



صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران

معاونت سیاسی

اداره پژوهش های سیاسی

راهکارهای پیشنهادی برای اصلاح و نجات صنعت خودرو

فرآورده‌های خبری و تولیدات پژوهشی در بخش های زیر قابل دسترس است:

– وب سایت خبرگزاری صداوسیما (سرویس پژوهش) <http://www.iribnews.ir>

پژوهشگر: زهره دانشمندی

Table of Contents

۲.....	مقدمه
۲.....	۱- تاریخچه صنعت خودروسازی ایران
۳.....	۲- بررسی روند قیمت گذاری خودرو در صنعت خودروسازی
۸.....	۳- بررسی نحوه مالکیت و مدیریت در صنعت خودرو
۹.....	کلام آخر



صنعت خودروسازی به دلیل ارزش و جایگاه ویژه آن در شبکه تولید صنعتی و خدمات پس از فروش، یکی از شاخص‌های توسعه یافتگی محسوب می‌شود. این صنعت به لحاظ ارتباط گسترده با زنجیره‌های بالادستی و پایین دستی خود، صنعتی کلیدی محسوب شده و جایگاه مهمی در توسعه صنعتی و رونق تولید دارد به طوری که نقش مؤثری در رشد و توسعه اقتصادی و حتی فرهنگی ایفا می‌کند. صنعت خودروسازی در ایران نیز با داشتن ۲۰ درصدی از ارزش افزوده کل بخش صنعت و سهم حدود ۴ درصدی در تولید ناخالص داخلی (GDP)، از جایگاه مهمی در اقتصاد ملی برخوردار است.

خودرو سازی ایران با قدمتی ۵۰ ساله، تاکنون شاهد فراز و نشیب‌های فراوانی بوده است، به نحوی که جامعه از آن انتظارات فراوانی دارد. لذا آسیب شناسی مشکلات این صنعت و ارائه راهبردهای مناسب به منظور برون رفت از چالش‌های موجود، امری ضروری است. لذا بررسی^۱ زیر به تبیین در گزارش حاضر از سه زاویه به مشکلات صنعت خودرو پرداخته شده است که عبارتند از: نحوه قیمت گذاری، مدیریت و مالکیت صنعت خودر. در ادامه ضمن ارائه تاریخچه‌ای از تولیدات صنعت خودرو به مشکلات این صنعت پرداخته شده است و در نهایت راهکارهایی برای نجات صنعت خودرو ارائه شده است.

