



Munich Personal RePEc Archive

The Effects of European Union Enlargement on Trade and Foreign Investment in Iran

Mirjalili, Seyed hossein

Institute for Humanities and Cultural Studies

16 January 2010

Online at <https://mpra.ub.uni-muenchen.de/125980/>
MPRA Paper No. 125980, posted 31 Aug 2025 19:04 UTC

فصل شانزدهم

اثرات گسترش اتحادیه اروپا بر روند تجارت و سرمایه‌گذاری خارجی در ایران

۱۶-۱. مقدمه

ادغام اقتصادی رویه‌ای است که طی نیم قرن اخیر توسط کشورهای مختلف جهان دنبال شده است. ادغام اقتصادی ابزاری برای دستیابی به بازار بزرگ‌تر و تقویت رشد اقتصادی است.

چهار نوع ادغام اقتصادی که در طول یک‌دیگر قرار دارند و به ترتیب کامل‌تر می‌شوند، عبارت‌اند از:

۱. منطقه تجارت آزاد

۲. اتحادیه گمرکی

۳. بازار مشترک

۴. اتحادیه اقتصادی

کشورها معمولاً ابتدا میان خود موافقت‌نامه تجارت ترجیحی امضا می‌کنند و براساس آن، موانع تجاری (سهیمه‌ها و تعرفه‌ها) میان خود را کاهش می‌دهند. اما هرگاه یک گروه از کشورها، موانع تجاری میان خود را حذف کنند و تعرفه‌ها را به صفر برسانند، آنگاه منطقه تجارت آزاد به وجود می‌آید. این نوع ادغام، اولین گام برای ادغام بازار کالاها و خدمات به حساب می‌آید. هرچند هریک از کشورهای عضو منطقه تجارت آزاد، تعرفه خاص خود را با کشورهای غیرعضو حفظ می‌کند.

اتحادیه گمرکی، ادغام اقتصادی کامل‌تری از منطقه تجارت آزاد است. در اتحادیه گمرکی کشورهای عضو، علاوه بر حذف موانع تجاری میان خود، سیستم تعرفه

مشترکی برای کشورهای غیرعضو برقرار می‌کنند. به عبارت دیگر، تعرفه مشترک خارجی دارند.

بازار مشترک، ادغام اقتصادی کامل‌تری از اتحادیه گمرکی است. در بازار مشترک، موانع جابه‌جایی عوامل تولید (نیروی کار و سرمایه) برطرف می‌شود. سرانجام، اتحادیه اقتصادی کامل‌ترین نوع ادغام اقتصادی است. اتحادیه اقتصادی، بازار مشترکی است که در چارچوب آن، سیاست‌های اقتصادی کشورهای عضو هماهنگ شده باشد. اتحادیه اقتصادی وقتی کامل می‌شود که سیاست‌های اقتصادی یکسان شود.

اتحادیه اروپا یک اتحادیه اقتصادی است که:

تعرفه‌ها و سهمیه‌ها میان اعضای اتحادیه حذف شده است.

+ تعرفه مشترک خارجی وضع شده است.

+ عوامل تولید (کار و سرمایه) دارای تحرک لازم هستند.

+ سیاست‌های اقتصادی هماهنگ اتخاذ می‌شود.

+ به تدریج سیاست‌های اقتصادی یکسان می‌شود.

۱۶۲. فرایند گسترش

در سال ۱۹۵۲، شش کشور اروپایی، اتحادیه اروپا را پایه‌گذاری کردند. شش کشور بنیانگذار اتحادیه اروپا عبارت بودند از: بلژیک، فرانسه، آلمان، ایتالیا، لوگزامبورگ و هلند. از زمان پایه‌گذاری اتحادیه اروپا تاکنون، این اتحادیه شاهد پنج مرحله گسترش بوده است که به شرح زیر است:

اولین گسترش: در سال ۱۹۷۳ با الحاق: دانمارک، ایرلند و بریتانیا

دومین گسترش: در سال ۱۹۸۱ با الحاق: یونان

سومین گسترش: در سال ۱۹۸۶ با الحاق: پرتغال و اسپانیا

چهارمین گسترش: در سال ۱۹۹۵ با الحاق: اتریش، فنلاند و سوئد

پنجمین گسترش: در ماه می سال ۲۰۰۴ با الحاق: قبرس، جمهوری چک، استونی،

مجارستان، لتونی، لیتوانی، مالتا، لهستان، جمهوری اسلوواک و اسلونی. بنابراین در سال

۲۰۰۴، اتحادیه اروپا شامل ۲۵ کشور شد. در سال ۲۰۰۷ ششمین گسترش اتحادیه اروپا

با الحاق بلغارستان و رومانی انجام شد و به ۲۷ کشور رسید.

۱۶-۳. شاخص‌های اصلی ۲۵ عضو اتحادیه اروپا

شاخص‌های اصلی کشورهای عضو اتحادیه اروپا را می‌توان به دو دسته تقسیم کرد تا مقایسه اعضا قبل از گسترش و پس از آن، از نظر شاخص‌های اصلی امکانپذیر باشد.

