زنجیره‌های جهانی ارزش: نگاهی بین رشته ای

چکیده:

مقاله‌ی حاضر به بررسی دامنه‌ی به‌سرعت درحال رشد پژوهش‌های مربوط به زنجیره ارزش جهانی می‌پردازد. این مقاله به مطالعات منتشرشده در خصوص زنجیره‌ی جهانی ارزش در رشته‌هایی چون: کسب‌وکار بین‌المللی، مدیریت عمومی، مدیریت زنجیره‌ی تأمین، مدیریت عملیات‌ها، جغرافیای اقتصادی، مطالعات توسعه و منطقه‌ای، و اقتصاد سیاسی بین‌المللی می‌پردازد. در پیش گرفتن سیاست انزوای اقتصادی (تحریم) از زمان وقوع انقلاب اسلامی و تسخیر لانه جاسوسی و تشدید آن طی دو دهه اخیر مسایل مختلفی را برای امنیت ملی جمهوری اسلامی ایران پدید آورده است. تشدید روندهای منطقه گرایی در واکنش به روند جهانی شدن و تغییر نظم بین الملل از تک قطبی به چند قطبی و اتخاذ سیاست همسایگی و نگاه به شرق در سیاست خارجی و عضویت کشورمان در سازمان همکاریهای شانگهای؛ لزوم شناخت و نقش آفرینی موثر در مناسبات حاکم بر روابط بین الملل عرصه های مختلف به ویژه اقتصادی را برای تامین منافع ملی کشورمان دو چندان می کند. عدم توجه به این حوزه دانشی بین رشته ای در دانشگاههای کشورمان و فقر شدید منابع به زبان فارسی و نیز اهمیت موضوع در شکل دهی به مناسبات بین کشورها به عنوان عاملی مهم برای پیشرفت و توسعه اقتصادی از انگیزه های شکل گیری این پژوهش بوده است. این مقاله نگاهی گذرا به مهمترین مفاهیم مطرح شده در معتبرترین نشریات علمی رشته های فوق الذکر طی دو دهه اخیر در این موضوع می پردازد. امیدواریم در پژوهشهای آتی بتوانیم به بسط ابعاد مختلف موضوع زنجیره ارزش جهانی، شبکه های تولید جهانی، ارتقاء و حکمرانی در زنجیره ارزش جهانی بپردازیم.

واژگان کلیدی: زنجیره‌های جهانی ارزش؛ زنجیره‌های جهانی کالا؛ شبکه‌های جهانی تولید؛ کارخانه‌ی جهانی؛

مقدمه

طی چند دهه‌ی گذشته، آزادسازی و مقررات‌زدایی تدریجی سرمایه‌گذاری و تجارت بین‌المللی، توأم با توسعه‌ی سریع و گسترش فناوری‌های اطلاعات و ارتباطات ، به‌طور کل نحوه‌ی عملکرد و رقابت شرکت‌های چندملیتی را در اقتصاد درحال جهانی‌شدن دنیا دگرگون ساخته‌است. یک الگوی روشن و هم‌چنان پیچیده از فعالیت تجاری بین‌المللیِ متلاشی از منظر سازمانی و پراکنده از لحاظ فضایی ظهور کرده‌است. این درحالی است که مکان‌های دورسپاری تولید که در کشورهای درحال توسعه‌ی کم هزینه واقع هستند ارتباط نزدیکی با خریداران شرکت‌های پیشرو و شرکت‌های چندملیتی موجود در بازارهای مهم مصرف امریکای شمالی و اروپا دارند (کو و یانگ،۲۰۱۵ ؛ دیکن،۲۰۱۵ ؛ گرفی،۲۰۱۸). شرکت‌های چندملیتی جدیدی نیز در اقتصادهای درحال توسعه، به‌خصوص اقتصادهای آسیای شرقی و جنوب‌شرقی، پدیدار گشته‌اند که شرکای مهم استراتژیک و ارائه‌دهنگان خدمات تولیدی برای شرکت‌های چندملیتی باسابقه‌ای هستند که در اقتصادهای پیشرفته‌ی صنعتی‌شده حضور دارند (یانگ،۲۰۱۶). الگوی مذکور گویای دسته‌بندی‌ای تازه در سازماندهی صنعتی در مقیاس جهانی است، این به معنای گذار از شرکت‌های چندملیتی سازماندهی‌شده به‌صورت سلسله-مراتبی، که از دیرباز متمرکز بر مدیریت سرمایه‌گذاری‌های داخلی در خارج‌از کشور بوده‌اند، به شرکت‌های چندملیتی در قالب شرکت‌های پیشروی بین‌المللی است. این شرکت‌ها [ی پیشرو بین‌المللی] با شرکای راهبردی پراکنده در موقعیت‌های جغرافیایی مختلف، تأمین‌کنندگان تخصصی، و پایگاه‌های مشتریان خود کار می‌کنند و آن‌ها را در ساختارهایی پیچیده با عناوین مختلف

زنجیره‌های جهانی کالا، زنجیره‌های جهانی ارزش، شبکه‌های جهانی تولید، یا کارخانه‌های جهانی ادغام می‌کنند. یک زنجیره ارزش جهانی به روند تولید در سراسر کشورها پایان می دهد. شرکت ها در کار خاصی تخصص پیدا کرده و دست به تولید کل محصول نمی زنند. تعاملات میان شرکت ها به طور عمومی شامل روابط پایدار می شود.اصول اقتصادی عامل محرکی برای مشارکت کشورها در زنجیره های ارزش جهانی می باشد. اما سیاست ها نیز به منظور گسترش مشارکت و منافع نیز اهمیت پیدا می کنند.

پس از تألیف مجموعه‌ی گِرفی و کوزِنیویچ (۱۹۹۴) در اوایل دهه‌ی ۹۰، پدیده‌ی مزبور درخصوص تولید بین‌المللیِ گسسته از منظر سازمانی به موضوع تحقیق طیف گسترده‌ای از رشته‌های دانشگاهی، ازجمله: جامعه‌شناسی اقتصادی، اقتصادهای بین‌المللی، مطالعات

توسعه و منطقه‌ای، جغرافیای اقتصادی، اقتصاد سیاسی بین‌المللی، مدیریت زنجیره‌ی تأمین، مدیریت عملیات‌ها، و کسب‌وکار بین-المللی، تبدیل شده‌است (باکلی ،a۲۰۰۹ ،b ؛ کو و یانگ،۲۰۱۵ ،۲۰۱۹ ؛ گرفی،۱۹۹٤ ،۲۰۱۸ ؛ گرفی، هامفری، و استراگون، ۲۰۰۵؛ هندرسون، دیکن، هس، کو، و یانگ،۲۰۰۲). نخستین فعالیت‌های پژوهشی [رشته‌ی] جامعه‌شناسی اقتصادی و مطالعات توسعه متمرکز بر تجارت جهانی کالا و ساختار حکمرانی چنین زنجیره‌های کالایی در صنایع دارای فناوری پیشرفته و نیروی کار بسیار بود (Bair،۲۰۰۹ ؛ گرفی،۱۹۹۹ ،۲۰۱۸ ؛ گرفی و ... ،۱۹۹٤). این آثار بر اساس قدرت و نظارتی که خریداران (خرده‌فروشان و شرکت‌های صاحب نام تجاری [بِرند]) یا تولیدکنندگان (تولیدکنندگان تجهیزات اصلی- OEMها) در حکمرانی بر تأمین‌کنندگان بین‌المللی و ارائه‌دهندگان خدمات خود اعمال می‌کنند؛ گونه‌شناسی ساده‌ای از زنجیره‌های خریدار- محور و تولیدکننده- محور جهانی کالا (زنجیره کالای جهانیها) را شرح و بسط داده‌اند.

در سال ۲۰۰۰، بنیاد راکفِلِر قراردادی درخصوص زنجیره ارزش جهانی در مقیاس وسیع ایجاد کرد که نقطه‌ی آغاز رشد سریع پژوهش‌های زنجیره ارزش جهانی بود (گرفی، هامفری، کاپلینسکی، و استراگون،۲۰۰۱). سال‌های اولیه‌ی دهه‌ی ۲۰۰۰، نزدیک به زمان شروع بررسی ما، آثار مربوط به زنجیره کالای جهانی از تمرکز بر کالاها (مانند: تن‌پوش، پاپوش، و خودروها) فاصله گرفتند و به سوی بررسی زنجیره‌های ارزشی‌ای رفتند که فعالیت‌های تولیدی پراکنده از لحاظ موقعیت فضایی را متصل می‌کنند. گِرفی و همکارانش (۲۰۰۱) در مقدمه‌ی شماره‌ی ویژه‌ی بولتن بانک توسعه‌ی بین امریکایی (IDB) چندین چالش مبرم برای پژوهشگران زنجیره‌ی ارزش را شناسایی کرده و به استفاده از زنجیره ارزش جهانی به‌عنوان اصطلاحی رایج اصرار ورزیده‌است. از آن زمان، زنجیره ارزش جهانی به محور اصلی توجهات پژوهشی و تحلیلی در علوم اجتماعی و اخیراً، در جوامع سیاست بین‌المللی تبدیل شده‌است. دیدگاه جامعه‌شناسی اقتصادی نسبت‌به زنجیره ارزش جهانی عمدتاً متمرکز بر تبعات اجتماعی تبادل اقتصادی و بر نقشه‌برداری ساختارهای حکمرانی/ گونه‌شناسی‌های درحال توسعه‌ی زنجیرههای ارزش جهانی و تبعاتشان بر ارتقای بومی باقی مانده‌است (گرفی، ۲۰۱۸؛ گرفی.et al ،۲۰۰۵ ؛ هامفری و اشمیتز،۲۰۰۲). بررسی زنجیرههای ارزش جهانی در آثار مربوط به اقتصادهای بین‌المللی متمرکز بر کارایی سازمان‌دهی قراردادی و مبادلات اقصادی در زنجیرههای ارزش جهانی و متمرکز بر نقشه‌برداری از جغرافیای جریان‌های تجارت بین‌المللی و خلق ارزش می‌باشد (ایچل و هیل و،۲۰۱۸ آنتراس و چور،۲۰۱۳ ؛ گروسمن و روسی -هانسبرگ، ۲۰۰۸؛ جانسون و ،۲۰۱۲ ؛ لی و یی،۲۰۱۸). پژوهشگران کسب‌وکار بین‌المللی عمدتاً علاقه‌مندند بدانند چگونه شرکت‌ها به‌طور سودآور مزایای ویژه‌ی شرکتی منحصر خود را تقویت و استخراج می‌کنند و با برقراری روابط تجاری آن‌سوی مرزهای ملی از طریق فعالیت شرکت‌های چندملیتی در زنجیرههای ارزش جهانی ارزش می‌آفرینند (باکلی ،a۲۰۰۹ ؛ کانو،۲۰۱۸ ؛ لاپلام، پترسن، و پیرس،۲۰۱٦ ؛ مودامبی،۲۰۰۸).

مفهوم زنجیره ارزش جهانی به قالب شبکه تولید جهانی نزدیک می‌باشد. مفهوم شبکه تولید جهانی در اواخر دهه ۱۹۹۰ از سوی گروهی از محققین جغرافیای اقتصادی توسعه یافت و از نارضایتی روز افزون با نظریه‌های موجود توسعه اقتصادی که در پاسخگویی به طبیعت فعالیت‌های تولید شبکه‌ای شده با پیچیدگی روزافزون ناموفق بود، ظهور کرد. این امر در سراسر مرزهای ملی گسترش یافته و توسعه مناطق و کشورهای مختلف را ناهموار می‌کند (کو و یونگ، ۲۰۱۵، ۲۰۱۹؛ هندرسان و دیگران، ۲۰۰۲؛ هِس، ۲۰۱۷؛ یونگ، ۲۰۰۹، ۲۰۱۸). ایده شبکه تولید جهانی از مفاهیم ساده‌ی تجارت و برون سپاری فراتر رفته و هماهنگی خاص شرکت و استراتژی‌های همکاری را از طریق چنین شبکه‌های ارتباطی ساخته شده، مدیریت شده و پایدار مانند دستیابی جغرافیایی شبکه‌ها در قلمروهای خاص مانند مناطق محلی و گروه‌های صنعتی برجسته می‌کند. به علاوه پاسخ‌های استراتژیک سایر بازیگران شرکتی و غیرشرکتی در شبکه تولید جهانی مانند کشور و انجمن‌های تجاری را در نظر می‌گیرد. این امر بر بازیگران اقتصادی مانند ابرشرکت‌های چندملیتی و شرکای استراتژیک ایشان و نهادهای سرزمینی مانند ادارات دولتی و انجمن‌های تجاری متمرکز می‌باشد. به علاوه تفکر شبکه تولید جهانی را از تحقیق زنجیره کالای جهانی متمرکز برکالای به خصوص یا دغدغه‌ی تحقیق زنجیره ارزش جهانی در مورد تجمع زنجیره‌های مختلف ارزشی در صنایع متمایز می‌کند.

این درحالیست اخیرا اصطلاح (شبکه ی تولید جهانی) این واقعیت را منعکس می سازد که شرکت‌های مرتبط (درگیر) اغلب (نسبت به زنجیره‌های خطی) شبکه‌های بین شرکتی و درون شرکتی تو در تو و پیچیده‌ای را شکل می دهند. ما در نظر داریم تا اصطلاح (زنجیره‌ی ارزش جهانی) را به صورت کلی، از طریق این بازبینی بکارگیری نماییم تا بدین جهت این واقعیت را منعکس سازیم که تجزیه و تحلیل و پراکندگی جغرافیایی در مدت زمان کمی در بخش های مختلفی از زنجیره‌ی ارزش جهانی اتفاق می‌افتد و دربردارنده‌ی فعالیت‌های ابتدائی و پشتیبانی به همراه فرآیندهای فزاینده و پیچیده‌ی فزونگر دانش می باشند که در حال کاهش و برون سپاری می باشد. (گرفی و فرناندز استارک، ۲۰۱۰).

یک زنجیره ارزش جهانی سلسله ای از وظایف به هم پیوسته و اقدامات کاملی است که کالاها و خدمات را تولید کرده و ارائه داده، توزیع نموده و روی یک پایه جهانی به کار گرفته شده می شود. (کوِ، هِسس، یانگ، دیکن، هِندرسون، ۲۰۰۴؛ کوِ و یانگ ۲۰۱۵؛ هندرسون،۲۰۰۲) پژوهشگران کسب و کار بین المللی اخیرا دریافتند که نرخ تکرار نمایش های زنجیره های ارزش جهانی یکی از برجسته ترین ویژگی های اقتصاد امروز (در حال حاضر) (تورکینا و وَن ازشه،۲۰۱۸) و پیشرفت‌های بزرگ در ادبیات جریان کسب و کار بین المللی اصلی زنجیره ارزش جهانی ها ساخته شده است. (باکلای، کریج و مودامبی، ۲۰۱۹؛ گِرِفی، ۲۰۱۹).

هنوز، به طور شگفت انگیزی، مقاله ای که به طور سیستماتیک و نظم یافته علوم اجتماعی و مدیریت ادبیات زنجیره های ارزش جهانی و نقطه نظرهای پیشنهادی برای پژوهش‌های آینده، به ویژه برای پژوهشگران کسب و کار بین المللی که بهتر از دانش و یافته های ما باشد، وجود ندارد. بررسی ما با هدف پر کردن این خلاء است.

