

علی میرزایی سیسان

خودروسازی ایران ۱۴۰۴ عدم قطعیت به توان ۲



اندیشکده خودرو
AUTO THINK TANK

● مقدمه

سال ۱۴۰۴ می‌تواند به‌عنوان نقطه عطفی بزرگ و سرنوشت‌ساز در تاریخ صنعت و بازار خودروسازی ایران ثبت شود؛ سالی که فرصت‌ها و تهدیدها هم‌زمان در کنار یکدیگر قرار گرفته‌اند تا مسیر آینده این صنعت را رقم بزنند. آیا این صنعت توان عبور از چالش‌های دیرینه و ورود به دوره‌ای از احیا و رشد را دارد، یا همچنان در دام مشکلات ساختاری همیشگی گرفتار خواهد ماند؟ اهداف بلندپروازانه تولید، تلاش‌های پیچیده برای ارتقای فناوری، مذاکرات حساس برای ایجاد شراکت‌های بین‌المللی و نیاز مبرم به حل بحران‌های اقتصادی، همه و همه صنعت خودروسازی ایران را در آستانه تصمیم‌گیری‌های حیاتی قرار داده‌اند. در سال ۱۴۰۴ صنعت خودروی ایران و بازارهای مرتبط با آن در مسیر عبور از دوره‌ای با تحولات عمیق و عدم قطعیت‌های فراگیر اقتصادی-صنعتی قرار دارد. همگرایی اختلالات فناورانه از خارج کشور، تنش‌های ژئوپلیتیک، و نوسانات اقتصادی (عمدتاً بی‌ثباتی ارز خارجی) محیطی را ایجاد کرده است که در آن قطعیت‌ها با طیف گسترده‌ای از عدم قطعیت‌های بالقوه جایگزین شده‌اند.

● خودروسازی جهان در حال تحول

از منظر توسعه فناوری، ایران در مسیر تحول تنها نیست؛ تمامی خودروسازان و حمل و نقل و سیستم‌های انرژی در سراسر جهان، صرف‌نظر از موقعیت خود، با فشار فزاینده‌ای در زمینه برقی‌سازی و هوشمندسازی خودروها مواجه هستند. این تغییر بنیادین در چشم‌انداز عملیاتی، مستلزم بازنگری جامع رویکردهای استراتژیک توسط سازندگان تجهیزات اصلی در سطح جهانی است. ظهور پویایی‌های فن‌آوری‌های متنوع باعث رقابتی نوین، به‌ویژه از سوی غول خودروسازی چین شده است. به نظر می‌رسد شکاف رقابتی میان تولیدکنندگان ایرانی و هم‌تایان چینی در طول سال ۱۴۰۴ همچنان در حال گسترش باشد. اگر صنعت ایران به سرعت با تغییرات فناورانه بین‌الملل هم‌راستا نشود، شکاف صنعتی میان ایران و جهان گسترده‌تر خواهد شد و در نتیجه، زنجیره تأمین ما ممکن است توسعه نیابد، زیرا سازندگان تجهیزات اصلی تقاضایی برای نوآوری از آنها نخواهند داشت. تولیدکنندگان ایرانی که در حال حاضر با چالش‌هایی بنیادین در توسعه خودرو مواجه هستند، ممکن است به

طور بالقوه با دشواری‌های شدیدتری روبرو شوند، زیرا پیشگامان صنعت جهانی به ارتقاء فناوری خود ادامه می‌دهند. سال ۱۴۰۴ برای توسعه فن‌آوری ایران یک اجبار برای بقای تکاملی است نه یک انتخاب.

● چین بزرگترین همکار خودروسازی ایران

و بزرگترین رقیب بازار ایران در سال ۱۴۰۴

اگرچه تعرفه‌های واردات در ایران همواره در حال تغییر است، اما با فرض اینکه تحریم‌های اقتصادی، گزینه‌های صنعت ایران را برای فعالیت و ارتقاء زیرساخت‌های صنعتی و فناوری‌های مرتبط محدود خواهد کرد، ایران برای تداوم تولید خودروی داخلی به چین نیازمند است و در عین حال، قادر به رقابت مؤثر با محصولات چینی نمی‌باشد. صنعت خودروسازی چین پیشرفت‌های قابل ملاحظه‌ای در زمینه نوآوری فناورانه، کارایی تولید و پاسخگویی به نیازهای بازار نشان داده است که به تقویت چشمگیر موقعیت جهانی آنها منجر شده است. می‌توان استدلال کرد که این روند با سرعت بیشتری در سال ۱۴۰۴ ادامه یابد، زیرا تولیدکنندگان چینی همچنان از مزیت‌های قابل توجه خود در حوزه تخصص توسعه نرم‌افزار و یکپارچه‌سازی فناوری باتری بهره‌برداری می‌کنند. اگرچه مصرف‌کنندگان ایرانی از محصولات چینی موجود در بازار داخلی چندان رضایت ندارند، اما کیفیت این محصولات روز به روز در حال بهبود است. با این وجود، خدمات پس از فروش ضعیف خودروهای چینی، به دلیل تنوع بیش از حد محصولات، دسترسی محدود به قطعات یدکی، موجب نارضایتی شدید مصرف‌کنندگان ایرانی شده است. شواهد حاکی از آن است که برندهای چینی

