

بررسی عوامل ایجادکننده‌ی مزیت رقابتی در صنایع ایران: مورد مطالعه صنعت قطعه‌سازی خودرو

حسن ولی‌بیگی*

تاریخ پذیرش: ۸۴/۶/۲۱

تاریخ وصول: ۸۴/۲/۲

چکیده:

امروزه دیگر داشتن مزیت نسبی در امر تولید و صادرات نمی‌تواند تضمین کننده‌ی حضور مستمر شرکت‌ها در بازارهای جهانی باشد بلکه بهره‌مندی از مزیت رقابتی است که لازمه‌ی استمرار فعالیت در عرصه‌ی بازارهای بین‌المللی است.^۱ بر همین اساس بررسی مزیت رقابتی و عوامل ایجادکننده‌ی آن در صنایع ایران از اهمیت به‌سزایی برخوردار است. در این راستا، هدف این مقاله بررسی مزیت رقابتی و عوامل ایجادکننده‌ی آن در صنعت قطعه‌سازی خودرو در ایران است. برای رسیدن به اهداف این مقاله، از الگوی پوتر برای تعیین مزیت رقابتی صنعت مذکور استفاده شده است. نتایج مطالعات نشان می‌دهد که این صنعت نتوانسته است از عوامل ایجادکننده‌ی مزیت رقابتی به نحو مطلوبی بهره‌مند گردد.

واژه‌های کلیدی: مزیت رقابتی، پوتر، قطعات خودرو، هزینه‌ی منابع داخلی، تکنولوژی

^۱ مقاله‌ی حاضر برگرفته از طرح تحقیقاتی "مزیت رقابتی و رقابت‌پذیری صنعت قطعات خودرو ایران" است که توسط نگارنده‌ی مقاله‌ی در موسسه‌ی مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی به انجام رسیده است.

* پژوهشگر و عضو هیات علمی موسسه‌ی مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی

۱ - مقدمه

امروزه برای حضور مستمر شرکت‌های داخلی کشور در بازارهای جهانی و بین‌المللی، ضروری است ضمن مجهز شدن به روش‌های نوین بازاریابی، تولیدات عرضه‌شده توسط بنگاه‌ها (چه در بازار داخلی و چه خارجی) از سطح رقابت‌پذیری مناسب و بالایی برخوردار باشند. در حال حاضر، بخشی از توان رقابتی و رقابت‌پذیری بنگاه‌ها و صنایع کشور ناشی از حمایت‌های آشکار و نهان موجود در کشور است. این حمایت‌ها در روند تحولات بازارهای جهانی، محدود توان رقابتی صنایع داخلی کاسته می‌شود. از این رو، لازم است سطح رقابت‌پذیری صنایع در بازارهای جهانی و سطح حمایت‌های لازم شناسایی شود تا از طریق اطلاع رسانی صحیح در جهت هدایت سرمایه‌ها و سرمایه‌گذاری‌های خصوصی (و احیاناً دولتی) و همچنین کاهش تدریجی حمایت‌ها، امکان افزایش هرچه بیشتر سطح رقابت‌پذیری بنگاه‌های فعال در عرصه‌ی تولید و صادرات تقویت شود تا با محدود شدن حمایت‌های دولتی، آسیب‌پذیری صنایع به حداقل ممکن کاهش یابد.

عملکرد صادراتی صنعت قطعه‌سازی خودرو ایران که منتج از استراتژی‌ها و برنامه‌های بنگاه‌های فعال در این عرصه و همچنین شرایط محیطی حاکم بر صنایع کشور است، حاکی از نگرش درون‌نگر بنگاه‌ها بوده است. در این راستا، بررسی عوامل بازدارنده و خلق مزیت رقابتی و رقابت‌پذیری صنعت فوق می‌تواند سیاست‌گذاران را برای برنامه‌ریزی در جهت تقویت و خلق مزیت رقابتی کمک نماید.

بدین‌منظور، ابتدا جایگاه صنعت قطعه‌سازی کشور در کل صنعت بررسی می‌شود. سپس ضمن ارائه‌ی روش‌شناسی تحقیق به بررسی عوامل بازدارنده یا خلق مزیت این صنعت می‌پردازیم. در ادامه نیز با استفاده از شاخص هزینه‌ی منابع داخلی، مزیت رقابتی اندازه‌گیری می‌شود. در پایان جمع‌بندی و پیشنهادهای ارائه می‌گردد.

۲- شاخص‌های کلان صنعت قطعه‌سازی خودرو

طبق نتایج آمارگیری از کارگاه‌های صنعتی (مرکز آمار ایران)، صنعت کشور به زیربخش‌های متنوعی تقسیم می‌شود که از میان آنها، زیربخش تولید وسایل نقلیه‌ی موتوری، تریلر و نیم‌تریلر به طور کامل و زیربخش‌های لاستیک، پلاستیک،

چوب، کاغذ، شیشه، مواد شیمیایی و مواد فلزی به طور ناقص در گروه صنعت قطعه‌سازی جای دارد. در این تحقیق تنها زیربخش تولید قطعات و ملحقات وسایل نقلیه مورد بحث قرار می‌گیرد.^۲

براساس آمارگیری از کارگاه‌های صنعتی (مرکز آمار ایران)، تعداد کارگاه‌های تولید قطعات و ملحقات از ۱۱۸ کارگاه در سال ۱۳۷۴ به ۲۴۷ کارگاه در سال ۱۳۷۹ رسیده است. همچنین این صنعت در سال ۱۳۷۹، تقریباً ۲/۸ درصد از اشتغال صنعت کشور و ۲/۱۵ درصد از ارزش افزوده‌ی کل صنعت و تنها ۰/۴۴ درصد از ارزش افزوده خود را صرف تحقیق و توسعه کرده است. شاخص اخیر نشان می‌دهد که امر تحقیق و توسعه در بخش صنعت کشور از چه جایگاه نازلی برخوردار است و بنابراین، شاید بتوان اظهار داشت که در عقب‌ماندگی تکنولوژی صنعت کشور، کم‌توجهی به تحقیقات از علل بسیار مهم بوده که در این ارقام نیز کاملاً مشهود است.

طبق آمار منتشر شده در سالنامه‌ی آماری بازرگانی خارجی گمرک، صنعت قطعه‌سازی کشور در سال ۱۳۸۰، توانسته است ۱/۳ درصد از صادرات صنعتی کشور و ۰/۴۸ درصد از صادرات غیرنفتی را به خود اختصاص دهد.

۳- ادبیات تحقیق

مزیت رقابتی ملی با کتاب پوتر در سال ۱۹۹۰ با عنوان مزیت رقابتی ملی به جهان معرفی شد. در خصوص تحول در مبانی نظری مزیت رقابتی مطالعاتی بعد از پوتر انجام نگرفته‌است و در حال حاضر نیز از آن ادبیات استفاده می‌شود. اما در زمینه‌ی کاربردی نمودن نظریه‌ی پوتر تحقیقات زیادی برای مشخص‌سازی عوامل داخلی در ایجاد مزیت صورت گرفته است که از جمله آنها می‌توان برای نمونه به مطالعات بیل‌گردان^۳ و کوسولاس^۴ اشاره کرد.

بیل‌گردان در سال ۱۹۹۷ تحقیقات منسجمی در خصوص صنعت هوا فضای ژاپن انجام داد. وی نتیجه کار خود را که در قالب مدل پوتر بود برای تبیین مزیت

^۲ برای تحلیل این قسمت از نتایج آمارگیری از کارگاه‌های صنعتی ده نفر و بیشتر کارکن کشور، مرکز آمار ایران استفاده شده است.

^۳ Bill Gardan

^۴ Ioannis Konsolas

رقابتی صنعت هوا فضای ژاپن در مقاله‌ای تحت عنوان صنعت هوافضای ژاپن به چاپ رساند. کونسولاس در سال ۲۰۰۲ مزیت رقابتی یونان را مورد بررسی قرار داد.

۳-۱- مزیت رقابتی

مزیت رقابتی^۵ ملل که به سبب تلاش‌های وسیع پوتر^۶ و انتشار کتابش با همین نام در سال ۱۹۹۰، با نام وی عجین شده است (ولی‌بیگی، ۱۳۸۳، ص ۱۱)، آغاز مطالعات در این زمینه عمدتاً به زمان پیدایش مکتب هاروارد در اواخر دهه‌ی ۱۹۵۰ باز می‌گردد.

مطابق نگرش پوتر، مزیت رقابتی یک کشور در یک صنعت خاص عبارتست از توانایی و قابلیت آن کشور برای ترغیب شرکت‌ها به استفاده از کشورشان به عنوان سکویی برای انجام فعالیت‌های تجاری است (پتر کورنلیوس^۷، ص ۳).

براساس این تعریف، یک کشور با توجه به ویژگی‌های خاص خود می‌تواند محیطی را فراهم نماید که خلق مزیت رقابتی توسط بنگاه‌های داخلی، تشویق گردد؛ در نتیجه این اقدام بنگاه‌ها قادر به تولید و صدور کالاها در جهت تضمین رشد مستمر آن کشور می‌شود. همچنین، یک کشور ممکن است محیطی را ایجاد کند که خلق مزیت رقابتی توسط بنگاه‌های داخلی باز داشته شده و به مرور صنایع داخلی در رقابت با سایرین دچار افول و اضمحلال گردند.

پوتر معتقد است که مزیت رقابتی ملل از چهار عامل تعیین‌کننده شرایط عوامل^۸، شرایط تقاضا^۹، صنایع مرتبط و پشتیبان^{۱۰}، استراتژی، ساختار و رقابت‌پذیری شرکت^{۱۱} تاثیر می‌پذیرد (پوتر، صص ۱۴۸-۱۳۲).

وی همچنین، تأثیر دو عامل دیگر را نیز حائز اهمیت می‌داند، اما برای آنها حالت کمکی قائل است که شامل اقدامات دولت و رویدادهای شانسی و اتفاقی است.

