

کسب و کار با چین

تجربه‌های شخصی

کنفرانس فرصت‌های بازرگانی ایران و چین

دانشکده کارآفرینی دانشگاه تهران
حسین عبده تبریزی



۲۰ تیرماه ۱۳۹۱ - تهران - مرکز همایش‌های بین‌المللی دانشگاه شهید بهشتی



نکات عمومی

۱. آمار و ارقام رشد
۲. آمار و ارقام ارتباط دو کشور ایران و چین و حوزه فعالیت مشترک
۳. مبانی عمومی کسب و کار
۴. مبانی عمومی هر نوع مشارکت و مذاکره برای دستیابی به آن
۵. مشکلات شرایط خاص جاری
۶. مشکلات نقل و انتقال پول
۷. مطالب تکراری
۸. تجربه‌های شخصی

خبرهای رشد چین

مازاد ارزهای خارجی

قدرت اول جهان

فراسوی توسعه

تراز تجاری مثبت فزاینده

بازارهای قبضه شده

فراسوی توسعه

سرمایه‌گذاری عظیم خارجی در آفریقا

رشد سرسام آور

سوپر کامپیوترها

شهرهای میلیونی جدید

استاد کپی‌برداری

تأسیسات زیربنایی درجه یک

دولت بزرگ، اقتصاد بزرگ

پرکار و کم‌مصرف

رشد شهرنشینی

تحول اساسی طی ۲۰ سال

چین در عرض ۲۰ سال ره صد ساله را پیمود:

- در این مدت، زندگی مردم چین ۲۲ بار بهتر گردید.
- درآمد سرانه روستاییان ۵۴ بار افزایش یافت.
- شمار اهالی کم درآمد از ۵۳ درصد به ۸ درصد تقلیل یافت.

پیش‌بینی‌های صندوق بین‌المللی پول در سال ۲۰۱۱

- تا ۵ سال آینده سهم چین در اقتصاد جهانی از ۱۴ درصد در حال حاضر به ۱۸ درصد خواهد رسید
- تولید ناخالص داخلی چین در سال ۲۰۱۶ به ۱۹ هزار میلیارد دلار خواهد رسید.
- چین در پنج سال آینده به نخستین اقتصاد جهان تبدیل می‌شود.

نکات قابل بررسی قبل از ساماندهی

۱. تأسیس دفتری کوچک برای بررسی
۲. بررسی وسعت و مقیاس فرصت‌ها
۳. تعیین راهبرد ورود به بازار (Entry Strategy)
۴. طراحی برنامه برای ورود و تعیین راهبرد گسترش فعالیت
۵. بررسی موانع برای شرکت یا شخص ایرانی در شرایط خاص امروز
۶. بررسی نحوه انتقال فعالیت در آینده به ایران و تعیین راهبرد خروج (Exit Strategy) - جلوگیری از زیان بیشتر و تعطیل بنگاه در چین
۷. انتخاب ساختار سازمانی
۸. انتخاب شرکای چینی
۹. انتخاب محل استقرار

ساختارهای کسب و کار

- ثبت بنگاه اقتصادی سرمایه گذاری خارجی (FIE)
- حداقل سهام خارجی ۲۵٪
- به اشکال زیر:

۱. دفتر نمایندگی (Rep. Office)

۲. بنگاه اقتصادی با مالکیت کامل خارجی (WFOE)

Wholly Foreign Owned Enterprise

۳. بنگاه اقتصادی تجاری با سرمایه گذاری خارجی (FICF)

Foreign Invested Commercial Enterprise

۴. مشارکت عملی (JV)

صنایع، واردات و صادرات

صنایع اصلی

آهن، استیل، زغال سنگ
صنایع الکترونیک

اسباب بازی

کفش

ماشین آلات

صادرات عمده

ماشین آلات

پوشاک

کفش

ساخت معدنی

ماشین آلات

اسباب بازی

مواد شیمیایی

مواد شیمیایی

فراآورده‌های اصلی کشاورزی

برنج، گندم، جو، ارزن

چای

کتان

ذرت، بادام زمینی

سیب زمینی

ماهی و خوک

واردات عمده

آهن، استیل

ساخت معدنی

۱. دفتر نمایندگی (Rep. Office)