به افزایش قابل توجهی در حجم فروش در بازار داخلی ایران دست یافته‌اند، و آن دسته از شرکت‌های ایرانی که صرفاً با مدل‌های (CKD) فعالیت می‌کردند، با حاشیه‌های قابل ملاحظه‌ای از رشد کلی بازار پیشی گرفته‌اند. این گسترش شتابان منجر به تسخیر چشمگیر سهم بازار، به‌ویژه توسط محصولات چینی شده است. احتمالاً ایرانیان در سال ۱۴۰۴ شاهد حضور پررنگ‌تر خودروهای چینی در خیابان‌های کشور خواهند بود.

● ارتقاء خدمات پس از فروش

به عنوان یک امر استراتژیک ضروری

در سال ۱۴۰۴، برای شرکت‌های خودروسازی ایرانی اقدامی زیرکانه خواهد بود که تمرکز خود را بر توسعه استراتژی‌های جامع و پیشرفته در حوزه خدمات پس از فروش معطوف کنند؛ استراتژی‌هایی که بتوانند انتظارات در حال تحول مشتریان را در زمینه دسترسی آسان به خدمات، شفافیت در قیمت‌گذاری، و بهره‌گیری از فناوری‌های نوین برآورده سازند. ایران خودرو، تحت مدیریت جدید، احتمالاً رویکردی نوآورانه برای بهبود کارایی عملیاتی و بازگرداندن اعتماد مصرف‌کنندگان اتخاذ خواهد کرد؛ هرچند این امر همچنان در حد امیدواری باقی مانده است. به نظر می‌رسد که مدیریت جدید این شرکت بازار خدمات پس از فروش را به عنوان ابزاری کلیدی برای رقابت با رقبای قدرتمند چینی شناسایی کند.

ایران خودرو می‌تواند با تمرکز بر ارتقاء قابلیت‌های خدمات پس از فروش برای برندهای داخلی، اعتماد مشتریان را بازیابی کرده و جایگاه خود را در بازار تقویت نماید. بخش خدمات پس



از فروش فرصتی ارزشمند برای تولیدکنندگانی نظیر ایران خودرو و سایپا فراهم می‌آورد تا ضمن حفظ تعامل مؤثر با مشتریان، جریان‌های درآمدی پایدار ایجاد کنند؛ به ویژه در شرایطی که رقابت در بازار فروش اولیه خودرو روزه روز شدیدتر می‌شود. اجرای موفقیت‌آمیز چنین راهبردی قادر خواهد بود روابط بلندمدت و ارزشمند میان شرکت‌های ایرانی و مشتریان‌شان را شکل داده و تقویت کند. معرفی قالب‌های خدماتی نوآورانه یا بهره‌گیری از تجربیات دیجیتالی ارتقاء یافته در حوزه خدمات پس از فروش، می‌تواند به تمایز تولیدکنندگان سنتی ایرانی در برابر رقبای خصوصاً شرکت‌های چینی، کمک شایانی کند. از طریق بهبود هوشمندانه پیشنهادات خدمات پس از فروش، شرکت‌های خودروسازی ایرانی این امکان را خواهند داشت تا برخی از مزیت‌های رقابتی موجود که توسط بازیگران تازه‌وارد بازار بهره‌برداری می‌شود، متعادل سازند و جایگاه خود را در این فضای رقابتی تثبیت کنند.

● رشد سریع تر فناوری دیجیتال در سطح جهانی

در سال آینده، به نظر می‌رسد که فارغ از دیدگاه تولیدکنندگان نسبت به پتانسیل فناوری خودروهای برقی، تحولی عمیق‌تر در صنعت خودروسازی جهانی در حال شکل‌گیری است که عمدتاً از طریق هوشمندسازی خودروها به جریان افتاده است. پذیرش گسترده سیستم‌های پیشرفته کمک راننده (ADAS) سطح ۲، که پیش‌تر به عنوان یک ویژگی ممتاز شناخته می‌شد، اکنون به یک انتظار استاندارد در بازار جهانی تبدیل خواهد شد. این تغییر فناورانه چشمگیر نشان‌دهنده بازتعریف اساسی انتظارات مصرف‌کنندگان در زمینه قابلیت‌ها و ویژگی‌های ایمنی خودروها است. عملکرد ADAS سطح ۲ شامل قابلیت‌هایی نظیر کنترل کروز تطبیقی، کمک به مرکز خط و مدیریت ترافیک در شرایط راهنبدان و بهبود ایمنی خودروها بوده و به عنوان نماد عملی هوشمندسازی خودروها شناخته می‌شود.

