

# ارزیابی سیاستهای حمایتی در صنعت خودروسازی ایران

# نویسنده: عدنان رضائی

## چکیده

صنعت خودروسازی، از آن جهت که خود هم مبای اثاعه تکنولوژی جدید و هم دارای قدرت جذب و به کارگری آخرین دستاوردهای فنی و علمی است، در ساختار صنعت کشورها از اهمیت بسیاری برخوردار است، به گونه‌ای که آن را "بیروی محرك" بخش صنعت می‌داند.

در بررسی تاریخی روند صنعتی شدن بسیاری از کشورها، می‌بینیم که این صنعت در بطن تحولات و تکامل اقتصادی آنها قرار داشته است. در عین حال، این صنعت برای اغلب کشورها محل ظهور و بروز سیاستهای حمایتی بوده و رشد آن در پرتو چین سیاستهای صورت گرفته است.

در ایران، با اینکه چهار دهه از آغاز راهاندازی صنعت خودروسازی می‌گذرد، این صنعت، نه تنها توансنه نقش محوری در صنعت و اقتصاد کشور داشته باشد، بلکه خود گرفتار مشکلات متعددی بوده است.

در تحلیل این موضوع، به ارزیابی سیاستهای حمایتی و نقش دولت در این زمینه می‌پردازیم. زیرا همواره گفته‌اند که یکی از صنایعی که همیشه مورد حمایت بوده صنعت خودروسازی است. در این مقاله، نشان می‌دهیم که مشکل اساسی صنعت خودروی ایران، از همان ابتداء، بود راهبرد و چهتگری صحیح حمایتی بوده است و برخلاف سایر کشورهایی که در این صنعت با حمایتهای منطقی توانسته‌اند به پیشرفتهای مهمی برسند، در ایران، به سبب عدم تطابق صورت و محتوا در سیاستهای حمایتی، آبجه انجام پذیرفته، کارساز نبوده و نتیجه می‌بینی نداشته است.

## مقدمه

شتات و روند رشد بخش صنعت و تکنولوژی در جهان امروز چنان شتابان است که کشورها و نیز شرکتها باید پیوسته گوش به زنگ باشند و خود را با تحولات روزافروزن هماهنگ و منطبق سازند.

در دنیای صنعتی امروز دیگر، به هیچ روی، درنگ جایز نیست و میزان بهره‌گیری هر کشوری از تکنولوژی پیشرفته، چگونگی آینده آن را رقم می‌زند. سرعت تکوین، تولید و به کارگیری علوم و فنون به حدی است که در هر پنج سال یک‌بار، مجموعه دانش بشری دو برابر می‌شود. به سخن دیگر، هر پنج سال یک‌بار، مجموعه جدیدی از علم و دانش، بر صنایع حکم‌فرما می‌شود.

در این میان، صنعت خودروسازی، به منزله محور و مرکز ثقل بسیاری از تحولات اقتصادی و فنی جهان، از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است. تحولات سالهای اخیر در این صنعت ویامدهای آن بر سایر ارکان اقتصادی جوامع پیشرفته و در حال توسعه بس شکفت آور است. رقابت در عرصه این صنعت مهم و عظیم، امروزه جنبه تقابل و تنازع به خود گرفته است و به میدان مسابقه و سبقت تبدیل شده است.

صنایع خودرو و الکترونیک، در طول قرن گذشته، از صنایعی بوده‌اند که به طور متوسط با پیش از یک درصد رشد تولید، در این زمینه، پیشتر بوده‌اند. از جمله آثار مهم این رشد، تحول سریع در نوع تولیدات و به کارگیری تکنولوژی نوین، به ویژه روبات، در ساخت و عرضه انبوه محصول می‌باشد.

صنعت خودروسازی، بدین جهت که هم مبنای اشاعه تکنولوژی جدید و هم دارای قدرت جذب همزمان و استفاده از آخرین دستاوردهای فنی و علمی است، جایگاه بسیاری را دارد. صنعت خودروسازی را از آن جهت که با بسیاری از صنایع پیوندهای پیشین و پسین<sup>۱</sup> دارد و هم بدان سبب که آخرین یافته‌های تکنولوژیک را سریعاً به خدمت می‌گیرد و در کمترین زمان از طریق نوآوریها بر دیگر صنایع تأثیرات خود را می‌گذارد، "اسب ارابه صنعت" خوانده‌اند.

از سوی دیگر، میزان پژوهشها و سرمایه‌گذاریهای انجام شده در صنعت خودروسازی، نه تنها سایر صنایع وابسته به خود، بلکه دیگر بخش‌های صنعتی و اقتصادی را به حرکت وا می‌دارد. این رو، وجود صنعت خودروسازی پیشرفته، میان رشد صنایع در بخش‌های وابسته به آن در اقتصاد هر کشور است. زیرا برای داشتن یک صنعت خودروی پویا و پیشرفته، رشد تکنولوژی در

#### 1. Backward Linkage, Forward Linkage

بدین معنا که یک صنعت به لحاظ موقعیت خاص خود، به استقرار صنایع دیگری که از جهت تأمین نیازهای آن اهمیت دارند از یک سو و نیز صنایعی که از محصولات آن استفاده می‌کنند از سوی دیگر، منجر می‌گردد. برای مثال، صنعت خودرو می‌تواند سبب ایجاد صنایع قبلی خود، از قبیل فولادسازی، و صنایع بعدی، از قبیل قطعه‌سازی و لاستیک‌سازی گردد.

رشته‌های متعددی، از قبیل کامپیوتر، قالبسازی، ابزارسازی، ریخته‌گری، ماشینسازی، پلاستیک‌سازی، الکترونیک و مانند آینه‌الزامی است. این ارتباط دو سویه بین صنعت خودرو و صنایع دیگر، به آن اهمیت فوق العاده‌ای بخشیده است. تا آنجاکه بعضی کشورها، از جمله کره، آن را از ارکان اساسی رشد و توسعه می‌دانند.

در بررسی تاریخی روند صنعتی شدن بسیاری از کشورهای صنعتی امروز جهان، به خوبی مشخص می‌شود که صنعت خودرو در بطن تحولات و تکامل اقتصادی آنها قرار داشته است، یا به تعبیری دیگر، مرکز ثقل شکوفایی اقتصادی آنان بوده است. زیرا این صنعت به لحاظ ارتباطات پسین و پیشین بسیار، می‌تواند موجب تحرک در دیگر صنایع و بخشها گردد و همه را به رشد و حرکت وا دارد. یکی از مشاوران بلند پایه اقتصادی آمریکا و از کارشناسان اقتصاد ژاپن می‌گوید: "آنچه که درباره بهره‌وری و بازدهی فوق العاده کارگران ژاپنی عنوان می‌شود و همه پیشرفتها و توانمندیهای اقتصادی ژاپن را به آن نسبت می‌دهند کاملاً استباه و خارج از موضوع است. معجزه اقتصادی ژاپن متمکی است تنها به فولاد، الکترونیک و صنعت خودروسازی، چراکه اقتصاد ژاپن، به لحاظ بازدهی سرانه، هنوز ۲۸ درصد از آمریکا کمتر است. لکن آنچه باعث رونق و فرآگیری صنعت ژاپن شده، علاوه بر رشد هماهنگ سه رشتہ مذکور، توجه به بازاریابی و صادرات و حمایت از صنایع داخلی برای صدور هرچه بیشتر محصول است."<sup>(۱)</sup>

در ایران، از سالها پیش، صنعت خودروسازی و سیاستهای اتخاذی در قبال آن، موضوع یک بحث پردازمنه میان کارشناسان بوده است. به طور خلاصه، می‌توان گفت در این زمینه با دو موضع‌گیری مشخص رو به رو بوده‌ایم. گروه نخست، کسانی هستند که صرف نظر از شدت یا ضعف سیاستهای حمایتی، صنعت خودروسازی را به منزله یک صنعت مادر و بنیادی می‌دانند که حجم عظیمی از سرمایه و نیروی کار و تخصص را پیرامون خود تشکل ساخته است. کشور باید با سروسامان دادن به چنین صنعتی آن را از حالت وابسته و منزوی بیرون آورد و به خودکفایی برساند. هواداران این موضع‌گیری که پیرامون مفهوم خودروی ملی متشكل شده‌اند، و این از مشخصه‌های بحث حمایت است، می‌گویند: "این صنعت را نباید تنها بر اساس امتیازهای بازرگانی و قابلیت آن با صنایع خارجی در نظر گرفت. خودروسازی با استقلال اقتصادی ایران پیوند تنگاتنگ دارد و باید از آن حمایت کرد."<sup>(۲)</sup>

\* اعداد داخل دو کمان، به یادداشتها و منابع پایان مقاله اشاره دارد.

موقعیگری دوم، ضمن ملامت سیاستهای حمایتی به کارگرفته شده در مورد این صنعت، بر این باور است که کشور، هیچ‌گاه در خودروسازی مزیت نداشته و در آینده نیز نخواهد داشت، پس بهتر است با وارد شدن در عرصه رقابت، سرنوشت خود را رقم بزند. طرفداران این بحث، مفهوم خودروی ملی را رد کرده و معتقدند که هیچ خودرویی، حتی در مراکز مهم دنیای صنعتی، صدرصد در داخل ساخته نمی‌شود. از این‌رو، بحث خودکفایی و ساخت داخل، در این مقوله جایی ندارد. اینان حتی محور بودن صنعت خودروسازی را باور ندارند و می‌گویند که کشورهای پیشرفته‌ای وجود دارند که هیچ‌گاه به این عرصه وارد نشده‌اند. طبق نظر صاحبان این تفکر "یک صنعت واقعی از اصل مزیت نسبی پیروی می‌کند و حاضر نیست با تکیه بر مفاهیمی چون غرور ملی، منابع کمیاب داخلی را در راههای باطل به هرز بدده و کالایی را به بازار بفرستد که از هرگونه امکان رقابت با کالاهای مشابه خارجی بی‌بهره باشد."<sup>(۲)</sup>

این‌که در این صنعت، دارای مزیت هستیم یا نه، بخشی است مربوط به گذشته و روانیست که دوباره به آن پردازیم، زیرا مشکلی را حل نمی‌کند. بهتر است که وضعیت موجود را تحلیل کنیم و برای بیرون آن راهی بیاییم. آنچه مسلم است این است که هم اکنون صنعت خودروسازی، برای کشور اهمیت بسیار دارد. مهمتر از همه اینکه این صنعت تا به امروز منابع هنگفتی را در قالب سرمایه‌گذاری در زمینه ماشین‌آلات و کارخانه‌های متعدد به کام خود کشیده و خوشبختانه حجم عظیمی از این سرمایه‌ها هنوز باقی است و از توان و کارایی بالایی هم برخوردار است. مسئله مهم دیگر، نیروی کار عظیمی است که در این صنعت به کار مشغول هستند، اعم از کارگران ساده تا مهندسان، برنامه‌ریزان و طراحان، که با احتساب مجموعه شرکتهای وابسته، از قبیل قطعه‌سازها و تعمیرگاهها و جز اینها، شمار آنان به صدها هزار نفر می‌رسد و حفظ موقعیت این حجم عظیم از نیروی کار برای کشور جنبه حیاتی دارد.

در بررسی هر یک از این دو دیدگاه، ناگزیر باید آنچه به عنوان سیاستهای حمایتی مطرح است را مطالعه نماییم. یعنی مسائل و مشکلات مهم صنعت خودرو را بشناسیم، دلایل پیدایش و عدم رفع آنها را به بحث بگذاریم و عملکرد سیاستهای حمایتی را در حل مسائل صنعت خودروسازی بسنجیم. این کار، از طریق تطبیق مبانی، هدفها و شیوه‌های اعمال سیاستهای حمایتی کشور با شاخصها و معیارهای مدل حمایتی صورت می‌گیرد. بدین ترتیب که معیارها و شاخصهای را که در خصوص چگونگی و شرایط حمایت وجود دارد، مبنا قرار دهیم و در قالب آنها به تحلیل سیاستهای حمایتی پردازیم.

## مبانی نظری سیاستهای حمایتی

به طور کلی، اغلب نظریه پردازان سیاستهای حمایتی نیز رقابت تجاری آزاد میان دو کشور را که در وضعیت مساوی قدرت صنعتی و رشد اقتصادی قرار دارند، پذیرفته و به مفید بودن آن اذعان دارند. لکن بحث حمایت از آنجا پیش کشیده می شود که بنا به علل مختلفی، برخی کشورها از سایرین از نظر صنعت و بازرگانی، از دیگران عقب افتاده اند، و بدین روی، برای به دست آوردن توانایی رقابت با دولتهای قوی، ابتدا باید قدرت فنی خود را بهبود بخشدند و سپس به رقابت پردازنند. اما دست یافتن به صنعتی قوی و رقابتی، مستلزم الگو و برنامه های جامع و کامل است. از قدیمی ترین و مهمترین مدل های حمایتی، مدلی است که فرد ریک لیست<sup>۱</sup> آلمانی ارائه داده است. مدلی که لیست ارائه می دهد<sup>(۴)</sup> بیانگر مراحل توسعه صنعتی و اقتصادی در یک فرایند

بلندمدت، شامل مراحل پنجگانه زیر است:

۱. دوران وحشیگری و برابریت
۲. زندگی شبانی
۳. کشاورزی
۴. کشاورزی - صنعتی
۵. کشاورزی، صنعتی و تجاری<sup>(۴)</sup>

او معتقد است که سه مرحله نخست، از طریق تجارت و رقابت آزاد شکل می گیرد و مسیر طبیعی خود را طی می کند. اما صنعتی شدن و گذر از مرحله چهارم، خود به خود و از طریق تجارت آزاد ممکن نیست، بلکه نیازمند حضور و پشتیبانی دولت است. این امر از آن رو ضروری است که در این دوره، صنایع کشور در حال شکل گیری و آغاز به کار خود هستند و از آنجا که کشورها در مراحل گوناگون از توسعه قرار دارند، چه بسا صنایع پیشرفته ای وجود داشته باشد که صنعت داخلی توان رقابت آزاد با آنها را نداشته باشد. بدین روی، باید به شناسایی صنایع نیازمند حمایت پرداخت و از طریق سیاستهای گوناگون آنها را تقویت کرد.

