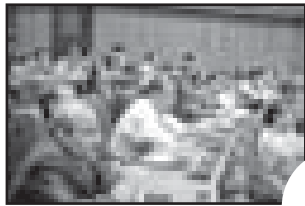


Made in China!

گزارشی از برگزاری کنفرانس توسعه اقتصادی چین و فرصت‌های آن برای بنگاه‌های اقتصادی، بازرگانان و کارآفرینان ایران



گزارش



اشاره:

کنفرانس توسعه اقتصادی چین و فرصت‌های آن برای بنگاه‌های اقتصادی، بازرگانان و کارآفرینان ایران در محورهای همچون توسعه صادرات به چین، تغییر الگوی واردات از چین و تغییر جایگاه شرکت‌های ایرانی از مشتری به شریک، مبانی نظری تبیین‌کننده معجزه اقتصادی چین، ارائه تصویر واقعی از تحولات اقتصادی چین در دو دهه اخیر، توجه به موضوع بحران پولی اروپا و لزوم جایجایی قدرت اقتصادی از غرب به شرق و ... از سوی دانشکده کارآفرینی دانشگاه تهران در محل همایش‌های بین‌المللی صدا و سیما برگزار شد.

چین؛ اولین صادرکننده دنیا

ابتدا دکتر سیدمصطفی رضوی - رییس دانشکده کارآفرینی دانشگاه تهران - عنوان داشت: پس از بحران پولی و مالی در آمریکا و اروپا که کماکان یک تهدید به شمار می‌آید، نقش چین در اقتصاد جهانی برجسته‌تر به نظر می‌رسد.

وی ادامه داد: تحریم اقتصادی غرب علیه ایران و تلاش چینی‌ها برای استقلال در صحنه اقتصاد جهانی، فرصت‌های جدیدی را برای ارتباط با چین، پیش روی بنگاه‌های اقتصادی و کارآفرینان ایرانی قرار داده است.

به گفته دکتر رضوی، بی‌تردید دغدغه عمده در ارتباط تجاری با چین واردات یکسویه و بی‌رویه کالاهای ارزان قیمت و معمولاً بی‌کیفیت چین است که تولید داخلی را به شدت تهدید می‌کند در حالی که فرصت‌های بسیاری برای

تغییر این الگوی تجاری وجود دارد.

به گفته رییس دانشکده کارآفرینی دانشگاه تهران، برابر اعلام رایزن بازرگانی ایران در چین، این کشور در سال ۲۰۰۹ پس از آمریکا و ژاپن به سومین قدرت بزرگ اقتصادی و در سال ۲۰۱۰ با پشت سر گذاردن ژاپن به دومین اقتصاد بزرگ جهان از نظر میزان تولید ناخالص داخلی تبدیل شده است.

وی با اعلام این مطلب که رتبه چین از نظر حجم تجاری با نزدیک به ۳ هزار میلیارد دلار تجارت خارجی نیز پس از آمریکا قرار دارد؛ یادآور شد: همچنین برخلاف رشد منفی اقتصادی بسیاری از کشورها در شرایط بحران مالی جهانی این کشور در سال ۲۰۰۸ و ۲۰۰۹ به ترتیب با رشد ۹/۵ و ۸/۷ درصد بالاترین رشد اقتصادی جهان را کسب نموده است.

رییس دانشکده کارآفرینی دانشگاه تهران، در بخش دیگر سخنان خود یادآور



در بیش از دو هزار سال پیش، جاده ابریشم، این دو کشور متمدن را متصل می‌نمود.

سفیر چین تصریح کرد: در زمان ابتدایی راه اندازی روابط میان ایران و چین، حجم معادلات دوجانبه فقط ۵ میلیون و ۹۷۰ هزار دلار بوده اما این حجم در سال ۲۰۱۰ به ۲۹ میلیارد و ۴۰۰ میلیون دلار رسیده و حدود ۴ هزار و ۹۰۰ برابر افزایش یافته است.

به گفته یانگ، صادرات چین به ایران به مبلغ ۱۱ میلیارد و یکصد میلیون دلار و صادرات چین از ایران به مبلغ ۱۸ میلیارد و ۳۰۰ میلیون دلار رسیده است همچنین در چهار ماه اول سال جاری، حجم مبادلات دوجانبه به ۳۰۰ میلیارد و ۲۸۰ میلیون دلار رسیده که نسبت به دوره مشابه سال گذشته، ۵۵ درصد افزایش داشته است و پیش بینی می‌شود حجم مبادلات کل امسال از ۴۰ میلیارد دلار تجاوز خواهد کرد.

به گفته سفیر چین، ایران به دومین شریک تجاری چین در منطقه آسیای غربی و شمال آفریقا و سومین عرضه کننده نفت خام به چین در دنیا تبدیل شده است ضمن این که در سال های اخیر به غیر از نفت خام، صادرات ایران از جمله آهن خام، قطعات فولاد، سنگ مس، سنگ آهن، کاشمش، پسته، زعفران و سایر محصولات غیرنفتی به چین نیز به تدریج رو به افزایش است. وی گفت: چین عمدتاً مجموعه ماشین آلات و تجهیزات را به ایران صادر می‌کند علاوه بر آن، محصولات صنعت سبک فلزات، مواد معدنی، خودرو، محصولات شیمیایی، محصولات نساجی، کشاورزی و محصولات غذایی را به ایران صادر می‌کند.

