

## تحلیلی بر تاریخچه صنعت موتورسیکلت در ایران و چشم‌انداز آینده

### چکیده

صنعت خودروسازی جهان (از جمله موتورسیکلت) به دلیل ارتباطات گسترده خود با سایر صنایع، نقش بسیار موثری در توسعه صنعتی کشورها در طی دهه‌های گذشته داشته‌اند. کشورهایی که توسعه صنعت خودروسازی را در توسعه صنعتی خود محور استراتژیک قرار داده‌اند، به خوبی دریافته‌اند که تحقیقات و سرمایه‌گذاری‌های انجام شده در این حوزه، بخش‌های عمده صنعتی و اقتصادی کشور را به حرکت واداشته و باروری در مدیریت صنعتی را به ارمغان می‌آورد. تقریباً تا سه چهارم دهه پیش در بازارهای رقابتی جهان، سهم بیش‌تر از آن تولیدکنندگانی بود که می‌توانستند کالاهای خود را با قیمتی ارزان‌تر انبوه‌سازی کنند. در صورتی که امروز با رشد شگفت‌آور دانش فنی بشر و افزایش تعداد تولیدکنندگان مناطق مختلف جهان، سهم بیش‌تر بازارهای جهانی برای شرکت‌هایی است که در خصوص کیفیت، نوآوری، تنوع محصول حرف‌های تازه‌ای برای گفتن دارند. اکنون تولیدکنندگانی در جهان ظهور پیدا کرده‌اند که می‌توانند با نیمی از نیروی کار، سرمایه، مکان و زمان که برای تولیدکنندگان قدیمی لازم بود، محصولاتی را به جهان عرضه کنند که از نظر کیفیت و جنبه‌های نوآورانه برتر باشد. بنابراین، نیاز است که بررسی کنیم تا ببینیم تولیدکنندگان محصولات برتر، چگونه توانسته‌اند در مقابل تولیدکنندگان قدیمی، در تولید و تجارت اینگونه رشد و موفق شوند؟

### نگاهی گذرا به دوره‌های صنعتی در مقیاس جهانی

برای بررسی دقیق‌تر صنعت موتورسیکلت ایران، بهتر است در ابتدا نگاهی گذرا و اجمالی به دوران صنعتی جهان و دیدگاه‌های حاکم بر آن کنیم و سپس به بررسی تاریخچه این صنعت در ایران بپردازیم. دوران صنعتی را می‌توان به چهار انقلاب تقسیم‌بندی کرد: در زمانی که «انقلاب کشاورزی» رخ داد، محور تولید انسان‌ها بودند و آن چیزی که تولید را افزایش می‌داد، سلامتی نیروی انسانی بود و در «انقلاب صنعتی»، محور تولید ماشین‌آلات شد و آن چیزی که تولید را افزایش می‌داد علاوه بر سلامت نیروی انسانی، روش استفاده از ماشین‌آلات بود. این دوران نیز سپری شد و «انقلاب فراصنعتی» به وجود آمد. در این دوران محور تولید فکر انسان شد و آن چیزی که باعث افزایش تولید و فروش شد، خلاقیت بود و البته آن چیزی که خلاقیت را به وجود می‌آورد، آزادی تفکر و اندیشه است. حال ما در دورانی زندگی می‌کنیم که می‌توان آن را عصر فضای مجازی نامید. در واقع بعد از سه دوره تغییرات و پیشرفت‌های بشر که انقلاب‌های کشاورزی، صنعتی و فرا صنعتی نامیده شدند، حال با تغییرات و انقلاب جدیدی روبه‌رو هستیم که می‌توان آن را موج چهارم یا «انقلاب فضای مجازی» نیز نام نهاد. در واقع موج چهارم تکامل و توسعه یافته انقلاب فراصنعتی است که عصر اطلاعات و دانش بود. موج چهارم را از یک نظر می‌توان فرصت دید و از نظر دیگر یک چالش تلقی کرد. زیرا، به دلیل پیشرفت ثانیه‌ای علم و تکنولوژی، خصوصاً رسانه‌ها و از جمله شبکه‌های اجتماعی و در اختیار بودن انبوهی از اطلاعات درست و غلط در رسانه‌های مختلف، انسان‌ها و بالاخص نوجوانان و جوانان را با شک و شبهه‌های بسیاری در خصوص مسائل زندگی مواجه کرده است. در این عصر علاوه بر نیروی انسانی سالم و باهوش و در اختیار داشتن اطلاعات، دانش و تکنولوژی جدید، چیزی که باعث تمایز در امر تولید و فروش می‌شود چابک بودن است. آثار این انقلاب به روشنی مشهود است. سرعت و ظرفیت ذخیره‌سازی، پردازش و بازیابی اطلاعات، امکانات اطلاع‌رسانی سریع از راه دور، توان محاسباتی و تصویرنگاری و سایر دستاوردهای صنعت ریزپردازنده‌ها بر همه شئون زندگی روزمره، مسیر علم و تکنولوژی، ارکان مدیریت و سازماندهی اقتصادی و اجتماعی اثر گذاشته و همچنان خواهد گذاشت. حال بررسی دقیق این که کشور ایران در کدام یک از این دوران‌ها قرار دارد و چه دیدگاهی بر صنایع ایران حاکم است، نیاز به بحث مفصلی دارد که در ادامه به آن پرداخته می‌شود.

مولفه	انقلاب کشاورزی	انقلاب صنعتی	انقلاب فراصنعتی	انقلاب فضای مجازی
زمان	800 سال قبل از میلاد تا قرن 17	از قرن 17 تا قرن 20	از 1950 تا 2012	از 2012 تا امروز
نوع تولید ارزش‌ها	تولید دستی زمین، تولید، کشاورزی	تولید انبوه صنعت و تیتراژ تولید	تولید ناب فکر انسان‌ها، خلاقیت و اطلاعات	تولید چابک فکر انسان‌ها، خلاقیت و اطلاعات
انرژی	آب، باد و درختان	انرژی فسیلی، نفت و گاز	انرژی خورشیدی و انرژی اتمی	انرژی خورشیدی و انرژی اتمی
بازار	محل مبادله کالا بدون هدف سودگری	محل خرید و فروش همه چیز با اهداف مختلف	بازار لامکان است و معاملات از طریق اینترنت نیز انجام می‌شود	بازار لامکان است و معاملات از طریق اینترنت نیز انجام می‌شود
چشم‌انداز پیشرفت بازار	.....	ما جدا از هم هستیم و باید رقابت کنیم	ما با یکدیگر مرتبط هستیم و باید به یکدیگر کمک کنیم	ما یکی هستیم و باید همکاری خلاقانه را برگزینیم

### پیش‌شرط‌های لازم برای موفق شدن در بازار صنعتی

- 1- در فضایی که تولید کننده و مصرف کننده از هم تفکیک باشند، مکانیزم بازار بین آنها رابطه برقرار می‌کند. لذا برای موفقیت، شناخت و تشخیص مکانیزم بازار در هر دوره بسیار ضروری است.
- 2- در هر کدام از دوران‌های صنعتی یکسری قواعد حاکم می‌شود و تنها با درک و بهره‌گیری از آن قواعد، موفقیت فردی و گروهی امکان‌پذیر است. مثلاً قواعد تولید انبوه در عصری که قواعد تولید ناب حاکم است، نمی‌تواند موفقیت‌آمیز باشد.
- 3- چهره زندگی مادی در کره زمین، بر اثر دو تحول بزرگ در علم و تکنولوژی در حال دگرگونی پرسرعتی است و این موضوع یعنی اگر تولیدکنندگان خود را به روز نکنند از بازار حذف خواهند شد.
- 4- عده‌ای تصور می‌کنند تحول و موفقیت در زندگی با وجود تکنولوژی آغاز می‌شود، اما آن چیزی که باعث تحول در زندگی می‌شود در درجه اول تحول در نگرش‌های انسان است و ثروت و فقر هر کشوری اندیشه‌های مردمان آن است.
- 5- استفاده از فضای مجازی در قرن حاضر به سرعت در حال پیشرفت است، به‌طوری که بیل گیتس می‌گوید: اینترنت معدن قرن 21 است. از این رو استفاده مناسب از فضای مجازی، می‌تواند بازار شرکت‌ها را گسترش دهد.

