|  |
| --- |
|  |
| 1ـ2 مقدمه........................................................................................................................................................................ |
| 2ـ2 روش های سرمایه گذاری خارجی...................................................................................................................... |
| 1ـ2ـ2 طبقه بندی روش های سرمایه گذاری خارجی....................................................................................... |
| 2ـ2ـ2 روش های سرمایه گذاری خارجی در این مطالعه.................................................................................. |
| 3ـ2 عوامل مؤثر بر انتخاب روش های سرمایه گذاری............................................................................................ |
| 1ـ3ـ2 معیارهای مهم انتخاب روش سرمایه گذاری خارجی در صنعت بالگرد.............................................. |
| 4ـ2 ادبیات مربوط به انتخاب روش مناسب............................................................................................................... |
| 1ـ4ـ2 مطالعه ی اگروال و راماسوامی (2199).................................................................................................... |
| 2ـ4ـ2 مطالعه ی ایندانون (2000)........................................................................................................................ |
| 3ـ4ـ2 مطالعه ی الانگو و سامهاریا (2004)......................................................................................................... |
| 4ـ4ـ2 مطالعه ی الانگو (2005)............................................................................................................................ |
| 5ـ4ـ2 مطالعه ی میرو همکاران (0920)............................................................................................................. |
| 6ـ4ـ2 مطالعه ی گراند و تکزیرا (2011).............................................................................................................. |
| 7ـ4ـ2 مطالعه هنگ کنگ و وی هانگ (2013).................................................................................................. |
| 8ـ4ـ2 مطالعه ی ام ویتی (2013)......................................................................................................................... |
| 5ـ2 نیازمندی ها و پروژه های صنعت بالگرد............................................................................................................ |
| 1ـ5ـ2 نیازمندی های کشور به خدمات بالگردی................................................................................................. |
| 2ـ5ـ2 پروژه های سرمایه گذاری خارجی در حوزه بالگردهای تجاری ایران................................................. |
| 6ـ2 جمع بندی................................................................................................................................................................ |

**1 ـ 2مقدمه:**

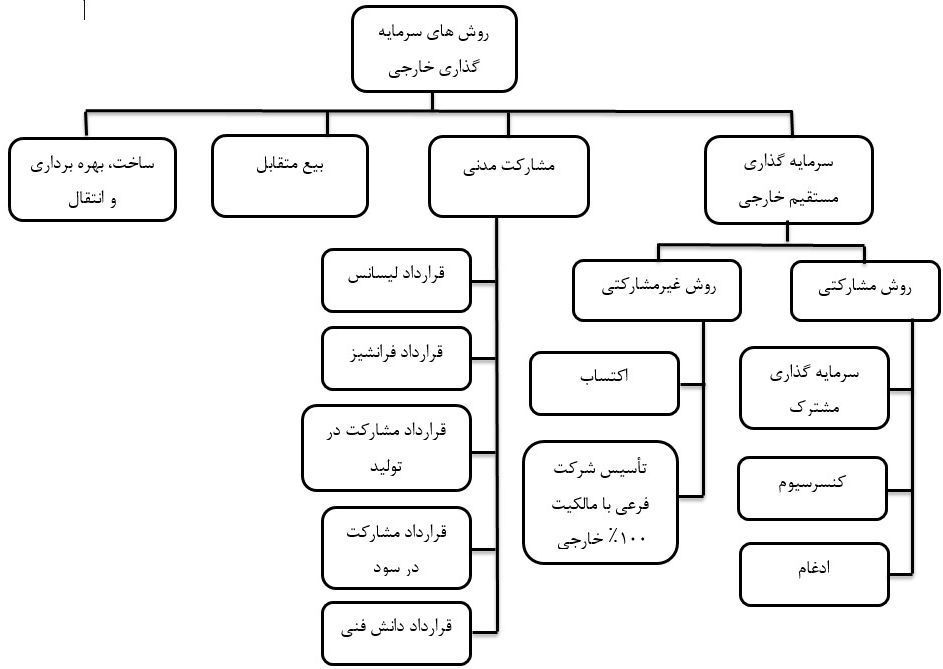
سرمایه گذاری خارجی یکی از مهم ترین شیوه های تأمین مالی خارجی به روش غیر استقراضی است که بر خلاف روش قرضی تأمین مالی خارجی که در تزار پرداخت های کشور میزبان به عنوان بدهی محسوب می شود، به عنوان منابع سرمایه گذاری تلقی می گردد. بدین جهت است که امروزه بسیاری از کشورهای در حال توسعه، سرمایه گذاری خارجی را به عنوان یکی از منابع مهم در توسعه ی اقتصادی شان در نظر گرفته و بسیاری از طرح های اقتصادی خود را با بهره گیری از این روش تأمین مالی خارجی به مرحله اجرا در می آورند (ذوالقدر،1388). كشورهايي مانند چين، هند، كره جنوبي، سنگاپور، تركيه و مالزي، اقتصاد داخلي خود را به گونه اي به اقتصاد بين المللي پيوند زده اند كه دور از هرگونه آسيب جدي و با بيشترين بهره گيري از منابع مالي، بانكي و اعتبارات خارجي و بين المللي، رشد و توسعه اقتصادي خود را شتاب بخشيده و در زماني اندك، به سطح دلخواهي از پيشرفت و توسعه اقتصادي رسيده اند (رضایی، 1391). طی دو دهه گذشته، تعداد زیادی از شرکت ها استراتژی جهانی را برای کسب مزایای رقابتی در پیش گرفته اند. هر چند برخی از صنایع بیشتر از جهانی شدن نسبت به سایر صنایع منتفع می شوند و برخی کشورها دارای مزایای رقابتی نسبت به سایر ملل در کشورهای دیگر هستند. به منظور تدوین یک استراتژی جهانی موفق، شناسایی و درک روش های سرمایه گذاری خارجی ملزم به نظر می رسد. در واقع بخش عمده ای از یک استراتژی جهانی روشی است که شرکت هنگام سرمایه گذاری در سایر کشورها باید انتخاب کند. به همین جهت در این فصل سعی می شود تا انواع روش های سرمایه گذاری به طور تفصیلی بیان شوند.

**2 ـ 2روش های سرمایه گذاری خارجی**

امروزه، رقابتي سنگين براي به چنگ آوردن هرچه بيشتر سرمايه هاي خارجي در ميان كشورهاي رو به توسعه و حتّی كشورهاي توسعه يافته در كار است و پيروزي در اين زمينه، در گرو به كارگيري سازوكارهاي ويژه است. بدون آشنايي با اين سازوكارها، نمي توان از اين سرمايه هاي بزرگ و اثرگذار در توسعه هرچه بهتر و بيشتر اقتصادي بهره مند شد. سرمایه گذاری خارجی عبارت است از به کار گیری سرمایه های خارجی در یک بنگاه اقتصادی جدید یا موجود پس از اخذ مجوز سرمایه گذاری. از آنجا که منابع داخلی و سایر شیوه های سرمایه گذاری از منابع داخلی در اکثر کشورهای در حال توسعه محدود است، بنابراین منابع مالی خارجی بهترین گزینه برای تأمین وجوه مورد نیاز برای تولید و سرمایه گذاری است. شیوه های تأمین مالی خارجی، غالباً به دو روش استقراضی و غیر استقراضی انجام می گیرد. در روش استقراضی تأمین مالي خارجی، طرف خارجی (مؤسسات مالی بین المللی) بدون پذیرش هیچ گونه ریسکی و صرفاً با اخذ تضمین های مناسب از دولت اقدام به تأمین سرمایه نموده و تمامی ریسک های مذکور از سوی کشور سرمایه پذیر تقبل می شود. روش های تأمین مالی غیر استقراضی خارجی، نیز نوعی سرمایه گذاری خارجی هستند که به طور مستقیم یا غیر مستقیم تأمین کننده منابع مالی با قبول ریسک ناشی از به کارگیری منابع مالی خود در فعالیت یا طرح های موردنظر کشور میزبان، انتظار برگشت اصل و سود منابع سرمایه گذاری شده را از عملکرد اقتصادی فعالیت یا طرح مورد سرمایه گذاری دارد (سلامی، رمضانی، صدیقی گاریز و جمالی، 1390). در این تحقیق، روش های غیراستقراضی تأمین مالی خارجی که به عنوان روش های سرمایه گذاری خارجی مطرح می باشند، بررسی خواهند شد.

**1 ـ 2 ـ 2 طبقه بندی روش های سرمایه گذاری خارجی**

به طور کلی تقسیم بندی دقیق و روشنی بین روش های مختلف سرمایه گذاری خارجی وجود ندارد. با توجه به روش های سرمایه گذاری خارجی در چارچوب قانون تشویق و حمایت سرمایه گذاری خارجی و مطالعات صورت گرفته در مورد روش های مختلف سرمایه گذاری خارجی در نهایت تقسیم بندی زیر برای روش های سرمایه گذاری خارجی در نظر گرفته شده است (سلامی و همکاران، 1390).

****

شکل 1\_2 روش های سرمایه گذاری خارجی (سلامی و همکاران، 1390)

آن گونه که در شکل مشاهده می شود تعدادی از این روش های سرمایه گذاری خارجی با روش های انتقال تکنولوژی هم پوشانی دارند. روش های انتقال تکنولوژی می تواند به طرق سرمایه گذاری مستقیم خارجی، بیع متقابل، لیسانس و قرارداد دانش فنی اتفاق بیافتد. اما چون موضوع این تحقیق در رابطه با روش های سرمایه گذاری خارجی می باشد و نه فقط انتقال تکنولوژی، به همین منظور روش های انتقال تکنولوژی را می توان قسمتی از روش های سرمایه گذاری خارجی در نظر گرفت. با توجه به دیدگاهی که روت در مورد روش های سرمایه گذاری خارجی بیان نموده و همچنین با توجه به الزامات و تعاریف مندرج در قانون تشویق و حمایت از سرمایه گذار خارجی در ایران، مجموعه ی شکل 2 به طور کامل بیان کننده ی روش های سرمایه گذاری خارجی می باشد.

منظور از روش های سرمایه گذاری خارجی، ترتیبات معمول و مرسوم است که ورود محصولات، فناوری، مهارت های انسانی، مدیریت و سایر منابع را به یک کشور خارجی ممکن می سازد. در ادامه این روش ها را به طور مختصر توضیح خواهیم داد.

**الف ـ سرمايه گذاري مستقيم خارجي[[1]](#footnote-1)**

صندوق بین المللی پول، این سرمایه گذاری را این گونه تعریف می کند: "یکی از انواع سرمایه گذاری که برای حصول سود پایدار از طریق عملیات یک بنگاه در اقتصادی غیر از اقتصاد سرمایه گذار انجام می شود. هدف سرمایه گذار در این نوع سرمایه گذاری، داشتن نقش فعال و مؤثر در مدیریت شرکت است." در ویرایش پنجم این تعریف بیان شده که برای انجام سرمایه گذاری خارجی، دست کم 10 درصد سرمایه گذاری ( سهم سرمایه گذار خارجی در مالکیت شرکت) الزامی است.

آنکتاد نیز این نوع سرمایه گذاری را این گونه تعریف کرده است: سرمایه گذاری مستقیم خارجی عبارت است از سرمايه اي كه متضمن مناسبات بلندمدت و منعكس كننده كنترل و سود مستمر شخصيت حقيقي يا حقوقي مقيم يك كشور در شركتي بيرون از موطن سرمايه گذار باشد (دوسه[[2]](#footnote-2)، 2003).

این گونه سرمایه گذاری، كاراترين و واقعي ترين سرمايه گذاري خارجي است. در اين گونه سرمايه گذاري، سرمايه گذاران خارجي، جداگانه يا از راه مشاركت، در توليد و ساخت كالا، برآوري مواد كاني و ديگر بخش هاي برنامه هاي اقتصادي در كشور ميزبان كار مي كنند (رضایی، 1391).

**الف ـ 1 روش های مشارکتی**

روش های مشارکتی که غالباً برای ورود به بازارهای بین المللی به ویژه در کشورهای کمتر توسعه یافته به کار می روند، حالت های ورودی هستند که در آن سرمایه گذار ملزم به تشکیل یک بنگاه اقتصادی مجزا و جدید با ماهیت حقوقی مستقل می باشد.

**الف ـ 1ـ1 سرمایه گذاری مشترک[[3]](#footnote-3) (مشارکت حقوقی)**

یک سرمایه گذاری مشترک بین المللی، اتحاد بین دو یا چند شرکت برای تبادل منابع، تسهیم ریسک و تقسیم سود است که یک شرکت جدید را ایجاد کرده و توسط خود شرکا کنترل می شود. در این نوع سرمایه گذاری هر کدام از شرکا در شرکت تشکیل شده ی جدید، سهیم بوده و در اداره ی آن شریک می شوند. معمولاً در این نوع سرمایه گذاری، یکی از شرکا در کشور پذیرنده سرمایه گذاری قرار دارد. این روش سرمایه گذاری فرصتی برای دستیابی سریعتر و کم هزینه تر به بازارهای خارجی را فراهم می کند. البته در صورت فقدان برنامه ریزی و استراتژی دقیق، این روش می تواند اثرات بد جبران ناپذیری را برای شرکت ها ایجاد کند (استوارت و مائون[[4]](#footnote-4)، 2011).

موضوعات کلیدی در سرمایه گذاری مشترک عبارتند از: مالکیت، مدیریت و کنترل، مدت قرارداد، قیمت گذاری، انتقال تکنولوژی، قابلیت ها و منابع شرکت های محلی و تمایلات دولتی ( فالی[[5]](#footnote-5)، 2008).

این مشارکت ها به دلایل مختلفی چون ترکیب توانایی ها و مهارت های تکمیلی شرکت های مختلف، کنترل بیشتر روی عملیات، کسب منافع بیشتر برای سهام داران، آگاهی شرکای محلی و آشنایی آنها با محیط فرهنگی، قانونی، سیاسی، دسترسی به شبکه توزیع، ارتباط نزدیک با عرضه کنندگان مواد اولیه و مسؤلان دولتی و ... شکل می گیرند (رضايی، 1391). ممکن است سازمان های سرمایه گذار, منابع ضروری برای ایجاد یا توسعه ی یک اثر در یک بازار خارجی را نداشته باشند و این علت بسیار پرنگ تر و مهم تر می شود زمانی که رقبای موجود در کشور میزبان بزرگ و قدرتمند باشند. به همین جهت سرمایه گذاری مشترک منافع حاصل از تسهیم منابع را به دنبال خواهد داشت (بکلاند و سوکی[[6]](#footnote-6)، 2005).

**الف ـ1ـ2 کنسرسیوم[[7]](#footnote-7)**

کنسرسیوم‏ به ائتلاف چند فرد، شرکت، سازمان یا حکومت (یا ترکیبی از این‌ها) باهم برای انجام فعالیت‌های مشترک یا ادغام منابعشان برای رسیدن به هدف مشترک گویند. به طور خلاصه منظور از کنسرسیوم، ائتلاف چند شرکت باهم برای انجام امور انتفاعی است (ویکی پدیا[[8]](#footnote-8)).

این نوع روش سرمایه گذاری معمولاً کوتاه مدت بوده و به صورت پروژه ای انجام می شود. به علاوه اینکه در این نوع روش سرمایه گذاری نقش شفاف نهادها و تیم های کاری در مدیریت پروژه ذکر می شود یعنی می بایست کلیه افراد پروژه و نهادهای درگیر در سرمایه گذاری از محتوای کنسرسیوم آگاهی دقیقی داشته باشند. ویژگی بارز این نوع سرمایه گذاری ایجاد چارچوب جامعی در مورد توسعه ی عملیاتی پروژه است. این نوع سرمایه گذاری شباهت بسیاری با سرمایه گذاری مشترک دارد. تفاوت این روش با سرمایه گذاری خارجی در این است که معمولاً مدت زمان همکاری کوتاه مدت بوده، شرکت ها و افراد متعددی در سرمایه گذاری شرکت می کنند و معمولاً مشارکت درکشوری انجام می شود که هیچ یک از شرکت ها در آن فعال نیستند. در این سرمایه گذاری، مالکیت و بهره برداری از حقوق مالکیت فکری و تقسیم ریسک بین شرکت ها انجام می شود (چارزورث و هوم[[9]](#footnote-9)، 2005).

**الف ـ1ـ3 ادغام[[10]](#footnote-10)**

در ادغام، شرکت های ادغام شده استقلال خود را از دست داده و یک واحد اقتصادی و حقوقی جدیدی ایجاد می شود. اصولاً در ادغام ها، شرکت ها نمی توانند به صورت یک جانبه فعالیت سرمایه گذاری را متوقف کنند. ادغام ها برای وضعیتی مناسب هستند که نیاز به انعطاف پذیری کمتری وجود داشته و هدف آن بهره گیری از صرفه جویی در مقیاس و افزایش کارائی باشد. انگیزه بسیاری از شرکت ها از ادغام، تقویت مزایای رقابتی و کسب سود بیشتر است. ادغام نسبت به سایر روش ها، روش سریع تری برای رشد کشورها است. ادغام یکی از استراتژی هایی است که شرکت ها به منظور دسترسی به منابع خارجی و رشد خود انتخاب می کنند. از سوی دیگر ادغام ها عموماً برای رویارویی با عدم انطباق محیطی و برای افزایش قابلیت انعطاف شرکت ها صورت می گیرند (رمضانی، 1387). ادغام ها معمولاً به سه روش عمده ادغام عمودی، ادغام افقی و ادغام مختلط اتفاق می افتد.

1ـ ادغام عمودی: این نوع ادغام شامل شرکت های می شود که در جاهای متفاوت زنجیره ی تولید قرار دارند.

2ـ ادغام افقی: در این نوع از استراتژی،شرکت های مشارکت می کنند که در یک صنعت قرار دارند و رقیب به حساب می آیند.