ما با توسعه یک چارچوب سازمان‌دهی شده برای هدایت بررسی سیستماتیک ادبیات چند تخصصی، آغاز می کنیم. این چارچوب با یک دسته بندی تئوری فراگیر از کارهای اصلی در مورد نظارت زنجیره‌ی جهانی ارزش ، ارتقاء، پویایی رقابتی، و پیامدهای سرزمینی، و منطق تحلیل نهادی مقایسه ای مفروض است. ما سپس روش شناسی بررسی خود، و ارائه نتایج بررسی ۸۷ آزمایش و مطالعات مفهومی، سازماندهی شده مطابق با چارچوب توسعه داده را مورد بحث قرار می دهیم. ما با ارزیابی بدنه ادبیات مقاله، شناسایی شکاف های دانشی و راه های پیشنهادی برای پژوهش های اینده، نتیجه گیری می‌کنیم.

همان‌طور که در بخش مقدمه اشاره شد، چارچوب شبکه‌ی تولید جهانی توسعه‌یافته توسط دیکن و غیره (۲۰۰۱) و هندرسون و دیگران (۲۰۰۲)، یک توسعه‌ی نظری موازی درعلوم اجتماعی بود. جدول یک مقایسه میان رویکرد و روش‌های نظری زنجیره‌ی ارزش جهانی و شبکه‌ی تولید جهانی را که تلاش‌های نظریه‌پردازی "پودمانی" پیشنهادشده توسط پونته و استروجن را امکان پذیر می‌کند، را ارائه می‌کند (۲۰۱۴).

رویکردها و روش‌های نظری در زنجیره‌ی ارزش جهانی و شبکه‌های تولید جهانی

	زنجیره‌ی کالای جهانی / زنجیره‌ی ارزش جهانی	شبکه‌ی تولید جهانی
زمینه‌ی رشته‌ای	جامعه‌شناسی اقتصادی	جغرافیای اقتصادی
	مطالعات توسعه	اقتصاد سیاسی بین‌الملل
	مطالعات صنعت	مطالعات نوآوری
هدف تحقیق	شبکه‌های بین شرکتی در صنایع جهانی	پیکربندی‌های جهانی شبکه‌های درون شرکتی، بین شرکتی و برون شرکتی
		مسیرهای توسعه‌ی منطقه‌ای نامتوازن
مفاهیم جهت‌یابی	زنجیره‌های ارزش‌افزایی	ارزش آفرینی، توسعه و دستبابی
	مدل‌های حکومت	توان و نیروی شرکتی، مشترک و نهادی
	یادگیری‌های سازمانی	نهادینگی اجتماعی، شبکه‌ای، منطقه‌ای (قلمروای)
	ارتقاء و درآمدهای صنعتی	اتصال و جفت‌سازی استراتژیک
	سیاست‌های توسعه	پویایی رقابتی و نوآوری‌های فنی
تاثیرات فکری	نظریه نظام‌های جهانی	جغرافیای اقتصادی ارتباطی
	تجارت‌های بین‌المللی	مطالعات زنجیره‌ی کالای جهانی/ زنجیره‌ی ارزش جهانی
	اقتصاد تجاری	

منبع: تنظیم‌شده از کو و یانگ ۲۰۱۵

تازه‌ترین و جامع‌ترین نظریه‌پردازی زنجیره‌های جهانی ارزش می‌توان در تک‌پژوهش کو و یانگ (۲۰۱۵) یافت. این اثر سازوکارهای سببی‌ای را مشخص می‌نماید که به‌صراحت دسته‌بندی‌های مفهومی پیشین از ارزش، قدرت و حک‌شدگی را به شکل‌گیری‌های پویای شبکه‌های جهانی تولید و نتایج غیریکدست توسعه‌شان پیوند می‌دهند و با مشخص نمودن این سازوکارها درصدد ایجاد نظریه‌ای پویا درخصوص شبکه‌های جهانی تولید است. هدف این چارچوب دوم (۲.۰) شبکه‌های جهانی آن است که میان پویایی‌های سرمایه‌محور ساختاری‌ای که شکل‌گیری/ عملکرد شبکه‌های جهانی تولید را پی‌ریزی می‌کنند با نتایج در محل [واقع در موقعیت] توسعه‌محور برای اقتصادهای بومی و منطقه‌ای ارتباط مفهومی برقرار سازد. این پویایی‌های زیربنایی سرمایه‌محور ابعادی کلیدی را دربردارد، ازجمله: محرک‌های کاهش‌دهنده‌ی نسبت‌های هزینه- قابلیت، توسعه‌ی بازار، مالی‌سازی و اثرات نظم‌دهی آن بر شرکت‌ها، و مدیریت خطر (مدیریت ریسک). این ابعاد در کنار هم جان‌مایه‌ی الزامات ذاتی سرمایه‌گرایی کنونی جهانی را بیان می‌کنند. این پویایی‌ها متغییرهای اصلی‌ای هستند که راهبردهای اتخاذشده توسط عوامل اقتصادی برای پیکربندی (مجدد) شبکه‌های جهانی تولیدشان ، و در پی آن مسیرهای جذب ارزش و نتایج توسعه‌ای در صنایع، مناطق و کشورهای مختلف را هدایت می‌کنند. جالب است بدانید که این پویایی‌های رقابتی در تألیفات موجود مربوط به زنجیره جهانی ارزش (زنجیره ارزش جهانی) به درستی مورد نظریه‌پردازی قرار نگرفته‌اند، با آنکه این تألیفات بسیار بیشتر به ابعاد حاکمیت بر عملیات چنین زنجیره‌ها و شبکه‌هایی بعد از شکل‌گیری‌شان می‌پردازد. کو و یانگ (۲۰۱۵) در نظر داشتند که چگونه این محرک‌های سببی راهبردهای انواع مختلف شرکت‌ها در شبکه‌های جهانی تولید را شکل می‌دهند. این شرکت‌ها فعالیت‌هایشان را از طریق پیکربندی‌های روابط شبکه‌ای داخل شرکتی، بین شرکتی و خارج شرکتی سازماندهی می‌کنند. به‌طورمفهومی، تعاملات مختلف پویایی‌های زیربنایی این پیکربندی‌های شبکه‌ای را می‌سازند. این مؤلفان سپس

به بررسی تبعات این سازوکارهای سببی- متشکل از راهبردها و پویایی‌های مختلف- برای شرکت‌های حاضر در شبکه‌های جهانی تولید می‌پردازند.

روش شناسی

با استفاده از جستجوی نشریات چند رشته‌ای که در برگیرنده‌ی تجارت بین المللی، مدیریت کلی، مدیریت زنجیره تأمین، مدیریت عملیات و گروهی منتخب از ژورنال‌های علوم اجتماعی که تحقیقات زنجیره ارزش جهانی را با نام جغرافیای اقتصادی، جامعه شناسی اقتصادی، مطالعات منطقه‌ای و توسعه و اقتصاد سیاسی بین المللی منتشر می‌کردند، انجام دادیم. ما ژورنال‌های برجسته هر رشته که محققین را مجذوب می‌کند تا با کیفیت ترین مطالعات زنجیره ارزش جهانی خود را ارسال کنند، انتخاب کردیم. این دوره با رشد سریع و پیچیدگی فزاینده‌ی تحقیقات زنجیره ارزش جهانی مشخص شده است.

کلید واژه زنجیره ارزش جهانی و کلید واژه های مرتبط در بانکهای اطلاعاتی اسکوپوس و وب آو ساینس مورد جستجو قرار گرفت. که در پایگاه اسکوپوس ۳۷۷۹ نتیجه حاصل شد. حاصل جستجو در پایگاه وب آو ساینس نیز ۸۴۹ نتیجه را در بر داشت. اطلاعات کتابشناختی مقالات براساس تعداد ارجاع دهی و نویسندگان پر استناد مورد بررسی قرار گرفت. در ضمن سایر کلیدواژه ها، ارتباط و تواتر آنها با استفاده از نرم افزار VOSveiwer مورد بررسی و تحلیل قرار گرفت و مقالات منتخب با معیارهای اعتبار علمی نشریات و پوشش گستره موضوعی پس از چند مرحله غربالگری از طریق مطالعه عناوین، مطالعه چکیده ها و نتایج پژوهش انتخاب شدند. بازه زمانی مورد بررسی در مرحله نخست از سال ۱۹۹۸ تا ۲۰۲۲ بود.

به منظور انجام تحقیقات تجربی سه معیار غربالگری دیگری را بکار گرفتیم. در مرحله‌ی اول بیشتر مقالات اخیر که از سال ۲۰۰۵ به بعد منشر شده اند را منظور کردیم. در مرحله‌ی دوم بر روی مقالات مرتبط با علاقه‌مندی دانشمندان حوزه‌ی تجارت جهانی تمرکز نمودیم. در مرحله‌ی سوم، اطمینان حاصل کردیم، موارد انتخابی ترکیبی از نویسندگان در رشته‌های مختلف، موسسات و موقعیت های جغرافیایی را پوشش می دهد و موارد مورد مطالعه هم رویکرد زنجیره‌ی ارزش جهانی را به همراه شیوه‌ها و روش ها، پوشش صنعت، موقعیت تجربی در کشورهای توسعه یافته و هم در حال توسعه در بر می‌گیرد. بر اساس معیارهای ذکر شده در قسمت‌های بالا، از مجموع ۲۱ نشریه، ۲۲ مقاله‌ی نظری در حال انتشار می‌باشد. (که این شامل آن ۹ مقاله‌ی مهم و بنیادین که در بالا ذکر شد، می باشد) و ۶۵ مقاله‌ی در حوزه‌ی تجربی در بازنگری ما گنجانده شده است که در جدول شماره‌ی دو درج شده اند.

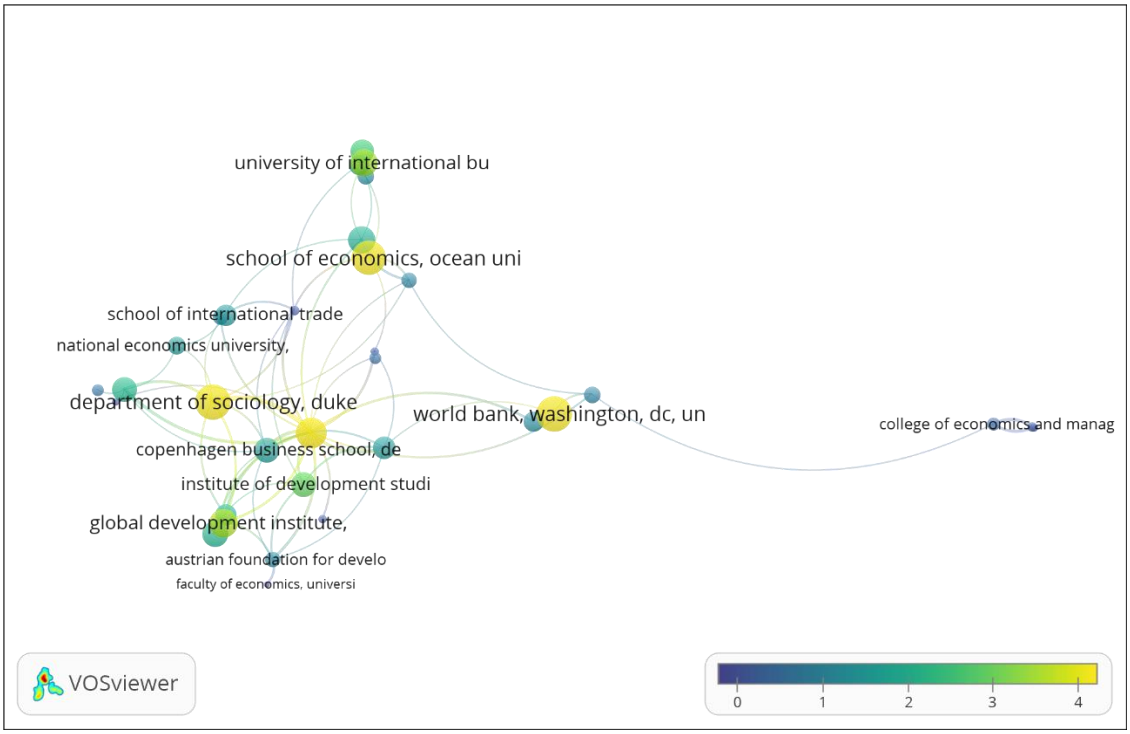
مجله‌های ارائه شده در این بررسی

ژورنال	اختصار	تعداد مقاله
مدیریت عمومی		
آکادمی بازنگری مدیریت	AMR	۱
ژورنال مطالعات مدیریت	JMS	۲
علم سازمانی	OS	۱
ژورنال مدیریت استراتژیک	SMJ	۱
تجارت بین المللی		
ژورنال استراتژی جهانی	GSJ	۱
بررسی تجارت بین المللی	IBR	۱۰
ژورنال مطالعات تجارت بین‌المللی	JIBS	۹
ژورنال تجارت جهانی	JWB	۷

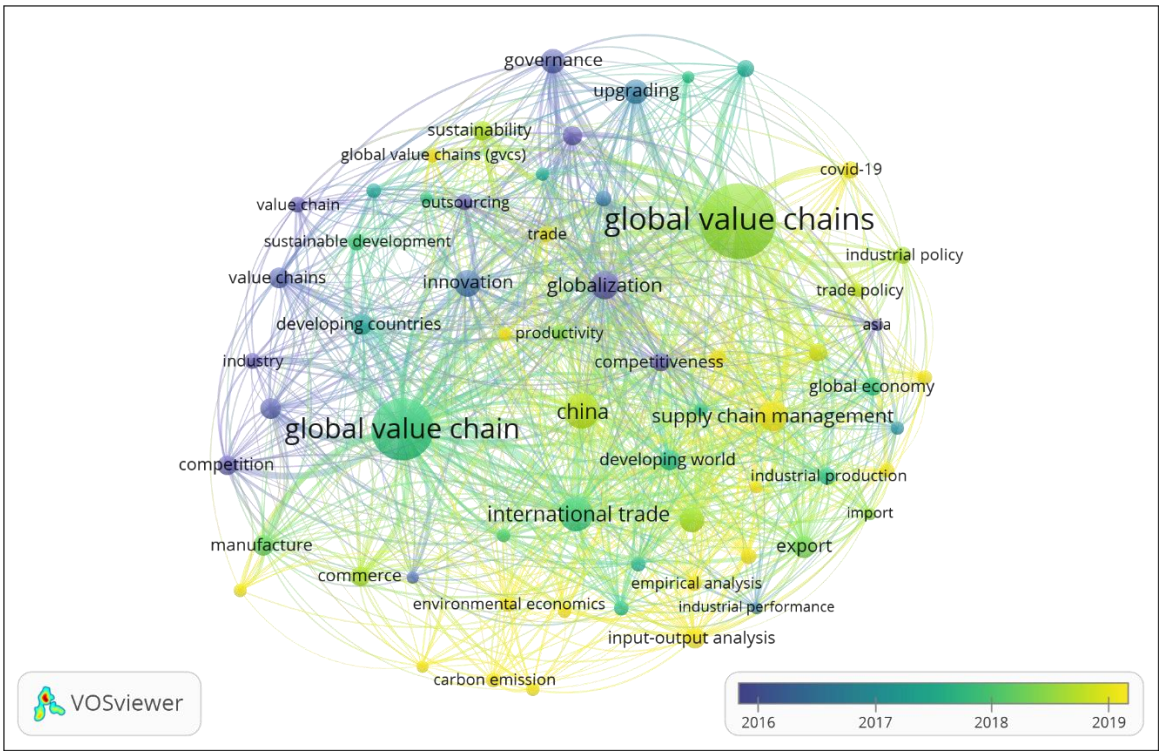
بررسی بین المللی مدیریت	MIR	۶
مدیریت زنجیره ی تامین/ مدیریت عملیات		
ژورنال بین المللی مدیریت عملیات و تولید	IJOPM	۱۰
ژورنال مدیریت عملیات	JOM	۲
ژورنال مدیریت زنجیره ی تامین	JSCM	۳
مدیریت زنجیره ی تامین: یک ژورنال بین المللی	SCM	۴
جغرافیای اقتصادی/ جامعه شناسی اقتصاد/ مطالعات منطقه ای		
ژورنال جغرافیای اقتصادی	EG	۸
ژورنال محیط زیست و برنامه ریزی	EPA	۲
شبکه های جهانی : ژورنال امور فراملی	GN	۴
ژورنال جغرافیای اقتصادی	JEG	۵
مطالعات منطقه ای	RS	۳
بازنگری اقتصاد سیاسی بین الملل	RIPE	۳
رساله های موسسه ی جغرافی دانان انگلیسی	GIBT	۱
توسعه ی جهانی	WD	۴
کل		**۸۷**