⁵ Competitive Advantage

⁶ Michael, E. Poter

⁷ Peter Cornelins

⁸ Factor Conditions

⁹ Demand Conditions

¹⁰ Related and Supporting Industries

¹¹ Firm Strategy, Structure and Rivalry

در کنار عوامل مورد نظر پوتر، شاخص‌های کمی اندازه‌گیری توان رقابتی محصولات در سطح بنگاه‌ها وجود دارند. از جمله این شاخص‌ها می‌توان به معیار هزینه‌ی منابع داخلی، معیار مزیت رقابتی آشکار شده و نسبت هزینه به درآمد اشاره نمود. با توجه به اهمیت و کارکرد شاخص‌های فوق، در اینجا از شاخص هزینه‌ی منابع داخلی (*DRC*) استفاده می‌شود. روش محاسبه‌ی هزینه‌ی منابع داخلی به شرح زیر است (ولی‌بیگی، ۱۳۸۱، ص ۷۸):

مفهوم هزینه‌ی منابع داخلی را می‌توان به صورت نسبت هزینه‌ی فرصت عوامل داخلی (برحسب پول ملی) به حاصل ضرب ارزش افزوده‌ی جهانی (برحسب پول خارجی) در نرخ ارز مؤثر تعریف نمود. در این تعریف، هزینه‌های عوامل داخلی به دو بخش تولید (نظیر نیروی کار و سرمایه) و غیرتجاری (نظیر هزینه‌های انرژی، مالیات، اجاره، تعمیرات و نگهداری و بیمه) قابل تقسیم است.

در مخرج کسر *DRC* ارزش افزوده‌ی جهانی یک واحد از کالای مورد نظر قرار دارد که در آن قیمت جهانی محصول عامل تعیین کننده است. برای به کارگیری قیمت می‌توان برای کالای صادراتی از قیمت^{۱۲} *F.O.B.* و کالای وارداتی از قیمت^{۱۳} *C.I.F.* استفاده نمود.

این روش محاسبه *DRC* به جهت استفاده از اطلاعات به هنگام، استفاده از قیمت‌های سایه‌ای در محاسبه‌ی هزینه‌های فرصت عوامل (که موقعیت پیش‌نگر را مهیا می‌کند) و استفاده از ضرایب فنی واقعی تولید نسبت به سایر روش‌های از قابلیت‌های بسیاری برخوردار است.

براساس نکات مطرح شده فرمول *DRC* را می‌توان به صورت زیر بیان نمود:

$$DRC_s = \frac{A + M + b.C + e.(A/F).G}{(H - (I/J)K).L} \quad (1)$$

در این رابطه *s* محصول مورد نظر، *A* هزینه‌ی سربار تولید یک واحد کالای *s* (ریال)، *M* هزینه‌های غیرتجاری یک واحد کالای *s* (ریال)، *b* ضریب تعدیل هزینه‌ی دستمزد نیروی کار برای تخمین هزینه‌ی فرصت آن (در این تحقیق ۷۵

¹² Free and Board

¹³ Cost Insurance and Freight

درصد)، C هزینه دستمزد مستقیم نیروی کار یک واحد کالای S (ریال)، e ضریب تعدیل هزینه سرمایه استفاده شده برای تخمین هزینه فرصت آن یا نرخ سابه‌ای بهره (در این ۲۴ درصد)، F هزینه کل سربار تولید یک سال بنگاه تولیدی برای تمام محصولات تولیدی (میلیون ریال)، G ارزش کل سرمایه شرکت (میلیون ریال)، H قیمت جهانی محصول S (دلار)، I ارزش مواد مصرفی و کالاهای واسطه‌ای مصرف شده برای یک واحد از محصول S (ریال)، J ارزش مواد مصرفی و کالاهای واسطه‌ای مصرف شده برای همه محصولات در یک سال (میلیون ریال)، K ارزش کل مواد مصرفی و کالاهای واسطه‌ای مصرف شده برای همه محصولات در یک سال (میلیون ریال) و L نرخ مؤثر ارز است.

۴- عوامل مؤثر بر مزیت رقابتی صنعت قطعات خودرو ایران

۴-۱- شرایط حاکم بر عوامل تولید

۴-۱-۱- وضعیت نیروی انسانی در صنعت قطعه سازی

امروزه منابع انسانی به عنوان یکی از عوامل مزیت رقابتی محسوب می‌گردد. هر بنگاه سعی می‌کند که در هر نوع کسب و به مزایای رقابتی دست یابد. مزیت رقابتی عبارتست از شرایطی که برای بنگاه این امکان را به وجود آورد تا محصولات و خدمات را از محصولات و خدمات بنگاه‌های رقیب متمایز سازد و بر سهم بازار خود اضافه نماید (گانینگل و مور،^{۱۴} ص ۶۴).

بررسی وضعیت نیروی انسانی شاغل در واحدهای قطعه‌سازی خودرو (آمار شرکت‌های عضو انجمن سازندگان مجموعه‌های قطعات خودرو) در گروه‌های طبقه‌بندی شده توسط انجمن فوق نشان می‌دهد که از مجموع ۷۲۵۷۱ نفر شاغل در این واحدها در سال ۱۳۸۱، تقریباً ۴۵/۶۸ درصد دارای مدرک زیر دیپلم، ۴۰/۰۲ درصد دارای مدرک دیپلم و ۳/۷۷ درصد دارای مدرک فوق دیپلم هستند. بدین ترتیب، بالغ بر ۹۰ درصد از شاغلین، مدرک پایین‌تر از فوق دیپلم دارند. با مقایسه‌ی جذب نیروی انسانی با مدارک بالا و هزینه‌های تحقیقاتی و آزمایشگاهی توسط بنگاه‌ها، می‌توان دریافت که سهم بالایی از جذب نیروی انسانی به منظور تقویت بخش تحقیق و توسعه‌ی بنگاه‌ها نبوده است. البته، فعال نشدن بخش تحقیق و توسعه‌ی بنگاه‌ها با توجه به بنیه‌ی ضعیف مالی آنها، چندان دور از انتظار

نیست؛ زیرا واحدهای فعال به جهت مشکل نقدینگی و عدم وجود فشارهای بیرونی برای بهبود محصول تولیدی، احساس نیازی در راستا نمی‌نمودند. این وضعیت شاید تاکنون در شرایط حاکم بر صنعت خودرو (انحصاری بودن صنعت خودرو، ساخت داخل کردن، وجود مقررات صادرات و واردات محدود کننده، وجود موانع تعرفه‌ای و غیر تعرفه‌ای و حمایت شدید از صنایع داخلی) قابل توجیه بوده است، ولی در حال حاضر که بازار ایران به مرور به روی بازار جهانی گشوده می‌شود به هیچ عنوان توجیه‌پذیر نخواهد بود.

۴-۱-۲- بهره‌وری نیروی کار

در محاسبه‌ی بهره‌وری می‌توان از مقیاس‌های گوناگون برای اندازه‌گیری ستاده و نهاده بهره‌گرفت. در اینجا از تولید سرانه به عنوان شاخص بهره‌وری بهره می‌گیریم (هدایت طباطبایی، صص ۱۲۵-۱۱۵).

بیشترین ارزش تولید سرانه متعلق به گروه پمپ، فیلتر و قفل به ارزش ۷۸۱/۷۸ میلیون ریال و کمترین آن به گروه قطعات استاندارد به ارزش ۶۲/۸ میلیون ریال است. در صنعت قطعات خودرو سازی ایران بیشترین سرمایه‌گذاری سرانه در گروهی صورت‌گرفته است که کمتر از حد متوسط تولید سرانه داشته است (جدول ۱). همچنین، ملاحظه می‌گردد که عملاً سرمایه‌گذاری‌های صورت گرفته به سمت گروه‌های با بهره‌وری نیروی کار (تولید سرانه) بالا سوق نیافته‌است.

جدول ۱: ارزش تولید و سرمایه‌گذاری سرانه بنگاه‌های نمونه، برای سال ۱۳۸۱

ردیف	عنوان گروه	کل نیروی کار (نفر)	ارزش تولیدات (میلیون ریال)	سرمایه‌گذاری		ارزش سرمایه‌گذاری سرانه (میلیون ریال)
				ارزش (میلیون ریال)	سهم هر گروه (%)	
۱	ریخته‌گری - آهنگری - متالورژی	۱۰/۲۶۸	۸۴۲/۲۱۰	۷۲۶/۶۹۰	۸/۰۱	۰/۷۱۸
۲	پرس شاپ	۸/۲۷۸	۹۹۱/۱۹۸	۳۳۸/۴۸۲	۳/۷۳	۴۰/۹
۳	برق و الکترونیک	۴/۴۴۱	۸۶۰/۶۶۷	۸۹۱/۰۲۲	۹/۸۳	۲۰۰/۶
۴	نیرو محرکه	۱۰/۸۸۲	۲/۴۴۷/۴۲۵	۷۳۳/۸۰۴	۸/۰۹	۶۷/۴
۵	لاستیک و پلاستیک	۹/۱۲۴	۱/۵۷۰/۹۳۲	۱/۳۶۰/۵۴۸	۱۵/۰۱	۱۴۹/۱
۶	تریم	۵/۸۲۶	۹۳۶/۳۷۱	۲/۲۷۳/۲۹۲	۲۵/۰۷	۳۹۰/۲
۷	جلوبندی و تعلیق	۱۱/۴۶۸	۲/۶۲۰/۳۷۱	۹۷۳/۱۳۵	۱۰/۷۳	۸۴/۹
۸	قطعات استاندارد	۲/۴۷۱	۱/۵۵/۲۰۴	۹۵۷/۵۰۹	۱۰/۵۶	۳۸۷/۵
۹	پمپ - فیلتر - قفل	۲/۷۸۹	۲/۱۸۰/۱۷۹	۱۰۸/۸۴۲	۱/۲۰	۳۹/۰
۱۰	شیشه - چراغ - آئینه	۲/۵۶۳	۲۸۹/۷۹۱	۲۲۱/۲۴۲	۲/۴۴	۸۶/۳
۱۱	قالب - ابزار - ماشین کاری	۲/۱۷۴	۱/۶۸/۷۸۹	۳۶۶/۲۵۰	۴/۰۴	۱/۶۸/۵
۱۲	طراحی مهندسی - خدمات	۲/۲۸۷	-	۱/۱۶/۴۲۱	۱/۲۸	۵۰/۹
	جمع کل	۷۲/۵۷۱	۱۳/۶۳۱۰۲۶	۹۱۰۶۷/۲۳۷	۱۰۰	۱۲۴/۹

ماخذ: انجمن سازندگان قطعات و مجموعه‌های خودرو و مرداد ماه ۱۳۸۲

۴-۱-۳- سرمایه‌گذاری در صنعت قطعات خودرو کشور

بررسی میزان سرمایه‌گذاری در صنعت قطعات خودرو کشور به تنهایی نمی‌تواند گرایش جریان سرمایه‌گذاری در این صنعت را به تصویر بکشد. بدین منظور با کنار هم گذاردن ارزش سرانه‌ی سرمایه‌گذاری در گروه‌های ۱۲ گانه و مقایسه‌ی آن با بهره‌وری صنعت می‌توان این گرایش‌ها را نشان داد. بر اساس اطلاعات جدول ۱، در سال ۱۳۸۱ بالغ بر ۹۰۶۷۲۳۷ میلیون ریال سرمایه‌گذاری در صنعت قطعات خودرو انجام شده که حاکی از ۱۴۳۹۲ میلیون ریال به ازای هر بنگاه است.