3ـ ادغام مختلط: این نوع ادغام بین شرکت هایی از صنایع متفاوت رخ می دهد (رف[[11]](#footnote-11)، 2007).

**الف ـ2 روش های غیر مشارکتی**

روش های غیر مشارکتی نقطه مقابل روش های مشارکتی هستند، که در آنها شرکت بین المللی به منظور انجام فعالیت در یک کشور هدف، به فکر اتحاد با شرکت های دیگر بر نمی آید. در این حالت، شرکت خارجی به منظور انجام فعالیت در کشور هدف، یا مبادرت به تشکیل یک شرکت فرعی با مالکیت کامل می کند و یا با کسب سهام یا اموال یک شرکت محلی، کنترل آن شرکت را بدست می گیرد.

**الف ـ 2ـ1 اکتساب[[12]](#footnote-12) (تملک)**

تملک، عبارت است از بدست آوردن کنترل یک شرکت به وسیله کسب سهام یا اموال آن شرکت. به عبارت دیگر، تملک، خرید سهام یک شرکت موجود با یک مبلغ مشخصی برای به دست آوردن آن است. اصولاً شرکت تملک شده استقلال اقتصادی و آزادی تصمیم گیری خود را از دست می دهد. سرمایه گذار خارجی از طریق تملک، از توانایی های فناوری، رهبری بازار، منابع انسانی، نام تجاری، و دانش فنی شرکت تملک شده بهره مند می شود. سرمایه گذار، کل دانش عمومی اقتصاد محلی و توانایی های صنعت خاص یک شرکت را خریداری می کند. این روش، نسبت به بسیاری از روش های سرمایه گذاری خارجی، سریع تر انجام می شود، زیرا سرمایه گذار متکی به سازمان با تجربه و عملیاتی است. خریدن یک شرکت موجود یا خط تولید، ریسک نسبتاً کمتری دارد. زیرا توسعه به میزان زیادی صورت گرفته و احتمالاً زیرساخت های تجاری مناسب فراهم شده است. بنابر این زمان ورود به بازار در این روش نسبت به ایجاد یک شرکت جدید کوتاه تر می باشد (مگانتز[[13]](#footnote-13)، 2002).

**الف ـ 2ـ2 تأسیس شرکت فرعی با مالکیت 100٪ خارجی ( تأسیس شرکت فرعی با مالکیت کامل[[14]](#footnote-14))**

در روش تأسیس شرکت فرعی با مالکیت کامل، یک شرکت یعنی شرکت مادر تمام سهام یک شرکت دیگر (شرکت فرعی) را در اختیار دارد. و به همین دلیل نیز کنترل شرکت فرعی تحت نظر شرکت مادر است.به عبارت دیگر، در این شکل از سرمایه گذاری، شرکت های چندملیتی در کشورهای دیگر، یک شرکت وابسته به خود تشکیل می دهند. در این حالت، شرکت فرعی تنها با اجازه ی شرکت مادر می تواند به فعالیت های خود ادامه دهد. در غالب مواقع شرکت مادر کنترل عملیات و مدیریت شرکت فرعی را به عهده دارد. تأسیس شرکت فرعی برای شرکت مادر غالباً با هدف کاهش هزینه های مربوط به مالیات و تعرفه های کمرگی صورت می گیرد. سرمایه گذاری از این طریق روندی کند، پرهزینه و دیربازده دارد، اما مزیت اصلی این روش مدیریت ریسک است (جمالی و همکاران، 1389).

**ب ـ مشارکت مدنی**

ترتیبات قراردادی برای انجام فعالیت مشترکی است که بدون تشکیل شخصیت حقوقی (شرکت) صورت می گیرد و منافع سرمایه گذاری و نحوه انتفاع هریک از طرفین مشارکت، به ترتیبی که در قرارداد مقرر گردیده قابل برداشت است. مشارکت مدنی شامل کلیه اشکال دیگر کسب و کار است که در آن سرمایه گذار خارجی بدون تشکیل شرکت، در منافع حاصل از سرمایه گذاری ذی نفع می شود. معمولاً سوابق مالی مربوط به مشارکت در دفاتر یکی از طرفین ثبت و ضبط می شود (رمضانی، 1387).

**ب ـ1 قرارداد لیسانس[[15]](#footnote-15)**

در یک قرارداد لیسانس، مجوزدهنده برخی از دارائی های اختصاصی خود مانند حق تولید یک محصول یا استفاده از پتنت یا فرآیندهای خاص و یا بهره برداری از علامت تجاری، را در اختیار مجوزگیرنده قرار می دهد و در مقابل لیسانس گیرنده برای جبران امتیازات اخذ شده، حق الامتیاز پرداخت می کند. لازم به توضیح است که بر اساس این نوع قراردادها مالکیت دارائی های اعطا شده در اختیار لیسانس دهنده باقی می ماند. این روش کمک می کند تا لیسانس دهنده از تعرفه های بالای صادراتی خلاص شده و از هزینه ها و تعهد ناشی از سرمایه گذاری اجتناب کند. البته بسیار ضروری است که در این روش لیسانس دهنده از قابلیت اداره ی خطط تولید و بازاریابی محصولات توسط لیسانس گیرنده اطمینان حاصل نماید. به دلیل ماهیت پیچیده این قراردادها، شرکت ها قبل از انعقاد قرارداد باید مبانی قانونی حفاظت و حمایت از این نوع قراردادها را مورد توجه قرار دهند. چرا که در این قراردادها ممکن است مشکلاتی مانند ارزیابی ارزش، منع انتشار اطلاعات در رابطه با بازاریابی، ملموس نبودن محصول و ... به وجود آید. به طور خلاصه در قراردادهای لیسانس، نیازی به ایجاد یک سازمان مستقل وجود ندارد، بلکه در این قراردادها، لیسانس دهنده حقوق خاصی را به لیسانس گیرنده در یک کشور دیگر برای استفاده از این حقوق در یک زمینه خاص اعطا می کند. روش لیسانس، بسیار مورد علاقه ی دولت های خارجی است چرا که این روش علاوه بر این که تکنولوژی جدید را برایشان فراهم می آورد، به آموزش و کسب مهارت نیروی کار محلی کمک می کند. لیسانس گیرنده اغلب در پایان مدت قرارداد، تصمیم به شروع کسب و کار برای خود کرده و به عنوان یک رقیب احتمالی برای لیسانس دهنده قد علم می کند (بکلاند و سوکی، 2005).

**ب ـ2 قرارداد فرانشیز[[16]](#footnote-16) (امتیاز خاص)**

این قراردادها بسیار شبیه به قراردادهای لیسانس هستند. تفاوت این قراردادها با قراردادهای لیسانس اعطای کمک های لازم در خصوص طراحی، سازماندهی و بازاریابی است. زمانی که یک شرکت، به شخصیت (حقیقی یا حقوقی) دیگری اجازه می دهد تا از دارائی های آن تحت قراردادهایی مشخص استفاده کند. فرانشیز شکلی از کسب و کار است که در آن یک طرف به عنوان فرانشیزدهنده به طرف دیگر به عنوان فرانشیز کننده، اجازه ی استفاده از نام تجاری خود را به عنوان یکی از ملزومات کسب و کار فرانشیز می دهد. در این جا فرانشیز کننده، مبلغی را تحت عنوان حق الامتیاز به صاحب دارائی (فرانشیز دهنده) پرداخت می کند. این دارائی علاوه بر دارائی های فیزیکی، دارائی های فکری مانند نام و نشان تجاری، پتنت، کپی رایت و یا تخصص و دانش فنی را هم شامل می شود. به عنوان مثال، یک کافه در سنگاپور، در ازای پرداخت مبلغی به باشگاه منچستر یونایتد انگلستان، از لوگوی این باشگاه و رنگ پیراهن آن بر روی فنجان ها و یا تزئینات فضای کافه استفاده می کند. سازمان های فرانشیزی، شکلی از شبکه ها یا کانال های بازاریابی هستند که در آنها یکی از اعضا به عنوان فرانشیزدهنده عمل کرده و وظیفه ی تنظیم توزیع محصولات در بین اعضای شبکه، که عمدتاً خرده فروش هستند را به عهده دارد. این گونه سازمان ها به سه شکل هستند:

خرده فروش های تحت حمایت کننده: آشکارترین مثال این حالت، صنعت خودروسازی است. کارخانه های تولید کننده حق فروش محصولات خود را به خرده فروش هایی تحت عنوان نمایندگی های فروش اعطا کرده و تمامی چالش های مرتبط با فروش (مانند تبلیغات و بازاریابی و ...) را به آنها منتقل کرده است.

عمده فروش های تحت حمایت تولید کننده: مثال بارز آن کوکا کولا است. این شرکت، حق استفاده از برند خود را به عمده فروش هایی در بازارهای مختلف ( مثلاً ایران) داده و این عمده فروش ها، با خرید مایع نوشابه از این شرکت، آن را در قوطی پر کرده و با برند کوکا کولا توزیع می کنند. همانطور که ملاحظه می شود، در این حالت، علاوه بر چالش های مربوط به فروش، بخشی از پروسه تولید هم از شرکت اصلی خارج و در قبال آن، حق الامتیاز دریافت می گردد .

خرده فروش های تحت حمایت شرکت خدماتی: در این حالت، یک شرکت خدماتی تلاش می کند تا با ایجاد یک سیستم فراگیر، خدمت رسانی به مشتریان خود را به شکلی اثربخش صورت دهد. سیاست فست فودهای بزرگ دنیا (مانند مک دونالد و برگرکینگ) و یا کسب و کار متل در آمریکا (هروارد جانسون) از این دست محسوب می گردد (اسدی، 1390).

**ب ـ3 قرارداد مشارکت در سود**

در این روش، شرکت سرمایه گذار با ارائه سرمایه و تجهیزات در عملیات مشارکت داشته و در نهایت پس از بازپرداخت هزینه های انجام شده در سود پروژه شریک می شود و به نسبت هزینه انجام داده از سود پروژه سهم می برد. این نوع قراردادها در واقع یک دیدگاه نسبتا‍‍ً جدید به روش های تأمین مالی می باشد. ابداع این قراردادها و قراردادهای مشارکت در تولید عمدتاً مرهون محدودیت های مالی، اقتصادی و حقوقی کشورهای سرمایه پذیر است (جمالی و همکاران، 1389). یکی از مهترین مزیت های این روش سرمایه گذاری، تقسیم ریسک بین طرفین قرارداد می باشد.

**ب ـ4 قرارداد مشارکت در تولید**

توافق نامه ای بین دو کشور، بین یک کشور و یک شرکت و یا بین یک شرکت و یک فرد می باشد که به منظور تسهیم هزینه های تولید و یا استخراج یک محصول به اجرا در می آید. در این نوع از قرارداد ها شرکت سرمایه گذار در ازای سرمایه گذاری خود در کشور هدف از تولید حاصل از واحد تولیدی برداشت می کند. به عبارتی دیگر، مشارکت در تولید، در واقع شرکت داشتن و سهیم بودن در محصولات یک کارخانه یا مجموعه تولیدی است. این نوع قرارداد معمولاً زمانی به اجرا در می آید که دو طرف (معمولاً کشورها) توافق کنند که مواد خام مشخصی ( که برای تولید محصول در کشور هدف ضروری می باشد)، از یک کشور(کشور سرمایه گذار) به کشور دیگر (کشور سرمایه پذیر) جابه جا شده و بابت این جابه جایی تعرفه ای پرداخت نشود.در عین حال نیز محصولات تولیدی در کشور سرمایه پذیر هم بدون پرداخت تعرفه به کشور سرمایه گذار جابه جا شوند (بیزنس دیکشنری[[17]](#footnote-17)).

**ب ـ5 قرارداد دانش فنی**

در این قراردادها، یک ساختار شرکتی به عنوان وسیله و محمل فعالیت مشترک مورد استفاده قرار نمی گیرد و طرفین مشارکت فقط بر توافق های قراردادی خود تکیه می کنند. در این نوع قراردادها، به خریدار خدمات فنی اجازه داده می شود تا از تجربه ها و یافته های دارنده آن بهره برداری کرده و فرآیند و توان آموزشی اورا به کار بندد. در سایه این گونه قراردادها، زمان راه اندازی کارخانه ها کوتاه تر می شود (رضایی نژاد، 1380).

**ج ـ بیع متقابل**

بیع متقابل یک اصطلاح جامع است و حالت های گوناگون ارتباط دو معامله صادراتی با یکدیگر را شامل می شود، که یکی از دو معامله از کشور صادرکننده و دیگری از کشور واردکننده نشأت می گیرد. این روش در برگیرنده مبادله قراردادی پیچیده منابع اقتصادی به طور همزمان است. این نوع مبادلات زمانی صورت می گیرد که طرفین قرارداد منافعی برای خود متصور باشند و به جای معامله صرف و دریافت وجه نقد، بیع متقابل را جایگزین می کند. این روش معمولاً در اقتصادهای کمتر توسعه یافته و کنترل شده بیشتر استفاده می شود. چرا که این اقتصادها فاقد سیستم قیمت رقابتی، انگیزه سودآوری و مالکیت خصوصی هستند.

اگر به بیع متقابل از منظر سرمایه گذاری خارجی نگاه کنیم، منظور از آن مجموعه حالت هایی است که طی آن تأمین کننده منابع مالی خارجی بدون اینکه در سرمایه سهمی شرکت داخلی مشارکت مستقیم داشته باشد با در اختیار گذاردن منابع مالی نقدی و غیر نقدی برگشت منابع و سرمایه خود را از طریق دریافت محصولات همان طرح یا معادل آن از سایر محصولات صادراتی کشور تسویه می نماید (جمالی و همکاران، 1389).

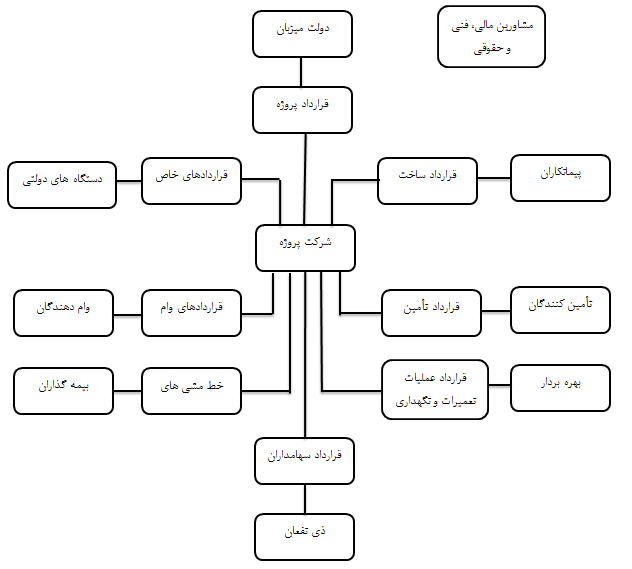
**د ـ روش ساخت، بهره برداری و انتقال (BOT[[18]](#footnote-18))**

سرمایه گذاری در زیرساخت ها، به طور مسلم یکی از پیش نیازهای اقتصاد پایدار است. به طور سنتی سرمایه گذاری در طرح های زیربنایی در همه جوامع، جزء مسئولیت های دولت ها بوده و دولت ها برای تأمین منابع مالی این طرح ها از درآمدهای مالیاتی، وام های اخذ شده از بانک های تجارتی یا مؤسسات مالی بین المللی مانند بانک جهانی استفاده می کردند. ساخت، بهره برداری و انتقال، یک روش نسبتاً جدید برای توسعه طرح های زیربنایی است که بخش خصوصی را قادر می سازد تا در پروژه های بزرگ سرمایه گذاری کند. واژه BOT (مخفف واژه های ‹‹ساخت، بهره برداری و انتقال››)، یک اصطلاح علمی و فنی برای یک مدل یا ساختار است که بر اساس آن سرمایه گذاری بخش خصوصی در پروژه های زیربنایی صورت می گیرد (بانک جهانی[[19]](#footnote-19)، 2013).

سیستم BOT، سیستمی است که در آن سرمایه گذار مسئولیت کامل تأمین مالی و اجرای پروژه را بر عهده گرفته و بهره برداری از این پروژه را تا زمان معینی که طبق قرارداد مالی برای بازپرداخت هزینه ها و حق الزحمه و سود پیمانکار تعیین شده است، انجام می دهد (چئونگ[[20]](#footnote-20)، 2001).

چارچوب پروژه هاي بالقوه ساخت، بهره برداری و انتقال در كشور بسيار گسترده است و دولت از چنين سرمايه گذاري هايي پشتيباني مي كند. اين پروژه ها، نقش بزرگي در بخش زيرساخت هاي كشور دارد. هم اكنون، بسياري از پروژه ها مانند ساخت بزرگراه ها، سدها، فرودگاه ها و ديگر برنامه هاي توسعه بنيادي در كشور، با همكاران خارجي، بيشتر به اين گونه انجام مي شود(رضايی، 1391). تأمین مالی پروژه مهمترین بخش آن به حساب می آید. در این روش، وام دهندگان به دارائی ها و جریانات درآمدی پروژه نگاه می کنند و کمتر ضمانت های دولت و دارائی متولیان پروژه را مورد توجه قرار می دهند. در یک پروژه BOT یک شرکت خصوصی امتیازی را برای ساخت و بهره برداری پروژه هایی که عموماً توسط دولت ساخته می شده، به دست می آورد. این پروژه ها می توانند نیروگاهی، پالایشگاهی، مخابراتی، پستی، اسکله، پل، خطوط لوله، جاده، فرودگاه و ... باشند. شرکت خصوصی مسوول تأمین مالی و طراحی پروژه است. در پایان دوره امتیاز (انحصار)، شرکت خصوصی مالکیت پروژه را به دولت میزبان منتقل می کند، اگر چه انتقال ممکن است در همه موارد صورت نگیرد. دوره امتیاز بر اساس مدت زمان مورد توافق برای تحصیل درآمدهای موردنیاز جهت پرداخت بدهی شرکت و برگشت نرخ بازده قابل قبول برای ریسک و تلاش های شرکت تعیین می شود (ویکی پدیا، 2013).

