

خلاصه گزارش مدیریتی
طرح پژوهشی آسیب‌شناسی صنعت خودروی کشور
و ارائه راهکارهای برون‌رفت از چالش‌های موجود
در راستای سیاست‌های کلی اقتصاد مقاومتی

معاونت پژوهش‌های زیربنایی و امور تولیدی
دفتر: مطالعات انرژی، صنعت و معدن

کد موضوعی: ۳۱۰
شماره مسلسل: ۱۴۶۳۵
دی‌ماه ۱۳۹۴

فهرست مطالب

- ۱.....مقدمه
- ۲.....وضعیت صنعت خودروسازی کشور از نگاه شاخص‌های کلان
- ۷.....آسیب‌شناسی ساختار صنعت خودروسازی کشور
- ۹.....اصلاح ساختاری و مدیریتی
- ۱۱.....مطالعه تطبیقی استراتژی کشورهای و برندهای معتبر خودروسازی جهان
- ۱۱.....جمع‌بندی تجارب کشورهای مختلف در سطح جهانی
- ۱۲.....جمع‌بندی رویکرد تولیدی برندهای معتبر خودروسازی جهانی
- ۱۵.....راهکارهای حل چالش‌های صنعت خودروسازی کشور
- ۱۷.....راهکارهای تقویت صنعت خودروسازی از طریق اجرایی شدن بندهای سیاست‌های کلی اقتصاد مقاومتی



خلاصه گزارش مدیریتی طرح پژوهشی آسیب‌شناسی صنعت خودروی کشور و ارائه راهکارهای برون‌رفت از چالش‌های موجود در راستای سیاست‌های کلی اقتصاد مقاومتی

مقدمه

هدف اصلی این مطالعه بررسی وضعیت صنعت خودرو، آسیب‌شناسی و ارزیابی و تحلیل استراتژی‌های برندهای معتبر و کشورهای مختلف و استفاده از تجارب آنها در شرایط پساتحریم و سال‌های برنامه ششم توسعه است. لذا به منظور دستیابی به این اهداف در قالب طرح پژوهشی حاضر، ابتدا به مطالعه وضعیت فعلی صنعت خودروسازی کشور از ابعاد کمی و کیفی تولید، سرمایه‌گذاری، صادرات، ارزش افزوده و دیگر شاخص‌های کلان با هدف احصای جایگاه صنعت خودروسازی کشور در اقتصاد کشور و اقتصاد جهانی پرداخته شده است. پس از آن، آسیب‌شناسی و عارضه‌یابی ساختار صنعت خودروسازی کشور با رویکرد اصلاح فرآیندی و مدیریتی، تعمیق ساخت داخلی و اصلاح یا حذف قوانین بازدارنده مورد مطالعه قرار گرفته است. سپس در قالب مطالعه تطبیقی، استراتژی برندهای معتبر خودروسازی جهان و کشورهای نزدیک به مقتضیات اقتصاد کشور و چگونگی برقراری پیوند با این برندها و به خصوص نحوه انتقال تکنولوژی، نفوذ به بازارهای بین‌المللی و احصای ملزومات اجرایی با هدف ارائه مدل بومی برای صنعت خودروسازی کشور مورد بررسی و کنکاش قرار گرفته است. در انتها مشکلات صنعت خودرو با تکیه بر سیاست‌های کلی اقتصاد مقاومتی به همراه نتیجه‌گیری و ارائه راهکارهای عملیاتی ارائه شده است.

در ادامه نتایج حاصل از بررسی و تحلیل وضعیت صنعت خودروسازی ایران با نگاه آسیب‌شناسانه از نظر اقتصادی و فنی، بررسی رویکردها و استراتژی برندهای معتبر خودروسازی جهان با هدف به‌کارگیری این تجربیات در صنعت خودروسازی ایران در شرایط پساتحریم و سال‌های برنامه ششم توسعه، به‌طور خلاصه ارائه می‌شود.

وضعیت صنعت خودروسازی کشور از نگاه شاخص‌های کلان

ایران با تولید حدود یک میلیون دستگاه در سال ۲۰۱۴ میلادی جایگاه هجدهم را در صنعت خودروسازی جهان به خود اختصاص داده است که سهم آن از کل تولید جهانی خودرو حدود ۱/۲ درصد می‌باشد. این در حالی است که کشور چین با سهم بیش از ۲۶ درصد در صدر قرار دارد و کشورهای آمریکا، ژاپن، آلمان، کره جنوبی و هند به ترتیب با سهم حدود ۱۳، ۱۱/۹، ۶/۵، ۵ و ۴ درصد در رتبه‌های بعدی قرار دارند. بیشترین میزان تیراژ تولید خودرو در سال‌های اخیر مربوط به کشور چین با تعداد ۲۳/۷ میلیون دستگاه بوده است و رتبه‌های دوم تا پنجم دنیا را به ترتیب، کشورهای آمریکا (۱۱/۶ میلیون دستگاه)، ژاپن (۹/۷ میلیون دستگاه)، آلمان (۵/۹ میلیون دستگاه) و کره جنوبی (۴/۵ میلیون دستگاه) به خود اختصاص داده‌اند و در سوی دیگر، کشورهای هند (۳/۸ میلیون دستگاه)، برزیل (۳/۱۴ میلیون دستگاه)، مکزیک (۳/۳۶ میلیون دستگاه) و روسیه (۱/۸۸ میلیون دستگاه) در حال افزایش تیراژ تولید هستند.