۳۳ مقاله در خصوص نشریات حوزه‌ی تجارت بین‌الملل (از قبیل؛ ژورنال استراتژی جهانی، بازنگری تجارت بین‌الملل، مطالعات تجارت بین‌الملل، نشریه‌ی تجارت جهانی، بازنگری بین‌المللی مدیریت)، بیشترین تصویر جامع، از وضعیت کنونی دانش ما در زمینه‌ی زنجیره‌ی ارزش جهانی ارائه می دهد. هر چند مقالات منتشر شده در این ژورنال ها حدود ۵۸ درصد ژورنال‌های علوم غیر اجتماعی را شکل می‌دهند، بیانگر این مساله است که زنجیره‌ی ارزش جهانی یک عنوان مهم تحقیقاتی می باشد که توجه محققانی که در این رشته، فراتر از حوزه‌ی تجارت بین‌الملل فعالیت می‌کنند، را به خود جلب می نماید.

در ژورنال‌های گروه علوم اجتماعی، تحقیقات زنجیره‌ی ارزش جهانی و شبکه‌ی تولیدات جهانی، در طول بازنگری دوره ، به طرز چشمگیری بر روی رشته‌ی جغرافیای اقتصادی، جامعه شناسی اقتصاد و مطالعات منطقه‌ای و توسعه تاثیر گذار بوده اند. در این بخش، تنها انتخاب کوچکی از ۳۰ مقاله منتشر شده در ژورنال‌های پیشرو بر اساس معیارهای بحث شده در قسمت‌های بالا را پوشش می‌دهیم. هر مقاله را مطالعه کرده و و با توجه به چارچوب سازمانی ارائه شده در شکل یک، دو تا سه زنجیره ارزش جهانی کلیدی را استخراج نمودیم.



روند و وزن مقالات در دانشکده ها، دانشگاهها و موسسات بین المللی



کلیدواژه های مستخرج و بررسی شده و شبکه ارتباطی و فراوانی در مقالات

بررسی و پژوهش

بررسی نظریات:

تقسیم بین‌المللی سنتی نظریه‌های نیروی کار:

از آنجا که تقسیم نیروی کار ممکن است در داخل و در سطح بین‌المللی رخ دهد، بسیاری از نظریه‌های بین‌المللی نیروی کار نیز وجود دارند. تقسیم کار بین‌المللی روابط نزدیکی با تجارت بین‌المللی دارد که دو جنبه جدایی‌ناپذیر یک فرآیند هستند. تقسیم کار بین‌المللی در همان مسیری تکامل می‌یابد که نظریه‌های تجارت بین‌المللی توسعه می‌یابند. این دو به یکدیگر وابسته هستند و یکدیگر را ارتقا می‌دهند. تقسیم کار بین‌المللی همیشه توجه اقتصاددانان را به خود جلب کرده‌است. نظریه‌های مختلفی پیشنهاد شده‌اند که علل و مزایای تقسیم کار بین‌المللی را تجزیه و تحلیل می‌کنند. این نظریه‌ها مبنای مهمی را برای چارچوب شبکه تولید جهانی و پیشسازهای اصلی آن و همچنین تفسیر اقتصادی خوب از تشکیل شبکه تولید جهانی فراهم می‌کنند. با توجه به اقتصاد بین‌المللی سنتی، دو نوع اساسی تجارت بین‌المللی، تجارت درون صنعتی و تجارت درون صنعتی است. به همین ترتیب، تخصص درون صنعتی و تخصص درون صنعتی نیز وجود دارد. به طور جهانی توافق شده‌است که نظریه‌هایی که تخصصی سازی بین صنعتی و تجارت بین صنعتی را توضیح می‌دهند، نظریه‌های تجاری کلاسیک و نئوکلاسیک هستند. نظریه‌های تجاری کلاسیک معمول شامل نظریه مزیت مطلق پیشنهاد شده توسط آدام اسمیت (۱۷۷۶)و نظریه مزیت نسبی توسط دیوید ریکاردو (۱۸۱۷)است. چنین نظریه‌هایی براساس فرضیاتی مانند بازار کاملا رقابتی ساخته می‌شوند و تخصص بین صنعتی و تجارت بین‌المللی را از دیدگاه تفاوت‌های بهره‌وری نیروی کار توضیح می‌دهند. یک نظریه تجاری نئوکلاسیک معمول، نظریه استعداد عاملی ارائه‌شده توسط E.F. Heckscher و B است. (Ohlin،Heckscher ، ۱۹۹۱) نظریه‌های تجارت نئوکلاسیک نیز براساس فرضیاتی مانند بازار کاملا رقابتی ساخته می‌شوند اما تخصصی سازی بین صنعتی و تجارت بین‌المللی را از منظر تفاوت‌های عامل وقف مورد توجه قرار می‌دهند. نظریه‌هایی که تخصص درون صنعتی و تجارت درون صنعتی را توضیح می‌دهند، نظریه‌های تجارت درون صنعتی هستند. یک مثال معمول، نظریه چرخه عمر محصول بین‌المللی ریموند ورنون است که نظریه مزیت نسبی و نظریه منابع را پویایی می‌بخشد و نظریه چرخه عمر محصول را در مطالعات بازاریابی با پیشرفت‌های تکنولوژیکی در بحث در مورد الگوی جابجایی بین‌المللی صنایع و توضیح تخصص درون صنعتی و تجارت از دیدگاه تفاوت‌های تکنولوژی ترکیب می‌کند. نظریه تجاری "جدید" ۴ که توسط پل کروگمن و همکاران توسعه‌یافته است با فرضیات سنتی می‌شکند و بازده‌های صعودی به مقیاس و رقابت ناقص را در توضیح تخصص درون نژادی و تجارت از دیدگاه تمایز و همگنی افقی معرفی می‌کند. رویکرد نسبت عامل جدید ارائه‌شده توسط R.E. Falvey (۱۹۸۱) فرضیات مدل H O را تعدیل می‌کند و روابط بین ترکیب‌های مختلف ویژگی‌های محصول و عوامل اساسی مانند نیروی کار و سرمایه را در توضیح علل تجارت درون صنعت و توصیف تخصص و تجارت درون صنعت از دیدگاه تمایز عمودی ایجاد می‌کند. از میان این نظریه‌های تجارت درون صنعت، نظریه تجارت جدید پل کروگمن و همکاران با نفوذترین است.

محدودیت‌های تقسیم بین‌المللی سنتی نظریه‌های کار:

از دهه ۱۹۸۰، تجارت و تولید جهانی شاهد توسعه سریع بوده‌است و پیامدهای تقسیم بین‌المللی کار و تجارت به طور قابل‌توجهی تغییر کرده‌است.

مهم‌ترین تغییر این است که بیشتر و بیشتر کشورها از عامل استعداد و فن‌آوری خود برای مشارکت در فرآیند تولید محصول خاص از طریق تخصص عمودی بین‌المللی استفاده می‌کنند، که منجر به تخصصی سازی بین‌المللی محصول داخلی و سپس تجارت متوسط در مقیاس بزرگ می‌شود (تجارت بین‌المللی محصول داخلی). تقسیم جهانی سیستم کار دست‌خوش تغییرات عمیقی است، که با هم‌زیستی تخصص درون صنعتی، تخصص درون صنعتی، و تخصص درون محصولی همراه است. علاوه بر این، تخصصی سازی بین‌المللی و تجارت درون محصول به سرعت رشد می‌کند و تاثیر آن نیز در حال رشد است.

نظریه‌های تجارت استاندارد عمدتا بر تخصص و تبادل محصولات نهایی تمرکز دارند. (Arndt،۱۹۹۷) با توجه به محصولات غیرقابل‌مشاهده به عنوان فرض اصلی، این نظریه‌ها به دلیل تخصص بین‌المللی درون محصول، فاقد توجه بوده و محدودیت‌هایی در توضیح عملیات کسب‌وکار مدرن و مدیریت و توسعه اقتصادی دارند. بسیاری از محققان تخصص عمودی بین‌المللی را در چارچوب نظریه‌های تجارت بین‌المللی سنتی مورد مطالعه قرار داده‌اند. برای مثال، سانیال و جونز (۱۹۸۲)، هوملز (۱۹۹۹)، و دیردورف (۲۰۰۱)از مدل ریکارد برای توضیح علل و مدل‌های تخصصی سازی و تجارت عمودی بین‌المللی استفاده کردند. فنسترا و هانسون (۱۹۹۶)، آرنت (۱۹۹۷) و دیردورف (۲۰۰۱) تخصص عمودی بین‌المللی را با استفاده از مدل H O نظریه استعداد تحلیل کردند. جونز و کایرزوکوسکی (۱۹۹۰، ۲۰۰۱) و کروگمن (۱۹۹۱)تخصص عمودی بین‌المللی را براساس نظریه تجارت جدید توضیح دادند. با این حال، بخش بین‌المللی سنتی نظریه‌های کار در پرداختن سیستماتیک به مسئله تجارت درون محصول شکست‌خورده اند، که در تضاد کامل با اهمیت تجارت بین‌المللی درون محصول برای اقتصاد است.

تعاریف پایه ای:

تئوری‌های زنجیره

برخلاف تقسیم‌بندی بین‌المللی جدید نظریه‌های نیروی کار، تحقیق در مورد تقسیم بین‌المللی معاصر نیروی کار و توسعه اقتصادی پیش از این در زمینه‌هایی آغاز شده بود که در آن اقتصاد با مطالعات مدیریت و جامعه‌شناسی همپوشانی داشت و یافته‌های تحقیق تاثیرات گسترده تری داشتند. از دهه ۱۹۸۰، بازتاب مهمی از جهانی شدن اقتصاد بر سطح شرکت، ظهور مجموعه‌ای از روش‌های مدیریت انقلابی و عملیات و معرفی مفاهیم در رقابت استراتژیک و دیگر زمینه‌های مرتبط با مطالعات مدیریت در زمینه عمیق کردن تخصص درون محصول است. (Lu،۲۰۰٤) تئوری‌های زنجیره مانند زنجیره ارزش، زنجیره ارزش افزوده، زنجیره کالای جهانی، و زنجیره ارزش جهانی فراتر از این فرض می‌روند که یک کشور کل فرآیند تولید یک محصول را به پایان می‌رساند، از تخصص بین‌المللی و ترکیبات جهانی قطعات تولید پیش می‌رود، و تفسیر عمیق‌تری از تقسیم بین‌المللی معاصر نیروی کار و توسعه اقتصادی ارائه می‌دهد. آن‌ها پیشسازهای مستقیم چارچوب شبکه تولید جهانی هستند.

زنجیره ارزش

در سال ۱۹۸۵، مایکل پورتر چارچوب تحلیلی زنجیره ارزش را در کتاب مزیت رقابتی مطرح کرد، و اشاره کرد که مزیت یک شرکت در رقابت، مزیت بخش‌های خاصی از زنجیره ارزش با ارزش استراتژیک است. (پورتر،۱۹۸۵) اساس تحلیل زنجیره ارزش "ارزش" است که از ارزش تقسیم کار در اقتصاد کلاسیک و ارزش مازاد در مارکسیسم مشتق می‌شود. نظریه مزیت رقابتی شامل مزیت نسبی، مزیت عاملی، صرفه‌جویی در مقیاس و دیگر نظریه‌های تجارت بین‌المللی سنتی است که خلاصه و بهبود یافته‌اند. چارچوب تحلیلی زنجیره ارزش، مفهوم کلیدی فضا را برای تحلیل فراهم می‌کند و نشان می‌دهد که چگونه ارزش در ساختارهای فضایی مختلف ایجاد، تقویت و تثبیت می‌شود. همچنین تفکیک ناپذیری بخش‌های تولیدی و خدماتی را پیشنهاد می‌کند که بدنه اصلی فعالیت‌های اقتصادی و تولیدی را تشکیل می‌دهند. اهمیت بخش خدمات در اقتصاد مدرن به این معنی است که این وظیفه مهم پژوهش شبکه تولید جهانی خواهد بود.