پروژه های BOT غالباً به دلیل کیفیت پائین دستگاه های دولتی در انجام خدمات زیربنایی به اجرا درآمد. فرآیند بکارگیری روش BOT ممکن است پیچیده، زمان بر و از دیدگاه ذی نفعان گران باشد. برای پروژه های بزرگ، مذاکرات مربوط به پروژه، چند سال قبل از امضای قرارداد پروژه یا مشخص شدن وضعیت تأمین مالی به طول انجامد. در طی این زمان، ذی نفعان پروژه ممکن است زمان زیادی برای انجام مطالعات امکان سنجی صرف کنند و مبالغ زیادی را برای مشاورین بپردازند و هیچ درآمدی برای مدیریت خودشان کسب نکنند. پروژه های BOT دربرگیرنده تعدادی از عناصر می باشد که همه آنها برای اجرای موفق پروژه باید گرد هم آیند. شکل ذیر ساختار یک پروژه BOT و روابط متقابل بین طرف های مختلف آن را تشریح می کند. از نظر تئوریک، یک جنبه مهم پروژه BOT این است که این پروژه ها به طور خصوصی تأمین مالی می شوند، بدون اینکه دولت میزبان تعهد مالی برای اجرای آنها داشته باشند. هرچند در عمل هدایت ها و حمایت های دولت میزبان (لجستیکی، قانونی، اداری و گاهی اوقات مالی) در بیشتر کشورهای در حال توسعه اساسی هستند (داهل، 1997).



شکل 2\_2 چارچوب پروژه های BOT (جمالی و همکاران، 1389)

اولین موضوع برای بررسی نقش دولت در پروژه های BOT بررسی چارچوب حقوقی و قانونی است که پروژه را از ابتدا تا پایان هدایت می کند. غالباً دولت میزبان مشتری نهایی یا خریدار پروژه BOT است. به همین دلیل است که دولت و دستگاه های ذی صلاح از اختیارات خود استفاده کرده و پروژه را به پیش می برند. دولت میزبان یا یکی از دستگاه های ذیربط، قرارداد پروژه را با شرکت پروژه منعقد می کنند. در ابتدای فرآیند BOT کنسرسیومی از ذی نفعان بخش خصوصی (مشارکت بخش خصوصی و عمومی نیز ممکن است) برای تنظیم پیشنهادات، تهیه مطالعات امکان سنجی اولیه و تسلیم درخواست تشکیل می شود. ذی نفعان منتخب، یک شرکت با مسئولیت محدود و با هدف خاص به عنوان ‹‹شرکت پروژه›› تأسیس می کنند. این شرکت با مشارکت سهمی هریک از شرکا شروع به فعالیت می کند. شرکت پروژه، شخصیتی است که می تواند با دولت میزبان، پیمانکاران ساختمانی، بهره بردار، عرضه کننده مواد اولیه و تجهیزات و ... قرارداد منعقد کند. کنسرسیوم می تواند متشکل از افراد یا شرکت های علاقه مندی باشد که در زمینه های ساخت و مهندسی بین المللی، عرضه تجهیزات بزرگ، مدیریت و بهره برداری و حفظ ونگهداری پروژه های بزرگ تجربه کافی داشته باشند. علاوه بر این، اعضای شرکت پروژه می توانند دربرگیرنده سرمایه گذاران سهمی همانند یک شرکت سرمایه گذار، بانک تجاری یا مؤسسه قرض دهنده بین المللی و ... باشند. در موارد خاص مشارکت سهمی دولت میزبان نیز امکان پذیر است. مدیریت پروژه ی BOT که قلب همه ی پروژه های BOT را تشکیل می دهد، حقوق و تعهدات شرکت پروژه و دولت میزبان برای توسعه و عملیات پروژه را تعریف می کند. مدیریت پروژه، حقوق و تعهدات مالی، ساخت و اجرای پروژه را در یک دوره زمانی مشخص به ذی نفعان پروژه می دهد (سلامی و همکاران،1390). به عبارتی دیگر، در این روش، سرمایه گذار با یک کنسرسیوم متشکل از شرکت های خصوصی خارجی یا داخلی از راه برگزاری مناقصه برگزیده می شود تا یک واحد صنعتی را طراحی و راه اندازی کند. سرمایه گذار از واحد صنعتی برای یک دوره ی معین بهره برداری می کند و درآمدها در این دوره برای پوشش دادن هزینه ها و سود سرمایه گذار اختصاص می یابد. در پایان دوره، مالکیت واحد صنعتی به دولت میزبان واگذار می شود. برخلاف وام گیری، در BOT، موضوع تولید و مشارکت سرمایه گذار در ریسک مطرح است (جفره و صفار، 1390).

البته سود حاصل از واحد صنعتی می تواند به حالت های مختلف میان دولت میزبان و سرمایه گذار تقسیم شود و همچنین مالکیت واحد صنعتی می تواند بعد از مدت زمان بهره برداری سرمایه گذار و یا قبل آن به دولت میزبان واگذار شود.

از جمله مزایای این روش، کاهش و انتقال ریسک پروژه ها به بخش خصوصی ، تامین مالی پروژه های زیرساختی با استفاده از سرمایه بخش خصوصی و همچنین استفاده بهینه از ظرفیت ها و دانش و مهارت بخش خصوصی می باشد.

**2ـ 2ـ 2 روش های سرمایه گذاری خارجی در این مطالعه**

با توجه به روش های سرمایه گذاری خارجی در چارچوب قانون تشویق و حمایت سرمایه گذاری خارجی و مطالعات صورت گرفته در مورد روش های مختلف سرمایه گذاری خارجی و نیز ماهیت خاص این صنعت و مجوزها و قوانین مربوط به سازمان هواپیمایی کشوری، در نهایت روش های سرمایه گذاری خارجی ذیل در حوزه ی تعمیرات، نگهداری و خدمات پروازی بالگردهای تجاری در ایران در نظر گرفته شد:

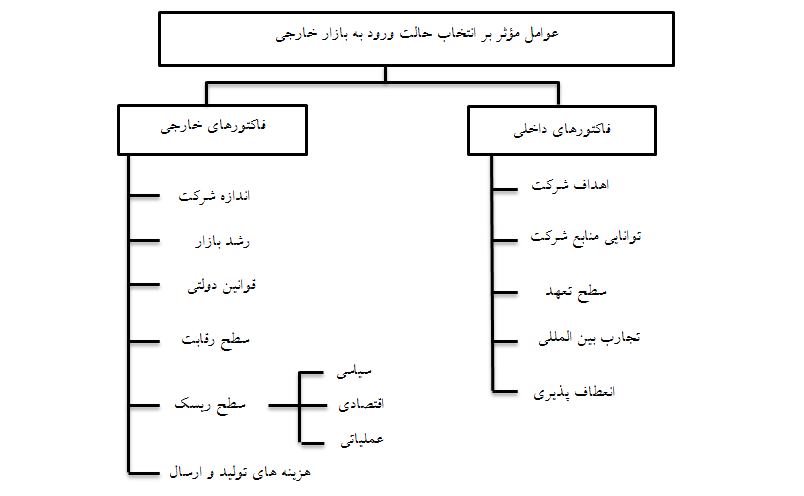
1. سرمایه گذاری مشترک
2. قرارداد مشارکت در سود
3. قرارداد دانش فنی
4. قرارداد لیسانس
5. بیع متقابل
6. روش BOT
7. ادغام
8. کنسرسیوم

در واقع، علی رغم اینکه ممکن است، درخواستی از نظر قوانین و مقررات بلامانع اعلام گردد، لیکن به علت طبقه بندی بودن صنعت هوانوردی کشور، سیاست های کلی این صنعت در کشورمان در برهه های مختلف زمانی در پذیرش و عدم پذیرش درخواست ها حتی با شرایط یکسان، بسیار مؤثر خواهد بود، به همین جهت روش هایی که مغایر با سیاست های کلی این صنعت در زمان حاضر می باشد باعث حذف خودبه خودی این روش ها گردید.

**3 ـ 2عوامل مؤثر بر انتخاب روش های سرمایه گذاری**

به منظور انتخاب هر یک از روش های عنوان شده در قسمت قبل، می بایست فاکتورهایی که بر انتخاب روش ورود به یک اقتصاد دیگر تأثیرگذارند، شناسایی شوند تا با استفاده از این معیارها بتوان اولویت بندی روش ها را انجام داد. به همین منظور در ادامه چند تحقیق که فاکتورهای اصلی مؤثر بر انتخاب روش مناسب سرمایه گذاری خارجی را بیان می دارند، آورده شده است.

اسمیرتی چند[[21]](#footnote-21) در نوشته های خود، دو گروه کلی از عوامل مؤثر بر انتخاب حالت ورود به بازار خارجی را شناسایی کردند. شکل زیر به خوبی این دو گروه فاکتورها ( عوامل درونی و عوامل بیرونی) را نمایش می دهد.



شکل 3\_2 عوامل مؤثر بر انتخاب حالت ورود به بازار خارجی (چند، 2013)

ژائو[[22]](#footnote-22) هم در مطالعات خود، عوامل مؤثر بر روش های ورود به کشورهای خارجی را به چهار دسته عوامل خاص کشورها، خاص صنعت، خاص سازمان و خاص تصمیم گیرنده تقسیم کرده است. خلاصه عوامل مذبور در جدول زیر بیان شده است.

جدول 1\_2 عوامل مؤثر بر انتخاب روش ورود (ژائو، 2005)

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| گروه ها | عوامل بررسی شده | مطالعات |
| خاص کشور | اختلافات فرهنگی | Chen and Hu (2002), Cristina and Esteban (2002),  Evans (2002), Gillespie (2002), Leung et al. (2003) |
| قدرت نهادی | Meyer (2001), Said and McDonald (2002) |
| ریسک کشور و عدم اطمینان محیطی | Cristina and Esteban (2002) |
| نرخ مبادله و پول کشور میزبان | Baek and Kwok (2002) |
| اثرات مهاجرت | Chung and Enderwick (2001) |
| تجارب کشور و مدت روابط دیپلماتیک | Tse et al. (1997) |
| اندازه بازار | Chung and Enderwick (2001), Eicher and Kang  (2002), Nakos and Brothers (2002) |
| خاص صنعت | انتقال تکنولوژی | Mattoo et al. (2001) |
| موانع صنعت و مزایای بنگاه | Siripaisalpipat and Hosbino (2000), Chen and  Hennart (2002) |
| خاص سازمان | روابط شبکه ای | Coviello and Munro (1997) |
| اندازه بنگاه | Evans (2002), Nakos and Brouthers (2002), Leung  et al. (2003) |
| تجارب بین المللی | Reuber and Fisher (1997 and 2003), Evans (2002), King and Tucci (2002) |
| خاص تصمیم گیرنده | ویژگی های موفق | Herrman and Datta (2002) |
| نقش کارکنان | Konopaske et al. (2002) |

عوامل مؤثر بر انتخاب روش سرمایه گذاری خارجی(فریبرگ و لاون[[23]](#footnote-23)، 2007)

جدول 2\_2 عوامل مؤثر بر انتخاب روش سرمایه گذاری خارجی (فریبرگ و لاون، 2007)

|  |  |
| --- | --- |
| محقق | ویژگی |
| Caves and Mehra (1986); Barbosa et al. (2004) | تجربه بین المللی شدن قبلی |
| Yip(1982) | هزینه بالای یادگیری در مورد بازار جدید |
| Hennart and Park(1993) | متنوع سازی روش های ورود |
| Bhaumik and Gelb(2005) | قوانین و مقررات دولتی |
| Kogut and Singh(1988) | فاصله فرهنگی |
| Hennart and Park(1993) | مزیت رقابتی قوی |
| Jemison and Sitkin(1986) | برداشت نادرست فعالیت های مدیریتی |
| Hennart(1991) | تمرکز بر محصولات دارای تکنولوژی بالا |
| Taylor et al. (2000), Makino and Neupert (2000), Kogut Singh(1998), Hennart (1991), Caves and Mehra (1986) | اندازه شرکت |
| Penrose (1959) | حداکثر نرخ جذب نیرو |
| Chatterjee (1990) | تأثیر منفی هزینه های موجودی |
| Hennart and Park (1993) | تمرکز صنعت |

شاخص های مؤثر در انتخاب روش مناسب سرمایه گذاری خارجی (محبی، 1389)

جدول 3\_2 شاخص های مؤثر بر انتخاب روش سرمایه گذاری خارجی (محبی، 1389)

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| ردیف | شاخص ها | منبع |
| 1 | شرایط مالکیت و حاکمیت | آماتی،2006ـ پاین و کی، 2002ـ آنکتاد،2006ـ جمالی،1382ـ پاکدامن،1383 |
| 2 | هزینه های سرمایه ای | موسی،2002ـ لال و استریتن،1997 |
| 3 | شیوه جبران هزینه ی سرمایه گذاری (سود، سهم،...) | پاکدامن،1383ـ جمالی، 1382ـ آنکتاد،2006 |
| 4 | توجیه اقتصادی پروژه سرمایه گذاری (نرخ و مدت بازگشت سرمایه و ...) | توریموکی،2006ـ آنکتاد،2007a |
| 5 | اشتغال زایی | هونگ و همکاران،2007ـ گیتنز،2006ـ آنکتاد،2007 |
| 6 | ارتقاء توان نیروهای داخلی | گیتنز،2006ـ آنکتاد،2006ـ هونگ و همکاران،2007 |
| 7 | ارتقاء فناوری | آنکتاد،2007bـ موسی،2002ـ لال و استریتن،1977ـ جمالی، 1382 |
| 8 | بهره گیری از توان فنی مهندسی داخلی | گیتنز،2006ـ پاکدامن،1383ـ جمالی،1382 |
| 9 | ریسک سرمایه گذاری | بانک جهانی،2010ـ لو وهمکاران،2009ـ لی، 2007ـ وایت و فن،2006ـ آنکتاد،2006ـ جمالی،1382 |
| 10 | افزایش صادرات خدمات | فراگه2007ـ آنکتاد،2007a |
| 11 | محدودیت های قانونی | هونگ و همکاران،2007ـ آنکتاد،2006ـ جمالی،1382ـ امیریان،1387 |
| 12 | ملاحظات فرهنگی | گراف،2008ـ باردواج و همکاران،2007ـ آنکتاد،2006ـ روت،1987 |
| 13 | کنترل و نظارت حین و پس از سرمایه گذاری | آماتی،2006 |
| 14 | حفظ و نگهداری از سرمایه های فیزیکی (زمین، ساختمان، تجهیزات موجود و ...) | جمال،1382 |
| 15 | زمان بری ( اعم از مذاکره، انعقاد قرارداد/اجرا) | یوان،2007ـ موسی،2002 |
| 16 | سهولت جهانی سازی و دسترسی به بازارهای بین المللی | هونگ و همکاران،2007ـ آنکتاد،1998ـ پاکدامن،1383 |
| 17 | تقویت بازار رقابتی | پاین و کی،2004ـ زارع،1385 |
| 18 | رعایت مسائل زیست محیطی | آنکتاد،2007a |
| 19 | حمایت های دولتی (مالی، اطلاعاتی، قانونی و ...) | چیو،2010ـ هونگ و همکاران،2007 |
| 20 | ارتقاء کیفیت محصولات و استاندارد خدمات | آنکتاد،2007aـ یوان،2007 |
| 21 | وضعیت اقتصادی بنگاه سرمایه گذار ( درآمد، نرخ اشتغال، سهم بازار) | آنکتاد،2007a |
| 22 | سهولت بکارگیری روش سرمایه گذاری خارجی | آنکتاد،1998ـ پاکدامن،1383 |
| 23 | صرفه جویی در منابع داخلی | موسی،2002ـ لال و استریتن،1977 |
| 24 | انعطاف پذیری | لی لی،2010 |
| 25 | بازاریابی و برندسازی | موسی،2002ـ لال و استریتن،1977ـ پاکدامن،1384 |
| 26 | تداوم سرمایه گذاری | توریموکی،2006 |
| 27 | تسهیل توسعه شرکت | هونگ و همکاران،2007 |
| 28 | افزایش بهره وری | هادی زنور،1388ـ هاو،2005 |
| 29 | اثرات روش سرمایه گذاری بر امنیت ملی | هادی زنور،1388ـ آنکتاد،2006ـ سازمان همکاری ها و توسعه اقتصادی،2007 |
| 30 | ایجاد درآمدهای نفتی | آنکتاد،2007aـ هادی زنور،1388 |
| 31 | بهبود شیوه های مدیریت | موسی،2002ـ لال و استریتن،1977ـ پاین و کی،2004 |
| 32 | تمرکز فعالیت های شرکت سرمایه گذار ( ساخت و ساز، مدیریت، مشاوره، بازاریابی و ...) | وانگ و همکاران، 2009ـ سادیکف،2007 |
| 33 | توسعه صنایع مرتبط | وانگ و همکاران،2009ـ رازین و سادک،2007ـ آنکتاد،2007a |

**1ـ 3ـ 2 معیارهای مهم انتخاب روش سرمایه گذاری خارجی در صنعت بالگرد**

به منظور شناسایی فاکتورهای مهم تأثیر گذار بر روند انتخاب روش سرمایه گذاری خارجی در صنعت بالگرد، در ابتدا با مروری بر ادبیات و سپس با مصاحبه و مشاوره با افراد خبره در این صنعت در نهایت این دسته از عوامل شناسایی شدند.

