

پویایی‌شناسی رقابت‌پذیری تولیدات داخلی در ایران

سلسله گزارش‌های پویایی‌شناسی چالش‌های کشور (۹)



بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

تاریخ انتشار:
۱۴۰۲/۸/۱۷

شماره مسلسل: ۱۹۳۸۱
کد موضوعی: ۳۱۰



مرکز پژوهش‌های
مجلس شورای اسلامی

عنوان گزارش:
پویایی‌شناسی رقابت‌پذیری تولیدات داخلی در ایران
سلسله گزارش‌های پویایی‌شناسی چالش‌های کشور (۹)

نام دفتر:
مطالعات انرژی، صنعت و معدن
مرکز شبیه‌سازی و مطالعات سیستمی

مدیر مطالعه و طراح مدل:
هادی افراسیابی

تهیه و تدوین کنندگان:
فاطمه میرجلیلی، سعید شجاعی،
محمد مهدی فروزان فر (تهیه مدل - مرکز شبیه‌سازی)

همکاران:
حمیدرضا ایزدبخش، معین سماک جلالی

ناظران علمی:
بابک نگاهداری، حبیب‌اله ظفریان

گرافیک و صفحه‌آرایی:
نفیسه حاجی صفری

ویراستار ادبی:
سیده مرضیه موسوی راد



واژه‌های کلیدی:
۱. رقابت‌پذیری
۲. تولیدات داخلی
۳. پویایی‌شناسی



فهرست مطالب

چکیده.....	۶
خلاصه مدیریتی.....	۷
۱. مقدمه.....	۸
۲. تبیین وضع موجود.....	۹
۳. روش‌شناسی پژوهش.....	۱۰
۴. مدل تحلیل پویایی‌شناسی رقابت‌پذیری تولیدات داخلی.....	۱۱
۵. تحلیلی بر ارکان اصلی مسئله رقابت‌پذیری تولیدات داخلی.....	۱۲
۶. جمع‌بندی و نتیجه‌گیری.....	۲۵
پیوست: تعاریف متغیرهای موجود در مدل پویایی‌شناسی رقابت‌پذیری تولیدات داخلی.....	۲۶
منابع و مآخذ.....	۲۸

فهرست نمودار

شکل ۱. تنوع محصولات صادراتی ایران و ترکیه طی سال‌های ۱۳۷۹-۱۳۹۸.....	۹
شکل ۲. ترکیب محصولات صادراتی ایران و ترکیه در سال ۱۳۹۸.....	۱۰
شکل ۳. متغیرهای موجود در مدل پویایی‌شناسی رقابت‌پذیری تولیدات داخلی.....	۱۱
شکل ۴. عوامل مؤثر بر رقابت‌پذیری تولیدات داخلی.....	۱۲
شکل ۵. عوامل مؤثر بر متغیر رقابت‌پذیری تولیدات داخلی-سطح ۱.....	۱۳
شکل ۶. عوامل اثرگذار بر متغیر رقابت‌پذیری تولیدات داخلی-سطح ۲.....	۱۴
شکل ۷. ضریب وابستگی وارداتی به تجهیزات سرمایه‌ای در رشته فعالیت‌های صنعتی.....	۱۵
شکل ۸. کارایی بازار، حاشیه سود و انگیزه سرمایه‌گذاری.....	۱۶
شکل ۹. متوسط رشد شاخص بهره‌وری کل عوامل تولید به تفکیک بخش‌های اقتصادی طی سال‌های ۱۳۹۹-۱۳۹۰.....	۱۸
شکل ۱۰. بهره‌وری در مدل رقابت‌پذیری تولیدات داخلی.....	۱۸
شکل ۱۱. توان خلق ارزش افزوده صنایع مصرفی و سرمایه‌ای طی سال‌های ۱۳۸۳ تا ۱۳۹۶.....	۱۹
شکل ۱۲. کیفیت حکمرانی در مدل رقابت‌پذیری تولیدات داخلی.....	۲۰
شکل ۱۳. میزان تمرکز رشته فعالیت‌های صنعتی بر بازار داخل.....	۲۱
شکل ۱۴. نمره و رتبه ایران در شاخص بین‌المللی حقوق مالکیت طی سال‌های ۱۳۹۰ الی ۱۳۹۹.....	۲۲
شکل ۱۵. شاخص محیط کسب و کار کل و بخش صنعت طی سال‌های ۱۳۹۶ الی ۱۴۰۰.....	۲۲
شکل ۱۶. برندینگ در مدل رقابت‌پذیری تولیدات داخلی.....	۲۳
شکل ۱۷. توزیع بنگاه‌های کشور در زنجیره ارزش و توزیع ارزش در زنجیره کسب و کار.....	۲۴
شکل ۱۸. کسری بودجه در مدل رقابت‌پذیری تولیدات داخلی.....	۲۵

فهرست جداول

جدول ۱. ترکیب واردات به تفکیک نوع مصرف در سال ۱۴۰۰.....	۱۵
جدول ۲. قیمت انواع محصولات نساجی و پوشاک (بر حسب کیلوگرم بر دلار).....	۱۷



پویایی‌شناسی رقابت‌پذیری تولیدات داخلی در ایران سلسله‌گزارش‌های پویایی‌شناسی چالش‌های کشور (۹)

چکیده



بر اساس یافته‌های گزارش، بلوغ زنجیره‌های پستی و پیشینی و تأمین مواد اولیه با قیمت و کیفیت مناسب، سیاست‌های مناسب ارزی و تنوع بخشی به روش‌های تأمین مالی، کاهش هزینه‌های لجستیک و رعایت صرفه‌های مقیاس، از مسیر تقاضا و قیمت تمام شده بر رقابت‌پذیری تولیدات داخلی اثرگذار است. همچنین سیاست‌های حمایتی هدفمند برای تقویت کارایی بازار، استفاده مناسب از شیوه‌های تولید و بهره‌مندی از فناوری‌ها، افزایش سهم عوامل تولید از محصول و ارتقای بهره‌وری از طریق خلق ارزش افزوده و درنهایت ارتقای فضای کسب و کار و حکمرانی کشور بر رقابت‌پذیری تولیدات داخلی اثرگذار است. در پایان پیشنهادهایی در حوزه اصلاحات نهادی و نظارتی در قالب اقدام‌های سیاستی و اجرایی به منظور تأثیرگذاری بر رقابت‌پذیری تولیدات داخلی ارائه شده است.

سهم ۵۴ درصدی صادرات صنعتی کشور بر پایه محصولات منبع محور و تنها سهم ۰/۵ درصدی صادرات صنعتی با فناوری بالا، سهم حدود ۰/۳ درصد ایران از صادرات جهانی، شاخص تمرکز صادراتی ۰/۱۳ در سال ۱۴۰۰، عدم تحقق بیش از ۶۰ درصدی اهداف صادرات غیرنفتی در برنامه ششم توسعه و تمرکز بیش از ۹۰ درصدی صنایع تولیدی بر بازار داخل، گواهی بر اهمیت بررسی ابعاد رقابت‌پذیری تولیدات داخلی است. به این منظور در گزارش حاضر با استفاده از مدل پویایی‌شناسی سیستم‌ها، اهم مسائل حوزه رقابت‌پذیری کالاهای تولید داخل شناسایی شده است. در مدل توسعه داده شده، رقابت‌پذیری تولیدات داخلی متأثر از متغیرهای مختلفی است که سرریز آثار تمامی متغیرها از مسیر چهار متغیر تقاضا، فضای کسب و کار، خلق ارزش و قیمت تمام شده بر متغیر رقابت‌پذیری داخلی وارد شده است.

■ بیان / شرح مسئله

زنجیره ارزش، محصولات متنوع‌تر با کمیت و کیفیت مناسب در اختیار بخش‌های تولیدی قرار دهند، بدان معناست که تقاضای شکل گرفته با قیمت و کیفیت مناسب تأمین شده که می‌تواند به ارتقای رقابت‌پذیری محصولات تولیدی کمک کند. قیمت فروش محصول متأثر از کارایی بازار نیز بر تقاضا اثر دارد. قیمت تمام‌شده محصولات از دیگر متغیرهایی است که بر رقابت‌پذیری تولیدات داخلی اثرگذار است. قیمت مواد اولیه، کیفیت لجستیک، قیمت انرژی، نرخ دستمزد، هزینه تأمین مالی و مقیاس واحد اقتصادی از جمله عوامل اثرگذار بر قیمت تمام‌شده محصول است.

خلق ارزش موضوع دیگری است که بر رقابت‌پذیری تولیدات داخلی اثرگذار است. در صورتی که هر یک از متغیرهای کیفیت منابع انسانی و مدیریت صنعتی، سرمایه‌گذاری، نوآوری، بلوغ زنجیره ارزش پیشینی و سهم عوامل تولید از محصول افزایش یابند، بهره‌وری نیز افزایش یافته و این افزایش به کاهش قیمت تمام‌شده و افزایش خلق ارزش منجر می‌شود.

کیفیت فضای کسب و کار متأثر از کیفیت حکمرانی متغیر دیگری است که بر رقابت‌پذیری تولیدات داخلی مؤثر است.

رقابتی بودن بازار، انگیزه اصلاح ساختار، حقوق مالکیت، سیاست‌های صنعتی و کیفیت حمایت (متأثر از استراتژی توسعه صنعتی) متغیرهایی هستند که از کیفیت حکمرانی اثر می‌پذیرند و بر رقابت‌پذیری تولیدات داخلی اثرگذارند. لذا ارتقای رقابت‌پذیری تولیدات داخلی نیازمند حکمرانی باکیفیت است.

■ پیشنهاد راهکار تقنینی، نظارتی یا سیاستی

باتوجه به تبیین صورت گرفته در این گزارش مبنی بر پیچیدگی ابعاد رقابت‌پذیری تولیدات داخلی، اثربخشی سیاست‌های اتخاذ شده به منظور تأثیرگذاری بر این مؤلفه، مستلزم توجه به روابط علی - معلولی متغیرهای مؤثر بر این مؤلفه در سطوح مختلف بخشی و فرابخشی است.

در برنامه ششم توسعه کشور مقرر شده بود که تولید ناخالص داخلی کشور از رشد سالانه ۸ درصد برخوردار باشد و صادرات غیرنفتی کالا و خدمات (بدون میعانات گازی) با رشد سالانه ۲۱/۷ درصد از ۴۲ میلیارد دلار در سال ۱۳۹۵ به ۱۱۲/۷ میلیارد دلار در سال ۱۴۰۰ افزایش یابد. یکی از الزامات تحقق چنین اهدافی تولید محصولات با ارزش افزوده بالا و فروش آنها در بازارهای داخلی و خارجی و به عبارتی تقویت توان رقابت‌پذیری تولیدات داخلی است. این در حالی است که تولید ناخالص داخلی کشور به قیمت ثابت سال ۱۳۹۰ در سال ۱۴۰۰ نسبت به مقدار مشابه در سال ۱۳۹۵ تغییر چندانی نداشت و میزان صادرات غیرنفتی کشور در سال ۱۴۰۰ حدود ۴۸/۶ میلیارد دلار شد که نسبت به سال ۱۳۹۵ تنها حدود ۱۶ درصد رشد داشته است. از این رو با هدف اثر بخشی بیشتر اقدامات سیاستی و اجرایی برای بهبود وضعیت رقابت‌پذیری تولیدات داخلی، در گزارش حاضر اهم عوامل مؤثر بر رقابت‌پذیری تولیدات داخلی و روابطشان با یکدیگر بررسی شده است.

■ نقطه نظرات / یافته‌های کلیدی

ریشه‌یابی عوامل مؤثر بر رقابت‌پذیری تولیدات داخلی در چهار سطح عوامل سطح خرد (بنگاه)، سطح بخش (صنعت) و فرابخش (عوامل کلان) و فراسطح (زمینه‌های سیاسی و فرهنگی) قابل رصد است. در مدل توسعه داده شده مبتنی بر پویایی‌شناسی سیستم‌ها، رقابت‌پذیری تولیدات داخلی متأثر از متغیرهای مختلفی است که سرریز آثار تمامی متغیرها از مسیر چهار متغیر تقاضا، فضای کسب و کار، خلق ارزش و قیمت تمام‌شده بر متغیر رقابت‌پذیری داخلی وارد شده است.

یکی از عواملی که تولید با استفاده از صرفه‌های مقیاس را میسر می‌کند، میزان تقاضا و اندازه بازار است. براساس مدل طراحی شده مهم‌ترین عوامل مؤثر بر بخش تقاضا، بلوغ زنجیره ارزش پسینی و قیمت فروش محصولات است. هر چقدر بخش‌های پیشین در



۱. مقدمه

از اهداف اصلی نظام حکمرانی کشورها، تأمین سطح مطلوبی از رفاه اجتماعی و کیفیت زندگی برای شهروندان است. یکی از شاخص‌هایی که می‌تواند به‌عنوان معیار موفقیت دولت‌ها در تحقق این هدف باشد، سطح رقابت‌پذیری اقتصاد است. نظام‌های اقتصادی رقابتی‌تر، توانمندی بالاتری در ارتقای سطح بهره‌وری و تولید و درآمد بیشتر برای شهروندان خود دارند. این در حالی است که صدرنشینی صنایع منبع‌محور به‌جای صنایع ساخت‌محور و بالا بودن سهم تولیدات صنعتی با ارزش افزوده پایین در ترکیب تولیدات صنعتی کشور، غلبه نگاه درون‌نگر بر توسعه صنعتی کشور و عدم شکل‌دهی به ساختار تولید داخل جهت مشارکت در زنجیره ارزش جهانی، گویای توان پایین رقابت‌پذیری تولیدات داخلی کشور است. برای نمونه ۶۱ درصد از کل ارزش افزوده صنعتی کشور در سال ۱۳۹۸ به رشته‌های فعالیت‌های تولید کک و فراورده‌های نفتی، محصولات شیمیایی، فراورده‌های معدنی غیر فلزی، فلزات پایه و محصولات فلزی به‌جز ماشین‌آلات و تجهیزات اختصاص داشته است. در رابطه با موضوع مورد بررسی گزارش‌های متعددی در مرکز پژوهش‌های مجلس تدوین شده که در ادامه به تعدادی از آنها اشاره شده است.

گزارش «تحلیلی بر عملکرد رقابت‌پذیری صنعتی در اقتصاد ایران از نگاه یونیدو ۲۰۲۲، (۱۴۰۱)» [۱] که با هدف واکاوی وضعیت و جایگاه رقابت‌پذیری صنعتی یا محصولات کارخانه‌ای ایران نگاشته شده، حاکی از آن است که شاخص عملکرد رقابت‌پذیری صنعتی ایران در سال ۲۰۲۰ با امتیاز ۰/۰۴۶ در جایگاه ۵۵ ام جهان قرار گرفت. وضعیت عملکرد رقابت‌پذیری صنعتی ایران پایین‌تر از متوسط جهانی (۰/۰۶۲) قرار دارد. مطابق نتایج این گزارش عملکرد صنعتی کشور در سال‌های برنامه پنجم و ششم توسعه از بعد تحول در ساختار تولید صنعتی دارای پسرقت و از بعد تحول در ساختار تجارت صنعتی دارای پیشرفت بوده است.