زنجیره ارزش افزوده

در کتاب طراحی استراتژی‌های جهانی: زنجیره‌های مقایسه و ارزش افزوده رقابتی، کوگات (۱۹۸۵ a، b) مفهوم زنجیره ارزش افزوده را برای تحلیل مزیت در استراتژی بین‌المللی توسعه داد. زنجیره ارزش افزوده برای تحلیل موقعیت رقابتی شرکت در یک صنعت جهانی و برای ساختاردهی تصمیم تخصیص استراتژیک مورد استفاده قرار گرفت. بنابراین، مفهوم زنجیره ارزش به کشورها و مناطق

بسط می‌یابد. در مقایسه با چشم‌انداز زنجیره ارزش، زنجیره ارزش افزوده بهتر می‌تواند رابطه بین فروپاشی عمودی زنجیره ارزش و پیکربندی مجدد فضای جهانی را منعکس کند. از این رو، اهمیت حیاتی آن برای شکل‌گیری چشم‌انداز زنجیره ارزش جهانی.
از دیدگاه پژوهش شبکه تولید جهانی، نظریه‌های زنجیره ارزش و زنجیره ارزش افزوده کاربرد محدودی دارند زیرا آن‌ها هیچ توجهی به مسائل قدرت شرکتی، زمینه‌های نهادی - و تاثیرات فعالیت‌های مبتنی بر شرکت، یا ترتیبات منطقه‌ای (و عدم تقارن عمیق اقتصادی و اجتماعی آن‌ها)که در آن زنجیرها تعبیه شده‌اند، ندارند. در نتیجه، آن‌ها ارتباط کمی با مطالعه توسعه اقتصادی دارند. (هندرسون و سایرین ۲۰۰۲)

زنجیره کالای جهانی

گرفی و کورازیویچ (۱۹۹۴) چارچوب زنجیره کالای جهانی را براساس ترکیب تحلیل زنجیره ارزش و تحقیقات سازمان صنعتی پیشنهاد کردند. آن‌ها ساختار داخلی زنجیرههای کالای جهانی و چگونگی ایجاد و کنترل زنجیره های کالای جهانی توسط شرکت‌های پیشرو را مورد بحث قرار دادند و استدلال کردند که نوآوری‌های تکنولوژیکی، سازمانی و سازمانی و محیط نظارتی، ساختار صنایع و قدرت شرکت‌های پیشرو در صنایع را تعیین و تغییر می‌دهند، در نتیجه تکامل ساختار حکومتی زنجیره های کالای جهانی را تعیین می‌کنند. گرفی (۱۹۹۵) بر چهار ردیف تحقیق زنجیره کالای جهانی تاکید می‌کند: (۱) ساختار خروجی ورودی، (۲) محلی سازی، (۳) ساختار حاکمیت، و (۴) چارچوب نهادی.
مفهوم زنجیره کالای جهانی بیشتر عناصر مربوط به سازمان شبکه‌های شرکت و بین شرکتی و ارتباط آن‌ها با امکانات توسعه اقتصادی و اجتماعی، به استثنای اتحادیه‌های کارگری و سایر سازمان‌های غیر دولتی را در بر می‌گیرد و تمرکز تحقیق بر پویایی سازمان جهانی تولید است. مشارکت گرفی تلاشی آشکار برای عملیاتی کردن برخی از مقوله‌های سیستم‌های جهانی برای مطالعه تجربی معاملات بین‌مرزی، مبتنی بر شرکت و رابطه آن‌ها با توسعه، و همچنین ساختار قدرت شرکتی تعبیه‌شده در شبکه‌های درون و بین‌شرکتی که جهان را احاطه کرده‌اند، بود. این امر از محدودیت‌های مفهوم‌سازی‌های دولت محور در مطالعه مدیریت کسب‌وکار و سازمان و همچنین تاثیر شرکتهای چند ملیتی بر توسعه اقتصادی و اجتماعی فراتر می‌رود، بنابراین دامنه تحقیقات شبکه تولید جهانی را گسترش می‌دهد.

زنجیره ارزش جهانی

با پیچیده‌تر شدن شبکه‌های تولید و تجارت جهانی و عمیق‌تر شدن مطالعات چنین شبکه‌هایی، گرفی و همکاران (۲۰۰۱) با پیشنهاد چارچوب زنجیره ارزش جهانی، اتصال مفهوم زنجیره ارزش به کشورهای در حال توسعه برای جبران کاستی‌های چارچوب زنجیره کالای جهانی و ایجاد پایه و اساس برای تحقیقات شبکه تولید جهانی، یک گام دیگر به جلو برداشت.
چارچوب زنجیره ارزش جهانی تاکید بیشتری بر فرآیند خروجی ورودی تولید، توزیع فضایی ارزش، و تسلط شرکت‌های پیشرو بر حاکمیت زنجیره، با تمرکز بر روابط سلسله مراتبی سازمان‌های تولیدی دارد. این مدل پویایی صنعت جهانی را نشان می‌دهد و بررسی می‌کند که ارزش کجاست و چه کسی آن را ایجاد و توزیع می‌کند.
نقطه عطف در تحقیق زنجیره ارزش جهانی، انتشار یک موضوع خاص از بولتن IDS ("ارزش زنجیره‌های ارزش") در سال ۲۰۰۱ است. گرفی و دیگر محققان در این زمینه، فرآیند جهانی شدن اقتصاد را از دیدگاه زنجیره‌های ارزش مورد تجزیه و تحلیل قرار دادند. آن‌ها تجارت کالاها و خدمات را به عنوان یک سیستم دولتی درک کردند و استدلال کردند که درک اهمیت عملیات زنجیره ارزش به ویژه برای شرکت‌ها و سیاست گذاران در کشورهای در حال توسعه مهم است. این بدان دلیل است که فرآیند تشکیل زنجیره ارزش جهانی، فرآیندی است که در آن شرکت‌ها در سراسر جهان در زنجیره‌های ارزش یکپارچه می‌شوند و ظرفیت تکنولوژیکی و پشتیبانی خدماتی لازم را کسب می‌کنند. در شماره ویژه مجله، بسیاری از محققان حاکمیت، تکامل، ارتقا و دیگر ابعاد زنجیره ارزش جهانیS را مورد بحث قرار دادند و مفاهیم اساسی و چارچوب نظری را روشن ساختند.

تجزیه و تحلیل گسترده‌تر چشم‌انداز زنجیره ارزش جهانی از ادغام اقتصادی جهانی را می توان در چهار جنبه مشاهده کرد. اول، تمرکز تحقیق از تولید به بخش‌های دیگر زنجیره تامین کالا و نیروی کار، از جمله توزیع و بازاریابی منتقل می‌شود. دوم، به روابط بین فعالان مختلف در زنجیره و مفاهیم ضمنی آن‌ها برای توسعه می‌پردازد. سوم، ایده اتصال بین سازمانی تجزیه و تحلیل رابطه بین مشاغل رسمی / غیر رسمی و کارگران، به خصوص برای کشورهای در حال توسعه را آسان‌تر می‌کند. چهارم، توجه به تمام بخش‌ها و فرآیندها (نه تنها تولید)در زنجیرها و فعالیت‌های مرتبط به تعیین چگونگی بهبود بازده از طریق رقابت ناقص و تکه‌تکه شدن در بازار کمک می‌کند.

تجزیه و تحلیل زنجیره ارزش جهانی

جهانی شدن موجب ظهور عصر جدیدی از رقابت بین‌المللی شده‌است که با نگاه به سازمان جهانی صنایع و چگونگی ظهور و سقوط کشورها در این صنایع بهتر درک می‌شود. چارچوب زنجیره ارزش جهانی همچنین به هدف دیگری فراتر از منشا دانشگاهی و تحقیق خود برای تبدیل شدن به الگوی اصلی مورد استفاده توسط طیف گسترده‌ای از دولت‌های کشور و سازمان‌های بین‌المللی، از جمله بانک جهانی، سازمان کار بین‌المللی، وزارت توسعه بین‌المللی بریتانیا، و آژانس آمریکایی توسعه بین‌المللی، در میان دیگران، خدمت کرده‌است. تجزیه و تحلیل زنجیره ارزش جهانی نشان می‌دهد که چگونه الگوهای جدید تجارت بین‌المللی، تولید و اشتغال چشم‌انداز توسعه و رقابت را با استفاده از مفاهیم اصلی مانند "حاکمیت" و "ارتقا" شکل می‌دهند.

چارچوب زنجیره ارزش جهانی پویایی جهانی و محلی صنایع بین‌المللی را تحلیل می‌کند. شش بعد روش‌شناسی زنجیره ارزش جهانی بینش‌های مفیدی را برای درک موقعیت یک کشور در زنجیره و جایی که می‌تواند در آینده باشد، فراهم می‌کنند. سه بعد اول بر مسائل جهانی تمرکز دارند، از جمله شناسایی بخش‌های زنجیره، دامنه جغرافیایی صنعت، و ساختار حکومتی آن. ابعاد محلی مفهوم ارتقا، تحلیل چگونگی دستیابی کشور به ارزش افزوده، زمینه نهادی محلی که صنعت در آن تعبیه شده‌است، و در نهایت، نقش سهامداران ملی در مشارکت زنجیره ارزش جهانی را برجسته می‌کنند. این ابزارها اطلاعات مفیدی را برای سیاست گذاران فراهم می‌کنند تا به طراحی توصیه‌های مناسب برای ارتقا صنعت کمک کنند.

تجزیه و تحلیل زنجیره ارزش جهانی با تمرکز بر توالی فعالیت‌های ارزش افزوده ملموس و نامحسوس از مفهوم و تولید تا استفاده نهایی، یک دیدگاه جامع از صنایع جهانی - هم از بالا به پایین (برای مثال، بررسی این که چگونه شرکت‌های پیشرو شبکه‌های وابسته به مقیاس جهانی و تامین‌کننده خود را اداره می‌کنند) و هم از پایین به بالا (برای مثال، پرسیدن این که این تصمیمات کسب‌وکار چگونه بر مسیر "ارتقا" اقتصادی و اجتماعی یا "تنزل" در کشورها و مناطق خاص تاثیر می‌گذارند) فراهم می‌کند. شش بعد اساسی وجود دارد که روش زنجیره ارزش جهانی آن‌ها را بررسی می‌کند، که به عناصر جهانی (بالا به پایین) و محلی (پایین به بالا) تقسیم می‌شوند سه بعد اول به عناصر بین‌المللی اشاره دارند که توسط پویایی صنعت در سطح جهانی تعیین می‌شوند. آن‌ها عبارتند از: (۱) یک ساختار ورودی - خروجی، که فرآیند تبدیل مواد خام به محصولات نهایی را توصیف می‌کند؛ (۲) دامنه جغرافیایی، که توضیح می‌دهد چگونه صنعت در سطح جهانی پراکنده است و در چه کشورهایی فعالیت‌های مختلف زنجیره ارزش جهانی انجام می‌شود؛ و (۳) یک ساختار حکمرانی ، که توضیح می دهد چگونه شرکت ها زنجیره ارزش را کنترل می کنند.

۱. ساختار ورودی - خروجی زنجیره ارزش جهانی
۲. محدوده جغرافیایی
۳. ساختار حاکمیت: شرکتهای پیشرو و سازمان صنعت

۴. ارتقاء
۵. زمینه نهادی محلی
۶. سهامداران صنعت

ابعادیک تا سه جهانی و چهار تا شش محلی هستند
شش بعد تجزیه و تحلیل زنجیره ارزش جهانی
منبع: فرناندز استارک، بامبر و گرفی (۲۰۱۳).

ابعاد محلی عبارتند از:
(۴) ارتقا، که حرکت پویا در زنجیره ارزش را با بررسی چگونگی تغییر تولیدکنندگان بین مراحل مختلف زنجیره توصیف می‌کند؛ (جرفی، ۱۹۹۹؛ هامفری و اسمیتز، ۲۰۰۰)
(۵) یک زمینه سازمانی که در آن زنجیره ارزش صنعت در عناصر اقتصادی و اجتماعی محلی تعبیه شده‌است؛ (جرفی، ۱۹۹۵)
و (۶) ذینفعان صنعت، که چگونگی تعامل فعالان محلی مختلف زنجیره ارزش برای دستیابی به ارتقا صنعت را توصیف می‌کنند.
رویکرد زنجیره ارزش جهانی اقتصاد جهانی را از این دو نقطه دید متضاد تحلیل می‌کند: "بالا به پایین" یا جهانی و "پایین به بالا" یا محلی.
"حاکمیت" زنجیره‌های ارزش جهانی، یک مفهوم کلیدی از دیدگاه بالا به پایین، عمدتا بر شرکت‌های پیشرو و سازمان صنایع بین‌المللی تمرکز می‌کند.
در حالیکه ارتقا، مفهوم اصلی برای چشم‌انداز پایین به بالا، بر استراتژی‌های مورد استفاده کشورها، مناطق، و سایر ذینفعان اقتصادی برای حفظ یا بهبود موقعیت خود در اقتصاد جهانی تمرکز می‌کند.

ابعاد تحلیل زنجیره ارزش جهانی

ساختار ورودی - خروجی

فعالیت‌ها / بخش‌های اصلی در یک زنجیره ارزش جهانی را شناسایی کنید. ساختار ورودی - خروجی معمولا به عنوان مجموعه‌ای از جعبه‌های زنجیره ارزش متصل به پیکان‌هایی نشان داده می‌شود که جریان کالاها و خدمات ملموس و نامحسوس را نشان می‌دهند، که برای ترسیم ارزش افزوده در مراحل مختلف زنجیره، و لایه‌بندی اطلاعات حیاتی هستند. به منظور درک کل زنجیره، مطالعه تکامل صنعت، روندهایی که آن را شکل داده‌اند، و سازمان آن حیاتی است. شناسایی پویایی و ساختار شرکت‌ها تحت هر بخش از زنجیره ارزش هر یک از بخش‌های شناسایی‌شده در مرحله قبل دارای ویژگی‌ها و پویایی خاص، مانند شیوه‌های منبع یابی خاص یا تامین کنندگان مورد نظر هستند. شناسایی نوع شرکت‌های درگیر در صنعت و ویژگی‌های کلیدی آن‌ها: جهانی یا داخلی مهم است؛ همچنین دولتی یا خصوصی؛ بزرگ، متوسط یا کوچک.

حوزه جغرافیایی

جهانی شدن صنایع با بهبود زیرساخت‌های حمل و نقل و ارتباطات از راه دور تسهیل شده‌است و با تقاضا برای رقابتی‌ترین ورودی‌ها در هر بخش از زنجیره ارزش هدایت می گردد. در اقتصاد جهانی، کشورها با اعمال نفوذ مزیت‌های رقابتی خود در دارایی‌ها در صنایع شرکت می‌کنند. معمولا، کشورهای در حال توسعه هزینه‌های نیروی کار و مواد خام پایینی را ارائه می‌دهند، در حالی که کشورهای ثروتمند، و با استعداد و بسیار پیشرفته، در پی تحقیق و توسعه و طراحی محصول قرار دارند. درنتیجه، شرکت‌ها و کارگران در مکان‌های کاملا جداگانه بیش از گذشته روی یکدیگر تاثیر می‌گذارند (اقدام مبتکرانه زنجیره‌ای ارزش جهانی، ۲۰۱۷).
یکی از مشارکت‌های اصلی تجزیه و تحلیل زنجیره ارزش جهانی، ترسیم تغییرات در حوزه جغرافیایی صنایع جهانی بوده‌است. با این حال، زنجیره ارزش جهانی ها در مقیاس‌های جغرافیایی مختلف (محلی، ملی، منطقه‌ای و جهانی) عمل می‌کنند و به تکامل خود ادامه می‌دهند. شواهد جدید نشان می‌دهند که ممکن است در پاسخ به عوامل مختلفی، از جمله اهمیت رو به رشد اقتصادهای

نوظهور بزرگ و توافقات تجاری منطقه‌ای، گرایش به سمت منطقه‌ای شدن زنجیره ارزش جهانی ها وجود داشته باشد. (جرفی، ۲۰۱۴)

حکمرانی

تجزیه و تحلیل حاکمیت به فرد این امکان را می‌دهد تا درک کند که چگونه یک زنجیره زمانی کنترل و هماهنگ می‌شود که بازیگران خاصی در زنجیره قدرت بیشتری نسبت به دیگران داشته باشند. جرفی (۱۹۹۴ ، ص. ۹۷) حاکمیت را چنین تعریف کرد: "روابط اقتدار و قدرت که تعیین می کند منابع مالی ، سرزمینی و منابع انسانی چگونه تخصیص یابد و در یک زنجیره جریان یابد." زنجیره های مبتنی بر خریدار یا تولید کننده (جرفی، ۱۹۹۴).

