

سلسله گزارش‌های مسئله‌شناسی و ایده‌پروری شماره (۳)

ارزیابی برنامه عملیاتی تحول صنعت خودرو



مرکز پژوهش‌های توسعه و آینده‌نگری
گروه پژوهشی آینده‌نگری و فناوری‌های نو
مجموعه گزارش شماره ۳۷۸

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

شناسه گزارش

عنوان	ارزیابی برنامه عملیاتی تحول صنعت خودرو
کد شناسه	۱۴۰۱-۱۱-۱۰۴۲۳
گروه پژوهشی	آینده‌نگری و فناوری‌های نو
ایده‌پرداز	میلاد بیگی
تیم ایده‌پروری	حمید محمدی - یدالله دیوسالار - گل نساء صلواتی - محدثه بشیر مشهدی - سمیه پرویزی مریوانی
ناشر	مرکز پژوهش‌های توسعه و آینده‌نگری
تاریخ انتشار	پاییز ۱۴۰۱
مطالب این گزارش لزوماً بیانگر نظر رسمی سازمان برنامه و بودجه کشور و مرکز پژوهش‌های توسعه و آینده‌نگری نیست.	
حقوق معنوی اثر به پدیدآورندگان و حقوق مادی آن، به مرکز پژوهش‌های توسعه و آینده‌نگری سازمان برنامه و بودجه کشور تعلق دارد و استفاده از آن با ذکر مأخذ بلامانع است.	
آدرس: تهران - خیابان نجات‌اللہی - خیابان استاد جعفر شهری (سپند شرقی) - پلاک ۱۶ شماره تماس: ۰۲۱-۱۴۳۳۰۶۰۰۰ پیام‌رسان: ۰۹۹۲۱۵۷۵۸۴۳	
https://www.dfrc.ir/	

فهرست مطالب

صفحه	عنوان
أ.....	خلاصه مدیریتی.....
۱.....	۱- مشروح نشست هم اندیشی.....
۱۵.....	۲- جمع بندی و نتیجه گیری.....
۱۷.....	پیوست.....
۱۷.....	پیوست ۱: نمونه پرسشنامه ارزیابی ایده.....
۲۰.....	پیوست ۲: برنامه عملیاتی تحول صنعت خودرو.....

خلاصه مدیریتی

گزارش حاضر به مطالعه و نقد برنامه عملیاتی تحول صنعت خودرو می‌پردازد. در مقدمه توجیهی این ایده، وضعیت صنعت خودرو و مدل توسعه آن بررسی شده است. در این برنامه عملیاتی، مدل توسعه بر طراحی و ارتقای پلتفرم‌های داخلی، همچنین توسعه برندهای داخلی از طریق تمرکز بر تقویت و حمایت از قطعه‌سازان داخلی و همکاری با قطعه‌سازان و مجموعه‌سازان سطح اول بر اساس نوع ارتباطات بین‌المللی استوار شده است. در صورت وجود ارتباطات مناسب بین‌المللی، یکی دیگر از راه‌های انتقال و کسب فناوری در این برنامه عملیاتی، تصاحب و سهام‌داری شرکت‌های دارای فناوری در حوزه‌های مورد نیاز است. در این روش با خرید شرکت دارای فناوری، می‌توان بدون برداشتن گام‌های پیچیده، اقدام به تصاحب فناوری کرد و از دستاوردها و دارایی‌های شرکت در پیشبرد نیازهای فناوری بهره جست.

چشم‌انداز این ایده، بهبود رتبه خودروسازی ایران به یکی از ۱۰ کشور برتر جهان و ۵ کشور برتر آسیا تا سال ۱۴۰۴ و رسیدن به جایگاه ۸ کشور برتر جهان در سال ۱۴۰۸ است.

اصلاح حاکمیت شرکتی ایران خودرو و سایپا از طریق راهبرد افزایش فاصله دولت از شرکت‌های خودروسازی و عدم امکان دخالت بلادرنگ در شرکت‌های خودروسازی، افزایش تیراژ سالیانه در دو سناریوی ادامه وضعیت فعلی و بهبود روابط بین‌الملل، تولید حداقل ۱/۴ میلیون دستگاه خودرو با برند داخلی به صورت سالیانه تا سال ۱۴۰۴ و افزایش آن تا ۲/۲ میلیون دستگاه تا سال ۱۴۰۸، صادرات سالیانه ۱۵۰ هزار دستگاه خودرو به کشورهای منطقه تا سال ۱۴۰۴ و ۲۵۰ هزار دستگاه سالیانه تا سال ۱۴۰۸، افزایش میانگین وزنی عمق ساخت داخل خودروهای هر شرکت به ۷۰ درصد از ابتدای سال ۱۴۰۵، کاهش فواصل به‌روزرسانی سبک‌گونه‌های خودرو به ۲ سال تا سال ۱۴۰۴، کاهش فواصل به‌روزرسانی سنگین گونه‌های خودرو به ۴ سال تا سال ۱۴۰۸، ارتقای حداقل ایمنی خودروها به ۲ ستاره ایمنی تا سال ۱۴۰۴ و ۳ ستاره ایمنی تا سال ۱۴۰۸، افزایش صادرات قطعات خودرو در سناریوی ادامه وضعیت فعلی تا ۳۰۰ میلیون دلار تا سال ۱۴۰۴ و ۶۰۰ میلیون دلار تا سال ۱۴۰۸ و در سناریوی بهبود روابط بین‌الملل تا ۵۰۰ میلیون دلار تا سال ۱۴۰۴ و ۱ میلیارد دلار تا سال ۱۴۰۸، افزایش نسبت تیراژ تولید سالیانه به نیروی کاری کل گروه در شرکت‌های خودروسازی به نسبت ۱۴ در سال ۱۴۰۴ و ۱۸ تا سال ۱۴۰۸، کاهش هزینه‌های تولید از طریق مشترک‌سازی قطعات بین خودروهای دو شرکت، طراحی و بهره‌برداری مشترک از پلتفرم‌های داخلی ماژولار^۱ و افزایش اسقاط خودروهای فرسوده به ۵۰۰ هزار دستگاه سالیانه تا سال ۱۴۰۴ و ۸۰۰ هزار دستگاه تا پایان سال ۱۴۰۸، ازجمله اهداف و راهبردهای کلان این طرح است.

۱. طراحی ماژولار (Modular design) یک اصل در طراحی است که یک سیستم را به قطعات کوچکتر به نام ماژول تقسیم می‌کند. ماژول‌ها می‌توانند به طور مستقل ایجاد، اصلاح و جایگزین یا با ماژول‌های دیگر یا بین سیستم‌های مختلف جابه‌جا شوند.

سرانجام، اقدامات و سیاست‌های این طرح در قالب مواردی از قبیل اصلاح حاکمیت شرکتی خودروسازان، اصلاح سازوکار قیمت‌گذاری خودرو، افزایش عمق ساخت داخل با توجه به مقیاس اقتصادی تولید و تراز ارزی خودروسازان، افزایش رقابت‌پذیری در صنعت خودرو، افزایش صادرات خودرو و قطعات، افزایش بهره‌وری تولید و اصلاح وضعیت نیروی انسانی، کاهش فساد در صنعت خودرو و افزایش اسقاط خودروهای فرسوده تعریف شده است.

با توجه به موارد بالا به نظر می‌رسد قیود اشاره شده در ایده و ارائه راهکارهای مناسب مقابله با هریک از آن‌ها، ازجمله نقاط قوت ایده مطرح شده است. از طرفی به دلیل تعداد زیاد قیود و همچنین قدرتمند بودن این محدودیت‌ها، نیازمند یک بسته هماهنگ سیاستی بوده که در این طرح به‌خوبی مطرح شده است و همچنین در صورتی که تمامی موارد این بسته سیاستی به‌خوبی اجرایی شوند، می‌توان از وضعیت موجود عبور کرد و شاهد تغییرات مثبت در این حوزه بود.

به منظور انجام مأموریت‌های محوله به گروه آینده‌نگری و فناوری‌های نو و همچنین ارزیابی پیشنهادها، ایده‌ها و طرح‌ها در جهت توسعه کشور، **برنامه عملیاتی تحول صنعت خودرو** به‌عنوان سومین ایده از مرکز بررسی‌های استراتژیک ریاست جمهوری به این مرکز ارجاع داده شده است. نشست هم‌اندیشی این ایده در روز **شنبه مورخ ۲ بهمن ماه ۱۴۰۰**، از ساعت **۱۴:۳۰** به صورت حضوری/ مجازی در سالن دکتر حسین عظیمی این مرکز با حضور کارشناسان و خبرگان به شرح زیر برگزار شد که به نقد و بررسی ایده مذکور پرداختند.

- سید مهدی پاک‌ذات، ریاست مرکز پژوهش‌های توسعه و آینده‌نگری
- سعید غلامی نتاج امیری، مدیرکل دفتر خدمات پژوهشی و کاربرست یافته‌های پژوهشی مرکز پژوهش‌های توسعه و آینده‌نگری
- محمدرضا رضایی، مدیرکل دفتر نشر مرکز پژوهش‌های توسعه و آینده‌نگری
- حمید محمدی، رئیس گروه پژوهشی آینده‌نگری و فناوری‌های نو مرکز پژوهش‌های توسعه و آینده‌نگری
- میلاد بیگی، مدیر گروه صنعت اندیشکده سیاستگذاری امیرکبیر
- یدالله دیوسالار، پژوهشگر مرکز پژوهش‌های توسعه و آینده‌نگری
- سمیه پرویزی، پژوهشگر مرکز پژوهش‌های توسعه و آینده‌نگری
- گل نساء صلواتی، پژوهشگر مرکز پژوهش‌های توسعه و آینده‌نگری
- محدثه بشیرمشهدی، پژوهشگر مرکز پژوهش‌های توسعه و آینده‌نگری
- محمدجواد عامری شهرابی، کارشناس گروه صنعت اندیشکده سیاستگذاری امیرکبیر

- حسین کارآزمای جهرمی، کارشناس گروه صنعت اندیشکده سیاستگذاری امیرکبیر
- محمود مشهدی شریف، رئیس انجمن صنفی مراکز اسقاط خودرو
- سیدامیر احمدی، دبیر انجمن صنفی مراکز اسقاط خودرو
- مهدی دهاقین، رئیس ستاد مدیریت حمل و نقل و سوخت
- علیرضا اصغرپور، قائم مقام استراتژی شرکت ایران خودرو
- محمدصادق حاتمی، رئیس استراتژی شرکت ایران خودرو
- مازیار بیگلو، دبیر انجمن قطعه‌سازان

۱- مشروح نشست هم‌اندیشی

در شروع نشست سعید غلامی، مدیر امور پژوهشی مرکز پژوهش‌های توسعه و آینده‌نگری، ضمن عرض خیر مقدم خدمت تمامی مهمانان، مدیران محترم امور سازمان برنامه و بودجه و دستگاه‌های اجرایی کشور و عزیزانی که به‌صورت آنلاین جلسه را همراهی می‌نمایند، به ارائه دستور کار جلسه پرداخت و بیان کرد که هدف از برگزاری این نشست‌ها، تلاش در جهت درک بهتر و درست ایده‌ها و همچنین شناخت ابعاد نادیده گرفته شده آن است که درنهایت، ایده‌ها به طرح‌هایی که برخی از مشکلات حال حاضر کشور را برطرف کنند، تبدیل شوند.