یانگ با بیان این مطلب ایران یکی از مهمترین بازارهای پیمانکاری در صادرات چین به شمار می‌آید؛ یادآور شد: در حال حاضر چین پروژه های متعددی را در ایران انجام می‌دهد که این پروژه ها مربوط به امور راه و ترابری، نیروگاه برقی، مخابرات، پتروشیمی، ذوب فلزات، خودرو، موتورسیکلت و ... می‌باشد.

وی میزان سرمایه گذاری مستقیم چین در ایران تا پایان سال ۲۰۱۰ را بالغ بر ۶۷۵ میلیون دلار دانست که ۴ ماه اول امسال به مبلغ ۱۷۸ میلیون دلار می‌باشد که نسبت به سال گذشته ۴۸/۳ درصد افزایش یافته است.

یانگ ابراز داشت: چین، کشوری باستانی با تاریخ تمدن بیش از ۵ هزار سال است که طی مدت بیش از ۳۰ سال پس از اجرای سیاست درهای باز اقتصادی و رونق ملی در اولویت اقتصادی چین قرار گرفته است و زندگی مردم به نحو چشمگیری بهبود یافته است. بر این اساس تولید ناخالص داخلی چین از ۲۱۶ میلیارد و ۵۰۰ میلیون دلار در سال ۱۹۷۸ به ۵ هزار و ۸۰۰ میلیارد دلار در سال ۲۰۱۰ افزایش یافته و سهم اقتصاد چین در دنیا از ۰/۱ درصد به ۹/۵ درصد ارتقا یافته است. ضمن این که حجم اقتصادی چین در جایگاه دوم جهان قرار دارد و تولید ناخالص داخلی سرانه از ۲۲۶ دلار به بیش

شد: وضعیت خوب اقتصاد چین در سال های اخیر، ناشی از بهبود مستمر عملکرد ۳ رکن اساسی اقتصاد یعنی "سرمایه گذاری خارجی"، "مصرف داخلی" و "صادرات" می‌باشد. دولت چین پس از چند سال رشد مستمر اقتصادی ناشی از صادرات و سرمایه گذاری واقعی در برنامه پنج ساله دوازدهم، تقویت مصرف داخلی، افزایش واردات و سرمایه گذاری در خارج از مرزها را در دستور کار قرار داده است به این ترتیب وسعت بازار، رشد مستمر اقتصادی و نیازهای روزافزون و در حال رشد مصرف کنندگان در طبقات مختلف درآمدی طی سال های اخیر، بازار چین را به یک بازار جذاب و پرمیانس تبدیل نموده و منجر به ایجاد قشر ثروتمندی در جامعه چین شده است که مطابق برآوردها، جمعیتی بالغ بر ۱۵۰ میلیون نفر (دو برابر جمعیت ایران) را در بر می‌گیرد. وی تصریح کرد: پیش بینی می‌شود تا سال ۲۰۱۲ چینی ها با پشت سر گذاشتن ژاپنی ها به بزرگترین مصرف کنندگان کالاهای لوکس جهان تبدیل خواهند شد در حالی که این کشور در سال ۲۰۱۰ حدود هزار و ۴۰۰ میلیارد دلار واردات داشته و به دومین واردکننده جهان تبدیل شده است.

دکتر رضوی با بیان این مطلب که متأسفانه نگاه ما به بازار چین، نگاه عمدتاً خریدارانه بوده؛ اذعان داشت: عمده صادرات ایران به این کشور را مواد اولیه و واسطه با ارزش افزوده پائین نظیر مواد معدنی، محصولات پتروشیمی، شیمیایی و پلاستیکی تشکیل می‌دهد این در حالی است که در میان نیازمندی های وارداتی کشور، اقلام بسیاری از جمله محصولات غذایی شامل خشکبار، شیرینی، شکلات، میوه، گیاهان دارویی و سایر مواد غذایی و کالای مصرفی شامل فرش، صنایع دستی، جواهر آلات و سنگ های قیمتی وجود دارد که ایران نیز می‌تواند به صادرات آن در سطح بسیار وسیع اقدام نماید و البته فرصت های دیگری نیز وجود دارد.

این مقام دانشگاهی یادآور شد: اگرچه چین امروز به اولین صادرکننده دنیا تبدیل شده است اما این کشور تقریباً به همان میزان که به دنیا صادرات دارد، متقاضی کالا نیز می‌باشد و لازم است که تجار ایرانی به این وجه از اقتصاد چین نیز توجه داشته باشند.

ایران؛ دومین شریک تجاری چین در منطقه آسیای غربی و شمال آفریقا

یوهونگ یانگ- سفیر ایران در چین- که سخنرانی خود را به زبان پارسی ارائه نمود؛ عنوان داشت: برگزاری این کنفرانس، نشان دهنده اهمیت دادن دولت و ملت ایران و چین نسبت به گسترش همکاری های اقتصادی و بازرگانی میان این دو کشور می‌باشد.

