



دانشگاه علامه طباطبائی
دانشکده مدیریت و حسابداری

عنوان:

تحلیل استراتژیک در صنعت خودرور ایران

استاد:

جناب آقای دکتر حجاریان

دانشجو: آرمان خالدي

کارشناسی ارشد مدیریت تکنولوژی (انتقال)

بهار ۱۳۸۶

پیشگفتار :

خودرو به لحاظ نقش های متعددی که در جامعه ایفا می نماید و مهمترین آن تسهیل ارتباطات و اقتصادی کردن فعالیتهای جامعه است ، امروزه بیش از پیش مورد توجه ملت ها واقع شده و بویژه ، درصد برخورداری از خودرو در سطح جهان ، بعنوان یکی از ملاکهای سنجش و ارزیابی درجه توسعه یافتگی ملل تلقی میگردد. از آنجایی که خودرو مجموعه ای از تکنولوژی فلزی ، پلاستیک ، شیمیایی ، لاستیک ، چوب ، پارچه و نساجی ، عایق ، شیشه ، الکتریکی ، الکترونیکی ، متالوژی ، طراحی ، مدیریت ، اقتصاد و صدها تکنولوژی در زمینه های مختلف علوم را در بر می گیرد ، بمثابة صنایع کشتی سازی و هواپیماسازی ، تولید هر دستگاه خودرو متناظر با ایجاد هزاران فرصت شغلی در زمینه های مرتبط و صدها هزار فرصت درآمدی در زمینه های مرتبط غیرمستقیم خواهد بود. همچنین انتقال تکنولوژی ، ایجاد ارزش افزوده ، افزایش تولید صنعتی و صرفه جویی ارزی (و درآمد ارزی در صورت صادرات) را بهمراه خواهد داشت.

اولین حمایتگران صنایع خودرو در جهان در واقع اولین تولیدکنندگان خودرو هم بوده اند و این ناشی از ماهیتی است که فوقاً بدان اشاره شد. در صدر فهرست دولتهایی که صنعت خودرو را مورد حمایت قرار میدهند ، کشور آمریکا و ژاپن قرار دارند که خود از عمده ترین تولیدکنندگان خودرو در جهان هستند.

از نظر تحولات تکنولوژیک در صنعت خودرو جهان طی دهه گذشته ، چند موضوع عمده قابل توجه است که از مهمترین آنها میتوان به موارد ذیل اشاره داشت :

۱- **تحولات مدیریتی** : پیدایش روشهای نوین مدیریت ژاپنی نظیر (Just in Time) تحول عمیقی در اقتصادی کردن فرآیند تولید خودرو بوجود آورده که بازتاب آن در کاهش قابل ملاحظه قیمت و افزایش تولید خودرو بوده است.

۲- **تحولات فنی:** ابداع روشهای نو در زمینه صنایع الکترونیک، متالورژی، طراحی مهندسی و کاربرد آنها در صنعت خودرو، کاهش مداوم قیمت، افزایش جهشی کیفیت و توأمآ کاهش زمان مونتاژ قطعه را بهمراه داشته است. استفاده از تکنولوژیهای لوکس از قبیل: شیشه بالابرها، آنتن برقی، پانل و کیلومترشمار الکترونیک، قفل مرکزی، فرستنده های اولتراسونیک کنترل فاصله و... در اتومبیلهای جدید، رقابت در صنعت خودرو را به حد اعلاهی خود رسانده و در سالهای ۱۹۹۰ به اینطرف طرحهای جدید آثرو دینامیک بدنه خودرو این روند را تسریع کرده است.

مقدمه:

علاقه بشر به سرعت و حرکت ناشی از احساس نیازی است که از بدو تاریخ تا به امروز دامنگیر او بوده و در این راه از هیچ کوششی فروگذار نکرده است. شاید چهارپایان اولین وسیله ای بودند که به این منظور مورد استفاده قرار گرفته اند، البته به یقین میتوان ادعا نمود که رومیها اولین ملتی بودند که از اسب برای کشیدن ارابه و کالسکه استفاده میکردند. این نشان میدهد که بشر پس از خروج از غارها برای دستیابی به سرعت در جابجایی خود و اکتساب نیازهایش به فکر ساختن ارابه و چرخ گاری بوده است. رومیها در حوزه اقتدار خود (شامل اسپانیا، فرانسه، آلمان، بلژیک، هلند، انگلستان، به غیر از اسکاتلند، مغرب آسیا و شمال آفریقا) اقدام به ایجاد شاهراههای عظیمی کردند که در حال حاضر در انگلستان با ترمیم بعضی، از آنها به عنوان شاهراه استفاده میشوند. نظیر این راهها در ایران نیز ساخته شده به عنوان مثال از شاهراهی میتوان نام برد که تخت جمشید را در جنوب شرقی به سارد در شمال غربی امپراطوری وصل میکرد.

تاریخچه اقدامات اولیه برای ساختن وسیله نقلیه که بدون کمک حیوانات به حرکت در آید به اواسط قرن هیجدهم میلادی میرسد. البته در قرن اول میلادی دانشمندی یونانی به نام «هرو» اسباب بازیهایی ساخته بود که می توانستند با نیروی عکس العمل ناشی از خروج بخار از یک مخزن حرکت کنند. البته وی را نمی توان مخترع این

طرح شناخت زیرا در کتیبه‌های بدست آمده از مصر باستان نقوشی وجود دارد که نشانگر استفاده از نیروی بخار در به حرکت درآوردن اجسام بوده است.

با آغاز دوران رنسانس در اروپا اولین کسی که توانست واقعاً بدون استفاده از نیروی حیوانات وسیله نقلیه ای بسازد، «سیمون ستوین» هلندی بود او توانست فاصله ۶۸ کیلومتری بین دو بندر «پاتن» و «خوینگن» در مدت دو ساعت طی کند. این سرعت با در نظر گرفتن اینکه ۲۸ نفر سوار آن بودند در آن زمان خیلی جالب بوده است.

در واقع تا قرن هیجدهم و قبل از مهار نیروی عظیم بخار که موجب تغییرات سریعی در زندگی مردم گردید تنها نیروهای تحت نفوذ انسان عبارت بودند از نیروی باد، آب، نیروی انسانها و حیوانات. با اختراع ماشین بخار انقلاب عظیمی در عرصه های گوناگون هویدا گشت. کشتی های بخار جایگزین کشتی های بادبانی شدند و در روی زمین با پیدایش راه آهن، عصر نوینی در سرعت آغاز شد.

در دوران باستان، مردم یونان اولین اقوامی بودند که به صورت نوین از نیروی بخار استفاده کردند. در آن دوران، بسیاری از امور که امروزه توسط ماشینهای بنزینی و الکتریکی انجام می شود به وسیله ابزارهایی که با نیروی بخار بکار می افتاد به انجام میرسید. با پیدایش عصر ماشین و انقلاب صنعتی علاوه بر رشد بسیار چشمگیر صنایع فلزی، نیروی بخار مهمترین وسیله به حرکت درآوردن چرخ عظیم کارگاهها و کارخانه‌ها و همچنین ماشینهای بزرگ و قوی محسوب می شد.

مقدمه ای بر صنعت خودرو سازی جهان

انسان از روزی که خود را شناخت، در راه تلاشو تکاپو برای بسط و توسعه محیط زندگی خود به راه اختراعات و ابداعات گام نهاد. همیشه در اندیشه بوده و هست که شرایط کار و زندگی را آسان کند، در این راه ابتدا طناب و قرقره و اهرم را اختراع کرد و پس از توفیق در این راه کار چهارپایان را بخدمت گرفت تا از رنج بارکشی تاحدی آزاد شود. نخستین سورتمه را از تنه درختان ساخت و پشت حیوانات بست و با کمک آنها کالاهای خود را حمل کرد از تنه درختان چرخ ساخت و در زیر سورتمه قرار داد و دیری نگذشت که دست به ساخت چرخهای بزرگ چوبی زد و بدین ترتیب بزرگترین اختراع دنیای قدیم یعنی ارابه بوجود آمد. یکی از ابتدایی ترین وسایل نقلیه د

رجهان وسیله نقلیه ای است که ویک شام نام دارد. ویک شام سه چرخه‌هایی بودند که یک صندلی روی آن قرار داشت و نیروی حمل آن نه بخار بود و نه آب بلکه بوسیله نیروی و توان و قدرت یک انسان به حرکت در می‌آمد. دلجان هم نوعی وسیله حمل و نقل بود که خود نوعی ارابه بود که داخل آنرا نیمکت قرار میدادند و حدود ۱۵ نفر را حمل میکرد. کشش دلجان بوسیله اسب بعمل می‌آمد. صنعت خودرو بعد از جنگ جهانی دوم در سالهای ۱۹۸۰ و ۱۹۸۱ بالاترین مقام را در تجارت جهانی (حدود ۳٪) را به خود اختصاص داد که در آن زمان سهم تولید نفت خام بعنوان مهمترین کالای استراتژیکی در جهان تجارت بین الملل در همان سال معادل ۱۶/۲٪ بوده است. بیش از صد سال پیش کارل فریدیش بنزو گوتلیب دایملر با نصب اولین موتور با سوخت فسیلی به روی مدلی از کالسکه (سه چرخه یا چهار چرخه) متحرک با موتور را ابداع نمودند. اتومبیل در اصل یک کلمه فرانسوی است که معنای فارسی آن خودرو می‌باشد و معنای وسیله نقلیه ای است که که خودش حرکت می‌کند. اختراع اتومبیل یک باره و بی مقدمه صورت نگرفته است و مراحل گوناگونی را پشت سر گذاشته است تا بصورت امروزی در آمده است. برای مثال اختراع چرخ اولین مرحله در پیدایش وسیله نقلیه است. که بنابر مدارک تاریخی هزاران سال قبل در چین و خاورمیانه صورت گرفته است. اختراع ماشین بخار توسط جیمزوات مهندس اسکاتلندی در قرن هیجدهم مرحله دیگری در پیدایش انواع خودروها بوده است و در طی این اختراع ترن‌ها و کشتی‌هایی که با نیروی بخار حرکت می‌کردند بوجود آمدند و سبب شدند تا اختراع اتومبیل صورت گیرد و در مورد نخستین اتومبیل باید گفت اولین آن در حدود دو قرن پیش ساخته شد و سازنده آن یک مهندس فرانسوی بنام ژوزف کوینو که در ارتش خدمت می‌کرد بود. وی تجربه زیادی در ساختن ابزار ماشین آلات داشت به منظور حمل توپ و ساز و برگ جنگی ساخته شده بود. بدنه آن از چوب و در جلوی یک دیگ فلزی بزرگ قرار گرفته بود که در روشن آب می‌ریختند و بوسیله گرمای حاصل از سوخت ذغال سنگ بخار آب تولید می‌کرد و نیروی محرکه بخار آب اتومبیل را به حرکت در می‌آورد. اختراع اتومبیل مختص به زحمات فرد بخصوصی نبوده و صدها مخترع تقریباً بطور همزمان در کشورهای مختلف موفق به این اختراع شده‌اند که از جمله می‌توان براوان انگلیسی و Selaigne فرانسوی و EtienneLenior بلژیکی و ... نام برد. همچنین در آخرین سالهای قرن نوزدهم دو مخترع انگلیسی و فرانسوی بنامهای Michale و Dunlop لاستیک را اختراع کردند که در نرمش حرکت اتومبیل و کاستن از سروصدا و سرعت بخشیدن به آن نقش موثری داشت. اما باز هم اتومبیل‌های آن زمان بسیار ابتدایی بود ترمز نداشت، حرکت به سمت جلو بود چون دنده عقب نداشت چون چراغها نفتی بود در شب حرکت را با مشکل مواجه می‌کرد. براه

انداختن اتومبیلها خیلی به سختی صورت می گرفت مانند این زمان با یک استارت روشن نمی شد باید هندل می زدند تا روشن شود. پس از جنگ جهانی اول اتومبیل از نظر اساس کار و تکنیک حرکت تقریباً شکل امروزی خود را بدست آورد و استقبال مردم از آن سبب شد که کارخانه های مختلف اتومبیل سازی در کشورهای اروپایی بوجود آید. کارخانه های دایملر بنز، بنو، پژو، اپل به نام بنیانگذاران آن نامیده می شدند تاسیس شدند. اما با آغاز جنگ جهانی اول در اروپا صنعت اتومبیل سازی در آمریکا که به کسب تجربه پرداخته بود با احداث بزرگترین کارخانه اتومبیل سازی در شهر دیتروید، فصلی نوین را در تاریخچه اتومبیل گشود و بازار جهانی را برای مدتی دراز به خود اختصاص داد که با روش فوق اتومبیل را همگانی نمود. در سال ۱۹۹۷ جنرال موتورز ۸۶۰۰۰۰۰۰ دستگاه و فورد ۷۰۰۰۰۰۰ دستگاه و تویوتا ۴۰۰۰۰۰۰ دستگاه بالاترین آمار تولید خودرو را در جهان به خود اختصاص دادند. در دهه ۸۰ میلادی توجه خودروسازان به ایمنی بیشتر و کاهش آلودگی هوا متمرکز گردید. مدتی پس از این تلاشها اتومبیلی از کارخانه دو مهندس فرانسوی خارج شد که در واقع از هر لحاظ عالی بود و جا برای دو نفر داشت و موتور آن در جلو واقع بود. این موتور چرخهای عقب را بکمک زنجیری به حرکت در میاورد. در این موتور کلاچی وجود داشت که بر اساس اصطکاک کار می کرد و نیز دارای دنده های تغییر سرعت و دو دیفرانسیل بود که به همین ترتیب بنزین جایگزین مواد سوختی دیگر شد.