پیامدهای این تحول فناورانه، صنعت خودروسازی داخلی را ملزم می‌سازد تا فراتر از تمایزات سطحی محصول، به جایگاه رقابتی بلندمدت خود در چشم‌انداز مدرن خودروسازی بیندیشد. پیشرفت سریع هوشمندسازی خودروها می‌تواند برای ایران هم چالش‌آفرین و هم

امیدبخش باشد؛ البته مشروط بر اینکه صنعت داخلی بتواند از این فرصت بهره‌برداری کرده و با استفاده از دانش آموختگان مستعد ایرانی، مسیر رشد فناورانه را هموار سازد. با این حال، ضعف مدیریت در تحقیق و توسعه هدفمند همواره یکی از چالش‌های اصلی صنعت خودروسازی ایران بوده است. امید می‌رود که در سال آینده حداقل شاهد برداشتن گام‌های اولیه در این زمینه باشیم. نوآرانی که توانایی خود را در توسعه و پیاده‌سازی حتی پیشرفت‌های جزئی در سیستم‌های کمک راننده نشان دهند، می‌توانند با تکامل مداوم انتظارات مصرف‌کنندگان جایگاه مطلوبی در بازار کسب کنند. از این رو، سرمایه‌گذاری در قابلیت‌های ADAS می‌تواند یک اولویت استراتژیک برای زنجیره تأمین صنعت خودروسازی کشور باشد؛ اولیتی که هدف آن حفظ ارتباط رقابتی با جهان در حال تغییر است. در همین راستا، مشارکت‌های بین‌المللی میان شرکت‌های ایرانی و شرکت‌های خارجی مستقر می‌تواند محرکی برای بنگاه‌های خودروبی سنتی کشور باشد که تاکنون عمدتاً بر تعالی سیستم‌های مکانیکی تمرکز داشته‌اند. پیامدهای چنین چشم‌اندازی در سال ۱۴۰۴ می‌تواند تولیدکنندگان داخلی را ترغیب کند تا توسعه قابلیت‌های سازمانی قوی را برای حفظ ارتباط رقابتی در یک اکوسیستم دیجیتالی توسعه و تولید و زنجیره تأمین مورد توجه قرار دهند. این امر نه تنها موجب ارتقای جایگاه صنعت داخلی خواهد شد بلکه زمینه‌ساز انطباق با استانداردهای جهانی نیز خواهد بود.

● تأثیرات ژئوپلیتیک

بر چشم‌انداز صنعت خودرو

تنش‌های ژئوپلیتیک میان چین و جهان غرب در حال شدت گرفتن است، و در کنار آن، وضعیت نامشخص تحریم‌ها علیه ایران همچنان چالشی اساسی برای صنعت داخلی به شمار می‌رود. این دو عامل می‌توانند تأثیرات مثبت یا منفی قابل توجهی بر صنعت خودروسازی ایران داشته باشند. باید اذعان کرد که هیچ تولیدکننده‌ای در جهان نمی‌تواند ادعای مصونیت از اثرات تحولات ژئوپلیتیک جهانی، به‌ویژه آنهایی که به روابط میان چین و ایالات متحده مربوط می‌شود، داشته باشد. اعمال تعرفه‌ها و محدودیت‌های تجاری، عدم قطعیت جدی را برای تولیدکنندگان در سراسر زنجیره تأمین خودرو ایجاد کرده است؛

امری که تصمیمات سرمایه‌گذاری استراتژیک و فرصت‌های دسترسی به بازار را تحت تأثیر قرار می‌دهد. این تنش‌ها پیامدهایی فراتر از ملاحظات اقتصادی کوتاه‌مدت دارند و بر مسیرهای توسعه فناوری و الگوهای تکامل بازار در سال ۱۴۰۴ اثرگذار خواهند بود. ماهیت سیال روابط تجاری بین‌المللی چالش‌های قابل توجهی را برای برنامه‌ریزی صنعتی و اقتصادی ایجاد کرده است. این وضعیت ایجاب می‌کند که بنگاه‌های خودروبی داخلی رویکردهای انعطاف‌پذیری را توسعه دهند تا بتوانند با تغییرات سریع در چارچوب‌های تجاری و کمترین موانع ممکن انطباق پیدا کنند.

در همین حال، کشورهای همسایه ایران مانند ترکیه، امارات متحده عربی و عربستان سعودی سرمایه‌گذاری‌های گسترده‌ای در صنعت خودروهای برقی انجام داده‌اند و انتظار می‌رود این روند در سال آینده نیز ادامه یابد. این اقدام می‌تواند موقعیت ایران به عنوان بزرگ‌ترین تولیدکننده خودرو در غرب آسیا را به چالش بکشد. برای حفظ جایگاه رقابتی، ضروری است که صنعت خودروسازی ایران نه تنها بر کاهش وابستگی به واردات قطعات کلیدی و گلوگاهی تمرکز کند بلکه سرمایه‌گذاری بیشتری در توسعه فناوری‌های کلیدی انجام دهد. همچنین، همکاری‌های منطقه‌ای و مشارکت با شرکت‌های خارجی می‌تواند راهکاری مؤثر برای کاهش اثرات تحریم‌ها باشد. در نهایت، بهره‌گیری از فرصت‌های ناشی از تغییرات ژئوپلیتیک جهانی مستلزم برنامه‌ریزی بلندمدت، تقویت زیرساخت‌های فناورانه داخلی و توسعه پلتفرم‌های مستقل خودروبی است. این اقدامات نه تنها موجب تقویت صنعت داخلی خواهد شد بلکه زمینه‌ساز رقابت مؤثرتر با کشورهای پیشرو منطقه نیز خواهد بود.