تعداد کارگاه‌های صنعت خودروسازی کشور و سهم صنعت خودروسازی از تعداد کل کارگاه‌های صنعتی ده نفر کارکن و بیشتر بخش صنعت، از ۱۳ واحد کارگاه با سهم ۰/۱۲ درصد در سال ۱۳۸۰ به ۴۲ واحد کارگاه با سهم ۰/۲۸ درصد در سال ۱۳۹۰ افزایش



یافته است که نشان‌دهنده روند افزایشی تعداد واحدهای خودروسازی در سال‌های اخیر بوده است.

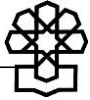
- میزان ظرفیت‌سازی در صنعت خودروی کشور افزایشی و در یک دهه اخیر از حدود ۴۳۱ هزار دستگاه در سال ۱۳۸۰ به بیش از ۲/۵ میلیون دستگاه در سال ۱۳۹۱ رسید. در دوره مورد بررسی، به‌طور میانگین بین ۷۰ تا ۸۰ درصد ظرفیت صنعت خودروسازی کشور به‌کار گرفته شد، اما با توجه به رابطه میزان ظرفیت‌سازی با تولید، به‌دلیل افت شدید تولید از سال ۱۳۹۰، تنها حدود ۳۶ درصد از ظرفیت خودروسازی کشور به تولید تبدیل شده است.

- میزان ارزش‌افزوده در صنعت خودروسازی کشور به‌طور کلی روندی رو به رشد داشته به‌گونه‌ای که از حدود ۱۲۴۵۲ میلیارد ریال در سال ۱۳۸۰ به ۵۹۰۳۶ میلیارد ریال در سال ۱۳۹۰ رسیده است. روند سهم ارزش‌افزوده صنعت خودروسازی در این دوره بسیار پرنوسان، اما به‌طور کلی نزولی بوده است. از سال ۱۳۸۸ تا ۱۳۹۰ به‌شدت از جایگاه صنعت خودروسازی در خروجی بخش صنعت کاسته شد به‌گونه‌ای که از سهم حدود ۱۳ درصد در سال ۱۳۸۸ به ۹/۵ درصد در سال ۱۳۹۰ کاهش یافته است. سهم بالای ۱۰ درصدی صنعت خودروسازی کشور از کل ارزش‌افزوده بخش صنعت در دوره مورد بررسی نشان می‌دهد که نقش صنعت خودروسازی در رونق و رکود بخش صنعت بسیار تأثیرگذار بوده و نشان‌دهنده جایگاه و اهمیت صنعت خودروسازی کشور است.

- افزایش کمی و کیفی تولید تابعی از میزان سرمایه‌گذاری است. بررسی میزان تشکیل سرمایه در صنعت خودروسازی حاکی از روند تغییرات با نوسانات زیاد و به‌طور کلی کاهش را نشان می‌دهد، لذا این موضوع به وضوح قابل استنباط است که برنامه مشخصی

در سرمایه‌گذاری صنعت خودروسازی وجود ندارد و از طرفی پایین بودن مقادیر سرمایه‌گذاری‌های انجام شده طی دوره ۱۳۸۰ تا ۱۳۹۰ به‌گونه‌ای که در سال ۱۳۸۵ به کمترین مقدار خود یعنی رقم ۵۱۹ میلیارد ریال رسید و در سال ۱۳۸۹ به بالاترین مقدار خود طی دوره مورد مطالعه یعنی به رقم ۱۱۱۷۷ میلیارد ریال افزایش یافته است در ضمن، حجم تشکیل سرمایه در صنعت خودروی کشور طی دوره مورد بررسی عمدتاً حول رقم ۵۰۰۰ تا ۶۰۰۰ میلیارد ریال در نوسان بوده است که سردرگمی در این بخش را نمایش می‌دهد. علاوه بر این سهم پایین سرمایه‌گذاری صنعت خودروی کشور از کل میزان تشکیل سرمایه بخش صنعت در سال‌های اخیر نه تنها با سهم بالای ۱۰ درصدی آن از کل ارزش افزوده بخش صنعت تطابق ندارد، بلکه حکایت از وضعیت نامناسب مالی صنایع خودروسازی کشور است و بر این اساس نمی‌توان تحولات جدی و چشمگیری از صنعت خودروی کشور در سال‌های آتی انتظار داشت.

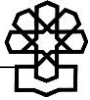
- میزان اشتغال در صنعت خودروسازی و قطعه‌سازی طی سال‌های ۱۳۸۰ تا ۱۳۹۰ به ترتیب خودروسازی از ۳۶۹۸۱ نفر به ۷۰۷۲۲ نفر افزایش یافته و تقریباً به بیش از دو برابر رسیده است. سهم صنعت خودروسازی در اشتغال کل بخش صنعت به‌طور میانگین طی دوره مورد بررسی ۴/۷۲ درصد بوده است که در سال ۱۳۸۹ و ۱۳۹۰ به ترتیب ۵/۵ و ۵/۷ درصد بیشترین سهم را طی دوره مورد مطالعه به خود اختصاص داده‌اند و این روند در حال نزدیک شدن به سهم ۶ درصد اشتغال بخش صنعت است که این موضوع نشان‌دهنده پتانسیل بالای صنعت خودروی ایران در ایجاد اشتغال و نیز توسعه اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و... است. به‌دلیل مدیریت دولتی خودروسازی کشور، میزان اشتغال در این صنعت تابعی از تولید نبوده و با افزایش یا کاهش در تولید طی سالیان اخیر میزان