۱۶-۳-۱. شاخص‌های اصلی ۱۵ کشور عضو اتحادیه اروپا

۱۵ کشور عضو اتحادیه اروپا قبل از گسترش، در ابتدای سال ۲۰۰۴، دارای ۳۸۰/۷ میلیون نفر جمعیت بودند. تولید ناخالص داخلی این ۱۵ کشور، معادل ۹۱۶۹ میلیارد یورو و مساحت این کشورها، جمعاً ۳/۱۹ میلیون کیلومتر مربع است. (جدول شماره ۱-۱۶)

۱۶-۳-۲. شاخص‌های اصلی ۱۰ کشور جدید اتحادیه اروپا

۱۰ کشور جدید عضو اتحادیه اروپا، در اول سال ۲۰۰۴، دارای ۷۷/۱ میلیون نفر جمعیت بودند. تولید ناخالص داخلی (GDP) این ۱۰ کشور، جمعاً معادل ۴۴۴ میلیارد یورو و مساحت این کشورها، جمعاً ۷۳۸ هزار کیلومتر مربع است. (جدول شماره ۲-۱۶). بنابراین اتحادیه اروپای (۲۵ کشور)، دارای حدود ۴۵۸ میلیون نفر جمعیت، ۹۶۱۳ میلیارد یورو GDP و ۳/۹۲ میلیون کیلومتر مربع مساحت است.

جدول شماره ۱-۱۶. شاخص‌های اصلی ۱۵ عضو اتحادیه اروپا

ردیف	کشور	پایتخت	جمعیت (هزار نفر) (۲۰۰۴/۱/۱)	GDP (میلیارد یورو) (۲۰۰۲)	مساحت (هزار کیلومتر مربع)
۱	اتریش	وین	۸۰۹۲	۲۱۸	۸۴
۲	بلژیک	بروکسل	۱۰۳۹۷	۲۶۰	۳۱
۳	دانمارک	کوپنهاگ	۵۳۹۸	۱۸۳	۴۳
۴	فنلاند	هلسینکی	۵۲۲۰	۱۴۰	۳۳۷
۵	فرانسه	پاریس	۵۹۸۹۶	۱۵۲۱	۵۴۴
۶	آلمان	برلین	۸۲۵۴۵	۲۱۱۰	۳۵۷
۷	یونان	آتن	۱۱۰۴۷	۱۴۱	۱۳۲
۸	ایرلند	دوبلین	۴۰۲۵	۱۲۹	۷۰
۹	ایتالیا	رم	۵۷۴۸۲	۱۲۶۰	۳۰۱
۱۰	لوگزامبورگ	لوگزامبورگ	۴۵۱	۲۲	۳

ردیف	کشور	پایتخت	جمعیت (هزار نفر) (۲۰۰۴/۱/۱)	GDP (میلیارد یورو) (۲۰۰۲)	مساحت (هزار کیلومتر مربع)
۱۱	هلند	آمستردام	۱۶۲۵۸	۴۴۴	۴۱
۱۲	پرتغال	لیسبون	۱۰۴۸۰	۱۳۰	۹۲
۱۳	اسپانیا	مادرید	۴۰۹۷۸	۶۹۶	۵۰۵
۱۴	سوئد	استکهلم	۸۹۷۵	۲۵۶	۴۱۱
۱۵	بریتانیا	لندن	۵۹۵۱۸	۱۶۵۹	۲۴۴
	کل		۳۸۰۷۶۲	۹۱۶۹	۳۱۹۱

جدول شماره ۲-۱۶. شاخص‌های اصلی ۱۰ عضو جدید اتحادیه اروپا

ردیف	کشور	پایتخت	جمعیت (هزار نفر) (۲۰۰۴/۱/۱)	GDP (میلیارد یورو) (۲۰۰۲)	مساحت (هزار کیلومتر مربع)
۱	قبرس	نیکوزیا	۷۲۸	۱۱	۹
۲	جمهوری چک	پراگ	۱۰۲۱۱	۷۸	۷۹
۳	استونی	تالین	۱۳۵۱	۷	۴۵
۴	مجارستان	بوداپست	۱۰۱۱۵	۶۹	۹۳
۵	لاتویا	ریگا	۲۳۱۹	۹	۶۵
۶	لیتوانی	ویلنیوس	۳۴۴۷	۱۵	۶۵
۷	مالتا	والتا	۴۰۰	۴	۰/۳
۸	لهستان	ورشو	۳۸۱۹۴	۲۰۲	۳۱۳
۹	اسلواکی	براتیسلاوا	۵۳۱۸	۲۶	۴۹
۱۰	اسلونی	لوبلیانا	۱۹۹۷	۲۳	۲۰
	جمع		۷۷۱۴۳	۴۴۴	۷۳۸

جمعیت حدود ۴۵۸ میلیون نفری اتحادیه اروپا نزدیک به ۷/۵ درصد جمعیت جهان را تشکیل می‌دهد. همچنین GDP ۹۶۱۳ میلیارد یورو، حدود ۲۸ درصد

تولید ناخالص جهانی را شامل می‌شود. با افزایش جمعیت اتحادیه اروپا، GDP سرانه از ۲۴۱۰۰ یورو به ۲۱۱۰۰ یورو ۲۵ کشور تنزل یافته است.