● نرخ دلار برای خودروسازی

همچنان در سال ۱۴۰۴ مهم است

سال آینده نیز، همانند سال جاری، ملاحظات اقتصادی نقش تعیین‌کننده‌ای در نتایج بازار خودروی ایران و صنایع مرتبط با آن ایفا خواهند کرد. نوسانات نرخ ارز، به ویژه نرخ تبدیل دلار به ریال، همچنان یکی از عوامل کلیدی تأثیرگذار بر تقاضای بازار خواهد بود. اگر قیمت خودروها همچنان به تغییرات نرخ ارز حساس باقی بمانند، محصولاتی که نتوانند ارزش پیشنهادی قانع‌کننده‌ای متناسب با موقعیت قیمتی خود

ارائه دهند، احتمالاً با مقاومت جدی از سوی بازار مواجه خواهند شد؛ حتی اگر از پیچیدگی‌های فناوریانه بالایی برخوردار باشند.

صنعت خودروی ایران همچنان در چارچوب پارامترهای اقتصادی محدودکننده‌ای فعالیت می‌کند که به طور مستقیم بر تصمیمات خرید مصرف‌کنندگان و رفتارهای پذیرش بازار تأثیر می‌گذارد. این واقعیت نشان می‌دهد که ارتباط میان نرخ ارز و صنعت خودرو چنان عمیق و پیچیده است که حتی تصور طلاق سوری این دو از یکدیگر غیرممکن به نظر می‌رسد. برای کاهش اثرات این وابستگی، تولیدکنندگان داخلی باید بر افزایش بهره‌وری، کاهش هزینه‌های تولید و ارائه محصولات با ارزش افزوده بیشتر تاب‌آوری خود را افزایش دهند. همچنین، تنوع بخشی به سبد محصولات و توسعه مدل‌هایی با قیمت‌های رقابتی‌تر می‌تواند به کاهش حساسیت بازار نسبت به نوسانات ارزی کمک کند. در نهایت، اتخاذ رویکردهای اقتصادی پایدار و برنامه‌ریزی بلندمدت برای مدیریت هزینه‌ها و قیمت‌گذاری منطقی ضروری است تا صنعت بتواند در برابر چالش‌های ناشی از نوسانات اقتصادی مقاومت کند و جایگاه خود را در بازار حفظ نماید.

● رشد نه چندان قوی بازار

و صنعت خودروهای تمام برقی

در سال آینده، به نظر می‌رسد که بازار و صنعت خودروهای تمام برقی (BEV) در ایران همچنان با تغییرات چشمگیری مواجه نخواهد شد. تفاوت‌های قابل توجه در زیرساخت‌ها، فناوری و قیمت این خودروها نسبت به استانداردهای

جهانی، همراه با عقب‌ماندگی در توسعه داخلی، مانعی جدی برای پذیرش گسترده آن‌ها در کشور ایجاد کرده است. حساسیت مصرف‌کنندگان، چه در بخش خصوصی و چه عمومی (مانند تاکسی‌ها و اتوبوس‌ها)، نسبت به قیمت این خودروها نشان‌دهنده این واقعیت است که قابلیت اقتصادی همچنان یک پیش‌نیاز اساسی برای پذیرش فناوری محسوب می‌شود، بدون توجه به ترجیحات تولیدکنندگان.

همزمان با ادامه تحولات صنعت خودرو، اصول اقتصادی احتمالاً نقش کلیدی در شکل‌دهی به بازار و موقعیت رقابتی خودروهای برقی ایفا خواهند کرد. در سال ۱۴۰۴، ممکن است گرایش بیشتری به واردات خودروهای هیبریدی مشاهده شود، چرا که این خودروها از نظر قیمتی و عملیاتی برای مصرف‌کنندگان ایرانی جذاب‌تر هستند. با این حال، شهرداری تهران به نظر می‌رسد مسیر مستقلی را برای برقی‌سازی ناوگان حمل‌ونقل خود انتخاب کرده است که از سیاست‌های وزارت صمت جداست. این رویکرد ممکن است منجر به تغییراتی تدریجی در فضای شهری شود، هرچند که این تغییرات احتمالاً زمان‌بر خواهند بود.