1ـ مالکیت و کنترل

مسأله مهم در تصمیم گیری مربوط به موافقتنامه سرمایه گذاری مشترک، تعیین درصد سهامی است که باید به تملک شریک درآید. تعداد و نوع سهامی که هر شریک پرداخت آن را تعهد می کند، بستگی به میزان تمایلش در موارد زیر دارد:

الف) مشارکت در منافع و رشد شرکت؛

ب) سهیم شدن در دارائی شرکت در زمان انحلال یا تصفیه؛

ج) به عنوان یک سهامدار داشتن حق رأی در مورد مسائلی مانند: انتصاب مدیران؛ توزیع دارائی های شرکت؛ تغییرات در اهداف شرکت مشترک؛ تغییرات در ترکیب سرمایه و موارد دیگری که ممکن است برای سهامداران در اسناد ثبت شرکت، قانون، موافقتنامه و غیره در نظر گرفته شده باشد و همچنین رعایت سیاست های کشور میزبان در زمینه مالکیت خارجی.

پنج شکل ممکن در روش سرمایه گذاری مشترک به شکل ذیل بوده که سه نوع اول آن متداول تر می باشد. اقلیت سهام در مالکیت خارجی؛ اکثریت سهام در مالکیت خارجی؛ مالکیت سهام به نحو مساوی (پنجاه/ پنجاه)؛ چهل و نه درصد سهام در مالکیت شریک محلی و همین مقدار در مالکیت شریک خارجی، و مالکیت دو درصد سهام کنترل کننده در اختیار یک شخص ثالث مستقل قرار داده می شود؛ و صد در صد مالکیت سرمایه به یک شریک واگذار می شود و شریک دیگر اختیار تحصیل همه یا قسمتی از سهام را دارد (محبی، 1389).

2ـ هزینه های سرمایه ای

از آن جایی که برای انجام برخی از طرح ها در صنعت بالگرد، هزینه های سرمایه ای زیادی (اعم از نقدی و غیرنقدی) مورد نیاز است و تأمین این سرمایه از طریق منابع داخلی بسیار کم می باشد، لذا منابع مالی خارجی می توانند ما را در اتمام هرچه سریعتر این طرح ها یاری نمایند. یکی از مهمترین نکته ها در قراردادهای سرمایه گذاری خارجی، سرمایه ای است که شرکت های سرمایه گذار برای به اجرا در آوردن آن قرارداد باید تأمین کنند. هزینه های اتمام پروژه های سرمایه گذاری بایستی بطور دقیق و صحیح برآورده شوند؛ چرا که شرکت های خارجی به دلیل منافع مشخصی مایلند سرمایه کمتری را لحاظ نمایند، که در این حالت معمولاً پیشرفت عملیات به کندی صورت می گیرد. معلوم بودن و همچنین بالا و پایین بودن این هزینه ها بر روی انتخاب نوع روش سرمایه گذاری از جانب کارفرما یا میزبان سرمایه تأثیر می گذارد. عوامل مؤثر بر میزان هزینه های سرمایه ای عبارتند از : پیچیدگی فنی پروژه، حجم پروژه، نرخ بهره تسهیلات مالی، نرخ مالیات دریافتی از پیمانکار خارجی، ریسک های مختلف پروژه و ...

3ـ توجیه اقتصادی پروژه (نرخ و مدت زمان بازگشت سرمایه)

توجیه اقتصادی پروژه توسط دو شاخص نرخ بازگشت سرمایه و مدت زمان بازگشت سرمایه برآورد می شود. نرخ بازگشت سرمایه، میزان سودی است که نصیب کشور (یا شرکت) سرمایه پذیر می شود. هر چه میزان سود اقتصادی روش سرمایه گذاری بالاتر باشد، کشور میزبان تمایل بیشتری به انتخاب آن روش سرمایه گذاری خارجی خواهد داشت. اهمیت مدت زمان بازگشت سرمایه برای سرمایه پذیر هم می تواند از این جهت باشد که در برخی روش های سرمایه گذاری ممکن است سرمایه گذار پیش از رسیدن زمان بازدهی سرمایه گذاری بتواند از ریسک های موجود شانه خالی کند.

4ـ حفظ و نگهداری از سرمایه های فیزیکی (زمین، ساختمان، تجهیزات موجود و ...)

اهمیت حفظ و نگهداری از سرمایه های فیزیکی مانند زمین، تجهیزات موجود، ساختمان و ... برای کشور سرمایه پذیر می تواند از این باب باشد که پس از اتمام پروژه سرمایه گذاری، قابلیت استفاده از این سرمایه های فیزیکی برای او مقدور می باشد و توانایی استفاده از آن را دارا می باشد.

5ـ اشتغال زایی

پتانسیل اشتغال زایی صنعت بالگردی، یکی از دلایل مهم جذب سرمایه گذار خارجی می باشد. همانطور که واضح است موارد زیادی می تواند بر سهم اشتغال زایی در صنعت تأثیر گذار باشد از جمله میزان پیچیدگی فنی تکنولوژیکی محصول، میزان سهم بازار شرکت ، تنوع ذائقه مشتریان، الزامات قانونی و ... . می توان سهم اشتغال زایی در صنعت بالگرد را فاکتوری مهم برای تعیین روش سرمایه گذاری خارجی در نظر گرفت.

6ـ ارتقاء توان نیروهای داخلی

کشور میزبان باید تصمیم بگیرد که تعهدات شریک خارجی جهت آموزش و ارتقاء توان کارکنان خارجی در جریان سرمایه گذاری چگونه خواهد بود. در اکثر موافقتنامه های خارجی، هم در کشور میزبان و هم در یک یا تعدادی از مکان های استقرار شرکت چندملیتی سرمایه گذار در خارج از کشور، آموزش کارکنان بومی پیش بینی می گردد.

7ـ ارتقاء فناوری

سرمایه گذاری خارجی نه تنها در اشکال مختلف چون خرید کالاهای سرمایه ای، امتیاز و لیسانس، کمک های فنی و مهندسی و ... به انتقال دانش و مهارت های فنی روزآمد به کشور پذیرنده سرمایه می پردازد، بلکه می تواند در صورت توانمندی شرکای داخلی و نهادهای ذی ربط، از طریق بومی ساختن این دانش و مهارت ها، به نشر آن و ارتقاء مهارت های نیروی کار داخلی بیانجامد. سرمایه گذاری خارجی، شامل دو نوع تکنولوژی سخت افزاری و نرم افزاری است. تکنولوژی نرم افزاری از قبیل دانش فنی و مهارت های مدیریتی، امکان استفاده بهتر از تکنولوژی های سخت افزاری را در زمان بهره برداری فراهم می کند.

8ـ ریسک سرمایه گذاری

انواع مختلفی از ریسک در ارتباط با یک پروژه سرمایه گذاری بین المللی وجود دارد. وجود انواع ریسک در کنار یکدیگر، محیط های ریسکی را ایجاد می کنند که بر اساس طبیعت رویدادهای مخاطره آمیز مرتبط از یکدیگر متمایز می شوند. به عبارت دیگر این محیط های ریسک بر اساس بخش اقتصاد یا صنعت و کشور مورد نظر متفاوتند. انواع ریسک سرمایه گذاری را می توان از عام به خاص تقسیم بندی کرد، از ریسک جهانی، صنعتی و کشوری تا ریسک بنگاه و پروژه . در ادامه چارچوبی جامع از انواع مختلف ریسک پیش روی یک بنگاه آورده شده است (محبی، 1389).

جدول 4\_2 انواع مختلف ریسک برای یک بنگاه (محبی، 1389)

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| چارچوب ریسک | | | |
| ریسک جهانی | ریسک کشور | ریسک صنعت | ریسک بنگاه |
| \_حوادث طبیعی  (خشکسالی، زلزله، سیل)  \_وقایع اجتماعی  (بیماری های همه گیر)  \_رویدادهای تکنیکی  (ویروس های رایانه ای) | \_ریسک های سیاسی  (بی ثباتی سیاسی، خط مشی های دولتی، بی ثباتی اجتماعی)  \_ریسک های اقتصادی  (ریسک های عملکردی، ریسک های بافت بازار، ریسک های زیرساختی)  \_ریسک های فرهنگی  (ریسک های هزینه مبادله، ریسک های مذاکره) | \_ریسک های ذاتی محصول  (برای تولیدکننده، حمل کننده، مصرف کننده)  \_ریسک های بازار محصول  (تغییر در ذائقه مصرف کنندگان، وجود محصولات جایگزین، کمیابی محصولات تکمیلی)  \_ریسک های تکنولوژیکی  (نوآوری در محصول، نوآوری در فرآیند)  \_ریسک های قانونی  (استانداردهای صنعت، مقررات دولتی) | \_ریسک های عملیاتی  (ریسک نیروی کار، ریسک تأمین کنندگان، ریسک تولید)  \_ریسک های تأمین مالی  (مشکلات نقدینگی و اعتبار)  \_ریسک های رفتاری  (مشکلات و اقدامات مغرضانه، اقدامات مخدوش کننده اعتبار، فقدان مهارت یا تجربه) |

9ـ دسترسی به بازارهای بین المللی

یکی از اولویت های اصلی اقتصاد ی اکثر کشورهای در حال توسعه ایجاد صنایع صادراتی و اکتساب بازارهای بین المللی به منظور تحصیل درآمدهای ارزی است، لذا یکی از معیارهای انتخاب روش مناسب سرمایه گذاری خارجی می تواند دسترسی معقول به بازارهای خارجی به ویژه کشورهای دارای پول قوی می باشد.

10ـ زمان بری (اعم از مذاکره، انعقاد قرارداد، اجرا)

در قراردادهای سرمایه گذاری، تعیین مدت زمان کلی کافی نیست، بلکه برای انجام هر مرحله از فرآیند باید زمان را مشخص کرد. آنچه در بند مدت در نظر گرفته می شود، زمان مشخص است و نه مدتی نامعلوم و مجهول. مدت زمان اجرای پروژه می تواند متأثر از عواملی چون توانمندی شرکت سرمایه گذار خارجی، پیچیدگی فنی و اجرائی، یکپارچگی اجرای پروژه، سطح بروکراسی قرارداد و ... باشد.

11ـ محدودیت های قانونی

فعالیت در عرصه جذب سرمایه گذاری خارجی در هر صنعتی، الزاماتی دارد که از آن جمله می توان حرکت در چارچوب قانونی از یک سو و حداکثر استفاده از ظرفیت های و مشوق های قانونی از سوی دیگر اشاره نمود. قوانین مختلفی در ارتباط با توسعه صنعت بالگرد و همچنین سرمایه گذاری خارجی درگیر هستند از جمله: برنامه چهارم توسعه کشور، قانون تشویق و حمایت از سرمایه گذاران خارجی، قوانین گمرکی، صادرات و واردات، مالیات ها، تجارت، اتباع خارجی، دریافت تسهیلات بانکی و ... . تصمیم گیری درباره روش مناسب سرمایه گذاری خارجی در صنعت بالگرد باید با توجه به این محدودیت های قاونی انجام شود. البته نقش بروکراسی در اجرای این قوانین بسیار پررنگ می باشد.

12ـ تقویت بازاررقابتی

سرمایه گذاری خارجی، خاصیت همچشمی بازار یعنی انعطاف در ورود و خروج بنگاه ها را افزایش می دهد و از این طریق عموماً باعث افزایش رقابت می شود. با این حال در شرایط خاص ممکن است مصرف کنندگان کشور میزبان نتوانند از منافعی که سرمایه گذاری از طریق کاهش قیمت ها و بهبود کیفیت کالا و خدمات برای آنها فراهم می کند برخوردار شوند؛ چرا که بنگاه های فراملیتی که در کشور میزبان سرمایه گذاری کرده اند قیمت های انحصاری خود را از طریق موقعیت مسلطی که در بازار دارند بر آنها تحمیل کنند (محبی، 1389). در هر حال ایجاد رقابت برای بنگاه ها در صنعت از طریق ورود سرمایه گذاری خارجی امری غیر قابل انکار می باشد.

13ـ رعایت مسائل زیست محیطی

سرمایه گذاری خارجی از سه طریق اصلی بر محیط زیست تأثیر می گذارد؛ عملکرد زیست محیطی شرکت های چند ملیتی، کاربردهای زیست محیطی که از نقش سرمایه گذاری خارجی در رشد اقتصادی نشأت می گیرند، و اثرات مستقیم و غیر مستقیمی که شرکت های چند ملیتی و سرمایه گذار خارجی ممکن است بر مقررات زیست محیطی ملی و بین المللی داشته باشند. در سطح عمومی اقتصاد کلان، هیچ ارتباط کاملاً مشخص و پایداری قابل شناسائی نیست؛ به این معنا که سرمایه گذاری خارجی می تواند کیفیت محیط زیست را بهبود دهد، تنزل دهد، یا تغییری ایجاد نکند. هر یک از این تأثیرات به عوامل متعددی چون نوع فعالیت و میزان تعهد بازیگران بستگی دارد. از این رو مسائل زیست محیطی می توانند یکی از معیارهای انتخاب روش سرمایه گذاری خارجی باشند (محبی،1389).

14ـ ارتقاء استاندارد خدمات

هر یک از روش های سرمایه گذاری خارجی، فراخور میزان مشارکت و درگیری شرکت های بین المللی ممکن است تأثیر متفاوتی بر کیفیت محصولات و خدمات ارائه شده داشته باشند.

15ـ وضعیت اقتصادی بنگاه سرمایه گذار

وضعیت اقتصادی بنگاه سرمایه گذار را می توان به وسیله فاکتورهای مختلفی چون میزان درآمد، تعداد و کیفیت نیروی کار و سهم بازار آن شرکت در بازارهای خارجی سنجید. طبیعتاً بالا بودن درآمد شرکت خارجی، نرخ اشتغال بالا و سهم بازار زیاد در بین رقبا، همگی تا حد زیادی نشان از جایگاه اقتصادی خوب شرکت بین المللی و کیفیت بالای محصولات و خدمات آن دارد.

16ـ صرفه جویی در منابع داخلی

برخی از صنایع به طور مستقیم به منابع ملی کشور میزبان وابسته اند. برای مثال صنایع اکتشافی مانند نفت و گاز، مواد معدنی و ... . به همین دلیل مصرف درست این منابع همواره یکی از دغدغه های تصمیم گیران در کشور میزبان می باشد. باید دید از منظر کشور میزبان این مسأله در صنعت بالگرد تا چه حد اهمیت دارد و کدام یک از روش های سرمایه گذاری در این مورد مناسب تر هستند.

17ـ بازاریابی و برندسازی

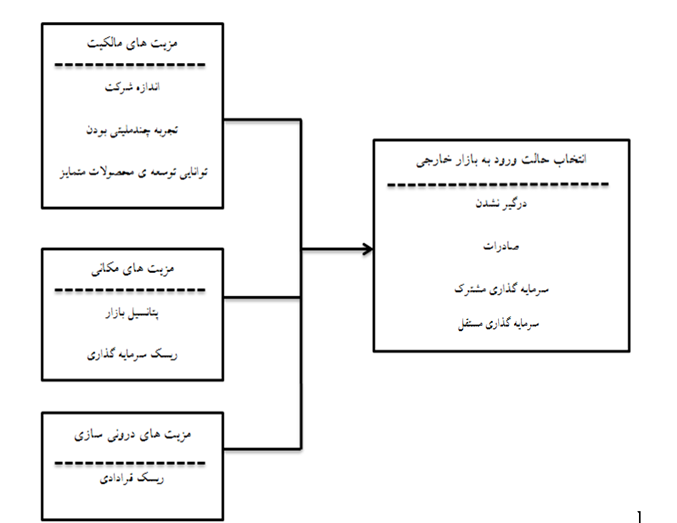
در هر اقتصاد مبتنی بر آزادی تجارت، موفقیت نهایی شراکت (شرکت مشترک) به توانایی آن در فروش محصولات و تحصیل سود معقول از این فروش ها بستگی دارد. بر این اساس شرکت سرمایه گذاری مشترک نباید از دستیابی به هر بازار ممکن هماهنگ با تعهدات و تکالیف شریک خارجی منع گردد، مگر آنکه اساس سرمایه گذاری بر محدود نمودن فعالیت های بازاریابی به کشور میزبان استوار باشد.

**4 ـ 2 ادبیات مربوط به انتخاب روش مناسب**

در این قسمت به منظور شناسایی ادبیات موضوعی، به صورت خلاصه چند مورد از مطالعات صورت گرفته در زمینه انتخاب روش مناسب سرمایه گذاری خارجی بیان خواهد شد.

**1ـ 4ـ 2مطالعه ی اگروال و راماسوامی[[24]](#footnote-24)(2199)**

این دو محقق در مطالعه شان به بررسی فاکتورهای مهم برای ورود یک شرکت به بازارهای خارجی و روش های ورود این شرکت ها پرداخته اند. ایشان برای انجام این تحقیق از تحقیقات آقای دانینگ در رابطه با فاکتورهای انتخاب بازارهای خارجی استفاده نمودند و آن را بسط دادند. شکل ذیل به خوبی این را نشان می دهد.