اشتغال صنعت خودروسازی کشور از روند صعودی برخوردار بوده است و به همین دلیل هزینه اشتغال ایجاد شده توسط این صنعت، در بسیاری از موارد توسط مردم پرداخت می‌شود چراکه دولت به‌عنوان مسئول اشتغال، برای حل مشکل بیکاری، نیروی کار بیشتری بر صنایع تحت نفوذ دولت تحمیل می‌کند و این مسئله موجب تحمیل اشتغال اضافی و هزینه‌های اضافی بر واحدهای تولیدی و در نتیجه بالا رفتن قیمت تمام شده محصولات می‌شود. بنابراین با گران خریدن کالا توسط مردم، در حقیقت مردم هزینه اشتغال تحمیلی را می‌دهند و این یکی از مهمترین موارد در هزینه‌های سربار اضافی به صنعت خودروسازی کشور می‌باشد.

- روند موازنه تجاری صنعت خودروی کشور نشان می‌دهد که طی سال‌های ۱۳۸۱ تا ۱۳۹۱ موازنه تجاری صنعت خودروسازی کشور (نسبت واردات به صادرات) عمدتاً حول رقم ۵ بوده است. به‌عبارت دیگر در سال‌های اخیر بیش از ۵ برابر ارزش صادراتی خودرو، واردات خودرو به کشور صورت گرفته است که این نسبت در سال‌های ۱۳۹۲ و ۱۳۹۳ به ترتیب به رقم‌های فزاینده ۲۲ و ۲۳ برابر افزایش یافته که در سال‌های مورد بررسی بی‌سابقه بوده است. به‌عبارت دیگر در سال‌هایی که صنعت خودروی ایران کمترین میزان تولید و صادرات خودرو را داشته، در مقابل بیشترین میزان خودرو به کشور وارد شده است که تداوم این روند بسیار نگران‌کننده خواهد بود به‌خصوص وقتی که عمده خودروهای وارداتی در سال‌های اخیر در کلاس بیش از ۲۰۰۰ سی‌سی و گران‌قیمت بوده که عمدتاً متفاوت از کلاس خودروهای داخلی (عمدتاً با گنجایش موتور ۱۴۰۰ تا ۱۸۰۰ سی‌سی) می‌باشد که عملاً کمکی به رقابتی شدن بازار خودروی کشور و یا تحرک بیشتر خودروسازان داخلی در راستای افزایش کیفیت و تولید خودروهای رقابت‌پذیر نخواهد کرد.

- علیرغم مشخص نبودن دقیق سهم هزینه‌های تحقیق و توسعه در صنعت خودرووی ایران، برآوردها نشان می‌دهد که رقمی حدود ۱ تا ۳ درصد گردش مالی خودروسازان داخلی صرف تحقیق و توسعه می‌شود. تحلیل‌های انجام گرفته نشان می‌دهد استفاده از امکانات موجود در کشور باعث کاهش هزینه‌های تحقیق و توسعه بلندمدت شامل هزینه‌های پرسنلی، خدمات نمونه‌سازی، تست و اندازه‌گیری، حداکثر تا ۳۰ درصد قابل دستیابی باشد. ازجمله دلایلی که باعث شده است که مراکز تحقیق و توسعه کنونی در شرکت‌های خودروسازی چندان موفق نباشند و عملاً با تغییر مأموریت تبدیل به مؤسساتی با مأموریت نظارتی گردند و کار اصلی تحقیق و توسعه به شرکت‌های باتجربه اروپایی و غیراروپایی محول گردد این است که این واحدها نتوانستند خود را به‌عنوان شرکت‌های سرویس‌دهنده به تمامی خودروسازان کشور تثبیت کنند و از امکان هم‌افزایی و کاهش هزینه‌های تحقیق و توسعه استفاده نمایند، لذا هزینه‌های تحقیق و توسعه به‌طور جداگانه بار سنگینی را بر شرکت‌های دارنده مراکز تحقیق و توسعه وارد می‌کند. از طرفی، نبود اعتماد کافی به نتیجه کار واحدهای تحقیق و توسعه و نبود بدنه کارشناسی فنی، منجر به کاهش رغبت شرکت‌ها به استفاده از نتایج این مراکز شده است. ازسوی دیگر در پی رکود اقتصادی در سطح بین‌المللی و استفاده از پلتفرم‌های مشترک، میزان سفارش کارهای تحقیق و توسعه خودروویی در سطح بین‌المللی کاهش یافته و شرکت‌های مهندسی طراحی و توسعه خودرو را ناگزیر از تلاش برای کاهش هزینه‌ها و ارائه خدمات ارزان‌تر کرده است که انتقال بخشی از فعالیت‌های این شرکت‌ها به کشورهای دارای نیروی کار مهندسی ارزان؛ نظیر هند، چین و رومانی به‌عنوان راهکار مطرح بوده که این شرایط برای ایران نیز صادق است.



