



عنوان	عدم موفقیت صنعت خودروسازی ایران در بازارهای جهانی: علت‌ها و راهکارها
سخنران	علی دینی ترکمانی (عضو هیئت علمی موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی)
تاریخ برگزاری: ۱۳۹۷/۱۲/۱۳	

رویکرد نهادگرایی تکاملی دارای چند ویژگی شناختی است که آن را از رویکرد نئوکلاسیک متمایز می‌کند. قیمت‌های نسبی نیز مفهوم محوری آن است. فرض می‌شود که اگر قیمت‌های نسبی اصلاح گردد، مشکلات و چالش‌هایی که در صنایع مختلف وجود دارد رفع خواهد شد.

نگاه انتقادی این رویکرد معتقد است که سازمان‌دهی درونی بنگاه و صنعت، نقش مهمی در موفقیت یک صنعت و بنگاه‌های فعال در آن صنعت دارد. اگر بخواهیم تجزیه و تحلیل کنیم که چرا صنعت خودروسازی ما موفق نبوده است، لازم است با دیدی کل‌گرایانه به این صنعت نگاه کنیم.

اگر بپذیریم در صنعت خودروسازی دست کم در عرصه جهانی موفق نبوده‌ایم، می‌توانیم این صنعت را مصداقی از شکست‌مان در پیشبرد فرآیند توسعه فناوری در نظر بگیریم. زیرا پیشینه صنعت خودروسازی در ایران به دهه ۴۰ باز می‌گردد و با اینکه سرمایه‌گذاری‌های کلانی صورت گرفته است، در عرصه جهانی موفقیت چندانی نداشته‌ایم. این صنعت از نظر کمیت توسعه خوبی یافته است اما از نظر کیفیت در سطح پایینی قرار دارد.

زمانی که علت‌های اساسی را شناسایی کنیم، می‌توانیم پاسخی به عقب‌ماندگی‌های فناورانه در حوزه‌های دیگر بدهیم. به‌طور کلی در این پژوهش به بخش‌های زیر پرداخته می‌شود:

طرح مساله، جایگاه صنعت خودروسازی ایران در جهان، ناتوانی صنعت خودروسازی در تطبیق با پارادایم در حال ظهور فناوری، چرایی عدم موفقیت فناورانه در صنعت خودروسازی ایران و راهکارهای اساسی.

روند مختلف تولید خودرو در ایران شامل: مونتاژ خودرو، توسعه قطعه‌سازی، افزایش ساخت داخل، طراحی بدنه، طراحی تریم، طراحی قوای محرکه، طراحی سیستم تعلیق، افزایش ظرفیت تولید، افزایش تیراژ، توسعه صادرات، طراحی و توسعه پلتفرم‌های جدید، تنوع محصول می‌باشد.

در این روند تنها مساله قابل توجه افزایش ظرفیت تولید است که موجب می‌شود جزء چندین تولیدکننده اول دنیا باشیم اما از نظر شاخص‌های فناوری رشد خوبی نداشته‌ایم و بر اثر تحریم‌ها نیز افت قابل توجهی داشته‌ایم.

ارتقاء به ۴ مرحله؛ فناوری پایه، فناوری کلیدی، فناوری پیشگام و فناوری در حال ظهور (لیتل) تقسیم می‌شود. بخش عمده خودروسازی آن فناوری‌هایی پایه است و زمانی که بنگاه‌ها در این مرحله وارد تولید کالایی می‌شوند، آن فناوری در بازار اشباع شده که سبب پائین آمدن ارزش افزوده می‌گردد. فناوری‌های کلیدی شامل اتومبیل‌های لوکس‌تر با تکنولوژی‌های بالاتر می‌شود.



نوآوری تکنولوژیکی، نوآوری است که در ماشین آلات یا دانش تخصصی انجام فعالیت فنی اتفاق میافتد. اما، نوآوری سازمانی به معنی نوآوری در چگونگی سازماندهی و مدیریت فعالیت‌های مختلف در داخل سازمان (مانند ساختار سازمانی یا مکانیزم‌های انگیزشی جدید) است.

