

نظر خواننده را به وضعیت کنونی اتومبیل در کشور خودمان با توجه به هدف فوق معطوف سازیم.

۱- نکتهٔ مهم در کشور ما آنست که صنایع اتومبیل سازی دولتی است. بنابراین از آنجائیکه هیچ جاقوئی دسته خود را نمی برد، نمی توان توقع داشت که دولت قوانین محدود کننده ای برای خود صادر و آن را اجرا کند.

۲- ساخت حمل و نقل شهری بسیار آتارشیک است و این آتارشیک خود را گاه تا سر حد اعمال روندی از جنون زانی به افراد تحمیل می کند. فشرده گی حجم عظیمی از اتومبیل های خارج از استاندارد می تواند بر میزان آلودگی تا حد سرسام آوری بیافزاید.

۳- همانطوری که گفتیم اصولاً برنامه ای که بتواند میان محیط زیست، ملاحظات اقتصادی حاصل از مصرف زیاده از حد سوخت، صادرات و واردات و سرانجام اتومبیل تعادلی برقرار کند، وجود ندارد. بنابراین فقدان این برنامه ریزی تنها توانسته است به سوداگسران و دلان پایگاهی برای تمرکز سرمایه غیرمولد ارائه کند.

۴- نبود ساختار پژوهشی بدلیل اعمال ملاحظات سیاسی برای انتخاب مدیران دولتی در این کارخانجات، براحتی توانسته است راه فرآوریهائی در رابطه با موضوع بند سه را مسدود کند. این کارخانجات تقریباً هیچ برنامه ای برای این مهم در دست ندارند.

۵- وجود انحصار برای کارخانجات دولتی داخلی و ساخت غیر برنامه ریزی شدهٔ واردات اتومبیل باعث شده است تا مردم از مقام مشتری بیک سائل که دست تکدی در مقابل این کارخانجات دراز می کنند تبدیل شوند. در این شرایط کجاست گوش شنوا برای آنکه بتواند به انتقاداتی دربارهٔ ساخت ها و پرداختهای جدید گوش دهد؟ در این وضعیت تنها نکته مهم همان تسلیم در مقابل چهل سال عمر خودرو در ایران است که هنوز از آن بمانند بسیاری از صنایع چیز با ارزشی بیرون نیامده است.



## پیروزی خودروسازان آلمانی در چین

چگونه شد که مرسدس بنز آلمان توانست دو رقیب آمریکایی خود (کرایسلر و فورد) را از میدان رقابت بیرون کند و موفق به امضای قراردادی شود که به موجب آن بتواند تا قبل از سال ۲۰۰۰ میلادی بزرگترین کارخانه خودروسازی چین را بسازد؟ آیا سیاست علت اصلی موفقیت مرسدس بنز بود؟ آیا آلمان از تیرگی روابط سیاسی آمریکا و چین سود برد؟ و یا اینکه این قرارداد نتیجه تصمیمی سنجیده است که از سوی مدیران ارشد چینی اتخاذ شده است؟

چینی ها از عملکرد شرکتهای خودروسازی آمریکایی که تاکنون در چین سرمایه گذاری کرده اند چندان راضی نیستند. برعکس از شرکت فولکس واگن آلمان بسیار خرسندند و همین پرونده خوب شرکتهای آلمانی و پرونده بد شرکتهای آمریکا سبب شد که آلمانی ها برای قبولاندن مرسدس بنز به چینی ها با دشواری روبرو نشوند.

پروژه شرکت مرسدس بنز در چین پروژه های یک میلیارد دلاری است که با اجرای آن سالانه شصت هزار وانت بار کوچک و صد هزار موتور خودرو در چین تولید خواهد شد. شکست کرایسلر آمریکا در این ماجرا برای مدیران آن دردناک است. مدیران این شرکت می گویند که وانت بارهای کوچک (minivan) را مهندسان آن اختراع کرده اند (در اروپا این وانت بارهای کوچک به monospace و people-carrier معروفند)، اما در عمل این گروه صنعتی دایملر-بنز است که یک شرکت تحت پوشش آن [مرسدس بنز] موفق شد ۴۵ درصد سهام کارخانه خودروسازی چین را در اختیار بگیرد.

