

بررسی سیاستهای تجاری در صنعت خودرو ایران

نویسندگان: دکتر اکبر نفری *

محمد رضا فرزین *

چکیده

سیاستهای تجاری، به مجموعه‌ای از سیاستهای تأثیرگذار بر فعالیتهای تجاری واحدهای اقتصادی هر کشور گفته می‌شود که شامل دو دسته ابزار بازاری (تعرفه‌ها، مالیات بر واردات و صادرات) و غیربازاری (ممنوعیتهای و کتلهای فیزیکی و مقداری) است. این سیاستها، دارای اهمیت زیادی در کارکرد، هدفها و راهبردهای توسعه صنایع می‌باشند و وجه غالب آنها، به ویژه در کشورهای در حال توسعه، حمایتی می‌باشد. نرخ حمایت مؤثر، متداولترین شاخص کمی برای اندازه‌گیری میزان حمایتهای تعرفه‌ای به شمار می‌آید. این سیاستها، در کشورهای در حال توسعه، براساس نظریه صنایع نوپا با حمایتهای شدید آغاز می‌شوند و دارای یک روند نزولی طی سالهای حیات صنعت مورد حمایت می‌باشند. سپس طی یک زمانبندی و برنامه مشخص، به آزادسازی و قطع حمایت ختم می‌شوند. صنعت خودرو ایران نزدیک به چهار دهه از آغاز حیات خویش در ایران را پشت سر می‌گذارد. بررسیها نشان می‌دهد که این صنعت از ابتدای تأسیس تاکنون، از حمایتهای شدید بازاری و غیربازاری برخوردار بوده است. اما متأسفانه این حمایت، مبتنی بر زمانبندی و برنامه مشخصی نبوده و پیوسته در حال تغییر و تحول شدید بوده است. این امر باعث شده تا هم اکنون این صنعت با تجربه‌ای بالاتر از صنعت خودرو در بسیاری از کشورهای در حال توسعه، همچون کره، قادر به صادرات نباشد، و در نهایت، آزادسازی آن دور از انتظار باشد. تدوین یک برنامه بلندمدت مبتنی بر تصویر کامل و شفاف از همه سیاستهای تعرفه‌ای، محدودیتهای واردات و شرط محتوای داخلی برای تمام واحدهای تولید خودرو کشور، از امور مهمی است که باید در دستور کار سیاستگذاران صنعت خودرو کشور قرار گیرد.

مقدمه

سیاستهای تجاری، از جمله مهمترین عوامل تأثیرگذار در کارکرد، هدفها و راهبردهای توسعه، به ویژه بخش صنعت می‌باشند. این سیاستها به منزله چارچوبی هستند که تقریباً تمام فعالیتهای تجاری، بازرگانی و صنعتی در قالب آنها شکل می‌گیرند. رایجترین سیاستهای تجاری، سیاستهای حمایتی هستند که معمولاً توسط طرفداران راهبرد جایگزینی واردات به کار گرفته می‌شوند. در ایران، با شروع برنامه عمرانی سوم (۱۳۴۱-۱۳۴۶) راهبرد جایگزینی واردات توسط سیاستگذاران اقتصادی کشور به عنوان راهبرد صنعتی شدن اقتصاد انتخاب گردید و شالوده مقررات و سیاستهای تجاری کشور را عمده‌تأسیساتهای حمایتی این راهبرد توسعه‌ای تشکیل داد. انگیزه اصلی در به کارگیری این گونه سیاستهای حمایتی، کمک به صنایع نوپا برای طی مراحل تکاملی خویش در کنار صنایع رقیب جهانی بوده است و مهمترین مشخصه آنها موقتی بودنشان می‌باشد. این سیاستها توسط بسیاری از کشورهای توسعه یافته صنعتی و همچنین کشورهای موفق آسیای جنوب شرقی، مانند کره جنوبی و تایوان، مورد استفاده قرار گرفته است.

در خصوص سیاستهای حمایتی، مسئله اساسی، میزان حمایت یا طول دوره حمایت است. در مباحث نظری، به منظور اندازه‌گیری میزان حمایت دولت از صنایع، روشهای متفاوتی وجود دارد. از متداولترین روشها، محاسبه شاخص حمایت مؤثر است. این شاخص، معیاری مناسب برای اندازه‌گیری تأثیر تمام عوامل و ابزارهای حمایتی بر ارزش افزوده صنعت است و بیشتر اقتصادشناسان تجارت بین‌المللی و توسعه، به طور وسیع، مورد استفاده قرار داده‌اند. در این مطالعه، به منظور بررسی کارایی و اثربخشی سیاستهای حمایتی کشور، نرخ حمایت مؤثر در صنعت خودرو را محاسبه کرده‌ایم. این صنعت که امروزه یکی از صنایع رو به رشد کشور است، (۱) با برخورداری از بازار وسیع داخلی و وضعیت شبه انحصاری آن رونق نسبتاً بالایی برخوردار می‌باشد، (۲) با ایجاد پیوندهای فراز و قوی با صنایع بالا دست خود توان بالقوه فراوانی در ایجاد ارزش افزوده و اشتغال دارد.

صنعت خودرو، از ابتدای شکل‌گیری، تحت حمایتهای شدید دولت، فعالیت خویش را آغاز کرده است. شاخصهای اقتصادی، بیانگر تداوم این حمایت پس از طی سه دهه می‌باشد. بدیهی

است که نتیجه این حمایتها باید در سالهای اخیر به ثمر نشسته باشد و کشور دارای یک صنعت خودرو با محصولات قابل صدور بدون کسب حمایت از جانب دولت باشد. در این بررسی، پس از آشنایی با نوشتارهای موجود در سیاستهای تجاری، به بررسی وضعیت و جایگاه صنعت خودرو در ایران می‌پردازیم و سپس با محاسبه نرخ حمایت مؤثر در سه مدل پیکان، پژو و وانت مزدا و مقایسه آن با مقدار حمایت مؤثر در دهه ۱۳۵۰ می‌کوشیم تا تصویری روشن از وضعیت حمایت در این صنعت ارائه دهیم.

۱. سیاستهای تجاری در کشورهای در حال توسعه

تقریباً بیش از ۷۰ درصد جمعیت جهان در کشورهای در حال توسعه زندگی می‌کنند، در حالی که پایه بیشتر مباحث سیاستهای تجارت بین‌المللی، مبتنی بر وضعیت کشورهای توسعه یافته و صنعتی شده است. بیشتر اقتصادشناسان معتقدند که وضعیت کشورهای در حال توسعه، کاملاً متمایز از کشورهای توسعه یافته است.

نخستین تمایز، تعارضات تجاری^۱ در این کشورهاست. بسیاری از اقتصادهای در حال توسعه، برای تأمین ارز، به صادرات کالاهای اولیه متکی هستند. از آنجا که تقاضا برای اکثر کالاهای اولیه متغیر است، قیمتهای این کالاهای نیز ناپایدار می‌گردد. مسئله با اهمیت دیگر، تغییرات شدید رابطه مبادله این کشورها می‌باشد، و در نهایت، این واقعیت که کشورهای در حال توسعه با محدودیتهای تجاری فراوانی برای صادرات کالاهای تولیدی خویش به کشورهای توسعه یافته مواجهند (کینگ، ۱۹۹۰، صفحه ۱۳۸).

دومین تمایز، اتخاذ دو راهبرد تجاری جایگزینی واردات و تشویق صادرات در کشورهای در حال توسعه است.

این دو راهبرد در کشورهای در حال توسعه از موارد بحث‌انگیز بوده‌اند. گروهی از اقتصادشناسان، به ویژه کروگر، معتقدند که سیاستهای توسعه صادرات در مقابل جایگزینی واردات، کلید رشد سریعتر اقتصادی در کشورهای در حال توسعه به شمار می‌آیند. گروه دیگری از

اقتصادشناسان، از جمله استریتن، نسبت به منافع بیان شده در مورد راهبرد نظر به خارج^۱ بدین می‌باشند (بالدوین، ۱۹۹۶، صفحه ۲۱۵).

اگرچه عوامل تأثیرگذار بر نرخ رشد اقتصادی کشورها بسیار فراوان است و روش قابل پذیرش یکسانی برای ارزیابی سهم هر عامل معین بر نرخ رشد وجود ندارد، اما یکی از مسائل گفتنی در مورد ارتباط بین این دو، آن است که راهبرد تجاری یکی از عوامل اثربخش همراه با دیگر عوامل تولید بر رشد اقتصادی می‌باشد (فدر، ۱۹۸۳، صفحات ۵۹-۷۳).

اساس و پایه اصلی تمایز سیاستهای تجاری در کشورها، میزان دخالت دولت، به ویژه چگونگی دخالت دولت و ابزارهای به کار گرفته شده می‌باشد. در مجموع، دو دسته ابزار تجاری وجود دارد که در رهیافتهای متفاوت به کار گرفته می‌شوند (هلیتر، ۱۹۹۰).

ابزارهای بازاری، شامل مالیات بر واردات و صادرات، یارانه و نرخ ارز. ابزارهای غیربازاری، شامل ممنوعیتها، کنترلهای فیزیکی و مقداری، سهمیه‌ها (چه از طریق تمهیدات واردات یا کنترل بر ارز خارجی یا هر دو) و انگیزه‌ها و محرکهای اخلاقی.

این ابزارها، اجزای تشکیل دهنده و تعیین‌کننده سیاستهای تجاری می‌باشند. به علت نقش مهم آنها در فرایند توسعه صنعتی و حساسیت فعالیتهای صنعتی به تغییرات آنها، در بررسیهای اخیر، توجه خاصی به ارتباط این ابزار با صنعتی شدن کشورها نشان می‌دهند.

راهبرد جایگزینی واردات

طبق بررسیهای تاریخی جایگزینی، واردات، نخستین مرحله طبیعی صنعتی شدن کشورهای موفق بوده است و بیشتر توسعه‌های صنعتی در کشورهای توسعه یافته نیز در سده بیستم مدیون این راهبرد هستند. بخشی از این مسئله، حاصل تکاملی طبیعی بوده که به طور طبیعی توسط جنگها و بحرانهای ترازپرداختها ایجاد شده‌اند. اما آن بخشی که از طریق راهبرد آگاهانه دولت در جایگزینی واردات حاصل آمده است (به ویژه در دوره پس از جنگ جهانی دوم) مورد انتقاد قرار گرفته است. اما این راهبرد که به درستی طراحی و اجرا شده بود، به سبب ایجاد فواید اقتصادی قابل ملاحظه‌ای ادامه

یافت تا اقتصادی انعطاف پذیر، متنوع و حساس که قادر به واکنش نسبت به خلق فرصتهای رشد باشد ایجاد نماید و بتواند رفاه فزاینده‌ای برای مردم آن کشور به وجود آورد (هلینر، ۱۹۹۰).

