

بررسی صنعت خودروسازی ایران



گروه تحقیقات اقتصادی
بانک خاورمیانه

دی ۱۳۹۴

تذکر

آمار و اطلاعات استفاده شده در این گزارش جدیدترین و به‌روزترین آمار و اطلاعاتی است که در زمان انتشار گزارش از منابع معتبری که در متن یا زیرنویس‌ها ذکر شده‌اند، قابل دسترسی بوده است. آمار، اطلاعات و تحلیل‌های ارائه شده صرفاً جنبه اطلاع‌رسانی داشته و هیچ تعهدی را از سوی بانک خاورمیانه و یا سازمان‌ها و افراد وابسته به آن ایجاد نمی‌نماید.

فهرست

مقدمه	۱
۱- پیشینه خودروسازی در ایران	۲
۱-۱- شرکت‌های خودروساز داخلی	۳
۲- جایگاه صنعت خودرو در ایران	۶
۳- تولید و ارزش افزوده صنعت خودرو در ایران	۹
۳-۱- کارگاه‌های صنعتی	۱۰
۳-۲- شرکت‌های بورسی	۱۱
۴- تحلیل وضعیت فعلی تقاضای داخلی خودرو در کشور	۱۳
۵- واردات و صادرات خودرو	۱۳
۶- حمایت‌های دولتی از خودروسازی	۱۵
۷- چالش‌های خودروسازی در ایران	۱۷
۷-۱- چالش‌های ناشی از مدیریت دولتی	۱۷
۷-۲- چالش‌های کلان اقتصادی و سیاسی	۱۹
۷-۳- چالش‌های ساختاری	۲۰
۸- چشم‌انداز صنعت خودرو در افق ۱۴۰۴	۲۱
۹- مروری بر تجربه برخی از کشورها در صنعت خودروسازی	۲۴
۱۰- جمع‌بندی	۲۶
منابع	۲۷

فهرست نمودارها

- نمودار ۱: سهم تقریبی هر یک از بنگاه‌ها از ارزش ستانده کل صنعت خودرو به قیمت جاری (متوسط سال‌های ۱۳۸۸ تا ۱۳۹۰) ۲
- نمودار ۲: سهم زیربخش‌های منتخب از تولید ناخالص داخلی، متوسط سال‌های ۱۳۸۲ تا ۱۳۹۲ (درصد) ۷
- نمودار ۳: سهم ارزش افزوده "تولید وسایل نقلیه موتوری، تریلر و نیمه تریلر" در تولید ناخالص داخلی و ارزش افزوده صنعت (درصد) ۷
- نمودار ۴: سهم شاغلان در "تولید وسایل نقلیه موتوری، تریلر و نیمه تریلر" به تفکیک مهارت در سال ۱۳۹۲ (درصد) ۸
- نمودار ۵: سهم حامل‌های انرژی مختلف در تأمین انرژی "تولید وسایل نقلیه موتوری، تریلر و نیمه تریلر" (درصد) ۸
- نمودار ۶: تعداد تولید انواع خودرو (سواری، وانت، و ماشین‌های سنگین) به تفکیک شرکت‌های عمده ۹
- نمودار ۷: سهم استان‌های مختلف از ارزش افزوده تولید "ساخت وسایل نقلیه موتوری، تریلر و نیمه تریلر" (متوسط ۱۳۸۷ تا ۱۳۹۱) ۱۰
- نمودار ۸: رشد ارزش افزوده "تولید وسایل نقلیه موتوری، تریلر و نیمه تریلر" در مقایسه با کل صنعت (درصد) ۱۱
- نمودار ۹: شاخص تولید کارگاه‌های بزرگ صنعتی کشور (۱۳۹۰=۱۰۰) ۱۱
- نمودار ۱۰: رشد شاخص تولید و فروش صنعت خودرو در صنایع بورسی (درصد) ۱۲
- نمودار ۱۱: نسبت تغییر در موجودی انبار به تولید صنایع بورسی (درصد) ۱۲
- نمودار ۱۲: ارزش صادرات و واردات وسایل نقلیه موتوری، تریلر و نیمه تریلر ایران (میلیون دلار) ۱۴
- نمودار ۱۳: مقایسه سهم کشورهای مختلف از صادرات خودرو و قطعات از ایران در سال‌های ۱۳۸۸ و ۱۳۹۳ ۱۴
- نمودار ۱۴: تولید خودرو در برخی کشورهای کمتر توسعه یافته از لحاظ صنعت خودروسازی در سال ۲۰۱۴ (میلیون دستگاه) ۱۵
- نمودار ۱۵: میزان دریافت تسهیلات مالی توسط دو شرکت بزرگ خودروسازی کشور (هزار میلیارد ریال) ۱۶
- نمودار ۱۶: نسبت مانده تسهیلات آخر سال خودروسازان به جمع دارایی‌های آنها (درصد) ۱۶

فهرست جداول

- جدول ۱: اشتغال در کارگاه‌های صنعتی ۱۰ نفر کارکن و بیشتر (هزار نفر) ۸
- جدول ۲: تعداد تولید انواع خودرو به تفکیک شرکت‌های عمده در شش ماهه نخست ۱۳۹۴ ۱۰
- جدول ۳: پیش‌بینی و برآوردهای کمی صنعت خودرو در افق ۱۴۰۴ (هزار دستگاه) ۲۲
- جدول ۴: پیش‌بینی و برآورد کیفی صنعت خودرو در افق ۱۴۰۴ (خودروهای سبک) ۲۲
- جدول ۵: پیش‌بینی و برآورد کیفی صنعت خودرو در افق ۱۴۰۴ (خودروهای سنگین) ۲۳
- جدول ۶: سهم تولید شرکت‌های معتبر خودروسازی بر اساس سوخت مصرفی ۲۴

مقدمه

صنعت خودرو به لحاظ ارتباط گسترده با زنجیره‌ای از صنایع قبل و بعد از خود، صنعتی کلیدی محسوب شده و دارای پتانسیل بالایی در ایجاد اشتغال و توسعه اقتصادی است. در ساخت خودرو مجموعه‌ای از تکنولوژی‌های فلزی، پلاستیکی، شیمیایی، چوب، پارچه، عایق، شیشه، الکتریکی، الکترونیکی، متالوژی، طراحی، و غیره دخالت دارند. به همین دلیل صنعت خودرو به لحاظ ضریب همبستگی پسین رتبه دوم را در بین صنایع کشور دارد.^۱ برخی برآوردها حاکی از آن است که به ازای تولید هر دستگاه خودرو دو شغل ایجاد می‌شود که ۱۷ درصد آن اشتغال مستقیم (خودروسازی و قطعه‌سازی) و ۸۳ درصد آن اشتغال غیرمستقیم (صنایع بالادستی و فعالیت‌های خدماتی به خودرو) خواهد بود.^۲

این صنعت در ایران پس از شکل‌گیری اولیه در دهه ۱۳۴۰، فراز و نشیب‌های متعددی را تجربه کرده است. تا اوایل دهه ۱۳۷۰، رویکرد این صنعت در داخل کشور مبتنی بر تولید خودرو تحت لیسانس شرکت‌های خارجی بود اما به مرور تحولاتی در راستای ایجاد زنجیره تولید آن نیز صورت گرفت و صنعت قطعه‌سازی خودرو را در ایران شکل بخشید. همکاری استراتژیک خودروسازی ایران که قبل از انقلاب محدود به آمریکا و اروپا بود، پس از آن از آمریکا جدا شد و با شیب کندی به سمت شرکای اروپایی و آسیای شرقی گسترش یافت. یک قطب خودروساز بیشتر به فرانسه و همکاری با پژو متمایل شد و قطب دیگر به کره جنوبی و همکاری با کیاموتورز. البته علاوه بر این دو برند خودروسازان داخلی کمابیش با چندین برند اروپایی و آسیایی دیگر هم مشارکت داشتند. این همکاری‌ها تا مدت‌ها ادامه پیدا کرد تا آنکه تحریم‌های بین‌المللی، آن را به چالش کشید.

این صنعت به دلیل وابستگی به دولت همواره تحت تأثیر تحولات سیاسی بوده و چشم به حمایت‌های مستقیم و غیرمستقیم دولتی دوخته است. با این حال و با وجود نیم قرن سابقه، چالش‌های پیش روی این صنعت باعث گردیده خودروسازی در ایران نتواند همگام با تحولات جهانی حرکت کند و در بازارهای رقابتی حرفی برای گفتن داشته باشد.

چشم‌انداز تدوین شده برای صنعت خودرو در افق ۱۴۰۴، از "دستیابی به جایگاه نخست صنعت خودرو در منطقه، رتبه پنجم آسیا و رتبه یازدهم در جهان از طریق رقابت‌پذیری مبتنی بر توسعه فناوری" صحبت می‌کند که قطعاً با ادامه روند قبلی امکان‌پذیر نخواهد بود و نیازمند تغییر رویکرد اساسی در این صنعت است.^۳

در دسته‌بندی آمار و اطلاعات مربوط به کارگاه‌های صنعتی کشور، رشته فعالیت خودروسازی و صنایع وابسته به آن با عنوان "تولید وسایل نقلیه موتوری، تریلر و نیمه تریلر" و با کد ISIC^۴ ۳۴ شناخته می‌شود که خود نیز دارای سه رشته فعالیت اصلی به شرح زیر است:^۵

۱ شاخص پیوند پسین (Backward Linkages) برای هر بخش، از نسبت جمع هزینه‌های واسطه‌ای بر کل ستانده آن محاسبه می‌شود و میزان وابستگی آن بخش را به بخش‌های دیگر نشان می‌دهد. این شاخص بیان می‌دارد که بخش مورد نظر برای هر واحد تولید چه مقدار از محصولات سایر بخش‌ها را به عنوان نهاده‌های واسطه‌ای مصرف می‌کند. شاخص پیوند پسین بر اساس جدول داده‌ستانده و با الگوی تقاضا محور لئونتیف محاسبه می‌شود.

۲ ماهنامه صنعتی، مهندسی، اقتصادی و فرهنگی صنعت خودرو. مرداد ماه ۱۳۹۰، شماره ۱۵۲، به نقل از آمار انجمن جهانی خودروسازان.

۳ وزارت صنعت، معدن و تجارت. اهم راه‌کارهای اجرای سیاست‌های پیش‌بینی شده در سند اهداف و سیاست‌های صنعت خودرو افق ۱۴۰۴، ویرایش ۹۴/۰۳/۱۱

۴ International Standard Industrial Classification of all Economic Activities.

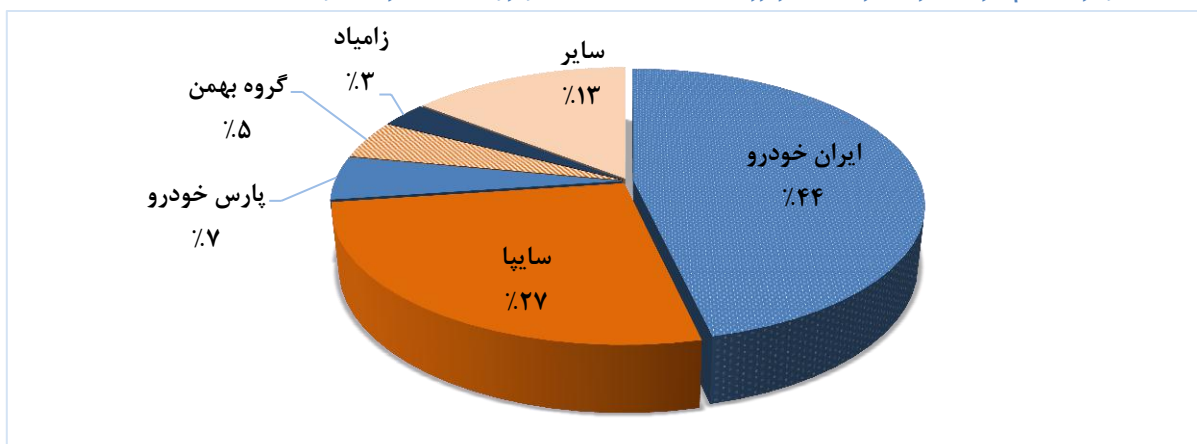
۵ در این گزارش "تولید وسایل نقلیه موتوری، تریلر و نیمه تریلر" به اختصار "صنعت خودرو" نامیده می‌شود و هر جا تنها تولید خودرو به عنوان وسیله نقلیه مطرح باشد، از عبارت "صنعت خودروسازی" استفاده می‌شود.

- تولید وسایل نقلیه موتوری (با کد ۳۴۱۰)
- تولید بدنه، اتاق‌سازی برای وسایل نقلیه‌ی موتوری و ساخت تریلر و نیم‌تریلر (با کد ۳۴۲۰)
- تولید قطعات و ملحقات برای وسایل نقلیه‌ی موتوری و موتور آن‌ها (با کد ۳۴۳۰)

این رشته فعالیت‌ها در آمار مربوط به کارگاه‌های صنعتی، نزدیک به ۳۰ بنگاه کوچک و بزرگ را شامل می‌شوند که برخی از آنها عبارتند از: ایران خودرو، سایپا، پارس خودرو، گروه بهمن، زامیاد، ایران خودرو دیزل، محروسازان ایران خودرو، صنعتی نیرو محرکه، سایپا دیزل، سایپا آذین، موتورسازان تراکتورسازی ایران، ریخته‌گری تراکتورسازی ایران، لنت ترمز ایران و صنایع ریخته‌گری ایران.

در این گزارش "تولید وسایل نقلیه موتوری، تریلر و نیمه تریلر" به اختصار "صنعت خودرو" نامیده می‌شود و هر جا تنها تولید خودرو به عنوان وسیله نقلیه مطرح باشد، از عبارت "صنعت خودروسازی" استفاده شده است. با این حال چنانکه در نمودار ۱ مشاهده می‌شود، شرکت‌های خودروسازی سهم غالب ارزش ستانده (خروجی) کل بنگاه‌های موجود در این صنعت را شامل می‌شوند و تحولات آن‌ها با تقریب خوبی قابل تعمیم به کل صنعت است.^۶

نمودار ۱: سهم تقریبی هر یک از بنگاه‌ها از ارزش ستانده کل صنعت خودرو به قیمت جاری (متوسط سال‌های ۱۳۸۸ تا ۱۳۹۰)



مأخذ: استخراج شده از داده‌های مرکز آمار ایران.

۱- پیشینه خودروسازی در ایران

اولین بار در سال ۱۲۸۰ واردات دو دستگاه اتومبیل کالسکه‌ای از بلژیک مقدمه‌ای برای حضور خودرو در ایران شد که با سرعت نسبتاً بالایی متقاضیان خود را پیدا کرد. با گذشت کمتر از ۲۰ سال، تعداد خودروهای موجود در کشور به بیش از ۱ هزار و در سال ۱۳۲۴ به بیش از ۱۰ هزار دستگاه رسید. ورود صنعت خودروسازی به داخل کشور از سال ۱۳۳۶ و با تأسیس اولین کارخانه مونتاژ خودرو در ایران اتفاق افتاد. از آن پس تحولات این صنعت در ایران را می‌توان به ۴ دوره کلی تقسیم‌بندی کرد:

۱- سال‌های ۵۶-۱۳۳۶: با همکاری خودروسازان اروپایی و آمریکایی، صنعت مونتاژ خودرو وارد ایران شد. در اواخر دهه‌ی ۱۳۳۰ کارخانه‌های کوچکی برای مونتاژ محدود خودروهای جیپ و فیات شکل گرفتند تا اینکه به طور جدی‌تر

^۶ تحلیل فوق بر مبنای سهم ارزش ورودی و همچنین ارزش افزوده نیز نتیجه‌ی مشابهی دارد.

کارخانجات صنعتی ایران ناسیونال در ۱۲ مهرماه ۱۳۴۱ ایجاد و در ۲۸ اسفند ۱۳۴۲ مورد بهره‌برداری قرار گرفت. پس از آن در سال ۱۳۴۳ لیلاند موتور (شهاب خودرو) با هدف تولید اتوبوس، کامیون و کامیونت تأسیس شد و در سال ۱۳۴۵ نیز سایپا اعلام موجودیت کرد. از سال ۱۳۴۸ پای شرکت‌های آسیای شرقی نیز به خودروسازی ایران باز شد و شرکت زامیاد با اخذ لیسانس از نیسان ژاپن به تولید وانت نیسان، و از سال ۱۳۴۹ شرکت ایران وانت به تولید وانت مزدا پرداخت. در سال ۱۳۵۳ نیز شرکت جیپ با فروش ۴۵ درصد از سهام خود به جنرال موتورز آمریکا، به جنرال موتورز ایران تغییر نام داد و مونتاژ شورلت، بیوک و کادیلک را آغاز نمود.