۴-۱۶. اثرات گسترش اتحادیه اروپا بر تجارت

سهم اتحادیه اروپای ۱۵ کشور در تجارت کالایی جهان ۱۹/۴ درصد بوده است. اما با الحاق ۱۰ کشور جدید به اتحادیه اروپا، سهم اتحادیه اروپا در تجارت کالایی جهان به ۱۷/۷ درصد کاهش یابد. همچنین سهم اتحادیه اروپای ۱۵ کشور از ۲۰/۱ درصد تجارت جهان (کالا+خدمات) به ۱۹/۸ درصد تجارت جهان در حالت ۲۵ کشور کاهش خواهد یافت. درجه بازبودن به روی تجارت بین‌الملل (کل تجارت تقسیم بر GDP) اتحادیه اروپا (۱۵ کشور)، ۲۸/۶ درصد بوده است که به ۲۶/۹ درصد کاهش یافته است. کاهش تجارت خارجی از اتحادیه اروپای ۱۵ کشور به اتحادیه اروپای ۲۵ کشور را می‌توان بدین ترتیب توضیح داد که بعد از گسترش اروپا، برخی جریان‌ات تجاری بیرونی این کشورها به جریان‌ات تجاری درونی اتحادیه اروپا (۲۵ کشور) تبدیل می‌شود.

بر اساس مدل جاذبه در تجارت بین‌الملل، انتظار می‌رود اتحادیه اروپای گسترش‌یافته، تجارتش با همسایگان جنوبی‌اش (کشورهای مدیترانه‌ای جنوبی و شرقی) و همسایگان شرقی‌اش (روسیه، اوکراین، بلاروس و مولداوی) در مرزهای خارجی جدید اتحادیه اروپا افزایش یابد. این کشورها دارای مرزهای زمینی یا دریایی با اتحادیه اروپای جدید (۲۵ کشور) هستند.

از اول ماه می ۲۰۰۴، ۱۰ کشور جدید عضو، تمامی سیاست‌های مشترک تجاری اتحادیه اروپا، شامل موافقت‌نامه‌های تجاری دوجانبه اتحادیه اروپا، تعهدات چندجانبه اتحادیه اروپا، تدابیر و ابزارهای دفاعی تجاری اتحادیه اروپا و تعرفه خارجی مشترک اتحادیه اروپا را پذیرفته‌اند. از این پس، مجموعه واحدی از قواعد و رویه‌های گمرکی به اجرا درمی‌آید. وقتی یک کالا از گمرک یکی از ۲۵ کشور عضو اتحادیه اروپا ترخیص شد، آن کالا می‌تواند آزادانه در سراسر اتحادیه اروپا جابه‌جا شود. البته تعرفه‌های خارجی در دولت‌های جدید عضو اتحادیه اروپا از میانگین ۹ درصد به میانگین ۴ درصد کاهش یافته است.

۵-۱۶. اثرات گسترش اتحادیه اروپا بر موافقت‌نامه‌های اقتصادی دوجانبه با ۱۰ عضو جدید

به محض آنکه ۱۰ کشور جدید به عضویت اتحادیه اروپا درآمدند، طبق تعهداتشان باید از سیاست‌های اقتصادی اتحادیه اروپا تبعیت کنند. بر همین اساس باید تمامی توافق‌نامه‌های اقتصادی و تجاری دوجانبه را لغو کنند. بر این اساس، پس از عضویت ۱۰ کشور جدید در اتحادیه اروپا، برخی از این کشورها توافقات دوجانبه تجاری خود با جمهوری اسلامی ایران را به‌طور یکجانبه لغو کرده‌اند.

۶-۱۶. اثرات گسترش اتحادیه اروپا بر مذاکرات الحاق ایران به WTO

باتوجه به اینکه اتحادیه اروپا در مذاکرات الحاق ایران به‌صورت یک مذاکره‌کننده واحد و یکصدا ظاهر می‌شود و از منافع و دیدگاه‌های ۲۵ عضو خود دفاع می‌کند، از این رو پیش‌بینی می‌شود مذاکرات الحاق کشورها از جمله ایران به WTO دچار پیچیدگی بیشتر شود. زیرا:

۱. قدرت چانه‌زنی اتحادیه اروپا افزایش خواهد یافت و از این رو اگر کشوری بخواهد منافع خود را لحاظ کند و در مقابل دست بالاتر اروپا تسلیم نشود، آنگاه باید فرایند سخت‌تری را برای مذاکره طی کند.

۲. بدلیل تنوع خواسته‌های طیف ۲۵ کشوری اتحادیه اروپا، احتمال زیادی می‌رود که فرایند مذاکرات طولانی‌تر شود و امضای توافق دوجانبه با اتحادیه اروپا برای الحاق کشورها به زمان بیشتری نیاز داشته باشد.

۳. باتوجه به تعیین‌کنندگی اتحادیه اروپا در مذاکرات الحاق به WTO، اگر کشوری بتواند قبلاً با اتحادیه اروپا به توافق برسد، هنگام الحاق به WTO مشکل کمتری دارد و فرایند الحاق سریع‌تر طی خواهد شد.