به عقیده لیست، از آنجا که ملتها در طول زمان و به تدریج به تکامل صنعتی می رستند، نظام حمایتی نیز باید بموضع و متناسب با شرایط به اجرا گذاشته شود و هدف اولیه و اساسی آن باید

تریت صنعتی ملت باشد. به مجرد اینکه تریت صنعتی و قدرت مقاومت صنایع تأمین شد، بی‌درنگ باید از حمایت دست برداشت و نیروی فعال در این زمینه را با ایجاد رقابت توسعه داد. لیست، علاوه بر توصیه به بهره‌گیری از روش‌های مستقیم در اجرای سیاستهای حمایتی، از قبیل تعریف و ایجاد محدودیت، تأکید خاصی بر روش‌های غیرمستقیم و توجه به زیر ساختها دارد. به نظر لیست، سیاست حمایتی، یک سیاست موقتی و محدود است و فقط در دورهٔ صنعتی شدن می‌توان از این سیاست سود جست. در واقع، هدف چنین سیاستی، هرگز منوعیت مطلق ورود اجناس خارجی نیست، بلکه برعکس، مقررات گمرکی و سیاستهایی که واردات را به‌طور کلی منوع نماید زیانبار است و تبعات منفی فراوانی به دنبال خواهد داشت.

لیست می‌گوید که به‌طور کلی ممکن است چنین نتیجه‌گیری کرد که اگر با ۴۰ تا ۶۰ درصد حمایت، صنعتی استقرار نیابد و با ۲۰ تا ۳۵ درصد به کار خود ادامه ندهد، زمینه ایجاد قدرت صنعتی فراهم نیست. او آنگاه توضیح می‌دهد که پس از پشت سرگذاشتن مرحلهٔ چهارم و آغاز ورود به مرحلهٔ پنجم، بهترین سیاست اقتصادی، رقابت آزاد و مبادله است. اما باید به تدریج و با کاهش تعرفه‌ها و محدودیتها، به این سمت حرکت کرد.

### مهمنرین خصوصیات نظام حمایتی

سیاستهای حمایتی، خود تشکیل‌دهندهٔ یک مدل توسعه‌ای با خصوصیات ویژه می‌باشند که هدفهای خاصی را دنبال می‌کنند. به بیان دیگر، نظام صنعتی و اقتصادی هر کشور، یک کل غیرقابل تعزیز است که به شکل منظم و حساب شده‌ای کار می‌کند. نابودی یک رشته از این صنعت ممکن است که جلودار نابودی بسیاری از رشته‌های صنعتی و بازرگانی وابسته به آن باشد که در نهایت، ممکن است به فروپاشی بخشی از نظام صنعتی کشور منجر گردد. سیاستهای حمایتی عهده‌دار چنین نقش پیشگیرانه‌ای هستند. ولی هر حمایتی هم کارساز نیست. نظام حمایتی باید تعریف شده و مشخص باشد. مهمترین ویژگیهایی که هر مدل حمایتی خوب باید دارا باشد، با پاسخ به پرسش‌های زیر روش می‌گردد.

۱. چرا حمایت ضروری است؟

۲. مهمترین هدف سیاست حمایتی چیست؟

۳. چگونه می‌توان صنایع نیازمند به حمایت را شناسایی کرد؟

۴. ابزارهای حمایتی کدامند؟

۵. استفاده مناسب از این ابزارها چگونه باید باشد؟

۶. میزان و درجه حمایت تا چه حد باید باشد؟

۷. تا چه زمانی باید حمایت دوام یابد؟

در عین حال، باید توجه داشت که اوضاع بیرونی و فضای توسعه‌ای جامعه نیز از مهمترین عوامل موقیت هر سیاست حمایتی به شمار می‌رود. به بیان دیگر، علاوه بر سیاستهای حمایتی سنجیده، تحولات دیگری نیز لازم است؛ به ویژه قبلًا باید سیاستهای صنعتی جامعه مشخص و تعریف شده باشد.

به طور خلاصه "حمایت باید مشروط و هدفمند باشد و بر یک سیاست صنعتی مدون استوار باشد. حمایت بدون یک سیاست صنعتی مشخص، همان قدر غیرکارآمد است که عدم حمایت از تولیدات داخلی می‌تواند اقتصاد کشور را با بحران بیکاری و رکود فعالیتهای اقتصادی مواجه سازد." (۴)

## نگاهی به سیاستهای حمایتی صنعت خودرو در جهان

با مروری بر عملکرد شرکتهای بزرگ خودروسازی در جهان، کاملاً آشکار می‌گردد که این صنایع در مراحل اولیه شروع به کار خود و حتی گاه تا مدت‌ها بعد، از کمکها و حمایتهای دولتهای متبع خود برخوردار بوده‌اند؛ معمولاً تا زمانی که احساس می‌شده دیگر نیازی به حمایت ندارند و خود قادر به رقابت و حضور در بازارهای داخلی یا خارجی می‌باشند. بهترین نمونه‌ها در این زمینه، عملکرد کشورهای ژاپن و کره‌جنوبی می‌باشد. متقابلاً واکنش کشورهای طرف مقابل آنها، به ویژه آمریکا و کشورهای اروپایی، بسیار عبرت آموز است. اگرچه امروزه اغلب کشورها ادعای تجارت آزاد و عدم حمایت از صنعت، و به ویژه صنایع خودروسازی خود دارند، لکن شواهد امر حکایت از آن دارد که علاوه بر حمایتهای پیدا وعلی که بسیاری از آنها در پیش گرفته‌اند، حمایتهای نامرئی و تغییر شکل یافته، رکن مهمی از سیاستهای کشورها را تشکیل می‌دهد. جنگهای تجاری آمریکا، ژاپن و اروپا در سالهای اخیر، به خوبی مؤید این موضوع است که کشورها در دفاع از صنعت خویش به تزدیکترین همپیمانان خود نیز رحم نمی‌کنند و توسل به شیوه‌های مقابله به مثل را حق مسلم خود می‌دانند.

با ورود ژاپنیها به آمریکا از دهه ۱۹۸۰ میلادی، نقطه عطفی در روند بین‌المللی شدن صنعت خودرو آغاز شد. هم اینکه بیشتر شرکتهای مهم خودروسازی ژاپن در آمریکا حضور دارند و انگیزه آنها از این کار، تولید در نزدیکی بازار مصرف و افزایش نرخ برابری یعنی دلار است.

بر این اساس، اروپا و آمریکا از مدت‌ها پیش، به رغم ادعاهای گراف در مورد آزادی تجارت و مبادله، تدایر سخت و تدافعی علیه ژاپن را شروع کردند. در دهه ۱۹۸۰ میلادی که اروپا و آمریکا، هم به لحاظ تولید انبوه و متنوع و هم قیمت و کیفیت از ژاپن عقب مانده بودند، با یک حرکت برنامه‌ریزی شده، اولاً "اتحادیه سازندگان خودرو" را پدید آوردند و ثانیاً مبادرت به کاهش واردات از شرق آسیا به ویژه ژاپن کردند و در یک تصمیم مشترک در آن اتحادیه، کل سهم بازار اروپا برای تمام کشورهای مزبور را در حداکثر سه درصد تولید سال قبل تعیین کردند، و بدین سان، نشان دادند که حمایت از صنایع داخلی و رشد و تقویت آنها برایشان از رقابت آزاد مهمتر است. آمریکاییان هم برای مقابله با صنایع ژاپن و جبران عقب‌ماندگی از آنها، دست به ابتکار جالی زدند، و آن دعوت به همکاری شرکتهای مهم رقیب، از قبیل کرایسلر، فورد، و جنرال موتورز بود. در این روش، بنا شد از نقاط قوت هر شرکت، به منظور تولید یک نوع خودرو ارزان به صورت مشترک استفاده کنند.

علاوه بر آن، با توجه به رقابت شدید موجود خودروسازها سیاستهایی به شرح زیر نیز اتخاذ کردند:<sup>(۶)</sup>

۱. ادغام مراکز پژوهش و آزمایش و خرید به منظور تقلیل هزینه‌ها از طریق قراردادهای مشارکت.
۲. تولید مشترک یک محصول با علامتهای تجاری متفاوت در بازارهای مختلف.
۳. ایجاد بازارهای جدید، از طریق انتقال یا راه‌اندازی خطوط مونتاژ.
۴. جلوگیری از به وجود آمدن خودروسازهای دیگر.
۵. محدود کردن بازارها برای رقیبان.
۶. استفاده از قطعات و مجموعه‌های یکدیگر.
۷. انتقال ساخت قطعات و مجموعه‌ها به سازندگان فرعی و حتی خارج از مرزها، به منظور

ارزانسازی.

۸. بازکردن درهای بسته کشورهای در حال توسعه، به منظور از بین بردن صنایع خودروسازی موجود آنها به ترفندهای مختلف.

۹. انتقال خطوط موتاژ مازاد به کشورهای دیگر، خاصه به آسیای جنوبی شرقی.  
این سیاستها به دو دلیل هماهنگ صورت می‌گیرد، اولاً آمریکا و اروپا می‌کوشند تا بازار جهانی محصولات خود را در مقابل محصولات ارزان و بهشت رقابتی کشورهای دیگر، و بهویژه ژاپن، حفظ کنند. ثانیاً برای تقویت صنایع خود بازار مصرف بیابند و حتی آنها را از هجوم محصولات دیگر کشورها محفوظ دارند. برای مثال، براساس مقررات جامعه اروپا<sup>(۷)</sup> تا سال ۱۹۹۷ میلادی، کشورهای آسیای جنوب شرقی مجازند تنها سه درصد از تولید سال قبل خودرو کشورهای اروپایی را به این قاره صادر کنند. یا اینکه "شرکتهای ژاپنی که قصد نفوذ از داخل را داشتند و برای این منظور خرید سهام کارخانه‌های خودروسازی کشورهایی چون انگلستان را آغاز کرده‌اند، تنها در صورتی مجاز به خرید سهام خواهند بود که در کوتاه مدت تا ۸۰ درصد تولید خود را داخلی کنند."<sup>(۷)</sup>

این شواهد، عمق سیاستهای حمایتی کشورهای صنعتی را نشان می‌دهد، در حالی که همواره ادعای روابط تجاری آزاد را داشته‌اند.

در زیر به موارد دیگری از سیاستهای حمایتی در جهان اشاره می‌نمایم.

### سیاستهای حمایتی در مالزی

دولت مالزی سیاستهای خود در حمایت از صنعت خودرو را در دو جهت متمركز کرده است. اولاً تلاش در داخلی کردن ساخت خودرو از طریق بالابردن درصد محتوای ملی در ارزش اجزای تولیدی می‌نماید و ثانیاً استفاده از نظام امتیازات و اعتبارات، به این معنا که اعتبارات به تولیدکنندگانی داده می‌شود که هدفهای دولت را اجرا کنند. در مقابل، به آنها که از هدفهای در نظر گرفته شده به وسیله دولت دور می‌مانند، جریمه تعلق می‌گیرد. همچنین مالیاتبندی به منظور حمایتگرایی بیشتر به شکل عوارض بر واردات به مورد اجرا گذاشته می‌شود.<sup>(۸)</sup>

سیاست "حمایت محتوایی" هم از زمرة سیاستهایی است که بسیاری از کشورها و نیز دولت مالزی به خدمت گرفته‌اند. مواردی که در مورد شرکتهای اروپایی در الزام به تولید درصدی در داخل اشاره کردیم از همین قسم است.

مالزی که در صنعت خودروسازی، سابقه‌ای کمتر از ایران دارد، اینک به کمک سیاستهای حمایتی اصولی، به مرحله‌ای رسیده است که در صدد بازاریابی در کشورهای اروپایی است، زیرا تولید آن علاوه بر اشباع بازار داخل، به سطح بالایی از لحاظ کمیت و کیفیت رسیده است.

### سیاستهای حمایتی حاکم بر صنعت خودروسازی کره جنوبی

بهترین نمونه استفاده از سیاستهای حمایتی در مسیر رشد و توسعه صنایع خودروسازی، کره جنوبی می‌باشد. شیوه‌ای که این کشور در مراحل نخستین خودروسازی خود به کار گرفت، عبارت بود از یک روند نزولی حمایت، از حمایت کامل تا به رقابت کامل و حضور فعال در صحنهٔ بین‌المللی. سیاست این کشور در زمینه گسترش صنعت ملی آن بود که بتواند جایگزین دانش فنی و مواد خام ژاپنی شود. در این مورد، دولت در کنار خرید تکنولوژی از آمریکا و اروپا و ایجاد مراکز پژوهش و توسعه، اولاً به اعمال محدودیت بر واردات خودروهای ژاپنی حداقل تا سال ۱۹۸۸ پرداخت و ثانیاً به حمایت از صنعت خودروسازی و صنعت قطعه‌سازی خود همت گمارد.