۲- سال‌های ۷۱-۱۳۵۷: پس از وقوع انقلاب اسلامی و به خصوص با شروع جنگ ایران و عراق، در پی تخریب بسیاری از زیرساخت‌های عمرانی و صنعتی و اوضاع نا آرام و بی‌ثبات سیاسی، دوران رکود خودروسازی رقم خورد. سال ۱۳۶۴ با کاهش درآمدهای ارزی نشانه‌های بحران صنعتی، اقتصادی و تولیدی آشکار گردید تا آنجا که در سال ۱۳۶۵ ایران خودرو در آستانه تعطیلی قرار گرفت. در تلاش برای احیای دوباره، در سال ۱۳۶۷ قرارداد راه‌اندازی خط تولید پژو ۴۰۵ منعقد گردید که آن هم در سال ۱۳۶۸ در راستای تأکید دولت بر تولید خودروهایی که کاربری عمومی داشته باشند، متوقف شد و سالن آن به سالن تولید اتوبوس تغییر کاربری داد. با این حال دولت وقت تلاش کرد با حمایت از این صنعت، از ورشکستگی آن جلوگیری کند.

۳- سال‌های ۹۰-۱۳۷۲: در این دوره با حمایت‌های مستقیم و غیرمستقیم دولتی، توسعه و پیشرفت نسبی در صنعت خودروسازی کشور حاصل شد. بعد از شرکت‌های سیتروئن و رنو که به ترتیب از سال‌های ۱۳۴۴ و ۱۳۵۵ همکاری خود را با سایپا شروع کرده بودند، کیاموتورز کره جنوبی نیز از سال ۱۳۷۲ به جمع شرکای تجاری سایپا افزوده شد و ایران خودرو نیز همکاری خود را با پژو فرانسه از سال ۱۳۷۴ گسترش داد. با افزایش تعداد و تنوع تولید، از اواسط دهه ۱۳۷۰ به مرور خودروهای تولید داخل به بازار برخی کشورهای دیگر نیز راه پیدا کردند. در سال ۱۳۸۴ تولید خودرو در کشور مرز یک میلیون عدد در سال را رد کرد و در سال ۱۳۸۵ خط تولید نخستین موتور ملی پایه گاز سوز نیز در ایران خودرو به بهره‌برداری رسید. در سال ۱۳۹۰ خودروسازی ایران با تولید ۱/۶ میلیون خودرو، برای اولین بار از نظر تعداد تولید به جایگاه سیزدهم در بین کشورهای تولیدکننده خودرو رسید. در پی این دستاوردها که البته همواره با حمایت‌های دولتی همراه بود، خودروسازهای داخلی به فکر راه‌اندازی خط تولید در سایر کشورهای نیز افتادند و با سرمایه‌گذاری‌های گسترده، خط تولید خودروهای سمند و پراید را به طور جداگانه در سوریه راه‌اندازی کردند.

۴- سال‌های ۹۴-۱۳۹۱: در این دوره ابتدا تحریم‌های بین‌المللی علیه ایران تا آنجایی شدت گرفت که شرکای تجاری ایران خودرو و سایپا رابطه خود را با این دو شرکت قطع کردند و آن‌ها را در تولید خودرو دست‌نهادند. کمیت و کیفیت تولید خودرو در این سال‌ها به شدت کاهش یافت و عمده‌تأ به دلیل افت قدرت خرید مردم، از تقاضای داخلی و به دلیل وجود تحریم‌ها از تقاضای خارجی کاسته شد.

۱-۱- شرکت‌های خودروساز داخلی

از ابتدای ورود خودروسازی به داخل کشور تا کنون، شرکت‌های متعددی به تولید خودرو پرداخته‌اند که در اینجا به بررسی مختصری از تاریخچه هر یک از آنها به تفکیک می‌پردازیم:

• شرکت ایران خودرو

کارخانجات صنعتی ایران ناسیونال که بزرگ ترین کارخانه اتومبیل سازی در ایران است در ۱۲ مهرماه ۱۳۴۱ ایجاد شد و در ۲۸ اسفند ۱۳۴۲ مورد بهره‌برداری قرار گرفت. در اردیبهشت ۱۳۴۶ بهره‌برداری از تأسیسات ساخت اتومبیل پیکان و در سال‌های بعد بهره‌برداری از خطوط تولید مینی‌بوس بنز ۳۰۹، اتوبوس بنز ۳۰۲ و وانت آغاز گردید. پس از پیروزی انقلاب نام این شرکت به ایران خودرو تغییر یافت. این شرکت در سال ۱۳۶۷ بدنبال تعطیلی کارخانه تالپوت انگلستان اقدام به خرید ماشین آلات خط تولید آن کرد و پس از آن تا سال ۱۳۸۳ که خط تولید پیکان متوقف شد، اکثر قطعات خودرو پیکان در داخل کشور تولید شد. همزمان با ورود ماشین آلات شرکت تالپوت، قرارداد استفاده از قوای محرکه شرکت پژوی فرانسه و تولید پژوی ۴۰۵ نیز در ایران خودرو منعقد گردید. در سال ۱۳۷۶ تولید اتومبیل پژو RD و مینی بوس هیوندای و در سال ۱۳۷۸ تولید اتومبیل پژوپارس (پریشا) و پژو استیشن در این کارخانه آغاز گشت. در ادامه این روند و در دهه ۱۳۸۰، پژو ۲۰۶، سمند، پژو ۲۰۷، پژو ۲۰۶ صندوقدار و تندر ۹۰ نیز جزو تولیدات ایران خودرو قرار گرفت و پس از آن رانا، دنا و تندر ۹۰ اتوماتیک هم به این مجموعه اضافه شد.

• شرکت سایپا

شرکت سایپا در سال ۱۳۴۴ با نام شرکت سهامی تولید اتومبیل سیتروئن ایران تأسیس گردید و به تولید انواع مدل‌های ژیان و رنو ۵ پرداخت. در سال ۱۳۵۴ این شرکت به سایپا تغییر نام داد و در سال‌های ۱۳۶۲ و ۱۳۷۱ به ترتیب تولید وانت نیسان و رنو ۲۱ را شروع کرد. از سال ۱۳۷۲ به دنبال قرارداد منعقد با شرکت کیاموتورز کره جنوبی، سایپا خط تولید اتومبیل پرپاید را راه‌اندازی کرد. در دهه ۸۰ خودروهای زانتیا، ریو، وانت زامیاد، مگان و تندر ۹۰ به مجموعه محصولات سایپا اضافه شدند و از خط تولید خودروی ایرانی تیا نیز رونمایی شد.

شرکت سایپا خط تولید خودروهای خود را در چند کشور دیگر نیز راه‌اندازی کرد. سال ۱۳۸۵ در ونزوئلا، سال ۱۳۸۶ در کشور سوریه، سال ۱۳۹۰ در کشور سودان، و سال ۱۳۹۲ در عراق، خط تولید گروه خودروسازی سایپا افتتاح شد.^۷

• شرکت پارس خودروی ایران

این شرکت در سال ۱۳۴۶ با نام جیپ تأسیس شد و تا پایان سال ۱۳۵۱ اتومبیل‌های جیپ کروکی، وانت استیشن، آمبولانس و همچنین اتومبیل‌های سواری آریا و شاهین را تولید می‌نمود. در سال ۱۳۵۲ پس از انعقاد قرارداد با شرکت جنرال موتور آمریکا نام آن به جنرال موتور ایران تغییر پیدا کرد و علاوه بر جیپ تولید اتومبیل‌های سواری شورولت، بیوک و کادیلاک را شروع کرد. پس از پیروزی انقلاب و توقف تولید خودروهای فوق، این شرکت به مونتاژ و تولید انواع اتومبیل نیسان پاترول پرداخت و از سال ۱۳۷۶ با خرید تجهیزات خط مونتاژ از شرکت سایپا، تولید رنو-۵ را تحت عنوان سپند-۲ آغاز نمود. در دهه هشتاد فعالیت این شرکت رونق بهتری گرفت و تولید خودروهای ماکسیما، مگان و تندر-۹۰ نیز در دستور کار قرار گرفت. با خرید سهام این شرکت توسط سایپا، پارس خودرو هم اکنون زیر مجموعه سایپا می‌باشد.

• گروه خودروسازی بهمن

گروه بهمن در سال ۱۳۳۱ تحت عنوان شرکت سهامی ایران خلیج‌کو، با نوع فعالیت حمل‌ونقل دریایی تأسیس و از سال ۱۳۳۸ اقدام به مونتاژ وانت سه‌چرخ مزدا نمود و سپس در سال ۱۳۵۰ با افزایش سرمایه، حوزه فعالیتش را به ساخت و

۷ سایت اینترنتی شرکت خودروسازی سایپا، قابل دسترسی در <http://www.saipacorp.com>

مونتاژ انواع وانت‌های مزدا تغییر داد. ضمن اینکه در این سال نام شرکت به کارخانه اتومبیل‌سازی مزدا و در سال ۱۳۶۳ به کارخانه ایران‌وانت تبدیل شد. در اواخر سال ۱۳۷۲ در پی واگذاری سهام شرکت به بخش خصوصی، دگرگونی قابل‌ملاحظه‌ای در روند فعالیت‌های آن به‌وجود آمد و حوزه‌ی فعالیتش، با هدف تنوع‌بخشی در تولید محصولات، به ساخت و مونتاژ انواع وانت‌های مزدا و خودروهای سواری مزدا تغییر یافت.

در سال ۱۳۷۸ با تغییر اساسنامه، این شرکت به عنوان یک هلدینگ، حوزه فعالیت‌هایش را به حوزه‌های تولیدی، بازرگانی و سرمایه‌گذاری گسترش داد و نام آن به گروه بهمن تغییر یافت. در سال ۱۳۸۳، گروه بهمن با هدف تولید کامیون‌های سبک، نیمه‌سنگین، سنگین و مینی‌بوس، با تأسیس شرکت بهمن‌دیزل و تولید کامیونت‌هایی تحت برند ایسوزو ژاپن با به عرصه‌ی تولید خودروهای تجاری نهاد و پس از مدت کوتاهی سهم عمده بازار این نوع خودروهای تجاری را در اختیار گرفت.

از سال ۱۳۸۴ تا ۱۳۸۹، مونتاژ خودروی سواری پاجرو دو دیفرانسیل تحت برند میتسوبیشی ژاپن، اولین سری از خودروهای ون مسافری با نام نارون، مزدا-۳، کامیونت‌های ایسوزو، وانت دوکابین کاپرا و مینی‌بوس ایسوزو ژاپن با نام سحر به مجموعه تولیدات این شرکت اضافه شدند. در دهه ۱۳۹۰ نیز گروه بهمن با عرضه خودروهای مزدا ۲، مزدا ۳ جدید، کامیون ایسوزو مدل FVR، وانت تک‌کابین کاپرا، کشنده J، سواری آسا، وانت کارا، خودرو شاسی‌بلند لندمارک و مینی‌بوس مک‌سوس به تنوع محصولات خود استمرار بخشید.^۸

• شرکت مرتب

شرکت سهامی صنعتی تولیدی مرتب در سال ۱۳۳۶ به منظور خرید، فروش و قبول نمایندگی اتومبیل‌های سواری، باری، و لوازم یدکی آنها در تهران تأسیس و از سال ۱۳۴۰ با واردات تعداد محدودی خودرو ساخته شده از شرکت لندرور انگلستان به بهره‌برداری رسید. از سال ۱۳۴۱ نیز رسماً تولید شرکت آغاز گردید. این شرکت طبق تصمیمات مجامع عمومی در سالهای ۱۳۵۰ و ۱۳۵۴ ابتدا از نوع شرکت سهامی به سهامی خاص و سپس از سهامی خاص به سهامی عام تبدیل گردیده است.

تا سال ۱۳۶۰ همکاری شرکت تنها با کمپانی لندرور انگلستان بود اما پس از آن برخی قطعات از شرکت سانتانای اسپانیا نیز تأمین می‌شد. دو شرکت انگلیسی و اسپانیایی فوق به ترتیب در سال‌های ۱۳۶۶ و ۱۳۷۰ همکاری خود را با شرکت مرتب متوقف کردند اما این شرکت همچنان به تولید محدود انواع مدل‌های خودرویی به نام پاژن ادامه داد. در سال ۱۳۸۰ قراردادی با شرکت سانینگ موتورز کره جنوبی برای تولید خودروی موسو منعقد و این خودرو را در دو تیپ با تیراژی بالغ بر ۵۵۰۰ دستگاه تولید و به بازار عرضه نمود. در حال حاضر محصولات شرکت عبارتند از: هرور (پاژن جدید)، GX۵، G۵، وانت KV۵، ون MPX و آمبولانس.^۹

• گروه خودروسازی کرمان‌موتور

گروه خودروسازی کرمان‌موتور در اسفند سال ۱۳۷۳ با هدف ساخت، مونتاژ و فروش اتومبیل سواری، و ارائه خدمات بعد از فروش تأسیس شد. این شرکت محصول تفکری است که در دولت سازندگی شکل گرفت و بخش خصوصی را وارد این

۸ سایت اینترنتی گروه خودروسازی بهمن، قابل دسترسی در <http://www.bahmangroup.com>

۹ سایت اینترنتی شرکت خودروسازی مرتب، قابل دسترسی در <http://www.morattab.ir>

صنعت کرد. در سال ۱۳۷۵ خط تولید خودرو دوو سی‌یلو در کارخانه تولیدی واقع در منطقه ویژه اقتصادی ارگ جدید ایجاد و مونتاژ و تولید این خودرو صورت گرفت و در سال ۱۳۷۹ نیز این شرکت توانست خط تولید مدلی دیگر از خودروهای شرکت دوو یعنی ماتیز را راه‌اندازی کرده و این خودرو را که تمام مراحل تولید آن در داخل انجام می‌شد به بازار عرضه کند. کرمان‌موتور در بدو کار خود توانست جایگاهی هرچند کم در بازار خودرو ایران به دست بیاورد و با توسعه فعالیت‌هایش می‌رفت که به یکی از شرکت‌های موفق خودروسازی در ایران تبدیل شود تا آنکه به سبب خرید سهام دوو توسط جنرال‌موتورز آمریکا، مشمول تحریم شد و شریک تجاری خود را از دست داد. این شرکت در ادامه همکاری خود را با شرکت فولکس‌واگن و هیوندای ادامه داد که باز هم به سبب تحریم‌ها نتوانست به اهداف خود برسد. این شرکت در نهایت به همکاری با شرکت‌های چینی روی آورد و به تولید انواع خودروهای لیفان و جک پرداخت. از مهمترین استراتژی‌های دیگر شرکت، قرارداد با یکی از بزرگترین شرکت‌های خودروسازی چین به نام شرکت جی‌ای‌سی در سال ۱۳۸۸ بود که حاصل آن تولید خودرو جی-۳ در سال ۱۳۸۹ و جی-۵ در سال ۱۳۹۲ بود.^{۱۰}

• گروه صنعتی خاور

در سال ۱۳۳۸ کارخانه بنز خاور جهت تولید کامیون تحت لیسانس کارخانه بنز آلمان در تهران شروع به فعالیت کرد و به ساخت انواع کامیون و کامیونت پرداخت. این شرکت در سال ۱۳۷۸ در شرکت ایران خودرو ادغام گردید و گروه ایران خودرو دیزل را تشکیل داد.^{۱۱}

• شرکت ایران کاوه یا سایپا دیزل

شرکت تولیدی و صنعتی ایران کاوه در سال ۱۳۴۳ با هدف مونتاژ و ساخت کامیون ماک تأسیس گردید و تولید خود را از سال ۱۳۴۷ آغاز کرد. پس از پیروزی انقلاب و قطع رابطه با آمریکا، تولید این کامیون به شدت کاهش یافت و در سال ۱۳۶۲ متوقف گردید. سپس شرکت اقدام به تولید انواع تریلی و اتاق کمپرسی نمود و از سال ۱۳۶۷ با همکاری شرکت ولوو سوئد، به تولید کامیون ولوو مبادرت ورزید. در سال ۱۳۷۸ این شرکت در شرکت سایپا ادغام گردید و گروه سایپا دیزل را تشکیل داد.

• شرکت شهاب خودرو (لیاند موتور سابق)

این شرکت در سال ۱۳۴۳ با هدف تولید انواع کامیون، اتوبوس و کامیونت تأسیس شد. پس از پیروزی انقلاب با خرید شاسی اتوبوس از شرکت ایران خودرو و موتور بنز از شرکت ایدم تبریز اقدام به تولید اتوبوس بنز ۳۰۲ نمود. پس از آن تولید شاسی اتوبوس و استفاده از نیروی محرکه اتوبوس‌های شرکت رنو نیز در این شرکت انجام شد.