آسیب‌شناسی ساختار صنعت خودروسازی کشور

- عدم موفقیت حمایت دولت از صنایع خودروسازی در بسیاری از کشورهای در حال توسعه ناشی از حمایت‌های بدون برنامه و بیش از اندازه، عدم توجه به هماهنگی و سازگاری سیاست‌های پولی و مالی کشور با سیاست‌های تجاری و در بسیاری موارد سوءمدیریت سیاسی و اقتصادی بوده است. حمایت‌های فراوان بازاری و غیربازاری از بدو تأسیس شامل حال صنعت خودروسازی ایران بوده است و به دلیل وابستگی شدید خودروسازی ایران به حمایت‌های دولتی، بدیهی است که حذف ناگهانی تعرفه‌های واردات خودرو نمی‌تواند به یکباره موجب پیشرفت صنعت خودرو در ایران شود و این امر تنها موجب افزایش بحران در شرایط فعلی خواهد شد. بنابراین آنچه موجب تقویت و پیشرفت صنعت خودرو می‌شود، عدم مداخله دولت در این صنعت و اتخاذ رویکردهای حمایتی منسجم تحت یک برنامه مدون و مشخص است به گونه‌ای که برنامه کاهش تعرفه‌ها به شکل نزولی و با شیب مناسب طراحی گردد و سپس طی یک برنامه زمانبندی شده حذف گردد و در نهایت به رقابتی شدن بازار خودرو منجر شود.

- صنعت خودروی کشور از ابتدا برپایه خودروساز شدن بنا نشده بود، بلکه هدف نهایی این صنعت صرفاً مونتاژ خودرو بوده است و یا حداقل در مراحل بعدی سیر تحول صنعت خودروی کشور، حرکت به سمت خودروساز شدن و رقابت‌پذیری در عرصه جهانی دیده نمی‌شود و برخلاف کشورهای دیگر از جمله کره جنوبی، سیاست جایگزینی واردات به سیاست صادرات محور تبدیل نشده است و در حال حاضر نیز برخی خودروسازهای کشور به صورت مونتاژکننده خودروهای چینی، کره‌ای و غیره فعالیت می‌کنند.

- تدوین استراتژی توسعه صنعت خودرو، بدون وجود برنامه عملیاتی و اجرایی در این بخش و به خصوص بدون ضمانت اجرایی، قطعاً مشکلی را از صنعت خودرو و قطعه‌سازی امروز و آینده برطرف نخواهد کرد. هم‌اکنون صنعت خودرو و قطعه‌سازی کشور به جهت عدم اختصاص اعتبارات لازم در سرایشی سقوط قرار گرفته است. عدم تأمین منابع مالی، نوسان نرخ ارز و عدم اختصاص اعتبارات بانکی مشکلات جدی را در صنعت خودرو و قطعه‌سازی ایجاد نموده که جهت رفع این موانع باید اقدامات و برنامه‌ریزی دقیقی صورت گیرد و در سرلوحه این برنامه‌ریزی باید اصلاح ساختار معیوب صنعت خودروسازی کشور، حذف مدیریت دولتی، اصلاح ساختار تشکیلاتی و فروش سهام، اموال و املاک و منابع غیرمولد که در اختیار شرکت اصلی خودروسازی نیست، مورد تأکید قرار گیرد.

- صنعت خودروی کشور با درک تحولات آینده، نگرش توسعه صادرات را در حالی مورد تأکید قرار می‌دهد که فعالیت‌های صادراتی نیازمند بسترسازی‌هایی است که در صورت نبود آنها، نگرش صادراتی راه به جایی نخواهد برد. از جمله موانعی که در بحث توسعه صادرات می‌توان برشمرد عبارتند از: فقدان استراتژی مشخص کلان صنعتی برای صادرات خودرو و قطعات آن، وجود ضعف‌های کلان نظیر بروکراسی اداری، سیستم‌های اداری غیرهوشمند، سیستم‌های غیرمکانیزه اطلاعاتی، موانع قانونی (خرد و کلان) ناشی از وضعیت سیاسی کشور، ضعف در مدیریت اداری صادرات، ظرفیت پایین صنعت خودرو و قطعه‌سازان برای صادرات، کیفیت نامناسب عمده قطعات تولید داخل نسبت به استانداردهای جهانی، رقابتی نبودن قیمت به دلیل بالا بودن هزینه‌های سربار و بهره‌وری پایین عوامل تولید، بی‌تفاوتی در تحویل به موقع محموله‌های صادراتی به دلیل نداشتن در فضای رقابتی.



اصلاح ساختاری و مدیریتی

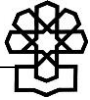
- بررسی وضعیت سرمایه‌گذاری و تسهیلات دریافتی شرکت ایران خودرو طی دوره ۱۳۸۹ تا ۱۳۹۳ نشان می‌دهد که؛ هزینه‌های تولید هر سال عمدتاً از طریق تسهیلات دریافتی از نوع کوتاه‌مدت تأمین می‌گردد و با توجه به توازن ظاهری منابع ورودی و خروجی و تغییرات در مبلغ تسهیلات دریافتی، اما هزینه‌های مالی شرکت اصلی تقریباً صعودی بوده است که این امر مبین عدم توازن منابع در سال‌های قبل و حجم بالای معوقات و افزایش هزینه‌های دیرکرد می‌باشد. لذا می‌توان گفت که هزینه‌های مالی تابعی از تولید نبوده و به‌رغم افت شدید تولید در سال‌های ۱۳۹۱ و ۱۳۹۲ هزینه‌های تولید کماکان افزایشی بوده است، آنچنان که در سال ۱۳۹۱ شرکت اصلی ایران خودرو با مبلغ ۳۹۷۵ میلیارد ریال زیان مواجه گردید. این در حالی است که در شرکت‌های تأمین‌کننده مانند ایساکو، حاشیه سود آن در مقایسه با سال ۱۳۹۰ (به‌رغم زیان‌ده شدن شرکت اصلی) به حدود ۳ برابر افزایش یافته و به رقم حدود ۲۱ درصد رسید. به‌رغم کاهش شدید در فروش سال ۱۳۹۱، باز هم با ادامه روند قبلی، هزینه‌های مالی شرکت اصلی ایران خودرو در مقایسه با سال قبل با افزایش مواجه شد و به رقم ۹۷۵۵ میلیارد ریال رسید که سهم آن از گردش مالی نیز از ۷/۷ درصد در سال ۱۳۹۰ به حدود ۱۳/۸ درصد افزایش پیدا کرد. در سال ۱۳۹۲ به‌رغم زیان‌ده بودن گروه ایران خودرو، شرکت اصلی ایران خودرو و شرکت‌های ساپکو و ایساکو سودده بودند به‌گونه‌ای که حاشیه سود آنها به ترتیب ۱، ۰/۳ و ۱۳/۷ درصد بوده است. هزینه‌های مالی شرکت اصلی ایران خودرو در این سال به ۱۱۰۳۹ میلیارد ریال افزایش پیدا کرد که سهم آن در گردش مالی حدود ۱۳ درصد می‌باشد و هزینه‌های مالی شرکت‌های تأمین‌کننده در سال‌های مورد بررسی تقریباً ثابت و با تغییرات