گونه‌شناسی ساختارهای حاکمیت در تحقیقات زنجیره ارزش جهانی

گونه‌شناسی از پنج ساختار حاکمیت در تحقیقات زنجیره ارزش جهانی شناسایی شده‌است: بازارها، مدولار، رابطه‌ای، محصور، و سلسله‌مراتب (شکل ۲.۵ را ببینید). این ساختارها توسط سه متغیر اندازه‌گیری و تعیین می‌شوند: پیچیدگی اطلاعات به اشتراک گذاشته شده بین بازیگران در زنجیره؛ تا چه حد می توان این اطلاعات را کدگذاری کرد؛ و سطح صلاحیت تأمین کننده برای تحقق یا دستیابی به مشخصات تولید شامل موارد زیر می گردد (فردریک و جرفی ، ۲۰۰۹ ؛ گرفی ، همفری و استورجون ، ۲۰۰۵):

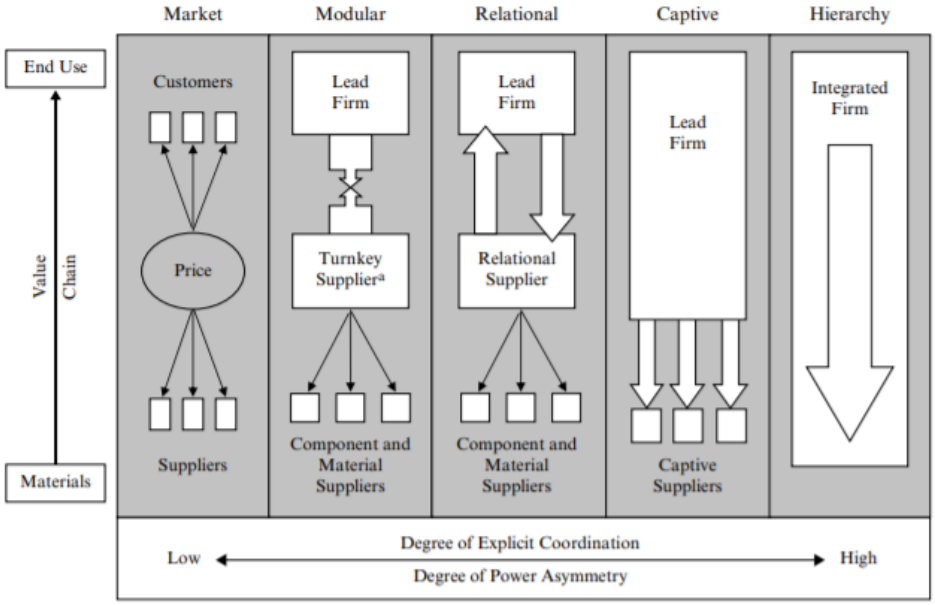
بازار: حاکمیت بازار شامل معاملاتی است که نسبتا ساده هستند. اطلاعات مربوط به مشخصات محصول به راحتی منتقل می‌شود، و تامین کنندگان می‌توانند محصولاتی با حداقل یا بدون ورودی از سوی خریداران تولید کنند. مبادلات این دست به هم‌کاری کم یا بدون هم‌کاری رسمی بین بازیگران نیاز دارد و هزینه تغییر به شرکای جدید هم برای تولیدکنندگان و هم خریداران پایین است. مکانیزم حاکمیت مرکزی، قیمت است نه یک شرکت اصلی قدرتمند.

مدولار (دارای مقیاس): حاکمیت مدولار زمانی رخ می‌دهد که تراکنش‌های پیچیده به راحتی قابل کدبندی باشند. به طور معمول، تامین کنندگان در زنجیره‌های مدولار بسیار توانمند هستند، محصولات را به مشخصات مشتری تبدیل می‌کنند، و مسئولیت کامل فن‌آوری فرآیند را با استفاده از ماشین‌آلات عمومی که سرمایه‌گذاری‌ها را در سراسر یک پایگاه مشتری گسترده گسترش می‌دهند، بر عهده می‌گیرند. این امر هزینه‌های تعویض را پایین نگه می‌دارد و سرمایه‌گذاری‌های خاص معامله را محدود می‌کند. ارتباطات (یا روابط) به دلیل حجم بالای اطلاعاتی که در سراسر ارتباط بین شرکت‌ها جریان دارد، از بازارهای ساده مهم‌تر هستند. فن‌آوری اطلاعات و استانداردها برای تبادل اطلاعات هر دو کلید عملکرد اداره مدولار هستند.

رابطه‌ای: حاکمیت رابطه‌ای زمانی رخ می‌دهد که خریداران و فروشندگان بر اطلاعات پیچیده‌ای تکیه می‌کنند که به راحتی کد گذاری، انتقال و یا یاد گرفته نمی‌شوند. این امر منجر به تعاملات مکرر و به اشتراک گذاری دانش بین طرفین می‌شود. چنین پیوندهایی نیاز به ارتباط و ایجاد اعتماد متقابل دارند که از طریق شهرت، مجاورت اجتماعی و فضایی، خانواده و پیوندهای قومی و غیره تنظیم می‌شوند. با وجود وابستگی متقابل، شرکت‌های پیشرو هنوز مشخص می‌کنند که چه چیزی مورد نیاز است و بنابراین توانایی اعمال برخی سطوح کنترل و قدرت بر تامین کنندگان، با وجود درجه بالایی از شایستگی خود را دارند. تولید کنندگان در زنجیره رابطه‌ای به احتمال زیاد محصولات متمایز را براساس کیفیت، منشا جغرافیایی، یا دیگر ویژگی‌های منحصر به فرد تامین می‌کنند. پیوندهای رابطه‌ای زمان می‌برد تا ایجاد شود، بنابراین هزینه‌ها و مشکلات مورد نیاز برای تغییر به یک شریک جدید تمایل به بالا بودن دارند.

وابستگی: در این زنجیره‌ها، تامین کنندگان کوچک به یک یا چند خریدار وابسته هستند که اغلب قدرت زیادی دارند. چنین شبکه‌هایی دارای درجه بالایی از نظارت و کنترل توسط شرکت پیشرو هستند. عدم تقارن قدرت در شبکه‌های محصور، تامین کنندگان را مجبور می‌کند تا تحت شرایطی که توسط، و اغلب خاص، آن خریدار خاص تعیین شده‌است، به خریدار خود متصل شوند، که منجر به روابط مستحکم و هزینه‌های تغییر بالا برای هر دو طرف می‌شود. از آنجا که صلاحیت اصلی شرکت‌های پیشرو تمایل به حضور در حوزه‌های خارج از تولید دارد، کمک به تامین کنندگان آن‌ها برای ارتقا قابلیت‌های تولید شان به این صلاحیت اصلی تجاوز نمی‌کند، بلکه از طریق افزایش شرکت پیشرو سود می‌برد. رهبری اخلاقی برای اطمینان از اینکه تامین کنندگان رفتار منصفانه و سهم عادلانه از قیمت بازار را دریافت کنند مهم است.

سلسله‌مراتب: حاکمیت سلسله مراتبی، زنجیرهایی را توصیف می‌کند که با ادغام عمودی و کنترل مدیریتی در شرکت‌های پیشرو مشخص می‌شوند که محصولات داخلی را توسعه و تولید می‌کنند (آن را می توان از طریق کارخانه‌های تابعه در کشورهای خارجی عملیاتی کرد). این می‌تواند رخ دهد، به عنوان مثال، هنگامی که مشخصات محصول را نمی توان کد گذاری کرد، محصولات پیچیده هستند، یا تامین کنندگان بسیار شایسته را نمی توان در میان دیگر شرایط کسب‌وکار و دلایل یافت.



شکل ۲.۵ پنج نوع حاکمیت زنجیره ارزش جهانی

منبع: جرفی و همکاران (۲۰۰۵، ص ۸۹)

شکل حاکمیت در زنجیره ارزش جهانی ها می‌تواند با تکامل و پیشرفت یک صنعت تغییر کند، و الگوهای حاکمیت در یک صنعت می‌تواند از یک مرحله یا سطح زنجیره به مرحله دیگر تغییر کند. علاوه بر این، تحقیقات اخیر نشان داده‌است که بسیاری از زنجیره ارزش جهانی ها با ساختارهای حاکمیت چندگانه و تعاملی مشخص می‌شوند و این امر بر فرصت‌ها و چالش‌های ارتقا اقتصادی و اجتماعی تاثیر می‌گذارد. (دلان و هامفری، ۲۰۰۴؛ جرفی، لی و کریستین، ۲۰۰۹)

انواع ارتقاء در زنجیره ارزش جهانی

توسعه یک کشور یعنی ارتقاء در زنجیره ارزش جهانی

تحول تکاملی دیدگاههای تجارت بین الملل، رابطه رشد تجارت ملی با مزیت رقابتی بنگاهها، فرایند چهار مرحله ای توسعه از دیدگاه پورتر، راهبردهای انتقال به مراحل بالاتر توسعه و رابطه میان مراحل اقتصادی منجر به توصیه های زیر می شوند:
این بنگاهها هستند که در صنایع جهانی رقابت می کنند و نه کشورها پس باید محور برنامه های دولت با بنگاهها و فعالان اقتصادی باشد و نباید دولت جانشین بنگاهها و یا محدودکننده رقابت آنها باشد. مزیت رقابتی یک کشور در صنایع، نسبی است و باید پویایی مزیت و جویایی مزیتهای جدید همیشه مورد توجه باشد. پویا بودن مبنای تولید و رقابت، به مزیت رقابتی اساسی می انجامد و مزیت هزینه ای مانند کاهش ارزش پول ملی یا نیروی کار ارزان، راههایی کوتاه مدت اند. زمینه سازی برای استمرار رشد بهره وری در تولیدات صنعتی منتخب، مهمترین کلید موفقیت در رقابت و تجارت جهانی است. کامیابی اقتصاد ملی مستلزم ارتقاء مستمر صنایع از جهات گوناگون، تقویت زیرساختهای محیط کسب و کار داخلی و همگام با شرایط نوین جهانی است. در بیشتر موارد، مزیت رقابتی یک کشور در صنایع، همراه و مستلزم نوعی تمرکز جغرافیایی در هر صنعت و تشکیل خوشه های صنعتی است. مزیت رقابتی در صنایع یک کشور در طی یک فرایند و در طول یک دهه و بیشتر ساخته می شود و زمینه سازی ابعاد توان رقابت به صورت کوتاه مدت ممکن نیست. کشورها مزیت خود را به دلیل تفاوتهایی که ایجاد می کنند به دست می آورند و نه به سبب شبیه سازیها. فرایند حفظ مزیت احتمالا برای بنگاهها و فعالان درون صنعت دشوار است و نیاز به توجه مستمر و همراهی سیاست های مکمل از سوی دولت دارد.

ارتقا اقتصادی در زنجیره ارزش جهانی ها به عنوان شرکت‌ها، کشورها یا مناطقی تعریف می‌شود که به سمت فعالیت‌های با ارزش بالاتر به منظور افزایش منافع (به عنوان مثال، امنیت، سود، ارزش افزوده، قابلیت‌ها) از شرکت در تولید جهانی حرکت می‌کنند (جرفی، ۲۰۰۵ ص ۱۷). ترکیبی متنوع از سیاست‌های دولت، موسسات، استراتژی‌های شرکت، تکنولوژی‌ها، و مهارت‌های کارگران با ارتقا موفقیت در ارتباط هستند. در چارچوب زنجیره ارزش جهانی، هامفری و اشمیتز (۲۰۰۲) چهار نوع ارتقا را در سطح شرکت شناسایی کردند: ارتقاء فرآیند، که ورودی‌ها را با سازماندهی مجدد سیستم تولید یا معرفی فن‌آوری برتر (به عنوان مثال، اتوماسیون که بهره‌وری را افزایش می‌دهد و زمان هدایت کارخانه را کاهش می‌دهد) به طور موثرتری به خروجی‌ها تبدیل می‌کند.

ارتقاء محصول، یا حرکت به سمت خطوط محصول پیچیده‌تر (به عنوان مثال، تولید اقلام با ارزش بالاتر، مانند میوه‌های ارگانیک و سبزیجات).

ارتقاء عملکردی، که مستلزم کسب کارکردهای جدید (یا رها کردن کارکردهای موجود) برای افزایش مهارت کلی و محتوای ارزش افزوده فعالیت‌ها (به عنوان مثال، در بخش معدن، پردازش مواد معدنی علاوه بر استخراج) است.

به روز رسانی زنجیره یا بین‌بخشی، که در آن شرکت‌ها به سمت صنایع جدید اما اغلب مرتبط حرکت می‌کنند (به عنوان مثال، تولید کنندگان تلویزیون شروع به تولید صفحات کامپیوتر می‌کنند).

علاوه بر این، فرناندز استارک، بامبر و جرفی (۲۰۱۴) چندین نوع دیگر از ارتقا را شناسایی کردند. این موارد با در نظر گرفتن ارتقاء فراتر از شرکت‌هایی که در حال حاضر در زنجیره ارزش جهانی ها مشارکت دارند، به بررسی هامفری و اشمیتز (۲۰۰۲) اضافه می‌شوند:

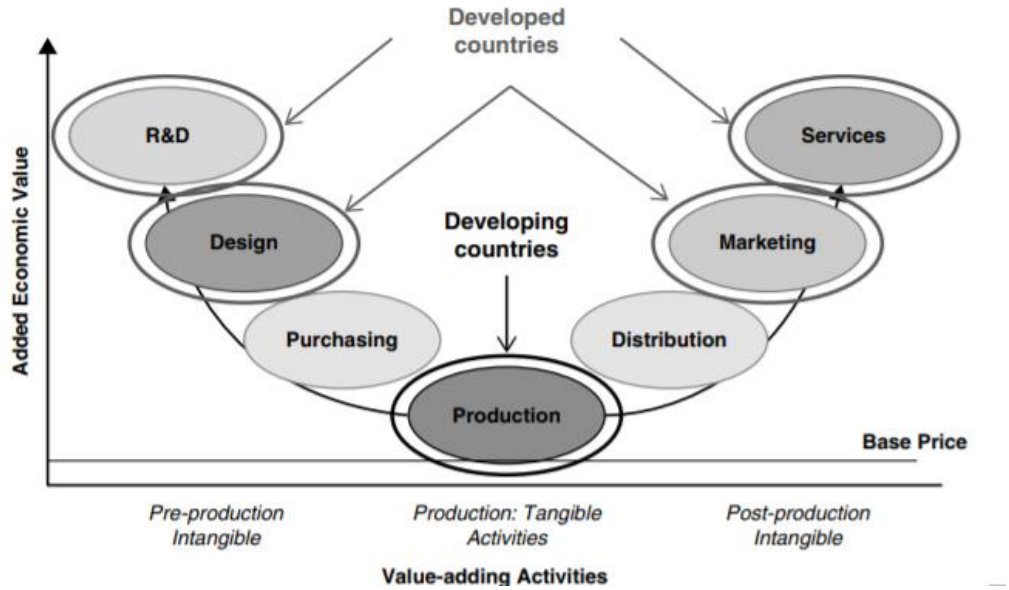
- **ورود به زنجیره ارزش،** که در آن شرکت‌ها برای اولین بار در زنجیره‌های ارزش ملی، منطقه‌ای، یا جهانی شرکت می‌کنند. این اولین و یکی از چالش برانگیزترین مسیرهای ارتقا است.

- **ارتباطات کاهش یافته** در حال ارتقاء هستند ، جایی که شرکتهای داخلی (داخلی یا خارجی) شروع به تهیه ورودی و یا معاملات قابل معامله برای شرکتهایی می کنند که قبلاً از ورودیهای وارداتی استفاده می کردند.

- **به روز رسانی بازار نهایی،** که در آن شرکت‌ها در حال حاضر در زنجیره به سمت محصولات پیچیده‌تر یا بازارهای جغرافیایی حرکت می‌کنند که نیاز به انطباق با استانداردهای جدید و دقیق‌تر دارند یا خواستار تولید در مقیاس بزرگ‌تر با قیمت‌های در دسترس هستند.