راههای دخالت دولت کره جنوبی در گسترش صنعت خودرو، از قبیل کمکهای مالی، خودکارکردن و سیاستهای تشویقی، طی شش مرحله اصلی توانست صنعت خودروسازی این کشور را به عنوان یک صنعت جهانی مطرح نماید. مراحل زمانی سیاستهای دولت به شرح زیر است:<sup>(۴)</sup>

۱. دوره مونتاژ قطعات منفصل (۱۹۶۲-۱۹۶۶): طی این دوره، قانون صنعت خودروسازی در سال ۱۹۶۲ به مرحله اجرا درآمد و واردات خودروهای ساخته شده کامل و قطعات آن به کره ممنوع گردید. دولت همچنین یک برنامه جامع و کامل را به منظور تنظیم و عقلایی نمودن صنایع قطعات خودرو در اوت ۱۹۶۴ تهیه کرد.

۲. کوشش‌های اولیه برای ساخت قطعات در داخل (۱۹۶۷-۱۹۷۱): قانون ارتقای صنعت ماشینسازی از مارس ۱۹۶۷ به مرحله اجرا گذاشته شد. این قانون به افزایش ساخت در داخل و

سرعت بخشیدن به تولید عقلایی قطعات خودرو کمک کرد. همچنین در دسامبر ۱۹۶۹، دولت یک برنامه اساسی به منظور ساخت داخلی خودرو تنظیم کرد.

۳. توسعه و گسترش مدل‌های کره جنوبی (۱۹۷۲-۱۹۷۶) : از این پس، صنایع خودروسازی به صورت یک صنعت راهبردی درآمد و در سال ۱۹۷۳ یک برنامه بلندمدت توسعه و گسترش صنعت به مرحله اجرا گذاشته شد. به منظور تولید یک مدل خودروی کاملاً کره‌ای و بین‌المللی کردن صنعت قطعات خودرو کره‌جنوبی، در سال ۱۹۷۵، خودروی ساخت هیوندای با ۸۰ درصد قطعات داخلی ساخته شد.

۴. آماده‌سازی برای تولید انبوه (۱۹۷۷-۱۹۸۱) : در پی بحران نفتی ۱۹۷۹، دولت اقدام به تجدیدنظر و تعديل برنامه تولید خودرو در فوریه ۱۹۸۱ کرد. دولت تعداد خودروسازان را محدود و هر یک از آنها را به ساختن یک نوع خاص از خودرو موظف کرد. دولت از خودروسازان خواست تا سرمایه‌گذاریهای مشابه و تکراری را حذف کنند. در پی این اقدامات، تعداد تولیدکنندگان خودروهای سواری از سه به دو کاهش یافت.

۵. ایجاد پایگاه صادراتی (۱۹۸۲-۱۹۸۶) : از طریق بهینه‌سازی بهره‌وری و عقلایی کردن مدیریت مشکلات مالی خودروسازان رو به بهبود گذاشت، و در پی آن، سرمایه‌گذاری در مؤسسه‌های صادراتی انجام پذیرفت.

۶. صادرات انبوه‌سازی (۱۹۸۷) : نخستین مازاد بازرگانی کره جنوبی در سال ۱۹۸۶ حاصل شد و حمایت از صنایع داخلی به اوج خود رسید. تصمیم گرفته شد که رقابت در بازار داخلی افزایش یابد و موجبات توسعه و پیشرفت فراهم شود. بنابراین، دولت در ژانویه ۱۹۸۷، محدودیتهای مربوط به صنایع را از میان برداشت تا ساخت هر نوع خودرو و توسط سازندگان میسر شود. واردات خودرو آزاد شد و سازندگان داخلی هم ظرفیت تولید خود را افزایش دادند.

با این همه، باز هم در اوایل سال ۱۹۹۰ وزارت صنایع و بازرگانی کره اعلام کرد که طرحهای پیشتری را برای حمایت از صنعت خودروسازی کشور در دست تهیه دارد. این بار، دولت از طریق تأمین منابع مالی و تقلیل مالیات، اقدامات مؤثری در زمینه پژوهش و گسترش به عمل آورد. بنابر مطالب مذکور، روش می‌گردد که نفوذ و نقش دولت در شکل بخشیدن به توسعه و

گسترش بخش صنعت خور و بسیار مؤثر بوده است. به بیان دیگر، صنعت خودروسازی کره جنوبی، فارغ از تأثیرات رقابت خارجی و به کمک سیاستهای مالی و تأمین سرمایه و مشارکتهای مستقیم دولت پیشرفت کرده است. امروزه صنعت خودروسازی، یکی از صنایع مهم و راهبردی در اقتصاد کره جنوبی به شمار می‌آید. نظریه اینکه این صنعت متکی به تکنولوژی پیشرفته است و رشد آن در گروکیفیت تولید قطعات و محصولات صنایعی است که در داخل کشور تولید می‌شوند، در تیجه، گسترش بخش‌های دیگر صنایع کره جنوبی در حد چشمگیری به توسعه صنعت خودروسازی متکی می‌باشد.

کره جنوبی که دیرتر از ایران شروع به راه اندازی صنعت خودروسازی کرد، در این صنعت آنقدر ضعیف بود که گفته می‌شود زمانی که هیأتی از آن کشور، از کارخانه ایران خودرو بازدید کرده بود، آرزو کرده بود که روزی به این مرحله از پیشرفت برسند. اما طی کمتر از ۲۰ سال، با استفاده از سیاستهای اصولی که با هدایت دولت و کمکهای فراوان آن انجام گرفت، به یکی از قطبهای تولید خودرو در آسیا و اروپا تبدیل شده، به گونه‌ای که امروزه کره به لحاظ خودروسازی در دنیا از اهمیت فوق العاده‌ای برخوردار است.

موارد مذکور، نمونه‌هایی از شبیوهایی است که کشورهای توسعه یافته یا در حال توسعه، به منظور حمایت و فعال ساختن کارخانه‌های خودروسازی خود به کار گرفته‌اند یا در هر مقطع از زمان که لازم بدانند به کار می‌گیرند. این همه، بدان جهت است که شواهد حاکی از آن است که صنعت خودروسازی حتی در سده ییست و یکم، نقش پیشناز را در میان صنایع دارد و به منزله نیروی محرک رشد بخش صنعت و پیشرو در امر تکنولوژی و نوآوری مطرح خواهد بود.

## بررسی صنعت خودروسازی ایران

نخستین بار، در زمان مظفر الدین شاه، خودروسواری به ایران وارد شد. لکن ورود پی در پی خودرو به ایران از سال ۱۳۰۰ شروع می‌شود. موضوع ساخت و مونتاژ خودرو در داخل، از حدود سال ۱۳۳۶ شروع شد که با اغماس می‌توان گفت مونتاژ و تولید خودرو در کشور حداً کثر سابقه‌ای ۳۵ ساله دارد. حال آنکه کارل بنز آلمانی، در سال ۱۸۸۵ میلادی، یعنی حدود ۱۱۰ سال پیش، با

اختراع نخستین موتور درون‌سوز، این صنعت را بنیان نهاد.

در ایران، پیش از تأسیس کارخانه‌های خودروسازی، صنعتگران کوچک در فن اتاقسازی به موقتیهای چشمگیری رسیده بودند. این موقتیتها به حدی بود که در دوره نهضت ملی کردن صنعت نفت (دولت مصدق)، تعدادی اتاق چوبی استیشن و کامیون به هند و پاکستان صادر شده است، اما پس از کودتای ۲۸ مرداد و باز شدن دروازه‌های کشور به روی خودرو، ریخته گریهای تبریز، تهران، اصفهان و مشهد که به ساختن قطعات کوچک موتور، براساس نمونه‌های غربی آن مشغول بودند، با ورشکستگی مواجه گردیدند.<sup>(۱۰)</sup>

با تأسیس ایران خودرو (ایران ناسیونال) در سال ۱۳۴۲، صنعت خودروسازی در ایران به طور جدی مطرح شد. ایران خودرو، با عرضه خودروهای سواری، تحولی در بازار خودروی داخل پدید آورد. پس از آن به تدریج کارخانه‌های دیگر پدید آمدند و تنوعی در تولید و عرضه خودرو به وجود آمد، اگرچه همگی به شکل سرهمندی قطعات بود.

از مجموع آمار و اطلاعات موجود در خصوص صنعت خودروی کشور از سالهای اولیه تأسیس تا به امروز که حدود ۳۵ سال است، می‌توان گفت که این صنعت، چند مرحله را پشت سر نهاده است. البته آنچه در این میان کاملاً پیداست و نقش کلیدی در میزان تولید و عرضه خودرو در کشور بازی کرده و هنوز هم تا حدودی مهم است، مسئله ارز و موجودی آن می‌باشد. به تعبیری روشنتر، صنعت خودروسازی کشور، وابستگی عمیقی به دلالهای نفتی داشته و دارد، به گونه‌ای که رونق و رکود آن همواره در گرو این مسئله بوده است. دوره‌های تاریخی صنعت خودروسازی نیز بر حسب همین متغیر کلیدی از یکدیگر قابل تمایز و بازشناسی هستند.

## مروری بر مطالعات انجام شده در مورد سیاستهای حمایتی و بازرگانی در صنعت خودروسازی ایران

### الف) برآورد نرخهای اسمی و مؤثر حمایت

براساس مطالعات تجربی انجام شده در مورد ساختار حمایت در ایران از یک سوی، و بررسی ابزارهای حمایتی از سوی دیگر، در می‌یابیم که اگر چه رژیم گذشته برای واردات تسهیلات

فراوانی قایل گردیده بود، ولی نتایج حاصل از آن، نشاندهنده آن است که در مقایسه با کشورهای دیگر، در ایران سطح حمایت اعطای شده نسبتاً بالا بوده است. به گونه‌ای که حمایت اسمی و مؤثر اعطای شده به صنعت خودروسازی ایران نسبت به حمایت اسمی و مؤثر اعطای شده به صنایع خودروسازی کشورهای بزرگی، شیلی، مکزیک، پاکستان، فیلیپین و نروژ در دهه ۱۹۷۰ از سطح بالاتری برخوردار بوده است.<sup>(۱۱)</sup>

#### جدول ۱. مقایسه نرخهای اسمی و مؤثر حمایت از خودروسازی در ایران و چند کشور دیگر<sup>۱</sup>

کشور	برزیل	شیلی	پاکستان	مکزیک	فیلیپین	نروژ	ایران <sup>۲</sup>	ایران <sup>۳</sup>
سال	۱۹۶۶	۱۹۶۱	۱۹۶۳-۴	۱۹۶۰	۱۹۶۵	۱۹۵۴	۱۳۷۰	۱۳۷۰
نرخ حمایت اسمی	۰/۹۸	۰/۱۶	۰/۳۹	۰/۲۳	۰/۳۴	۰/۲۳	۶/۸۶۰	۳/۱۹
نرخ حمایت مؤثر	۱/۹۸	۰/۳۳	۰/۷۴	۳/۰۹	۰/۵۳	۰/۵۲	۵۸/۱۸۲	۱۸/۲۹۰

۱. تمام محاسبات، بر مبنای ضریبهای داده - ستاندۀ تجارت آزاد و با استفاده از روش کوردن انجام شده است.

۲. نرخهای اسمی و مؤثر حمایت از خودروسازی در ایران، مربوط به رنو ۵ است که براساس مشاهدات تعریف‌ای برآورد شده است.

۳. نرخهای اسمی و مؤثر حمایت از خودروسازی در ایران، مربوط به رنو ۵ بوده که براساس مشاهدات قیمتی محاسبه شده است.

مأخذ: بهنام سالم (۱۳۷۰). بررسی صنعت خودروسازی کشور و مقایسه آن با سایر کشورها. ص. ۱۳۸.

اصولاً حمایت از صنعت و تولیدات داخلی آن‌جا مصدق می‌یابد که تعریف در خصوص کالاهای نهایی انجام پذیرد. زیرا این امر، قیمت کالاهای وارداتی را نسبت به کالاهای مشابه داخلی افزایش می‌دهد و شرایط رقابت را به نفع محصولات تولید داخل تغییر می‌دهد. این تعریف را که بر کالاهای

نهایی وارداتی وضع می‌گردد، نرخ حمایت اسمی<sup>۱</sup> می‌گویند. اما این نرخهای اسمی، تصویر درستی از درجه حمایت اعطای شده به هر بخش از اقتصاد را نشان نمی‌دهند. زیرا معمولاً نه تنها بر کالاهای نهایی، بلکه بر نهاده‌ها و کالاهای واسطه‌ای مورد نیاز برای تولیدات داخلی هم تعریف اعمال می‌شود، و به تبع افزایش قیمت نهاده‌ها، قیمت تمام شده کالاهای داخلی هم بالا می‌رود و این نتیجه‌ای نیست که ما از تعریف به عنوان یک ابزار حمایتی انتظار داریم. بدین روی، در برآورده میزان واقعی و خالص حمایت از صنعت و محصولات تولید داخل، علاوه بر تعریف وضع شده بر کالاهای نهایی وارداتی، تعریف وضع شده بر نهاده‌ها نیز در نظر گرفته می‌شود. که نرخ حمایت مؤثر<sup>۲</sup> خوانده می‌شود. به سخن دیگر، نرخ حمایت مؤثر نشانده‌هندۀ درصد افزایش هر واحد ارزش افزوده در یک فعالیت اقتصادی در نتیجه ساختار تعریف‌های نسبت به شرایط آزاد می‌باشد.