- شایع ترین شکل فعالیت شرکت های خارجی به ویژه برای محصولات وارداتی به چین
- معمولاً در شهرهای درجه یک مستقر می شوند؛ مالک باید اجازه اجاره به شرکت خارجی داشته باشد
- امکان انتشار فاکتور ندارد
 - صدور مجوز به هر حال طولانی است ← امکان کمک از شرکت خدمات بنگاه های خارجی (FESCO)
 - مقام ناظر ← وزارت همکاری های اقتصادی و تجاری خارجی (MOFTEC)
 - ثبت نزد اداره دولتی صنعت و تجارت (SAIC)

۲. بنگاه اقتصادی با مالکیت کامل خارجی (WFOE) Wholly Foreign Owned Enterprises

و

بنگاه اقتصادی تجاری با سرمایه خارجی (FICE) Foreign Invested Commercial Enterprises

- مالکیت ۱۰۰٪ سهام در چین
- WFOE از نوع تولید
- FICE از نوع خدمات: تجارت، صادرات - واردات، خرده‌فروشی و توزیع
- امتیازات مالیاتی برای WFOE: ۲ سال معافیت ۱۰۰٪ و ۳ سال بعدی معافیت ۵۰٪
- واحد تولیدی می‌تواند کار واردات و توزیع محصول را با مجوز WFOE نیز انجام دهد

۳. استقرار مشارکت عملی (JV) Joint Ventures

- تشکیل بنگاه مشترک با چینی‌ها
- موفق‌ترین JVها رابطه تأمین‌کننده - خریدار
- شرکت‌ها JV و JVهای قراردادی (مشارکت عملی از جنس تعاونی)
- مسائل اساسی: نوع قرارداد و ریزکاوی (Due Diligence)
- در قرارداد: غیر از اسم و محل استقرار، ظرفیت تولید و کیفیت، میزان سرمایه‌گذاری و نحوه تقسیم سود، نحوه بازاریابی، و اشکال همکاری/سرمایه‌گذاری

مشارکت عملی شرکتی

- شرکت با مسئولیت محدود با سهام‌داری هر طرف
- آورده سهام‌داران به شکل نقد، تجهیزات، زمین، ساختمان، حقوق مالکانه، مجوزها، حقوق معنوی، ...
- حداقل سهم خارجی ۲۵٪
- بخشی از آورده باید نقدی باشد
- بخشی از آورده می‌تواند تکنولوژی باشد
- سود و زیان‌ها به نسبت سرمایه
- عمر مشارکت ۱۵ تا ۳۰ سال
- امکان خروج سرمایه خارجی تا زمانی که EJV در حیات است ممکن نیست

انتخاب شریک چینی

کمک از انجمن‌های صنعتی (برخوردار از پشتیبانی دولت چین) ← تهیه فهرست شرکت‌های هدف

۳۰ سال فضای باز نسبت به جهان

۵۰۰ شرکت بزرگ دنیا در چین مستقر شده‌اند

رقابت شدید

تجربه در مشارکت با خارجی‌ها

کمک از شرکت‌های ایرانی خارجی (امریکا، کانادا، ...)

مباری روابط چین و ایران

مجرای تجارت

مجرای مالی

مجرای قیمت کالاهای اساسی

مجرای تجاری

رابطه تجاری ایران با چین همانند روابط کشورهای در حال توسعه با کشورهای توسعه یافته است:

- واردات ایران از چین اغلب شامل مصنوعات می شود.
- صادرات ایران به چین اغلب شامل مواد اولیه است.
- ۱۱ درصد از نیاز انرژی چین از ایران تأمین می شود.

مجرای مالی

جذب سرمایه بسیار در گذشته (ادامه دارد).

احتمال سرمایه گذاری مستقیم خارجی در ایران

احتمال توسعه روابط مالی (بانک، بیمه، بازار سرمایه)

نرخ های برابری ارز

کاهش جریان سرمایه به سمت ایران (تقصیر چین نیست)

مجرای قیمت کالاهای اساسی

مصرف بالای چین در کشورهای در حال توسعه قیمت مواد اولیه را بالا برده است.

چین باعث شده ایران بیش از گذشته نیازمند صادرات مواد اولیه و کالاهای اساسی باشد.

