

عقب ماندگی خودروسازان با روش‌های غلط حمایتی

یک کارشناس اقتصادی گفت: با توجه به شرایط موجود خودروسازان اصلاً نیازی برای ارتقا کیفیت احساس نمی‌کنند.

به گزارش سایت خبری پرسون، پس از دیدار اخیر مقام معظم رهبری با جمعی از تولیدکنندگان و فعالان اقتصادی و انتقاد ایشان از کیفیت خودروهای ساخت داخل، طیف وسیعی از مسئولان و کارشناسان صنعت خودرو انتقاداتشان را در این باره مطرح کردند و به ارائه راهکارهایی برای ارتقا کمی و کیفی این صنعت پرداختند.

بسیاری از کارشناسان انحصاری بودن صنعت خودرو و فراهم نبودن یک محیط رقابتی در این صنعت را عامل عقب ماندگی این صنعت عنوان می‌کنند و برخی دیگر معتقدند که اگرچه ایجاد رقابت یک ساز و کار پُرطرفدار برای توسعه صنعت است اما گاهی ممکن است سیاست‌گذار را دچار اشتباه در تصمیم‌گیری کند.

به عنوان مثال علیرضا باباخان پژوهشگر و مدرس دانشگاه معتقد است که «نه تنها واردات ده‌ها نوع خودروی خارجی در سال‌های نه چندان دور، هنوز باعث تحویل نتایج رضایت بخش نشده، بلکه فرصت‌ها را برای فروش امضای طلایی برخی از مدیران و تقویت شبکه واردات‌چی‌ها، ایجاد کرده است.»

بنابراین در رابطه با وضعیت کنونی صنعت خودرو کشور و همچنین راهکارهای حمایتی برای ارتقا این صنعت گفت وگویی با محمد حسن صبوری دپلمی کارشناس اقتصادی انجام شده که در ادامه آمده است:

رهبر انقلاب چندی پیش در دیدار با جمعی از تولیدکنندگان و فعالان صنعتی به کیفیت پایین خودروها اشاره داشتند و فرمودند با وجود حمایت زیاد از صنعت خودرو در کشور، کیفیت خودرو خوب نیست، مردم ناراضی‌اند و حق با مردم است. با توجه به این فرمایش مقام معظم رهبری به نظر شما اکنون خودروسازان با وجود اینکه سال‌ها به وظایف خودشان در راستای تولید با کیفیت عمل نکرده‌اند، چه اقدامی باید صورت دهند و چگونه این شرکت‌ها می‌توانند تولید خودرو را ارتقا دهند تا خواسته‌های مصرف‌کنندگان برآورده شود؟

صبوری: در ابتدا باید به این نکته اشاره کنم که نباید کار به جایی می‌رسید که رهبر انقلاب مجبور شوند در خصوص یک موضوع تخصصی تذکر بدهند و بهتر بود مسئولان امر قبل از این، نارضایتی مصرف‌کنندگان را شنیده و به توصیه‌های کارشناسان توجه می‌کردند و براین اساس برنامه‌ریزی لازم جهت بهبود شرایط غیرقابل قبولی که به تذکر مقام معظم رهبری منجر شد، را در دستور کار قرار می‌دادند. همچنین اگر قبل از این موضوع تولیدکنندگان صنایع مختلف از جمله خودرو و لوازم خانگی برنامه‌ای برای بهبود شرایط تولید (کمی و کیفی) داشتند، بهتر بود این برنامه‌ها را از طریق رسانه‌ها اطلاع‌رسانی می‌کردند تا مردم در جریان برنامه‌های توسعه و بهبود این صنایع قرار گیرند.

بدیهی است زمانی که چشم انداز مناسبی در پیش‌روی صنایع داخلی باشد، مصرف‌کنندگان داخلی نیز ضعف‌ها و کمبود کیفیت محصولات را در کوتاه مدت با هدف از حمایت از تولید داخل خواهند پذیرفت. اما نباید اینگونه برداشت شود که بنگاه‌های تولیدی داخلی مجازند تولیدات خود را با هر قیمت و کیفیتی به بازارهای داخلی عرضه کنند و مصرف‌کنندگان نیز با توجه به موانعی که در پیش روی خرید محصولات با کیفیت تر خارجی وجود دارد، مجبور به خرید محصولات داخلی‌اند.