وی در ادامه خاطرنشان کرد برای نظم‌دهی به مسیر ارزیابی ایده‌های مطرح شده و همچنین با هدف بیان قیود ایده و تبدیل شدن آن به طرح، دبیرخانه ارزیابی ایده‌ها و کلان‌پروژه مسئله‌یابی و ایده‌پروری مرکز پژوهش‌های توسعه و آینده‌نگری، درصدد است که چارچوبی را برای ارزیابی، ارتقا و بسط ایده‌ها در کنار سایر ایده‌ها و طرح‌های موجود ارائه دهد. در این مسیر ابتدا درک درستی از ماهیت و انسجام درونی ایده و سپس آثار و تبعات ناشی از آن و درنهایت درک صحیح‌تری از ایده فراهم می‌شود و با سطح بالاتری از اطمینان، ایده مورد نظر به فرایند تصمیم‌گیری و سیاست‌گذاری ورود می‌نماید.

معرفی ایده توسط آقای میلاد بیگی

در ادامه آقای بیگی، مدیر گروه صنعت اندیشکده سیاست‌گذاری امیرکبیر به شرح مختصری از اندیشکده امیرکبیر پرداخت. ایشان بیان کرد که این اندیشکده از سال ۱۳۹۲ با مسئله سیاست پژوهشی در ارکان مختلف آغاز به کار کرده است و در شرایط فعلی نیز با ۴ گروه فعال در حوزه‌های انرژی، صنعت، سیاست خارجی و مبارزه با فساد مشغول به فعالیت است.

موضوع صنعت خودرو از سال ۱۳۹۲ در اندیشکده امیرکبیر در حال بحث و بررسی است و این برنامه حاصل تلاش‌های نزدیک به هشت سال فعالیت اندیشکده در موضوع خودرو می‌باشد. در این راستا، ایده مورد نظر با موضوع: برنامه عملیاتی تحول در صنعت خودرو (برنامه اصلاح صنعت خودرو) مطرح و در ادامه به تفصیل بیان شده است.

مدل مذکور بر اساس فرایند آسیب‌شناسی از وضعیت شکل گرفته در صنعت خودرو پس از انقلاب با رویکرد سیاست صنعتی پیشنهاد شده است. رویکرد سیاست صنعتی در تلاش است با تشکیل محیطی به صورت ایجاد نقاطی برای حرکت و همچنین با شکل دادن منافع برای حوزه‌های مختلف و در مقابل، جریمه‌هایی برای عدم حرکت به سمت اهداف پیش‌بینی شده سیاستگذار، به سوی اهداف مدنظر سیاستگذار گام بردارد و در عین حال در شرایط طبیعی، بیشترین سود اقتصادی را نیز برای بنگاه‌ها به همراه داشته باشد.

بر این اساس، سطوح اصلی شکل‌دهنده مسئله در صنعت خودروسازی که لازم است مرتبط با آن‌ها سیاستگذاری و تصمیم‌گیری‌های مناسب انجام شود، به صورت زیر تعریف شده است:

۱- رابطه حاکمیت با بنگاه و حاکمیت شرکتی.

۲- شرایط بازار ناشی از سیاست‌های صنعتی.

۳- فساد در سطح شرکت‌های خودروسازی.

لازم به ذکر است تا زمانی که در ارتباط با این سه سطح، راه‌حل‌های مناسبی اتخاذ نشود؛ خروج از این وضعیت غیرممکن است. همچنین با وجود وابستگی و اثرگذاری متقابل این سطوح بر یکدیگر، هریک دارای چارچوب‌های جداگانه و مستقل هستند که قابلیت بررسی و ارزیابی مستقلی را خواهند داشت.

در بررسی رابطه نظام تصمیم‌گیری با بنگاه، نیاز به وضعیت سهام‌داری دو بنگاه است. در بررسی‌های صورت گرفته وضعیت دو بنگاه ایران خودرو و سایپا به شکلی است که در برهه‌های زمانی بعد از دهه ۶۰، دولت به صورت مستقیم سهام‌دار نبوده است؛ اما به طور غیرمستقیم و از طریق شرکت‌های غیردولتی و یا شرکت‌های زیرمجموعه خود، این سهام را کاملاً تحت اختیار داشته است.

این نوع رابطه سهام‌داری سبب شده است که دولت با فرض جلو بردن منافع خود در ارکان دیگر، از این دو بنگاه به سود خود بهره‌برداری کند.

در دولت نهادها و بخش‌های متفاوتی در رابطه با سیاست‌گذاری و تصمیم‌گیری در صنعت خودرو وجود دارد که هیچ‌کدام چارچوب و ساختار سازمانی و منافع یکسانی در ارتباط با صنعت خودرو نداشته و کاملاً بخشی‌نگر هستند که این امر، امکان پیشبرد یک برنامه واحد را از سمت وزارت صنعت، معدن و تجارت به عنوان متولی صنعت خودرو، کاملاً مختل نموده است.

به دلیل وجود نهادهای متعدد در این حوزه و همچنین نبود یک چشم‌انداز واحد و راهبرد صنعتی روشن، هر یک از این نهادها سیاست‌های صنعتی را در بازار شکل داده‌اند که به صورت زیر مطرح شده است:

- تعرفه واردات خودرو؛

- تعرفه واردات قطعات خودرو؛

- حمایت‌های مالی دولت؛

- استانداردهای خودرویی؛

- قیمت گذاری خودروها؛
 - سیاست های برقراری انحصار.
- با نگاهی جامع به این موارد، کاملاً مشخص است که با در نظر گرفتن تمامی این موارد، خودروسازان مجبور به اقداماتی ازجمله پایین آوردن کیفیت خودروها و نگه داشتن خودروهای تولیدی در خط تولید خود شده اند و همین امر سبب به وجود آمدن مسائل امروزی در صنعت خودروسازی شده است.
- سطح داخلی بنگاه نیز شامل جعبه های سیاهی است که برای مثال نحوه فروش، شیوه تأمین قطعات و غیره کاملاً غیرشفاف بوده که موجب عدم بهره وری بنگاه و بازتولید مسائل بیشتری شده است.
- با توجه به ذکر مسائل و آسیب شناسی های مربوطه در حوزه صنعت خودرو، چهار کمبود در حوزه توسعه صنعتی مطرح شده که مدل پیشنهادی بر پایه پاسخگویی به این سطوح است.
- ۱- عدم تعیین فلسفه و راهبرد مشخص بین الاذهانی توسعه صنعتی در ایران؛
 - ۲- عدم امکان راهبری واحد و پیگیری یک برنامه توسعه صنعتی در ساختار تصمیم گیری فعلی در ایران؛
 - ۳- عدم امکان تجمیع ظرفیت نخبگانی کشور در حوزه سیاست گذاری در بخش صنعت.
- درنهایت این مدل با الگوی توسعه و اکتساب فناوری به ذکر اهداف، چشم انداز، راهبردها و سیاست های اجرایی در افق طرح هشت ساله پرداخته است.
- در گام اول، به بررسی و ارزیابی مدل توسعه همکاری با خودروسازان صاحب نام خارجی که همواره در تمامی طرح های توسعه ای مدنظر قرار گرفته، پرداخته شده است. به نظر می رسد به رغم تفاوت هایی که این نوع همکاری ها با هم دارند، اکثر آنها در برخی نقاط به شرح زیر با یکدیگر مشترک هستند و این اشتراکات نقطه ضعف این مدل توسعه در صنعت خودرو بوده است:
- محدود بودن این روش در فرایندهای طراحی و مهندسی؛
 - عدم امکان همراهی با فناوری های روز؛
 - نبود آگاهی دقیق نسبت به نیازهای فناورانه؛
 - تسلط شرکت دارای فناوری بر شرکت در حال توسعه؛
 - رقابت میان خودروسازان در قراردادهای همکاری.

در گام بعد، اهدافی به منظور حل مسائل فوق‌الذکر و ارائه الگویی برای بیان ایده در نظر گرفته شده است که عبارتند از:

- طراحی و ارتقای پلتفرم‌های داخلی و توسعه برندهای داخلی از طریق تمرکز بر تقویت و حمایت از قطعه‌سازان داخلی و همکاری با قطعه‌سازان و مجموعه‌سازان سطح اول جهانی بر اساس نوع ارتباطات بین‌المللی (ایجاد شبکه داخلی)؛
- تصاحب و سهام‌داری شرکت‌های دارای فناوری در صورت وجود ارتباطات مناسب بین‌المللی؛
- همخوانی این الگو با وضعیت سیاست خارجی ایران (ارتقای توانمندی تأمین شبکه داخلی کشور).

چشم‌انداز ایده مورد نظر بیان کرده است که:

رتبه خودروسازی ایران از منظر تیراژ تولید به یکی از ده کشور برتر جهان و پنج کشور برتر آسیا طی چهار سال آینده بهبود یافته و به جایگاه هشت کشور برتر جهان طی هشت سال آینده رسیده باشد.

تمرکز بر تیراژ تولید به این دلیل است که؛ زمانی تیراژ تولید افزایش می‌یابد که کیفیت محصول بالا رفته و زمانی که کیفیت محصولات ارتقا یابد، رقابت‌پذیری نیز همزمان ارتقا پیدا می‌کند؛ چراکه از یک حدی افزایش تولید و تیراژ، نیازمند ارتقای کیفیت محصول است.

راهبردهای کلان برنامه

- اصلاح حاکمیت شرکتی ایران‌خودرو و سایپا از طریق راهبرد افزایش فاصله دولت از شرکت‌های خودروسازی و عدم امکان دخالت بلادرنگ در شرکت‌های خودروسازی؛
- افزایش تیراژ سالیانه در دو سناریو به شرح جدول ۱ است:

جدول ۱: سناریوهای افزایش تیراژ سالیانه

سال	سناریو ۱: ادامه وضعیت فعلی	سناریو ۲: بهبود روابط بین‌الملل*
۱۴۰۱	۱۲۰۰۰۰	۱۳۰۰۰۰
۱۴۰۲	۱۳۰۰۰۰	۱۴۵۰۰۰
۱۴۰۳	۱۴۵۰۰۰	۱۶۵۰۰۰
۱۴۰۴	۱۶۰۰۰۰	۱۸۵۰۰۰
۱۴۰۵	۱۸۰۰۰۰	۲۰۵۰۰۰

۲۲۰۰۰۰۰	۱۹۵۰۰۰۰	۱۴۰۶
۲۴۰۰۰۰۰	۲۱۰۰۰۰۰	۱۴۰۷
۲۷۰۰۰۰۰	۲۳۰۰۰۰۰	۱۴۰۸

*سناریو رفع تحریم‌ها و یا ارتباط استراتژیک و راهبردی با شرق

- تولید حداقل ۱,۴ میلیون دستگاه خودرو با برند داخلی به صورت سالیانه تا سال ۱۴۰۴ و افزایش آن تا ۲,۲ میلیون دستگاه تا سال ۱۴۰۸؛
- صادرات سالیانه ۱۵۰ هزار دستگاه خودرو به کشورهای منطقه تا سال ۱۴۰۴ و ۲۵۰ هزار دستگاه سالیانه تا سال ۱۴۰۸؛
- افزایش میانگین وزنی عمق ساخت داخل خودروهای هر شرکت به ۷۰ درصد از ابتدای سال ۱۴۰۵؛
- کاهش فواصل به‌روزرسانی سبک خودرو به ۲ سال تا سال ۱۴۰۴؛
- کاهش فواصل به‌روزرسانی سنگین گونه‌های خودرو به ۴ سال تا سال ۱۴۰۸؛
- ...

بر اساس چشم‌انداز و اهداف مورد نظر، سناریوها در دو سطح در نظر گرفته شده است:

سناریوی اول، تعیین اهداف با توجه به ادامه روند وضعیت موجود؛

سناریوی دوم، تعیین اهداف با توجه به بهبود و اصلاح روابط بین‌الملل.