آلمان و صنعت خودرو سازی

انقلاب صنعتی در طی ۱۸۳۰ و ۱۸۶۵ بود و در سالهای بین ۱۸۷۰ تا ۱۸۷۵ رشد صنعتی دو برابری داشت. تا سال ۱۹۲۵ آلمان مورد هجوم سیل آسای اتومبیلهای آمریکایی قرار داشت و از این سال به بعد به فکر مقابله افتاد آلمان در سال ۱۹۳۸ با تاسیس فولکس واگن تصمیم خود را عملی ساخت و در سال ۱۹۵۵ در آلمان ۳۵۰ هزار دستگاه اتومبیل وجود داشت. این رقم در سال ۱۹۶۰ به رقم باور نکردنی ۶۲۰۰۰۰۰ دستگاه رسید. هنر فورد با ابداع ورشی که در یک کشتار گاه مشاهده نموده بود موفق شد در میزان زیادی به تولید پردازد. بطوریکه قبل از ۱۹۱۴ یعنی جنگ جهانی اول اتومبیل به یک وسیله نقلیه تبدیل گشت. یکی از عواملی که سبب گردید صنعت حمل و نقل در آمریکا بصورتی سریع پیشرفت نماید جنگهای داخلی آمریکا بود. در آلمان اتومبیلها کوچک از قبیل Wander و puttchen و نوع PS ۵/۱۵ سبب گردید تا اتومبیل بطور نسبی از یک شهرت عمومی زیاد و وجهه ملی

برخوردار گردد. تعداد کارخانه های اتومبیل سازی در ایالات متحده و بریتانیای کبیر و فرانسه افزایش یافت در حالی که در آن تاریخ ۶۴۰۰۰ وسیله نقلیه در آلمان در گردش بود.

فرانسه و صنعت خودروسازی

به ازای هر ده هزار نفر چهارده دستگاه اتومبیل وجود داشت. از جمله کارخانجات پرفروش فرانسوی مدل های خود را با موتورهای آلمانی مجهز می نمودند می توان به پانهارد، لواسور، پژو بهمراه دی دیون موتور که سه چرخه های جالبی را عرضه می کرد اشاره نمود. در اوایل اکتبر سال ۱۸۹۸ رادران رنو (فرناند و راسل) کمپانی رنو را تاسیس کردند. کمپانی رنو در سال ۱۹۰۵ تعداد زیادی تاکسی به شهرداری پاریس تحویل داد و از آن سال به بعد اولین کامیون و اتوبوس و آمبولانسهای رنو در بازار عرضه گردید و در همین دوران بود که به ساخت موتورهای هواپیما و کشتی روی آورد. پس از پایان جنگ جهانی اولین تراتور رنو به بازار عرضه گردید و در سال ۱۹۹۲ با دایر نمودن مرکزی ویژه بعنوان اولین کمپانی اجازه دهنده خودرو به شرط مالکیت شناخته شد. به همین جهت اقدام به تولید اتومبیل در سطح وسیعی نمود. در تاریخ ۱۶ ژانویه ۱۹۴۵ کمپانی رنو ملی شد و تحت عنوان Regie Nationale renault به فعالیت خود ادامه داد.

آمریکا و صنعت خودروسازی

اولین کسانی که در آمریکا موفق با ساخت اتومبیل گردیدند برادران دوچرخه سازی بنام برادران دورپا بودند. برادران دورپا در سال ۱۸۹۳ اولین اتومبیل قاره آمریکا را تولید کردند. اتومبیل های آنها یک چهار چرخه ارابه موتور دار بود. برادران دوسینبرگ - الدز مبل - فورد - کرایسلر - ویلیام - سی دورانت - بیوک - دوچ و علاقه مندان دیگر دست به کاری بی وقفه برای ساخت اتومبیل زدند. در سال ۱۹۰۱ الدز مبل موفق شد در طول یکسال دو هزار دستگاه بفروش برساند. این تعداد در سال ۱۹۰۴ به بیش از ۵۰۰۰ دستگاه رسید، این اقدام تولید سری در آمریکا بود. اما کار مهمرا هنر فورد انجام داد. او با طراحی مدل T اتومبیلی برای ثروتمندان خارج ساخت. فورد به مدت ۲۰ سال فقط فورد مدل T می ساخت بطوریکه در مجموع ۱۵ میلیون و ۱۷۷ هزار و سیصد و سه دستگاه از این مدل به سراسر جهان صادر گشت. کمپانی جنرال موتورز از ابتدای ۱۹۳۰ تا کنون در رده بزرگترین و بهترین کمپانی های

خودرو ساز جهان قرار گرفته است. کمپانی هرکر از سال ۱۹۱۱ تا ۱۹۱۵ مدلی را به بازار عرضه کرد که یکی از بهترین اتومبیل‌های مسابقه ای آمریکایی بحساب می آمد که مام آن اتومبیل ریس ابات می باشد. بغیر از آن می توان به دو سی A اتومبیل افسانه ای برادران دوسی برگ اشاره نمود. کادیلاک اتومبیل دیگری از آمریکا بود که از ابتدای دهه ۱۹۱۰ بوجود آمد. اولین اتومبیل در جهان بود که به استارت الکتریکی و وسایل روشنایی و سایر تجهیزات استاندارد مجهز بود. علاوه بر آن یک جعبه دنده پیشرفته هماهنگ کننده استفاده کرد. باید یادآوری کنیم که اولین کیلومتر شمار واقعی خودرو در روی اتومبیل‌های آمریکایی (فورد، مدل T) نصب گردید. کمپانی دیگر آمریکایی بیوک، کادیلاک، اکلند، شورولت، پونتیاک، ساترن، جنو می باشند.

انگستان و صنعت خودرو سازی

در انگلستان بسیاری از نوایح دنیای اتومبیل همزمان با سایر نوایح این صنعت نوپا در آلمان و فرانسه و آمریکا اقدام به طراحی و ساخت اتومبیل نمودند. ولی بخاطر اجرای قانون پرچم قرمز نتوانستند آن طور که باید به فعالیت پردازند. هر چند پس از مدتی این قانون برچیده شد و میانگین سرعت به ۱۹ کیلومتر در ساعت رسید. در سال ۱۸۹۵ دکتر فردریک لانچستر نیز اولین اتومبیل بنزینی چهار چرخه انگلستان را که دارای خصوصیات منحصر به فردی بود روانه بازار کرد. در سال ۱۸۹۶ قانون پرچم لغو شد. هنر روپس در سال ۱۹۰۴ اولین خودرو را از کارگاه کوچکش بیرون آورد. این اتومبیل بسیار زیبا و کم سروصدا بود و موتور آن دو سیلندر بود و تا ده اسب بخار نیرو تولید می نمود. اتومبیل رولز رویس بهترین اتومبیل لیموزین در جهان می باشد که توسط مهندس روپس تولید می شد.

صنعت خودر سازی د ژاپن

فردی بنام توراو پاباما در سال ۱۹۰۴ اولین اتومبیل ژاپنی را ساخت که بانروی بخار کار می کرد. جالب اینکه د رساخت این اتومبیل به نیاز عمومی ژاپن با توجه به جمعیت فراوان این کشور نیز توجه شده بود و بهمین دلیل اتومبیل ژاپنی یک اتوبوس بود. چند سال بعد فرد دیگر بنام تاکوری فعالیت‌های پاباما را دنبال کرد و توانست در سال ۱۹۰۷ اولین اتومبیل ساخت ژاپن را به بازار عرضه کند. در سال ۱۹۲۰ و قبل از جنگ جهانی دوم واقع شد. د این سالها کارخانجات ایشی کاوا جیما که در زمینه های مختلف صنع فعال بودند پیش قدمی کردند. اما فعالیت کارخانه زمانی گسترده شد که مدل ژاپنی فورد آمریکایی را کپی کرد و به شکل انبوه به بازار عرضه نمود و د رسال ۱۹۲۴ از

شورلت TEA آمریکایی کپی گرفت. د رزمان جنگ جهانی دوم دست از تلاش برداشتند و به تولید ادامه می دادند. مهمترین کارخانه تولیدی آن زمان تویوتا فعالیت خود را به شکل گسترده آغاز کرد. تویوتا در سال ۱۹۳۲ آغاز، در سال ۱۹۳۴ نوع دیگری از تومبیل با موتور شورلت و در سال ۱۹۳۶ فعالیت این شرکت گسترش بیشتری یافت. اولین مدل تویوتا که ضمن ژاپنی بودن دارای استانداردهای جهانی نیز بود به نام تویوتای کرونا در سال ۱۹۶۶ ساخته شد و بعنوان سمبل اتومبیل سازی ژاپن بحساب می آمد. کمپانی تویوتا بعنوان بهترین و بزرگترین سازنده اتومبیل در ژاپن و سومین در جهان است و صنعت اتومبیل سازی در ژاپن در سال ۱۹۱۲ بصورت مونتاژ آغاز گردید و در سالهای ۱۹۸۱ در دنیا مقام اول بود و حدود ۱۱/۲ میلیون دستگاه وسیله نقلیه موتوری چهار چرخ را تولید نموده است. در سال ۱۹۸۱ صادرات وسایل نقلیه موتوری ژاپن ۶/۲ میلیون دستگاه بود یعنی ۱۸/۴٪ کل ارزش صادرات کشور ژاپن در طی همان سال را به خو اختصاص داده است.

صنعت خودرو سازی در کره

هیوندای: در سال ۱۹۶۷ تاسیس شد تا سال ۱۹۹۲ شرکت هیوندا پنج میلیون دستگاه خودرو تولید و در ۱۹۹۴ اکسل با موتور آلفا را به بازار عرضه نمود. در سال ۱۹۹۵ تعداد مدلهای هیوندا به چهارده نوع بالغ شد و صادرات به بیش از ۴۷۰۰۰۰۰ دستگاه رسید و در حال حاضر حدود ۳۰ تا ۴۰ درصد محصولات هیوندا صادر می شود و مابقی به مصرف داخلی میرسد. هیوندا سالانه ۱/۴ میلیون دستگاه خودرو تولید می کند. این شرکت قصد دارد تولیدات خود را در سال ۲۰۰۱ به دو میلیون دستگاه برساند.

جدول شماره ۱ - رده بندی بزرگترین تولیدکنندگان خودرو در جهان

ردیف	نام شرکت	نام کشور	تعداد تولیدات در سال ۲۰۰۳ « دستگاه »	تعداد تولیدات در سال ۲۰۰۴ « دستگاه »
۱	جنرال موتورز	آمریکا	۸۲۴۴۰۰۰	۸۷۴۵۸۳۸
۲	تویوتا	ژاپن	۶۸۲۶۱۶۶	۷۵۴۷۱۷۷
۳	فورد	آمریکا	۶۷۲۰۰۰۰	۶۷۹۸۰۰۰
۴	رنو-نیسان	فرانسه-ژاپن	۵۳۴۲۸۴۴	۵۶۶۵۷۷۳
۵	دایملر کرایسلر	آمریکا-آلمان	۴۲۶۴۷۰۰	۴۶۱۷۷۰۰
۶	فولکس واگن	آلمان	۴۲۶۸۴۱۰	۴۴۲۴۲۲۹
۷	پژو-سیتروئن	فرانسه	۳۳۰۹۵۰۰	۳۴۰۵۱۰۰
۸	هوندا	ژاپن	۲۹۶۸۳۱۶	۳۱۸۱۶۲۴
۹	هیوندای موتور	کره جنوبی	۲۸۹۷۷۹۶	۳۱۸۱۳۹۴
۱۰	فیات	ایتالیا	۲۰۷۹۸۰۰	۲۰۹۹۷۸۰

۱۹۸۶۷۴۹	۱۷۹۵۴۱۱	ژاپن	سوزوکی موتور	۱۱
۱۴۱۳۴۰۳	۱۵۸۰۱۶۷	ژاپن	میتسو بیشی	۱۲
۱۲۴۹۴۷۰	۱۱۱۸۹۴۰	آلمان	BMW	۱۳
۱۱۳۴۴۲۱	۱۰۴۱۹۰۵	ژاپن	مزدا	۱۴
۹۷۲۳۱۹	۸۶۵۶۹۲	چین	FAW	۱۵
۹۰۹۱۶۲	۵۹۳۷۸۶	آمریکا-کره	جی.ام. دوو	۱۶
۸۴۷۰۳۰	۸۶۸۶۵۸	چین	SAIC	۱۷
۷۱۷۹۸۵	۶۹۹۸۸۸	روسیه	AVTOVAZ	۱۸
۵۹۲۶۷۸	۵۴۸۴۲۲	ژاپن	فوجی	۱۹
۵۶۶۲۳۸	۵۱۲۳۸۱	ژاپن	ایسوزو موتور	۲۰
۵۳۴۷۰۳	۴۴۶۲۴۷	ایران	ایران خودرو	۲۱

تاریخچه اتومبیل در ایران :

ناکافی بودن وسایل حمل و نقل شهری و بین شهری و همچنین نارضایتی مردم از وضع موجود ، دولت را به صرافت تأمین تسهیلاتی برای ایاب و ذهاب مردم و حمل و نقل کالا انداخت و به پشتوانه این فکر ، اولین خط راه آهن ایران بین تهران و شهر ری ایجاد و مورد بهره‌برداری قرار گرفت و برای نخستین بار ترن های بخاری با عنوان ماشین دودی در مسیر تهران - شهر ری دایر شد. در سال ۱۲۶۱ شمسی در شروع کار ماشین دودی ، مردم کنجکاو تهران برای آشنایی با پدیده جدید ، دسته دسته به محل کار ماشین که در واقع ایستگاه ماشین دودی بود میرفتند.