شکل 4\_2 فاکتورهای مهم مؤثر بر نحوه ورود ( اگروال و راماسوامی، 1992)

برای انجام این تحقیق از رؤسای 536 شرکت بزرگ در ایالات متحده استفاده شده است. در این مطالعه هر یک از فاکتورهای بیان شده توسط معیارهای ریز دیگری اندازه گیری شدند. برای مثال: فاکتور توسعه ی محصولات متمایز با دومعیار کیفیت برنامه آموزشی و پتانسیل نوآوری اندازه گیری شد. برای انتخاب حالت ورود به بازار خارجی، 3 روش صادرات، سرمایه گذاری مستقل و سرمایه گذاری مشترک را در نظر گرفتند. نتایج بدست آمده نشان داد که شرکت های بزرگتر و چندملیتی تمایل بیشتری برای ورود به بازار دارند و فقط سرمایه گذاری را برای ورود به بازار خارجی انتخاب می کنند و البته سرمایه گذاری مستقل را به سرمایه گذاری مشترک ترجیح می دهند. در عین حال شرکت هایی که توانایی بالایی برای توسعه ی محصولات متمایز دارند تمایل زیادی برای ورود به بازار خارجی دارند اما حالت های بدون سرمایه گذاری را انتخاب می کنند.

**2ـ 4ـ 2مطالعه ی ایندانون[[25]](#footnote-25)(2000)**

هدف از انجام این تحقیق، آزمون رفتار ورود شرکت های ارتباطات از راه دور می باشد. صنعت ارتباط از راه دور شامل تلفن های ثابت، تلفن های سیار، تلویزیون ها، رادیوها، اینترنت، کامپیوترهای شخصی، ماهواره ها و کابل ها می باشد. در این مطالعه پس از بررسی پیشینه ی این صنعت، یعنی بیان تعاریف و طبقه بندی این صنعت، توسعه ی این صنعت و نقش این صنعت در تجارت جهانی ، روش های خارجی ورود به این صنعت را توضیح می دهد. روش های عنوان شده در این مطالعه شامل، صادرات، لیسانس، فرانشیز، نماینده/ توزیع، روش های قراردادی، سرمایه گذاری مشترک، همکاری های استراتژیک، خرید یک شرکت در بازار هدف، سرمایه گذاری در طرح های جدید می باشد. این روش ها در سه گروه اصلی مستقل، مشارکتی و ادغام قابل طبقه بندی هستند. روش های مستقل به روش هایی گفته می شود که شرکت برای کنترل و فروش محصولات و خدمات خود در یک بازار خارجی بر یک شرکت واقع در کشور هدف تکیه می کند. روش های لیسانس، فرانشیز، نماینده/ توزیع و قراردادها در این گروه جای می گیرند. روش های مشارکتی نیز روش هایی است که شرکت برای ورود به یک بازار هدف با یک شرکت دیگر توان و نیروی خود را ترکیب می کند. روش های همکاری استراتژیک و سرمایه گذاری مشترک در این گروه جای دارند. روش های ادغامی هم شامل خرید یک شرکت در بازار هدف و سرمایه گذاری در طرح های جدید را شامل می شود.

از طرفی دیگر روش هایی که برای ورود به صنعت ارتباطات دور در یک بازار خارجی تعیین شده شامل 4 دسته سرمایه گذاری در طرح های جدید، سرمایه گذاری مشترک، ادغام و اکتساب و نهایتاً لیسانس می باشد. در این مقاله ذکر شده است که برای انتخاب روش ورود به بازار خارجی می بایست فاکتورهای ذیل بررسی شوند: سطح کنترل، ریسک روش ورود، سود بخشی، انواع خدمات و فرهنگ ملی.

نتایج حاصل از این تحقیق به شرح زیر می باشد:

شرکت های ارتباط از راه دور، روش های مستقیم را به غیرمستقیم ترجیح می دهند. روش های ورود مشهور در صنعت ارتباط از راه دور عبارتند از: سرمایه گذاری مشترک، ادغام، سرمایه گذاری در طرح های جدید و اکتساب. یک روش غیرمستقیم در این صنعت هم لیسانس می باشد. به طور خلاصه روش های همکاری در این صنعت بسیار مورد استفاده قرار می گیرند.

فاکتورهای اصلی برای تعیین روش ورود، درک سطح ریسک، سطح کنترل، سوددهی و فاصله فرهنگی می باشد. ریسک کشور که شامل ریسک سیاسی و تجاری می شود مهمترین فاکتور برای انتخاب روش ورود در این صنعت می باشد. شرکت های ارتباط از راه دور، تمایل به داشتن شریک دارند برای بازارهایی که عدم اطمینان در آنها بالاست. به خصوص برای کشورهایی که ریسک سیاسی در آنها بالاست، شرکت های ارتباط از راه دور به منظور اطمینان از امنیت سرمایه گذاری شان، به دنبال یک شرکت همکار ثابت می باشند. به علاوه اینکه همکاری با یک شرکت محلی یا دولت محلی به شما امکان اولین بودن ( فرست موور) را به خصوص در کشورهایی که از لحاظ سیاسی بی ثباتند، می دهد. همانطور که عنوان شد، شرکت های ارتباط از راه دور غالباً روش های مستقیم (سرمایه گذاری مشترک، ادغام، سرمایه گذاری در طرح های جدید و اکتساب) را انتخاب می کنند که این به وضوح نشان دهنده ی تمایل بالای آنها به داشتن کنترل بر عملیات می باشد.

سوددهی هم یکی دیگر از فاکتورهای مهم برای شرکت های موجود در این صنعت می باشد. بیشتر سرمایه گذاری مستقیم خارجی انجام شده در این صنعت سرمایه گذاری مشترک سهمی می باشد. بر اساس مطالعه ی Pan، Li و Tse، سرمایه گذاری مشترک سهمی سوددهی بالاتری نسبت به سرمایه گذاری منفرد دارد. نتایج حاصل از این تحقیق نیز مطالعه ی آنها را تصدیق می کند. فاصله ی فرهنگی هم دیگر فاکتور مهم مؤثر است که باعث شده بیشتر شرکت ها از سرمایه گذاری مشترک برای ورود به یک بازار خارجی استفاده کنند.

**3ـ 4ـ 2مطالعه ی الانگو و سامهاریا [[26]](#footnote-26)(2004)**

در سال 2004، دو محقق به نام الانگو و سامهاریا ، سه متغیر اصلی (متغیرهای ساختار صنعت کشور میزبان) را جهت انتخاب روش ورود به بازار خارجی تعیین نمودند. این سه متغیر عبارتند از: موانع ورود، شرایط تقاضا و میزان رقابت. برای سنجش میزان تأثیرات این متغیرها بر انتخاب روش ورود به بازارخارجی، اطلاعاتشان را از 336 پروژه سرمایه گذاری شده در ایالات متحده که در سال های 1989 تا 1994 انجام شده بود، جمع آوری کردند. شرایط تقاضا در این تحقیق با دو معیار نرخ رشد بازار و متغیر بودن تقاضا اندازه گیری شده است. همچنین برای سنجش میزان رقابت در صنایع مختلف، از دو معیار درجه تمرکز شرکت در صنعت و میزان سهم بازاری که از طریق واردات در صنعت مورد نظر کسب شده، استفاده شده است. نتایج حاصل از این تحقیق به شرح زیر می باشد:

ـ در صنایع با درجه تمرکز پائین، شرکت های خارجی چون می توانند به راحتی سهم بازار را بدست آورند، سرمایه گذاری در طرح های جدید را بیشتر ترجیح می دهند. اما در صنایع با تمرکز بالا، شرکت های خارجی روش های ادغام و اکتساب را برای ورود به بازار خارجی ترجیح می دهند و این هم به دو دلیل اتفاق می افتد. اول اینکه با این روش ها، خطر تشکیل ظرفیت جدیدی که باعث ایجاد جنگ قیمت بین شرکت های بومی و واردشوندگان می شود، از بین میرود و دوم اینکه احتمال مقابله به مثل از طرف شرکت های قدیمی و بومی در صنعت را کاهش می دهد.

ـ در صنایع با میزان واردات بالا، شرکت های خارجی، روش سرمایه گذاری در طرح های جدید را انتخاب می کنند.

ـ مانع عمومی برای ورود در صنعت تولیدی کشور میزبان، صرفه جویی های ناشی از مقیاس می باشد، به این معنی که با افزایش میزان تولید، هزینه های ناشی از تولید محصول کاهش می یابد و در صنایعی که این ویژگی را دارا می باشند، شرکت خارجی برای ورود به آن بازار، روش اکتساب یا سرمایه گذاری مشترک را انتخاب می کنند.

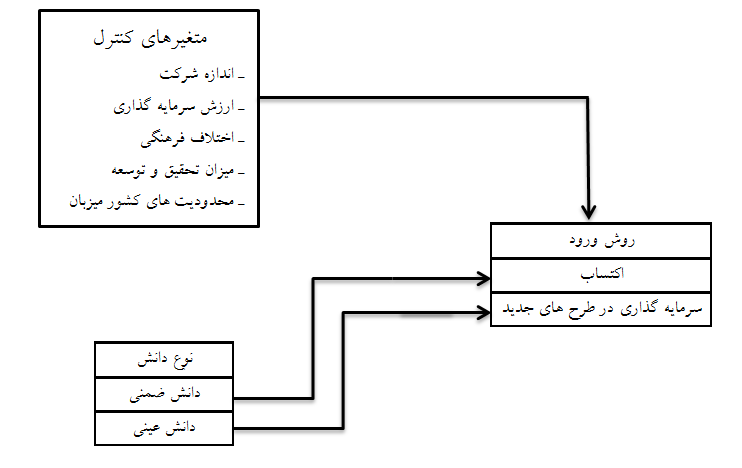
ـ در صنایعی که بازارهای در حال رشد دارند، شرکت های خارجی، روش سرمایه گذاری در طرح های جدید را نسبت به روش اکتساب یا سرمایه گذاری مشترک جهت ورود به کشور میزبان ترجیح می دهند. انتخاب این روش در این حالت به این خاطر می باشد که یک صنعت با رشد تقاضای بالا، قادر به جذب ظرفیت مازاد ایجاد شده از طریق روش سرمایه گذاری در طرح های جدید می باشد.

ـ در صنایع با تغییرات مکرر در تقاضای سالیانه، سطح بالایی از ریسک عملیاتی برای سرمایه گذاران خارجی جدید، وجود دارد. در چنین صنایعی، شرکت های خارجی با انتخاب روش سرمایه گذاری اکتساب یا سرمایه گذاری مشترک با شریک محلی خود در جهت به حداقل رسانی این ریسک ها تلاش می کنند.

**4ـ 4ـ 2مطالعه ی الانگو [[27]](#footnote-27)(2005)**

در سال 2005 تحقیق مرتبط دیگری در این زمینه توسط الانگو انجام شد که در آن به بررسی تأثیر ویژگی های واحدهای صنعتی بر انتخاب روش مناسب ورود یک شرکت به بازارهای خارجی می پردازد. در این تحقیق متغیرهای کنترلی که بر تعیین نوع ورود به یک کشور تأثیر می گذارند، اندازه شرکت، ارزش سرمایه گذاری، اختلاف فرهنگی، میزان تحقیق و توسعه و محدودیت های کشور میزبان تعیین شد. از طرف دیگر نوع دانش مورد نیاز هر واحد صنعتی را به دو دسته کلی، دانش ضمنی و دانش عینی (صریح) تقسیم نمودند. ایشان برای انجام این تحقیق خود، از 682 شرکت متعلق به 26 کشور مختلف که در 20 صنعت ایالات متحده آمریکا سرمایه گذاری کرده بودند، استفاده کردند.

در این تحقیق نشان داده شد که در واحدهای صنعتی که عمده ی تمرکزشان بر سرمایه انسانی (کسب دانش ضمنی) است، شرکت های خارجی برای ورود به کشور میزبان از روش اکتساب استفاده می کنند. از سویی دیگر، برای واحدهای صنعتی که تمرکز اصلی شان بر سرمایه فیزیکی (کسب دانش عینی) می باشد، روش سرمایه گذاری در طرح های جدید توسط شرکت خارجی برای ورود به یک کشور انتخاب می شود.

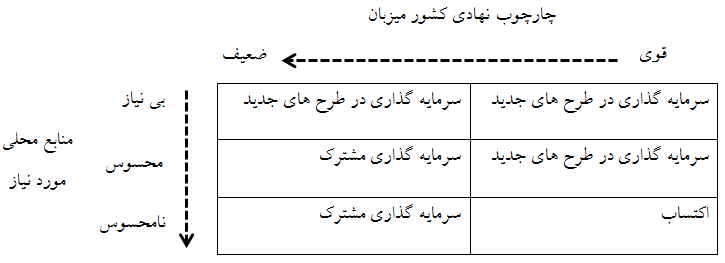


شکل 5\_2 تأثیر ویژگی های واحدهای صنعتی بر انتخاب روش مناسب ورود (الانگو، 2005)

**5ـ 4ـ 2مطالعه ی میر[[28]](#footnote-28) و همکاران (0920)**

در سال 2009 ، آقای میر و همکارانش در مطالعات خود، به انتخاب استراتژی برتر ورود به بازارهای خارجی با توجه به دو فاکتور چهارچوب نهادی کشور میزبان (مؤسسات و نهادهای دولتی) و نیازهای شرکت وارد شونده به منابع مختلف کشور میزبان پرداخته اند.

برای انجام این تحقیق، از پروژه های سرمایه گذاری های انجام شده توسط شرکت های چند ملیتی در کشورهای هند، ویتنام، آفریقای جنوبی و مصر در سالهای 2001 و 2002 انجام شده بود، استفاده کردند. نتایج تحقیقات ایشان نشان داد که در یک کشور با چارچوب نهادی ضعیف، سرمایه گذار برای دستیابی به منابع محسوس و نامحسوس محلی، از روش سرمایه گذاری مشترک جهت ورود به آن بازار استفاده می کند.

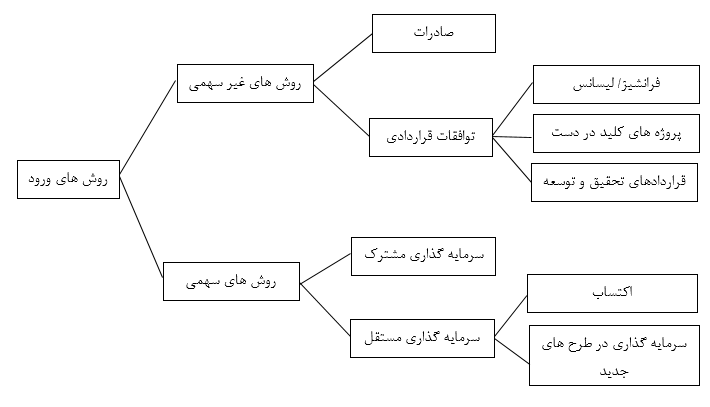


شکل 6\_2 انتخاب استراتژی ورود (میر و همکاران، 2009)

در صورت وجود چاچوب نهادی قوی تر در کشور میزبان، سرمایه گذار برای دستیابی به منابع محسوس محلی از روش سرمایه گذاری در طرح های جدید بهره می گیرد.و اگر چارچوب نهادی کشور میزبان قوی باشد، به منظور کسب منابع محسوس محلی، روش اکتساب بهترین گزینه برای سرمایه گذاری خارجی در آن کشور می باشد. از سویی دیگر در صورت بی نیازی به منابع محلی کشور میزبان، انتخاب روش سرمایه گذاری در طرح های جدید، گزینه ی مناسب تر برای سرمایه گذاری خارجی می باشد.

**6ـ 4ـ 2مطالعه ی گراند و تکزیرا [[29]](#footnote-29)(2011)**

در این مطالعه، نویسنده تلاش نموده تا همزمان با ارائه و دسته بندی انواع دیدگاه های مربوط به روش ورود به بازارهای خارجی، تأثیرات ناشی از فساد اداری در انتخاب روش ورود شرکت های چند ملیتی به یک کشور را به تصویر بکشد. با مروری بر این مقاله نشان داده می شود که در بازارهای دارای فساد مالی زیاد، شرکت های چندملیتی روش های ورود غیرسهمی و یا با سهم اندک را انتخاب می کنند. با این وجود در برخی موارد، مثل نزدیکی فرهنگ، با اینکه فساد اداری فراگیری در کشور هدف وجود دارد، شرکت های چند ملیتی ممکن است روش سرمایه گذاری مستقل را انتخاب کنند. به علاوه ایشان فاکتورهای مهم برای تعیین روش های ورود شرکت های چند ملیتی به یک کشور را در غالب چند دسته فاکتور جداگانه توضیح داده است. در زیر هر کدام از فاکتورها را همراه با تأثیرشان بر انتخاب روش ورود شرکت های چند ملیتی به طور جداگانه آورده شده است.