### صنعت موتورسیکلت در ایران

حال با این تفسیر که از دوران صنعتی جهان شد، می‌خواهیم ببینیم صنعت موتورسیکلت در ایران چه دورانی را طی کرده، چه دیدگاهی بر آن حاکم بوده و با چه نگرشی نسبت به آینده باید حرکت کرد تا با حفظ ارزش‌ها به خودکفایی در این صنعت که نهایت تعالی نیز همین است، پیش برویم. اول اینکه صنعت موتورسیکلت می‌تواند صنعتی پویا برای ایران باشد. بررسی‌ها نشان می‌دهد این حوزه با شرایط و ویژگی‌هایی که دارد می‌تواند به مثابه یک صنعت دارای قدرت مورد توجه قرار گیرد. از این رو، اگر نارسایی‌ها و کاستی‌هایی وجود دارد، عمدتاً به چند دلیل است: نبود یک استراتژی و دورنمای مدون و مکتوب برای صنعت موتورسیکلت. (قابل ذکر است، تدوین یک استراتژی منطقی علاوه بر اینکه باعث رشد و پیشرفت صنعت موتورسیکلت می‌شود، بلکه این صنعت را از گزند آسیب‌های وارده دور کرده و همچنین آسیب‌های متقابل احتمالی صنعت موتورسیکلت بر دیگر امور جامعه،

مردم و محیط زیست را بر طرف می‌کند ولی به علت نبود يك استراتژی معین و برنامه راهبردی بلند مدت باعث شد که در سال‌های گذشته، این صنعت هر از گاهی با چالشی جدید مواجه شود و آسیب‌های جدی ببیند.  
**نکات برجسته‌ای که تدوین استراتژی در پی خواهد داشت عبارت است از:**

- حفظ بقا و موجودیت صنعت موتورسیکلت
- از بین بردن نقاط ضعف و افزایش نقاط قوت این صنعت
- رساندن صنعت موتورسیکلت به جایگاه مناسب
- عامل سازنده با سازمان‌های مرتبط با صنعت موتورسیکلت
- جلوگیری از تصمیم‌های ضربتی برای صنعت موتورسیکلت، توسط سازمان‌های مرتبط
- جلوگیری از ناهماهنگی‌هایی که بعضی اوقات در بین سازمان‌ها، نسبت به صنعت موتورسیکلت وجود دارد
- ارتقاء سطح کارایی در صنعت، به دلیل مشخص بودن (اهداف، برنامه‌ها، روش‌ها، تهدیدها، فرصت‌ها، منابع، ظرفیت‌ها) در استراتژی

**همچنین یک استراتژی چند گزینه را مشخص می‌کند که از جمله عبارت است از:**

- چه اهدافی باید محقق شود (کوتاه مدت، میان مدت و بلند مدت)؟
- بر روی کدام اقدامات، بازارها و محصولات باید تمرکز کرد؟
- چگونه برای بهره‌برداری از فرصت‌های محیطی و مواجه با تهدیدهای محیطی به منظور کسب يك مزیت رقابتی، منابع تخصیص یابد و چه فعالیت‌هایی انجام گیرد؟
- 1- دیدگاه‌های غلط حاکم بر آن (درون صنعتی و برون صنعتی)
- 2- عدم علمی نگاه کردن در امور این صنعت

3- عدم مشورت مسئولان کشور با کارشناسان و فعالان صنعت موتورسیکلت در بعضی مواقع حساس

4- عدم برخورد منصفانه و منطقی با صنعت موتورسیکلت؛ اجرای طرح‌های تقریباً ضربتی و فوری و عدم حمایت‌های لازم و کارشناسی‌های دقیق و همه‌جانبه

البته در حال حاضر با توجه به انباشت تجربه‌های خوب و بد پیشین، پیشرفت روزافزون علم و تکنولوژی، ورود نسل جدید به این صنعت و تدوین و اجرای استانداردهای تولید موتورسیکلت توسط سازمان استاندارد ملی ایران شاهد تغییرات مثبت در صنعت موتورسیکلت ایران هستیم. همچنین از نظر دید علمی- اقتصادی باید صنایعی را تقویت کرد که از يك سو دارای تکنولوژی برتر هستند و از سوی دیگر بازار گسترده داخلی برای آن وجود دارد. با این ویژگی‌ها صنعت موتورسیکلت قطعاً عمیق و قابل توجه است و باید برای تقویت و توسعه آن برنامه‌ریزی کرد.

همچنین صنعت موتورسیکلت‌سازی را به دو گروه بزرگ صنایع قطعه‌سازی و مونتاژ می‌توان تقسیم کرد. صنایع قطعه‌سازی به عنوان صنایع کلیدی و مادر در این بخش از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است، زیرا این موضوع نتیجه مستقیم با خودکفائی این صنعت در ایران دارد.