ولی هیچکس جرأت سوارشدن نداشت تا اینکه ناصرالدین شاه برای اولین بار با گروه زیادی از مقامات مملکتی با ماشین دودی به شهر ری مسافرت کرد. اولین بلیطی که در زمان ناصرالدین شاه برای ماشین دودی چاپ شده سه شاهی قیمت داشت. در زمان مظفرالدین شاه به پنج شاهی، در زمان احمدشاه به هفت شاهی و پس از آن ده شاهی و آخرین قیمت برای سوارشدن به ماشین دودی (در آخرین روزهای قبل از برچیدن آن) دو ریال و نیم بود. ایستگاههای آن در خیابان خراسان و دیگری در حوالی مرقد حضرت عبدالعظیم بود. این ترن بخاری دارای ۳۰ واگن بود. اولین وسیله نقلیه خودکار که به ایران وارد شد مشهور به کالسکه آتشی بود که سروصدای عجیبی داشت و در هر چند صد قدم لازم بود آبگیری شود و تولید بخار کند تا بتواند حرکت نماید که البته چندان مورد استقبال واقع نشد. به علت مشکلاتی که ماشین دودی ایجاد میکرد اولیای امر متقاعد شدند که تعدادی اتوبوس برای جابجایی مسافران از دولت بلژیک خریداری کنند که البته چگونگی استفاده از اتوبوسها و خط مسیری که می پیمودند نامعلوم است و در هیچ کتاب تاریخ یا سفرنامه‌ای به آن اشاره نشده است. در سال ۱۲۷۹ هجری شمسی اولین اتومبیل توسط مظفرالدین شاه وارد ایران شد، چرا که ناصرالدین شاه ظاهراً علاقه‌ای به ورود این وسیله نداشته و فقط در سفری که به اروپا داشته یکبار سوار «کالسکه بخاری» شده است در واقع نخستین خودرو توسط دربار قاجار وارد ایران گردید. مظفرالدین شاه در سفر اروپا به سعدالدوله وزیر مختار ایران در بلژیک دستور داد تا یک اتومبیل برای وی خریداری نماید و به ایران بفرستد البته بیان میشود مظفرالدین شاه دو دستگاه اتومبیل وارد ایران کرد، با دو راننده فرانسوی که یکی در راه انزلی به تهران به علت وجود پستی و بلندی و دره‌های خطرناک و ناآشنایی راننده به راهها با کوه اصابت کرد و ناچار با گاری آن را به تهران آوردند اما اتومبیل دوم سالم به تهران رسید وضعیت خیابانها به هیچ وجه مناسب حرکت اتومبیل نبود بعد از مدتی چون راننده آن به بلژیک برگشت و کسی از مکانیزم آن سر در نمی‌آورد بلااستفاده ماند. محمد علی شاه هم دستور خرید اتومبیل داد. (در زمان احمد شاه شوستر امریکایی برای اقدامات اساسی به ایران آمد و در اثر پافشاری سیاستهای مخالف ناچار به ترک ایران گردید. شاه ایران اتومبیل خود را از راه لطف برای حرکت او از تهران به اقامتگاه وی فرستاد وی در خاطرات خود می‌نویسد که ایرانیان با منتهای مهمان نوازی یگانه اتومبیلی که در سراسر کشور وجود دارد برای او فرستاده اند.) آمدن این اتومبیل به ایران ثروتمندان و فئودالها و رجال را به این فکر واداشت که آنان نیز از این کالسکه دودی (به

علت دود زیادی که از آگزوز آن خارج شد موسوم به کالسکه دودی بود. (استفاده کنند و پس از آن زمینه برای واردات اتومبیل فراهم شد. (حاج حسین آقای امین الضرب هم از جمله این افراد بود.)

سرعت ورود اتومبیل در ایران از سال ۱۳۰۰ به بعد شروع شد. اجرای پاره‌ای از طرح‌های عمرانی و ایجاد جاده و خیابان در شهرها زمینه را برای استفاده از خودرو به هر طریق اعم از مسافرکش و یا شخصی فراهم ساخت. اولین اتومبیل‌هایی که وارد تهران شد سواری‌های فورد کروکی بود که سرعتشان چهل کیلومتر در ساعت بود. در سال ۱۳۰۸ تعداد هزار و پانصد اتومبیل سواری وجود داشت که پانصد دستگاه آن شخصی و هزار دستگاه آن نیز کرایه بود. بخصوص در سالهای جنگ بین الملل دوم و بویژه پس از آن اتومبیل‌ها افزایش یافت. اتومبیل‌های باری نیز عبارت از چند کامیون زنجیری با لاستیک‌های توپر بود و علاوه بر اینها وسایل نقلیه‌ای شبیه وانت بارهای فعلی نیز مشاهده می‌شدند که به آنها « لاری » می‌گفتند ، قیمت هر اتومبیل سواری بین سیصد تا سیصد و پنجاه تومان بود و قیمت اتومبیل‌های لاری ششصد ریال بود. گران‌ترین اتومبیل‌های اولیه « گرام پچ » بودند که دو هزار و پانصد تومان قیمت داشتند چرا که ترمز روغنی و لاستیک‌های بادی داشتند و همراه با هر اتومبیل ، مقدار زیادی لوازم یدکی ، دوچرخ زاپاس ، جعبه آچار ، فندک ، قوطی سیگار ، جا کلیدی و... به خریداران تعلق می‌گرفت. در سال ۱۳۲۱ حدود ۱۳۰ دستگاه اتومبیل سواری به طور یکجا وارد شد. در آن زمان عمده خودروهای وارداتی از آمریکا منحصر به اتومبیل‌های فورد ، دوج ، بیوک آمریکایی ، خابو و لیلاند انگلیس و به ندرت زیس روسی بودند ، پس از آن نیز با گسترش ارتباطات و مراودات اقتصادی بیشتر با اروپای غربی و آمریکا واردات آن فزونی یافت به طوری که آمار واردات آن پس از سال ۱۳۲۱ و در سال ۱۳۲۴ حاکی از ورود نزدیک به ۱۰ هزار اتومبیل به مبلغ دو میلیارد و دویست و پنج میلیون ریال است که حدود ۷۵ برابر تعداد اتومبیل‌های وارد شده در سال ۱۳۲۱ میباشد. در سال ۱۳۳۹ این رقم به هشتاد و پنج هزار دستگاه رسید. همراه با ورود اتومبیل به ناچار واردات لوازم یدکی و ایجاد و گسترش تعمیرگاهها شکل گرفت و زمینه تصادفات در جاده‌ها و خیابانها بوجود آورد.

در سال ۱۳۲۸ قانون مالیات شهری بر وسایل نقلیه از تصویب مجلس شورای ملی گذشت (اعم از موتوری و غیرموتوری) ، به موجب این قانون کلیه وسائط نقلیه شهری موظف به پرداخت مالیات بودند. به طور مثال از هر اتومبیل ، ماهانه پنج تومان و از هر درشکه ۱۲ قران و از هر کالسکه ۱۵ قران مالیات دریافت میشد. در طی این سالها

تنها کار تولیدی که در زمینه خودرو در ایران انجام میشد تولید اطاقهای چوبی ، آن هم بیشتر برای قسمت بار کامیونها بود. فعالیتهای خودروسازی در ایران البته از فرآیندهای مونتاژ قطعات (CKD) و پرس قطعات بدنه آغاز گردید.

تولید خودرو در ایران از سال ۱۳۳۶ آغاز گردید و تاکنون بیش از پانزده کارخانه خودروسازی به تولید و مونتاژ خودرو اشتغال دارند که ذیلاً تاریخچه تعدادی از آنها ارائه میگردد.

۱- **ایران خودرو**: کارخانجات صنعتی ناسیونال در ۱۲ مهرماه سال ۱۳۴۱ با سرمایه‌ای حدود یکصد میلیون ریال با هدف تولید و مونتاژ انواع متنوعی از خودروهای شخصی و سرمایه‌ای تأسیس گردید و در سال ۱۳۴۲ تولید کامیون و اتوبوس و در سال ۱۳۴۶ تولید پیکان با ظرفیت ۶۰۰۰۰ دستگاه در سال گشایش یافت.

۲- **شرکت پارس خودرو**: این شرکت در سال ۱۳۳۵ به نام جیپ تأسیس و در سال ۱۳۴۶ تولید اتومبیل‌های آریا و شاهین آغاز گردید. تا پایان سال ۱۳۵۱ اتومبیل‌های سواری آریا و شاهین تولید مینمود و سپس سه مدل اپل تحت عنوان شورلت ایران به تولیداتش اضافه گشت.

۳- **شرکت خودروسازان ایران**: این شرکت با نام شرکتهای کنسرسیوم کارخانجات صنعتی اتوبوس سازان ایرانی در سال ۱۳۴۳ تأسیس گردید.

۴- **شرکت صنعتی مرتب**: در سال ۱۳۳۶ تحت نام شرکت سهامی مرتب تأسیس گردید و در سالهای ۱۳۵۰ و ۱۳۵۴ نوع شرکت از سهامی به سهامی خاص و از سهامی خاص به سهامی عام تبدیل گردید و موضوع فعالیت شرکت براساس آخرین اساسنامه تولید اتومبیل‌های لندرور ، اتوبوس ، وانت و آمبولانس آتش نشانی مورد تصویب قرار گرفت.

۵- **شرکت ایران کاوه**: در سال ۱۳۴۳ با سرمایه اولیه ۸۰ میلیون ریال تأسیس گردید و در سال ۱۳۴۴ به بهره برداری رسید هدف از تأسیس این شرکت تولید انواع کامیونهای ماک بود و پیش از انقلاب ۱۶۰۰۰ دستگاه کامیون ماک تولید نمود.

۶- **شرکت زامیاد**: این شرکت برای واردکردن و نصب و ساخت کامیون ، وانت ، تراکتور و سایر وسایل نقلیه موتوری و ماشینهای کشاورزی ایجاد و از سال ۱۳۴۲ آغاز به کار نمود.

۷- **گروه خاور** : در سال ۱۳۳۸ کارخانه بنز خاور جهت تولید کامیون انواع تولیدات مرسدس بنز آلمان غربی تأسیس گردید. در سال ۱۳۴۷ سالانه ۳۰۰ دستگاه تولید و در سال ۱۳۵۲ این تعداد به ۲۷۰۰ دستگاه رسید.

۸- **شرکت سایپا** : این شرکت در تاریخ ۱۳۴۵/۱۱/۳۰ با نام شرکت ایرانی تولید اتومبیل تأسیس و اقدام به تولید اتومبیل های سواری ، پیکاپ مهاری نمود. در سال ۱۳۴۸ تولید ژیان را آغاز نمود و در سال ۱۳۵۳ نام شرکت به سایپا تغییر یافت و از سال ۱۳۵۴ تولید رنو ۵ دو و چهار درب در شرکت آغاز گردید.

۹- **شرکت شهاب خودرو** : شرکت سهامی لیلاند موتور ایران در تاریخ ۱۳۴۳/۳/۸ با سرمایه اولیه ۶۰ میلیون ریال تأسیس گردید و فعالیت شرکت عبارت است از تولید، ساخت و مونتاژ انواع کامیون ، اتوبوس ، کامیونت و قطعات منفصله آنها.

۱۰- **کارخانه ایران وانت** : شرکت سهامی کارخانجات اتومبیل سازی مزدا در سال ۱۳۳۱ به نام شرکت سهامی خلیج کو تأسیس گردید. در سال ۱۳۳۸ اقدام به مونتاژ موتورسیکلت و بارکش وسپا نمود و در سال ۱۳۵۰ تحت عنوان شرکت سهامی خاص اتومبیل سازی مزدا ثبت گردید و نهایتاً به ایران وانت مشهور شد. کارخانه مزدا در سال ۱۳۵۰ با تولید ۱۴۹۷ دستگاه وانت نیم تن و یک تن کار خود را آغاز کرد.