یانگ ادامه داد: ایران، نخستین کشوری در منطقه آسیای غربی و آفریقای شمالی به شمار می‌رود که با چین مراودات تجاری داشته به طوری که





از ۴ هزار و ۳۰۰ دلار رسیده است (۱۸/۴ برابر)

وی افزود: چین از نظر تولید محصولات عمده صنعتی و کشاورزی در جایگاه اول جهان قرار دارد و حجم تولید مواد غذایی از ۳۰۰ میلیون تن به ۵۰۰ میلیون تن افزایش یافته است که مشکلات غذایی یک پنجم جمعیت جهان را برطرف نموده است.

به گفته سفیر چین، در سال ۲۰۱۰، کل واردات و صادرات این کشور، از مرز ۲ هزار و ۹۰۰ میلیارد دلار تجاوز کرده و در این میان حجم صادرات کالاها به مبلغ یک میلیارد و ۶۰۰ میلیون دلار رسیده و ۱۰/۴ کل تجارت جهان را تشکیل می‌دهد. حجم واردات چین به مبلغ یک هزار و ۴۰۰ میلیارد دلار است (۹/۱ درصد کل تجارت جهانی) که از این نظر چین، اولین صادرکننده و دومین واردکننده در دنیا محسوب می‌شود. ضمناً چین از طریق انجام سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی، یک هزار میلیارد دلار کسب نموده است.

وی توسعه صلح آمیز چین را نه تنها تهدیدی برای جهان ندانست بلکه آن را فرصتی برای دنیا عنوان کرد و ادامه داد: چین، به موتور محرکی برای رشد اقتصادی جهانی تبدیل شده است و در ۵ سال اخیر، سهم چین در رشد اقتصادی جهان بیش از ۲۰ درصد بوده است.

یانگ گفت: البته هنوز جمعیت عظیم چین، ناسازگار و ناهماهنگ است و تولید ناخالص داخلی سرانه بسیار پائین می‌باشد به طوری که تا به حال بیش از صد میلیون نفر زیر خط فقر زندگی می‌کنند لذا توسعه اقتصادی هنوز نیازمند بهبود مستمر می‌باشد.

تراز تجاری ایران و چین مثبت است

اسدالله عسگر اولادی- رییس اتاق بازرگانی ایران و چین- بیان داشت: روابط میان ایران و چین؛ چندین هزار ساله است حدود سه هزار سال پیش دو کشور بزرگ ایران در غرب آسیا و چین در شرق آسیا، جهان زمان خود را مدیریت می‌کردند و در آن روزگار ایران با چین مرز مشترک داشت.

وی افزود: بارها به این نکته اشاره داشته‌ام که دوران خرید و فروش کالای مصرفی در حال سپری شدن است زیرا خرید و فروش کالای مصرفی در توفان‌های سیاسی لطمه می‌زند.

رییس اتاق بازرگانی ایران و چین ضمن اشاره به تلاش‌های مستمر خود و تعدادی از کارآفرینان کشور مینی بر احیای روابط تجاری و اقتصادی میان ایران و چین تصریح کرد: با کمک اتاق بازرگانی، صنایع و معادن ایران و وزارت امور خارجه، اتاق ایران و چین را تأسیس کردیم که این اتاق در ده سال اخیر نقش مهمی در زمینه حرکت به سوی سرمایه‌گذاری مشترک ایفا کرده است.

وی در بخش دیگر سخنان خود به معرفی اجمالی چین پرداخت و گفت: جمهوری خلق چین، پرجمعیت‌ترین کشور دنیا با بیش از ۱/۳ میلیارد نفر سکنه است که در شرق آسیا واقع شده و توسط حزب کمونیست چین در قالب نظام تک حزبی اداره می‌شود این حزب بر ۲۲ استان، ۵ منطقه خودمختار، ۴ شهر با مدیریت مستقیم (پکن، تیانجین، شانگهای و چونگ کینگ) و ۲ منطقه اداری ویژه بسیار خودمختار



هنگ‌کنگ و ماکائو حکومت می‌کند و پایتخت این کشور پکن است.

رییس اتاق بازرگانی ایران و چین گفت: تولید ناخالص ملی چین بالغ بر ۵۸۷۸ میلیارد دلار و سرانه ۴۳۸۲ دلار است و میزان اشتغال در بخش کشاورزی ۴۸ درصد و در بخش صنعت ۲۱ درصد است ضمن این که تورم چین ۵ تا ۵/۵ درصد می‌باشد.

عسگر اولادی تصریح کرد: چین علاوه بر همکاری‌های اقتصادی که در زمینه‌های مختلف از جمله توسعه نیروگاه‌ها، پروژه‌های معدنی و صنعتی ساخت مترو و راه‌سازی با ایران دارد؛ در حال حاضر از روابط خوب تجاری با ایران برخوردار است.