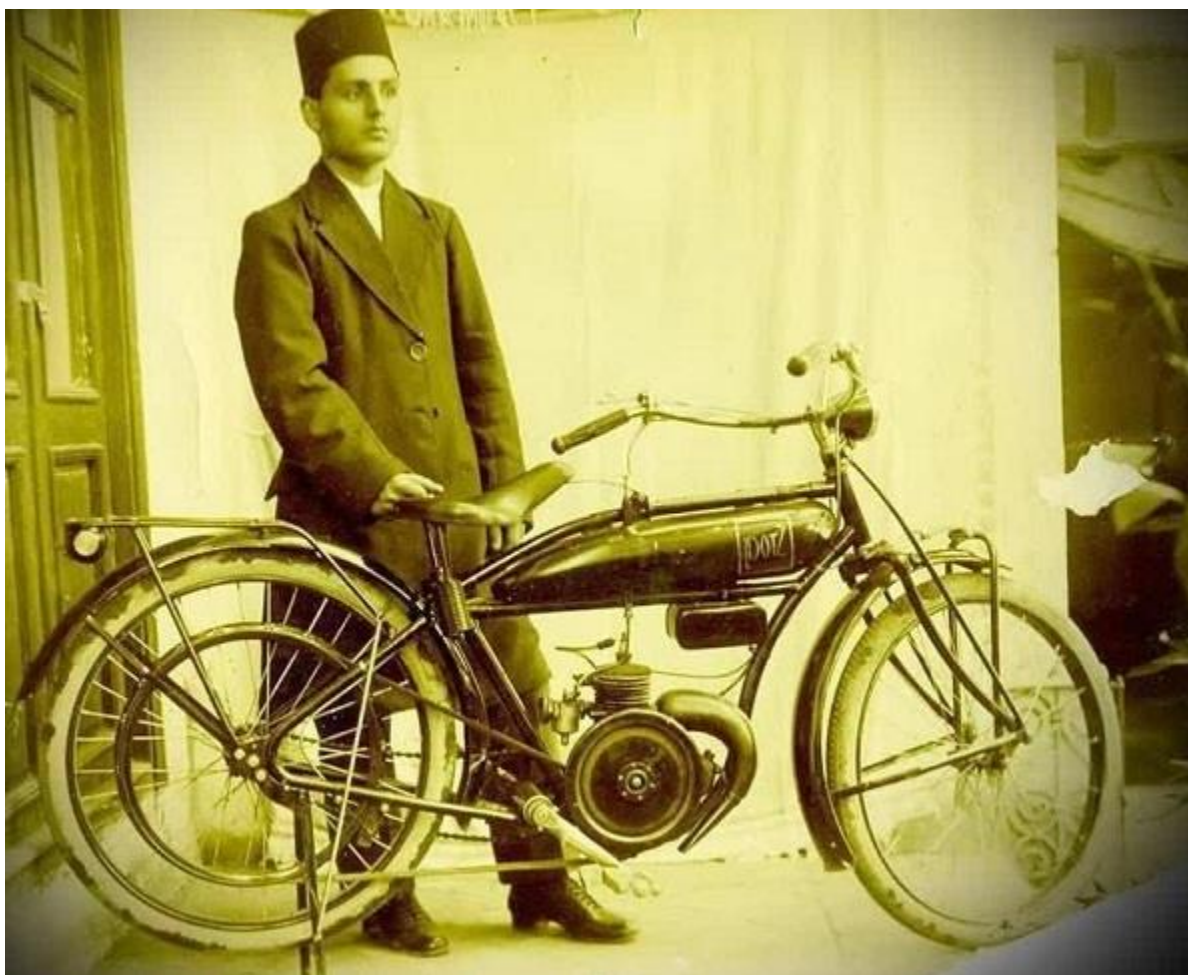
**به‌طور کلی صنعت موتورسیکلت در هر کشوری، هفت مرحله را برای توسعه و شکوفائی طی می‌کند:**

- 1- مونتاژ قطعات وارده از کارخانه لیسانس دهنده
- 2- ایجاد پایگاه‌های ساخت داخل
- 3- تولید چابک
- 4- ایجاد پایگاه‌های طراحی - مهندسی قطعات
- 5- ایجاد مراکز تحقیقاتی برای طراحی و ساخت موتورسیکلت‌های جدید و نوسازی شبکه قطعه‌سازی
- 6- طراحی و ساخت ماشین‌آلات و تجهیزات مورد نیاز خط تولید
- 7- ایجاد پایگاه‌های صادراتی

البته مولفه‌های متفاوتی از نقطه‌نظرهای گوناگون، در تعریف شکوفایی صنعت موتورسیکلت وجود دارد. از جمله می‌توان ارتقاء کمی و کیفی، تحقق استقلال و خود اتکائی در موتورسیکلت‌سازی و روند هزینه‌های تولید موتورسیکلت برشمرد.

### تولد صنعت موتورسیکلت در ایران

این صنعت از اواخر دهه 1340 همزمان با تاسیس صنایع جدید در ایران ایجاد شده است و در دوران پیش از انقلاب به صورت صنایع مونتاژ وارد فهرست صنعت خودروی کشور شد. در آن زمان هیچ محدودیتی برای ورود این مصنوعات وجود نداشته است. در نتیجه بخش عمده موتورسیکلت به صورت تمام ساخت وارد ایران می‌شد و سهم تولید داخل به ده درصد هم نمی‌رسید. در حقیقت تلاش برای بالا بردن میزان سهم ساخت داخل همانند خودروسازی، از سالهای 1372 و 1373 شروع شد، یعنی زمانی که دولت با محدودیت درآمدهای ارزی مواجه گردید و لاجرم اجرای برنامه‌های سختگیرانه در مصرف منابع ارزی ضرورت پیدا کرد. طبعاً کارخانه‌های تولیدکننده موتورسیکلت نیز نتوانستند به میزان لازم از ارز اختصاصی وزارت صنایع بهرمنند شوند. این دشواری سبب شد که سازندگان موتورسیکلت برای کاستن از نیاز ارزی خود به سوی صنعت‌گران داخل متمایل شوند و به سرعت سهم تولید داخلی را در این صنعت بهبود بخشند (هر چند که در دهه 90 شاهد هستیم بعضی شرکت‌های داخلی که در داخل نیز تولید می‌شود را وارد می‌کنند مانند باک موتورسیکلت).



شکل 1- نمونه‌ای از اولین سری‌های موتورسیکلت وارد شده به داخل کشور در دهه 40 شمسی

در حال حاضر عمدتاً پیشران‌های موتورسیکلت‌های طرح هوندا با حجم‌های 125، 150 و 200 سی سی که در ایران نسبت به انواع دیگر موتورسیکلت مصرف بیشتری دارد، از کشور چین تامین می‌شود. به طور کلی از نظر کمی، بخش عمده این موتورسیکلت‌ها در داخل ایران ساخته می‌شود و به همین میزان از مصرف ارز جلوگیری شده و ارزش افزوده برای تولید این قطعات صرف اقتصاد داخلی می‌گردد. البته از اوایل دهه 1370 با وارد کردن دانش فنی قوای محرکه (انجین) صنعت موتورسیکلت عمق بیشتری پیدا کرده است، اما هنوز قوای محرکه‌های که بتواند جایگزین انجین چینی بشود در سطح وسیع ساخته نشده است، زیرا اولین و مهم‌ترین دلیل آن مقرون به صرفه نبودن اقتصادی است.

قابل ذکر است که در دهه 70 شرکت نیرو محرکه و همچنین آقای رجبعلی بنا رئیس هیات مدیره گروه صنعتی بنا، پیگیر تولید انجین موتورسیکلت بودند که در نهایت به دلیل ذکر شده به سرانجام نرسید. تقریباً از سال 1396 نیز آقای مجاهد رئیس هیات مدیره گروه صنعتی نیرو موتور شیراز، پیگیر مونتاژ انجین در مجموعه خود هست که با توجه به شرایط بازار، وضعیت فعلی صنعت موتورسیکلت و موانع موجود، باید منتظر نتیجه‌ی بررسی‌های نهایی ایشان باشیم. البته آقای مجاهد در همان سال 1396 با توجه به فضای ایجاد شده در صنف به دیگر شرکت‌های تولید کننده موتورسیکلت پیشنهاد داد که در قالب یک شرکت می‌توانند در کارخانه انجین‌سازی شریک شوند که بعد از گفتگوها و جلسه‌های متعدد، این شراکت ایجاد نشد و در نهایت ایشان به تنهایی به دنبال تاسیس این کارخانه هست (شایان ذکر است که بسیاری از محصولات چینی در کلاس‌ها و مدل‌های دیگر، اکثراً از کشور چین و یا هندوستان، مالزی و دیگر کشورها وارد می‌شود. البته بیشتر محصولاتی که مورد استقبال مردم قرار می‌گیرد کارخانه‌های داخلی سعی می‌کنند بعضی از قطعات آن را در داخل تولید کنند. همچنین برای خودکفایی در ساخت موتورسیکلت‌های خاص با طرح‌های روز دنیا نیاز به حمایت‌های وسیع دولت است تا برای تولیدکننده ایرانی ساخت آن مقرون به صرفه باشد. امروز در بازار موتورسیکلت ایران، شاهد آن هستیم که به دلیل تحریم‌ها و عدم واردات موتورسیکلت‌های ژاپنی استقبال از موتورسیکلت‌های تولیدی کشورهای مالزی، اندونزی، کره جنوبی و مخصوصاً هندوستان به دلیل کیفیت بالای محصولات آن نسبت به محصولات چینی در بین مردم ایران بسیار خوب بوده و محبوبیت ویژه‌ای پیدا کرده‌اند. قابل ذکر است که در حال حاضر برخی از شرکت‌های تولیدکننده، واردات موتورسیکلت‌های برقی را در دستور کار خود قرار داده‌اند که این امر نیاز به همکاری و مساعدت دستگاه‌های دولتی، شهرداری و دیگر ارگان‌های مربوطه دارد. همچنین تقاضا برای انواع موتورسیکلت و لوازم یدکی آن در دهه‌های اخیر به شدت افزایش یافته و صنایع وابسته به این بخش را به تکاپوی گسترده برای افزودن بر تولید انداخته ولی چند سالی است که تولیدکنندگان قطعات از وضعیت حاکم بر صنعت موتورسیکلت راضی نیستند. نکته مهمی که باید به آن اشاره کرد، این است که صنعت موتورسیکلت باید وارد مرحله جدیدی از حیات خود بشود تا بتواند بقای خود را حفظ کرده و باعث رشد صنعت کشور شود؛ این مرحله همان انتقال تکنولوژی به ایران است! همچنین نیاز است برای این کار هر چه زودتر به‌طور جدی کارخانه‌های تولیدکننده موتورسیکلت مراکز تحقیق و توسعه خود را راه‌اندازی و ارتباط خود را با دانشگاه‌ها بیشتر کنند.