در گزارش «تحلیل عملکرد رقابت‌پذیری صنعتی در اقتصاد ایران، (۱۳۹۸)» [۲] به ارزیابی و تحلیل عملکرد رقابت‌پذیری صنعتی ایران در مقایسه با کشورهای منطقه و منتخب جهان پرداخته شده است. مهم‌ترین توصیه سیاستی این تحقیق که از تحلیل روند شاخص‌های رقابت‌پذیری صنعتی ایران طی یک دوره بلندمدت حدود ۳۰ ساله منتج شد، این است که تحریم نمی‌تواند مانع جدی بر سر راه صادرات محصولات صنعتی با سطح فناوری بالا یا هایتک باشد.

با توجه به اهمیت موضوع، تحلیل پویای رقابت‌پذیری تولیدات داخلی مبنای تدوین این گزارش قرار گرفت. به این منظور پس از مقدمه در بخش دوم گزارش به تبیین وضع موجود پرداخته شد. در بخش سوم روش‌شناسی پژوهش، در بخش چهارم مدل تحلیل پویایی‌شناسی رقابت‌پذیری تولیدات داخلی و در بخش پنجم تحلیلی بر ارکان اصلی مسئله رقابت‌پذیری تولیدات داخلی تشریح شده و در نهایت توصیه‌های سیاستی برای ارتقای رقابت‌پذیری تولیدات داخلی ارائه شده است.

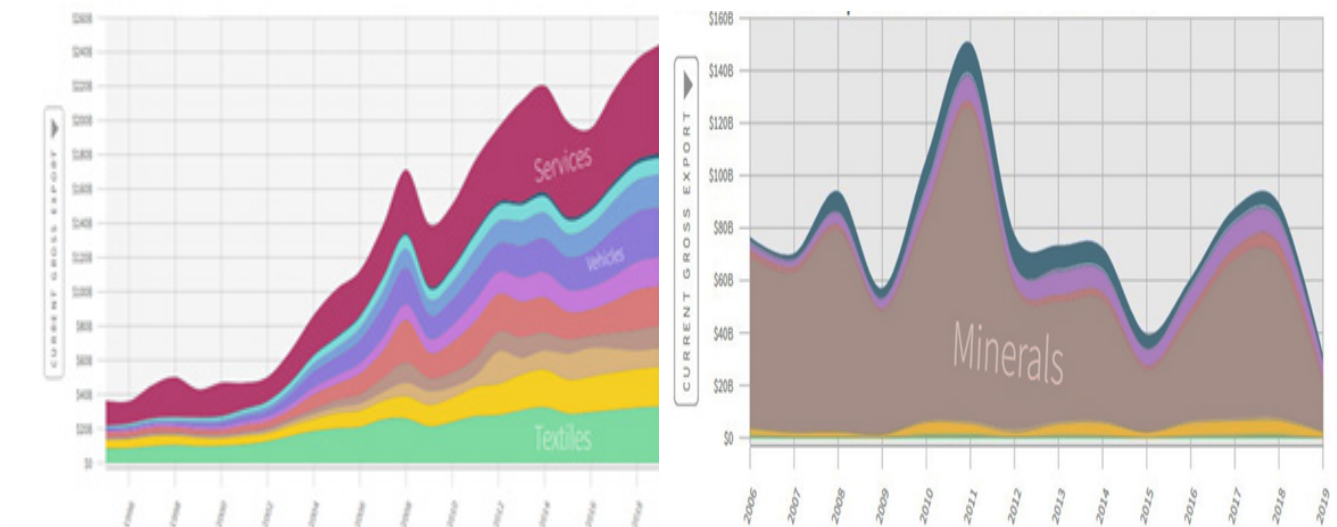
۲. تبیین وضع موجود

۱۴۰۰ حدود ۴۸/۶ میلیارد دلار نسبت به سال ۱۳۹۵ فقط حدود ۱۶ درصد رشد داشته است.

ترکیب صادرات صنعتی کشور نیز گواه دیگری بر ضرورت تقویت تعمیق ساخت داخل، تولید محصولات با ارزش افزوده بیشتر و ارتقای توان رقابت‌پذیری محصولات تولیدی کشور است. در سال ۱۳۹۹ بیش از ۵۴ درصد محصولات صادرات صنعتی کشور منبع محور و شامل فرآورده‌های حاصل از نفت و گاز و محصولات شیمیایی، کانی‌های فلزی و غیرفلزی و محصولات کشاورزی بوده و فقط ۰/۵ درصد از صادرات صنعتی کشور با فناوری بالا بوده است که دلالت بر ضعف رقابت‌پذیری در اقتصاد دارد. این مسئله خود ناشی از ضعف تولید، ضعف سرمایه‌گذاری، سهم کم روش‌های تولیدی دانش بنیان است. مقایسه شاخص‌های جهانی صادرات ایران و کشورهای رقیب همسایه نیز حاکی از سهم پایین ایران در عرصه رقابت‌پذیری تولیدات در دنیاست. برای نمونه در روند تغییرات تنوع محصولات صادراتی دو کشور ایران و ترکیه طی سال‌های ۱۳۷۹ الی ۱۳۹۸ ارائه شده است.

بررسی اسناد بالادستی از جمله سیاست‌های کلی اقتصاد مقاومتی، حاکی از آن است که همواره تقویت رقابت‌پذیری اقتصاد، برنامه‌ریزی تولید ملی متناسب با نیازهای صادراتی، شکل‌دهی بازارهای جدید، تنوع‌بخشی پیوندهای اقتصادی با کشورهای به‌ویژه با کشورهای منطقه و تولید محصولات با ارزش افزوده بیشتر مورد تأکید بوده است. در همین راستا در برنامه ششم توسعه کشور مقرر شده بود که تولید ناخالص داخلی کشور از رشد سالیانه ۸ درصد برخوردار باشد و صادرات غیرنفتی کالا و خدمات (بدون میعانات گازی) با رشد سالیانه ۲۱/۷ درصد از ۴۲ میلیارد دلار در سال ۱۳۹۵ به ۱۱۲/۷ میلیارد دلار در سال ۱۴۰۰ افزایش یابد. لازمه تحقق چنین اهدافی تولید محصولات با ارزش افزوده بالا و فروش آنها در بازارهای داخلی و خارجی از طریق بهبود محیط کسب و کار و تقویت توان رقابت‌پذیری تولیدات داخلی دارای اولویت است. این در حالی است که تولید ناخالص داخلی کشور به قیمت ثابت سال ۱۳۹۰ در سال ۱۴۰۰ نسبت به مقدار مشابه در سال ۱۳۹۵ تغییر چندانی نداشت و میزان صادرات غیرنفتی کشور در سال

شکل ۱. تنوع محصولات صادراتی ایران و ترکیه طی سال‌های ۱۳۷۹-۱۳۹۸ [۳]



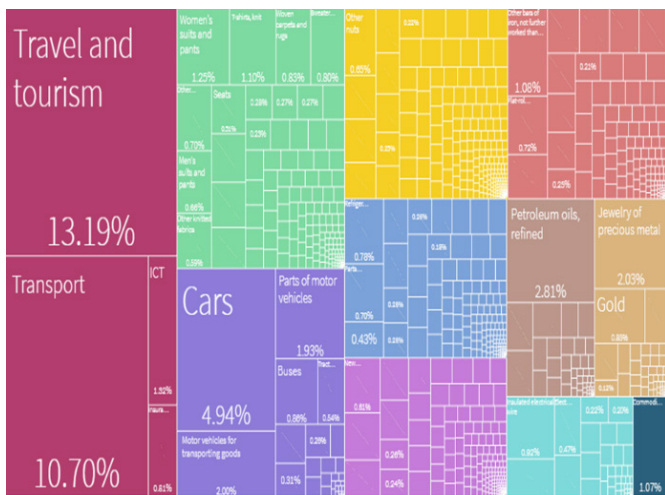
ترکیه

ایران

۱. در تعریف سازمان همکاری اقتصادی و توسعه از رقابت‌پذیری با رویکرد خرد، رقابت‌پذیری سطحی از تولید کالا و خدمات کشور است که در شرایط بازار آزاد بتواند تقاضای بازار جهانی را جذب کند و سطوح مختلف این تقاضا را برآورده کند. در عین حال از این طریق درآمد واقعی شهروندان را در بلندمدت افزایش دهد. در تعریف رقابت‌پذیری با رویکرد کلان، خلق مزیت رقابتی در نگاه‌های داخلی براساس نگاه فرایندی به رقابت، به معنای روش‌ها و محصولات جدید همراه با کاهش هزینه‌های تولید است و ارتقای بهره‌وری را دنبال می‌کند.

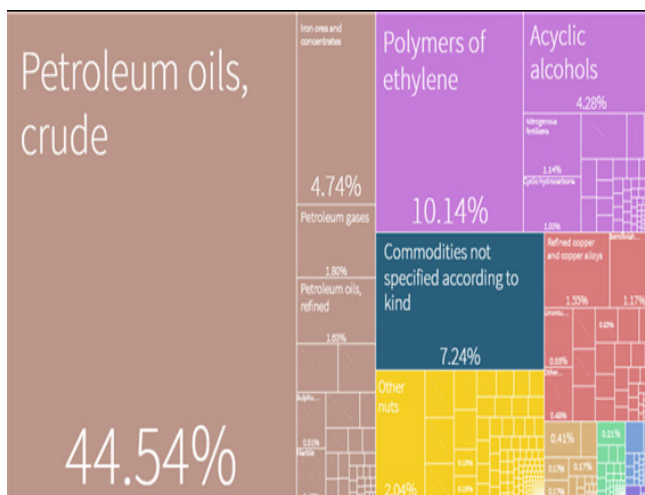
همان‌طور که از شکل ۱ مشخص است اقتصاد ترکیه که امروز به‌عنوان یک اقتصاد نوظهور شناخته می‌شود، در طول ۲۵ سال گذشته موفق به تنوع‌بخشی و افزایش پیچیدگی تولید و صادرات خود شده است، در حالی که ایران در این دوره عمدتاً صادرکننده مواد خام و منابع معدنی باقی مانده است. به‌منظور تبیین بیشتر این موضوع در شکل ۲ ترکیب محصولات صادراتی ایران و ترکیه در سال ۱۳۹۸ ارائه شده است.

شکل ۲. ترکیب محصولات صادراتی ایران و ترکیه در سال ۱۳۹۸ [۳]



ترکیه

چندوجهی رقابت‌پذیری تولیدات داخلی مستلزم تدوین نظام مسائل دقیق و منسجم است تا بتوان براساس برنامه‌ریزی دقیق، به رفع چالش‌ها و دستیابی به وضعیت مطلوب پرداخت. از این‌رو در گزارش حاضر تلاش شده است با استفاده از مدل پویایی‌شناسی مسائل حوزه رقابت‌پذیری کالاهای تولید داخل شناسایی شود.



ایران

در سال ۱۴۰۰ سهم ایران از صادرات جهانی حدود ۰/۳ درصد و شاخص تمرکز صادراتی ایران حدود ۰/۱۳ است. در حالی که برای مثال کشور ترکیه سهم حدود یک درصد از بازار جهانی و شاخص تمرکز صادراتی آن حدود ۰/۰۳ است. نمره بالای شاخص تمرکز، نشان‌دهنده تنوع پایین کالاهای صادراتی یک اقتصاد و ضرورت تغییر ساختار تولید و تجارت آن است. ماهیت

۳. روش‌شناسی پژوهش



متون، آثار، اسناد و مدارک صورت پذیرفته است. جهت تجزیه و تحلیل روابط میان داده‌ها و ترسیم شماتیک آن، مدل‌های آمار کیفی برای خلاصه‌سازی و دسته‌بندی به کار گرفته شده‌اند و از مدل دینامیک سیستم‌ها^۱ در راستای شبیه‌سازی و شناخت ارتباط علت و معلولی بین متغیرها و مفاهیم موجود و شبیه‌سازی و طراحی الگوی روابط میان متغیرها و مفاهیم استفاده شده است. علاوه بر این برای تحلیل اطلاعات، داده‌ها و پیاده‌سازی مدل، از نرم‌افزارهای تجزیه و تحلیل داده‌های کیفی مانند MAXQDA و نرم‌افزار شبیه‌سازی Vensim استفاده شده است.

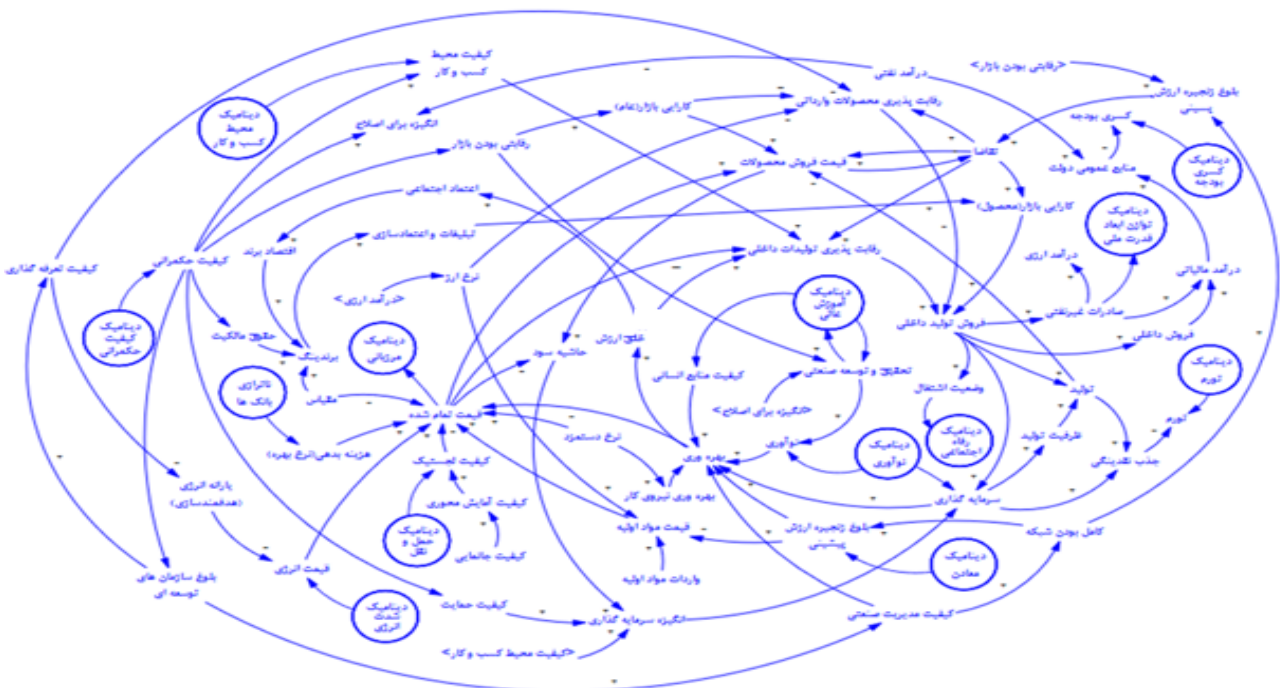
پژوهش حاضر در حیطه پارادایم تفسیرگرایی تعریف می‌شود و با توجه به اتخاذ رویکرد کیفی در این پژوهش، تکنیک تحلیل محتوا به مثابه استراتژی پژوهش مورد استفاده قرار گرفته است. با کاربرد این تکنیک تحلیلی، متن خوانی و تفحص در کتب، مقاله‌ها و نوشته‌های مرتبط با موضوع و دیدگاه‌های صاحب‌نظران و اندیشمندان مختلف در این زمینه در دستور کار قرار گرفته و متغیرها و عناصر ذهنی و عینی مسلط و دخیل در رقابت‌پذیری تولیدات داخلی مورد شناسایی قرار گرفته است. ابزار جمع‌آوری داده‌ها از طریق مصاحبه عمیق اکتشافی با متخصصان این عرصه و مطالعات تجربی، کتابخانه‌ای و بررسی

1. System Dynamics

۴. مدل تحلیل پویایی‌شناسی رقابت‌پذیری تولیدات داخلی

مسائل پیش‌گفته، ریشه در چالش‌هایی دارد که در چهار سطح عوامل سطح خرد (بنگاه)، سطح بخش (صنعت)، سطح فرابخش (عوامل کلان) و فراسطح (زمینه‌های سیاسی و فرهنگی) می‌توان تقسیم‌بندی کرد. به‌منظور تحلیل دقیق‌تر این موضوع، همان‌طور که در شکل ۳ مشخص است رقابت‌پذیری تولیدات داخلی به‌عنوان متغیر اصلی و عوامل اثرگذار بر آن به‌صورت مستقیم و غیرمستقیم (ذیل سطوح مختلف پیش‌گفته) در قالب مدل پویایی‌شناسی مورد توجه قرار گرفته است.