زیادی همراه نبوده است. به عبارت دیگر با کاهش تولید در سال‌های مورد بررسی عملاً هزینه‌های مالی نه تنها کاهش پیدا نکرد، بلکه با روند افزایشی همراه بوده است.

- حاشیه سود خالص به عنوان معیار اصلی سوددهی شرکت‌ها، برای شرکت اصلی ایران خودرو در دوره سال ۱۳۸۹ تا ۱۳۹۳ کمتر از ۵ درصد بوده به گونه‌ای که در سال ۱۳۹۱ منفی شده است و این در حالی است که شرکت ایساکو در همین سال از بالاترین حاشیه سود یعنی ۲۱ درصد برخوردار بوده است.

- وضعیت سرمایه‌گذاری و تسهیلات دریافتی شرکت اصلی سایپا در دوره ۱۳۸۹ تا ۱۳۹۳ نشان می‌دهد بین منابع ورودی و خروجی شرکت سایپا توازن مناسبی وجود ندارد به گونه‌ای که عمده تسهیلات دریافتی این شرکت از نوع کوتاه‌مدت بوده و در مقابل عمده سرمایه‌گذاری‌های آن از نوع بلندمدت می‌باشد که این امر می‌تواند موجبات افزایش مشکلات مالی این شرکت و به خصوص افزایش هزینه‌های مالی و در نتیجه زیان‌ده شدن شرکت اصلی سایپا را فراهم سازد. نسبت سرمایه‌گذاری‌های بلندمدت شرکت سایپا به تسهیلات دریافتی بلندمدت به طور متوسط حدود ۱۵ بوده است. به عبارت دیگر به ازای هریک واحد تسهیلات دریافتی بلندمدت، معادل ۱۵ واحد سرمایه‌گذاری بلندمدت انجام شده است.

- حاشیه سود ناخالص و خالص شرکت سایپا و شرکت‌های تابعه طی سال‌های ۱۳۸۹ تا ۱۳۹۳ نشان می‌دهد که با افزایش یا کاهش در حاشیه سود شرکت اصلی سایپا، شرکت‌های سازه‌گستر و تا حدی سایپا یدک برخلاف روندی که در مورد شرکت‌های تابعه ایران خودرو بود، متناسب با شرکت اصلی تغییر می‌کند. درصد اضافه بر قیمت تمام شده یا Costplus در شرکت سازه‌گستر در دوره مورد بررسی به استثنای سال ۱۳۹۳، اکثراً



کمر از شرکت اصلی سایپا و در مورد شرکت سایپا یدک نیز این میزان در مقایسه با شرکت اصلی محدود بوده و حتی در سال ۱۳۹۳ منفی بوده است.

مطالعه تطبیقی استراتژی کشورها و برندهای معتبر خودروسازی جهان

عامل اصلی حرکت یکپارچه صنعت خودروی جهان به سمت استفاده از پلتفرم مشترک مقیاس جهانی، صرفه جویی و پرهیز از هزینه‌های هنگفت طراحی و تولید پلتفرم جدید می‌باشد و سهم پلتفرم‌های جهانی در خودروهای سبک در سال ۲۰۱۲ حدود ۶۵ درصد بوده و پیش‌بینی می‌شود که در سال ۲۰۱۹ این سهم به ۷۴ درصد برسد.

جمع‌بندی تجارب کشورهای مختلف در سطح جهانی

۱. بررسی صنایع خودروسازی جهان نشان‌دهنده رشد آرام و با احتیاط ولی نامتقارن اقتصاد و صنعت خودروی جهان.
۲. تمرکز رشد و رونق بازار خودرو در بازارهای نوظهور.
۳. ادغام خودروسازان با هدف ارتقای رقابت‌پذیری (توسعه پلتفرم‌های مشترک مقیاس جهانی؛ تولید اقتصادی و...).
۴. چندملیتی شدن تولید در کشورهای توسعه‌یافته (واگذاری خودروسازان انگلیسی نظیر رولزرویس به بی.ام.و و واگذاری جگوار و روور به شرکت تاتای هند).
۵. بهره‌برداری مناسب کشورهایی مثل چین، هند، ترکیه و برزیل از این فرصت‌ها در مقابل مالزی و روسیه.

۶. بهره‌گیری خودروسازان کشورهای در حال توسعه از همکاری‌های خارجی و توسعه توان تکنولوژی در تولید خودرو (تجربه ترکیه در تغییر رویکرد جایگزینی واردات با رویکرد توسعه صادرات).