بنابراین، گسترش اتحادیه اروپا بر عضویت ایران در WTO دارای اثرات دوگانه است: از یک سو آن را پیچیده‌تر و طولانی‌تر می‌کند و از سوی دیگر، اگر مذاکرات تجاری با اتحادیه اروپا به نتیجه برسد، فرایند الحاق به WTO تسریع خواهد شد. از این رو مذاکرات تجاری و تعرفه‌ای ج.ا.ایران و اروپا اهمیت زیادی برای عضویت ج.ا.ایران در WTO دارد.

۷-۱۶. اثرات گسترش اتحادیه اروپا بر صادرات غیرنفتی ایران

طبق گزارش آمار بازرگانی خارجی کشور، در سال‌های ۱۳۸۰-۱۳۷۵، قاره اروپا بیش از ۳۱ درصد از ارزش صادرات غیرنفتی کشور را به خود اختصاص داده است. در این سالها ارزش صادرات غیرنفتی به قاره اروپا بیش از ۱/۱ میلیارد دلار بوده است. همچنین سهم اتحادیه اروپای ۱۵ کشور از صادرات غیرنفتی ایران در سال‌های ۱۳۷۵ تا ۱۳۸۰ بیش از ۲۲ درصد بوده است (جدول شماره ۳-۱۵). با گسترش اتحادیه اروپا، سهم ۲۲ درصدی ۱۵ کشور به ۳۱ درصدی نزدیک‌تر می‌شود و نقش اتحادیه اروپا به‌عنوان شریک اصلی تجاری کشور مهم‌تر می‌شود. البته ۱۰ کشور جدید عضو اتحادیه اروپا در ردیف ۲۶ به بعد قرار دارند و می‌توان آنها را به‌عنوان «سایر» طبقه‌بندی کرد. کشورهای در ردیف سایر، کمتر از ۲۰ درصد کل صادرات غیرنفتی کشور را به خود اختصاص می‌دهند. بنابراین، در مجموع می‌توان اذعان کرد:

۱. اتحادیه اروپای ۲۵ کشوری، حدود یک سوم صادرات غیرنفتی کشور را به خود اختصاص خواهد داد و این اتحادیه را به یکی از مقصدهای اصلی صادرات غیرنفتی کشور تبدیل می‌کند.

۲. باتوجه به کاهش تعرفه ۱۰ عضو جدید، از یکسو زمینه رشد صادرات غیرنفتی کشور ما فراهم می‌شود، اما از سوی دیگر، اعمال استانداردهای اتحادیه اروپا مانعی در جهت رشد صادرات غیرنفتی کشور خواهد بود. به همین دلیل، باید اعمال استانداردهای اتحادیه اروپا در صادرات غیرنفتی کشور در دستور کار صادرکنندگان و سیاست‌گذاران تجاری کشور قرار گیرد.

جدول شماره ۳-۱۶. ارزش و سهم اروپا در صادرات غیرنفتی ج.ا.ایران (۱۳۷۵-۱۳۸۰)

واحد: میلیون دلار

	۱۳۷۵	۱۳۷۶	۱۳۷۷	۱۳۷۸	۱۳۷۹	۱۳۸۰	۱۳۷۵ ۱۳۸۰ (درصد)	۱۳۷۶ ۱۳۷۹ (درصد)	۱۳۷۷ ۱۳۸۰ (درصد)
قاره اروپا	۱۲۹۳/۱	۱۲۲۰/۱	۱۱۸۷/۲	۱۲۴۲/۷	۱۲۴۵/۱	۱۰۶۷/۹	۳۷	۳۳/۱	۲۵/۳
اتحادیه اروپا (۱۵ کشور)	۱۰۵۳/۹	۹۰۶/۳	۸۸۹/۴	۸۸۸/۵	۸۴۲/۲	۷۶۰/۱	۲۶/۴	۲۲/۴	۱۸

مأخذ: وزارت بازرگانی، آمار بازرگانی خارجی کشور، بخش صادرات، سال‌های ۱۳۷۵-۱۳۸۰.

۱۶۸. اثرات گسترش اتحادیه اروپا بر واردات ج.ا.ایران

طبق گزارش آمار بازرگانی خارجی کشور در سال‌های ۱۳۸۰-۱۳۷۵، قاره اروپا حدود ۵۰ درصد واردات کشور را تأمین کرده است. در این سال‌ها متوسط ارزش واردات ج.ا.ایران از قاره اروپا به‌طور سالانه بیش از ۷ میلیارد دلار بوده است. همچنین سهم اتحادیه اروپای (۱۵ کشور) در واردات ایران حدود ۳۹ درصد بوده است. از لحاظ ارزش نیز به‌طور متوسط سالانه بیش از ۵/۵ میلیارد دلار از واردات ج.ا.ایران را تأمین کرده است. (جدول شماره ۱۶۴)

شایان ذکر است که ۱۰ کشور جدید عضو اتحادیه اروپا در ردیف ۲۶ به بعد قرار دارند و به‌عنوان «سایر»، طبقه‌بندی شده‌اند. کشورهای در ردیف «سایر»، کمتر از ۱۲ درصد واردات کشور را به خود اختصاص داده‌اند.