نخستین کشورهایی که به طور آگاهانه راهبرد فوق را انتخاب نمودند، کشورهای آمریکای لاتین، و در رأس آنها، آرژانتین، برزیل و مکزیک بودند. این کشورها یک رشته سیاستهای اقتصادی را به منظور تشویق تولید داخلی کالاهایی که قبلاً از طریق واردات تأمین می‌شد، اتخاذ کردند (نفری و ملایری آشتیانی، بهار ۱۳۷۷). گفتنی است که پس از جنگ جهانی دوم، به ویژه در دو دهه ۱۹۵۰ و ۱۹۶۰، شمار زیادی از کشورهای در حال توسعه، از جمله هندوستان، کره جنوبی و ایران نیز راهبرد جایگزینی واردات را به عنوان یک راهبرد رشد و توسعه اقتصادی اعمال کرده‌اند، ولی چنانکه از متون توسعه اقتصادی بر می‌آید، این راهبرد را نخستین بار، کشورهای آمریکای لاتین، به دلیل مشکلات ناشی از بحران بزرگ اقتصادی آمریکا (دهه ۱۹۳۰) به کار گرفتند و در چارچوب این راهبرد، این کشورها شروع به تولید بسیاری از کالاهای مصرفی کردند که قبلاً وارد می‌نمودند (نفری و ملایری آشتیانی، بهار ۱۳۷۷).

معیارهای معمول راهبرد جایگزینی واردات ترکیبی از معیارهای قیمتی^۱ و کنترلهای مقداری مستقیم روی فعالیتهای مختلف اقتصادی است.

اما مهمترین نشانه رژیم جایگزینی واردات، سطح بالای حمایت از تعدادی از صنایع با استفاده از محدوده بسیار وسیعی از نرخهای مؤثر حمایت (یعنی حمایت در مقابل اجزای ارزش افزوده وارداتی)، کنترلهای مقداری پیچیده و نسبتاً تفصیلی و قوانین دیوانسالارانه و وجود نرخ ارز بیش از حد ارزشگذاری شده می‌باشد (کروگر، ژوئن ۱۹۸۳).

عده‌ای از اقتصادشناسان اتخاذ این راهبرد را واکنشی منطقی برای کشورهای در حال توسعه در مراحل اولیه رشد می‌دانند و از آنجا که اهرمهای ضد وابستگی و خوداتکایی دولت و ملت را تقویت می‌کند، ملی‌گرایی، ویژگی اصلی آن را تشکیل می‌دهد.

در مجموع، اگر این رهیافت در زمان مناسب و براساس یک برنامه مدون و منسجم اتخاذ گردد، قادر به پیشبرد هدفهای توسعه صنعتی کشورهای در حال توسعه خواهد بود. شواهد نشان

می‌دهد که بسیاری از کشورهای توسعه یافته نیز هم اکنون در بخشهایی که قادر به رقابت نیستند، از اهرمهای تعرفه‌ای و ارزی به منظور جلوگیری از حضور رقیبان در بازار داخلی استفاده می‌نمایند (آمریکا در مقابل صنایع خودرو سواری ژاپن). اما آنچه باعث عدم موفقیت آن در بسیاری از کشورهای در حال توسعه شده است، حمایت‌های فراوان بدون برنامه، عدم توجه به هماهنگی و سازگاری سیاستهای پولی و مالی کشور با سیاستهای تجاری، و در بسیاری از موارد، سوء مدیریت سیاسی و اقتصادی بوده است.

راهبرد توسعه صادرات

راهبرد توسعه صادرات در چارچوب راهبرد معطوف به خارج^۱ مطرح است و اگر رشد اقتصادی تحت تأثیر صادرات به دست آمده باشد، "رشد متکی بر صادرات" نامیده می‌شود.

در راهبرد توسعه صادرات، از آنجا که تعرفه‌ها قادر به اثرگذاری در بازار بین‌المللی نیستند، از یارانه تولید (یا صادرات) یا نرخ ارز واقعی در این خصوص استفاده می‌کنند. چون یارانه‌ها به بودجه دولتی تحمیل می‌شوند و کاملاً شفاف هستند، تمایل فراوانی به جانب عدم پذیرش آنها توسط مسئولان سیاسی به وجود می‌آید. بدین روی، یکی از مهمترین معیارهای متداول، گرایش به حفظ نرخ ارز واقعی است. این نرخ، ممکن است صادرات را تشویق نماید، اما به طور همزمان، اگر صنایع صادرکننده بخواهند قادر به رقابت باشند باید کالاهای واسطه‌ای و مواد خام مورد نیاز خود را در قیمتهای جهانی خریداری نمایند. این امر، فشار زیادی بر سیاستگذاران برای کاهش واردات تحمیل می‌کند. همچنین این سیاست در جای خود ممکن است دیگر تولیدکنندگان را برای ورود به بازار صادراتی تشویق نماید. بنابراین، یک سیاست توسعه صادرات باید طبیعتاً با یک رژیم تجاری آزاد و نسبتاً باز همراه باشد (کروگر، ۱۹۹۰).

تشویق صادرات باید به جای کتلهای مقداری، بر انگیزه‌های قیمتی تکیه نماید. اما قیودی بر میزان و درجه انگیزه‌ها بین فعالیتهای صادراتی وضع می‌شود. مهمترین انگیزه برای تشویق صادرات، علاوه بر نرخ ارز واقعی، یارانه‌های صادراتی، قابلیت دسترسی به اعتبارات در نرخهای

پایین تر نسبت به نرخ بازار و ارائه روشی پسندیده برای اخذ بدهیهای مالیاتی صادرکنندگان است. با گواتی معتقد است که تعاریف "توسعه صادرات" و "جایگزینی واردات" که اقتصادشناسان صاحب نام تجارت بین المللی به کار می‌برند، به انگیزه ارتباط پیدا می‌کند. بر اساس تعریف مرتبط با انگیزه، یک کشور راهبرد "جایگزینی واردات" را اعمال می‌کند، اگر نرخ مؤثر ارز^۱ برای صادرات آن کشور، کوچکتر از نرخ مؤثر ارز برای واردات (EER_m) باشد، یعنی $EER_x < EER_m$. در اینجا x و m ، به ترتیب، نشانه واردات و صادرات می‌باشند. حال اگر دو نرخ فوق برابر باشند $EER_x = EER_m$ در این صورت تفاوتی نمی‌کند که کالای مورد نظر در بازار داخلی فروخته شود یا صادر گردد. بنابراین، تبعیض علیه صادرات از بین می‌رود. به این حالت، راهبرد توسعه صادرات می‌گویند (نفری و ملایری آشتیانی، بهار ۱۳۷۷).

طی سه دهه گذشته، کشورهای کره جنوبی، تایوان، هنگ کنگ، سنگاپور و برزیل، با اتخاذ این راهبرد، به نرخهای رشد قابل توجهی دست یافته‌اند.

اتخاذ این راهبرد، نیاز به زیر ساخت فنی نسبتاً کارآمدی دارد و کشورهایی که در این زمینه موفق بوده‌اند، غالباً مرحله جایگزینی واردات را به خوبی پشت سر گذاشته‌اند.

تجارب کشورها نشان می‌دهد که راهبرد مشخصی برای توسعه و صنعتی شدن وجود ندارد و عوامل بسیار زیادی در آن مؤثرند. وضعیت اولیه بسیار حایز اهمیت است و باید برنامه زمانبندی بسیار دقیقی وجود داشته باشد. مشکلات اداره تغییرات لازم ساختاری و فشارهای همزمان غیراقتصادی نیز از مسائلی مهمی هستند که باید مورد توجه قرار گیرند (هلینر، ۱۹۹۰).

سیاستهای حمایتی

اصطلاح حمایت با معانی وسیعی توصیف شده است. هدف مرسوم و متداول از برقراری تعرفه گمرکی همانا ایجاد حمایت بوده است، ولی تعرفه گمرکی، تنها یکی از ابزارهای حمایت است. حمایت، مجموعه وسیعی از مالیاتها و یارانه‌های مبادلاتی، مالیاتها و یارانه‌های مستقیم به مصرف یا تولید کالاهای تجاری، نرخهای چندگانه ارز، و در واقع، تمام مداخلاتی که به نحوی در

بازرگانی خارجی اثر می‌گذارد و همین طور محدودیتهای مقداری را شامل می‌شود. اما مهمترین اثر آن بر تخصیص منابع تولید، الگوهای مصرفی، تراز پرداختها و قیمت عوامل تولید می‌باشد (کوردن، ۱۳۷۱).

طرفداران حمایتگرایی معتقدند که حمایت ارائه پشتوانه و اتکای تدریجی به صنایع و نیروی کار برای آمادگی حضور در بازار رقابتی و تجویز تعدیل دایمی در اوضاع در حال تغییر است. این هدفها، از یک سوی، مربوط به اشتغال و مسائل حقوق اجتماعی است، و از سوی دیگر، هدف عامتر تشویق کارایی اقتصادی را دنبال می‌کند.

حمایت با کاهش واردات باعث افزایش سهم بازار داخلی و قیمت دریافتی تولیدکنندگان داخلی می‌شود و سودآوری و تولید بیشتر در صنایع داخلی باعث افزایش اشتغال و تشویق نوگرایی می‌شود (او.ای.سی.دی، ۱۹۹۶).

در سالهای اخیر، به دنبال تلاش کشورهای در حال توسعه برای صنعتی شدن، بحث و تبادل افکار در این زمینه رونق یافته است. پیشرفتهای نظریه تجارت بین‌المللی و مبحث رفاه که عمدتاً از کار "جیمز مید" سرچشمه می‌گیرد، به وسیله نویسندگان مختلف، از جمله هری جانسون، صورت گرفته و به نحو چشمگیری منتهی به روشن ساختن اهمیت این مباحث شده است. نتیجه اصلی این تحلیلها، آن است که نظریه‌های برقراری تعرفه گمرکی و ایجاد موانع دیگر در داد و ستد خارجی، به ندرت می‌توانند بهترین ابزار حمایتی تلقی شوند.

چالش نظری بحث حمایتگرایی مبتنی بر بحث اصلی تز دخالت در بازار و عدم آن می‌باشد. عدم دخالت در بازار براساس مباحث نظری از قبیل حداکثر نمودن رفاه جامعه جهانی، عملکرد دست نامرئی و عدم کارایی بازارهای غیررقابتی می‌باشد. اما مخالفان، مباحث نظری خویش را بر صنایع نوپا^۱، کاهش رابطه مبادله در کشورهای در حال توسعه و نواقص بازار عوامل تولید بنا نموده‌اند (کروگمن، ۱۳۷۰).

بحث صنایع نوپا همواره یکی از مهمترین دلایل حمایت ذکر می‌شود که به عنوان یک استثنای نظری به تجارت آزاد بیان شده است. نویسندگانی مانند میردال و رزنشتین - رودن معتقدند که این

نظریه در شرایط اقتصادی کشورهای در حال توسعه معتبر است و معیارهای حمایت عمومی در این اقتصادها قابل ارزیابی هستند. اگرچه منتقدان اصلی بحث صنایع نوپا، افرادی مانند هابرلر و میر، شدیداً به آن بدین هستند و بر هزینه‌های تصمیم‌گیری غلط مبتنی بر حمایت تأکید می‌نمایند (بالدوین، ۱۹۹۰).

در نهایت، نظریه پردازان تجارت بین‌المللی به آزمون تجربی نظریات خویش در کشورهای متفاوت پرداخته و با توجه به شرایط کشور مورد آزمون نتایج مختلفی گرفته‌اند اما از آینده‌نگریها چنین پیداست که جهان فراروی ما به سمت آزادسازی و جهانی شدن پیش می‌رود و سازمان تجارت جهانی، به عنوان ابزار قدرتمند آن، در حال رشد و تکامل می‌باشد. تردیدی نیست که نظام جدید جهانی تأثیر شایانی بر کشورهای در حال توسعه خواهد داشت، و در عین حال، متضمن چالشهایی برای آنان است. مسائلی مانند آزادسازی بخش خدمات مالی، استاندارد بین‌المللی کار و تجارت بین‌المللی، و مسائل زیستمحیطی، بر وضعیت کشورهای در حال توسعه تأثیر عمیق دارند و این کشورها باید در سیاستگذاریهای خویش به آنها توجه نمایند.