ارتقاء الگوها توسط صنعت و کشور براساس ساختار ورودی - خروجی زنجیره ارزش و زمینه نهادی هر کشور متفاوت است. صنایع خاص نیازمند ارتقاء خطی هستند و کشورها باید در یک بخش از زنجیره ارزش قبل از ارتقاء به بخش بعدی، تخصص کسب کنند. چالش ارتقای اقتصادی در زنجیره ارزش جهانی ها مرتبط با شناسایی شرایطی است که تحت آن کشورهای در حال توسعه و توسعه‌یافته و شرکت‌ها می‌توانند "از زنجیره ارزش" از فعالیت‌های اصلی مونتاژ با استفاده از نیروی کار کم‌هزینه و غیر ماهر به اشکال پیشرفته‌تر عرضه "بسته‌بندی کامل" و تولید یکپارچه "بالا روند". با این حال، به طور فزاینده‌ای، بسیاری از فعالیت‌های دارای بالاترین ارزش در خدمات تولید پیش و پس از تولید قرار دارند، که کشورهای میزبان را به چالش می‌کشد تا استراتژی‌های مناسب توسعه نیروی کار را برای تامین محلی این خدمات اتخاذ کنند. کشورهای توسعه‌یافته معمولا در فعالیت‌های ارزش افزوده بالا حضور دارند، در حالیکه کشورهای در حال توسعه در فعالیت‌های ارزش افزوده پایین تمرکز می‌کنند.

در طول دو دهه گذشته، این فرض ضمنی وجود داشته‌است که پیشرفت‌های اقتصادی به دستاوردهای اجتماعی از طریق بهبود رفاه کارگران در زنجیره منجر خواهد شد. با این حال، شواهد اخیر از سراسر جهان نشان می‌دهد که ارتقا اقتصادی به طور خودکار با ارتقاء اجتماعی همراه نیست.



منحنی شکل لبخند فعالیت‌های با ارزش بالا در زنجیره ارزش جهانی

منبع: مبتنی بر تحقیق بالدوین و ساتو (۲۰۱۴)؛

محدودیت‌های تئوری‌های زنجیره

تئوری های زنجیره ارزش، زنجیره ارزش افزوده، زنجیره کالای جهانی و زنجیره ارزش جهانی همگی از استعاره "زنجیره‌ای" در تحلیل سازمان‌ها و اتصال در فرآیند تولید محصول استفاده می‌کنند.

یک زنجیره، توالی عمودی رویداده‌ای منجر به تحویل، مصرف، و نگهداری کالاها و خدمات را ترسیم می‌کند - با توجه به اینکه زنجیره‌های ارزش مختلف اغلب فعالان اقتصادی مشترکی را به اشتراک می‌گذارند و از این نظر پویا هستند که آن‌ها براساس یک مبنای جاری مجددا مورد استفاده قرار می‌گیرند و مجددا پیکربندی می‌شوند - در حالی که یک شبکه ماهیت و میزان روابط بین شرکتی را نشان می‌دهد که مجموعه شرکت‌ها را به گروه‌های اقتصادی بزرگ‌تر پیوند می‌دهد. (استراگون، ۲۰۰۱)

ضعف عمده رویکرد "زنجیره"، مفهوم‌سازی فرآیندهای تولید و توزیع به صورت عمودی و خطی است.

در واقع، چنین فرایندهایی بهتر به عنوان ساختارهای شبکه‌ای بسیار پیچیده تصور می‌شوند که در آن‌ها لینک‌های پیچیده‌ای وجود دارند - افقی، مورب، و همچنین شبکه‌های چند لایه و چند بعدی تشکیل‌دهنده عمودی فعالیت اقتصادی. به همین دلیل، یک رویکرد ارتباطی و متمرکز بر شبکه به طور صریح وعده می‌دهد که درک بهتری از سیستم‌های تولید ارائه دهد. (هندرسون و سایرین ۲۰۰۲)

عوامل کلیدی موثر بر رقابت‌پذیری کشورهای در حال توسعه در زنجیره های ارزش جهانی

- ظرفیت تولیدی: سرمایه انسانی، استانداردها و گواهی‌نامه‌ها، و سیستم‌های نوآوری ملی؛
- زیرساخت‌ها و خدمات: حمل و نقل، ICT، انرژی و آب؛
- محیط کسب‌وکار: ثبات اقتصاد کلان و حاکمیت عمومی؛
- سیاست تجارت و سرمایه‌گذاری: دسترسی به بازار، تعرفه‌های واردات، رویه‌های صادرات - واردات، زمان‌های ترانزیت مرزی و سیاست‌های خاص صنعت؛
- نهادینه‌سازی: توسعه و هماهنگی صنعت، و هم‌کاری و هماهنگی دولتی و خصوصی.

ساماندهی زنجیره ارزش جهانی

منظور از ساماندهی همان تصمیم ها و اقداماتی است که توسط مدیران شرکت مبدأ (پیشرو)- یک ابزار مدیریتی- انجام گرفته و هدف آن ایجاد ارتباط، هماهنگ سازی، هدایت و ارائه‌ی خدمات به شرکای زنجیره ارزش جهانی و در نهایت ایجاد استراتژی شبکه است (راگمن و دی کروز، ۱۹۹۷). فرایند ساماندهی شامل عناصری چون بخش های رسمی و غیررسمی هریک از روابط درون شبکه، عامل کارآفرینی دسته بندی منابع، همسویی منافع میان گروه هایی که از طریق رهبری استراتژیک توسط شرکت مبدأ (پیشرو) بدست آمده اند، مدیریت دانش[1] و توزیع ارزش می گردد.

به طور عمومی، نظارت و عملیاتی سازی ابزارهای رسمی ساماندهی که همان قوانین رمزگذاری شده، گزینه های ویژه‌ی پیمانی جهت مدیریت روابط شراکت و محرک ها و مجازات هایی در حوزه هزینه می باشد- از ابزارهای غیررسمی مانند مکانیزم های اجتماعی به کارگرفته شده توسط شرکت های مبدأ (پیشرو) به منظور مدیریت بر روابط آسانتر است. با این حال، تنها تعداد کمی از مطالعات موجود در نمونه‌ی ما به بررسی گزینه های پیمانی در یک زنجیره ارزش جهانی می پردازند. لویاکونو، میسانی و تالمن (۲۰۱۷) به بررسی تفاوت های ظریف حاکمیت مشارکتی در زنجیره ارزش پراکنده از صنعت لوازم خانگی می پردازد و به این نتیجه می رسد که تعاملات پیچیده تری که به هماهنگی های بیشتری احتیاج دارند، به احتمال زیاد از طریق مشارکت در سهام مدیریت می شوند.

به ویژه، قراردادهای غیرسهامی دارای بازدهی بیشتری جهت هماهنگ سازی تولیدات خارجی هستند، در حالی که سرمایه گذاری های مشترک بدون سهم برای مدیریت روابط استراتژیک داخلی مانند همسویی در تولید که هدف ابتدایی آن خدمات رسانی به بازارهای محلی است، دارای اولویت می باشند. چیاوِسیو و دی ماریا (۲۰۰۹) در مورد تفاوت های موجود در ساماندهی زنجیره ارزش جهانی میان شرکت های مبدأ واقع در مناطق صنعتی و شرکت هایی که در بخش های خارج از مناطق صنعتی قرار دارند، تحقیق کرده اند. مطالعه‌ی کمّی آنها در خصوص شرکت های ایتالیایی فعال در چهار صنعت برتر کشور- مبلمان، مهندسی، مد و غذا- نشان می دهد که تفاوت های ظریفی در روش هایی که شرکت های پیشروی منطقه ای و غیرمنطقه ای زنجیره های ارزش جهانی خود را برای رسیدن به بازدهی بهینه مدیریت می کنند، وجود دارد: در حالی که شرکت های پیشروی مستقر در مناطق صنعتی بیشتر تکیه بر سیستم های محلی از طریق شبکه های پیمانکاری فرعی دارند، شرکت های غیرمنطقه ای در پیمانکاری فرعی در سطح ملی سرمایه گذاری می کنند. در اینجا، شبکه های پیمانکاری فرعی محلی به شرکت های مبدأ اجازه می دهند تا از قابلیت انعطاف پذیری استفاده کند و پیمانکاری فرعی ملی موجب تسهیل در بازدهی بیشتر و استفاده از قابلیت های ارزش افزوده از طریق زنجیره ارزش جهانی گردد.

شایان ذکر است که این تفاوتها همانگونه که اندازه شرکت رشد میکند، کاهش می یابد. در نهایت، اندروویک (۲۰۱۸) از نظر مفهومی مرز های مسئولیت در یک زنجیره ی ارزش جهانی را مطالعه میکند، و اینگونه استدلال میکند که تمامی مرز های مسئولیت شرکت مبدا(پیشرو) برای فعالیت های شرکای غیر مستقیم زنجیره ی ارزش جهانی بستگی به این دارد که آیا قرارداد های شرکای غیر مستقیم، انحصاری است یا خیر.

راهنمای کارآفرینی به وسیله ی شرکت مبدا(پیشرو) یکی از مولفه های مهم تنظیم زنجیره ی ارزش جهانی است (باکلی ۲۰۰۹ مقاله ی ای). همانطور که این برای منابع غیر مستقیم زنجیره ی ارزش جهانی به کار میرود و نسبت به خلق نوآوری مسئولیت دارد. در حالی که بیشترین تحقیقات در نمونه های ما به طور ضمنی، نقش کارآفرینی شرکت مبداء(پیشرو) در تولید ارزش تلقی میشود. دو مطالعه ی تجربی نگاهی دقیق به پروسه ی نوترکیبی منابع کارآفرینی در یک زنجیره ی ارزش جهانی که به وسیله ی شرکت مبداء(پیشرو) آغاز شده است، دارد. در یک مطالعه ی موردی متعدد شرکتهای مهندسی، ژانگ و گرگوری(۲۰۱۱) مکانیسمهای تولید ارزش در شبکه ی جهانی مهندسین را شناسایی کرده اند: بازدهی، نو آوری و انعطاف پذیری. بازدهی این مکانیسم ها به این بستگی دارد که کدام قسمت از زنجیره ی ارزش مهندسی مرکز تمرکز عملیات است: توسعه/تولید محصول، طراحی/ ایده ی تولید یا خدمات/حمایت. ایوارسون و آلوستام(۲۰۱۱) در مورد اینکه چگونه ایکیا(یک شرکت سوئدی چند ملیتی) منابع را برای تولید ارزش های بیشتر مدیریت میکند و قابلیت های نوآوری در زنجیره ی عرضه ی خود را تحریک میکند، به بحث و گفتگو میپردازند. مطالعه ی موردی آنها، مشخص میکند که ایکیا راه دسترسی برای هزینه در راستای منابع یابی جهانی، اشتراک گذاری هوش تجاری، سیستم های اجرای مدیریت و سیاست های تجاری در راستای شبکه و پرورش همکاری های غیر رسمی تحقیق و توسعه با عرضه کنندگان را فراهم میکند.

حاکمیت رابطه‌ای، شاید به عنوان مهم ترین از پنج نوع حاکمیت زنجیره ارزش جهانی در گونه شناسی گرفی و دیگران (۲۰۰۵) می‌باشد که به عنوان ابزار کلیدی برای هماهنگ سازی شبکه ظهور یافت. به نظر می‌رسد در نمونه‌ی ما که به پرورش روابط غیر رسمی به معنایی از هماهنگ سازی شبکه می‌پردازد، اتفاق نظر گسترده‌ای وجود دارد و برای تسهیل انتقال دانش، تعهدات ایمن، افزایش نوآوری، پاسخ به قانون گذاری و به طور کلی، بهبود کارایی زنجیره ارزش جهانی، قدرتی موجود می‌باشد. در واقع برانکاتی و دیگران (۲۰۱۷) بر اساس نظر سنجی انجام شده از حدود ۲۵۰۰۰ شرکت ایتالیایی نشان دادند که زنجیره ارزش جهانی تشکیل شده از شرکت‌های دارای روابط قوی و نقش‌های تصمیم گیری فعال در زنجیره ارزش ۴-۶٪ احتمال بیشتر مبنی بر مشارکت در نوآوری و تحقیق و توسعه وجود دارد و این میزان بهره وری و رشد فروش بیشتری را نشان می‌دهد. بنستید، هندری و استیونسن (۲۰۱۸) استدلال می‌آورند که سرمایه گذاری رابطه‌ای همکاری افقی موفقی را میان اعضای زنجیره ارزش جهانی که امکان مشارکت شرکت‌ها برای پاسخ دادن مؤثرتر به قانون مدرن برده داری در صنعت مد و نساجی فراهم می‌آورند، تسهیل می‌کند. این امر در نتیجه منجر

به بهبود اعتبار و کارایی می‌شود. در مطالعه موردی شرکت‌های پیشرو مهم خودروسازی امریکایی و ژاپنی و عرضه کنندگان ایشان، استورگئون و دیگران (۲۰۰۸) در می‌یابند که حاکمیت رابطه‌ای با افزایش پیچیدگی محصول، فرایند رمزی کردن پایین و کمبود استانداردهای در سطح صنعت، ضروری است. این پیوندهای رابطه‌ای به تشریح سلطه‌ی مستمر ساختارهای منطقه‌ای در صنعت می‌پردازد.

مطالعات استراتژی‌های رابطه‌ای ویژه‌ای که از سوی شرکت‌های پیشرو صورت گرفته‌اند را توصیف کرده‌اند. این استراتژی‌ها با اتخاذ استراتژی‌های ارتباطی با محتواهای فرهنگی که شرکای زنجیره ارزش جهانی در آن تعبیه شده‌اند (گریفیت و مایرز، ۲۰۰۵)، شامل ترویج ارتباط منظم میان عرضه کنندگان و خریداران می‌باشد (مک درموت و کوردویرا، ۲۰۱۰) و با درگیر کردن بازیگران متعدد در برقراری اصول عملکردی برای زنجیره ارزش جهانی، تسهیل هویت به اشتراک گذاشته شده و زبان مشترک (لیپارینی و دیگران، ۲۰۱۴)، گسترش شبکه برای در برگرفتن نهادهای غیر بازاری (کورِّدوریا و مک دِرموت، ۲۰۱۴؛ کانو، ۲۰۱۸؛ پیپکین و فوئنتس، ۲۰۱۷)، سرمایه گذاری در ساخت تصویر (هورنر و مورفی، ۲۰۱۸) و برقراری افقی بلند مدت برای روابط بین واحدی جهت تسهیل تعاملات مکرر (ایوارسون و آلوستام، ۲۰۱۱) صورت می‌گیرد.

نهایتا تحقیقات موجود، توزیع ارزش زنجیره جهانی ارزش را به عنوان مسئولیت شرکت های هماهنگ سازی تعیین می کنند.

شرکت مبدا (پیشرو) باید از اینکه شرکاء سهم برابری از ارزشی که در زنجیره ارزش جهانی ایجاد می شود برخوردار می شوند، و به عنوان تابعی از مشارکت مجزای آنها در شبکه (داناراج و پارخه، ۲۰۰۶) اطمینان حاصل نمایند. در اکثر مطالعات موجود در نمنه های ما، یک نمای قدرت از زنجیره های ارزش جهانی مفروض است، به طوری که به نظر می رسد توزیع ارزش نتیجه ای از مشاجره بر سر قدرت بین شرکت مبداء (پیشرو) و پیرامون آن باشد.

