

مطالعه تطبیقی عوامل موفقیت در سیاست‌های بومی‌سازی صنعت خودرو (مورد مطالعه: ایران و ترکیه)

امیرحسین کوشان*^۱، سیدعباس ابراهیمی^۲

تاریخ دریافت: ۱۳۹۹/۰۴/۱۴

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۹/۰۶/۱۶

چکیده

هدف این پژوهش یافتن فاکتورهای تاثیرگذار بر بومی‌سازی صنعت خودرو در ایران و هدف دیگر آن شناسایی روند بومی‌سازی صنعت خودرو ترکیه و تطبیق عوامل موفقیت این کشور با شرایط ایران است. این امر از طریق مطالعه کتابخانه‌ای و مصاحبه نیم‌ساختاریافته با ۱۲ نفر از خبرگان حوزه صنعت خودرو و تحولات کشور ترکیه در سطوح عالی، اعم از مسئولین دولتی، مدیران خودروسازان و قطعه‌سازان، پژوهشگران این حوزه و اساتید دانشگاه صورت پذیرفت. مصاحبه‌ها تا آنجا ادامه یافتند که پژوهشگران احساس کردند، داده‌ها تکراری شده و به حد اشباع رسیده است. سپس تحلیل داده‌های کیفی با استفاده از تحلیل تم صورت گرفت که در نتیجه آن ۲۹۸ کد اولیه در قالب ۴۷ کد ثانویه که در ۶ گروه مفاهیم اصلی (تم‌های اصلی) برطبق نظر خبرگان طبقه‌بندی گردیدند. نتایج نشان می‌دهد تمامی مفاهیم اصلی شناسایی شده بر بومی‌سازی تاثیرگذار هستند که در این میان عوامل فرهنگی اجتماعی، عوامل زمینه‌ای می‌باشند. پس از شناسایی عوامل مؤثر بر بومی‌سازی صنعت خودرو و انجام مطالعه تطبیقی میان دو کشور ایران و ترکیه، نتایج حاکی از آن است که ایران به صورت کلی در بسیاری از مفاهیم اصلی مذکور دارای ضعف می‌باشد. عدم موفقیت کشور ایران نسبت به ترکیه در بومی‌سازی صنعت خودرو حاصل تفاوت در عواملی از جمله: سیاسی، قانونی، اقتصادی، فرهنگی اجتماعی، محیط داخلی صنعت خودرو و زیرساخت می‌باشد.

واژه‌های کلیدی: صنعت خودرو، بومی‌سازی، سیاست‌گذاری، ترکیه، ایران

طبقه‌بندی JEL: R0، R0، R38، L15، L62

^۱ کارشناس ارشد مدیریت کسب‌وکار، دانشکده اقتصاد، مدیریت و علوم اداری، دانشگاه سمنان، سمنان، ایران. (نویسنده مسئول): amir.kooshan@gmail.com

^۲ استادیار دانشکده اقتصاد، مدیریت و علوم اداری، دانشگاه سمنان، سمنان، ایران.

مقدمه

امروزه اتخاذ سیاست‌های کارآ و درعین حال عملیاتی، اولین گام برای هموارسازی و دستیابی به اهداف موردنظر در صنایع مختلف بویژه خودروسازی است؛ صنعت استراتژیک خودروسازی، بزرگ‌ترین صنعت جهان و دومین فعالیت عمده اقتصادی پس از بانک‌ها است (احمدی و همکاران، ۱۳۸۸). به گونه‌ای که لئو^۱ و همکاران (۲۰۱۷) معتقدند؛ صنعت خودرو به پایه و اساس صنایع ملی تبدیل شده است و می‌تواند سطح کلی تولید صنعت آن کشور را نشان دهد. این صنعت از طریق صادرات و تولید نقش مهمی را در فعالیت اقتصادی کشورها ایفا می‌کند (راسیا^۲، ۲۰۰۸). به همین دلیل و به خاطر ارتباط با بیش از ۶۰ صنعت دیگر، به لکوموتیو صنایع مشهور شده است (مرکز پژوهش‌های مجلس، دفتر مطالعات انرژی، صنعت و معدن، ۱۳۹۴). روند تکاملی صنعت خودرو در جهان نشان می‌دهد که از سال ۱۸۹۶ تاکنون تحولات رو به پیشرفت و به هم تنیده‌ای تداوم پیدا کرده تا اینکه در اواخر دهه ۱۹۴۰ و اوایل دهه ۱۹۵۰ میلادی، برونسپاری فعالیت‌های تأمین قطعات و خدمات، شروع و تحولات جدید در زنجیره تأمین شکل گرفت (مرکز پژوهش‌های مجلس، دفتر مطالعات انرژی، صنعت و معدن، ۱۳۹۵). در این مسیر برای آن دسته از کشورهای در حال توسعه که از روند رشد و توسعه صنعت خودرو عقب مانده‌اند و شکاف تکنولوژیکی عمیقی با کشورهای پیشرو دارند، ایجاد و خلق تکنولوژی فرآیندی زمان‌بر و پرهزینه است که در نهایت موجب اتلاف هزینه‌های انسانی و مالی می‌شود (ماتیازگان^۳ و همکاران، ۲۰۱۸). در نتیجه باید از فرآیند برون‌زا که شامل خرید و انتقال تکنولوژی از کشورهای پیشرفته است، استفاده نمایند (مؤمنی و مسعودی، ۱۳۹۴).

از سوی دیگر، در سال‌های اخیر، پروژه‌های انتقال فن‌آوری متعددی در کشور صورت گرفته است، اما به هدف اصلی خود؛ یعنی، جذب، بومی‌سازی، ارتقای فن‌آوری و رسیدن به نوآوری در تولید نمونه‌های جدید؛ دست نیافته‌اند (شفیعا و موسوی لقمان، ۱۳۹۴). علاوه بر آن برای شناسایی، انتقال، جذب و توسعه تکنولوژی باید به زمینه‌های بومی توجه کرد (مؤمنی و مسعودی، ۱۳۹۴). بسیاری از شرکت‌های چندملیتی با توجه به عملکرد ضعیف مالی که داشته‌اند به مسئله بومی‌سازی به صورت جدی تری نگاه کرده‌اند، زیرا بومی‌سازی باعث صرفه‌جویی در هزینه‌های این شرکت‌ها می‌شود (مک ایساک^۴، ۲۰۱۳). شرکت‌های محلی باید بتوانند فناوری را با شرایط بومی هماهنگ کنند و تجربه را با تکنولوژی ادغام نمایند (اشمیت و هانتلر^۵، ۲۰۱۶). در خاورمیانه، دو کشور ایران و ترکیه از گذشته‌ای دور، دو رقیب سیاسی، تجاری، صنعتی، گردشگری و اقتصادی بوده‌اند. تا سال ۲۰۱۲ هر دو کشور با تولید حدوداً یک میلیون دستگاه در سال رقابت نزدیکی با یکدیگر داشتند. اما در سال‌های اخیر شاهد رشد و سبقت گرفتن کشور ترکیه از ایران در صنعت خودرو هستیم به گونه‌ای که در سال ۲۰۱۸ ترکیه با تولید بیش از ۱/۵ برابری خودرو نسبت به ایران جزو ده کشور برتر تولیدکننده خودرو قرار گرفت (برگرفته از آمارهای سازمان بین‌المللی تولیدکنندگان خودرو). همچنین این سبقت گرفتن باعث ایجاد شکاف تکنولوژیکی عظیمی میان این دو کشور شده است. امروزه بخش اعظمی از تولید کشور ترکیه به کشورهای آسیایی و

¹. Liu

². Rasiah

³. Mathiyazhagan

⁴. McIsaac

⁵. Schmidt & Huenteler

اروپایی صادر می‌شود (موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی، ۱۳۹۸). به گونه‌ای که از ترکیه به عنوان یکی از قطب‌های تولید و مونتاژ منطقه‌ای و جهانی نام می‌برند (پاکر^۱ و همکاران، ۲۰۱۸). از طرفی، پژوهشگران و خبرگان صنعت خودرو بر این باورند که رشد صنعت خودرو کشور ترکیه به دلیل انتقال فناوری و بومی‌سازی بیش از ۵۰ درصد محصولات شرکت‌هایی نظیر هیوندای، تویوتا و... در ترکیه می‌باشد. نکته قابل ملاحظه این است که کشور دریافت‌کننده دانش و یا تکنولوژی باید توانایی تهیه، به کارگیری و گسترش فناوری دریافتی را داشته باشد، در غیراینصورت فرآیند انتقال، ناقص بوده و کشور را وادار به خرید مجدد دانش یا تکنولوژی می‌کند (قبادی، ۱۳۸۹). با توجه به تجربیات کشورهای توسعه یافته و در حال توسعه در زمینه خودروسازی و استراتژی‌های بکار برده شده، احساس می‌شود صنایع خودروسازی ایران از فرصت‌های خود جهت بومی‌سازی و ارتقاء تکنولوژی با بهره‌گیری از توان اقتصادی و تکنولوژیکی شرکای خارجی، به خوبی بهره‌برداری نکرده است در حالی که کشور ترکیه سعی در بومی‌سازی و استفاده از ظرفیت داخلی جهت ارتقا صنعت خود داشته و این سبب شده است، ترکیه به کشوری مطرح در زمینه بومی‌سازی تبدیل شود. این پژوهش سعی بر آن دارد با بررسی تجربیات موفق کشور ترکیه و در خلال آن سایر کشورهای توسعه یافته و در حال توسعه و مطالعه شرایط حاکم بر کشور ترکیه و ایران، خلأ موجود در مطالعات پیشین که عدم نگاه جامع بر تمامی عوامل تاثیرگذار و بومی نکردن یافته‌های تحقیق و همچنین دسته بندی صحیح عوامل شناسایی شده جهت قابل استفاده بودن این یافته‌ها، برای برون رفت از شرایط نابسامان کنونی است، را پر کرده تا ایران بتواند به عنوان رقیبی مطرح در منطقه خاورمیانه برای کشور ترکیه باشد. لذا اهداف پژوهش شامل:

۱- شناسایی عوامل موفقیت بومی‌سازی صنعت خودرو در ایران

۲- تطبیق شرایط کشور ترکیه با ایران است.