۲. جایگاه و اهمیت صنعت خودرو

صنعت خودرو، مجموعه‌ای از صنایع و فعالیتهای مختلف را دربر می‌گیرد، به گونه‌ای که هر خودرو، حاصل دستاوردهای علمی و تجربی در صنایع مختلف می‌باشد. این صنعت، به علت پیوند عمیقی که با دیگر بخشهای اقتصادی و صنعتی دارد، از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است. وجود و ادامه حیات آن، با توجه به آثار اقتصادی گسترده و رشد مستمر آن طی چند دهه گذشته، همواره مورد توجه کشورها بوده است.

تولید جهانی خودرو از سال ۱۹۷۰ تا ۱۹۹۰ رشد فزاینده و مستمری داشته است، به گونه‌ای که از ۲۸ میلیون دستگاه به ۵۰ میلیون دستگاه در این سال افزایش یافته است (صنعت سنگین). طی این سالها، شرکتهای خودروسازی به عظیمترین شرکتهای جهان تبدیل شده‌اند، آمار منتشر شده در مورد شرکتهای بزرگ جهان در سال ۱۹۹۷ نشان می‌دهد که دو شرکت خودروسازی جنرال موتورز و فورد آمریکا، با ۱۷۸ و ۱۵۰ میلیارد دلار فروش، بالاترین میزان فروش را داشته‌اند.

شرکت میتسوبیshi ژاپن نیز با ۱۳۰ میلیارد دلار، رتبه چهارم را کسب نموده است.

تولید خودرو در ایران، با تأسیس دو کارخانه جیپ و مرتب، از سال ۱۳۳۶ آغاز شد و در سال ۱۳۴۱ کارخانه‌های صنعتی ایران ناسیونال (ایران خودرو فعلی) با سرمایه اولیه یک میلیون ریال تأسیس گردید و در سال ۱۳۴۲ مورد بهره‌برداری قرار گرفت. در سال ۱۳۴۶، تأسیسات خودروسازی پیکان، با ظرفیت ۶۰۰۰ دستگاه در سال، راه‌اندازی شد که بعداً به تدریج تا ۱۲۰۰۰۰ دستگاه در سال توسعه یافت (برنامه جامع هفت ساله ایران خودرو، ۱۳۷۳).

جدول ۱، مجموع تولید داخلی سواری و واردات را طی سه دهه گذشته در ایران نشان می‌دهد. همان گونه که می‌بینید، سه دوره متمایز در تولید خودرو در ایران وجود دارد. دوره رشد سریع سالهای ۱۳۴۸-۱۳۵۶، دوره رکود سالهای ۱۳۵۷-۱۳۶۸، سرانجام، دوره حیات مجدد ۱۳۶۸ به بعد. از ویژگیهای دوره اول (موتناژ) می‌باشد، به گونه‌ای که سهم واردات قطعات در کل خودرو در این سالها بیش از ۷۰ درصد بوده است. اگرچه در سالهای پس از پیروزی انقلاب اسلامی تقاضای بالقوه فراوانی در بازار وجود داشته است، اما به علت تنگنای تولیدی که مهمترین آنها کمبود منابع ارزی و تبعات ناشی از جنگ بوده است، صنایع داخلی قادر به تأمین نیاز بازار نبوده و محدودیتهای وارداتی نیز از ورود آن جلوگیری نموده‌اند. به بیان دیگر، به علت تنگنای تولیدی، هیچ یک از صنایع خودروسازی، قادر به تولید در حد ظرفیت اسمی خود نبوده‌اند. این صنعت با شروع برنامه پنجساله اول و افزایش درآمدهای ارزی ناشی از نفت، حیات مجدد خود را آغاز نموده و طی سالهای پس از آن تولید داخلی، پیوسته افزایش یافته است، اگرچه واردات نیز در بسیاری از سالها همپای آن افزایش داشته است (جدول ۱). یکی از عوامل رشد سریع این تقاضا را می‌توان مصرف بالقوه پنهان سالهای جنگ دانست.

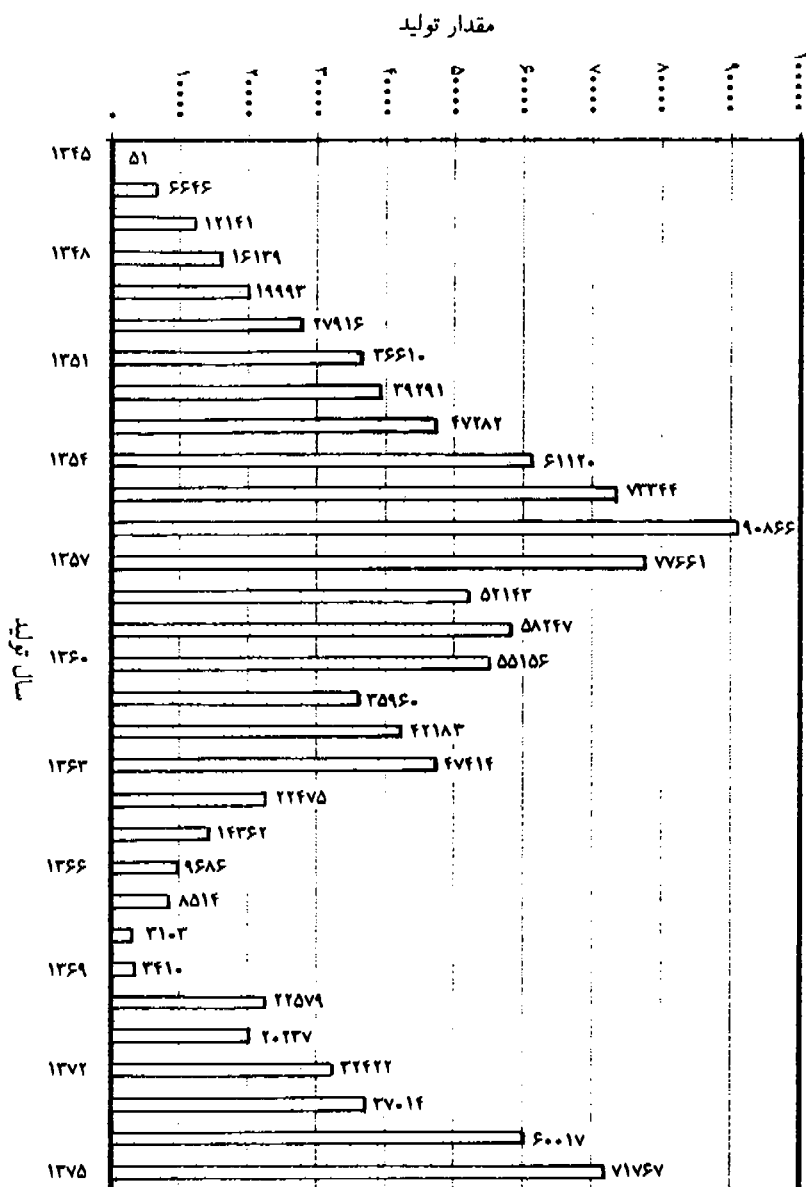
این صنعت در سال ۱۳۷۴، ۴/۱ درصد ارزش افزوده و ۸/۵ درصد اشتغال صنعتی کشور را به خود اختصاص داده است. در این سال، ۲۱۷۰۰۰ نفر در آن شاغل بوده‌اند (مرکز آمار ایران، ۱۳۷۶). از آنجا که در صنعت خودرو، صنایع پایین‌دستی (سازنده قطعات) و بالادستی (فروش لوازم یدکی و خدمات پس از فروش) نقش مهمی دارند، اشتغال‌زایی آن بسیار بیشتر از صنایع دیگر است.