۱- تاریخچه صنعت خودروسازی ایران

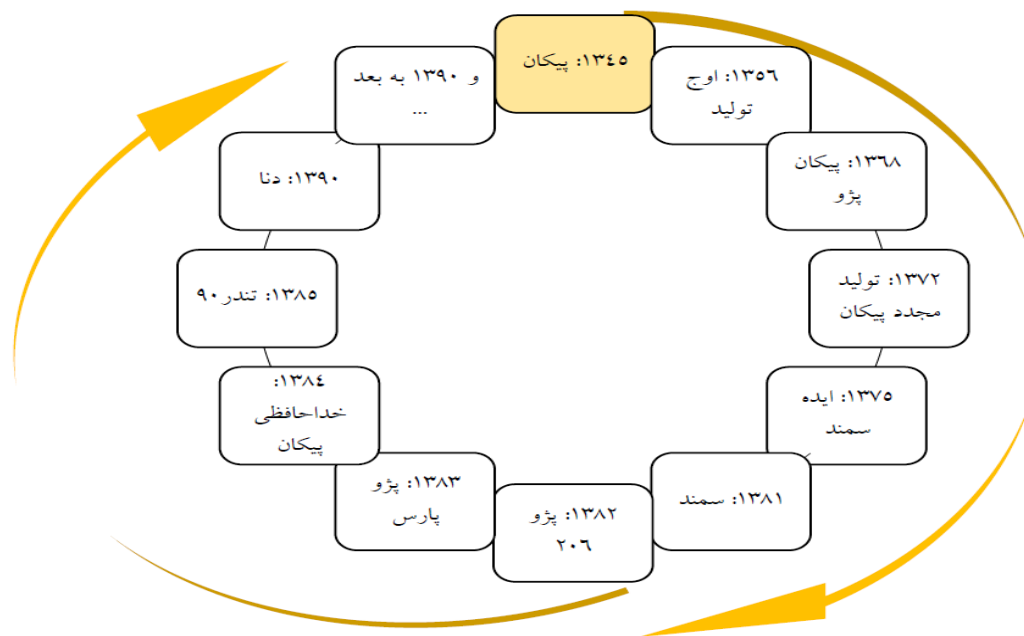
اولین کارخانه‌ای که توانست مونتاژ و سپس ساخت سواری در ایران را به عهده گیرد، کارخانه جیپ ایران بود که در سال ۱۳۳۶ تأسیس یافت و با دریافت ۶۰ میلیون ریال وام از وزارت امور اقتصاد و دارایی (از محل معاونت ارزیابی پشتوانه اسکناس) شروع به تولید نمود. این کارخانه، با امکانات موجود هر ساله تعداد محدودی خودرو تولید می‌کرد که تا حدی جای واردات خودروهای مشابه را گرفته بود. بعد از آن در سال ۱۳۳۸ شرکت مرتب (لندرور) تأسیس گردید و چند سال بعد فعالیتش را آغاز کرد. شرکت صنعتی سایکا (فیات) در سال ۱۳۳۹ تأسیس شد که هر سال، تعدادی سواری تولید و تهیه می‌نمود. همزمان با تأسیس شرکت صنعتی سایکا، شرکت سهامی خاور (مرسدس بنز) اولین کارخانه کامیون سازی را در ایران تأسیس کرد. در سال ۱۳۴۱ برای «ایران ناسیونال» شرکت سهامی صنعتی کارخانجات تهیه اتوبوس، وانت، استیشن، مینی بوس، آمبولانس نیز به این گروه پیوست و در سال ۱۳۵۴ تولید پیکان را نیز در زمینه ساخت کامیون‌های سنگین دست به «لیلاند موتور» آغاز کرد. همزمان با آن کارخانه (ولوو) که غیر از ساخت و مونتاژ کامیون، فعالیت عمده دیگری «زامیاد» فعالیت‌هایی زد. سال بعد شرکت تهیه تراکتور بود، تأسیس گردید. در سال‌های پس از آن نیز به تدریج شرکت سهامی کارخانجات صنعتی که در تهیه اتوبوس و مینی بوس شهرت داشت در این زمینه شروع به فعالیت نمودند. همزمان با تولید پیکان، مونتاژ سیتروئین شروع شد و در سال ۱۳۴۷ بهره‌برداری از آن آغاز گردید. در سال ۱۳۵۲ ایران مورد بهره‌برداری قرا «جنرال موتور» کارخانجات گرفت و به تولید اتومبیل شورولت ایران پرداخت. بطور کلی در سال ۱۳۵۴، تعداد ۱۳ واحد تولیدی در صنعت اتومبیل سازی فعالیت داشتند که ۳۸ درصد از کل واحدهای مذکور اتومبیل سواری تولید می‌کردند. این نسبت در سال ۱۳۴۵ حدود ۳۱ درصد بوده است. در این رابطه عمده واحدهای تولیدی دایر شده، به دلیل دسترسی به بازار مواد اولیه، بازار مصرف و نیروی کار و نیز نزدیکی، در تهران مستقر شده بودند. پس از پیروزی انقلاب اسلامی به علت مشکلات ناشی از جنگ؛ تولید خودرو دچار افت شدیدی گردید. در این سال‌ها سیاست معینی برای تولید خودرو در کشور طراحی نشد و

۱- گزارش‌های ویژه طرح نجات خودرو، پژوهشکده امنیت اقتصادی تدبیر، مردادماه ۱۴۰۰

۲- شرکت ایران پیما شرکت سهامی «پارس لوکس» کارخانجات اتوبوس سازان تهران و کارخانه سیروس ارجمند - که ماشین‌های آشنشانی را تهیه می‌کرد.

وارداتی هم در این زمینه نداشتیم. علاوه بر آن بستری برای تولید خودرو داخلی نیز فراهم بود. بخش عمده آشفته‌گی تولید خودرو در این سال‌ها مربوط به کاهش سهمیه ارزی شرکت‌های خودروساز بود که به نوسانات درآمدهای نفتی کشور مربوط می‌شد. در این سال‌ها صنعت خودروسازی دچار یک بی‌برنامگی و رکود بود و تحرکات موجود در سال‌های اولیه دهه 60 هم به تولید خودروهای وانت، اتوبوس، کامیون و مینی بوس مربوط بوده است. بعد از اتمام جنگ شرکت‌های خودروسازی ایران با حمایت دولت شروع به فعالیت نمودند. این امر منجر به گسترش تولید داخلی و ایجاد شرکت‌های قطعه‌سازی در کشور شد و رشد خوبی در تولید خودرو با نگرش بازارهای داخلی ایجاد گردید؛ اگرچه همواره تقاضاکنندگان از کیفیت خودروهای تولید داخل و قیمت آنها در قیاس با دیگر کشورها اظهار نارضایتی نموده‌اند. در سال ۱۳۵۷ ایده تولید سمند، در سال ۱۳۸۲ تولید پژو ۲۰۶، در سال ۱۳۸۳ تولید پژو پارس، در سال ۱۳۵۸ تولید تندر ۹۰ و در سال ۱۳۹۰ تولید دنا کلید خوردند. در شکل شماره 1 به طور خلاصه تاریخچه و روند تولیدات محصولات ایران خودرو ارائه شده است:

شکل شماره ۱- روند محصولات تولیدی شرکت ایران خودرو



00000

همان طور که در شکل شماره 1 مشاهده می‌شود، تولید رسمی خودرو به صورت انبوه از سال 1345 آغاز و در سال 1347، 17000 دستگاه خودرو (سبک و سنگین) در داخل کشور تولید شد. در دهه 90 نیز خودروهایی همچون کوییک، تارا و ... تولید گشتند اما تولید این خودروها بنا به دلایلی نه کیفیت تولیدات قبل را داشته و نه تقاضاکنندگان واقعی. دلایلی همچون نحوه قیمت‌گذاری خودرو، مالکیت و مدیریت شرکت‌های خودروسازی و اقتصاد سیاسی حاکم بر صنعت خودرو از جمله عواملی هستند که صنعت خودرو را از سال 1396 به بعد به ورطه ورشکستگی کشانده و نه تنها نارضایتی خودروسازان، بلکه نارضایتی عموم مردم را هم به وجود آورده‌اند.

۲- بررسی روند قیمت گذاری خودرو در صنعت خودروسازی

بی‌ثباتی قیمت خودرو یکی از مهم‌ترین نگرانی‌های و اصلی‌ترین دغدغه مردم است. از طرفی تفاوت قیمت خودرو در کارخانه و بازار مفسده‌های بسیاری ایجاد کرده که باید با بررسی راهکارهای مناسب درصدد رفع این مشکلات برآمد. از همین رو ابتدا با نگاه سری زمانی در شکل شماره ۲ نحوه قیمت گذاری خودرو مورد بررسی قرار گرفته است.