بیشترین ارزش سرمایه‌گذاری مربوط به گروه تریم (۲۵ درصد کل سرمایه‌گذاری) و پس از این گروه، لاستیک و پلاستیک، جلوبندی و تعلیق، قطعات

استاندارد و برق و الکترونیک به ترتیب با سهم ۱۵/۰۱، ۱۰/۷۳، ۱۰/۵۶ و ۹/۸۳ درصد در مراتب بعدی قرار دارند.

براساس ارزش سرمایه‌گذاری سرانه، گروه تریم به عنوان یکی از گروه‌های پیشرو در این خصوص به حساب می‌آید. گروه‌های قطعات استاندارد، برق الکترونیک، قالب، ابزار، ماشین کاری، و لاستیک و پلاستیک در رتبه‌های دوم تا پنجم واقع شده‌اند که از حد متوسط (۱۲۴/۹ میلیون ریال) بالاترند.

مقایسه‌ی بهره‌وری نیروی کار (براساس شاخص تولید سرانه) با ارزش سرمایه‌گذاری سرانه، می‌تواند گرایش‌های سرمایه‌گذاری در میان گروه‌های مورد بررسی را تا حدود زیادی آشکار نماید. با ملاحظه ارزش تولید سرانه و ارزش سرمایه‌گذاری سرانه، رابطه‌ی غیرمستقیمی بین آنها مشاهده می‌شود. به عنوان مثال گروه قطعات استاندارد، با کمترین تولید سرانه تقریباً بیشترین ارزش سرمایه‌گذاری سرانه را داشته است. در بقیه گروه‌ها نیز ارتباط معکوس بین تولید سرانه و ارزش سرمایه‌گذاری سرانه مشاهده می‌شود. این مقایسه نشان می‌دهد که سرمایه‌گذاری در گروه‌های با سودآوری بالا صورت نگرفته و به طور غیرمنطقی به سمت فعالیت‌های با بهره‌وری نیروی کار پایین جریان داشته است. این تخصیص نامناسب منابع مالی با توجه به مشکل نقدینگی بنگاه‌ها و بنیه‌ی ضعیف مالی آنها، نه تنها مشکل این بنگاه‌ها را حل نکرده، بلکه به آن دامن نیز زده است. به عبارتی دیگر، این عامل تولید با چنین گرایشی، به نظر نمی‌رسد بتواند در تقویت رقابت‌پذیری و توان رقابتی بنگاه نقشی داشته باشد. در واقع این گرایش سرمایه‌گذاری بنگاه‌ها با بهره‌وری بالا را مجبور می‌کند که از سیستم بانکی (با نرخ‌های بالا) کمبود منابع خود را جبران نمایند.

۴-۱-۴- بررسی مقایسه‌ای وضعیت تکنولوژی در صنعت قطعه‌سازی

در این قسمت به دنبال پاسخ به این سوال هستیم که آیا صنعت قطعه‌سازی در مقایسه با سایر صنایع کشور به لحاظ سطح تکنولوژی دارای مزیت رقابتی است یا نه؟

بدین منظور، مدل‌های متنوعی قابل بهره‌برداری است که هر کدام، دارای مزایا و معایبی است. در میان این مدل‌ها، مدل اطلس تکنولوژی^{۱۵} از مزایای بیشتری

برخوردار است. بنابراین، در این تحقیق از این روش استفاده شده است. بر همین اساس، اطلاعاتی که در این بخش منعکس می‌گردد، برگرفته از کاربرد این مدل است. در این مدل، ارزیابی‌ها براساس چهار محور سخت‌افزار^{۱۶}، انسان افزار^{۱۷}، اطلاعات افزار^{۱۸} و سازمان افزار^{۱۹} صورت می‌گیرد. در این مدل، فرض براینست که در فرآیند تولید هر محصول، هر چهار جزء تکنولوژی به صورت همزمان حضور دارند و نبود هرکدام، فرآیند تولید را متوقف می‌سازد (سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی، ۱۳۶۹، ص ۱۹).

علاوه بر اجزای تکنولوژی، توانایی‌های تکنولوژیکی نیز در صنایع مختلف قابل محاسبه‌اند. این توانایی‌ها، مشتمل بر شاخص‌های توانایی نوآوری، توانایی پشتیبانی، توانایی تأمین و توانایی کاربرد است که وضعیت تأمین و به کارگیری جهانی تکنولوژی را به تصویر می‌کشند.

طبق اطلاعات جدول ۲، وضع اجزای تکنولوژی در حوزه‌ی انسان افزار در صنعت قطعه‌سازی (به جز لاستیک) پایین‌تر از صنایع خودروسازی و متوسط صنعت است. در حوزه‌های اطلاعات افزار، صنعت قطعه‌سازی تقریباً از وضعیت مطلوب‌تری نسبت به خودروسازی و کل صنعت برخوردار است. اما در باب سازمان‌افزار در مجموعه‌ی صنایع قطعه‌سازی خودرو، تنها وضعیت صنعت ساخت تجهیزات صنعتی، لاستیک و روغن موتور مطلوب‌تر از وضع صنعت خودرو و متوسط صنعت است و سایر صنایع قطعه‌سازی وضعیتی بسیار پایین‌تر از صنعت خودرو و متوسط صنعت دارند. در باب شاخص‌های توانایی نیز این وضعیت کم و بیش به چشم می‌خورد. یعنی توانایی‌های نوآوری، پشتیبانی، تأمین و کاربرد تکنولوژی در صنعت ساخت تجهیزات صنعتی، فراتر از توانایی‌های مشابه در صنعت خودرو و متوسط صنعت است و این توانایی‌ها در سه حوزه‌ی دیگر صنعت قطعات خودرو، تقریباً معادل شاخص‌های متوسط صنعت است. البته، از مجموعه‌ی صنایع قطعه‌سازی خودرو، صنعت آهن‌گری، توانایی‌های تکنولوژیکی پایین‌تری نسبت به متوسط صنعت داراست.

¹⁶ Techno Ware

¹⁷ Human Ware

¹⁸ Info Ware

¹⁹ Orga Ware

صنایع لاستیک‌سازی در میان قطعات خودرو (به جز ساخت تجهیزات صنعتی و خودرو) در شاخص‌های توانایی از وضعیت به مراتب مطلوب‌تری برخوردارند و حتی از متوسط صنعت نیز بالاتر است. در اجزای تکنولوژی، صنایع لاستیک‌سازی ضمن داشتن توانایی بالاتر از متوسط صنعت، از موقعیت مطلوب‌تری نسبت به صنعت خودرو و سایر صنایع برخوردار است.

صنعت روغن موتور نیز همانند صنایع لاستیک‌سازی در شاخص‌های توانایی و اجزای تکنولوژی از وضعیت مطلوب‌تری نسبت به متوسط کل صنعت و صنعت خودرو بهره‌مند است.

به طور کلی، صنایع قطعه‌سازی به استثنای آهنگری، از توانایی‌های تکنولوژیکی و اجزای تکنولوژی مساوی یا بالاتر از متوسط صنعت برخوردار است. صنعت آهنگری در این موارد ضعیف‌تر از متوسط صنعت است.

بدین ترتیب، ملاحظه می‌شود که صنعت خودروسازی و قطعه‌سازی در قیاس با سایر صنایع کشور اگرچه از وضعیتی متفاوتی برخوردارند، ولی این اختلاف چندان معنی‌دار نیست.

جدول ۲: بررسی مقایسه‌ای شاخص‌های توانایی تکنولوژیکی و اجزای تکنولوژی

ردیف	صنعت	شاخص‌های توانایی					
		نوآوری	پشتیبایی	نامین	کاربرد	سخت افزار	انسان
		اجزای تکنولوژی					
۱	آهنگری	۲/۶	۲/۶	۲/۷	۲/۷	۰/۴۵	۰/۵۷
۲	ریخته‌گری	۲/۹	۲/۹	۲/۹	۲/۷	۰/۵۰	۰/۵۷
۳	مونور/محرکه	۳/۱	۲/۵	۲/۶	۲/۷	۰/۵۰	۰/۵۷
۴	ساخت تجهیزات صنعتی	۲/۳	۳/۲	۲/۹	۳/۴	۰/۵۷	۰/۵۹
۵	لاستیک	۲/۹	۳/۱	۳/۲	۲/۹	۰/۶۰	۰/۶۹
۶	روغن موتور	۲/۹	۲/۸	۳	۳/۲	۰/۵۷	۰/۵۹
۷	خودرو	۲/۸	۲/۸	۲/۷	۲/۹	۰/۵۳	۰/۶۱
	متوسط کل صنایع	۲/۷	۲/۹	۲/۸	۳	۰/۵۵	۰/۶۰

ماخذ: مستخرج از طرح

۴-۲- بررسی شرایط تقاضای داخلی صنعت قطعه‌سازی

به عقیده‌ی پوتر یکی از عوامل تعیین‌کننده‌ی فراگیر در مزیت رقابتی یک کشور در یک صنعت خاص، شرایط تقاضای داخلی برای محصول یا خدمات آن

بخش است. از نظر وی رقابت موثر در بازارهای داخلی هر کشور، رقابت‌پذیری بین‌المللی را برای شرکت‌های آن کشور به همراه می‌آورد؛ زیرا شرکت‌های داخلی سریع‌تر می‌توانند نیازهای خریداران داخلی خود را درک کرده، بدان پاسخ دهند. با توجه به آنکه میزان تولید، صادرات و واردات یا مصرف بازار داخلی از قطعات خودرو کشور در دسترس نیست، این امکان نیز فراهم نیست تا اندازه و الگوی تقاضای داخلی را به روش معمول برآورد نماییم. به همین منظور، می‌توان با استفاده از برنامه‌های تولید خودرو در کشور و تعداد خودروهای در حال تردد و همچنین ضریب استفاده از تعداد قطعات مصرفی در یک خودرو به همراه عمر مفید قطعات تولیدی، به اندازه‌ی بازار داخلی دست یابیم. به عبارتی بهتر، تنها به برآوردی از بازار مصرفی و صنعتی قطعات خودرو مورد نیاز قابل دسترسی است.