سیاست‌های مدل پیشنهادی شامل موارد زیر است:

- اصلاح حاکمیت شرکتی خودروسازان (واگذاری سهام شرکت‌های زیرمجموعه دولت)؛
- اصلاح سازوکار قیمت‌گذاری خودرو (بر اساس: آنالیز هزینه به صورت سالیانه، در نظر گرفتن تمامی هزینه‌های مالی عملیاتی تولید، تعدیل قیمت‌ها به صورت هر سه ماه یکبار توسط تورم‌بخشی تولیدکننده خودرو)؛
- افزایش عمق ساخت داخل با توجه به مقیاس اقتصادی تولید و تراز ارزی خودروسازان (ارتقای شبکه قطعه‌سازی و تمرکز داخلی‌سازی / عدم دستیابی به اهداف خودروساز مشمول جریمه می‌گردد)؛
- افزایش رقابت‌پذیری در صنعت خودرو (افزایش ایمنی، مصرف سوخت و به‌روزرسانی محصولات)؛

- افزایش صادرات خودرو و قطعات؛
 - افزایش بهره‌وری تولید و اصلاح وضعیت منابع انسانی؛
 - کاهش فساد در صنعت خودرو (ورود مردم به افشای تخلفات/ ایجاد سامانه رصد زنجیره تأمین توسط وزارت صنعت، معدن و تجارت)؛
 - افزایش اسقاط خودروهای فرسوده.
- در ادامه آقای سعید غلامی** ضمن تقدیر از ارائه جامع و کامل ایده مطروحه، حاضران را به ذکر نظرات خود به صورت شفاهی یا کتبی دعوت کرد.
- آقای علی‌اکبر خسروی‌نژاد، کارشناس گروه بودجه مرکز پژوهش‌های توسعه و آینده‌نگری** پس از تشکر از ایده‌پردازان، به دلیل معرفی بسیار خوب ایده به ذکر چندین نکته و پرسش پرداخت:
- آیا زنجیره ارزش^۱ در ارائه این ایده دیده نشده است؟ چراکه انتظار می‌رود جایگاه ایده و صنعت خودرو در حلقه زنجیره ارزش مشخص گردد.
 - در این ایده، جایگاه سیاست حمایتی در صنعت خودرو، الگوی مصرف در ایران مانند الگوی ترجیحات و همچنین الگوی تجارت در بحث صادرات و واردات چگونه دیده شده است؟
 - هدف اصلی ایده تحول صنعت خودرو کدام یک از موارد زیر است؟
 - صادرات؛
 - سهم بازار؛
 - پاسخگویی به تقاضای داخلی با هدف ارتقا سطح استاندارد.
 - الزامات و میزان سرمایه‌گذاری برای تحقق اهداف (ده کشور برتر دنیا و پنج کشور برتر آسیا) مطرح شده چیست؟
 - موارد نامفهوم در مدلسازی:
 - آیا بر مبنای یک مدل ناکارآمد مثل مدل ریاضی و بهره‌گیری از الگوی ترند^۲ به این ایده پرداخته شده است؟

1. Global Value Chain (GVC)
2. Trend

- آیا نرخ رشد جمعیت در صنعت خودرو کاربردی است؟
- جایگاه الگوی متغیرهای طرف تقاضا، مثل تابع‌نمایی (تابع درآمد، قیمت، کالای جانشین) در این مدل کجاست؟
- سهم بازار کجای این ایده جای دارد؟ (مهم‌ترین بحث خودروسازان این است که کدام الگوی مارکتی قیمت مناسب است؟)
- با استفاده از شاخص (نیروی کار/ تیراژ تولید) که البته عکس این شاخص عرف است، در این ایده هدف‌گذاری شده است که این عدد از هشت به عدد بزرگ چهارده تا سال ۱۴۰۴ برسد که با توجه به جمعیت شاغل، نیروی انسانی و الزامات حفظ نیروی کار خصوصاً در بخش صنعت نمی‌توان صرفاً از الزامات کشورهای اروپایی بدون توجه به شرایط موجود کشور بهره گرفت.
- در موضوع قیمت‌گذاری و انحصار مطرح شده رویه‌های انحصاری چه جایگاهی دارند؟ آیا قائلید که در صنعت خودرو انحصار وجود دارد؟ خودروسازان معتقدند انحصار به تیراژ تولید مربوط نیست و قطعاً تفاهم در این زمینه وجود ندارد. آیا حمایت از روش قیمت‌گذاری دستوری^۱ درست است؟
- در این ایده بیان شده است که الگوی قیمت‌گذاری به صورت آزاد گذاشته شود؛ اما در این صورت تضمینی نیست که صنعت خودرو در قبال آن، رشد داشته باشد. البته رشد در طرف عرضه اتفاق خواهد افتاد هرچند در طرف تقاضا پاسخگو نخواهد بود. از مصادیق آن می‌توان به سال‌های ۹۵-۱۳۹۲ در صنعت خودرو که تمامی انبارها از خودرو اشباع بود و متقاضی نداشت، اشاره کرد؛ بنابراین، مهم‌ترین شاکله این ایده، الگوی مصرف است. برای مثال با توجه به اینکه ایران با چولگی سمت راست منحنی توزیع درآمد روبه‌رو است، اصطلاحاً برای خودرو لوکس تقاضا بسیار کم است و عمده تولیدکنندگان باید در عوض تولید این قبیل خودرو، بتوانند خودروهایی مانند پراید را ارتقا بخشند. همچنین در این ایده، الگوی مصرف دیده نشده است و همه این‌ها به شاه‌کلید اول سخنان، یعنی هدف اصلی ایده اشاره دارد؛ چراکه این اهداف نوع نگاه و حرکت به سمت آینده را تغییر خواهند داد.
- اندازه‌گیری تعرفه در جدول تیراژ تولید با چه روشی محاسبه شده و به چه صورت است؟ چراکه اساس کار بر مبنای تعرفه و نتیجه آن بر اساس سیاست‌های حمایتی است (به فرض مثال، وام سرمایه در گردش یا بخشش مالیات بر سود که این موارد نیز باید سازگاری درونی داشته باشند).
- در بحث واگذاری قیمت‌گذاری و رویه انحصاری بازار نیز چند پرسش مطرح می‌شود:

1. Cost-plus pricing

- در جدول تهیه شده (با نقطه Optimum، عدد ۸۵ درصد در نظر گرفته شده که با تولید بالای ۸۵ درصد نرخ مالیات کاهش می‌یابد و برعکس)، آیا نقطه Optimum از درون مدل معتبری به دست آمده است؟

- در صورت واگذاری قیمت‌گذاری و رویه بازار انحصاری، در نتیجه به حالت تبعیض قیمت خواهد رسید که تولیدکننده تمامی مازاد مصرف‌کننده را به سمت خود جذب کرده و دولت مالیات بر سود دریافت خواهد کرد. در این صورت سود و منفعت مصرف‌کننده در نظر گرفته نشده است و نمی‌توان خودروساز را در جهت حمایت از مصرف‌کننده اجبار کرد، چراکه مالیات بر سود دریافت می‌شود و نمی‌توان تضمین داد که دولت سود حاصل از مالیات را به مصرف‌کننده واگذار کند؛ بنابراین در این مورد نیز ناسازگاری درونی وجود دارد.

آقای اصغریور قائم مقام استراتژی شرکت ایران خودرو اذعان داشت این ایده ضمن ایرادات وارده، به عنوان یک ایده خارج از وزارت صمت، قابل تقدیر است؛ اما استخوان‌بندی اصلی آن، انسان را به سمت بیراهه هدایت می‌کند.

در ادامه ایشان پس از تأکید بر تقاضا به عنوان محور اصلی سرمایه‌گذاری، سخنان خود را این گونه بیان کرد: ابتدا برای فهم مشترک، اعدادی جهت نشان دادن دور بودن اعداد دو سناریوی ایده از واقعیت در وضع موجود کشور قابل ذکر است. به دلیل مدل‌های فرار همچون مدل نقدینگی، بودجه خانوار، مدل‌های پویا و مدل‌های مختلف در زمینه برآورد تقاضا، مدل تقاضا قابل بحث نیست. بعد از تقاضا، در حالتی که شرایط بهبود پیدا کند و رشد اقتصادی نزدیک به دو رقمی در سال آینده تجربه شود، در هفت تا هشت سال آینده نهایتاً به عددی حدود ۱,۵ تا ۱,۷ میلیون تقاضا در سال خواهد رسید، البته همگام با بهبود تمام المان‌هایی که تقاضا و قدرت خرید را شکل می‌دهند.

اگر شرایط فعلی تحریم تداوم داشته باشد و نرخ رشد اقتصادی در حد ۱-۰,۵ درصد باشد، بعید است تولید بالاتر از ۱,۲ میلیون در کشور تجربه شود. لازم به ذکر است که دیگر ۶۰۰ هزار خودرو پراید تولید شده با قیمت پایین وجود ندارد، درواقع تولید خودروهایی مانند پژو ۴۰۵، پارس و تیبا در سه تا چهار سال آینده متوقف خواهد شد و کف قیمتی خودروهای داخلی بالا می‌رود. در این صورت:

- آیا قدرت خرید به همین نسبت رشد کرده است؟ قطعاً خیر.

بنابراین، چشم‌انداز روشنی نیز برای بهبود بسیار زیاد در سه تا چهار سال آینده دیده نمی‌شود.

اگر محور بحث ایده، تقاضا گذاشته شود به این دلیل که تولید بر پایه تقاضای داخلی پایه‌گذاری می‌گردد، در این ایده عددی فراتر از ۱,۶-۱,۷ میلیون در بهترین حالت که اسقاط خوب اجرا شود و رشد اقتصادی مناسب باشد، دیده نخواهد شد و عددهای بالاتر از آن، غیر قابل دسترسی خواهند بود و بر این اساس شایسته نیست برنامه تولید تهیه گردد و پیش‌بینی آن به خودروساز و تولید داخلی ارائه شود.

در ادامه مصداقی از دو کشور برای درک بهتر و تشریح اعداد آورده شده است: مصداق اول کشور ترکیه با جمعیتی تقریباً برابر با ایران که طبق آخرین اطلاعات منتشر شده در صندوق بین‌المللی پول و بانک جهانی، درآمد سرانه در ترکیه ۲۸ هزار دلار و در ایران ۱۲ هزار دلار است. همچنین ایران در سال‌های آینده با حذف ارز ۴۲۰۰، بخش دیگری از قدرت خرید سال جاری را از دست خواهد داد؛ اما اگر فرض بر عدم تحقق این مورد باشد، ترکیه هر ساله، ۹۰۰ هزار خودرو به همراه صادرات و ایران نیز ۹۰۰ هزار خودرو به فروش می‌رسانند. ترکیه با وجود مالیات‌ها و قیمت سوخت (با فرض انحراف ناچیز ۲۰ تا ۳۰ درصد) برای آینده، بیشتر از این مقدار پیش‌بینی نخواهد کرد. کشور دوم، روسیه با بیش از ۱۴۵ میلیون نفر جمعیت و قدرت خرید معادل ترکیه (۲۸ هزار دلار در سال ۲۰۱۹ که شرایط رکود نبوده)، ۱,۷ میلیون خودرو فروخته است. پس تابع رگرسیونی بودن و بازی با اعداد صحیح نیست و بهتر است که روند واقع‌بینانه پیش گرفته شود، پس عدد تقاضا به شدت مهم است.

سهم برندهای داخلی و خارجی در این ایده دیده نشده است که باید قطعاً دیده شود.

