکه‌های تولید جهانی عمل کند. با ترکیب داده‌های تجاری و شاخص‌های مشارکت در زنجیره ارزش جهانی، به همراه عوامل دیگر مانند سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی، می‌توان تصویری از سطح ادغام یک کشور در زنجیره ارزش جهانی به دست آورد. البته، سطح بالای تجارت لزوماً به معنای ادغام عمیق در زنجیره ارزش جهانی نیست. نوع

کالاهای معامله‌شده، منبع ورودی‌ها و نقشی که یک کشور در زنجیره تولید ایفا می‌کند، موقعیت آن را در چشم‌انداز زنجیره ارزش جهانی نشان می‌دهد.

بر اساس گزارش‌های سازمان تجارت جهانی<sup>۶</sup> (WTO)، سهم قابل توجهی از کل صادرات ترکیه را کالاهای واسطه‌ای تشکیل می‌دهد؛ امری که نشان‌دهنده یکپارچگی عمیق این کشور به عنوان تامین‌کننده در زنجیره ارزش جهانی است. در سال ۲۰۲۰، کالاهای واسطه‌ای ۴۶.۴٪ از کل صادرات کالا و خدمات ترکیه را تشکیل می‌داد.<sup>۷</sup> به‌طور خاص در مورد صادرات کالا، سهم کالاهای واسطه‌ای در سال ۲۰۱۸، حدود ۲۴٪ بود.<sup>۸</sup> میزان مشارکت پسینی ترکیه در زنجیره ارزش جهانی<sup>۹</sup> که حاصل اندازه‌گیری محتوای ارزش افزوده خارجی در صادرات این کشور است، در سال ۲۰۱۸ برابر با ۲۰.۹٪ بود که پایین‌تر از میانگین اروپا با ۲۷.۶٪ است.<sup>۱۰</sup> همان‌طور که پیشتر اشاره شد، تقریباً نیمی از صادرات ترکیه را کالاهای واسطه‌ای تشکیل می‌دهند، کالاهایی که در فرآیند تولید در کشورهای دیگر مورد استفاده قرار می‌گیرد. این موضوع، نقش ترکیه را (به‌عنوان یک تامین‌کننده مهم که در زنجیره‌های تامین تولید جهانی ادغام شده است) نشان می‌دهد. همچنین، سازمان تجارت جهانی با اشاره به صادرات محصولات واسطه‌ای، صنایع برتر ترکیه را که به‌طور عمیق در زنجیره ارزش جهانی ادغام شده است، به‌صورت زیر دسته‌بندی می‌کند:

۱. فلزات اساسی (۱۱.۷٪ از ارزش افزوده داخلی ترکیه که از طریق زنجیره ارزش جهانی به سایر اقتصادها منتقل می‌شود).<sup>۱۱</sup>

۲. تجارت عمده‌فروشی و خرده‌فروشی (۱۵.۵٪).

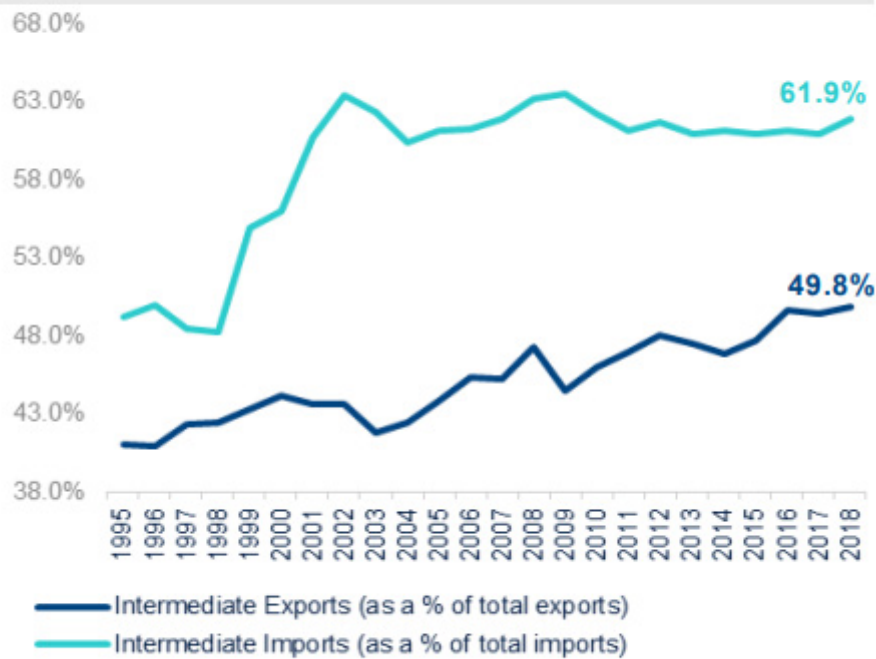
۳. حمل‌ونقل زمینی (۶.۵٪).

بر اساس آمار سال ۲۰۲۰، آلمان (۸.۸٪)، ایالات متحده (۶.۶٪) و انگلستان (۶٪) مقصدهای اصلی صادرات کالاهای واسطه‌ای ترکیه بوده‌اند.<sup>۱۲</sup> افزون بر این، سازمان همکاری و توسعه اقتصادی<sup>۱۳</sup> (OECD) در سال ۲۰۱۶، محتوای وارداتی صادرات ترکیه را که سهمی از ورودی‌های خارجی را نشان می‌دهد، حدود ۱۶.۵٪ برآورد کرده است. این امر، ادغام قابل توجه ترکیه در شبکه‌های تولید جهانی را مورد تاکید قرار می‌دهد.<sup>۱۴</sup>

به‌طور خلاصه، با توجه به این که کالاهای واسطه‌ای ۴۹.۸ درصد از کل صادرات ترکیه را در سال ۲۰۱۸ تشکیل می‌دهد می‌توان گفت این کشور از سطح قابل توجهی از مشارکت پسینی در زنجیره ارزش جهانی برخوردار است. ترکیه به عنوان یک تامین‌کننده مهم محصولات واسطه‌ای، به‌ویژه در صنایع فلزات و تجهیزات حمل‌ونقل، در زنجیره ارزش جهانی تسهیل شده توسط ارتباطات فرامرزی، نقش آفرینی می‌کند. نمودار ذیل نقش کالاهای واسطه‌ای در تجارت خارجی ترکیه را نشان می‌دهد.

نمودار ۱- سهم کالاهای واسطه‌ای در تجارت خارجی ترکیه ۲۰۱۸-۱۹۹۵

Figure 4. TÜRKIYE'S TRADE OF INTERMEDIATE GOODS



Source: OECD TiVA, BBVAResearch

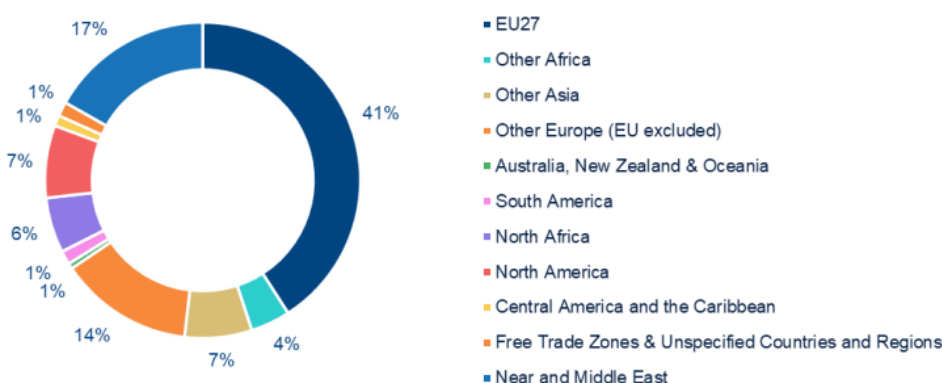
در شاخص پراکندگی مقاصد صادراتی، تنوع مقصدهای صادراتی ترکیه نشان‌دهنده سطح قابل توجهی از مشارکت این کشور در زنجیره ارزش جهانی است. تنوع‌یابی مقاصد صادراتی فراتر از شرکای سنتی مانند اتحادیه اروپا (EU) بر تعامل گسترده‌تر با مناطق و زنجیره ارزش جهانی متعدد دلالت می‌کند. اتحادیه اروپا همچنان بزرگ‌ترین مقصد صادراتی ترکیه باقی مانده است و حدود ۴۰٪ از کل صادرات این کشور را در سال ۲۰۲۱ به خود اختصاص داده است. با این حال، ترکیه در دهه گذشته بازارهای صادراتی خود را متنوع کرده است.<sup>۱۶</sup> منطقه خاورمیانه و شمال آفریقا (MENA) به‌عنوان یک مقصد مهم ظهور کرده و در سال ۲۰۲۱ سهمی معادل ۱۱٪ از صادرات ترکیه را به خود اختصاص داده است. صادرات ترکیه به مناطق دیگر مانند آسیا و جنوب صحرای آفریقا نیز افزایش یافته است.<sup>۱۸</sup>

در حالی که اتحادیه اروپا همچنان یک بازار اصلی است، صادرات کالاهای واسطه‌ای ترکیه، در مناطق مختلف توزیع شده است. این امر نشان‌دهنده ادغام در زنجیره ارزش جهانی متعددی است که از نقاط مختلف جهان نشأت می‌گیرند. منابع اصلی ارزش افزوده خارجی شامل چین، آلمان، فرانسه و ایتالیا هستند. صادرات کلیدی ترکیه در زنجیره ارزش جهانی مانند خودرو، ماشین‌آلات و تجهیزات برقی بر بازار اتحادیه

اروپا متمرکز است<sup>۱۹</sup>، اما سهم فزاینده‌ای نیز در دیگر مناطق مانند خاورمیانه و شمال آفریقا دارد. صادرات ترکیه به خاورمیانه و شمال آفریقا از ۲۸ میلیارد دلار در ۲۰۱۰ به ۴۸ میلیارد دلار در سال ۲۰۲۱ افزایش یافته است. سهم کالاهای واسطه‌ای در صادرات ترکیه به این منطقه در سال ۲۰۲۱ حدود ۱۵ میلیارد دلار بوده است.<sup>۲۰</sup>

به دیگر سخن، در حالی که اتحادیه اروپا همچنان بزرگ‌ترین مقصد صادراتی باقی مانده است، ترکیه بازارهای صادراتی خود را به طور قابل توجهی به‌ویژه به سمت منطقه خاورمیانه و شمال آفریقا متنوع کرده است. این تنوع جغرافیایی همراه با ارتباطات قوی پسینی با زنجیره ارزش جهانی که اروپا، آسیا و سایر مناطق را در بر می‌گیرد، نشان‌دهنده تعمیق مشارکت و ادغام ترکیه در زنجیره ارزش جهانی متعدد در سراسر صنایع و بلوک‌های اقتصادی مختلف است.

نمودار ۲- صادرات ترکیه به قاره‌های مختلف (ژانویه تا اکتبر ۲۰۲۲)<sup>۲۱</sup>



Source: Turkstat, BBVAResearch

ترکیه در سال‌های اخیر، به عنوان بخشی از تلاش‌های خود برای تنوع‌بخشی و گسترش بازارهای صادراتی فراتر از شرکای سنتی مانند اتحادیه اروپا، «استراتژی تمرکز بر کشورهای دوردست» را اجرا کرده است. این راهبرد، شامل توسعه فعالانه صادرات به بازارهای دوردست‌تر و نوظهور، به‌ویژه در آفریقا، آسیا و آمریکای لاتین است.