یکی از راه‌های تخمین تقاضا برای صنعت قطعه‌سازی، میزان تولید و عرضه‌ی خودرو در کشور است؛ زیرا متولیان این صنعت نیز برآورد دقیقی از تولید، صادرات، واردات و مصرف قطعات خودرو ندارند. در این قسمت، کوشش می‌شود تا به طریقی، برآوردی از قطعات اصلی مورد نیاز صنعت خودرو به تفکیک بازار مصرفی و صنعتی به دست آید. بدین منظور، قطعات خودرو به دو روش قابل مصرف است:

۱- یک‌سری مجموعه کامل قطعات برای تولید یک خودرو (بازار صنعتی)؛

۲- قطعات تعویضی خودروهای تولید شده سال‌های قبل (بازار مصرفی).

برآورد قطعات مورد نیاز صنعت خودرو سازی و خودروهای در حال تردد به تفکیک خودروهای سبک و سنگین با استفاده از ضریب استفاده هر قطعه و عمر مفید آن انجام گرفت. ولی بدلیل حجم بالای جداول و برآوردها از ذکر آنها در این جا خودداری شده و برای جزییات بیشتر به اصل طرح انجام شده مراجعه شود.

بازار داخلی بسیار وسیع با توجه به برآورد قطعات، پیش‌روی تولیدکنندگان داخلی چه در گذشته در چه در آینده که تولید خودرو به حد یک میلیون دستگاه خواهد رسید، حاکی از وجود فضای مناسب (به لحاظ وسعت بازار) برای استفاده از این عامل مزیت رقابتی است. اما در چنین فضایی، شاهد رشد کیفی پایین برای بهره‌گیری از این عامل رقابت هستیم. از جمله دلایل آن می‌توان به کمبود عرضه‌ی خودرو (مازاد تقاضا) از طرف خودرو سازان (به عنوان بازار صنعتی قطعه سازان)، وجود موانع متعدد وارداتی قطعات خودرو، ممنوعیت ورود خودرو به کشور و ... اشاره نمود. عوامل یاد شده وضعیتی را به وجود آورده است که خودرو سازان

توجهی به کیفیت قطعات مورد استفاده خود در سطح استانداردهای جهانی نکنند. به عبارت دیگر، فضایی برای قطعه‌سازان فراهم شد که تولیدکنندگان داخلی بدون توجه به کیفیت محصولات، کاهش قطعات معیوب و... بتوانند به فعالیت خود ادامه دهند. در واقع، می‌توان گفت قطعه‌سازان خودرو کشور نتوانسته‌اند از این عامل مزیت رقابتی برای افزایش توان رقابتی خود استفاده نمایند.

۴-۳- صنایع مرتبط و پشتیبان صنعت قطعه‌سازی خودرو

عرضه‌کنندگان مواد اولیه برای صنعت قطعه‌سازی شامل صنایع چون آهنگری، ریخته‌گری، جوشکاری، قالب‌سازی و... دارای کاربردهای بسیار گسترده‌ای در این صنعت و بسیاری صنایع دیگر هستند، هر چند بررسی‌ها آنها به منظور کسب درک دقیق‌تر در راستای نحوه کمک به ایجاد مزیت رقابتی ملی در صنعت قطعه‌سازی از اهمیت بسیاری برخوردار است، لیکن به سبب فقدان اطلاعات مناسب در این زمینه، امکان بررسی آنها وجود ندارد.

از سوی دیگر، وجود مزیت رقابتی در صنایع مرتبط و وابسته که می‌توانند باعث ایجاد هماهنگی در زنجیره‌ی ارزش (فعالیت‌ها) گردند، زمینه ساز فراهم شدن مزیت رقابتی در صنایع بالادستی می‌باشند.

کسب موفقیت بین‌المللی در صنعت خودرو سازی (به عنوان صنایع مرتبط و وابسته صنعت قطعه‌سازی)، امکان توسعه‌ی تقاضا برای کالاها و خدمات در قطعه‌سازی را فراهم می‌نماید. هر چند در ادامه به بررسی وضعیت صنعت خودروسازی از جهت تولید، صادرات، واردات، انحصار و صرفه‌های مقیاس پرداخته خواهد شد، اما ذکر این نکته نیز لازم است که کسب منافع در این ارتباط به سایر عوامل مؤثر بر کسب مزیت رقابتی نیز بستگی دارد. براین اساس، صنایع خودرو سازی به عنوان صنایع مرتبط و پشتیبان صنعت قطعه‌سازی نقش پر اهمیتی دارد.

۴-۳-۱- بررسی وضعیت خودرو سازی

۴-۳-۱-۱- وضعیت تولید و انحصار

بر طبق آمار موجود، در حال حاضر ۱۲ شرکت (گروه) خودرو سازی در زمینه‌ی تولید انواع خودرو فعالند. هر چند تنوع و تعدد شرکت‌های فعال خودرو سازی این گونه به ذهن متبادر می‌نماید که بازار مزبور تا حد زیادی باید دارای

ویژگی‌های یک بازار رقابتی باشد، لیکن بررسی‌ها نشان می‌دهد که بسیاری از آنها شرکت‌های بسیار کوچک و با سطح تولید کاملاً اندک هستند که مجال چندانی برای ابراز وجود نیافته‌اند. در اینجا از سهم جمع تولید هر شرکت به کل تولید شرکت‌های سازنده به عنوان یک شاخص اولیه، برای مقایسه‌ی بزرگی و کوچکی شرکت‌های فعال در زمینه‌ی تولید خودرو و کسب درکی اولیه از درجه‌ی انحصار این بازار استفاده می‌شود. چنان‌که از جدول ۳ ملاحظه می‌شود، شرکت ایران خودرو (شامل ایران خودرو دیزل) بیشترین حجم تولید سالانه را طی سه سال اخیر داشته است، به گونه‌ای که با تولید حدود ۳۰۷ هزار دستگاه خودرو در سال ۱۳۸۱، قریب به ۵۸ درصد کل خودروهای کشور را در این سال تولید نموده است.

شرکت سایپا به عنوان دومین شرکت بزرگ تولیدکننده‌ی خودرو در کشور، توانسته است طی سال‌های اخیر علاوه بر آنکه جایگاه خود را در صنعت خودرو سازی استحکام ببخشد، حتی به مرور از فاصله‌ی نه چندان نزدیک خود با ایران خودرو بکاهد. این شرکت توانسته است با کسب نرخ‌های رشد تولید ۲۸/۲ و ۶۳/۸ درصد در سال‌های ۱۳۸۰ و ۱۳۸۱، میزان تولید سال ۱۳۸۱ خود را به ۲/۱ برابر میزان آن در سال ۱۳۷۹ افزایش دهد.

سایر شرکت‌های فعال در زمینه‌ی خودرو (۱۰ شرکت)، که در مجموع کمتر از یک ششم تولید می‌کنند، با نوساناتی در تولید مواجه بوده‌اند. در مجموع، بررسی مزبور نشانگر این نکته است که علی‌رغم وجود ۱۲ شرکت خودرو سازی در کشور، انحصار تولید در اختیار دو خودرو ساز بزرگ کشور است.

۴-۳-۱-۲- صرفه‌های مقیاس

علی‌رغم آنکه تولید خودرو توسط اغلب شرکت‌های خودرو سازی کشور رشد قابل توجهی داشته، لیکن به جز شرکت‌های ایران خودرو و سایپا که به ترتیب به سطح تولید ۳۰۶ و ۱۴۲ هزار دستگاه خودرو در سال ۱۳۸۱ دست یافته‌اند، سایر شرکت‌ها کمتر از ۳۰ هزار دستگاه خودرو در سال تولید می‌کنند. شرکت‌های زامیاد، کرمان خودرو، پارس خودرو، گروه بهمن، شهاب خودرو، زرین خودرو، مرتب، رانیران، تراکتور سازی ایران و کیش خودرو هیچ‌کدام محصولات تولیدیشان اقتصادی نبوده و صرفاً با انتقال هزینه‌های تولیدی به مصرف‌کنندگان، در صحنه تولید خودرو در کشور فعالیت می‌کنند.

در این میان، تنها شرکت ایران خودرو (شامل ایران خودرو دیزل) توانست در سال ۱۳۸۱ به سطح تولید بین‌المللی ۳۰۰ هزار دستگاه در سال دست یابد. البته تولید خودروی سواری در این شرکت به تعداد ۲۸۰ هزار دستگاه باعث شده است که نسبت به سایر شرکت‌ها از ظرفیت‌های خود به صورت مطلوب‌تری استفاده نماید. با این حال، این شرکت هنوز نتوانسته است به نحو مطلوبی از ظرفیت‌های خود برای کاستن از قیمت محصولات بهره مند گردد.

جدول ۳: روند تولید انواع خودرو در ایران طی سال‌های ۸۱-۱۳۷۹

گروه محصول	نام شرکت	۱۳۷۹		۱۳۸۰		۱۳۸۱	
		میزان تولید دستگاه	سهم از بازار درصد	میزان تولید دستگاه	سهم از بازار درصد	میزان تولید دستگاه	سهم از بازار درصد
سواری	ایران خودرو	۱۵۸/۵۹۴	۶۳/۷۰	۲۰۵/۵۳	۶۳/۸۲	۲۸۰/۹۲۸	۶۰/۸۰
	سایپا	۶۶/۸۳۸	۲۶/۸۵	۸۵/۲۹۹	۲۶/۵۵	۱۳۹/۸۸۳	۳۰/۲۷
	پارس خودرو	۱۲/۴۴۶	۵/۰۰	۱۲/۲۶۸	۳/۸۲	۱۵/۲۸۰	۳/۲۳
	کرمان خودرو	۱۰/۱۷۰	۴/۰۹	۱۶/۴۴۷	۵/۱۲	۲۳/۵۴۴	۵/۱۰
	گروه بهمن	۸۲۸	۰/۳۴	۱/۹۴۸	۰/۶۱	۲/۳۰۴	۰/۵۰
	کیش خودرو	۷۱	۰/۰۳	۲۵۶	۰/۰۸	-	-
	جمع سواری	۲۴۸/۹۵۷	۱۰۰	۳۲۱/۲۷۱	۱۰۰	۴۶۲/۰۴۹	۱۰۰
اتوبوس	ایران خودرو	۱/۲۰۸	۴۸/۹۵	۶۰۲	۳۷/۸۴	۲/۳۸۱	۶۰/۴۵
	شهاب خودرو	۲۳۴	۱۳/۱۳	۴۷۱	۲۹/۶۰	۷۶۴	۱۹/۴۰
	رانیران	۲۳۶	۱۳/۶۱	۳۱۸	۱۹/۹۹	۶۸۸	۱۷/۴۷
	زرین خودرو	۶۰۰	۲۴/۳۱	۲۰۰	۱۲/۵۷	۱۰۶	۳/۶۹
	جمع اتوبوس	۲/۴۶۸	۱۰۰	۱/۵۹۱	۱۰۰	۳/۹۳۹	۱۰۰
صنعتی بوس	ایران خودرو	۲/۱۰۵	۷۲/۴۴	۶۶۶	۵۷/۴۱	۸۱۲	۷۵/۱۲
	زامیاد	۳۰۱	۱۰/۳۶	۲۷۸	۲۳/۹۷	۲۴۱	۲۲/۲۹
	زرین خودرو	۵۰۰	۱۷/۳۱	۱۵۰	۱۲/۹۳	۲۸	۲/۵۹
	سایپا دیزل	۰	۰	۶۶	۵/۶۹	۰	۰
	جمع صنعتی بوس	۲/۹۰۶	۱۰۰	۱/۱۶۰	۱۰۰	۱/۰۸۱	۱۰۰
وانت	ایران خودرو	۱۸/۱۵۰	۵۳/۰۷	۲۰/۱۷۴	۴۶/۳۰	۱۹/۳۶۲	۲۸/۴۱
	سایپا	۰	۰	۰	۰	۰	۰
	زامیاد	۱۳/۲۰۶	۳۸/۶۱	۱۹/۲۸۰	۴۴/۲۵	۲۵/۱۷۶	۴۹/۹۴
	ایران وانت	۰	۰	۰	۰	۰	۰