به گفته وی، آغاز روابط جدی ایران و چین به سال ۱۳۵۱ باز می‌گردد که می‌توان آن را به سه مقطع تقسیم کرد:

۱- از سال ۱۳۵۱ تا سال ۱۳۶۰ - مرحله اول این روابط تا پیروزی انقلاب اسلامی با کندی پیش می‌رود و از پیروزی انقلاب تا سال ۱۳۶۰ متوقف می‌شود.

۲- از سال ۱۳۶۰ تا ۱۳۷۰ - در مرحله دوم روابط دوباره برقرار می‌شود اما رشد و سرعت چندانی ندارد.

۳- از سال ۱۳۷۰ تاکنون - در مرحله سوم شتاب چشمگیری می‌گیرد به طوری که حجم مبادلات ایران با چین طی سال‌های گذشته به طور چشمگیری

وی تحولات عظیم چین طی ۳۰ سال گذشته را مدیون سیاست درهای باز اقتصادی و اصلاحات قلمداد کرد که توسعه چین در آینده نیز نیازمند اتکا بر سیاست درهای باز اقتصادی و اصلاحات دارد.

یانگ اعتقاد داشت: چین سرمایه‌گذاری خارجی را به مشارکت بیشتر در توسعه کشاورزی مدرن، فناوری برتر، تولیدات پیشرفته، صرفه‌جویی در انرژی‌های جدید، خدمات مدرن، سایر زمینه‌ها تشویق می‌نماید؛ علاوه بر این چین سرمایه‌گذاران خارجی را به مشارکت نیز تشویق می‌نماید. وی ابراز امیدواری کرد تا در ۵ سال آینده، میزان واردات چین به ۸ هزار میلیارد دلار برسد و این فرصت خوبی جهت گسترش صادرات سایر کشورها از جمله ایران به چین را فراهم خواهد کرد.

یانگ افزود: چین سعی می‌کند نظم اقتصاد بین‌المللی را به صورت عادلانه‌تر و منصفانه‌تر هدایت نماید و طی ۵ سال آینده، سعی دارد جامعه مبتنی بر صرفه‌جویی منابع و همکاری با محیط زیست ایجاد نماید. صرفه‌جویی منابع و حفاظت از محیط زیست، سیاست اساسی چین است که اطمینان دارم با توسعه پایدار، جامعه هماهنگ، نظام تکمیلی و طرح‌های بازتر نه تنها برای یک میلیارد و ۳۰۰ نفر از مردم چین رفاه ایجاد خواهد کرد بلکه در عرصه صلح و ثبات جهانی نیز سهم بیشتری ایفا خواهد کرد.



وی در مورد عملکرد صادراتی ایران به چین یادآور شد: صادرات غیرنفتی ایران به چین طی یک دهه گذشته، دچار تحول اساسی و رشد چشمگیری شده است به طوری که طی این مدت حدود ۲۷ برابر شده و صادرات از ۱۷۰ میلیون دلار در سال ۱۳۷۹ به ۴۵۷۵ میلیون دلار در سال ۱۳۸۹ افزایش یافته است. چین در سال ۱۳۸۵ و ۱۳۸۶ سومین در سال ۱۳۸۷ و ۱۳۸۸ دومین و در سال ۱۳۸۹ اولین شریک صادراتی ایران بوده است.

افزایش یافته است و رقم مبادلات تجاری دو طرف (نفتی و غیرنفتی) از ۲۰۰ میلیون دلار به ۳۰ میلیارد دلار در سال ۲۰۰۸ رسیده است. رییس اتاق بازرگانی ایران و چین ابراز داشت: با توجه به بحران جهانی و کاهش تقاضا این رقم در سال ۲۰۰۹ کاهش داشته و به حدود ۲۲ میلیارد دلار رسید که با بهبود وضعیت اقتصاد جهانی، این رقم در سال ۲۰۱۰ به مرز ۳۰ میلیارد دلار بازگشت.

صادرات غیرنفتی ایران به چین طی سال های ۱۳۷۷ تا ۱۳۸۹

سال	۱۳۷۷	۱۳۷۸	۱۳۷۹	۱۳۸۰	۱۳۸۱	۱۳۸۲	۱۳۸۳	۱۳۸۴	۱۳۸۵	۱۳۸۶	۱۳۸۷	۱۳۸۸	۱۳۸۹
صادرات غیرنفتی (میلیون دلار)	۹۲	۷۷	۱۷۰	۱۷۷	۱۹۸	۲۳۱	۲۶۶	۵۲۹	۱۰۵۲	۱۲۳۱	۱۸۰۰	۳۱۱۹	۴۵۷۵
رتبه شریک تجاری	-	-	-	-	ششم	هشتم	هفتم	پنجم	سوم	سوم	دوم	دوم	اول

به گفته وی، مهمترین اقلام وارداتی ایران از چین را دستگاه های مکانیکی، موتورهای پیستونی تناوبی، وسایل حمل و نقل کالا، تری فسفات سدیم، دانه ذرت، واگن مسافری، لوله آهنی و فولادی، دستگاه های گیرنده و فرستنده، اجزا و قطعات توربین ها، ماشین های مغناطیسی و ماشین های راهسازی تشکیل می دهند و مهمترین کشورهای واردکننده از چین شامل آمریکا، هنگ کنگ، ژاپن، کره جنوبی، آلمان، هلند، انگلیس، تایوان و سنگاپور هستند.