براین اساس، پژوهش حاضر در پی پاسخ به این پرسش است که چه عواملی بر موفقیت سیاست‌های بومی‌سازی صنعت خودرو در ایران با توجه به تجربه کشور ترکیه اثر گذارند؟

مبانی نظری

بومی‌سازی. جوری و پتیسون^۲ (۲۰۰۸) به نقل از انجمن استاندارد بومی‌سازی صنایع^۳ و مجله جهانی تجارت، بومی‌سازی^۴ را به عنوان فرآیند تطبیق یا اصلاح محصولات یا خدمات برای بازارهای مختلف تعریف می‌کنند. وایلرداسک و سوهیرو^۵ (۲۰۰۲) بیان می‌کنند که بومی‌سازی به عنوان استفاده از منابع، خدمات و فرآیندهای بومی است و این صرفاً به استفاده از کارگران بومی و یا قطعات و وسایل محلی نمی‌باشد، بلکه قلمروها و حوزه‌های فراوانی را پوشش می‌دهد. به طور کلی بسیاری از تعاریف پیرامون بومی‌سازی، به تغییر محصولات و خدمات با تاکید بر ورودی‌های محلی و استفاده از منابع بومی تمرکز و تاکید می‌کنند (التوه^۶ و همکاران، ۲۰۱۸).

بر همین اساس تعریف بومی‌سازی در پژوهش حاضر به شرح زیر است:

^۱. Paker

^۲. Johri & Petison

^۳. LISA

^۴. Localization

^۵. Wailerdsak & Suehiro

^۶. Ltch

بومی‌سازی فرآیندی است که در آن با اتکا و در راستای مزیت‌ها و با استفاده از منابع، خدمات، تکنولوژی و فرآیندهای بومی، تطبیق یا اصلاح محصولات و خدمات برای بازار بومی صورت می‌گیرد و در طی آن دانش و تکنولوژی به کار رفته در محصول یا خدمت به صورت کامل و یا درصدی از آن، توسط شرکت مادر به محل موردنظر منتقل می‌شود. لازم به ذکر است، گستره بازار بومی می‌تواند از مرزهای جغرافیایی یک کشور تا مجموعه‌ای کشورهای همسایه و یا کشورهای با ویژگی‌های مشترک باشد.

ترکیه. گذر از خودرو ملی و پیشروی به سمت مونتاژ محصولات سایر کشورها موجب رشد اقتصادی، اشتغال زایی و انتقال فناوری روز دنیا به نیروی کار ترکیه شده است (موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی، ۱۳۹۸). تجربه این کشور از آن جهت حائز اهمیت است که این کشور توانسته با کمترین بار مالی و فشار به جامعه از یک واردکننده به صادرکننده بزرگ خودرو در مدت زمانی محدود تبدیل شود که آن را می‌توان نتیجه تغییر در راهبرد اقتصادی این کشور از جایگزینی واردات به توسعه صادرات و آزادسازی اقتصادی، دانست (سازمان توسعه تجارت ایران، ۱۳۸۷). پیش از ورود این کشور به اتحادیه گمرکی با اروپا^۱، صنایعی از جمله اتومبیل‌سازی از حمایت بالایی برخوردار بودند و ورود این کشور به این توافق پایانی بر حمایت‌های سنگین دولت در صنعت خودرو سازی بود و همچنین شرکت‌های داخلی را مجبور به سرمایه‌گذاری کرد (موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی، ۱۳۹۸). علاوه بر آن تاثیرگذاری گروه‌های ذینفع داخلی را در سیاستگذاری تجاری کاهش داد و دولت را مجبور به ایجاد بازار آزاد کرد (تیماز و ایلماز^۲، ۲۰۱۷). بزرگ‌ترین اقدام ترکیه در سال‌های ۲۰۰۰ تا ۲۰۰۹ نامزدی برای عضویت در اتحادیه اروپا^۳ است که به موجب این درخواست اصلاحاتی در زمینه سیاسی، اجتماعی و اقتصادی ترکیه رخ داد (مقدس، ۱۳۹۴). پیوستن این کشور به معاهدات بین‌المللی از جمله عضویت در سازمان تجارت جهانی^۴، سازمان همکاری‌های اقتصادی^۵ و... موجب دستیابی این کشور به بازار بیش از یک میلیارد نفری در سطح دنیا شده است؛ علاوه بر آن این پیمان‌ها برای سرمایه‌گذار خارجی رغبت و اطمینان سرمایه‌گذاری را ایجاد نموده است. از طرفی باساران^۶ (۲۰۱۶) بیان می‌کند که استفاده منظم از سیستم‌های ایزو^۷ تأثیر مستقیمی بر ایجاد حقوق مالکیت صنعتی در ترکیه دارد و در کنار آن سبب توسعه فعالیت‌های تحقیق و توسعه و افزایش نوآوری در این کشور می‌شود. فعالیت‌های تحقیق و توسعه در ترکیه سبب نائل گشتن به رتبه سوم جهانی در سهم هزینه‌های تحقیق و توسعه^۸ صنعت خودروسازی از مجموع کل مخارج انجام شده در کل صنعت توسط بخش خصوصی پس از آلمان و ژاپن در سال ۲۰۱۴، شد (ایلماز و استاگلو^۹، ۲۰۱۳). موقعیت مکانی و دسترسی به آب‌های آزاد و قرارگیری در شاهراه ارتباطی اروپا و آسیا، پایین بودن هزینه‌ها، نیروی کار جوان، حمایت از کارآفرینی و تولید و سهولت سرمایه‌گذاری نمونه‌ای از مزیت‌های ترکیه برای جذب سرمایه داخلی و خارجی و تبدیل شدن به تولیدکننده بزرگ در زنجیره ارزش جهانی خودرو است (موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی، ۱۳۹۸). لذا صنعت خودرو این کشور را به یکی از پرتحرک‌ترین صنایع تبدیل کرده است (تیماز و ایلماز، ۲۰۱۶). مضافاً اینکه

1. EUCU

2. Taymaz & Yilmaz

3. European Union

4. WTO

5. ECO

6. Başaran

7. ISO

8. R&D

9. Yilmaz & Ustaoglu

موفقیت صنعت خودرو وابسته به مجموعه تأمین‌کنندگان است و پژوهش‌ها نیز نشان می‌دهد خودروسازان ترکیه به صورت قابل توجهی از اصول تولید ناب^۱ بهره می‌برند (گرزا^۲ و همکاران، ۲۰۱۵)؛ در نتیجه این کشور به عنوان یکی از کشورهای کارآفرین در تولید و صادرات شناخته شده است (ارکان و الدیریمچی^۳، ۲۰۱۵).

سیاست‌گذاری. سیاست‌گذاری^۴ را می‌توان "شیوه مشخص شکل‌دادن به عمل" یا مجموعه اقدامات هدفمند دانست که مجموعه‌ای از افراد در مواجهه با مشکل یا موضوعی خاص، آن را دنبال می‌کنند (کریمی و پارسا، ۱۳۹۸). ملک‌محمدی (۱۳۸۵) سیاست‌گذاری را پدیده‌ای می‌داند که تحت تأثیر شرایط اجتماعی، اقتصادی، سیاسی، ساختار دولت در سطوح ملی و محلی، هنجارهای فرهنگی و شرایط بین‌المللی می‌باشد، که مجموعه‌ای از کنش‌ها و فعالیت‌های دولت در پاسخ به مسائل اجتماعی است. مراحل شش‌گانه سیاست‌گذاری عبارتند از: "تعیین دستور کار، تدوین سیاست، اجرای سیاست، ارزیابی سیاست، تغییر و مرحله پایان سیاست" (ملک‌محمدی، ۱۳۹۵ و اشتریان، ۱۳۹۱). نامداریان (۱۳۹۵) در پژوهشی بیان می‌دارد: سیاست‌گذاری مبتنی بر شواهد به عنوان رویکردی جدید به چرخه سیاست‌گذاری عمومی در بسیاری از کشورها رواج یافته و بر این فرض استوار است که تصمیم‌های سیاسی باید در کنار استفاده از قضاوت‌ها و نظر سنجی‌ها با شواهد در دسترس و برپایه یک تجزیه و تحلیل منطقی اتخاذ شوند که یکی از شواهد مهم در این رویکرد آمار و اطلاعات است. همچنین رهبر و امیری (۱۳۹۴) اذعان می‌دارند در هنگام تدوین سیاست‌ها بهره‌گیری از مطالعات تجربی در حوزه اقتصاد رفتاری می‌تواند ما را در دستیابی به سیاست‌های کارآمدتر یاری کند. رضانی و همکاران (۱۳۹۸) سیاست‌گذاری عمومی را مطالعه دولت در عمل می‌دانند و براساس پژوهش وحید (۱۳۸۸) عملکرد دولت، تصمیم‌گیرندگان و سیاست‌گذاران در پنج مرحله قابل تقسیم‌بندی است: مرحله شناخت مشکل و در دستور کار قرار گرفتن توسط حکومت، ارائه راه‌حل، تصمیم‌گیری، اجرا و مرحله ارزیابی. بنابراین بررسی نقش ایده‌ها و ارزش‌ها در سیاست‌گذاری عمومی یکی از رویکردهای مهم در تحلیل سیاست‌گذاری عمومی است (ملک‌محمدی و کمالی، ۱۳۹۵). برنامه‌ریزی و سیاست‌گذاری جهت توانمندی رقابتی می‌تواند زمینه‌ساز دسترسی به بازارهای بین‌المللی و بهبود کارایی اقتصاد داخلی باشد که از طریق افزایش مزیت رقابتی و ورود به عرصه رقابت در سطح بین‌الملل محقق می‌گردد (دهقانی سلطانی و آذر، ۱۳۹۹).

پیشینه پژوهش

در این بخش به بررسی پژوهش‌های انجام شده در زمینه بومی‌سازی اشاره خواهیم داشت.