- در بحث بازار انحصاری، مفهوم انحصار چه چیزی تعریف شده است؟ در کالاهای مختلف، متفاوت برخورد می‌شود و یک صنعت مثل صنعت خودرو در دنیا معروف به بازار انحصاری چندجانبه است. در صنعت خودرو، حجم سرمایه‌گذاری بسیار بالا است و شرکت‌های محدودی توان ورود و رسیدن به تولید اقتصادی را دارند، به همین دلیل ذاتاً صنعت خودرو انحصاری است. حال اینکه انحصار چندجانبه و میزان بیشتر یا کمتر بودن انحصار در ایران مورد بحث است، طبیعتاً با توجه به عدم سرمایه‌گذاری مناسب بخش خصوصی، شدت این انحصار بیشتر بوده، اما در تمام جهان مثلاً در کره جنوبی ۷۰-۸۰ درصد بازار در اختیار هیوندا و کیا، در فرانسه بخش عمده‌ای برای خودروسازی فرانسوی و در ژاپن هم به همین صورت است. البته میزان رقابت‌پذیری در میان آنها قطعاً بالاتر است، به این دلیل که سرمایه‌گذاری در آن اتفاق می‌افتد، به راحتی ورود و خروج دارند و محیط کسب و کار برای سرمایه‌گذاری فراهم است که این موارد در شرایط کنونی ایران وجود ندارد. پس برنامه‌ای برای خروج از انحصار و ایجاد قطب‌های سوم، چهارم و پنجم در این ایده نیست، در حالی که اگر ایران خواهان شکوفایی صنعت خودرو باشد باید قطب سوم، چهارم و پنجم قطعاً شکل بگیرد و در این حیطه سیاست‌گذاری صورت پذیرد. صحیح نیست تمام فشار بر دو خودروساز مطرح باشد و دیگر خودروسازان هیچ فشاری را تحمل نکنند و قیمت‌گذاری آنها آزاد

باشد. رقابت‌پذیری صنعت خودرو در امتداد ایجاد قطب سوم، چهارم و پنجم است و به همین دلیل باید زمینه جذب سرمایه‌گذاری داخلی و خارجی فراهم شود. ایشان در ادامه به طرح این سؤال پرداخت که در این ایده چه مکانیسمی خارج از مکانیسم فعلی برای متقاعدسازی سرمایه‌گذار (چه داخلی و چه خارجی) جهت سرمایه‌گذاری در صنعت خودرو ارائه شده است. در شرایطی که کشور از تحریم خارج شود، سرمایه‌گذار خارجی نیز حمایت خواهد کرد؛ اما در شرایط کنونی چرا سرمایه‌گذار داخلی مانند بهمن و کیوان موتور و... متقاعد نشوند که به‌عنوان قطب‌های بعدی باشند تا مصیبت‌های صنعت خودرو تداوم نداشته باشد و قیمت‌گذاری‌های دستوری وارد کار نشود.

سایر موارد مطرح شده توسط ایشان به شرح زیر است:

- بحث‌های R&D صنعت در فرایند این ایده مستتر بوده یا دیده نشده است، اینکه دولت یا حاکمیت چه مکانیسمی را برای ارتقا R&D در کشور دارد؟ چرا که در ایران به‌شدت R&D مورد بی‌لطفی و بی‌توجهی واقع گردیده یا هزینه‌های R&D درواقع صرف تحقیق و توسعه نمی‌شوند. بهتر است مکانیسمی در این ایده وجود داشته باشد تا به‌عنوان ایده، هزینه و سهم R&D افزایش پیدا کند و دانش و تکنولوژی‌ها را از طریق ارتقا R&D به دست آورد. دولت و حاکمیت بهتر است در جهت ارتقاء شرکت‌هایی که می‌توانند قطعه‌سازان کوچک و متوسط را به مازول‌ساز تبدیل کنند، اقدام و برای اتصال اقتصاد موجود به شرایط جهانی چاره‌اندیشی نمایند.
- دولت چه اقدامی برای قدرت خرید مشتری ایرانی و افزایش آن از ۱۲ هزار دلار به ۲۴ هزار دلار در نظر دارد که در ادامه بتواند ۱,۶ میلیون خودرو را به فروش برساند؟ اگر قدرت خریدی شکل نگیرد این ایده غیر قابل دسترس خواهد بود.
- پنجره واحد سیاست‌گذاری؛ یکی از مشکلات صنعت خودرو، ناپذیری‌های موجود در این صنعت و عدم حمایت دلسوزانه از آن است؛ ۲۹ واحد در این صنعت ورود، سیاست‌گذاری و نظارت می‌کنند که بهتر است یک نهاد سیاست‌گذاری واحد وجود داشته باشد و بقیه نهادها در تعامل با این پنجره واحد باشند. نقش سیاست‌گذاری و نظارت باید به درستی انجام شود؛ همچنین برنامه‌ریزی گام به گام باید برای سیاست‌گذاری‌های آینده وجود داشته باشد.
- طرح نوسازی؛ نوسازی به‌شدت موتور محرک تقاضا است. ۷۰۰-۸۰۰ هزار تقاضای توسعه و همین تعداد تقاضای نوسازی وجود دارد. با مکانیسم سن فرسودگی خودرو فقط گواهی اسقاط صادر می‌شود و نمی‌توان خودرو نو جایگزین آن کرد. مشکل این است کسانی که خودرو فرسوده دارند، قدرت خریدشان ۱۰ درصد قیمت خودرو نو است. در جهان، با افزایش سن خودرو هزینه نگهداری آن بالا می‌رود و قیمت

خودرو به شدت کاهش پیدا می‌کند و بعد از ۱۰ سال، قیمت خودرو ۲۰ درصد قیمت خودرو نو می‌شود؛ اما در ایران، به دلیل افزایشی نبودن بیمه‌ها، عوارض و مالیات‌ها این اتفاق نمی‌افتد. توجه به این امر باعث شده است که دیگر کشورها همزمان با اسقاط، تقاضا را ایجاد کنند و جایگزینی را به راحتی انجام دهند.

- قیمت‌گذاری صنعت خودرو؛ با استاندارد ایمنی سه ستاره، ۲ درصد و ۵ درصد از درآمد شرکت کم می‌شود، در صورتی‌که صنعت خودرو حجم بالای سوددهی و مکانیسم متناسبی با سود شرایط قیمت‌گذاری (حتی عادلانه) ندارد. سیستم مالیاتی باید با واقعیت انطباق داشته باشد. خودرویی که ده سال از تولید آن گذشته، خروجش از سیستم نیاز به یک سرمایه‌گذاری هنگفت دارد؛ زیان انباشته صنعت خودرو اجازه سرمایه‌گذاری سنگین برای توسعه پلتفرم‌های جدید را نمی‌دهد. اگر قرار بر سرمایه‌گذاری صنعت خودرو برای عرضه یک محصول در یک سال و یک پلتفرم در هفت تا هشت سال باشد، نیاز به مکانیسمی برای جبران زیان ناشی از قیمت‌گذاری تکلیفی یک سری از نهادها بدون منطق اقتصادی است و باید به دنبال کاهش این مورد بود. خودرویی که با قیمت سه هزار دلار عرضه شده است و در جهان چنین قیمتی وجود ندارد، ناشی از یک سیاست‌گذاری غلط است که جبران زیان باید شکل بگیرد تا خودروساز برای پروژه‌های توسعه‌ای به سودآوری برسد. اگر می‌خواهیم این صنعت حفظ شود باید دقت داشته باشیم که اگر با دستور جلو برویم، خودروساز حاضر به سرمایه‌گذاری نخواهد بود و باید آینده‌ای بدون خودروسازی را برای کشور در نظر گرفت.

- در نظر گرفتن محل تأمین سرمایه‌گذاری‌ها؛ دولت باید برای سرمایه‌گذاری جهت پژوهش و توسعه خودروهای جدید منابعی را پیش‌بینی کند. لازم است بررسی شود جرائمی که در این صنعت شکل می‌گیرد، کجا می‌رود. اگر قرار باشد در جایی مصرف شود باید در قسمت R&D صنعت خودرو و قطعه‌سازی صرف شود و اگر اتفاق نیفتد این صنعت کشش این حجم از توسعه را ندارد. ایمنی سه ستاره در هیچ کجای دنیا الزامی نیست و فقط یک طرح تشویقی است؛ کشوری که عقب‌افتادگی در صنعت دارد را با طرح تشویقی باید پیش برد نه با طرح‌های تنبیهی؛ می‌توان در قالب استانداردها، خودروسازی را محکوم کرد؛ اما نباید به سمت مکانیسم‌هایی رفت که هزینه ایجاد می‌کنند. مشتریان ایرانی زیر ۳۰۰ میلیون قدرت خرید دارند که با مکانیسم‌های پیش‌بینی شده در این ایده، کف قیمت به بالای ۳۰۰ میلیون سوق داده می‌شود.

آقای بیگی در ادامه پاسخ به پرسش‌ها اظهار داشت:

- ایده مورد نظر دارای حدود ۳۰۰ صفحه سند پشتیبان است و تمامی پیش‌بینی‌های مطرح شده در این ایده بر اساس داده‌هایی با پشتیبانی آماری قوی بوده است.
- موضوع اسقاط خودروهای فرسوده در اصل به اصلاح وضعیت بیمه، عوارض و مالیات برمی‌گردد؛ اما در حال حاضر تغییرات نهادی و سیاستی جهت تثبیت یک فرایند مصوب و یک مدل مشخص و واحد نیاز است، چراکه در طول سالیان اخیر با مدل‌های گوناگون اسقاط خودروهای فرسوده به نتایج مصوب و اهداف پیش‌بینی شده دست نیافته است. پس تا زمانی که یک نهاد و سیاست مشخص در برخورد با مسئله اسقاط وجود نداشته باشد، رسیدگی به وضعیت مالی تقریباً دوری باطل است.
- پیش‌بینی‌های تقاضا بر اساس مدل‌های پیش‌بینی انجام گرفته است، کما اینکه در سال‌های گذشته نیز در دوره‌هایی افزایش تقاضا مشاهده شده است که بر اساس رشد تقاضای سایر بخش‌های حمل‌ونقل می‌توان به این اعداد دست یافت.
- ایشان در ادامه بیان کرد که ایده مورد نظر شامل هر دو نگاه حمایتی/ تنبیهی مبتنی بر جرمه است؛ که آقای خسروی‌نژاد در نقد دیدگاه ایشان اظهار داشت: در ایده مورد نظر عدم اشاره به برنامه‌های حمایتی است، همچنین در روند اقتصادی فعلی یک شکست ساختاری اتفاق افتاده و تعمیم شرایط روند فعلی به روند گذشته، اشتباه خواهد بود. همچنین، در این ایده استفاده صرف از مدل‌های ریاضی و در نظر نگرفتن شرایط موجود، تعمیم صرف شرایط گذشته به آینده و عدم نظر گرفتن شوک سیستم اقتصادی، مسیری اشتباه است و سبب پیش‌بینی‌های نادرست می‌شود.
- در ادامه ایشان خاطرنشان کرد که اهداف قیمتی که در این ایده مطرح شده شامل خودروهای زیر ۱۵ هزار دلار است که در بازارهای جهانی نیز به خودروهای ارزان قیمت شناخته می‌شود.
- در موارد حمایتی ایده مورد نظر اظهار داشت که در تمامی موارد تا سال ۱۴۰۴ فرصت‌های حمایتی بیان شده است و از سال ۱۴۰۴ تا ۱۴۰۸ با هدف قابلیت صادرات خودروهای تولید داخل، حداقل دو ستاره ملزم شمرده شده است.
- در ارتباط با ایجاد قطب‌های رقابتی سوم، چهارم و... نیز خاطرنشان کرد که ما اساساً در فرایند مورد نظر نیازی به تشکیل قطب‌های بیشتر نداریم و در فرایند توسعه ما را با شکست مواجه می‌کند؛ چراکه با توجه به اهداف مطرح شده نیازمند دستیابی به تیراژهای بالا و پیش‌بینی شده خواهیم بود و رفتن به سمت ایجاد قطب‌های چندگانه سبب توزیع این تیراژها نشده و امکان توسعه اقتصادی فراهم نمی‌گردد.