امید می‌رود که در چنین شرایطی خودروهای فرسوده بیشتری از خیابان‌ها حذف شوند؛ چه از طریق جایگزینی با خودروهای احتراقی کارآمدتر، چه هیبریدی و یا تمام برقی. با این حال، نبود یک برنامه بالادستی در کشور باعث شده است پیش‌بینی دقیق روندها دشوار باشد و تحلیل‌ها بیشتر بر پایه حدسیات استوار شوند. دولت ایران تاکنون تصمیم‌گیری گسترده‌ای در مورد توسعه خودروهای برقی یا هیبریدی انجام نداده است، و

این عدم قطعیت‌ها احتمالاً تا سال آینده نیز ادامه خواهد داشت. در سطح جهانی اما، خودروهای برقی همچنان با سرعت قابل توجهی در حال گسترش هستند و سهم بیشتری از بازار جهانی را تصاحب می‌کنند. این روند شتابان جهانی می‌تواند الگویی الهام‌بخش برای ایران باشد؛ مشروط بر آنکه سیاست‌گذاری‌های منسجم و سرمایه‌گذاری‌های هدفمند برای توسعه زیرساخت‌ها و کاهش هزینه‌های تولید داخلی انجام شود.

● صنعت خودرو در برزخ قانون‌گذاری و اجرا: واکنش‌های پراکنده، آینده‌ای نامطمئن

در سال‌های اخیر، قوانین و مقررات مرتبط با حمل‌ونقل، صنعت خودرو و انرژی در ایران به صورت جزیره‌ای، کند و بدون هماهنگی عمل کرده‌اند؛ روندی که به نظر می‌رسد در سال آینده نیز ادامه یابد. هیچ نشانه‌ای از تغییرات قابل توجه در این حوزه دیده نمی‌شود. عدم تصمیم‌گیری قطعی توسط نهادهای تنظیم‌کننده موجب ایجاد عدم قطعیت برای صنعت و بازار شده است. از محدودیت‌های انتشار آلاینده‌ها گرفته تا واردات، قانون‌گذاری بیشتر واکنشی بوده تا پیشگیرانه، که این امر تأثیرات منفی بر برنامه‌ریزی بلندمدت صنعت خودرو داشته است. در سال ۱۴۰۳، شاهد انتقال مدیریتی پرتنش در شرکت ایران خودرو بودیم؛ تغییری که احتمال می‌رود در سال آینده برای سایپا نیز اتفاق بیفتد. دولت تصمیم گرفته است از مدیریت مستقیم صنعت خودرو فاصله بگیرد، اما این رویکرد همچنان با چالش‌های اجرایی و ساختاری همراه است. در سطح جهانی، صنعت خودرو روند سریع‌تری از تجمیع استراتژیک را تجربه می‌کند؛ به‌ویژه در بازار چین که بازسازی ساختاری منجر به ایجاد نهادهایی با مقیاس جهانی شده است. این روند ممکن است در شرکت‌های خودروسازی داخلی نیز منعکس شود، زیرا رقابت شدید موجود نیازمند ادغام‌ها یا مشارکت‌های مشترک برای دستیابی به صرفه‌جویی در مقیاس و بهینه‌سازی منابع است.

با وجود تلاش‌هایی برای خصوصی‌سازی، هیچ برنامه مشخصی برای گسترش فعالیت‌های فراتر از تولید سنتی در ایران ارابه رسمی نشده. اگر چنین اتفاقاتی رخ دهد، احتمالاً بدون برنامه‌ریزی دقیق خواهد بود. تغییرات مدیریتی در ایران خودرو پتانسیل ایجاد فرصت‌های قابل





توجهی برای توسعه مدل های کسب و کار نوآورانه و رویکردهای استراتژیک فراهم می کند. اما ریسک کلی برای صنعت خودرو بسیار بالا باقی می ماند، به دلیل شرایط اقتصادی ایران و عدم وجود یک برنامه جامع بالادستی.

احتمال ادغام سایپا با سایر شرکت ها در سال آینده وجود دارد؛ ادغامی که می تواند توانمندی های مکمل را یکپارچه کرده و راه حل های جامع تری برای چالش های نوظهور حوزه حمل و نقل ارائه دهد. داشتن دو شرکت بزرگ مانند سایپا و ایران خودرو با دیدگاه مدیریتی تازه ممکن است تحرک جدیدی در صنعت خودرو ایجاد کند. این تحولات نشان دهنده آن است که راهبردهای مشارکتی و هم افزایی میان شرکت ها اجزای ضروری سازگاری رقابتی در این دوره تحول آفرین خواهند بود. در نهایت، موفقیت این تغییرات وابسته به همکاری میان ارکان کشور و اعتقاد به ضرورت هم افزایی برای ایجاد تغییرات کلان در صنعت خودرو خواهد بود؛ امری که هنوز جای تردید دارد.

● سال ۱۴۰۴: آیا ما تولید کننده

باقی خواهیم ماند

یا مونتاژکاری غالب صنعت ایران خواهد شد؟

بررسی ها نشان می دهد که با وجود شعارهای مکرر در زمینه تقویت عمق ساخت داخل و دستیابی به خودکفایی، واقعیت های موجود مانند فاصله فناوری با استانداردهای جهانی، محدودیت های ناشی از تحریم ها، تورم ساختاری و ناکارآمدی در نظام مدیریتی، موجب کاهش چشمگیر بازده سرمایه گذاری در صنعت خودروسازی شده است. هزینه های بالای تولید، کیفیت پایین محصولات داخلی و استفاده از فناوری های قدیمی، موجب نارضایتی گسترده مصرف کنندگان را فراهم آورده است. این چالش ها همچنین توان رقابت پذیری خودروهای ایرانی را در عرصه بین المللی به شدت تضعیف کرده است.