شکل ۳. متغیرهای موجود در مدل پویایی‌شناسی رقابت‌پذیری تولیدات داخلی



مأخذ: یافته‌های گزارش

بازار، عرضه محصول یا خدمت با قیمت کمتر است، لکن در ایران به‌دلیل بالا بودن هزینه‌های تأمین مواد اولیه ناشی از مشکلات تأمین مالی، وابستگی تولید به واردات و جهش نرخ ارز، بالا بودن هزینه‌های لجستیک ناشی از الگوی نامناسب توزیع آمایشی صنایع، ضعف شبکه تأمین و زیرساخت‌های پشتیبان، پایین بودن بهره‌وری عوامل تولید و ضعف مدیریت صنعتی و عدم رعایت صرفه‌های مقیاس، قیمت تمام‌شده محصول بالاست که موجب کاهش قدرت رقابت‌پذیری می‌شود.

■ تقاضا

یکی از عواملی که تولید با استفاده از صرفه‌های مقیاس را میسر می‌کند، میزان تقاضا و اندازه بازار است. در حوزه تقاضای داخلی

در مدل توسعه داده شده، رقابت‌پذیری تولیدات داخلی متأثر از متغیرهای مختلفی است که سرریز آثار تمامی متغیرها و زیرسیستم‌های مربوطه از مسیر چهار متغیر **تقاضا، فضای کسب و کار، خلق ارزش و قیمت تمام‌شده** بر متغیر رقابت‌پذیری داخلی وارد شده است. در این گزارش بر چهار عامل که به‌طور مستقیم بر رقابت‌پذیری تولیدات داخلی اثرگذار است، تمرکز شده که در ادامه به‌اختصار هر مورد و عوامل مؤثر بر آن شرح داده شده و سپس به‌صورت تفصیلی‌تر در متن گزارش و در قالب نمودارهای مربوطه توضیح داده شده است.

■ قیمت تمام‌شده

یکی از پارامترهای مؤثر در ورود آسان‌تر به بازار و سهم‌گیری بیشتر



■ توان پایین خلق ارزش افزوده در واحدهای صنعتی

در سیاست‌های نظام و قوانین کشور همواره سیاست پیشتازی اقتصاد دانش‌بنیان و تولید و صادرات محصولات دانش‌بنیان مورد توجه بوده است. یکی از شاخص‌هایی که تحقق این هدف را متبلور می‌کند توان خلق ارزش افزوده واحدهای صنعتی است که از نسبت ارزش افزوده محصول به ستانده آن محاسبه می‌شود. بررسی آمار کارگاه‌های صنعتی ۱۰ نفر کارکن و بیشتر حاکی از آن است که ارزش افزوده صنعت به ستانده آن در سال‌های اخیر روند تقریباً ثابتی داشته است. ضعف بخش تولید در خلق ارزش افزوده را می‌توان ناشی از عوامل متعددی همچون اتکای تولید به منابع طبیعی، سرمایه‌گذاری ناکافی در تحقیق و توسعه و ضعف ایجاد نهادهای واسطه تبادل فناوری به منظور تسهیل تعاملات متقاضی و عرضه‌کنندگان محصول فناوری محور دانست.

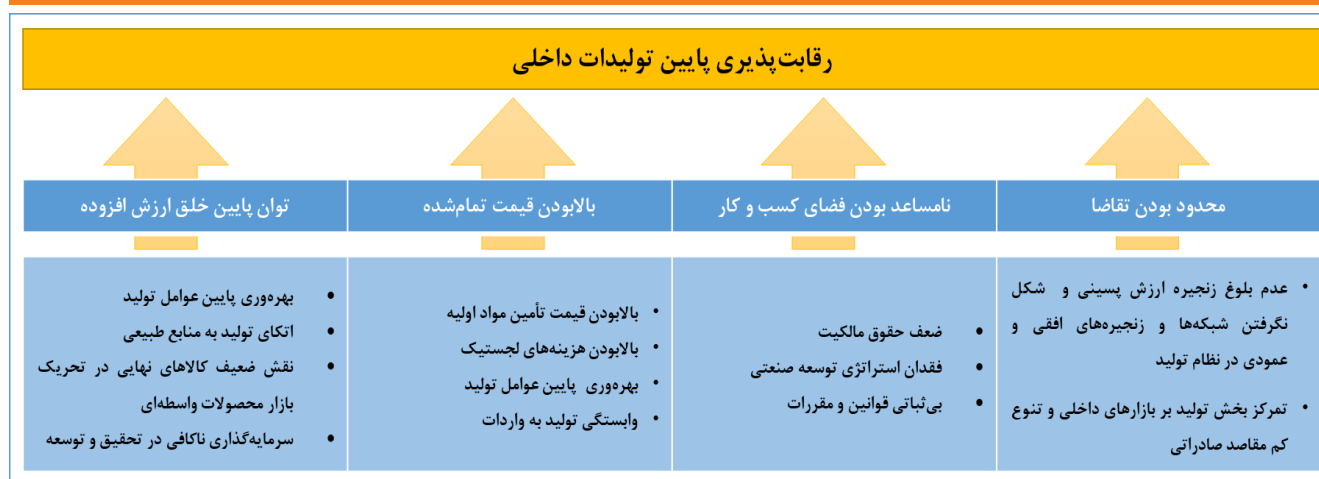
در شکل ۴ تصویری از چهار عامل اصلی مدل تحلیل پویای رقابت‌پذیری تولیدات داخلی ارائه شده است و در بخش بعدی به معرفی و تحلیل مدل پرداخته می‌شود.

برای محصولات، یکی از عوامل مؤثر بلوغ زنجیره‌های ارزش پسینی و تقاضای محصولات تولیدی توسط بخش‌های مختلف اقتصادی است. همچنین ایجاد زمینه‌های لازم برای بهره‌گیری از ظرفیت بازارهای بین‌المللی می‌تواند در افزایش تقاضا برای محصولات تولید داخل و بزرگ شدن اندازه بازار مؤثر باشد.

■ فضای کسب‌وکار

فضای مساعد کسب‌وکار یکی از راهبردهای رشد و توسعه فعالان اقتصادی در هر کشور است. به عبارتی فضای کسب‌وکار، فرصت‌ها و انگیزه‌های بنگاه‌ها را برای سرمایه‌گذاری، ایجاد اشتغال و توسعه کسب‌وکارها شکل می‌دهد و عوامل متعددی از جمله ثبات سیاسی و اقتصادی، قوانین و مقررات کسب‌وکار، اندازه و کارایی دولت، بازارهای مالی و کیفیت زیرساخت‌ها را شامل می‌شود. تلاش برای بهبود فضای کسب‌وکار منجر به ارتقای قابلیت و توانمندی فعالان بخش خصوصی در رقابت‌پذیری می‌شود.

شکل ۴. عوامل مؤثر بر رقابت‌پذیری تولیدات داخلی



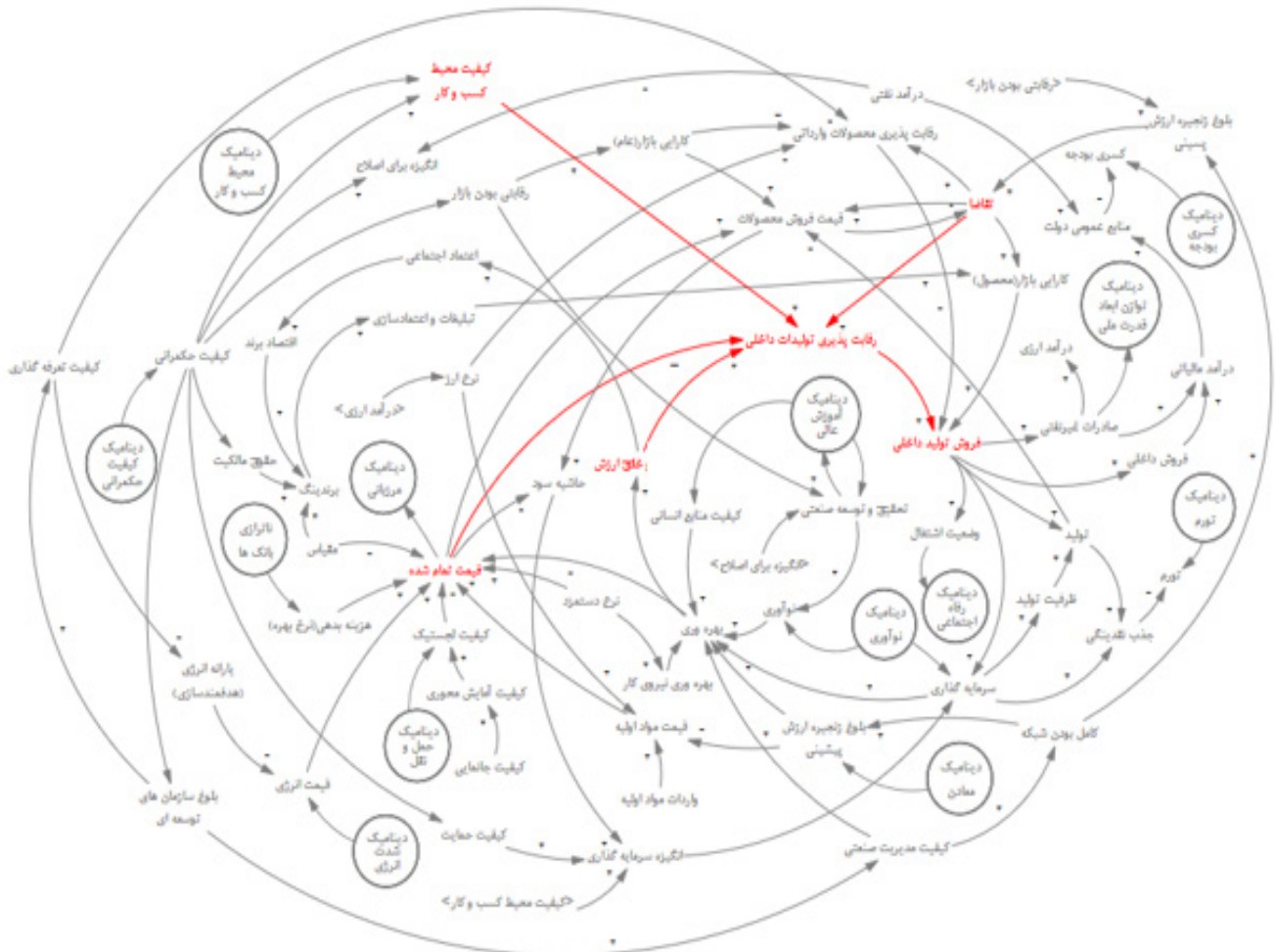
مأخذ: همان.

۵. تحلیلی بر ارکان اصلی مسئله رقابت‌پذیری تولیدات داخلی

شده است. همچنین زیرسیستم‌هایی که خارج از سیستم بر متغیرهای سیستم مورد بررسی در این گزارش تأثیر می‌گذارند و یا از آنها تأثیر می‌پذیرند در شکل با دایره مشخص شده‌اند. در شکل‌های بعدی به صورت مبسوط متغیرها و روابط میان آنها معرفی خواهند شد.

در این بخش متغیرها و روابط موجود در مدل توسعه داده شده (شکل ۳) در قالب شکل‌های مختلف و پیوسته معرفی می‌شوند. تشریح مدل از متغیر محوری «رقابت‌پذیری تولیدات داخلی» و عوامل تأثیرگذار بر آن آغاز شده و به تدریج سایر متغیرها و روابط آنها نیز با متغیرهای قبلی نشان داده

شکل ۵. عوامل مؤثر بر متغیر رقابت‌پذیری تولیدات داخلی - سطح ۱



مأخذ: همان.