انتخاب شریک چینی

- مشارکت در بسیاری از حوزه‌ها ممکن است
- درک منطق W-W توسط کسب و کارهای
خصوصی چینی
- مزیت کسب و کارهای چینی از نظر هزینه،
ارتباطات، و درک موقعیت بازار

تکیه بر

- سرمایه فکری و نه لزوماً سرمایه فیزیکی
- مهندسی و تولید
- بنگاه‌هایی که مجوزهای لازم را دارند
- کسب و کارهایی که قابلیت‌های مدیریتی دارند
- توسعه مجاری ارتباطی

ایران و چین

اصلاح روابط از دیدگاه بخش خصوصی

- افزایش کارآمدی فعالیت‌های تجاری (واردات /صادرات)
- تولید مشترک در خاک چین برای محصولات قابل فروش در ایران (با استفاده از نیروی انسانی ایرانی مقیم خارج)
- branding کالاهای چینی و اخذ نمایندگی رسمی
- حرکت واردات به سمت کالاهای دارای کیفیت
- توسعه روابط متقابل بازارهای سرمایه دو کشور (اعطای متقابل مجوزهای فعالیت برای پذیره‌نویسی، کارگزاری، معامله‌گری، پذیرش اوراق بهادار،، بیمه‌ها، ابزارهای تأمینی)
- توسعه روابط متقابل بازارهای پول (مثال: مجوز تأسیس بانک، استفاده از ابزارهای تأمینی)

ایران و چین

اصلاح روابط از دیدگاه بخش خصوصی

- استفاده از امکانات تجاری هنگ کنگ و تایوان بر محور روابط با چین
- حرکت از واردات به سمت تولید مشترک با چینی‌ها در خاک ایران برای کاهش هزینه‌ها (از جمله هزینه‌های تعرفه)
- تغییر نحوه برخورد، روحیه برای انجام مذاکرات، انجام معاملات و تسلیم نشدن به قدرت اقتصادی طرف دیگر
- استفاده از نیروی انسانی خارج از کشور در روابط مشترک با چین
- استفاده از مزیت‌های نسبی (مواد اولیه و منابع مالی) برای بسط رابطه با طرف‌های چینی

ایران و چین

اصلاح روابط از دیدگاه بخش خصوصی

- عدم رقابت غیرضروری در برخورد های تجاری با چین (به دلیل اتخاذ سیاست های تجاری متمرکز و مشترک توسط طرف دیگر)
- سرمایه گذاری مشترک با چینی ها در کشورهای ثالث (میزبان ۹ برای اجرای پروژه های زیربنایی و عمرانی در کشورهای میزبان جهت استفاده از مزیت های نسبی (نیروی کار کارآمد ایرانی در خارج از کشور)
- با توجه به عضویت چین در WTO، درک اهمیت موضوع و فرصت های آن برای آینده ایران

انتخاب محل فعالیت

- مالک زمین نمی توان شد و باید آن را اجاره کرد
- دوره های اجاره
 - ۷۰ سال (مسکونی)
 - ۵۰ سال (صنعتی، آموزشی، علمی، ورزشی، ...)
 - ۴۰ سال (تجاری، توریسم، و اوقات فراغت)
- امکان انتقال، اجاره بلندمدت یا رهن به شخص ثالث در طول دوره مجاز وجود دارد
- شروع با دفتری کوچک
- شهرهای کوچک تر و درجه ۲ برای واحدهای تولیدی
- از SME ها در شهرهای کوچک بیشتر استقبال می شود
- برقراری ساده تر تماس ها و ارتباطات در شهرهای کوچک
- توجه به وضعیت خاص ایران در انتخاب شهر

چارچوب مقرراتی برای سرمایه‌گذاری خارجی

قوانین اصلی حاکم بر سرمایه‌گذاری خارجی (قانون شرکت‌ها، قانون بنگاه‌های اقتصادی با مالکیت کامل خارجی، قانون مشارکت عملی شرکتی، قانون مشارکت عملی قراردادی)

قانون و مقررات مربوط به صنعت
و رشته‌های فعالیت

مثل مقررات بخش‌های خاص
صنعت و تجارت

قانون و مقررات مربوط به ادارات
دولتی

مثلاً قانون سرمایه‌گذاری خارجی
قانون مالیات بر درآمد
قانون مربوط به ارز

قانون و مقررات مربوط به مناطق
اقتصادی

مثلاً مناطق آزاد
مناطق فراوری برای صادرات

در مورد مالیات

- مالیات بر درآمد شرکت‌ها (مرکزی و محلی) ۲۵٪
- شرکت‌های کوچک در موارد خاص ۲۰٪
- مالیات بر درآمد اشخاص - صعودی ۳۰ تا ۴۵٪
- مالیات بر درآمدهای سرمایه‌ای ۲۰٪
- مالیات بر سود املاک و مستقالات ۲۰٪
- در صورتی که سود بیش از ۵۰٪ قیمت خرید باشد ۳۰ تا ۶۰٪
- سال مالیاتی پایان دسامبر
- پرداخت‌های مالیاتی غالباً سه ماهه