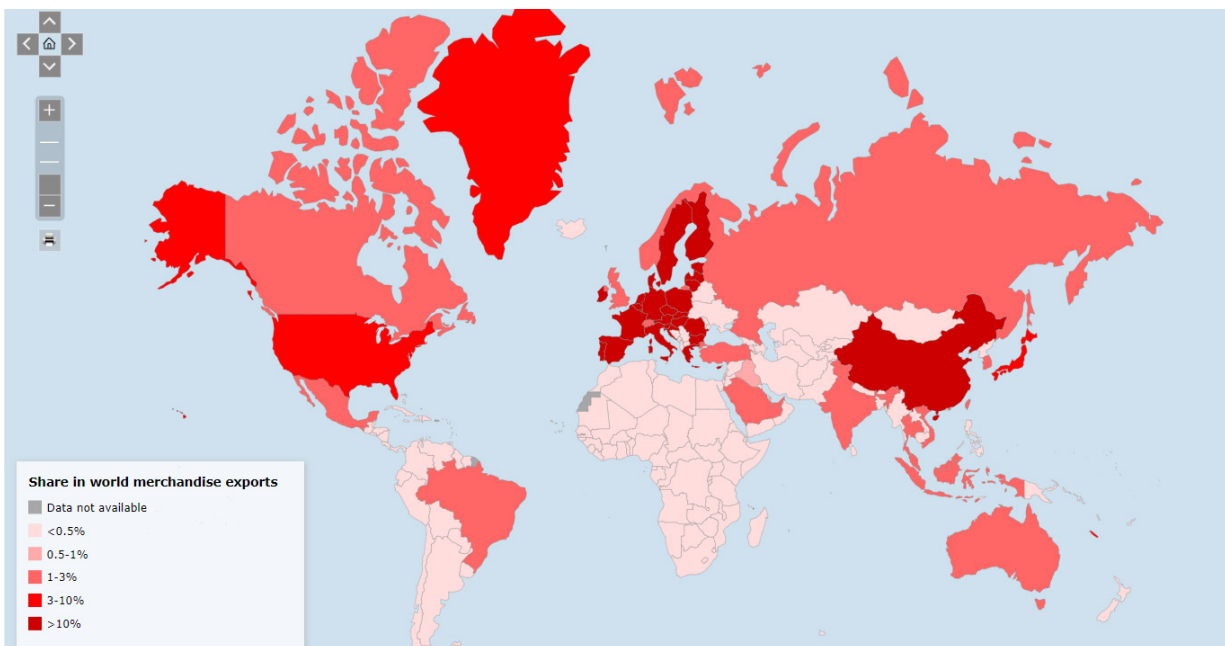
هدف از این راهبرد کاهش وابستگی شدید ترکیه به بازارهای صادراتی سنتی مانند اتحادیه اروپاست. این امر با بهره‌گیری از پتانسیل رشد اقتصادهای در حال توسعه، در مناطق دوردست محقق می‌شود. وزارت بازرگانی ترکیه فهرستی سالانه از «بازارهای هدف» منتشر می‌کند. در قالب آن شرکت‌های ترکیه‌ای تشویق می‌شوند که بر صادرات به این بازارها تمرکز کنند. کشورهایی مانند بنگلادش، بحرین، الجزایر، تونس و عمان در سال ۲۰۲۴ تحت استراتژی کشورهای دوردست به این فهرست اضافه شده‌اند. ترکیه برای

شرکت‌های صادرکننده به این بازارهای دوردست، انواع حمایت‌ها و مشوق‌ها را در نظر می‌گیرد؛ از جمله یارانه، هیئت‌های تجاری و کمک به رفع موانع تجاری. همچنین، ترکیه فعالانه برای تسهیل دسترسی به بازارهای کشورهای مختلف تلاش می‌کند. به عنوان مثال درحال پیگیری مشارکت‌های اقتصادی و تجاری با بلوک‌های منطقه‌ای مانند سازمان همکاری کشورهای اسلامی<sup>۳۳</sup> (OIC) است.

ترکیه افزون‌بر صادرات سنتی مانند نساجی و پوشاک، درحال ترویج صادرات محصولات با ارزش افزوده بالاتر مانند ماشین‌آلات، تجهیزات حمل‌ونقل و لوازم الکترونیکی به بازارهای دوردست است. برخی از بازارهای دوردست کلیدی که ترکیه تحت این راهبرد بر آن‌ها تمرکز کرده است، شامل کشورهای آفریقایی مانند الجزایر، تونس، مراکش، اتیوپی و آفریقای جنوبی، کشورهای خاورمیانه مانند عربستان سعودی، امارات متحده عربی، عراق و ایران، کشورهای آسیای مرکزی مانند قزاقستان، ازبکستان و ترکمنستان و کشورهای آمریکای لاتین مانند مکزیک، برزیل و آرژانتین می‌شود.

با اجرای «استراتژی تمرکز بر کشورهای دوردست»، ترکیه اهدافی مانند کاهش ریسک ناشی از وابستگی بیش‌ازحد به چند شریک سنتی، دسترسی به بازارهای نوظهور با رشد سریع‌تر و ارتقای جایگاه در زنجیره ارزش جهانی (از طریق صادرات محصولات متنوع‌تر و با ارزش افزوده بالاتر به سراسر جهان) را دنبال می‌کند.

نقشه (۱) سهم ترکیه در تجارت جهانی

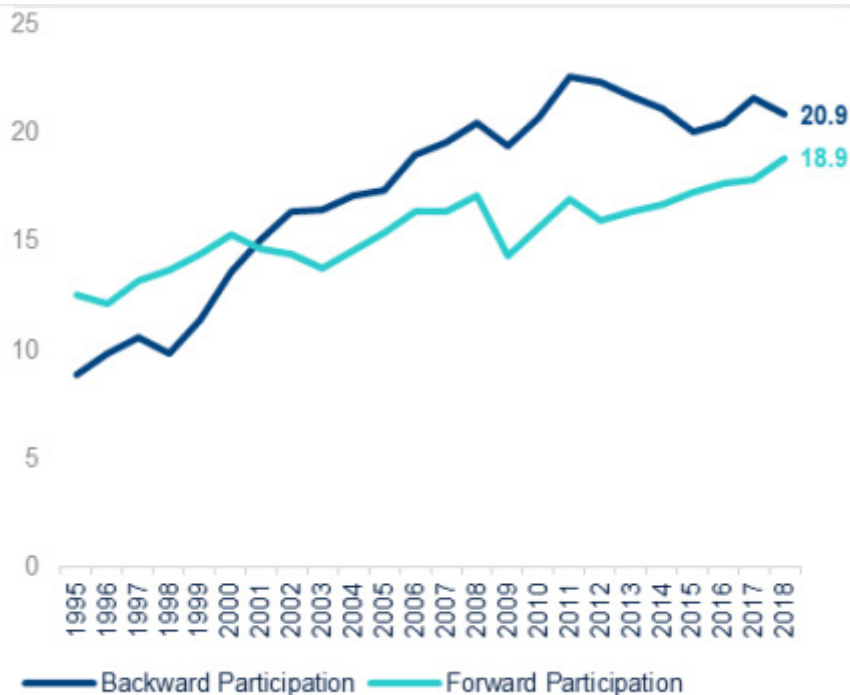


نقشه ۲) شرکای تجاری کلیدی ترکیه<sup>۲۴</sup>

## ۲. وابستگی به نهاده‌های وارداتی و ادغام در زنجیره ارزش جهانی

وابستگی ترکیه به نهاده‌های وارداتی (که به عنوان مشارکت پسینی شناخته می‌شود) شاخصی کلیدی در ادغام این کشور در زنجیره ارزش جهانی است. براساس داده‌ها، سهم مشارکت پسینی ترکیه در سال ۲۰۱۸ ۲۰٫۹ درصد بوده است. نمودار ذیل روند تحول در مشارکت پسینی و پیشینی ترکیه را نشان می‌دهد.

نمودار ۳- روند تحول در مشارکت پسینی و پیشینی ترکیه در زنجیره های ارزش جهانی (۱۹۹۵-۲۰۱۸)<sup>۲۵</sup>



Source: OECD TiVA, BBVAResearch



این وابستگی به نهادهای خارجی با گذر زمان افزایش یافته است. داده‌های سال ۲۰۱۸ نشان می‌دهد که حدود ۶۰٪ از نهادهای وارداتی ترکیه، از اتحادیه اروپا و سپس از آسیا تامین شده است. بخش‌هایی مانند وسایل نقلیه موتوری و ماشین‌آلات، وابستگی بالایی به نهادهای وارداتی از اتحادیه اروپا داشته‌اند. به‌طور کلی، سهم بالاتر نهادهای وارداتی در تولید، نشان‌دهنده مشارکت عمیق‌تر در زنجیره ارزش جهانی است. هنگامی که یک کشور برای تولید کالای صادراتی خود بیشتر به نهادهای خارجی متکی باشد، به‌طور عمیق‌تری در زنجیره‌های تامین جهانی، شرکت‌های چندملیتی و شبکه‌های تولید فرامرزی ادغام می‌شود. این تخصص‌گرایی عمودی، به کشورها این امکان را می‌دهد تا با استفاده از مزیت‌های نسبی خود، بر وظایف خاصی در زنجیره ارزش تمرکز کنند. در مورد ترکیه، بخش عمده‌ای (۸۳.۴٪) از ارزش افزوده در صادرات خدمات، داخلی است که نشان‌دهنده تخصص بالای این کشور در این بخش است.

منبع نهادهای وارداتی نیز برای موقعیت یک کشور در زنجیره ارزش جهانی اهمیت دارد. واردات از کشورها و مناطقی مانند اتحادیه اروپا که به‌طور عمیق در زنجیره ارزش جهانی جای گرفته‌اند، می‌توانند ادغام یک کشور در آن زنجیره‌های ارزش را تسهیل کنند. درمقابل، واردات از کشورهایی با مشارکت محدود در زنجیره ارزش جهانی، ممکن است به‌طور قابل‌توجهی به ادغام یک کشور در زنجیره ارزش جهانی کمک نکند. برای مثال، فدراسیون روسیه با درجه پایین تنیدگی در زنجیره‌ها، با تامین ۱۰.۲٪ از کل محتوای خارجی صادرات، مهم‌ترین تامین‌کننده نهادهای خارجی برای ترکیه است. نمونه‌های کلیدی از نهادهای وارداتی حیاتی برای تولید ترکیه در زنجیره ارزش جهانی عبارتند از:

۱. وسایل نقلیه موتوری و قطعات (۱۴.۵٪ محتوای خارجی در صادرات)؛

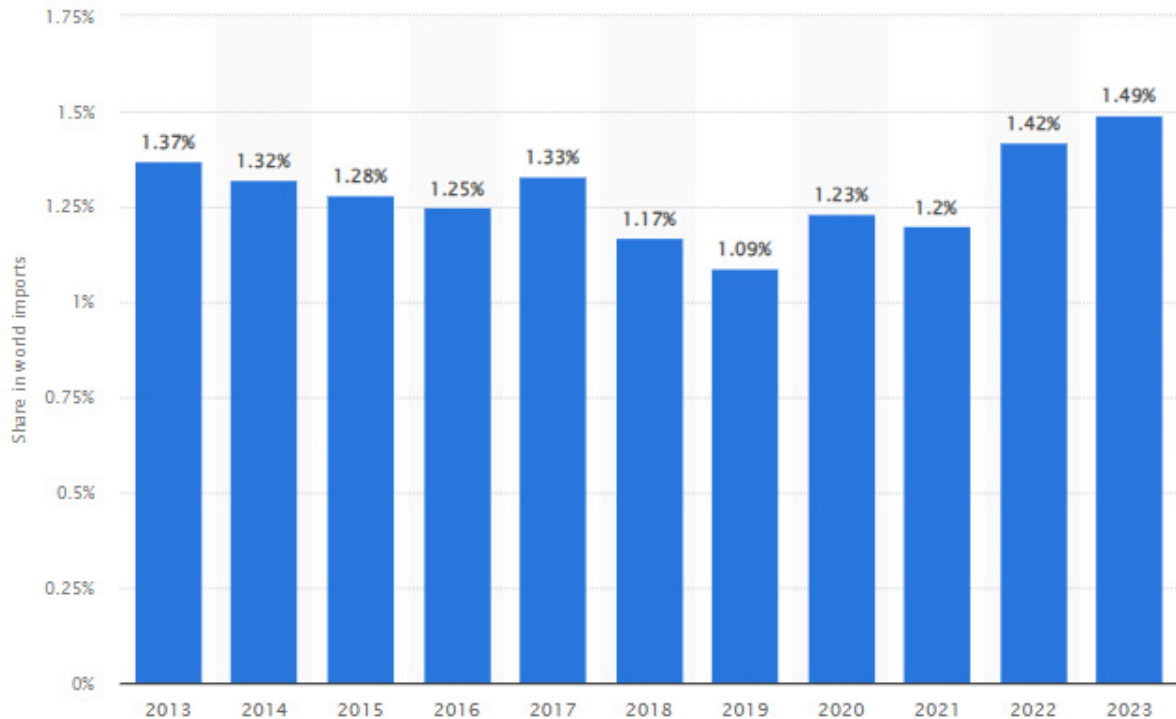
۲. منسوجات و پوشاک (۱۱٪ محتوای خارجی در صادرات)؛

۳. فلزات اساسی (۱۰٪ محتوای خارجی در صادرات).