¹ . Lean Manufacturing

² . Garza

³ . Erkan & Yildirimci

⁴ . Policy Making

جدول ۱. خلاصه پژوهش‌های پیشین داخلی و خارجی (به ترتیب زمانی)

نام محقق یا گروه تحقیقاتی	سال تحقیق	یافته‌های تحقیق
پیشینه داخلی		
پژوهان	۱۳۸۷	استراتژی‌های صنعت خودرو پس از دوران طفولیت بدین شرح است: ساخت قطعات خودرو در داخل کشور، افزایش تولید واحدهای موجود، حفظ موجودیت کارخانجات موجود، صادرات به بازارهای خارجی، استراتژی ثبات، رشد متمرکز، استراتژی‌های دفاعی و استراتژی بازنگری عملیات
معمارنژاد و همکاران	۱۳۸۸	وجود انحصار درجه تمرکز برای چندبندگاه اصلی و فاصله زیاد با شرایط مطلوب رقابتی
قبادی	۱۳۸۹	دو عامل بستر فرهنگی و رویکر مناسب در سیاست‌گذاری شرط لازم برای بومی‌سازی فناوری است که شرط کافی آن عوامل فنی مهندسی، اقتصادی و... می باشد.
مؤمنی و مسعودی	۱۳۹۴	ناتوانی در بومی‌سازی تکنولوژی را باید در چارچوب نهادی جستجو کرد و بومی‌سازی تکنولوژی مستلزم انتقال لایه‌های پنهان و بخش ضمنی تکنولوژی است.
شفیعا و موسوی لقمان	۱۳۹۴	وظیفه حاکمیت، مداخله هوشمندانه برای تنظیم شرایط فعالیت‌ها و محصولات، تولید اطلاعات، مشوق‌های مالی و سازماندهی روابط بین‌المللی است و تعامل مناسب میان دولت و تولیدکنندگان و وجود فضای مناسب کسب و کار موجب تحقق هرچه بهتر تولید ملی می‌گردد.
شفیعا و همکاران	۱۳۹۴	۵ دسته کلی عوامل بومی‌سازی فن‌آوری در ایران عبارتند از: سبک یادگیری، همکاری فن‌آورانه، انطباق فن‌آوری، ظرفیت جذب فن‌آوری و فعالیت‌های اصلی
مرکز پژوهش‌های مجلس، دفتر مطالعات انرژی، صنعت و معدن	۱۳۹۴	مهم‌ترین راهکارهای تقویت صنعت خودروسازی کشور عبارتند از: خصوصی‌سازی واقعی با واگذاری کامل حاکمیت، مدیریت و سرمایه‌گذاری، اصلاح ساختار تولید و بهبود در مدیریت منابع، کاهش هزینه‌های مالی و سربار، استفاده از رویکرد صادرات خودرو و قطعه، افزایش سرمایه‌گذاری در مراکز تحقیق و توسعه، افزایش قدرت رقابت‌پذیری و توسعه همکاری‌های خارجی
مرکز پژوهش‌های مجلس، دفتر مطالعات انرژی، صنعت و معدن	۱۳۹۵	مهم‌ترین موارد قابل تطبیق از کشورهای کره جنوبی، چین، هند، ترکیه و برزیل برای بومی‌سازی بدین شرح است: تعیین زمان مشخص برای حذف حمایت‌ها و تعرفه‌ها، ترکیب برند داخلی و خارجی، جذب سرمایه‌گذار خارجی و متقابلاً سرمایه‌گذاری در کشورهای خارجی، اجتناب از رویکرد خودرو ملی، استقرار مراکز تحقیق و توسعه در دانشگاه و حمایت‌های مالی از آن‌ها، ادغام و اتصال به شبکه جهانی صنعت خودرو
پیشینه خارجی		
مارتینو و همکاران	۲۰۰۶	بیشترین میزان همکاری بومی میان صنایع و دانشگاه‌ها است و استراتژی‌های توسعه‌ای شرکت بر میزان بین‌المللی شدن و وابستگی بومی آن‌ها تأثیر گذار است.
ساوو و همکاران	۲۰۰۶	دو کشور چین و ژاپن از ۲ مدل متفاوت جهت بومی‌سازی و رشد تکنولوژی استفاده کرده‌اند. کشور ژاپن با استفاده از مدل جهش بسته و کشور چین با بهره‌گیری از مدل جهش باز به این هدف نائل گشته‌اند.
جوری و پتیسون	۲۰۰۸	علل بومی‌سازی عبارتند از: افزایش بهره‌وری، پاسخ سریع به محیط کسب و کار محلی، کاهش هزینه‌های مدیریت، کاهش هزینه‌های کار و یافتن فرصت بهتر در کشور میزبان
راسیا	۲۰۰۸	سرمایه‌گذاری خارجی موتور محرک اصلی صنعت خودرو کشورهای مالزی، فیلیپین و تایلند بوده است و بر نقش دولت در جذب همکاری بین‌المللی تأکید می‌شود.
لئو و همکاران	۲۰۱۷	صنعت خودرو چین رقابت‌پذیری بین‌المللی بیشتری نسبت به آمریکا دارد که دلایل آن عبارتند از: نیروی کار ارزان قیمت، تولیدات چین انعطاف‌پذیری بیشتری داشته، بهره‌مندی چین از بازار بزرگ و غیراشیاع، افزایش رقابت میان شرکت‌ها، سیاست‌های حمایتی و اصلاحی دولت چین
گومز و همکاران	۲۰۱۷	آزادسازی اقتصادی تأثیر متفاوتی بر صنایع می‌گذارد اما در مجموع موجب افزایش سطح بومی‌سازی و تخصص در مکزیک شده است.

روش‌شناسی پژوهش

پایه و اساس هر علمی روش شناخت آن است و اعتبار و ارزش قوانین علمی، مبتنی به روش شناختی است که در آن علم به کار می‌رود (خاکی، ۱۳۹۷). فلسفه پژوهش حاضر در زمره تفسیری قرار می‌گیرد. داده‌های پژوهش که از طریق مصاحبه جمع‌آوری شده است، ابتدا به کدهای باز شکسته شده و پس از آن با نظر خبرگان و با استفاده از تحلیل تم، عوامل موفقیت در بومی‌سازی صنعت خودرو شناسایی گردیده است. از آنجایی که پژوهش حاضر به شناسایی عوامل موفقیت در بومی‌سازی صنعت خودرو با رویکردی تطبیقی، میان ایران و ترکیه پرداخته و به دنبال شناسایی عوامل تاثیرگذار بر بومی‌سازی است، از حیث هدف، پژوهشی کاربردی محسوب می‌گردد، زیرا به دنبال شناسایی عواملی تاثیرگذار بر موفقیت سیاست‌های بومی‌سازی صنعت خودرو در ایران با توجه به تجربه کشور ترکیه است. همچنین، این تحقیق از نظر چگونگی گردآوری داده‌های مورد نیاز، در گروه تحقیق ترکیبی اکتشافی می‌باشد. استفاده از مطالعات کیفی به ویژه روش تحلیل تم زمانی ضرورت پیدا می‌کند که اطلاعات اندکی در مورد پدیده مورد مطالعه وجود داشته و یا اینکه در مطالعات و تحقیقات انجام شده در ارتباط با تبیین موضوع مورد نظر به صورتی جامع، فقدان یک چارچوب نظری، مشهود باشد (ابوی اردکان و همکاران، ۱۳۹۳). گرایش به انجام مطالعات تطبیقی در سال‌های اخیر روندی صعودی داشته و دلیل آن را نیز می‌توان کسب آگاهی از وضعیت سایر جوامع دانست. پژوهش تطبیقی، پژوهشی است که از داده‌های دو گروه، جامعه و غیره که قابلیت مقایسه داشته باشند استفاده می‌کند و برای بیان علل تشابه یا تفاوت در موضوع مورد مطالعه، تفسیرهای تاریخی، اجتماعی، فرهنگی، اقتصادی و غیره ارائه می‌دهد (معدن‌دار آرانی، ۱۳۹۴). در این پژوهش با استفاده از مصاحبه عمیق نیمه ساختاریافته با ۱۲ نفر از خبرگان در سطوح مدیران عالی صنعت خودرو، متخصصان صنعت خودرو و قطعه‌سازی و اساتید و پژوهشگران دانشگاهی در زمینه بومی‌سازی و عوامل موثر بر آن که دارای دانش کافی از موضوع مورد بررسی بودند، داده‌های کیفی گردآوری شد. فرآیند مصاحبه با خبرگان تا آنجایی ادامه یافت که پژوهشگران در جنبه‌های گوناگون پژوهش به اشباع رسیدند. برای انتخاب خبرگان، از روش نمونه‌گیری ترکیبی هدفمند قضاوتی و روش گلوله برفی استفاده شد. زیرا به صورت هدف‌دار به دنبال آن گروه از خبرگانی بودند که بیشترین اطلاعات را در مورد بومی‌سازی صنعت خودرو داشته باشند. پنج معیار برای انتخاب شرکت‌کنندگان در پژوهش شناسایی شد که عبارتند از (رستمی و همکاران، ۱۳۹۷):

الف) کلیدی بودن: آیا افراد برگزیده شده برای مشارکت در پژوهش، تخصص، توانایی و دانش کافی در زمینه بومی‌سازی و صنعت خودرو را دارند؟
افراد منتخب اولیه و نیز افرادی که توسط مطلعین معرفی می‌شدند، از منظر دانش نظری در حوزه صنعت خودروسازی و قطعه‌سازی، تجربه پژوهش، مشاوره یا مدیریت داشته و خبره‌ترین افراد در این زمینه برای مصاحبه انتخاب شدند.

ب) شناسایی شده توسط دیگران: آیا این افراد به عنوان کسانی معرفی شده‌اند که در فرآیند بومی‌سازی و صنعت خودرو از اطلاعات کافی برخوردارند؟ فرآیند مصاحبه با خبرگان شامل مدیران خودروسازان، مسئولین دولتی، پژوهشگران و اساتید دانشگاه انجام شده است. در ادامه از شیوه گلوله برفی

برای شناسایی افراد دارای این ویژگی استفاده شده است. در انتهای مصاحبه از خبرگان درخواست می‌شد که سایر افراد مطلع را جهت مصاحبه معرفی نمایند.

(ج) فهم نظری موضوع: آیا این افراد فهم قابل قبولی از ابعاد پژوهش در حال تکوین دارند؟ در این پژوهش، چارچوب اصلی مصاحبه‌ها ثابت بوده و به فراخور تخصص، تجربیات و حوزه فعالیت (مدیریتی یا پژوهشی)، سوالاتی که در ادامه فرآیند مصاحبه مطرح می‌شده، متفاوت بوده است.