۵-۱. تقاضا و قیمت تمام شده

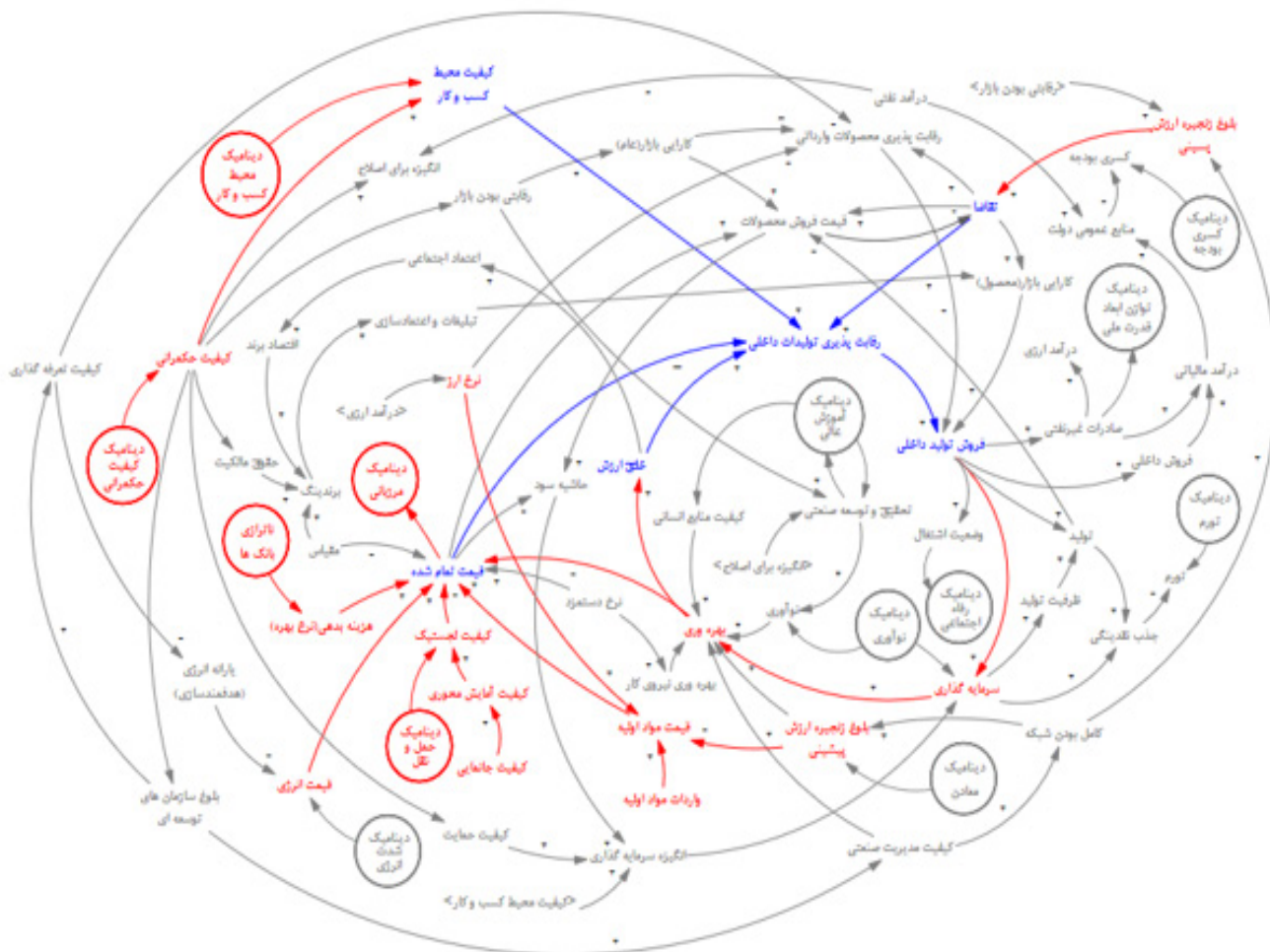
همان‌طور که اشاره شد یکی از متغیرهای اثرگذار بر رقابت‌پذیری تولیدات داخلی تقاضا است که تحت تأثیر بلوغ زنجیره ارزش پسینی و قیمت فروش محصولات است. بر قیمت فروش محصولات عوامل متعددی از جمله قیمت تمام شده محصول، میزان عرضه و تقاضا و کارایی بازار اثر دارد. قیمت تمام‌شده محصولات نیز تحت تأثیر بهره‌وری، قیمت مواد اولیه، کیفیت لجستیک، قیمت انرژی، نرخ دستمزد، هزینه تأمین مالی و مقیاس واحد اقتصادی است. قیمت مواد اولیه نیز خود از واردات مواد اولیه، نرخ ارز و بلوغ زنجیره ارزش پسینی اثر می‌پذیرد (شکل ۶).

همان‌طور که از شکل ۵ مشخص است، در صورتی که هر یک از عوامل تقاضا، فضای کسب‌وکار و یا خلق ارزش با رشد رو به رو شوند و یا قیمت تمام شده محصولات کاهش یابد، رقابت‌پذیری محصولات تولید شده نیز افزایش می‌یابد و باعث افزایش فروش می‌شود. طبق شکل، فروش تولیدات داخلی متغیری است که از متغیر رقابت‌پذیری تولیدات داخلی تأثیر می‌پذیرد.

متغیرهای اثرگذار بر متغیر رقابت‌پذیری تولیدات داخلی تحت تأثیر عوامل مختلفی هستند که در ادامه در قالب شکل‌های مختلف توضیح داده شده است.



شکل ۶. عوامل اثرگذار بر متغیر رقابت پذیری تولیدات داخلی - سطح ۲



مأخذ: همان.

سبب شد با کاهش نرخ ارز حقیقی، تولیدکنندگان ترجیح دهند کالاهای واسطه‌ای و مواد اولیه را از کشورهای دیگر وارد کرده و از بنگاه‌های تولیدی داخل کشور خریداری نکنند. به این ترتیب به استثنای زنجیره‌های مبتنی بر منابع طبیعی و محصولات خام کشاورزی و معدنی، در سایر صنایع به دلیل وابستگی زنجیره تولید به نهاده‌های وارداتی، قیمت تمام شده محصولات متناسب با افزایش نرخ ارز اسمی افزایش می‌یابد و کماکان تولیدات کشور قدرت رقابت با تولیدات خارجی را ندارد [۴]. وابستگی بخش تولید به واردات در آمار جدول ۱، قابل ردیابی است. مطابق آمار جدول در سال ۱۴۰۰ حدود ۶۸ درصد ارزش واردات کشور را کالاهای واسطه‌ای و نزدیک به ۱۵ درصد را کالاهای سرمایه‌ای به خود اختصاص داده‌اند.

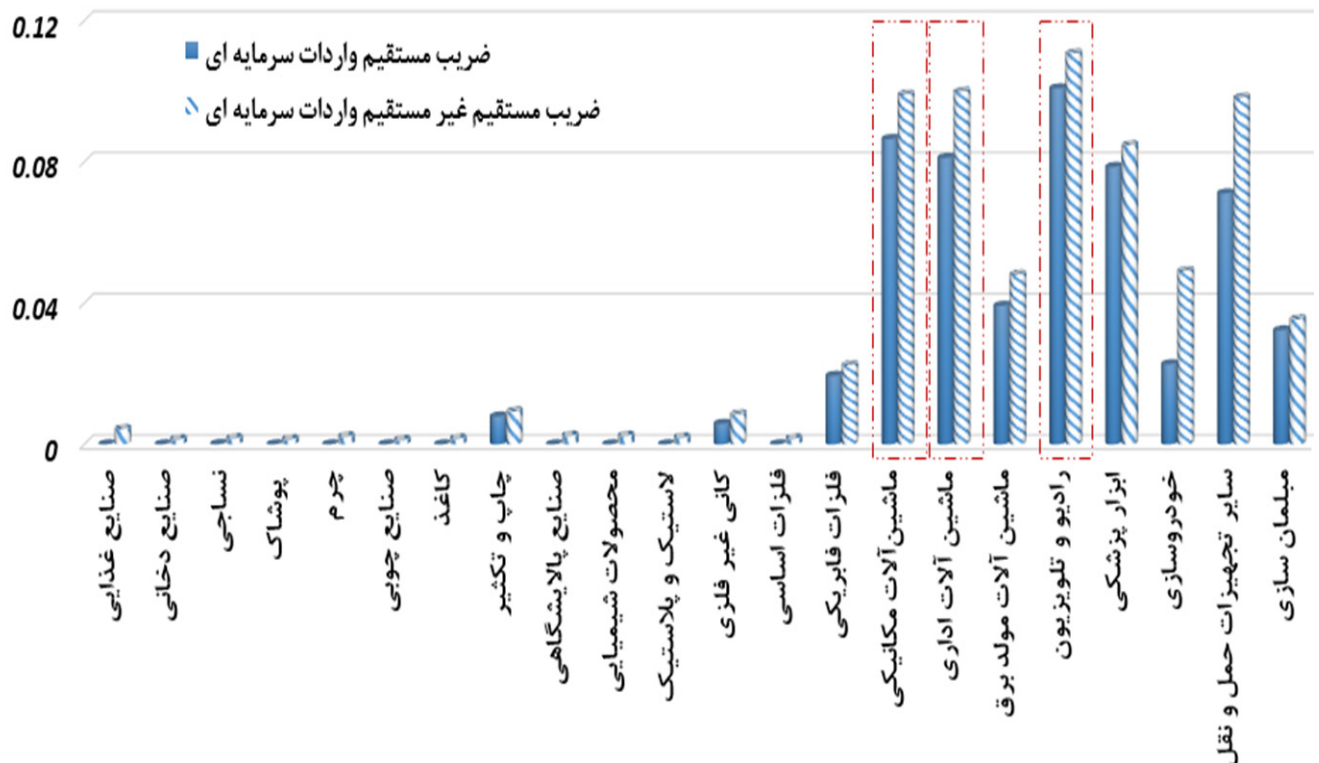
یکی از ویژگی‌های بخش صنعت وجود پیوندهای پسین و پیشین گسترده درون بخش و با سایر بخش‌های اقتصادی است. بخش صنعت از یکسو متقاضی محصولات سایر بخش‌ها از جمله بخش معدن، کشاورزی و نفت و گاز است و از سوی دیگر محصولات تولیدی این بخش مورد استفاده سایر بخش‌های اقتصادی قرار می‌گیرد. هر چقدر بخش‌های پیشین در زنجیره ارزش، محصولات متنوع‌تر با کمیت و کیفیت مناسب در اختیار بخش صنعت قرار دهد، بدان معناست که مواد اولیه مورد نیاز بخش صنعت با قیمت و کیفیت مناسب تأمین شده که می‌تواند به ارتقای رقابت‌پذیری محصولات تولیدی کمک کند. یکی از عوامل تضعیف صنایع واسطه در طول زنجیره ارزش، اتخاذ سیاست‌های نامناسب ارزی از جمله تثبیت نرخ ارز طی سالیان متمادی است. این سیاست

جدول ۱. ترکیب واردات به تفکیک نوع مصرف در سال ۱۴۰۰ [۵]

نوع کالا	ارزش (میلیون دلار)	وزن (هزار تن)	سهم ارزشی از کل (درصد)
واسطه‌ای	۳۴۵۰۴	۳۵۱۸۳	۶۸
سرمایه‌ای	۷۴۱۹	۷۶۷	۱۴/۶
مصرفی	۷۴۴۳	۱۳۱۴	۱۴/۷
نامشخص	۱۳۴۷	۱۶۹۹	۲/۷
جمع واردات	۵۰۷۱۳	۳۸۹۶۳	۱۰۰

در شکل ۷، ضریب وابستگی وارداتی به تجهیزات سرمایه‌ای به تفکیک رشته فعالیت‌های صنعتی ارائه شده است.

شکل ۷. ضریب وابستگی وارداتی به تجهیزات سرمایه‌ای در رشته فعالیت‌های صنعتی [۶]



همان‌طور که از شکل ۷، مشخص است صنعت مبنایی کشور یعنی صنعت ماشین‌سازی که باید تأمین‌کننده ماشین‌آلات صنایع مادر و صنایع ساخت‌محور باشد، بیشترین وابستگی به واردات را دارد. به عبارتی کشور همچنان به ماشین‌آلات و کالاهای سرمایه‌ای وارداتی وابسته است، صنایع بزرگ و مادر ارتباط پیشین ضعیف با صنایع ماشین‌سازی دارند و ارتباط پسین ضعیف با بخش تولید کالایی دارند.

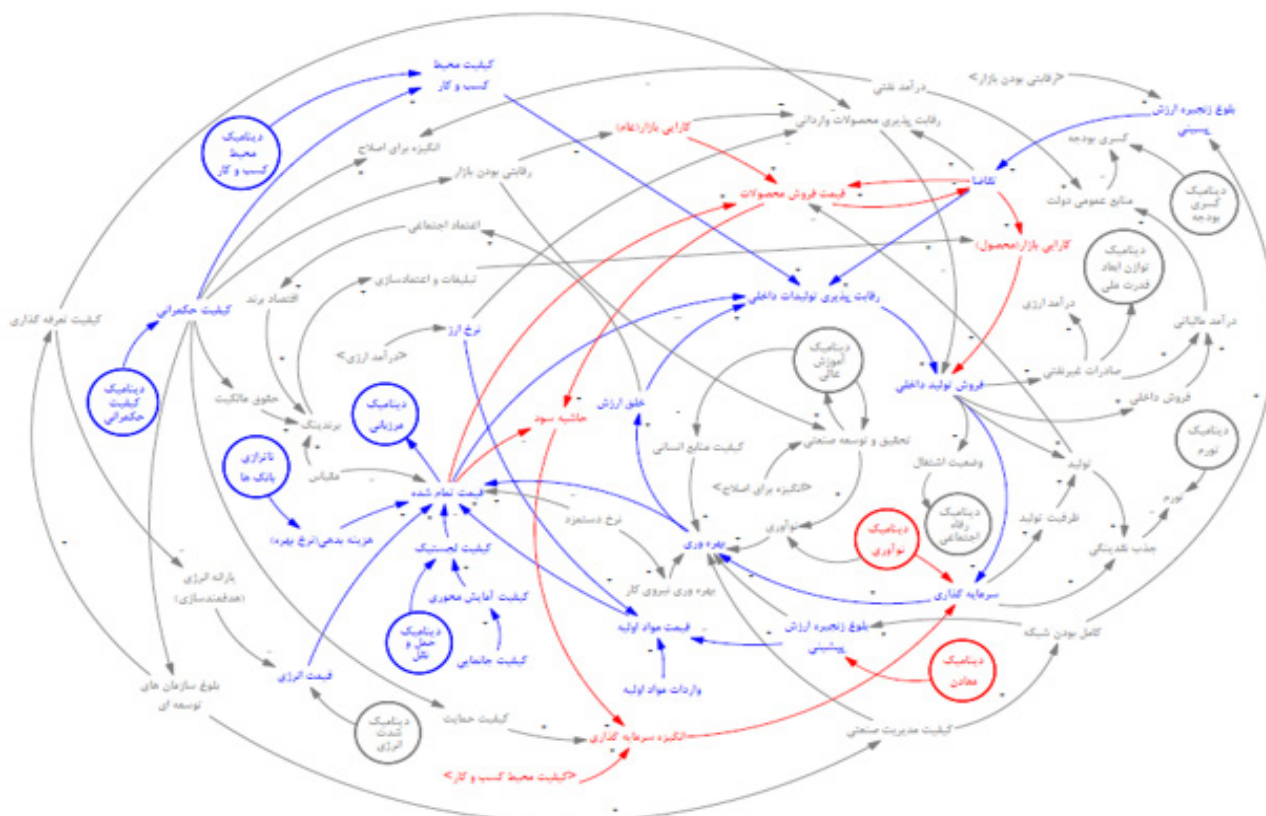
سال ۱۳۹۸ متوسط هزینه پرداختی بخش صنعت برای حمل و نقل حدود ۲۳ درصد از کل پرداختی‌های غیرصنعتی این بخش (شامل حق بیمه، خدمات آموزشی، کارمزد بانک، هزینه تبلیغات و اجاره و سایر موارد) بوده است. روابط علی و معلولی مرتبط با کیفیت لجستیک در گزارش مدل پویایی‌شناسی حمل و نقل بررسی شده است.

همان‌طور که در شکل ۶ مشخص است نرخ دستمزد و هزینه انرژی به‌عنوان بخشی از هزینه‌های عوامل تولید نیز بر قیمت تمام شده مؤثر و رابطه مستقیم با آن دارد. با افزایش قیمت تمام شده از یکسو رقابت‌پذیری محصولات داخلی تضعیف و از سوی دیگر واردات به صرفه می‌شود که یا از طریق واردات رسمی یا قاچاق تأمین می‌گردد. موضوعات مرتبط به این مقوله در گزارش مجزای دینامیک مرزبانی قابل پیگیری است.