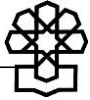
۷. شکست تجربه تولید خودروی ملی (پروتون مالزی).

۸. تغییر رویکرد به توسعه صنعت قطعه‌سازی و خودروسازی از طریق جذب و گسترش همکاری‌های خارجی همانند تجربه هند و چین برای ترکیب برند داخلی و خارجی، تجربه ترکیه در توجه به جذب خودروسازان و قطعه‌سازان خارجی و اجتناب از رویکرد خودروی ملی و تجربه برزیل صرفاً براساس جذب خودروساز و قطعه‌ساز خارجی براساس مقتضیات نیاز بازار.

۹. بهره‌گیری خودروسازان کشورهای در حال توسعه از همکاری‌های خارجی و توسعه توان تکنولوژی در تولید خودرو و در نهایت اتصال به شبکه تولید و توزیع جهانی.

جمع‌بندی رویکرد تولیدی برندهای معتبر خودروسازی جهانی

۱. شرکت تویوتای ژاپن موفق‌ترین و با ارزش‌ترین برند خودروسازی دنیا است که اهمیت ویژه‌ای را برای نوآوری‌ها و تکنولوژی‌های جدید قائل است و مشخصه بارز این برند، ایمنی و کیفیت بالا و تولید محصولات دوستدار طبیعت می‌باشد. وجه تمایز شرکت تویوتا با دیگر برندهای معتبر خودروسازی جهان در حال حاضر، تولید خودروهای هیبریدی در حجم بالا و کار بر روی خودروهای پیل سوختی یا خودروهای با آلایندگی صفر می‌باشد. روند تولید خودروهای هیبریدی سازگار با محیط زیست در شرکت تویوتا در سال‌های



اخیر به شدت افزایشی بوده است و در سال‌های ۲۰۱۲ و ۲۰۱۳ میلادی از مرز تولید سالیانه یک میلیون دستگاه فراتر رفته است.

۲. خودروهای پیل سوختی در برنامه‌های آینده شرکت تویوتا، از جایگاه ویژه‌ای برخوردار است و به‌رغم موانع جدی برای تولید خودروهای پیل سوختی با تیراژ بالا از قبیل ایجاد زیرساخت‌هایی برای سوخت‌گیری مانند ایستگاه‌های سوخت هیدروژن، تغلیظ هیدروژن و تولید مخازن با فشار بالای هیدروژن، توانسته به پیشرفت‌های زیادی در این زمینه از جمله تولید مخازن با فشار بالای هیدروژن دست پیدا کند.

۳. رویکرد اصلی شرکت جنرال موتورز آمریکا در سه بخش اصلی راحتی، ایمنی و دوستدار طبیعت بودن قابل خلاصه شدن است. اضافه شدن سیستم‌های تعلیق جدید، امکانات جانبی و دسترسی به اخبار و اطلاعات در حین رانندگی استفاده از تکنولوژی‌های ایمنی فعال مانند کروزر کنترل تطبیقی سنسورهای هشداردهنده و غیره از مصادیق بارز راحتی و ایمنی می‌باشد. همچنین این شرکت در راستای سازگاری با طبیعت و کاهش آلاینده‌گی محیط زیست به تکنولوژی خودروهای الکتریکی تأکید زیادی دارد و گام مهمی در جهت استفاده بیشتر از خودروهای الکتریکی با حل مشکل میزان طی مسافت در هر بار شارژ این نوع خودروها برداشته است.

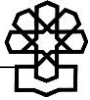
۴. موضوع کاهش آلاینده‌گی خودروها با کاهش مصرف سوخت و تغییر نوع سوخت، رویکرد اصلی اکثر برندهای معتبر خودروساز اروپایی است به‌گونه‌ای که تمامی برندهای اروپایی در سال‌های اخیر میزان آلاینده‌گی خودروهای تولیدی خود را به‌ویژه از سال ۲۰۰۷ میلادی به بعد به شدت کاهش دادند که این امر در واقع بیشتر متأثر از سیاست اروپا در اخذ مالیات بیشتر از خودروهای آلاینده بوده است. بررسی روند سهم بازار خودروهای دیزلی در بازار

اروپا طی دوره ۲۰۰۱ تا ۲۰۱۳ حکایت از رویکرد برندهای معتبر اروپایی در تولید بیشتر خودروهای دیزلی است و در این مسیر شرکت‌های آلمانی مانند بی.ام.و آئودی و مرسدس بنز با اختصاص ۷۰ تا ۸۰ درصد از ظرفیت تولید خود به خودروهای دیزلی از رتبه‌های برتر دنیا محسوب می‌شوند و شرکت فولکس واگن در این سال‌ها با اختصاص حدود ۵۰ تا ۶۰ درصد ظرفیت خود به تولید خودروهای دیزلی در رتبه بعدی قرار دارد.

۵. به‌طور میانگین برندهای اروپایی طی یک دهه اخیر بیش از ۵۰ درصد از ظرفیت تولیدی خود را به خودروهای دیزلی اختصاص دادند که دلیل اصلی این رویکرد برندهای اروپایی، کاهش آلاینده‌گی و قیمت تمام شده پایین‌تر بوده است.