(د) تنوع: آیا افراد برگزیده در حوزه‌های گوناگونی در حال فعالیت هستند؟ در این پژوهش از افرادی با حوزه‌های مختلفی اعم از: مدیران خودروسازی و قطعه‌سازی، مسئولین دولتی وزارت صمت و پژوهشگران این حوزه استفاده شده است.

(ه) موافقت با مشارکت: آیا افراد برگزیده، تمایل برای مشارکت در پژوهش داشتند؟ پیش از هر مصاحبه به صورت کتبی و یا با تماس تلفنی با افراد منتخب تماس حاصل گردید و توضیحاتی پیرامون پژوهش به آنان داده می‌شد و در صورت تمایل مصاحبه به صورت حضوری صورت می‌پذیرفت.

جدول ۲. ترکیب مصاحبه‌شوندگان

ردیف	پست سازمانی	تحصیلات	سابقه کاری
مصاحبه شونده شماره ۱	مدیریتی	فوق لیسانس	۵ الی ۱۰ سال
مصاحبه شونده شماره ۲	پژوهشگر	دکتر	۱۰ الی ۱۵ سال
مصاحبه شونده شماره ۳	مدیریتی	فوق لیسانس	بیش از ۱۵ سال
مصاحبه شونده شماره ۴	مدیریتی	فوق لیسانس	بیش از ۱۵ سال
مصاحبه شونده شماره ۵	مدیریتی	فوق لیسانس	بیش از ۱۵ سال
مصاحبه شونده شماره ۶	مدیریتی	فوق لیسانس	۱۰ الی ۱۵ سال
مصاحبه شونده شماره ۷	مدیریتی	دکتر	بیش از ۱۵ سال
مصاحبه شونده شماره ۸	مدیریتی	فوق لیسانس	بیش از ۱۵ سال
مصاحبه شونده شماره ۹	مدیریتی	دکتر	بیش از ۱۵ سال
مصاحبه شونده شماره ۱۰	مدیریتی	فوق لیسانس	بیش از ۱۵ سال
مصاحبه شونده شماره ۱۱	مدیریتی	فوق لیسانس	بیش از ۱۵ سال
مصاحبه شونده شماره ۱۲	مدیریتی	فوق لیسانس	بیش از ۱۵ سال

جهت تحلیل داده‌ها از روش کدگذاری سیستماتیک در طی چهار مرحله استفاده شد: (۱) مرور داده‌ها، (۲) تدوین راهنمای کدگذاری، (۳) سازماندهی داده‌ها، (۴) طبقه‌بندی و کدگذاری داده‌ها. در فرآیند تحلیل داده‌ها، ۲۹۸ کد اولیه شناسایی گردید و پس از آن این کدها در قالب ۴۷ کد فرعی و در انتها در ۶ مقوله (سیاسی، قانونی، اقتصادی، فرهنگی اجتماعی، محیط داخلی صنعت خودرو و زیرساخت) طبقه‌بندی گردید. در پژوهش حاضر به منظور افزایش قابلیت اطمینان در بخش کیفی از روش تثلیث پژوهشگران، بررسی توسط اعضای پژوهش، تکنیک‌های مصاحبه، انسجام ساختار، شرح عمیق روش‌های پژوهش، انجام گام‌به‌گام پژوهش، فرآیند کدگذاری و کدگذاری مجدد و انعطاف‌پذیری؛ همچنین از روش سه سوسازی یا چند جانبه‌گری برای سنجش اعتبار تحقیق استفاده شده است.

تحلیل داده‌ها و یافته‌های پژوهش

به منظور شناسایی عوامل تاثیرگذار بر بومی‌سازی صنعت خودرو ابتدا پیشینه نظری و تجربی در داخل و خارج از کشور مورد مطالعه و بررسی قرار گرفت. پس از آن، از روش مصاحبه عمیق نیمه‌ساختاریافته برای

جمع‌آوری داده‌ها استفاده گردید. جهت تحلیل داده‌ها از روش کدگذاری باز و محوری استفاده شد. در نتیجه فرآیند کدگذاری، حذف داده‌های تکراری و تلخیص نهایی داده‌ها، شش مولفه اصلی (سیاسی، قانونی، اقتصادی، فرهنگی اجتماعی، محیط داخلی صنعت خودرو و زیرساخت) و ۴۷ زیر مولفه (سیاست علم‌وفناوری، حقوق اداری، دیپلماسی و روابط بین‌الملل، سیاست اجتماعی، مذاکره و کنوانسیون‌های بین‌المللی، سیاستگذاری عمومی، سیاست اقتصادی، تعاون و اشتغال، برنامه‌ریزی اقتصادی، پول و بانکداری، تأمین منابع مالی، اقتصاد توسعه، امنیت سرمایه، اقتصاد مدیریت، توسعه بازار، اقتصاد بین‌المللی، اقتصاد صنعتی، اقتصاد انرژی و منابع، برنامه‌ریزی و سیاستگذاری، قوانین تجارت و بازرگانی، قوانین حمایتی، قوانین نظارتی، قوانین مالکیت، رقابت، مبارزه با فساد، قوانین مالیاتی، بروکراسی، آموزش و پرورش، فرهنگ‌سازی، آسیب اجتماعی، رفاه و خدمات اجتماعی، منابع طبیعی و محیط زیستی، زیرساخت فنی تکنولوژیکی، زنجیره‌تأمین، زیرساخت فرهنگی اجتماعی، بستر تجاری بازرگانی، حمل و نقل، مدیریت تولید، ارتباط با دانشگاه، مدیریت مالی، رقابت پذیری، سرمایه‌گذاری مشترک، برنامه‌ریزی و سیاستگذاری، تحقیق و توسعه، زنجیره‌تأمین، واحد عقد قراردادهای و بازار جهانی) و ۲۹۸ کداولیه استخراج شد. جدول ۳ نمونه‌ای از فرآیند کدگذاری داده‌های حاصل از مصاحبه در ارتباط با بومی‌سازی ارائه شده است.

جدول ۳. نمونه مصاحبه و تحلیل انجام شده

نکات مهم مصاحبه	کد اولیه	کد ثانویه	مفاهیم اصلی
خودروسازان ایرانی برای صادرات محصول به کشورهای همسایه دچار مشکل هستند زیرا زمانی که این کشورها به کالاهای رقیب نگاه می‌کنند، توان رقابتی کالاهای تولیدی خودروسازان ایرانی بسیار پایین است بنابراین امکان صادرات حتی به بازارهای کشورهای همسایه نیز وجود ندارد.	موانع صادراتی به کشورهای منطقه و جهان توان رقابتی پایین خودروهای تولید شده در داخل در مقایسه با نمونه‌های خارجی ناتوانی در یافتن بازار در کشورهای دیگر	قوانین تجارت و بازرگانی رقابت پذیری بازار جهانی	قانونی محیط داخلی صنعت خودرو
برخی منتقدین زمانی که به مقایسه خودروسازی کره و ایران می‌پردازند که تقریباً همزمان بایکدیگر شروع به فعالیت کردند و حتی در آن زمان خودرو-سازی ایران جلوتر از کره بوده است اما کسی به این نکته دقت نمی‌کند که کره از زمان آغاز صنعت خودرو درگیر چه تعداد جنگ، تحریم، مناقشات سیاسی بوده است و کدام کشور با کره در ارتباط نبوده؟ کره با چه کشوری در حال جنگیدن بوده؟	جنگ مانع توسعه و رشد صنعت خودرو و بومی سازی بوده است مناقشات سیاسی با دنیا مانع توسعه و رشد صنعت خودرو و بومی سازی بوده است ارتباطات بین المللی مناسب عامل محرکی در جهت بومی سازی است تحریم‌ها مانع ورود شرکت‌های خارجی و بومی سازی در صنعت خودرو شده‌اند	دیپلماسی و روابط بین‌الملل دیپلماسی و روابط بین‌الملل دیپلماسی و روابط بین‌الملل مذاکره و کنوانسیون‌های بین‌المللی	سیاسی سیاسی سیاسی سیاسی

نمونه ای از طبقه‌بندی کدهای اولیه، ثانویه، مفاهیم اصلی و پیشینه پژوهش عوامل موفقیت ترکیه در بومی‌سازی در جدول ۴ آورده شده است.

جدول ۴. نمونه‌ای از کدهای اولیه، ثانویه، مفاهیم اصلی و پیشینه پژوهش عوامل موفقیت ترکیه در

بومی‌سازی

مفاهیم اصلی	کد ثانویه	کد اولیه به همراه توضیحات
سیاسی	سیاست علم و فناوری	بومی‌سازی با هدف خودکفایی و ایجاد خودرو ملی اشتباه است (برگرفته از مصاحبه)
	دیپلماسی و روابط بین‌الملل	دیپلماسی اقتصادی، سیاسی و فناوری با دنیا (برگرفته از مصاحبه) ارتباط و سیاست خارجی مناسب با کشورهای دنیا (برگرفته از مصاحبه)
	مذاکره و کنوانسیون‌های بین‌المللی	لزوم پیوستن به کنوانسیون‌های بین‌المللی (برگرفته از مصاحبه) عضویت در اتحادیه اروپا (برگرفته از پیشینه پژوهش) امضا موافقت‌نامه عمومی تعرفه و تجارت (برگرفته از پیشینه پژوهش) عضویت در سازمان تجارت جهانی (برگرفته از پیشینه پژوهش) عضویت در سازمان همکاری‌های اقتصادی (برگرفته از پیشینه پژوهش)
	سیاست اقتصادی	وجهه بین‌المللی و اعتبار کشور در نگاه صنایع بزرگ، دولت‌ها و خریداران جهانی (برگرفته از مصاحبه)
	سیاست اجتماعی	تثبیت دموکراتیک (برگرفته از پیشینه پژوهش) ایجاد آزادی سیاسی (برگرفته از پیشینه پژوهش)

نتیجه‌گیری

نتایج حاکی از آن است که عدم موفقیت کشور ایران نسبت به ترکیه در بومی‌سازی صنعت خودرو حاصل تفاوت در عواملی از جمله: سیاست علم و فناوری، حقوق اداری، دیپلماسی و روابط بین‌الملل، مذاکره و کنوانسیون‌های بین‌المللی، سیاست‌گذاری عمومی، سیاست اقتصادی، برنامه‌ریزی اقتصادی، تأمین منابع مالی، اقتصاد توسعه، امنیت سرمایه، اقتصاد مدیریت، توسعه بازار، اقتصاد بین‌المللی، اقتصاد انرژی و منابع، برنامه‌ریزی و سیاست‌گذاری، قوانین تجارت و بازرگانی، قوانین حمایتی، قوانین نظارتی، قوانین مالکیت، رقابت، مبارزه با فساد، بروکراسی، فرهنگ سازی، آسیب اجتماعی، رفاه و خدمات اجتماعی، زیرساخت فنی تکنولوژیکی، زنجیره تأمین، زیرساخت فرهنگی اجتماعی، بستر تجاری بازرگانی، مدیریت تولید، ارتباط با دانشگاه، سرمایه‌گذاری مشترک، برنامه‌ریزی و سیاست‌گذاری، تحقیق و توسعه، زنجیره تأمین، واحد عقد قراردادها و بازار جهانی است.