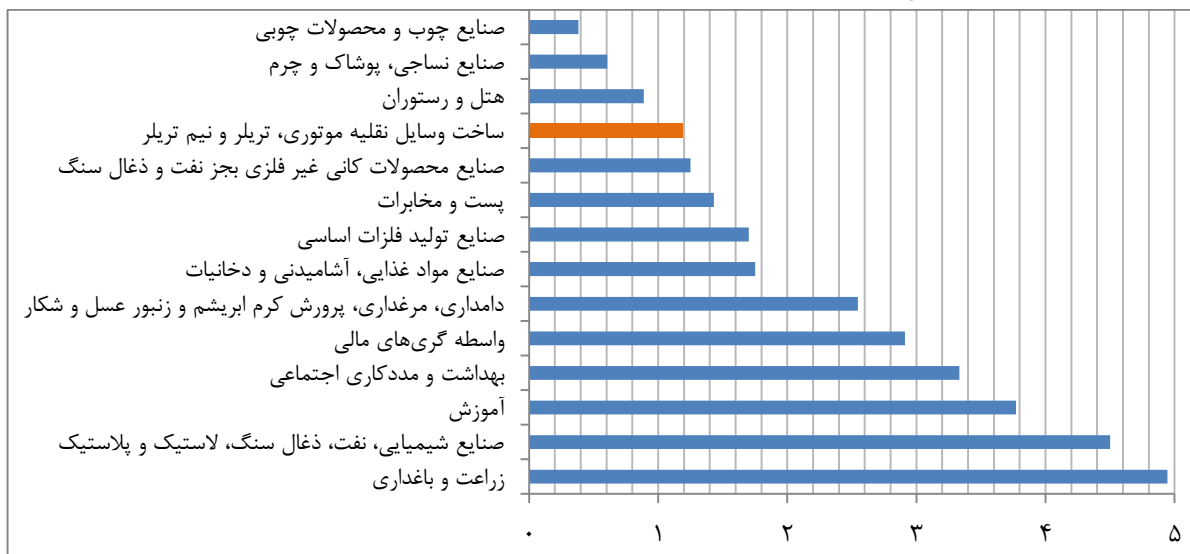
۲- جایگاه صنعت خودرو در ایران

سهام صنعت خودرو در تولید ناخالص داخلی کشور چنانکه در نمودار ۲ مشاهده می‌شود، در مقایسه با بسیاری از فعالیت‌های دیگر از جمله آموزش، واسطه‌گری‌های مالی، صنایع مواد غذایی، و حتی پست و مخابرات کمتر است.

۱۰ سایت اینترنتی شرکت خودروسازی کرمان‌موتور، قابل دسترسی در <http://www.kermanmotor.ir>

۱۱ باشگاه خبرنگاران جوان، ۹۳/۱/۱۱، تاریخچه صنعت خودرو در کشور، قابل دسترسی در

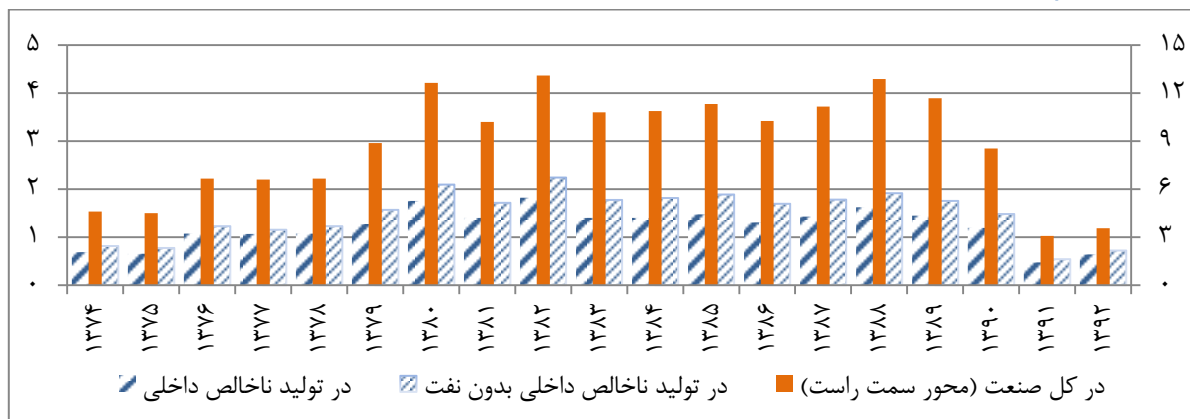
نمودار ۲: سهم زیربخش‌های منتخب از تولید ناخالص داخلی، متوسط سال‌های ۱۳۸۲ تا ۱۳۹۲ (درصد)



مأخذ: حسابهای ملی، مرکز آمار ایران.

همانطور که در نمودار ۳ مشاهده می‌شود، طی ۲۰ سال اخیر سهم ارزش افزوده‌ی صنعت خودرو از تولید ناخالص داخلی در بین سال‌های ۱۳۷۹ تا ۱۳۹۰ بیشترین مقدار را داشته که در بهترین حالت آن - سال ۱۳۸۲ - سهم این صنعت از تولید ناخالص داخلی، ۱/۸ درصد، از تولید ناخالص داخلی بدون نفت ۲/۲ درصد و از ارزش افزوده کل صنعت ۱۳/۱ درصد بوده است. این ارقام در سال ۱۳۹۲ به ترتیب به ۰/۶ درصد، ۰/۷ درصد، و ۳/۶ درصد کاهش پیدا کرده است.

نمودار ۳: سهم ارزش افزوده "تولید وسایل نقلیه موتوری، تریلر و نیمه تریلر" در تولید ناخالص داخلی و ارزش افزوده صنعت (درصد)



مأخذ: حسابهای ملی، مرکز آمار ایران.

در مورد اشتغال، از مقایسه بین صنایع مختلف اطلاعات خاصی حاصل نمی‌شود، چرا که ماهیت برخی صنایع کاربر و برخی دیگر سرمایه‌بر است. اما در مقایسه سال‌های مختلف خود صنعت، چنانکه در جدول ۱ مشاهده می‌شود، تعداد شاغلان صنعت خودرو در سال‌های ۱۳۹۱ و ۱۳۹۲ نسبت به سال‌های قبل از آن به شدت افت کرده است. عمده‌ی این افت در بین شاغلان تولیدی بوده که به طور متوسط بیش از ۷۵ درصد از کل شاغلان صنعت خودرو را تشکیل می‌دهند. با این حال سهم خودرو از کل شاغلان کارگاه‌های صنعتی ۱۰ نفر کارکن و بیشتر، در طول زمان تقریباً ثابت بوده و حدود ۱۱ درصد است.

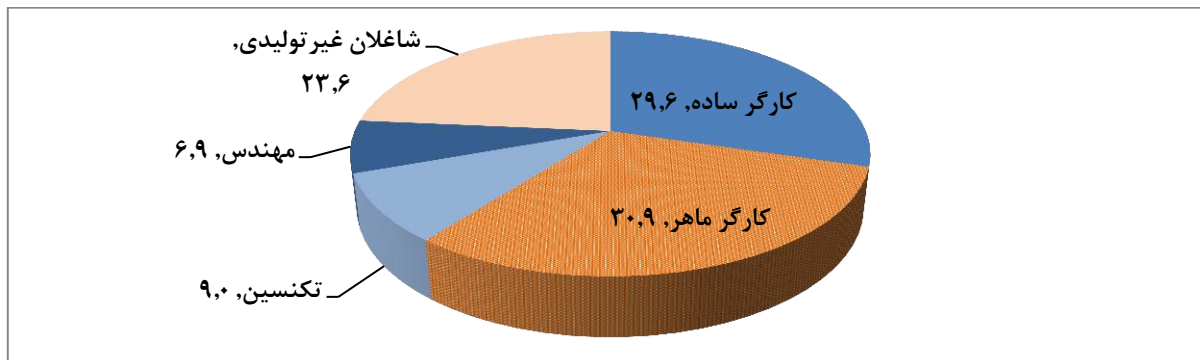
جدول ۱: اشتغال در کارگاههای صنعتی ۱۰ نفر کارکن و بیشتر (هزار نفر)

۱۳۹۲	۱۳۹۱	۱۳۹۰	۱۳۸۹	۱۳۸۸	۱۳۸۷	
۱,۲۷۳/۱	۱,۲۰۶/۳	۱,۲۴۳/۰	۱,۲۴۸/۶	۱,۲۵۱/۵	۱,۲۶۲/۹	شاغلان کل کارگاه های صنعتی
۱۳۱/۴	۱۳۰/۴	۱۴۷/۸	۱۴۸/۸	۱۴۷/۰	۱۴۵/۳	شاغلان صنعت خودرو
۱۰۰/۴	۱۰۰/۹	۱۱۴/۵	۱۱۳/۰	۱۱۳/۷	۱۰۸/۹	شاغلان تولیدی
۳۱/۰	۲۹/۵	۳۳/۳	۳۵/۸	۳۳/۴	۳۶/۵	شاغلان غیرتولیدی
۱۰/۳	۱۰/۸	۱۱/۹	۱۱/۹	۱۱/۷	۱۱/۵	سهم شاغلان خودرو از کل صنعت

مأخذ: نتایج طرح آمارگیری از کارگاههای صنعتی ۱۰ نفر کارکن و بیشتر، سالهای ۹۲-۱۳۸۷، مرکز آمار ایران.

نمودار ۴ سهم مهارت‌های مختلف را در بین شاغلان صنعت خودرو نشان می‌دهد. چنانکه ملاحظه می‌شود، کارگر ساده و کارگر ماهر در مجموع حدود ۶۰ درصد شاغلان این صنعت را تشکیل می‌دهند.

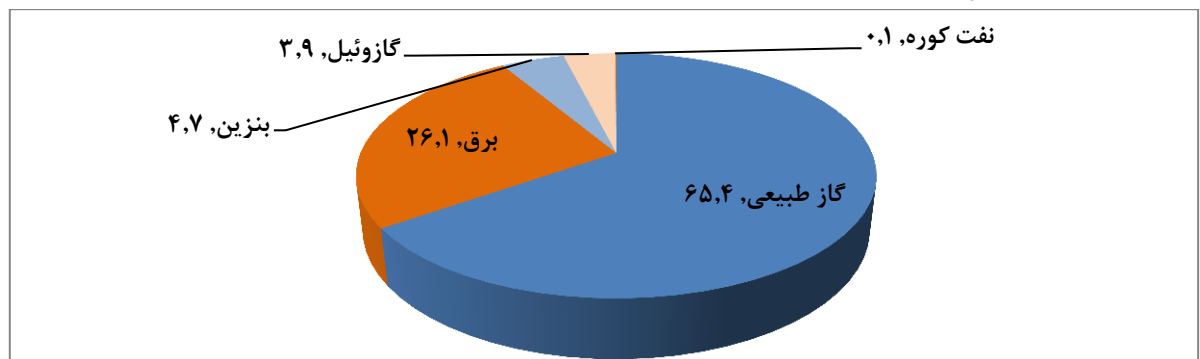
نمودار ۴: سهم شاغلان در "تولید وسایل نقلیه موتوری، تریلر و نیمه تریلر" به تفکیک مهارت در سال ۱۳۹۲ (درصد)



مأخذ: نتایج طرح آمارگیری از کارگاههای صنعتی ۱۰ نفر کارکن و بیشتر سال ۹۲، مرکز آمار ایران.

در ارتباط با انرژی مصرفی در خطوط تولید این صنعت، چنانکه در نمودار ۵ مشاهده می‌شود، گاز طبیعی نقش عمده‌ای دارد و به طور متوسط بیش از ۶۵ درصد حامل‌های انرژی به کار برده شده در صنعت خودرو را به خود اختصاص می‌دهد. پس از آن، برق با تأمین ۲۶ درصد انرژی مورد نیاز، رتبه دوم را دارد. بنابراین قیمت گاز طبیعی و همچنین برق کارخانه‌های تولیدی، نقش مهمی در هزینه‌های انرژی صنعت خودرو ایفا می‌نماید.

نمودار ۵: سهم حامل‌های انرژی مختلف در تأمین انرژی "تولید وسایل نقلیه موتوری، تریلر و نیمه تریلر" (درصد)

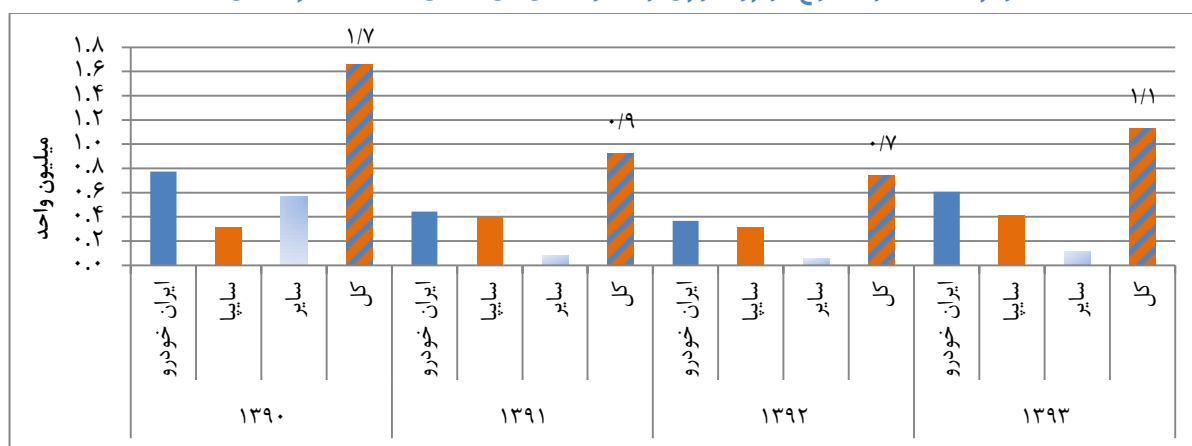


مأخذ: نتایج آمارگیری از مقدار مصرف انرژی در کارگاههای صنعتی ۱۰ نفر کارکن و بیشتر، ۹۲-۱۳۸۵، مرکز آمار ایران.

۳- تولید و ارزش افزوده صنعت خودرو در ایران

پس از آنکه در بهار سال ۱۳۹۳، بعد از تجربه ۸ فصل متوالی انقباض تولید ناخالص داخلی کشور رشد اقتصادی مثبت شد، مشخص بود که یکی از عوامل اصلی این رشد افزایش تولید خودروسازان است. صنعتی که تولید آن از حدود ۷۰۰ هزار دستگاه در سال ۱۳۹۲، چنانکه از نمودار ۶ مشخص است، با بیش از ۵۷ درصد رشد به ۱/۱ میلیون دستگاه در سال ۱۳۹۳ رسیده بود. چنین رشد چشمگیری در یک سال که عمدتاً به دلیل برطرف شدن برخی تحریم‌های بین‌المللی برای ورود مواد اولیه و قطعات واسطه‌ای در تولید خودرو و وجود ظرفیت‌های خالی کارخانه‌های خودروسازی اتفاق افتاده بود، عدم امکان تکرار آن در سال ۱۳۹۴ را بسیار محتمل می‌کرد و لذا احتمال زیادی وجود داشت که از اثر مثبت خودروسازی بر رشد تولید ناخالص داخلی کاسته شود.

نمودار ۶: تعداد تولید انواع خودرو (سواری، وانت، و ماشین‌های سنگین) به تفکیک شرکت‌های عمده



مأخذ: گزارشات انجمن خودروسازان ایران، قابل دسترسی در <http://ivma.ir>

آمار تولید ماهانه خودروسازان در شش ماهه اول سال ۱۳۹۴، علاوه بر اینکه احتمال عدم تکرار رشد مثبت سال قبل را کاملاً تأیید کرد، این نگرانی را نیز به وجود آورد که رشد تولید این سال نسبت به سال قبل حتی منفی شود. جدول ۲ آمار تولید خودروسازان را در شش ماهه نخست سال ۱۳۹۴ نشان می‌دهد. همانطور که مشاهده می‌شود، تولید خودرو در شش ماه اول این سال در مجموع ۱۲/۲ درصد کمتر از مدت مشابه سال قبل بوده است. در این بین ایران خودرو بیش از سایپا، و خودروی وانت بیش از سایر انواع خودرو با کاهش تولید مواجه بوده است. با این حال در مدت مذکور مجموع تولید سایر خودروسازها (به غیر از ایران خودرو و سایپا) ۵/۱ درصد افزایش پیدا کرده و به سهم کوچک آنها از بازار اندکی افزوده شده است. در میان انواع خودرو نیز تنها گروه مینی‌بوس، میدل‌بوس و اتوبوس بوده که با افزایش تولید تنها ۱۱۰ دستگاه، رشد ۱۸/۸ درصدی را تجربه کرده است.