نتایج حاصل از مطالعه دیگر در مورد میزان حمایت به عمل آمده از صنعت خودروسازی در سالهای ۱۹۷۱ و ۱۹۷۸، گویای آن است که نرخ اسمی و مؤثر حمایت در تمام موارد بسیار بالاست.<sup>(۱۲)</sup>

جدول ۲. نرخ اسمی و مؤثر حمایت در سال ۱۹۷۱ میلادی (۱۳۵۰ خورشیدی)

شاهین	جیپ کالسکه‌ای	ریان	پیکان جوانان	پیکان دولوکس	اتومبیل
۲۱۵	۲۱۵	۲۱۵	۲۱۵	۲۱۵	نرخ حمایت اسمی (درصد)
۴۵۵۵	۱۴۹۵	۱۳۴۶	۵۶۷	۵۳۶	نرخ حمایت مؤثر (درصد)

مأخذ: بهنام سالم (۱۳۷۰). بررسی صنعت خودروسازی کشور و مقایسه آن با سایر کشورها.

جدول ۳. نرخ اسمی و مؤثر حمایت در سال ۱۹۷۸ میلادی (۱۳۵۷ خورشیدی)

کادیلاک ایران	بیوک ایران	شورلت ایران	جیپ کالسکه‌ای	ژیان	پیکان جوانان	پیکان دولوکوس	اتومبیل
۴۵۷	۳۲۶	۲۹۷	۳۱۱	۲۱۵	۱۱۹	۶۱۷	نرخ حمایت اسمی (درصد)
۵۶۷۳	۳۸۹۴	۳۵۱۳	۲۱۸۷	۱۳۱۷	۲۹۰	۲۷۰	نرخ حمایت مؤثر (درصد)

مأخذ: همان.

### ب) برآورد ارزش افزوده

به دنبال برآورد نرخهای حمایتی اسمی و مؤثر در صنعت خودروسازی کشور که درصد بالایی از حمایت را نشان می‌دهند، شاهرکنی پدیده ارزش افزوده منفی را مطرح می‌نماید. از آنجاکه این پدیده معلوم ساختار حمایتی تعریف‌هاست و معمولاً در صنایعی که زیر پوشش حمایتهای دولتی به وجود آمده و دوام یافته‌اند، دیده می‌شود، وی نشان داد که صنعت خودروسازی کشور در سالهای یاد شده، با ارزش افزوده منفی روبرو بوده است.

این حالت وقتی اتفاق می‌افتد که محصول تولید شده و نهاده‌های به کار رفته در آن به قیمت تجارت آزاد ارزشیابی شود. برای مثال، وقتی که قیمت یک واحد کالای نهایی در حالت تجارت آزاد ۱۰۰ دلار باشد، لکن قیمت تجارت آزاد یک واحد نهاده مورد نیاز برای تولید این واحد محصول نهایی بیشتر از آن، به فرض ۱۲۰ دلار باشد، در چنین حالتی، ارزش افزوده آن ۲۰ - دلار می‌باشد. و این بدان معناست که ارزش افزوده تحت حمایت، اگر براساس قیمت‌های تجارت آزاد محاسبه شود، دارای یک ارزش منفی می‌گردد. لکن طبیعی است که اگر ارزش افزوده به قیمت‌های داخلی سنجیده شود، همیشه ثابت خواهد بود.<sup>(۱۳)</sup>

**جدول ۴. برآورد ارزش افزوده منفی در هر واحد تولید با قیمت‌های تجارت آزاد سال ۱۹۷۱  
در صنعت اتومبیل ایران**

۱. مدل اتومبیل	پیکان دولوکس	پیکان جوانان	ژیان	جیپ	شاهین
۲. قیمت داخلی اتومبیل (ریال)	۲۵۲,۳۵۰	۳۰,۲۵۰	۱۸۱,۱۲۵	۳۴۵,۶۸۶	۳۴۴,۷۵۰
۳. ارزش قطعات ساخت داخل مورد استفاده در یک اتومبیل (ریال)	۳۰,۰۰۰	۳۵,۰۰۰	۱۸,۰۰۰	۳۰,۰۰۰	۳۵,۰۰۰
۴. ارزش قطعات وارداتی مورد استفاده در یک اتومبیل به قیمت داخلی	۱۰۲,۸۵۸	۱۱۶,۳۸۹	۷۴,۰۰۰	۱۶۵,۰۰۰	۱۵۳,۰۰۰
۵. کل ارزش نهادهای واسطه‌ای مورد استفاده در یک اتومبیل به قیمت داخلی (ریال)	۱۳۲,۸۵۸	۱۴۹,۳۸۹	۹۲,۰۰۰	۱۹۵,۰۰۰	۱۸۸,۰۰۰
۶. متوسط نرخ تعرفه روی نهاده‌های واسطه‌ای با وجود محتوای ملی لازم	۰/۴۲۱	۰/۴۲۳	۰/۲۷۸	۰/۲۲۱	۰/۲۲۵
۷. نرخ اسمی تعرفه روی یک اتومبیل (درصد)	۲۱۵	۲۱۵	۲۱۵	۲۱۵	۲۱۵
۸. قیمت تجارتی آزاد یک اتومبیل (ریال)	۸۰,۱۱۱	۹۶,۲۷۰	۵۷,۵۰۰	۱۰۹,۱۰۷	۱۰۹,۱۴۴
۹. قیمت تجارتی آزاد نهاده‌های واسطه‌ای مورد استفاده یک اتومبیل (ریال)	۹۳,۴۹۶	۱۰۴,۹۸۲	۷۱,۹۸۷	۱۵۹,۷۰۵	۱۵۲,۴۶۹
۱۰. ارزش افزوده در هر واحد اتومبیل به قیمت تجارت آزاد (ریال)	-۱۳,۳۸۵	-۸,۷۱۲	-۱۴,۴۸۷	-۵۰,۵۹۸	-۴۴,۰۲۵

مأخذ: احمد شاهرکنی (۱۳۶۹)، ارزش افزوده منفی تحلیلی ایستا بر زیان تولید در صنعت اتومبیل ایران.  
مجله اقتصاد مدیریت.

کوردن<sup>۱</sup> در کتاب تئوری حمایت، مثالی از صنعت خودروسازی آورده و به برخی از دلایل این امر اشاره کرده است که چرا هزینه وارد کردن قطعات خودرو به صورت جداگانه، از هزینه وارد کردن خودرو ساخته شده بیشتر است. او می‌گوید: "این امر می‌تواند در اثر هزینه بیشتر حمل و نقل و بسته‌بندی قطعات منفصله بوده، یا ناشی از عدم کارایی در استفاده از نهاده‌ها و اتلاف آنها در داخل باشد. در صورت وجود ارزش افزوده منفی در صنعت تحت حمایت زیان تولیدی می‌تواند به دو بخش تقسیم شود. زیان ارز خارجی به این دلیل است که کشور مزبور می‌تواند همان مقدار محصول را با هزینه کمتری، از بازار جهانی به دست آورد. زیان منابع داخلی به این دلیل است که عوامل اصلی تولید که از بخش‌های دیگر به بخش تحت حمایت انتقال یافته‌اند، چیزی به درآمد ملی اضافه نمی‌کنند، و در نتیجه، کاملاً ضایع می‌شوند."<sup>(۱۴)</sup>

می‌دانیم که تولید خودرو، هم به نهاده‌های واسطه‌ای، از جمله قطعات منفصل و هم به عوامل اصلی تولید، از قبیل کار، سرمایه و زمین نیاز دارد. در مورد ایران در دوره مذکور که بررسی صورت گرفته است، نهاده‌های واسطه‌ای عمده‌اند وارداتی بوده‌اند. دیگر آنکه ایران هم برای محصول نهایی، یعنی خودرو، و هم برای نهاده‌های واسطه‌ای، در بازار جهانی قیمت پذیر است و روشن است که در فرایند تولید، این نهاده‌های اصلی هستند که ایجاد ارزش افزوده می‌کنند.

گفته شد که برآوردها نشان می‌دهد که ارزش افزوده منفی در صنایعی پیدا می‌شود که در اثر مجموعه‌ای از تعرفه‌ها به وجود آمده‌اند. توضیح جریان عمل بدین صورت است که در ابتدا که تعرفه حمایتی وجود ندارد، قیمت عرضه داخلی خودرو، به دلیل عدم کارایی در تولید، از قیمت جهانی آن فراتر می‌رود. زیرا مطرح کردیم که کشوری مثل ایران برای خودرو قیمت پذیر است، بدین معنا که منحنی‌های عرضه خودرو و نهاده‌های واسطه‌ای در قیمت‌های بین‌المللی به صورت افقی هستند. در نتیجه، همه مصرف‌کنندگان داخلی به سمت خودروهای خارجی می‌گرایند و واردات تمام نیاز داخلی را تأمین می‌کند، و بنابراین، در داخل تولید نخواهیم داشت. دولت برای جلوگیری از ورشکستگی تولیدکنندگان داخل، اقدام به وضع تعرفه حمایتی می‌نماید. بر این اساس، قیمت داخلی خودرو از قیمت جهانی آن بیشتر می‌شود. ولی در عین حال، حمایت از صنعت خودروسازی داخلی، مستلزم خرید برخی قطعات خاص با قیمت‌های بالاتر از منابع داخلی است. قیمت بالاتر

قطعات داخلی، قیمت نهاده واسطه‌ای را به بیش از قیمت جهانی آن افزایش می‌دهد. بدین ترتیب، هنگامی که زیر پوشش این برنامه حمایتی مقداری تولید وجود داشته باشد، ارزش محصول نهایی با قیمت بین‌المللی از ارزش نهاده واسطه‌ای به کار رفته در آن کمتر می‌شود و این اختلاف ارزش افزوده منفی در فعالیت تولیدی را نشان می‌دهد.

به طور خلاصه، از مجموع مطالعات انجام گرفته در مورد صنعت خودروسازی کشور می‌توان به موارد زیر اشاره کرد:

۱. نرخهای مؤثر و اسمی حمایت از صنعت خودروسازی کشور در سطح بالایی بوده و نسبت به بعضی کشورها فراتر رفته است.

۲. میزان نرخهای مؤثر حمایت و نسبت آنها به نرخهای اسمی نشانده‌اند آن است که تعریفهای وضع شده بر نهاده‌ها ناچیز بوده‌اند.

۳. برآورد ارزش افزوده این صنعت بر حسب قیمت‌های بین‌المللی، حکایت از منفی بودن آن دارد. این امر را نتیجه سیاستهای حمایتی شدید می‌دانند.

بنابر مطالب مذکور است که در بررسی و مطالعه صنعت خودروسازی کشور، همواره مهمترین پرسشن این بوده است که چرا با وجود این همه حمایت که از صنعت مذکور در طول قریب به ۳۰ سال صورت گرفته است، صنعت خودروسازی کشور هیچ‌گاه جایگاه واقعی خود را نیافرته است و همواره محتاج حمایت و پشتیبانی دولت باقی مانده است؟ از این رو است که می‌بینیم که به انتقاد از سیاستهای حمایتی می‌پردازنند و همه مشکلات صنعت، و به ویژه صنعت خودروسازی را ناشی از سیاستهای به اصطلاح حمایتی می‌دانند.

برای یافتن پاسخ این پرسشن، یک مقایسه تطبیقی در خصوص صورت و محتوای سیاستهای حمایتی انجام می‌دهیم و می‌کوشیم تا از خلال آن به واقعیت امر دست یابیم.

## بررسی تطبیقی سیاستهای حمایتی صنعت خودروسازی از نظر صورت و محتوا

در خصوص صنعت خودروسازی، از آنجا که کشور ما جزو کشورهای اولیه که مراحل طبیعی و پیاپی آن را طی کرده‌اند، بود، با روش دوم در خودروسازی، یعنی مونتاژ خودرو شروع کرد. خودروساز شدن از این طریق، بیش از هر چیز، نیازمند راهبرد و فضای مناسب توسعه‌ای و الگوی خاص در این زمینه است. به بیان دیگر، جایگزینی واردات و سیاستهای حمایتی در این مرحله

مهمنترین نکته است.

در بررسی وضعیت گذشته و حال صنایع خودروسازی کشور می‌بینیم که این صنعت، بر خلاف آنچه گفته می‌شود، تابع الگوی جایگزینی واردات در توسعه صنعتی نبوده است. زیرا براساس الگوی توریک جایگزینی واردات برای خودرو ساز شدن طی مراحلی چند به صورت پیاپی در این خصوص ضروری است که به شرح زیر است:

در آغاز باید واردات خودرو انجام گیرد تا بدین وسیله تقاضای کافی برای مصرف داخلی ایجاد گردد. در مرحله بعدی کشور باید به ایجاد صنایع مونتاژ بپردازد و آنگاه مراحل بعدی مطابق آنچه در زیر آمده عملی گردد:

- ایجاد صنایع جانبی، از قبیل لاستیک‌سازی و شیشه‌سازی.
- ایجاد صنایع ساخت هوتور خودرو.
- ایجاد صنایع ماشین ابزار و قطعه‌سازی.
- ایجاد صنایع نورد فولاد.

در ایران، مرحله اول، یعنی واردات خودرو خارجی به منظور ایجاد تقاضا به خوبی هر چه تمامتر انجام گرفت. مطلب زیر که برگرفته از ستون "چهل سال پیش در همین روز" روزنامه اطلاعات، مورخ ۱۳۷۴/۴/۱ می‌باشد، مؤید این موضوع است:

مگر ایران می‌خواهد کلکسیون خودرو بسازد؟ این را هم بخوانید که خیلی جالب است. در ۲۵ سال قبل روزنامه اطلاعات به مناسب انتشار آمار گمرکی نوشت: "ییلان گمرکی ۱۳۰۸ نشان می‌دهد که در آن سال بیش از ۱۵۰۰ دستگاه خودرو سواری از نواد مارک مختلف وارد ایران شده. مثل اینکه ملت ایران می‌خواهد کلکسیونی از خودرو تشکیل بدهد. در هیچ مکان دنیا چنین آش دره‌می پیدا نمی‌شود."