شکل 2- سوابق سیاست‌های جاری شده در حوزه قیمت گذاری خودرو

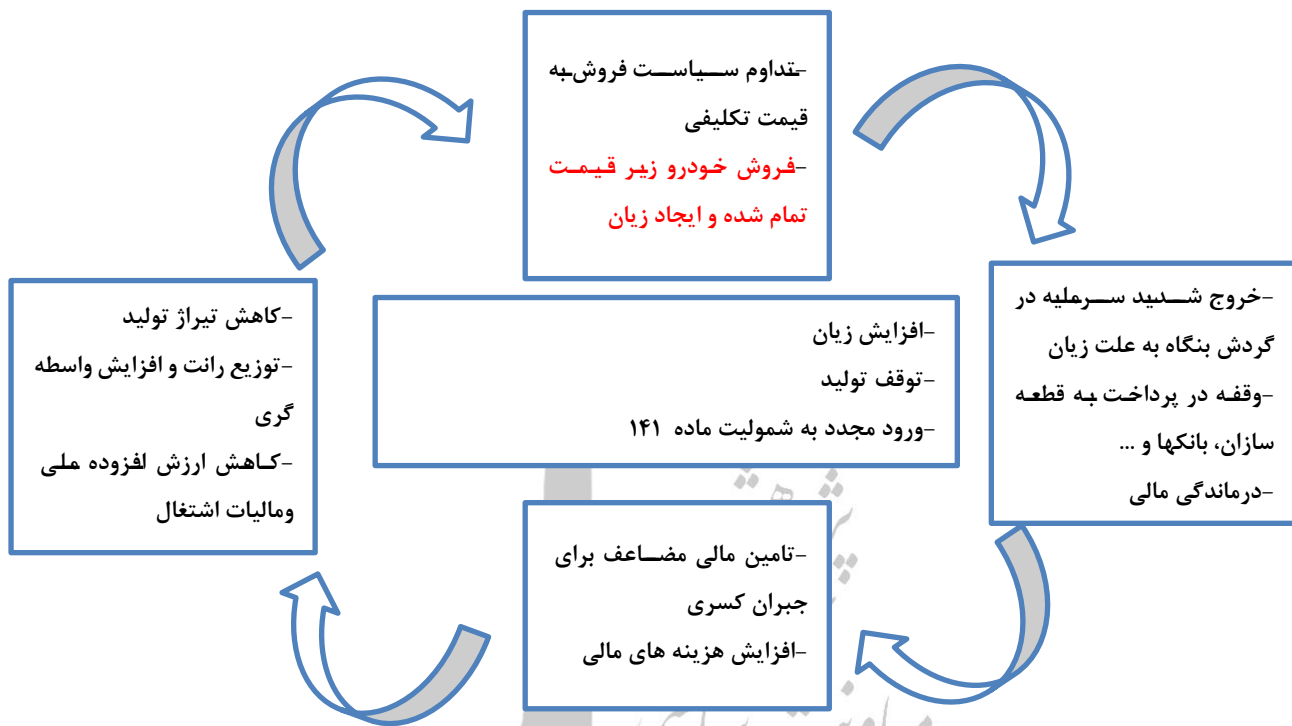


همان طور که در شکل شماره ۲ مشاهده می‌شود؛ روند زمانی نحوه تعیین قیمت خودرو در طول زمان بسیار متغیر بوده و طبق یک استاندارد و اصول در طول زمان پیش نرفته است. متأسفانه از سال 1398 به بعد هم تقریباً هیچ‌گونه کنترل خاصی بر روی قیمت‌گذاری خودرو در این صنعت وجود نداشته است و بازار خودرو از این سال به بعد ملتهب شده است. شیوه تعیین قیمت‌گذاری خودرو توسط شورای رقابت بدین صورت است: $P_n = P_{n-1} \times (1 + \rho n + Z + X)$ در این روش، قیمت جدید خودرو برابر قیمت دوره قبل ضرب در (نرخ تورم بخشی اعلامی از سوی بانک مرکزی + شاخص کیفیت + شاخص بهره‌وری). این شیوه قیمت‌گذاری ایراداتی دارد که عبارتند از:

- ✓ تأخیر در بروزرسانی (تأخیر در اعلام تورم بخشی و فرآیند اداری شورای رقابت)
- ✓ در نظر گرفتن سقف ۵ درصد برای هزینه مالی در صورتی که برای سایر صنایع تا سقف ۱۲ درصد است.
- ✓ در نظر گرفتن سقف سود ۷ درصدی در صورتی که برای سایر صنایع تا سقف ۱۷ درصد است.
- ✓ شاخص بهره‌وری غیرشفاف و نامتناسب با واقعیت‌های صنعت.

نتیجه چنین ایراداتی منجر به بروز خطا توسط شورای رقابت در قیمت محاسبه شده در اثر گذشت زمان و تورم شده است. روش قیمت‌گذاری خودرو توسط شورای رقابت منجر به تورم شدید و جهش ارزی، افزایش زیان انباشته خودروسازان، کاهش انگیزه و کاهش توان تولید و افزایش شدید حجم تسهیلات بانکی شده که به نوبه خود منجر به تشدید تورم و جهش ارزی می‌شود و این چرخه دوباره تکرار می‌گردد تا اینکه تولید کاهش می‌یابد و قیمت خودرو در بازار افزایش می‌یابد و فاصله قیمتی قابل توجهی بین بازار و نمایندگی ایجاد می‌گردد. فاصله قیمتی ایجاد شده منجر به ایجاد بستر فساد برای عده‌ای به صورت فروش خودرو از در پشتی و ایجاد ازدحام در قرعه کشی خودرو شده است. قیمت‌گذاری تکلیفی با فرمول فعلی بر صنعت خودرو آسیب زده و ادامه آن قطعاً این صنعت را زمین گیر خواهد کرد. در شکل شماره 3 چرخه باطل قیمت‌گذاری تکلیفی در صنعت خودرو ارائه شده است.

شکل ۳- چرخه باطل قیمت‌گذاری تکلیفی در صنعت خودرو



همان طور که در شکل شماره 3 مشاهده می شود، تداوم سیاست فروش خودرو با قیمت تکلیفی منجر به خروج شدید سرمایه در گردش بنگاه به علت زیان، وقفه در پرداخت بدهی به قطعه سازان و بانکها و ایجاد درماندگی مالی در صنعت خودرو می شود و نیازمندی به تأمین مالی مضاعف برای جبران کسری را ایجاد می کند که در نهایت هزینه های مالی در تولید خودرو را افزایش می دهد. در نهایت تیراژ تولید به دلیل افزایش هزینه های مالی در صنعت خودرو کاهش می یابد، فرصت برای توزیع رانت میان عدهای سودجو برای انجام سوداگری در بازار خودرو فراهم شده و در نتیجه دوباره قیمت گذاری تکلیفی صورت می گیرد و این چرخه دوباره تکرار می شود و نتیجه نهایی ادامه این چرخه افزایش زیان، توقف تولید و ورود مجدد به مشمولیت ماده 141 قانون را در پی دارد. در شکل شماره 4 رویکرد قیمت گذاری تکلیفی در صنعت خودرو به صورت مفهومی ارائه شده است.