* همانطور که رهبر انقلاب نیز فرمودند، با وجود حمایت از صنعت خودرو، کیفیت تولیدات این صنعت خوب نیست، در مجموع حمایت از صنایع مختلف و به‌طور مشخص با توجه به بحث ما حمایت از صنعت خودرو باید چگونه باشد که نتیجه بخش باشد؟

صبوری: صنایعی مانند خودرو، لوازم خانگی، صنایع ارتباطی و برخی صنایع دیگر، صنایعی بودند که با هدف کمک به رشد و توسعه تولید مورد حمایت دولت‌ها قرار گرفتند. در گذشته سیاست جایگزینی واردات به عنوان سیاستی جهت حمایت از صنایع داخلی در بسیاری از کشورها از جمله کره جنوبی، هندوستان و ... مورد استفاده قرار می‌گرفت. اما این سیاست در بلندمدت به سیاست توسعه صادرات تبدیل شد و در حال حاضر این سیاست مبنای کار بسیاری از کشورهاست.

در حقیقت سیاست جایگزینی واردات با هدف حمایت از صنایع نوزاد و با استفاده از تعرفه‌های قابل توجه (دیوارهای بلند تعرفه) به حمایت از صنایع نوزاد می‌پردازد، اما همانگونه که عرض کردم این سیاست ماهیتاً کوتاه مدت است و با بلوغ صنایع مدنظر گام به گام حمایت‌ها کاهش و این صنایع ورود به بازارهای خارجی و رقابت با تولیدکنندگان خارجی را در دستور کار قرار می‌دهند. کاهش توجه به کیفیت محصولات تولیدی و یا احساس عدم نیاز به توسعه کیفی محصولات تولیدی به‌عنوان یکی از نقاط ضعف سیاست جایگزینی واردات مطرح و بر همین اساس سیاست توسعه صادرات مورد توجه قرار گرفت.

* سیاست حمایت از صنعت خودرو با هدف رفع مشکلات ابتدایی

در کشور ما هم سیاست حمایت از صنعت خودرو اجرا شد و هدف از اجرای این سیاست به بیان ساده این بود که این صنعت از دوره نوزادی خارج شود و با حمایت بتواند به مرور بالغ شده و مشکلات ابتدایی خود جهت ورود به بازار را حل کند. برنامه‌ریزی‌های اولیه با این هدف صورت گرفت که در بلند مدت این صنایع با دستیابی به مقیاس‌های مناسب تولید و افزایش کیفیت بتواند با شرکت‌های خارجی رقابت کرده و علاوه بر بازارهای داخلی در بازارهای بین‌المللی نیز به‌گونه‌ای موثر حاضر باشند.

بنابراین موضوع حمایت از صنایع نوپا در کشورمان درخصوص صنایعی مانند خودرو و لوازم خانگی صادق بوده است و این صنایع بارها به صورت کاملاً جدی از سوی مقامات اقتصادی و حتی مقام معظم رهبری مورد حمایت قرار گرفتند. بیاد دارم در اواخر دهه ۸۰ شمسی ایشان با هدف حمایت از توسعه اشتغال و کارآفرینی در صنایع خودرویی فرمودند فعلاً حمایت از صنعت خودرو ادامه یابد و در آن مقطع فرآیند برنامه‌ریزی شده برای کاهش تعرفه واردات خودرو به‌گونه‌ای ملغی و یا متوقف شد.