در مقابل، واردات خودروهای خارجی و مونتاژ آنها در داخل کشور به عنوان فعالیتی پرسود مطرح شده است. اختلاف قابل توجه قیمت خودروها میان کشور مبدأ و بازار ایران، همراه با تعرفه های گمرکی، مالیات ها و هزینه های انتقال ارز، حاشیه سود چشمگیری برای واردکنندگان ایجاد کرده است. همچنین مونتاژ خودروهای خارجی، به ویژه مدل های چینی، با استفاده از قطعات منفصل (CKD)، به دلیل تعرفه های پایین تر

نسبت به واردات کامل خودرو، از سودآوری بالایی برخوردار است. هرچند این نوع فعالیت از نظر فنی در زمره تولید داخلی قرار می گیرد، اما عمق ساخت داخل آن بسیار محدود بوده و ارزش افزوده قابل توجهی برای اقتصاد ملی ایجاد نمی کند. در واقع یکی از عوامل اصلی رونق واردات و مونتاژ خودرو در کشور، تقاضای بالای بازار ایران برای خودروهای خارجی با کیفیت برتر است؛ تقاضایی که تولیدات داخلی قادر به پاسخگویی مناسب به آن نیستند. این وضعیت موجب ایجاد شکاف قابل توجه میان عرضه و تقاضا شده که خود زمینه ساز سودآوری بیشتر برای واردکنندگان شده است.

سیاست های دولت نیز در سال ۱۴۰۳ همچنان دچار تناقض بوده است. از یک سو تلاش هایی برای محدود کردن واردات به منظور حمایت از تولید داخلی صورت گرفته و از سوی دیگر، برای کنترل قیمت ها و ایجاد رقابت نسبی در بازار، مجوزهای محدودی برای واردات صادر شده است. این رویکرد واکنشی و کوتاه مدت نه تنها موجب سردرگمی بازار شده بلکه باعث عدم ثبات قیمت ها نیز گردیده است؛ به گونه ای که نه تولید داخلی توانسته به طور کامل تقویت شود و نه واردات توانسته تعادل پایداری ایجاد کند. امید می رود که دولت و مجلس در سال ۱۴۰۴ با اتخاذ سیاست های همگرا و بلندمدت بتوانند مسیر روشن تری برای صنعت خودرو ترسیم کنند.

● نقش کلیدی صنعت خودروسازی:

فراتر از یک صنعت مستقل

اهمیت واکاوی صنعت خودروسازی فراتر از یک

حوزه صنعتی مستقل است. صنعت خودروسازی ایران یکی از ارکان اصلی اقتصاد کشور به شمار می رود و نقشی فراتر از یک حوزه صنعتی مستقل ایفا می کند. این صنعت چندوجهی نه تنها یکی از بزرگ ترین منابع اشتغال محسوب می شود، بلکه تأثیرات گسترده ای بر توسعه اقتصادی، صنعتی و اجتماعی دارد. با نزدیک شدن به سال ۱۴۰۴، تصمیماتی که در این دوره اتخاذ خواهند شد، می توانند مسیر آینده صنعت را شکل داده و چشم انداز صنعتی کشور را به طور ماندگار تحت تأثیر قرار دهند. با این حال، این صنعت در شرایط حساس قرار گرفته و با چالش های ساختاری و اقتصادی عمیقی مواجه است که ریشه در سیاست گذاری های متناقض چند دهه اخیر دارد.

یکی از مهم ترین چالش های پیش روی صنعت خودروسازی ایران، فشار تورم بالا و کاهش ارزش پول ملی است که موجب افزایش هزینه مواد اولیه، قطعات وارداتی، دستمزدها و سایر نهاده ها شده است. این افزایش هزینه ها، قیمت تمام شده خودروها را به طور مستمر بالا برده و توان خرید مصرف کنندگان را محدود کرده است. شکاف عمیق میان قیمت خودروها و قدرت خرید مردم نه تنها تقاضای واقعی را کاهش داده، بلکه الگوهای مصنوعی تقاضا (خودرو برای سرمایه گذاری) را شکل داده است؛ الگویی که به جای رشد طبیعی بازار، موجب اختلال در پویایی آن شده است. ادامه این روند بدون اصلاحات بنیادی می تواند بحران های اقتصادی عمیق تری را رقم بزند.