عسگر اولادی، تراز تجاری ایران با چین با روند احتساب نفت را مثبت دانست و افزود: با توجه به روند رو به رشد صادرات ایران و تندتر بودن آهنگ رشد صادرات نسبت به واردات، در آینده نه چندان دور می توان انتظار داشت که حتی بدون احتساب نفت نیز تراز تجاری ایران با چین مثبت شود.

عسگر اولادی بیان داشت: محصولات پتروشیمی با بیشترین ارزش و پس از آن مواد کانی و معدنی و همچنین محصولات غذایی بالاترین رقم در صادرات غیرنفتی را به خود اختصاص داده اند. مهمترین رقبای صادراتی ایران در بازار چین کشورهای ژاپن، کره جنوبی، تایوان، آمریکا، آلمان، مالزی، سنگاپور، استرالیا و روسیه هستند. شرح عملکرد وارداتی ایران بخش دیگر سخنرانی رییس اتاق بازرگانی ایران و چین بود که در این مورد اظهار داشت: میزان واردات ایران از چین طی یک دهه گذشته با رشد همراه بوده است به طوری که طی این مدت بیش از ده برابر شده و از ۵۶۵ میلیون دلار در سال ۱۳۷۹ به ۵۷۵۹ میلیون دلار در سال ۱۳۸۹ افزایش یافته است. چین در سال های ۱۳۸۶ و ۱۳۸۷ سومین و در سال های ۱۳۸۸ و ۱۳۸۹ دومین شریک وارداتی ایران بوده است.

واردات ایران از چین طی سال های ۱۳۷۷ تا ۱۳۸۹

سال	۱۳۷۷	۱۳۷۸	۱۳۷۹	۱۳۸۰	۱۳۸۱	۱۳۸۲	۱۳۸۳	۱۳۸۴	۱۳۸۵	۱۳۸۶	۱۳۸۷	۱۳۸۸	۱۳۸۹
واردات (میلیون دلار)	۶۵۵	۶۱۳	۵۶۵	۸۸۶	۱۰۴۶	۱۵۴۱	۲۰۶۲	۲۲۰۴	۲۷۵۲	۴۲۷۰	۴۹۰۰	۴۷۹۶	۵۷۵۹
رتبه شریک تجاری	-	-	-	-	ششم	پنجم	چهارم	پنجم	سوم	سوم	سوم	دوم	دوم

بخش دیگر سخنان وی در مورد نکات کاربردی در تجارت با چین بود که شامل نکات زیر می شود:

- نکته اول: هرگز اهمیت شبکه ارتباطی موجود را دست کم نگیرید. باید با فردی صاحب نفوذ در تماس باشید. اگر این فرد تشخیص دهد که شما فردی قابل اعتماد هستید؛ می توانند شما را با شبکه ارتباطی خود مربوط سازد. چینیان تمایل به کار با افرادی دارند که به آنان اعتماد می کنند اما در آغاز کار، آنان شناخت زیادی از شما ندارند لذا فاصله خود را حفظ نموده و قبل از ارتباط کاری، ارتباطی صمیمی و عاطفی با آنان برقرار سازید. همچنین به دنبال کسب سود در اولین معامله خود نباشید.
- نکته دوم: همه کارت های خود یکباره رو نکنید، در این صورت به راحتی شما را دور می زنند.
- نکته سوم: هرگز شریک تجاری چینی خود را برای تصمیم گیری تحت فشار نگذارید بلکه با آرامش و قدم به قدم پیش بروید. برای رسیدن به توافق به شیوه های منطقی و گام به گام، بر مواضع خود پافشاری

- نکته چهارم: انتظار یک مذاکره آرام و بی تنش را نداشته باشید.
- بهبترین استراتژی آن است که خود را ملزم به رسیدن به توافق ندانید و دنبال بستن فوری قرارداد نباشید. موقعیت خود را به طور روشن و کوتاه البته با احترام بیان نموده و آماده باشید اگر شرایط شما را نپذیرفتند، کنار بکشید.
- نکته پنجم: ملاحظه طرف مقابل را بنمائید. نقاط مورد اختلاف را بزرگ نکنید. هرگز اشتباه طرف را به رخش نکنید. هرگز کلمه "نه" را مستقیماً به کار نبرید زیرا این کار بی ادبی و تکبر محسوب می شود.
- نکته ششم: از آن جایی که چینی ها کمتر از آن که گمان می کنند به زبان انگلیسی مسلط هستند، انتظار سوء تفاهم لفظی را داشته باشید. ساده ترین کلامی که بر زبان آنها جاری می شود، "بله" است! لبخند و سرتکان دادنشان بیشتر حفظ آبروست تا تأیید حرف های شما. جملات ساده و کوتاه به کار ببرید. بیش از گفتن بشنوید. بین جملات فاصله بگذارید. از چند لغت مترادف برای بیان منظور خود استفاده نمائید.