* با وجود حمایت‌ها خودروسازان حق مطلب را درباره مصرف‌کنندگان به جا نیاوردند

اما از طرف دیگر، به نظر می‌رسد خودروسازان داخلی حق مطلب را درخصوص مصرف‌کنندگان خودرو ادا نکردند و لازم بود برنامه‌ریزی دقیق‌تری جهت بهبود کیفیت خودرو در نظر می‌گرفتند. بنگاه‌های این صنعت حداقل در ۱۰ سال گذشته فرصت بسیار مناسبی داشتند تا تولیداتشان را به لحاظ کیفی ارتقا دهند و از نظر کمی هم نیز به‌گونه‌ای توسعه داشته باشند که جوابگوی نیازهای داخلی باشد و امروز شاهد قرعه‌کشی جهت فروش خودرو و یا کیفیت نامناسب تولیدات در مقایسه با خودروسازان خارجی نباشیم. البته این موضوع در خصوص کل زنجیره تولید خودرو نظیر قطعه‌سازان نیز صادق بوده و انتظار می‌رفت همه بنگاه‌های مرتبط در این صنعت، در این مدت بهبود کیفیت تولیدات را در دستور کار قرار می‌دادند و در صورت نیاز با نوسازی ماشین‌آلات تولیدی، قطعات مورد نیاز صنعت خودرو را با قیمت و کیفیت مناسب و قابل رقابت با تولیدکنندگان خارجی عرضه می‌کردند.

* روش حمایت از خودروسازان اشتباه بود

روش حمایت از خودروسازان اشتباه بود یا اینکه خودروسازان از این فرصت بی‌نظیر استفاده نکردند؟

صبوری: باید پذیرفت که در خصوص حمایت از خودروسازان و به‌طور کلی روش حمایت از خودروسازان در سال‌های گذشته راهی اشتباه انتخاب شد و با توجه به این تجربه، درحال حاضر نباید این اشتباه در خصوص سایر صنایع داخلی تکرار شود. منطقی نیست که هم از یک صنعت به طور کامل دفاع شود و از طرف دیگر آن صنعت برنامه‌ای برای بهبود کیفیت و افزایش قدرت رقابت محصولات با محصولات مشابه تولیدکنندگان خارجی نداشته باشد، البته منظورم از بیان این موضوع فقط صنعت خودرو نبوده، بلکه منظور تمام صنایعی است که با این هدف مورد حمایت قرار می‌گیرند.

براین اساس بنگاه‌ها و تولیدکنندگان داخلی باید فرآیند مشخصی را تعریف کنند تا طی این فرآیند دقیقاً مشخص باشد که مثلاً در سال اول از نظر کمیت چه تغییراتی را در دستور کار دارند و چه تغییراتی را برای بهبود کیفیت محصولاتشان در نظر دارند و این برنامه و فرآیند برای سال‌های محدودی در آینده تنظیم و ارائه شود و مصرف‌کنندگان بدانند که اگر هم اکنون از خودروها و یا محصولاتی با کیفیت پایین‌تر از مشابه خارجی استفاده می‌کنند، با حمایت از تولیدکنندگان داخلی در آینده، محصولاتی با کیفیت و قیمت مناسب‌تر و متناسب با تولیدات روز دنیا در اختیار خواهند داشت.

به‌عبارتی دیگر مصرف‌کنندگان داخلی در دوره زمانی مشخصی با هدف کمک به اشتغال‌زایی و تولید در کشور محصولات کم‌کیفیت‌تر داخلی را می‌پذیرند و در بلندمدت با توسعه کمی و کیفی تولیدات و افزایش تولید و صادرات کشور، کل جامعه منتفع خواهند شد. نهادهای حاکمیتی نیز باید بطور دقیق اجرای این برنامه‌ها را پی‌گیری کرده و با استفاده از ابزارهای تشویقی و تنبیهی لازم مانع از انحراف بنگاه‌های مورد نظر از برنامه‌ریزی صورت گرفته شوند.