### عوامل رشد تقاضای موتورسیکلت در ایران:

- 1- بازار موتورسیکلت در ایران بر اساس استفاده‌های گوناگون از این وسیله با کشورهای توسعه یافته متمایز است. اساساً در ایران موتورسیکلت علاوه بر آن که یکی از وسایل پر اهمیت در جابجایی و نقل و انتقال مردم به حساب می‌آید، یکی از وسایل کسب و کار نیز هست.
- 2- افزایش قیمت اتومبیل و عدم امکان تهیه آن برای اقشار کم درآمد.
- 3- محدودیت‌های به وجود آمده در شهرها، برای استفاده از اتومبیل (پارک، محدوده طرح ترافیک)
- 4- کاهش زمان رفت و آمد نسبت به اتومبیل.
- 5- کاهش هزینه رفت و آمد.
- 6- هزینه پایین تعمیر و نگهداری.
- 7- همچنین قابل ذکر است تا سال 1372 بازار موتورسیکلت منحصراً در اختیار چهار شرکت بزرگ تیزرو

(نماینده هوندا)، جهانرو (نماینده کاواساکی) ایراندوچرخ (نماینده یاماها) و نیرو محرکه بوده است که هر کدام دارای تنوع محصول محدودی بوده‌اند. سپس شرکت‌های جدید وارد عرصه رقابت شدند که باعث تنوع محصولات و قیمت‌ها شدند.

قابل ذکر است که آقای رجبعلی بنا رئیس هیات مدیره شرکت جهانرو، در دهه 70 و اوایل دهه 80 مجموعه خود را گسترش داد و گروه صنعتی بنا شامل چندین شرکت از جمله تندروسیکلت، شکوموتور، توان حرکت، گوهرراد، کومشفر، شیرویه ایجاد شد که می‌توان فعالیت‌های اولیه این مجموعه را به عنوان تحول و رویدادی جدید در بحث محصولات و قیمت‌های متنوع و همچنین رخدادهای دیگر در صنعت موتورسیکلت دانست. البته به دلایل گوناگون، در همان دهه 80 شرکت‌های این گروه منحل و فقط جهانرو باقی ماند و در اواخر دهه 80 مدت کوتاهی به خاطر شرایط خود تولید این شرکت نیز تقریباً متوقف شد ولی بعد از مدتی مجدداً تولید خود را شروع کرد و در حال حاضر نیز بر اساس شرایط و سیاست‌های داخلی خود و وضعیت بازار به طور آهسته و پیوسته در حال فعالیت است شرکت تیزرو نیز در اواخر دهه 80 نفس‌های آخر خود را زد و در نهایت منحل شد! امروز شرکت نیرومحرکه و شرکت ایراندوچرخ (از گروه بهمن) نیز در حال فعالیت هستند و تقریباً می‌توان گفت به دلیل تاسیس شرکت‌های جدید طی دهه‌های گذشته و همچنین سیاست‌های داخلی و شرایط بازار، درصد کمی از تولید سالانه صنعت موتورسیکلت ایران متعلق به این دو شرکت قدیمی است.

8- تا پایان دهه هفتاد، موتورسیکلت به عنوان کالای سرمایه‌ای مورد توجه مردم قرار داشت. از این رو، عده‌ای از مردم جهت سرمایه‌گذاری سودآور، به پیش خرید موتورسیکلت روی می‌آوردند و با پیش فروش محصولات از طریق نمایندگی‌های رسمی شرکت‌های تولیدکننده، سود خوبی نصیب خریداران می‌شد. شایان ذکر است که در دهه هفتاد، کیفیت محصولات نیز بسیار مطلوب و قابل توجه بود.

9- از سال 1379 به دلیل تاخیر در تحویل موتورسیکلت‌های ثبت نامی به تدریج تمایل مردم نسبت به سیستم پیش فروش

شرکت‌ها کم شد و از سالهای 1380 تا 1382 بازار خرید و فروش موتورسیکلت به‌صورت اقساطی و چکی درآمد و به همین دلیل نیز می‌توان گفت تمایل خرید برای موتورسیکلت نیز افزایش یافت، زیرا عمدتاً نمایندگان فروش شرکت‌ها چکی می‌خریدند و می‌فروختند!

10- از اواخر سال 1381 با شدت گرفتن رقابت منفی بین شرکت‌های تولیدکننده، ناگهان قیمت موتورسیکلت‌ها به شدت کاهش یافت (حدود 50 تا 65 درصد) و این موضوع باعث افزایش درخواست برای موتورسیکلت شد.

### عوامل شکل‌دهنده بحران در صنعت موتورسیکلت‌سازی ایران:

1- بزرگترین تجربه تاریخی، برای نسل‌های جدید و آینده صنایع ایران: در سال 1381 به بهانه‌های مختلف، از جمله خارج کردن رقبا از میدان تولید و تا حدی لجبازی چند شرکت، باعث شد یک رقابت منفی در صنعت موتورسیکلت ایران ایجاد شود. البته یکی از آن شرکت‌ها که تقریباً امروز فعالیتی نیز ندارد، ادعا میکند که خواسته است، قیمت موتورسیکلت را به قیمت واقعی برساند و برای همین تخفیف‌های خود را شروع میکند، اما حتی اگر نیت این شرکت در آن زمان همین موضوع بوده باشد که البته جای تامل دارد، سبب شد این صنعت تا مرز ورشکستگی پیش برود! قابل ذکر است، افرادی که آن رقابت سپاه را شروع کردند و ادامه دادند، خود آنها زودتر از همه خسته شده و از بازار موتورسیکلت خارج شدند و اگر هم باقی ماندند، دیگر نتوانستند مثل گذشته فعالیت کنند. در عوض شرکت‌هایی که به طور جدی وارد این بازی نشدند (به فرض مانند شرکت تکتاز موتور) و یا تعدادی شرکت دیگر که تقریباً در همان سالهای 1381 و 1382 تاسیس شده بودند، امروز می‌توان گفت رتبه اول تا دهم میزان تولید موتورسیکلت ایران را در اختیار دارند و یا همچنان آهسته و پیوسته در حال تولید هستند! در نهایت در سالهای 1382 تا 1385 تولیدکنندگان موتورسیکلت شرایط خیلی سختی را سپری کردند.