جدول شماره ۱۶۴. ارزش و سهم اروپا در واردات گمرکی کشور
(۱۳۷۵-۱۳۸۰) میلیون دلار

سهام (درصد) ۱۳۸۰	سهام (درصد) سال ۱۳۷۹	سهام (درصد) سال ۱۳۷۸	۱۳۸۰	۱۳۷۹	۱۳۷۸	۱۳۷۷	۱۳۷۶	۱۳۷۵	
۴۹/۳	۴۹/۷	۵۱/۳	۸۶۹۶	۷۱۲۵	۶۵۰۹	۷۷۵۳	۷۶۵۰	۷۷۵۰	قاره اروپا
۳۷/۲	۳۷/۱	۴۰/۶	۶۵۵۸	۵۳۲۱	۵۱۴۷	۶۲۳۳	۵۶۶۶	۵۸۴۰	اتحادیه اروپا

مأخذ: وزارت بازرگانی، آمار بازرگانی خارجی کشور، بخش واردات، سال‌های ۱۳۷۵-۱۳۸۰

بنابراین، گسترش اتحادیه اروپا، نقش کشورهای منطقه اروپا و به‌ویژه اعضای اتحادیه اروپا در تأمین واردات کشور را مهم‌تر می‌سازد.

به این ترتیب، سهم حدود ۳۵ درصدی در صادرات غیرنفتی ایران و سهم حدود ۳۹ درصدی در واردات ایران، اتحادیه اروپا را به شریک عمده تجاری کشور تبدیل می‌کند. مهم‌ترین ضرورت ناشی از این تحول، همانا شناخت نظام تجاری اتحادیه اروپا است که در صادرات و واردات کشور ما نقش عمده دارد. شناخت نظام تجاری اروپا باعث بهره‌مندی از مزایای آن و اجتناب از زیان‌های محتمل است.

یکی از پیامدهای نامطلوب گسترش اتحادیه اروپا بر واردات ایران، این است که با گسترش اروپا، تجارت خارجی اتحادیه کاهش می‌یابد و به اصطلاح اثر «انحراف

تجارت» تحقق پیدا می‌کند. انحراف تجارت از بیرون اروپا به سمت اعضای اتحادیه اروپا باعث می‌شود تأمین کالا برای نیازهای کشور ما احتمالاً با مشکل مواجه شود. زیرا نیاز اعضای اتحادیه اروپا بر تأمین نیاز غیراعضا، مقدم خواهد بود. احتمالاً مسائل ناشی از انحراف تجاری مهم‌ترین مشکلی است که پس از گسترش اتحادیه اروپا به ۲۵ کشور، تجارت خارجی کشور ما را تحت تأثیر منفی قرار خواهد داد.

۱۶-۹. اثرات گسترش اتحادیه اروپا بر سرمایه‌گذاری خارجی در ایران

اتحادیه اروپای ۱۵ کشور در سال ۲۰۰۲، بیش از ۱۳۰ میلیارد یورو در بیرون از اتحادیه اروپا سرمایه‌گذاری خارجی داشته است که ۱۲/۴ درصد آن در کشورهای جدیداً ملحق‌شده به اروپا و فقط ۷/۶ درصد آن در قاره آسیا بوده است (جدول شماره ۱۶-۵). سهم قاره اروپا در سرمایه‌گذاری خارجی ایران تحت پوشش قانون جلب و حمایت سرمایه‌های خارجی تا اسفند ۱۳۸۲ بیش از ۲/۷۵ میلیارد دلار بوده است که نسبت به کل سرمایه‌گذاری خارجی تحت پوشش به میزان ۴/۵۶ میلیارد دلار، معادل ۶۰/۲۷ درصد ارزش سرمایه‌گذاری خارجی کشور را تشکیل می‌دهد.

جدول شماره ۱۶-۵. مقصدهای اصلی جریانات بیرونی FDI اتحادیه اروپای
۱۵ کشور (سال ۲۰۰۲)

درصد	میلیارد یورو	
۱۰۰	۱۳۰/۶	بیرون اتحادیه اروپا، شامل:
۶۵	۸۴/۹	OECD (غیر اتحادیه اروپا)
۲۹/۶	۳۸/۶	کشورهای اروپایی (غیر اتحادیه اروپا)
۷/۱	۹/۳	سوئیس
۱/۷	۲/۲	نروژ
۱۲/۴	۱۶/۱	کشورهای جدیداً ملحق شده به اتحادیه اروپا
۱/۷	۲/۲	روسیه
۲/۱	۲/۸	آفریقا
۳۹/۱	۵۱/۱	آمریکای شمالی، شامل:
۳۴/۶	۴۵/۱	ایالات متحده آمریکا
۴/۶	۶	کانادا
۸/۸	۱۱/۵	آمریکای مرکزی
۵/۹	۷/۷	آمریکای جنوبی شامل:
۲/۷	۳/۵	برزیل
۱/۵	۱/۹	آرژانتین
۷/۶	۹/۹	آسیا
-۱/۳	-۱/۸	ژاپن
۲	۲/۶	چین
۰/۵	۰/۷	هند
۴/۶	۶/۱	اقیانوسیه، شامل:
۴/۹	۶/۴	استرالیا