جدول ۱. تولید داخلی خودرو سواری و واردات خودرو در سالهای ۱۳۴۸ تا ۱۳۷۶

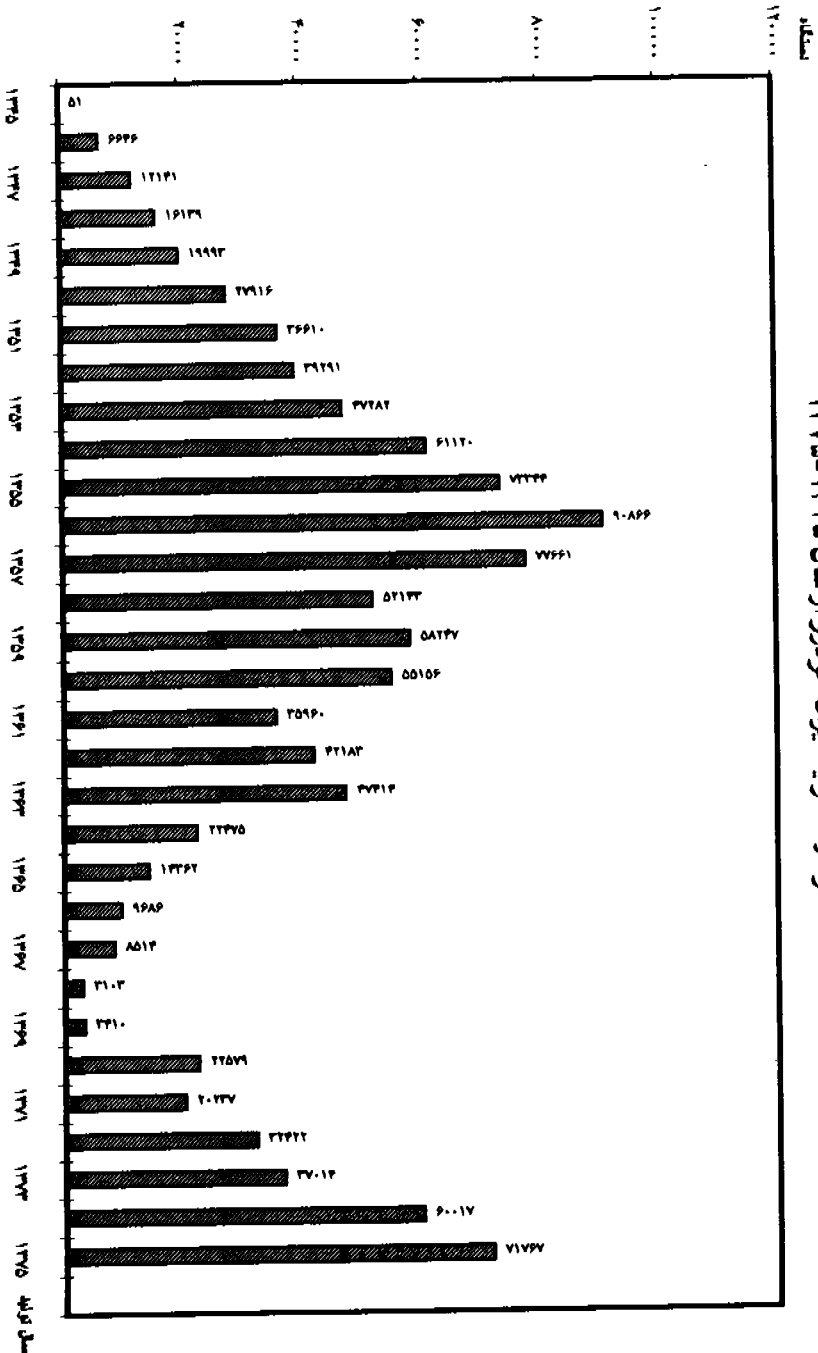
سال	ایران خودرو	پارس خودرو	سایا	جمع تولید داخل	واردات	عرضه کل	در کل عرضه خودرو (درصد)	سهم شرکت ایران خودرو در کل عرضه (درصد)
۱۳۴۸	۱۶۱۳۹	۴۸۸۸	۳۲۳۴	۲۴۲۶۱	۵۰۰۰	۲۹۲۶۱	۵۵	۱۷
۱۳۴۹	۱۹۹۹۳	۵۸۹۹	۲۸۱۹	۲۸۷۱۱	۵۵۴۰	۳۴۲۵۱	۵۸	۱۶
۱۳۵۰	۲۷۹۱۶	۱۴۰۴	۵۸۰۴	۳۵۱۲۴	۳۸۷۲	۳۸۹۹۶	۷۲	۱۰
۱۳۵۱	۳۶۶۱۰	۱۴۰۴	۷۲۵۶	۴۵۲۷۰	۲۵۴۵	۴۷۸۱۵	۷۷	۵
۱۳۵۲	۳۹۲۹۱	۱۴۰۴	۹۸۱۲	۵۰۵۰۷	۱۰۸۳۷	۶۱۳۴۴	۶۴	۱۸
۱۳۵۳	۴۷۲۸۲	۶۳۷۴	۱۵۹۰۸	۶۹۵۶۴	۲۹۶۳۵	۹۹۱۹۹	۴۸	۳۰
۱۳۵۴	۶۱۱۲۰	۶۳۷۴	۱۹۱۵۰	۸۶۶۴۴	۵۹۶۸۷	۱۴۶۳۳۱	۴۲	۴۱
۱۳۵۵	۷۳۳۴۴	۱۱۰۳۳	۲۱۵۱۱	۱۰۵۸۸۸	۵۷۲۴۹	۱۶۳۱۳۷	۴۵	۳۵
۱۳۵۶	۹۰۸۶۶	۱۳۹۵۰	۱۴۷۵۵	۱۱۹۵۷۱	۶۵۵۴۸	۱۸۵۱۱۹	۴۹	۳۵
۱۳۵۷	۷۷۶۶۱	۱۳۵۴۷	۲۱۴۱۱	۱۱۲۶۱۹	۳۲۱۹۳	۱۴۴۸۱۲	۵۴	۲۲
۱۳۵۸	۵۲۱۴۳	۱۰۴۶۲	۵۳۴۲	۶۷۹۴۷	۳۲۹۱	۷۱۲۳۸	۷۳	۵
۱۳۵۹	۵۸۲۴۷	۴۲۸۲	۸۳۹۲	۷۱۰۲۱	۶۶۷	۷۱۶۸۸	۸۱	۱
۱۳۶۰	۵۵۱۵۶	۴۸۸۹	۱۰۸۷۸	۷۰۹۲۳	۵۸۱	۷۱۵۰۴	۷۷	۱
۱۳۶۱	۳۵۹۶۰	۵۲۴۷	۱۳۸۰۷	۵۵۰۱۴	۱۳۶۶	۵۶۳۸۰	۶۴	۲
۱۳۶۲	۴۲۱۸۳	۵۳۲۹	۱۰۵۵۷	۵۸۰۶۹	۹۰۹۱	۶۷۱۶۰	۶۳	۱۴
۱۳۶۳	۴۷۴۱۴	۱۳۲۵۰	۱۱۴۲۲	۷۲۰۹۶	۴۰۳۸	۷۶۱۳۴	۶۲	۵
۱۳۶۴	۲۲۴۷۵	۱۷۶۲	۵۱۵۶	۲۹۳۹۳	۱۲۹۶	۳۰۶۸۹	۷۳	۴
۱۳۶۵	۱۴۳۶۲	۴۰۴۷	۴۸۹۵	۲۳۳۰۴	۱۳۴۱	۲۴۶۴۵	۵۸	۵
۱۳۶۶	۹۶۸۶	۱۴	۴۸۱۲	۱۴۵۱۲	۷۱۹	۱۵۲۳۱	۶۴	۵
۱۳۶۷	۸۵۱۴	۵۰۰	۴۶۵۴	۱۳۶۶۸	۱۰۳	۱۳۷۷۱	۶۲	۱
۱۳۶۸	۳۱۰۳	۵۸۱۲	۳۳۷۹	۱۲۲۹۴	۵۳۷	۱۲۸۳۱	۲۴	۴
۱۳۶۹	۳۴۱۰	۹۲۴۳	۹۷۶۲	۲۲۴۱۵	۷۲۹۶	۲۹۷۱۱	۱۱	۲۵
۱۳۷۰	۲۲۵۷۹	۸۸۵۱	۱۹۴۳۸	۵۰۸۶۸	۵۰۲۷	۵۵۸۹۵	۴۰	۹
۱۳۷۱	۲۰۲۳۷	۶۴۱۲	۷۲۲۲	۳۳۸۷۱	۳۳۹۵۰	۶۷۸۲۱	۳۰	۵۰
۱۳۷۲	۳۲۴۲۲	۵۵۵۴	۲۹۴۰	۴۰۹۱۶	۱۲۶۰۰	۵۳۵۱۶	۶۱	۲۴
۱۳۷۳	۳۷۰۱۴	۳۶۰۱	۱۲۶۹۴	۵۳۳۰۹				
۱۳۷۴	۶۰۰۱۷	۴۸۴۹	۱۵۶۶۱	۸۰۵۲۷				
۱۳۷۵	۷۱۷۶۷	۷۲۳۱	۲۲۵۳۶	۱۰۱۵۳۴				

مأخذ: وزارت صنایع، سازمان گسترش.

نمودار ۱. عرضه انواع خودرو سواری شرکت های تولیدی کشور از سال ۱۳۴۸ تا ۱۳۷۵



نمودار ۲: تولید ایران خودرو از سال ۱۳۴۵-۱۳۷۵



جدول ۲. تعداد تولید پیکان و پژو در شرکت ایران خودرو: ۱۳۴۵-۱۳۷۵

سال	انواع پیکان سواری	انواع پژو	جمع تولید
۱۳۴۵	۵۱		۵۱
۱۳۴۶	۶۶۴۶	"	۶۶۴۷
۱۳۴۷	۱۲۱۴۱	"	۱۲۱۴۸
۱۳۴۸	۱۶۱۴۰	"	۱۶۴۳۹
۱۳۴۹	۱۹۹۹۴	"	۲۲۱۸۴
۱۳۵۰	۲۷۹۱۹	"	۳۱۹۴۱
۱۳۵۱	۳۶۶۱۰	"	۴۲۲۲۱
۱۳۵۲	۳۹۲۹۱	"	۴۲۱۹۴
۱۳۵۳	۴۷۲۸۲	"	۵۵۲۵۲
۱۳۵۴	۶۱۱۲۰	"	۷۴۵۵۰
۱۳۵۵	۷۳۳۱۴	"	۸۲۷۵۷
۱۳۵۶	۹۰۸۶۶	"	۹۸۰۵۱
۱۳۵۷	۷۷۶۶۱	"	۸۴۶۴۱
۱۳۵۸	۵۲۱۴۳	"	۵۶۶۷۷
۱۳۵۹	۵۸۲۴۷	"	۶۰۸۷۲
۱۳۶۰	۵۵۱۵۶	"	۶۶۰۷۵
۱۳۶۱	۳۵۹۶۰	"	۴۹۶۷۰
۱۳۶۲	۴۲۱۸۹	"	۷۱۹۳۵
۱۳۶۳	۴۷۴۱۴	"	۷۲۴۵۳
۱۳۶۴	۱۹۳۲۳	"	۲۸۷۰۵
۱۳۶۵	۱۰۳۶۶	"	۱۴۰۶۶
۱۳۶۶	۹۶۸۶	"	۱۷۲۱۶
۱۳۶۷	۸۵۱۴	"	۹۳۹۲
۱۳۶۸	۳۱۰۳	"	۳۵۸۳
۱۳۶۹	۲۳۴۷	۱۰۶۳	۳۹۳۰
۱۳۷۰	۲۰۲۲۳	۲۳۵۶	۲۷۰۱۵
۱۳۷۱	۱۵۴۷۲	۴۷۶۵	۲۱۲۴۳
۱۳۷۲	۲۳۷۱۳	۸۷۰۹	۳۲۴۲۲
۱۳۷۳	۲۶۹۲۱	۹۶۳۲	۳۶۶۷۱
۱۳۷۴	۵۶۵۵۲	۴۴۶۴	۶۱۰۱۶
۱۳۷۵	۶۸۷۶۹	۲۵۸۵	۸۰۵۶۷
جمع	۱۰۶۵۱۳۲	۲۳۵۷۴	۱۲۸۲۵۸۴

مأخذ: وزارت صنایع، سازمان گسترش.

امروزه، صنعت خودرو در برنامه‌های توسعه صنعتی ایران از جایگاه خاصی برخوردار است، به طوری که وزارت صنایع، نرخ رشد ۲۰ درصد و هدف نیل به خودکفایی در نیازهای ارزی تا سال ۱۳۸۴ را برای این صنعت اعلام نموده است. برآوردها نشان می‌دهد که تقاضای خودرو سواری ایران در سال ۱۴۰۰، دست کم ۱/۲ میلیون دستگاه در سال خواهد بود (شریعتی، ۱۳۷۳). بدیهی است عدم گسترش مناسب آن و عدم اتخاذ راهبرد مناسب همراه با برنامه زمانبندی مشخص، دوباره باعث از دست دادن این بازار بسیار وسیع که بسیار نیز مورد علاقه شرکت‌های خارجی است، خواهد شد.

۳. محاسبه نرخ حمایت مؤثر

مبانی نظری

نرخهای اسمی تعرفه که به صورت سنتی به کار گرفته می‌شوند، تصویر درستی از درجه حمایت اعطایی به بخش مربوطه را نشان نمی‌دهند. زیرا تولیدکنندگان علاوه بر قیمت محصولات تولیدی، از هزینه نهاده‌های مورد استفاده در فرایند تولید خود نیز تأثیر می‌پذیرند. بدین روی نرخ حمایت مؤثر، یک مقیاس قابل توجه برای مطالعه نظامهای حمایتی می‌باشد و برای بیان اثر مشترک حمایت از محصول و نهاده‌ها به سهم ارزش افزوده در قیمت محصول نیز بستگی دارد. مفهوم نرخ حمایت مؤثر در چارچوب تعادل جزئی را در نظر بگیرید. در این مدل، فرض می‌شود:

الف) کشش تقاضا برای صادرات و عرضه واردات بی‌نهایت است (حالت کشور کوچک).
 ب) مبادله همه کالاهای قابل مبادله، حتی پس از وضع تعرفه و دیگر مالیاتها و یارانه‌های تجاری ادامه می‌یابد. بنابراین، قیمت داخلی کالای وارداتی برابر است با قیمت خارجی به اضافه تعرفه.

ج) تمام تعرفه‌ها و مالیاتها و یارانه‌های تجاری برای کشورهای عرضه‌کننده و تقاضاکننده بدون تبعیض وضع می‌شوند.