کاهش تولید در سال ۱۳۹۴ از آن جهت که در این سال به طور کلی مشکلات تولید کمتر بوده و تحریم جدیدی بر این صنعت یا بر کل اقتصاد کشور اعمال نشده و در مقایسه با سال قبل از آن تغییری در ساختار تولیدی یا تأمین مالی خودروسازان نیز اتفاق نیافته بود، عمدتاً ناشی از افت تقاضا برای خودروهای داخلی بوده است. کاهش تقاضایی که از یک طرف به دلیل کاهش قدرت خرید متقاضیان بود و از طرف دیگر به دلیل انتظار مثبت به ورود خودروهای با کیفیت خارجی در پساتحریم و لذا به تعویق انداختن تقاضا.

جدول ۲: تعداد تولید انواع خودرو به تفکیک شرکت‌های عمده در شش ماهه نخست ۱۳۹۴

درصد تغییر نسبت به مدت مشابه سال قبل	هزار دستگاه							
	ایران خ	سایپا	سایر	کل	ایران خ	سایپا	سایر	کل
سواری	۲۷۳/۰	۱۷۹/۶	۵۰/۶	۵۰۳/۲	-۲/۲	-۱۱/۵	۴/۴	-۵/۱
وانت	۱۰/۴	۲۱/۴	۶/۵	۳۸/۲	-۷۹/۸	-۲۶/۹	۴۱/۱	-۵۵/۱
مینی بوس، میدل بوس، اتوبوس	۰/۲	۰/۰	۰/۵	۰/۷	-	-	-۱۲/۲	۱۸/۸
کامیون، کامیونت، کشنده	۰/۹	۱/۶	۳/۸	۶/۳	-۴۸/۶	-۱۵/۲	-۲۰/۷	-۲۵/۴
جمع کل	۲۸۴/۵	۲۰۲/۶	۶۱/۴	۵۴۸/۵	-۱۴/۴	-۱۳/۴	۵/۱	-۱۲/۲
سهم از کل	۵۲٪	۳۷٪	۱۱٪	۱۰۰٪	-	-	-	-

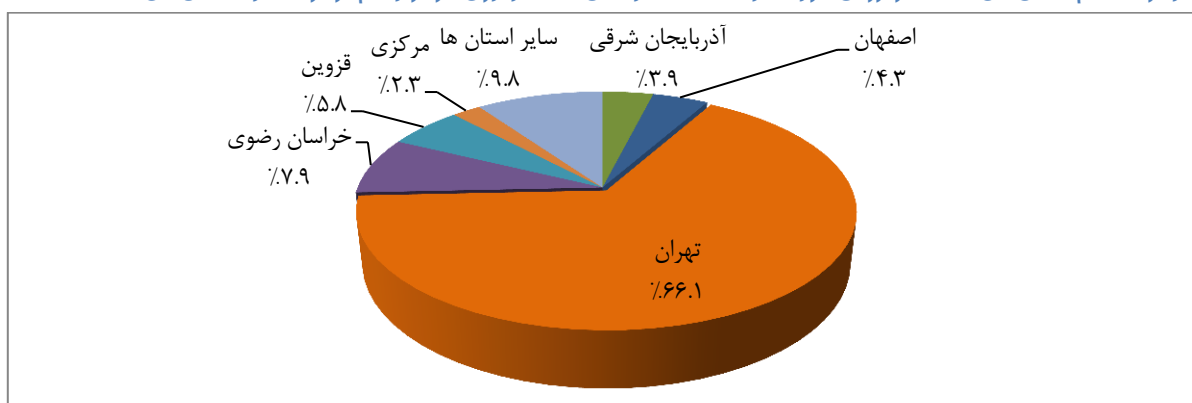
مأخذ: گزارشات انجمن خودروسازان ایران، قابل دسترسی در <http://ivma.ir>

افت تولید به علت کاهش تقاضا تقریباً در طول فعالیت جدی خودروسازی در ایران بی‌سابقه بوده و کاهش نرخ تولید معمولاً به دلیل مشکلات و موانع تولید اتفاق می‌افتاده است. اخیراً در سال‌های ۱۳۹۲ و ۱۳۹۳ که تعداد تولید خودروهای داخلی افت قابل توجهی داشت، مشکل اصلی در تأمین قطعات واسطه‌ای و تأمین سرمایه در گردش بود. به همین علت کاهش عرضه موجب افزایش قیمت شد، در حالی که کاهش قابل توجه تولید در ماه‌های ابتدایی سال ۱۳۹۴ نه تنها افزایش قیمت‌ها را به همراه نداشت، بلکه حامی اصلی خودروسازان یعنی دولت را مجبور به ارائه تسهیلات ارزان قیمت برای تحریک خرید خودرو کرد.

۱-۳- کارگاه‌های صنعتی

در بین استان‌های کشور، سهم عمده‌ی ارزش افزوده صنعت خودرو متعلق به تهران است. این امر به دلیل حضور خط تولید اصلی کارخانجات ایران خودرو و سایپا در استان تهران، و سهم عمده این کارخانه‌ها از کل ارزش تولید صنعت خودرو می‌باشد. همانطور که در نمودار ۷ مشاهده می‌شود، پس از تهران که ۶۶/۱ درصد سهم دارد، خراسان رضوی و قزوین به ترتیب با ۷/۹ و ۵/۸ درصد سهم از ارزش افزوده، در رتبه‌های بعدی قرار دارند.

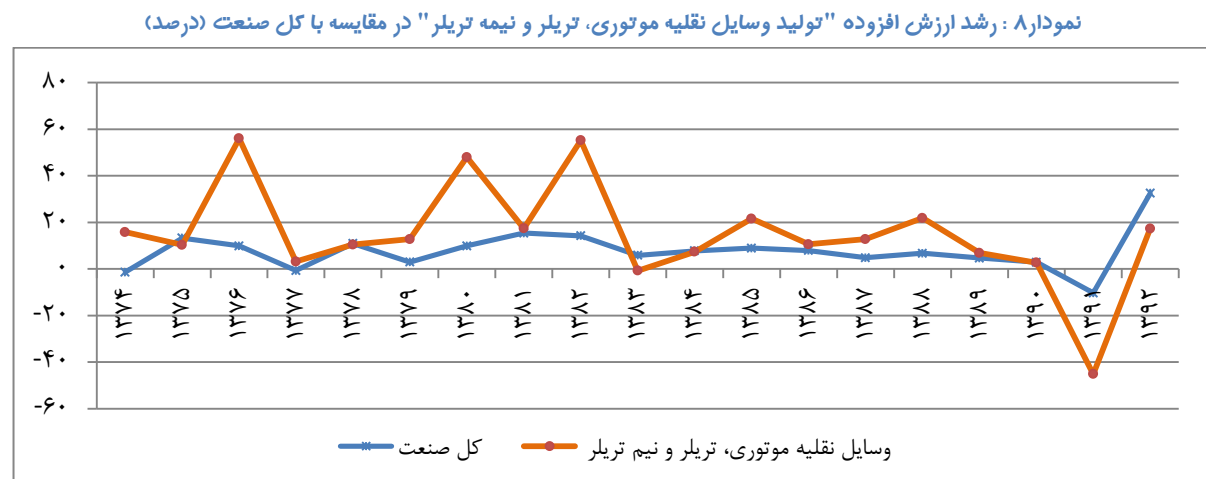
نمودار ۷: سهم استان‌های مختلف از ارزش افزوده تولید "ساخت وسایل نقلیه موتوری، تریلر و نیم تریلر" (متوسط سال‌های ۱۳۸۷ تا ۱۳۹۱)



مأخذ: فهرست جداول حساب‌های ملی ایران (حساب‌های منطقه‌ای)، ۱۳۷۹ تا ۱۳۹۱

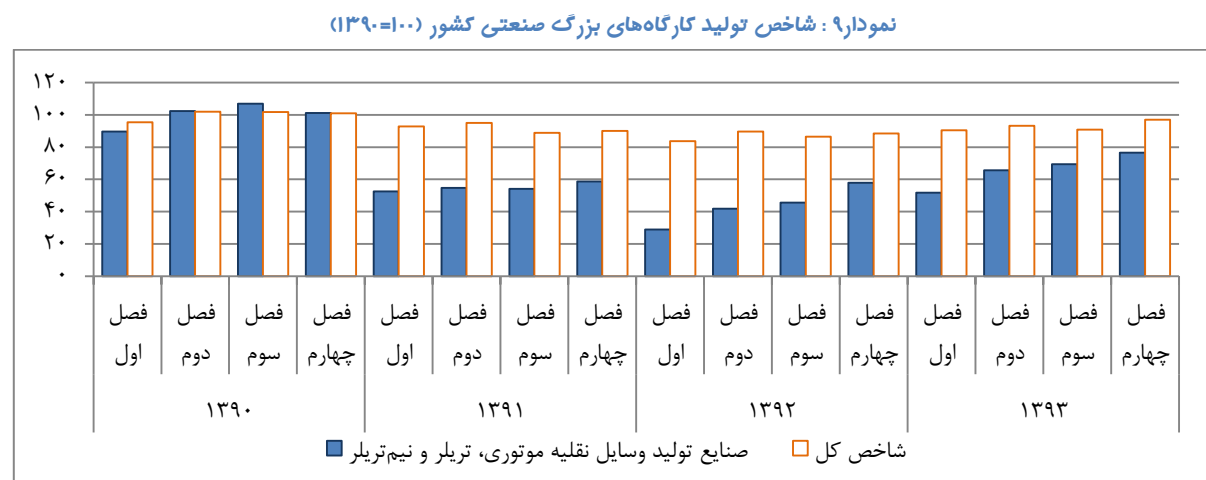
ارزش افزوده صنعت خودرو در مقایسه با ارزش افزوده کل صنعت نوسانات بیشتری داشته و در طول سال‌های اخیر افت و خیز زیادی داشته است. با این حال از سال ۱۳۷۴ تا ۱۳۹۲ تنها در دو سال ارزش افزوده رشد منفی داشته است. چنانکه در نمودار

۸ مشاهده می‌شود، یکبار در سال ۱۳۸۳ این نرخ به منفی ۰/۸ و یکبار نیز در سال ۱۳۹۱ به منفی ۴۵ درصد رسیده است، با این تفاوت که انقباض خفیف سال ۱۳۸۳ بعد از رشد قابل توجه ۵۵ درصدی در سال ۱۳۸۲ بوده و از لحاظ منطقی بحرانی را نشان نمی‌داده است، اما انقباض قابل توجه سال ۱۳۹۱ بعد از دو سال رشد نزدیک به صفر بوده و نشان دهنده وضعیت بسیار نامناسب صنعت خودرو در این سال‌ها بوده است.



مأخذ: حسابهای ملی، مرکز آمار ایران.

شاخص تولید خودرو در کارگاه‌های بزرگ صنعتی نیز روند فوق را تأیید می‌کند. همانطور که در نمودار ۹ مشاهده می‌شود مقدار شاخص تولید صنایع تولید وسایل نقلیه موتوری (صنعت خودرو) در تمامی فصول سال ۱۳۹۱ تقریباً به اندازه نصف فصل مشابه در سال ۱۳۹۰ است. این در حالی است که شاخص کل صنعت این انقباض شدید را به هیچ وجه تجربه نکرده است.



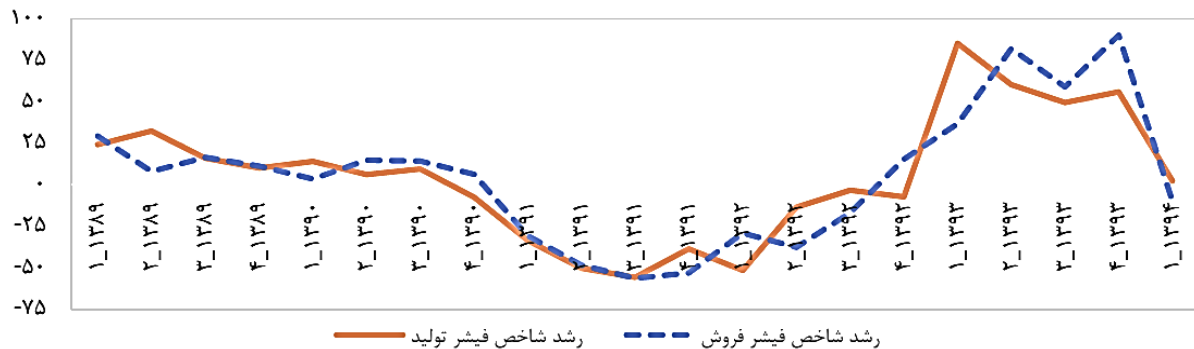
مأخذ: شاخص تولید کارگاه‌های بزرگ صنعتی کشور در سال ۱۳۹۳، و نتایج بررسی کارگاه‌های بزرگ صنعتی کشور در سال ۱۳۹۱، (بر اساس سال پایه ۱۳۹۰). بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران.

۲-۳- شرکت‌های بورسی

اطلاعات شرکت‌های بورسی در هر صنعت یکی از بهترین شاخص‌ها برای بررسی تحولات آن صنعت است، به خصوص در ارتباط با صنعت خودرو که عمده شرکت‌های آن در بورس حضور دارند. با استفاده از این داده‌ها می‌توان روند تغییرات فروش و تولید بنگاه‌های فعال در صنعت خودرو را بررسی کرد.

همانطور که نمودار ۱۰ نیز مشاهده می‌شود، پس از افت شدید شاخص^{۱۲} تولید و فروش صنعت خودرو در سال‌های ۱۳۹۱ و ۱۳۹۲، در سال ۱۳۹۳ عمدتاً به دلیل سبک‌تر شدن تحریم‌های بین‌المللی و وجود تقاضای انباشته‌ی قبلی، هم‌عرضه و هم‌تقاضای صنایع خودروسازی به طور قابل توجهی نسبت به سال قبل افزایش یافت که این امر نقش بسزایی در رشد مثبت بخش صنعت و نتیجتاً کل اقتصاد کشور ایفا نمود. از ابتدای سال ۱۳۹۴ رشد تولید و فروش روندی کاهنده به خود گرفت و در نتیجه شاخص‌های تولید و فروش این صنعت در بهار ۱۳۹۴ به ترتیب رشد خفیف ۲/۵ و ۹/۷ درصد را نسبت به مدت مشابه سال قبل تجربه کردند.

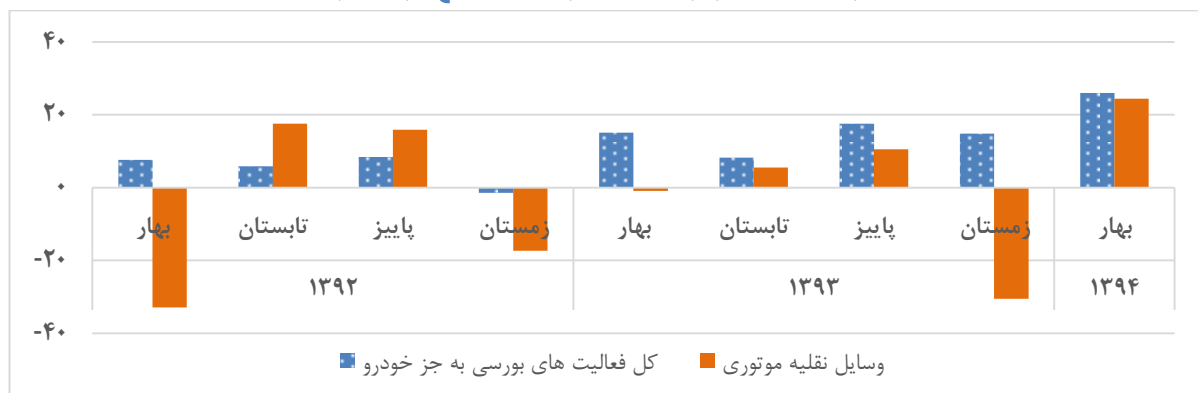
نمودار ۱۰: رشد شاخص تولید و فروش صنعت خودرو در صنایع بورسی (درصد)



مأخذ: عملکرد صنایع بورس اوراق بهادار ایران، فصل اول ۱۳۹۴. مؤسسه عالی آموزش و پژوهش مدیریت و برنامه ریزی.