۶. رویکرد کلی برندهای معتبر خودروسازی جهان طی سال‌های اخیر نشان می‌دهد که عمده رویکرد این برندها به سمت تولید خودروهای دیزلی و هیبریدی بوده است. از سال ۲۰۱۳ نیز موضوع تولید خودروهای الکتریکی و پیل سوختی با مصرف هیدروژن به‌عنوان خودروهای با آلاینده‌گی صفر بیشتر مورد توجه قرار گرفته است. همچنین رویکرد تولید خودروهای با مصرف سوخت گاز طبیعی به‌شدت افول کرده و این موضوع در اثر تغییر رویکرد شرکت فیات ایتالیا نسبت به مصرف سوخت گاز به‌عنوان شرکت پیشرو در این زمینه به وجود آمد. سوخت اتانول نیز تقریباً از چرخه صنعت خودروسازی درحال حذف شدن است.

۷. به‌نظر می‌رسد براساس یک توافق ضمنی و تقسیم کار بین‌المللی، نوع تکنولوژی خودرو در مناطق مختلف جهان توسط برندهای مختلف مورد استفاده قرار می‌گیرد. هرکدام از تکنولوژی‌های خودرو مورد توجه برندهای خاصی است، اما آنچه در بازار و در بحث تولید شرکت‌های خودروسازی بسیار مؤثر است توجه به منابع انرژی، قیمت تمام شده و سلاخی



مشتریان در مناطق مختلف جهان است. به عبارت دیگر در حقیقت این تمایل شخصی خودروسازها نیست که نوع استراتژی را تعیین می‌کند، بلکه مؤلفه‌های مهم در تولید، منابع انرژی، کیفیت، رقابت‌پذیری و مقاصد صادراتی هستند که خودروسازها را مجبور می‌کنند که این نوع استراتژی‌ها را در پیش بگیرند.

راهکارهای حل چالش‌های صنعت خودروسازی کشور

۱. واگذاری کامل صنعت خودرو به بخش خصوصی واقعی: شرکت‌های اصلی خودروسازی یعنی ایران خودرو و سایپا جزء شرکت‌های مشمول واگذاری و در گروه یک ماده (۲) قانون اجرای سیاست‌های کلی اصل چهل‌وچهارم قانون اساسی قرار داشتند که براساس بند «۱» مصوبه هیئت وزیران به شماره ۴۷۴۵۴ مورخ ۱۳۹۰/۱۰/۷، به گروه دو ماده (۲) منتقل شدند که در این صورت حداقل ۲۰ درصد سهام آن در اختیار دولت باقی خواهد ماند، لذا به نظر می‌رسد باید مصوبه فوق‌الذکر اصلاح و به حالت اول برگردد تا حرکت به سمت خصوصی‌سازی واقعی در صنعت خودرو شکل گیرد. منظور از واگذاری کامل صنعت خودرو، واگذاری مالکیت، مدیریت و سرمایه‌گذاری است.

۲. رفع مشکلات ساختاری و مدیریتی و حذف شرکت‌های تابعه فرعی غیرضرور: حاشیه سود خالص و ناخالص بالا در شرکت‌های تابعه شرکت اصلی ایران خودرو تداعی‌کننده انتقال عمومی سود از شرکت اصلی به شرکت‌های فرعی و ایجاد رانت است که نصیب شرکت‌های تابعه فرعی می‌شود. بنابراین با اصلاح ساختار و فرآیندها در شرکت‌های خودروساز و حذف شرکت‌های فرعی و انتقال وظایف و کارکرد و تجمیع آنها در یکی از معاونت‌های ذیربط، رانت بزرگ ایجاد شده توسط شرکت‌های تابعه فرعی به

شرکت اصلی ایران خودرو که در نهایت نصیب سهامداران این شرکت تولیدی خواهد شد، انتقال یافته و چه بسا که از زیان‌ده شدن این شرکت جلوگیری خواهد کرد.

۳. به‌کارگیری سیاست‌های تقویت و ارتقای صنعت قطعه‌سازی و تجمیع آنها در سطح مقیاس‌های جهانی، وضع قوانین برای تضمین سرمایه‌گذاری خارجی در صنعت قطعه‌سازی (همانند کشور ترکیه) و ایجاد و تقویت تشکل‌های صادراتی تخصصی در بخش قطعه‌سازی.

۴. از کلیدی‌ترین سیاست‌های خودکنترلی که می‌تواند در افزایش کیفیت تولیدات داخل به‌خصوص تولید خودرو نقش مهمی ایفا نماید افزایش ضمانت اجرایی ظرفیت‌های قانونی موجود از قبیل «قانون حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان خودرو مصوب ۱۳۸۶/۳/۲۳» و «قانون حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان مصوب ۱۳۸۸/۷/۱۱» است.

۵. کاهش پلکانی تعرفه‌ها جهت تحریک خودروسازان به ارتقای کیفی خودرو و افزایش رقابت‌پذیری: مهمترین ابزار برای تحریک و تشویق صنعت خودروسازی به‌منظور افزایش کیفیت و توان رقابت‌پذیری کاهش پلکانی تعرفه‌ها است به‌گونه‌ای که پلکان هم‌ردیف با کلاس خودروهای تولیدی داخل کشور، امکان انگیزش را ایجاد کند.

۶. اعمال دقیق مدیریت دانش و تشکیل واحد تحقیق و توسعه مشترک: انتقال دانش بین شرکت‌های داخلی و خارجی و استفاده از محصولات و دانش یکدیگر و بومی‌سازی این دانش در سایه اعمال دقیق مدیریت دانش، امکان‌پذیر خواهد بود. از طرفی گسترش و تقویت فعالیت‌های تحقیق و توسعه‌ای (R&D)، گسترش مراکز تست و کنترل کیفی و تهیه و تدوین استانداردهای اجباری و نظارت بر حسن اجرای آن از جمله مواردی هستند که در رضایت مشتری و در پی آن در جهت توسعه صادرات مؤثر خواهد بود.