2- به دلیل نبود يك برنامه و استراتژی معین و مدون برای تولیدکنندگان این صنعت، با حداقل ضوابط و شرایط مجوز تولید به افراد داده می‌شد و قوانین موجود طوری بود که افراد غیر متخصص و غیر متعهد نیز مجوز تولید می‌گرفتند و افراد با پشتوانه وضعیت مالی ضعیف به علت شرایط آسان شروع به تولید کردند (البته اگر تخصص و تعهدی وجود داشت، در نتیجه هیچ ایرادی نبود تا فردی بدون پشتوانه مالی خوب شروع به تولید نماید، زیرا در طول تاریخ دنیا معمولاً کارآفرینان از صفر شروع کرده‌اند.) به هر حال در آن زمان به راحتی میشد اجناسی که از خارج از کشور تامین میشد را از طریق یوزانس وارد کرد. از طرفی بانکها به راحتی وام تولید در اختیار افراد می‌گذاشتند که البته در این مدت، بسیاری از شرکتها در صنایع مختلف، بدون ضمانت کافی وام دریافت کردند که بعداً بانکها نیز با مشکلات جدی روبرو شدند. در نتیجه تعداد تولیدکنندگان جدید هر روز زیادتر شد و این موضوع باعث به وجود آمدن همان رقابت منفی و سیاه شد. عده‌ای از شرکتهای بزرگ، با توجیه و بهانه‌های مختلف قیمت محصولات را به شدت پایین آوردند و این عامل باعث به وجود آمدن مشکلات بسیاری شد و به علت این که قبل از این رقابت، فروش محصولات شرکتها به صورت اقساطی بود، عده‌ای افراد سودجو نیز با توجیه این که موتورسیکلت توسط شرکتها گران به آنها فروخته شده، اقساط خود را پرداخت نکردند و از طرفی، تولید توجیه اقتصادی نداشت. از این رو، بعضی شرکتها برای حل مشکل امروز خود به ناچار اجناس موتورسیکلت را به صورت یوزانس وارد می‌کردند و تقریباً در حد ضرر، به صورت نقدی عرضه می‌کردند تا مشکلات روز خود را سپری نمایند تا بتوانند تعهدات سررسید شده خود را پاسخگو باشند.

3- از طرف دیگر در حالی که قیمتهای عرضه، توجیه اقتصادی نداشت، قانون چك نیز تغییر کرد و باز آتش گرفتاری تولیدکنندگان بیشتر شد و چكهای بسیاری که از قبل از مشتریان خود اخذ کرده بودند، وصول نشد.

4- با توجه به بحث شکستن قیمتها و شوک‌های وارد شده به بازار و همچنین حقوقی شدن قانون چك اکثر شرکتها با تاخیر در عودت بازپرداخت وامهای خود و یوزانسه‌های سررسید شده مواجه گشته و به دادن دیرکرد وامهای معوقه خود راضی شدند. در عین حال بانکها نیز از دادن اعتبارات مجدد به این شرکتها خودداری کردند.

5- قابل ذکر است، از قبل از شروع رقابت منفی در صنعت موتورسیکلت، بعضی شرکتهای تولیدکننده، تبلیغات عجیبی در رسانه‌ها داشتند! از جمله دادن شمش طلا را برای قرعه‌کشی‌های خود تبلیغ می‌کردند و هر رسانه‌های را می‌دیدیم با امثال این تبلیغها مواجه می‌شدیم! سپس در این شرایط و رقابتهای ایجاد شده، دولت و زیر مجموعه‌های آن نیز در خصوص شرایط حاکم بر این صنعت بیشتر به فکر افتاده و قانون شماره‌گذاری در کارخانه‌ها را اجرا کردند و همچنین بحث مالیاتها، ممنوعیت خروج از کشور تولیدکنندگان به خاطر عدم بازپرداخت وامها و موارد دیگر را با قاطعیت بیشتری برخورد و اجرا کردند. البته قابل ذکر است هیچ تولیدکننده‌ای با قوانین صحیح، استانداردهای مختلف تولید و نظم و ترتیب مخالف نیست ولی به هر حال این عوامل باعث تشدید بحران در آن چند سال شد. البته سریعاً این موارد برای تولیدکنندگان توجیه و عادی شد.

6- در چنین شرایطی برخی تولیدکنندگان به این فکر فرو رفتند که به جای تولید به دنبال تجارت بروند و یا به دنبال تولید کالاهایی بروند که هیچ تجربه‌ای در آن نداشتند. قابل ذکر است که این موضوع از لحاظ علم اقتصاد در يك صنعت فاجعه است. زیرا يك عده به این نتیجه می‌رسند سرمایه خود را از ایران خارج نمایند که البته بسیاری از افراد این کار را انجام دادند! ثانیاً بازتاب سیاسی این موضوع خطرهای بسیاری جهت سرمایه‌گذاری خارجی و عدم اطمینان به سرمایه‌گذاری داخلی را در پی خواهد داشت.

7- عواملی مانند استفاده از یوزانس و سهولت دریافت وام از بانکها، باعث شد يك عده موتورسیکلت تولید و به قیمت پایین در حد ضرر عرضه نمایند و پول به دست آورده را صرف خرید ملك کرده و یا به سمت کارهایی که سود زودبازده دیگر داشت بردند که این قضیه به دلایل مختلف، از جمله با ندادن یوزانس به ایران پایان یافت. قابل ذکر است در این چند سال (1385-1382) محصولات بسیار نامطلوب شد.

8- از ابتدای دهه 80 برخی مسئولان ذهنیت مردم را با بیان (تولید موتورسیکلت‌های زیرپله‌ای) به چالش کشیدند و در دهه 90 با بیان اینکه هر موتورسیکلت 6 برابر خودرو آلودگی دارد اذهان جامعه را به این موضوع جلب کردند و امروز نیز بیلبوردهایی در سطح شهر تهران توسط شهرداری نصب شده و در آن درج کرده‌اند که

موتورسیکلت کاربراتوری هوا را 6 برابر بیشتر از انژکتوری آلوده می‌کند! اما هیچ وقت آمار و استدلال درستی ارائه نکردند و همین امر یکی از دلایل نگرش منفی نسبت به موتورسیکلت شده است!

9- در سال 1391 به دلیل گران شدن ارز، قیمت موتورسیکلت نیز افزایش یافت و مردم نیز با يك شوک اقتصادی مواجه شدند و با توجه به اینکه سطح درآمدها نسبت به هزینه‌ها رشد مناسبی نداشت، این امر باعث شد مصرف کنندگان از کالاهای در اختیار خود نهایت استفاده را داشته باشند و همین امر دلیل اصلی کاهش تولید سال 1391 نسبت به 1390 بود و البته به همین دلیل در سال 1392 مجدد با کاهش تولید نسبت به سال 1391 مواجه بودیم. در نهایت در سال 1393 این صنعت به دلیل نیاز انباشته شده طی دو سال قبل، افزایش 70 درصدی تولید و فروش را در پی داشت.