جیانگ زمین، رئیس جمهور چین طی دیدار اخیرش از آلمان معامله با گروه دایملر بنز را اعلام کرد. این قرارداد در برهه ای از زمان بین چین و آلمان منعقد شد که روابط سیاسی آمریکا و چین تیره بود. از یک سو

هری وو [چینی تبار تبعه آمریکا]، مدافع حقوق انسانی در بازداشت چینی هاست و از سوی دیگر چین بخاطر بازدید رئیس جمهور تایوان از آمریکا و از دانشگاه کورنل (دانشگاهی که از آن دکترای اقتصاد گرفته بود) سخت خشمگین است. هر چند بدون در نظر گرفتن مسائل سیاسی هم کارنامه شرکتهای آمریکایی خودروساز در چین در مقایسه با شرکتهای همتای آلمانی آنها بسیار اسف انگیز بوده و هست. دولت چین نمی خواهد بیش از ۳ یا ۴ شرکت بزرگ در این کشور به کار تولید خودروهایی مشهور جهانی اشتغال داشته باشند، و تازه در مورد همین شرکتهای هم دولت چین مایل است کنترل کامل، یا دست کم قسمت عمده سهام آنها را در اختیار داشته باشد.

در حال حاضر چین در مرحله تولید اتوبوس و کامیون است. در سال گذشته میلادی از ۱/۵ میلیون خودرویی فروخته شده در بازار داخلی چین تنها ۳۰۰۰۰۰ دستگاه آن خودرویی سواری بوده است که اکثر همین خودروهای سواری را هم شرکتهای ادارات دولتی و شرکتهای تاکسی رانی خریدند. حال فروش این تعداد خودرویی سواری در چین را با فروش ۱/۵ میلیون خودرویی سواری (و وانت بار) در آمریکا مقایسه کنید. به هر رو، مقامهای ارشد چینی تخمین می زنند که ۲۷۰ میلیون خانوار چینی تا پایان دهه ۱۹۹۰ خریدار اتومبیل خواهند بود.

شاید رقم ۲۷۰ میلیون خریدار بالقوه خودرویی سواری در چین کمی اغراق آمیز و خوشبینانه باشد. اما تردیدی نیست که چین به ساختن خودروهایی سنگین بسیار علاقه دارد، گرچه در این کار موفق نبوده است. برای مثال، کرایسلر آمریکا از سال ۱۹۸۴ در چین خودرویی بنام جیب پکن تولید می کند. این خودرو در حقیقت تحت امتیاز شرکت آمریکایی (American Motors corporation) تولید می شد که از سال

۱۹۹۸ در اختیار شرکت کرایسلر قرار گرفت. سالها بود که جیب پکن در لبه پرتگاه ورشکستگی دست و پا می زد، اما اخیراً نشانه هایی از رشد در آن دیده می شود؛ هر چند که هنوز تا رسیدن به هدفی که برای آن در نظر گرفته شده بود، یعنی تبدیل شدن به یک جیب صادراتی برای آسیای جنوب شرقی، بسیار فاصله دارد. جنرال موتورز نیز وضع بهتری از کرایسلر ندارد، این شرکت چند ماه پیش خیلی بی سر و صدا از تولید وانت بار سواری در شانگهای (در شمال چین) دست کشید. زیرا برای وانت بارهای سواری دو در تولید مشترک چین و این شرکت (که برای بازارهای آمریکا مناسب است)، در چین خریدار فراوانی وجود ندارد.

مرسدس بنز در بازار چین کم تجربه است، اما رقیب آلمانی فولکس واگن تجربهٔ موفقی دارد. سال گذشته کارخانجات فولکس واگن در شانگهای و جیانگجون، در شمال چین، نیمی از بازار خودرویی شمال چین را در اختیار گرفتند و چندان هم برگرفتن پنجاه درصد از سهام کارخانه ها پافشاری نکردند و به ۴۰ درصد سهم در سرمایه گذاری مشترک رضایت دادند. فولکس واگن در چین از روش های تولید خودرو در آلمان و کارگران محلی و صنایع کوچک داخلی بهره می برد.

حدود ۲۰۰ شرکت کوچک و متوسط آلمانی با سرمایه گذاری مشترک با مستقل در چین در کار تولید فعال شده اند. بنظر می رسد آمریکایی ها فقط به فکر معاملات بزرگ هستند، لیکن آلمانی ها کم کم اما در درازمدت در بازار چین نفوذ می کنند و از مشارکتهای تجاری و تولیدی در مقیاس کوچک و متوسط سرباز نمی زنند.

ماخذ: اکونومیست ۱۵ جولای ۱۹۹۵ (خلاصه شده) بوگردان از سرویس ترجمه دگزارش.