د) تمام ضریبهای فیزیکی داده - ستانده ثابت می‌باشد. یعنی کشش جانشینی نهاده‌ها صفر

است.

عوامل زیر در محاسبه نرخ حمایت مؤثر، اثرگذار می باشند:

الف) مسئله جانیشینی

نرخهای تعرفه مختلف بر کالاهای و نهاده‌ها، روابط قیمتی را تغییر می دهد، به نحوی که بین نهاده‌های تولید جانیشینی به وجود می آید. این جانیشینی باعث تغییر ضریبهای نهاده‌ها می شود. بنابراین، ممکن است به وسیله اثر ساختار تعرفه‌ای بر روابط قیمتی داخلی، در ضریبهای نهاده‌ها تغییراتی پدید آید.

ب) مالیات بر مصرف و تولید

مالیات بر مصرف نهاده، نرخ حمایت مؤثر را کاهش می دهد. یعنی مالیات بر مصرف نهاده در صنعت اثر یکسانی مانند تعرفه روی نهاده‌ها دارد. اگر مالیات بر مصرف روی کالای وارداتی از مالیات بر مصرف روی محصول جانشین وارداتی (تولید داخل) متفاوت باشد، میزان نرخ حمایت مؤثر تغییر می کند. برای مثال، اگر ۱۰ درصد مالیات بر مصرف روی یک واحد تولیدی وارداتی وضع شده باشد، اما بر تولید مشابه داخلی آن ۵ درصد باشد، در این صورت، باعث افزایش نرخ حمایت مؤثر می شود.

یکی از مهمترین نکاتی که موجب اختلاف نظر در محاسبه نرخ حمایت مؤثر شده، نحوه محاسبه کالای غیر تجاری^۱ از قبیل ساختمان، حمل و نقل، گاز، آب و ارتباطات می باشد. سه روش در برخورد با این پدیده وجود دارد (شاهرکی، ۱۹۷۹).

روش کوردن

کوردن پیشنهاد می کند که در محاسبه نرخ حمایت مؤثر، با کالاهای غیر تجاری مثل عوامل اولیه برخورد شود. مطابق این روش، ارزش افزوده هر واحد صنعت تجاری، از دو عنصر شکل می گیرد:

ارزش افزوده عوامل اولیه و ارزش افزوده نهاده‌های غیر تجاری.

هر چند اگر نهاده‌های غیر تجاری از نهاده‌های تجاری و عوامل اولیه تولید تشکیل شده باشند، در آن صورت، باید فقط آن بخش از نهاده‌های غیر تجاری که به صورت مستقیم در تشکیل ارزش افزوده نقش داشته‌اند، به ارزش افزوده صنعت حمایت شده اضافه گردند.

روش بالاسا

در این روش، کالاها همچون داده‌های تجاری در نظر گرفته شده و ارزش حمایتی تنها در صنعت تجاری اندازه گیری می‌شود. به بیان دیگر، در این روش، برای محاسبه ارزش افزوده، همه نهاده‌ها (شامل تجاری و غیر تجاری) در نظر گرفته می‌شوند.

روش اسکات

این روش تا اندازه‌ای روش بالاسا را تعدیل می‌کند. به این صورت که نهاده‌های غیر تجاری را همانند تجاری در نظر می‌گیرد، ولی اجازه تغییر قیمت نهاده‌های غیر تجاری را می‌دهد. بنابراین در این روش، افزایش قیمت پول همچون تعرفه در نظر گرفته می‌شود.

فرمول و روش محاسبه نرخ حمایت مؤثر

در این بررسی از روش کوردن، با فرمول زیر، استفاده می‌کنیم:

$$e_j = \frac{t_j - \sum m_{ij} t_e}{1 - \sum m_{ij}} \quad (1)$$

e_j = نرخ حمایت مؤثر از محصول نهایی z

t_j = نرخ تعرفه اسمی روی محصول نهایی z

m_{ij} = سهم نهاده i در هر واحد هزینه کالای z به قیمت‌های آزاد تجاری

t_e = متوسط نرخ تعرفه واقعی بر نهاده

در مورد معادله (۱) شایان توجه است که:

الف) علت انتخاب این فرمول، اجتناب از مشکل حمایت مؤثر منفی است که ممکن است به طور غیر صحیحی حاصل و به نتیجه‌ای غیر منطقی منجر شود.

ب) در مقایسه با روش بالاسا، محاسبه نرخ حمایت مؤثر با استفاده از روش کوردن آسانتر است، زیرا به منظور محاسبه سهم کالاهای غیر تجاری در روش بالاسا نیاز به استفاده از ضریبهای جدول داده - ستانده می باشد. از آنجا که دسترسی به ضریبهای داده - ستانده در سطح یک محصول ممکن نیست و باید از ضریب گروه محصولات استفاده کرد، تخمین از دقت کمی برخوردار خواهد بود.

ج) در این روش، اثر مستقیم و غیرمستقیم ارزش افزوده محاسبه می شود.

د) مسئله جانشینی را نادیده می گیریم.

ه) t_c نرخ تعرفه واقعی متوسط است که شامل نرخ تعرفه اسمی و مالیات ضمنی استفاده از قطعات^۱ است که به روش زیر محاسبه می شود:

$$p_w = \text{ارزش تجارت آزاد (cif)} \quad p_w = p_w^c + p_w^i \quad (2)$$

تمام اجزای استفاده شده در تولید یک خودرو

$$p_w^c = \text{ارزش تجارت آزاد (cif) اجزای تولید شده در داخل} \quad \alpha = p_w^c / p_w \quad (3)$$

$$p_d^c = \text{قیمت داخلی اجزای تولید شده داخلی} \quad t_c = p_d^c / p_w^c \quad (4)$$

$p_w^i = \text{ارزش تجارت آزاد (cif) اجزای وارداتی}$

$$t_\alpha = \alpha (p_d^c / p_w^c) + (1 - \alpha) (p_w^i / p_w^i) = \alpha t_c + (1 - \alpha) \quad (5)$$

اگر علاوه بر شرط محتوای داخل تعرفه (t_i) روی داده های وارداتی اعمال شود، یک متوسط قیمت داخلی نسبت به قیمت تجاری (cif) تمام اجزا وجود دارد که عبارت است از

$$t_\alpha^1 = atc + (1 - \alpha) \left[\frac{p_w^i + t_i}{p_w^i} \right] \quad (6)$$

t_i متوسط تعرفه روی اجزای وارداتی است. سپس نرخ متوسط واقعی روی همه داده ها t_c است.

$$t_c = t_\alpha^1 - 1 \quad (7)$$

سیاستهای تعرفه‌ای

صنعت خودرو، از جمله صناعی است که در بیشتر کشورهای در حال توسعه، مشمول سیاستهای حمایتی راهبرد جایگزینی واردات، از قبیل برقراری تعرفه‌های سنگین وارداتی بر محصول نهایی، وضع معافتهای گمرکی بر محصولات نیم ساخته، قطعات وارداتی و ماشین آلات تولیدی و معافتهای مالیاتی و اعتبارات ترجیحی و مانند اینها بوده است. هدف اصلی جملگی این حمایتها، کمک به صنعت خودرو، به منظور تکامل اقتصادی و تجاری، به منظور حرکت از مرحله مونتاژ به ساخت و صادرات، و در نهایت، آزادسازی می‌باشد.

در ایران، ابزارهای حمایتی صنعت خودرو در دو بخش بازاری و غیربازاری طی سالهای گذشته بسیار متنوع بوده و سیاستهای تعرفه‌ای جایگاه مهمی در این ابزارها داشته است. حقوق گمرکی، سود بازرگانی، هزینه‌های گمرکی، نرخهای چندگانه ارز، کنترل ارز حق ثبت سفارش کالا و ممنوعیتهای وارداتی، از جمله مهمترین ابزارهای اتخاذ شده طی این سالها بوده‌اند. مهمترین خصلت سیاستهای تعرفه‌ای طی سالهای گذشته، تغییرات مداوم آن بوده است. به گونه‌ای که این قوانین در سالهای ۱۳۶۱، ۱۳۶۴، ۱۳۶۵، ۱۳۶۹، ۱۳۷۱، شدیداً تغییر کرده‌اند (جدولهای قوانین صادرات و واردات خودرو طی سالهای مذکور، به پیوست می‌باشد). نکته شایان اهمیت، تغییر سیاستهای مزبور همگام با مشکلات یا رونق اقتصادی می‌باشد و هیچ روند مشخصی مبتنی بر رهیافت معینی برای برخورد با این صنعت در تغییرات مشاهده نمی‌شود. به بیان دیگر، هرگاه مشکلات ارزی کشور افزایش یافته، تعرفه‌ها هم افزایش یافته و قانون منع ورود خودرو اعمال شده است. برعکس، در سالهایی که به علت افزایش درآمد نفت وضعیت ارزی کشور بهبود یافته است، تعرفه‌های اسمی کاهش یافته و همزمان ورود خودرو آزاد شده است. بررسی دقیق نرخهای حمایت مؤثر، براساس مطالعات موجود، نشان می‌دهد که این نرخها نه تنها در خودروهای متفاوت از تفاوت چشمگیری برخوردار است، بلکه طی سالهای دهه ۱۳۵۰، ۱۳۶۰ و ۱۳۷۰ نیز شدیداً تغییر کرده‌اند (جدولهای ۴ تا ۷).

آخرین قانون گمرکی در مورد خودرو، قانون خودرو مصوب دی ماه ۱۳۷۱ مجلس شورای اسلامی است. نگرش اصلی در این قانون، توجه به صنایع داخلی سازنده خودرو است. دو ویژگی

مهم آن، تخفیفهای در نظر گرفته شده برای ورود قطعات و لوازم یدکی خودرو و آزادی ورود انواع خودرو ساخت کشورهای دیگر تحت ضوابط مشخص می باشد.

اگر چه از سال ۱۳۷۶ به بعد آزادی ورود ملغی گشته، اما در سالهای مورد بررسی ما، قانون مزبور ملاک عملکرد سیاستهای گمرکی کشور بوده است و تمام محاسبات این بررسی براساس آن می باشد.

جدول ۳. نرخهای حقوق گمرکی و سود بازرگانی خودروهای وارداتی قبل و بعد از پیروزی

انقلاب اسلامی در ایران، سالهای ۱۳۵۱-۱۳۶۲

	ارزش سیف خودرو	حقوق گمرکی	ارزش سیف خودرو	سود بازرگانی
۱	۱۰۰۰۰۰ ریال و کمتر	۲۵ درصد	۲۰۰۰۰۰ ریال	۲۰۰ درصد ارزش سیف منهای حقوق گمرکی
۲	۱۰۰۰۰۰ تا ۲۰۰۰۰۰ ریال	۲۵ درصد	۲۵۰۰۰۰ تا ۲۵۰۰۰۰۰ ریال	۲۰۰ درصد ارزش سیف
الف	۱۰۰۰۰۰ ریال اول	۲۵ درصد	نسبت به ۲۰۰۰۰۰ ریال اول	
ب	نسبت به مازاد		به اضافه ۳۰۰ درصد ارزش	
	۱۰۰۰۰۰ ریال اول	۴۵ درصد	سیف نسبت به مازاد ۲۰۰۰۰۰	
			ریال اول منهای حقوق گمرکی	
۳	بیش از ۲۰۰۰۰۰ ریال	۲۵ درصد	۲۵۰۰۰۰ تا ۳۰۰۰۰۰۰ ریال	۲۲۰ درصد ارزش سیف
الف	۱۰۰۰۰۰ ریال اول	۲۵ درصد	نسبت به ۲۵۰۰۰۰ ریال	
ب	۱۰۰۰۰۰ ریال دوم	۴۵ درصد	اول به اضافه ۴۰۰ درصد ارزش	
			سیف نسبت به مازاد ۲۵۰۰۰۰	
			ریال اول منهای حقوق گمرکی	
ج	نسبت به مازاد	۷۵ درصد	بیش از ۳۰۰۰۰۰ ریال	۲۵۰ درصد ارزش سیف نسبت
	۲۰۰۰۰۰ ریال اول		به ۳۰۰۰۰۰ ریال اول به اضافه	
			۵۰۰ درصد ارزش سیف نسبت	
			به مازاد ۳۰۰۰۰۰ ریال اول	
			منهای حقوق گمرکی	

مأخذ: مقررات عمومی صادرات و واردات سالهای ۱۳۵۱-۱۳۶۲.