ادامه جدول ۳

۱۱/۶۵	۵/۸۷۲	۹/۴۶	۴/۱۲۱	۸/۳۲	۲/۸۴۴	گروه بهمن	کامیون
۱۰۰	۵۰/۴۱۰	۱۰۰	۴۲/۵۷۵	۱۰۰	۳۴/۲۰۰	جمع وانت	
۴۷/۲۱	۳۳۳۱	۶۲/۲۳	۳/۹۷۳	۵۲/۵۷	۲/۳۳۵	ایران خودرودیزل	
.	ایران کاوه	
۴/۲۴	۳۰۳	۳/۵۱	۲۲۴	۳/۸۷	۱۷۲	زامیاد	
۵/۶۰	۴۰۰	۲/۹۴	۱۸۸	۴/۳۰	۱۹۱	تراکتورسازی ایران	
۴۲/۳۴	۳/۰۲۳	۲۹/۷۵	۱/۸۹۹	۲۸/۰۱	۱/۲۴۴	سایپا دیزل	
۰/۶۰	۴۳	۱/۵۷	۱۰۰	۱۱/۲۶	۵۰۰	زرین خودرو	
۱۰۰	۷/۱۴۰	۱۰۰	۶/۳۸۴	۱۰۰	۴/۴۴۲	جمع کامیون	
۷۸/۹۱	۴/۷۳۴	۸۲/۲۶	۴/۷۲۴	۶۸/۶۲	۲/۶۹۶	پارس خودرو	
۱۱/۶۷	۷۰۰	۶/۳۵	۳۵۹	۱۶/۱۱	۶۳۳	مرتب	
۹/۴۲	۵۶۵	۱۱/۴۹	۶۶۰	۱۵/۲۷	۶۰۰	زرین خودرو	
۱۰۰	۵/۹۹۹	۱۰۰	۵/۷۴۳	۱۰۰	۳/۹۲۹	جمع دودیفرانسیل	

ماخذ: اداره کل خودرو و نیروی محرکه، وزارت صنایع، خرداد ۱۳۸۲

۴-۳-۲- سطح تکنولوژی صنعت خودرو سازی کشور در قیاس با وضعیت جهانی در این بخش، به منظور قیاس سطح تکنولوژی صنعت خودرو سازی با سطح جهانی آن، مقوله تکنولوژی را در هشت حوزه‌ی تکنولوژی موجود در سازماندهی و مدیریت، نیروی انسانی، اطلاعات و مدارک فنی، ماشین‌آلات و تجهیزات ساخت و تولید قطعات بدنه، ماشین‌آلات و تجهیزات مونتاژ بدنه، ماشین‌آلات و تجهیزات رنگ‌کاری، ماشین‌آلات و تجهیزات مونتاژ، تزئینات، مکانیک و تجهیزات تست خودرو مورد مذاقه قرار می‌دهیم. ضمناً جهت مقایسه با سطح جهانی مقادیر متوسط جهانی نیز در مقابل هر پارامتر ذکر گردید. در اینجا، از ذکر تفصیلی شاخص‌های حوزه‌های هشتگانه خودداری شده و صرفاً نتیجه‌ی هریک در جدول جداگانه‌ای آورده شده است. جدول ۴ جمع‌بندی نتایج هشتگانه بررسی تکنولوژی‌های مختلف در صنعت خودرو سازی کشور و مقایسه‌ی آن با وضعیت جهانی را نشان می‌دهد.

بررسی شاخص‌ها نشان می‌دهد که صنایع خودرو سازی کشور به لحاظ شاخص‌های رقابتی نظیر میزان جلب رضایت مشتری، هزینه‌ی تحقیق و توسعه،

نسبت کارکنان بخش تحقیق و توسعه^{۲۰} به کل کارکنان، میزان کاربرد تکنولوژی اطلاعات، وجود استانداردهای مهندسی و روش کنترل کیفیت فاصله‌ی بسیار زیادی با متوسط جهانی دارد.

با توجه به جدول ۴، وضعیت ایران از نظر تکنولوژی در شش حوزه‌ی اول نسبت به وضعیت جهانی فاصله‌ی بسیار زیادی دارد. در تکنولوژی‌های مستتر در ماشین‌آلات و تجهیزات مونتاژ تزئینات و مکانیک و تجهیزات تست خودرو، عقب‌ماندگی تکنولوژیکی کمتر از حوزه‌های قبلی است. بنابراین سطح تکنولوژی در صنعت خودرو سازی، بسیار عقب‌تر از متوسط آن در جهان است.

به نظر می‌رسد، این عقب‌ماندگی تکنولوژیکی در حوزه‌های سازماندهی و مدیریت و نیروی انسانی و اطلاعات و مدارک فنی به مراتب شدیدتر از تکنولوژی‌های سخت افزاری باشد. به عبارت دیگر صنعت خودرو سازی کشور در مقوله‌های اطلاعات‌افزار، انسان‌افزار و سازمان‌افزار فاصله‌ی گسترده در قیاس با تکنولوژی‌های نهفته در سخت افزار متوسط جهانی دارد.

جدول ۴: جمع‌بندی تکنولوژی موجود در صنعت خودرو در قیاس با وضعیت جهانی

ردیف	شرح تکنولوژی	وضعیت جهانی	وضعیت ایران
۱	تکنولوژی موجود در سازماندهی و مدیریت	۸/۵۹	۱/۶۵
۲	تکنولوژی موجود در نیروی انسانی	۹/۱۴	۱/۴۳
۳	تکنولوژی موجود در اطلاعات و مدارک فنی	۱۰/۰۰	۱/۴۶
۴	تکنولوژی موجود در ماشین‌آلات و تجهیزات ساخت و تولید قطعات‌بدنه	۷/۴۶	۲/۱۵
۵	تکنولوژی موجود در ماشین‌آلات و تجهیزات مونتاژ بدنه	۸/۰۰	۲/۳۹
۶	تکنولوژی موجود در ماشین‌آلات و تجهیزات رنگ‌کاری	۷/۷۵	۲/۶۳
۷	تکنولوژی موجود در ماشین‌آلات و تجهیزات مونتاژ، تزئینات، مکانیک	۷/۰۰	۲/۷۹
۸	تکنولوژی موجود در تجهیزات تست خودرو	۷/۵۶	۴/۱۱

مأخذ: مستخرج از طرح

در این قسمت با بررسی وضعیت صنایع مرتبط و وابسته‌ی قطعه سازی به دنبال پاسخ به این سوال بودیم که این صنایع چه مقدار توانسته‌اند به کسب مزیت رقابتی ایران در صنعت قطعه سازی کمک نمایند.

هر چند که آمار و اطلاعات لازم جهت تعیین میزان و نحوه‌ی تأثیرگذاری صنایع عرضه‌کننده‌ی عوامل تولید، در اختیار نیست، اما با عنایت به اطلاعات کلی

موجود، می‌توان گفت که این صنایع به دلیل عدم حضور جدی در بازارهای رقابتی بین‌المللی و فقدان تکنولوژی پیشرفته در آنها یا عدم وجود نوآوری و تحقیق و توسعه (شاید به دلیل کوچکی واحدهای موجود)، نتوانسته‌اند موجبات رقابتی شدن صنعت قطعه سازی را فراهم آورند.

از سوی دیگر، بررسی صنعت خودرو سازی کشور، به عنوان صنعت مرتبط و وابسته به قطعه سازی، از جوانب و زوایای مختلف موید همان نکته فوق در مورد تاثیرگذاری صنایع عرضه‌کننده است. ناگفته نماند، تلاش‌های گسترده‌ی دولت برای توسعه‌ی این صنعت تا حد زیادی به توسعه‌ی کمی و کیفی کمک نموده است و این امر با ایجاد ارتباطی قوی‌تر میان این صنعت و شرکت‌های خودرو سازی دارای مزایای رقابتی در جهان در حال توسعه و گسترش است. اما هر چند ممکن است در این زمینه خوش‌بینی‌هایی وجود داشته باشد، ولی حتی مشروط به وجود عملکردی مناسب توسط خودرو سازان داخلی در کسب تکنولوژی‌های نوین، به سبب فاصله زیادی که در زمینه‌ی ایجاد تکنولوژی، نوآوری و مزیت‌های رقابتی وجود دارد، کسب مزیت رقابتی قابل تکیه با تردیدهای جدی مواجه است. این امر سبب‌ساز بروز تردیدهایی برای کمک صنعت خودرو سازی به صنعت قطعه سازی برای حضور گسترده در صحنه‌های بین‌المللی و کسب مزیت رقابتی شده است. البته، بدبینی مزبور نباید مانع تلاش‌های گسترده‌ای که در این زمینه در حال گسترش یا شکل‌گیری است، گردد.

