

دیده ها

شماره: ۸۰۹	موضوع: اتحاد استراتژیک، راهکاری برای توسعه بازارهای صادراتی محصولات زنجیره فولاد
تاریخ: ۱۳۹۶/۰۷/۱۰	
تهیه و تنظیم: اکبر سالمی و فرزانه صمدیان	
توضیح اجمالی:	
بررسی شاخص ماندگاری صادرات محصولات زنجیره تولید آهن و فولاد طی دوره ۹۴-۱۳۸۳ حاکی از پایین بودن ماندگاری این محصولات در بازارهای صادراتی است به طوری که ماندگاری صادرات محصولات سنگ آهن به طور متوسط برابر ۲/۳ سال، محصولات چدن، آهن و فولاد معادل ۱/۸ سال و مصنوعات آهن و فولاد معادل ۲/۱ سال بوده است. در کنار پایین بودن نرخ ماندگاری صادرات این محصولات در بازارهای خارجی، توسعه اتحادهای استراتژیک فولاد و سنگ آهن در سطح جهان نیز به عنوان تهدیدی جدی برای کاهش ماندگاری صادراتی فولاد و محصولات فولادی ایران قابل توجه است. چرا که بررسی تحولات ساختار بازار فولاد در سطح جهان از منظر اتحادهای استراتژیک جدید فولادی نشانگر نقش بسیار ضعیف ایران در معاهدات بین المللی است. در واقع می توان اظهار داشت ایران به جز عضویت در معاهده بین المللی OPEC در سایر معاهدات بین المللی نقش موثری ندارد. این در حالی است که رقبا به واسطه حضور در معاهدات بین المللی و دسترسی به بازار کشورهای عضو از توان رقابتی بالاتری برخوردار هستند. برای نمونه می توان به شکل گیری اتحادیه آهن و فولاد عرب و یا عضویت ترکیه در اتحادیه اروپا به عنوان تهدیدی برای کاهش دسترسی به بازارهای منطقه اشاره کرد: ▪ اتحادیه آهن و فولاد عرب AISU بزرگترین اتحادیه رقیب فولادسازی ایران در منطقه خاورمیانه محسوب می شود. این اتحادیه بواسطه حمایت مالی و اطلاعاتی از اعضای خود در جهت تامین مواد اولیه، استاندارد، تکنولوژی و تجهیزات مورد نیاز صنایع آهن و فولاد به دنبال توسعه بازار آهن و فولاد عرب در بازارهای بین المللی علی الخصوص بازار کشورهای عربی می باشد که این امر به کاهش نفوذ صنعت فولاد ایران در بازارهای کشورهای عربی منجر خواهد شد. ▪ صنعت فولاد ترکیه در سایه حذف تعرفه های گمرکی میان کشورهای عضو اتحادیه گمرکی اروپا توانسته است به عنوان بزرگترین صادر کننده لوله های درزجوش به اروپا از توان رقابتی بالایی برخوردار شود و لذا به عنوان رقیب صادراتی ایران در سطح منطقه محسوب می شود. علاوه بر معاهدات بین المللی، از دیگر اتحادهای استراتژیک صورت گرفته در سطح بین الملل ایجاد پیوندهای بلندمدت میان کشورهای تولیدکننده سنگ آهن و فولاد است. شکل گیری چنین پیوندهایی از جهت کاهش قیمت تمام شده محصولات تولیدی موجب افزایش قدرت چانه زنی رقبا و در نتیجه کاهش سهم بازارهای صادراتی محصولات فولادی ایران خواهد شد که برای نمونه می توان به مبادله سنگ آهن و فولاد بین استرالیا و چین اشاره کرد. بر اساس معاهده تجارت آزاد بین این دو کشور تا سقف ۹۵ درصد از صادرات استرالیا به چین (از جمله سنگ آهن و زغال سنگ) شامل تعرفه گمرکی نبوده که این امر موجب رقابتی شدن قیمت محصولات فولادی چین شده و لذا، قدرت چانه زنی رقبای سنگ آهن استرالیا و فولاد چین را به شدت کاهش می دهد.	
نکات کلیدی:	
به منظور حداقل سازی زیان ناشی از مخاطرات ناشی از تحولات صورت گرفته در ساختار بازار فولاد در سطح جهان از منظر اتحادهای استراتژیک جدید فولادی، پیشنهاد می شود اتحادیه سنگ آهن و فولاد بین ایران (بدلیل مزیت نسبی در زمینه تولید آهن اسفنجی و محصولات فولادی)، افغانستان (بدلیل دارا بودن ذخایر بزرگ سنگ آهن)، ترکیه (بدلیل داشتن فناوری های تولید فولاد و توسعه بازار) و قطر (بدلیل توسعه زیرساخت های حمل و نقل دریایی) تشکیل شود. در این اتحادیه افغانستان به عنوان تولیدکننده سنگ آهن، ایران به عنوان هاب تولید آهن اسفنجی، فولاد خام و محصولات فولادی طولی و تخت، ترکیه به عنوان تولیدکننده لوله های فولادی خاص و تامین کننده نیازمندی های فناورانه و قطر نیز به عنوان هاب صادراتی فولاد و بهره بردار محصولات تولید شده ایفای نقش نمایند. ایجاد چنین اتحادی استراتژیک علاوه بر توسعه بازارهای صادراتی امکان جذب سرمایه گذاری خارجی، کاهش هزینه های تولید از طریق گسترش فناوری و تسهیل تجاری را فراهم می آورد.	