معرفی شرکتهای خودرو ساز ایرانی

نام: شرکت گروه بهمن (سهامی عام)

تاریخچه فعالیت شرکت

نام	تاریخ شروع فعالیت	نوع فعالیت	نوع محصولات
ایران خلیج کو (سهامی خاص)	اسفند ۱۳۳۱	کلیه عملیات مربوط به نمایندگی حمل و نقل دریایی، حق العمل کاری، نمایندگی تجاری و غیره	-
ایران خلیج کو (سهامی خاص)	اردیبهشت ۱۳۳۸	بمنظور مونتاژ موتور سیکلت و بارکش وسپا	وانت سه چرخ بارکش با ظرفیت ۲۰۰ کیلوگرم
کارخانجات اتومبیل سازی مزدا (سهامی خاص)	خرداد ۱۳۵۰	مونتاژ وانت مزدا	وانت مزدا ۱۰۰۰
ایران وانت (سهامی خاص)	تیر ۱۳۶۳	مونتاژ وانت مزدا	وانت مزدا ۱۰۰۰ و ۱۶۰۰
ایران وانت (سهامی خاص)	اسفند ۱۳۷۰	مونتاژ وانت مزدا	وانت مزدا ۱۶۰۰
ایران وانت (سهامی عام)	اسفند ۱۳۷۳	مونتاژ و تولید	انواع وانت مزدا ۱۶۰۰ تک کابین، دو کابین و آمبولانس
گروه بهمن (سهامی عام)	تیر ۱۳۷۷	نوع فعالیت بر طبق اساسنامه : اشتغال به کلیه فعالیتهای تولیدی و صنعتی نظیر مونتاژ انواع خودرو، اقدام به هرگونه مشارکت با اشخاص حقیقی و حقوقی داخلی و خارجی، تاسیس هرگونه شرکت، موسسه مالی و اعتباری با رعایت مقررات مربوطه، خرید و فروش سهام سایر شرکتهای و موسسات، ارائه هرگونه خدمات اعم از فنی و مهندسی نظیر ساخت ماشین آلات صنعتی، ااخت قطعات مورد نیاز صنایع مختلف، انجام فعالیتهای بازرگانی داخلی، واردات، صادرات انواع کالاها و	

توزیع آنها، شرکت در مناقصات، مزایادات، نمایشگاههای داخلی و خارجی دولتی و غیر دولتی، عقد قرارداد با کلیه وزارتخانه ها، سازمانها و شرکتهای دولتی و خصوصی اعم از داخلی و خارجی، اخذ وام، تسهیلات و اعتبار از کلیه بانک های داخلی و خارجی و موسسات مالی و اعتباری، مشاوره در زمینه کلیه امور بازرگانی، صنعتی و مدیریتی و ایجاد شعبه، اعطای نمایندگی سایر شرکتهای داخلی می باشد.		
---	--	--

شرکت های تابعه گروه بهمن

نام	تاریخ شروع فعالیت	شرح فعالیت
مرکز بهمن موتور	۱۳۳۱	ساخت و مونتاژ انواع خودرو شامل وانت تک کابین، دو کابین، آمبولانس و استیشن مزدا ۲۰۰۰ B و سواری مزدا ۳۲۳
شرکت مزدا یدک	۱۳۶۱	پشتیبانی و ارائه خدمات پس از فروش محصولات گروه بهمن
شرکت شاسی سازی ایران	۱۳۷۳	تولید انواع تیرکهای شاسی مورد نیاز شرکتهای خودروسازی از قبیل ایران خودرو، خاور، سایپا، زامیاد، ایران کاوه و مرکز بهمن موتور
شرکت عصر بهمن	۱۳۷۷	انجام فعالیتهای بازرگانی، واردات، صادرات، بازاریابی انواع کالا و همچنین توزیع آنها و ضمناً خرید و فروش سهام سایر شرکتهای و موسسات
شرکت صنایع ریخته گری ایران	۱۳۷۹	ساخت قطعات خودرو

نام: شرکت ایران خودرو (سهامی عام)

تاریخ تاسیس: مرداد ۱۳۴۱

تاریخ بهره برداری: مرداد ۱۳۴۲

فعالیت شرکت طبق اساسنامه: تاسیس و اداره کارخانجات در هر محل در داخل و خارج کشور بمنظور تولید انواع خودرو، کامیون، اتوبوس، مینی بوس، وانت و قطعات مربوط به آنها و امثال آن و هرگونه دستگاه و ماشین آلات و قطعات و اجزاء آنها و بهره برداری از این گونه کارخانجات و فروش و صدور محصولات آنها و واردات مواد اولیه و قطعات و هرگونه خودرو و ماشین آلات و تاسیس هر گونه شرکت با یا بدون مشارکت اشخاص داخلی یا خارجی و خرید کارخانجات و سهام شرکتهای موجود در داخل و یا خارج کشور.

شرکت ایران خودرو در اواخر سال ۱۳۷۱ د ر بورس اوراق بهادار تهران پذیرفته گردید. سهامداران شرکت ایران خودرو عبارتند از (طبق صورت مالی ۷۸)

سهامداران

۱. سازمان گسترش و نوسازی صنایع ایران
۲. سازمان تامین اجتماعی
۳. شرکت سرمایه گذاری رنا
۴. صندوق بازنشستگی کشور
۵. شرکت سرمایه گذاری صندوق بازنشستگی کشور
۶. شرکت سرمایه گذاری ملی ایران
۷. شرکت سرمایه گذاری تدبیر
۸. سازمان مالی گسترش قابلیتها واحدهای تولیدی
۹. شرکت سرمایه گذاری توسعه صنعتی ایران
۱۰. سایر اشخاص حقیقی، حقوقی و کارکنان
۱۱. بانک مسکن

نام: شرکت سهامی عام ایرانی تولید اتومبیل (سایپا)

تاریخ تاسیس: ۱۳۴۵

تاریخ بهره برداری: ۱۳۴۷

فعالیت شرکت در ابتدای تاسیس ساخت اتومبیل‌های سیتروئن و اجزا و لوازم و قطعات یدکی آنها، فروش مصنوعات مذکور و هرگونه فعالیت بازرگانی و صنعتی دیگری که بنحوی مستقیم و یا غیر مستقیم با موضوع شرکت مربوط بوده یا آن را تسهیل نماید، تعیین گردیده بود. در حال حاضر موضوع فعالیت شرکت طبق ماده ۳ اساسنامه عبارتند از تولید و ساخت انواع خودرو سبک و سنگین و اجزاء و لوازم و قطعات یدکی آنها و فروش این فرآورده ها و همچنین انجام هر گونه سرمایه گذاری و عملیات صنعتی، بازرگانی و خدماتی سود آور میباشد. شرکت سایپا در سال ۱۳۷۴ د ر بورس اوراق بهادار تهران پذیرفته گردید. سهامداران این شرکت عبارتند از (طبق صورت مالی ۷۸)

سهامداران

۱. سازمان گسترش و نوسازی صنایع
۲. سازمان تامین اجتماعی
۳. سرمایه گذاری گروه صنعتی رنا
۴. گروه بهمن
۵. سرمایه گذاری صندوق بازنشستگی کشور
۶. سازمان بیمه و بازنشستگی سپاه پاسداران
۷. شرکت سرمایه گذاری صنعت و معدن
۸. شرکت یکران
۹. شرکت سرمایه گذاری ملی ایران
۱۰. سازمان بیمه خدمات درمانی
۱۱. شرکت بیمه ایران
۱۲. شرکت سرمایه گذاری صنعت بیمه و...

نام: شرکت پارس خودرو(سهامی عام)

تاریخ تاسیس: ۱۳۵۲

تاریخ بهره برداری: ۱۳۵۲

فعالیت‌های شرکت بر طبق اساسنامه: شرکت پارس خودرو در سال ۱۳۵۲ تحت نام شرکت سهامی موتور جک (خاص) به ثبت رسید و سپس به نام‌های شرکت جنرال موتورز ایران (سهامی خاص) شرکت خودروسازی ایران (سهامی خاص) و شرکت پارس خودرو (سهامی خاص) تغییر یافته است. فعالیت شرکت طبق اساسنامه عبارتست از ساخت و مونتاژ کلیه انواع وسایل نقلیه تغییر یافته است. فعالیت شرکت طبق اساسنامه عبارتست از ساخت و مونتاژ کلیه انواع وسایل نقلیه موتوری، انجام فعالیت‌های بازرگانی در رابطه با واردات و فروش اتومبیل‌های تولیدی و قطعات یدکی آن می باشد.

سهامداران شرکت پارس خودرو عبارتند از:

۱. شرکت ایرانی تولید اتومبیل_ سایپا(سهامی عام)

۲. سازمان تامین اجتماعی

۳. سازمان گسترش و نوسازی صنایع

۴. شرکت سرمایه گذاری تامین اجتماعی

۵. سهام وثیقه ایران

۶. سهام کارکنان شرکت

نام: شرکت زامیاد (سهامی عام)

تاریخ تاسیس: ۱۳۴۲

تاریخ بهره برداری: ۱۳۴۵

فعالیت شرکت طبق اساسنامه: موضوع فعالیت شرکت طبق اساسنامه عبارت است از طراحی، ساخت (مونتاژ)، واردات، صادرات، خرید، فروش انواع ماشینهای کشاورزی، صنعتی و خودروهای سواری و کلیه قوای محرکه خودروهای بنزینی و گازوئیلی از جمله موتور، گیربکس، جعب دنده، اکسلها و میل گردان و همچنین طراحی، ساخت، واردات، صادرات، خرید و فروش انواع لوازم یدکی خودروهای مزبور و ایجاد و تاسیس تعمیرگاههای خدمات پس از فروش و فروشگاههای مربوطه و قبول نمایندگی کارخانجات و موسسات صنعتی، تجاری، خدماتی، مالی و بطور خلاصه هر نوع فعالیت صنعتی، بازرگانی و خدماتی که بطور مستقیم و یا غیر مستقیم به موضوع فعالیت شرکت مربوط باشد. سهامداران شرکت زامیاد عبارتند از:

۱. شرکت سایپا
۲. آقای حسین عابد
۳. آقای محمود طلوع مکانیک
۴. آقا حسن رضا ترکی
۵. آقای محمد علی دادرس

نام: شرکت سهامی عام صنعتی تولیدی مرتب (سهامی عام)

تاریخ تاسیس: ۱۳۳۶

تاریخ بهره برداری: ۱۳۳۷

فعالیت شرکت بر طبق اساسنامه: تاسیس کارخانه صنعتی تولیدی و ساخت و مونتاژ انواع اتومبیل‌های لندروور، سواری، کامیون، تراکتور و ساختن اطاق ماشین و یدک کش و سایر لوازم و قطعات اتومبیل و فروش محصولات این کارخانجات در داخل و خارج کشور.

فعالیت اصلی شرکت در حال حاضر تولید و فروش خودرو و دیفرانسیل پاژن (سواری وانت) و ارائه خدمات پس از فروش است. سهام شرکت مرتب در تاریخ ۷۵/۳/۲۳ در لیست نرخ‌های سازمان بورس اوراق بهادار تهران درج گردیده است. سهامداران شرکت تولیدی صنعتی مرتب عبارتند از (طبق صورتهای مالی ۷۸):

۱. شرکت تعاونی احرار
۲. محمد عبداللهی مقدم
۳. موسسه مرکزی احرار
۴. سازمان مالی گسترش مالکیت واحدهای تولیدی
۵. شرکت سرمایه گذاری ملی ایران
۶. سازمان گسترش و نوسازی صنایع
۷. سازمان مالی گسترش مالکیت واحدهای تولیدی

خلاصه اقدامات انجام شده در زمینه صنعت خودرو

۱- تشکیل ستاد سیاست‌گذاری خودرو:

این ستاد از سال ۱۳۶۹ به عنوان مجمع مشاوره‌ای برای راهبردها، به ریاست وزیر صنایع سنگین و متشکل از معاونین و برخی مشاورین وزارتخانه، مدیران مرتبط در سازمان گسترش و نوسازی صنایع ایران، مدیران عامل شرکتهای خودروساز و شرکتهای طراحی - مهندسی و کنترل کیفیت، دو هفته یکبار در جلسات کاری موضوعات مختلف مربوط به صنعت خودرو را مورد بحث و تصمیم‌گیری قرار داده است. در انجام وظایف ستاد گروههای بسیاری از کارشناسان ستادی، مشاورین خودرو و کارشناسان شرکتهای ستاد را یاری نموده‌اند.

در این ستاد استراتژی توسعه صنعت خودرو، تدوین قانون خودرو، چگونگی اصلاح و تکمیل سازمان تولید صنعت خودرو، چگونگی ارتقاء کیفیت و بهسازی در صنعت و کنترل آن و نتایج اعمال سیاستها مورد بررسی و تصمیم‌گیری قرار گرفته است.

۲- قانون خودرو:

تدوین قانون خودرو پس از انقلاب اسلامی ایران اولین قدم برای ایجاد فضای رقابتی حمایتی قابل اطمینان و پایدار برای سرمایه‌گذاری در این بخش صنعت بود. این کار از طریق تدوین قانون خودرو که سیاست مشخص، مدون و درازمدت این صنعت در کشور را تعیین نموده انجام شد. این قانون علاوه بر شناسایی نقاط ضعف و چاره‌اندیشی برای آن، موجبات تشویق و تحول شرکتهای خودروسازی و قطعه‌سازی را فراهم آورده است و علاقمندان را تشویق به سرمایه‌گذاری جدید برای تولید قطعات می‌نماید. لایحه قانون خودرو پس از مطالعات گسترده و بحث و بررسی در ستاد خودرو تقدیم هیئت دولت گردید که پس از تصویب هیئت محترم دولت به مجلس شورای اسلامی تقدیم شد و سرانجام در دی ماه ۱۳۷۱ به تصویب مجلس محترم نیز رسید.