این یافته‌ها نشان می‌دهد که ترکیه نقشی دوگانه در زنجیره ارزش جهانی ایفا می‌کند. از یک‌سو برای مراحل خاصی از تولید در بخش‌های تولیدی، به نهادهای خارجی مانند کالاهای چینی متکی است. از دیگر سو خدمات داخلی با ارزش بالایی ارائه می‌دهد که با حداقل وابستگی به نهادهای خارجی صادر می‌گردد.

گزارش سازمان تجارت جهانی در مورد تنیدگی ترکیه در زنجیره‌ها یافته‌های مهمی را ارائه می‌دهد که به درک بهتر ادغام ترکیه در زنجیره ارزش جهانی کمک می‌کند. سهم ترکیه در واردات جهانی کالا بین ۱.۱ تا ۱.۴٪ در نوسان بوده است. نمودار ذیل روند تحول در سهم ترکیه را نشان می‌دهد.

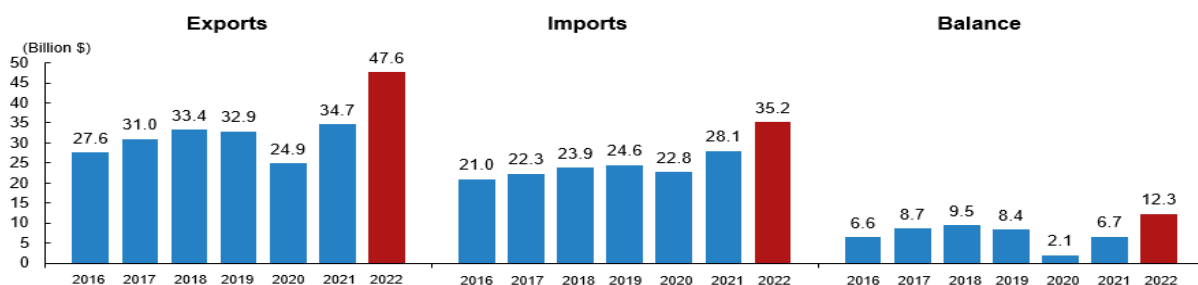
### نمودار ۴- سهم ترکیه در واردات جهانی کالا (۲۰۱۳-۲۰۲۳)



© Statista

در حوزه خدمات نیز همانگونه که نمودار ذیل نشان می‌دهد، واردات خدمات ترکیه در سال‌های اخیر پیوسته رو به افزایش بوده است. در سال ۲۰۲۲ واردات خدمات ترکیه ۳۵,۲ میلیارد دلار بوده است.<sup>۲۷</sup>

### نمودار ۵- روند تحول در واردات و صادرات خدمات ترکیه طی سال‌های ۲۰۱۶ تا ۲۰۲۲



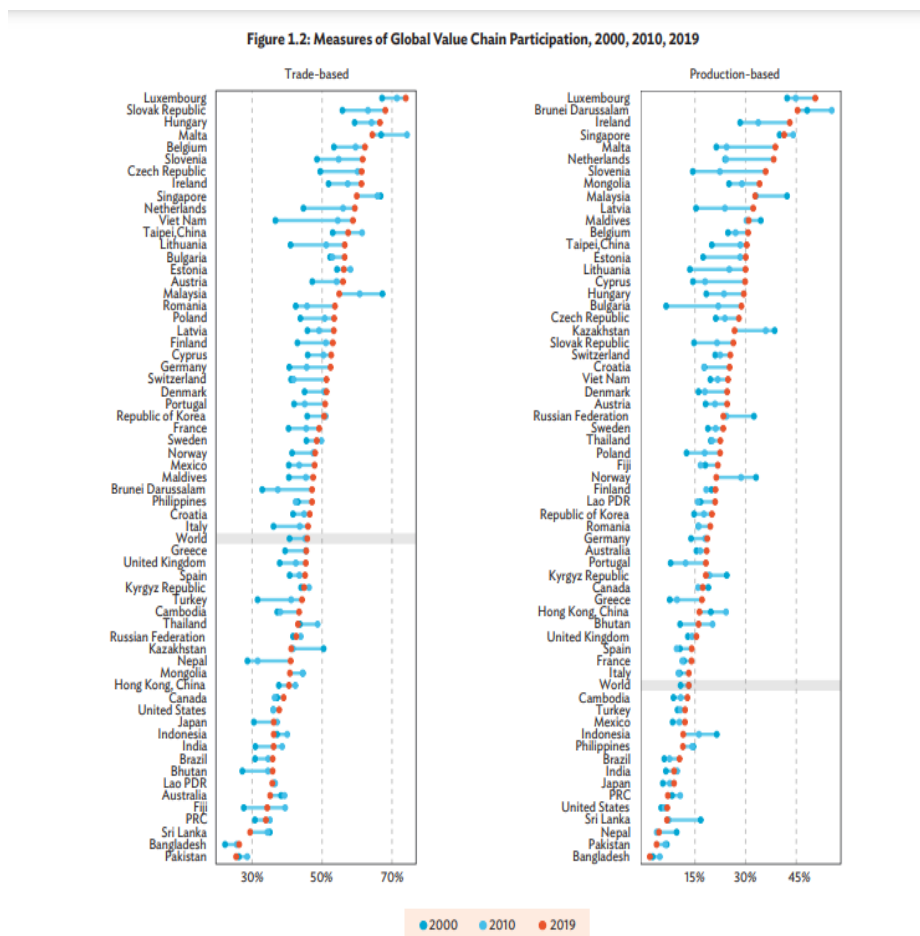
کل مشارکت ترکیه در زنجیره ارزش جهانی ۳۹.۸٪ است که پایین‌تر از آسیا با ۴۴.۴٪ و اروپا با ۴۸.۸٪ است. سهم بخش تولیدات صنعتی در کل صادرات ترکیه ۴۸.۶٪ است. تجارت عمده‌فروشی و خرده‌فروشی، صنعت پیشرو در صادرات به زنجیره ارزش جهانی با ارسال ۱۵.۵٪ از نهادهای داخلی خود به اقتصادهای ثالث است.<sup>۲۹</sup>

وابستگی به نهادهای وارداتی و تخصص در بخش خدمات، دو ویژگی کلیدی ادغام ترکیه در زنجیره



ارزش جهانی است. این کشور نقشی دوگانه به‌عنوان واردکننده و عرضه‌کننده خدمات ایفا می‌کند و سهم قابل توجهی در تجارت جهانی دارد. با این حال، سهم ترکیه در زنجیره ارزش جهانی در مقایسه با آسیا و اروپا پایین‌تر است؛ با این وجود، همان‌گونه که نمودار زیر نشان می‌دهد، میزان مشارکت ترکیه در زنجیره‌های ارزش تجارت‌محور و تولیدمحور، از میانگین جهانی پایین‌تر است، اما در دو دهه اخیر رشد قابل توجهی داشته است.

### نمودار ۶- روند تحول در مشارکت ترکیه در زنجیره‌های ارزش جهانی در مقایسه با طیفی از کشورها ۳۰



### ۳. مشارکت پسینی ترکیه در زنجیره ارزش جهانی

شاخص مشارکت پسینی (BPI) ترکیه، که میزان ارزش افزوده خارجی موجود در صادرات این کشور را اندازه‌گیری می‌کند، در سال ۲۰۲۱ حدود ۲۵٪ بوده است. این رقم نشان می‌دهد که تقریباً یک چهارم از ارزش صادرات ترکیه شامل مواد اولیه و اجزای وارداتی از کشورهای دیگر است. شاخص مشارکت پسینی بالاتر، نشان‌دهنده استفاده بیشتر از واسطه‌ها و مواد اولیه خارجی در صادرات است. شاخص مشارکت پسینی ترکیه در دو دهه گذشته، روند صعودی داشته و تقریباً از ۱۳٫۹٪ در سال ۱۹۹۵ به ۲۲٫۳٪ در سال ۲۰۱۱

رسیده که تقریباً دوبرابر شده‌است. این افزایش نشان می‌دهد که شرکت‌های ترکیه‌ای با تأمین محتوای وارداتی بیشتر برای صادرات خود، در حال پیوستن فعالانه به شبکه‌های جدید زنجیره‌های جهانی ارزش در این دوره بوده‌اند.

افزایش شاخص مشارکت پسینی ترکیه با ارتقای این کشور از یک «تولیدکننده کالاهای با فن‌آوری پایین» به یک اقتصاد «تولید پیشرفته و خدمات» در طبقه‌بندی زنجیره‌های جهانی ارزش بانک جهانی همراه بوده‌است.<sup>۳۱</sup> این تحول ساختاری با اصلاحات اقتصادی، آزادسازی تجارت و سیاست‌های اولویت‌دار صادرات از دهه ۱۹۸۰ به بعد، امکان‌پذیر شد.

نقطه عطف کلیدی، امضا توافقنامه اتحادیه گمرکی ترکیه با اتحادیه اروپا در سال ۱۹۹۵ بود که به سرعت موانع تجاری را کاهش داد و امکان یکپارچگی اقتصادی را در دهه ۲۰۰۰ فراهم کرد و در نتیجه، باعث افزایش بیشتر شاخص مشارکت پیشینی ترکیه شد. اتحادیه اروپا همچنان به‌عنوان بزرگ‌ترین منبع واحد ارزش افزوده خارجی در تمامی بخش‌های صادرات ترکیه باقی مانده است.

به طور خلاصه، شاخص مشارکت پسینی نسبتاً بالای ترکیه، حدود ۲۵٪ است که بیانگر ادغام عمیق این کشور در زنجیره ارزش جهانی از طریق ورودی‌های وارداتی به‌ویژه از بازار اتحادیه اروپاست. شاخص مشارکت پسینی ترکیه در زنجیره ارزش جهانی که میزان ارزش افزوده داخلی این کشور را (که به اقتصادهای ثالث برای استفاده در صادرات آن‌ها صادر می‌شود) اندازه‌گیری می‌کند، در سال ۲۰۱۸ برابر با ۱۸,۹٪ بوده است.

این امر نشان می‌دهد که ارزش افزوده داخلی ترکیه، به‌ویژه از این بخش‌ها، به‌عنوان نهاد در صادرات و فرآیندهای تولید کشورهای دیگر در زنجیره ارزش جهانی استفاده می‌شود.

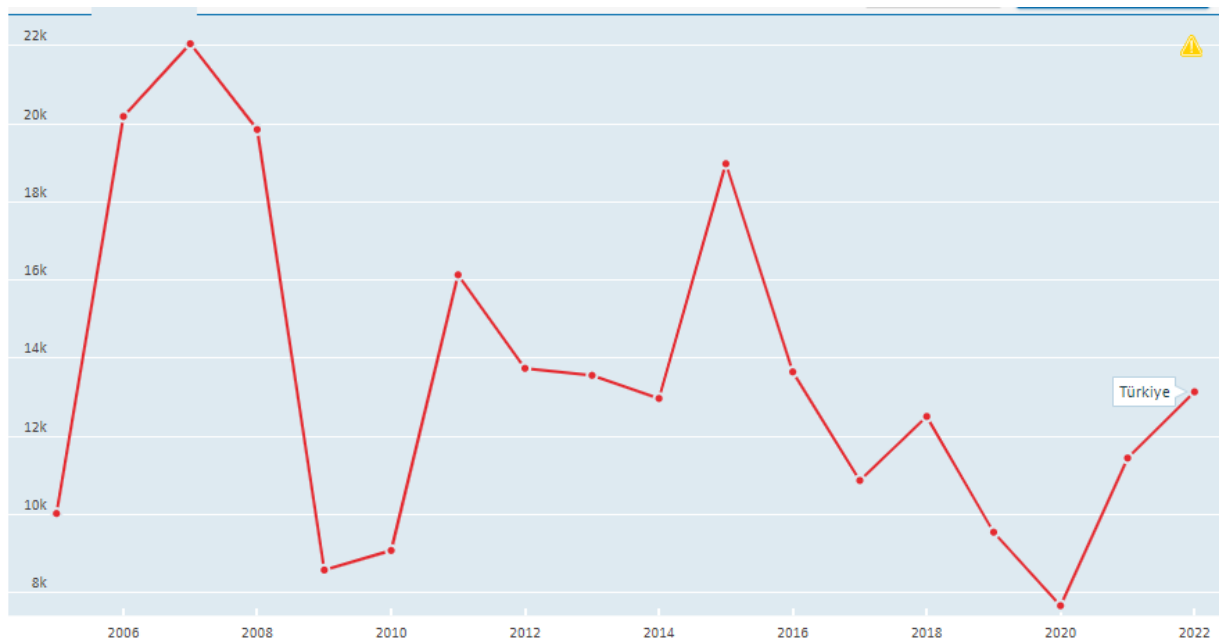
با این وجود، مشارکت پسینی ترکیه همچنان بالاتر از مشارکت پیشینی باقی مانده است؛ امری که نشان‌دهنده وابستگی بیشتر به نهادهای وارداتی است. از دیگر سو، رشد سریع‌تر شاخص مشارکت پیشینی نشان می‌دهد که با گذر زمان، ترکیه در حال افزایش سهم خود از ارزش افزوده داخلی در شبکه‌های تولید جهانی است.