تولیدکنندگان داخلی باید به طور خاص به این نکته توجه کنند که امروزه در دنیای زندگی می‌کنیم که تولیدکنندگان خارجی با هدف جذب مشتری هر لحظه و به طور مداوم تغییراتی در کیفیت و نوع کاربری محصولاتشان ایجاد می‌کنند. نمونه بارز آن نیز تغییرات پی‌درپی در انواع برندهای تلفن همراه است که هر ۶ ماه یکبار و حتی در مدت زمان کمتر شاهد تغییرات قابل توجهی در امکانات و ظاهر محصولات یک برند خاص هستیم.

تغییر مستمر در محصولات خودرویی و لوازم خانگی در بازارهای خارجی کاملاً بر همین اساس صورت می‌گیرد و بنگاه‌های فعال در حوزه تولید لوازم خانگی، خودرو و وسایل ارتباطات جمعی برای حفظ مشتریان خود به‌گونه‌ای برنامه‌ریزی می‌کنند که بعد از مدتی نسل جدیدی از محصولاتشان وارد بازار شود و با این شیوه مشتریان ترغیب می‌شوند که محصولات جدید آن‌ها را خریداری کنند.

بنابراین با توجه به اینکه مصرف‌کنندگان خارجی با انتخاب‌های فراوانی روبرو هستند، تولیدکنندگان نیز مجبورند شرایط خاصی برای فروش محصولاتشان در نظر بگیرند و ممکن است حتی سیاست‌گذاری‌های قیمتی متفاوتی در نقاط مختلف دنیا (از لحاظ جغرافیایی) لحاظ کنند، تا بتوانند به بازارهای مختلف ورود کرده و با سایر تولیدکنندگان رقابت کنند.

این در حالی است که در صنایع داخلی ایران از جمله خودروسازی و لوازم خانگی با وجود دیوارهای بلند تعرفه‌ای که عرض کردم و حتی در برخی مواقع ممنوعیت واردات خودرو و لوازم خانگی، شاهد تغییرات قابل قبول مصرف‌کنندگان داخلی نبوده‌ایم و این موضوع در کنار تقاضای فراوان در بازارهای داخلی منجر به افزایش قیمت‌های قابل توجه محصولات تولیدی بنگاه‌های داخلی شده است.

* کاهش حمایت‌ها از خودروسازان بصورت تدریجی و براساس برنامه

همانطور که اشاره داشتید، بخشی از این حمایت‌ها از صنایع و به‌خصوص صنعت خودروسازی اشتباه بوده است، اکنون چه باید کرد؟ می‌توان این حمایت‌ها را برداشت؟

صوری: در مجموع با توجه به تمام مطالبی که بیان شد، این موضوع را باید مورد توجه قرار داد که به صورت یکباره نمی‌توانیم حمایت از این صنایع را ملغی کنیم و لازم است این موضوع طی یک برنامه زمانی مثلاً ۸ ساله اجرایی شود. در این برنامه توسعه کمی و کیفی تولیدات باید مورد نظر قرار گیرد. این صنایع و به‌خصوص صنایع خودروسازی باید دقیقاً براساس این فرآیند عمل کرده و همانگونه که قبلاً اشاره شد در این فرآیند باید کل زنجیره خودرو و بطور مشخص قطعه‌سازان را نیز در نظر گرفت.

* افزایش قیمت خودرو با افزایش زیان خودروسازان گریزناپذیر است

اگرچه باید بگوییم که با تمام افزایش قیمت‌هایی که در مورد خودرو صورت گرفته است، اما باز هم براساس آنچه که از خبرها می‌توان برداشت کرد این است که هنوز در شرکت‌های بزرگ خودروساز با زیان مواجهیم و احتمالاً در آینده نیز با افزایش زیان‌های این شرکت‌ها، مجدداً افزایش قیمت خودرو گریزناپذیر خواهد بود. تا از این طریق خودروسازان بخشی از زیان‌های به‌وجود آمده را پوشش دهند.