این اعتراض ۲۵ سال قبل به مناسب ورود ۱۵۰۰ دستگاه خودرو وارد آمد، اما امروز خوب شد که زنده ماندیم و دیدیم به جای ۱۵۰۰ دستگاه صحبت از سی هزار است و به جای نواد مارک مختلف صحبت از سیصد و چهارصد مارک می‌باشد!

در مرحله بعد، کشور به ایجاد صنایع مونتاژ خودرو پرداخت و تا مدت‌ها این کار را به خوبی پی‌گرفت. اما از این مرحله به بعد، عملًا آنچه اتفاق افتاد، این بود که به جای حرکت در عمق و ادغام عمودی ماقبل و استفاده از پیوندهای جانبی برای ایجاد صنایع مکمل حرکت در سطح و

گسترش تعداد واحدهای مونتاژ خودرو اتفاق افتاد. یعنی پس از مونتاژ پیکان، مونتاژ ژیان و رنو، آریا، شاهین، شورلت ایران و موارد دیگری از این قبیل صورت گرفت. یکی از علل این امر، ایجاد تقاضای فزاینده بود برای خودرو و سهولت و مقرن به صرفه بودن مونتاژ خودرو، به جای ساختن موتور خودرو و سایر صنایع مربوط به آن که با تکنولوژی پیچیده‌تر و کم سودتر می‌باشد. بدین ترتیب، کشور از نظر تکنولوژی خودروسازی به اقیانوسی به عمق یک میلیمتر تبدیل شد که فقط کالاهای سطحی و مونتاژ خودرو را می‌دانست تا تکنولوژی ساخت یک خودرو کاملاً داخلی را.<sup>(۱۵)</sup>

بنابراین، می‌بینیم که "اینکه در کشور حدود ۲۰ کارخانه به تولید و مونتاژ خودرو پرداختند، حکایت از آن دارد که علی‌رغم شعارهای جایگزینی واردات که در سابق به وفور مورد استفاده قرار گرفته، تولید به شکل مونتاژ در ایران، نه برای جایگزینی واردات، که برای اشاعه مصرف بی‌مهر و تضمین شده کالاهای خارجی طراحی شده بود." و به تعییری "در حقیقت آنچه عمل شد "توسعه واردات" بود، چرا که از رهگذر دلبستگی به صنایع مونتاژ علی‌رغم ظاهر آن که موجب افزایش قدرت تولیدی شد، اما در عمق و بیان خود چیزی جز افزایش مصرف، متنه با ابعادی بسیار خطرناک‌تر و با افزوده شدن عنصر وابستگی به شکل جدید آن بوده است." و هیچ‌گاه درونزا کردن مبانی علمی و فنی ساخت خودرو توجه نشده است.<sup>(۱۶)</sup>

بنابراین، مهمترین دلایل ناکامی خودروساز شدن از طریق این مدل را باید در چگونگی سیاستهای حمایتی ذیریط جستجو کرد. در ادامه به برخی از این علل و نقش آنها در بی‌اثر شدن تلاشها به علت تمایز اساسی آنها با برنامه حمایتی می‌پردازیم.

## ۱. انحراف از اهداف اصلی حمایت

طی سالهای دهه ۱۳۵۰، صنعتی شدن کشور از هدفهای اصلی سیاستهای دولت بود. راهبرد جایگزینی واردات و استفاده از ابزارهای حمایتی در این زمینه مورد توجه بود و دلایل توسل به این روش کافی به نظر می‌رسید. به‌ویژه در زمینه خودرو ساخت داخل، به دلایلی از قبیل ورود قطعات اصلی، وابستگی به مواد اولیه خارجی، تولید در مقیاس کوچک، پرداخت حق الامتیاز و نبود تجربه و مهارت کافی، نسبت به انواع مشابه داخلی، قیمت تمام شده در سطح بالاتری قرار داشت و به یقین، بدون اتخاذ سیاستهای حمایتی از این صنعت، رشد و دوام کارخانه‌ها امکان‌پذیر

نمی‌بود.

علاوه بر آن، خودروهای ساخت داخل به لحاظ کیفیت نیز در مقایسه با اکثر خودروهای ساخت خارج در سطح پایین تری قرار داشتند. از این‌رو، هم می‌بایست از صنایع خودروسازی حمایت لازم به عمل می‌آمد و هم به راههای مختلف، تقاضا به سوی محصولات داخل سوق داده می‌شد.

در آغاز، دولت به دو شکل به حمایت از صنایع مذکور پرداخت. نخست از طریق کمکهای مستقیم و غیرمستقیم که خود ارائه می‌کرد. دوم با تشویق و کمک به شرکتهای خصوصی و دادن وام و اعتبار و دعوت آنها به سرمایه‌گذاری در این بخش. اما ترتیب حمایتهای دولت هیچ مدل و نظم خاصی نداشت. به بیان دیگر، این کمکها، اولاً درون مجموعه‌ای اقدامات نظام یافته، به منظور توسعه تکنولوژیک صورت نگرفت، یعنی نه زمینه و ساختار هماهنگ چنین سیاستهایی فراهم آمده بود و نه نظام حمایتی و بازارگانی با نظام تکنولوژی و صنعت خودرو ارتباط توسعه‌ای داشت. ثانیاً هدف و غایت برنامه‌های در دست اقدام هم روشن نبود. ثالثاً دولت به‌زودی روش دیگری به عنوان حمایت برگزید که متناسب منافع اصلی دولت بود و نه حمایت جهت‌دار از صنعت خودرو. سیاستهای جدید تنها به غیرمجاز نمودن ورود وسایط نقلیه عمومی (اتوبوس، مینی‌بوس و همانند آن) و نیز حمایت گمرکی بالاتر محدود شد. در نتیجه اتخاذ چنین روشی، درآمدهای دولت رو به افزایش نهاد. به سخن دیگر، با افزایش مرتب حقوق و سود بازارگانی، نه تنها سیاست دولت مبنی بر حمایت از صنایع داخلی توجیه می‌شد، برای دولت نیز یک منبع درآمد حاصل می‌گردید که چشمپوشی از آن مشکل می‌نمود. از این‌رو، سیاست حمایت گمرکی بدون توجه به لزوم تغییرات کلی در آن و لزوم ایجاد یک بازار رقابتی برای بهبود کیفی خودرو همچنان ادامه یافت. البته این تداوم، نه برای رشد و تقویت صنعت خوروسازی کشور، بلکه به منظور دست یافتن به درآمدهای حاصل از این امر بود.

آمار نشان می‌دهد که درآمد دولت طی سالهای ۱۳۴۸-۱۳۵۶ از سود بازارگانی و حقوق گمرکی خودرو با متوسط رشدی معادل  $\frac{۵۷}{۵}$  درصد سالانه افزایش یافت و به حدود ۶۶ میلیارد ریال رسید. درآمد مذکور، در سال ۱۳۵۶، حدود  $\frac{۳۹}{۵}$  درصد کل عواید دولت از محل مالیات بر واردات و ۶۸ درصد کل عواید حاصل از مالیاتها و عوارض خودرو را تشکیل می‌داد.<sup>(۱۷)</sup>

### جدول ۵. درآمد دولت از طریق حقوق گمرکی و سود بازرگانی

سال	حقوق گمرکی و سود بازرگانی (میلیون ریال)					درصد ارزش اتومبیلهای داخلی	درصد ارزش اتومبیلهای وارداتی	درصد ارزش اتومبیلهای داخلی
	جمع	سایر	اتومبیل سواری					
۱۳۴۸	۱۷۵۷	۲۹۰	۱۳۶۷	۱۱۹	۱۱۹	۷۰۰	۷۱۱	۱۲۸
۱۳۴۹	۱۶۳۴	۴۳۲	۱۱۹۲	۳۰۰	۱۷۸۸	۷۰۰	۹۱۶	۴۰۰
۱۳۵۰	۱۴۸۸	۱۱۷۰	۱۱۷۰	۷۴۹	۱۵۰۰	۱۲۶۰	۲۰۳۱	۱۹۵۳
۱۳۵۱	۴۱۶۶	۱۰۶۸۹	۱۰۶۸۹	۳۰۹۶۱	۱۲۲۴۲	۳۰۰۹۸	۴۱۱۲	۵۰۹۳
۱۳۵۲	۳۵۲	۲۰۹۷۷	۲۰۹۷۷	۶۶۰۵۲	۴۵۷۰	۴۵۰۰	۴۵۰۰	۴۰۰۰
۱۳۵۳	۴۵۱۸	۱۶۵۲	۱۶۵۲	۵۵۶۱	۳۸۲۲۵	۲۶/۲	۵۵/۲	۵۷/۴
۱۳۵۴	۳۰۰	۲۱۷۴	۲۱۷۴	۵۰۹۳	۳۰۹۶۱	۱۴	۱۴	۱۴
۱۳۵۵	۳۳۶۵۵	۶۳۸۷۸	۶۳۸۷۸	۴۰۰۰	۶۶۰۵۲	۶۱/۷	۶۱/۷	۶۱/۷
۱۳۵۶	۱۱۷۰	۱۱۷۰	۱۱۷۰	۱۹۵۳	۱۲۲۴۲	متوسط	متوسط	متوسط
رشد سالانه								

مأخذ: بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران، صنعت اتومبیل در ایران.

همانگونه که از جدول پیداست، در این دوره، درآمد دولت از محل پنج درصد و ده درصد ارزش خودروهای وارداتی و تولید داخلی افزایش چشمگیری داشته است (به طور متوسط، ۳۴ درصد در سال، یعنی حدود ۹ میلیارد ریال). بدین ترتیب، یک انتقاد اساسی بر سیاستهای حمایتی دولت، انحراف از هدفهای اولیه و به فراموشی سپردن آنهاست، به گونه‌ای که هدف درآمدی دولت از محل عوارض و گمرکات در رأس قرار می‌گیرد و به تطبیق و هماهنگی آن با وضعیت

### خودروی کشور اهمیت داده نمی‌شود.

مطلوب دیگری که مؤید این موضوع است، مباحثی است که در جلسات مورخ ۱۳۵۷/۷/۲۳ و ۱۳۵۷/۸/۷ شورای اقتصاد رژیم سابق مطرح شده است. در جلسات مذکور می‌گویند که صاحبان کارخانه‌های خودروسازی درخصوص قیمت مصوب محصولات خود معرض هستند و چون فعالیتهای آنها به مرحله سودآوری نرسیده است، خواهان کاهش سود بازرگانی انواع خودروها هستند، به گونه‌ای که سود بازرگانی که از حدود ۱۰۰ درصد در سال ۱۳۵۵ به حدود ۶۰ درصد تقلیل یافه بود، اکنون به کلی حذف شود، زیرا اولاً افزایش نرخ ارز، قیمت قطعات منفصل، رقم بزرگی از هزینه را در بر می‌گیرد. ثانیاً بهره وام که بدون استثناء در مورد تمام کارخانه‌ها صادق است، بسیار بالاست. براین اساس، شرکت ایران ناسیونال پیشنهاد کرده بود که به منظور از بین بردن بازارسیاه خودرو پیکان و ایجاد رقابت، حمایت از آن کاهش داده شود.

اما وزرات امور اقتصادی و دارایی، به دلایل زیر، با این درخواست موافقت نکرد:  
 اولاً این امر، سبب کاهش درآمد حاصل از دریافت سود بازرگانی و عوارض گمرکی می‌شود.  
 ثانیاً این امر، باعث تشویق به مصرف بیشتر، و در نتیجه، ترافیک و ازدحام می‌گردد. ثالثاً در اثر واردات بی‌رویه، مشکل تأمین بنزین خواهیم داشت! <sup>(۲۲)</sup>

این موارد به خوبی نشانده‌اند انتشار حمایت و توجه به فروع موضوع هستند.

### ۲. تعریفه به عنوان یک ابزار حمایتی نمایانگر ساختار حمایتی نیست

گفتیم که سیاستهای حمایتی دارای ترکیب و ساختار پیچیده‌ای هستند که در نظام بازرگانی باید انعطاف‌پذیری و تطبیق هم داشته باشند و فراخور زمان و نیازها از ابزارهای مناسب استفاده گردد. به یقین، می‌توان گفت که در بیشتر کشورها، سیاست حمایتی به منظور ارتقا و پایداری صنایع وجود دارد، اما شیوه‌ها، هدفها و ابزارهای این حمایتها متفاوت است.