#### ۴. سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی

در شاخص سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی به‌عنوان یکی دیگر از شاخص‌های نشان‌دهنده نوع مشارکت کشورها در زنجیره ارزش جهانی، ترکیه در سال ۲۰۲۱ موفق به جذب ۱۱,۴ میلیارد دلار سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی شد که افزایش قابل توجهی به رقم ۷,۶ میلیارد دلاری سال ۲۰۲۰ نشان می‌دهد. این رقم در سال ۲۰۲۲ به ۱۳,۱ رسید. البته، جریان ورودی سرمایه‌گذاری خارجی به ترکیه در دو دهه گذشته، نوسان

قابل توجهی داشته است. این رقم در سال ۲۰۰۷ با رسیدن به ۲۲ میلیارد دلار به اوج خود رسید و سپس نوسان داشته است.

نمودار ۷- سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی در ترکیه (۲۰۰۸-۲۰۲۲)



از لحاظ بخش‌های جذب‌کننده سرمایه‌گذاری خارجی، بخش تولید در سال‌های اخیر، یکی از مهم‌ترین بخش‌های جذب‌کننده سرمایه‌گذاری خارجی در ترکیه بوده است و حدود ۳۰٪ از کل ورودی‌های این نوع سرمایه‌گذاری را به خود اختصاص داده است. سرمایه‌گذاران اصلی خارجی در ترکیه شامل هلند، ایالات متحده، آلمان و بریتانیا هستند. روشن است که شرکت‌های چندملیتی متعددی با ادغام عمیق در زنجیره ارزش جهانی در این کشورها مستقر هستند.

حضور شرکت‌های چندملیتی خارجی از طریق سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی می‌تواند مشارکت کشور میزبان در زنجیره ارزش جهانی را به چند طریق تسهیل کند. شرکت‌های چندملیتی اغلب بخش‌هایی از زنجیره‌های ارزش خود را در ورای مرزها مستقر می‌کنند و مواد اولیه را تامین و محصولات نهایی را به صورت جهانی توزیع می‌کنند. سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی آن‌ها می‌تواند ترکیه را به این شبکه‌های تولید بین‌المللی متصل کند.

افزون بر این، سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی می‌تواند فناوری‌های پیشرفته، شیوه‌های مدیریت و مهارت‌های جدید را به همراه آورد و به این ترتیب، بر قابلیت رقابت شرکت‌های داخلی و توانایی آن‌ها برای مشارکت در فعالیت‌های با ارزش افزوده بالاتر در زنجیره ارزش جهانی بیفزاید. شرکت‌های وابسته چندملیتی در ترکیه می‌توانند از کانال‌های توزیع جهانی خود برای صادرات کالا و خدمات بهره‌برداری

کرده و مشارکت این کشور در زنجیره ارزش جهانی را ارتقا دهند. با این وجود، تاثیر سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی بر مشارکت در زنجیره ارزش جهانی همچنین به نوع سرمایه‌گذاری (جذب بازار در مقابل ارتقای کارآیی)، بخش مورد نظر و سیاست‌های داخلی برای تسهیل ارتباط میان شرکت‌های خارجی و تامین‌کنندگان داخلی بستگی دارد.

ترکیه طی دو دهه گذشته شاهد رشد قابل توجهی در جریان ورودی سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی بوده است. ترکیه در سال ۲۰۰۳، ۱۰۷ میلیارد دلار سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی جذب کرد. ورودی‌های سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی به ترکیه در طول سال‌ها به‌طور پیوسته افزایش یافت و در سال ۲۰۰۷ به بالاترین میزان خود یعنی ۲۲۶ میلیارد دلار رسید. پس از افت سرمایه‌گذاری‌ها در جریان بحران مالی جهانی، ورودی‌های سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی مجدداً رونق گرفت و در سال ۲۰۱۵ به ۱۹۰۱ میلیارد دلار رسید. ترکیه در سال ۲۰۲۲، ۱۴۰۱ میلیارد دلار سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی جذب کرد که نسبت به رقم ۱۰۰۸ میلیارد دلاری سال قبل، افزایش قابل توجهی را نشان می‌دهد.

سرازیر شدن این حجم از سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی، تسهیل‌گر یکپارچگی ترکیه در زنجیره‌های ارزش جهانی، به‌ویژه در بخش تولید بوده است. سرمایه‌گذاران خارجی با بهره‌گیری از موقعیت راهبردی ترکیه، نیروی کار ماهر و دسترسی به بازارهای منطقه‌ای، اقدام به تاسیس واحدهای تولیدی در این کشور کرده‌اند. صنعت خودرو از این سرمایه‌گذاری‌ها به‌طور ویژه‌ای بهره‌مند شده است، به گونه‌ای که خودروسازان جهانی در ترکیه کارخانه‌های تولید راه‌اندازی کرده و قطعات مورد نیاز خود را از تامین‌کنندگان محلی تامین می‌کنند. ترکیه همچنین توانسته است در صنایع الکترونیک، ماشین‌آلات و نساجی، سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی جذب کند که این امر، مشارکت این کشور در مراحل مختلف زنجیره ارزش جهانی را ممکن ساخته است.

ورودی‌های سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی به ایجاد اشتغال، انتقال فناوری و افزایش بهره‌وری در ترکیه کمک کرده است. یکپارچگی با زنجیره‌های ارزش جهانی، صادرات کالا و خدمات ترکیه را تسهیل کرده و عملکرد تجاری این کشور را تقویت نموده است. همچنین، سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی، رقابت و نوآوری را تقویت کرده و شرکت‌های ترکیه را به ارتقای سطح رقابت‌پذیری خود در بازارهای جهانی سوق داده است. با این حال، وابستگی ترکیه به سرمایه‌گذاری و آسیب‌پذیری آن در برابر شوک‌های بیرونی، همچنان چالش‌هایی هستند که باید مورد توجه قرار گیرند.<sup>۳۳</sup>

به طور خلاصه، ترکیه طی دو دهه گذشته، شاهد رشد قابل توجهی در جریان ورودی سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی بوده است که این امر، امکان تعمیق مشارکت این کشور در زنجیره‌های ارزش جهانی، به‌ویژه در بخش تولید را فراهم آورده است. این یکپارچگی، منافع اقتصادی به همراه داشته است، اما همچنین

ضرورت تلاش‌های مستمر برای جذب سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی پایدار و ارتقای سطح رقابت‌پذیری ترکیه در اقتصاد جهانی را برجسته می‌کند.

خلاصه آن که گرچه جریان ورودی سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی به ترکیه در سال‌های اخیر نوسان داشته، این کشور جذب سرمایه‌گذاری قابل توجهی (به‌ویژه در بخش تولید از کشورهای سرمایه‌گذار کلیدی که عمیقا درگیر زنجیره‌های جهانی ارزش هستند) داشته است. این سرمایه‌گذاری‌ها می‌تواند از طریق ادغام شرکت‌های داخلی در شبکه‌های تولید چندملیتی، تسهیل انتقال فناوری و دسترسی به بازارهای صادراتی، مشارکت ترکیه در زنجیره‌های جهانی ارزش را به‌طور بالقوه ارتقا دهند. با این وجود، به حداکثر رساندن این مزایا مستلزم سیاست‌های هدفمند برای بهره‌مندی از سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی به منظور ارتقای موقعیت ترکیه در زنجیره ارزش جهانی است.

شرکت‌های چندملیتی<sup>۳۴</sup> (MNCs) با حضور پررنگ در صنایع کلیدی مختلف، نقش حیاتی در ادغام ترکیه در زنجیره ارزش جهانی ایفا می‌کنند. این شرکت‌ها در صنایع زیر به شدت فعال‌اند:

## ۱. خودروسازی

شرکت‌های چندملیتی بزرگ مانند فورد، تویوتا، رنو و هیوندای با برپایی کارخانه‌های تولیدی در ترکیه، به جایگاه این کشور به‌عنوان تولیدکننده پیشرو در حوزه خودرو و قطعات خودرو کمک کرده‌اند. بخش خودروسازی عمیقا در زنجیره ارزش جهانی ادغام شده‌است.

تنیدگی صنعت خودروسازی ترکیه در زنجیره‌های ارزش جهانی، محرک قابل توجهی برای رشد و رقابت‌پذیری بین‌المللی این بخش بوده است. این ادغام با نقش‌آفرینی ترکیه در مراحل مختلف فرآیند تولید خودرو، از ساخت قطعات تا مونتاژ و صادرات، مشخص می‌شود. در سال ۲۰۲۳، صنعت خودروسازی ترکیه با دستیابی به ۳۵ میلیارد دلار فروش بین‌المللی، رکورد صادرات خود را شکست. این رقم، نشان‌دهنده افزایش ۱۳ درصدی نسبت به سال قبل و عمق بالای ادغام ترکیه در بازارهای جهانی، به ویژه اروپا، است.<sup>۳۵</sup> اتحادیه‌ی اروپا با جذب ۶۷.۹ درصد از صادرات خودروهای ترکیه، بازار اصلی این محصولات به شمار می‌رود. آلمان به عنوان واردکننده برتر، در اوایل سال ۲۰۲۴، ۱.۲۶ میلیارد دلار از محصولات خودروسازی ترکیه را خریداری کرده است.<sup>۳۶</sup> ترکیه در سال ۲۰۲۲ موفق به صادرات ۹.۶۷ میلیارد دلاری خودرو شد و به هجدهمین صادرکننده بزرگ خودرو در سطح جهان تبدیل گردید.<sup>۳۷</sup>

تولید ۱،۳۵۲،۶۴۸ دستگاه خودروی موتوری در سال ۲۰۲۳، جایگاه دوازدهمین تولیدکننده‌ی بزرگ خودرو در سطح بین‌المللی را برای ترکیه به ارمغان آورد. از این تعداد، بیش از یک میلیون دستگاه خودرو صادر شد<sup>۳۸</sup> که در این میان، شرکت فورد اتوسان با صادرات بیش از ۳۱۱ هزار دستگاه خودرو، پیش‌تاز این صنعت بوده

است.<sup>۳۹</sup> ترکیه با مشارکت فعال در بخش‌های اصلی زنجیره‌ی ارزش صنعت خودرو، از جمله مونتاژ نهایی، قطعات و مجموعه‌ها، و زیرمجموعه‌ها، جایگاه خود را تثبیت کرده است. در سال ۲۰۱۸، سهم صادرات خودرو این کشور در تجارت جهانی خودرو، در بخش مونتاژ نهایی با ۵۳ درصد، بالاترین میزان بود. پس از آن، بخش‌های قطعات و مجموعه‌ها (۴۴ درصد) و زیرمجموعه‌ها (۳ درصد) قرار داشتند. صنعت خودروسازی در سطح جهانی، بالاترین میزان هزینه را صرف تحقیق و توسعه می‌کند. خودروسازان بزرگ بین‌المللی مانند فولکس‌واگن، دایملر و تویوتا، سرمایه‌گذاری‌های قابل توجهی در بخش تحقیق و توسعه دارند که بر فعالیت‌های آن‌ها در ترکیه نیز تاثیر می‌گذارد.

سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی به‌طور قابل توجهی به صنعت خودروسازی ترکیه کمک کرده و موجب ارتقا بهره‌وری، اشتغال‌زایی و توانمندی‌های صادراتی شده است. ادغام این بخش در زنجیره‌های ارزش جهانی، انتقال فناوری و افزایش رقابت‌پذیری را تسهیل نموده است.

صنعت تامین قطعات خودروسازی ترکیه، به عنوان بزرگ‌ترین گروه محصول در صادرات خودرو، در سال ۲۰۲۳ شاهد افزایش ۹ درصدی بود؛ به طوری که صادرات آن به ۱۴.۱ میلیارد دلار رسید که ۴۰.۴ درصد از کل صادرات خودرو را تشکیل می‌داد. ترکیه خود را به عنوان یک تامین‌کننده کلیدی برای خودروسازان اروپایی تثبیت کرده است که در این میان، شرکت‌هایی مانند فیات، رنو، فورد و هیوندای نقش‌های قابل توجهی ایفا می‌کنند. این مشارکت‌ها، موقعیت ترکیه را در زنجیره تامین جهانی صنعت خودرو تقویت کرده است.