نسبت تغییر در موجودی انبار به تولید هر شرکت، شاخصی برای سنجش رشد متوازن یا نامتوازن عرضه و تقاضای محصولات آن شرکت است. نمودار ۱۱ این نسبت را برای محصولات صنعت خودرو نشان می‌دهد. چنانکه با بررسی این نمودار در کنار نمودار ۱۰ مشاهده می‌شود، کاهش موجودی انبار در فصول ابتدایی و انتهایی سال ۱۳۹۲، نشان‌دهنده وضعیت مناسب تقاضای آن‌ها نبوده، بلکه به دلیل افت شدیدتر تولید شرکت‌های مذکور نسبت به افت تقاضای آن‌ها بوده است. در سال ۱۳۹۳ نیز اگرچه در ۹ ماهه نخست، موجودی انبار رو به افزایش بوده، این تقاضای انباشته در زمستان این سال بالفعل شده و تغییرات موجودی انبار را منفی کرده است. با این حال از ابتدای سال ۱۳۹۴ به یکباره هم فروش و هم تولید این شرکت‌ها کاهش یافته و نسبت تغییر در موجودی انبار به تولید حدود ۲۵ درصدی را رقم زده است.

نمودار ۱۱: نسبت تغییر در موجودی انبار به تولید صنایع بورسی (درصد)



مأخذ: عملکرد صنایع بورس اوراق بهادار ایران، فصل اول ۱۳۹۴. مؤسسه عالی آموزش و پژوهش مدیریت و برنامه ریزی.

۱۲ در این گزارش شاخص فیشر (Fisher's Index) تولید و فروش استفاده شده که میانگین هندسی شاخص‌های لاسپیرز (Laspeyres) و پاشه (Paasche) می‌باشد.

۴- تحلیل وضعیت فعلی تقاضای داخلی خودرو در کشور

در سال‌های اخیر تقاضای خودرو در کشور دچار یک تغییر مهم ساختاری شد. در سال‌های گذشته علاوه بر اینکه خودرو به عنوان وسیله‌ای برای حمل و نقل مورد استفاده قرار می‌گرفت، یک نوع سرمایه هم به شمار می‌رفت و لذا علاوه بر تقاضای مصرفی، تقاضای سرمایه‌ای نیز برای خودروهای وارداتی و حتی خودروهای ساخت داخل وجود داشت. به عبارت دیگر متقاضی خودرو علاوه بر اینکه آنرا به منظور مصرف خریداری کرده بود، انتظار داشت در هنگام فروش مبلغ بالاتری نسبت به زمان خرید عایدش شود. حتی در مواردی متقاضی خودرو را تنها برای حفظ ارزش پول خریداری می‌کرد و بدون استفاده از آن پس از مدتی به عنوان یک خودروی کار نکرده، با قیمتی بالاتر از قیمت تمام شده، به فروش می‌رساند. اما در حال حاضر به دلیل سیگنال‌های قیمتی یعنی عدم افزایش قیمت معنادار در چند فصل اخیر و انتظار ثبات قیمت برای خودروهای داخلی و حتی کاهش قیمت خودروهای خارجی، تقریباً تقاضای سرمایه‌ای از بازار خودرو خارج شده و تنها متقاضیان مصرفی برای خرید آن اقدام می‌کنند.

تغییر ساختاری دیگری که به نظر می‌رسد در انتظار تقاضای خودروهای داخلی باشد، تغییر در نوع خرید نقدی یا اقساطی خودرو است. طرح دولت در آبان ماه سال ۱۳۹۴ برای تحریک تقاضای خودرو، اگر چه به طور موقت مشکل موجودی انبار بسیار بالای خودروسازان داخلی را رفع کرد، فصل جدیدی در تأمین مالی تقاضای خودرو باز نمود.^{۱۳} متقاضیان خرید خودروهای داخلی، در شرایطی که قیمت و کیفیت این خودروها را با نمونه‌های خارجی مقایسه می‌کنند و تجربه کوتاه آمدن دولت برای ارائه تسهیلات ارزان قیمت را هم دارند، احتمال می‌رود که بعد از این کمتر حاضر به پرداخت نقدی برای خرید این خودروها باشند و به انتظار خرید اقساطی با شرایط مشابه یا کاهش قیمت خودرو بمانند.

۵- واردات و صادرات خودرو

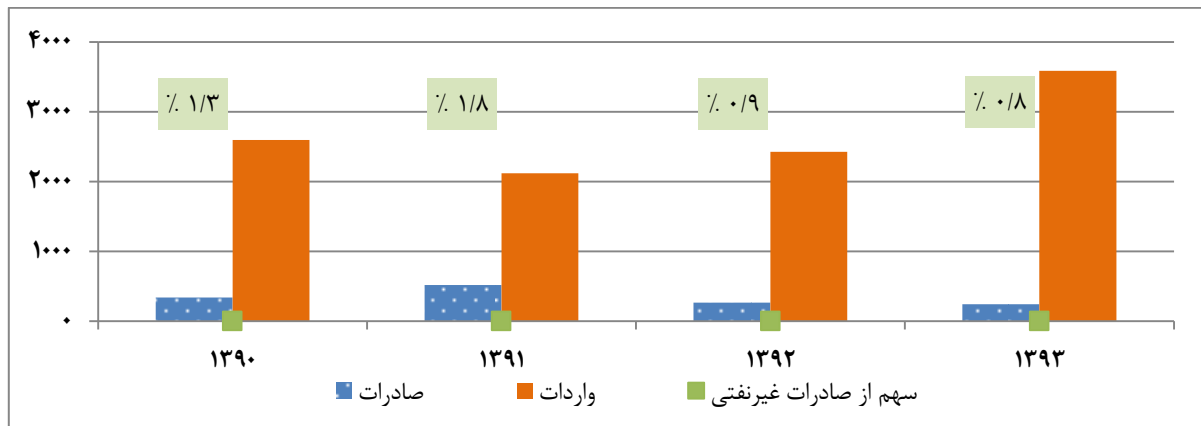
برخی مطالعات نشان می‌دهند که صنعت خودرو در ایران دارای مزیت نسبی نبوده و فاقد توانایی صادرات است، لذا شرکت‌های خودروسازی و قطعه‌سازی ایران در بازار جهانی جایگاهی ندارند. برخی کارشناسان نیز ارزیابی نسبی نیروی کار و انرژی را دلیلی برای وجود مزیت نسبی در صنایع از جمله خودروسازی می‌دانند و معتقدند این مسئله می‌تواند زمینه‌ی صادرات را فراهم نماید، اما در حال حاضر بهره‌وری پایین نیروی کار است که مانع شکوفا شدن این مزیت شده است.^{۱۴}

چنانکه در نمودار ۱۲ مشاهده می‌شود، ارزش صادرات محصولات صنعت خودرو که حدوداً یک درصد ارزش صادرات غیرنفتی کشور را تشکیل می‌دهد، به طور متوسط در چهار سال اخیر، ۹ برابر کوچک‌تر از ارزش واردات خودرو و قطعات در این سال‌ها بوده است. این در حالیست که خودروهای ساخت داخل که به کشورهای دیگر صادر می‌شوند نیز، از سهم عمده‌ای از قطعات وارد شده از خارج تشکیل شده‌اند. اینکه خالص صادرات خودرو طی سال‌های متمادی همواره منفی بوده است، نشان‌دهنده مزیت پایین‌تر خودروها و قطعات ساخت داخل نسبت به نمونه مشابه خارجی است.

۱۳ اعطای تسهیلات ۱۶ درصدی به منظور پوشش ۸۰ درصد قیمت خودرو (تا سقف ۲۵ میلیون تومان) برای خرید خودروهای داخلی.

۱۴ جهانگرد، اسفندیار. صنعت خودروسازی و جایگاه آن در اقتصاد ایران. پژوهشنامه اقتصادی.

نمودار ۱۲: ارزش صادرات و واردات وسایل نقلیه موتوری، تریلر و نیم تریلر ایران (میلیون دلار)



مأخذ: آمار مقدماتی تجارت خارجی جمهوری اسلامی ایران، سال‌های ۱۳۹۰ تا ۱۳۹۳. گمرک جمهوری اسلامی ایران.

عمده صادرات ایران به کشورهای کمتر توسعه یافته‌ی همسایه بوده است. همانطور که در نمودار ۱۳ مشاهده می‌شود، ۶۲ درصد ارزش صادرات صنعت خودرو کشور در سال ۱۳۸۸ به کشور عراق بوده که این سهم در سال ۱۳۹۳ به ۶۸ درصد رسیده است. پس از عراق نیز کشورهای مثل ونزوئلا و سوریه شرکای تجاری ایران در صادرات خودرو به حساب می‌آیند.

نمودار ۱۳: مقایسه سهم کشورهای مختلف از صادرات خودرو و قطعات از ایران در سال‌های ۱۳۸۸ و ۱۳۹۳

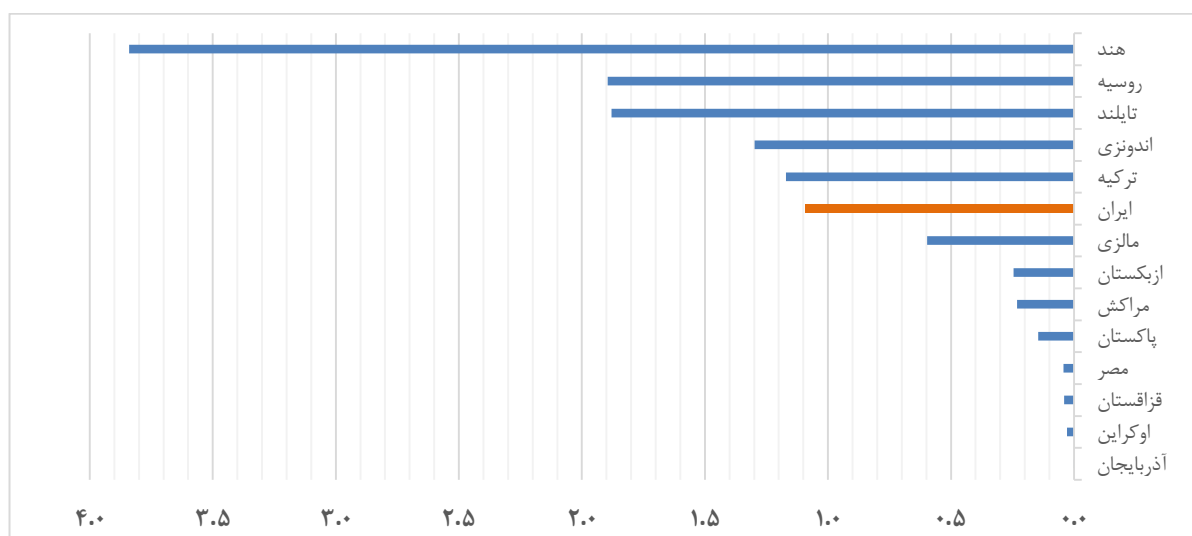


مأخذ: آمار مقدماتی تجارت خارجی جمهوری اسلامی ایران، سال‌های ۱۳۹۰ تا ۱۳۹۳. گمرک جمهوری اسلامی ایران.

در مورد واردات خودرو و قطعات نیز اگرچه استخراج نمودارهایی مشابه نمودار ۱۳ امکان پذیر است، مبدأً وارداتی بسیاری از خودروهای لوکس خارجی به ایران کشور امارات بوده و اطلاعات درستی از کشور سازنده خودرو وجود ندارد، لذا آمار مبادی وارداتی حاوی اطلاعات قابل تحلیلی از شرکای تجاری ایران در واردات نمی باشد.

در انتها به منظور ارائه تصویری از مقیاس خودروسازی کشور، در نمودار ۱۴ به مقایسه کمی تولید خودرو در ایران با برخی کشورهای تولید کننده خودرو در دنیا پرداخته شده است.^{۱۵} همان طور که ملاحظه می شود، در سال ۲۰۱۴ از لحاظ تعداد، کشور هند بیش از ۳ برابر ایران، روسیه حدود ۲ برابر ایران و ترکیه تقریباً به اندازه ایران تولید خودرو داشته است. با این حال تعداد خودروهای تولید شده در داخل کشور بسیار بیشتر از کشورهایی مثل مالزی، ازبکستان یا پاکستان بوده است.

نمودار ۱۴: تولید خودرو در برخی کشورهای کمتر توسعه یافته از لحاظ صنعت خودروسازی در سال ۲۰۱۴ (میلیون دستگاه)



مأخذ: سایت سازمان جهانی تولید وسایل نقلیه موتوری، قابل دسترسی در : <http://oica.com>

۶- حمایت های دولتی از خودروسازی

خودروسازی در ایران از ابتدا صنعتی نزدیک به دولت و وابسته به حمایت های مستقیم و غیرمستقیم دولت بوده است. اصلی ترین حمایت دولت از این صنعت در ایران، غیر رقابتی کردن بازار، به وسیله ایجاد موانع تعرفه ای و غیرتعرفه ای قابل توجه برای واردات خودرو، و عدم صدور مجوز برای سرمایه گذاری خارجی جهت تولید خودرو در داخل کشور بوده است.

تعرفه گمرکی واردات خودرو به داخل کشور بسیار بالاست. در گمرک ایران تعرفه واردات خودرو بر اساس حجم سیلندر، نوع کاربری، نوع سوخت و برخی فاکتورهای دیگر متفاوت است. برای مثال، در سال ۱۳۹۴ به خودروهای با حجم سیلندر کمتر از ۲۵۰۰ سی سی تعرفه های ۴۰ تا ۵۵ درصدی و به خودروهای بالاتر از ۲۵۰۰ سی سی تعرفه ۷۵ درصدی تعلق گرفته است. علاوه بر این بر روی تمام خودروهای وارداتی ۹ درصد مالیات بر ارزش افزوده وضع می شود.^{۱۶} این هزینه ها در مقایسه با سال های قبل به طور متوسط تغییر چندانی نداشته است. علاوه بر این پس از ترخیص از گمرک، عوارض شماره گذاری و عوارض شهرداری نیز اخذ می شود که مقدار آن برای خودروهای وارداتی بالاتر از خودروهای داخلی است. این هزینه ها باید به

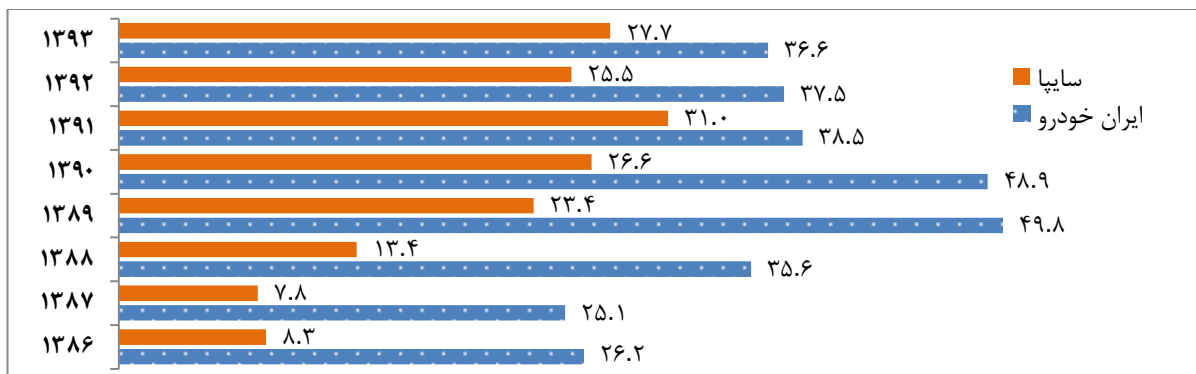
۱۵ کشورهای آمریکا، آلمان، ژاپن و چین پیش از آن صنعت خودرو جهان هستند که به دلیل فاصله زیاد حجم تولید آنها با سایر کشورها، در نمودار ۱۴ وارد نشده اند.

۱۶ کتاب مقررات واردات صادرات سال ۱۳۹۴، سازمان توسعه تجارت ایران.

هزینه حمل و نقل از گمرک مبدأ، هزینه های ثبت سفارش، هزینه های بازرگانی و گمرکی، مالیات بر ارزش افزوده خدمات، هزینه کارت بازرگانی و هزینه انتقال از کارت بازرگانی به نام خریدار نیز افزوده شود.

نوع دیگر حمایت دولتی از صنعت خودروی کشور، پرداخت وام های کلان از طریق سیستم بانکی به این خودروسازها بوده که بخش عمده ای از آنها به تسهیلات معوق تبدیل شده است. چنانکه در نمودار ۱۵ مشاهده می شود، شرکت ایران خودرو در هر یک از سال های ۱۳۸۹ و ۱۳۹۰ به تنهایی نزدیک به ۵۰ هزار میلیارد ریال و در سال های ۱۳۹۱ تا ۱۳۹۳ نیز به طور متوسط هر ساله ۳۷/۵ هزار میلیارد ریال تسهیلات دریافت کرده است. سایپا نیز اگر چه در این زمینه به ایران خودرو نمی رسد، باز هم به طور متوسط سالانه ۲۸ هزار میلیارد ریال تسهیلات دریافت کرده است.