- در ارتباط با بورس انرژی نیز بیان کرد که اجرایی شدن آن نیازمند زمینه‌هایی است که در کشور ما، در حال حاضر وجود ندارد.

- بحث انحصار، مداخله و نحوه مواجهه با آن بسیار مهم بوده که در این طرح کاملاً به آن توجه شده است.

آقای دیوسالار پژوهشگر مرکز پژوهش‌های توسعه و آینده‌نگری در ارتباط با بخش چشم‌انداز این برنامه که بهبود رتبه خودروسازی ایران به یکی از ۱۰ کشور برتر جهان و ۵ کشور برتر آسیا تا سال ۱۴۰۴ و رسیدن به جایگاه ۸ کشور برتر جهان در سال ۱۴۰۸ است؛ با ارائه گزارشی مختصر از کشورهای پیشرو در صنعت خودرو، بیان کرد که در سال ۲۰۲۰ به دلیل وجود ویروس کرونا، تمامی ۲۵ کشور اول دنیا (به جز ایران با رشد ۷/۳) رشد منفی را تجربه کرده‌اند؛ که در این بین، کشور چین با ۲٪- درصد کمترین میزان و کشور فرانسه با ۴۰٪- درصد بیشترین رشد منفی تولید خودرو را تجربه کرده‌اند.

در ادامه ایشان در مورد جایگاه ایران در بین کشورهای جهان و آسیا و نحوه رسیدن تولیدات خودرو در ایران با توجه به سناریو موجود در طرح، پرسش‌هایی را مطرح کرد. وی اذعان داشت با توجه به میزان تولید تقریباً ۸۸۰ هزار واحدی خودرو در سال ۱۳۹۹ و رسیدن به مقدار تقریباً ۹۰۰ هزار واحد در سال ۱۴۰۰، دستیابی به اعداد اشاره شده در جدول تیراژ و رسیدن به جایگاه پنجم آسیا و دهم جهان دور از ذهن به نظر می‌رسد و در حال حاضر روسیه کشور دهم دنیاست و تولیدی تقریباً بالای ۲ میلیون دارد؛ چنانچه کشورهای اول تا دهم دنیا، نرخ رشد مثبتی نداشته و با نرخ رشد ثابت ادامه به تولید دهند؛ با توجه به اعداد مندرج در جدول تعداد تیراژ، در بهترین حالت هم این امر اتفاق نخواهد افتاد؛ بنابراین بهتر است تجدید نظر اساسی در جدول تعدادی تولید داشته باشند؛ چراکه سایر متغیرها و اهداف موجود در طرح، تحت‌الشعاع این موضوع قرار می‌گیرد. در ادامه ایشان پرسشی را در مورد نحوه تحلیل حساسیت این برنامه مطرح کرد و توضیح داد که چون در این برنامه مقدار پیش‌بینی مطرح است و وقتی رفتار یک سیستم را تحلیل می‌کنیم، تحلیل حساسیت به این معنا خواهد بود که محاسبه و برآورد کنیم رفتاری که برای سیستم پیش‌بینی کرده‌ایم (خروجی آن سیستم) تا چه حد به مقادیر متغیرهای مستقل (ورودی آن سیستم) حساس است؛ از این منظر حتماً باید نحوه تحلیل حساسیت در این طرح عنوان شود.

آقای دیوسالار اظهار داشت که در جریان بهره‌وری در صنعت خودرو باید نیروهای مازاد در صنعت خودرو حذف و مجموعه تولید نیز به سمت اتوماسیون پیش برود که قطعاً این اقدامات، بیکاری تعداد زیادی از کارگران و مشکلات اجتماعی را به دنبال خواهد داشت. از این رو ایشان نظر ارائه‌دهندگان را در این باره جویا شد.

آقای پاک‌ذات، سرپرست محترم مرکز پژوهش‌های توسعه و آینده‌نگری ضمن تشکر از ارائه‌دهندگان ایده از اندیشکده سیاست‌گذاری امیرکبیر و عرض خیرمقدم به مدیران و کارشناسان محترم دستگاه‌های اجرایی و

همکاران مرکز پژوهش‌های توسعه و آینده‌نگری، خاطرنشان کرد که طراحی کارگروه ایده‌پروری برای نشست‌های ایده‌پروری، طرح قیود و محدودیت‌های ایده‌هاست و در این راستا از صاحب‌نظران دستگاه‌های اجرایی دعوت می‌شود تا در این نشست‌ها حاضر شده، ایده‌ها را از زوایای مختلف سیاست‌گذاری، تصمیم‌گیری و اجرا بررسی کنند و قیود را متذکر شوند.

در ادامه ایشان از جمله نقاط قوت ایده مطرح شده را توجه و درک مناسب آن از مفهوم قید و دیدن این قیود در کار برشمرد. توجه به این نکته لازم است که وقتی یکی دو قید و آن هم از نوع غیرمحکم وجود دارد، با ایده‌های خیلی ساده می‌شود از آنها عبور کرد؛ اما وقتی تعداد قیود زیاد است و قیود محکمی هم هستند، چاره‌ای نیست جز ارائه بسته سیاستی؛ به عبارتی در این شرایط با یک تک ایده و یک تک سیاست پیشنهادی، مسئله حل نمی‌شود بلکه یک بسته هماهنگ سیاستی لازم است و همه موارد آن نیز باید با هم اعمال شود؛ چراکه اگر یکی اعمال نشود، شرایط بدتر می‌شود. درواقع بسته‌های سیاستی مختص زمانی است که قیود درک شده‌اند و می‌دانیم که راه‌حل ساده‌ای برای آن‌ها وجود ندارد. در این ایده، موارد بالا به خوبی مطرح شده است و در صورتی که همه موارد این بسته سیاستی به درستی اجرا شوند، می‌توان از وضعیت موجود عبور کرد و شاهد تغییرات مثبت در این حوزه بود.

آقای پاک‌ذات از جمله دیگر پتانسیل‌های ایده را توجه به سیاست خارجی کشور به عنوان یک قید و پیش‌فرض و همچنین طراحی مکانیسم و عدم اتکای صرف به پیشنهاد سیاستی عنوان کرد و درنهایت با توجه به موارد مطرح شده پیشنهادهایی برای بهبود ایده مطروحه بیان نمود:

- برگزاری نشست تخصصی ایده‌دهندگان با ارگان‌های مربوطه (ستاد مدیریت حمل‌ونقل و سوخت، مراکز اسقاط، ایران خودرو، مرکز پژوهش‌های توسعه و آینده‌نگری، آقای خسروی‌نژاد برای بحث مدل‌سازی و...).
- تکمیل ایده و طرح مورد نظر در قالب فرایندی (بررسی این که فرایند فعلی چیست، کجا قرار است اصلاح شود، پس از اصلاح چه پیامدهای مثبتی دارد و همچنین توجه به پیش‌نیازها و در نظر گرفتن این نکته که صرفاً در قالب هدف‌گذاری نباشد).

۲- جمع‌بندی و نتیجه‌گیری

ایده مذکور بر اساس فرایند آسیب‌شناسی از وضعیت شکل گرفته در صنعت خودرو پس از انقلاب با رویکرد سیاست صنعتی پیشنهاد شده است. بر این اساس سطوح اصلی شکل‌دهنده مسئله در صنعت خودروسازی عبارتند از: سطوح رابطه حاکمیت با بنگاه و حاکمیت شرکتی، شرایط بازار ناشی از سیاست‌های صنعتی و فساد در سطح شرکت‌های خودروسازی. لازم به ذکر است با وجود وابستگی و اثرگذاری متقابل این سطوح بر هم هریک دارای چارچوب‌های جداگانه و مستقل هستند که قابلیت بررسی و ارزیابی مستقل را خواهند داشت.

بررسی‌های انجام شده نشان از آن دارد که وضعیت دو بنگاه ایران خودرو و سایپا به شکلی است که بعد از دهه ۶۰، دولت به صورت مستقیم سهامدار نبوده است؛ اما به طور غیرمستقیم و از طریق شرکت‌های غیردولتی و یا شرکت‌های زیرمجموعه خود این سهام را کاملاً تحت اختیار دارد. این نوع رابطه سهامداری سبب شده که دولت با فرض جلو بردن منافع خود در ارکان دیگر، از این دو بنگاه به سود خود بهره جسته است.

به طور کلی، با توجه به مسائل و آسیب‌شناسی‌های مربوط در حوزه صنعت خودرو، چهار کمبود در حوزه توسعه صنعتی مطرح می‌شود که مدل پیشنهادی این ایده بر پایه پاسخگویی به این سطوح است.

- عدم تعیین فلسفه و راهبرد مشخص بین‌الذهانی توسعه صنعتی در ایران
 - عدم امکان راهبری واحد و پیگیری یک برنامه توسعه صنعتی در ساختار تصمیم‌گیری فعلی در ایران
 - عدم امکان تجمع ظرفیت نخبگانی کشور در حوزه سیاست‌گذاری در بخش صنعت
- این ایده با الگوی توسعه و اکتساب فناوری به ذکر اهداف، چشم‌انداز، راهبردها و سیاست‌های اجرایی در افق طرح هشت‌ساله می‌پردازد.

گام اول، به بررسی و ارزیابی مدل توسعه همکاری با خودروسازان صاحب نام خارجی که همواره در تمامی طرح‌های توسعه‌ای مدنظر قرار گرفته است؛ در گام بعدی اهدافی به‌منظور حل این مسائل و ارائه الگویی جهت بیان ایده در نظر گرفته شده است؛ چشم‌انداز ایده مورد نظر بهبود رتبه خودروسازی ایران از منظر تیراژ تولید به یکی از ۱۰ کشور برتر جهان و پنج کشور برتر آسیا طی چهار سال آینده و رسیدن به جایگاه هشت کشور برتر جهان طی هشت سال آینده است؛ بر اساس چشم‌انداز و اهداف مورد نظر، سناریوها در دو سطح در نظر گرفته شده است؛ سناریوی اول، اهداف با توجه به ادامه روند وضعیت موجود؛ و سناریوی دوم، اهداف با توجه به بهبود و اصلاح روابط بین‌الملل مدنظر است.

قیود اشاره شده در ایده و ارائه راهکارهای مناسب با هریک از آن‌ها، از نقاط پتانسیل و قوت‌های ایده مطرح شده است. از طرفی به دلیل تعداد زیاد قیود و همچنین قدرتمند بودن این محدودیت‌ها، نیازمند یک بسته

هماهنگ سیاستی است که در این طرح مطرح شده^۱ و همچنین در صورتی که تمامی موارد این بسته سیاستی، درست اجرایی گردند، می‌توان از وضعیت موجود عبور کرد و شاهد تغییرات مثبت در این حوزه بود؛ اما در جهت تحقق هدف تحول صنعت خودرو، بهتر است قیودی را از دیدگاه ذی‌نفعان و ذی‌نفوذان تدقیق کرد. این ایده را می‌توان با در نظر گرفتن مواردی چون رعایت جوانب الگوی مصرف و تقاضا، میزان سازگاری سود و زیان بنگاه‌ها (اعم از خودروسازان، قطعه‌سازان و اسقاط خودرو)، دولت (اعم از مالیات بر سود، روابط بین‌الملل در زمینه صادرات و واردات، سیاست‌های حمایتی خصوصاً در بخش R&D و...) و مردم، به‌عنوان یک عامل اثرگذار کلیدی بر جامعه در نظر گرفت؛ همچنین به دلیل عدم پایداری جو موجود کشور پیشنهاد می‌شود ایده در سناریوهای بیشتری مورد بررسی قرار گیرد.