در کنار چالش های اقتصادی، صنعت

خودروسازی ایران با مشکلات ساختاری نیز دست به گریبان است. عدم تطابق میان ظرفیت تولید داخلی و تقاضای واقعی مصرف‌کنندگان یکی از مسائل اساسی است که علاوه بر ناکارآمدی اقتصادی، فشار مضاعفی بر منابع مالی و مدیریتی وارد کرده است. همچنین شکاف فناوری و کیفیت میان تولیدکنندگان داخلی و خارجی، به ویژه در رقابت با خودروهای چینی، بیش از پیش آشکار شده است. حضور پرنرنگ خودروهای چینی در بازار ایران نشان‌دهنده ظهور یک تغییر ساختاری در صنعت خودروسازی کشور است که موقعیت رقابتی شرکت‌های سنتی ایرانی را به چالش کشیده و نیازمند بازنگری اساسی در اولویت‌های استراتژیک آنهاست.

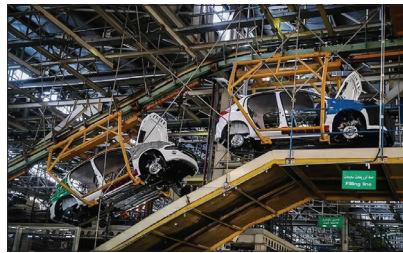
با وجود این چالش‌ها، فرصت‌هایی نیز برای تحول مثبت در سال ۱۴۰۴ وجود دارد که می‌تواند مسیر آینده صنعت را روشن‌تر کند. یکی از این فرصت‌ها سرمایه‌گذاری در فناوری‌های نوین است. سرعت پیشرفت فناوری در صنعت خودروسازی جهانی امکان بهره‌گیری از سیستم‌های کمک‌راننده پیشرفته و معماری خودروهای مبتنی بر نرم‌افزار را فراهم کرده است؛ حوزه‌هایی که می‌توانند به عنوان مزیتی رقابتی برای تولیدکنندگان داخلی عمل کنند. علاوه بر این، ارتقای خدمات پس از فروش نیز یکی دیگر از زمینه‌هایی است که می‌تواند سهم بازار تولیدکنندگان داخلی را حفظ کند و اعتماد مصرف‌کنندگان به برندهای ایرانی را تقویت نماید.

در کنار فرصت‌های فناوریانه، اصلاحات ساختاری نیز ضروری به نظر می‌رسد. تجربه کشورهای موفق نشان داده که توسعه زنجیره ارزش ملی یک کشور می‌تواند تاب‌آوری اقتصادی را افزایش دهد؛ اما این امر نیازمند تغییرات بنیادین در حوزه‌هایی مانند فناوری تولید قطعات، بهره‌وری زنجیره تأمین و کاهش وابستگی به واردات قطعات کلیدی است. زنجیره تأمین ناکارآمد فعلی نه تنها موجب افزایش هزینه‌ها شده بلکه کیفیت قطعات تولیدی داخلی را نیز تحت تأثیر قرار داده است؛ مشکلی که باید با سرمایه‌گذاری هدفمند و اصلاحات مدیریتی رفع شود.

آینده صنعت خودروسازی ایران به تصمیماتی بستگی دارد که امروز اتخاذ می‌شوند؛ تصمیماتی که می‌توانند این صنعت کلیدی را از وضعیت کنونی خارج کرده و به موتور محرک اقتصاد کشور

تبدیل کنند. اگر سیاست‌گذاران بتوانند با جسارت و دوراندیشی، چشم‌اندازی روشن و راهبردهای مشخص برای توسعه این حوزه در سال ۱۴۰۴ تعریف کنند، امکان شکوفایی آن وجود خواهد داشت. اما در صورت عدم اقدام مؤثر، محصولات پیشرفته‌تر و ارزان‌تر خارجی بی‌تردید بازار ایران را تصاحب خواهند کرد. توانایی ایجاد تعادل میان نوآوری فناوریانه، حفظ سودآوری اقتصادی و پاسخگویی به نیازهای مصرف‌کنندگان، عامل تعیین‌کننده‌ای خواهد بود که مشخص می‌کند کدام تولیدکنندگان قادر خواهند بود موقعیت رهبری خود را حفظ کرده و مسیر توسعه پایدار را طی کنند.

برای خروج از وضعیت عدم قطعیت‌ها، صنعت خودروسازی ایران به یک برنامه تحول‌آفرین نیاز دارد؛ برنامه‌ای که بتواند همزمان منافع مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان را تأمین کند. سرمایه‌گذاری جدی در تحقیق و توسعه برای کاهش شکاف فناوری موجود، نوسازی خطوط تولید، توسعه زیرساخت‌های استانداردسازی و



تقویت صنعت قطعه‌سازی از اولویت‌های حیاتی هستند. بدون داشتن زنجیره تأمین قوی و کارآمد، نمی‌توان انتظار داشت محصولات رقابتی تولید شوند که بتوانند در بازار داخلی و بین‌المللی جایگاه مناسبی کسب کنند.