۴-۴- استراتژی بنگاه، ساختار و رقابت

چهارمین عامل مزیت رقابتی که می‌تواند تاثیر به‌سزایی در موفقیت شرکت‌ها در رقابت بین‌المللی داشته باشد، ساختار بنگاه و استراتژی آن است. هر چند توانایی رقابت در داخل کشور نیز اهمیت بسیاری دارد. معمولاً موفق‌ترین بنگاه‌ها در جهان، موفق‌ترین آنها در بازارهای داخلی نیز هستند. همچنین، اهداف تعیین شده در بنگاه‌ها به شدت تحت تاثیر ساختار مالکیت و انگیزه‌ی صاحبان شرکت‌هاست.

۴-۴-۱- تفکر حاکم بر بنگاه‌ها

بر اساس نتایج طرح، در نمونه گرفته‌شده از ۱۸۱ بنگاه، تنها ۲ شرکت گواهینامه زیست محیطی و ۱۰۹ شرکت گواهینامه مدیریت کیفیت داشته‌اند. همچنین، در این نمونه ۹ شرکت دارای رتبه A از ساپکو و ۳۷ شرکت دارای رتبه A از سازه‌گستر بوده‌اند. این نتایج موید این نکته است که تفکر حاکم بر شرکت‌های داخلی به ویژه در سطوح مدیریت، عمدتاً تولید برای بازار داخلی بوده و هیچگاه برنامه و استراتژی‌های شرکت‌های داخلی با تفکر تولید برای صادرات شکل نگرفته است. به عبارتی دیگر، این طرز تلقی از تولید که می‌توانست به عنوان یک ابزار ایجادکننده مزیت رقابتی عمل نماید نتوانسته است در این راستا نقش مهم خود را ایفا نماید.

۴-۴-۲- رقابت نه چندان فشرده در این صنعت

با وجود آنکه تعداد بی‌شماری از شرکت‌ها در عرصه‌ی تولید قطعات خودرو در کشور (در حدود ۲۰۰۰ بنگاه) فعال هستند، لیکن کیفیت محصولات تولیدی و قیمت آنها حاکی از آن است که یک رقابت داخلی ضعیف در میان آنها برقرار است. به عبارت دیگر یک رقابت فشرده که منجر به نوآوری و ابداع در شرکت‌های فوق مشاهده نمی‌شود. اگرچه این شرکت‌ها برای جذب قراردادهای شرکت‌های ایران خودرو و سایپا (به عنوان بزرگترین تولیدکنندگان خودرو در کشور) با هم رقابت می‌کنند ولی سطح کلی رقابت بین آنها چندان بالا نیست که منجر به بهبود کیفیت محصولات و کاهش قیمت آنها گردد.

۴-۴-۳- اهداف شرکت‌ها

اهداف تعیین شده توسط شرکت‌ها به شدت تحت تاثیر ساختار مالکیت و انگیزه صاحبان سهام آنهاست؛ زیرا پیوند میان اهداف سهامداران شرکت و نیازهای آن منجر به موفقیت می‌شود. در شرکت‌های خصوصی تعامل بسیار موثر میان مدیران و کارکنان موجب ترقی و رشد شرکت می‌گردد. بدین دلیل وجود شرکت‌های خصوصی با مدیریت خصوصی است که می‌تواند گامی موثر در راستای موفقیت شرکت در بازارهای جهانی بردارد.

از مجموع ۶۳۰ بنگاه نمونه عضو انجمن سازندگان قطعات و مجموعه‌های خودرو، ۵۸۲ بنگاه (۹۲/۴ درصد) از مالکیت خصوصی برخوردارند. همچنین، در مورد مدیریت بنگاه‌ها نیز همین روند را می‌توان مشاهده نمود. بر اساس گزارش مرکز آمار ایران، ۹۰ درصد از بنگاه‌ها از مدیریت خصوصی برخوردار بوده‌اند. این خصوصیت (مالکیت و مدیریت خصوصی) بنگاه‌های فعال در عرصه‌ی قطعه‌سازی خودرو کشور به عنوان یک عامل مثبت در مزیت رقابتی این صنعت تلقی می‌شود.

۴-۴-۴- شرایط بازار سرمایه

شرایط مطلوب بازار سرمایه نیز از جمله متغیرهای موثر بر افزایش توانایی بنگاه‌ها برای رقابت در بازار جهانی است؛ زیرا بازار سرمایه می‌تواند از طریق تامین مالی بنگاه‌ها در موفقیت آنها در بازار جهانی نقش به‌سزایی داشته باشد. در کشورهای توسعه یافته، بازار سرمایه موتور تحرک توسعه‌ی اقتصادی تلقی می‌شود و بارزترین نقش آن، جذب و هدایت پس‌اندازها و نقدینگی آحاد جامعه به سمت فعالیت‌های مولد اقتصادی است.

تاکنون بازار سرمایه در ایران که به بورس اوراق بهادار تهران محدود می‌شد، به دلیل آماده نبودن بسترها و نظام‌های مناسب، از جمله سلطه بازار پول بر سرمایه، محدودیت‌های ابزارهای مالی، فقدان قانون جامع بازار سرمایه، عدم تفکیک بازار پول و سرمایه، نتوانسته است رسالت خود را به نحو موثری به‌جاء گذارد. روی آوردن شرکت‌های تولیدی و صادراتی به سمت بانک‌ها برای تامین منابع مالی مورد نیاز از یک سو و سرمایه‌گذاری بانک‌های تجاری در فعالیت‌های اقتصادی از سوی دیگر، خود گواه بر این است که این بازار به نحو شایسته نتوانسته است منابع مالی جمع‌آوری شده را به سمت فعالیت‌های تولیدی سوق دهد.

۴-۵- نقش دولت

۴-۵-۱- پرداخت عوارض و مالیات

تا قبل از سال ۱۳۷۹ تولیدکنندگان کالاها و خدمات در کشور در حدود ۱۱۱ نوع مالیات غیرمستقیم و عوارض پرداخت می‌کردند که رقم بزرگی را در بخش هزینه‌های صنعتی به خود اختصاص می‌داد. از این مجموعه‌ی عوارض ۷۶ نوع

توسط دولت و مابقی توسط شهرداری‌ها و نهادهای مدنی دریافت می‌شد (سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی، ۱۳۸۱، ص ۲). دریافت این همه عوارض که در مجموع نسبت قابل توجهی از قیمت تمام شده را به خود اختصاص می‌داد، باعث می‌شد که حتی در شرایط ثابت ماندن سایر متغیرها، با افزایش قیمت تمام شده‌ی کالاها در مقایسه با رقبای خارجی، توان رقابتی کاهش یابد.

ارایه‌ی لایحه‌ی تجمیع عوارض با هدف حذف موانع موجود بر سر راه سرمایه‌گذاری، شفافیت نظام تجاری کشور و تشویق صادرات در جهت افزایش توان رقابتی شرکت‌های فعال در عرضه‌ی تولید و صادرات بوده است که در آینده تاثیر آن مشخص خواهد شد.

۴-۵-۲- سیاست تجاری

در ایران نیز در سال‌های اخیر، بحث‌های زیادی در خصوص انجام اصلاحات اقتصادی و آزاد سازی تجاری صورت گرفته است. ولی تا ابتدای برنامه‌ی سوم توسعه‌ی اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی عملاً چنین اصلاحات به صورت گسترده صورت نگرفت. در واقع، می‌توان گفت وجود موانع تعرفه‌ای و غیرتعرفه‌ای تا پایان سال ۱۳۸۱ باعث گردید که شرکت‌های فعال در عرضه‌ی تولید قطعات خودرو رقابت فشرده‌ای از طرف داخل یا از طرف شرکت‌های خارجی در صنعت احساس نکند.

با توجه به لزوم حضور فعال در صحنه‌ی اقتصاد بین‌الملل از طریق شفاف سازی سیاست تجاری، دولت در برنامه‌ی سوم (ماده ۱۱۵) حذف موانع غیرتعرفه‌ای و تبدیل آن به تعرفه‌های معادل و تهیه‌ی برنامه‌ی زمان‌بندی اصلاح نرخ‌های معادل تعرفه‌ها و اعلام آن به صورت پیش‌آگهی را پیشنهاد داد که مورد تصویب قرار گرفت.

در واقع، می‌توان گفت که دولت (وزارت بازرگانی) با اجرای این ماده از قانون می‌تواند ضمن ایجاد فضای رقابتی همراه با حمایت‌های هدفمند، رقابت‌پذیری این صنعت را افزایش دهد.

۴-۵-۳- تسهیلات بانکی

یکی از مهم‌ترین موانع دسترسی بنگاه‌ها به منابع مالی بانک‌ها، بالا بودن نرخ اعتبارات بانکی است. شاهد این مدعا کاهش تدریجی نرخ سود تسهیلات بانکی طی دو الی سه سال اخیر است. هم‌اکنون نرخ اعتبارات بانکی در بخش صنعت و معدن بر اساس مصوبات شورای پول و اعتبار ۱۶ درصد تعیین شده است. این در حالی است که پیش از این، نرخ سود تسهیلات در این بخش بین ۱۵ تا ۱۷ درصد بود. نرخ تسهیلات بانکی در بخش صادرات ۱۷ درصد بود که با کاهش یک درصدی در حال حاضر ۱۵ درصد است. علاوه بر بالا بودن نرخ سود تسهیلات، قبلاً نرخ سود در بخش‌های مختلف اقتصادی از دامنه‌ی تغییرات گسترده‌ای برخوردار بود؛ و به همین خاطر قدرت چانه‌زنی و اعمال سلیقه در آن نقش اساسی داشت. در مصوبه‌ی جدید شورای پول و اعتبار دامنه‌ی تغییرات در نرخ‌ها نیز برداشته شد. در مقام مقایسه، نرخ سود تسهیلات در سایر کشورها، عمدتاً زیر ۱۰ درصد است که این وضعیت حاکی از آن است که این ابزار نیز که می‌توانست به عنوان یک عامل ایجاد کننده‌ی مزیت باشد، نتوانسته است که کمکی به افزایش توان رقابتی بنگاه به ویژه صنعت قطعه سازی کند.

۴-۵-۴- دولت به عنوان خریدار اصلی در بازار ایران

چنانچه قبلاً نیز ذکر شد، دو شرکت ایران خودرو و سایپا بیشترین بازار داخلی کشور را در اختیار دارند و عمده سهام این شرکت‌ها در اختیار سازمان گسترش و نوسازی صنایع بوده است. به عبارتی، متقاضی اصلی صنعت قطعه سازی در کشور، خود دولت بوده است. بر این اساس، به دلیل حمایت‌های بیش از اندازه دولت از صنعت خودرو سازی کشور، علاوه بر اینکه، شاهد رشد بسیار کند این صنعت هستیم، صنعت قطعه سازی خودرو نیز به واسطه وابستگی شدید به خودرو سازی از یک فضای رقابتی همواره به دور مانده است.