یکی دیگر از عوامل مؤثر بر قیمت فروش محصول، کارایی بازار است که در شکل ۸، به روابط علی و معلولی این متغیر پرداخته شده است.

از دیگر موضوعاتی که موجب افزایش قیمت تمام شده محصولات تولیدی در کشور می‌شود، هزینه تأمین مالی از جمله تأمین سرمایه در گردش است. نتایج پایش ملی کسب و کار نشان می‌دهد که در محیط مالی مؤلفه‌های «غیرقابل پیش‌بینی بودن تغییرات قیمت مواد اولیه و محصولات» و «تأمین مالی از سیستم بانکی»، بیشترین سهم را در ایجاد شرایط نامناسب برای فعالان اقتصادی کشور داشته است. در سال ۱۴۰۰ شاخص محیط مالی با میانگین نمره ۸/۱۵ از ۱۰ بیشترین تأثیر منفی را بر محیط کسب و کار داشته و عدم تنوع تأمین مالی بخش تولید و سهم غالب نظام بانکی در تأمین مالی بخش صنعت و معدن (از جمله چالش‌های این بخش بوده است. عدم توجه به آمایش سرزمین و کیفیت جانمایی طرح‌ها و ضعف در زیرساخت‌های حمل و نقل سبب افزایش هزینه‌های لجستیک و به دنبال آن افزایش قیمت تمام شده محصول و در نتیجه کاهش رقابت‌پذیری تولیدات داخلی شده است. براساس آمار کارگاه‌های صنعتی ۱۰ نفر کارکن و بیشتر در

شکل ۸. کارایی بازار، حاشیه سود و انگیزه سرمایه‌گذاری



مأخذ: یافته‌های گزارش.

مناسب فناوری برآمده از فضای رقابتی، در حد ضعیف ارزیابی می‌شود. براساس گزارش عملکرد رقابت صنعتی منتشر شده توسط یونیدو در سال ۱۳۹۹ بیش از ۵۴ درصد محصولات صادرات صنعتی کشور منبع محور، ۱۳ درصد با فناوری پایین، ۳۲/۵ درصد با فناوری متوسط و فقط ۰/۵ درصد از محصولات صادراتی کشور با فناوری بالا بوده است. از دیگر متغیرهای مهم در مدل، حاشیه سود محصولات است که انگیزه‌های سرمایه‌گذاری را تحریک کرده و سرمایه‌ها را جذب می‌کند. این در حالی است که حاکمیت فضای غیررقابتی در برخی از حلقه‌های زنجیره ارزش در بخش تولید کشور، موجب عدم توازن توزیع سود در زنجیره ارزش و توسعه نامتوازن صنایع شده است. برای مثال در جدول ۲، قیمت انواع محصولات نساجی و پوشاک در طول زنجیره ارزش آن ارائه شده است.

کارایی بازار تحت تأثیر رقابتی بودن بازار بوده و بر قیمت فروش محصولات اثر می‌گذارد. افزایش رقابتی بودن بازار، موجب ارتقای انگیزه تحقیق و توسعه صنعتی شده و نوآوری بهبود می‌یابد. علاوه بر این، افزایش رقابتی بودن موجب افزایش کارایی و کاهش رقابت‌پذیری محصولات وارداتی شده و فروش تولیدات داخلی را افزایش می‌دهد. در ایران به دلیل اینکه از یکسو غالب بنگاه‌های بخش خصوصی، کوچک است و عمده بنگاه‌های بزرگ، تحت مالکیت یا مدیریت دولتی هستند و از سوی دیگر وجود سیاست‌های حمایتی غیرهدفمند و بدون زمان‌بندی مشخص به دلیل فقدان استراتژی توسعه صنعتی، سبب شده که فضای رقابتی در ساختار بازار کشور ضعیف باشد. در همین راستا عملکرد فعالیت‌های صنعتی کشور برای تولید محصولات با ارزش افزوده بالا و محتوای

جدول ۲. قیمت انواع محصولات نساجی و پوشاک (بر حسب کیلوگرم بر دلار) [۷]

شرح	مقدار تولید (هزار تن)	ارزش تولید (میلیون دلار)	قیمت هر واحد محصول (کیلوگرم بر دلار)	نسبت قیمت
الیاف	۱۵۰	۳۷۵	۲/۵	-
نخ	۵۲۶	۲۳۶۷	۴/۵	قیمت نخ به الیاف: ۱/۸
پارچه	۴۸۶	۳۴۰۹	۷	قیمت پارچه به نخ: ۱/۵۶
پوشاک (تولید)	۳۹۰	۵۰۷۰	۱۳	قیمت پوشاک به پارچه: ۱/۸۶

۵-۲. بهره‌وری و خلق ارزش

بهره‌وری به معنای قابلیت خلق ارزش و محصول از منابع معین است، یعنی با استفاده از منابع معین تولید، هر چه میزان محصول بیشتری حاصل شود، بهره‌وری افزایش می‌یابد [۸]. در شکل ۹ متوسط رشد شاخص بهره‌وری کل عوامل تولید طی دهه ۱۳۹۰ به تفکیک بخش‌های اقتصادی ارائه شده است.

همان‌طور که از آمار جدول ۲ مشخص است کمترین نسبت قیمت مربوط به پارچه بوده و به همین دلیل انگیزه سرمایه‌گذاری در این حلقه زنجیره ارزش در برابر سایر حلقه‌ها از جمله نخ و پوشاک کمتر است.

از دیگر عواملی که بر قیمت تمام شده اثر معکوس دارد، بهره‌وری عوامل تولید است که در بخش بعد توضیح داده شده می‌شود.

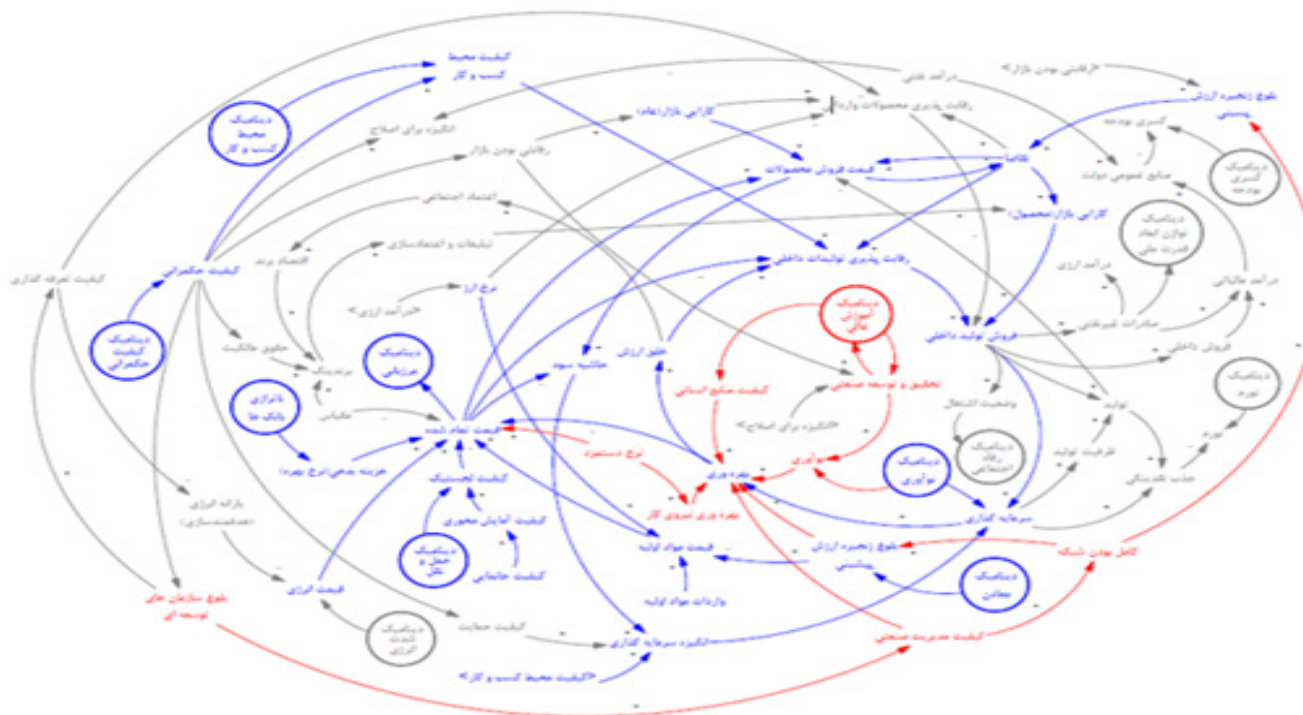
شکل ۹. متوسط رشد شاخص بهره‌وری کل عوامل تولید به تفکیک بخش‌های اقتصادی طی سال‌های ۱۳۹۰-۱۳۹۹ [۹]



وضعیت مناسبی ندارد و این امر می‌تواند دلیلی بر ضعف جدی در استفاده مناسب از شیوه‌های تولید و بهره‌مندی از فناوری‌ها در عرصه‌های مختلف تولید باشد. شکل ۱۰ به متغیر بهره‌وری در مدل رقابت‌پذیری تولیدات داخلی اشاره دارد.

همان‌طور که آمار شکل ۹ نشان می‌دهد، در اغلب بخش‌های اقتصادی کشور شاخص بهره‌وری کل عوامل تولید طی ۱۰ سال گذشته رشد منفی داشته است، این بدان معناست که بخش‌های اقتصادی کشور در استفاده کارا از منابع و نهاده‌های در اختیار خود

شکل ۱۰. بهره‌وری در مدل رقابت‌پذیری تولیدات داخلی

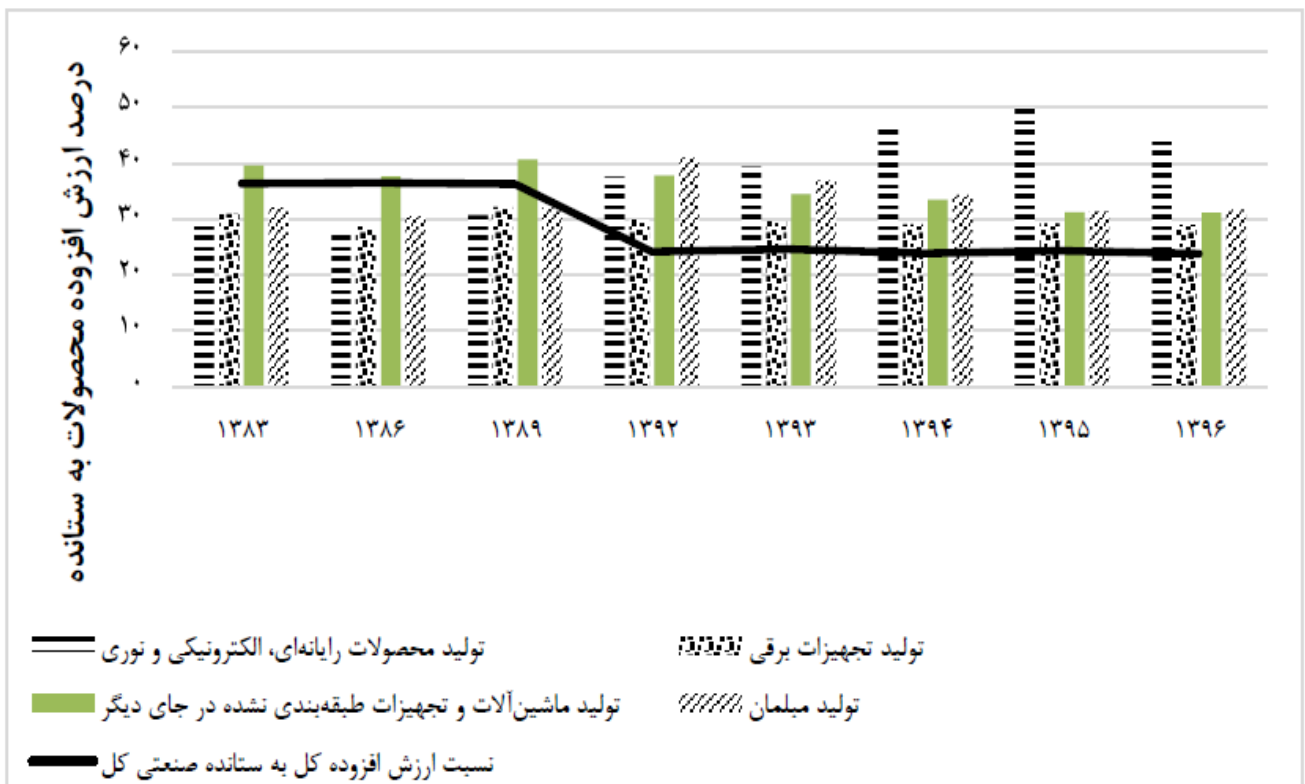


مأخذ: یافته‌های گزارش

فناوری در تولید صورت گیرد. غفلت از مقوله تحقیق و توسعه در نگاه‌ها، ضعف در استفاده از دانش‌های ضمنی و صریح و تبدیل دانش به فناوری و تجاری‌سازی آن، کشور را در یک تقسیم‌کار بین‌المللی ناخواسته در تولید کالاهای اولیه و تولید منابع طبیعی با ارزش افزوده پایین محدود می‌سازد [۸]. در شکل ۱۱ روند تغییرات نسبت ارزش افزوده کل صنعت به ستانده یا به عبارتی شاخص توان خلق ارزش افزوده ارائه شده است. همان‌طور که از آمار شکل ۱۱ مشخص است، شاخص توان خلق ارزش افزوده تقریباً روندی ثابت داشته و حتی در مقطعی کاهش هم پیدا کرده، به‌گونه‌ای که در سال‌های اخیر حدود ۲۳ درصد بوده است.

مطابق شکل ۱۰، متغیر بهره‌وری از کیفیت منابع انسانی، کیفیت مدیریت صنعتی، زنجیره ارزش پیشینی و همچنین نوآوری و سرمایه‌گذاری و سهم عوامل تولید از محصول تأثیر می‌گیرد و بر روی خلق ارزش و قیمت تمام شده تأثیر می‌گذارد. بر طبق روابط علی و معلولی نمایش داده شده، در صورتی که هر یک از متغیرهای کیفیت منابع انسانی و مدیریت صنعتی، سرمایه‌گذاری، نوآوری، بلوغ زنجیره ارزش پیشینی و سهم عوامل تولید از محصول افزایش یابند، بهره‌وری نیز افزایش یافته و این افزایش به کاهش قیمت تمام شده و افزایش خلق ارزش منجر می‌شود. در دنیای صنعتی امروز، رشد تولید باید از طریق انباشت دانش و به‌کارگیری مناسب

شکل ۱۱. توان خلق ارزش افزوده صنایع مصرفی و سرمایه‌های طی سال‌های ۱۳۸۳ تا ۱۳۹۶ (۱۰)



یافته و به صورت مشخص، شبکه‌سازی عمودی و افقی در صنایع کشور را در پی دارد. شایان ذکر است عوامل مؤثر بر تحقیق و توسعه و نوآوری در گزارش‌های مرتبط با مدل‌های پویایی‌شناسی آموزش عالی و نوآوری بررسی شده است.