شاخص دیده بانی جهانی کارآفرینی در چین سال ۲۰۰۹

مرحله توسعه	تعداد (۵۴ کشور)	نام کشورها
مرحله مبتنی بر نوآوری	۲۰	بلژیک، دانمارک، فنلاند، فرانسه، آلمان، یونان، هنگ کنگ، ایسلند، فلسطین، ایتالیا، ژاپن، کره جنوبی، هلند، نروژ، اسلوانی، اسپانیا، سوئیس، انگلیس، امارات، آمریکا
مرحله مبتنی بر کارایی	۲۲	آرژانتین، بوسنی، برزیل، شیلی، چین، کلمبیا، کرواسی، دومینیک، اکوادور، مجارستان، ایران، اردن، جمهوری لاتویا، مالزی، پاناما، پرو رومانی، روسیه، صربستان، آفریقای جنوبی، تونس، اوروگوئه
مرحله مبتنی بر عوامل تولید	۱۲	الجزایر، گواتمالا، جامائیکا، لبنان، مراکش، عربستان، سوریه، کنگو، اوگاندا، ونزوئلا، یمن

دکتر مردادی یادآور شد: انواع گرایش ها و ادراکات کارآفرینانه در چین عبارتند از آگاهی از فرصت های کارآفرینی ۲۵ درصد از کل جمعیت ۱۸ تا ۶۴ ساله آگاهی از قابلیت های کارآفرینی ۳۵ درصد از کل جمعیت ۱۸ تا ۶۴ ساله ترس از شکست ۳۲ درصد از کل جمعیت ۱۸ تا ۶۴ ساله قصد کارآفرینانه ۲۳ درصد از کل جمعیت ۱۸ تا ۶۴ ساله کارآفرینی به عنوان انتخاب شغل خوب ۶۶ درصد از کل جمعیت ۱۸ تا ۶۴ ساله موقعیت بالای کارآفرینی موفق ۷۷ درصد از کل جمعیت ۱۸ تا ۶۴ ساله تمرکز رسانه ها بر موضوع کارآفرینی ۷۹ درصد از کل جمعیت ۱۸ تا ۶۴ ساله است.

این استاد دانشگاه به بیان مهمترین مشکلات پیش روی کسب و کار در چین و ایران پرداخت و گفت: مهمترین مشکلات پیش روی کسب و کار در چین به ترتیب شامل: تأمین مالی، بی ثباتی سیاست ها، رشوه و ارتش، بروکراسی ناکارآمد دولتی و تورم و در ایران تأمین مالی، بی ثباتی سیاست ها، تورم، بروکراسی ناکارآمد دولتی و زیرساخت های ناکافی.

تجارت برابر ایران و چین از دغدغه تا بهبود

دکتر حسین قاهری - مدیرعامل شرکت توسعه همکاری های ایران و چین - در سخنرانی خود به بیان ویژگی های اقتصادی چین پرداخت که شامل موارد زیر بود:

- ۱- وجود یک بخش دولتی وسیع: این بخش اکنون نه در صنعت و نه در خدمات اداری اکثریت نیست. اما قلب و مرکز اقتصاد را در اختیار دارد و از این نظر تمرکز آن بیشتر می شود. هدف در این بخش عبارت است از "ایجاد چند موسسه قهرمان ملی است که بتوانند در برابر چند ملیتی های خارجی ایستادگی کنند".
- ۲- یک بخش تعاونی که ضعیف تر و چندوجهی است (تعاونی ها، شرکت های اقتصادی مختلط و ..) اما بخش قابل توجهی از جمعیت فعال شهری و به ویژه روستایی در این بخش کار می کنند.
- ۳- یک بخش سرمایه داری که کمتر از یک پنجم تولید ملی را نمایندگی می کند.
- ۴- یک بخش اقتصادی که عمدتاً اقتصاد بدهکاری است، در اختیار بانک هاست و تقریباً تمام آنها دولتی هستند.

ویژگی های اقتصادی چین به اعتقاد وی شامل:

- ۱- سیستم برنامه ریزی که نام آن را به نظارت اقتصاد کلان تغییر داده اند. این سیستم در بخش کالایی متکی به ابزارهای غیرمستقیم است. (انواع گوناگون نرخ مالیات بر موسسات و مصرف، اعتبار و ..) و بر یک سیستم

سوالاتی که با یک بله کوتاه پاسخ داده می شود؛ نپرسید و از بیان نکات عامیانه و یا شوخی بپرهیزید.

• نکته هفتم: شیوه های اطلاع رسانی مکتوب خود را آماده داشته باشید. همه چیز را به صورت مکتوب و با ذکر جزئیات به همراه داشته باشید. انگلیسی ساده و روشن به کار ببرید. دریافت تصویری چینیان فوق العاده است بنابراین از تصاویر، چارت و دیاگرام زیاد استفاده نمائید.