لذا نیاز به بازنگری عمیق در سیاست‌ها و قوانین خودروسازی، آزادسازی بازارها، سرمایه‌گذاری مشترک و نگاه جهانی به صنعت خودرو برای ایجاد تحرک و خروج این صنعت از بحران پیش‌رو و گام نهادن در راستای کسب دانش و تکنولوژی روز دنیا، بومی‌سازی آن و سپس تولید خودرو امری ضروری است. همچنین عدم توجه به این مهم که قطعه‌سازی پیش نیاز خودروسازی بوده و نمی‌توان خودروسازی را از قطعه‌سازی منفک نمود، ضربه‌های فراوانی به بدنه خودروسازی و سیاست‌های بومی‌سازی کشور ایران وارد ساخته است.

تحلیل‌ها و نتایج در ۶ حوزه سیاسی، اقتصادی، قانونی، زیرساخت، فرهنگی اجتماعی و محیط داخلی صنعت خودرو به شرح زیر می‌باشد.

تحلیل یافته‌های حوزه سیاسی

سیاست علم و فناوری: کشور ترکیه در زمینه سیاست‌های علم و فناوری در سه مرحله تولید خودرو ملی را تجربه کرده است، که هر یک از این پروژه‌ها با شکست مواجه شدند که نتیجه آن گذر از خودرو ملی و انتقال دانش و فناوری به خاک ترکیه و بومی‌سازی محصولات سایر شرکت‌ها در این کشور شد. کشور ایران با پافشاری بر تولید خودرو ملی در شرایطی که نه تنها به دانش روز دنیا دسترسی نداشته، بلکه توان تولید محصولی قابل رقابت از نظر کیفیت و قیمت با محصولات مشابه خارجی را نیز ندارد، با شکست مواجه شده است. لذا ضرورت دارد، از تولید خودرو ملی دست کشیده و با وارد کردن خطوط تولید و انتقال دانش و تکنولوژی به داخل ایران، پس از همسویی و هم‌ترازی با سطح تکنولوژی روز دنیا، آنگاه تولید خودرو ملی را در برنامه‌های صنعت خودرو قرار دهد.

حقوق اداری: ضعف مدیریتی، عدم توجه به شایسته‌سالاری و وجود تصمیم‌گیران پشت پرده، فضای کنونی صنعت ایران را دستخوش تغییرات نامطلوبی ساخته است. از سویی دیگر ابهام و کلی‌گویی در چشم‌اندازهای تدوین شده در ایران یکی دیگر از معضلات اداری می‌باشد. کشور ترکیه با اعلام برنامه‌های آتی خود و ایجاد زمان‌بندی مناسب، توانسته است از صدمات احتمالی جلوگیری نماید. لذا بهتر است کشور ایران شفافیت اداری و تصمیم‌گیری، برنامه‌ریزی مدون و اصولی، ثبات رویه‌ها، شایسته‌سالاری و چشم‌اندازهای واقع‌بینانه را جایگزین چشم‌اندازهای رؤیایی، خلاف واقعیت و مبهم کند و از سیاسی‌بازی و فساد در صنعت خودرو جلوگیری نماید.

دیپلماسی و روابط بین‌الملل: کشور ترکیه با ایجاد روابط دیپلماتیک دوجانبه با اکثر کشورهای دنیا توانسته است سرمایه‌گذاری را در کشورش افزایش دهد. لذا کشور ایران باید سیاست‌هایی جهت جلوگیری از بروز تحریم‌ها و تقویت روابط بین‌المللی، اتخاذ نموده و از مداخله خود در برخی مسائل حاشیه‌ای بین‌المللی اجتناب نماید.

سیاست اجتماعی: درگیر شدن اکثریت بدنه صنعتی و تولیدی کشور با سیاست و سیاستمداران، امکان برنامه‌ریزی بلندمدت را محدود می‌کند. حزب حاکم ترکیه با عدم مداخله در امور شرکت‌ها و صنعت خودرو، خصوصی‌سازی، تلاش برای حفظ ثبات سیاسی و عدم تغییر شدید رویه‌ها توانسته است محیط صنعتی خود را از تلاطم‌های ناشی از جریانات سیاسی مصون نگه دارد.

مذاکره و کنوانسیون‌های بین‌المللی: وجود تحریم‌های بین‌المللی برای ایران مانع دستیابی به بازارها و دادوستد جهانی شده است. متأسفانه در ایران ضعف مذاکره، تصمیم‌گیری و پیوستن به کنوانسیون‌های بین‌المللی مشهود است. کشور ترکیه با پیوستن به کنوانسیون‌های بین‌المللی توانست سطح استانداردهای تولیدی خود را بهبود بخشد و از مزایای هر یک بهره‌مند گردد. لذا در ایران ضروری است، ابتدا تاثیرگذاری افراد و نهادهای غیرمسئول کاهش پیدا کند و با پیوستن به کنوانسیون‌های مختلف بازار و روابط تجاری-صنعتی توسعه پیدا کند.

سیاست‌گذاری عمومی: پس از انقلاب اسلامی در سال ۱۳۵۷ دخالت‌ها و حمایت‌های غیراصولی موجب شد صنایع از رشد و پیشرفت عقب بمانند. کشور ترکیه با کاهش حمایت‌های خود از صنعت خودروسازی، شرکت‌ها را وادار به سرمایه‌گذاری و پیشرفت امور کرد. بنابراین ضرورت دارد کشور ایران با

کاهش حمایت از صنایع خودروسازی دولتی و اجرا کردن قانون خصوصی سازی به معنای واقعی، برای همیشه انفعال حاکم بر صنعت خودروسازی را از میان بردارد و زمینه ساز رقابت میان شرکت‌ها شود. سیاست اقتصادی: جلب حمایت بین‌المللی نیاز به ارائه تضمین و وجهه و اعتبار مناسب دارد. کوتاه مدت بودن دوره همکاری شرکت‌های بین‌المللی با ایران سبب کاهش اعتبار جهت سرمایه گذاری شده است و این نوع همکاری‌ها پیش از آنکه به سودآوری برسد، پایان می‌یابد. لذا در این حوزه توصیه می‌شود ایران با تاکید بر مزایا، بهبود آن‌ها و ارائه تضمین‌های مورد نیاز، نظر سرمایه گذاران و خودروسازان جهانی را جلب نماید.

تحلیل یافته‌های حوزه اقتصادی

تعاون و اشتغال: یکی از مزایای مشترک میان کشور ایران و ترکیه، هزینه نیروی انسانی پایین است که می‌تواند عاملی جذاب برای حضور شرکت‌های خارجی جهت تولید در یک کشور باشد.

برنامه‌ریزی اقتصادی: ضعف برنامه‌ریزی و سیاست‌های اقتصادی موجب بوجود آمدن فضای متلاطم و نوسان شاخص‌های اقتصادی می‌گردد که این خود بر قدرت خرید مردم تاثیرگذار است. همچنین در ایران به دلیل وجود بازار تضمین شده و نبود رقابت، بازدهی سرمایه در حد قابل قبولی قرار دارد که این عاملی مثبت در جهت سرمایه‌گذاری خارجی است.

پول و بانکداری: آزادسازی نرخ ارز می‌تواند به ایجاد ثبات در حوزه اقتصادی کمک شایانی نماید و از طرفی ارزش پول ملی بر بومی‌سازی تاثیرگذار است. لذا ضروری است بانک مرکزی با ایجاد سیاست‌های بانکی صحیح و متناسب با شرایط، صنایع را در جهت تولید و بومی‌سازی یاری دهند.

تأمین منابع مالی: پیوستن ترکیه به اتحادیه گمرکی با اروپا موجب افزایش سرمایه‌گذاری و ادغام صنایع با زنجیره‌تأمین جهانی شد. در کشور ایران به دلایل مختلف، جذب و ورود سرمایه‌گذاران خارجی با مشکلات فراوانی مواجه است، لذا ضرورت دارد، دولت با برنامه ریزی و سیاستگذاری در این حوزه، به جذب و ورود سرمایه و فناوری از سایر کشورها و شرکت‌ها اهتمام بورزد.

اقتصاد توسعه: ظرفیت تولید ۱ میلیون و ۸۵۰ هزار دستگاه خودرو در ترکیه و صادرات بیش از ۷۰ درصد آن در سال و همچنین همکاری با اکثر خودروسازان موجب کاهش هزینه‌های تولید و قیمت رقابتی با نمونه‌های مشابه شده است. همچنین تیراژ مناسب خودرو در ترکیه سبب شده است، تحقیق و توسعه قابلیت اجرایی پیدا کند. در این راستا باید با اتصال به بازارهای جهانی و دست یابی به بازار سایر کشورها، ظرفیت تولید و فروش را افزایش دهیم تا محصول بومی‌سازی شده با قیمتی رقابتی عرضه و تحقیق و توسعه توجیه‌پذیر گردد.

امنیت سرمایه: کشور ترکیه امنیت را برای سرمایه‌گذاران ایجاد کرده و به آنان تضمین مالکیت داده است. از طرفی در کشور ایران نوسانات ارزی و کاهش پیوسته ارزش پول ملی سبب کاهش سود شرکت‌های خارجی گردیده است. همچنین مبهم بودن شرایط آینده موجب ناتوانی در تعیین زمان بازگشت سرمایه می‌گردد، که این خود موجب کاهش میزان امنیت سرمایه گذاری شده است. لذا برای ایجاد امنیت سرمایه‌گذاری باید قوانین حمایت از سرمایه‌گذاری به صورت جامع‌تر و با تسهیلات بیشتری به تصویب برسد.