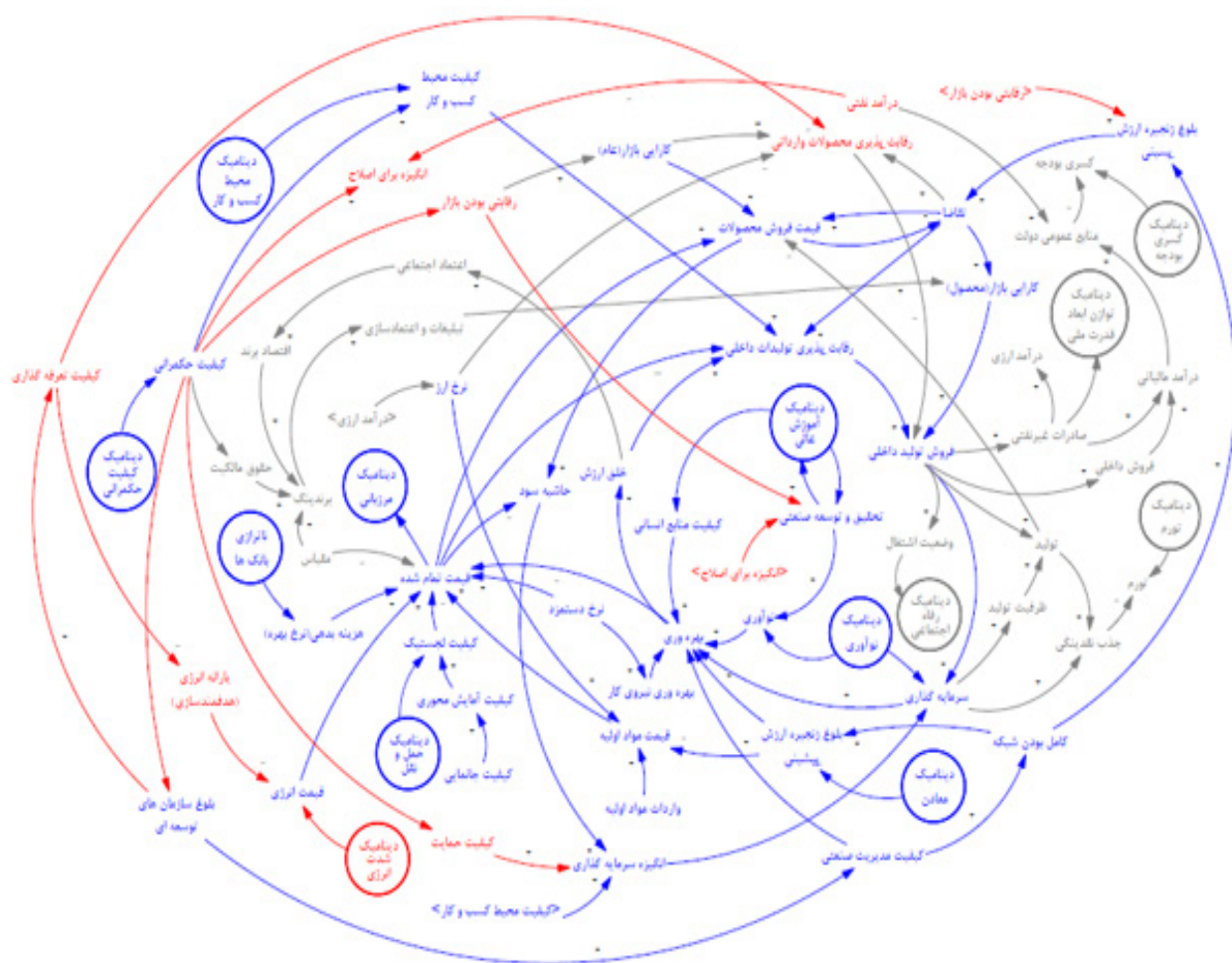
کاهش توان خلق ارزش افزوده در صنایع سرمایه‌ای موجب کاهش سهم این صنایع از تولیدات صنعتی و نقش ضعیف کالاهای نهایی در تحریک بازار محصولات واسطه‌ای در زنجیره صنایع مختلف می‌شود [۱۱] و در نتیجه، عدم شکل‌گیری ساختار روابط توسعه

۵-۳. فضای کسب و کار و کیفیت حکمرانی

کیفیت فضای کسب و کار متأثر از کیفیت حکمرانی است که در شکل ۱۲ مورد بررسی قرار گرفته است. رقابتی بودن بازار، انگیزه اصلاح، حقوق مالکیت، سیاست‌های صنعتی، کیفیت حمایت (متأثر از استراتژی توسعه صنعتی) و بلوغ سازمان‌های توسعه‌ای متغیرهایی هستند که از کیفیت حکمرانی اثر می‌پذیرند. تجربه نشان می‌دهد، انگیزه اصلاح در ساختار حکمرانی کشور تحت تأثیر درآمدهای نفتی است و هر چه درآمدهای نفتی افزایش یابد تمایل به تغییرات و اصلاح شرایط کمتر می‌شود. به عبارتی وجود درآمدهای نفتی در اقتصاد که می‌توانست به سرعت گذار

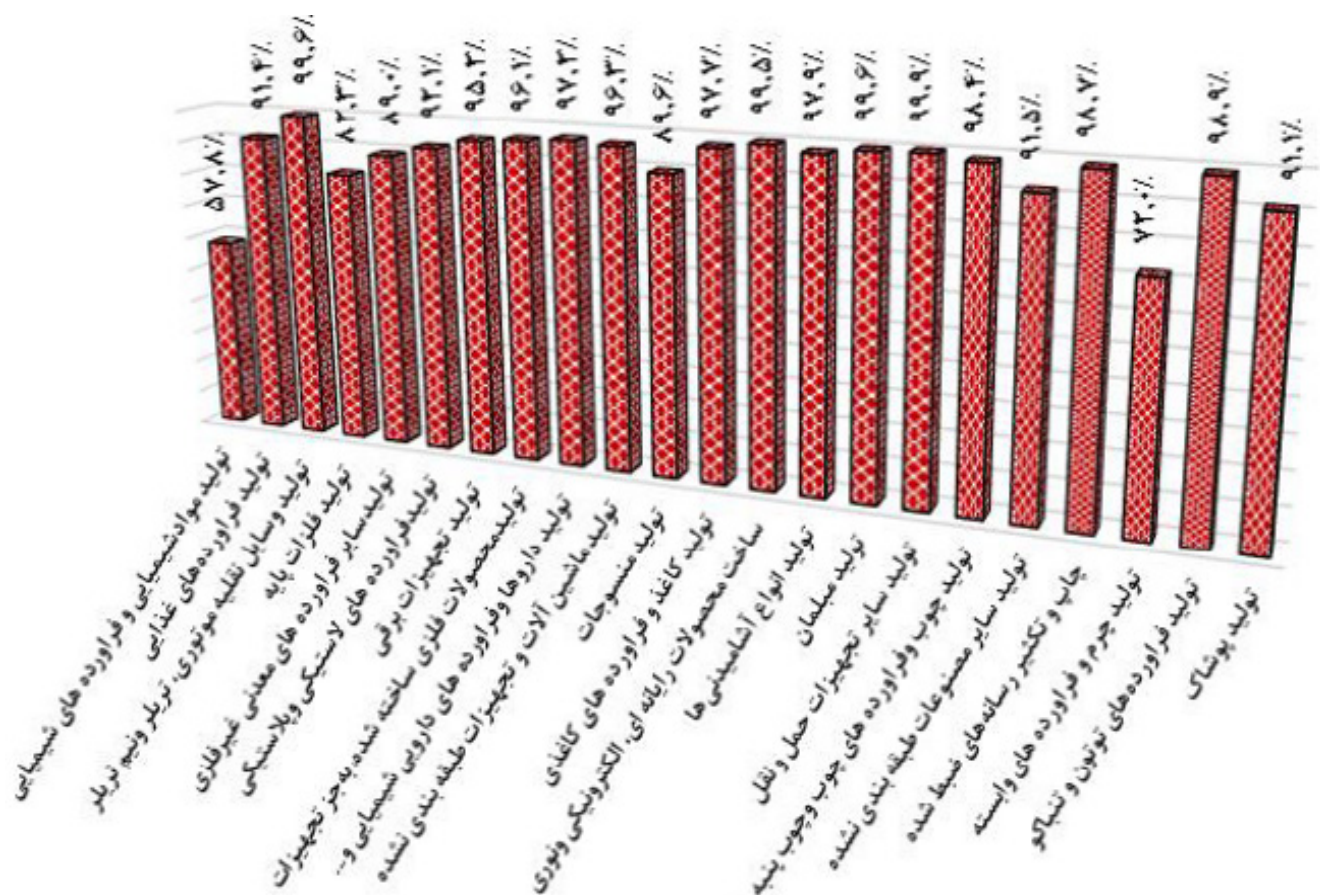
اقتصاد به سمت توسعه یافتگی کمک کند، موجب شد که اقتصاد کشور در دام بیماری هلندی گرفتار شود و بنیه تولیدی ضعیف بماند [۸]. تبلور انگیزه برای اصلاح در کیفیت تعرفه‌گذاری به عنوان یک ابزار حاکمیتی، متغیر تعیین‌کننده دیگری است که بر روی رقابت‌پذیری محصولات وارداتی اثر می‌گذارد. چنانچه اولویت‌های صنعتی در کشور با معیارها و شاخص‌های مناسب تعیین شود در آن صورت می‌توان با سیاست‌های حمایتی هدفمند و زمان‌دار از جمله استفاده صحیح از ابزار تعرفه‌گذاری باعث افزایش رقابت‌پذیری تولیدات صنایع اولویت‌دار و به تبع کاهش رقابت‌پذیری محصولات وارداتی در این صنایع شد.

شکل ۱۲. کیفیت حکمرانی در مدل رقابت‌پذیری تولیدات داخلی



شایان ذکر است سیاست‌های حمایتی غیرهدفمند از جمله موانع تعرفه‌ای و غیرتعرفه‌ای غیر نظام‌مند در کشور، موجب عدم نیاز و انگیزه کافی بخش تولید برای رقابت‌پذیری با محصولات خارجی در بازارهای داخلی و بین‌المللی شده، به نحوی که حاشیه امن برای اکثر تولیدات داخلی کشور ایجاد شده است. از این رو مشاهده می‌شود حدود ۹۰ درصد کل تولیدات صنایع کشور بر بازار داخلی متمرکز است (شکل ۱۳).

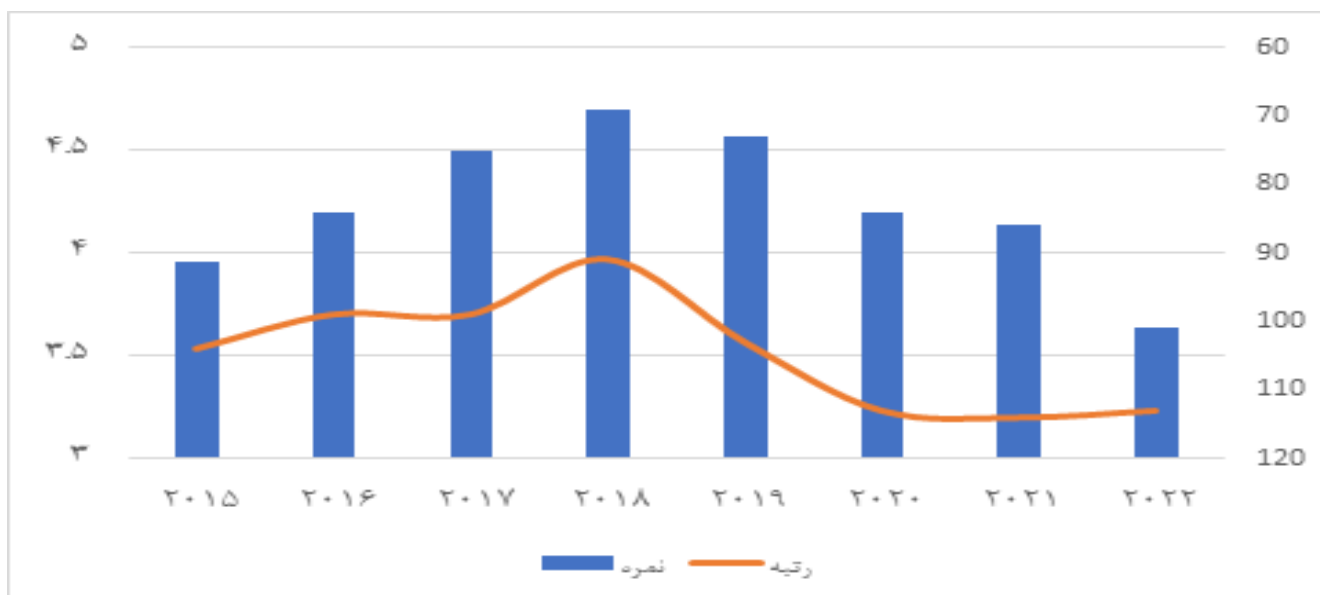
شکل ۱۳. میزان تمرکز رشته‌فعالیت‌های صنعتی بر بازار داخل [۱۲]



یعنی دولت، سازمان‌ها و مردم، عامل تعیین‌کننده مهمی در وضعیت فضای کسب و کار است [۸]. ضعف نهاد حقوق مالکیت هزینه مبادله را افزایش می‌دهد و سبب می‌شود که رفتار بنگاه‌های اقتصادی به سمت فعالیت‌هایی کشیده شود که مستلزم داشتن سرمایه اندک، افق‌های کوتاه مدت برنامه ریزی و مقیاس‌های کوچک فعالیت باشد. ضعف نهاد حقوق مالکیت مانع از آن می‌شود که بنگاه‌ها سود خود را مجدداً سرمایه گذاری کنند، در چنین شرایطی سودمندترین کسب و کار، فعالیت‌های واسطه‌گری است. در شکل ۱۴ وضعیت شاخص حقوق مالکیت در ایران طی سال‌های ۱۳۹۰ الی ۱۳۹۹ ارائه شده است.