• نکته هشتم: برای هرگونه تعاملی آماده باشید. به تفوق خود مغرور نباشید. عدم آمادگی شما می تواند به ایجاد اعتماد متقابل لطمه بزند. پاسخ های ناتمام ندهید و انتظار آن را از طرف چینی خود نداشته باشید زیرا این کار را توهین می دانند.

• نکته نهم: از صحت جزئیات اطلاعاتی که ارائه می نمائید اطمینان داشته باشید و گرنه اعتبار خود را از دست می دهید. ایده ها و نظریاتی که آزمون نشده اند را کنار بگذارید. اگر اشتباهی از شما سر بزند؛ اعتبار خود را از دست خواهید داد.

سیاست های دولت چین برای ارتقای محیط کسب و کار و توسعه فعالیت های کارآفرینانه

دکتر محمدعلی مردادی - عضو هیأت علمی دانشکده کارآفرینی دانشگاه تهران - سخنران بعدی این کنفرانس بود. وی در مورد سیاست ارزی چین گفت: سیاستگزاران چینی می پذیرند که سیاست های ارزی چین مناسب توسعه صادرات و کاهش واردات نیست اما اتخاذ این سیاست را برای اقتصاد چین موثر و مثبت ارزیابی می کنند:

- ۱- سیاست ثبات ارزی برای ثبات اقتصادی است.
- ۲- برای جلوگیری از بحران در صنایع صادراتی
- ۳- توسعه نیافته بودن نظام بانکی و عدم توانایی برای مقابله با تقاضای سفته بازی
- ۴- ثبات نرخ ارز باعث حذف ریسک و رشد و توسعه FDI در صنایع صادراتی چین شده است.
- ۵- برای جلوگیری از صدمه زدن به صنایعی که ماشین آلات و مواد اولیه وارد می کنند.

به گفته دکتر مردادی، میانگین نرخ رشد نقدینگی طی سال های ۱۹۸۷ تا ۲۰۰۹ سالانه ۲۲/۱۴ و نرخ تورم ۶/۱۳ درصد بوده است.

نوآوری در چین بخش دیگر سخنرانی عضو هیأت علمی دانشکده کارآفرینی دانشگاه تهران بود:

- ۱- مخارج تحقیق و توسعه: مخارج تحقیق و توسعه چین (خصوصی و دولتی) ۸۷ میلیارد دلار آمریکا در سال ۲۰۰۶ ژاپن ۱۳۹ میلیارد دلار آمریکا و اتحادیه اروپا ۲۴۳ دلار آمریکا

مخارج تحقیق و توسعه چین طی سال های ۲۰۰۱ تا ۲۰۰۶ سالانه ۱۹ درصد رشد داشته است.

نسبت مخارج تحقیق و توسعه به تولید ناخالص داخلی در سال ۲۰۰۶ معادل ۱/۴ درصد بوده است.

- ۲- نیروهای علمی - فنی: فارغ التحصیلان در رشته مهندسی و علوم ۴۰ درصد کار را تشکیل می دهند. در اروپا ۲۰ درصد و آمریکا ۱۵ درصد است.

به گفته وی، شاخص دیده بانی جهانی کارآفرینی، درصدد محاسبه فعالیت های کارآفرینی با محوریت نگرش افراد به کارآفرینی، شروع و تأسیس کسب و کار و اشتیاق کارآفرینان به کسب و کار است.



اعطای موافقت مبتنی است.

- ۲- بخش خدمات عمومی که بودجه قسمت اعظم آن را دولت تأمین می کند یا در کنترل آن است(دولت به این منظور چندین بخش استراتژیک را تعیین کرده است که از جمله شامل انرژی، حمل و نقل و ارتباطات می شود).
- ۳- یک سیاست اقتصادی اراده گرایانه مثلاً عدم استقلال بانک مرکزی
- ۴- مالکیت عمومی زمین، زمین های کشاورزی تحت بهره برداری خانوارهاست که نیمی از جمعیت کشور را تشکیل می دهند.
- به گفته دکتر قاهری خصوصیات اقتصادی ایران عبارتند از:
 - ۱- ساختار اداری و خصوصیات آن
 - ۲- منابع مالی و سیاست های مالی تک محصولی
 - ۳- سیستم بانکی شبه دولتی و غیرمستقل
 - ۴- دولتی بودن اقتصاد
 - ۵- انحصاری بودن شرکت های دولتی
 - ۶- بی ثباتی سیاست های اقتصادی
 - ۷- ایجاد رانت برای بخش خصوصی
 - ۸- ناکارایی بازار مالی
- دلایل ۱۲ گانه تبدیل چین به قدرت اقتصادی به تعبیر مدیرعامل شرکت توسعه همکاری های ایران و چین :
- ۱- سیاست های عملگراییانه برای حفظ ثبات در منطقه، کسب منافع بیشتر