10- بعد از برجام اغلب مردم منتظر کاهش قیمت‌ها بودند و همین موضوع باعث شد که تولید سال 1394 نسبت به سال 1393 کاهش یابد.

11- در سال 1395 هیات دولت تصویب کرد که کارگروه بر اجرای برنامه جامع کاهش آلودگی هوای کلانشهرها تشکیل شود.

حال بر اساس بند 5-1 این تصویبنامه تعیین شد که از اول مهر 1395 تولید و شماره‌گذاری موتورسیکلت‌های کاربراتوری ممنوع شود و بر اساس تبصره ذیل بند 5-2 تولید موتورسیکلت‌هایی که قبل از ابلاغ این مصوبه ثبت سفارش شده‌اند تا پایان سال 1395 بلامانع اعلام شد و این در حالی است که بدون در نظر گرفتن موجودی دقیق شرکتها، ثبت سفارش‌های صورت گرفته، رکود بازار، توان و ظرفیت تولید و شماره‌گذاری این محصولات، چنین تصمیمی اتخاذ شد و در نهایت در تاریخ 16 بهمن 1395 یعنی بعد از حدود 4 ماه تعطیلی کارخانه‌های این صنعت، بعد از کلی نامه نگاری مسئولان با یکدیگر و تشکیل جلسات بالاخره با پیگیری های آقای نعمت‌زاده وزیر محترم صنعت، معدن و تجارت، وزارت کشور به رییس پلیس راهنمایی و رانندگی دستورات لازم را جهت شماره‌گذاری ابلاغ و ایشان نیز به رهگشا اجازه شماره‌گذاری موتورسیکلت‌ها را اعلام کرد و به دلیل عدم توجه به نظر متولیان صنعت موتورسیکلت که اعلام کرده بودند، تعداد موتورسیکلت‌های موجود بیش از چیزی بوده است که قبلاً ظرفیت سنجی و بررسی شده است، دوباره در اواخر اسفند 1395 بعد از پیگیری‌های صورت گرفته توسط انجمن صنعت موتورسیکلت ایران، قرار شد با قبول شرایطی اجازه تولید و شماره‌گذاری الباقی محصولات کاربراتوری کارخانه‌ها را بدهند! در مجموع حدود 6 ماه صنعت موتورسیکلت به دلیل عدم توجه به نظر متولیان و کارشناسان این صنعت و همچنین عدم هماهنگی سازمانها و ارگانهای مربوطه با یکدیگر تعطیل شد! در نتیجه جلوگیری از شماره گذاری موتورسیکلت‌های کاربراتوری از ابتدای مهر سال 1395 این صنعت را با چالشی جدی مواجه کرد و دلیل افزایش شماره‌گذاری در این سال نیز همین موضوع بود، زیرا شرکتها مجبور به شماره‌گذاری همه موجودی خود شدند و در نهایت تعدادی از آن محصولات را در سال 1396 توزیع کردند. شایان ذکر است، اجرای این طرح به دلیل آماده نبودن بسترهای تولید موتورسیکلت انژکتوری و حتی برقی، باعث کاهش تولید موتورسیکلت از سال 1396 شد و این موضوع سبب بیکاری بسیاری از فعالان این صنعت شد و ضررهای بسیاری را متوجه تولیدکنندگان کرد و حتی طبق بیان آقای زمردی مدیرییت شرکت زمر که در برنامه پایش شبکه اول سیما پخش شد، ایشان عنوان کرد که کاربر در انجمن، هنگام ورود اطلاعات به‌جای عدد 10039 رقم 1039 را درج کرده و بالاخره ایشان بعد از تلاشهای بسیار توانست موتورسیکلت‌های خود را شماره‌گذاری کند. البته یکی دو شرکت دیگر نیز ادعا کردند که چون عضو انجمن صنعت موتورسیکلت ایران نبودند، از آمار ارائه شده توسط انجمن جا مانده‌اند و نتوانستند موتورسیکلت‌های خود را که در مجموع حدود 10 هزار دستگاه بود، پلاک کنند که این موضوع تا سال 1397 ادامه پیدا کرد! نکته مهمی که در این خصوص وجود دارد، این است که این شوک به این دلیل رخ داد که اکثر موتورسیکلت‌های تولیدی در ایران تا به امروز از کشور چین تامین قطعه میشود و در آن زمان در چین برای موتورسیکلت‌های انژکتوری با حجمهای مجاز داخل ایران، تولید انبوه وجود نداشت و بسیاری از شرکت‌های چینی بعد از اجباری شدن انژکتور در ایران تازه به سراغ تولید این نوع قوای محرکه رفتند. از طرفی محصولات غیر از کشور چین نیز به دلیل محدود بودن آنها و با توجه به اینکه به بیشتر از يك شرکت ایرانی نمایندگی نمی‌دهند، در نتیجه آنها نیز نمیتوانستند پاسخگوی نیاز بازار، حداقل برای 500 هزار



دستگاه باشند. زیرا علاوه بر محدودیت ظرفیت تولید آن شرکتها، قیمت محصولات «غیر چینی» نیز بالاتر هست! قابل ذکر است که قطعاً محاسن سیستم انژکتور بیشتر از کاربراتور است و در این موضوع هیچ شک و تردید ندارد، اما بهتر بود با توجه به شرایط و موقعیت اقتصادی کشور با اتخاذ سیاستهای بهتر و طبق یک روال منطقی‌تر تغییرات لازم را در زمان مناسب، انجام دهند. زیرا به هر حال حدود 11 تا 12 میلیون موتورسیکلت کاربراتوری در کشور در حال تردد هستند و اگر واقعا شدت آسیب موتورسیکلت‌های کاربراتوری انقدر زیاد بود که نیاز به برخورد ضربتی داشت، پس بهتر بود علاوه بر جلوگیری از تولید موتورسیکلت‌های کاربراتوری، به‌طور هم‌زمان تردد چندین میلیون موتورسیکلت کاربراتوری در کشور را نیز ممنوع میکردند! پس به همین دلیل که این کار را نکردند، مناسب بود جلوگیری از شمارگذاری موتورسیکلت‌های کاربراتوری را نیز با ملاحظه بیشتری لحاظ میکردند تا با از بین بردن به فرض یک آسیب، مشکل و معضل دیگری به جامعه وارد نشود!

12- دلیل کاهش تولید در سال 1397 نیز علاوه بر کیفیت پایین بعضی محصولات انژکتوری، افزایش ناگهانی قیمت ارز و شوک‌های اقتصادی به مردم شد.