کیفیت حکمرانی می‌تواند بر بلوغ سازمان‌های توسعه‌ای اثرگذار باشد. در فرایند صنعتی شدن، سازمان‌های توسعه‌ای یکی از ابزارهای کارآمد دولت هستند که کارکردهای متعددی از جمله توسعه و گسترش فناوری، شبکه‌گستری و به هم‌رسانی کسب و کارها، توسعه مدیریت و عملیات، گسترش تجاری و توسعه صادرات، تأمین منابع مالی و جذب سرمایه‌گذاری و پوشش ریسک را به عهده دارند. متغیر دیگری که لازم به اشاره است متغیر حقوق مالکیت است. حقوق مالکیت به عنوان نمودی از لزوم رعایت قواعد رسمی و غیر رسمی بازی اجتماعی است و الزام پای‌بندی به آن توسط همه بازیگران

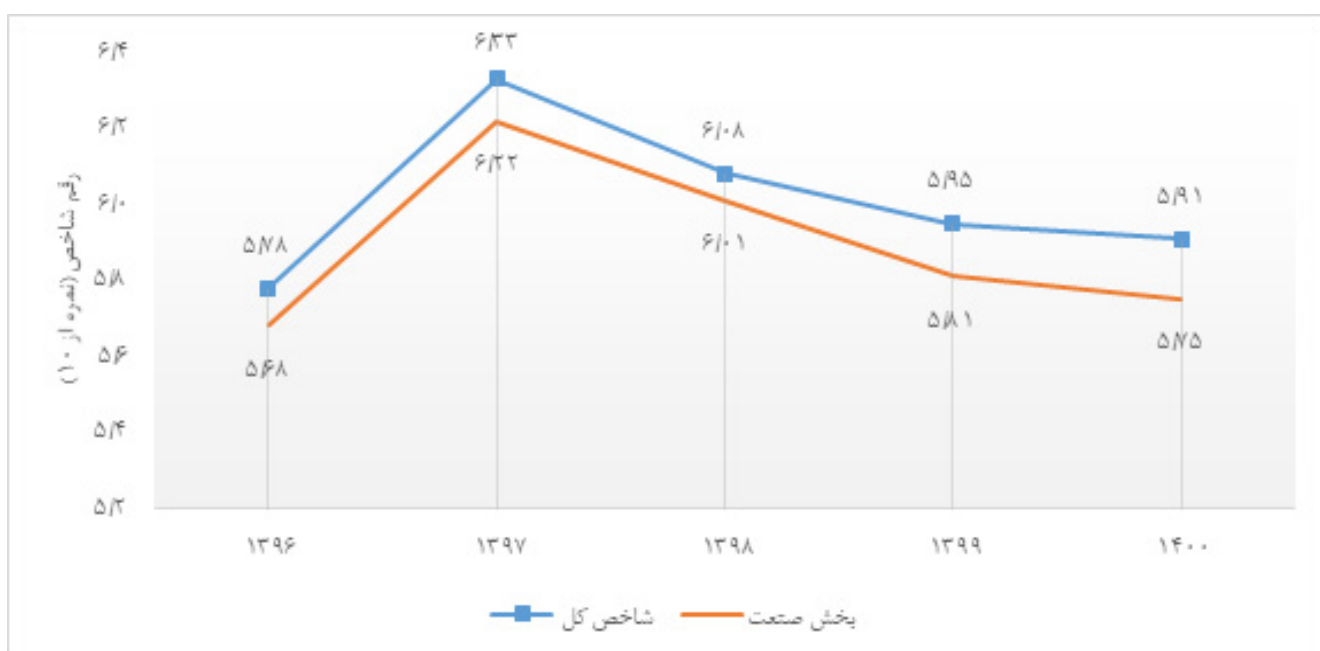
شکل ۱۴. نمره و رتبه ایران در شاخص بین‌المللی حقوق مالکیت طی سال‌های ۱۳۹۰ الی ۱۳۹۹ [۱۳]



رو به بهبود بوده است. بررسی شاخص ملی محیط کسب و کار براساس نماگرهای بخش نهادی و اقتصادی حاکی از آن است که در بخش نهادی، «ساختار و عملکرد دولت» و در بخش اقتصادی، «محیط مالی» بیشترین تأثیر را بر ایجاد محیط نامساعد کسب و کار داشته‌اند. واکاوی موضوعات مربوط به فضای کسب و کار در مدل پویایی‌شناسی فضای کسب و کار ارائه شده است.

کیفیت حکمرانی بر کیفیت فضای کسب و کار نیز اثر می‌گذارد. نتایج پایش ملی محیط کسب و کار ایران طی سال‌های ۱۴۰۰-۱۳۹۶ در شکل ۱۵ ارائه شده است. همان‌طور که در این شکل مشخص است، شاخص کل محیط کسب و کار و بخش صنعت در سال‌های ۱۳۹۷ و ۱۳۹۸ نسبت به سال‌های قبل و بعد وضعیت نامساعدتری داشته، لکن از سال ۱۳۹۸ به بعد وضعیت شاخص

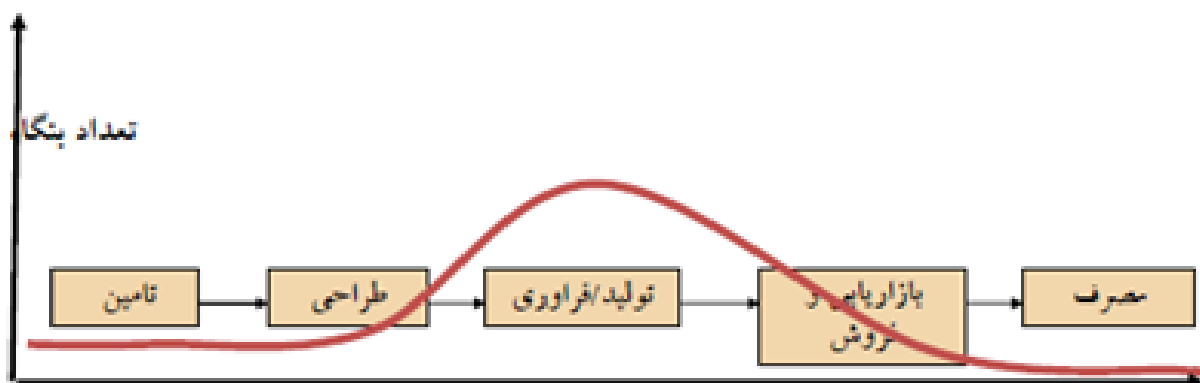
شکل ۱۵. شاخص محیط کسب و کار کل و بخش صنعت طی سال‌های ۱۳۹۶ الی ۱۴۰۰ [۱۴]



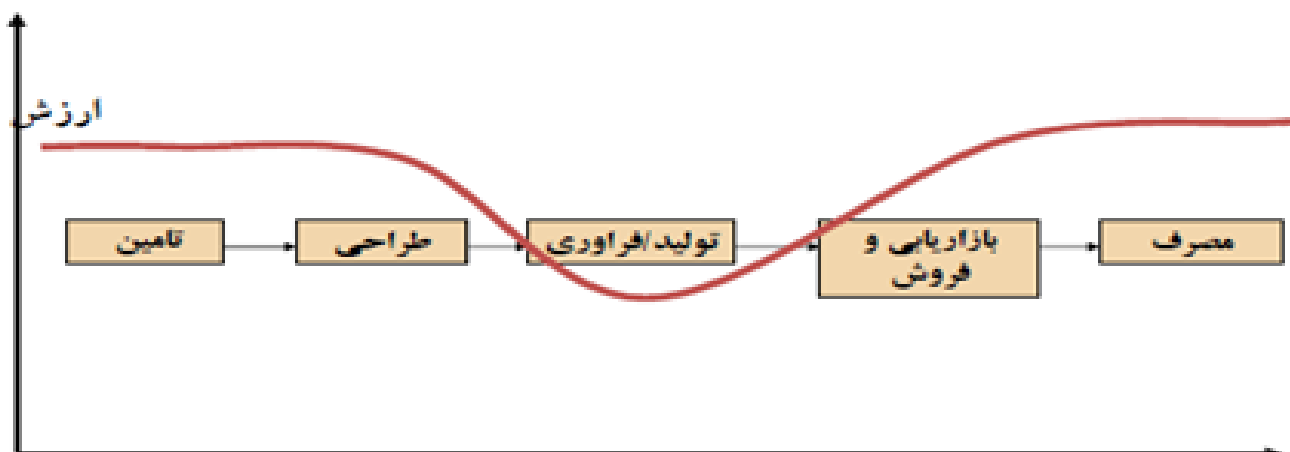
توضیح: بدترین نمره ارزیابی شاخص محیط کسب و کار ۱۰ است.

شکل ۱۷. توزیع بنگاه‌های کشور در زنجیره ارزش و توزیع ارزش در زنجیره کسب و کار [۱۵]

الف) تصویری از توزیع بنگاه‌های کشور در زنجیره ارزش



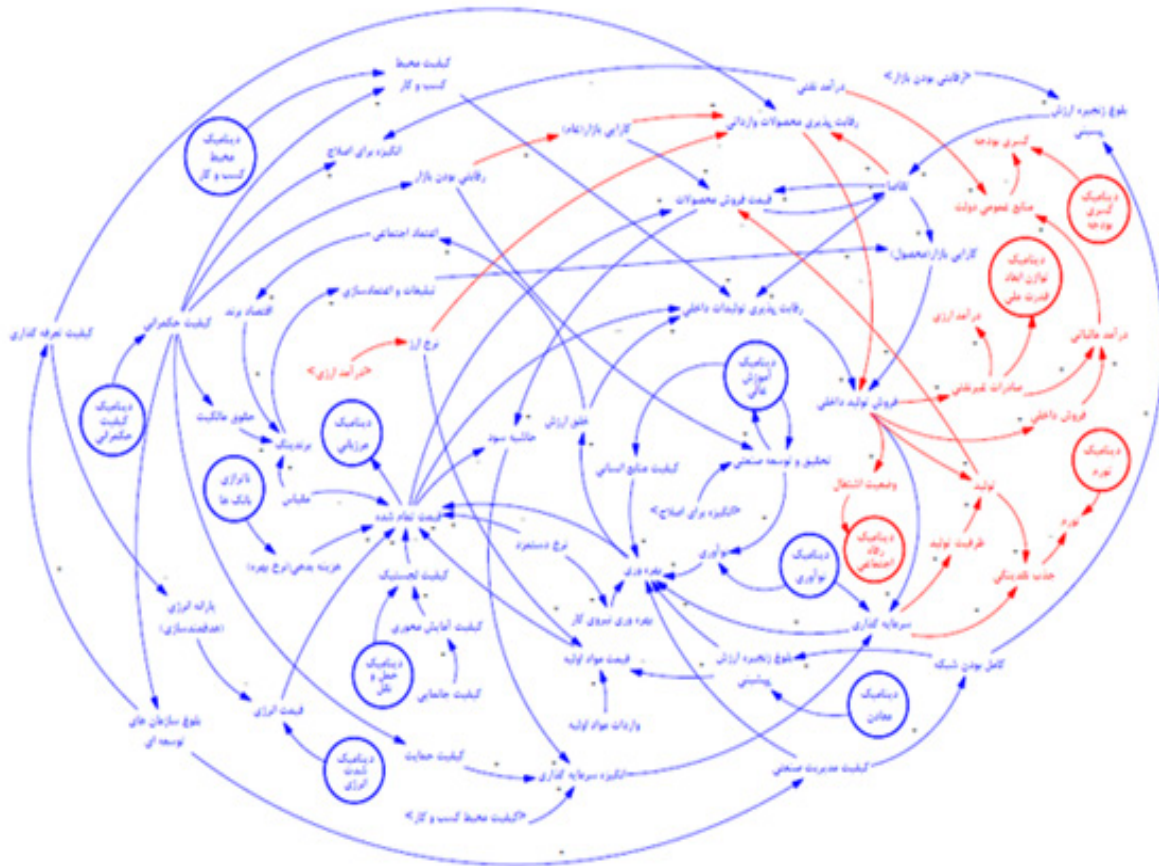
ب) تصویری از توزیع ارزش در زنجیره کسب و کار



مجوز در هر رشته فعالیت به تفکیک منطقه به متقاضیان و هدایت آنها به توسعه و ایجاد خوشه‌ها می‌تواند در رفع این مشکل و ناترازی‌های زنجیره‌های ارزش مؤثر باشد. شکل ۱۸ روابط مرتبط با کسری بودجه را در مدل مشخص می‌کند. براساس روابط تشریح شده در صورت فروش محصولات تولیدی، عواید حاصل از مالیات‌ستانی موجب افزایش منابع عمومی دولت شده و کسری بودجه را کاهش می‌دهد که در مدل پویایی‌های مربوطه به تفسیر بررسی شده است.

موضوع عدم شکل‌گیری و ماندگاری برندها را می‌توان از ابعاد گسترده‌ای مورد واکاوی قرار داد. اقتصاد متکی به نفت و مداخلات دولت در فرایندهای اقتصادی، ناکارآمدی نهادهای پشتیبان از جمله ضعف نهاد مدیریتی و نهاد حقوق مالکیت از دلایل این چالش است. تعدد واحدهای تولیدی مشابه، کوچک بودن اندازه بنگاه‌ها از دیگر دلایل فراهم نبودن بسترهای لازم برای شکل‌گیری برندها در کشور است [۱۵]. به نظر می‌رسد شفاف کردن فضای کسب و کار و قرارداد دادن اطلاعات در خصوص تعداد واحدهای در حال فعالیت و دارای

شکل ۱۸. کسری بودجه در مدل رقابت‌پذیری تولیدات داخلی



مأخذ: یافته‌های گزارش

۶. جمع‌بندی و نتیجه‌گیری

تحقیقاتی از طریق ارتقای نوآوری و بهبود بهره‌وری و اثر آن بر خلق ارزش افزوده به‌عنوان رکن دیگر تأثیرگذار بر رقابت‌پذیری تولیدات داخلی مطرح شد. فضای کسب‌وکار و کیفیت حکمرانی از دیگر ارکان مؤثر بر رقابت‌پذیری تولیدات داخلی شناسایی شد که موضوعاتی همچون حقوق مالکیت، بازار رقابتی، اقتصاد مقیاس و برندینگ را در بر گرفته است. در گزارش هر یک از ارکان مذکور و روابط جمعی آنها با یکدیگر تبیین شد.

نتیجه این گزارش حاکی از آن است که با توجه به پیچیدگی موضوع رقابت‌پذیری تولیدات داخلی از یکسو و اهمیت توجه به آن در راستای افزایش رفاه عمومی از سوی دیگر، اثربخشی سیاست‌های اتخاذ شده به منظور تأثیرگذاری بر این مؤلفه مستلزم توجه به روابط علی - معلولی متغیرها و وضعیت کلی دینامیک رقابت‌پذیر تولیدات داخلی است.

در گزارش حاضر به‌منظور شناسایی عوامل کلیدی و تحلیل نیروهای پیشران حوزه رقابت‌پذیری کالاهای تولید داخلی از مدل پویایی‌شناسی استفاده شد. در مدل مورد بررسی، نهادهای تولید شامل مجموعه‌ای از عوامل مؤثر در تولید کالا یا خدمت از جمله مواد اولیه، نیروی انسانی، سرمایه و زیرساخت‌ها و تأثیر آن بر قیمت تمام شده محصول به‌عنوان یکی از ارکان اثرگذار بر متغیر رقابت‌پذیری تولیدات داخلی مطرح شد.