جدول شماره ۱۶-۱. ارزش و سهم اروپا در سرمایه‌گذاری‌های خارجی ایران تحت پوشش قانون تشویق و حمایت سرمایه‌گذاری خارجی (اسفند ۱۳۸۲) واحد: هزار دلار

شماره	کشور	مشارکت خارجی
۱	آلمان	۶۶۴۰۶۰
۲	اتریش	۲۶۴
۳	اسپانیا	۲۱۵۳
۴	اسلونی	۲۵۷۷
۵	انگلستان	۴۹۲۹۵۰
۶	ایتالیا	۶۵۱۹۱۲
۷	بلژیک	۷۹۴۷۹
۸	بوسنی و هرزگوین	۹۰۰
۹	ترکیه	۱۳۰۴۶۷
۱۰	جمهوری ایرلند	۲۵۰۵۰
۱۱	دانمارک	۵۹۰۳
۱۲	رومانی	۱۴۷۰
۱۳	سوئد	۵۳۲۳۱
۱۴	سوئیس	۸۵۶۵۵
۱۵	فرانسه	۴۴۲۲۴۴
۱۶	قبرس	۱۱۲۵
۱۷	لوگزامبورگ	۶۷۸۷۵
۱۸	هلند	۴۵۵۳۰
۱۹	یونان	۵۲۰
۲۰	اروپا	۲۷۵۳۳۶۵
کل سرمایه‌گذاری خارجی تحت پوشش		۴۵۶۷۷۲۹

همان‌طور که در جدول شماره ۱۶-۱ مشاهده می‌شود، در میان سرمایه‌گذاران خارجی کشور، اسلونی و قبرس از اعضای جدید اتحادیه اروپا به ترتیب بیش از ۲/۵ و ۱/۱ میلیون دلار سرمایه‌گذاری خارجی در ایران دارند. انتظار می‌رود در اتحادیه اروپای ۲۵ کشور، اثر انحراف عوامل تولید (به‌ویژه سرمایه) از اروپای ۱۵ کشور به‌سوی ۱۰

عضو جدید اتفاق افتد. این بدان معنا است که مادامی که ۱۰ عضو جدید به سرمایه خارجی ۱۵ عضو قدیم نیازمندند، کشورهای دیگر و از جمله ایران در نوبت‌های بعدی قرار خواهند داشت. از این رو انتظار می‌رود در سال‌های آتی کمتر بتوانیم نسبت به جذب سرمایه خارجی اروپائیان در چارچوب قانون جلب و حمایت سرمایه‌های خارجی توفیق داشته باشیم و باید به سایر سرمایه‌گذاران خارجی چشم بدوزیم.

۱۶-۱۰. تغییر مراکز توزیع در اتحادیه اروپا

با گسترش اتحادیه اروپا در سال ۲۰۰۴، مراکز توزیع در اتحادیه اروپای جدید (۲۵ کشوری) به تدریج تغییر می‌کند. از این رو کشورهای حایز شرایط جذب سرمایه‌گذاری برای انتخاب به‌عنوان مراکز توزیع در اتحادیه اروپا هستند. طبق مطالعه انجام‌شده معیارهای تصمیم‌گیری در مورد مکان استقرار مراکز توزیع اتحادیه اروپا عبارت‌اند از:

۱. زیر ساخت حمل و نقل، ۲. دستمزدها، ۳. نزدیکی به بنادر، ۴. محیط عمومی کسب و کار، ۵. نزدیکی به فرودگاه‌ها، ۶. نزدیکی به راه‌آهن، ۷. دسترسی به نیروی کار، ۸. انعطاف‌پذیری نیروی کار، ۹. نزدیکی به مشتریان، ۱۰. نزدیکی به منابع (عرضه‌کنندگان)، ۱۱. هزینه مستغلات، ۱۲. مشوق‌ها، ۱۳. مالیات بر شرکت‌ها، ۱۴. چندزبانی، ۱۵. ریسک ازدحام، ۱۶. زیرساخت مطلوبیت‌های عمومی (utility structure)

براساس معیارهای بالا، کشورهای زیر دارای اولویت انتخاب به‌عنوان مراکز جدید توزیع در اتحادیه اروپا هستند.

بهترین انتخاب	دومین بهترین	میانه	پایین
بلژیک	بلغارستان	استونی	اتریش
آلمان	جمهوری چک	فنلاند	قبرس
هلند	دانمارک	ایتالیا	یونان
	فرانسه	لاتویا	مالتا
	مجارستان	لیتوانی	پرتغال
	ایرلند	اسلواکی	رومانی
	لوگزامبورگ	اسپانیا	اسلونی
	لهستان		سوئد
	انگلستان		ترکیه

باتوجه به وجود انواع مراکز توزیع: جهانی، منطقه‌ای و کشوری، نحوه تقسیم مراکز توزیع به ترتیب زیر است:

مراکز توزیع جهانی اتحادیه اروپا: بلژیک، آلمان و هلند
مراکز توزیع منطقه‌ای: اغلب شبکه‌های توزیع، شامل یک مرکز توزیع در اروپای مرکزی و چند مرکز توزیع در هریک از مناطق مختلف اروپا است.