ارتقاء در مراحل تولید شامل: ۱. مونتاژ قطعات منفصله ۲. تولید داخلی قطعات ۳. توسعه کامل محصول ۴. تولید محصول ۵. آماده سازی صنعت برای صادرات می‌باشد.

بر مبنای این تعاریف می‌توان گفت که ما در تولید مجموعه سازی نیز موفق نبوده‌ایم و از نظر مزیت رقابتی دچار ضعف هستیم.

یکی از پدیده‌های مهم در صنعت خودروسازی ظهور فناوری‌های جدید مانند فناوری‌های هوشمند و سبزگرا با آلاینده‌های کمتر است. در چشم‌اندازهای آینده پیش بینی می‌شود خودروهایی که وارد بازار می‌شوند کاملاً خودران باشند. با ورود این خودروها به عرصه حضور فعال سایر تولیدکنندگان در سطح پایین‌تر دچار مشکل خواهد شد. اگر ما نتوانیم خود را با این پارادایم تطبیق بدهیم درگیر چالش‌های جدی‌تری خواهیم شد. صرفه‌جویی در هزینه‌ها باعث پیوندهای علمی بین بنگاه‌ها، افزایش دانش فنی و انتقال دانش می‌شوند.

یکی دیگر از مشکلات صنعت خودروسازی ایران ادغام درون صنعتی است. دلیل اینکه چرا ما نمی‌توانیم در ادغام‌های درون صنعتی حضور پیدا کنیم و صادراتمان را افزایش دهیم در چرایی عدم موفقیت فناورانه صنعت خودروسازی ایران بازگو می‌گردد: ۱- انحصار: صنعت خودروسازی ایران درگیر انحصاری سازی است ۲- تعرفه بالا: تعرفه‌های بالا اجازه نمی‌دهند که بازار رقابتی شکل بگیرد. ۳- نبود مزیت نسبی از ابتدا ۴- دولتی بودن بنگاه که باعث شکل‌گیری نظام انگیزشی ضعیف می‌گردد.

چالش‌های رویکرد نهادگرایی تکاملی عبارت است از: ساختار بازار از نوع انحصار چندجانبه است، از این منظر افزایش کمیّت تولید قابل توجیه است. سازماندهی بازار در چنین ساختاری بسیار مهم است، زیرا در چنین ساختاری دولت باید شرایطی را فراهم کند که بنگاه‌ها در کنار هم برای تولیدات متمایز و متنوع‌سازی سبد تولیدشان تلاش کنند و این موضوع بدون دسترسی به دانش علمی و فنی بالا امکان‌پذیر نیست. چالش دیگر این است که آیا استفاده از سیاست حمایت تعرفه‌ای سیاستی نادرست است؟ خیر- زیرا در اقصی نقاط جهان در ابتدای تأسیس چنین صنعتی از حمایت‌های قوی برخوردار بوده است. از جمله کره جنوبی. اما ما نتوانستیم از ابزار حمایت تعرفه‌ای به گونه‌ای استفاده کنیم که بتوانیم یک صنعت نوزاد را به یک صنعت بالغ تبدیل کنیم.

اقتصاد ما از نوع اقتصاد نفتی است و به شدت درگیر رانت نفت و بیماری هلندی هستیم. روند این اقتصاد به این صورت است که: درآمدهای ارزی نفتی سبب نرخ ارز کمتر از اندازه می‌شوند. در نتیجه نسبت قیمت کالاهای وارداتی به تولید داخلی کاهش می‌یابد، یعنی موجب افزایش واردات، کاهش صادرات و افت تولید ملی می‌گردند. علاوه بر این کاهش سرمایه‌گذاری و تحقیق و توسعه سبب توسعه نیافتگی فناوری می‌شود. این موارد سبب مزیت رقابتی ضعیف و صادرات تک محصولی می‌گردند. پاسخ رویکرد رانت نفتی و بیماری هلندی یکی درآمدهای نفتی است که موجب ارزش‌گذاری کم‌تر از اندازه دلار شده است و پیامد آن تضعیف تولید و صادرات اتومبیل است و دیگری درآمدهای نفتی است که موجب بهره‌وری پایین و در نتیجه ممانعت از پیشبرد توسعه فناورانه شده است.