شکل 4 - شکل مفهومی قیمت گذاری تکلیفی در صنعت خودرو

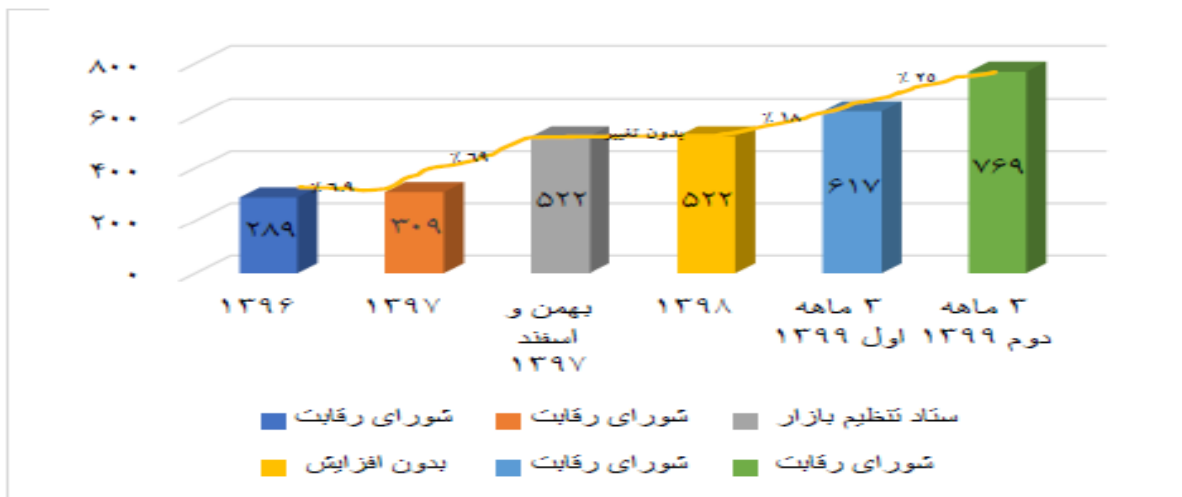


همان طور که در شکل شماره 4 مشاهده می‌گردد، صنایع بالادستی از جمله صنایع پتروشیمی و تولید فلزات، قطعه سازان و وارد کنندگان قطعات، محصولات خود را با قیمت غیردستوری و بدون هیچگونه حمایت یارانه ای به شرکت‌های تولید کننده خودرو ارائه می‌نمایند. در واقع قیمت این محصولات در بازار و توسط مکانیزم عرضه و تقاضا تعیین می‌گردد. اما متأسفانه قیمت خودروی تولیدی که محصول نهایی برای صنایع پایین دستی (مشتریان) محسوب می‌گردد، توسط مکانیزم عرضه و تقاضا (بازار) تعیین نمی‌گردد و قیمت‌گذاری دستوری در این صنعت حاکم است. چه بسا قیمت تعیین شده برای برخی خودروها کمتر از قیمت تمام شده خودرو برای کارخانه بوده و تولیدکننده متحمل ضرر می‌شود.