شکل 7\_2 دسته بندی روش های ورود (گراند و تکزیرا، 2011)

دیدگاه ها و فاکتورهای مهم هزینه ای:

جدول 5\_2 فاکتورهای مهم هزینه ای مؤثر بر تعیین روش ورود به یک بازار (گراند و تکزیرا، 2011)

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| فاکتورهای مهم | | تأثیر فاکتورها بر انتخاب روش ورود شرکت های چند ملیتی | مطالعات |
| هزینه های مستقیم | هزینه های ثابت | به منظور کاهش هزینه های ثابت مربوط به روش های اکتساب، ادغام و سرمایه گذاری در طرح های جدید، شرکت های چند ملیتی برای ورود به بازار خارجی به سرمایه گذاری مشترک رو می آورند. | Raff et al., 2009 |
| هزینه های خارجی | شرکت های چند ملیتی به احتمال قوی، به سرمایه گذاری مشترک رو می آورند زیرا این روش نسبت به سرمایه گذاری مستقل نیازمند منابع و هزینه های خارجی کمتری است. | Slangen and Hennart, 2008 |
| هزینه های ورود | به منظور اجتناب از هزینه های بالای ورود، شرکت های چندملیتی از سرمایه گذاری مشترک استفاده می کنند. | Madok, 1998 |
| زمانی که هزینه های ورود بسیار بالا باشد، شرکت های چند ملیتی، روش اکتساب را بر سرمایه گذاری در طرح های جدید ترجیح می دهند. | Fatica, 2010 |
| هزینه های غیر مستقیم | موانع تجارت | بازارهایی با موانع ورود زیاد، برای ورود از طریق سرمایه گذاری مستقیم خارجی نسبت به صادرات مساعدترند، در صورتی که هزینه های ثابت خیلی بالا نباشند. | Eicher and Kang, 2005 |
| نقص های بازار | در صورت وجود هزینه های بالای مربوط به نقص بازار، شرکت های چند ملیتی ترجیح می دهند که فعالیت های تجاری شان را از طریق روش های غیر سهمی اداره کنند. | Mok et al., 2002 |

دیدگاه ها و فاکتورهای مربوط به ابعاد مالکیت:

جدول 6\_2 فاکتورهای مهم مالکیتی مؤثر بر تعیین روش ورود به یک بازار (گراند و تکزیرا، 2011)

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| فاکتورهای مهم | | تاثیر فاکتورها بر انتخاب روش ورود شرکت های چند ملیتی به یک کشور | مطالعات |
| دارائی های غیر قابل لمس | قابلیت های شرکت | در بازارهای رقابتی با پویایی تکنولوژی، شرکت ها برای بقای رقابت پذیری سرمایه گذاری مستقل را بر سرمایه گذاری مشترک ترجیح می دهند. | Madok, 1998 |
| شرکت هایی که قابلیت بالایی در ارتباط با بازار دارند، سرمایه گذاری مستقل را بر سرمایه گذاری مشترک ترجیح می دهند. | Tseng and Lee, 2010 |
| زمانی که موفقیت رقابتی شرکت ها بر توانائی هایشان باشد، برای ترکیب منابع تحقیق و توسعه و مبادله ی دانش درون شرکتی، شرکت ها سرمایه گذاری مشترک را ترجیح می دهند. | Mutinelli and Piscitello, 1998 |
| دارائی های خاص شرکت | زمانی که دارائی های خاص شرکت قابل انتقال و جابجایی است، به منظور حفظ آنها برای خود، شرکت ها روش سرمایه گذاری مستقل را انجام می دهند. | Sreenivas Rajan and Pangarkar, 2000 |
| شرکت هایی با دارائی های خاص قوی، سرمایه گذاری مستقل را ترجیح می دهند. | Chiao et al., 2010 |
| به منظور حفظ کنترل بر منابع خاص، شرکت ها سرمایه گذاری مستقل را ترجیح می دهند. | Chen and Hu, 2002 |
| تجارب بین المللی | شرکت های با تجربه، به منظور گرامی داشتن یادگیری فزاینده ی خود، روش سرمایه گذاری مستقل را انتخاب می کنند. | Mutinelli and Piscitello, 1998; Chiao et al., 2010 |
| ضرورت کنترل | زمانی که فعالیت های خاص شرکت ها نیازمند سطح بالایی از کنترل باشند، شرکت ها از سرمایه گذاری مشترک اجتناب می ورزند و سرمایه گذاری مستقل را ترجیح می دهند. | Edwards and buckley, 1998 |
| دارائی های تکنولوژی محور | شرکت های دارای منابع تکنولوژی بالا، سرمایه گذاری مستقل را بر سرمایه گذاری مشترک ترجیح می دهند. | Sun, 1999 |
|  | لیسانس کردن تکنولوژی یک روش مناسب برای شرکت های دارای منابع تکنولوژی هستند. | Chen, 2010 |
| به منظور اجتناب از سرریزهای تکنولوژی برای شرکت های محلی، روش ورود مطلوب برای شرکت های تکنولوژی محور، روش های ورود مستقیم می باشد. | Chung, 2009 |
| شرکت های تکنولوژی محور برای حفظ دارائی های غیرقابل لمس خود، روش سرمایه گذاری منفرد را انتخاب می کنند. | Javorcik and Wei, 2009 |
| دانش مدیریتی | انتقال دانش مدیریتی، از طریق روش های سرمایه گذاری مشترک و سرمایه گذاری مستقل، صورت می گیرد، نه از طریق قراردادهاو صادرات. | Meyer, 2001 |
| دارائی های دانش محور | به منظور حفظ، دارائی های دانش محور از سوء استفاده، شرکت ها روش ورود سرمایه گذاری مستقل را انتخاب می کنند. | Martin and Salomon, 2003 |
| رقابت پذیری منابع | وقتی یک شرکت، منابع کافی برای رقابت در یک بازار خارجی را در اختیار دارد، سرمایه گذاری در طرح های جدید نسبت به اکتساب گزینه ی بهتری می باشد. | Anand, 2002 |
| دارائی های قابل لمس | دارائی های دارنده ی حق انحصاری | به منظور اجتناب از ریسک اشاعه ی دارائی های دارنده ی حق انحصاری، شرکت ها احتمالاً سرمایه گذاری مستقل را انتخاب می کنند. | Yio and Makino, 2002 |
| منابع انسانی | اندازه شرکت به عنوان فاکتور نه چندان مهم انتخاب روش ورود شرکت ها تعیین شده اند. | Esperanca et al, 2006 |

دیدگاه ها و فاکتورهای درونی سازی:

جدول 7\_2 فاکتورهای درونی سازی مؤثر بر تعیین روش ورود به یک بازار (گراند و تکزیرا، 2011)

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| فاکتورهای مهم | | تاثیر فاکتورها بر انتخاب روش ورود شرکت های چند ملیتی به یک کشور | مطالعات |
| هزینه های مستقیم | هزینه های ورود | برای اجتناب از هزینه های بالای ورود، شرکت ها بر روش های داشتن شریک، مثل سرمایه گذاری مشترک تمایل نشان می دهند. | Madok, 1998 |
| زمانی که هزینه های ورود بالا باشد، شرکت ها روش اکتساب را بر سرمایه گذاری در طرح های جدید ترجیح می دهند. | Fatica, 2010 |
| هزینه های غیر مستقیم | موانع تجارت | بازارهای با موانع ورود زیاد، برای انجام سرمایه گذاری مستقیم خارجی مناسب ترند تا صادرات، تا زمانی که هزینه های ثابت مربوط به FDI در آنها بالا نباشد. | Eicher and Kang, 2005 |

دیدگاه ها و فاکتورهای مربوط به ابعاد مکانی:

جدول 8\_2 فاکتورهای مکانی (گراند و تکزیرا، 2011)

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| فاکتورهای مهم | | تاثیر فاکتورها بر انتخاب روش ورود شرکت های چند ملیتی به یک کشور | مطالعات |
| تفاوت فرهنگی بین کشور میزبان و کشور اصلی | فاصله ی فرهنگی | زمانی که فاصله فرهنگی زیاد باشد، شرکت ها سرمایه گذاری مستقل را بر سرمایه گذاری مشترک ترجیح می دهند. | Chen and Hu, 2002 |
| به دلیل اینکه انتظارات همکاری در بازارهایی با فاصله فرهنگی زیاد، کم است، سرمایه گذاری مستقل معقول تر می باشد. | Pennings and Sleuwaegan, 2004 |
| فاصله ی فرهنگی زیاد باعث می شد که به احتمال قوی، شرکت ها سرمایه گذاری در طرح های جدید را ترجیح دهند. | Drogendijk and Slangen, 2006 |
| هیچ مدرکی دال بر اینکه فاصله فرهنگی بر انتخاب روش ورود MNC ها تأثیر می گذارد، وجود ندارد. | Demirbag et al., 2009 |
| فاصله فرهنگی اجتماعی | فاصله ی فرهنگی اجتماعی بین کشور اصل و کشور میزبان باعث می شود که MNC ها سرمایه گذاری مستقل را بر سرمایه گذاری مشترک ترجیح دهند. | Sun, 1999 |
| MNC ها ترجیح می دهند که سهم کمتری در ورود به یک کشور با تفاوت فرهنگی اجتماعی زیاد، داشته باشند و بر شریک خود متکی باشند. | Chun, 2009 |
| فاصله زبان شناسی | فاصله ی زبان شناسی زیاد بین کشور اصلی و میزبان، باعث می شود MNC ها سرمایه گذاری مشترک را بر سرمایه گذاری مستقل ترجیح دهند. | Demirbag et al., 2009 |
| دارائی های خاص صنعت | رقابت پذیری صنعت | زمانی که بازارها رقابت پذیری بالایی دارند و یا اصلاً رقابت پذیر نیستند، سرمایه گذاری در طرح های جدید ترجیح داده می شوند، در حالی که در بازارهایی با سطح رقابت پذیری متوسط، اکتساب گزینه ی مناسبی است. | Muller, 2007 |
| در بازارهای بسیار متمرکز، MNC ها سرمایه گذاری در طرح های جدید را ترجیح می دهند، زیرا که اکتساب شرکت های موجود بسیار هزینه بردار است. | Elango and Sambharya, 2004 |
| میزان تحقیق و توسعه در صنعت | MNC ها برای ورود به صنایع R&D محور برای بدست آوردن قابلیت های خارجی، سرمایه گذاری مشترک و یا اکتساب را ترجیح می دهند. | Belderbos, 2007 |
| زمانی که تمایل صنعت مورد نظر به R&D در سطح بالایی باشد، سرمایه گذاری مستقل بر سرمایه گذاری مشترک ترجیح دارد. | Demirbag et al., 2009 |
| دارائی های مکمل | برای کسب دارائی های مکمل خاص مکان، MNC ها سرمایه گذاری مشترک را ترجیح می دهند. | Hennart, 2009 |
| دارائی های خاص مکانی | قدرت اقتصادی شریک محلی | حضور شرکای محلی قوی منجر به انتخاب روش سرمایه گذاری مشترک توسط MNC ها خواهد شد زیرا که آنها دارای شبکه های محلی وسیعی می باشند. | Yeung and Li, 2000 |
| مزایای خاص مکانی | با شناسایی مزایای خاص مکانی، شرکت ها غالباً روش های اختلاطی را ترجیح می دهند (سرمایه گذاری مشترک، سرمایه گذاری مستقل، همکاری استراتژیک) | Brouthers et al., 1996; Moon, 1997 |
| اندازه بازار | سرمایه گذاری مستقیم خارجی (در مقایسه با روش های قراردادی) به هنگام ورود به یک بازار بزرگ، مورد ترجیح ترند. | Horstmann and Markusen, 1996 |
| در بازارهای بزرگ MNC ها ترجیح می دهند تا با اکتساب وارد کشور میزبان شوند. | Eicher and Kang, 2005 |
| جذابیت بازار هدف | روش های ورود MNC ها تنها با پتانسیل بازار هدف تحریک نمی شود، بلکه به منظور توانایی آن بازار به عنوان مدخلی برای ورود به بازارهای همسایه نیز می تواند باشد. در این مورد یک MNC می تواند دخالت بیشتری از طریق روش هایی چون سرمایه گذاری مستقیم خارجی داشته باشد. | Javalgi et al., 2010 |

دیدگاه ها و فاکتورهای نهادی:

جدول 9\_2 فاکتورهای نهادی مؤثر بر تعیین روش ورود به یک بازار (گراند و تکزیرا، 2011)

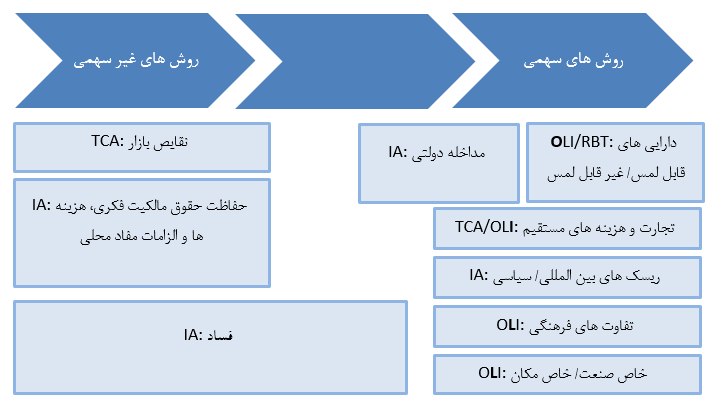
|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| فاکتورهای مهم | | | تاثیر فاکتورها بر انتخاب روش ورود شرکت های چند ملیتی به یک کشور | مطالعات | |
| کیفیت نهادی کشورهای میزبان | | ریسک سیاسی | در صورت وجود ریسک های سیاسی، MNC ها سرمایه گذاری مستقل را انتخاب می کنند، تا خود را از دخالت احتمالی شریک محافظت نمایند. | | Henisz, 2000 |
| SME ها به احتمال زیاد زمان ورود به بازارهای پر ریسک، روش های سهمی را انتخاب می کنند (سرمایه گذاری مشترک و یا سرمایه گذاری مستقل). | | Rasheed, 2005 |
| زمانی که MNC ها از محیط درک ریسک بالایی دارند، سرمایه گذاری مستقل را انتخاب می کنند (سرمایه گذاری در طرح های جدید و یا اکتساب). | | Ketata, 2006 |
| ریسک دریافتی | MNC ها روش های ورودی که کنترل زیادی را دارا باشند باشند انتخاب می کنند زمانی که ریسک انجام تجارت در بازار میزبان بالا باشد. | | Taylot et al, 2000 |
| حقوق مالکیت فکری | برای شرکت های کوچک و متوسط، روش ترجیحی ورود به کشوری که حمایت ضعیفی از حقوق مالکیت فکری دارند، ایجاد سرمایه گذاری مشترک با یک MNC موجود می باشد. | | Acs et al. , 1997 |
| زمانی که حقوق مالکیت فکری به خوبی مورد حمایت قرار نگیرد، MNC ها سرمایه گذاری مستقل را ترجیح می دهند. | | Luo, 2001 |
| حقوق مالکیت فکری ضعیف، صادرات را تقویت می کند، و سرمایه گذاری مستقیم خارجی را کاهش می دهد. | | Maskus et al. ,2008 |
| بازارهای با حقوق مالکیت ضعیف، احتمال ورود MNC ها از طریق صادرات را افزایش می دهند. | | An et al., 2008 |
| زمانی که حمایت از حقوق مالکیت فکری بسیار ضعیف است، روش ترجیحی برای ورود سرمایه گذاری مشترک می باشد. | | Che and Fecchini, 2009 |
| ریسک های بین المللی (سیاسی، مالی و ...) | جایی که MNC ها سطح ریسک بالایی را دریافت کنند، به احتمال زیاد روش های ورود با کنترل بالا را انتخاب می کنند (سرمایه گذاری مستقل). | | Ahmed et al., 2009 |
| مداخله دولتی | جایی که مداخله دولتی زیاد است، سرمایه گذاری مشترک روش بهتری برای انتخاب است. | | Luo, 2001 |
| MNC ها سرمایه گذاری مشترک با یک شریک محلی را بر سرمایه گذاری مستقل ترجیح می دهند زمانی که درجه ی فشارهای قانونی در کشور میزبان بالا باشد. | | Yio and Makino, 2002 |
| فساد | MNC ها برای تعدیل فشارهای فسادی، سرمایه گذاری مشترک و یا روش های قراردادی کوتاه مدت را انتخاب می کنند. | | Uhlenbruck et al. , 2006 |
| سطح بالای فساد، احتمال ورود MNC ها را از طریق سرمایه گذاری مستقل و فرانشیز مستقیم کاهش می دهد، و احتمال انتخاب روش سرمایه گذاری مشترک را افزایش می دهد. | | Garcia et al., 2009 |
| در صورت وجود فساد فراگیر اداری، MNC ها برای ورود به بازارهای خارجی، روش های غیرسهمی را انتخاب می کنند. | | Radriguez et al., 2005 |
| در محیط های با ریسک بالا، توصیه می شود از طریق روش های قراردادی و به طور مثال غیرسهمی وارد یک بازار خارجی شد. | | Paul and Wooster, 2008 |
| MNC ها برای اجتناب از هزینه های بالای تراکنش مربوط به فساد دفاتر دولتی، سرمایه گذاری مشترک را انتخاب می کنند. | | Javorcik and Wei, 2009 |
| هنگام ورود به بازارهای فاسد، MNC ها باید از طریق سرمایه گذاری مشترک وارد شوند. | | Li et al., 2009 |
| در هنگام مواجهه با بازارهای فساد، یک MNC باید سرمایه گذاری مشترک را انتخاب کنند. | | Demirbag et al., 2010 |
| MNC ها به منظور اجتناب از عدم اطمینان های خارجی،  اغلب سرمایه گذاری مشترک و یا سرمایه گذاری مستقل را انتخاب می کنند، اما در این مورد آنها ممکن است خودشان را در برابر عدم اطمینان های داخلی به نمایش بگذارند. | | Slangen and van Tulder, 2009 |
| در کشورهایی با فساد سیاسی بالا غالباً شرکت ها برای ورود از روش های غیر سهمی استفاده می کنند. | | Straub, 2007 |
| کیفیت دولتی (=پایین بودن عدم اطمینان خارجی) | MNC ها به احتمال زیاد برای ورود به کشورهایی با کیفیت دولتی پایین، سرمایه گذاری مشترک را بر سرمایه گذاری مستقل ترجیح می دهند. | | Slangen and Hennart, 2008 |
| سیاست محلی/ محدودیت های سیاسی | مقیاس های محدود سیاسی در یک کشور، باعث می شود روش ورود سرمایه گذاری مشترک بر سرمایه گذاری مستقل برای MNC ها ارجحیت داشته باشد. | | Demirbag et al., 2009 |
| هزینه ها | تعرفه های زیاد می تواند به عنوان مانع ورود نقش مهمی داشته باشد، و مستقیماً بر روش ورود MNC تأثیر گذاشته و روش صادرات بر اکتساب ارجحیت داشته باشد. | | Tekin-Koru, 2009 |
| التزامات مفاد قانونی محلی | در صورت وجود سطح بالایی از التزامات مفاد قانونی، به احتمال قوی، روش صادرات بر سرمایه گذاری مستقیم خارجی گزینه موجه تری می باشد. | | Qio and Tao, 2001 |
| فاصله بین کشور اصلی و میزبان | | عدم اطمینان (تفاوت نهادی) | زمانی که عدم اطمینان بالا است، MNC ها سرمایه گذاری مستقل را انتخاب می کنند، زیرا که آنها در کاهش عدم  اطمینان مشارکت می کنند. | | Li and Rugman, 2007 |
| زمانی که ادراک MNC از تفاوت های نهادی بالا باشد، تمایل MNC ها ورود با سرمایه گذاری مستقل است. | | Chiao et al., 2010 |
| تفاوت سیاسی | زمانی که MNC ها با تفاوت سیاسی قابل توجهی مواجه می شوند، بهتر از به جای سرمایه گذاری به صورت تنها (سرمایه گذاری مستقل)، سرمایه گذاری مشترک را انتخاب کنند. | | Bianchi and Ostale, 2006 |
| فاصله روان شناسی | سرمایه گذاری مشترک در فاصله های دور، عملی تر می باشد، زیرا فقدان نزدیکی و آشنایی مانع ورود MNC هایی بدون داشتن شریک محلی خواهد شد. | | Meyer, 2001 |
| موانع ورود | برای غلبه بر موانع ورود، احتما اینکه MNC ها روش های اکتساب یا سرمایه گذاری مشترک را انتخاب کنند بسیار زیاد است. | | Elango and Sambharya, 2004 |
| دستیابی به اطلاعات/ عملکرد تحت عدم اطمینان | به علت اطلاعات نامتقارن بین شرکت های کشور اصلی و کشور میزبان، MNC ها ترجیح می دهند که از طریق سرمایه گذاری مستقیم خارجی وارد یک کشور شوند تا از طریق صادرات. | | Moner-Colonques at al., 2008 |
| ساختار صنعت | در بازارهای با بانکداری کمترتوسعه یافته، بانک های بین المللی ترجیح می دهند از طریق اکتساب وارد شوند. | | Lehner, 2009 |
| MNC ها هنگام ورود به صنایع با پتانسیل بالا، سرمایه گذاری مستقل را به جای سرمایه گذاری مشترک استفاده می کنند. | | Chen and Hu, 2002 |
| در بازارهای کمتر توسعه یافته، MNC ها ترجیح می دهند از طریق ادغام و اکتساب وارد شوند تا از طریق سرمایه گذاری در طرح های جدید، تا توانایی توسعه بازار را داشته باشند. | | Al-Kaabi et al., 2010 |