۱. انگلستان - ایرلند: انگلستان باتوجه به معیارهای انعطاف‌پذیری بازار کار، نزدیکی به مشتریان و عرضه‌کنندگان و زیرساخت حمل و نقل، مرکز توزیع مناسبی برای منطقه انگلستان - ایرلند است.

۲. اروپای شمالی: به‌طور سنتی، فنلاند، مرکز توزیع برای اروپای شمالی بوده است. یکی از دلایل آن این است که صادرات به روسیه از فنلاند آسان است. برحسب جذاب‌بودن در قرارگرفتن مراکز توزیع اروپای شمالی، رتبه‌بندی زیر به‌کار می‌رود:

۱. دانمارک، ۲. لیتوانی، ۳. لاتویا، ۴. فنلاند، ۵. استونی، ۶. سوئد
براساس این رتبه‌بندی، انتظار داریم که لیتوانی و لاتویا، مکان‌های مرجع برای مراکز توزیع منطقه اروپای شمالی باشند. لاتویا نقطه آغاز عالی برای صادرات به بازار روسیه است؛ هرچند فنلاند موقعیت مهمی دارد.

۳. اروپای جنوبی: برحسب جذاب‌بودن در استقرار مراکز توزیع منطقه‌ای اروپای جنوبی، رتبه‌بندی زیر به‌کار می‌رود:

۱. فرانسه، ۲. ایتالیا، ۳. اسپانیا، ۴. پرتغال.
انتظار نمی‌رود تغییر زیادی در مراکز توزیع اروپای جنوبی ناشی از گسترش اتحادیه اروپا انجام شود.

۴. اروپای شرقی: اروپای شرقی بیشترین پیامد گسترش اتحادیه اروپا را تجربه خواهد کرد. اغلب ۱۰ کشور جدید اتحادیه اروپا در این منطقه قرار گرفته‌اند. برحسب جذاب‌بودن استقرار مراکز توزیع منطقه اروپای شرقی در اتحادیه اروپا رتبه‌بندی زیر به‌کار می‌رود:

۱. آلمان، ۲. لهستان، ۳. مجارستان، ۴. جمهوری چک، ۵. بلغارستان، ۶. اسلواکی، ۷. رومانی، ۸. اتریش، ۹. اسلونی

۵. مدیترانه شرقی: مالتا، قبرس و یونان کشورهایی هستند که در مناطق بیرونی اتحادیه اروپا قرار گرفته‌اند. هر سه کشور رتبه پایینی در استقرار مراکز توزیع دریافت می‌کنند.

انتظار می‌رود گسترش اتحادیه اروپا پیامدهای چشمگیری بر مراکز توزیع در درون منطقه اتحادیه اروپا داشته باشد. مهم‌ترین اثرات مورد انتظار عبارت‌اند از:

۱. وظایف مرکز توزیع جهانی به‌طور فزاینده‌ای به اتحادیه اروپا منتقل می‌شود به دلیل این واقعیت که بازار اتحادیه اروپا در حال گسترش است و به دلیل اینکه گسترش اتحادیه اروپا برخی بازارهای رشد بالا را به اتحادیه اروپا می‌افزاید، انتظار می‌رود که شرکت‌های بین‌المللی مشتاق باشند در اروپای جدید سرمایه‌گذاری کنند و از این‌رو مراکز توزیع جهانی به اروپا منتقل شود.

۲. وظایف مرکز توزیع اروپا به تدریج از هلند - بلژیک به آلمان (به طرف شرق) منتقل خواهد شد. از آنجا که اتحادیه اروپا به طرف شرق گسترش خواهد یافت، از این‌رو مرکز جغرافیایی در درون اتحادیه اروپای جدید به سمت شرق جابه‌جا خواهد شد. به‌طور سنتی، منطقه بنلوکس از موقعیت مرکز اتحادیه اروپا بهره‌مند بوده است و بیشتر مراکز توزیع اروپا را به خود جذب کرده است. اما با انتقال مرکز ثقل اتحادیه اروپا به سمت شرق به سوی آلمان، انتظار می‌رود آلمان به تدریج مکان مهمی برای مراکز توزیع اروپا شود.

۳. اهمیت اتریش به عنوان پایه عملیاتی اروپای شرقی کاهش خواهد یافت. به‌طور سنتی اتریش، از موقعیتش در مرزهای شرقی اتحادیه اروپا به عنوان پایه عملیاتی برای عملیات صادراتی به کشورهای اروپای شرقی منتفع شده است. با الحاق ۱۰ کشور جدید به اتحادیه اروپا، اتریش موقعیت خود را تا حدی از دست می‌دهد.

۴. ایجاد مرکز توزیع منطقه‌ای در اروپای شرقی: اغلب مراکز توزیع اروپایی هنوز در منطقه بنلوکس (بلژیک - هلند - لوگزامبورگ) یا فرانسه قرار گرفته‌اند. در اغلب موارد، این کشورها نمی‌توانند مستقیماً برای توزیع نهایی به مشتریان در کشورهای اروپای شرقی استفاده شوند. زیرا این کشورها از آنجا دور هستند. از این‌رو انتظار می‌رود شرکت‌ها برای استقرار مراکز توزیع سراغ آلمان، جمهوری چک و مجارستان بروند. مجارستان نیز برای استقرار شرکت‌ها اغلب ترجیح داده می‌شود، زیرا می‌توان از طریق رود دانوب (برای کالاهای حجیم) از آلمان به مجارستان رسید.