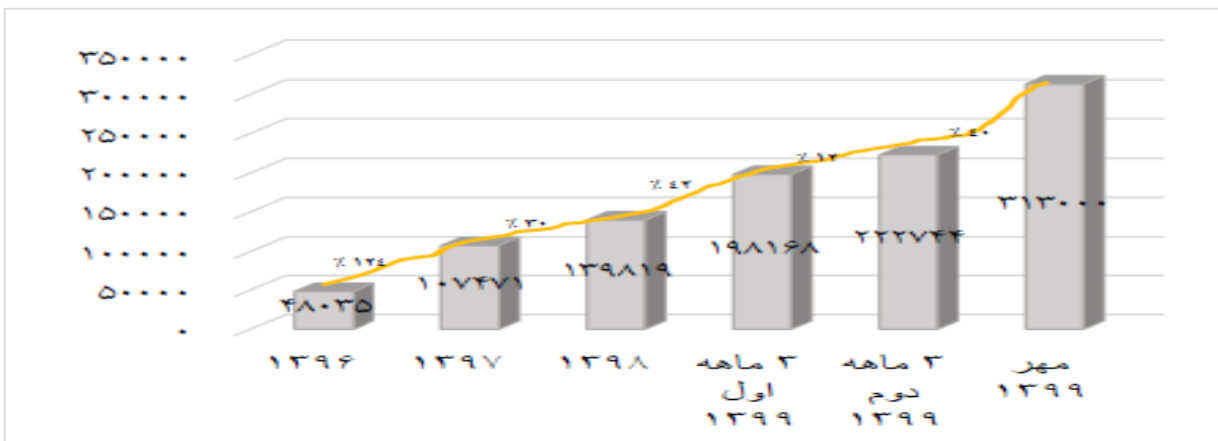
همانطور که در نمودارهای فوق الذکر مشاهده می‌شود، از سال ۱۳۹۶ تا ۱۳۹۹ قیمت خودرو ۲۰۶ تیپ ۲ تقریباً ۱۶۶ درصد رشد داشته است. (قیمت کارخانه) این درحالی است که ارزش مورد نیاز برای تأمین برخی قطعات این خودرو افزایش ۳۶۳ درصدی داشته است. همچنین ورق آهن و ورق گالوانیزه مورد نیاز برای تولید این خودرو به ترتیب دارای رشد ۳۷۵ درصدی و رشد ۴۴۹ درصدی بوده‌اند. رشد برخی اقلام مورد نیاز برای تولید این خودرو نیز در جدول شماره ۲ برآورده شده است که به طور میانگین رشد ۶۰.۸ درصدی داشته اند. لذا با توجه به اطلاعات گردآوری شده درخصوص تنها یک خودرو (۲۰۶ تیپ ۲)، مشاهده می‌گردد که چگونه قیمت تکلیفی و دستوری برای صنعت خودرو موجب افزایش هزینه های تولید خودرو، کاهش سود، افزایش زیان و زیان انباشته در صنعت خودروسازی شده است.

مقایسه افزایش نرخ تکلیفی خودرو (بررسی موردی) با افزایش نرخ نهاده‌های تولیدی

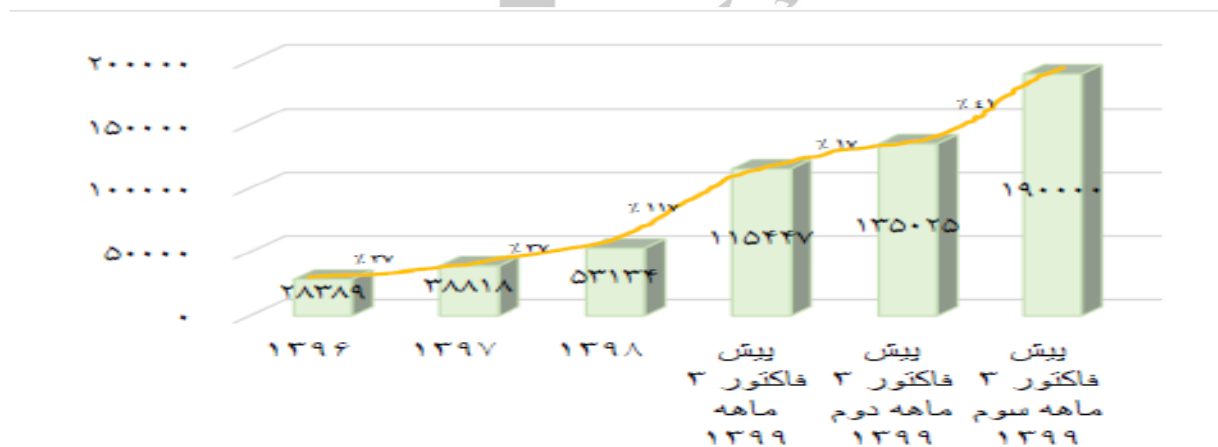
نمودار ۱- رشد ۱۶۶ درصدی نرخ بهای کارخانه ۲۰۶ تیپ ۲ در سه ماهه دوم سال ۱۳۹۹ نسبت به سال ۱۳۹۶ (میلیون ریال)