به طور خلاصه، صنعت خودروسازی ترکیه از طریق رشد قابل توجه صادرات، مشارکت‌های راهبردی و سرمایه‌گذاری‌های کلان در فناوری و تحقیق و توسعه، با موفقیت در زنجیره ارزش جهانی ادغام شده است. این ادغام نه تنها تاثیر اقتصادی این بخش را تقویت کرده، بلکه ترکیه را به عنوان بازیگری محوری در بازار جهانی خودرو نیز مطرح نموده است.<sup>۴۰</sup>

## ۲. ماشین‌آلات و لوازم الکترونیکی

شرکت‌های چندملیتی مانند زیمنس، بوش و ال‌جی در ترکیه فعالیت داشته و در تولید ماشین‌آلات، تجهیزات الکتریکی و لوازم الکترونیکی مصرفی مشارکت دارند. به طور کلی شرکت‌های چند ملیتی نقش مهمی در مشارکت ترکیه در زنجیره‌های ارزش جهانی، به ویژه در بخش‌های ماشین‌آلات و تجهیزات الکترونیکی ایفا می‌کنند. سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی توسط این شرکت‌های چندملیتی با ورود سرمایه، فناوری و دسترسی به بازارهای جهانی و زنجیره‌های تامین، باعث تسهیل ادغام در زنجیره‌ها می‌شود. سهم تولیدکنندگان چندملیتی از کل صادرات ترکیه در سال ۲۰۲۰ حدود ۲۲ درصد بود که اهمیت آن‌ها را در

مشارکت در زنجیره‌ها نشان می‌دهد. بخش‌های ماشین‌آلات و لوازم الکترونیکی در سال ۲۰۱۱ با ۲۷.۴ درصد و ۳۱.۸ درصد به ترتیب، بالاترین سطوح محتوای ارزش افزوده خارجی را در صادرات داشتند که نشان‌دهنده ادغام عمیق این بخش است، ادغامی که توسط شرکت‌های چندملیتی تسهیل شده است.<sup>۴۱</sup>

شرکت زیمنس با سرمایه‌گذاری قابل توجه در ترکیه و فعالیت ۱۷ مرکز تولید، از جمله تجهیزات تولید برق، لوازم خانگی و فناوری سلامت، در این کشور حضور دارد. بوش با داشتن ۱۸ شعبه در ترکیه قطعات خودرو، ابزار برقی و لوازم خانگی تولید می‌کند و بیش از ۱۸۰۰۰ نفر را استخدام کرده است و همچنان در این کشور فعالیت می‌کند. ال‌جی یک مرکز تولید عمده در ترکیه برای لوازم الکترونیکی مصرفی مانند تلویزیون، تهویه مطبوع و لوازم خانگی دارد که به بیش از ۳۰ کشور جهان صادرات انجام می‌دهد. وستل تولیدکننده اصلی تلویزیون و لوازم الکترونیکی است که برای ساخت، قراردادی با برندهای جهانی مانند توشیبا و فیلیپس همکاری دارد. بوش و زیمنس (BSH) به عنوان بخشی از زنجیره تامین جهانی خود، لوازم خانگی را در ترکیه تولید می‌کنند. دایکین یک کارخانه تولید سیستم تهویه مطبوع در ترکیه دارد که به عنوان بخشی از شبکه تولید منطقه‌ای خود به اروپا صادر می‌کند.<sup>۴۲</sup>

به طور خلاصه، حضور و سرمایه‌گذاری‌های شرکت‌های چندملیتی بزرگ در بخش‌های ماشین‌آلات، لوازم الکترونیکی و خودرو، از طریق انتقال فناوری، دسترسی به بازارهای جهانی و شبکه‌های زنجیره تامین، در ادغام تولیدکنندگان ترکیه در زنجیره ارزش جهانی نقش اساسی داشته است. جذب مداوم سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی برای مشارکت ترکیه در این صنایع با ارزش بالا همچنان حیاتی است.

### ۳. نساجی و پوشاک

ترکیه صادرکننده عمده نساجی و پوشاک است و شرکت‌های چندملیتی مانند Zara، Inditex و H&M با تامین اجناس از تولیدکنندگان ترک، در زنجیره‌های جهانی ارزش نساجی مشارکت می‌کنند. شرکت‌های چندملیتی از طریق سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی و راهبردهای تامین، نقش قابل توجهی در مشارکت ترکیه در زنجیره ارزش جهانی نساجی ایفا می‌کنند. این شرکت‌ها با ورود سرمایه، فناوری و دسترسی به بازارهای جهانی، عواملی کلیدی برای ادغام تولیدکنندگان ترک در زنجیره ارزش جهانی به شمار می‌آیند.

صنعت نساجی و پوشاک ترکیه یکی از ارکان اصلی اقتصاد این کشور است و بیش از ۱۸ درصد از صادرات آن را تشکیل می‌دهد. ترکیه دارای صنعتی نساجی با سابقه، متنوع و مدرن است که از توان تولید در کل زنجیره تامین، از مواد اولیه تا محصولات نهایی برخوردار است. این صنعت از نیروی کار بسیار ماهر و منعطف، موقعیت جغرافیایی راهبردی و زمان‌های رهسپاری کوتاه بهره‌مند است، امری که تولیدکنندگان ترک را قادر می‌سازد تا کالاها را به طور موثر به بازار جهانی صادر کنند.



شرکت Inditex (زارا) بخش قابل توجهی از پوشاک خود را از ترکیه تامین می‌کند و از نزدیکی این کشور به اروپا بهره می‌برد. این مشارکت به ادغام تولیدکنندگان ترک در زنجیره تامین Inditex کمک کرده است. H&M نیز بخشی از نساجی و پوشاک را از تولیدکنندگان ترک تامین می‌کند و از توان تولید پیشرفته و موقعیت راهبردی این کشور بهره‌مند می‌شود. این همکاری مشارکت ترکیه در زنجیره تامین جهانی H&M را تسهیل کرده است. منگو، یکی دیگر از خرده‌فروشان بزرگ پوشاک، انواع مختلفی از لباس‌ها را از ترکیه تامین می‌کند که به رشد صادرات و ادغام این کشور در زنجیره ارزش جهانی کمک می‌کند.

شرکت نایک، از نیروی کار ماهر و فرآیندهای تولید پیشرفته ترکیه بهره‌مند شده و بخشی از البسه ورزشی و پوشاک خود را از تولیدکنندگان این کشور تامین می‌کند. آدیداس نیز برای خطوط پوشاک خود با تولیدکنندگان نساجی ترک همکاری می‌کند و از تولید باکیفیت و مدیریت کارآمد زنجیره تامین ترکیه بهره می‌برد. مارکس و اسپنسر با استفاده از نزدیکی ترکیه به بریتانیا و توانایی آن در تولید سریع لباس‌های باکیفیت، بخشی از پوشاک خود را از این کشور تامین می‌کند. Next، خرده‌فروش مستقر در بریتانیا، بخش قابل توجهی از پوشاک خود را از ترکیه تامین می‌کند و از صنعت نساجی پیشرفته و موقعیت راهبردی این کشور بهره‌مند می‌شود. پرایمارک، نساجی و پوشاک را از تولیدکنندگان ترک تامین می‌کند و به رشد صادرات و ادغام این کشور در زنجیره ارزش جهانی کمک می‌کند. لیوایز با استفاده از تخصص ترکیه در تولید نساجی و موقعیت راهبردی آن، بخشی از پوشاک را از این کشور تامین می‌کند. کلوبین کلین نیز انواع مختلفی از لباس‌ها را از ترکیه تامین می‌کند و از توان تولید باکیفیت و مدیریت کارآمد زنجیره تامین این کشور بهره می‌برد.

صنعت نساجی ترکیه در سال ۲۰۲۲ موفق به صادرات حدود ۳۶.۷ میلیارد دلاری کل زنجیره ارزش نساجی، از مواد اولیه تا پوشاک نهایی، گردید. این رقم، جایگاه ترکیه را به عنوان هفتمین صادرکننده بزرگ نساجی در جهان تثبیت نموده است. لازم به ذکر است که بخش نساجی، سومین گروه کالایی صادراتی ترکیه در سال ۲۰۲۲ به شمار می‌رود.

آلمان (۴.۷۸ میلیارد دلار)، اسپانیا (۳.۲۳ میلیارد دلار)، انگلستان (۲.۷ میلیارد دلار)، ایالات متحده (۲.۶۳ میلیارد دلار) و هلند (۲.۰۱ میلیارد دلار) به ترتیب به عنوان مهم‌ترین بازارهای هدف صادراتی منسوجات ترکیه در سال ۲۰۲۲ شناخته شدند. اتحادیه اروپا همچنان به عنوان بزرگترین بازار صادرات نساجی ترکیه باقی ماند. در سال ۲۰۲۲ حدود ۴۳ درصد از کل صادرات نساجی ترکیه به ارزش ۵.۶ میلیارد دلار به اتحادیه اروپا اختصاص یافت، با این حال صادرات به این منطقه نسبت به سال قبل با کاهش ۵ درصدی مواجه گردید. کشورهای آفریقایی (۱.۴ میلیارد دلار، افزایش ۷ درصد) و ایالات متحده (۸۶۶ میلیون دلار، افزایش ۳.۱ درصد) نیز از دیگر بازارهای مهم صادراتی ترکیه در سال ۲۰۲۲ به شمار می‌روند.



نکته کلیدی از منظر بحث حاضر آن است که شرکت‌های اروپایی سهمی بیش از ۶۰ درصد از صادرات نساجی و پوشاک ترکیه را در اختیار دارند، امری که اهمیت شرکت‌های چندملیتی اروپا در مشارکت ترکیه در زنجیره ارزش نساجی را برجسته می‌کند.

حضور و سرمایه‌گذاری شرکت‌های چندملیتی بزرگ در بخش نساجی و پوشاک ترکیه، نقشی اساسی در ادغام تولیدکنندگان ترک در زنجیره ارزش جهانی داشته است. این شرکت‌ها با ورود سرمایه، فناوری و دسترسی به بازارهای جهانی، عواملی کلیدی برای مشارکت ترکیه در زنجیره نساجی به شمار می‌آیند. جذب مداوم سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی و مشارکت‌های راهبردی با شرکت‌های چندملیتی برای ترکیه همچنان ضروری است تا بتواند ادغام خود را در زنجیره ارزش جهانی عمیق‌تر کند و جایگاه رقابتی خود را در صنعت نساجی و پوشاک حفظ نماید.<sup>۴۳</sup>

#### ۴. مواد غذایی و نوشیدنی

شرکت‌های چندملیتی مانند کوکاکولا، پیسی‌کو و یونیلیور فعالیت‌های قابل توجهی در صنعت مواد غذایی و نوشیدنی ترکیه دارند.

#### ۵. لوازم خانگی

شرکت‌های بزرگ ترکی مانند آرشه‌لیک (مالکیت آن متعلق به گروه کوچ) و وستل برای تولید و توزیع جهانی لوازم خانگی با شرکت‌های چندملیتی مشارکت دارند.

#### ۶. بانکداری

بانک‌های بین‌المللی بزرگ مانند اچ.اس.بی.سی (HSBC)، بی‌ان‌پی (BNP)، پاریباس و سیتی‌گروپ در بخش خدمات مالی ترکیه حضور دارند.<sup>۴۴</sup>

موقعیت راهبردی ترکیه، بازار داخلی وسیع، نیروی کار ماهر و ادغام با زنجیره‌های ارزش اروپا از طریق اتحادیه گمرکی اروپا، عواملی‌اند که شرکت‌های چندملیتی را به سرمایه‌گذاری در این کشور جذب می‌کنند. این شرکت‌ها سهم قابل توجهی از صادرات ترکیه را به خود اختصاص می‌دهند و شرکت‌های صادرکننده محصولات مرتبط با زنجیره‌های جهانی ارزش، تاثیر مثبتی بر تجارت بین‌المللی کشور دارند. بخش‌هایی که در آن‌ها شرکت‌های چندملیتی حضور پررنگی دارند، مانند خودروسازی، ماشین‌آلات، لوازم الکترونیکی و نساجی، عمیقاً در زنجیره‌های جهانی ارزش ادغام شده‌اند و نقشی اساسی در عملکرد صادراتی ترکیه ایفا می‌کنند. شرکت‌های چندملیتی و شرکت‌های مرتبط با زنجیره‌های جهانی ارزش، به‌طور معمول کارفرمایان بزرگی در ترکیه هستند و سهم قابل توجهی از اشتغال در بخش تولید را به خود اختصاص

می‌دهند. همچنین، به‌طور کلی بهره‌وری این شرکت‌ها بالاتر است و کارکنان شاغل در شرکت‌های صادرکننده محصولات مرتبط با زنجیره‌های جهانی ارزش، دو برابر کارکنان شرکت‌های خارج از زنجیره‌های جهانی ارزش، بهره‌وری دارند.