اندازه و رشد تقاضا به‌عنوان یکی دیگر از عوامل مؤثر بر متغیر رقابت‌پذیری محصولات شناسایی شد که از بلوغ زنجیره‌های ارزش پسینی و تقاضای محصولات تولیدی توسط بخش‌های مختلف اقتصادی و همچنین ایجاد زمینه‌های لازم برای بهره‌گیری از ظرفیت بازارهای بین‌المللی تأثیر می‌پذیرد. صنایع مرتبط و پشتیبان از جمله دانشگاه‌ها، مراکز و مؤسسات



پیوست: تعاریف متغیرهای کلیدی موجود در مدل پویایی‌شناسی رقابت‌پذیری تولیدات داخلی

ردیف	متغیر	تعریف
۱ ص	رقابتی بودن بازار	در تعریف سازمان همکاری اقتصادی و توسعه از رقابت‌پذیری با رویکرد خرد، رقابت‌پذیری سطحی از تولید کالا و خدمات کشور است که در شرایط بازار آزاد بتواند تقاضای بازار جهانی را جذب کند و سطوح مختلف این تقاضا را برآورده کند. در عین حال از این طریق درآمد واقعی شهروندان را در بلندمدت افزایش دهد. در تعریف رقابت‌پذیری با رویکرد کلان، خلق مزیت رقابتی در بنگاه‌های داخلی براساس نگاه فرایندی به رقابت، به معنا روش‌ها و محصولات جدید همراه با کاهش هزینه‌های تولید است و ارتقای بهره‌وری را دنبال می‌کند.
۳	انگیزه برای اصلاح	انگیزه دولت برای اصلاحات ساختاری و نهادی.
۴	کیفیت فضای کسب‌وکار	منظور از فضای کسب‌وکار، عوامل مؤثر بر عملکرد واحدهای اقتصادی مانند ثبات قوانین و مقررات، کیفیت زیرساخت‌ها و... است که تغییر دادن آنها فراتر از اختیارات و قدرت مدیران بنگاه‌های اقتصادی می‌باشد.
۵	کیفیت حکمرانی	حکمرانی روش به‌کارگیری توانایی و قدرت مردم به‌معنای سیاست‌سازی و عمل به سیاست‌ها و تصمیم‌گیری عمومی است. شاخص‌های حکمرانی خوب شامل کیفیت قانون و مقررات، ثبات سیاسی، اثربخشی دولت، پاسخ‌گویی، کنترل فساد و حاکمیت قانون است.
۶	کیفیت تعرفه‌گذاری	در مواردی که تولیدکنندگان داخلی نپوا هستند و شرایط رقابت با رقبای خود را ندارند، می‌توان با تعیین تعرفه مناسب شرایط را برای رشد و توسعه آنها فراهم کرد. در این شرایط تعرفه واردات کالا باید به‌نحوی طراحی شود که تولیدکنندگان داخلی بخشی از بازار داخل را به‌دست بگیرند و به کمک آن بتوانند سطح کیفی و قیمتی تولیدات خود را بهبود بخشند و به‌مرور زمان قابلیت رقابت با محصولات خارجی را در خود ایجاد نمایند.
۷	اقتصاد برند	سرمایه‌گذاری در دارایی‌های نامشهود
۸	تقاضا	مقداری از یک کالا و یا خدمت که در ازای قیمت معینی در بازار خریداری می‌شود.
۹	قیمت فروش محصولات	هزینه تمام شده تولید یک محصول با لحاظ سود
۱۰	کسری بودجه	تفاوت بین درآمدها و هزینه‌های دولت
۱۱	درآمد نفتی	درآمد حاصل از فروش نفت
۱۲	رقابت‌پذیری محصولات وارداتی	سطحی از کالا و خدمات تولید شده در خارج کشور است که بتواند تقاضای بازار داخلی را جذب کند و سطوح مختلف این تقاضا را برآورده کند.
۱۳	اعتماد اجتماعی	اعتماد اجتماعی از عناصر مهم در پذیرش و همدلی اجتماعی محسوب می‌شود و بسترساز تعاملات اجتماعی و کانون مفهوم سرمایه اجتماعی است.
۱۴	فروش داخلی	مبادله کالا و خدمات در ازای دریافت مبلغ آن در داخل مرزهای ایران
۱۵	صادرات غیرنفتی	صادرات غیرنفتی ایران عمدتاً شامل محصولات پتروشیمی، تولیدات صنعتی، فرش و صنایع دستی، معدن و صنایع معدنی و کشاورزی و صنایع غذایی است.
۱۶	درآمد مالیاتی	درآمدی است که از پرداخت انواع مالیات‌ها از جمله مالیات‌های مستقیم و غیرمستقیم توسط جامعه در اختیار دولت قرار می‌گیرد.
۱۷	درآمد ارزی	درآمد حاصل از صادرات
۱۸	بلوغ زنجیره ارزش پسینی	تعمیق ساخت داخل و تولید محصولات متنوع در رشته فعالیت‌هایی که مواد اولیه مورد نیاز خود را از دیگر بخش‌های اقتصادی تأمین می‌کنند.
۱۹	کارایی بازار (محصول)	منظور از کارایی بازار محصول وضعیتی است که ترکیب صحیحی از محصولات با توجه به عرضه و تقاضا تولید شود.
۲۰	منابع عمومی دولت	درآمدهای عمومی دولت عبارت است از درآمد وزارتخانه‌ها و مؤسسات دولتی و مالیات و سود سهام شرکت‌های دولتی و درآمد حاصل از انحصارات و مالکیت و سایر درآمدهایی که در قانون بودجه کل کشور تحت عنوان درآمد عمومی منظور می‌شود.

ردیف	متغیر	تعریف
۲۱	رفاه اجتماعی	دستیابی به عدالت، کاهش انواع نابرابری‌ها مانند نابرابری در برخورداری از امکانات (آب سالم، بهداشت، آموزش، امنیت، مسکن و ...) کاهش فاصله دهک‌های درآمدی و کاهش فقر از جمله مصادیق رفاه اجتماعی است.
۲۲	وضعیت اشتغال	تعداد افرادی که در بخش‌های اقتصادی مشغول به‌کار هستند و در انجام فعالیت اقتصادی مشارکت دارند.
۲۳	کیفیت و خلق ارزش	منظور از شاخص خلق ارزش افزوده، نسبت ارزش افزوده کل صنعت به ستانده است.
۲۴	نرخ ارز	قیمت واحد پول یک کشور در برابر واحد پول کشورهای دیگر
۲۵	تبلیغات و اعتمادسازی	ایجاد اعتماد در ذهن مشتریان
۲۶	رقابت‌پذیری تولیدات داخلی	رقابت‌پذیری تولیدات داخلی سطحی از تولید کالا و خدمات کشور است که بتواند تقاضای بازار جهانی و داخلی را جذب کند و سطوح مختلف این تقاضا را برآورده کند.
۲۷	فروش تولید داخلی	مبادله کالا و خدمات تولید شده در داخل مرزهای ایران در داخل و خارج از کشور
۲۸	قیمت مواد اولیه	قیمت کالایی که در تولید محصول دیگری مورداستفاده قرار می‌گیرد.
۲۹	واردات	منظور کالاها و خدماتی است که از سایر کشورها به ایران وارد می‌شود.
۳۰	سرمایه‌گذاری	سرمایه‌گذاری به معنای تخصیص منابع مالی به یک یا چند دارایی مختلف، به منظور حصول منابع با ارزش‌تر در آینده است.
۳۱	بهره‌وری نیروی کار	منظور نسبت ارزش ستانده به هزینه نیروی کار در هر بخش اقتصادی است.
۳۲	بهره‌وری	انجام درست کار درست را بهره‌وری می‌گویند و شاخص بهره‌وری ترکیبی از کارایی و اثربخشی را نشان می‌دهد.
۳۳	نوآوری	ایجاد تغییر در محصولات یا خدمات و یا روش خلق و عرضه آنها، با هدف پاسخ‌گویی به بازارهای جدید و نیازهای متغیر مشتریان است.
۳۴	کیفیت منابع انسانی	نیروی انسانی با کیفیت و دانش‌مدار
۳۵	تحقیق و توسعه صنعتی	تحقیق و توسعه صنعتی دو فرایند درهم‌تنیده هستند که خروجی آنها منجر به خلق محصولات جدید و یا تغییر در محصولات پیشین با استفاده از نوآوری‌های فناورانه در بخش صنعت است.
۳۶	انگیزه سرمایه‌گذاری	ترغیب فعالان اقتصادی به سرمایه‌گذاری در بخش تولید
۳۷	بلوغ زنجیره ارزش پیشینی	تعمیق ساخت داخل و تولید محصولات متنوع در رشته فعالیت‌هایی که محصولات آنها به‌عنوان مواد اولیه به سایر بخش‌های اقتصادی عرضه می‌شود.
۳۸	کیفیت مدیریت صنعتی	توسعه ظرفیت مدیریت از طریق مشاوره، آموزش و تحقیق در مقوله‌های مدیریت، بهبود سیستم‌ها و روش‌های مدیریت
۳۹	کامل بودن شبکه	ساختار نظام‌مند لایه‌های افقی و عمودی بنگاه‌های صنعتی کشور
۴۰	تورم	افزایش سطح عمومی قیمت‌ها در بازه زمانی مشخص
۴۱	جذب نقدینگی	جذب دارایی‌های نقدی
۴۲	ظرفیت تولید	حداکثر بازده هر کسب‌وکار که براساس واحد تولید اندازه‌گیری می‌شود.
۴۳	تولید	تهیه کالا و خدمات موردنیاز با استفاده از منابع و امکانات موجود
۴۴	قیمت تمام شده	منظور از قیمت تمام شده، کلیه هزینه‌های تولید کالا یا خدمت است.
۴۵	کیفیت لجستیک	مدیریت فرایند جمع‌آوری، ذخیره و انتقال منابع (یا کالا) از نقطه مبدأ به مقصد
۴۶	کیفیت آمایش محوری	تدوین دقیق سندهای آمایش ملی و استانی و اجرای صحیح آن
۴۷	کیفیت حمایت	منظور نحوه اعمال سیاست‌های حمایتی به صورت هدفمند و زمان‌دار است.



ردیف	متغیر	تعریف
۴۸	کیفیت جانمایی	اجرای هر طرح در مکان مناسب مبتنی بر سند آمایش سرزمین
۵۱	بلوغ سازمان‌های توسعه‌ای	ارتقای عملکرد سازمان‌های توسعه‌ای در حوزه‌های توسعه و گسترش فناوری، شبکه گسترده و به هم‌رسانی کسب‌وکارها، توسعه مدیریت و عملیات، گسترش تجاری و توسعه صادرات، تأمین منابع مالی و توسعه سرمایه‌گذاری، گسترش و جذب سرمایه‌های خارجی
۵۲	قیمت انرژی	مبلغی که بخش‌های مختلف اقتصادی به‌ازای مصرف واحد انرژی از جمله آب، برق و گاز به‌عنوان سوخت و خوراک پرداخت می‌کنند.
۵۳	یارانه انرژی (هدف‌مندی)	منظور مابه‌التفاوت قیمت بازار و قیمت مصرف انرژی است.
۵۴	هزینه بدهی (نرخ بهره)	هزینه‌ای است که در ازای استقرار پول پرداخت می‌شود.
۵۵	برندینگ	برندینگ فرایند تحقیق، توسعه و به‌کارگیری یک ویژگی مشخص یا مجموعه‌ای از ویژگی‌ها برای سازمان است، به‌نحوی که مصرف‌کنندگان بتوانند برند شما را به محصولات یا خدمات‌تان ربط دهند.
۵۶	اقتصاد مقیاس	اقتصاد مقیاس بدان مفهوم است که با افزایش حجم تولید متوسط هزینه هر واحد تولید کاهش می‌یابد.
۵۷	حقوق مالکیت	حقوق مالکیت ابزار یک جامعه است و اهمیتش را از این حقیقت می‌گیرد که به فرد کمک می‌کند تا منطقاً انتظاراتی که می‌تواند در ارتباطش با دیگران داشته باشد، شکل دهد. این انتظارات در قالب قوانین، رسوم و سنن یک جامعه بیان می‌شود.

منابع و مآخذ

- اژدری، علی. تحلیلی بر عملکرد رقابت‌پذیری صنعتی در اقتصاد ایران از نگاه یونیدو ۲۰۲۲، تهران، مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی، شماره مسلسل ۱۸۵۱۲، ۱۴۰۱.
- تحلیل عملکرد رقابت‌پذیری صنعتی در اقتصاد ایران، تهران، مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی، شماره مسلسل ۱۶۹۴۰، ۱۳۹۸.
- هاسمن، ریکاردو و سزار، هیدالگو. اطلس پیچیدگی اقتصادی (نقشه راه شکوفایی). [مترجم] بهروز شاه‌مرادی، تهران، چاپ و نشر بازرگانی، ۱۳۹۷.
- خسروی ویشکایی، میثم. درآمدی بر راهبرد ارزی کشور، تهران، مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی، شماره مسلسل ۱۷۸۰۰، ۱۴۰۰.
- آمار واردات به تفکیک محصولات مصرفی، وارداتی و سرمایه‌ای، تهران، سازمان توسعه تجارت، ۱۴۰۰.
- شفیعی، افسانه. تحلیل عوامل مؤثر بر رقابت‌پذیری پایین تولیدات صنعتی، تهران، مؤسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی، ۱۳۹۸.
- برنامه راهبردی صنعت نساجی و پوشاک ایران، تهران، وزارت صنعت، معدن و تجارت، ۱۳۹۶.
- شاکری، عباس. مقدمه‌ای بر اقتصاد ایران، تهران، انتشارات رافع، ۱۳۹۵.
- چکیده وضعیت بهره‌وری در ایران، تهران، سازمان ملی بهره‌وری، ۱۴۰۱.
- شجاعی، سعید و حسین، رجب‌پور. رهیافتی برای توسعه خوشه‌های کسب‌وکار در برنامه هفتم توسعه، تهران، مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی، شماره مسلسل ۱۸۰۷۵، ۱۴۰۰.
- مبصر، داریوش و همکاران. ساختار صنعتی ایران در آینه برنامه‌های توسعه، آثار سیاست‌های صنعتی، تجاری و فناوری بر رشته فعالیت‌های صنعتی کشور، تهران، مؤسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی، ۱۳۹۷.
- سند نقشه راه توسعه صنعت کشور ۱۴۰۴-۱۳۹۹، تهران، مؤسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی، سازمان توسعه تجارت، ۱۳۹۸.
13. International property rights index. washington: Property Rights Alliance, 2022.
- پایش ملی محیط کسب‌وکار ایران، تهران، اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی ایران، ۱۴۰۰.
- میرجلیلی، فاطمه و همکاران. ضرورت تکمیل زنجیره ارزش در صنعت نساجی و ارائه راهکارها (۱)، تهران، مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی، شماره مسلسل ۱۷۲۳۸، ۱۳۹۹.



مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی

تهران، خیابان پاسداران، روبروی پارک نیاوران (ضلع جنوبی، پلاک ۸۰۲)

تلفن: ۷۵۱۸۳۰۰۰ صندوق پستی: ۱۵۸۷۵-۵۸۵۵ پست الکترونیک: mrc@majles.ir

وبسایت: rc@majles.ir