- اقتصادی و افزایش تأثیرگذاری سیاسی بدون مصالحه بر سر منافع حیاتی
- ۲- تغییر وضع موجود بین المللی از طریق رعایت قواعد نظم موجود و بازی در درون این قواعد
- ۳- جمعیت زیاد و وسعت کشور
- ۴- ایجاد حدود ۲۰۰۰ منطقه آزاد تجاری با قوانین خاص آن در مناطق و بنادر
- ۵- واقع شدن بین دو کشور استراتژیک و ژئواکونومیک روسیه در شمال و هند در جنوب
- ۶- واقع شدن در منطقه جنوب و شرق آسیا
- ۷- واقع شدن بین اقیانوس آرام و اقیانوس هند
- ۸- بهره گیری از تکنولوژی نوین
- ۹- عضویت در اتحادیه ها یک رویکرد کم خطر برای مواجهه با مسائل بین المللی
- ۱۰- سازمان های مهم بین المللی و منطقه ای
- ۱۱- دسترسی به آب های آزاد جهان
- ۱۲- همسایگی با یکی از قدرت ها و قطب های اقتصادی جهان یعنی "ژاپن"
- دکتر قاهری بیان داشت: زندگی مردم در چین طی ۲۰ سال اخیر، ۲۲ برابر بهتر شده است. ضمن این که درآمد سرانه روستائیان ۵۴ بار افزایش یافته و شمار اهالی کم درآمد از ۵۲ درصد به ۸ درصد کاهش یافته است.

کشورهای عمده واردکننده کالا از چین سال ۲۰۰۷

رتبه	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	۸	۹	۱۰
نام کشور	آمریکا	هنگ کنگ	ژاپن	کره جنوبی	آلمان	هلند	انگلستان	سنگاپور	روسیه	هند
میلیارد دلار	۲۳۳	۱۸۴/۴	۱۰۲	۵۶	۴۸/۸	۴۱/۴	۳۱/۶	۲۹/۶	۲۸/۴	۲۴

(سهم ایران حدود ۵درصد از سهم صادرات چین است)

بخش پایانی سخنرانی دکتر قاهری به بیان اهمیت بازار چین برای ایران اختصاص داشت:

- ۱- پتانسیل بالای تقاضا در بازار چین
- ۲- به وجود آمدن قشر ثروتمند ۱۳۰ تا ۱۵۰ میلیونی در چین
- ۳- وجود پتانسیل قوی صادرات ایران به چین در زمینه های مختلف
- ۴- هدف گذاری حجم تجاری بالغ بر ۲۰۰ میلیارد تا ۱۰ سال آینده توسط روسای جمهور دو کشور
- ۵- نیاز روزافزون اقتصاد پرشتاب چین به منابع انرژی
- ۶- تنوع بخشی واردات محصولات سرمایه ای و فناوری
- ۷- متعادل ساختن تعرفه ای واردات کالا به چین
- ۸- قوی شدن پول چین
- ۹- تفاوت ذاتی دو کشور به منظور صدور اقلام غیرقابل مصرف در ایران در ادامه همایش، نشست تخصصی با حضور سخنرانان همایش در مورد مسائل اقتصادی و صنعتی چین و برقراری تبادلات گسترده تر ایران با این کشور مورد بحث و بررسی قرار گرفت. اسدالله عسگراولادی- رییس اتاق بازرگانی ایران و چین- در مورد صنعت نساجی بیان داشت: یکی از رقیبان عمده ما در صنعت نساجی، چین است .
- وی ادامه داد: سال های گذشته، در فرودگاه های آلمان ، محصولات شرکت ایران پوپلین در فروشگاه اختصاصی این واحد نساجی، به فروش می رفت که

مورد استقبال خریداران خارجی نیز قرار می گرفت و این شرکت به خوبی توانسته بود بازار صادراتی خود را در آلمان ایجاد نماید.

عسگر اولادی یادآور شد: صنعتگران و دولت باید تمام تلاش خود را به عمل آورند تا به صنعت نساجی به عنوان یک صنعت صادرات محور نگرسته شود.

همچنین دکتر سیدحمید حسینی- عضو هیأت رئیسه اتاق بازرگانی ایران- نیز گفت: چین در زمینه صنعت نساجی سرمایه گذاری های قابل توجهی انجام داده است اما حجم وسیعی از این سرمایه گذاری به پوشاک اختصاص دارد به همین دلیل به خوبی می توانیم در زمینه صادرات نخ ریسندگی به این کشور به فعالیت بپردازیم.

وی افزود: امسال میزان واردات نخ ریسندگی به چین حدود ۱۹۷ هزار تن(معادل یک میلیارد دلار) بوده است پس این فرصت برای صنعتگران نساجی ایران مهیا است تا ضمن شناسایی بازار چین ، به صادرات محصولات خود بپردازند و بازار ریسندگی چین را تأمین نمایند.

گفتنی است در این همایش از شرکت های موفق در حوزه تجارت با چین تقدیر به عمل آمد که براساس آن شرکت تافتریس (با مدیریت فرشاد فرزاد راد)، شرکت ریسندگی کوکما(با مدیریت امیر رضا فرزاد راد) و شرکت ریسندگی شارق ایرانیان(با مدیریت سیدامیر رضا حاجی سیدجواد) به عنوان نمایندگان صنایع نساجی کشور مورد تقدیر قرار گرفتند.