اقتصاد مدیریت: کشور ترکیه با ارائه تسهیلات مالکیتی و اراضی توانسته بخش قابل توجهی از سرمایه و تکنولوژی را به کشور خود انتقال دهد. همچنین با ارائه تسهیلات در بخش تحقیق و توسعه و ایجاد بازار آزاد موجب هماهنگی و همکاری بیشتر صنعت و دانشگاه شده است. بنابراین ضرورت دارد دولت ایران، با از بین بردن انحصار و بازار تضمین شده و ارائه تسهیلات، صنایع را وادار به تحرک کند. توسعه بازار: کشور ترکیه توانسته با تمهیدات مناسب به بازار بیش از یک میلیارد نفری دست پیدا کند. متأسفانه این فاکتور در کشور ایران بسیار ضعیف و بازار خودرو، بازاری تضمین شده است که امکان رقابت و بهبود را از خود سلب می‌نماید. بنابراین برای تسهیل این امر می‌توان با پیوستن به کنواسیون های بین‌المللی و ایجاد بازار آزاد، علاوه بر دست یابی به بازارهای سایر کشورها، در جهت بهبود خودروهای داخلی گام برداشت.

اقتصاد بین‌المللی: ترکیه با تغییر راهبرد جایگزینی واردات به افزایش صادرات توانست علاوه بر ایجاد ارتباطات بین‌المللی، بیش از ۷۰ درصد تولیدات خودرویی خود را صادر کند. لذا تغییر در راهبردهای صنعتی و ایجاد کانال‌های بانکی و افزایش ارزش پول ملی که موجب افزایش توان خرید بین‌المللی مردم می‌شود، باید در دستور کار قرار گیرد.

اقتصاد صنعتی: با افزایش تیراژ تولید خودرو و کاهش قیمت تمام شده، امکان افزایش کیفیت بوجود می‌آید، از طرفی بومی‌سازی صنعت خودرو در صورتی موفقیت آمیز است که قیمت تمام شده محصول بومی شده، تفاوت چندانی با نمونه‌های خارجی نداشته باشد.

اقتصاد انرژی و منابع: یکی از موانع بومی‌سازی صنعت خودرو در ایران، اقتصاد وابسته به نفت است. کشور ترکیه اقتصاد خود را بر پایه تولید و گردشگری بنا نهاده است و از طریق بومی‌سازی توانسته است بخش قابل توجهی از نیاز خود به مواد اولیه را برطرف نماید. گذر از اقتصاد نفتی و توجه به سایر بخش‌های تولیدی از جمله راهکارهای قابل ارائه می‌باشد.

تحلیل یافته‌های حوزه قانونی

برنامه‌ریزی و سیاست‌گذاری: ضعف برنامه‌ریزی، عدم تطبیق با شرایط کنونی، عدم توجه به مزیت‌ها و تقویت آن‌ها و تغییرات مکرر و قابل پیش‌بینی نبودن قوانین، موجب عدم ثبات در سیاست‌گذاری و قانون‌گذاری شده است. یکی دیگر از نقاط ضعف ایران در این حوزه، محدودیت آزادی‌های سیاسی، اجتماعی، فرهنگی، اقتصادی و قانونی است. کشور ترکیه با ارائه برنامه‌های آتی خود و شفاف‌سازی قوانین، به ایجاد ثبات در حوزه برنامه‌ریزی و سیاست‌گذاری دست یافته و با ایجاد آزادی در جنبه‌های گوناگون، محدودیت‌های اجتماعی را کاهش داده است. لذا باید محتوای قوانین موجود در صنعت خودرو و مناطق آزاد، مورد بازنگری و اصلاح قرار گیرد و با ارائه برنامه و اهداف بلند مدت، عدم ثبات در این حوزه را کاهش داد.

قوانین تجارت و بازرگانی: وجود سیاست‌های مغایر با صادرات، واردات بی‌رویه قطعات، موانع صادراتی، نظام تعرفه‌ای متغیر و قیمت‌گذاری از سوی دولت از جمله ضعف‌های ایران است. دولت باید سعی در ایجاد کسب و کار جهانی کرده تا صادرات و تیراژ تولیدی افزایش پیدا کند. کشور ترکیه با از میان برداشتن موانع صادراتی به بسیاری از کشورها سیاست افزایش صادرات را به نحوه مطلوبی اجرایی کرده است و از هرگونه دخالتی در قیمت‌گذاری و سایر امور خودروسازان پرهیز می‌کند.

قوانین حمایتی: حمایت و جهت‌گیری تصمیم‌ها برای حفظ خودروسازان دولتی موجب ایجاد چالش برای بخش خصوصی شده است. از طرفی ضعف در قوانین حمایتی نتایجی از جمله: کاهش ورود سرمایه گذاری خارجی و از بین رفتن انگیزه تولید را به همراه خواهد داشت.

قوانین نظارتی: معرفی استاندارد مناسب از سوی دستگاه‌های نظارتی موجب بهبود کیفیت خودرو و قطعات تولیدی می‌گردد. از سوی دیگر عدم پاسخگویی مسئولین موجب ایجاد فضای هرج و مرج در صنعت خودروسازی گشته است که خود عاملی برای عدم ثبات در این صنعت می‌شود.

قوانین مالکیت: سرمایه‌گذاران خواستار ارائه تضمین مالکیت از سوی دولت‌ها و حاکمیت‌ها هستند. یکی از نتایج پیوستن ترکیه به اتحادیه گمرکی با اروپا، اقدامات فعال‌تر در زمینه حفاظت از حقوق مالکیت فکری و صنعتی است.

رقابت: از دلایل نبود رقابت می‌توان به وجود موانع برای ورود محصولات گوناگون، وجود بازار تضمین شده برای خودروسازان داخلی و نبود فضای اقتصادی و رقابتی اشاره کرد که موجب تضعیف توان بومی‌سازی خودرو شده است. کشور ترکیه با گذر از خودرو ملی، پیوستن به اتحادیه گمرکی با اروپا، اعطای تسهیلات برای ورود سرمایه‌گذاران خارجی، سرمایه‌گذاری مشترک با خودروسازان خارجی، حمایت یکسان از تمامی فعالان عرصه خودرو و کاهش مرحله‌ای متوسط نرخ تعرفه، رقابت را میان خودروسازان پدید آورده است.

مبارزه با فساد: دخالت خودروسازان در تصمیم‌گیری‌های بخش دولتی، عدم شفافیت در کانال‌های تصمیم‌گیری، حفظ منافع شرکت‌های دولتی و وجود فسادهای اداری گواهی بر نیاز به مبارزه با فساد جهت بهبود شرایط کنونی و بومی‌سازی صنعت خودرو است. دولت ترکیه به عنوان ناظری مقتدر در این صنعت ایفای نقش می‌کند که همین عامل سبب کاهش فساد در صنعت خودروسازی ترکیه شده است.

قوانین مالیاتی: از عمده مشکلات این شاخص، عدم همکاری اداره مالیات با صنعت خودرو و قانون مالیات بر ارزش افزوده است که می‌توان با ارائه معافیت‌های مالیاتی به سرمایه‌گذاران وضعیت بومی‌سازی را بهبود بخشید.

بروکراسی: بخشنامه‌های متعدد و بروکراسی غیر شفاف و زمان‌بر در کنار عدم همکاری برخی ادارات دولتی از جمله اداره تعاون کار و امور اجتماعی و صنایع با بخش صنعت مخصوصاً مناطق آزاد و ویژه تجاری سبب بروز مشکلات جهت بومی‌سازی صنعت خودرو شده است.

تحلیل یافته‌های حوزه فرهنگی اجتماعی

آموزش و پرورش: ایران با کمبود نیروی متخصص برای بومی‌سازی صنعت خودرو مواجه است که جهت رفع آن وجود برنامه ریزی بلندمدت آموزشی برای تربیت خلاق و نوآور اعضای جوان جامعه ضروری است.

فرهنگ سازی: جامعه باید نگاهی صحیح و به دور از افراط و تفریط داشته باشد، تا بتواند مسیر صحیح صنعتی خود را طی کند و این درحالی است که در ایران نگاهی افراطی و بدبینانه نسبت به سرمایه‌داران و بومی‌سازی وجود دارد و آن را خودکفایی قلمداد می‌کنند، درحالی که بومی‌سازی به معنای تعامل با شرکت‌ها و کشورهای صاحب فناوری جهت تولید محصول است و نه بی‌نیازی از آنان.

آسیب اجتماعی: عدم مدیریت و بیش صحیح در صنعت خودرو در سال‌های اولیه پس از انقلاب اسلامی سال ۵۷ به خصوص دو دهه اخیر، موجب رخت بر بستن امید و اعتماد به اصلاح اقتصاد آینده در سطوح مختلف جامعه شده است، که نتیجه آن تضعیف انگیزه تولید و پیشرفت و گسترش دلالتی است. رفاه و خدمات اجتماعی: فراهم نبودن بستر مشاوره به شرکت‌های خارجی یکی از معضلات عدیده در این بخش است. از دیگر مشکلات این حوزه می‌توان به عدم درک صحیح اصول توسعه از سوی مسئولین و نارضایتی مردم از صنعت خودرو سازی اشاره کرد.

تحلیل یافته‌های حوزه زیرساخت

منابع طبیعی و محیط زیستی: از عوامل داخلی در راستای بومی‌سازی می‌توان به انرژی، صنایع مادر از جمله فولاد و معادن معدنی اشاره کرد. برخی کشورها از جمله ترکیه، کره و ژاپن، صنعت فولاد و برخی صنایع مادر دیگر را به صنعتی استراتژیک در راستای تولید مبدل ساخته‌اند. زیرساخت فنی و تکنولوژیکی: صنعت خودرو در ایران برپایه تولید و بومی‌سازی محصولات سایر شرکت‌ها نهادینه شده است، بی‌توجهی به این امر سبب تضعیف صنعت و دسترسی پیدا نکردن به دانش روز دنیا در سال‌های اخیر شده است. نکته قابل توجه و بسیار مهم در بومی‌سازی، نگاه به توانایی‌ها و مزیت‌های موجود در کشور است و اگر بومی‌سازی در راستای مزیت‌ها صورت نپذیرد، با شکست مواجه خواهد شد.