جدول ۴. نرخهای حقوق گمرکی و سود بازرگانی خودروهای وارداتی پس از پیروزی

انقلاب اسلامی در ایران، سالهای ۱۳۶۳-۱۳۶۴

ردیف	ارزش سیف خودرو	حقوق گمرکی	سود بازرگانی
۱	تا ۱۰۰۰۰۰ ریال اول	۲۵ درصد	۱۷۵ درصد
۲	نسبت به مازاد ۱۰۰۰۰۰ ریال تا ۲۰۰۰۰۰ ریال	۴۵ درصد	۲۰۵ درصد
۳	نسبت به مازاد ۲۰۰۰۰۰ ریال	۷۵ درصد	نسبت به مازاد ۲۰۰۰۰۰ ریال تا ۳۰۰۰۰۰۰ ریال ۲۲۵٪ و نسبت به هر ۱۰۰۰۰۰۰ ریال بعدی ۱۰۰ درصد نسبت به مازاد به سود بازرگانی اضافه می شود.

مأخذ: قانون مقررات صادرات و واردات سالهای ۱۳۶۳-۱۳۶۴.

جدول ۵. نرخهای حقوق گمرکی و سود بازرگانی خودروهای وارداتی پس از پیروزی

انقلاب اسلامی در ایران، سالهای ۱۳۶۵-۱۳۷۰

ردیف	ارزش سیف خودرو	حقوق گمرکی	سود بازرگانی
۱	تا ۱۰۰۰۰۰ ریال	۲۵ درصد	۲۷۵ درصد
۲	نسبت به مازاد ۱۰۰۰۰۰ ریال تا ۲۰۰۰۰۰ ریال	۴۵ درصد	۲۵۵ درصد
۳	نسبت به مازاد ۲۰۰۰۰۰ ریال	۷۵ درصد	نسبت به مازاد ۲۰۰۰۰۰۰ ریال تا ۳۰۰۰۰۰۰ ریال ۴۲۵٪ و نسبت به هر ۱۰۰۰۰۰۰ ریال بعدی ۱۰۰٪ به مأخذ سود بازرگانی قبلی اضافه می شود.

مأخذ: قانون مقررات صادرات و واردات سالهای ۱۳۶۵-۱۳۶۷.

جدول ۶. جدول نرخ حقوق گمرکی و سود بازرگانی انواع خودرو (وارداتی)، سالهای

۱۳۷۱ به بعد

نوع خودرو	تعرفه گمرکی	حقوق گمرکی (درصد)	سود بازرگانی (درصد)
سواری ۴ سیلندر	۸۷/۰۲ الف	۲۵ تبصره: به خودرو سواری بیش از ۴ سیلندر به ازای هر سیلندر اضافه ۳٪ حقوق گمرکی اضافی تعلق می گیرد.	۵
وانت یک کابین	۸۷/۰۲ ج	۲۵	۵
وانت ۲ کابین	۸۷/۰۲	۲۵	۵
سواری کار	۸۷/۰۲	۲۵	۵
مینی بوس	۸۷/۰۲ ب	۱۵	۵
اتوبوس	۸۷/۰۲ ب	۱۵	۵
شاسی کامیون	۸۷/۰۴	۱۵	۵
کامیون	۸۷/۰۲	۱۵	۵
کامیونت	۸۷/۰۲	۱۵	۵
تریلر کش	۸۷/۰۲	۱۵	۵
موتورسیکلت	۸۷/۰۹	۲۰	۱۰
دوچرخه	۸۷/۱۰	۲۰	۱۰
ماشین آلات			
راهسازی	۸۴/۲۳	۲۰	۱۰

مأخذ: مؤسسه مطالعات و پژوهشهای بازرگانی، (۱۳۷۲ ب).

جدول ۷. جدول مبنای محاسبه مالیات، سالهای ۱۳۷۱ به بعد

نوع خودرو	تعرفه گمرکی	تعداد سیلندر	ارزش سیف خودرو	% مالیات
سواری	۸۷/۰۲ الف	با هر تعداد سیلندر	تا ۱۰۰۰۰۰۰۰ ریال	۷۰
			نسبت به مازاد ۱۰۰۰۰۰۰۰ ریال تا سقف ۱۵۰۰۰۰۰۰ ریال	۷۵
			نسبت به مازاد ۱۵۰۰۰۰۰۰ ریال تا سقف ۲۰۰۰۰۰۰۰ ریال	۸۵
			نسبت به مازاد ۲۰۰۰۰۰۰۰ ریال تا سقف ۲۵۰۰۰۰۰۰ ریال	۱۰۰
			نسبت به مازاد ۲۵۰۰۰۰۰۰ ریال تا سقف ۳۰۰۰۰۰۰۰ ریال	۱۲۰
			نسبت به مازاد ۳۰۰۰۰۰۰۰ ریال به ازای هر ۵۰۰۰۰۰۰ ریال	۲۵
			به نرخ قبلی اضافه می شود.	
وانت یک کابین	۸۷/۰۲ ج	..		۳۰
وانت دو کابین و سواری کار	۸۷/۰۲ ب		تا ۱۰۰۰۰۰۰۰۰ ریال	۵۰
			نسبت به مازاد ۱۰۰۰۰۰۰۰۰ ریال تا سقف ۱۵۰۰۰۰۰۰۰ ریال	۵۵
			نسبت به مازاد ۱۵۰۰۰۰۰۰۰ ریال تا سقف ۲۰۰۰۰۰۰۰۰ ریال	۶۵
			نسبت به مازاد ۲۰۰۰۰۰۰۰۰ ریال تا سقف ۲۵۰۰۰۰۰۰۰ ریال	۸۰
			نسبت به مازاد ۲۵۰۰۰۰۰۰۰ ریال تا سقف ۳۰۰۰۰۰۰۰۰ ریال	۱۰۰
			نسبت به مازاد ۳۰۰۰۰۰۰۰۰ ریال به ازای هر ۵۰۰۰۰۰۰۰ ریال	۲۵
			به نرخ قبلی اضافه می شود.	
مینی بوس	۸۷/۰۲ ب			۲۰
اتوبوس	۸۷/۰۲ ب			۲۰
شاسی کامیون	۸۷/۰۴			۲۰
کامیون	۸۷/۰۲			۲۰
کامیونت	۸۷/۰۲			۲۰
تریلر کش	۸۷/۰۲			۲۰
موتورسیکلت	۸۷/۹	با یک سیلندر بیش از یک سیلندر		۵ ۱۰
دوچرخه	۸۷/۱۰			معاف
ماشین آلات راهسازی	۸۴/۲۳			معاف

* وارد کنندگان بدون کارت بازرگانی ۵٪ مالیات بر درآمد به صورت علی الحساب نیز دریافت می گردد.

مأخذ: مؤسسه مطالعات و پژوهشهای بازرگانی، (۱۳۷۲ ب).

نتایج تجربی

در قسمت قبل، مبانی نظری و الگوی محاسبه نرخ حمایت مؤثر را بررسی کردیم. در این قسمت، برای سه نوع خودرو پیکان، پژو، مزدا، این نرخها محاسبه می شود. پیکان و پژو که توسط شرکت ایران خودرو و مزدا که توسط شرکت ایران وانت تولید می شود، در سال ۱۳۷۶، بیش از ۷۵ درصد سهم بازار خودروی ایران را در اختیار داشته اند. در نتیجه، بررسی این سه مدل ماشین، جانشین خوبی برای تحلیل صنعت خودروی ایران به شمار می رود.

به منظور محاسبه حمایت مؤثر، از رابطه زیر استفاده می کنیم. این رابطه که به طور کامل در قسمتهای قبلی توضیح داده شده است، تمام تعرفه های اسمی را بر نهاده ها و محصول نهایی در برمی گیرد:

$$e_j = \frac{t_j - \sum m_{ij} t_e}{1 - \sum m_{ij}} \quad (1)$$

به منظور محاسبه نرخ حمایت مؤثر، ضرورت دارد که اجزای موردنظر در رابطه فوق محاسبه گردد. این مقادیر را برای سه نوع مدل ماشین، در جدول ۸ آورده ایم:

جدول ۸. عناصر مورد نیاز برای محاسبه نرخ مؤثر حمایت بر سه مدل ماشین (۱۳۷۵)

نوع خودرو	t_j	t_i	t_e	α	M_{1j}	M_{2j}	t_e	$\sum m_{ij}$
پیکان	۱/۰۳	۰/۴۶	۱	۰/۷۷	۰/۱۸	۰/۶۰	۰/۱۱	۰/۷۸
پژو	۱/۳۱	۰/۵۰	۲	۰/۱۳	۰/۷۲	۰/۱۱	۰/۵۷	۰/۸۳
مزدا	۱/۰۴	۰/۴۰	۲	۰/۲۴	۰/۵۹	۰/۱۹	۰/۵۴	۰/۷۸

نرخ تعرفه را نشان می دهد که شامل سود بازرگانی، حقوق گمرکی، عوارض شهرداری، مالیات و عوارض زیستمحیطی می شود. میزان ضریبهای هر یک براساس قانون خودرو (مؤسسه مطالعات پژوهشهای بازرگانی، ۱۳۷۲ الف) به دست آمده است. t_i نیز نرخ تعرفه اسمی بر نهاده های تولید بوده که براساس میزان فروش گمرکی در واحد محصول محاسبه شده است. البته در فرمول نهایی به