در مورد مالیات

- نرخ‌های کمک به صندوق تأمین اجتماعی - سهم کارفرما ۱۱٪
- مالیات در مبدا از موارد زیر کسر می‌شود:
- سود سهام ۱۰٪
- بهره ۱۰٪ تا ۱۵٪
- عایدات سرمایه‌ای ۱۰٪
- حقوق مالکانه ۱۰٪
- توجه به معافیت‌ها و قانون منع مالیات مجدد بین دو کشور
- توجه به نرخ‌های تشویقی در مناطق آزاد (مناطق اقتصادی ویژه، مناطق توسعه صنعتی و تکنولوژیک، مناطق اقتصادی آزاد، پارک‌های تکنولوژی، مناطق صادراتی، مناطق تدارکاتی، بنادر دارای مقررات خاص)
- مسأله قیمت‌های انتقالی

تجربه‌های شخصی ۱

چالش‌های پیش‌روی کسب‌وکار خارجی

- نیاز به درک نقش دولت و حزب و نقش سلسله مراتب در شرکت‌ها
- تداوم تغییرات
 - مقررات و استانداردها
 - مقامات مسئول
 - شرایط بازار
- فساد، حقوق معنوی، و حاکمیت قانون
- افزایش ناسیونالیسم اقتصادی
- کنترل و اطاعت در هیأت‌مدیره شرکت‌ها
- نیاز به مدیریت رقابت محلی و فشار قیمت‌ها
- سرعت و عمق ناحیه‌ای شدن امور
- ساختار سازمانی مناسب
- استفاده معقول از مشاوران و وکلا
- رابطه مناسب با مقامات محلی
- تملک شرکت‌های دولتی (هنوز ۳۰٪ دست دولت است)

تجربه‌های شخصی ۲

آداب تجاری

- عمدتاً رابطه تجاری مبتنی بر توصیه سایر شرکت‌های آشنا و همکار است. در عین حال، ارتباط بدون سابقه قبلی، و بر اساس اطلاعات گردآوری شده از سمینارها، نمایشگاه‌ها، و اینترنت نیز معمول شده است.
- استفاده از نام فامیل و عنوان ← اهمیت ارشدیت ← مثال توزیع کارت ویزیت از ارشدترین فرد ← ورود به جلسه (ارشدترین فرد) ← هدیه به ارشدترین افراد ← نحوه نشستن در جلسه
- تبدیل رابطه تجاری به رابطه اجتماعی بعد از گذشت دوره زمانی (مغایر با وضعیت در غرب) ← صرف غذا و رستوران ← ترتیب نشستن ← بردن هدیه به این نوع نشست‌ها به ویژه اگر دعوت به خانه باشد
- برخوردها و لباس‌های محافظه کارانه
- تابوهای جامعه (خط قرمز) مثلاً اشاره به تایوان + یا شهرها را در مقابل هم قرار دادن (شانگهای در مقابل بیجینگ)
- توجه به ویژگی‌های فرهنگی در طول فعالیت در چین
- تفاوت‌ها در نحوه انجام کار
- عدم شکایت و انتقاد مستقیم
- ۳/۱ میلیارد نفر با ۵۶ ملیت یا اقلیت مختلف
- حفظ آبرو ← رعایت افراد نزد دیگران
- توجه به شکل افقی و سلسله‌مراتبی شرکت‌ها

اهداف اساسی رابطه با دولت

شرکا، مشتریان، تأمین کنندگان مواد، رقبا، ارائه کنندگان خدمات و رسانه‌ها توسط حزب و بوروکراسی دولتی موازی اداره می‌شوند

- گسترش اعتبار و شهرت
- حل مشکل و مسأله
- پایش سیاست‌ها و شکل دادن به مقررات
- حمایت مستقیم تجاری
- هر جا ممکن باشد پیوند اهداف با خواست‌های دولتی

با تشکر