با توجه به شرایط اقتصادی فعلی، پیش‌بینی می‌شود چالش‌های صنعت خودرو حداقل تا سال آینده ادامه داشته باشد. بدون انجام اصلاحات ساختاری واقعی، سیاست‌های حمایتی دولت تنها نقش مسکن موقتی خواهند داشت؛ مسکنی که نتیجه‌ای جز افزایش قیمت‌ها و کاهش کیفیت نخواهد داشت. باید پذیرفت که حمایت بی‌قید و شرط از تولید ناکارآمد نه تنها راهگشا نیست، بلکه مانعی در مسیر توسعه بلندمدت خواهد بود. از سوی دیگر، وابستگی کامل به واردات نیز منطقی نخواهد بود. راه‌حل منطقی ایجاد صنعتی رقابتی است که بتواند محصولات با کیفیت مناسب تولید کند و همزمان از مزایای تجارت بین‌المللی بهره‌بردار.

متأسفانه تحلیل آینده صنعت خودروسازی ایران در سال ۱۴۰۴ بیشتر بر پایه عدم قطعیت‌ها استوار است و امید؛ چراکه نبود اسناد بالادستی جامع و نقشه راه مشخص برای خودروسازان و اقتصاددانان کشور، پیش‌بینی دقیق را دشوار کرده است. تنها با اتخاذ سیاست‌هایی بین‌بخشی، هماهنگ و بلندمدت می‌توان امیدوار بود که این صنعت مسیر توسعه پایدار را طی کند؛ مسیری که نه تنها منافع مصرف‌کنندگان را تأمین کند، بلکه اشتغال پایدار ایجاد کرده و اقتصاد کشور را تاب‌آورتر سازد. ایران نیازمند اقتصادی تولیدمحور است و در این راستا لازم است تصمیم‌گیران با مسئولیت‌پذیری بیشتر، نگاه بلندمدت و رویکرد نظام‌مند اقدام به طراحی استراتژی کارآمد برای خودروسازی و حمل‌ونقل نمایند؛ استراتژی‌ای که ضمن توجه به واقعیت‌های اقتصادی-اجتماعی کشور و مسائل زیست‌محیطی مانند آلودگی‌ها، منافع تمامی ذی‌نفعان اعم از تولیدکنندگان داخلی، واردکنندگان و مصرف‌کنندگان را لحاظ کند. بزرگ‌ترین امید ما در سال ۱۴۰۴ این است که با دوراندیشی و برنامه‌ریزی دقیق، فرآیند حذف خودروهای فرسوده به صورت اصولی و دائمی اجرا شود تا تمامی اجزای اکوسیستم از این تحول حیاتی بهره‌مند شوند.

با وجود تمام چالش‌ها، سال ۱۴۰۴ می‌تواند آغازگر دوره‌ای الهام‌بخش برای صنعت خودروسازی ایران باشد؛ دوره‌ای که با اتخاذ تصمیمات جسورانه و اجرای اصلاحات بنیادین، امکان دستیابی به جایگاهی شایسته در عرصه جهانی فراهم خواهد شد. تحقق اهداف تولید همراه با ارتقای کیفیت محصولات، پیشرفت در نوآوری‌های فناوریانه، توسعه همکاری‌های بین‌المللی با حفظ ظرفیت‌های داخلی و کاهش فشارهای مالی از جمله گام‌هایی هستند که می‌توانند آینده‌ای روشن برای این صنعت رقم بزنند. اگر این پیشرفت‌ها به صورت هم‌افزا محقق شوند، ایران می‌تواند به یکی از توسعه‌دهندگان پیشرو در صنعت خودرو تبدیل شود؛ اما اگر تصمیمات کلیدی امروز با کوتاه‌بینی اتخاذ شوند یا مونتاژکاری بار دیگر ترجیح داده شود، فرصت‌های ارزشمند توسعه از دست خواهد رفت. اکنون زمان آن فرا رسیده است که سیاست‌گذاران با شجاعت و نگاه بلندمدت مسیر تحول واقعی را هموار کنند تا این صنعت کلیدی بتواند جایگاه شایسته‌ای در اقتصاد ملی و جهانی کسب کند. ●



اندیشکده خودرو
AUTOTHINKTANK

اندیشکده خودرو، به عنوان پیشگام‌ترین نهاد مشاوره‌ای ایران در حوزه خودرو و حمل و نقل، با ارائه مطالعات راهبردی علمی و عملی، رسالتی بزرگ در ترویج نوآوری، پایداری و شناخت عمیق روندهای جهانی بر عهده دارد. این اندیشکده با اتکا به توانمندی‌های منحصر به فرد هسته دانشی خود و همکاری گسترده با دانشگاه‌های برجسته کشور، طیف وسیعی از تحلیل‌های سیاسی، اقتصادی و صنعتی را ارائه داده و از حرکت به سوی توسعه خودروهای پایدار و تقویت تاب‌آوری زنجیره تأمین حمایت می‌کند. همچنین با تمرکز بر هوش مصنوعی، ارتقای منابع انسانی و تجارت بین‌الملل، از طریق تحلیل‌های بازار، آموزش تخصصی و مشاوره حرفه‌ای، نقشی کلیدی در افزایش رقابت‌پذیری صنعت ایران در عرصه جهانی ایفا می‌کند.

۰۹۱۲۳۴۸۱۴۲۹۳

۰۲۱-۹۱۶۹۰۹۲۶



AUTOTT.IR