جای t_i ، t_e که نرخ مؤثر تعرفه بر مواد اولیه و نهاده‌ها را نشان می‌دهد، استفاده می‌شود. این مورد را در قسمت قبل توضیح داده‌ایم. t_e نشان‌دهنده نسبت قیمت تولید قطعات مشابه در ایران و در سطح بین‌المللی است. به بیان بهتر، t_e نشان می‌دهد که اگر قطعه ۸ در داخل کشور تولید شود، قیمت آن نسبت به همین محصول که در خارج از کشور تولید شود، چند برابر است. این نسبت بستگی به اوضاع اقتصادی، زیربنایها، تخصص، کارایی و مقیاس تولید محصول دارد. با توجه به اطلاعات در دسترس برای پیکان حدوداً قیمت تولید داخل با خارج برابر است. این موضوع به این دلیل است که اولاً پیکان دیگر در خارج از کشور تولید نمی‌شود و کشورهایی که قسمتی از قطعات پیکان را تولید می‌کنند (آرژانتین، هندوستان و...) تقریباً از سطح فن‌آوری یکسانی در تولید این قطعات با ایران خودرو برخوردارند. ثانیاً میزان تجربه و مقیاس تولید در مورد پیکان نسبت به کشورهای دیگر طرف قرارداد بالا می‌باشد. اما در مورد ماشینهای پژو و مزدا $t_e = 2$ فرض شده است، زیرا اولاً درجه خودکفایی ساخت این ماشینها در داخل کشور و مقیاس تولید پایین است و ثانیاً از سویی کارخانه‌های مادر در فرانسه و ژاپن خود هنوز تولیدکننده این خودروها هستند و مسلماً قیمت تمام شده پایین‌تر نسبت به ایران داشته و با محاسبه برخی از محصولات کلیدی تقریباً در ایران ساخت قطعات این دو نوع خودرو دو برابر کشور مبدأ می‌باشد. α را می‌توان درجه خودکفایی ساخت محصولات خودرو تعریف نمود. به عبارتی، حاصل قسمت سهم نهاده‌های داخلی به کل نهاده‌ها درجه خودکفایی نامیده شده است. این ضریب برای محاسبه t_α^1 ، و در نهایت، در محاسبه t_e به کار می‌رود (برای اطلاعات بیشتر به قسمت قبل، مبانی نظری رجوع شود). m_{ij} و m_{2j} نیز، به ترتیب، ضریب داده - ستانده محصولات خارجی و داخلی تولید می‌باشد. t_e نیز نرخ متوسط تعرفه بر نهاده‌هاست که از فرمول زیر به دست آمده است:

$$t_e = t_\alpha^1 - 1 \quad (8)$$

$$t_\alpha^1 = \alpha \cdot t_e + (1 - \alpha) \left[\frac{p_w^i + T_i}{p_w^i} \right] \quad (9)$$

در ضمن، تمام ارقام مبتنی بر اطلاعات سال ۱۳۷۵ محاسبه شده است.

پس از به دست آوردن پارامترهای فوق می توان نرخ مؤثر حمایت را به دست آورد. جدول ۹، نرخ مؤثر حمایت و رتبه هر یک از ماشینها را براساس نرخها نشان می دهد.

جدول ۹. نرخ اسمی و مؤثر حمایت سه مدل ماشین (۱۳۷۵)

رتبه	نرخ مؤثر حمایت	رتبه	نرخ اسمی حمایت	خودرو
(۲)	۴/۲۹	(۳)	۱/۰۳	پیکان
(۱)	۴/۹۲	(۱)	۱/۳۱	پژو
(۳)	۲/۸۱	(۲)	۱/۰۴	مزدا

جدول ۹ نشان می دهد که رتبه بندی خودروها براساس نرخ اسمی حمایت و نرخ مؤثر حمایت با هم متفاوت است. هر چند در هر دو حالت اسمی و مؤثر مدل پژو بیشتر از دو ماشین دیگر حمایت می گردد. محاسبه نرخهای اسمی و مؤثر حمایت اگرچه جهتگیریهای سیاستهای حمایتی را در مورد انواع ماشینهای تولید داخل نشان می دهد، و این نیز خود معیاری برای اندازه گیری جهتگیری تخصیص منابع برای رشد صنایع نوپا در راهبرد جایگزینی واردات فرض می شود، اما از سوی دیگر، حاکی از این امر است که اگر زمینه های مناسب اقتصادی کشور فراهم نشده باشد، نرخهای تعرفه ای و همچنین نرخهای مؤثر، اثر کمی بر حرکت منابع به سمت صنایع نوپا خواهند داشت. برای روشن شدن این موضوع، تغییرات نرخ مؤثر حمایت را نسبت به تغییرات اندازه گیری می کنیم. به یاد آوریم که ϵ نشان دهنده نسبت قیمتی محصول مشابه داخلی و خارجی است. اما اختلاف قیمت قطعه ساخته شد در دو کشور، بستگی به تخصص، کارایی، تجربه در تولید و مهیا بودن زمینه های لازم برای تولید دارد. به عبارتی، می توان نتیجه گرفت که اگر در یک کشور، زمینه لازم برای حرکت منابع وجود داشته باشد، نرخهای اسمی تعرفه به طور مؤثری می توانند از ساخت یک محصول یا یک قطعه حمایت کنند، در نتیجه سیاستهای حمایتی بیشتر تأثیرگذار

می باشد. حال می توان با تحلیل حساسیت، این موضوع را بررسی نمود. با تغییر در میزان ϵ دوباره نرخهای حمایت مؤثر را محاسبه می نماییم (جدول ۱۰). ϵ برای پیکان $1/5$ و برای پژو و مزدا ۳ فرض شده است.

جدول ۱۰. تحلیل حساسیت نرخهای مؤثر حمایت در اثر تغییر در ϵ

رتبه	نرخ مؤثر حمایت	رتبه	نرخ اسمی حمایت	خودرو
(۲)	۲/۹۴	۳	۱/۰۳	پیکان
(۱)	۴/۲۹	۱	۱/۳۱	پژو
(۳)	۱/۸۹	۲	۱/۰۴	مزدا

اگرچه رتبه نرخهای مؤثر حمایت تغییری نمی کند، اما فاصله نرخهای اسمی حمایت و نرخهای مؤثر حمایت تفاوت چشمگیری نشان می دهد. برای مثال، در مورد پیکان، در صورتی که $\epsilon = 1/5$ باشد، نشان می دهد که نرخ تعرفه اسمی $1/03$ درصد با توجه به ثبات دیگر شرایط موجب نرخ حمایت مؤثر $2/94$ شده، اما در حالت $\epsilon = 1$ (حالت اول) موجب نرخ حمایت مؤثر $4/29$ می گردد. پس می توان نتیجه گرفت که لزوماً وضع نرخهای تعرفه برای حمایت از صنایع تولیدی به منظور موفقیت در راهبرد جایگزینی واردات و صنعتی شدن شرط کافی نیست، بلکه مهیاسازی زمینه های لازم برای رشد اقتصادی، از جمله دانش، سرمایه گذاری و امور زیربنایی، تأثیر شایانی دارد.

پس از توضیحات فوق، مقایسه ای بین مطالعات قبلی انجام شده در صنعت خودرو در مورد محاسبه نرخهای مؤثر حمایت با این مطالعه انجام می دهیم. جدول ۱۱ نرخهای حمایت مؤثر مطالعه شاهرکنی (۱۳۵۷) و سلمانی (۱۳۷۰) که قبلاً در مقدمه توضیح دادیم را با مطالعه فعلی مقایسه می نماید.

جدول ۱۱. مقایسه نرخهای مؤثر و اسمی حمایت (مطالعات شاهرکنی، سلمانی و این مطالعه)

ردیف	خودرو	نرخهای اسمی حمایت	نرخ مؤثر حمایت	مطالعات (سال)
۱	پیکان دولوکس	۱/۱۷	۲/۷۰	شاهرکنی (۱۳۵۷)
۲	پیکان جوانان	۱/۱۹	۲/۹۳	شاهرکنی (۱۳۵۷)
۳	ژیان	۲/۱۵	۱۳/۱۷	شاهرکنی (۱۳۵۷)
۴	جیپ کاسکه‌ای	۳/۱۱	۲۱/۷۸	شاهرکنی (۱۳۵۷)
۵	شورلت ایران	۲/۹۷	۳۵/۱۳	شاهرکنی (۱۳۵۷)
۶	بیوک ایران	۳/۲۶	۳۸/۹۴	شاهرکنی (۱۳۵۷)
۷	کادیلاک ایران	۴/۵۷	۵۶/۷۳	شاهرکنی (۱۳۵۷)
۸	رنو ۵	۶/۸۶	۵۸/۱۸	سلمانی (۱۳۷۰)
۹	پیکان	۱/۰۳	۴/۲۹	این مطالعه (۱۳۷۵)
۱۰	پژو	۱/۳۱	۴/۹۲	این مطالعه (۱۳۷۵)
۱۱	مزدا	۱/۰۴	۲/۸۱	این مطالعه (۱۳۷۵)

مقایسه مطالعات نشان می‌دهد که نرخ مؤثر حمایت پیکان در سال ۱۳۷۵ بسیار بالاتر از نرخ مؤثر حمایت در سال ۱۳۵۷ بوده است، اما نرخ مؤثر حمایت پژو (به عنوان ماشین لوکس) بسیار کمتر از ماشینهای لوکس قبلی، از جمله شورلت بیوک و کادیلاک است. البته شایان توجه است که در زمان پیش از انقلاب، سیاستهای تجاری بیشتر مبتنی بر محدودیتهای بازاری (تعرفه‌ای) بوده است. به بیان دیگر، محدودیتهای مقداری کمتری اعمال می‌شده است. اما پس از انقلاب، محدودیتهای مقداری وسیعی بر خودرو صورت گرفته است که قابل کمی کردن هم نمی‌باشند. بررسی جدول ۱ نشان می‌دهد که سهم بازار داخلی خودرو که توسط واردات تأمین می‌شود، حالت باثبات تری نسبت به پس از انقلاب داشته است. البته محدودیتهای ناشی از جنگ بسیار مؤثر بوده، ولی پس از جنگ نیز نوسانهای واردات بسیار زیاد بوده، به طوری که در سال ۱۳۷۶، کلاً واردات

ماشین سواری به دلیل بحران نفتی و بدهیها ممنوع شده است. این گونه محدودیتها که به عنوان سیاستهای غیربازاری یا محدودیتهای مقداری از آن نام برده می شود، به راحتی کمی پذیر نیستند. از سوی دیگر، تغییر نرخ ارز پس از انقلاب به نرخهای چندگانه و اختصاص ارزهای چندگانه به صنایع طبق اولویتهای وزارت صنایع نیز بسیار مؤثر است. پس حمایت از صنایع خودرو با توجه به این گونه حمایتهای مقداری بسیار بیش از اعداد نشان داده شده توسط نرخهای مؤثر حمایت می باشد. تخصیص ارز صنایع حمایتی با نرخهای متفاوت، نرخ مؤثر حمایت را تحت تأثیر قرار می دهد. زیرا هر چه نرخ ارز به قیمت بالاتری محاسبه گردد، سهم ارزش قطعات وارداتی در ارزش محصول بیشتر شده و سهم تولیدات داخلی را کم می کند یا درجه خودکفایی صنعت را کاهش می دهد.

۴. نتیجه گیری و سخن نهایی

صنعت خودرو، یکی از صنایع مهم و رو به رشد ایران در دو دهه اخیر می باشد که شدیداً مورد توجه سیاستگذاران صنعتی قرار گرفته است. بازار وسیع و کمبود عرضه باعث شده که این صنعت از جهت تقاضای بازار داخلی، دست کم، تا چند دهه آینده، با مشکل عمده ای رو به رو نباشد. روشن است که این امر در چارچوب ادامه حمایت دولت و جلوگیری از ورود شرکتهای خارجی می باشد. شرکتهای بزرگ تولیدکننده جهانی خودرو که امروزه در زمره بزرگترین شرکتهای تجاری جهان می باشند، به این بازار توجه خاصی دارند. این مسئله به صورت یک تهدید بالقوه، همواره صنایع داخلی ما را تهدید می نماید.