نمودار ۱۵: میزان دریافت تسهیلات مالی توسط دو شرکت بزرگ خودروسازی کشور (هزار میلیارد ریال)

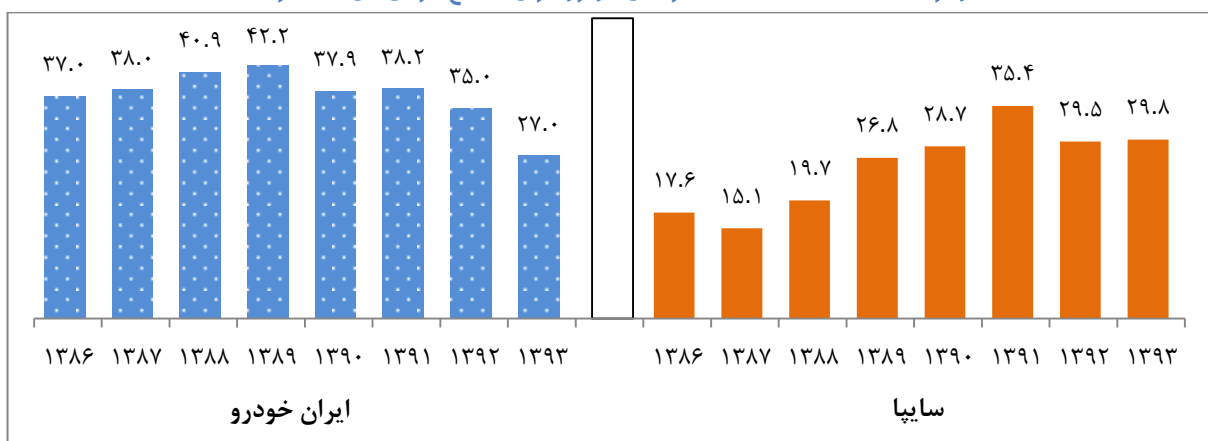


مأخذ: صورت جریان وجوه نقد حسابرسی شده شرکت های ایران خودرو و سایپا، سال های ۱۳۸۶ تا ۱۳۹۳، سامانه کدال. قابل دسترسی در

<http://codal.ir>

مقایسه مانده تسهیلات خودروسازان در انتهای دوره های مالی با مجموع دارایی های آنها نیز حاکی از سهم بسیار بالای تسهیلات بانکی در تأمین دارایی خودروسازان است. چنانکه در نمودار ۱۶ مشاهده می شود، در بین سال های ۱۳۸۶ تا ۱۳۹۳ به طور متوسط ۳۷ درصد از دارایی شرکت ایران خودرو و ۲۶ درصد از دارایی شرکت سایپا از طریق تسهیلات بانکی تأمین شده که سهم بسیار بالایی است. از نقطه نظر تکیه بر تسهیلات بانکی، وضعیت ایران خودرو طی سال های اخیر اندکی بهتر و وضعیت سایپا اندکی وخیم تر شده است.

نمودار ۱۶: نسبت مانده تسهیلات آخر سال خودروسازان به جمع دارایی های آنها (درصد)



مأخذ: صورت جریان وجوه نقد حسابرسی شده شرکت های ایران خودرو و سایپا، سال های ۱۳۸۶ تا ۱۳۹۳، سامانه کدال. قابل دسترسی در

<http://codal.ir>

جدای از تسهیلاتی که مستقیماً به خودروسازان اعطا می‌شد، اخیراً شیوه جدیدی در حمایت مالی از خودروسازان اجرا شد که اختصاص وام با نرخ سودی پایین‌تر از نرخ بازار و با پوشش‌دهی بالا (تا سقف ۸۰ درصد قیمت خودرو) به متقاضیان بود. در واقع این بار به جای اختصاص تسهیلات به سمت عرضه، دولت تصمیم گرفت به طور غیرمستقیم و از سمت تقاضا بازار خودرو را حمایت کند که اگر چه انتقادات زیادی به آن وارد بود، حداقل از برخی جهات بهتر از حالت حمایت مستقیم است.

حمایت از صنایع و تولیدات داخلی از جمله خودروسازی تنها مختص به ایران نیست و در اکثر کشورهای توسعه یافته و در حال توسعه در گذشته انجام شده و در حال حاضر نیز انجام می‌گیرد، ولی نکته اصلی بر سر نحوه این حمایت و مدت زمان اجرای آن است که بررسی مفصل آن جزو اهداف این گزارش نیست. با این حال به طور کلی می‌توان گفت کشور توسعه یافته‌ای را نمی‌توان یافت که حدود ۵۰ سال از یک صنعت حمایت کرده باشد، در حالیکه آن صنعت موفق به کسب مزیت نسبی در برابر رقبای خارجی خود نشده باشد. علاوه بر این امروزه حمایت از طریق محدودیت‌های تعرفه‌ای و غیرتعرفه‌ای برای واردات کالاهای مشابه، رویکرد مناسبی به حساب نمی‌آید و کشورهای پیشروتر با ملحق شدن به سازمان جهانی تجارت (WTO) به مرور اکثر چنین محدودیت‌ها را از میان برداشته‌اند. علاوه بر این، به ارائه تسهیلات به خصوص از طریق انبساط پایه پولی (مانند آنچه در سیاست اخیر تحریک تقاضا اجرا شد) آن هم در کشوری که نرخ تورم بالایی دارد، انتقادات زیادی وارد است. استراتژی حمایت از تولید، ماهیتاً موضوعی بلندمدت به شمار می‌رود و سیاست‌گذاری برای آن ابزاری مناسب را می‌طلبد. این در حالیست که استفاده از ابزار پولی عموماً برای هموار کردن چرخه‌های تجاری بکار رفته و ماهیتی کوتاه‌مدت دارد، لذا نباید به صورت سیستماتیک به سیاستی برای استراتژی‌های بلندمدت تبدیل شود. هدایت پایه پولی به سمت سازندگان داخلی بیشتر از آن که بخشی از یک استراتژی صنعتی باشد، رانتی است برای صنایعی که قدرت چانه‌زنی بیشتری دارند. این اقدام تفاوت چندانی با تأمین کسری بودجه دولت از طریق بسط پایه پولی ندارد. حتی اگر قبول کنیم که این کار به دلیل کمک به افزایش عرضه ممکن است در کوتاه مدت اثر تورمی کمتری داشته باشد، در بلندمدت، اثر تورمی اش تفاوتی ندارد (خنثی بودن پول در بلندمدت)، ضمن آنکه چه بسا به غیر از کسری بودجه دولت که تا به امروز اغلب از طریق پایه پولی جبران می‌شد، بعد از تجربه سیاست فوق، صنایع قدرتمند هم چشم به تأمین مالی از طریق پول بانک مرکزی داشته باشند.

بنابراین مجموعه حمایت‌های دولتی از این صنعت موجب شده که تا حدود زیادی تلاش جهت رقابت، چه در بعد داخلی و چه در بعد خارجی و جهانی، خیلی مطرح نباشد. در ضمن فروش تضمین شده در سایه محدودیت‌های وارداتی پارامتر مناسبی برای سنجش عملکرد یک صنعت نیست و لذا اینکه گفته می‌شود صنعت خودرو ایران با تولید بالای یک میلیون خودرو از سال ۱۳۸۵ به عنوان یک خودروساز در جهان مطرح شده است، جای بحث و کمی تردید دارد.

۷- چالش‌های خودروسازی در ایران

چالش‌های صنعت خودرو در ایران را می‌توان در سه گروه عمده به شرح زیر عنوان کرد:

۷-۱- چالش‌های ناشی از مدیریت دولتی

عمده نقاط ضعف در صنعت خودروسازی ایران به نوع مالکیت و نحوه مدیریت این صنعت برمی‌گردد. اگرچه عمده سهام خودروسازهای بزرگ کشور در بورس عرضه می‌شود، مدیریت در این صنعت ماهیتاً دولتی بوده و این امر در اتخاذ تصمیمات، اهداف، چشم انداز، راهکارهای اجرایی و انتصاب مدیران نمایان بوده است. پیامدهای مدیریت دولتی بر صنعت خودروسازی از جمله عبارتند از:

• تحمیل سرمایه‌گذاری‌های غیر اقتصادی

وجود مدیریت دولتی در صنعت گسترده و بزرگی مثل خودروسازی، دخالت‌ها و انتظارات گسترده‌ای را به این صنعت تحمیل کرده است. هزینه‌های بالایی از فشارهای سیاسی به صنعت خودرو کشور وارد شده و به کارایی پایین آن دامن زده است. اینکه رئیس دولت در یک دوره تنها به دلیل ارتباط خوبی که با رئیس‌جمهور کشوری دیگر دارد، خودروساز داخلی را موظف به راه‌اندازی کارخانه در کشور مذکور نماید، یا نماینده‌های مجلس برای راه‌اندازی خط تولید خودرو یا قطعات خودرو در استان خود به شرکت‌های فعال در این صنعت فشار بیاورند، از جمله هزینه‌های ماندگار تحمیل شده از سوی حکومت به این صنعت است.^{۱۷}

دو خودروساز بزرگ کشور علاوه بر گسترده‌تر کردن سایت‌های تولید خودروهای خود در داخل کشور و راه‌اندازی خط تولید در شهرستان‌هایی مثل مشهد، تبریز، بابل، کاشان و سمنان که صرفه اقتصادی اغلب آنها زیر سؤال است، در سالهای اخیر در کشورهای آذربایجان، سوریه، سنگال، عراق، بلاروس، ونزوئلا، و سودان نیز واحدهایی برای مونتاژ خودرو راه‌اندازی کرده‌اند. خودروهای تولیدی خودروسازان ایرانی در کشورها فوق‌العاده عمده‌تاً شامل پراید، تیا و سمند می‌شود که مشخصاً از لحاظ کیفیت قادر به رقابت با اکثر برندهای قابل دسترسی در آن کشورها نبوده و گهگاه فروش مستلزم عرضه در زیر قیمت تمام شده است. از طرف دیگر از آنجا که بازار خودرو در این کشورها انحصاری نبوده و متقاضیان گزینه‌های متنوعی برای انتخاب دارند، استقبال از خودروهای ایرانی به مراتب کمتر از داخل کشور خواهد بود که این امر موجب می‌شود مقیاس تولید حتی کمتر از داخل کشور باشد و لذا صرفه به مقیاس صورت نگیرد.

برای مثال در ونزوئلا، با وجود رابطه سیاسی خوب، اعمال قوانین گمرکی مناسب و صنعت خودروسازی ضعیف این کشور، استقبال چندانی از خودروهای ایرانی تولید شده صورت نگرفت و زیان‌هنگفتی را به خودروساز ایرانی وارد کرد. در سنگال هم در حالی که نیاز سالانه این کشور در کل حدود ۱۵ هزار خودرو است، سایتی با ظرفیت تولید ۳۰ هزار دستگاه ایجاد شده که در حال حاضر این کشور توان تأمین برق مورد نیاز آن را هم ندارد. در جمهوری آذربایجان نیز قرار بود سمند تولید شود که این کار بنا به دلایلی صورت نگرفت و هم‌اکنون بخشی از سرمایه‌های ایران خودرو در آنجا قفل شده است.

• تحمیل نیروی انسانی

انتصاب مدیران ارشد و حتی مدیران میانی در ساختار سازمانی شرکت‌های بزرگ خودروسازی داخلی، امری متداول بوده است. علاوه بر اینکه عمده سهام این شرکت‌ها متعلق به سازمان‌های دولتی و شبه‌دولتی بوده و لذا این سازمان‌ها در انتخاب مدیران ارشد دخالت مستقیم دارند، کمک‌ها و حمایت‌های دولتی صورت گرفته از خودروسازان به طور قطع انتظارات و توقعاتی را از آنها به دنبال خواهد داشت. این انتظارات حتی گاهی به سفارش برای استخدام در سطوح مهندس و تکنسین هم می‌رسد.^{۱۸}

۱۷ گفتگوی ویژه با هاشم یکه‌زارع (مدیرعامل گروه صنعتی ایران خودرو)، ۹۴/۹/۷، مجله تجارت فردا، شماره ۱۵۶.

۱۸ برگرفته از ارائه مهندس داود میرخانی (مدیرعامل سابق ایران خودرو)، ۹۴/۹/۳۰، دانشکده اقتصاد علامه طباطبائی.

- **عدم ثبات سیاست‌ها**
تغییرات سلیقه‌ای در سطح مدیران ارشد و میانی کارخانه‌های خودروسازی، عدم ثبات در سیاست‌ها و استراتژی‌های خرد و کلان آن‌ها را به همراه دارد. این امر گاهی باعث تغییر اولویت‌ها و بی نتیجه ماندن زمان و هزینه‌های صورت گرفته می‌شود.
- **حمایت‌های غیر اصولی**
چنانکه در بخش قبل به تفصیل توضیح داده شد، حمایت‌های دولتی از صنعت خودرو کشور نه تنها به توسعه و پیشرفت معنادار این صنعت منجر نشده، بلکه به عاملی برای عدم کارایی تبدیل شده است.
- **قیمت‌گذاری محصولات**
نظام قیمت‌گذاری دستوری که معمولاً ناکارآمد و غیرمنعطف است، انگیزه شرکت‌ها برای افزایش نوآوری، بهره‌وری و کیفیت محصولات را کاهش می‌دهد. اگر سیاستگذار به جای سرکوب قیمت‌ها فضا را به سمت رقابتی کردن بازار می‌برد، خودروسازان به جای چانه‌زنی بر سر قیمت‌ها به بهبود کیفیت محصولات خود از طریق رقابت می‌پرداختند.

۲-۷- چالش‌های کلان اقتصادی و سیاسی

شرایط کلان اقتصادی تأثیر مستقیم و قابل توجهی بر موفقیت یا عدم موفقیت یک صنعت در کشور دارند. در ایران، نظام تأمین مالی ناکارآمد و تلاش برای حفظ مصنوعی ارزش ریال در برابر ارزهای خارجی، از جمله شرایط اقتصاد کلان کشور هستند که تأثیر منفی بر عملکرد صنعت خودرو داشته‌اند.

- **نظام تأمین مالی**
فقدان بازار بدهی در اقتصاد کشور موجب شده اصلی‌ترین روش تأمین مالی شرکت‌های بزرگ، از جمله خودروسازها، بازار پول یا همان سیستم بانکی باشد. زمانی که بنگاه‌های بزرگ تولیدی کشور نتوانند از طریق روش‌های متداول در بازار بدهی به تأمین مالی بپردازند، همواره به دنبال تسهیلات ارزان قیمت از سیستم بانکی خواهند بود. این امر گذشته از آنکه به تخصیص بهینه اعتبارات لطمه زده و اغلب موجب افزایش معوقات بانکی می‌شود، به چالشی در ترازنامه این شرکت‌ها نیز تبدیل شده است.

- **نرخ ارز**
تثبیت دستوری و رشد کم و نامتناسب نرخ ارز اسمی اغلب موجب افزایش ارزش واقعی ریال شده است. این امر از یک طرف کالاهای خارجی را برای مصرف‌کننده داخل به نسبت ارزان کرده و انگیزه واردات را بالا می‌برد و از طرف دیگر کالای داخلی را به نسبت گران کرده و صادرات را مشکل می‌کند. این امر به تضعیف قطعه‌سازی در کشور کمک کرده و خودروسازان را به واردات کالاهای واسطه‌ای متمایل می‌کند. در چنین شرایطی با بروز یک شوک مثل کاهش درآمدهای نفتی، دولت قدرت ادامه حفظ ارزش ریال در مقابل ارزهای معتبر خارجی را از دست داده و به یک باره نرخ ارز رشد شدیدی را تجربه می‌کند. این افزایش نرخ ارز برای خودروسازان داخلی که به کالاهای واسطه‌ای وارداتی وابستگی پیدا کرده‌اند به منزله افزایش شدید هزینه‌های تولید و بالا رفتن قیمت تمام شده خواهد بود.

• تحریم‌های بین‌المللی

از آن‌جا که صنعت خودروسازی کشور هم از لحاظ کالاهای واسطه‌ای و هم از لحاظ ماشین‌آلات تولیدی وابسته به واردات است، تحریم‌های بین‌المللی تأثیر قابل توجهی بر عملکرد آن داشته است.