دیدگاه ها و دیگر فاکتورها:

جدول 10\_2 فاکتورهای مهم دیگر مؤثر بر تعیین روش ورود به یک بازار (گراند و تکزیرا، 2011)

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| فاکتورهای مهم | تاثیر فاکتورها بر انتخاب روش ورود شرکت های چند ملیتی به یک کشور | مطالعات |
| متنوع سازی محصولات | MNC هایی با تنوع زیاد محصولات، برای ورود به بازارهای خارجی از طریق اکتساب محتمل تر می باشند، در حالی که MNC هایی با تمرکز بر خط اصلی تجارتشان سرمایه گذاری در طرح های جدید را انتخاب می کنند. | Mudambi and Mudambi, 2002 |
| ماهیت فعالیت های MNC | ماهیت خدمت محور فعالیت های شرکت های MNC به گونه ای است که، تمایل برای ورود به یک بازار خارجی از طریق سرمایه گذاری مستقیم خارجی وجود دارد. | Williams and Deslandes, 2008 |
| اهداف و استراتژی بین المللی | اکتساب گزینه ی محتمل تری برای شرکت های چند بعدی هستند، و سرمایه گذاری در طرح های جدید برای شرکت های جهانی محتمل تر می باشند. | Harzing, 2002 |

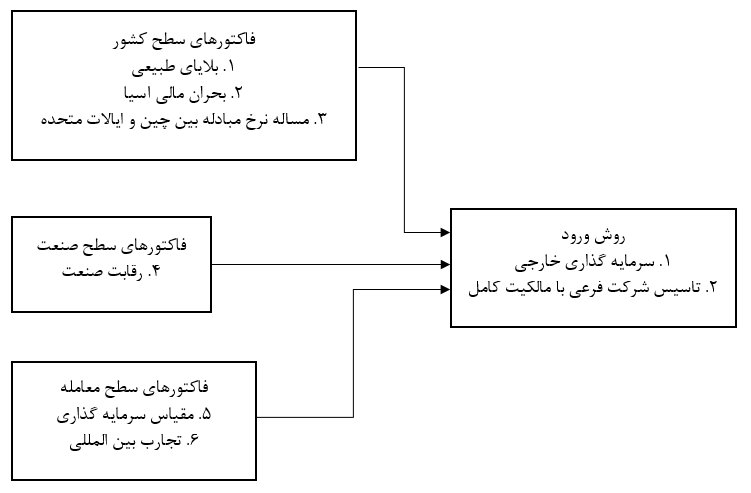
سپس در شکلی تمام این دیدگاه ها به صورت بسیار خلاصه بیان داشته است.



شکل 8\_2 انتخاب روش ورود ـ گرایش سرتاسری. علائم و اختصارات: TCA- دیدگاه هزینه تبادل ; IA– دیدگاه نهادی ; **O**LI- بعد مالکیت ; O**L**I- بعد مکانی ; OL**I**ـ ابعاد درونی

**7ـ 4ـ 2مطالعه هنگ کنگ و وی هانگ [[30]](#footnote-30)(2013)**

در این مقاله به بررسی تأثیرات محیط سرمایه گذاری بر حالات ورود شرکت های تایوانی در آسیای جنوبی با تمرکز بر کشورهای ویتنام، اندونزی ، مالزی، تایلند و فیلیپین در دوره ی زمانی 1994 تا 2011 پرداخته شده است. صنایع مورد تمرکز این مطالعه عبارتند از: نساجی، غذایی، داروئی، پلاستیکی، ماشین های برقی و نیمه رساناها . همانطور که در شکل زیر نشان داده شده است، فاکتورها به سه سطح شرکت، صنعت و کشور تقسیم می شوند. در این تحقیق فرض بر این است که شش فاکتور زیر بر نحوه ی ورود شرکت های تایوانی به این کشور ها تأثیر می گذارند: 1.بحران های مالی آسیایی که از سال 1997 آغاز گشته است،2. ناسازگاری نرخ تبادل RMB بین چین و ایالات متحده، 3.تعداد رقبای صنعت در تایوان، 4.تجربه ی بلای طبیعی جدی ویا آشفتگی سیاسی، 5.مقیاس سرمایه گذاری، 6.تجارب بین المللی شدن شرکت های تایوانی. نتایج تجربی تأکید می کنند که تنها سه فاکتور نهایی تأثیرات چشم گیری بر حالات ورود شرکت های تایوانی می گذارند.



شکل 9\_2 تأثیرات محیط سرمایه گذاری بر حالات ورود (هنگ کنگ و وی هانگ، 2013)

در این مقاله شش فرضیه زیر در نظر گرفته می شوند و آزمون می شوند:

1: اگر کشور میزبان، بلایای طبیعی و یا آشفتگی سیاسی را تجربه کرده باشد، باعث می شود شرکت های تایوانی سرمایه گذاری مشترک را بر تأسیس شرکت فرعی با مالکیت کامل ترجیح دهند.

2: در طول سال های بحران مالی آسیا (1997 تا 1999)، به دلیل ریسک سرمایه گذاری بالا، شرکت های تایوانی برای ورود سرمایه گذاری مشترک را بر تأسیس شرکت فرعی با مالکیت کامل ترجیح می دهند.

3: به دلیل تنش در نرخ های تبادل بین چین و ایالات متحده، که ناپایداری را در محیط سرمایه گذاری آسیای جنوبی افزایش می دهد، شرکت های تایوانی، حالات ورود محافظه کارانه تر را اتخاذ می کنند، مثلاً سرمایه گذاری مشترک را بر تأسیس شرکت فرعی با مالکیت کامل را ترجیح می دهند.

4: اگر در یک صنعت سطح بالایی از R&D وجود داشته باشد، به این معنی است که رقبای زیادی وجود دارند، و به احتمال زیاد سرمایه گذاران خارجی، روش سرمایه گذاری مشترک را برای ورود ترجیح می دهند.

5: زمانی که مقیاس سرمایه گذاری افزایش پیدا می کند، شرکت ها برای اجتناب از ریسک، سرمایه گذاری مشترک را بر تأسیس شرکت فرعی با مالکیت کامل ترجیح می دهند.

6: از آنجا که شرکت هایی که در سطح بین الملل فعالیت زیادی دارند، توانایی بیشتری برای کنترل عملیات خارجی شان دارند، به احتمال زیاد تأسیس شرکت فرعی را بر سرمایه گذاری مشترک ترجیح می دهند.

نتایج حاصل از این تحقیق به شرح زیر می باشد:

ـ به دلیل اینکه آسیای جنوبی هنوز هم یک بازار نوظهور است، دارای ریسک سرمایه گذاری بالایی است. و سرمایه گذارانی که تجربه ی بین المللی شدن زیادی دارند، ریسک کشور میزبان برایشان بسیار پراهمیت می باشد، و به همین خاطر روش سرمایه گذاری مشترک را برای ورود به بازار خارجی انتخاب می کنند.

- شرکت سرمایه گذار هنگام ورود به کشور میزبان، ریسک های سیاسی، اقتصادی و محیطی آن را در نظر می گیرد و اگر این ریسک ها بالا باشد، به سرمایه گذاری مشترک روی می آورد.

ـ زمانی که میزان سرمایه گذاری در کشور میزبان بالاست، شرکت ها برای کاهش ریسک به سرمایه گذاری مشترک روی می آورند.

ـ عکس آنچه در فرضیه ها آمده بود، نتایج تأکید داشتند که تعداد بالای رقبای صنعت در کشور میزبان، باعث خواهند شد که شرکت خارجی به تأسیس شرکت فرعی با مالکیت کامل بپردازد، و این هم شاید به خاطر این باشد که شرکت های مورد نظر این تحقیق، عمدتاً از صنایع سنتی با سطح R&D و نوآوری پایین بوده اند.

ـ تعداد شرکت های استفاده کننده از استراتژی سرمایه گذاری مشترک در دوره ی بحران مالی آسیا (1997 تا 1999) بیشتر از خارج از این دوره می باشد.

ـ قبل از ناسازگاری نرخ مبادله بین چین و ایالات متحده در سال 2005 ، بیشتر شرکت های تایوانی روش سرمایه گذاری مشترک را در آسیای جنوبی ترجیح می دادند. در حالی که بعد از آن، از روش تأسیس شرکت فرعی با مالکیت کامل بیشتر استفاده شد، و بنابراین بعد از این ناسازگاری، ریسک سرمایه گذاری در آسیای جنوبی کمتر از چین در نظر گرفته شد.

**8ـ 4ـ 2مطالعه ی ام ویتی [[31]](#footnote-31)(2013)**

این مطالعه نیز به منظور پاسخگویی به این که چرا و چگونه شرکت ها اقدام به سرمایه گذاری در خارج از کشور می کنند و چطور یک روش خاص را به منظور سرمایه گذاری خارجی انتخاب می کنند، انجام شده است. این مطالعه برای ورود به یک کشور خارجی، 4 روش سرمایه گذاری در طرح های جدید، سرمایه گذاری مشترک و ادغام و اکتساب را مد نظر قرار داده است. حوزه ی مطالعه ی این تحقیق شرکت های کوچک و متوسط خارجی که در کنیا سرمایه گذاری کرده اند می باشد و این تحقیق با استفاده از یک نمونه ی 37 تایی از این شرکت ها انجام گرفته است. آنگونه که مشخص است سرمایه گذاری در طرح های جدید بیشترین سهم (1/54 درصد) را به خود اختصاص داده است. از سویی دیگر فواید موجود برای سرمایه گذاری خارجی را به 4 دسته عوامل یعنی، ارتباط رو به عقب با تأمین کنندگان، ارتباط رو به جلو با مشتریان، ارتباط با رقبا و ارتباط با تکنولوژی تقسیم کرده است. غالب سرمایه گذاران برترین مزیت را، ارتباط رو به عقب با تأمین کنندگان عنوان کرده اند. به علاوه در این مقاله ذکر شده که بین شرکت های خارجی و شرکت های محلی نیز ارتباط هایی وجود دارد. شبکه های عمومی ایجادی شامل، تأمین کنندگان مواد خام، مشاوران آموزشی، شرکت های کاریابی، تأمین کنندگان مواد خام و اظهار نظر فنی، تأمین کنندگان مواد خام و مشاوران آموزشی می باشد.

نتایج حاصل از این تحقیق تأیید می کنند که شرکت های کوچک و متوسطی که سرمایه گذاری دارائی های خاصشان بیشتر است، تمایل به انتخاب روش های سهمی (مثل سرمایه گذاری منفرد و سرمایه گذاری مشترک) دارند و در مقابل نیز آنهایی که سرمایه گذاری در دارائی های خاصشان کمتر است، تمایل به انتخاب روش های غیر سهمی (مثل فرانشایز و لیسانس) دارند. این به این معناست که شرکت ها بسته به سطح موردنیاز سرمایه گذاری هایشان، روش های متفاوت را انتخاب می کنند. از سویی دیگر، بسیاری از شرکت ها، منابع محدودی دارند که فعالیت های تحقیق و تجزیه تحلیل را محدود می سازند. بخاطر همین محدودیت ها، بسیاری از شرکت ها روش های غیر مشارکتی را ترجیح می دهند. مدیران می بایست قبل از هر کاری ارزیابی هایی در مورد سطح موردنیاز سرمایه گذاری در دارائی های خاص در یک بازار جدید؛ عدم اطمینان های محیطی کشور هدف؛ و وضعیت فرآیندها و سیستم های کنترل داخلی، انجام دهند. در ادامه آمده است که اگر برای ورود نیاز به سطح سرمایه گذاری در دارائی های خاص بالا باشد، حالت ورود سهمی می بایست در نظر گرفته شود، و اگر سرمایه گذاری های خاص کم باشد، حالت غیر سهمی می بایست انتخاب شود. اگر شرکت به فکر سرمایه گذاری در کشوری است که از لحاظ سیستم های اقتصادی، سیاسی و اجتماعی وضعیت با ثبات و مطمئنی را داراست، روش های سهمی برای انتخاب بهتر می باشند. و اگر ناپایداری در سیستم های اقتصادی، سیاسی و اجتماعی وجود داشته باشد، روش های غیر سهمی گزینه های مناسب تری می باشند. در نهایت مدیران می بایست فرآیندها و سیستم های کنترل داخلی شان را مورد ارزیابی قرار دهند. شرکت هایی که دارای پروسه های کنترل داخلی قوی هستند، ممکن است نسبت به شرکت هایی با سیستم های کنترلی ضعیف، موقعیت بهتری برای کسب مزیت از طریق روش های سهمی دارند. شرکت هایی که سیستم های کنترلی ضعیف با استفاده از روش های غیرسهمی می توانند از سیستم های کنترلی سازمان های شریک شان بهره مند شوند. بنابر این با ارزیابی این سه فاکتور مهم، مدیران می توانند تصمیمات بهتری برای انتخاب روش سرمایه گذاری خارجی انجام دهند.

**5ـ2 نیازمندی ها و پروژه های صنعت بالگرد**

**1ـ5ـ2 نیازمندی های کشور به خدمات بالگردی**

عمده مصرف خدمات بالگرد در کشور ظرف 15 سال آینده با توجه به توسعه زیربنایی وزارت نفت کشور و شرکت ها و سازمان های وابسته به آن به شرح ذیل می باشد:

* **شرکت نفت و گاز پارس (POGC)**، در جهت توسعه فازهای سی گانه خود در چند سال آینده و همچنین پشتیبانی مداوم تولید جمعاً به **12** فروند یالگرد عملیاتی نیاز دارد.
* شرکت نفت فلات قاره، با توجه به افزایش تولید و بهره برداری از منابع نفت زیر بستر خلیج فارس و داشتن ایستگاه های عملیاتی خارک، بهرگان، لاوان، سیری، کیش و قشم نیازمند **11** فروند بالگرد عملیاتی است.
* مدیریت اکتشاف وزارت نفت، جهت انجام عملیات ژئوفیزیک و سایزمیک (لرزه نگاری) نیازمند **10** فروند بالگرد مجهز می باشد.
* شرکت ملی حفاری ایران، و شرکت های پشتیبانی کننده عملیات حفاری و پشتیبانی کننده عملیات دریایی نیازمند **6** فروند بالگرد می باشند.
* شرکت نفت دریای خزر، جهت عملیات اکتشاف و پشتیبانی از سکوهای مستقر در دریای مازندران به **6** فروند بالگرد نیاز دارد.
* وزارت نیرو، جهت پشتیبانی خطوط انتقال و سدسازی ها به تعداد **6** فروند هلیکوپتر مناسب نیازمند است.
* وزارت صنعت، معدن و تجارت جهت انجام عملیات ژئوفیزیک نیاز به **4** فروند بالگرد مناسب دارد.
* وزارت بهداشت، درمان و آموزش پزشکی جهت تأمین اورژانس هوایی کشور به **40** فروند بالگرد مناسب نیازمند است.
* ستاد بحران کشور و سازمان هلال احمر جمهوری اسلامی، جهت مقابله با بلایای طبیعی زلزله، سیل و غیره نیازمند **20** فروند بالگردهای مختلف برای استقرار در استان های مختلف کشور است.
* وزارت جهاد کشاورزی، در جهت مقابله با آتش سوزی های جنگل و مراتع نیازمند حداقل **5** فروند بالگرد مناسب به منظور استقرار در شمال و مناطق جنگلی کشور می باشد.
* خطوط لوله و انتقال نفت و گاز در سراسر کشور نیازمند حداقل **4** فروند بالگرد مناسب می باشد.
* سازمان بنادر و دریانوردی و صیانت دریایی و تجسس و نجات و کمک به امر کشتیرانی بین المللی در آب های خلیج فارس و دریای عمان و نیز دریای خزر حداقل **6** فروند بالگرد نیاز دارد.
* بالگرد سبک آموزشی، برای تربیت خلبانان موردنیاز نیز **20** فروند می باشد.