درنهایت، در ایده مذکور برای انسجام درونی و محتوایی اجزای ایده و میزان توجیه فنی، اقتصادی و تخصصی آن باید نکات زیر مورد توجه قرار گیرد.

- مشکلات و قیود احتمالی ایده در هنگام اجرا؛
- نحوه تأمین مالی و سرمایه‌گذاران پیشنهادی، قابلیت توجیه اقتصادی - مالی نسبت به طرح‌ها و ایده‌های رقیب؛
- تحلیل هزینه فایده طرح و میزان تقریبی بودجه مورد نیاز، نحوه تأمین مالی و سرمایه‌گذاران پیشنهادی؛
- مطالعات بازار و ریسک مرتبط با آن.

۱. برای مطالعه و آشنایی بیشتر با راهکارهای این ایده، به پیوست ۲ مراجعه شود.

پیوست

پیوست ۱: نمونه پرسشنامه ارزیابی ایده

پرسشنامه ارزیابی ایده

شماره نشست:	محل نشست:	ساعت نشست: ۰۰:۰۰ تاریخ: ۱۴۰۰/۰۰/۰۰
عنوان ایده:		
شرح ایده:		
<p>سؤالات:</p> <p>الف) معیارهای محتوایی:</p> <p>۱- به چه میزان ارکان و اجزای ایده دارای انسجام درونی و محتوایی هستند؛ به عبارتی دیگر ایده تا چه میزان توجیه فنی، اقتصادی و تخصصی دارد؟ لطفاً نظر خود را در خصوص موارد زیر بیان فرمایید:</p> <p>۱-۱- مشکلات و قیود احتمالی ایده در هنگام اجرا:</p> <p>۲-۱- تحلیل هزینه- فایده طرح:</p> <p>۳-۱- تأمین مالی و سرمایه‌گذاران پیشنهادی:</p> <p>۴-۱- میزان تقریبی بودجه موردنیاز، نحوه تأمین مالی و سرمایه‌گذاران پیشنهادی:</p> <p>۵-۱- امکانات و تجهیزات موردنیاز:</p> <p>۶-۱- مطالعات بازار (عرضه و تقاضا، میزان تولید، کیفیت محصول و...):</p> <p>۷-۱- مطالعات ریسک بازار:</p> <p>۸-۱- ذینفعان و ذی‌نفعان:</p> <p>۹-۱- هزینه- فرصت طرح:</p> <p>۱۰-۱- تحلیل حساسیت:</p> <p>۱۱-۱- ابزارها و فناوری‌های نوین بهره گرفته شده:</p> <p>۱۲-۱- مدیریت تعارض منافع:</p> <p>۱۳-۱- قابلیت توجیه اقتصادی- مالی نسبت به طرح‌ها و ایده‌های رقیب:</p> <p>ب) معیارهای برون ایده‌ای:</p>		

این ایده:

- ۱- به چه میزان روی هسته‌های کلیدی (خط دهنده‌های اصلی) در توسعه کشور تمرکز دارد؟
☐ خیلی زیاد ☐ زیاد ☐ متوسط ☐ کم ☐ خیلی کم
- ۲- به چه میزان با اسناد بالادستی به‌ویژه سند ملی آمایش سرزمین، هماهنگی و انطباق دارد؟
☐ خیلی زیاد ☐ زیاد ☐ متوسط ☐ کم ☐ خیلی کم
- ۳- به چه میزان سبب حل مسائل و مشکلات حاد و مزمن کشور به‌صورت همزمان شده است؟
☐ خیلی زیاد ☐ زیاد ☐ متوسط ☐ کم ☐ خیلی کم
- ۴- به چه میزان تکمیل‌کننده فرایند زنجیره ارزش است؟
☐ خیلی زیاد ☐ زیاد ☐ متوسط ☐ کم ☐ خیلی کم
- ۵- به چه میزان بخش‌های مهم و اصلی اقتصاد کشور را همزمان تحت تأثیر قرار داده است؟
☐ خیلی زیاد ☐ زیاد ☐ متوسط ☐ کم ☐ خیلی کم
- ۶- به چه میزان آثار و تبعات اقتصادی، اجتماعی و سیاسی (مثبت) دارد؟
☐ خیلی زیاد ☐ زیاد ☐ متوسط ☐ کم ☐ خیلی کم
- ۷- به چه میزان به مشارکت مردم و بخش خصوصی منجر می‌شود؟
☐ خیلی زیاد ☐ زیاد ☐ متوسط ☐ کم ☐ خیلی کم
- ۸- به چه میزان در شرایط سخت تحریمی، قابلیت اجرا و تحقق دارد؟
☐ خیلی زیاد ☐ زیاد ☐ متوسط ☐ کم ☐ خیلی کم
- ۹- به چه میزان دارای فوریت اجرایی و عملیاتی است؟
☐ خیلی زیاد ☐ زیاد ☐ متوسط ☐ کم ☐ خیلی کم
- ۱۰- به چه میزان امکان عملیاتی شدن در بازه زمانی برنامه هفتم را دارد؟
☐ خیلی زیاد ☐ زیاد ☐ متوسط ☐ کم ☐ خیلی کم
- ۱۱- تا چه میزان با رویکردهای فعلی دولت سیزدهم همسو و هم‌راستا است؟
☐ خیلی زیاد ☐ زیاد ☐ متوسط ☐ کم ☐ خیلی کم
- ۱۲- به چه میزان آحاد جامعه را تحت تأثیر قرار می‌دهد؟
☐ خیلی زیاد ☐ زیاد ☐ متوسط ☐ کم ☐ خیلی کم
- ۱۳- آیا زیرساخت‌های نهادی و قانونی لازم، در حال حاضر موجود است یا نیاز به ساختارهای جدید دارد؟
☐ زیرساخت‌های نهادی و قانونی موجود است ☐ نیاز به زیرساخت‌های نهادی و قانونی جدید دارد

ارزیابی نهایی ایده:

پیوست ۲: برنامه عملیاتی تحول صنعت خودرو



اندرپژشکده سیاستگذاری آهیرکیر

برنامه عملیاتی تحول صنعت خودرو



درباره گزارش

گزارش حاضر که تحت عنوان "طرح عملیاتی تحول صنعت خودرو" ارائه شده است حاصل ۸ سال کار پژوهشی گروه صنعت اندیشکده سیاستگذاری امیرکبیر در حوزه خودرو است. این کار پژوهشی که از سال ۹۲ آغاز شده است شامل تعداد بیش از ۱۰۰ مصاحبه کارشناسی با کارشناسان، مدیران میانی و ارشد و مقامات سیاسی موثر بر صنعت خودرو، مطالعه تاریخچه صنعت خودروی ایران و جریان‌های موثر بر آن، مطالعه تطبیقی دقیق و بررسی تجربه جهانی ۵ کشور موفق در توسعه صنعت خودرو به ویژه کره جنوبی، هم اندیشی‌های مختلف دورن و برون اندیشکده‌ای حول صنعت خودرو، برخورد و درگیری واقعی با مسائل صنعت خودرو از جمله قیمتگذاری خودرو در شرایط افزایش نرخ ارز، قراردادهای خودروسازان داخلی با شرکت‌های فرانسوی و مباحث مربوط به خصوصی سازی و تغییر ترکیب سهامداری شرکت‌های بزرگ است. برنامه حاضر، بر مبنای یک نگاه منسجم نظری تلاش دارد راهکارهای سیاستی مشخصی در سطح عملیاتی به دست دهد به گونه‌ای که دولت بتواند مبتنی بر واقعیت‌های صنعت خودرو از آن‌ها استفاده نماید. به دلیل ذات برنامه‌ای بودن متن حاضر، رعایت اختصار لازم بوده است، با این وجود اسناد پشتیبان این سند که بالغ بر ۵۰۰ صفحه می‌باشد در قالب‌های دیگری در آینده منتشر خواهد شد.

درباره نویسندگان

میلاد بیگی

دانشجوی دکترای اقتصاد دانشگاه علامه طباطبائی،
مدیر گروه صنعت اندیشکده سیاستگذاری امیرکبیر



حبیب‌الله ظفریان

دانشجوی دکترای مهندسی نفت دانشگاه صنعتی امیرکبیر،
مسئول اندیشکده سیاستگذاری امیرکبیر



مصطفی اکبری / حسین کارآزما / محمدهادی عامری

۱- مقدمه توجیهی

۱-۱ بررسی وضعیت صنعت خودرو

پس از انقلاب هر چند تلاش‌های فراوانی در زمینه حوزه خودرو به ویژه در زمینه افزایش تیراژ خودروهای تولیدی و داخلی‌سازی آن‌ها صورت گرفت، اما با گذشت ۳ دهه از شروع فعالیت‌های صنعت خودروسازی پس از انقلاب اسلامی در ایران، صنعت خودرو از مشکلات ساختاری در چندین سطح رنج می‌برد به طوری که این مسائل ساختاری سبب شده است که زیست بوم صنعت خودرو در ایران نتواند پذیرای فناوری باشد و علاوه بر عقب ماندگی شدید صنعت خودرو از سایر رقبای خود در عرصه بین الملل، نارضایتی شدیدی را در کشور رقم بزند. مسائلی از جمله فناوری پایین خودروهای تولیدی، مصرف سوخت بالا، ایمنی پایین و تنوع کم از جمله مشکلاتی است که از سوی مردم احساس می‌شود.

۱-۲ فقدان راهبرد اساسی و بلند مدت در صنعت خودرو و حرکت نوسانی در این صنعت

یک راهبرد بلندمدت در صنعت خودرو که مورد مفاهمه تصمیم‌گیران و سیاست‌گذاران بخش خودرو در کشور باشد، وجود ندارد و هنوز تصمیمات اساسی در خصوص مدل توسعه این صنعت گرفته نشده است. از همین روست که طی سه دهه گذشته دائماً این صنعت شاهد نوسان مداوم در حرکت میان توسعه برند داخلی و مونتاژ خودروهای بین‌المللی است و سیاست‌گذاران نتوانسته‌اند که یک مسیر مشخص را هدف‌گذاری و خودروسازان را به آن هدایت نمایند. به طور مثال در دهه ۷۰ سیاست افزایش عمق داخلی‌سازی در خودروهای پژو ۴۰۵، پیکان و پراید و پس از آن طراحی و تولید خودرو سمند در دستور کار قرار گرفت. اما با فاصله اندکی پس از آن استراتژی خودروسازی کشور در ابتدای دهه ۸۰ به سمت مونتاژ خودروهای فرانسوی تغییر جهت داد و مونتاژ پژو ۲۰۶ و رنو آل ۹۰ به کارویژه اصلی خودروسازان تبدیل شد. سپس در نیمه دوم دهه ۸۰ ایران خودرو به سمت طراحی موتور داخلی حرکت کرد و در ابتدای دهه ۹۰ طراحی و تولید دو خودرو تیا و دنا به هدف خودروسازان تبدیل شد اما در ادامه و پس از افسای برجام در سال ۹۶ مجدداً هر دو شرکت ایران خودرو و سایپا قرارداد بلند مدت مونتاژ خودرو را با پژو و سیتروئن به امضا رساندند که البته این دو قرارداد نیز به دلیل خروج آمریکا از برجام در سال ۱۳۹۷ به نتیجه نرسید و مجدداً از اواخر همان سال هر دو شرکت ایران خودرو و سایپا مجدداً به سمت طراحی و تولید خودروی داخلی گام برداشتند و در سال ۱۳۹۹ شرکت سایپا خودروی شاهین را روانه بازار کرد و از خودروی آریا رونمایی کرد و ایران خودرو نیز اقدام به رونمایی از خودرو تارا نمود.