عموما، شرکت های مبداء (پیشرو) – به ویژه آنهایی که دانش فناوری ارزشمندی را پردازش می کنند و/یا شرکت های نا محسوس مانند نام برند ها و ثبت اختراعات- مدعی هستند تا سهم ویژه ای و اصلی ارزش را از آن خود کنند (جاکوبیدز و تائی، ۲۰۱۵) ، در حالیکه اکثر عاملان پیرامون در جایگاه تابع و تحت فشار های زیاد هزینه ها (تاپلین، وینترتون، و وینترتون، ۲۰۰۳) ظاهر می شوند، و باید استراتژی هایی برای پاسخ به قدرت شرکت مبداء (پیشرو) اتخاذ نمایند (گِرَبز و پونت، ۲۰۱۹؛ هَویس و کمپلینگ، ۲۰۱۷؛ پیپکین و فیوانِتس، ۲۰۱۷) که شامل تلاش برای گسترش زنجیره ارزش همانگونه که در بالا در مورد آن بحث شد، می باشد.

به نظر می‌رسد که این عدم تعادل نیرو و قدرت در زنجیره‌ی ارزش جهانی تحت هدایت شرکت‌های چند ملیتی پیشرفته، چشمگیرتر از زنجیره‌های ارزش جهانی تحت هدایت شرکت‌های چندملیتی نوظهور باشد، زیرا شرکت‌های چند ملیتی نوظهور پیشرو، با بهره‌برداری از شرکت‌های چند ملیتی پیشرفته که دارای دانش مطلوبی هستند، احتمالاً زنجیره‌های ارزش جهانی خود با هدف جستجوی علمی ایجاد خواهند کرد (هی و دیگران، ۲۰۱۸).

برخی از مطالعات نظری در نمونه ما، مسئله‌ی توزیع ارزش را به عنوان یک ابزار هماهنگ‌سازی آگاهانه از جانب شرکت پیشرو (شرکت مبدا) پیشنهاد می‌کنند. کانو (۲۰۱۸) به بحث پیرامون این موضوع که توزیع ارزش برابر و منصفانه، اعتبار شرکا را بهبود خواهد بخشید و ثبات زنجیره‌ی ارزش جهانی را در طول زمان افزایش خواهد داد، می‌پردازد. شایان ذکر است که، توزیع ارزش برابر و منصفانه، به منافع و دستاوردهای کارآیی بالقوه‌ی به دست آمده از طریق خارجی‌سازی فعالیت‌ها، آسیب می‌رساند؛ هرچند همانطور که توسط یامین (۲۰۱۱) بحث شده است، ممکن است چنین قربانی و فداسازی‌ای درمورد از دست دادن کارآیی برای تضمین مشروعیت و بقایای شبکه ضروری باشد.

بحث و نتیجه گیری

حاکمیت و عملکرد نتایج و پیامدها

سهم قابل توجه‌ای از مقالات در نمونه‌های ما مرتبط با توسعه‌ی گونه‌شناسی‌ها، نقشه‌برداری ارتباطات در زنجیره‌های ارزش جهانی، آنالیز پیکربندی‌ها و بررسی و تحقیق فرآیندها، بدون تمرکز آشکارا و صریح بر عملکرد است. مطالعات و تحقیقاتی که به تنهایی

عملکرد را مورد مخاطب قرار می‌دهند نتایج و پیامدهای عملکرد را با راه و روش‌های گوناگونی، بسته به پرسش‌های بررسی و پژوهش و واحدهای آنالیز، مفهومی و اندازه‌گیری خواهند کرد. همانطور که توسط تامین‌کنندگان توسعه‌ی قابلیت‌های فنی و/یا برندسازی و یا توسط توانایی آن‌ها برای تنظیم مجدد فعالیت‌ها برای این که به خودی خود به شرکت‌های پیشرو (شرکت مبدا) تبدیل شوند، نشان داده شده است، اغلب مطالعاتِ متمرکز بر تامین‌کنندگان زنجیره‌ی ارزش جهانی مرتبط با توسعه و ارتقا به عنوان یک هدف عملکرد است. (به عنوان مثال، عظمه و ندوی، ۲۰۱۴؛ باکلی، b۲۰۰۹؛ چن و دیگران ۲۰۱۶)

مطالعات متمرکز بر شرکت‌های پیشرو (شرکت‌های مبدا) احتمال بیشتری دارد تا از مقیاس‌ها و اندازه‌گیری‌های عملکرد مالی به عنوان شاخص موفقیت زنجیره‌ی ارزش جهانی استفاده کنند: برای مثال، حق مشرفیت همانطور که توسط ارزش بازار نسبیِ بخش‌های صنعتی گوناگون اندازه‌گیری شده است (جاکوبید و تای ۲۰۱۵)، رشد فروش و سود (گریفیت و مایرز، ۲۰۰۵)، و بازده دارایی‌ها (باکلی و تیان، ۲۰۱۷؛ لمپل و جاکتی، ۲۰۱۳). سایر مفهوم‌سازی‌های عملکرد شرکت پیشرو (شرکت مبدا) شامل، ازجمله، توانایی آن برای داشتن کنترل و تاثیر بر شرکای مستقل و هماهنگ کردن تقسیم کار (کاسون،۲۰۱۳ ؛ استرینج و نیوتن، ۲۰۰۶)، توانایی برای به حداقل رساندن مجموع کل هزینه تراکنش (باکلی، a۲۰۰۹)، توسعه، قابلیت و توانایی (اریکسون و دیگران، ۲۰۱۴)، و عملکرد مسئولیت اجتماعی شرکتی (اندرویک، ۲۰۱۸)، می‌شوند.

مطالعات مرتبط با عملکرد شبکه‌ی زنجیره‌ی ارزش جهانی به طور کلی و طبیعتاً جنبه‌های پیچیده‌تر عملکرد، مانند انعطاف‌پذیری/ پویایی پروسه‌ی تولید، دسترسی به یک گستره از منابع، بازده عملیاتی، به هم پیوستگی/اتصال، نوآوری/ توانایی برای تغییر شکل ایده‌ها به تولیدات تجاری و پایداری زنجیره‌ی ارزش جهانی در طول زمان، را بررسی می‌کند (آکرمانز و دیگران، ۱۹۹۹؛ باکلی، ۲۰۱۱؛ چن، ۲۰۰۳؛ کالوتلا، شی، و گریگوری، ۲۰۰۳؛ کانو، ۲۰۱۸؛ کارلسون، ۲۰۰۳؛ سیکویکس و دیگران، ۲۰۱۹؛ یامین، ۲۰۱۱؛ جانگ و گریگوری، ۲۰۱۱). علی الخصوص مطالعات در گروه علوم اجتماعی ممکن است متمرکز بر توسعه و پایداری نتایج و پیامدهای حاکمیت زنجیره‌ی ارزش جهانی، مانند توسعه‌های صنعتی/ اقتصادی و تغییرات نهادی مثبت باشد (به عنوان مثال، کو و دیگران، ۲۰۰۴؛ فولر و فیلیپس، ۲۰۱۸؛ هندرسون و دیگران، ۲۰۰۲؛ لاند-تامسون و کو ۲۰۱۵؛ پاولینک، ۲۰۱۸؛ یونگ، ۲۰۱۶). بنابر پیچیدگی و گوناگونی، عملکرد سطح زنجیره‌ی ارزش جهانی برای کاربردپذیری کردن به صورت کمی، دشوار است، و اغلب در مطالعات کیفی و نظری در نمونه ما نشان داده شده است.

پیشنهادات برای پژوهشهای آتی

در پژوهشهای آتی می توان به حاکمیت در زنجیره های ارزش و شبکه های تولید جهانی و شیوه های اعمال حکمرانی سازمانها و موسسات جهانی و بین المللی در کسب حداکثری منافع اقتصادی در بخشهای کختلف شبکه ها و زنجیره ها پرداخت.

ابعاد و راهبردهای مختلف ارتقاء در زنجیره های ارزش به تفکیک صنایع و خدمات اصلی که توسط کشورمان قابل ارائه است موضوع دیگری است که فضایی عینی و کاربردی و مفید برای شکل گیری پژوهشهای راهبردی واقعی است.

شکل دهی به زنجیره های ارزش و شبکه های تولید منطقه ای برای تحقق عملی سیاست همسایگی در نسبت با زنجیره ها و شبکه های تولید جهانی و جایابی صحیح آنها می تواند مساله امتداد نداشتن و به نتیجه نرسیدن توافقات بین المللی را به عنوان یکی از آسیبهای گام اول انقلاب اسلامی برطرف نماید و زمینه را برای نقش آفرینی فعال کشورمان در نسبت با کریدور شمال جنوب روسیه و طرح کمربند راه چین فراهم آورد.

از سویی دیگر می تواند کشورمان را در رهایی از سیاست انزوای اقتصادی یاری نماید.

REFERENCES

*Akkermans, H., Bogerd, P., & Vos, B. ١٩٩٩. Virtuous and vicious cycles on the road towards international supply chain management. International Journal of Operations & Production Management, ١٩(٦/٥): ٥٦٥–٥٨٢.

*Amendolagine, V., Presbitero, A. F., Rabellotti, R., & Sanfilippo, M. ٢٠١٩. Local sourcing in developing countries: The role of foreign direct investments and global value chains. World Development, ١١٣: ٧٣–٨٨.

*Ancarani, A., Di Mauro, C., & Mascali, F. ٢٠١٩. Backshoring strategy and the adoption of Industry ٤.٠: Evidence from Europe. Journal of World Business, ٥٤(٤): ٣٦٠–٣٧١.

*Ascani, A., Crescenzi, R., & Iammarino, S. ٢٠١٦. Economic institutions and the location strategies of European multinationals in their geographic neighborhood. Economic Geography, ٩٢(٤): ٤٠١–٤٢٩.

*Asmussen, C. G., Pedersen, T., & Petersen, B. ٢٠٠٧. How do we capture ''Global Specialization'' when measuring firms' degree of globalization? Management International Review, ٤٧(٦):٧٩١ – ٨١٣.

*Azmeh, S., & Nadvi, K. ٢٠١٤. Asian firms and the restructuring of global value chains. International Business Review, ٢٣(٤):٧٠٨ –٧١٧.

*Barrientos, S., Knorringa, P., Evers, B., Visser, M., & Opondo, M. ٢٠١٦. Shifting regional dynamics of global value chains: *Benstead, A. V., Hendry, L. C., & Stevenson, M. ٢٠١٨.

*Brancati, E., Brancati, R., & Maresca, A. ٢٠١٧. Global value chains, innovation and performance: Firm-level evidence from the Great Recession. Journal of Economic Geography, ١٧(٥):١٠٣٩ –١٠٧٣.

*Brown, E., Derudder, B., Parnreiter, C., Pelupessy, W., Taylor, P. J., & Witlox, F. ٢٠١٠. World city networks and global commodity chains: Towards a world-systems' integration. Global Networks, ١٠(١): ١٢–٣٤.

*Buckley, P. J. ٢٠٠٩a. Internalisation thinking: From the multinational enterprise to the global factory. International Business Review, ١٨(٣): ٢٢٤–٢٣٥.

*Buckley, P. J. ٢٠٠٩b. The impact of the global factory on economic development. Journal of World Business, ٤٤(٢):١٣١ –١٤٣.

*Buckley, P. J. ٢٠١١. International integration and coordination in the global factory. Management International Review, ٥١(٢):٢٦٩ –٢٨٣.

*Buckley, P. J., & Tian, X. ٢٠١٧. Transnationality and financial performance in the era of the global factory. Management International Review, ٥٧(٤): ٥٠١–٥٢٨.

*Carnovale, S., & Yeniyurt, S. ٢٠١٤. The role of ego networks in manufacturing joint venture formations. Journal of Supply Chain Management, ٥٠(٢): ١–١٧.

*Casson, M. ٢٠١٣. Economic analysis of international supply chains: An internalization perspective. Journal of Supply Chain Management, ٤٩(٢): ٨–١٣.

*Chen, T. J. ٢٠٠٣. Network resources for internationalization: The case of Taiwan's electronics firms. Journal of Management Studies, ٤٠(٥): ١١٠٧–١١٣٠.

*Chen, D., Wei, W., Hu, D., & Muralidharan, E. ٢٠١٦. Survival strategy of OEM companies: A case study of the Chinese toy industry. International Journal of Operations & Production Management, ٣٦(٩): ١٠٦٥–١٠٨٨.

*Chiarvesio, M., & Di Maria, E. ٢٠٠٩. Internationalization of supply networks inside and utside clusters. International Journal of Operations & Production Management, ٢٩(١١): ١١٨٦–١٢٠٧.

*Coe, N. M., Hess, M., Yeung, H. W. C., Dicken, P., & Henderson, J. ٢٠٠٤. ''Globalizing'' regional development: A global production networks perspective. Transactions of the Institute of British Geographers, ٢٩(٤): ٤٦٨–٤٨٤.

*Colotla, I., Shi, Y., & Gregory, M. J. ٢٠٠٣. Operation and performance of international manufacturing networks. International Journal of Operations & Production Management, ٢٣(١٠): ١١٨٤–١٢٠٦.

*Corredoira, R. A., & McDermott, G. A. ٢٠١٤. Adaptation, bridging and firm upgrading: How non-market institutions and MNCs facilitate knowledge recombination in emerging markets. Journal of International Business Studies, ٤٥(٦): ٦٩٩–٧٢٢.

*Dallas, M. P. ٢٠١٥. ''Governed'' trade: Global value chains, firms, and the heterogeneity of trade in an era of fragmented production. Review of International Political Economy, ٢٢(٥): ٨٧٥–٩٠٩.

*Dicken, P., Kelly, P., Olds, K., & Yeung, H. W. C. ٢٠٠١. Chains and networks, territories and scales: Towards an analytical framework for the global economy. Global Networks, ١(٢): ٨٩–١١٢.

*Enderwick, P. ٢٠١٨. The scope of corporate social responsibility in networked multinational enterprises. International Business Review, ٢٧(٢): ٤١٠–٤١٧.

*Eng, T. Y., & Spickett-Jones, J. G. ٢٠٠٩. An investigation of marketing capabilities and upgrading performance of manufacturers in mainland China and Hong Kong. Journal of World Business, ٤٤(٤): ٤٦٣–٤٧٥.

*Eriksson, T., Nummela, N., & Saarenketo, S. ٢٠١٤. Dynamic capability in a small global factory. International Business Review, ٢٣(١): ١٦٩–١٨٠.

*Ferdows, K., Vereecke, A., & De Meyer, A. ٢٠١٦. Delayering the global production network into congruent subnetworks. Journal of Operations Management, ٤١(١): ٦٣–٧٤.

Foster, C., & Graham, M. ٢٠١٧. Reconsidering the role of the digital in global production networks. Global Networks, ١٧(١): ٦٨–٨٨.

*Foster, C., Graham, M., Mann, L., Waema, T., & Friederici, N. ٢٠١٨. Digital control in value chains: Challenges of connectivity for East African firms. Economic Geography, ٩٤(١): ٦٨–٨٦.