۷. ادغام در صنعت خودرو: یکی از ملزومات ادغام در این صنعت، هم‌سطح بودن شرکت‌ها براساس سطح مالی مشتری‌ها و قاطع بودن مدیریت‌ها در تصمیمات و اجرا می‌باشد، گرچه ادغام، کاهش هزینه‌های تحقیق و توسعه و افزایش بازار فروش را به‌همراه دارد، لکن با اتخاذ تمهیدات لازم و استفاده دولت از ابزار تعرفه‌ای، ضمن گشایش فضای رقابتی مانع از افزایش بی‌رویه واردات و کاهش کیفی خودروهای تولید داخل خواهد شد. این راهکار در صورت خصوصی‌سازی واقعی صنعت خودروی ایران و زمان ورود به بازارهای جهانی کارساز خواهد بود، در غیر این صورت ادغام شرکت‌های خودروساز داخلی نه تنها باعث تحقق اهداف مورد نظر نمی‌شود، بلکه مشکلات عدیده‌ای در هدایت و مدیریت شرکت بزرگ‌تر دولتی را در پی خواهد داشت.

۸. توسعه همکاری‌های خارجی و استفاده از پلتفرم مشترک: تمرکز استراتژیک بر جذب همکاری‌های خارجی به‌ویژه سرمایه‌گذاری در سطح خودروسازی و قطعه‌سازی جهانی، تجربه موفق کشورهای ترکیه و برزیل و اکثر اقتصادهای نوظهور می‌باشد.

راهکارهای تقویت صنعت خودروسازی از طریق اجرایی شدن بندهای سیاست‌های کلی اقتصاد مقاومتی

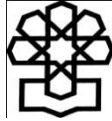
– با توجه به بالا بودن قیمت تمام شده خودرو به‌دلیل بالا بودن هزینه‌های جانبی و سرچار تولید و نیز تیراژ پایین در شرکت‌های خودروسازی، باید با استفاده از بند «۵» مبنی بر سهم‌بری عادلانه عوامل در زنجیره تولید و نیز با استفاده از بند «۶» مبنی بر افزایش تولید، با اصلاح ساختار تولید و بهبود در مدیریت منابع و توازن بین منابع ورودی و خروجی

به‌ویژه هزینه‌های سربار تولید و هزینه‌های مالی ضمن افزایش تولید، قیمت تمام شده خودرو را کاهش داد.

- از جمله پارامترهای تأثیرگذار توسعه صادرات، تولید خودرو متناسب با نیازهای بازارهای صادراتی است که در بند «۱۰» سیاست‌های کلی اقتصاد مقاومتی مورد تأکید قرار گرفته است. براساس این بند؛ با توجه به بررسی‌های انجام گرفته در روند استراتژی خودروسازان جهان، طراحی و تولید خودروهای هیبریدی و خودروهایی با سوخت جایگزین، از موارد مهم در صادرات است که با سرمایه‌گذاری در مراکز تحقیق و توسعه (بند «۲» سیاست‌های کلی اقتصاد مقاومتی) و نیز پیوندهای راهبردی و گسترش همکاری با کشورهای دیگر (بند «۱۲» سیاست‌های کلی اقتصاد مقاومتی) قابل اجرا خواهد بود.

- صرف هزینه و سرمایه‌گذاری و حمایت از واحدهای دانش‌بنیان (بند «۲») و نیز مشارکت و همکاری با شرکت‌ها و برندهای معتبر خارجی به‌خصوص کشورهای همسایه (بند «۱۲») به‌منظور تولید خودروهای کم‌مصرف در جهت اصلاح الگوی مصرف متناسب با بند «۸» سیاست‌های کلی اقتصاد مقاومتی ضروری است.

- به‌منظور افزایش رقابت‌پذیری خودروسازان از طریق خصوصی‌سازی (بند «۳») سیاست‌های کلی اقتصاد مقاومتی و افزایش پوشش استاندارد برای کلیه محصولات داخلی و ترویج آن مبتنی بر بند «۲۴» سیاست‌های مذکور، لازم است که طراحی سیستم‌های نظارت دقیق بر استاندارد خودروهای تولیدی (بندهای «۱۹» و «۲۳») سیاست‌های کلی اقتصاد مقاومتی برای جلوگیری از تولید خودروهای با کیفیت پایین، به جد در دستور کار خودروسازان قرار گیرد.



شماره مسلسل: ۱۴۶۳۵

مرکز پژوهش‌ها
مجلس شورای اسلامی

شناسنامه گزارش

عنوان گزارش: خلاصه گزارش مدیریتی طرح پژوهشی آسیب‌شناسی صنعت خودروی کشور و ارائه راهکارهای برون‌رفت از چالش‌های موجود در راستای سیاست‌های کلی اقتصاد مقاومتی

نام دفتر: مطالعات انرژی، صنعت و معدن (گروه صنعت)
تهیه و تدوین‌کنندگان: علی‌اصغر اژدری، سعید شجاعی
ناظران علمی: محمدرضا محمدخانی، هوشنگ محمدی
متقاضی: معاونت پژوهش‌های زیربنایی و امور تولیدی
ویراستار تخصصی: —
ویراستار ادبی: —

واژه‌های کلیدی:

۱. صنعت خودرو
۲. چالش



تاریخ انتشار: ۱۳۹۴/۱۰/۲۲