۴-۶- رویدادهای اتفاقی

وجود جنگ‌های متعدد در منطقه (در همسایگی ایران) یا حتی در ایران طی سال‌های ۶۷-۱۳۵۸، از جمله رویدادهای اتفاقی هستند که بر محیط حاکم بر صنعت کشور اثرات نامطلوب داشته‌اند.

۵- اندازه گیری مزیت رقابتی با استفاده از شاخص هزینه‌ی منابع داخلی

۵-۱- انتخاب واحدها و جمع‌آوری داده‌ها

به منظور ارزیابی شاخص هزینه‌ی منابع داخلی، در ابتدا بر اساس شاخص‌هایی مانند بیشترین سهم از بازار، وجود سیستم حسابداری صنعتی در بنگاه‌ها، پوشش اطلاعات طی سال‌های ۸۱-۱۳۷۱، مجموعاً ۸ واحد تولیدی انتخاب و سپس اطلاعات مورد نیاز از طریق پرسشنامه‌های تنظیمی جمع‌آوری گردید. لازم به یادآوری است که نرخ ارز سایه‌ای از طریق تعدیل نرخ ارز آزاد به دست آمده است تعدیل بدین صورت بود که با متوسط‌گیری (میانگین هندسی) از نرخ‌های متفاوت نسبت به یک سال پایه که وزن هر پول برابر با وزن کشور مورد نظر در سبد معاملات بین‌المللی ایران است، ضریبی به دست می‌آید که از حاصل ضرب این ضریب در نرخ ارز آزاد، نرخ ارز سایه‌ای حاصل می‌شود (ولی‌بیگی، ۱۳۸۱، ۲۲۴).

۵-۲- تفسیر نتایج تجربی تحقیق

چنانچه قبلاً نیز اشاره شد، در محاسبه‌ی شاخص *DRC* از قیمت جهانی محصول و همچنین قیمت جهانی نهاده‌های وارداتی استفاده شده است. بدین ترتیب، شاخص *DRC* بنگاه‌ها در شرایط اقتصاد باز که در نتیجه با آزاد سازی واردات حاصل می‌گردد، محاسبه شده‌است. از این رو، این معیار با چنین شرایطی به نحو مطلوبی قدرت رقابت‌پذیری بنگاه‌های تولیدی را در صورت آزاد سازی واردات نشان می‌دهد. نتایج حاصل از این محاسبات در سال ۱۳۷۹ در تمامی محصولات تولیدی از قدرت رقابت‌پذیری بالایی برخوردار بوده و حاکی از توان رقابتی بالا در مواجهه با رقبای خارجی است. میزان رقابت‌پذیری به تفکیک محصولات تولیدی این شرکت قدری با هم متفاوت است. به گونه‌ای که این شرکت در تولید تایر سواری و تایر وانتی در حال از دست دادن توان رقابتی خود بوده و این در حالی است که در شرایط یکسان توان رقابتی تیوب و تایر اتوبوسی این شرکت در حال افزایش است. این مسئله خود می‌تواند راهبردی برای ادامه فعالیت شرکت مذکور باشد (ببینید جدول ۵).

لاستیک دنا نیز همانند شرکت کیان تایر از توان رقابتی بالایی برخوردار است اما طی دوره‌ی روند رقابت‌پذیری تمامی محصولات تولیدی این شرکت با این روند نزولی (کاهش توان رقابتی) مواجه بوده است.

در سال ۱۳۷۹ تمامی محصولات لاستیک کرمان از توان رقابتی نسبتاً بالایی برخوردار بوده‌اند. در میان محصولات مورد بررسی این شرکت، تولید تایر سواری و وانتی با روند صعودی *DRC* رو به رو بوده که حاکی از کاهش توان رقابتی است. اما در تولید تایر اتوبوسی و کشاورزی با تقویت توان رقابتی، توانسته قدرت رقابت‌پذیری خود را افزایش دهد. در خصوص تیوب، این شرکت در ابتدا با عدم مزیت مواجه بوده که به مرور زمان با تقویت توان رقابتی از قدرت رقابت‌پذیری نسبتاً خوبی برخوردار گشته است. در صورت آزاد سازی تجاری، ادامه فعالیت این شرکت بایستی به سمت تولید محصولات با قدرت رقابت‌پذیری بیشتر سوق یابد، زیرا در صورت ادامه وضع موجود سهم زیادی از منابع صرف تولیداتی می‌شود که این شرکت در آنها از قدرت رقابتی بالایی برخوردار نیست.

بررسی شرکت فنر سازی خاور در طی دوره‌ی مورد بررسی، حاکی از قدرت رقابتی نسبتاً بالا این شرکت در تولید فنر است. با آزاد سازی واردات ممکن است (در صورت عملکرد مطلوب در بخش بازاریابی) زبانی متوجه این شرکت نباشد ولی با توجه به رقابت شدید در بازارهای جهانی، لازم است اقدامات مفیدی در راستای تقویت هر چه بیشتر توان رقابتی خود انجام دهد.

شرکت تولیدی زر (تولید کننده فنر) در سال ۱۳۷۳ از توان نسبی رقابتی بالایی برخوردار بوده لیکن از سال ۱۳۷۴ به بعد رقابت‌پذیری این شرکت همواره با نوساناتی همراه بوده است. این شرکت نیز چنانچه بخواهد در شرایط و فضای حاکم بر کشور در زمان آزاد سازی واردات فعالیت نماید، باید در جهت تقویت توان رقابتی خود اقدام نماید.

بررسی توان رقابتی شرکت لنت ترمز ایران (تولید کننده لنت ترمز) حاکی از وجود مزیت نسبی و به تبع آن توان رقابتی نسبتاً بالای این شرکت است. اما با گذشت زمان، توان رقابتی با افزایش هزینه‌های تولیدی این شرکت سیر نزولی داشته و از قدرت رقابت‌پذیری آن کاسته است. با توجه به قرار گرفتن در آستانه‌ی از دست دادن مزیت نسبی، لازم است که این شرکت برای بازیابی توان رقابتی خود اقدامات مفیدی انجام دهد.

جدول ۵: توان رقابتی بنگاه‌های تولیدکننده‌ی قطعات خودرو ایران طی سال‌های ۷۹ - ۱۳۷۳

(بر مبنای قیمت سایه ای ارز)

نام شرکت	نام محصول	سال						نرخ رشد ثبات		
		۱۳۷۳	۱۳۷۴	۱۳۷۵	۱۳۷۶	۱۳۷۷	۱۳۷۸			
کیان تابر	تابر سواری	۰/۱۹۱	۰/۲۳۶	۰/۲۹۱	۰/۳۳۹	۰/۵۵۰	۰/۶۱۲	۰/۷۹۲	۲۶/۸	۹۴/۰
	تابر وانتی	۰/۱۵۵	۰/۲۰۰	۰/۲۸۳	۰/۲۸۲	۰/۲۴۱	۰/۲۳۵	۰/۲۸۵	۲۰/۹	۸۰/۶
	تابر اتوبوسی	۰/۲۴۴	۰/۱۸۴	۰/۱۷۹	۰/۱۷۹	۰/۱۹۹	۰/۲۱۴	۰/۲۳۰	-۱/۰	۱/۳
	تابر کشاورزی	۰/۳۰۳	۰/۱۵۳	۰/۱۴۷	۰/۱۶۳	۰/۲۰۶	۰/۲۲۳	۰/۲۲۵	۲/۵	۴۱/۵
	تیوب	۱/۱۱۹	۱/۳۱۰	۰/۹۹۳	۰/۶۹۷	۰/۵۱۷	۰/۵۲۶	۰/۵۶۰	-۱۰/۹	۷۹/۷
لاستیک دنا	تابر سواری	-	۰/۰۹۶	۰/۱۶۸	۰/۳۸۴	۰/۲۱۳	۰/۲۱۶	۰/۵۱۳	۳۹/۸	۷۶/۲
	تابر وانتی	-	-۰/۰۷۶	۰/۱۳۷	۰/۳۳۸	-۰/۱۶۶	-۰/۲۳۴	-۰/۳۱۵	۳۲/۹	۴۶/۴
	تابر اتوبوسی	-	۰/۱۰۰	۰/۱۱۶	۰/۲۴۵	-۰/۱۱۰	-۰/۱۵۴	-۰/۲۲۳	۱۱۷/۴	۲۶/۲
	تابر کشاورزی	-	۰/۰۹۸	۰/۱۱۰	۰/۱۸۴	-۰/۱۲۵	-۰/۱۸۷	-۰/۲۰۹	۱۶/۴	۶۹/۲
	تیوب	-	۰/۳۳۰	۰/۴۳۲	۰/۲۴۹	-۰/۲۹۳	-۰/۳۱۲	-۰/۳۴۳	-۱/۸	۴/۸
لاستیک کرمان (بارز)	تابر سواری	-	۰/۳۱۲	۰/۳۹۷	۰/۴۱۷	-۰/۴۱۷	-۰/۴۳۰	-۰/۵۷۱	۰/۶۳۸	۱۵/۴
	تابر وانتی	-	۰/۲۵۲	۰/۳۳۰	۰/۳۴۶	-۰/۳۵۴	-۰/۴۱۳	-۰/۵۱۶	۱۵/۴	۸۹/۹
	تابر اتوبوسی	-	۰/۳۷۴	۰/۳۹۳	۰/۲۴۹	-۰/۲۳۴	-۰/۲۴۸	-۰/۷/۹	۶۲/۱	۶۳/۱
	تابر کشاورزی	-	۰/۳۱۴	۰/۲۱۴	۰/۲۲۲	-۰/۲۲۸	-۰/۲۵۱	-۰/۲۸۲	-۲/۱	-۱/۳
	تیوب	-	۱/۵۷۴	۱/۴۶۶	۰/۹۶۴	-۰/۶۸۶	-۰/۶۴۲	-۰/۶۱۴	-۱۷/۲	۸۸/۲
فترسازای خاور	فتر	-	۰/۴۸۷	۰/۳۹۸	۰/۴۶۹	-۰/۵۰۸	-۰/۶۴۶	-۰/۷۰۵	۷/۷	۶۵/۴
کارخانجات زر	فتر	۰/۱۸۹۹	۱/۷۰۹	۲/۳۷۹	۱/۱۶۷	-۱/۸۱۵	۱/۲۱۳	۱/۳۱۵	۶/۵	۶/۵
ایران رادیاتور	رادیاتور	-	۱/۶۹۱	۲/۰۴۴	۳/۷۸۶	۴/۸۲۲	۵/۳۱۰	۵/۸۲۰	۲۸/۰	۹۵/۳
لنت ترمز ایران	لنت	۰/۳۵۰	۰/۴۵۸	۰/۷۷۰	۰/۷۲۹	-۰/۷۹۶	-۰/۸۶۵	-۰/۹۱۴	۱۷/۳	۸۵/۱
شرکت ایندامین	کمک فتر	-	۱/۵۰۱	۱/۷۳۱	۱/۰۳۹	۱/۸۶۸	۲/۱۵۰	۲/۲۸۰	۸/۷	۵۰/۰

ماخذ : محاسبات محقق

شرکت ایران رادیاتور و کمک فتر ایندامین از جمله شرکت‌های فعال در عرصه‌ی تولید رادیاتور و کمک فتر هستند که طی دوره‌ی مورد بررسی از مزیت نسبی برخوردار نبوده‌اند و حتی با روند کاهش نیز مواجه بوده‌اند. بدین ترتیب، این شرکت‌ها نیز در صورت ادامه وضع موجود در زمان آزاد سازی تجاری، کاملاً متضرر

خواهند شد؛ مگر آنکه با تغییر ساختار هزینه‌ها، موجبات کاهش قیمت تمام شده محصولات خود را فراهم آوردند.