زنجیره تأمین: ایران نتوانسته مواد اولیه مورد نیاز قطعه‌سازان و خودروسازان را تأمین نماید. لذا نیازمند منابع سایر کشورها است. همچنین از آنجایی که قطعه‌سازی پیش نیاز بومی‌سازی است، بنابراین رسیدگی و تقویت این صنعت بایستی در اولویت قرار گیرد؛ امری که در کشور ترکیه صورت پذیرفته و دولت ابتدا به تقویت قطعه‌سازی و ایجاد ارتباط مناسب با سایر کشورها جهت تأمین مواد اولیه پرداخته و پس از آن عرصه بومی‌سازی صنعت خودرو را تقویت نموده است.

بستر تجاری و بازرگانی: در زمینه تجارت و بازرگانی، مناطق آزاد، ویژه و شهرک‌های صنعتی نقش مهمی را ایفا می‌کنند. اما عدم تعریف درست و تعدد این مناطق در ایران مانعی برای موفقیت این مناطق شده است. دولت ترکیه با متمرکز کردن اکثریت خودروسازان در منطقه مرمره واقع در شمال غربی ترکیه که در شاهراه ارتباطی میان اروپا و آسیا قرار دارد، این محل را به بستری تجاری و بازرگانی برای صنعت خودروسازی خود مبدل ساخته که سبب کاهش هزینه‌های انتقال و تولید نیز شده است.

حمل و نقل: توسعه سیستم حمل و نقلی اعم از دریایی، ریلی و... نه تنها موجب تسریع در امر انتقال محصولات و کاهش هزینه‌های تولید می‌شود، بلکه به عنوان مزیتی استراتژیک می‌تواند ایفای نقش نماید. مزیتی که به واسطه موقعیت جغرافیایی باید بیش از پیش مورد توجه و اهمیت قرار گیرد.

تحلیل یافته‌های حوزه محیط داخلی صنعت خودرو

مدیریت تولید: مونتاژ پیش‌نیاز بومی‌سازی موفق است. از طرفی دیگر تیراژ مناسب نه تنها موجب کاهش قیمت تمام شده می‌شود بلکه به روز شدن تکنولوژی را به همراه دارد. در ایران با ضعف دانش و تکنولوژی و نبود آمارهای دقیق و کاربردی مواجه هستیم که سبب شکست در بومی‌سازی شده است.

کشور ترکیه با بهره بردن از صنعت قطعه سازی داخلی و حضور و همکاری با برترین قطعه سازان و خودروسازان جهانی توانسته خود را با زنجیره تأمین جهانی ادغام کند.

ارتباط با دانشگاه: محتوای غیراصولی آموزشی، بی توجهی مراکز علمی به نیازهای صنعت خودرو و بی اعتمادی صنعت به محیط‌های آموزشی، موجب فاصله گرفتن صنعت و دانشگاه شده است. دولت ترکیه جهت همسویی بیشتر این دو نهاد با ارائه برنامه ۲۰۲۳ و تسهیلات واسطه‌ای بدنال انجام این مهم است.

مدیریت مالی: فساد مالی سبب، عدم چرخش منابع مالی در صنعت خودرو شده است. از سویی جهت‌گیری جریان‌های مالی در کانال‌های نامرتب، توان بومی‌سازی را کاهش می‌دهد. دولت ترکیه با کسب اطلاعات مختلف از خودروسازان از جمله: وضعیت سرمایه و عملکرد، وضعیت حساب‌ها و تراز پرداخت‌ها، وضعیت انتقال حساب‌ها و نقدینگی بین شرکای داخلی و خارجی در جهت شفافیت مالی در این صنعت گام برداشته است.

رقابت پذیری: یکی از شروط بومی‌سازی، قابلیت رقابت محصول بومی است؛ که متأسفانه محصولات بومی شده در ایران کیفیت پایین‌تری نسبت به نمونه‌های خارجی دارند. لذا نیاز به ایجاد انعطاف پذیری، نوآوری، بهبود کیفیت، و برنامه‌های کاربردی در تولید و انبار الزامی است.

سرمایه‌گذاری مشترک: محدودیت‌های ملی و بین‌المللی و همچنین تحریم‌ها موجب عدم سرمایه‌گذاری خارجی و حتی خروج شرکای خارجی خودروسازان داخلی شده است. درحالی که برای موفقیت در بومی‌سازی، وجود شرکای خارجی امری الزامی است. از طرفی دیگر خودروسازان داخلی می‌توانند با سرمایه‌گذاری و تولید محصول مشترک، هزینه‌های خود را تا حد قابل توجهی کاهش دهند.

برنامه‌ریزی و سیاست‌گذاری: ضعف بازاریابی، برنامه فرهنگ صنعتی و عدم امکان سنجی صحیح در خودروسازی و قطعه سازی مشهود است. از طرفی بومی‌سازی می‌تواند موجب توسعه گردد و در طولانی مدت به ایجاد برند داخلی منتهی شود، همانگونه که ورود خودروسازان جهانی به ترکیه و بومی‌سازی در این کشور سبب توسعه و پیشرفت صنعت خودروسازی و صنایع وابسته گردید و این کشور را به کشوری کارآفرین در حوزه تولید و صادرات مبدل ساخت.

تحقیق و توسعه: از جمله اقدامات مهمی که در فرآیند بومی‌سازی باید صورت گیرد، تحقیق و توسعه و برنامه‌ریزی استراتژیک است که متأسفانه این موارد در قطعه‌سازان ایرانی به جهت تیراژ پایین توجیه پذیر نمی‌باشد. دولت ترکیه با ارائه تسهیلات و تأسیس سازمان ثبت اختراعات، موجب انتقال بخشی از فعالیت‌های طراحی خودروسازان جهانی به ترکیه شده است.

زنجیره تأمین: ضعف زنجیره تأمین صنعت خودروسازی و عدم حمایت اعضای آن از یکدیگر، نه تنها سبب بروز مشکلات تولید در خودروسازان شده، بلکه به قطعه‌سازان نیز ضربه وارد کرده است، بلحاظ اینکه قطعه‌سازان از خودروسازان تأثیر می‌پذیرند. از طرفی دیگر ضعف خدمات پس از فروش و بسته‌بندی سبب تخریب پیش از موعد قطعات و محصولات می‌گردد.

واحد عقد قراردادهای: گلابه قطعه‌سازان در این بخش کوتاه مدت بودن و عدم تعهد خودروسازان به قراردادهای منعقد و بالا رفتن ریسک انتقال تکنولوژی است. البته ضعف تکنولوژیکی و فرهنگ صنعتی قطعه‌سازان یکی از دلایل موثر خودروسازان برای عدم عقد قرارداد بلند مدت با قطعه‌سازان است.

بازار جهانی: صنعت خودروسازی صنعتی جهانی است، لذا باید به آن نگاهی جهانی داشت و به زنجیره-تأمین جهانی شرکت‌ها متصل شد. متأسفانه ایران در یافتن بازار در سایر کشورها با شکست روبرو شده است. ترکیه با گذر از خودرو ملی و پیشروی به سمت مونتاژ محصولات سایر کشورها موجبات رشد اقتصادی، اشتغال‌زایی و انتقال فناوری روز دنیا را فراهم آورده است.

پیشنهادات کاربردی

با بررسی علل پیشرفت و موفقیت کشور ترکیه در حوزه بومی‌سازی صنعت خودرو، درمقایسه با خودروسازی در ایران، می‌توان ادعان داشت، این صنعت در شرایط کنونی یک بنگاه اقتصادی ورشکسته و بدون بازده است، بگونه ای که ادامه حیات آن با شرایط کنونی، تنها موجب ضربه زدن به بدنه اقتصادی جامعه و صنعت می‌شود. لذا تغییر رویه‌ها امری ضروری است و در این راستا پیشنهادات ذیل ارائه می‌گردد:

- ۱- گذر از تولید خودرو ملی و توقف تولید خودروهایی که نه تنها در بازار داخل در شرایط عادی و بازار آزاد مورد اقبال قرار نمی‌گیرند، بلکه حتی در بازار کشورهای منطقه نیز با استقبال روبرو نشده‌اند و جایگزین کردن تکنولوژی برتر و تولید خودروهای شرکت‌های صاحب فناوری.
- ۲- کاهش تصدی‌گری دولت و ایجاد خصوصی‌سازی، بازار آزاد، فضای رقابتی و پیوستن به معاهدات بین‌المللی جهت تحرک و نوآوری قطعه‌سازان و خودروسازان داخلی.
- ۳- جلب اعتماد و جذب سرمایه‌گذاران خارجی و اعطای تسهیلات به آنان برای توسعه صنعت خودرو در جهت تأسیس شرکت‌های مشترک با خودروسازان جهانی
- ۴- تلاش برای فراگیری علوم و تکنولوژی‌های تولید قطعه و خودرو از شرکت‌های جهانی و صرف هزینه برای نوآوری آن.
- ۵- تثبیت شرایط بین‌المللی و بهبود روابط دیپلماتیک میان ایران و سایر کشورها و ممانعت از افزایش تنش‌ها و فشارهای بین‌المللی.
- ۶- نگاه جهانی به صنعت خودرو سازی و پیوستن به زنجیره‌تأمین جهانی شرکت‌های پیشرو و تبدیل شدن به قطب منطقه‌ای تولید محصولات مشارکتی.
- ۷- گذر از اقتصاد نفتی و ایجاد نقاط قوت استراتژیک جهت تشویق شرکت‌ها برای سرمایه‌گذاری براساس مزیت‌های موجود در ایران.
- ۸- تقویت قطعه‌سازی و سپس خودروسازی.

منابع

ابویی اردکان، محمد، لبافی، سمیه، آذرپور، سمانه و جلال‌پور، مهدیه. (۱۳۹۳). شناسایی عوامل حیاتی موفقیت تفکر راهبردی در دیدگاه مدیران سازمان‌های فرهنگی شهر اصفهان، پژوهشنامه مدیریت اجرایی، ۶(۱۱)، ۱۳-۳۴.

احمدی، پرویز، صفری کهره، محمد و غلامعلی زاده، ابوذر. (۱۳۸۸). مطالعه تطبیقی بررسی محیط به منظور تدوین استراتژی برای شرکت‌های خودروسازی جهت مدیریت یکپارچه آنها. اولین کنفرانس مدیریت اجرایی، تهران.

اشتریان، کیومرث. (۱۳۹۱). مقدمه ای بر روش سیاست گذاری فرهنگی. تهران: جامعه شناسان.
پژوهان، جمشید، (۱۳۸۷). خودرو در سید خانوارها و تقاضا برای آن‌ها. مجموعه مقالات همایش صنعت خودرو سازی.

خاکی، غلامرضا، (۱۳۹۷). روش تحقیق با رویکردی به پایان نامه نویسی. تهران: بازتاب.
دهقانی سلطانی، مهدی و آذر، عادل. (۱۳۹۹). تاثیر مدیریت کیفیت جامع بر مزیت رقابتی با تبیین نقش میانجی عملکرد نوآوری شرکت‌های صادرکننده در صنعت پوشاک. فصلنامه مدیریت کسب و کارهای بین‌المللی، ۳(۲)، ۱-۲۲.

رستمی، محمدرضا، فیض، داود، زارعی، عظیم، رستگار، عباسعلی و ملکی مین باش رزگاه، مرتضی. (۱۳۹۷). عوامل تاثیرگذار بر برند سازی اسلامی، فصلنامه مدیریت اسلامی، ۲(۲)، ۴۰-۱۱.

رضائی، مهدی، پرتوی، اصغر، عیوض زاده، حسن، جعفری، فرشید. (۱۳۹۸). سیاستگذاری فرهنگی جمهوری اسلامی ایران: پیشینه، الگوها و آسیب‌ها (با تاکید بر مفهوم مرجعیت). فصلنامه راهبرد اجتماعی فرهنگی، ۸(۳۲)، ۶۹-۹۶.

رهبر، فرهاد و امیری، میثم. (۱۳۹۴). اقتصاد رفتاری و سیاستگذاری عمومی. فصلنامه برنامه ریزی و بودجه، ۱۹(۴)، ۱۸۲-۱۴۷.

سازمان توسعه تجارت ایران. (۱۳۸۷). راهنمای تجارت با کشور ترکیه. تهران: شرکت چاپ و نشر بازرگانی وابسته به موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی.

شفیعا، محمدعلی و موسوی لقمان، سیده اشرف. (۱۳۹۴). طراحی مدل مفهومی تعامل دولت و تولیدکنندگان داخلی برای تقویت تولید ملی با بهره‌گیری از تحلیل محتوایی. فصلنامه مدیریت فردا، ۴۴، ۵۱-۷۶.

شفیعا، محمدعلی، محمدی، مهدی، باباخان، علیرضا و سعدآبادی، علی اصغر. (۱۳۹۴). شناسایی ساز و کارهای بومی سازی فن آوری در ایران - رویکرد مطالعه چند موردی، فصلنامه فن آوری اطلاعات و ارتباطات در علوم تربیتی، ۵(۴)، ۱۴۱-۱۱۷.

قبادی، خسرو. (۱۳۸۹). چالش‌های فرهنگی در بومی سازی صنعت نفت. فصلنامه توسعه تکنولوژی صنعتی، ۱۳، ۴۹-۵۸.

کریمی (مله)، علی و پارسا، ندا. (۱۳۹۸). سیاستگذاری هویت ملی و الزامات راهبردی آن برای ایران. فصلنامه مطالعات ملی، ۲۰(۱)، ۳-۲۰.

مرکز پژوهش‌های مجلس دفتر مطالعات انرژی، صنعت و معدن. (۱۳۹۴). آسیب شناسی صنعت خودرو کشور و ارائه راهکارهای برون رفت از چالش‌های موجود در راستای سیاست‌های کلی اقتصاد مقاومتی. معاونت پژوهش‌های زیربنایی و امور تولیدی مجلس شورای اسلامی.

مرکز پژوهش‌های مجلس دفتر مطالعات انرژی، صنعت و معدن. (۱۳۹۵). مطالعه تطبیقی صنعت خودروسازی در کشورهای مختلف جهان. معاونت پژوهش‌های زیربنایی و امور تولیدی مجلس شورای اسلامی.

معدن دار آرانی، عباس. (۱۳۹۴). مطالعات تطبیقی در آموزش و پرورش: کاربرت روش‌های جدید تحقیق. فصلنامه خانواده و پژوهش، ۱۲(۲۷)، ۹۰-۶۹.

مطالعه تطبیقی عوامل موفقیت در سیاست‌های بومی‌سازی صنعت خودرو ۱۹

- معمارنژاد، عباس، حسینی، سیدشمس‌الدین و خطابی، ساناز. (۱۳۸۸). ارزیابی ساختار و عملکرد بازار خودرو سواری در ایران. *فصلنامه مدل‌سازی اقتصادی*، ۳(۱۰)، ۱۰۳-۱۲۰.
- مقدس، اعظم، (۱۳۹۴). *تحلیل تطبیقی تثبیت دموکراسی، مطالعه موردی ایران و ترکیه*. (۱۹۸۰-۲۰۰۹). رساله دکتری. رشته جامعه‌شناسی گرایش گرایش جامعه‌شناسی سیاسی. دانشگاه تربیت مدرس.
- ملک محمدی، حمیدرضا. (۱۳۸۵). *سیاست‌گذاری؛ دانش و روش*. *سیاست داخلی*. (۱)۱، ۱۸۹-۱۷۶.
- ملک محمدی، حمیدرضا و کمالی، یحیی. (۱۳۹۵). بررسی مفاهیم پرادایم، مرجعیت و ائتلاف حامی در سیاست‌گذاری عمومی، *فصلنامه سیاست*، ۴۶(۱)، ۱۱-۳۲.
- موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی. (۱۳۹۸). *تدوین نقشه راه ارتقای رقابت پذیری و توسعه صنعت خودرو*. گروه مطالعات و پژوهش‌های صنعتی و معدنی.
- مؤمنی، فرشاد و مسعودی، صاحبه. (۱۳۹۴). رابطه بین دانش ضمنی و بومی‌سازی تکنولوژی در ایران، *فصلنامه سیاست‌گذاری عمومی*، ۳(۱)، ۹۹-۱۱۹.
- نامداریان، لیلا. (۱۳۹۵). *سیاست‌گذاری مبتنی بر شواهد و نقش آمار و اطلاعات در آن*. *فصلنامه علمی و پژوهشی، پژوهشگاه علوم و فناوری اطلاعات ایران*، ۳۱(۳)، ۶۰۱-۶۲۹.
- وحید، مجید (۱۳۸۸). *سیاست‌گذاری عمومی*. تهران: نشر میزان

- Başaran, B. (2016). The effect of ISO quality management system standards on industrial property rights in Turkey. *World Patent Information*, 45, 33-46.
- Cao, Y., Sakai, H., Liu, X. L., Nagahira, A., & Iguchi, Y. (2006, July). Technology catch-up in China compared with Japan: A new development model. *In 2006 Technology Management for the Global Future-PICMET 2006 Conference* (Vol. 3, pp. 1030-1039). IEEE.
- De Martino, R., Mc Hardy Reid, D., & Zyglidopoulos, S. C. (2006). Balancing localization and globalization: exploring the impact of firm internationalization on a regional cluster. *Entrepreneurship and Regional Development*, 18(1), 1-24.
- Erkan, B., & Yildirimci, E. (2015). Economic Complexity and Export Competitiveness: The Case of Turkey. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 195, 524-533.
- Garza-Reyes, J.A., Ates, E.M., & Kumar, V. (2015). Measuring lean readiness through the understanding of quality practices in the Turkish automotive suppliers industry. *International Journal of Productivity and Performance Management*, 64(8), 1092-1112.
- Gómez-Zaldívar, M., Mosqueda, M. T., & Alejandra Duran, J. (2017). Localization of manufacturing industries and specialization in Mexican states: 1993–2013. *Regional Science Policy & Practice*, 9(4), 301-315.
- Johri, L.M., & Petison, P. (2008). Value-based localization strategies of automobile subsidiaries in Thailand. *International Journal of Emerging Markets*, 3(2), 140-162.

- Liu, X., Zhang, S., & Feng, X. (2017, January). Comparative Analysis of International Competitiveness of Chinese-American Automobile Industry. *In 2016 2nd International Conference on Economics, Management Engineering and Education Technology (ICEMEET 2016)*. Atlantis Press
- Ltoh, M., Taehoon, P., Haraguchi, Y., & Shimono, Y. (2018). Automobile Industry Supply Chain in Thailand. *Springer publication*, Singapore.
- Mathiyazhagan, K., Sengupta, S., & poovazhagan, L. (2018). A decision making trial and evaluation laboratory approach to analyse the challenges to environmentally sustainable manufacturing in Indian automobile industry. *Sustainable Production and Consumption*, 16, 58-67
- McIsaac, A. (2013). *An Examination of Localization Success Factors of Chinese Big Four Accounting Firms*.
- Paker, F., Alppay, C. & Sertyeşilşik, B. (2018). The Pre-Republic Period of the Turkish Automotive Industry: Design and Production. *Art and Design Review*, 6, 185-194.
- Rasiah, R. (2008). Conclusions and implications: the role of multinationals in technological capability building and localization in Asia. *Asia Pacific Business Review*. 14(1), 165-169.
- Schmidt, T. S., & Huenteler, J. (2016). Anticipating industry localization effects of clean technology deployment policies in developing countries. *Global Environmental Change*, 38, 8-20.
- Taymaz, E., & Yilmaz, K. (2017). *Political Economy of Industrial Policy in Turkey: The Case of the Automotive Industry*. Manchester: Effective States and Inclusive Development Research Centre, The University of Manchester.
- Wailersak, N., & Suehiro, A. (2002). *Management localization of a global automobile enterprise case study of toyota motor Thailand*. Globalization, innovation and human resource development for competitive advantage, proceedings, Asian Institute of Technology, Bangkok, 1.
- Yilmaz, S. & Ustaoglu, M. (2013). Electric Vehicles Production in Turkish Automotive Industry and Sectoral PEST Analysis. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 75, 10-17.