*Fuller, C., & Phelps, N. A. ٢٠١٨. Revisiting the multinational enterprise in global production networks. Journal of Economic Geography, ١٨(١): ١٣٩–١٦١.

*Funk, C. A., Arthurs, J. D., Trevin˜o, L. J., & Joireman, J. ٢٠١٠. Consumer animosity in the global value chain: The effect of international production shifts on willingness to purchase hybrid products. Journal of International Business Studies, ٤١(٤): ٦٣٩–٦٥١.

*Gereffi, G., & Lee, J. ٢٠١٢. Why the world suddenly cares about global supply chains. Journal of Supply Chain Management, ٤٨(٣): ٢٤–٣٢.

Ghemawat, P. ٢٠٠٣. The forgotten strategy. Harvard Business Review, ٨١(١١): ٧٦–٨٤.

Gibbon, P., & Ponte, S. ٢٠٠٨. Global value chains: From governance to governmentality? Economy and Society, ٣٧(٣): ٣٦٥–٣٩٢.

*Golini, R., Deflorin, P., & Scherrer, M. ٢٠١٦. Exploiting the potential of manufacturing network embeddedness: An OM perspective. International Journal of Operations & Production Management, ٣٦(١٢): ١٧٤١–١٧٦٨.
*Golini, R., & Gualandris, J. ٢٠١٨. An empirical examination of the relationship between globalization, integration and sustainable innovation within manufacturing networks. International Journal of Operations & Production Management, ٣٨(٣): ٨٧٤–٨٩٤.
*Gooris, J., & Peeters, C. ٢٠١٦. Fragmenting global business processes: A protection for proprietary information. Journal of International Business Studies, ٤٧(٥): ٥٣٥–٥٦٢.
*Griffith, D. A., & Myers, M. B. ٢٠٠٥. The performance implications of strategic fit of relational norm governance strategies in global supply chain relationships. Journal of International Business Studies, ٣٦(٣): ٢٥٤–٢٦٩.
Hastings, T. ٢٠١٩. Leveraging Nordic links: South African labour's role in regulating labour standards in wine global production networks. Journal of Economic Geography, ١٩(٤):٩٢١–٩٤٢.
*Hatani, F. ٢٠٠٩. The logic of spillover interception: The impact of global supply chains in China. Journal of World Business, ٤٤(٢): ١٥٨–١٦٦.
*Havice, E., & Campling, L. ٢٠١٧. Where chain governance and environmental governance meet: Interfirm strategies in the canned tuna global value chain. Economic Geography, ٩٣(٣): ٢٩٢–٣١٣.
*He, S., Khan, Z., & Shenkar, O. ٢٠١٨. Subsidiary capability upgrading under emerging market acquirers. Journal of World Business, ٥٣(٢): ٢٤٨–٢٦٢.
*Henderson, J., Dicken, P., Hess, M., Coe, N., & Yeung, H. W. C. ٢٠٠٢. Global production networks and the analysis of economic development. Review of International Political Economy, ٩(٣): ٤٣٦–٤٦٤.
*Hillemann, J., & Gestrin, M. ٢٠١٦. The limits of firm-level globalization: Revisiting the FSA/CSA matrix. International Business Review, ٢٥(٣): ٧٦٧–٧٧٥.
Hobday, M. ١٩٩٥. Innovation in East Asia. Brighton: Edward Elgar Publishing.
*Horner, R., & Murphy, J. T. ٢٠١٨. South-North and SouthSouth production networks: Diverging socio-spatial practices of Indian pharmaceutical firms. Global Networks, ١٨(٢): ٣٢٦–٣٥١.
*Humphrey, J., & Schmitz, H. ٢٠٠٢. How does insertion in global value chains affect upgrading in industrial clusters? Regional Studies, ٣٦(٩): ١٠١٧–١٠٢٧.
*Ivarsson, I., & Alvstam, C. G. ٢٠١١. Upgrading in global valuechains: A case study of technology-learning among IKEAsuppliers in China and Southeast Asia. Journal of Economic Geography, ١١(٤): ٧٣١–٧٥٢.
*Jacobides, M. G., & Tae, C. J. ٢٠١٥. Kingpins, bottlenecks, and value dynamics along a sector. Organization Science, ٢٦(٣): ٨٨٩–٩٠٧.
*Jean, R. J. B. ٢٠١٤. What makes export manufacturers pursue functional upgrading in an emerging market? A study of Chinese technology new ventures. International Business Review, ٢٣(٤): ٧٤١–٧٤٩.
*Kano, L. ٢٠١٨. Global value chain governance: A relational perspective. Journal of International Business Studies, ٤٩(٦): ٦٨٤–٧٠٥.
*Karlsson, C. ٢٠٠٣. The development of industrial networks: Challenges to operations management in an extraprise. International Journal of Operations & Production Management, ٢٣(١): ٤٤–٦١.

*Khan, Z., Lew, Y. K., & Marinova, S. ٢٠١٩. Exploitative and exploratory innovations in emerging economies: The role ofrealized absorptive capacity and learning intent. International Business Review, ٢٨(٣): ٤٩٩–٥١٢.
*Khan, Z., Lew, Y. K., & Sinkovics, R. R. ٢٠١٥. International joint ventures as boundary spanners: Technological knowledge transfer in an emerging economy. Global Strategy Journal, ٥(١): ٤٨–٦٨.
*Khan, Z., Rao-Nicholson, R., & Tarba, S. Y. ٢٠١٨. Global networks as a mode of balance for exploratory innovations in a late liberalizing economy. Journal of World Business, ٥٣(٣): ٣٩٢–٤٠٢.
*Kleibert, J. M. ٢٠١٦. Global production networks, offshore services and the branch-plant syndrome. Regional Studies, ٥٠(١٢): ١٩٩٥–٢٠٠٩.
*Kumar, V., Bak, O., Guo, R., Shaw, S. L., Colicchia, C., GarzaReyes, J. A., et al. ٢٠١٨. An empirical analysis of supply and manufacturing risk and business performance: A Chinese manufacturing supply chain perspective. Supply Chain Management: An International Journal, ٢٣(٦): ٤٦١□٤٧٩.
*Kumaraswamy, A., Mudambi, R., Saranga, H., & Tripathy, A. ٢٠١٢. Catch-up strategies in the Indian auto components industry: Domestic firms' responses to market liberalization. Journal of International Business Studies, ٤٣(٤): ٣٦٨–٣٩٥.
*Lampel, J., & Giachetti, C. ٢٠١٣. International diversification of manufacturing operations: Performance implications and moderating forces. Journal of Operations Management, ٣١(٤): ٢١٣–٢٢٧.
*Laplume, A. O., Petersen, B., & Pearce, J. M. ٢٠١٦. Global value chains from a ٣D printing perspective. Journal of International Business Studies, ٤٧(٥): ٥٩٥–٦٠٩.
Lee, E., & Yi, K.-M. ٢٠١٨. Global value chains and inequality with endogenous labour supply. Journal of International Economics, ١١٥: ٢٢٣–٢٤١.
*Levy, D. L. ٢٠٠٨. Political contestation in global production networks. Academy of Management Review, ٣٣(٤): ٩٤٣–٩٦٣.
*Lipparini, A., Lorenzoni, G., & Ferriani, S. ٢٠١٤. From core to periphery and back: A study on the deliberate shaping of knowledge flows in interfirm dyads and networks. Strategic Management Journal, ٣٥(٤): ٥٧٨–٥٩٥.
*Liu, W., & Dicken, P. ٢٠٠٦. Transnational corporations and ''obligated embeddedness'': Foreign direct investment in China's automobile industry. Environment and Planning A, ٣٨(٧): ١٢٢٩–١٢٤٧.
*Liu, C. L. E., & Zhang, Y. ٢٠١٤. Learning process and capability formation in cross-border buyer–supplier relationships: A qualitative case study of Taiwanese technological firms. International Business Review, ٢٣(٤): ٧١٨–٧٣٠.
*Lojacono, G., Misani, N., & Tallman, S. ٢٠١٧. Offshoring, local market entry, and the strategic context of cross-border alliances: The impact on the governance mode. International Business Review, ٢٦(٣): ٤٣٥–٤٤٧.
*Lund-Thomsen, P., & Coe, N. M. ٢٠١٥. Corporate social responsibility and labour agency: The case of Nike in Pakistan. Journal of Economic Geography, ١٥(٢): ٢٧٥–٢٩٦.
*MacCarthy, B. L., Blome, C., Olhager, J., Srai, J. S., & Zhao, X. ٢٠١٦. Supply chain evolution – Theory, concepts and science. International Journal of Operations & Production Management,

٣٦(١٢): ١٦٩٦–١٧١٨.

*McDermott, G. A., & Corredoira, R. A. ٢٠١٠. Network composition, collaborative ties, and upgrading in emergingmarket firms: Lessons from the Argentine autoparts sector. Journal of International Business Studies, ٤١(٢): ٣٠٨–٣٢٩.

*Morris, M., & Staritz, C. ٢٠١٤. Industrialization trajectories in Madagascar's export apparel industry: Ownership, embeddedness, markets, and upgrading. World Development, ٥٦: ٢٤٣–٢٥٧.

*Neilson, J., Pritchard, B., Fold, N., & Dwiartama, A. ٢٠١٨. Lead firms in the cocoa-chocolate global production network: An assessment of the deductive capabilities of GPN ٢,٠. Economic Geography, ٩٤(٤): ٤٠٠–٤٢٤.

*Pavlı´nek, P. ٢٠١٨. Global production networks, foreign direct investment, and supplier linkages in the integrated peripheries of the automotive industry. Economic Geography, ٩٤(٢): ١٤١–١٦٥.

*Pietrobelli, C., & Rabellotti, R. ٢٠١١. Global value chains meet innovation systems: Are there learning opportunities for developing countries. World Development, ٣٩: ١٢٦١–١٢٦٩.

*Pipkin, S., & Fuentes, A. ٢٠١٧. Spurred to upgrade: A review of triggers and consequences of industrial upgrading in the global value chain. World Development, ٩٨: ٥٣٦–٥٥٤Ponte, S., & Gibbon, P. ٢٠٠٥. Quality standards, conventions and the governance of global value chains. Economy and Society, ٣٤(١): ١–٣١.

*Rehnberg, M., & Ponte, S. ٢٠١٨. From smiling to smirking? ٣D printing, upgrading and the restructuring of global value chains. Global Networks, ١٨(١): ٥٧–٨٠.

*Seppa¨la¨, T., Kenney, M., & Ali-Yrkko¨, J. ٢٠١٤. Global supply chains and transfer pricing: Insights from a case study. Supply Chain Management: An International Journal, ١٩(٤): ٤٤٥–٤٥٤.
Simon, H. ١٩٦١. Administrative behavior (٢nd ed.). New York: Macmillan.

*Sinkovics, N., Choksy, U. S., Sinkovics, R. R., & Mudambi, R.٢٠١٩. Knowledge connectivity in an adverse context: Global value chains and Pakistani offshore service providers. Management International Review, ٥٩(١): ١٣١–١٧٠.

*Strange, R., & Newton, J. ٢٠٠٦. Stephen Hymer and the externalization of production. International Business Review, ١٥(٢): ١٨٠–١٩٣.

*Sturgeon, T., Van Biesebroeck, J., & Gereffi, G. ٢٠٠٨. Value chains, networks and clusters: Reframing the global automotive industry. Journal of Economic Geography, ٨(٣): ٢٩٧–٣٢١.

*Suder, G., Liesch, P. W., Inomata, S., Mihailova, I., & Meng, B. ٢٠١٥. The evolving geography of production hubs and regional value chains across East Asia: Trade in value-added. Journal of World Business, ٥٠(٣): ٤٠٤–٤١٦.

*Taplin, I. M., Winterton, J., & Winterton, R. ٢٠٠٣. Understanding labour turnover in a labour-intensive industry: Evidence from the British clothing industry. Journal of Management Studies, ٤٠(٤): ١٠٢١–١٠٤٦.

*Taylor, P. J., Derudder, B., Faulconbridge, J., Hoyler, M., & Ni, P. ٢٠١٤. Advanced producer service firms as strategic networks, global cities as strategic places. Economic Geography, ٩٠(٣): ٢٦٧–٢٩١.

*Treiblmaier, H. ٢٠١٨. The impact of the blockchain on the supply chain: A theory-based research framework and a call for action. Supply Chain Management: An International Journal, ٢٣(٦): ٥٤٥–٥٥٩.

*Turkina, E., & Van Assche, A. ٢٠١٨. Global connectedness and local innovation in industrial clusters. Journal of International Business Studies, ٤٩(٦): ٧٠٦–٧٢٨.

UNCTAD. ۲۰۱۳. Global value chains and development: Investment and value added trade in the global economy. New York: United Nations.
UNCTAD. ۲۰۱۹. Digital economy report. New York: United Nations.
*van Hoek, R. I. ۱۹۹۹. Postponement and the reconfiguration challenge for food supply chains. Supply Chain Management: An International Journal, ٤(١): ١٨–٣٤.
*Wang, J., Wei, Y., Liu, X., Wang, C., & Lin, H. ۲۰۱٤. Simultaneous impact of the presence of foreign MNEs on indigenous firms' exports and domestic sales. Management International Review, ٥٤(٢): ١٩٥–٢٢٣.

*Werner, M. ۲۰۱۲. Beyond upgrading: Gendered labour and the restructuring of firms in the Dominican Republic. Economic Geography, ٨٨(٤): ٤٠٣–٤٢٢.
*Yamin, M. ۲۰۱۱. A commentary on Peter Buckley's writings on the global factory. Management International Review, ٥١(٢): ٢٨٥–٢٩٣.

*Yeung, H. W. C. ۲۰۰۹. Regional development and the competitive dynamics of global production networks. Regional Studies, ٤٣(٣): ٣٢٥–٣٥١Yeung, H. W. C. ۲۰۱٦. Strategic coupling: East Asian industrial transformation in the new global economy. Ithaca, NY: Cornell
University Press.
Yeung, H. W. C. ۲۰۱۸. The logic of production networks. In G.L. Clark, M. P. Feldman, M. S. Gertler, & D. Wo´jcik (Eds.), The new Oxford handbook of economic geography (pp. ٣٨٢–٤٠٦). Oxford: Oxford University Press.
*Yeung, H. W. C., & Coe, N. M. ۲۰۱٥. Toward a dynamic theory of global production networks. Economic Geography, ٩١(١): ٢٩–٥٨.

*Zhang, Y., & Gregory, M. ۲۰۱۱. Managing global network operations along the engineering value chain. International Journal of Operations & Production Management, ٣١(٧):٧٣٦.٧٦٤–

این مقاله مستخرج از رساله دکتری دانشجو علی ابراهیمی است.

Abstract:
This article examines the rapidly growing scope of research related to the global value chain. This article refers to published studies about the global value chain in fields such as: international business, public management, supply chain management, operations management, economic geography, development and regional studies, and International political economy.
The intensification of regionalism trends in response to the process of globalization and the change of the international order from unipolar to multipolar and adopting the neighborhood policy and looking to the east in foreign policy and our country's membership in the Shanghai Cooperation Organization; The need to recognize and play an effective role in the relations governing international relations in various fields, especially economic ones, doubles the importance of securing the national interests of our country.
This article takes a quick look at the most important concepts raised in the most prestigious scientific publications of the above-mentioned fields during the last two decades on this topic.

Key words:
global value chains; global commodity chains; global network productions; global factory