* لزوم تدوین یک برنامه ۸ ساله برای ارتقا صنعت خودرو

اما به هر حال لازم است که یک بار برنامه ریزی دقیق‌تری صورت گرفته و همانطور که عرض کردم، مثلاً در یک برنامه ۸ ساله که می‌توان در دو بازه زمانی ۴ ساله تنظیم شود، برای ارتقای صنعت خودرو برنامه‌ریزی کرد. مثلاً در این برنامه به‌صورت مشخص تعیین شود که از چه سالی تعرفه‌های واردات خودرو کاهش می‌یابد و یا مشخص شود که کاهش تعرفه‌ها به چه صورت خواهد بود و در چه سالی خودروسازان باید توانایی رقابت با تولیدکنندگان خارجی بدون لحاظ تعرفه را داشته باشند.

همچنین با این برنامه ریزی بنگاه‌های خودروسازی برای صادرات خودرو ترغیب شوند. به این صورت که اگر خودروسازها می‌خواهند قیمت خودرو را افزایش دهند و سود بیشتری کسب کنند این سود را با صادرات از بازارهای خارجی به دست آورند. این برنامه‌ریزی حتماً باید به صورتی باشد که زنجیره‌های وابسته خودرو هم مورد حمایت قرار بگیرند و از ظرفیت‌های شرکت‌های داخلی برای تولید قطعات خودرویی بطور کامل بهره‌برداری شود.

* مطالبات انباشته قطعه سازان از خودروسازان عاملی برای ورشکستگی

متأسفانه براساس آنچه که به صورت غیررسمی دریافت شده است، بسیاری از بنگاه‌های قطعه سازی داخلی به علت فشارها و مطالبات انباشته ای که از خودروسازان دارند، به سمت ورشکستگی پیش رفته اند و در حال حاضر بسیاری از قطعات مورد نیاز خودروهای داخلی وارداتی بوده و به صورت مشخص از یک کشور خاص و حتی با کیفیت‌هایی به مراتب پایین وارد می‌شود.

لذا به نظر می‌رسد این برنامه‌ریزی به موضوعی حیاتی تبدیل شده و در کنار این موضوع حمایت از قطعه سازان داخلی خودرو نیز باید به صورت جدی در دستور کار گیرد. مثلاً از هم‌اکنون مشخص باشد که تا پایان یک سال مشخص ممنوعیت واردات خودرو ادامه خواهد یافت. اما پس از آن تعرفه واردات خودرو ۱۰۰ درصد و پس از آن نیز به مرور در هر سال تعرفه واردات خودرو ۲۰ درصد کاهش خواهد یافت و لذا شرکت‌های خودروساز باید از هر طریق و با سرمایه‌گذاری مشترک با خودروسازان خارجی تولیدات خود را (بصورت کمی و کیفی) ارتقا دهند.

* امکان سرمایه‌گذاری مشترک با خودروسازان خارجی

البته حتماً لازم نیست این سرمایه‌گذاری‌ها تنها از طریق خودروسازان اروپایی صورت گیرد، بلکه می‌توان در ابتدا سرمایه‌گذاری‌های مشترکی با خودروسازهای چینی، هندی و یا حتی روسی در دستور کار قرار گیرد، تا به این ترتیب بخشی از این تولیدات را به مصرف کنندگان داخلی واگذار گشته و از طرف دیگر صادرات محصولات تولیدی به همین کشورها و یا سایر کشورهای منطقه صورت گیرد.

به‌خاطر حمایت از تولید داخلی طوری از بنگاه‌های داخلی حمایت کرده ایم که نهایت به ضرر تولید داخلی شده است. با توجه به اینکه می‌فرمایید این حمایت‌ها به یکباره نباید برداشته شود از این پس چگونه باید حمایت کرد که به ضرر تولید نشود؟

صوری: بله، همانطور که گفتم حمایت از صنایع نوپا یا نوزاد معمولاً توسط کشورهای مختلف انجام می‌شود و در کشور ما هم این حمایت از صنعت خودروسازی و لوازم خانگی صورت گرفت. اما متأسفانه شاهدیم که در خصوص برخی محصولات این حمایت‌ها به‌صورت اشتباه ادامه یافته و این صنایع که سال‌ها از ابتدای کارشان می‌گذرد، هنوز هم نمی‌توانند بدون حمایت‌های تعرفه‌ای و یا ممنوعیت ورود محصولات خارجی با محصولات خارجی از لحاظ قیمت و کیفیت رقابت نمایند و هنوز محتاج حمایت هستند.

در حقیقت به‌گونه‌ای از این صنایع و به خصوص صنعت خودروسازی حمایت شد و با ایجاد بازارهای کاملاً انحصاری برای آن‌ها طی سال‌های اخیر، خودروسازان هر محصولی را تولید و به بازار عرضه کردند و مصرف کنندگان نیز با توجه به نیاز همین محصولات را خریداری کردند. در حال حاضر اینگونه برداشت می‌شود که تولید کنندگان داخلی اصلاً نیاز به اصلاح یا ارتقا کیفیت محصولات را احساس نکردند.

* خودروسازان نیازی به ارتقا کیفیت محصولات احساس نمی‌کنند

با وضعیت به‌وجود آمده مشتریان خرید خودرو از خودروسازهای بزرگ، برای خرید یک خودرو ثبت نام می‌کند و بخش قابل توجهی از پول خودرو را

نیز پرداخت می کنند، بنابراین وقتی خودروسازها مشاهده می کند که برای کالایی که از آن به عنوان کالای بی کیفیت یاد می شود، مشتریان از یک سال قبل در نوبت اند و حتی پول آن را نیز پرداخت می کنند، اصلا نیازی به ارتقا کیفیت محصولات احساس نمی شود و لازم است این چرخه معیوب به گونه ای اصلاح شود.

با این اوصاف همان طور که بیان شد باید یک بازه زمانی مشخص و قطعی برای خودروسازان در نظر گرفته شود و در طی این بازه زمانی حمایت ها اندک اندک کاهش یابد و در همین دوره تغییراتی در تولید محصولات خودروسازی ها مطالبه شود، تا این شرکت ها نیز جهت ارتقا سطح کیفیت محصولات و همچنین افزایش تعداد تولیدات به گونه ای که پاسخ گوی تقاضای داخلی باشند برنامه ریزی کنند، تا در این بازه بازارهای داخلی نیز با مزاد تقاضا مواجه نشوند.

البته اشاره کردم که با توجه به حمایت های قبلی صورت گرفته، امکان رها کردن خودروسازان و برداشتن یکباره این حمایت ها وجود ندارد، اما اجرای این سیاست به مرور زمان کاملا اجرایی و امکان پذیر خواهد بود.

* سرمایه گذاری مشترک با خودروسازان آسیایی برای ارتقا تولید

همانطور که اشاره شد، با تعیین تعرفه باید به مرور اجازه واردات خودرو را داد و در کنار آن نیز خودروسازان باید با تولید کنندگان کشورهای دیگر از جمله خودروسازان کشورهایی که مورد اشاره قرار گرفتند، کنسرسیوم ها و سرمایه گذاری های مشترکی را انجام دهند. بدیهی است با تولید محصولات جدید و صادرات بخشی از این تولیدات به کشورهای همسایه قدرت مالی خودروسازان داخلی افزایش یافته و اصلاح ساختارها (بخصوص ساختار هزینه ای در این بنگاه ها) امکان پذیر خواهد شد.

براساس بررسی های صورت گرفته (به صورت غیررسمی) برای بسیاری از بنگاه های خارجی، تولید مشترک با خودروسازان داخلی صرفه اقتصادی داشته و قیمت تمام شده تولید خودرو در ایران برای خودروسازهای خارجی ارزان تر از تولید در آن کشورهاست و با بهره گیری از چنین ظرفیتی می توان زمینه توسعه تولیدات مشترک را فراهم کرد. بدیهی است بهره گیری از حداکثر ظرفیت های تولیدی و افزایش مقیاس تولید، کاهش بهای تمام شده تولیدات داخلی نیز دور از انتظار نخواهد بود و درآینده می توان به کاهش قیمت ها و توسعه کیفی محصولات نیز امیدوار بود.

منبع: فارس