تولید با ظرفیت‌های پایین، افزایش هزینه‌های تولید به خصوص هزینه‌های نیروی کار، سرمایه و سربار تولید، کاهش سهمیه ارز صادراتی (به خصوص در مورد صنایع لاستیک)، کمبود نقدینگی و جبران آن با هزینه‌های بالاتر، عدم توجه به هزینه‌های تحقیق و توسعه، عدم به کار گیری مدیریت کارآمد، وجود تکنولوژی سنتی در بنگاه‌ها، از جمله مهم‌ترین دلایل کاهش توان رقابتی بنگاه‌ها در دوره‌ی مورد بررسی بوده است (ولی‌بیگی، ۱۳۸۲، صص ۷۲-۶۵).

۶- جمع‌بندی، نتیجه‌گیری و پیشنهادها

در این مقاله عوامل شش‌گانه پوتر، یعنی شرایط حاکم بر عوامل تولید، شرایط تقاضا، صنایع وابسته و پشتیبان و استراتژی، ساختار و رقابت پذیری شرکت، نقش دولت و رویدادهای اتفاقی به همراه اندازه‌گیری مزیت نسبی از روش هزینه‌ی منابع داخلی مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت.

بررسی وضعیت نیروی انسانی و سرمایه‌گذاری در صنعت قطعه‌سازی خودرو کشور حاکی از آن است که علی‌رغم رشد کمی نیروی انسانی و سرمایه‌گذاری، گرایش عوامل فوق به سمت بخش تحقیق و توسعه نبوده است. در حالی که یکی از عوامل ایجادکننده مزیت رقابتی توسعه و گسترش واحد تحقیق و توسعه بنگاه‌هاست. بررسی‌ها نشان می‌دهد که سطح تکنولوژی در صنعت قطعه‌سازی در مقایسه با سایر صنایع چندان اختلاف معنی‌داری با هم ندارند. به عبارت دیگر این صنعت نسبت به سایر صنایع داخلی از این جهت از مزیت رقابتی برخوردار نیست. مطالعات انجام شده حاکی از آن است که صنعت قطعه‌سازی خودرو در کشور نتوانسته است که از شرایط و محیط تقاضای داخلی و صنایع پشتیبان در راستای تقویت توان رقابتی خود بهره‌مند گردد.

تفکر حاکم بر بنگاه‌ها، رقابت نه چندان فشرده و اهداف شرکت‌ها عمدتاً به عنوان مانع و مالکیت خصوصی اغلب بنگاه‌های فعال در عرصه‌ی تولید قطعات خودرو به عنوان عامل ایجادکننده مزیت رقابتی هستند. همچنین، پرداخت عوارض و مالیات‌های متعدد و محدودیت‌های غیر تعرفه‌ای و تعرفه‌ای زیاد و نرخ بالای تسهیلات بانکی در مقایسه با کشورهای دیگر، از جمله عوامل دیگری هستند که

فضای مناسبی را برای افزایش توان رقابتی بنگاه‌های تولیدکننده قطعات خودرو به وجود نیاورده‌اند.

ارزیابی عملکرد رقابت‌پذیری بنگاه‌های منتخب حاکی از کاهش توان رقابتی آنها طی سال‌های ۷۹-۱۳۷۳ است. در میان شرکت‌های مورد بررسی، شرکت‌های تیرسازی از وضعیت رقابتی بهتری نسبت به سایر شرکت‌ها برخوردار بوده‌اند.

در حال حاضر سطح پایین بهره‌وری در صنعت قطعه‌سازی خودرو کشور، عاملی تهدیدکننده برای این صنعت محسوب می‌گردد. در این راستا پیشنهاد می‌گردد توسعه‌ی مهارت‌های نیروی انسانی موجود به منظور افزایش سطح بهره‌وری در رده‌های مختلف مدنظر قرار گیرد.

با توجه به وضعیت نه چندان مطلوب سطح تکنولوژی در واحدهای قطعه‌سازی و خودرو سازی که عمدتاً ناشی از کمیبود منابع مالی است، توصیه می‌شود که دولت منابع ارزی مورد نیاز صنعت مذکور را برای خرید دانش فنی با تسهیلاتی بسیار آسان، در اختیار آنان قرار دهد.

انحصاری بودن صنعت خودرو سازی و اعمال فشار از سوی آنان بر صنعت قطعه‌سازی، یکی از زمینه‌های بازدارنده رقابتی شدن این صنعت بوده است. در این راستا، پیشنهاد می‌شود که دولت هر چه سریع‌تر صنایع خودرو سازی را به طور کامل به بخش خصوصی واگذار نماید.

هرچند تلاش‌های گسترده‌ای برای کسب تکنولوژی‌های نوین توسط شرکت‌های خودرو سازی کشور صورت گرفته است، ولی هنوز فاصله‌ی زیادی بین خودرو سازان داخلی و خارجی در این خصوص وجود دارد. لازم است در این مورد خودرو سازان داخلی با انجام سرمایه‌گذاری مشترک با خودرو سازان خارجی به منظور جذب و انتقال تکنولوژی، اهتمام ورزند.

با توجه به کاهش توان رقابتی تولیدکنندگان قطعات در کشور به نظر می‌رسد چنانچه دولت (با رقابتی کردن صنعت خودرو، در اختیار گذاردن تسهیلات با نرخ‌های پایین، همسو کردن سیاست‌های مالی و پولی و ارزی با سیاست تجاری کشور) و شرکت‌های تولیدکننده (با آموزش کارکنان، راه‌اندازی واحدهای تحقیق و توسعه و ...) در راستای افزایش توان رقابتی خود اقدامات موثری انجام ندهند، در آینده‌ای نزدیک دچار زیان‌های شدیدی خواهند شد.

فهرست منابع

- سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی، اطلس تکنولوژی، چارچوب کلی برنامه‌ریزی بر پایه تکنولوژی، تهران، سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی، ۱۳۶۹.
- سازمان مدیریت صنعتی، "ارزیابی سطح تکنولوژی در صنعت سنگین، تهران، صنایع خودرو، وزارت صنایع، ۱۳۷۴.
- سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی، هفته‌نامه برنامه، شماره نهم، شنبه ۲۳ آذرماه ۱۳۸۱.
- مرکز آمار ایران، نتایج آمارگیری از کارگاه‌های صنعتی ده نفر و بیشتر کارکن، تهران، مرکز آمار ایران، ۱۳۷۹-۱۳۷۵.
- وزارت صنایع، ارزیابی عمومی وضعیت تکنولوژی صنعت خودرو در کشور، سال ۱۳۷۹.
- ولی بیگی، حسن، "اندازه‌گیری مزیت نسبی در صنعت قطعه‌سازی خودرو کشور از طریق معیار DRG"، فصلنامه پژوهش‌های بازرگانی، شماره ۲۳، تابستان ۱۳۸۱.
- ولی بیگی، حسن، بررسی مزیت نسبی و اولویت‌بندی بازارهای هدف صادرات قطعات خودرو ایران، تهران، موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی، انتشارات شرکت چاپ و نشر بازرگانی، بهار ۱۳۸۱.
- ولی بیگی، حسن، سیف‌اله مراد، "پیامدهای احتمالی عضویت تجارت جهانی بر صنایع ایران: مطالعه موردی صنعت قطعات خودرو"، فصلنامه پژوهش‌های بازرگانی، شماره ۲۶، بهار ۱۳۸۲.
- ولی بیگی، حسن، "مزیت رقابتی و رقابت‌پذیری صنعت قطعات خودرو ایران"، تهران، موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی، انتشارات شرکت چاپ و نشر بازرگانی، بهار، ۱۳۸۳.
- هدایت طباطبائی، امیر، ارزیابی سریع بهره‌وری، تهران، منشور بهره‌وری، ۱۳۷۹.

Gunnigl and Moore, "Linking Business Strategy and Human Resources Management", *Personnel Review*, Vol. 23, No. 1, pp. 63-84.

Michael, E. Porter, (1990), "The Competitive Advantage of National," The Free Press, New York.

Monica Calcango, "The Evaluation of the Competitive Advantage Concept in Strategic Management Studies" *Cá Foscari University, Venezia, Italy.*

Peter Cornelius, "Creating Value: From Comparative to Competitive Advantage," Some Conceptual Issues Executive Forum on National Export Strategies, ITC, 2002.

Comparative Advantage

Determinants in Iranian Industries:

The Case of Iranian Auto Parts Industry

Hassan Valibeigi (M.Sc.)*

Abstract:

Nowadays, relative advantage in production and export cannot insure the success of companies in global market, and competitive advantage is probably the most suitable condition for being successful in markets. Thus, the survey of competitive advantage and its determinants is important. In this regard, the determination of competitive advantage in Iranian Auto parts Industry, by using method Poter, is studied in this paper.

The result shows that this industry has not been able to be utilized from the determinants of competitive advantage.

Keywords: Comparative Advantage, Poter, Auto Parts, Domestic Resource Cost, Technology

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
رتال جامع علوم انسانی

* Member of Scientific Committee, Institute for Trade Studies and Research



شروېشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی