

چرایی ناتوانی صنعت خودروسازان و راه‌های برون‌رفت از آن

فرید زاوه

زمستان ۱۳۹۹

راه پیموده شده

- دهه ۲۰ شروع اتاق سازی اتوبوس بر روی شاسی های کامیونهای امریکایی
- دهه ۳۰: تاسیس شرکتهای مانند خاور، مریخ و مونتاژ جیپ ویلیز، فیات ۱۱۰۰، بنز ۱۹۰
- دهه ۴۰: تاسیس شرکتهای مانند ایران ناسیونال، جنرال موتورز ایران، ایران کاوه، و توسعه شرکتهای موجود و شروع تولید واقعی محصولات اتوبوس بنز، پیکان، کامیون ماک و نیسان جونیور
- دهه ۵۰: شروع دخالتهای دولتی و بازار دستوری و نهایتا انقلاب و جنگ و مصادره شرکتهای خودروساز
- دهه ۶۰: تیراژ محدود و شعار خود کفایی
- دهه ۷۰: بازسازی صنایع خودرویی، ورود محصولات جدید، تلاش برای طراحی، توسعه شبکه قطعه سازی
- دهه ۸۰: محصولات جدید و افزایش تیراژ تا ۱/۶۰۰ میلیون دستگاه، احداث سایتهای خارجی به بهانه صادرات، تحریم و سقوط
- دهه ۹۰: توسعه سایتهای غیر اقتصادی شهرستانهای و تکرار شعارهای منسوخ خود کفایی

وضعیت فعلی

- عمر بالای خودروهای پرتیراژ بعضا بیش از ۳۰ سال
- کیفیت بسیار نازل
- عدم تناسب قدرت خرید و قیمت
- سقوط تیراژ تولید
- زیان انباشت چند هزار میلیارد تومانی
- بدهی بیش از ۷۵ هزار میلیارد تومان به شبکه بانکی
- بیش از ۷۰۰ هزار صف خرید متقاضیان
- بیش از ۴۵ هزار میلیارد تومان بدهی به شبکه قطعه سازی
- جمع دارایی و موجودی کالا و ارزش کمتر از ۲۰ هزار میلیارد تومان

دورنما

- خطوط تولید فرسوده و نیازمند نوسازی
- زنجیره فرسوده، ناکارآمد و فاسد قطعه سازی نیازمند نوسازی
- محصولات قدیمی و از رده خارج نیازمند نوسازی کامل
- مجموع بدهی بیش از چند سال ارزش فروش
- هزینه سنگین مالی سالیانه
- بازار ضعیف و کم درآمد
- نبود سرمایه اجتماعی کافی خودروسازان

چرا به اینجا رسیدیم؟

- آیا ساختار کلان اقتصاد ایران با توسعه همخوانی دارد؟
- آیا ساختار قوانین و آیین نامه ها بستر توسعه و سودآوری را ایجاد میکند؟
- آیا استراتژی توسعه درستی تعریف شده است؟
- آیا این مدل اقتصادگردانی منجر به توسعه و امنیت شده است؟
- آیا ساختار مالکیت دولتی بنگاه داری الزاما مضر است؟
- آیا ساختار مدیریت بنگاه داری دولتی مقصر است؟
- آیا ما کشوری ثروتمند هستیم؟
- آیا تمرکز به بازار مصرف داخلی درست است؟

دو راهی های پیش رو

- اقتصاد آزاد یا دستوری

فرصت برابر در تحصیل، اشتغال، کارآفرینی یا گزینش سهمیه ای

- شایسته سالاری یا گزیده سالاری

انتخاب افراد بر مبنای توانایی ها یا روابط محفلی و سازمانی و نسبت سببی و نسبی

- بازار داخلی یا صادرات

تمرکز بر تامین بازار داخلی و محدودیت واردات یا تامین انبوه صادراتی و آزادی واردات

- برند سازی یا تولید

تمرکز بر برند داخلی یا تولید انبوه برندهای خارجی

- انحصار در سرمایه گذاری یا آزادی سرمایه گذار خارجی

حفظ انحصار سرمایه از منابع ملی و داخلی یا جذب سرمایه گذاران خارجی