۳-۷- چالش‌های ساختاری

مشکلات و کاستی‌های متعددی در درون ساختار صنعت خودرو وجود دارد که البته منشاء اصلی آنها عمدتاً به مدیریت دولتی و چالش‌های کلان اقتصادی برمی‌گردد که پیش از این به آنها اشاره شد. مهمترین این کاستی‌ها عبارتند از:

• عدم وجود صرفه به مقیاس

خودروسازی از جمله صنایعی است که هزینه‌ی ثابت تولید در آن بسیار بالاست و لذا هر چه تعداد خودروی تولیدی در یک کارخانه بالا رفته و به ظرفیت اسمی تولید نزدیک‌تر شود، از متوسط هزینه تولید هر خودرو به طور قابل ملاحظه‌ای کاسته می‌شود.

تولید در مقیاس پایین و عدم استفاده از صرفه به مقیاس که عمدتاً ناشی از فقدان قطعه‌ساز بزرگ برای تأمین با ثبات قطعات مورد نیاز در تولید خودرو می‌باشد، از جمله مشکلات صنعت خودروسازی کشور است. در چنین شرایطی تا وقتی تولید یک خودرو به مقیاس انبوه رسیده و برای صادرات به صرفه شود، آن مدل در بازارهای جهانی از رده خارج شده است.

• کم توجهی به تحقیق و توسعه

در حالی که برندهای معتبر خودروسازی در جهان بیش از ۴ درصد از ارزش فروش خود را به تحقیق و توسعه (R&D) اختصاص داده و به سرعت در پی تنوع و توسعه محصولات خود هستند، خودروسازان داخلی به طور متوسط کمتر از نیم درصد از فروش را به این امر اختصاص می‌دهند.^{۱۹} این امر باعث شده که عمده تفاوت بین تولید یک خودروی داخلی طی سال‌های متمادی، به تغییرات ناچیزی در قطعاتی مثل چراغ یا آینه خودرو محدود شود.

برای مثال شرکت هیوندای موتور هم اکنون دارای ۷ مرکز تحقیق و توسعه برای بازارهای بین‌المللی خود است، که ۳ مرکز آن در کره جنوبی، یک مرکز در آلمان، یک مرکز در ژاپن و یک مرکز نیز در کشور هند مستقر است. بزرگترین مرکز تحقیق و توسعه این شرکت در ایالت کالیفرنیا آمریکا قرار دارد که فعالیت آن تنها متمرکز بر بازار ایالات متحده است.

• زنجیره تأمین ناکارآمد

وجود قطعه‌سازان و مجموعه‌سازان بزرگ و قابل اتکا در زنجیره تولید صنعت خودرو موجب می‌شود خودروسازها در برنامه‌ریزی برای افزایش ظرفیت تولید خود محدودیتی از این نظر نداشته باشند و با اعتماد به تأمین قطعات مستمر و با کیفیت مشخص، به تولید بپردازند. در حال حاضر خودروسازان داخلی گاهی مجبورند حتی یک قطعه مشخص خود را

۱۹ برگرفته از ارائه مهندس داود میرخانی (مدیر عامل اسبق ایران خودرو)، ۹۴/۹/۳۰، وضعیت جاری صنعت خودرو چالش‌ها و راهکارهای پیشنهادی. دانشکده اقتصاد علامه طباطبائی.

نیز از طریق چندین قطعه‌ساز مختلف تأمین کنند که همین امر موجب بروز مشکلات متعدد از جمله مشکل در سازگاری بین قطعه‌های مختلف یک خودرو می‌شود.

با این حال لازم به ذکر است که علیرغم همه کاستی‌های موجود در زنجیره تأمین صنعت خودرو، این صنعت نسبت به سایر صنایع کشور از این لحاظ از وضعیت مناسبی برخوردار بوده و یکی از کامل‌ترین زنجیره‌های تأمین در داخل کشور برای صنعت خودرو است.

برآیند این چالش‌ها در صنعت خودرو کشور باعث شده که خودروهای ساخت داخل از قیمت نسبی بالاتر و کیفیت نسبی پایین‌تری در مقابل نمونه‌های موفق خارجی برخوردار باشند. کیفیت پایین خودروهای ساخت داخل که به لطف بازار غیررقابتی سهم غالب خودروهای مورد استفاده در کشور را دارا می‌باشند، هزینه‌های جانبی معناداری از جمله افزایش تصادفات جاده‌ای و آلودگی هوا را بر کشور تحمیل کرده‌اند.

۸- چشم‌انداز صنعت خودرو در افق ۱۴۰۴

در سند چشم‌انداز جمهوری اسلامی ایران در افق ۱۴۰۴ بیان شده است که صنعت خودرو شامل قطعه‌سازی، مجموعه‌سازی، خودروسازی، خدمات مهندسی، خدمات مالی، صنایع جانبی و خدمات پس از فروش، به عنوان پیش‌تاز و لکوموتیو صنعت کشور، از طریق ایجاد توانمندی‌ها و قابلیت‌های علمی و فنی می‌تواند در دستیابی به چشم‌انداز پیش‌روی اقتصاد کشور ایفای نقش نماید و به جایگاه نخست صنعت خودرو در منطقه، رتبه پنجم آسیا و رتبه یازدهم در جهان دست یابد.

ایجاد پایگاه‌های ساخت خودرو با مشارکت خارجی، جذب سرمایه‌گذاران داخلی و خارجی و ایجاد پایگاه مرکز طراحی، آزمون و خدمات مهندسی خودرو در منطقه از جمله راهکارهایی است که در این سند برای دستیابی به اهداف فوق پیشنهاد شده است.

در افق تبیین شده در این سند، در سال ۱۴۰۴ ارزش افزوده صنعت خودرو باید سهم ۲۰ درصدی از ارزش افزوده کل صنعت کشور و ۴ درصدی از کل تولید ناخالص داخلی کشور داشته باشد. در این سال باید حداقل سه میلیون دستگاه خودروی سبک (سواری و وانت) در کشور تولید شود که دو میلیون دستگاه آن (با پیش فرض نوسازی و جایگزینی خودروهای فرسوده به میزان حداقل ۴۰ درصد) در بازار داخل به فروش رسیده و یک میلیون دستگاه نیز صادر شود. تولید حداقل ۵۰ درصد از خودروهای سبک با برند داخلی و صادرات قطعات یدکی به ارزش ۶ میلیارد دلار توسط قطعه‌سازان به بازارهای خارجی از دیگر اهداف سند چشم‌انداز صنعت خودرو است. همچنین در حوزه خودروهای تجاری نیز در سال ۱۴۰۴ باید حداقل ۱۲۰ هزار دستگاه خودروی تجاری تولید شود که ۹۰ هزار دستگاه آن (با پیش فرض نوسازی و جایگزینی خودروهای فرسوده این بخش به میزان حداقل ۳۰ درصد) به مصرف بازار داخلی رسیده و ۳۰ هزار دستگاه آن صادر شود. جدول ۳ برخی برآوردهای کمی پیش‌بینی شده در افق سال ۱۴۰۴ را نشان می‌دهد.

جدول ۳: پیش بینی و برآوردهای کمی صنعت خودرو در افق ۱۴۰۴ (هزار دستگاه)

۱۴۰۴	۱۴۰۰	۱۳۹۸	۱۳۹۶	۱۳۹۵	۱۳۹۴	۱۳۹۳	
۳,۰۰۲	۲,۱۶۶	۱,۹۱۰	۱,۶۸۴	۱,۵۴۵	۱,۴۱۷	۱,۳۰۰	تولید داخلی
۳۰۱	۲۲۳	۱۹۷	۱۷۹	۱۷۰	۱۴۰	۱۱۰	واردات
۹۹۰	۴۹۸	۳۲۵	۲۰۲	۱۶۰	۱۲۰	۸۰	صادرات
۱,۱۸۸	۷۰۱	۵۴۰	۴۱۵	۳۸۱	۲۵۰	۱۵۰	جایگزینی خودروهای فرسوده
۱۲۰	۹۵	۷۵	۵۸	۴۴	۳۱	۲۰	تولید داخلی
۱۲	۸	۶	۴	۴	۳	۲	واردات
۳۰	۱۵	۹	۵	۳	۱	۰	صادرات
۳۶	۲۱	۱۴	۹	۶	۴	۱	جایگزینی خودروهای فرسوده

مأخذ: وزارت صنعت، معدن و تجارت. اهم راه کارهای اجرای سیاست های پیش بینی شده در سند اهداف و سیاست های صنعت خودرو افق ۱۴۰۴، ویرایش ۹۴/۰۳/۱۱

علاوه بر اهداف کمی، توسعه کیفی نیز در تبیین چشم انداز فوق دیده شده است. زیرشاخص های کیفی تبیین شده در دو گروه مجزا برای خودروهای سبک و برای خودروهای سنگین تشریح شده اند که در جدول ۴ و جدول ۵ مشخص هستند.

جدول ۴: پیش بینی و برآورد کیفی صنعت خودرو در افق ۱۴۰۴ (خودروهای سبک)

شاخص	زیر شاخص	سال ۹۳ تا ۹۶	سال ۹۷ تا ۱۴۰۰	سال ۱۴۰۱ تا ۱۴۰۴
محصول	تنوع محصولات	عمر تولید محصول (خودرو)	برند ملی حداکثر ده سال برند خارجی حداکثر هفت سال	مطابق نیاز بازار رقابتی
	استانداردها	آلایندگی	استاندارد یورو ۴	تا پایان ۹۷ یورو ۴ و بقیه یورو ۵
		مصرف سوخت تاوگان (g/km)	150	120
		کیفیت سوخت منطبق با	استاندارد یورو ۴	استاندارد یورو ۵
		استانداردهای اجباری قطعات، مجموعه ها و خودروها (COP&TA)	استاندارد ملی مصوب و اجباری	استاندارد اروپا
	رتبه بندی کیفی	رده بندی ایمنی خودروها	حداقل ۳ ستاره	حداقل ۴ ستاره
		سطح کیفی محصولات (A و A+)	۷۰ درصد	۸۰ درصد
پایش رضایتمندی مصرف کنندگان	کیفیت فروش	رضایت مشتریان در سه ماهه اول مالکیت	692	735
		میزان رضایت مشتریان از خدمات فروش	660	720
		شاخص تحویل به موقع (٪)	90	100
	خدمات پس از فروش	میزان رضایت مشتریان از خدمات پس از فروش	780	805
		نرخ مراجعه تعمیراتی (حداکثر)	2.2	1.7
		مدت و شرایط گارانتی (حداقل)	دو سال ۳۰ هزار کیلومتر	پنج سال
	رسیدگی به شکایات	زمان رسیدگی به شکایات	بهبود سالانه ۱۵٪	بهبود سالانه ۱۰٪

مأخذ: وزارت صنعت، معدن و تجارت. اهم راه کارهای اجرای سیاست های پیش بینی شده در سند اهداف و سیاست های صنعت خودرو افق ۱۴۰۴، ویرایش ۹۴/۰۳/۱۱

جدول ۵: پیش‌بینی و برآورد کیفی صنعت خودرو در افق ۱۴۰۴ (خودروهای سنگین)

شرح	شاخص	زیر شاخص	سال ۹۳ تا ۹۶	سال ۹۷ تا ۱۴۰۰	سال ۱۴۰۰ تا ۱۴۰۴
محصول	تنوع	تنوع تولید محصولات (بار و مسافر)	برند ملی حداکثر دوازده سال برند خارجی حداکثر ده سال	مطابق نیاز بازار	مطابق نیاز بازار رقابتی
	استانداردها	آلایندگی	یورو ۲ تا انتهای سال ۹۳ و یورو ۳ از ابتدای سال ۹۴ تا انتهای سال ۹۵ و یورو ۴ سال ۹۶	یورو ۴ تا انتهای سال ۹۸ و استاندارد روز اتحادیه اروپا از ابتدای سال ۹۹	یورو ۴ تا انتهای سال ۹۸ و استاندارد روز اتحادیه اروپا از ابتدای سال ۹۹
		کیفیت سوخت منطبق با	منطبق با استاندارد یورو ۳ و ۴	منطبق با استاندارد یورو ۴ و استاندارد روز اتحادیه اروپا	منطبق با استاندارد یورو ۴ و استاندارد روز اتحادیه اروپا
		مصرف سوخت (gr/kwh)	مطابق استاندارد ملی ۸۳۶۱ معیار برچسب سوخت محصولات نیمه سنگین و سنگین	استاندارد اروپا	استاندارد اروپا
		استانداردهای اجباری قطعات، مجموعه ها و خودروها (COP&TA).	استاندارد ملی مصوب و اجباری	استاندارد ملی مصوب و اجباری	استاندارد اروپا
		سطح کیفی عالی محصولات	۱۵٪ خوب ۸۵٪ خیلی خوب	تمامی محصولات خیلی خوب	تمامی محصولات خیلی خوب
پایش رضایتمندی مصرف کنندگان	کیفیت	رضایت مشتریان از کیفیت محصول	671	726	786
	فروش	میزان رضایت مشتریان از خدمات فروش	621	673	728
		تحويل به موقع/بدون ایراد (میانگین تاخیر در تحويل خودرو بدون ایراد از موعد تحويل خودرو بر حسب روز)	20	10	صفر روز
	خدمات پس از فروش	میزان رضایت مشتریان از خدمات پس از فروش	715	744	774
		نرخ مراجعه تعمیراتی	2	1.5	1.2
		مدت و شرایط گارانتی و وارانتی	سه سال / ۴۰۰ هزار کیلومتر طبق آیین نامه حمایت	سه سال و نیم / ۳۰۰ هزار کیلومتر	مطابق نیاز بازار رقابتی
	رسیدگی به شکایات	زمان رسیدگی به شکایات	پهلو ۱۵ سالانه	پهلو ۱۰ سالانه	پهلو ۵ سالانه

مأخذ: وزارت صنعت، معدن و تجارت. اهم راه‌کارهای اجرای سیاست‌های پیش‌بینی شده در سند اهداف و سیاست‌های صنعت خودرو افق ۱۴۰۴، ویرایش ۹۴/۰۳/۱۱

در پیش‌نیازها و بسترهای دیده شده در این سند به صراحت ذکر شده که "دستیابی به اهداف فوق‌الذکر مستلزم پشتیبانی و حمایت هدفمند، منسجم و مدت‌دار دولت از فرآیند توسعه صنعتی کشور می‌باشد" و این حمایت‌ها نیز از طریق "ارائه مشوق‌های مادی مانند اولویت دادن در اخذ تسهیلات بانکی و صندوق توسعه ملی، پذیرش تمام یا بخشی از هزینه‌های تحقیق و توسعه به عنوان مالیات پرداخت شده و پرداخت بخشی از کارمزد بانکی و غیره" است. علاوه بر این "دولت از طریق مقررات تنظیمی مانند تعرفه، برای رشد و توسعه این صنعت به فراخور حال و رعایت صرفه و صلاح ملی استفاده خواهد کرد".^{۲۰} بنابراین برای دستیابی به چشم‌انداز بسیار خوشبینانه صنعت خودرو در افق ۱۴۰۴، بسترهایی در نظر گرفته شده که از تداوم روش‌های ناصحیح حمایتی و تکرار اشتباهات گذشته از جمله تأمین مالی از طریق سیستم بانکی و غیررقابتی کردن بازار از طریق مکانیزم‌های تعرفه‌ای حکایت دارد. به نظر می‌رسد در این زمینه سیاست‌گذار شناخت کاملی از الگوهای رشد و تجربه‌های موفق سایر کشورها نداشته است.

علاوه بر پیش‌نیازها و بسترهای غیراصولی مدنظر در چشم‌انداز، فقدان توجه به برخی مسائل از جمله نوع سوخت مصرفی خودروهای تولیدی نیز دیده می‌شود. در حالی که رویکرد برندهای معتبر خودروسازی در جهان عمدتاً به سمت تولید خودروهای دیزلی و همچنین هیبریدی و الکتریکی بوده و تولید خودروهای با مصرف گاز و بنزین رو به افول است. چنانکه در جدول ۶ مشاهده می‌شود، اکثر تولیدکنندگان معتبر خودروسازی در جهان، طی سال‌های اخیر به علت آلایندگی و قیمت تمام شده کمتر، سهم تولید خودروهای دیزلی را افزایش داده‌اند.

۲۰ وزارت صنعت، معدن و تجارت. اهم راه‌کارهای اجرای سیاست‌های پیش‌بینی شده در سند اهداف و سیاست‌های صنعت خودرو افق ۱۴۰۴، ویرایش ۹۴/۰۳/۱۱

جدول ۹: سهم تولید شرکت‌های معتبر خودروسازی بر اساس سوخت مصرفی

۲۰۱۳						۲۰۱۰						
الکتریکی	اتانول	هیبرید	گاز طبیعی	دیزلی	بنزینی	الکتریکی	اتانول	هیبرید	گاز طبیعی	دیزلی	بنزینی	
۰/۰۷	۰/۱	۰/۲	۱/۳	۵۶	۴۲	۰	۰/۳	۰	۱/۶	۵۵	۴۳	فولکس واگن
۰	۰	۰	۰/۱	۷۵	۲۵	۰	۰/۲	۰	۰	۷۳	۲۷	آئودی
۰/۲	۰	۰/۱	۰	۸۱	۱۹	۰	۰	۰	۰/۱	۷۸	۲۲	بی ام و
۰/۰۲	۰	۱	۰	۷۱	۲۸	۰	۰	۰/۱	۰/۴	۶۴	۳۵/۵	بنز
۱/۲	۰	۰	۰/۴	۶۰	۳۸	۰	۱/۴	۰	۲/۵	۶۰	۳۶	رنو
۰/۰۵	۰	۲/۴	۰/۶	۶۱	۳۶	۰	۰	۰	۱/۷	۶۲	۳۶	پژو
۰/۱	۰	۱	۰/۴	۶۴	۳۵	۰/۰۱	۰/۱	۰	۳/۷	۶۳	۳۳	سیتروئن
۰	۰	۰	۱۲/۷	۳۱	۵۶	۰/۰۱	۰	۰	۱۳/۲	۲۹	۵۸	فیات
۳/۸	۰/۵	۰	۰/۲	۸۷	۹	۰	۴/۳	۰	۰	۸۷	۹	ولوو
۰/۹	۰	۲۳	۰	۲۶	۵۰	۰	۰	۹/۴	۰/۶	۳۱	۵۹	تویوتا
۱/۵	۰	۰	۲/۱	۵۱	۴۵	۰/۰۱	۰	۰	۲/۲	۴۳	۵۵	نیسان
۰	۰	۰	۱/۷	۳۹	۵۹	۰	۰	۰	۴/۲	۳۰	۶۶	هیوندای
۰	۰	۰/۲	۱/۱	۴۵	۵۴	۰	۰	۲/۵	۰	۴۳	۵۵	کیاموتورز

مأخذ: استراتژی برندهای معتبر خودروسازی جهان، تجربه‌ای برای شرایط پساتحریم و برنامه ششم توسعه. مرداد ۱۳۹۴. مرکز پژوهش‌های مجلس.

به این ترتیب در سیاست‌گذاری و تبیین استراتژی صنعت خودروسازی کشور، باید به ترکیب سبد انرژی در سوخت مصرفی خودروهای تولیدی نیز توجه نمود. البته این موضوع پیش از این نیز مطرح بوده و در برنامه پنجم توسعه تولید و واردات خودروهای دیزلی توصیه شده بود که با توجه به تشدید تحریم‌ها در سال‌های آخر این برنامه و افت شدید تولید خودروهای داخلی و مناسب نبودن کیفیت گازوئیل در کشور، عملاً این سیاست فاقد عملکرد بوده است. بنابراین به نظر می‌رسد تغییر رویکرد صنعت خودروسازی کشور به سمت خودروهای دیزلی، و در آینده هیبریدی، باید به صورت جدی‌تر دنبال شود.^{۲۱}

۹- مروری بر تجربه برخی از کشورها در صنعت خودروسازی

خودروسازی در کشورهای دارنده‌ی این صنعت با دو رویکرد کاملاً متفاوت دنبال می‌شود. یک کشور می‌تواند به دنبال برندسازی و تولید خودروی ملی با پلتفرم اختصاصی و یا تولید خودروهای با برند خارجی تحت لیسانس آن تولیدکنندگان باشد. دو کشور کره جنوبی و ترکیه را به ترتیب می‌توان به عنوان مثال بارز دو رویکرد فوق دانست.

۲۱ مأخذ: استراتژی برندهای معتبر خودروسازی جهان، تجربه‌ای برای شرایط پساتحریم و برنامه ششم توسعه. مرداد ۱۳۹۴. مرکز پژوهش‌های مجلس.

کره جنوبی برندهای معتبری مثل دوو، هیوندای، و کیاموتورز را به صنعت خودروسازی معرفی کرده است، اما صنعت خودرو ترکیه بر مبنای عقد قرارداد با شرکت‌های خارجی (از جمله فورد، فیات، رنو، تویوتا و هیوندای) و سرمایه‌گذاری مشترک قطعه‌سازان ترک با خودروسازان بزرگ جهان شکل گرفته است.

بازار خودرو ترکیه بازاری تقریباً آزاد و رقابتی محسوب می‌شود به گونه‌ای که برای محصولات اتحادیه اروپا تعرفه ترجیحی صفر و برای سایر کشورهای خارج از اروپا تعرفه ۱۰ درصدی وضع کرده است. بنابراین در صنعت خودرو ترکیه برنده داخلی وجود ندارد و استراتژی این کشور استفاده هر چه بیشتر از قطعات و لوازم ساخت داخل برای تولید خودروهای شرکت‌های معتبر جهان در داخل ترکیه و صادرات بخش عمده‌ای از این محصولات است که از این طریق علاوه بر بسط صادرات و ایجاد ارزش افزوده، اشتغال‌زایی قابل ملاحظه‌ای نیز برای این کشور رقم می‌خورد. به این ترتیب ترکیه به خوبی تشخیص داده که در طراحی و برندسازی خودرو مزیت نسبی ندارد و لذا هدف‌گذاری خود را بر سرمایه‌گذاری مشترک با برندهای معتبر خودروسازی جهان بنا نهاده است. با این استراتژی، خودرو و قطعات جانبی آن امروزه یکی از مهم‌ترین اقلام صادرات این کشور محسوب شده و ارزش دلاری آن از کل صادرات غیر نفتی ایران بیشتر است.

جدای از دو استراتژی فوق، رویکرد موفق دیگری که توسط برخی خودروسازان درجه دوم جهان صورت گرفته، ادغام با خودروسازان درجه اول است. کارخانه داجیا در رومانی از جمله خودروسازانی است که از رویکرد فوق نهایت استفاده را برده و در این زمینه تجربه موفقیت آمیزی داشته است.

در طول دهه‌های ۱۹۴۰ تا ۱۹۹۰ میلادی با وجود جنگ سرد بین بلوک‌های شرق و غرب، برخی شرکت‌های غربی به همکاری با شرکت‌های شرقی ادامه دادند. برای مثال محصولات رنوی فرانسه با اسامی متفاوت و البته کیفیت پایین‌تر در کارخانه داجیای رومانی تولید می‌شد، تا زمانی که از حمایت‌های گسترده دولتی از این شرکت کاسته شد و امکان ادامه روند قبلی وجود نداشت. در اواخر دهه ۱۹۹۰ داجیا راهی مناسب پیدا کرد و زیرمجموعه شرکتی شد که زمانی خودروهای آن را مونتاژ می‌کرد. استراتژی داجیا برای فرار از افول و توسعه فعالیت، ادغام با شرکت رنوی فرانسه بود.

در سال ۱۹۹۸ داجیا پس از ۳۰ سال فعالیت و تولید حدود ۲ میلیون دستگاه خودرو در سال، بازار خود را از دست داده بود و به ورشکستگی نزدیک می‌شد. در این دوره طرحی مبنی بر خرید ۹۹ درصد سهام این شرکت توسط رنوی فرانسه، به شرط باقی ماندن نام داجیا بر روی شرکت، مطرح و عملیاتی شد که روح تازه‌ای به شرکت داجیا بخشید. برای توسعه داجیا بسیاری از خطوط قدیمی متحول شد، رویکرد جدید مدیریتی و کیفی به شرکت وارد شد و واحد طراحی آن نیز به مرکز تحقیقات رنو در پاریس انتقال یافت.^{۲۲}

در واقع تا سال ۱۹۹۹، این شرکت تولید خودرو تحت لیسانس شرکت‌های خارجی و تولید محصولات با نام‌های مختلف عمدتاً بر پایه محصولات رنو را سرلوحه کارش قرار داده بود. حتی این شرکت به دنبال طراحی مدلی خاص و برندسازی هم رفت که در این زمینه موفقیتی نداشت. اما از زمانی که با فروش بیشتر سهامش زیرمجموعه رنو شد کاملاً سرنوشتش تغییر کرد. داجیا هم‌اکنون یکی از مطرح‌ترین خودروسازان ارزان‌قیمت جهان و یکی از پروژه‌های موفق رنو محسوب می‌شود.

۱۰- جمع‌بندی

صنعت خودرو کشور با وجود بیش از ۵۰ سال سابقه و حمایت‌های مستمر دولتی، کماکان به طور شایسته توسعه نیافته است. در سال‌های اخیر سهم صنعت خودرو از تولید ناخالص داخلی به طور متوسط کمتر از ۲ درصد و از صادرات غیرنفتی کمتر از ۱ درصد بوده است. اصلی‌ترین حمایت دولت از این صنعت در ایران، غیر رقابتی کردن بازار، از طریق ایجاد موانع تعرفه‌ای و غیرتعرفه‌ای قابل توجه برای واردات خودرو، و عدم صدور مجوز برای سرمایه‌گذاری خارجی جدید جهت تولید خودرو در داخل کشور بوده است. با این وجود ارزش واردات صنعت خودرو همواره اختلاف قابل توجهی با ارزش صادرات آن داشته و خالص صادرات خودرو و قطعات در کشور همواره منفی بوده است.

چالش‌های صنعت خودرو در ایران بیش از هر چیز به مدیریت دولتی این صنعت بر می‌گردد. اگرچه عمده سهام خودروسازهای بزرگ کشور در بورس عرضه می‌شود، مدیریت در این صنعت ماهیتاً دولتی بوده و این امر در اتخاذ تصمیمات، اهداف، چشم انداز، راهکارهای اجرایی و انتصاب مدیران نمایان است. تحمیل سرمایه‌گذاری‌های غیر اقتصادی، تحمیل نیروی انسانی و بی ثباتی در سیاست‌ها و استراتژی‌ها از جمله تبعات این نوع مدیریت است. یکی دیگر از چالش‌های این صنعت مشکلات تأمین مالی در آن است که به فقدان بازار بدهی و ابزارهای تأمین مالی در کشور برمی‌گردد. علاوه بر این، ساختار درونی این صنعت نیز دارای کم و کاستی‌های متعدد است. عدم استفاده از صرفه به مقیاس تولید، کم توجهی به تحقیق و توسعه و زنجیره تأمین ناکارآمد از جمله این کمبودهاست. البته باید به این موضوع نیز اذعان داشت که در مقایسه با سایر صنایع داخل کشور، کامل‌ترین زنجیره تأمین مربوط به صنعت خودرو است.

با در نظر گرفتن مشکلات و چالش‌های ذکر شده در صنعت خودرو کشور، چشم‌انداز تبیین شده برای آن در افق ۱۴۰۴، بسیار خوشبینانه و دور از دسترس است. برای دستیابی به این چشم‌انداز بسترهایی در نظر گرفته شده که بر تداوم روش‌های ناصحیح حمایتی و تکرار اشتباهات گذشته از جمله تأمین مالی از طریق سیستم بانکی و غیررقابتی کردن بازار از طریق مکانیزم‌های تعرفه‌ای اتکا دارد. به نظر می‌رسد تدوین‌گران چشم‌انداز این صنعت در سال ۱۴۰۴ شناخت کاملی از الگوهای رشد و تجربه‌های موفق سایر کشورها نداشته است.

مروری بر تجربه سایر کشورها در صنعت خودروسازی حاکی از آن است که کشورهای موفق در صنعت خودرو لزوماً دارای برند اختصاصی و پلت‌فرم داخلی نبوده‌اند. اگر کشوری به این شناخت برسد که در ثبت برند جدید و تولید خودروی منحصر به فرد مزیت نسبی ندارد، می‌تواند هدف‌گذاری خود را در سرمایه‌گذاری مشترک با خودروسازان معتبر جهان قرار داده و با راه‌اندازی کارخانه تولید خودرو با برندهای خارجی در داخل کشور، علاوه بر ایجاد ارزش افزوده و اشتغال‌زایی، با عرضه خودرو با کیفیت در داخل کشور، از هزینه‌های قابل توجه جانبی مثل تصادفات جاده‌ای و آلودگی هوا نیز اجتناب کند.

منابع

- آزاد، امین. ۹۴/۹/۷، رنو و داستان سرمایه‌گذاری در ایران. هفته نامه تجارت فردا، شماره ۱۵۶.
- انجمن خودروسازان ایران. گزارشات اینترنتی، قابل دسترسی در <http://ivma.ir>
- باشگاه خبرنگاران جوان. ۹۳/۱/۱۱، تاریخچه صنعت خودرو در کشور. قابل دسترسی در <http://www.yjc.ir/fa/news/۴۷۸۹۸۵۴>
- بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران. شاخص تولید کارگاه‌های بزرگ صنعتی کشور در سال ۱۳۹۳، و نتایج بررسی کارگاه‌های بزرگ صنعتی کشور در سال ۱۳۹۱، (بر اساس سال پایه ۱۳۹۰).
- جهانگرد، اسفندیار. صنعت خودروسازی و جایگاه آن در اقتصاد ایران. پژوهشنامه اقتصادی. سازمان توسعه تجارت ایران. مقررات واردات صادرات سال ۱۳۹۴.
- سازمان جهانی تولید وسایل نقلیه موتوری. سایت اینترنتی، قابل دسترسی در <http://oica.com>
- سامانه کدال. صورت جریان وجوه نقد حسابرسی شده شرکت‌های ایران خودرو و سایپا، سال‌های ۱۳۸۶ تا ۱۳۹۳، قابل دسترسی در <http://codal.ir>
- شرکت خودروسازی سایپا. سایت اینترنتی، قابل دسترسی در <http://www.saipacorp.com>
- شرکت خودروسازی مرتب. سایت اینترنتی، قابل دسترسی در <http://www.morattab.ir>
- شرکت کرمان موتور. سایت اینترنتی، قابل دسترسی در <http://www.kermanmotor.ir>
- گروه خودروسازی بهمن. سایت اینترنتی، قابل دسترسی در <http://www.bahmangroup.com>
- گمرک جمهوری اسلامی ایران، آمار مقدماتی تجارت خارجی جمهوری اسلامی ایران، سال‌های ۱۳۹۰ تا ۱۳۹۳.
- مرکز آمار ایران. داده‌های حساب‌های ملی، قابل دسترسی در <http://www.amar.org.ir>
- مرکز آمار ایران. فهرست جداول حساب‌های ملی ایران (حساب‌های منطقه‌ای)، ۱۳۷۹ تا ۱۳۹۱.
- مرکز آمار ایران. نتایج آمارگیری از مقدار مصرف انرژی در کارگاه‌های صنعتی ۱۰ نفر کارکن و بیشتر، ۹۲-۱۳۸۵.
- مرکز آمار ایران. نتایج طرح آمارگیری از کارگاه‌های صنعتی ۱۰ نفر کارکن و بیشتر، سال‌های ۹۲-۱۳۸۷.
- مرکز پژوهش‌های مجلس. استراتژی برندهای معتبر خودروسازی جهان، تجربه‌ای برای شرایط پست‌تحریم و برنامه ششم توسعه، مرداد ۱۳۹۴.
- مؤسسه عالی آموزش و پژوهش مدیریت و برنامه ریزی. عملکرد صنایع بورس اوراق بهادار ایران، فصل اول ۱۳۹۴.
- ماهنامه صنعتی، مهندسی، اقتصادی و فرهنگی صنعت خودرو. مرداد ماه ۱۳۹۰، شماره ۱۵۲، به نقل از آمار انجمن جهانی خودروسازان.
- میرخانی، داود. ۹۴/۹/۳۰، وضعیت جاری صنعت خودرو چالش‌ها و راهکارهای پیشنهادی. ارائه در دانشکده اقتصاد دانشگاه علامه طباطبائی.
- وزارت صنعت، معدن و تجارت. اهم راه‌کارهای اجرای سیاست‌های پیش‌بینی شده در سند اهداف و سیاست‌های صنعت خودرو افق ۱۴۰۴، ویرایش ۹۴/۰۳/۱۱.
- یکه‌زارع، هاشم. ۹۴/۹/۷. گفتگوی ویژه با مجله تجارت فردا، شماره ۱۵۶. قابل دسترسی در <http://tejarat.donya-e-egtesad.com/fa/packagestories/details?service=economy&story=e۵۰e۸f۱b-۶۸d۴-۳ffd-b۳۵d-e۳۰۸e۹۰۲af۴۳>