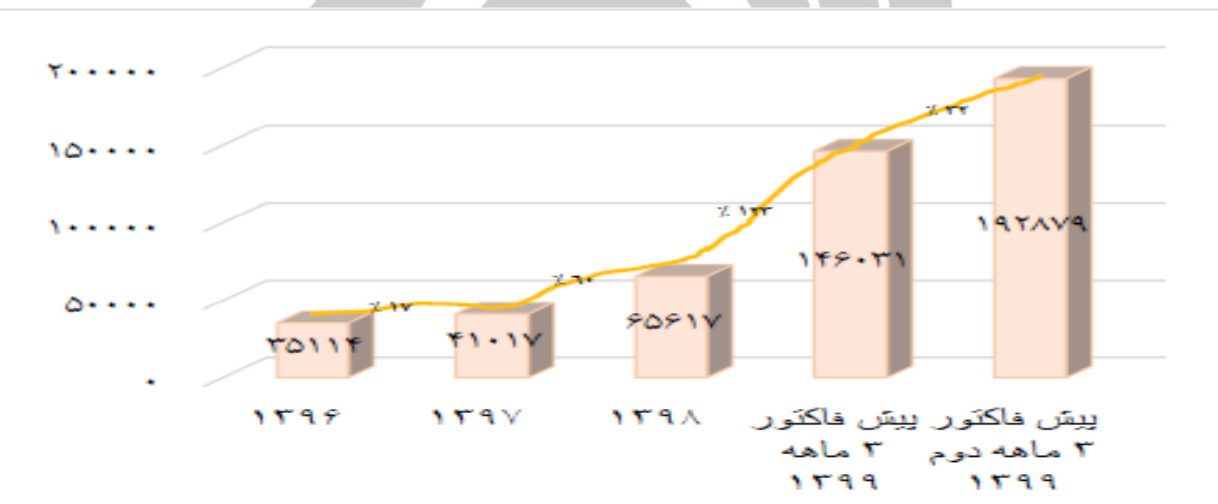
نمودار شماره ۲- رشد ۳۶۳ درصدی نرخ ارز نامین شده به یورو در ۳ ماهه دوم ۱۳۹۹ نسبت به سال ۱۳۹۶ (ریال)



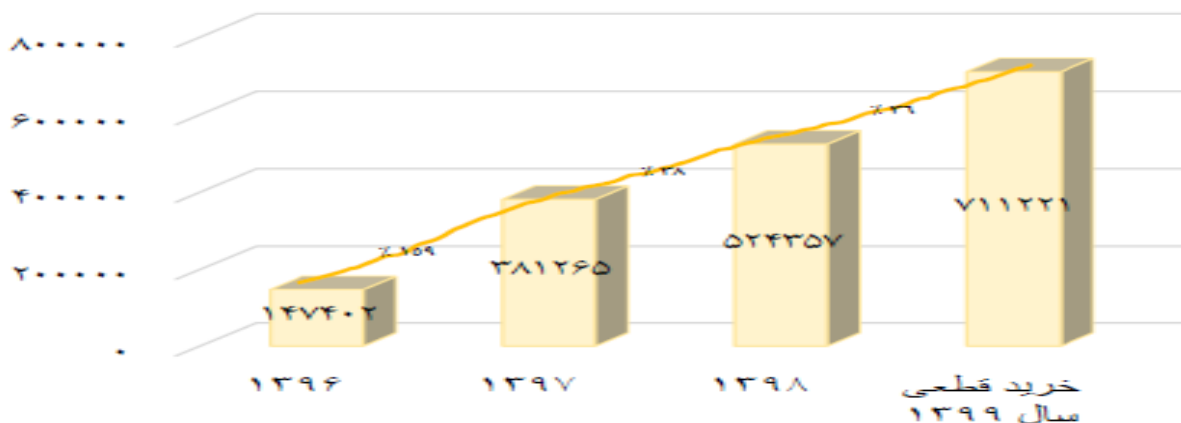
نمودار شماره ۳- رشد ۳۷۵ درصدی نرخ خرید اوراق آهن در ۳ ماهه سال ۱۳۹۹ نسبت به سال ۱۳۹۶ (ریال)



نمودار شماره ۴- رشد ۴۴۹ درصدی نرخ خرید ورق گالوانیزه در ۳ ماهه دوم سال ۱۳۹۹ نسبت به سال ۱۳۹۶ (ریال)



نمودار شماره ۵- رشد ۳۸۳ درصدی نرخ خرید رنگ (ریال)



متوسط نرخ خرید رنگ سفید دو پوشش در بنگاه

۳- بررسی نحوه مالکیت و مدیریت در صنعت خودرو

مالکیت در صنعت خودروسازی را می‌توان به دو دسته تقسیم بندی نمود که عبارتند از:

۱- شرکت ایران خودرو + شرکت سایپا (دولتی) ۲- کرمان خودرو + بهمن خودرو (خصوصی)

این نکته حائز اهمیت است که از دیدگاه قانون تجارت، شرکت‌های ایران خودرو و سایپا خصوصی هستند (ترکیب سهامداری این دو شرکت به لحاظ قواعد و مقررات خصوصی است) حدود 68 درصد سهام این شرکت‌ها عمده و مابقی به صورت جزئی و در بورس عرضه می‌شوند. با بررسی سهام شرکت‌های خودروسازی، به وضوح مشخص می‌شود که حجم بالایی از سهام‌ها، یا دولتی و یا سهام تودلی دولت هستند. در جداول 3 و 2 لیست شرکت‌های سهامدار شرکت‌های خودروسازی ارائه شده است.