امروزه حمایت، شکلهای پیچیده‌ای به خود گرفته و ابزارهای متنوعی را هم به خدمت گرفته است، یعنی چه بسا کشوری در ظاهر و برحسب نرخهای اسمی و مؤثر، کمترین میزان حمایت را داشته باشد، اما در عمل به سبب حمایتهای نامرئی واجد سطح بالایی از حمایت باشد. بدین روی، تنها با مطالعه نرخ تعریفه و سیاستهای بازرگانی نمی‌توان در مورد ساختار حمایتی کشورها قضاوت کرد. بلکه انواع حمایتهای مالی، اعتباری و حقوقی وجود دارد که منجر به حمایت از صنعت یا

صنایع خاصی می‌گردد. جهتگیری حمایت از صنایع نیز متفاوت است. برای مثال، در کشورهای در حال توسعه، از صنایع نوپا حمایت می‌شود، در حالی که در کشورهای صنعتی غالب از صنایع پرسابقه حمایت می‌گردد.<sup>(۱۸)</sup>

از طرف دیگر "نرخ حمایت مؤثر اگرچه یکی از مهمترین عوامل تعیین‌کننده تولید است. اما نرخ حمایت مؤثر مثبت به مفهوم افزایش نسبی عرضه داخلی به همان نسبت نیست. بلکه برای افزایش در عرضه علاوه بر مثبت بودن نرخ حمایت باید به کشش عرضه توجه کرد. هر چه کشش عرضه بیشتر باشد اثر حمایتی یک نرخ حمایتی بیشتر است و برعکس". حال آنکه تمام مطالعات صورت گرفته در خصوص ساختار حمایتی صنعت خودروسازی کشور تنها به بررسی دو ابزار "تعرفه" و "محدودیت یا ممنوعیت" بسته‌گرده‌اند، و نتایج حاصل از این مطالعات مبنای قضاوت قرار گرفته است.

از آنجاکه برآورد نرخهای مؤثر و اسمی حمایت در صنعت خودروسازی کشور بیانگر سطح بالایی از حمایت براساس تعرفه‌های وضع شده بر واردات بوده‌اند، همواره گفته‌اند که از صنعت خودروسازی کشور حمایت بسیار شدیدی به عمل آمده است.

در تحلیل این وضعیت باید گفت که دو عامل مورد توجه واقع نشده‌اند. یکی بی‌اثر بودن سطح حمایت مؤثر بر میزان عرضه و افزایش تولید خودرو، به گونه‌ای که حتی در بهترین حالت تولید، یک تقاضای اضافی وجود داشته و این‌گونه حمایتها توانسته عرضه آنرا به وجود آورد. دیگر آنکه، طبق بحث پیشین، هدف از وضع تعرفه بالا هم باید در نظر گرفته شود. زیرا فقط یکی از هدفهای وضع تعرفه حمایت است و همواره ممکن است این هدف تحت الشاع سایر هدفها قرار گیرد. همان‌طور که دیدیم، در مورد صنعت خودروسازی کشور چنین انحرافی رخ داده است. خاصه اینکه در ایران سیاستهای تعرفه‌ای نقش مهمی در نظام صادرات و واردات ندارند و به عنوان یک ابزار حمایتی از کمترین اثر برخوردار می‌باشند. برآورده که از کشش واردات نسبت به تعرفه به عمل آمده است، حدود ۴۶٪ می‌باشد. یعنی با افزایش یک درصد به تعرفه، حدود ۴۶٪ درصد واردات کاهش می‌یابد. که قطعاً در مورد کالاهای مجلل (از قبیل خودروهای گرانقیمت) به دلیل وجود متقاضیان با سطح درآمد بالا، این کشش کمتر نیز می‌باشد.<sup>(۱۹)</sup>

### ۳. نوب برنامه حمایت محتواي

گفته‌يم که دولتهای شماری از کشورها، برنامه‌هایی داشته یا دارند که براساس آنها، حمایت از

صنعت خودروسازی را مشروط می‌کنند به اینکه آن صنعت درصد (نسبت) خاصی از مواد و قطعات ساخته شده داخلی را مورد استفاده قرار دهد. هدف آن دست یافتن به ۱۰۰ درصد محتوای داخلی است. این نوع "برنامه حمایت محتوایی" دارای دو اثر است: یکی اینکه بر حمایت مؤثر برای تولیدکنندگان کالای نهایی اثر می‌گذارد و دیگر اینکه تولیدکنندگان داخلی نهاده‌ها را حمایت می‌کند.<sup>(۲۰)</sup>

در ایران از آنجاکه در تمام دوران پیش از انقلاب و حتی برای سالهای زیادی پس از انقلاب، صنعت خودروسازی کشور تنها به شکل مونتاژ قطعات منفصل وارداتی عمل می‌کرده است؛ به همین دلیل، سازندگان قطعات داخلی، یا پدید نیامدند یا اگر شکل گرفتند، رشد نکردند و در وضعیت میزان تولید بسیار پایین باقی ماندند. زیرا از یک سو، هیچ تعریفه‌ای به قطعات خودرو که با ۷۰ دلار ریالی وارد می‌شد تعلق نمی‌گرفت، و از سوی دیگر، نبود یک برنامه حمایت محتوایی به منظور حمایت از سازندگان قطعات داخلی، امکان حضور در بازار و رقابت را از آنها گرفته بود.

**جدول ۶. درصد استفاده از ظرفیت و اعتبارات ارزی گشایش شده برای صنایع خودروسازی طی سالهای ۱۳۶۳ تا ۱۳۶۷**

اعتبارات ارزی گشایش شده (هزار دلار)	درصد استفاده از ظرفیت	سال
۶۸۰۶۸	۹۷	۱۳۶۳
۴۶۴۲۹	۵۹	۱۳۶۴
۱۱۷۴۷	۳۳	۱۳۶۵
۱۶۶۷۵	۳۷	۱۳۶۶
۱۵۷۵۳	۱۶	۱۳۶۷

مأخذ: وزارت صنایع سنگین. عملکرد صنایع سنگین سال ۱۳۶۸.

می‌توان استبطاط کرد زمانی که از لحاظ وضعیت درآمدهای ارزی در وضعیت خوبی قرار داشته‌ایم و قادر به گشایش اعتبارات ارزی بیشتر بوده‌ایم، استفاده از ظرفیت کارخانه‌های

خودروسازی نیز افزایش یافته، و بر عکس، در حالت کاهش درآمدهای ارزی، تولید صنعت خودروسازی کشور نیز به کمترین حد ممکن کاهش می‌یافته است. این وابستگی تا آنجا بوده که طبق برآورده که وزارت صنایع سنگین در سال ۱۳۶۵ انجام داده، در صنعت خودروسازی، حدود ۷۴/۸ کل مواد اولیه و واسطه و مصرفی از خارج وارد می‌شده است.

می‌بینیم که سیاستهای اتخاذی در طول تمام سالهای مذکور، کمترین نقش در افزایش ساخت داخل داشته است و صنایع همواره وابسته به خارج باقی مانده‌اند. در حالی که یکی از هدفهای اصلی هر سیاست حمایتی، قطع وابستگی به خارج و درونزاکردن تولید است، به گونه‌ای که منابع داخلی درصد بالایی از ساخت داخل را تشکیل دهنند. برنامه حمایت محتواهی، چنین هدف مهمی را دنبال می‌کند. لکن سیاستهای حمایتی در خصوص صنعت خودروسازی هیچ‌گاه به این نکته توجهی نداشته‌اند.

#### ۴. هدفمند نبودن سیاستهای صنعتی و حمایتی (نبود راهبرد)

شاید بتوان گفت که مهمترین مشکل صنعت خودروسازی کشور نبود هدفهای مشخص و سیاستهای تعریف شده و باثبات در طول سالیان متتمادی بوده است. به گونه‌ای که نه سازندگان و نه تولیدکنندگان قطعات، به درستی وضعیت آینده را نمی‌دانستند و نسبت به سیاستها اطمینان نداشتند. همین موضوع باعث شده بود که صنعت خودروسازی نه تنها نقش اساسی آن، که عبارت از "نیروی محرك" و پیشبرنده صنعت است را نداشته باشد، بلکه خود به شدت متأثر از تصمیم‌گیریهای باشد که بعض‌اً ضد حمایتی به شمار می‌روند.

مرور سیاستها، قوانین و بخشنامه‌های متعددی که در طول سالیان گذشته سرنوشت صنعت خودروسازی کشور را رقم می‌زدهاند، نشانده‌ند سردرگمی در میان مقامات و مسئولان ذی‌ربط است. سیاستها چنان ضد و نقیض و ناپایدار بوده‌اند که مجال تحرک و برنامه‌ریزی بلندمدت و دقیق را از این صنعت گرفته‌اند. همین بی‌برنامگی، شدیدترین ضربه‌ها را بر این صنعت وارد آورده است.

طبق نظریات حمایتی، علاوه بر ثبات و اطمینان از دوام حمایتها، حتی وجود برخی نهادها و سازمانها برای پشتیبانی تکنولوژیک و نظارت کامل بر طی مراحل مختلف زایش، بلوغ و تکامل هر صنعتی لازم است. در غیراین صورت و در حالت پراکندگی تصمیم‌گیری، نتیجه رضایت‌بخش

نخواهد بود. این در حالی است که یکی از مسائلی که کل اقتصاد، بهویژه صنعت خودروسازی کشور، چه پیش از انقلاب و چه پس از انقلاب، همواره از آن رنج برده، دستورالعملها، بخشنامه‌ها و قوانین ضد و نقیضی بوده و هست که از سوی سازمانها و دست‌اندرکاران صنعت و تجارت خارجی کشور صادرگردیده است. درخصوص صنعت خودروسازی کشور، تا پیش از انقلاب به مقتضای مسائل و مشکلات فرعی و مقطعی که پیش می‌آمد، تصمیمات خام و یک بُعدی اتخاذ می‌شد که عمولانه تنها به توان و کارایی صنعت خودرو نمی‌افزود، بلکه مشکلات بعدی آن را بیشتر می‌کرد. بررسی مصوبات شورای اقتصاد پیش از انقلاب، به عنوان مرجع مهم تصمیمگیری مسائل اقتصادی و صنعتی کشور، بهویژه درباره خودروسازی به خوبی گویای این موضوع است.

پس از انقلاب اسلامی، این مسئله به دلایل مختلف تشدید شد. مشکلات خاص کشور در طول سالهای جنگ، اولویت‌بندی کردن نیازها بر حسب درآمدهای ارزی و نحوه تخصیص آن، وجود مراکز متعدد تصمیمگیری و عواملی از این دست، باعث شد تا تصمیمگیریها به مراتب عجولانه تر و ناهمانگ تر از گذشته باشند. بهویژه طی سالهای اخیر، شمار بسیاری از آئین‌نامه‌ها و مقررات توسط سازمانهای مختلف ابلاغ شده و در مدتی نه چندان طولانی تغییر یافته است.

پس از انقلاب اسلامی، تصمیمات متعددی درخصوص صنایع خودروسازی و نحوه حمایت از آنها اتخاذ شد. بسیاری از این تصمیمات مقطعی و زودگذر بودند که می‌توان گفت که در مجموع، ناشی از اوضاع اقتصادی و ارزی کشور بوده است. تقویم تحولات سیاستهای حمایتی در خصوص صنعت خودروسازی پس از انقلاب را می‌توان به شرح زیر خلاصه کرد:

- در سال ۱۳۵۸ واردات هر نوع خودروی شخصی و سواری ممنوع اعلام گردید.

- در سال ۱۳۶۲ براساس مصوبه هیأت وزیران، واردات خودرو، طبق ضوابط خاصی، آزاد اعلام گردید.

- در سال ۱۳۶۳، سود بازرگانی خودروهای وارداتی افزایش یافت.

- در سال ۱۳۶۴، براساس تصمیم هیأت دولت، واردات خودرو در حالتهای خاص (مصطفی سال ۱۳۶۲) لغو گردید. در ضمن، در این سال، مالیات بر ارزش خودروهای داخلی، از ۵ درصد به ۱۰ درصد و در مورد خودروهای وارداتی از ۱۰ درصد به ۲۰ درصد افزایش یافت.

- در سال ۱۳۶۵، بار دیگر سود بازرگانی خودروهای وارداتی افزایش یافت.

- در سال ۱۳۶۹ براساس مصوبه هیأت وزیران، دوباره واردات خودرو، با شرایط خاصی،

آزاد اعلام گردید.

- در سال ۱۳۷۰، واردات خودرو ممنوع شد. در خرداد ماه ۱۳۷۰، بار دیگر براساس مصوبه مجلس شورای اسلامی، واردات خودرو، طبق شرایط خاصی، آزاد اعلام گردید.

- در آبانماه ۱۳۷۰، بار دیگر، ضوابط خاصی برای واردات خودرو، تعیین گردید. به این صورت که واردات چهار مدل خودرو که در آن زمان در ایران دارای نمایندگی بودند، شامل پژو (مدل ۴۰۵)، میتسویشی (مدلهای گلاانت، لانسر و پاچرو)، ولوو (ساخت هلند، مدل‌های سری ۴۰۰) و سوبارو (تمام مدل‌ها) مجاز اعلام گردید. براساس این مصوبه، واردات سایر خودروهای در ایران نمایندگی مجاز نداشتند، تا آخر پاییز ۱۳۷۰ مجاز و از آن تاریخ به بعد خودروهای وارداتی از گمرک قابل ترجیح نمی‌بودند.<sup>(۲۱)</sup>

- در سال‌های بعد نیز شاهد چنین تصمیم‌گیریهای مقطعی بوده‌ایم. به گونه‌ای که تنها در ششم‌ماهه دوم سال ۱۳۷۲، در مورد ورود خودرو ۹ فقره بخششانه غیرقابل جمع با یکدیگر از سوی مقامات بانکی، وزارت بازرگانی و گمرک صادر شده است. اما در نهایت، در خرداد ۱۳۷۳، با تصویب قانون خودرو، ورود هر نوع خودروی سواری ممنوع اعلام گردید، و موارد استثنای چندگانه قبل نیز لغو گردید. این مصوبه تا امروز پایدار مانده است.