شرکت‌های چندملیتی به عنوان یک منبع اصلی برای جریان ورودی سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی به ترکیه، به‌ویژه در بخش تولید، به تلاش‌های صنعتی‌سازی این کشور کمک کرده‌اند. حضور شرکت‌های چندملیتی، انتقال فناوری و به کارگیری روش‌های تولید مدرن را تسهیل کرده است که در نتیجه، بر قابلیت رقابت شرکت‌های ترکیه‌ای می‌افزاید. این شرکت‌ها ارتباطاتی قوی با تامین‌کنندگان داخلی برقرار کرده و شرکت‌های ترکیه‌ای را در زنجیره‌های تامین جهانی خود ادغام کرده‌اند و به این ترتیب، فرصت‌هایی را برای کسب‌وکارهای محلی جهت مشارکت در زنجیره ارزش جهانی فراهم کرده‌اند. حضور گسترده‌تر شرکت‌های چندملیتی و ادغام ترکیه در زنجیره ارزش جهانی، به‌ویژه در دهه ۲۰۰۰، از عوامل کلیدی رشد اقتصادی و افزایش سطح درآمد در این کشور بوده است.<sup>۴۵</sup>

با وجود تاثیر مثبت شرکت‌های چندملیتی، مشارکت ترکیه در زنجیره ارزش جهانی در مقایسه با اقتصادهای پیشرفته، هنوز امکان توسعه دارد. این امر نشان‌دهنده پتانسیل برای ادغام و ارتقای بیشتر در شبکه‌های تولید جهانی به منظور تقویت توسعه اقتصادی و افزایش سطح درآمد است. همان‌گونه که نمودار زیر نشان می‌دهد، جایگاه ترکیه از میانگین کشورهای منتخب نیز پایین‌تر است.

## ۵. سیاست‌های دولت و تاثیر آن‌ها بر مشارکت ترکیه در زنجیره ارزش جهانی

سیاست‌های دولت، به‌ویژه سیاست‌های تجاری، سرمایه‌گذاری و صنعتی، نقش مهمی در تسهیل مشارکت ترکیه در زنجیره ارزش جهانی داشته‌اند. سیاست تجاری ترکیه (به خصوص انعقاد توافق‌نامه اتحادیه گمرکی با اتحادیه اروپا و موافقت‌نامه‌های تجارت آزاد (FTAs)<sup>۴۶</sup> مختلف) به طور قابل توجهی به ادغام این کشور در زنجیره ارزش جهانی کمک کرده است. توافق‌نامه اتحادیه گمرکی با اتحادیه اروپا در سال ۱۹۹۵، با حذف تعرفه‌ها و همسوکردن مقررات تجاری ترکیه با اتحادیه اروپا، نقش ترکیه در زنجیره‌های ارزش اروپایی را تقویت کرده است. افزون بر این، موافقت‌نامه‌های تجارت آزاد ترکیه با سایر کشورها، مشارکت این کشور در زنجیره ارزش جهانی را فراتر از اروپا گسترش داده و منجر به متنوع‌سازی روابط تجاری و تقویت ادغام اقتصادی شده است.<sup>۴۷</sup>

در حوزه سرمایه‌گذاری، مشوق‌های سرمایه‌گذاری به طور راهبردی، برای جذب سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی که برای ادغام این کشور در زنجیره ارزش جهانی ضروری است، به کار گرفته شده است. این مشوق‌ها شامل معافیت‌های مالیاتی، یارانه‌ها و حمایت از تملک زمین می‌شود که ترکیه را به مقصدی

قابل توجه برای شرکت‌های چندملیتی که به دنبال راه‌اندازی یا گسترش فعالیت‌های خود در زنجیره ارزش جهانی هستند، تبدیل می‌کند. این تمرکز به ویژه در بخش‌هایی مانند خودرو، لوازم الکترونیکی و نساجی که ترکیه در آن‌ها محیط رقابتی مناسبی را برای فعالیت‌های تولیدی و صادراتی ارائه می‌دهد، قوی بوده است. این مشوق‌ها شامل معافیت‌های حقوق گمرکی و عوارض، استرداد مالیات بر ارزش افزوده<sup>۴۸</sup> (VAT)، اعتبارهای یارانه‌ای و مزایای قابل توجه در ۱۷ منطقه آزاد تجاری است. همچنین، حمایت‌هایی مانند اختصاص زمین، آموزش، تخفیف‌های تحقیق و توسعه و حمایت‌های انرژی را برای توسعه مناطق کمتر صنعتی و ترویج سرمایه‌گذاری در فناوری‌های پیشرفته اختصاص داده است.<sup>۴۹</sup>

البته چشم‌انداز سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی در ترکیه، در سال‌های اخیر با نوساناتی همراه بوده است. وضعیت فعلی نیز، چالش‌ها و فرصت‌ها را نشان می‌دهد. در سال ۲۰۲۲، جریان ورودی سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی به ترکیه با ۸.۸٪ افزایش نسبت به سال قبل به ۱۲.۸ میلیارد دلار رسید. با این حال، در نیمه نخست سال ۲۰۲۳، جریان ورودی سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی به ترکیه، ۴.۸ میلیارد دلار بود که نسبت به مدت مشابه سال ۲۰۲۲، ۳۰٪ کاهش یافته است.<sup>۵۰</sup>

بخش‌های جذاب برای سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی در ترکیه عبارتند از: امور مالی (۳۱.۶٪)، تولید (۲۴.۲٪)، انرژی (۱۰.۶٪)، خدمات فناوری اطلاعات و ارتباطات (۸.۸٪)، تجارت عمده‌فروشی و خرده‌فروشی (۸.۴٪) و حمل‌ونقل و انبارداری (۴.۷٪). هلند با ۱۵.۷٪ از کل سرمایه‌گذاری‌های خارجی، بزرگ‌ترین منبع سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی در ترکیه است. پس از آن ایالات متحده (۸.۱٪)، انگلستان (۷.۵٪) و کشورهای حوزه خلیج فارس (۷.۱٪، [بیشتر از قطر]) قرار دارند.

در سال ۲۰۲۲، ترکیه شاهد ۳۲۱ پروژه سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی بود که نسبت به سال قبل، ۲۲٪ افزایش نشان می‌دهد و منجر به ایجاد تقریباً ۱۴۰۰۰ شغل شد. با وجود این شاخص‌های مثبت، جریان ورودی سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی ترکیه از سال ۲۰۱۶ روند کاهشی داشته است. این جریان ورودی در سال ۲۰۰۷ به ۲۲ میلیارد دلار و در سال ۲۰۱۵ به ۱۹.۳ میلیارد دلار رسیده بود. در سال ۲۰۲۳، ترکیه ۱۰.۶ میلیارد دلار سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی جذب کرد؛ در حالی که این رقم در سال ۲۰۲۲، ۱۲.۸ میلیارد دلار بود.

از همین رو، دولت با هدف افزایش سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی، به سیاست‌های اقتصادی متعارف از جمله افزایش نرخ بهره، اصلاحات ساختاری و اصلاح قوانین مربوط به حمایت از داده‌ها روی آورده است.<sup>۵۱</sup> سرنوشت تلاش‌های دولت برای بازگرداندن اعتماد سرمایه‌گذاران و جذب بیشتر سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی، به ویژه در بخش‌های راهبردی مانند امور مالی، تولید و انرژی، مسیر آینده سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی در ترکیه را شکل خواهد داد.

سیاست‌های صنعتی ترکیه نیز در راستای تقویت مشارکت در زنجیره ارزش جهانی، طراحی و اجرا شده است. این سیاست‌ها شامل حمایت از پذیرش فناوری، بهبود نواحی صنعتی و راهبردهای خاص بخش‌هایی است که فعالیت‌های با ارزش افزوده بالاتر را در زنجیره ارزش جهانی تشویق می‌کند. تلاش دولت برای نوسازی زیرساخت‌ها و حمایت از صنایع کلیدی با اهداف اقتصادی گسترده‌تر آن برای ارتقای جایگاه در زنجیره ارزش جهانی و توسعه صنایع پیچیده‌تر همسوست. به بیانی دقیق‌تر، ترکیه در این راستا اقدامات زیر را انجام داده است:

### ۱.۵. مناطق توسعه فناوری<sup>۵۲</sup> (TDZs)

ترکیه برای تقویت نوآوری و پذیرش فناوری، مناطق توسعه فناوری را ایجاد کرده است. این مناطق معافیت‌های مالیاتی، معافیت از مالیات بر ارزش افزوده (VAT) و سایر مزایا را برای شرکت‌های درگیر در فعالیت‌های تحقیق و توسعه (R&D) ارائه می‌دهند. مناطق توسعه فناوری با ترویج پذیرش فناوری و نوآوری، به دنبال ارتقای رقابت‌پذیری ترکیه در بخش‌های فناوری پیشرفته و تسهیل ادغام این کشور در بخش‌های با ارزش افزوده بالاتر زنجیره ارزش جهانی اند.

### ۲.۵. مناطق صنعتی ویژه (OIZs)

دولت در توسعه و نوسازی مناطق صنعتی ویژه، سرمایه‌گذاری کرده است. این مناطق، نواحی مشخص شده‌ای با زیرساخت‌ها و تاسیسات پیشرفته برای فعالیت‌های تولیدی‌اند. این مناطق با ارائه مشوق‌هایی مانند کاهش هزینه‌های تخصیص زمین، معافیت‌های حقوق گمرکی و حمایت زیرساختی، سرمایه‌گذاران داخلی و خارجی را جذب می‌کند. ترکیه با بهبود مناطق صنعتی، به دنبال ایجاد محیطی جذاب برای فعالیت‌های مرتبط با زنجیره ارزش جهانی و ارتقای رقابت‌پذیری خود در بخش‌های مختلف است.<sup>۵۳</sup>

### ۳.۵. راهبرد بخش خودرو

ترکیه برای صنعت خودرو که بخش مهمی از مشارکت آن در زنجیره ارزش جهانی است، راهبرد خاصی را اجرا کرده است. «راهبرد صنعت خودرو» مشوق‌هایی مانند کاهش مالیات، حمایت از سرمایه‌گذاری و معافیت‌های حقوق گمرکی را برای شرکت‌هایی که در فعالیت‌های تحقیق، توسعه و تولید مرتبط با صنعت خودرو سرمایه‌گذاری می‌کنند، ارائه می‌دهد. این رویکرد هدفمند، به دنبال تقویت جایگاه ترکیه در زنجیره ارزش جهانی خودرو و تشویق فعالیت‌های با ارزش افزوده بالاتر در این بخش است.

### ۴.۵. تسهیلات ماشین‌آلات و تجهیزات

ترکیه برای حمایت از توسعه صنعت ماشین‌آلات و تجهیزات، مشوق‌هایی را برای سرمایه‌گذاری در این بخش

ارائه می‌دهد. این مشوق‌ها شامل معافیت از مالیات بر ارزش افزوده و حقوق گمرکی برای ماشین‌آلات و تجهیزات وارداتی و همچنین، حمایت از فعالیتهای تحقیق و توسعه است. ترکیه با توسعه صنعت ماشین‌آلات و تجهیزات، به دنبال ارتقای توانمندی‌های خود در تولید قطعات و تجهیزات با ارزش افزوده بالاست که برای مشارکت در زنجیره ارزش جهانی گوناگون، ضروری است.