۳- تدوین اهداف و سیاستهای توسعه صنعت خودرو :

ستاد سیاستگذاری خودرو طی حدود ۱۰۰ جلسه کار گروهی ، با بررسی دقیق مشکلات موجود ، راه حل‌های مناسب را انتخاب و به اجراء گذارد و در عمل نتایج حاصل از آنرا نیز پیگیری نمود. نتیجه نهائی تجربه کار این ستاد ، تدوین اهداف و سیاستهای توسعه صنعت خودروسازی در کشور است.

۴- اصلاح و تکمیل سازمان تولید در صنعت خودروسازی کشور :

یکی از عمده ترین موانع توسعه صنعت خودروسازی کشور ، ساختار نامناسب سازمان تولید آن بوده است. با وجود سرمایه‌گذاری سخت افزاری کلانی که در کشور صورت گرفته و نیروی انسانی ارزشمند ، سازماندهی نامناسب تولید باعث عدم بهره برداری مطلوب از آنها گردیده بود. تولید قطعات و مجموعه ها عمدتاً در داخل شرکتهای خودروساز صورت می گرفت و یا توسط خود آنها به قطعه سازها داده میشد . به دلیل کمبود کادر فنی و تخصصی در درون این شرکتهای و عدم آشنایی کامل آنها با مسائل مهندسی و دانش فنی تولید قطعات و گرفتاریهای اجرایی کارخانجات ، مشکلات قطعه‌سازها پیگیری و حل نمی شد. از طرفی مشکلات تولید در داخل انگیزه ساخت داخل را هم کم می نمود و راه حل سریعتر و کم دردسزتری که سفارش به خارج بود انتخاب می شد. شرکتهای قطعه ساز هم که اکثراً واحدهای کوچک صنعتی بودند توان رفع مشکلات نرم افزاری خود را نداشتند. مجموعه این مشکلات در سازمان تولید به اضافه سیاستهای اقتصادی - اجتماعی کشور باعث عدم رغبت خودروسازها به ساخت داخل نمودن قطعات شده بود. لذا تغییر ساختار سازمان تولید از عمده ترین اهداف این وزارتخانه در چند سال اخیر بوده است که از طریق تأسیس شرکتهایی نظیر « سازه گستر » و « ساپکو » که مسئولیت ساخت قطعات خودرو را بر عهده دارند عملی گردیده است. شرکتهای خودروساز با این شرکتهای که شرکتهای مهندسی هستند قرارداد ساخت داخل قطعات را منعقد می نمایند و وظیفه این شرکتهای پیدا کردن سازنده برای آنها ، رفع مشکلات نرم افزاری قطعه سازها و بالاخره تولید قطعه با کیفیت مناسب و تحویل آن به شرکتهای خودروساز است. این حرکت مشکلات بسیار زیادی را از سر راه تولید برداشت.

۵- تکمیل زنجیره تولید :

تولید بسیاری از قطعات و مجموعه های اساسی خودرو از قبیل موتور ، گیربکس ، اکسل ، شاسی و قالبهای بدنه در کشور امکانپذیر نبود. با بهره برداری از واحدهای جدید تولیدی مانند « شرکت چرخشگر » ، « شرکت شاسی ساز ایران » و « قالبهای بزرگ صنعتی » و واحدهای مشابه آنها ، در حال حاضر امکانات ساخت این مجموعه ها و قطعات در کشور بوجود آمده است. ضمناً جهت ساخت قوای محرکه خودرو از طریق طراحی - مونتاژ و با بکارگیری ظرفیتهای خالی واحدهای موجود ، « شرکت مگاموتور » تأسیس گردید. در حال حاضر امکان ساخت از ۲٪ تا ۸۰٪ از قطعات یک خودرو با توجه به نوع خودرو در کشور وجود دارد.

۶- ایجاد مراکز تحقیقات و نوآوری صنایع خودرو :

در جهت خود اتکائی در صنعت خودرو و به منظور ایجاد قدرت طراحی خودرو و اجزاء و قطعات آن مناسب با شرایط اقلیمی ، اجتماعی و اقتصادی کشور و ارتقاء این توان تا سطح استانداردهای بین المللی ، نیاز به تأسیس مراکز تحقیقات و نوآوری در این بخش صنعت می باشد. اولین مرکز بنام « مرکز تحقیقات و نوآوری صنایع خودرو » در سال ۱۳۷۲ تأسیس و فعالیت خود را شروع نمود.

۷- ایجاد مراکز تست و تحقیقات صنعت خودرو :

جهت انجام فعالیتهای مهندسی و تحقیقاتی در صنعت خودرو ، نیاز به وجود مراکز مجهزی برای تست و تحقیقات آن می باشد . اولین مرکز در سال ۱۳۷۲ تأسیس و تجهیزات مورد نیاز آن خریداری گردیده است.

۸- گسترش فعالیتهای مهندسی و نوآوری در شرکتهای خودروساز :

به دنبال تصویب قانون خودرو و بوجود آمدن فضای رقابتی حمایتی در صنعت خودرو و اطمینان واحدهای خودروساز از تداوم سیاستهای تدوین شده ، فعالیتهای گسترده ای جهت ارتقاء کیفیت محصولات تولیدی ، بهسازی محصول ، افزایش ظرفیت تولید و تعمیق ساخت داخل در اکثر شرکتهای خودروساز شروع گردیده است. به برخی از اقدامات انجام شده در پاره ای شرکتهای شامل طرح بهسازی و مدرنیزه کردن پیکان ، تعمیق ساخت داخل پژو و ساخت مینی بوس و اتوبوس شهری و بین شهری جدید در شرکت ایران خودرو دیزل ، اقدامات اصلاحی در

شرکت سایپا و ساخت داخل سه محصول در آن شرکت، نوآوریهای شرکت پارس خودرو در مورد جیب صحرا، اقدامات شرکت شهاب خودرو در مورد ساخت داخل اتوبوسهای جدید و اقدامات شرکت هپکو در جهت خودتکایی و ساخت داخل قطعات ماشین آلات راهسازی میتوان اشاره نمود.

۹- تدوین استانداردهای مورد نیاز در صنعت خودرو:

یکی از اساسی ترین فعالیتهایی که در جهت توسعه صنعت خودرو در کشور و ارتقاء کیفیت محصولات تولیدی بایستی صورت گیرد تدوین استانداردهای مورد نیاز صنعت است. که در این رابطه نیز اقدامات گسترده ای صورت گرفته است.

۱۰- بازرسی و کنترل کیفیت محصولات تولیدی:

یکی از وظایف اصلی دولت تدوین سیاستها و نظارت بر انجام فعالیتهایی است که منجر به تولید محصولات با کیفیت مناسب گردد. هر چه شرایط رقابتی بین تولیدکنندگان کمتر باشد نظارت بیشتری لازم است. با توجه به مشکلات ارزی و تغییرات مکرر در سیاستهای اقتصادی، مالی و ارزی کشور، شرایط حاکم بر برخی واحدهای تولیدی خودرو هنوز شرایط کاملاً رقابتی و آزاد نیست، لذا در طی چند سال گذشته اقدامات اساسی صورت گرفته که شرحی از آن در بخش بررسی کیفیت خودرو ارائه میگردد.

۱۱- تضمین خدمات پس از فروش خودرو:

براساس قانون خودرو، مسئولیت سیاستگذاری و نظارت بر خدمات پس از فروش خودروهای وارداتی و ساخت داخل به عهده وزارت صنایع سنگین وقت بوده است. در طول دو سال گذشته اقدامات اساسی و گستردهای در این زمینه انجام شده که شرح مختصر آن در بخش خدمات بعد از فروش در محدوده خودرو ارائه میگردد.

۱۲- کاهش آلودگی هوا:

حفظ محیط زیست از مهمترین مسئولیتهای دولت است. عمر زیاد ناوگان حمل و نقل زمینی در کشور، مشکلات تعمیراتی خودروها و تکنولوژی عقب مانده بسیاری از آنها باعث گردیده که خودروها مخصوصاً در

شهرهای بزرگی مثل تهران بیشترین آلودگی را در محیط زیست ایجاد نمایند. وزارت صنایع و معادن در طول چند سال گذشته اقدامات گسترده ای را برای کاهش آلودگی محیط زیست توسط خودروها بعمل آورده است.

۱۳- ایجاد تشکلهای لازم در صنعت خودرو:

به منظور همبستگی بیشتر بین شرکتهای خودروساز و قطعه ساز، در جهت رفع مشکلات نرم افزاری، جمع آوری اطلاعات، انتقال دانش فنی، بازاریابی صادراتی و بالاخره دفاع از منافع حرفه ای خود اقداماتی در جهت ایجاد تشکلی در مورد شرکتهای خودروساز و همچنین شرکتهای قطعه ساز خودرو و خدمات بعد از فروش بعمل آمده است.

۱۴- سرمایه گذاری شرکتهای خارجی:

تجربه کشورهای در حال توسعه نشان میدهد که سرمایه گذاری شرکتهای خارجی باعث تسریع در روند انتقال و جذب تکنولوژی، ارتقاء کیفیت محصول و ورود به بازارهای بین المللی می شود. اثرات مثبت این امر در مورد برخی از رشته های صنعت مانند صنعت خودرو بسیار مشهودتر می باشد. در سالهای اخیر مخصوصاً پس از اعلام موافقت دولت با سرمایه گذاری بخش خصوصی در صنعت خودرو و تصویب قانون خودرو مذاکرات زیاد و متعددی با برخی شرکتهای خودروساز جهان برای سرمایه گذاری مشترک در ایران جهت تولید خودرو بعمل آمده است، از جمله شرکتهای بنز، ولو، پژو، دی وو، کرایسلر، فولکس واگن و ولی تنها یک مورد آنها به مراحل اجرا رسیده است که مشارکت شرکت خودروسازی کرمان با شرکت دی وو از کره جنوبی است که قرارداد مشارکت توسط سازمان سرمایه گذاری به تصویب رسیده و به تصویب هیئت محترم وزیران نیز رسیده است. بقیه مذاکرات متأسفانه به نتیجه عملی نرسیده و دلیل عمده آن بلاتکلیفی سیاستهای پولی، ارزی و اقتصادی کشور، ابهامات در قانون سرمایه گذاری خارجی و برخی مسائل سیاسی اقتصادی دیگر است.

امید است که با رفع مشکلات مذکور و افزایش توانمندیهای فنی مهندسی در واحدهای تولیدی و قطعه سازها، زمینه برای مشارکت با شرکتهای خودروساز جهانی در تولید خودرو و قطعات آن فراهم آید.

اهم نتایج حاصل از اعمال قانون خودرو :

- ۱- ایجاد انگیزه در واحدهای خودروساز به منظور بهسازی خطوط تولید و تشویق به سرمایه گذاری جدید در جهت بهسازی و توسعه آن .
- ۲- با توجه به اینکه قیمت تمام شده خودروهای وارداتی با اعمال قانون خودرو نسبتاً بالاتر تمام می شد (البته برخی از عوامل ابتدای قانون خودرو و محدودیت ها تغییر یافته و لذا حمایت قانون خودرو کم رنگتر شده است). از طرف دیگر سازندگان قطعات و خودروسازها می توانستند از مزایای قانون خودرو استفاده نمایند و این انگیزه‌ای برای تشویق ساخت داخل و سرمایه گذاری شرکتهای داخلی و بعضاً خارجی می گردید.
- ۳- تدوین رویه برای شرکتهای واردکننده خودرو در جهت حفظ منافع خریداران ، کاهش آلودگی هوا و ارائه خدمات پس از فروش در سطحی گسترده و تعریف شده و قابل قبول .

توسعه صنعت خودرو :

در سال ۱۳۸۰ با توجه به سیاستهای جدید در جهت آزادسازی ، اهداف و سیاستهای توسعه صنعت خودرو بصورت ذیل تدوین یافت.

اهداف و سیاستهای توسعه صنعت خودرو :

۱- اهداف

- ۱-۱- رقابت پذیر شدن صنعت خودرو کشور با شاخصهای ذیل :
- دستیابی به تراز ارزی در صنعت خودرو از طریق گسترش ساخت داخل و افزایش صادرات خودرو ، قطعات و مجموعه‌های مربوطه در زمینه های مزیت دار و با موازین اقتصادی
- فروش حداقل ۲۵٪ خودروهای تولیدی کشور در بازار جهانی با اولویت حضور در شبکه فروش شرکتهای اصلی .
- ۱-۲- توسعه پایگاههای ساخت خودرو در کشور با تأکید بر :
- توسعه صنعت قطعه سازی در زمینه های برخوردار از مزیت رقابتی .

- تولید خودروهای با علامت تجاری (Brand) داخلی و تعمیق درصد ساخت داخل با حفظ مزیت رقابتی در سطح جهان .