در مجموع، در یک نگاه به مصوبات و مقررات وضع شده به اشتباه می‌توان این گونه قضاوت کرد که پس از انقلاب اسلامی، حمایت شدیدی از صنعت خودروسازی به عمل آمده است. زیرا از یک سو، واردات انواع خودرو ممنوع شده، و از سوی دیگر، مالیات‌های سنگینی برای واردات در نظر گرفته شده است. در حالی که همین مقررات و ضوابط پراکنده و مقطعی، حمایت را به خد آن تبدیل کرده است.

## ۵. اولویت منافع و مصالح آتی برآتی

اشارة کردیم که یکی از خصوصیات بارز مدل حمایتگرایان (به‌ویژه لیست) تقدم منافع آتی برآنی و نفع عمومی برتفع شخصی است. یعنی هیچ‌گاه نباید تنها براساس وضع کنونی تصمیم گرفت و داوری کرد. لیست می‌گوید که کافی نیست که کار و ثروت افراد هم اکنون یک حجم بزرگ از ارزش‌های قابل معاوضه را برای آن تأمین کند، بلکه باید علاوه بر کار و ثروت فعلی، توسعه و تزايد آن در آتیه نیز ملحوظ گردد. این موضوعی است که اصل حمایت از صنعت و اقتصاد را به خوبی

تبیین می‌نماید. تحمل ریاضت و زهد اقتصادی به امید آینده‌ای بهتر و غیروابسته، ریشه در همین امر دارد.

اما آنچه که در روند سیاستگذاری صنعت خودروسازی ایران به چشم می‌خورد، عدم برخورد درست و منطقی با این موضوع است. به گونه‌ای که گاه می‌بینیم که در تصمیم‌گیری در مورد این صنعت، همین صنعت به کلی نادیده گرفته شده است. در زیر، به نمونه‌هایی در این مورد اشاره می‌کنیم.

مطابق صور تجلسه مورخ ۱۳۵۴/۷/۱۰ شورای اقتصاد، به علت آنکه تقاضای خودرو به شدت افزایش داشته و ظرفیت تولید ایران ناسیونال، علی‌رغم رشد آن، جوابگوی تقاضا نیست و به همین دلیل قیمت پیکان افزایش یافته و بازار سیاه به وجود آمده است، دولت تصمیم به واردات ۲۰۰۰۰ دستگاه خودرو "اونجر" از کارخانه کرایسلر انگلستان گرفت تا:

اولاً از این طریق درآمدی کسب نماید. ثانیاً مشکل تقاضا حل گردد و قیمت کاهش یابد که اثر اجتماعی مفیدی خواهد داشت. ثالثاً تصمیم گرفته شده مالیات‌های مأموره از این طریق در صندوقی جمع آوری شده و صرف امور ترافیک و خرید اتوبوس جدید گردد! (۲۲)

کاملاً روشن است که آنچه در این مصوبات در نظر گرفته نشده، توجه به وضعیت آینده صنعت خودروسازی است. مشخص است که دید حاکم بر تصمیم فقط دریک نگاه کلان طرف تقاضا و تأثیرات قیمتی آن را مورد توجه قرار داده و اصلًاً به پیامدهای منفی چنین تصمیماتی توجه ندارد. مورد دیگر که شاید جالبتر باشد، بیانگر این موضوع است که دستگاه حاکم، گاه تا آنجا پیش می‌رفت که برای مهار تقاضای فراینده خودرو که خود قادر به تأمین آن نبود، حتی واردات خودرو کارکرده و دست دوم را نیز آزاد می‌کرد. آمار حاکمی از آن است که در سال ۱۳۵۱ که نرخ سود بازرگانی در خور توجهی وجود داشت، واردات خودروی مستعمل فقط ۲۵۰۰ دستگاه بوده است. اما در سال ۱۳۵۲ که همزمان با افزایش درآمدهای نفتی است و واردات آزاد می‌شود و نرخهای سود بازرگانی نیز کاهش می‌یابد (خاصه برای خودروهای مستعمل) حدود ۲۹۰۰۰ دستگاه از این نوع خودروها وارد کشور شده است. (۲۳)

روشن است که در جلساتی که برای حل مشکلات صنعت خودروسازی تشکیل می‌دادند، وضعیت حال و آینده این صنعت را به کلی نادیده می‌گرفتند و تصمیمات اجتماعی، سیاسی کلان بر سرنوشت آن حاکم بوده است. براین اساس، جایی برای مقوله حمایت باقی نمی‌ماند.

## ۶. انحصار در بلندمدت ضد حمایت است

اگر چه یکی از شیوه‌های حمایت، محدودیت واردات و جلوگیری از رقابت صریح کالاهای داخلی و مشابه خارجی است، اما خود حمایتگرایان نیز بر این موضوع تأکید می‌ورزند که هیچ‌گاه دفاع انحصار کامل و طولانی مدت نیستند. به عقیده آنها، انحصار کامل همان‌قدر زیانبار است که رقابت کامل. بهویژه انحصار تولید در بلندمدت موجبات تضعیف بیشتر اقتصاد و صنعت را پدید می‌آورد. بنابراین، باید یک تعادل و رویه منطقی بین حمایت و میزان ورود کالا برقرار کرد. به گونه‌ای که در طول زمان، مسیر حرکت به سمت گشايش بیشتر درها و حضور در صحنۀ رقابت باشد.

اگر چه در طول سالهای پیش و پس از انقلاب، همواره تعداد قابل توجهی خودرو وارد کشور شده است و واردات سهم بالایی از بازار خودروی کشور را به خود اختصاص می‌داده است، ولی محدودیتهای وارداتی و نیز تعریفهای بالا، مصرف‌کننده را مجبور کرده است در هر وضعیتی و کیفیتی، پیکان را هر چند نسبت به سایر خودروهای مشابه خارجی بسیار ضعیف‌تر است، تقاضا نماید. انحصاری بودن درازمدت بازار داخلی، علاوه براینکه سبب کیفیت نازل محصولات داخلی گردیده، منجر به حاکمیت اراده تولیدکننده در فروش به قیمت‌های بالا نیز شده است. این امر صنایع را از شناسایی و کشف نقاط ضعف فنی و مدیریتی خود باز داشته است. از این‌رو، چنین صنایعی به جای استفاده از موقعیت به وجود آمده برای افزایش کیفیت و بروز خلاقیت و نوآوری، تنها به گرانتر کردن محصولات خود اقدام می‌کرده‌اند.

بنابراین، نبود رقابت سالم در بلندمدت و وجود یک حالت انحصاری در طول سه دهه، به لحاظ کیفیت، وضعیت نامطلوبی را در صنعت خودروسازی کشور باعث شده است. افزون بر آن، به سبب وجود تقاضای مازاد بر میزان تولید، کیفیت کمتر مورد توجه بوده است.

## نتیجه گیری و پیشنهادها

یادآور شدیم که صنعت خودروسازی هرکشور، به چند دلیل، اهمیت فراوان دارد. خودروسازی از صنایع اشتغال‌زا، پیشبرنده و پردرآمد هر جامعه‌ای است که به تکنولوژی ساخت و طراحی آن دست یافته باشد. همچنین جنبه خدمات‌رسانی خودرو امروزه با زندگی عجین شده و آن را از ضروریات زندگی ساخته است. به گونه‌ای که یکی از خصوصیات صنعت خودروسازی، عام بودن

آن می‌باشد. جملگی این موارد باعث شده که هر کشوری که صنعت خودروسازی دارد، از آن حمایت کند.

صنعت خودروسازی ایران، به رغم همه مشکلاتش، امروز بخش بزرگی از صنعت کشور است و کم توجهی و رها کردن آن به حال خود، به هر دلیل، موجه و منطقی نیست. اگرچه در طول سالیان گذشته، همواره اعلام شده که این صنعت راه به جایی نمی‌برد، لکن تجربه سالهای اخیر نشان داده است که با یک برنامه ریزی اصولی و یک ساختار حمایتی مشخص و تعریف شده در کوتاه مدت می‌توان به بسیاری انتظارهایی که از این صنعت داریم، جامعه عمل پوشاند. تا چند سال گذشته، کشور وضعیت خوبی در خودروسازی نداشت و بحث بررس آن بود که آیا صنعت خودروسازی ارزش افزوده دارد یا نه؟

اما از سال ۱۳۷۳ به این سو، مجموعه عواملی سبب شد تا گامهای جدیدی برای خودروسازی شدن برداشته شود، که البته به مرور نتایج مثبت آن هم آشکار گردید. به گونه‌ای که تازه‌ترین گزارش انتشار یافته نشان می‌دهد که طی همین مدت کوتاه، ساخت قطعات پیکان در داخل، به ۹۵ درصد، خودروی سپند به ۹۴ درصد، کامیون ۶۸۰ خاور معادل ۶۶ درصد، نیسان ۲۲۴ معادل ۸۲ درصد، جیپ صحرا معادل ۵۲ درصد، کامیون ولوو ۲۸ درصد، کامیون ایویکو ۱۸ درصد، مینی‌بوس ایویکو ۴۷ درصد، جیپ پارزن ۵۵ درصد، نسیم (پراید) ساده ۴۰ درصد، صبا (پراید) لوکس ۳۸ درصد، تراکتور MF۲۸۵ به ۷۷ درصد رسیده است.<sup>(۲۴)</sup>

همچنین در نتیجه تغییر ساختار تولید و هدایت آن به سمت ساخت داخل به کمک شرکتهای داخلی، از یک سو شاهد رونق فعالیتهای شرکتهای قطعه‌سازی، و به تبع آن ایجاد فرصت‌های شغلی بسیاری بوده‌ایم، و از سوی دیگر، در نتیجه ساخت داخل و کاهش واردات صرفه‌جویی ارزی خوبی صورت گرفته است، به گونه‌ای که ارزیبری پیکان که در سال ۱۳۷۳ معادل ۱۹۸۰ دلار بود، در سال ۱۳۷۵ به کمتر از ۱۰۰۰ دلار کاهش یافته است. در بررسی این برنامه‌ها می‌توان گفت که سیاستهای این مقطع، از جامعترین و کارآمدترین برنامه‌های حمایتی است که صنعت خودروسازی تا کنون به خود دیده است.

سیاستهای گذشته، اگرچه کم و یش تأثیر مثبتی در روند خودروسازی کشور داشته‌اند، اما به دو دلیل کارساز نبوده‌اند و نتیجه‌ای را که انتظار داشتم به بار نیاورده‌اند. اولاً تلقی سیاست‌گذاران از حمایت، تنها ابزاری چون تعریف و حداقل منوعیت واردات کالاهای مشابه داخلی بوده است و

البته این عملکردها هم به راستی هدفها فرعی دیگری بوده‌اند که هدف اصلی را به فراموشی سپرده‌اند. ثانیاً مشکلات ساختاری و بیرونی صنعت کشور اجازه حصول نتایج کاملاً مثبت و توسعه‌ای را به سیاستهای اعمال شده نداده است. این هر دو این باور را در اذهان بسیاری پدید آورده بود که صنعت خودروسازی کشور در پرتو سیاستهای حمایتی ضعیف و ناتوان شده است. حال آنکه شاخصهای حمایتی اینک تصویر خوبی از عملکرد خود نشان می‌دهند. براین اساس، نمی‌توان به نفی برنامه‌های حمایتی در اقتصاد پرداخت و وجود آنها را مشکل‌زا دانست. بلکه باید نگرشی تازه درخصوص این صنعت اتخاذ کرد و بیشتر در صدد رفع مشکلات و نارسایهای آن برآمد تا به تدریج خوداتکابی و توان رقابت حاصل نماید و جایگاه مهمی را که در اقتصاد کشور می‌تواند داشته باشد، کسب نماید.

امروزه دیگر نمی‌توان از برنامه‌های بهسازی و نوسازی صنایع خودروسازی غافل بود، زیرا اولاً در جهان با رشد سریع صنعت خودروسازی روبه رو هستیم و هرگونه غفلت و تعلل، کشور را برای همیشه از داشتن این صنعت راهبردی محروم خواهد کرد. ثانیاً کشور ما نیاز بالقوه‌ای به خودرو دارد که به طریقی ناگزیر از تأمین آن است. با توجه به وضعیت ارزی کشور و نیازهای اساسی آن بهترین راه حل ممکن تقویت صنایع موجود در جهت ساخت داخل است.

اگر خودروساز شدن را شامل سه مرحله موتناز، کپی‌سازی و طراحی و مهندسی بدانیم، صنعت خودروسازی کشور، اینک در انتهای مرحله دوم و ابتدای مرحله سوم واقع شده است. این مرحله گذار بسیار حائز اهمیت است و باید مورد توجه قرار بگیرد. به دلایل متعددی، معمولاً در این مرحله، صنعت دچار افت کیفیت، کاهش قدرت رقابتی، افزایش هزینه‌ها و مواردی از این قبیل می‌شود. بنابراین، گذر از این مرحله سرنوشت‌ساز، بدون کمک و پشتیبانی دولت و دستگاههای ذی‌ربط امکان‌پذیر نیست. نقش دولت در این مورد بسیار مهم است، یعنی دولت هم باید فضا و وضعیت موجود را برای این تحول فراهم سازد و هم از طریق کمکهای مستقیم و غیرمستقیم، گذر از این مرحله را ممکن سازد.

هر چند نتیجه اقدامات انجام شده در مدت بسیار کوتاه چند سال اخیر، آینده امیدبخشی را نوید می‌دهد، باز هم نکات دیگری درخصوص وضعیت، شرایط و محیط فعالیت این صنعت به نظر می‌رسد که بجاست به آنها اشاره کنیم.