### ۵.۵. مشوق‌های انرژی‌های تجدیدپذیر

ترکیه برای ترویج توسعه فناوری‌های انرژی‌های تجدیدپذیر مانند انرژی بادی و خورشیدی، مشوق‌هایی را در نظر گرفته است. این مشوق‌ها شامل تعرفه‌های تضمینی خرید، کاهش مالیات و حمایت از تخصیص زمین برای پروژه‌های انرژی‌های تجدیدپذیر می‌شود. ترکیه با تقویت رشد بخش انرژی‌های تجدیدپذیر، به دنبال توسعه قابلیت‌های داخلی خود در این صنعت با فناوری پیشرفته و امکان ادغام در زنجیره ارزش جهانی مرتبط با فناوری‌های انرژی‌های تجدیدپذیر است.<sup>۵۴</sup>

اقدامات تسهیل تجاری در ترکیه، از جمله بهبود رویه‌های گمرکی و لجستیک، فرآیند تجارت در زنجیره ارزش جهانی را به طور قابل توجهی ساده کرده است. تاسیس کمیته ملی تسهیل تجارت و پذیرش اصول موافقت‌نامه تسهیل تجارت سازمان تجارت جهانی، شفافیت را افزایش داده؛ هزینه‌های تجارت را کاهش داده و کارایی رویه‌های مرزی را بهبود بخشیده است. این اقدامات، برای حفظ موقعیت در زنجیره ارزش جهانی (در آن تحویل به موقع و لجستیک کارآمد، کلید رقابت‌پذیری‌اند) موثر واقع شده‌اند.

افزون بر این، برنامه‌های توسعه مهارت در ترکیه بر تطبیق مهارت نیروی کار با نیازهای زنجیره ارزش جهانی متمرکز شده است. برنامه‌های آموزشی با تمرکز بر مهارت‌های خاص مانند مهندسی، کنترل کیفیت و تکنیک‌های پیشرفته تولید تدوین شده‌اند که این امر برای مشارکت مؤثر این کشور در زنجیره‌ها بسیار مهم است. این ابتکارها با اطمینان از این که نیروی کار می‌تواند نیازهای پیچیده زنجیره ارزش جهانی، به‌ویژه در صنایع با فناوری بالا را برآورده کند، به پیشبرد این امر کمک می‌کند.

### ۶. چشم‌انداز موقعیت ترکیه در زنجیره‌های منطقه‌ای و جهانی

موقعیت راهبردی جغرافیایی ترکیه در تقاطع اروپا و آسیا، این کشور را به بازیگری محوری در پویایی تجارت منطقه‌ای تبدیل کرده است. در این حوزه، ترکیه می‌کوشد بیش از گذشته بر اوراسیا متمرکز گردد. ترکیه با این که عضو اتحادیه اقتصادی اوراسیا (EAEU)<sup>۵۵</sup> نیست، علاقه‌مندی خود را برای تعامل با این اتحادیه به منظور تقویت روابط تجاری با کشورهای عضو، با استفاده از روابط قوی اقتصادی و سیاسی خود، به‌ویژه با روسیه، نشان داده است. این علاقه، از مزایای اقتصادی بالقوه دسترسی به بازار بزرگ‌تر و مزایای سیاسی ناشی از تقویت روابط با کشورهای همسایه، سرچشمه می‌گیرد.

تعامل ترکیه با بلوک‌های تجاری منطقه‌ای، فرصت‌ها و چالش‌هایی را به همراه دارد. دسترسی به اتحادیه اقتصادی اوراسیا می‌تواند برای ترکیه کاهش موانع تجاری و بازار گسترده‌تری برای صادرات آن فراهم کند و موجب رشد اقتصادی این کشور شود. تقویت روابط با کشورهای عضو اتحادیه اقتصادی اوراسیا می‌تواند نفوذ ترکیه را در سیاست منطقه‌ای و مذاکرات اقتصادی افزایش دهد. با این حال، تعهدات موجود ترکیه، مانند توافق‌نامه اتحادیه گمرکی با اتحادیه اروپا، به دلیل تضادهای احتمالی در سیاست‌های تجاری، ادغام عمیق‌تر با سایر بلوک‌های تجاری مانند اتحادیه اقتصادی اوراسیا را پیچیده می‌کند.<sup>۵۶</sup>

مشارکت ترکیه در هر دو بلوک تجاری منطقه‌ای و زنجیره ارزش جهانی به این کشور امکان دسترسی به طیف وسیعی از بازارها را می‌دهد و ثبات اقتصادی و پتانسیل رشد آن را افزایش می‌دهد. مشارکت در بخش‌های فناوری پیشرفته درون زنجیره ارزش جهانی، می‌تواند منجر به انتقال فناوری و توسعه مهارت شود و نوآوری و تولید با ارزش افزوده بالاتر را در ترکیه تقویت کند. با این حال، ترکیه با کشورهای داخل زنجیره ارزش جهانی، به‌ویژه کشورهای که هزینه‌های تولید پایین‌تر یا قابلیت‌های فناوری پیشرفته‌تری را ارائه می‌دهند، رقابت دارد. در نتیجه، ترکیه نیازمند بهبود مستمر در بهره‌وری و نوآوری برای حفظ برتری رقابتی خود است.<sup>۵۷</sup>

تقویت زیرساخت‌های منطقه‌ای، مانند بهبود شبکه‌های حمل‌ونقل و لجستیک، با کاهش هزینه‌ها و بهبود کارایی زنجیره‌های تامین، از نقش ترکیه در زنجیره ارزش جهانی پشتیبانی می‌کند. پروژه‌هایی مانند ابتکار «کمربند و جاده» که اتصال بین آسیا و اروپا را بهبود می‌بخشد و به‌ویژه کریدور میانی برای ترکیه واجد فرصت است و به آن امکان می‌دهد تا به‌عنوان یک هاب لجستیکی نقش‌آفرین شود.

همان‌گونه که اشاره شد، موقعیت جغرافیایی راهبردی ترکیه به‌عنوان پلی میان اروپا و آسیا که دسترسی به بازارهای کلیدی را تسهیل می‌کند، بر مشارکت این کشور در زنجیره ارزش جهانی تأثیر گذاشته است. ترکیه در بخش‌هایی مانند خودرو، نساجی و لوازم الکترونیکی مشارکتی قوی دارد. با این حال، ادغام ترکیه در زنجیره ارزش جهانی با چالش‌هایی مانند بی‌ثباتی سیاسی و نوسانات ارزی روبه‌روست.

ویتنام به‌عنوان یکی از رقیب‌های ترکیه و بازیگری مهم در زنجیره ارزش جهانی، به‌ویژه در بخش‌های الکترونیک و نساجی ظهور کرده است. اصلاحات اقتصادی، توافق‌نامه‌های تجاری مطلوب و هزینه‌های نیروی کار نسبتاً پایین، مشارکت این کشور را تقویت کرده است. ادغام ویتنام در زنجیره ارزش جهانی با سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی قابل توجه، به‌ویژه از سوی کشورهای که به دنبال تنوع‌بخشی به زنجیره‌های تامین خود خارج از چین هستند، پشتیبانی می‌شود.

مکزیک نمونه‌ای دیگر از رقبای ترکیه در جهان در حال توسعه است. نزدیکی مکزیک به ایالات متحده،

مشارکت آن در زنجیره ارزش جهانی را به ویژه در صنایع خودرو و الکترونیک به شدت افزایش داده است. موافقت‌نامه تجارت آزاد آمریکای شمالی<sup>۵۸</sup> (NAFTA) که اکنون با توافق‌نامه ایالات متحده-مکزیک-کانادا<sup>۵۹</sup> (USMCA) جایگزین شده است، در ادغام مکزیکی در زنجیره ارزش جهانی نقشی اساسی داشته است.

بنابراین، ترکیه برای توسعه مشارکت در زنجیره‌های ارزش منطقه‌ای و جهانی با رقبای مهمی در جهان در حال توسعه مواجه است. افزون بر این چندین روند جهانی تاثیر قابل توجهی بر جایگاه ترکیه در زنجیره ارزش جهانی دارند. پیشرفت‌های فناوری، مانند اتوماسیون و دیجیتال‌سازی، می‌تواند هم برای ترکیه چالش ایجاد کند و از طرفی فرصت‌هایی را به همراه داشته باشد. در حالی که اتوماسیون ممکن است مشاغل را در بخش‌های سنتی (مانند نساجی) تهدید کند، دیجیتال‌سازی زمینه‌های جدیدی را در بخش‌هایی مانند فناوری مالی و تجارت الکترونیک می‌گشاید. تنش‌های تجاری جهانی موجود، به‌ویژه بین اقتصادهای بزرگ مانند ایالات متحده و چین، می‌تواند تأثیرات متفاوتی بر ترکیه داشته باشد. در حالی که ترکیه ممکن است از انحراف تجارت، به‌ویژه در محصولات نساجی و کشاورزی، بهره‌مند شود، افزایش حمایت‌گرایی جهانی می‌تواند دسترسی به بازارهای صادراتی را محدود کرده و هزینه‌ها را افزایش دهد. همه‌گیری کووید-۱۹ زنجیره‌های تامین جهانی را مختل کرد و باعث ارزیابی مجدد وابستگی به تامین‌کنندگان دوردست شد. ترکیه می‌تواند با ترویج زنجیره‌های تامین منطقه‌ای و تقویت نقش خود به‌عنوان یک مرکز تولیدی و لجستیکی (با توجه به مزایای جغرافیایی خود) از این تغییر بهره‌مند شود.

همان‌گونه که اشاره شد، موقعیت راهبردی جغرافیایی ترکیه در تقاطع اروپا و آسیا، پایه صنعتی مستحکم آن و اصلاحات اقتصادی در حال انجام، شانس این کشور را برای رشد قابل توجه در مشارکت در زنجیره ارزش جهانی و توانایی آن برای کسب سهم بیشتری از ارزش افزوده در این زنجیره‌ها افزایش داده است. افزایش نقش و جایگاه ترکیه در زنجیره ارزش جهانی از چند مسیر می‌تواند رخ دهد:

یک رویکرد، استفاده از دانش فنی موجود ترکیه و یکپارچگی فعلی آن در زنجیره ارزش جهانی برای پیشبرد ارتقای فناوری و تقویت فعالیت‌های نوآورانه در صنایع آن است. این تمرکز بر پیشرفت فناوری، برای این که ترکیه بتواند در زنجیره ارزش جهانی به سطح بالاتری حرکت کند و پیچیدگی صادرات خود را افزایش دهد، ضروری است. ترکیه با اولویت‌بندی راهبردی محصولات و خدمات با فناوری بالا، می‌تواند رقابت‌پذیری بین‌المللی خود را افزایش دهد و سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی بیشتری را جذب کند و به این ترتیب، رشد اقتصادی خود را تقویت نماید.

در عین حال که ترکیه به دنبال این فرصت‌هاست، باید بر چندین چالش ساختاری که مشارکت آن در زنجیره ارزش جهانی را محدود می‌کند، غلبه کند. این چالش‌ها شامل بهبود تخصیص سرمایه و نیروی کار، غلبه بر موانع موجود در موافقت‌نامه‌های تجارت دوجانبه و سرمایه‌گذاری بیشتر در نوآوری، تحقیق و



توسعه و سرمایه مبتنی بر دانش است. رسیدگی به این مسائل نیازمند بسته‌های سیاستی منسجمی است که بتواند بر رفتار شرکت‌های چندملیتی (MNEs) و شرکت‌های داخلی به‌طور یکسان تاثیر بگذارد.

چشم‌انداز اقتصاد جهانی دائماً در حال تغییر است. جابه‌جایی زنجیره ارزش جهانی که تحت تاثیر عواملی مانند جنگ‌های تجاری و انقلاب صنعتی چهارم قرار دارد، برای ترکیه فرصت و چالش ایجاد می‌کند. برای عبور از این تغییرات، ترکیه نیازمند اتخاذ سیاست‌های پیش‌گیرانه برای کاهش خطرات مرتبط با این روندها (مانند بازگشت فعالیت‌های صنعتی به داخل کشورها (Reshoring)) است. تنوع‌بخشی به سمت بخش‌های کمتر آسیب‌پذیر در برابر اتوماسیون (مانند اقتصاد دانش‌بنیان و دیجیتال) می‌تواند به ترکیه کمک کند تا در رویارویی با این تغییرات جهانی، رقابت‌پذیری خود را حفظ کند. در نهایت، ارتقای سرمایه انسانی و زیرساخت‌های دیجیتال برای حمایت از یکپارچگی عمیق‌تر ترکیه در زنجیره ارزش جهانی ضروری است. این امر، نه تنها شامل بهبود آموزش مهارتی می‌شود، بلکه شامل ارتقای اتصال دیجیتال و پذیرش فناوری در همه صنایع نیز می‌گردد. چنین پیشرفت‌هایی می‌تواند ترکیه را برای فعالیت‌های با ارزش افزوده بالا آماده سازد.