۱-۳- تأمین رضایت مشتری از طریق عرضه خودرو متناسب با درخواست مشتری در بازار داخلی و با تنوع قیمتی و کارائی متناسب با تقاضای بازار و خدمات پس از فروش هم تراز با کشورهای اتحادیه اروپا .

۱-۴- دستیابی و تداوم انطباق با استانداردهای زیست محیطی و معیارهای متوسط مصرف سوخت خودروهای روز اتحادیه اروپا .

سیاستهای توسعه صنعت خودرو:

- ۱- برقراری تشویق صادرات متناسب برای صادرات خودرو .
- ۲- برقراری و اعمال تعرفه های گمرکی برای حمایت مؤثر از تولید داخلی رقابت پذیر و توسعه همکاری برای مشترک سازی مجموعه ها و پلت فورم .
- ۳- حذف عوارض و مالیاتهای ناظر بر تولید خودرو .
- ۴- برقراری مشوق ها و جریمه های مالی متناسب با میزان انحراف از معیارهای تعیین شده برای مصرف سوخت آلاینده گی و استانداردهای عملکرد .
- ۵- تعیین حداقل معیارهای خدمات پس از فروش .
- ۶- تهیه و انتشار گزارش های ادواری و مقایسه ای از کارآئی و ویژگیهای عملکردی و میزان انحراف از استانداردهای زیست محیطی و معیارهای مصرف سوخت خودروهای تولیدی کشور .
- ۷- استقرار استانداردهای سیستم های ملی هم تراز با استانداردهای اتحادیه اروپا ، یا استانداردهای اتحادیه اروپا در زمینه های ایمنی و عملکردی .
- ۸- استقرار استانداردهای سیستم های مدیریت کیفیت و زیست محیطی در صنعت خودرو .
- ۹- استفاده از درآمدهای گمرکی ناشی از واردات خودرو و قطعات منفصله در راستای ارتقاء کیفیت و تشویق صادرات خودرو و قطعات آن .
- ۱۰- تشویق و ارتقاء آگاهی جامعه برای استفاده از خودروهای کوچک و کم مصرف .
- ۱۱- ایجاد ثبات در سیاستهای صنعت خودرو مبتنی بر اصول شفاف و متکی بر موازین انگیزشی و غیرمداخله ای

حمایت از حقوق مصرف کنندگان و پاسخگویی به انتظارات جامعه در مورد عرضه خودرو با کیفیت ، عملکرد ، قیمت رقابتی و خدمات پس از فروش مطلوب

تعیین نقاط قوت و ضعف تکنولوژیهای مورد استفاده در ایران و مقایسه با کشورهای جهانی :

برخی از نقاط ضعف تکنولوژیهای مورد استفاده در صنعت خودرو:

- ۱- عمر تکنولوژی ساخت برخی خودروها از چند دهه بالاتر است.
- ۲- بعضاً فقط در کشور ما عرضه می شود ، لذا تأمین و یا اصلاح برخی از نیازهای فنی و تکنیکی را مشکل ساخته است.
- ۳- صرف وقت روی آنها حاصل چندانی برای آینده این صنعت ندارد.
- ۴- هزینه تولید با این روشهای تولید بالا است.
- ۵- کیفیت مطلوب را ارائه نمی دهد
- ۶- قابل تطبیق با استانداردهای جاری نیست.
- ۷- با اینگونه تولیدات امکان صادرات وجود ندارد.
- ۸- استفاده از تکنولوژی چند دهه قبل موجب افزایش هزینه می شود.

نقاط قوت برخی از تکنولوژیهای مورد استفاده در صنعت خودرو

- ۱- طیف وسیعی از تکنولوژیهای قدیم و جدید در این صنعت وجود دارد.
- ۲- میتوان از تکنولوژیهای قدیم به عنوان پله ای برای جهش و دستیابی به تکنولوژیهای جدید بهره گرفت.
- ۳- متناسب با برخی از سازو کارهای تولید ماست.
- ۴- اگر درست مدیریت کنیم میتوان به عنوان یک تجربه مفید باشد.
- ۵- وجود تکنولوژی جدید در کشور میتواند عامل جذب سرمایه جدید شود.
- ۶- وجود تکنولوژی جدید در کشور میتواند تقویت صادرات کشور را فراهم آورد.
- ۷- وجود تکنولوژی جدید در کشور میتواند در توسعه بازار داخلی مؤثر واقع شود.
- ۸- وجود تکنولوژی جدید در کشور میتواند در کاهش هزینه تولید مؤثر واقع شود.

۹- وجود تکنولوژی جدید در کشور میتواند توسعه منابع انسانی باشد.

مشکلات و ننگ‌های صنعت خودرو:

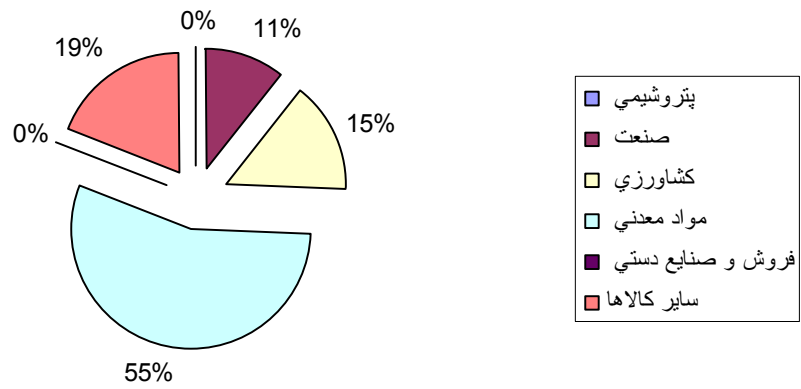
- ۱- بالا بودن قیمت محصول که در نتیجه هزینه‌های سربار کارخانجات و تیراژ تولید پائین همزمان با تعمیق ساخت داخل صورت می‌گیرد.
- ۲- نداشتن کیفیت مناسب
- ۳- مصرف بالای سوخت و آلاینده‌گی
- ۴- محدودیت سیستم بانکی در تأمین نقدینگی کارخانجات
- ۵- دولتی بودن سیستم اداره کارخانجات بزرگ خودروسازی
- ۶- تنوع تولید در تیراژ پایین و همزمان تأکید بر تعمیق ساخت داخل
- ۷- تغییرات سریع در قوانین و عدم وجود سیاستها و استراتژی بلند مدت و عدم ثبات در قوانین
- ۸- عدم تربیت و آموزش نیروی انسانی متناسب با نیاز این صنعت
- ۹- عدم فراگیر شدن استانداردهای تشویقی و اجباری
- ۱۰- عدم رشد زیرساختهای کشور همگام با رشد تقاضا و عرضه خودرو
- ۱۱- عدم وجود سیاستهای مبتنی بر مشتری مداری
- ۱۲- تعدد مراکز تصمیم گیری و تضاد در قوانین و عدم یافتن الگوی مناسب و عدم تسلط در مدیریت و هدایت کارها
- ۱۳- عدم وجود شرایط لازم در جذب سرمایه های خارجی, عدم وجود تجهیزات و نیروی انسانی ماهر در بخش خدمات پس از فروش

۱-مقایسه ارزش و سهم ارزشی صادرات گروههای مختلف کالاهای غیرنفتی در سال ۸۵ با سال

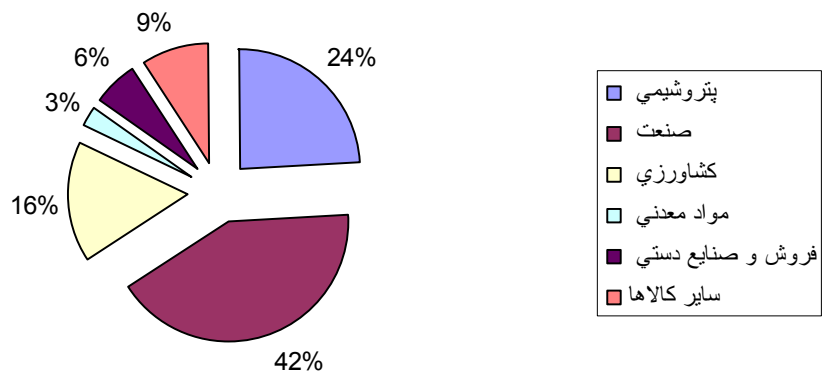
قبل

درصد تغییرات		سال ۸۵		سال ۸۴		گروههای کالایی	مختلف
سهم ارزش	ارزش	سهم	ارزش (میلیون دلار)	سهم	ارزش (میلیون دلار)		
۵۷٪	۱۴٪	۳۹	۶۱۰	۲۴	۲۵۳۷	پتروشیمی	
۱۵	۱۸	۳۲	۵۱۰۰	۴۱	۴۳۱۳	صنعت	
۸	۲۵	۱۳	۲۰۷۰	۱۶	۱۶۵۰	کشاورزی	
۸	۹۱	۵	۸۵۰	۳	۴۴۵	مواد معدنی	
-۲۱	-۱۸	۳	۵۲۸	۶	۶۴۱	فروش و صنایع دستی	
۵	۳۲	۷	۱۱۵۲	۹	۸۷۰	سایر کالاها	
-	۵۱	۱۰۰	۱۵۸۰۹	۱۰۰	۱۰۴۵۶	جمع کل	

سهم بخشهای مختلف اقتصادی از صادرات در سال 85



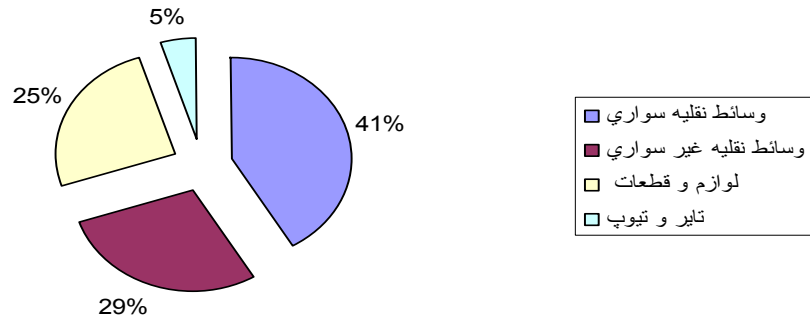
سهم بخشهای مختلف اقتصادی از صادرات کالاهای غیر نفتی در سال 84



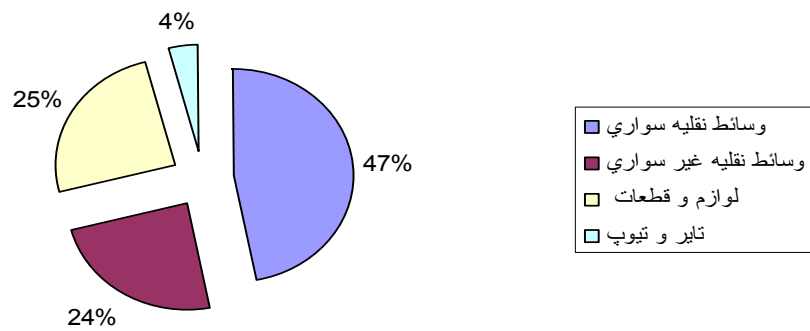
۲-مقایسه ارزش دلاری صادرات صنعت خودرو در سال ۸۵ با سال قبل

درصد تغییرات		سال ۸۵		سال ۸۴		عنوان
		ارزش	سهم	ارزش (هزار دلار)	سهم	
۶۲	۶۹	۳,۷	۱۸۶۶۶۲	۲,۶	۱۱۰۳۹۹	وسائط نقلیه سواری
۱۴	۲۲	۱,۹	۹۷۰۲۷	۱,۸	۷۹۷۶۱	وسائط نقلیه غیر سواری
۷۵	۴۹	۵,۶	۲۸۳۶۸۹	۴,۴	۱۹۰۱۶۰	جمع وسائط نقلیه
۲۵	۴۴	۲	۱۰۱۳۲۳	۱,۶	۷۰۳۱۴	لوازم و قطعات
۱۰۱	۴۸	۷,۵	۳۸۵۰۱۲	۶	۲۶۰۴۷۴	جمع وسائط نقلیه و قطعات
-۱	-۴	۰,۳	۱۴۲۰۶	۰,۳	۱۴۸۶۴	تایر و تیوپ
۱۰۰	۴۵	۷,۸	۳۹۹۲۱۸	۶,۴	۲۷۵۳۳۸	جمع انواع وسائط نقلیه، قطعات و تایر و تیوپ
-	۱۸	۱۰۰	۵۰۹۹۸۰۰	۱۰۰	۴۳۱۲۹۰۰	جمع کل صادرات صنعتی