۵. ایجاد جریان شرق - غرب دوطرفه بزرگ در درون اتحادیه اروپا: در حال حاضر، حجم زیادی از فعالیت‌های صنعتی از اروپای غربی به‌سوی مناطق دارای هزینه پایین در اروپای شرقی منتقل شده است. انتظار می‌رود این روند طی سال‌های آینده ادامه یابد. این اقدام به ایجاد جریان دوطرفه شرق - غرب در درون اتحادیه اروپا منجر می‌شود. زیرا مواد خام از شرق اروپا به غرب اروپا وارد می‌شود و کالاهای صنعتی از غرب اروپا به شرق اروپا می‌رود. این جریان دوجهته شرق - غرب به سرمایه‌گذاری بیشتر در زیرساخت‌های جاده‌ای، راه‌آهن و شبکه آبراهه‌های درون کشورها منجر می‌شود.

۶. افزایش استفاده از حمل و نقل آبراهه درون‌سرزمینی میان اروپای شرقی و غربی

۷. ایجاد مسیر ریلی از آسیا پاسیفیک به‌سوی روسیه در بخش شرقی اتحادیه اروپا
بازار روسیه، همسایه نزدیک اتحادیه اروپای جدید خواهد شد. کشورهایی مانند لاتویا و فنلاند به‌عنوان نقطه آغاز برای صادرات به بازار روسیه استفاده خواهند شد. اما روسیه نیز به‌عنوان محل عبور برای محصولات واردشده از آسیا - پاسیفیک به اتحادیه اروپا به‌عنوان یک آلترناتیو حمل دریایی از آسیا - پاسیفیک به بنادر اروپای شرقی استفاده خواهد شد. این مسیر آلترناتیو واردات به دلیل تداوم رشد اقتصادی در چین که همسایه نزدیک روسیه است، ممکن است حتی اهمیت بیشتری پیدا کند. انتظار می‌رود روسیه مسیرهای حمل و نقل خود به‌ویژه شبکه ریلی از آسیا - پاسیفیک به اتحادیه اروپا برای انتفاع از نزدیکی بیشتر با بازارهای اروپا را گسترش دهد.

۸. تغییرات در مکان استقرار مراکز توزیع منطقه‌ای اروپای شمالی: استونی، لاتویا و لیتوانی که به اتحادیه اروپا ملحق شده‌اند در اروپای شمالی قرار دارند. از آنجا که این کشورها نزدیک کشورهای اروپایی سوئد و فنلاند قرار دارند و چون این کشورهای جدید می‌توانند همچنین به‌عنوان پایه عملیاتی برای صادرات به بازار روسیه استفاده شوند، انتظار می‌رود مراکز توزیع منطقه‌ای در اروپای شمالی، به‌ویژه به لاتویا منتقل شود.

۹. بهبود دسترسی به بازار روسیه: از آنجا که کشورهای اتحادیه اروپا همسایه روسیه می‌شوند، برای کشورهای اتحادیه اروپا دادوستد با روسیه آسان‌تر می‌شود، به‌ویژه لاتویا مکان عالی برای استقرار مرکز توزیع منطقه‌ای است که می‌تواند هم به بخشی از بازار اروپای شمالی و هم به بازار صادرات روسیه کالا توزیع کند.

۱۱. گسترش حوزه یورو: با پیوستن ۱۰ عضو جدید به اتحادیه اروپا، اعضای جدید پول خود را با یورو جایگزین خواهند کرد. اغلب اعضای جدید یورو را به‌عنوان پول

جدید خود به جریان می‌اندازند، زیرا مزیت اصلی در الحاق به یک اتحادیه ارزی، مانند یورو، ایجاد روابط تجاری میان آن کشورها است. منافع این کار نیز برای اعضای جدید، قابل ملاحظه است. طی دوره آغاز فعالیت اتحادیه اروپا، مطالعات اتحادیه پولی و اقتصادی اروپا حاکی از آن است که حجم تجارت در منطقه یورو به میزان ۱۵ درصد بالا رفته است که مازاد بر آن مقداری است که می‌توان به رشد اقتصادی و عوامل دیگر نسبت داد. درواقع پذیرش یورو، امکان دستیابی به درآمد بالاتر از طریق فراهم آمدن امکانات تجاری بالاتر را ممکن می‌سازد.

اما برای کشورهای غیرعضو اتحادیه اروپا، گسترش حوزه یورو پیامدهایی برای پرتفوی ارزی آنها به دنبال دارد، مانند اینکه همواره باید سبد ارزی خود را به گونه‌ای تنظیم کنند که کمترین زیان را متحمل شوند. یا اینکه به عنوان حوزه پولی، قلمرو یورو گسترش یافته و حجم بیشتری از مبادلات خارجی طرف‌های تجاری اروپا با این پول خواهد بود. و درنتیجه، قلمرو حوزه دلار کاهش می‌یابد.