### تاسیس انجمن صنعت موتورسیکلت ایران

این انجمن تقریباً در زمان شروع رقابت‌های منفی در این صنعت شکل گرفت و به استناد بند 5 قانون اتاق بازرگانی و صنایع و معادن ایران در سال 1382 با نام «سندیکای تولیدکنندگان موتورسیکلت ایران» تشکیل شد و بر اساس سیاستهای اتاق در تیر ماه سال 1392 و طی تصویب در مجمع عمومی مورخ 1392/4/11 آن به «انجمن صنعت موتورسیکلت ایران» تغییر یافت. قابل ذکر است که ریاست انجمن تا سال 1395 آقای بهروززاده بود و بعد از ایشان تا سال 1396 به مدت یک سال آقای حجازی سکندار آن شد و سپس با توجه به تصویب مجمع در سال 1395، قرار شد هر سال برای انتخاب ریاست انجمن را پیگیری مجدد انجام شود. از این رو، در سال 1396 اعضای هیات مدیره، آقای مجاهد را به عنوان ریاست انجمن برگزید. نکته ای که در خصوص انجمن صنعت موتورسیکلت ایران وجود دارد، این است که همه اعضای هیات مدیره در همه دوران، تمام سعی و تلاش خود را انجام دادند ولی به دلایل متعدد، مانند نبود یک استراتژی مدون، ذهنیت منفی برخی مسئولان نسبت به موتورسیکلت و به طور کلی به دلایل مشکلات درون صنعتی و برون صنعتی، این انجمن با مشکلات متعددی مواجه بود، اما همچنان تلاش دلسوزان این صنعت، برای بهبود وضعیت انجمن و صنعت موتورسیکلت ادامه دارد!

### بهبود نسبی وضعیت صنعت موتورسیکلت ایران

از سال 1385 به بعد با توجه به این که بانکهای ایران به تولیدکنندگان به راحتی وام ندادند و از طرفی به علت تحریم، کشورهای خارجی نیز از دادن یوزانس به ایران خودداری کردند، لذا این موضوع باعث بهبود وضعیت صنعت موتورسیکلت ایران شد. زیرا فقط افرادی مشغول به تولید شدند که از وضعیت اقتصادی تولید و توزیع محصولات شد و ناهنجاری‌هایی که در سال‌های گذشته نیز به خاطر نیازهای مالی در بازار به وجود می‌آمد از بین رفت و هر تولیدکننده با توجه به سرمایه خود برنامه ریزی تولید کرد. چون همه از شرایطی که در گذشته به وجود آمده بود خسته شده بودند. (البته یوزانس، در شرایط ثبات اقتصادی بسیار برای پیشرفت صنایع مناسب است ولی در شرایطی مثل سالهای 1391 و 1397 که نوسانات ارزی زیادی در ایران رخ داد، استفاده از یوزانس در این مواقع نوعی خودکشی اقتصادی محسوب می‌شود! زیرا تولیدکننده کالا را با قیمت ارز در گذشته وارده کرده و فروخته و بعد از شش ماه باید با قیمت چند برابری ارز، بدهی خود را تسویه حساب کند! در حال حاضر تقریباً حدود 45 شرکت تولیدکننده موتورسیکلت به صورت فعال و نیمه فعال در ایران وجود دارد و همه تولیدکنندگان این را میدانند که اگر کسی نگاه اقتصادی سالم و علمی نداشته باشد و اگر فردی دوباره بخواهد محصولات خود را به دلیل رقابت منفی با تولیدکنندگان دیگر، بدون سود و یا به زیر قیمت تمام شده عرضه نماید

یقیناً آبروی خود را به خطر خواهد انداخت و از این صنعت حذف خواهد شد. همان طور که برای آن عده‌های که رقابت منفی را در اوایل دهه 1380 در صنعت موتورسیکلت ایران به وجود آوردند، این اتفاق افتاد. لذا سعی همه تولیدکنندگان در حال حاضر بر این است که سالم و بدون رقابت منفی ادامه حیات دهند، هر چند که بعضی اوقات شیطنت‌هایی از برخی تولیدکنندگان دیده میشود. تقریباً از سال 1390 به بعد مخصوصاً از زمان افزایش نرخ ارز و گرانی کالاها در سال 1391، مصرف کنندگان تمایل زیادی به خرید اجناس با کیفیت پیدا کرده‌اند و از طرفی شرکتها نیز بر اساس تجربه، خواسته مصرف کنندگان و البته افزایش استانداردها و قوانین و مقررات جدید به این نتیجه رسیدند که باید از لحاظ کیفی محصولات خود را ارتقاء دهند و در حال حاضر نیز بسیاری از تولیدکنندگان این صنعت کیفیت خود را ارتقاء داده‌اند. البته رقابتی بودن این صنعت نیز در افزایش ارتقای کیفیت و ایمنی موتورسیکلت‌ها موثر بوده است. حال نکته‌ای که نیاز است به آن اشاره شود این است که امروز یقیناً هر کدام از تولیدکنندگانی که کیفیت مونتاژ و قطعات خود را بالا نبرند و اصرار به مدیریت و نگرش سنتی خود داشته باشند و اگر بخواهند بدون در نظر گرفتن شیوه‌های جدید تولید، فروش و بازاریابی ادامه فعالیت بدهند و اخلاق حرف‌های و صداقت را نادیده بگیرند، حتی اگر در حال حاضر از نگاه خودشان موفق باشند، به زودی به حاشیه خواهند رفت و جایگاهی در بین خریداران و مصرف کنندگان نیز نخواهند داشت. لذا يك شرط مهم برای موفقیت و ماندگاری هر بنگاه اقتصادی کوچک و بزرگ ایجاد تغییرات مثبت در سیستم مدیریتی و تفکری آن است. همچنین طی چند سال گذشته با ورود محصولات برند اروپایی و یا تحت لیسانس، برای صنعت موتورسیکلت يك بازار جدید ایجاد شد و افرادی که قبلاً به دلیل کیفیت پایین و یا عدم علاقه به طرح موتورسیکلت‌های موجود تمایلی به استفاده از این نوع وسیله نقلیه را نداشتند، این محصولات جدید، انگیزه خرید در آنها ایجاد کرد و تصور برخی تولیدکنندگان را نیز که قبلاً می‌گفتند محصولات گران قیمت را نمیشود در ایران به فروش رساند، دگرگون کرد!

#### شرکت‌های تولید کننده موتورسیکلت در ایران

جهان همتا سیکلت بناب- آذربایجان شرقی / اصفهان سیکلت- اصفهان/ بهرو سیکلت- اصفهان/ پیشرو گستر فارس- اصفهان/ زمرد کویر- اصفهان/ سپاهان سیکلت کوهپایه- اصفهان/ سهند سیکلت سپاهان- اصفهان/ شباب خودرو روز- اصفهان/ ماشین سازی شاهین شهر- اصفهان/ یکتاز سیکلت کویر- اصفهان/ انرژی موتور- البرز/ صنعتی تلاش- البرز/ صنعتی و تولیدی جهانرو- تهران/ پیشتاز موتور توس- خراسان رضوی/ تیزپر توس- خراسان رضوی/ ثامن سیکلت- خراسان رضوی/ عرفان سیکلت ایرانیان- خراسان رضوی/ اکسین موتور پارس- خوزستان/ سابین خودرو- زنجان/ سپهر خودرو زنجان- زنجان/ متین خودرو- زنجان/ مهتا سیکلت سنگسر- سمنان/ پاسارگاد سیکلت- فارس/ کبیر موتور کازرون- فارس/ ایران دوچرخ- قزوین/ تکتاز موتور- قزوین/ روان سیکلت- قزوین/ چابکرو البرز- قزوین/ پرومحرکه- قزوین/ تندر شهاب- قم/ ثاقب خودرو- قم/ دینو موتور قم- قم/ سرعت سیکلت- قم/ سالار گستر آسیا- قم/ سهیل سیکلت قم- قم/ سیکلت سازان آسیا- قم/ شاهین موتور- قم/ صنعت موتور شکوهیه- قم/ کاریزان گستر پارت- قم/ کیان خودرو سهند- قم/ گروه صنعتی نیرو موتور- قم/ نیکران موتور پاسارگاد- قم/ پارس موتور هرمزگان- هرمزگان/ تک آور میبد- یزد