ارزش دلاري صادرات صنعت خودرو در سال 84



ارزش دلاري صادرات صنعت خودرو در سال 85

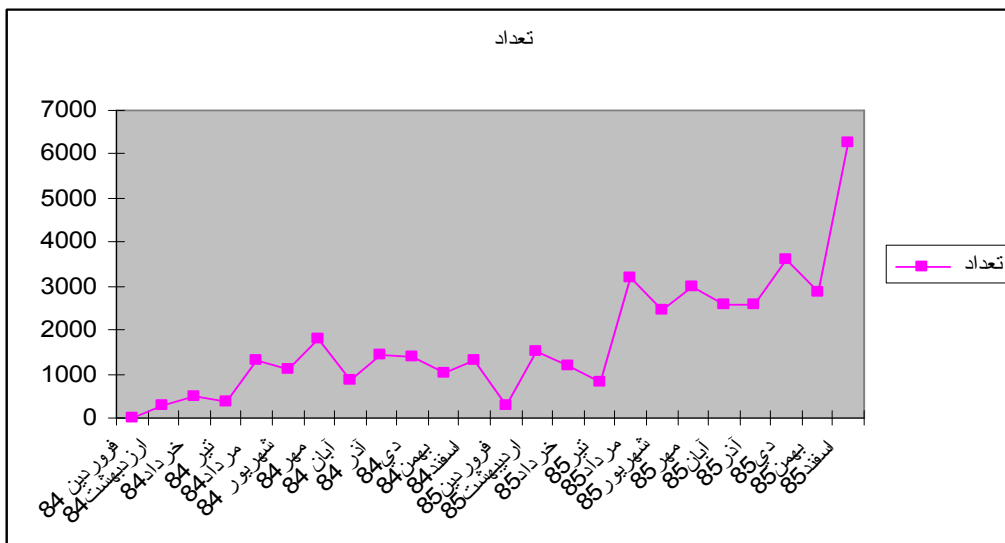


روند واردات خودرو در سال ۱۳۸۴-ارزش (میلیون دلار)

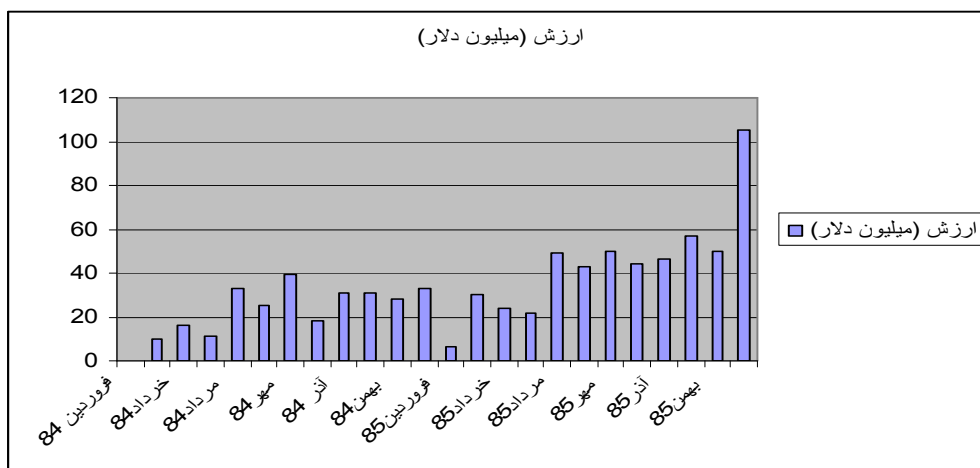
اسفند	بهمن	دی	آذر	آبان	مهر	شهریور	مرداد	تیر	خرداد	اردیبهشت	فروردین	
۱۳۰۷	۱۰۱۶	۱۳۹۳	۱۴۳۶	۸۵۲	۱۸۲۱	۱۱۱۹	۱۲۹۶	۳۷۹	۵۰۸	۳۰۱	۰	تعداد
۳۳	۲۸	۳۱	۳۱	۱۸	۳۹	۲۵	۳۳	۱۱	۱۶	۱۰	۰	ارزش

روند واردات خودرو در سال ۱۳۸۵-ارزش (میلیون دلار)

اسفند	بهمن	دی	آذر	آبان	مهر	شهریور	مرداد	تیر	خرداد	اردیبهشت	فروردین	
۶۲۷۸	۲۸۶۷	۳۶۰۱	۲۵۷۱	۲۵۶۵	۲۹۷۵	۲۴۴۷	۳۲۱۳	۸۲۶	۱۱۸۳	۱۵۰۳	۲۹۰	تعداد
۱۰۵	۵۰	۵۷	۴۶	۴۴	۵۰	۴۳	۴۹	۲۲	۲۴	۳۰	۶	ارزش



رندواردات خودرو (تعدادی) از سال ۸۴ تا ۸۵



رندواردات خودرو (ارزشی) از سال ۸۴ تا ۸۵

صادرات و واردات صنعت خودرو:

الف: صادرات صنعت خودرو

در سال ۸۵ حدود ۴۰۰ میلیون دلار صادرات صنعت خودرو بوده و از نظر ارزشی نسبت به مدت مشابه سال قبل از رشدی معادل ۴۵ درصد برخوردار شده و بخش صنعت خودرو ۷,۸ درصد صادرات صنعتی در سال ۸۵ را شامل می شود. صادرات صنعت خودرو، شامل چهار بخش وسائط نقلیه سوار، غیر سواری، لوازم و قطعات و تایر و تیوپ است.

وسائط نقلیه سواری: این بخش با صادرات ۱۸۶ میلیون دلاری خود نسبت به مدت مشابه سال قبل از رشد ۶۹ درصدی برخوردار بوده و از کل صادرات صنعتی ۳,۷ درصد را سهم شده است.

وسائط نقلیه غیر سواری: این بخش با صادرات حدود ۹۷ میلیون دلاری خود نسبت به مدت مشابه سال قبل از رشد ۲۲ درصدی برخوردار بوده و ۱,۹ درصد از صادرات صنعتی را به خود اختصاص داده است.

لوازم و قطعات: این بخش با صادرات بیش از ۱۰۱ میلیون دلار و رشد ۴۴ درصدی نسبت به مدت مشابه سال قبل، تنها ۲ درصد از کل صادرات صنعت را شامل می شود.

تایر و تیوپ: این بخش با صادرات ۱۴ میلیون دلاری و کاهش رشد ۴ درصدی، با ۳ درصد کمترین سهم از کل صادرات صنعتی را به خود اختصاص داده است. گفتنی است که جمع کل صادرات صنعتی سال ۸۵ حدود ۵,۱ میلیارد دلار بوده است.

ب- واردات خودرو:

براساس گزارشهای رسمی گمرک جمهوری اسلامی ایران، ۶۲۷۸ دستگاه خودرو سواری به ارزش ۱۰۵ میلیون دلار در اسفند ۸۵ وارد کشور شده است که نسبت به مدت مشابه سال قبل به ترتیب از افزایش ۳۸۰ و ۲۱۸ درصدی درصدی برخوردار بوده است. همچنین از سال ۸۵ تا کنون ۳۰۳۱۹ دستگاه خودرو سواری به ارزش ۵۲۶ میلیون دلار وارد کشور شده است که نسبت به مدت مشابه سال قبل، از نظر تعدادی ۱۶۵ درصد و از لحاظ ارزشی ۹۱ درصد رشد داشته است. در سال ۸۵، کل واردات کالا به کشور حدود ۴۱ میلیارد دلار بوده که نسبت به سال قبل ۴،

درصد رشد داشته است. این رشد برای صادرات نیز قابل مشاهده است (۵۰ درصد). در سال ۸۵ با وجود کاهش درصد رشد تراز ارزی کشور منفی است. به گونه ای که در سال ۸۴ تراز ارزی کشور منفی ۲۹ میلیارد دلار بوده که با افزایش صادرات منفی ۲۵ میلیارد رسیده است. واردات در سال ۸۵ نسبت به سال قبل ۹۱ درصد رشد داشته است. این رشد برای صادرات نیز مشاهده می شود (۶۹ درصد)، اما بعلاوه رشد بالای واردات نسبت به صادرات، کسری تراز تجاری برای صنعت خودرو نسبت به سال ۸۴ وضعیت بدتری یافته است. به گونه ای که رقم کسری تراز تجاری خودرو از منفی ۱۶۵ میلیون دلار در سال ۸۴ با ۱۰۶ درصد افزایش به بیش از منفی ۳۴۰ میلیون دلار رسیده است.

استراتژی رقابتی:

در گزارش رقابت پذیری **WORLD COMPETITIVENESS REPORT** که هر ساله توسط مجمع جهانی اقتصاد (WEF) و موسسه بین المللی توسعه مدیریت (IMD) منتشر می شود، رقابت پذیری بدین گونه تعریف شده است "توانایی یک شرکت یا کشور در ایجاد ثروت بیشتر در مقایسه با رقبای بازار جهانی". در سطح صنعت، بنگاهی را رقابت پذیر می گویند که می تواند با حفظ نرخ سودآوری قابل قبول برای سهامداران، سهم بازار خود را افزایش دهد. پس رقابت پذیری دارای دو جنبه افزایش سهم بازار و سودآوری است. بنابراین رقابت پذیری صنعت خودرو را می توان توانایی شرکت های فعال در این صنعت در دستیابی و افزایش سهم در بازارهای جهانی (از جمله بازار داخلی در شرایط برابر رقابتی، بدون برخورداری از حمایت دولتی) با حفظ نرخ قابل قبول سودآوری تعریف کرد. طبق این تعریف، زمانی می توان صنعت خودرو داخلی را رقابت پذیر دانست که در شرایط رقابت آزاد با رقبای خارجی نه تنها بتواند سهم خود در بازار (داخلی و صادرات) را حفظ کند بلکه همچنان سودآور باقی بماند و به فعالیت خود ادامه دهد. مقایسه قیمت ها و سطح کیفی محصولات رقیب در بازار جهانی خودرو نشان می دهد که در شرایط کنونی صنعت خودرو داخلی رقابت پذیر نیست. فکر رقابتی شدن در بخش مدیریت اجرایی کشور به نیمه دوم دهه ۶۰ بر می گردد. تا سال ۱۳۷۶ بسیاری از سازوکارهای اقتصادی بر اساس مرکزیت دولت قرار داشت. اما از سال ۱۳۷۶ به بعد بتدریج بنگاه ها و فضای کسب و کار مورد توجه قرار گرفتند. کانون ها و دستاوردهای صنعتی شکل گرفت و وزارت صنایع نیز به مدت ۳ سال است که به مساله رقابت پذیری به عنوان یک مساله محوری نگریسته است. بطور کلی در ایران با فضای رقابتی فاصله زیادی وجود دارد و علت اساسی آن این است که بازیگر اصلی و عمده این میدان دولت است.

برطبق آمار موجود در حال حاضر ۳۰ شرکت خودرو سازی در زمینه تولید انواع خودرو فعالند. از میان برخی از آنها صرفاً در تولید یک نوع خودرو و برخی دیگر در تولید بیش از یک نوع خودرو به رقابت با یکدیگر می پردازند. هر چند تنوع و تعدد شرکتهای فعال خودرو سازی اینگونه بیع ذهن متبادر می نماید که بازار مزبور تا حد زیادی باید دارای ویژگیهای یک بازار رقابتی باشد، لیکن بررسی ها نشان می دهد بسیاری از آنها شرکتهای کوچک و با سطح تولید اندک، مجال چندانی برای ابراز وجود نیافته اند. شاهد این مدعا، تنوع اندک خودروهای داخلی هستند که همه روزه در سطح خیابان های شهر های کشور تردد می کنند. هر چند که به سبب تنوع خودروهای تولیدی توسط شرکت ها، مقادیر تولید آنها جمع پذیر نبوده و با اسودگی خیال میزان تولید کل شرکتهای را با یکدیگر مقایسه نمود، لیکن از سهم جمع تولید هر شرکت به کل تولید شرکتهای سازنده بعنوان یک شاخص اولیه (هر چند ناقص)، جهت مقایسه بزرگی و کوچکی شرکتهای فعال در زمینه خودرو و کسب درکی اولیه از درجه انحصار این بازار استفاده می گردد، تا در بخش های بعدی این امر با شاخص های دقیقتر و قویتر مورد مذاقه قرار گیرد. آنچنانکه آمارها نشان می دهند شرکتهای ایران خودرو بیشترین حجم تولید را در میان خودروسازهای داخلی دارند و سایر شرکتهای فعال در زمینه خوردو سهم کمتری از بازار را در دست دارند. در کل بررسی ها نشان می دهد علی رغم اینکه شرکتهای خوردو ساز زیادی در کشور مشغول به فعالیتند اما انحصار تولید در اختیار دو خوردو ساز بزرگ یعنی ایران خودرو و سایپا قرار دارد.