۱-۳ تبیین حاکمیتی بودن مسئله خودرو و نقش پررنگ‌تر دولت‌ها در عقب ماندگی این صنعت نسبت به مدیران خودروسازی

نظام سیاست‌گذاری صنعتی خودرو در ایران هم از منظر ساختار تصمیم‌گیری و هم محتوای تصمیمات اتخاذ شده دارای ایراداتی است که باعث شده است با وجود گذشت چند دهه از شروع فعالیت این صنعت در ایران، هم‌چنان عقب‌ماندگی قابل توجهی میان خودروسازان داخلی و رقبای خارجی آن‌ها مشاهده شود.

بر اساس قوانین و آیین‌نامه‌های تدوین شده پس از انقلاب بیش از ۱۰ نهاد حاکمیتی در حوزه خودرو توان تصمیم‌گیری دارند که این مسئله موجب شده است که امکان راهبردی واحد برای این صنعت وجود نداشته باشد. در میان نهادهای رگولاتور صنعت خودرو در ایران می‌توان به هیئت وزیران، شورای رقابت، شورای عالی حفاظت محیط زیست، شورای عالی استاندارد، هیئت سرمایه‌گذاری خارجی، وزارت صنعت، وزارت نفت، کشور، وزارت راه و شهرسازی و پلیس راهمایی و رانندگی اشاره کرد.

طی این چهار دهه بیش از ۱۰ مدیر از جناح‌ها و با تفکرات مختلف بر صنعت خودرو ایران حاکم بوده‌اند اما روند تصمیمات میان این مدیران دارای تفاوت آن‌چنانی نبوده و عمده تفاوت‌ها نیز به رویکرد مختلف دولت‌ها ارتباط داشته است؛ از همین رو عمده سهم این عقب‌ماندگی بر دوش دولت‌ها قرار دارد.

۳- تبیین رویه‌های تاریخی به وجود آورنده عقب ماندگی در این صنعت

الف) دولتی‌سازی در پوشش خصوصی‌سازی و آثار آن، رابطه بالادرتنگ دولت با خودروسازان بدون هیچ محدودیتی

نوع رابطه دولت و شرکت‌های خودروسازی و حاکمیت شرکتی در این نگاه‌ها یکی از اساسی‌ترین وجوه ساختاری این صنعت است. دولت برخلاف آنکه در ظاهر حدود ۱۴٪ از سهام ایران خودرو و ۱۷٪ از سهام سایپا را در اختیار دارد، اما با واگذاری سهام خود به شرکت‌های عمومی وابسته و تحت کنترل خود (مانند صندوق‌های بازنشستگی) و همچنین ایجاد یک نظام سهامداری چرخه‌ای در شرکت‌های خودروسازی، عملاً مدیریت ایران خودرو و سایپا را در اختیار خود نگاه داشته است. در نظام سهامداری چرخه‌ای مورد اشاره، شرکت‌های زیرمجموعه ایران خودرو و سایپا به صورت مستقیم و غیرمستقیم سهام شرکت ایران خودرو و سایپا را خریداری کرده و یک چرخه بسته مالکیتی ایجاد نموده‌اند. حجم این بخش از سهام در ایران خودرو حدود ۴۶ درصد و در سایپا حدود ۴۰ درصد است. سهام چرخه‌ای به دلیل ایجاد یک حلقه بسته، عملاً تحت مدیریت سهامداری (سهام‌داری) قرار می‌گیرد که دارای بیشترین سهم از شرکت اصلی هستند. از این طریق اعمال نظر دولت در شرکت‌های خودروساز و دخالت در آن‌ها بی‌واسطه و به سرعت امکان‌پذیر است. این مسئله موجب شده که با تغییر کلی و جزئی در دولت‌ها (تغییر رئیس‌جمهور، وزیر و...) و حتی تغییر در سایر قوا و نهادهایی که امکان چانه‌زنی و اعمال قدرت بر دولت دارند، صنعت خودرو تحت تحولات فراوان گردد. از همین رو به صورت ساختاری امکان سرمایه‌گذاری بلندمدت به ویژه در حوزه‌های با فناوری بالا - که به دلیل بازدهی دیر هنگام و طولانی نیازمند پیش‌بینی‌پذیری بالایی است - در این صنعت از بین رفته و نگاه‌ها را در گیر روزمرگی‌های فراوان نموده است.

ب) سیاست‌های صنعتی متناقض، ناکارآمد و ناکافی

مسئله پراهمیت دیگر این صنعت ساختار بازار در حوزه‌های مختلف فعالیت است. فعالان اقتصادی و شرکت‌ها بر اساس آنچه در بازار رخ می‌دهد، تصمیم می‌گیرند که برای حداکثر کردن سود خود چه فعالیت‌هایی را پیگیری کنند. در این میان دولت با ابزارهای زیادی که در اختیار دارد باید انگیزه و تصمیم شرکت‌ها را تحت تأثیر قرار داده، سود نگاه را هم‌راستا با سود و منافع ملی نماید. بنابراین سیاست‌های صنعتی اتخاذ شده از سوی دولت نقش محوری در جهت‌دهی به فعالیت‌ها دارد. طی ۳۰ سال گذشته سیاست‌های صنعتی بخش خودرو دارای ایرادات راهبردی در طراحی این ابزارها بوده است. سیاست‌هایی از جمله تعرفه واردات خودرو، تعرفه واردات قطعات خودرو، استانداردها، دستورالعمل قیمت‌گذاری و حمایت‌های مالی طی این چند دهه به کار گرفته شده اما فهم ناقص از این ابزارها، اشتباه در عملیاتی‌سازی را به دنبال داشته است، از جمله:

- ممنوعیت واردات و یا تعرفه‌های بسیار بالا امکان رقابت اندک خودروسازان داخلی با خارجی را سلب کرده است.
- تعرفه واردات قطعات به دلیل طراحی اشتباه پلکان‌های آن عملاً داخلی‌سازی بیشتر از ۴۰ درصد را از صرفه اقتصادی خارج می‌کند.
- استانداردهای خودرویی کاملاً به صورت ترجمه‌ای از استانداردهای اروپا و بدون توجه به نیازهای بازار منطقه و ظرفیت‌های خودروسازان کشور تدوین می‌شود و همان هم به موقع اجرایی نمی‌شود.
- دستورالعمل قیمتی، خودروسازان را به سمت کاهش کیفیت و عدم انگیزه افزایش تیراژ سوق می‌دهد.
- از سایر ابزارهای سیاستی از جمله عوارض و مالیات به منظور تشویق به صادرات، طراحی پلنفرم و توسعه برند استفاده نشده است.

این موارد عملاً موجب شده است که حرکت به سمت کاهش عمق داخلی‌سازی، حفظ تولیدات گذشته و کاهش کیفیت بیشترین منافع را برای تولیدکنندگان این عرصه رقم بزند.

ج) وجود بسترهای فساد در صنعت خودرو

عدم لزوم افشای هیچ گونه اطلاعاتی از شیوه همکاری خودروسازان با زیرمجموعه‌های خود و همچنین شیوه فروش خودروها، موجب شده است که دو حوزه تأمین قطعات (داخلی و خارجی) و فروش، طی این سال‌ها پذیرای فسادهای فراوانی باشد. علاوه بر آن، وجود شرکت‌های متعدد ذیل خودروسازان و

یافته نیز پس از مدتی منسوخ شده و بالاچار از دایره فعالیت شرکت در حال توسعه خارج می‌گردد، در حالی که نیاز فناوری این شرکت هم چنان باقی است.

ج- عدم آگاهی دقیق نسبت به نیازهای فناورانه

از جمله مشکلات اصلی در شرکت‌های در حال توسعه، عدم آگاهی این شرکت‌ها به نیازهای خود است. این مسئله منجر به این می‌گردد که شرکت اولاً در قراردادهای انتقال فناوری نیازهای واقعی خود را کسب نمی‌کند، ثانیاً با توجه به عدم تسلط کافی به نیازهای خود، در قراردادهای همکاری با شرکای خودروساز توسعه‌یافته، مدیریت شده و دور زده می‌شوند.

د- تسلط شرکت دارای فناوری بر شرکت در حال توسعه

یکی از مسائلی که همواره شرکت‌های در حال توسعه را در قراردادهای انتقال فناوری خودروساز، تهدید می‌کند، تسلط شرکت دارای فناوری به شرکت فوق است. چراکه به دلیل توسعه‌یافتگی و در اختیار داشتن فناوری و همچنین بازار پر حجم، شرکت فناور همواره دست برتر را در مذاکرات دارد و از همین رو امکان منحرف شدن مذاکرات مرتبط با قرارداد و تخطی از تعهدات وجود دارد. بررسی تجربه‌های خودروساز-خودروساز کاملاً تأیید کننده این مطلب هستند به نحوی که تخطی از تعهدات و همچنین امتناع از طرح و برنامه‌های بلند پروازانه شرکت‌ها بارها توسط شرکت‌های خودروسازی توسعه‌یافته، رخ داده است. به‌طور مثال شکست تجربه انتقال فناوری گوانگژو چین و پژو-سیتروئن فرانسه یا دوو و جنرال موتورز گواهی این مسئله هستند.

ه- رقابت میان خودروسازان در قراردادهای همکاری

در قرارداد مشارکت دو خودروساز، هر دو شرکت به دنبال حداکثر نمودن سود خود هستند. این مسئله موجب می‌شود که در مسائلی که منافع دو شرکت در تعارض یا یکدیگر واقع می‌شود، همکاری دو شرکت با مشکل مواجه گردد. به‌عنوان مثال جنرال موتورز در همکاری خود با دوو کره، به علت آنکه طرح‌های توسعه دوو موجب از دست رفتن بازارهای داخلی و صادراتی خود می‌شد، دائماً با این طرح‌ها مخالفت می‌کرد و در نهایت این همکاری با شکست مواجه شد.

۳-۱-۳-۱-۳ مدل توسعه به کارگرفته شده در این برنامه عملیاتی

باتوجه به موارد فوق و نقاط ضعف مدل توسعه مبتنی بر همکاری و مونتاژ برندهای خارجی، مدل توسعه مدنظر در برنامه عملیاتی پیش رو بر طراحی و ارتقای پلتفرم‌های داخلی و توسعه برندهای داخلی از طریق تمرکز بر تقویت و حمایت از قطعه‌سازان داخلی و همکاری با قطعه‌سازان و مجموعه‌سازان سطح اول بر اساس نوع ارتباطات بین المللی استوار است. علاوه بر این، در صورت وجود ارتباطات مناسب بین المللی یکی دیگر از راه‌های انتقال و کسب فناوری در این برنامه عملیاتی، تصاحب و سهام‌داری شرکت‌های دارای فناوری در حوزه‌های مورد نیاز است. در این روش با خرید شرکت دارای فناوری، می‌توان بدون برداشتن گام‌های پیچیده اقدام به تصاحب فناوری کرد و از دستاوردها و دارایی‌های شرکت در پیشبرد نیازهای فناوری بهره جست. یکی مزایای بزرگ روش تصاحب شرکت فناور این است که همزمان با انتقال فناوری، به شرکت‌های داخلی، شرکت فناور در حال حرکت و توسعه با فناوری روز است. از همین رو شرکت‌های داخلی به‌مرور و با بهره‌گیری از شرکت فناور، فاصله خود را با فناوری روز کاهش داده و به سطح اول فناوری می‌رسند. علاوه بر این به‌تدریج با درگیر کردن نیروی انسانی می‌توان به آموزش نیروی انسانی پرداخت. هرچند نمی‌توان از پیچیدگی و عدم تجربه در مدیریت یک شرکت در عرصه بین‌المللی و هزینه‌های بالای سرمایه‌گذاری در آن‌ها چشم‌پوشی کرد.