۱. عدم افزایش ظرفیت موجود در مورد موتناز و استفاده از افزایش بهره‌وری به منظور افزایش

تولید: با نگاهی به آمار تولید کارخانه‌های خودروسازی کشور در پیش از انقلاب و مقایسه آن با میزان تولید آنها پس از انقلاب، نکته‌ای بسیار روش جلوه می‌کند و آن کاهش شدید تولید در سالهای پس از انقلاب است. در حالی که وضعیت کارخانه‌های ما هیچ تغییری نداشته است، لکن به علت وابستگی شدید آنها به ارز و کاهش درآمدهای ارزی و عوامل دیگری، در پیشتر سالهای پس از انقلاب، شاهد افت تولید بوده‌ایم. با وجود این، یک مسئله مهم، عبارت از این است که ظرفیت فیزیکی تولید هیچ کاهشی نداشته و حتی با چند مورد سرمایه‌گذاری جدید افزایش یافته است. بنابراین، صنعت خودروسازی، به لحاظ ظرفیت، مشکل عدمهای ندارد، و بدین روی، هیچ نیازی به ایجاد ظرفیتهای جدید نیست. اما باید صنایع را ملزم به پیروی از نوآوریهای صنعت خودروسازی در جهان نمود و پیوسته برکیفیت و افزایش بازدهی آنها تأکید ورزید.

۲. انجام سرمایه‌گذاری جدید، تنها به منظور ساخت و استفاده از حداکثر ظرفیت کارخانه‌های موجود: گفتیم که در کشور، ظرفیت لازم برای تأمین تقاضای داخلی وجود دارد. کافی است آنرا به کار گرفت و حداکثر استفاده از ظرفیت تولید را به عمل آورد، و از این طریق، به صرفجوبی ناشی از مقیاس هم دست یافت. با وجود این، اگر قصد سرمایه‌گذاری جدید وجود داشته باشد، بهتر است که این سرمایه‌ها در ساخت داخل به کار گرفته شوند، هم در ساخت وسایل نقلیه و هم ساخت قطعات یکی. در عین حال، باید متوجه بود که هرگونه سرمایه‌گذاری با توجه به روند تکنولوژی و رعایت معیارهای بین‌المللی در انتقال تکنولوژی انجام گیرد.

۳. به کارگیری کارخانه‌های موجود به شکل مکمل و استفاده از نقاط قوت هر یک در تولید مشترک: اگر چه مدت زمان مديدة از آغاز به کار بسیاری از صنایع خودروسازی کشور می‌گذرد، صنعت کشور و خودروسازها به لحاظ سرمایه‌های فیزیکی از توان بالقوه‌ای برخوردار هستند، و از این جهت، ایران در زمرة کشورهای با استعداد به شمار می‌رود. براین اساس، می‌توانیم ترکیب و سطح صنایع و کارخانه‌های خود را با توجه به نیازها تنظیم کنیم و از تلفیق تواناییهای آنها در جهت تولید مشترک با ویژگیهای برتر و قیمت مناسب بهره‌گیریم. همچنین ایجاد تشکلهای لازم در صنعت خودروسازی به منظور همبستگی و همکاری هر چه بیشتر واحدهای خودروساز، و قطعه‌ساز می‌تواند در جهت رفع مشکلات و توسعه صنعت خودرو سودمند باشد.

۴. کاهش تدریجی تعریفه‌ها، به ویژه تعریفه گمرکی و سود بازرگانی، و تلاش در جهت ایجاد یک فضای حمایتی - رقابتی از طریق آزادی ورود خودرو به کشور در یک روند منطقی، به گونه‌ای که

صنایع از حالت نوبتاً خارج شده و به مرحله خودکفایی برستند.

وجود رقابت بین تولیدکنندگان، موجبات ارتقای کیفیت محصولات را فراهم می‌آورد. زیرا همان‌گونه که پیشتر گفتیم و شواهد نیز حکایت از آن دارد، در یک بازار انحصاری، انگیزه‌ای برای پرداختن به کیفیت وجود ندارد. خاصه برای کشوری چون ایران که همواره تقاضای خودرو از عرضه آن بیشتر بوده است، و بدین روی، تولید با هر کیفیتی به بازار عرضه شود، به علت تقاضای کافی به فروش خواهد رفت.

چنین زمینه‌ای را به دو طریق می‌توان ایجاد کرد. اول فراهم کردن زمینه رقابت میان تولیدکنندگان داخلی از طریق توسعه ساخت داخل و عرضه مدل‌های گوناگون خودرو و تشویق آنها به کاهش هزینه تولید. در این صورت مصرف‌کننده هم قدرت انتخاب بیشتری خواهد داشت. برای مثال، ایجاد خطوط تولید پژو، پراید، دوو و پاترول، با وجود اینکه هنوز از عمق ساخت داخل کامل برخوردار نشده‌اند، به لحاظ رقابت، کیفیت و تنوع مدل، حالت و وضعیت خوبی را در بازار داخلی پدید آورده‌اند. لکن اینک باشد به این موضوع اندیشید که نبود رقابت بعدی و مناسب به تدریج تولیدکنندگان را از کیفیت غافل نگردد و به جای پیشرفت با افت کیفی روبرو نشویم. بنابراین، باید دولت به نحوی این موضوع را در نظر داشته باشد و از طریق اعمال نظارت بر کیفیت محصولات داخلی و تعیین هدفهای کیفی برای خودروسازها، خلاً رقابت در بازار را پر نماید.

دوم، شاید یک روش مؤثر در بهبود کیفیت و نیز کاهش قیمت خودروی داخلی شکستن حالت انحصاری و اجازه ورود به خودروهای سواری مشابه در حد معقول باشد، به نحوی که هم کمبود تقاضا جبران گردد و هم تولیدکنندگان داخلی اقداماتی در جهت بهبود کیفیت و قیمت به عمل آورند. زیرا به تعبیری، عقلایی کردن صنعت خودروسازی ایران، در راستای کاهش قیمت و افزایش کیفیت، تنها شرط تأمین بقای درازمدت این صنعت، در خدمت اقتصاد ایران است.<sup>(۲۵)</sup> البته در چند سال گذشته و پیش از قانون ممنوعیت ورود خودرو به داخل کشور، تعداد زیادی خودرو خارجی، به راحتی وارد کشور شد و تا حدودی بازار رقابتی لازم را پدید آورد - صرف نظر از همه پیامدهای منفی آن - تأثیرات خوبی، از نظر توجه به کیفیت، بر محصولات داخلی به جای گذاشت.

۵. سیاستهای اخیر درخصوص عوارض گمرکی و محاسبه سود و حقوق بازرگانی براساس ارز شناور و نیز واداشتن کارخانه‌های خودروسازی به استفاده از ارز شناور از یک‌سو، و اجازه تعیین

قیمت به خودروسازها براساس قیمت بازار از سوی دیگر، روند تولید و مصرف را کاملاً تغییر داده است. به گونه‌ای که از رهگذر آن، اگر چه ابتدا تولید کاهش یافت ولی سپس افزایش یافته و تا حدودی اقتصادی شده است و کارخانه‌ها را از ورشکستگی نجات داده و به مرحله سودده‌ی رسانده است. همچنین تحرک بسیار مثبتی به سازندگان قطعات و لوازم یدکی بخشیده و امکان خرید قطعات با توجه به قیمتها از داخل فراهم شده و همه صنعت خودرو به سمت ساخت در داخل پیش می‌رود.

پس می‌توان گفت که اگر پاره‌ای قوانین و مقررات دست و پاگیر و نامناسب از سر راه فعالیت خودروسازها برداشته یا اصلاح گردند، می‌تواند تأثیر مطلوبی به بار آورد. بارها دیده‌ایم که مقررات متغیر و روش‌های دیوانسالارانه اتخاذ شده برای تنظیم بازار پولی و ارزی کشور، باعث کاهش مزیتها حاصل و عدم رقابت سالم بین واردات و تولید داخلی شده است. زیرا برای مثال، واردکنندگان خودرو با یک گشايشی اعتبار استادی، صدها بلکه هزاران خودرو ساخته شده را وارد کشور می‌نمایند، در حالی که تولید داخلی<sup>۲۶</sup>، به دلیل تعدد مواد اولیه، قطعات واسطه‌ای و استاندارد و ابزار و تجهیزات مورد نیاز، مجبور به گذراندن مسیر دشوار واردات برای صدها یا هزاران قلم خرید خارجی است.

۶. اعمال برنامه حمایت محتوایی درخصوص سرمایه‌گذاریهای کنونی، و به ویژه سرمایه‌گذاریهای جدید: به این معنا که دولت از طریق یک برنامه مدون و زمانبندی شده درخصوص حمایت از صنایع خودرو، به روشنی اقدام نماید که طبق آن تولیدکنندگان ملزم به ساخت درصد معینی از قطعات مورد استفاده در داخل باشند که البته در طول زمان این درصد ممکن است مرتبًا تغییر نماید تا سرانجام به برنامه ساخت داخل دست یابیم. همان‌گونه که گفته‌یم، چنین برنامه‌هایی دارای دو اثر است: یکی اینکه بر حمایت مؤثر برای تولیدکنندگان کالای نهایی اثر می‌گذارد و دیگر اینکه تولیدکنندگان داخلی نهاده‌ها را حمایت می‌کند. برای مثال، می‌توان یک تعریف معین روی خودروهای ساخته شده وضع کرد و هیچ تعریفهایی به قطعات خودرو و تعلق نگیرد. لیکن مقررات مبنی بر اینکه درصد معینی از تمام قطعات باید از داخل خریداری شوند باید اجرا گردد. ضمانت اجرایی آن این است که تا این حداقل نسبت تعیین شده تأمین نگردد، اجازه تولید داخلی خودرو داده نخواهد شد.<sup>(۲۷)</sup>

برنامه حمایت محتوایی، روشنی است که بسیاری از کشورها برگزیده‌اند و نتایج مثبتی هم داشته است. به این طریق، هم از میزان وابستگی کاسته می‌شود و هم صنعت داخلی رونق می‌گیرد.

## یادداشت‌ها و منابع

۱. تواناییهای صنعت خودروسازی ایران را بشناسیم (۱۳۷۴/۴/۲۴). روزنامه همشهری. ویژه‌نامه صنعت خودروسازی.
۲. روزنامه ایران. مورخ ۱۳۷۵/۴/۲۸. صفحه ۱۳.
۳. همان.
۴. لیست، فردیک (۱۳۷۲). نظام ملی اقتصاد سیاسی. ترجمه ناصر معتمدی. تهران: نشر نی.
۵. رحیمی، عباس؛ ابراهیم علی رازینی (۱۳۷۴). سیاستهای حمایتی. مؤسسه مطالعات و پژوهش‌های بازارگانی. صفحات ۱۰۲ و ۱۰۳.
۶. وضعیت جهانی صنعت خودروسازی (۱۳۷۵). گسترش صنعت سنگین. صفحات ۱ و ۲.
۷. منبع ۱. صفحه ۱۴.
۸. سالم، بهنام (۱۳۷۰). بررسی صنعت خودروسازی کشور و مقایسه آن با سایر کشورها. پایان‌نامه. صفحه ۱۳۸.
۹. سیاستهای دولت عامل اصلی رشد صنعت خودرویی کره جنوبی (مهر ۱۳۷۵). پیام ایران خودرو، صفحات ۵۰ و ۵۱.
۱۰. صالح، علیرضا. بررسی ساختار تولید صنعت ساخت و سایط تقلیه موتوری و مشکلات مربوط به آن. پایان‌نامه. صفحه ۸.
۱۱. سلمانی، بهزاد (۱۳۷۱). بررسی سیاستهای حمایتی ایران بعد از پیروزی انقلاب اسلامی، مقایسه تطبیقی حمایت مؤثر در دو صنعت خودروسازی و تراکتورسازی. پایان‌نامه.
۱۲. شاهرکنی، احمد (۱۳۶۹). ارزش افزوده منفی تحلیلی ایستا بر زیان تولید در صنعت اتومبیل ایران. مجله اقتصاد مدیریت. دانشگاه آزاد اسلامی. صفحه ۳۶.
۱۳. منبع ۵. صفحات ۱۰۲ و ۱۰۳.
۱۴. منبع ۱۲.
۱۵. مهدوی عادلی محمدحسین (۱۳۷۳). نقیبی بر استراتیجیهای توسعه صنعتی. مجله دانشکده علوم اداری و اقتصادی دانشگاه مشهد. شماره ۱.
۱۶. مؤمن، فرشاد (۱۳۷۴). علم اقتصاد و بحران در اقتصاد ایران. دانشگاه تربیت مدرس.
۱۷. توسلی، مهرانگیز (۱۳۵۸). صنعت اتومبیل در ایران. اداره بررسیهای بانک مرکزی.

۱۸. منبع ۵. صفحه ۳۳۲.
۱۹. همان. صفحات ۳۳۹ - ۳۳۳.
۲۰. کوردن، دبلیو، ام (۱۳۷۱). تئوری حمایت. ترجمه دکتر احمد شاهرکنی. دانشگاه علامه طباطبائی. صفحات ۶۳ و ۶۴.
۲۱. منبع ۸. صفحات ۷۵ و ۷۶.
۲۲. سازمان برنامه و بودجه (۱۳۶۶). صورتجلسات شورای اقتصاد پیرامون صنعت خودرو. صفحه ۱۳.
۲۳. همان. صفحه ۱۹.
۲۴. همشهری (۱۴/۵/۱۳۷۵). صفحه ۵.
۲۵. روزنامه ایران (۱۴/۴/۱۳۷۵). صفحه ۱۶.
۲۶. وزارت صنایع (۱۳۷۳). صنعت خودرو در برنامه اول.
۲۷. منبع ۲۰.