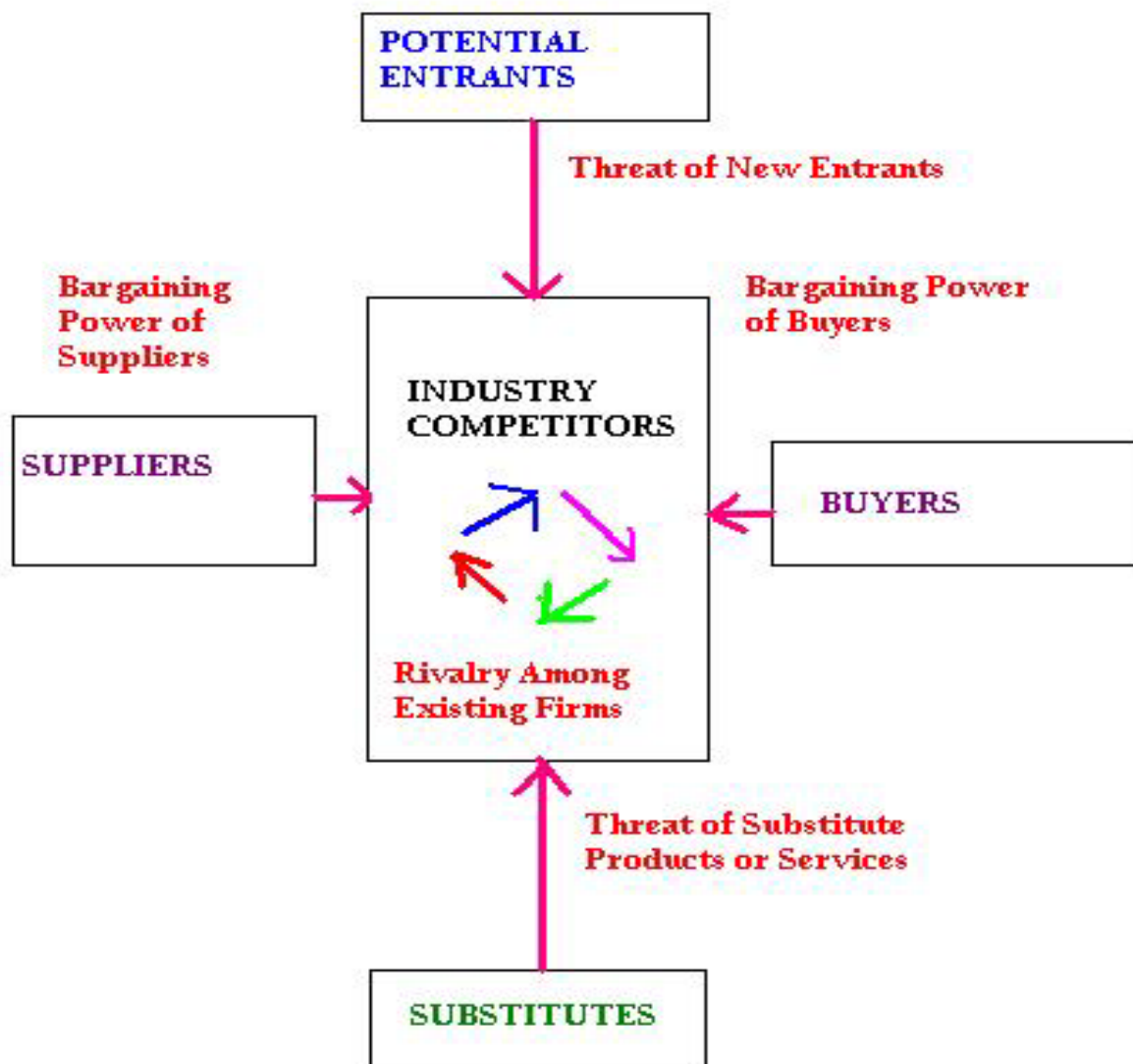
مدل رقابتی پورتر:

شدت رقابت در یک صنعت را نمی توان به تصادف و یا به بدشانسی ربط داد، بلکه رقابت در یک صنعت ریشه در ساختار پایه ای اقتصاد آن دارد فراتر از عملکرد رقبا موجود می باشد. ماهیت رقابت در یک صنعت بستگی به پنج عامل اساسی رقابتی دارد که در تصویر زیر نشان داده شده است.

الف- رقبا بالقوه:

رقبای تازه وارد به یک صنعت ظرفیت های جدیدی، تمایل به گرفتن سهم بازار، تنوع و اغلب منابع جدید با خود می آورند. با این وجود ممکن است قیمت ها کاهش یابند و یا هزینه های فعلی افزایش یابند و در نتیجه میزان سوددهی پایین بیاید. بنابراین مادر تدوین استراتژی باید تهدید ورود رقبا بالقوه را هم مد نظر داشته باشیم. تهدید ورود به

یک صنعت بستگی به موانع حاضر بر سر راه ورود به آن و واکنش رقبای موجود در آن دارد که شرکت تازه وارد انتظار آنرا می تواند داشته باشد. اگر موانع زیاد باشند و یا شرکتهای تازه وادر انتظار برخورد انتقامجویانه از طرف رقبای موجود را داشته باشد، خطر ورود پایین خواهد بود.



مدل پورتر-نیروهای پیش برنده رقابت در صنعت

شش منبع اصلی برای موانع ورود وجود دارد :

۱. مزیت مقیاس
۲. تمایز محصول
۳. نیاز به سرمایه
۴. هزینه های تغییر
۵. دسترسی به کانالهای توزیع
۶. ساستهای دولت

در صنعت خودرو ایران موانع به قرار زیر هستند:

۱. نیاز به سرمایه :

نیاز به حجم بالای منابع مالی برای سرمایه گذاری جهت رقابت در این صنعت باعث ایجاد نوعی مانع ورود شده است. علاوه بر سرمایه بالا برای خرید تجهیزات تولیدی، می توان به سرمایه مورد نیاز جهت تبلیغات و تحقیق و توسعه^۱.... نیز اشاره کرد.

۲. مزیت مقیاس:

مزیت مقیاس عبارت است از کاهش هزینه متوسط تولید یک محصول (یا عملکرد و فعالیتی که در تولید یک محصول صورت می گیرد) به موازات افزایش حجم مطلق تولید در واحد زمان . مزیت مقیاس به شرکت تازه وارد، آنرا مجبور می سازد که برای ورود در سطح انبوه اقدام کند و خطر واکنش قوی شرکتها موجود در بازار را بپذیرد و یا در سطح محدود وارد شود و تاوان ناشی از هزینه های بالای تولید را پردازد که البته هر دو گزینه ناخوشایند هستند.

¹ Research and development

در صنعت خودرو ایران با توجه به :

- هزینه بسیار بالای مواد اولیه نسبت به سطح بین المللی
- هزینه های مونتاژ خودرو در داخل بسیار بالاست (۱۲۰۰ تا ۱۵۰۰ یورو در هر دستگاه نسبت به ۲۰۰ تا ۳۰۰ یورو در رومانی و ترکیه)

و عوامل دیگر ورد رقیب جدید باید در سطح تولید انبوه باشد که در اینصورت با واکنش شدید رقبای موجود مثل ایران خودرو، سایپا و بهمن خودرو که دارای بیشترین سرمایه در بازار بورس اوراق بهاردار می باشند، روبرو خواهد شد و در صورت تولید در سطح محدود با توجه به بالا بودن هزینه های اولیه ساخت و... رقیب تازه وارد متضرر می گردد. بنابراین مزیت مقیاس در صنعت خودرو ایران مانع خیلی مهمی است.

چنانچه از امارها مشخص است علی رغم اینکه تولید خودرو توسط اغلب شرکتهای خودرو سازی کشور رشد قابل توجهی داشته، لیکن بجز شرکتهای ایران خودرو و سلیپا که بترتیب به سطح تولید ۵۲۳۸۰۳ و ۲۹۱۵۳۳ هزار دستگاه خودرو در سال ۱۳۸۵ دست یافته اند بقیه شرکتهای کمتر از این مقدار خودرو در سال تولید می کنند. بعبارتی دیگر این شرکتهای هیچ کدام تولیدشان اقتصادی نبوده و صرفا با انتقال هزینه های بالای تولیدی به مصرف کنندگان، در صحنه تولید خودرو در کشور فعالیت می کنند. نیل به صرفه های مقیاس از آن جهت اهمیت ویژه دارد که باعث می شود انواع هزینه های تولید و بویژه هزینه های ثابت، در حد اقتصادی سرشکن شده و منجر به امکان عرضه محصول در سطح قیمتی مناسب و قابل رقابت با سایرین گردد. در غیر اینصورت محصول تولیدی باید از ویژگیهای کیفی خاص و فوق العاده ای برخوردار باشد تا جذب مشتریان ویژه ای، بتواند به زندگی اقتصادی خود استمرار بخشد.

۳. تمایز محصول:

منظور از تمایز محصول این است که شرکتهای تثبیت شده در بازار دارای علامت شناخته شده بازرگانی و اعتماد مشتری هستند که این خود ریشه در تبلیغات گذشته، خدمات به مشتریان و تنوع محصولات دارد و یا شاید در اینکه شرکت تولید کننده اولین شرکت در آن صنعت بوده است. تمایز در محصول نوعی مانع بر سر راه ورود ایجاد می

کند و شرکت تازه وارد را وادار می کند برای تامین علائق مشتری هزینه های فراوانی صرف کند. تلاش برای غلبه بر این مانع مستلزم تحمل خسارتهای شروع فعالیت می باشند و اغلب زمان زیادی را می طلبد در ایران با توجه به عدم تمایل به سرمایه گذاری بلند مدت و پر خطر (ریسک گریزی) و تمایل شدید به سرمایه گذاری کوتاه مدت که عمدتاً با بازده بالا و ریسک کم و لی غیر مولد و همچنین حضور نامهای تجاری متمایزی همچون ایران خودرو، سایپا، بهمن خودرو و سختی غلبه بر این مانع را دو چندان می کند.

۴. دسترسی به کانالهای توزیع :

نوعی دیگر از مانع ورود ممکن است بواسطه نیاز رقیب جدید در تامین توزیع کالای خود ایجاد شود. در ایران با توجه به اینکه کانالهای اصلی توزیع محصولات نمایندگیهای فروش شرکتهای و نمایشگاههای هستند و قویترین کانالهای توزیع در اختیار شرکتهایی مثل ایران خودرو و سایپا می باشد شرکتهای جدید می بایستس دیگر کانالها را قانع کنند که محصولاتشان را از طریق تخفیف در بها و مشارکت در هزینه تبلیغ و ... بپذیرند که این خود باعث کاهش سود می شود بنابراین دسترسی به این کانالها مانعی سخت برای ورود رقبای تازه وارد است.

ب- توان چانه زنی خریداران :

توان هر گروه از مشتریان مهم یک صنعت بستگی به ویژگی های موقعیتی آن مشتری در بازار و همینطور اهمیت نسبی خریدارهای او از صنعت در مقایسه با کل فعالیتهای آن دارد. اگر شرایط زیر فراهم آید، گروه خریدار از توان بالایی برخوردار خواهد بود.

- اگر حجم خرید خریدار بالا و متناسب با فروش فروشنده باشد.
- اگر خریدار موجب تهدید قابل اعتنایی از ادغام رو به عقب شوند.
- اگر خریدار اطلاعات کامل داشته باشد.
- اگر محصولاتی که خریداری می شود استاندارد یا فاقد تمایز و تنوع باشند.

- اگر محصولاتی که از صنعت خریداری می شود بخش عمده ای از هزینه ها یا خریدهای مشتری را شامل می شود.

- اگر محصول صنعت نقش ضعیفی در کیفیت خدمات و محصولات خریدار داشته باشد.

در صنعت خودرو ایران با توجه به :

- عدم توانایی مالی خریداران (نمایشگاهها، مردم ...) جهت تهدید ادغام رو به عقب

- پایین بودن حجم خرید خریداران که متناسب با فروش فروشندگان نیست

- کمبود اطلاعات خریداران در مورد هزینه های ساخت

- نبود یا ضعف حضور کالاهای جایگزین ...

در کل قدرت چانه زنی خریداران خیلی پایین است .

ج- قدرت چانه زنی تامین کنندگان :

تامین کنندگان می توانند توان چانه زنی خود را به شرکتهای درون یک صنعت تحمیل کنند. آنها معمولاً این کار را از طریق تهدید به افزایش قیمت یا کاهش کیفیت کالای خریداری شده و خدمات انجام می دهند. اگر شرایط زیر فراهم باشد گروه تامین کنندگان قدرتمند ظاهر خواهد شد :

- اگر گروه تامین کننده در کنترل چند شرکت محدود باشد و نسبت به صنعتی که به آن می فروشد متمرکزتر باشد.

- اگر شرکت مجبور نباشد برای فروش محصول خود به صنعت با دیگر محصولات جایگزین رقابت کند.

- اگر صنعت مشتری مهمی برای محصولات گروه تامین کننده نباشد.

- اگر محصول تامین کننده درون داد مهمی برای کسب و کار خریدار بشمار می آید .

- اگر محصول گروه تامین کننده دارای تمایز و تنوع باشد و یا با ایجاد هزینه های جابجایی منجر شود .

- اگر تامین کننده باعث ایجاد گونه ای تهدید حتمی برای ادغام رو به جلو شود.

د- محصولات جایگزین :

محصولات جایگزین با ایجاد سقفی برای قیمت هایی که شرکتها می توانند با هدف سود آوری برای محصولات خود بگذارند، بازدهی بالقوه صنعت را محدود می کنند. هر چه قیمت کالاهای جایگزین مناسب تر باشد می تواند در تصمیم گیری در مورد این امر که آیا لازم است صنعت از طریق استراتژیک مانع از گسترش محصول جایگزین شود و یا بعنوان کلیدی به طرح یک استراتژی برای آن پردازد، مفید واقع شود. صنعت خودرو با توجه به ماهیت محصولاتش جایگزین مناسبی برای این محصولات نمی توان در نظر گرفت بنابراین حضور این عامل در صنعت خودرو نسبت به دیگر عوامل قدرت تعیین کنندگی کمتری دارد .