#### حمایت دولت از تولید

مسئله دیگر این است که اگر دولت حمایت از تولید را در همه زمینه‌های تولیدی افزایش دهد، قطعاً تولیدکنندگان نیز هر کدام در هر صنعت ترجیح خواهند داد که به دنبال تولید محصولی باشند که در آن سالها کسب تجربه کرده‌اند. در غیر این صورت صنایع کشور دچار خستگی و مشکل خواهد شد و اشتغالزایی که از اهداف دولتها بوده است، دچار مشکل می‌شود. البته از دید کارآفرینی باید مرتب پیگیر حوزه‌های مختلف شغلی جدید بود، اما همیشه در عین حال باید حوزه کاری که سالها فرد در آن کسب تجربه کرده است را حفظ کند و در صورت کشف حوزه کاری جدید و مناسب آن را در کنار حوزه تخصصی خود قرار دهد. حداقل تا زمانی که به بهره‌برداری مورد قبول از شغل جدید رسید، باید شغل تخصصی قبلی خود را حفظ کرد. این موضوع نکته‌ای بود که متأسفانه برخی از تولیدکنندگان صنعت موتورسیکلت رعایت نکردند و با توجه به موقعیت‌های خوبی که در این صنعت

داشتند، با این اشتباه که شغل‌های دیگر برایشان پر درآمدتر و بهتر است، از صنعت موتورسیکلت خارج شدند ولی هیچ نتیجه مثبتی از این تصمیم‌گیری خود نگرفتند و تقریباً پل‌های پشت سر خود را نیز خراب کردند و زمانی که مجدد به صنعت موتورسیکلت برگشتند، دیگر نتوانستند موقعیت قبلی خود را احیاء نمایند! از این رو صنعت گران عزیز باید به این نکته توجه داشته باشند که مسئله بحران همیشه در هر صنعتی، در هر کشوری و در هر زمانی به وجود آمده و در آینده نیز خواهد آمد. اما اکثر راه‌های نجات از بحران‌های داخلی صنایع نیز قبلاً توسط کشورهای توسعه یافته کشف شده است و نیازی به کشف فرمول خاصی توسط ما نیست. فقط نوع نگرش مدیریتی و اعتقادی ما نسبت به سرمایه‌گذاری خود و کشور عزیزمان و کمی صبر و حوصله در امور، ما را به سرمنزل مقصود میرساند. البته این جمله به معنی عدم تحرک فیزیکی، عدم تفکر، عدم خلاقیت و ابتکار نیست بلکه در جاهایی که با محدودیت زمان، امکانات و سرمایه مواجه هستیم و آزمون و خطا هزینه زیادی دارد، میتوانیم با مطالعه و تحقیق از تجربه کشورهای دیگر استفاده کنیم. همچنین در زمان بحران در یک صنعت، دولت وظیفه دارد با درایت کامل به کمک صنعتگران آن صنعت بشتابد. قطعاً اگر تصمیم‌های عجولانه گرفته شود و به جای حمایت و کنترل وضعیت به سوی تعدیل و ثبات، دست به برنامه‌های سختگیرانه و تحمیل یکسری قوانین فوری بزند و با آزمون و خطا پیش بروند، آن صنعت رو به نابودی خواهد رفت. به هر حال در کشور در حال توسعه بحث بودن یا نبودن و رشد یک صنعت از مسائل حیاتی است که در خصوص حمایت و کنترل بقای آن باید تصمیم درست، در زمان درست اتخاذ گردد.

### تقابل دولت با رقابتهای منفی در صنایع ایران

اولاً یکی از محورهای اجرای اقتصاد مقاومتی علاوه بر توجه و تقویت تولید داخل و حمایت از کارآفرینی، اجرای صحیح اصل 44 قانون اساسی است و طبق این اصل و همچنین با توجه به ابلاغیه رهبر معظم انقلاب اسلامی در خصوص سیاست‌های کلی اصل 44 قانون اساسی، باید صنایع داخلی رقابت پذیر شوند. ثانیاً علاوه بر بحث خصوصی سازی، حدود نصفی از قانون سیاست‌های کلی اصل 44 در مورد رقابت پذیری و ضد انحصار شدن صنایع است تا فضای کشور رقابتی شود و بدین وسیله بخش خصوصی کارایی خود را بتواند بالا ببرد. لذا برای رقابت پذیری نیز نباید انحصارطلبی و انحصارنگری وجود داشته باشد (چه در دید کلان دولتی و چه در دید خرد خصوصی) و اگر این امر محقق شود، اقتصاد رقابت پذیر شده و وضعیت در راستای شعار و انتظارات مقام معظم رهبری و قانون قرار خواهد گرفت. حال دولت علاوه بر حمایت از صنایع، باید با تدوین استراتژی مدون باعث کنترل قیمت‌ها، برنامه‌ریزی‌های مناسب و به موقع، تعیین شرایط ویژه برای تولید و عرضه و اجرای استانداردهای خاص در همه امور یک صنعت شود تا از رقابت منفی، به گونهای که باعث تباهی صنایع گردد، جلوگیری نماید تا دیگر شاهد یک چنین وضعیتی که در اوایل دهه 1380 در صنعت موتورسیکلت به وجود آمد نباشیم. متأسفانه برخی افراد، رقابت را در نابودی میدانند. در صورتی که در بازی حیات، مهمترین موضوع این است که حریف منصف و درستی باشیم، این حتی از برنده شدن هم مهمتر است. مفهوم واقعی در رقابت این نیست که حریف را قلع و قمع کرده، بلکه رقابت باید به صورتی انجام شود که زندگی تمام شرکت کنندگان را بهبود بخشد. رقابت یک اصل دارد: «باید برای همه نافع باشد و شرکت کنندگان را ترغیب به سعی و کوشش بیشتر نماید. این اصل واقعی رقابت است که اگر به صورت صحیح اعمال شود، نیرویی مولد و خلاق میشود. هدف واقعی رقابت یعنی تقویت توانایی‌ها و خلاقیت‌ها. رقابت باید به صورتی اعمال شود که نتیجه آن برای مصرف کننده افزایش بهبود کیفیت باشد.

### منابع

نژادیان محمدعلی، 1385. گذشته، حال و آینده صنعت موتورسیکلت در ایران. ص 4-7 فصلنامه موتورسیکلت، شماره 3 تابستان.

نژادیان محمدعلی، 1385. وضعیت بازار موتورسیکلت در ایران. ص 6-7 فصلنامه موتورسیکلت، شماره 4

پاییز.

نژادیان محمدعلی، 1388. تاریخچه صنعت موتورسیکلت در ایران. ص 3-5 فصلنامه موتورسیکلت، شماره ، 11 بهار.

نژادیان محمدعلی، یادگاری رضا، سنایی فرد مهشید، 1394. کارآفرینی به شیوه علی اصغر خیالی بناب، تهران: کارآفرینان بزرگ (برای مرکز کارآفرینی دانشگاه صنعتی شریف)

نژادیان محمدعلی، 1394. تاریخچه صنعت موتورسیکلت در ایران. ص 19-21 هفته نامه خودرو امروز: ضمیمه موتورسیکلت، سال نهم، ش ۲۵۲ تابستان.

نژادیان محمدعلی، 1395. دیروز، امروز و فردای صنعت موتورسیکلت ایران. ص 86 هفته نامه خودرو امروز: ویژه نامه نوروز، سال 10.