در نهایت نیازمندی های آتی 15 سال آینده کشور به بالگردهای مناسب در کلاس های مختلف به **150** فروند در بعد عملیات غیرنظامی و تجاری می رسد. کل آمار بالگردهای غیر نظامی موجود در کشور، عملیاتی، زمین گیر و با احتساب استیجاری **48** فروند است که به تعداد**102** فروند کمبود احساس می شود.

**2ـ5 ـ 2 پروژه های سرمایه گذاری خارجی در حوزه بالگردهای تجاری ایران**

در خصوص سرمایه گذاری خارجی در کشور در بخش ارائه خدمات بالگردهای تجاری آنچه مورد بررسی قرار گرفت به صورت خلاصه بیان می شود. در دهه ی 80، به دنبال تفاهمنامه های همکاری شرکت های نفتی ایرانی با شرکت های خارجی من جمله شرکت توتال و شل، شرکت های خارجی برای اجرای بخشی از تعهداتشان در قبال ایران می بایست تعدادی بالگرد با استانداردهای معین جهت ارائه خدمات (از قبیل جابه جایی کارکنان به سکوهای نفتی) برای منطقه ی جنوبی کشور وارد می کردند. اما از آنجایی که استفاده از این گونه وسایل نقلیه پروازی بر اساس مقررات حاکم بر فعالیت شرکت های هوایی، می بایستی تحت مجوز یک شرکت هواپیمایی یا هلیکوپتری داخلی باشد، لذا شرکت های خارجی ارائه دهنده خدمات بالگرد برای انجام فعالیت در ایران تفاهم نامه های همکاری با شرکت هلیکوپتری ایران منعقد کردند. قراردادهای مذکور تحت عنوان تفاهمنامه همکاری فنی بین شرکت هلیکوپتری ایران با شرکت های سی اِی سی [[32]](#footnote-32)فرانسه، هلی یونیون [[33]](#footnote-33)فرانسه، گلف هلیکوپتر [[34]](#footnote-34)قطر و سی اِل سی [[35]](#footnote-35)کانادا به امضا در آمد و این شرکت ها تحت مجوز AOC (گواهینامه هواپیمایی کشوری) در ایران به فعالیت پرداختند. در این تفاهمنامه ها مقرر شد تا تأمین وسایل نقلیه پروازی از سوی شرکت خارجی و تأمین بخش کادر پرواز برای ارائه ی عملیات پروازی و همچنین تأمین نیروی فنی برای نگهداری و آماده سازی وسایل پرنده به عهده ی شرکت ایرانی باشد. به علاوه در این فرآیند، آموزش دانش فنی لازم در خصوص بالگردهای وارد شده به داخل کشور برای نیروی انسانی داخلی صورت پذیرفت. در خلال این قراردادها انواع بالگرد شامل DAUPHIN, AS365 (از هلی یونین فرانسه و سی اِی سی فرانسه) ، BELL 212 و BELL 412 ( از گلف هلیکوپتر قطر و سی اِل سی کانادا) و SICORSKY (از سی اِل سی کانادا) وارد ایران شد. بر اساس تحقیق انجام شده نتایج حاصل از این قراردادها، تأمین نیاز شرکت های نفتی که از خدمات بالگردهای مذکور بهره مند می شدند و نهایتاً سرمایه گذاری کلان شرکت های نفتی در کشور، بود. شرکت هلیکوپتری ایران نیز از محل همکاری با شرکت های هلیکوپتری خارجی در بخش های انتقال تکنولوژی (تکنولوژی مربوط به ساخت قطعات جزئی)، ارتقاء سطح علمی کارکنان، مبادله ی ابزار و تجهیزات و دانش فنی منتفع گردید. البته در حال حاضر یک شرکت پرتغالی به نام هلی پرتغال نیز با امضای تفاهمنامه همکاری فنی با شرکت هلیکوپتری ایران به ارائه ی خدمات برای شرکت های نفتی در جنوب کشور فعال می باشد. در خلال قراردادهای عنوان شده، آموزش و بروز رسانی مدارک متخصصین فنی و پروازی غالباً به عهده ی شرکت خارجی بوده است. علاوه به موارد گفته شده، باید اضافه کرد که در حال حاضر یک شرکت ارائه دهنده خدمات بالگرد با نام هلی پارس در حال رایزنی برای انجام سرمایه گذاری مشترک با یک شرکت خارجی می باشد جزئیات این پروژه در حال حاضر به دلیل عدم اجرای کامل، آورده نشده است.

**6 ـ 2 جمع بندی**

منظور از سرمایه گذاری خارجی در این مطالعه، ترتیبات معمول و مرسوم که ورود منابع مالی، تکنولوژی، مهارت های انسانی، مدیریت و سایر منابع یک شرکت را به یک کشورخارجی ممکن می سازد، می باشد. در این فصل روش های مختلف سرمایه گذاری خارجی بررسی شد و در نهایت 4 روش سرمایه گذاری خارجی در صنعت بالگرد شناسایی شدند. همان طور که در فصل قبل اشاره شد، این تحقیق با هدف انتخاب روش مناسب سرمایه گذاری خارجی در صنعت بالگرد ایران در حال انجام می باشد، به همین خاطر می بایست معیارهای مهم در انتخاب روش مناسب سرمایه گذاری تعیین می شد که همان طور که ذکر گردید این معیارها بالغ بر 17 مورد بود و در طول این فصل به تشریح این معیارها پرداخته شد. به علاوه اینکه تحقیقات انجام شده پیشین مر تبط با این تحقیق نیز واکاوی و در این فصل گنجانده شد. آنچه در این فصل گذشت به صورت خلاصه در جداول ذیل آورده شده است.

جدول 11\_2 روش های مختلف سرمایه گذاری خارجی

|  |  |
| --- | --- |
| ردیف | روش ها |
| 1 | سرمایه گذاری مشترک |
| 2 | کنسرسیوم |
| 3 | ادغام |
| 4 | اکتساب |
| 5 | تأسیس شرکت فرعی با مالکیت کامل |
| 6 | قرارداد لیسانس |
| 7 | قرارداد فرانشیز |
| 8 | قرارداد مشارکت در سود |
| 9 | قرارداد مشارکت در تولید |
| 10 | قرارداد دانش فنی |
| 11 | بیع متقابل |
| 12 | ساخت، بهره برداری و انتقال (BOT) |

جدول 12\_2 روش های سرمایه گذاری خارجی در صنعت بالگرد بخش تعمیرات نگهداری و خدمات پروازی

|  |  |
| --- | --- |
| ردیف | روش ها |
| 1 | سرمایه گذاری مشترک |
| 2 | قرارداد لیسانس |
| 3 | قرارداد مشارکت در سود |
| 4 | قرارداد دانش فنی |
| 5 | بیع متقابل |
| 6 | ساخت، بهره برداری و انتقال (BOT) |
| 7 | ادغام |
| 8 | کنسرسیوم |

جدول 13\_2 معیارهای مؤثر بر انتخاب روش سرمایه گذاری خارجی

|  |  |
| --- | --- |
| ردیف | نام معیار |
| 1 | مالکیت و کنترل |
| 2 | هزینه های سرمایه ای |
| 3 | توجیه اقتصادی پروژه |
| 4 | حفظ و نگهداری سرمایه های فیزیکی |
| 5 | اشتغال زایی |
| 6 | ارتقاء توان نیروهای داخلی |
| 7 | ارتقاء فناوری |
| 8 | ریسک سرمایه گذاری |
| 9 | دسترسی به بازارهای بین المللی |
| 10 | محدودیت های قانونی |
| 11 | زمان بری |
| 12 | تقویت بازار رقابتی |
| 13 | رعایت مسائل زیت محیطی |
| 14 | ارتقاء استاندارد خدمات |
| 15 | وضعیت اقتصادی بنگاه سرمایه گذار |
| 16 | صرفه جویی در منابع داخلی |
| 17 | بازاریابی و برند سازی |

**منابع فارسی**

1. آذر، عادل و رجب زاده، علی. (1381). تصمیم گیری کاربردی (رویکرد M.A.D.M). تهران: نگاه دانش، چاپ اول.
2. آذر، عادل و مؤمنی، منصور. (1391). آمار و کاربرد آن در مدیریت(جلد دوم). تهران: سازمان مطالعه و تدوین کتب علوم انسانی دانشگاه ها (سمت)، چاپ شانزدهم.
3. اسدی، محمد. (1390). فرانچایز، تعریف، مزایا، معایب. ماهنامه الکترونیک پایگاه اطلاع رسانی صنعت، 4، 14ـ 12.
4. تدبیر اقتصاد. (1383). سرمایه گذاری خارجی ( فرصت ها ، چالش ها )، چاپ اول، تهران، موسسه تحقیقاتی تدبیر اقتصاد.
5. جفره، منوچهر و صفار، راحله. (1390). روش های سرمایه گذاری خارجی. مجله سیاسی ـ اقتصادی، 283، 160ـ171.
6. جمالی، احمد، و شیرازی شایسته، مهدی، و شاوردی، مرضیه. (1389). سرمایه گذاری خارجی مفاهیم، تئوری ها، روش ها. تهران: آبگین رایان، چاپ اول.
7. خاتمی فیروز آبادی، علی و حمزه جونقانی، ستار. (1392). تصمیم گیری چندمعیاره در مدیریت (مفاهیم و کاربردها). تهران: سازمان مدیریت صنعتی، چاپ اول.
8. خاکی، غلامرضا. (1378). روش تحقیق با رویکردی به پایان نامه نویسی. تهران: مرکز تحقیقات علمی کشور با همکاری کانون فرهنگی انتشاراتی درایت، چاپ اول.
9. ذوالقدر، مالک. (1388). مبانی نظری سرمایه گذاری مستقیم خارجی. فصلنامه سیاست، 2، 107ـ 89.
10. رضایی، حسن. (1391). رقابت جهانی برای جذب سرمایه گذاری خارجی جایگاه ایران؛ موانع و راهکارها. سیاسی ـ اقتصادی، 288، 165ـ 154.
11. رضایی نژاد،عبدالرضا. (1380). مدیریت بازار جهانی، بازاریابی بین الملل. تهران: مرکز انتشارات علمی دانشگاه آزاد اسلامی.
12. رمضانی، هادی. (1387). شناسایی و اولویت بندی روش های سرمایه گذاری خارجی به منظور انتقال تکنولوژی در صنایع پایین دستی نفت جمهوری اسلامی ایران، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه علامه طباطبایی.
13. سلامی، سید رضا، و رمضانی، هادی، و صدیقی گاریز، سیما، و جمالی، احمد. (1390). انتخاب روش مناسب سرمایه گذاری خارجی با بکارگیری تکنیک های تصمیم گیری چندمعیاره در صنایع پالایش نفت جمهوری اسلامی ایران. مطالعات مدیریت صنعتی، 23، 96ـ 71.
14. عطائی، محمد. (1389). تصمیم گیری چندمعیاره فازی. شاهرود: دانشگاه صنعتی شاهرود، چاپ اول.
15. محبی، حامد. (1389). اولویت بندی روش های سرمایه گذاری خارجی در صنعت هتلداری ایران. پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه علامه طباطبایی.
16. نیکزاد، امیر، و کریمیان، امیرهوشنگ. (1389). فناوری های صنعت هوایی از منظر پارادایم های جامعه شناختی، تهران، چهارمین کنفرانس مدیریت تکنولوژی.
17. هادی زنور، بهروز. (1379). سرمایه گذاری خارجی در ایران، تهران: نشر پژوهش فرزان روز.

**منابع لاتین**

1. Agarwal, sanjeev and Ramaswami, Sridhar N. (1992). Choice of foreign market entry mode: impact of ownership, location and internalization factors. *Journal of International Business Studies*, 1, 1-27.
2. Backlund, Gunnar and Suikki, Subrina. (2005). SME Selection of International Markets and Choice of Foreign Entry Modes, Lulea University of Technology, Bachelors Thesis.
3. Chand, Smriti. (2013). 2 factors affecting the selection of international market entry mode. www.yourarticlelibrary.com
4. Charlesworth, A. and Home, Anna. (2005). Consortium Agreements: A Short FAQ, University of Bristol.
5. Cheung, Esther. (2009). Developing a Best Practice Framework For Implementing Public Private Partnership In Hong Kong. A thesis for the degree of doctor of philosophy, queensland university of thechnology.
6. Dahel, Riad. (1997). Project Financing and Risk Analysis, The Arab Planning Institute Kuwait,
7. Duce, Maitena. (2003). Definitions of Foreign Direct Investment (FDI): a methodological note, Available in: http://www.bde.es/.
8. Elango, B. (2005). The influence of plant characteristics on the entry mode choice of overseas firms. Journal of Operations Management, 1, 65–79.
9. Elango,B. and Sambharya, Rakesh B. (2004). The influence of industry structure on the entry mode choice of overseas entrants in manufacturing industries. Journal of International Management, 1, 107–124.
10. Foley, James. (2013). Foreign Market Entry Modes. http://en.wikipedia.org
11. Friberg, Claes and Lovén, Gustav. (2007). Entry mode strategy and the effect of national culture on foreign subsidiary performance. Swedish institute for growth policy studies, 003, Retrieve from <http://www.itps.se>.
12. Grande, Marlene and Teixeira, Aurora A.C. (2011). Linking entry mode choices Of MNCs with countries` corruption. A review. Observetorio de Economia e Gestao de Feraude, Retrieve from <http://www.gestaodefraude.eu>.
13. Hong Kang, Hsin and Barbara, Santa. (2013). The effects of investment environment on entry modes in southeast, The Clute Institute International Academic Conference , 46\_ 53.
14. Indanon, Chaweewan. (2000). Entry mode choice in telecommunication industry, Faculty of Management Science, 45\_62.
15. Megantz, Robert c. (2002). Technology management: developing and implementing effective licensing programs. Johnwiley & sons. Inc
16. Meyer, Klaus e. and Estrin, Saul and Bhaumik, Sumon kumar and Peng, Mike W. (2009). Institutions, resources, and entry strategies in emerging economies. Strategic Management Journal, 1, 61–80.
17. Mwiti, Esther. K. (2013). International entry mode choices evidence in choices among foreign small and medium enterprises (SMEs) – new evidence in entrepreneurship perspective. *International Journal of Advanced Research in Management and Social Sciences,* *5 , 85 \_ 98.*
18. *PPP in Infrastructure Rresource Center, Retrieve from ppp.worldbank.org*
19. Raff, Horst. (2007). Mergers and acquisitions, Christian-Albrechts University of Kiel, Department of Economics.
20. Sornarajah, M. (2004). The International Law on Foreign Investment, Second Edition, U.K.: Cambridge University Press.
21. Stewart, Milton R. & Maughn, Ryan D. (2011) Davis Wright Tremaine.
22. Zhao, M.A. Xuemin. (2005). Modeling market entry mode choice: the case of German Firms in China, In Discussion on the established qualitative theories (chapter 2). Retrieve from http:// [www.uni-bielefeld.de](http://www.uni-bielefeld.de).
23. http://pppirc.worldbank.org/public-private-partnership

1. Foreign Direct Investment (FDI) [↑](#footnote-ref-1)
2. Maitena Duce [↑](#footnote-ref-2)
3. Joint Venture [↑](#footnote-ref-3)
4. Milton R. Stewart, and Ryan D. Maughn [↑](#footnote-ref-4)
5. Foley [↑](#footnote-ref-5)
6. Gunnar Backlund, and Subrina Suikki [↑](#footnote-ref-6)
7. Consortium [↑](#footnote-ref-7)
8. http://fa.wikipedia.org/wiki [↑](#footnote-ref-8)
9. A. Charlesworth & Anna Home [↑](#footnote-ref-9)
10. Merger [↑](#footnote-ref-10)
11. Horst Raff [↑](#footnote-ref-11)
12. Acquisition [↑](#footnote-ref-12)
13. Megantz [↑](#footnote-ref-13)
14. Wholly\_owned subsidiaries [↑](#footnote-ref-14)
15. License [↑](#footnote-ref-15)
16. Franchise [↑](#footnote-ref-16)
17. http://www.businessdictionary.com [↑](#footnote-ref-17)
18. Build, Operate, Transfer (BOT) [↑](#footnote-ref-18)
19. World bank [↑](#footnote-ref-19)
20. Cheung [↑](#footnote-ref-20)
21. Smriti Chand [↑](#footnote-ref-21)
22. Zhao [↑](#footnote-ref-22)
23. Friberg & loven [↑](#footnote-ref-23)
24. Agarwal & Ramaswami [↑](#footnote-ref-24)
25. lndanon [↑](#footnote-ref-25)
26. Elango & Sambharya [↑](#footnote-ref-26)
27. Elango [↑](#footnote-ref-27)
28. Meyer [↑](#footnote-ref-28)
29. Grande & Teixeira [↑](#footnote-ref-29)
30. Hong kang & Wei huang [↑](#footnote-ref-30)
31. Mwiti [↑](#footnote-ref-31)
32. CAC [↑](#footnote-ref-32)
33. Heli Union [↑](#footnote-ref-33)
34. Golf Helicopter [↑](#footnote-ref-34)
35. CLC [↑](#footnote-ref-35)