۳-۲-۲ چشم‌انداز

بهمودرتبه خودروسازی ایران به یکی از ۱۰ کشور برتر جهان و ۵ کشور برتر آسیا طی ۴ سال آینده و رسیدن به جایگاه ۸ کشور برتر جهان طی ۸ سال آینده

۳- اهداف و راهبردهای کلان

اصلاح حاکمیت شرکتی ایران خودرو و سایپا از طریق راهبرد افزایش فاصله دولت از شرکتهای خودروسازی و عدم امکان دخالت بلادرنگ در شرکتهای خودروسازی

- افزایش تیراژ سالیانه در دو سناریو مطابق جدول زیر:

سال	سناریو ۱: ادامه وضعیت فعلی	سناریو ۲: بهبود روابط بین الملل*
۱۴۰۱	۱۲۰۰۰۰۰	۱۳۰۰۰۰۰
۱۴۰۲	۱۳۰۰۰۰۰	۱۴۵۰۰۰۰
۱۴۰۳	۱۴۵۰۰۰۰	۱۶۵۰۰۰۰
۱۴۰۴	۱۶۰۰۰۰۰	۱۸۵۰۰۰۰
۱۴۰۵	۱۸۰۰۰۰۰	۲۰۵۰۰۰۰
۱۴۰۶	۱۹۵۰۰۰۰	۲۲۰۰۰۰۰
۱۴۰۷	۲۱۰۰۰۰۰	۲۳۰۰۰۰۰
۱۴۰۸	۲۲۰۰۰۰۰	۲۷۰۰۰۰۰

* سناریو رفع تحریمها و یا ارتباط استراتژیک و راهبردی با شرق

- تولید حداقل ۱/۴ میلیون دستگاه (در سناریو ادامه وضع فعلی: ۱/۲ میلیون دستگاه) خودرو با برند داخلی به صورت سالیانه تا سال ۱۴۰۴ و افزایش آن تا ۳/۲ میلیون دستگاه (در سناریو ادامه وضع فعلی: ۱/۸۵ میلیون دستگاه) تا سال ۱۴۰۸
- صادرات سالیانه ۱۵۰ هزار دستگاه خودرو (در صورت ادامه وضع فعلی: ۵۰ هزار خودرو) به کشورهای منطقه تا سال ۱۴۰۴ و ۲۵۰ هزار دستگاه (در صورت ادامه وضع فعلی: ۱۵۰ هزار دستگاه) سالیانه تا سال ۱۴۰۸
- افزایش میانگین وزنی عمق ساخت داخل خودروهای هر شرکت به ۷۰ درصد از ابتدای سال ۱۴۰۵
- کاهش فواصل به روز رسانی سبک گونههای خودرو به ۲ سال تا سال ۱۴۰۴
- کاهش فواصل به روز رسانی سنگین گونههای خودرو به ۴ سال تا سال ۱۴۰۸
- ارتقای حداقل ایمنی خودروها بر اساس استاندارد EuroNCAP و یا CNCAP به ۲ ستاره ایمنی تا سال ۱۴۰۴ و ۳ ستاره ایمنی تا سال ۱۴۰۸
- افزایش صادرات قطعات خودرو در سناریو ۱ تا ۳۰۰ میلیون دلار تا سال ۱۴۰۴ و ۶۰۰ میلیون دلار تا سال ۱۴۰۸ و در سناریو ۲ تا ۵۰۰ میلیون دلار تا سال ۱۴۰۴ و ۱ میلیارد دلار تا سال ۱۴۰۸
- افزایش نسبت «تیراژ تولید سالیانه به نیروی کار» کل گروه در شرکتهای خودروسازی به نسبت ۱۴ در سال ۱۴۰۴ و ۱۸ تا سال ۱۴۰۸
- کاهش هزینههای تولید از طریق مشترکسازی قطعات بین خودروهای دو شرکت و طراحی و بهره برداری مشترک از پلتفرمهای داخلی ماژولار
- افزایش اسقاط خودروهای فرسوده به ۵۰۰ هزار دستگاه سالیانه تا سال ۱۴۰۴ و ۸۰۰ هزار دستگاه تا پایان سال ۱۴۰۸

۴-۴- افزایش رقابت‌پذیری در صنعت خودرو (افزایش ایمنی، مصرف سوخت و به‌روزرسانی محصولات)

- ارائه برنامه نحوه واردات خودرو تا سال ۱۴۰۴ طی دو سناریو بر اساس میزان درآمدهای ارزی حداکثر تا پایان سال ۱۴۰۰
- اصلاح پلکانی تعرفه واردات خودرو از ۹۰ درصد در سال ۱۴۰۱ تا ۶۰ درصد در سال ۱۴۰۴ و ۴۰ درصد در سال ۱۴۰۸ با فرض وجود منابع ارزی پایدار
- در صورت توقف تولید خودرویی که طی ده سال از تولید آن حداقل ۶۰۰ دستگاه از آن خودرو شماره‌گذاری شده باشد در دو سال ابتدایی تولید و شماره‌گذاری خودروی جایگزین جدید، خودروسازان از تخفیف ۵۰ درصدی تعرفه واردات قطعات منفصله برخوردار می‌شوند.
- تخفیف و تسهیل مالیاتی بر اساس تیراژ تولید سالیانه مصوب برای هر شرکت خودروسازی به نحوی که مالیات بر سود آنها از ۳۵ درصد تا ۱۰ درصد بر اساس جدول زیر:

درصد تحقق برنامه سالیانه تیراژ	درصد مالیات بر سود سالیانه
٪۱۰۰	٪۱۰
٪۹۵	٪۱۵
٪۹۰	٪۲۰
٪۸۵	٪۲۵
٪۸۰	٪۳۰
٪۷۰	٪۳۵

- خودروهایی که توسط مرجع قیمت‌گذاری، تعیین قیمت می‌شوند در صورتی که با تأیید سازمان ملی استاندارد ایران، دارای گواهی کسب ۵ تا ۲ ستاره ایمنی مطابق با استاندارد آزمون ایمنی تصادفات خودرو باشند متناظر با آن ۲ تا ۵ واحد درصد به سود مصوب آن خودرو اضافه می‌گردد.
- جریمه خودروساز به ازای شماره‌گذاری هر خودرویی که از ابتدای سال ۱۴۰۵ گواهی ۲ ستاره ایمنی کسب نکرده باشند به میزان ۵ درصد قیمت فروش آن.
- ارائه مشوق برای خودروهایی که توسط مرجع قیمت‌گذاری، تعیین قیمت می‌شوند به شکلی که خودروهایی که دارای رده مصرف سوخت (A) و یا ب (B) و یا ث (C) و یا د (D) باشد، به ترتیب ۵ و یا ۴ و یا ۳ و یا ۲ واحد درصد، به سود مصوب آن اضافه شود.
- میانگین مصرف سوخت خودروهای هر خودروساز تا سال ۱۴۰۴، به ۶/۵ لیتر در هر ۱۰۰ کیلومتر و تا سال ۱۴۰۸ به ۶ لیتر در هر ۱۰۰ کیلومتر مسافت پیموده شده برسد. تخطی از این میانگین به ازای هر یک‌دهم لیتر در صد کیلومتر پیمایش بالاتر از این مقادیر، ۲ واحد درصد به میزان مالیات بر سود سالیانه خودروساز اضافه خواهد شد.

۴-۵- افزایش صادرات خودرو و قطعات

برنامه صادرات خودرو مطابق جدول صفحه بعد:

برنامه عملیاتی تحول صنعت خودرو

۸

سال	مشارکت ۱: ادامه وضعیت فعلی	مشارکت ۲: بهبود روابط بین المللی
۱۴۰۱	۱۵۰۰۰	۲۵۰۰۰
۱۴۰۲	۲۵۰۰۰	۵۰۰۰۰
۱۴۰۳	۳۵۰۰۰	۱۰۰۰۰۰
۱۴۰۴	۵۰۰۰۰	۱۵۰۰۰۰
۱۴۰۵	۷۰۰۰۰	۱۷۵۰۰۰
۱۴۰۶	۹۰۰۰۰	۳۰۰۰۰۰
۱۴۰۷	۱۲۰۰۰۰	۳۲۵۰۰۰
۱۴۰۸	۱۵۰۰۰۰	۳۵۰۰۰۰

* عوارضی تحت عنوان «عوارض تولید در فضای انحصاری» از خودروهایی که ۱۰ سال از شروع تولید آن سپری شده است، به میزان دو درصد (۲ درصد) قیمت نهایی فروش اخذ می شود اما در صورت صادرات به اندازه پانزده درصد (۱۵ درصد) تولید سالیانه، معاف از عوارض مذکور می شوند و در غیر این صورت سالانه ۳ درصد (۳ درصد) به عوارض مذکور اضافه خواهد شد. مبنای سال شروع تولید خودروها، اولین سال شماره گذاری هر خودرو است و خودروهای در حال تولید نیز پس از سه سال، باید مشمول این آیین نامه شوند.

- تدوین آیین نامه اجرایی به منظور تسهیل تولید خودروهای ارتقا یافته و خودروهای ساخته شده موردی (غیر تولید انبوه) توسط شرکتهای دانش بنیان تدوین تا پایان سال ۱۴۰۰ به نحوی که خودروهای مذکور بتوانند با قبولی در آزمون های استاندارد ایمنی و آلایندگی که امکان انجام آن در داخل کشور و با کشورهای بدون موانع تحریمی فراهم است، مجوز تردد و شماره گذاری دریافت نمایند.
- اعطای تسهیلات بانکی «سرمایه در گردش» و «تحقیق و توسعه» با سود بانکی ۴ درصد در صورت تبعیت از برنامه صادرات خودرو.
- بازگشت تعرفه واردات قطعات به خودروسازان در صورت تبعیت از برنامه صادرات خودرو.
- تدوین برنامه استاندارد بلند مدت مطابق با نیاز بومی و بازارهای صادراتی.
- ایجاد و توسعه مراکز اعطای استانداردهای بین المللی و مراکز تست برای خودرو و قطعات تا سال ۱۴۰۴.
- تشویق شرکتهای مدیریت صادرات (EMC) برای ورود به موضوع صادرات قطعات و فناوری های صنعت خودرو.

۴-۶- افزایش بهره‌وری تولید و اصلاح وضعیت نیروی انسانی

- ایجاد سامانه تحت کنترل برای استخدام و به کارگیری نیروی انسانی متخصص و جذب از طریق سامانه های رسمی در کشور برای جلوگیری از جذب سفارشی افراد ناکارآمد.

۴-۷- کاهش فساد در صنعت خودرو

- ایجاد سامانه گزارشگری مردمی فساد و تخلفات (سوت زنی) در زنجیره تولید و خدمات پس از فروش خودرو تا انتهای سال ۱۴۰۰
- پرداخت پاداش (با درصدی از پیش تعیین شده) از قبل جرمه افراد و شرکتهای متخلف به گزارشگر فساد.

مضمون مورد نظر ما این است که ما توجه بدهیم به اهمیت صنعت در پیشرفت کشور. منظورمان از صنعت، صنعت جوشیده‌ای از ذهن و فکر و ابتکار و ایمان خود شماست. معتقدیم که صنعت تأثیر بسیار اساسی‌ای دارد در پیشرفت کشور؛ یعنی در واقع عنصر اصلی پیشرفته محسوب شدن یک کشور و لوازمی که دارد. پیشرفت در صنعت است؛ با شرایط در جای خود معین شده‌ای که مربوط می‌شود به افکار و عقاید و ایمان‌های ملت ما و شما عزیزان.

(پیلت مقام معظم رهبری در بازدید از نولمنی‌های صنعت خودرو سازی؛ فروردین ۱۳۸۹)

اندیشکده سیاست‌گذاری
امیرکبیر

www.amtt.ir