صنعت خودرو، از ابتدای شکل گیری در ایران، از حمایتهای شدید بازاری و غیربازاری برخوردار بوده است. تعرفه گمرکی، سود بازرگانی، مالیات شدید بر خودروی وارداتی، معافتهای مالیاتی، ورود قطعات، ممنوعیت ورود طی سالهای متمادی و تسهیلات ارزی، از مهمترین حمایتها بوده اند. نتایج این بررسی نشان می دهد که نرخهای تعرفه اسمی و نرخهای مؤثر حمایت، طی سه دهه گذشته، شدیداً در این صنعت برقرار بوده اند. اما متأسفانه پس از گذشت بیش از ۳۰ سال، هنوز این صنعت حتی در مورد بزرگترین و موفقترین شرکت داخلی (ایران خودرو)، بدون

حمایت، قادر به ادامه حیات خویش نیست و در مراحل اولیه حیات خویش می‌باشد.

مراحل توسعه و تکامل اقتصادی و تجاری صنعت خودرو را به چهار مرحله مونتاز، ساخت، صادرات و آزادسازی تقسیم می‌نمایند. کشورهای مختلف تجارب متفاوتی در طی این مراحل داشته‌اند. برای مثال، کره جنوبی با اتخاذ سیاستهای درست و واقعینانه، در چارچوب راهبرد توسعه صادرات، مرحله اول را در طول ۱۱ سال طی نمود (مردوخ، ۱۸ مرداد ۱۳۷۷). این کشور با انتخاب تعرفه‌های سنگین و ممنوعیت بسیاری از کالاهای خارجی در نخستین گامهای ورود به رشد، زمینه را برای به کارگیری مؤثر از منابع بدون استفاده ملی و توسعه صنایع کلیدی و زیرساختهای اقتصادی و اجتماعی کشور آماده ساخت. مرحله ساخت به صادرات در این کشور تنها چهار سال طول کشید، در حالی که در کشورهایمانند برزیل و مکزیک ۷ تا ۱۲ سال به طول انجامید. در این مرحله، سیاستگذاران علاوه بر زمینه‌سازی مناسب برای تسهیل مبادلات تجاری با کشورهای خارجی، تعرفه‌های پیشین را به تعرفه‌های ترجیحی و انعطاف‌پذیر تبدیل نمودند، به نحوی که در ارتباط با توسعه تجارت بین‌المللی دولت مجاز بود تا ۵۰ درصد از نرخهای تعرفه عمومی را به عنوان امتیازات تعرفه‌ای اعطا نماید (انجمن مدیران صنایع، ۱۳۷۶). مرحله توسعه صادرات در برزیل و مکزیک ۱۸ تا ۲۰ سال طول کشید، در حالی که کره ظرف مدت ۱۰ سال از مرحله توسعه صادرات به آزادسازی در صنعت خودرو رسید.

صنعت خودرو در ایران، به دلیل عدم سیاستگذاری تجاری و حمایتی، طی سالهای گذشته، نه تنها قادر به طی کامل مرحله اول مونتاز به ساخت نشده است، بلکه حتی در سایه حمایتهای شدید، قادر به ارضای مصرف داخلی نیز نبوده است. این صنعت به صورت مجموعه‌ای از انواع و اقسام خودروهای آمریکایی، ژاپنی، آلمانی و کره‌ای در دهه‌های گذشته بوده است و تمام آنها نیز طی سالهای متعددی از حمایتهای شدید برخوردار بوده‌اند. تنها خودرویی که دارای تداوم تولید بوده و امروز به عنوان خودرو داخلی ایران شناخته می‌شود پیکان است که آن نیز هنوز قادر به صادرات نیست و طی سه دهه گذشته، قادر به حرکت همپای فن‌آوری جهان نبوده و تنها در سایه حمایتهای دولتی قادر به داخلی نمودن آن تا ۷۲ درصد شده‌ایم.

با توجه به نتایج به دست آمده از این مطالعه، به منظور اصلاح سیاستهای تجاری و حمایتی در

صنعت خودرو، پیشنهادهای زیر را ارائه می‌کنیم.

یکم - تدوین برنامه ۱۴۰۰ خودرو که شامل موارد زیر است:

(۱) تعیین دقیق ابزارهای غیر بازاری، شامل میزان واردات طی دو دهه آتی در مورد انواع خودرو.

(۲) تصویری مشخص از ابزارهای بازاری، شامل نرخهای تعرفه و مالیات دو دهه آتی در خودرو و قطعات آن.

(۳) شرط برقراری محتوای داخلی برای تک تک شرکتهای داخلی حاضر در بازار ایران به تفکیک و متناسب با دوره حضور.

(۴) زمانبندی و مقدار واردات.

دوم - اعمال محدودیت در تنوع خودرو و افزایش تعداد مدلها و تمرکز بر شرکتهای بزرگ فعلی. به بیان دیگر، تجارب گذشته نشان می‌دهد که شرکتهای پس از تولید یک مدل و جذب حمایتهای لازم، به علت عدم تعهد و التزام لازم، به سراغ مدلهای جدید رفته و این امر با طی مراحل تکاملی خودرو و ایجاد اثر مثبت ملی منافات دارد. برای مثال، رنو ۵ یکی از مدلهایی است که سالیان زیاد مورد حمایت شدید دولت قرار گرفت (نرخ مؤثر حمایت ۵۷ در سال ۱۳۷۰). اما به علت عدم سیاستگذاری مناسب این خودرو امروزه در بازار ایران حضور ندارد و شرکت سایپا خودرو دیگری جایگزین آن نموده است.

سوم - محاسبه نرخ مؤثر حمایت برای تمام مدلهای تولیدی و واحدها و سعی در منطقی و متعادل نمودن آنها با توجه به سیاستهای تعرفه‌ای، مالیاتی در محصولات نهایی و قطعات و طول دوره حمایت آن.

چهارم - هماهنگ نمودن سیاستهای پولی و ارزی کشور با سیاستهای تجاری. این عدم هماهنگی به شدت در این صنعت تأثیرگذار بوده است. به بیان دیگر، طی سالهای پس از انقلاب اسلامی، به علت ایجاد تفاوت شدید بین ارز رسمی و بازار آزاد، نوع ارز تخصیصی به این صنعت باعث تغییرات شدیدی در درآمدهای شرکتهای خودروسازی شده است. اهمیت ارز در بسیاری از سالها به اندازه‌ای بوده که تمام فعالیتهای واحد را تحت تأثیر قرار داده است.

پنجم - تولید در پناه حمایت‌های شدید باعث عدم توجه به فن‌آوریهای جدید در عرصه‌های فنی و مدیریتی شده، و در نهایت، بسیاری از شرکتها به طور کامل خودرو را به صورت C.K.D وارد نموده‌اند. چشم‌انداز آینده، بیانگر تغییرات عمده‌ای در صنعت خودرو می‌باشد. مسائلی مانند سوخت‌های جدید، اهمیت مسائل زیستمحیطی و ترافیک از جمله مواردی است که مورد توجه شرکت‌های تولیدکننده جهانی قرار گرفته است. بدین روی، تلاش و تشویق سیاستگذاران در ایجاد مراکز پژوهشی در جهت شناخت فن‌آوریهای جدید و داخلی نمودن آنها و توجه به آنها در سرمایه‌گذاریهای جدید، لازم است.

ششم - به منظور رشد و ارتقای صنعت خودرو با توجه به امکانات بالقوه داخلی، اعم از منابع فیزیکی و انسانی، ضرورت دارد زمینه مناسب ارتقای دانش فنی - مدیریتی در این صنعت فراهم گردد. همان‌طور که در قسمت سوم اشاره کردیم، استفاده از ابزارهای بازاری و غیربازاری در صورتی نتیجه‌بخش است که بتوان در مدتی معین، هزینه تمام‌شده قطعات خودرو و محصول نهایی را نسبت به بازار جهانی کاهش داد. در غیر این صورت، دور و تسلسل حمایتها همچنان باقی می‌ماند.

منابع

الف) فارسی

- اخوی، احمد. (۱۳۷۴). تجارت بین الملل، استراتژی بازرگانی و توسعه اقتصادی. مؤسسه مطالعات و پژوهشهای بازرگانی.
- انجمن مدیران صنایع. (۱۳۷۶). استراتژی توسعه صادرات صنعتی. جلد اول. مرکز آموزش و تحقیقات صنعتی ایران.
- برنامه جامع هفت ساله ایران خودرو. (۱۳۷۳).
- شریعی، عبدالوهاب. (۱۳۷۳). صنعت خودرو از گذشته تا حال، اشتغال و صنعت خودرو. سمینار توسعه، اشتغال و صنعت خودرو، اردیبهشت ۱۳۷۳.
- صنعت سنگین. شماره های ۱۷ و ۲۷.
- کروگمن، پل؛ استفلد، موریس. (۱۳۷۵). رقابت ناقص و سیاست تجاری استراتژیک - گات و نظریه های جدید تجارت بین الملل. مترجم: احمد اخوی. مؤسسه مطالعات و پژوهشهای بازرگانی.
- کوردن، دبلیو. ام. (۱۳۷۱). تئوری حمایت. مترجم: احمد شاهرکنی. دانشگاه علامه طباطبائی.
- مجموعه مقررات عمومی صادرات و واردات، سالهای ۱۳۵۱-۱۳۶۷.
- مردوخ، بایزید. (۱۸ مرداد ۱۳۷۷). همزیستاریهای اقتصادی - اجتماعی و صنعت خودرو در ایران. روزنامه سلام.
- مرکز آمار ایران. (۱۳۷۶). سالنامه آماری کشور سال ۱۳۷۵.
- مؤسسه مطالعات و پژوهشهای بازرگانی. (۱۳۷۲ الف). راهنمای واردات خودرو و لوازم یدکی.
- مؤسسه مطالعات و پژوهشهای بازرگانی. (۱۳۷۲ ب). قانون خودرو.
- نفری، اکبر؛ ملایری آشتیانی، الهه. (بهار ۱۳۷۷). مناطق آزاد تجاری - صنعتی به مثابه اهرمی برای افزایش صادرات کالاهای صنعتی. مجله علمی پژوهشی اقتصاد مدیریت، دانشگاه آزاد اسلامی، شماره ۳۶.

ب) انگلیسی

- Baldwin, F.R. (1990). The Case Against Infant-Industry Tariff Protection. *Development Economics*.
- Baldwin, Robert & Richardson, David. (1996). *International Trade & Finance*. Boston & Toronto: Little & Brown.
- Feder, G. (1983). On Exports and Economic Growth. *Journal of Development Economics*. 12. pp. 59-73.
- Helleiner, G.K. (1990). Trade Strategy in Medium - Term Adjustment. *World Development*. Vol. 18. No. 6.
- King, Philip. (1990). *International Economics & International Economics Policy: A Reading*. Sanfrancisco: McGraw-Hill.
- Krueger, O. Anne. (May 1980). Trade Policy as an Input of Development. *American Economic Review*,
- _____ . (June 1983). The Effects of Trade Strategies on Growth. *Finance and Development*. No. 20. pp. 6-8.
- _____ . (1990). Import Substitution Versus Export Promotion. *International Economics*.
- OECD. (1996). Costs and Benefits of Protection. *International Trade and Finance*.
- Shahrokni, Ahmad. (1979). *Effective Protection & National Content Requirement: The Case of Iranian Automobile Industry*. Ph.D. Dissertation, Utah State University.