## نتیجه‌گیری

بر مبنای آنچه آمد، می‌توان گفت که ترکیه با توجه به موقعیت راهبردی، زیرساخت اقتصادی و بخش خصوصی متنوع، جایگاه قابل توجهی در بخش تولید زنجیره ارزش جهانی دارد. با این حال، میزان مشارکت کلی این کشور در زنجیره ارزش جهانی، نسبت به سایر کشورهای پیشرفته در بخش تولید، نسبتاً پایین است. صادرات ترکیه اگرچه قابل توجه است، اما همچنان حدود ۵۰٪ پایین‌تر از سطح بالقوه آن قرار دارد. محصولات این کشور از پیچیدگی محدودی برخوردار بوده و درآمد حاصل از نوآوری نیز پایین است. ترکیه بیشتر در بخش مونتاژ و بخش‌های با ارزش افزوده پایین و کاربر، در زنجیره ارزش جهانی تخصص دارد. شرکت‌های ترکیه‌ای که در زنجیره ارزش جهانی مشارکت می‌کنند، تمایل دارند کارفرمایان بزرگی با بهره‌وری بالا باشند؛ به گونه‌ای که صادرکنندگان در این زنجیره‌ها چهار برابر بیشتر از شرکت‌های داخلی معمولی کارگر استخدام می‌کنند و دوبرابر آن‌ها بهره‌وری دارند. وابستگی‌های پسینی ترکیه در زنجیره‌های جهانی ارزش (ورودی‌های وارداتی برای صادرات)، با گذشت زمان افزایش یافته است، اما وابستگی‌های پیشینی (ارزش افزوده داخلی در صادرات سایر کشورها) همچنان ضعیف‌تر است.

سیاست‌های داخلی مانند آزادسازی اقتصادی، اصلاحات تجاری و انعقاد تفاهم‌نامه اتحادیه گمرکی با اتحادیه اروپا از دهه ۱۹۸۰ به بعد، باعث تسهیل ادغام ترکیه در زنجیره ارزش جهانی شده است. با این حال، موانعی مانند موانع تجاری، سرمایه انسانی توسعه‌نیافته و سرمایه‌گذاری ناکافی در تحقیق و توسعه، مشارکت عمیق‌تر در زنجیره ارزش جهانی را با مشکل مواجه می‌کند.



موقعیت منطقه‌ای ترکیه، با نزدیکی به بازار اتحادیه اروپا و روابط اقتصادی با کشورهای همسایه، فرصت‌ها (دسترسی به بازار) و چالش‌هایی (سیاست‌های تجاری متناقض) را برای توسعه مشارکت در زنجیره ارزش جهانی ایجاد می‌کند. روندهای جهانی مانند پیشرفت‌های فناوری، تنش‌های تجاری و همه‌گیری کووید-۱۹ بر جایگاه ترکیه در زنجیره ارزش جهانی تاثیر می‌گذارد. در حالی که اتوماسیون برخی از بخش‌ها را تهدید می‌کند، دیجیتالی‌شدن فرصت‌های جدیدی را ایجاد می‌کند. حمایت‌گرایی تجاری می‌تواند بازارهای صادراتی را محدود کند، اما تغییر در زنجیره‌های تامین ممکن است سرمایه‌گذاری در ترکیه را جذاب کند. این امر به شرطی رخ خواهد داد که سیاست‌های پیش‌گیرانه اجرا شود.

ترکیه با توجه به زیرساخت صنعتی موجود و موقعیت راهبردی خود، پتانسیل قابل توجهی برای افزایش مشارکت در زنجیره ارزش جهانی و رشد اقتصادی دارد. با این حال، تحقق این پتانسیل نیازمند یک راهبرد جامع برای رفع محدودیت‌های مختلف است: بهبود دسترسی به بازار در سطح جهانی و تعمیق یکپارچگی با شرکای کلیدی مانند اتحادیه اروپا، به ویژه در تجارت خدمات؛ ارتقای سرمایه انسانی؛ توانایی نوآوری و زیرساخت‌های دیجیتالی برای ورود به فعالیت‌های با ارزش افزوده بالاتر در زنجیره ارزش جهانی؛ اجرای بسته‌های سیاستی منسجم که بر رفتار شرکت‌های چندملیتی و شرکت‌های داخلی به منظور افزایش ادغام در زنجیره‌های ارزش تاثیر می‌گذارد؛ سازگاری پیش‌گیرانه با تغییرات اقتصادی جهانی مانند تنوع‌بخشی به بخش‌های کمتر آسیب‌پذیر در برابر بازگشت فعالیت‌های صنعتی به داخل کشورها (Reshoring) و اتوماسیون.

ترکیه با تلاش‌های هماهنگ برای رفع این چالش‌ها می‌تواند از موقعیت خود در زنجیره ارزش جهانی بهتر بهره‌برداری کند، سرمایه‌گذاری‌های بیشتری را در این حوزه جذب کند و جایگاه مستحکم‌تر و انعطاف‌پذیرتری را در شبکه‌های تولید جهانی به دست آورد. این امر، محرک رشد و توسعه اقتصادی پایدار خواهد بود.

## منابع

- 1-<https://blogs.worldbank.org/en/developmenttalk/how-important-are-global-value-chains-development-read-new-wdr2020-draft-report-and>
- 2-<https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/00036846.2022.2106032> .
- 3-Backward Participation Index
- 4-[https://www.wto.org/english/res\\_e/statis\\_e/miwi\\_e/explanatory\\_notes\\_e.pdf](https://www.wto.org/english/res_e/statis_e/miwi_e/explanatory_notes_e.pdf)
- 5-Forward Participation Index
- 6-World Trade Organization
- 7-[https://www.wto.org/english/res\\_e/statis\\_e/miwi\\_e/TR\\_e.pdf](https://www.wto.org/english/res_e/statis_e/miwi_e/TR_e.pdf)
- 8-<https://wits.worldbank.org/CountryProfile/en/Country/TUR/Year/2018/Summary>
- 9-Backward GVC Participation Rate
- 10-[https://www.wto.org/english/res\\_e/statis\\_e/miwi\\_e/TR\\_e.pdf](https://www.wto.org/english/res_e/statis_e/miwi_e/TR_e.pdf)
- 11-[https://www.wto.org/english/res\\_e/statis\\_e/miwi\\_e/TR\\_e.pdf](https://www.wto.org/english/res_e/statis_e/miwi_e/TR_e.pdf)
- 12- [https://www.wto.org/english/res\\_e/statis\\_e/miwi\\_e/TR\\_e.pdf](https://www.wto.org/english/res_e/statis_e/miwi_e/TR_e.pdf)
- 13-Organisation for Economic Co-operation and Development
- 14-<https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC7434370/>
- 15-[https://www.bbvaesearch.com/wp-content/uploads/2022/12/WP\\_22\\_11\\_Positioning\\_of\\_Turkiye\\_in\\_Global\\_Value\\_Chains.pdf](https://www.bbvaesearch.com/wp-content/uploads/2022/12/WP_22_11_Positioning_of_Turkiye_in_Global_Value_Chains.pdf).
- 16-<https://www.trade.gov.tr/turkiye-and-eu/turkiye-and-the-eu>
- 17-Middle East and North Africa
- 18-<https://erc.metu.edu.tr/en/system/files/menu/series16/1610.pdf>
- 19-<https://documents1.worldbank.org/curated/en/099445003022237667/pdf/P16930100741da04c084d20ac70c39a60a3.pdf>
- 20-<https://wits.worldbank.org/CountryProfile/en/Country/TUR/Year/2010/TradeFlow/Export/Partner/MEA/Product/all-groups>
- 21-[https://www.bbvaesearch.com/wp-content/uploads/2022/12/WP\\_22\\_11\\_Positioning\\_of\\_Turkiye\\_in\\_Global\\_Value\\_Chains.pdf](https://www.bbvaesearch.com/wp-content/uploads/2022/12/WP_22_11_Positioning_of_Turkiye_in_Global_Value_Chains.pdf)
- 22-Organisation of Islamic Cooperation
- 23-[https://www.wto.org/english/thewto\\_e/countries\\_e/turkey\\_e.htm](https://www.wto.org/english/thewto_e/countries_e/turkey_e.htm)
- 24-[https://www.wto.org/english/thewto\\_e/countries\\_e/turkey\\_e.htm](https://www.wto.org/english/thewto_e/countries_e/turkey_e.htm)
- 25-[https://www.bbvaesearch.com/wp-content/uploads/2022/12/WP\\_22\\_11\\_Positioning\\_of\\_Turkiye\\_in\\_Global\\_Value\\_Chains.pdf](https://www.bbvaesearch.com/wp-content/uploads/2022/12/WP_22_11_Positioning_of_Turkiye_in_Global_Value_Chains.pdf)
- 26-<https://www.statista.com/statistics/1389698/turkey-share-in-world-imports/>
- 27-<https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=International-Trade-in-Services-Statistics-2022-49354&dil=2>
- 28-<https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=International-Trade-in-Services-Statistics-2022-49354&dil=2>
- 29-[https://www.wto.org/english/res\\_e/statis\\_e/miwi\\_e/TR\\_e.pdf](https://www.wto.org/english/res_e/statis_e/miwi_e/TR_e.pdf)
- 30-[https://www.wto.org/english/res\\_e/booksp\\_e/00\\_gvc\\_dev\\_report\\_2021\\_e.pdf](https://www.wto.org/english/res_e/booksp_e/00_gvc_dev_report_2021_e.pdf)

- 31-<https://documents1.worldbank.org/curated/en/099445003022237667/pdf/P16930100741da04c084d20ac70c39a60a3.pdf>
- 32-<https://data.oecd.org/fdi/fdi-flows.htm>
- 33-<https://www.imf.org/external/pubs/ft/bop/2023/pdf/42/23-21.pdf>
- 34-Multinational Corporation
- 35-<https://www.invest.gov.tr/en/news/news-from-turkey/pages/turkish-automotive-industry-breaks-all-time-export-record-2023.aspx>
- 36- <https://www.autoworldjournal.com/turkeys-auto-exports-surge/>
- 37-<https://oec.world/en/profile/bilateral-product/cars/reporter/tur>
- 38- <https://www.tradeimex.in/blogs/top-car-suppliers-of-turkey>
- 39- <https://www.tradeimex.in/blogs/top-car-suppliers-of-turkey>
- 40-<https://www.isdb.org/sites/default/files/media/documents/2021-01/Turkey%20GVC%20Preliminary%20Analysis%20Automotive.pdf>
- 41- <https://erc.metu.edu.tr/en/system/files/menu/series16/1610.pdf>
- 42- <https://www.trade.gov/country-commercial-guides/turkey-advanced-manufacturing>
- 43- <https://www.fibre2fashion.com/industry-article/9081/a-longer-road-ahead-for-turkey-s-textile-success>
- 44- <https://acikerisim.deu.edu.tr/xmlui/bitstream/handle/20.500.12397/10715/265945.pdf?isAllowed=y&sequence=1>
- 45- <https://www.mckinsey.com/industries/retail/our-insights/how-turkish-companies-can-become-global-successes>
- 46- Free Trade Agreement
- 47- [https://www.wto.org/english/res\\_e/booksp\\_e/trade-costs-incl-growth\\_chap4\\_e.pdf](https://www.wto.org/english/res_e/booksp_e/trade-costs-incl-growth_chap4_e.pdf)
- 48- Value-Added Tax
- 49-<https://www.invest.gov.tr/en/library/publications/lists/investpublications/guide-to-state-incentives-for-investments-in-turkiye.pdf>
- 50- <https://www.lloydsbanktrade.com/en/market-potential/turkiye/investment>
- 51- <https://www.fdiintelligence.com/content/feature/can-turkey-tempt-foreign-investors-back-in-2024-83668>
- 52- Technology Development Zone
- 53-<https://www.worldbank.org/en/news/press-release/2022/03/22/greater-participation-in-high-value-global-production-networks-is-key-for-sustaining-growth-in-turkey>
- 54- [https://www.oecd-ilibrary.org/economics/reaping-the-benefits-of-global-value-chains-in-turkey\\_d054af64-en](https://www.oecd-ilibrary.org/economics/reaping-the-benefits-of-global-value-chains-in-turkey_d054af64-en)
- 55- Eurasian Economic Union
- 56-<https://erc.metu.edu.tr/en/system/files/menu/series16/1610.pdf>
- 57-<https://documents1.worldbank.org/curated/en/099445003022237667/pdf/P16930100741da04c084d20ac70c39a60a3.pdf>
- 58- North American Free Trade Agreement
- 59- United States–Mexico–Canada Agreement