پاسخ رویکرد نهادگرایی تکاملی به این موضوع این است که درآمدهای ارزی نفتی و حکمرانی قوی می تواند حساب ذخیره ارزی را تاسیس نماید و آن را به صورت صحیح و قدرتمند مدیریت نماید. در نتیجه می توان ارز را از بودجه تفکیک نمود. اگر رابطه درستی بین دولت، دانشگاه، صنعت و بنگاه ها شکل بگیرد، آنگاه توانایی بنگاه ها برای انتقال دانش علمی و فنی که در مرزهای پیشرو جهانی وجود دارد افزایش خواهد یافت و به عبارتی:

- درآمد نفتی موجب تامین مالی ارزی پروژه های سرمایه گذاری می شود. (رفع شکاف ارزی)
- استفاده از این درآمدها مستلزم توانایی در مدیریت قوی حساب ذخیره ارزی (صندوق توسعه ملی) است.
- حکمرانی قوی لازمه شکل دادن به نظام نوآوری ملی و مدیریت قوی ارزی است.

راه کارهای اساسی مرتبط با نظام نهادی و حکمرانی در سطح کلان:

- رفع تو در تویی نهادی و تداخل وظایف (تصحیح فرایند بودجه ریزی و انباشت سرمایه)
- پذیرش قواعد نهادی سازگار با توسعه از جمله تخصص گرایی و شایسته سالاری و روبه های سازمانی خلاقیت پرور
- رفع تنش ها و تعارض های سیاسی
- کاهش نااطمینانی به آینده و ریسک سرمایه گذاری و همکاری با ثبات و بلندمدت با سرمایه خارجی
- واقع گرایی و پذیرش این اصل که بدون تعامل سازنده با جهان امکان نیل به تولیدات دانش بنیان وجود ندارد.

راه کارهای اساسی در سطح بخش و صنعت

- تقویت تولید دانش عام (کارکردی) و دانش خاص (گزینشی) از طریق تقویت رابطه میان صنعت و دانشگاه
- با ثبات کردن ساختار سازمانی حاکم بر صنعت و اجرایی کردن واقعی برنامه ریزی راهبردی صنعتی - تجاری
- ادغام دانشگاه ها و بنگاه های فعال در صنعت خودروسازی بر مبنای اصل صرفه های نسبت به مقیاس و ممانعت از کوچک مقیاس بودن فعالیت ها
- تقویت هماهنگ سازی سیاستی در عرصه صنعت میان بازیگران مختلف
- تقویت زمینه های همکاری همراه با رقابت در تنوع سازی تولیدات میان بنگاه های فعال در عرصه صنعت
- سامان دادن به زنجیره ی تامین از طریق ادغام های افقی و عمودی در صنعت

راه کارهای اساسی در سطح بنگاه

- زمینه سازی برای تقویت دانش ضمنی و نهفته درون سازمانی از طریق حفظ و پرورش سر و مغز سرمایه انسانی
- زمینه سازی برای انباشت مهارت های مدیریتی درون سازمانی (ارج شناسی از پرسنل ثابت و پرهیز از جا به جایی های پی در پی تیم های مدیریتی)
- پرهیز از تاسیس واحدهای کوچک مقیاس در مناطق مختلف کشور



- شبکه سازی تعاملات با بنگاه های پیشروی جهانی در عرصه صنعت (قرار دادن بنگاه در محیط بین المللی؛ تاسیس واحدهای تحقیق و توسعه در کشورهای پیشرو)