جدول ۲- سهامداران/دارندگان سهام ایران خودرو با نماد خودرو (در پایان روز)

تغییر	درصد	سهام	سهامدار/دارنده
۰	۱۵.۰۰۰	۴۵ B	(خصوصی) شرکت تدبیر سرمایه آزاد-سهامی خاص -
۰	۱۰.۸۷۰	۳۳B	(تودلی دولت) شرکت گسترش سرمایه گذاری ایران خودرو-سهامی عام
۰	۱۰.۲۱۰	۳۱B	(خصوصی) شرکت سپهر کیش ایرانیان-سهامی خاص بخش ۱
۰	۵.۰۱۰	۱۵B	(دولتی) شرکت سرمایه گذاری ملی ایران- سهامی عام
۰	۴.۹۸۰	۱۵B	شرکت سرمایه‌گذاری آتیه صبا- سهامی خاص
۰	۳.۹۷۰	۱۲B	(دولتی) سازمان گسترش و نوسازی ایران
۰	۳.۳۶۰	۱۰B	بانک صادرات ایران
۰	۳.۱۶۰	۱۰B	(کارکنان دولت) شرکت سرمایه‌گذاری سمند-سهامی خاص
۰	۳.۰۸۰	۹B	بانک تجارت
۰	۳.۰۳۰	۹B	(دولتی) شرکت سرمایه‌گذاری صندوق بازنشستگی کشوری
۰	۲.۲۸۰	۷B	شرکت سرمایه‌گذاری و توسعه راهبردی راز-سهامی خاص
۰	۱.۷۳۰	۵B	شرکت گروه مالی پارسیان-سهامی خاص
۰	۱.۶۸۰	۵B	شرکت بانک ملت-سهامی عام
۰	۱.۴۲۰	۴B	شرکت سرمایه‌گذاری مانانوین-سهامی عام
۰	۱.۲۱۰	۴B	(شبه دولتی) شرکت گروه مالی پارسیان-سهامی خاص

منبع: بورس اوراق بهادار

همان طور که در جدول شماره ۲ مشاهده می‌شود، بخشی از سهام شرکت ایران خودرو که در بورس عرضه شده توسط شرکتهای دولتی و تودلی خریداری شده است. مجموع سهم سهام‌های دولتی و تودلی دولتی از شرکت ایران خودرو حدود ۲۵۷.۲ درصد است.

جدول 3 - سهامداران/دارندگان سهام سایپا با نماد خسایا (در پایان روز)

تغییر	درصد	سهم	سهامدار/دارنده
۰	۱۵.۹۰۰	۳۱B	(دولت) سازمان گسترش و نوسازی ایران
۰	۱۵.۶۰۰	۳۱B	(تودلی وزارت کار - دولت) موسسه صندوق حمایت و بازنشستگی کارک، فولاد
۰	۱۵.۱۱۰	۳۰B	(تودلی - دولت) شرکت سرمایه‌گذاری گروه صنعتی رنا-سهامی عام
۰	۹.۷۳۰	۱۹B	(تودلی - دولت) شرکت پیشگامان بازرگانی ستاره تابان- سهامی خاص
۰	۸.۸۲۰	۱۷B	(تودلی - دولت) شرکت گروه سرمایه‌گذاری سایپا-سهامی عام
۰	۲.۹۸۰	۶B	شرکت تجارت الکترونیک خودرو تابان- سهامی خاص
۰	۱.۴۰۰	۳B	(دولت) سازمان گسترش و نوسازی صنایع ایران بخش ۰
۰	۱.۲۷۰	۲B	شرکت سرمایه‌گذاری و توسعه صنعتی نیوان ایتکارس-ع
۰	۱.۲۶۰	۲B	شرکت سرمایه‌گذاری گروه صنعتی رانا

همان طور که در جدول شماره 3 مشاهده می‌شود، بخشی از سهام شرکت سایپا که در بورس عرضه شده توسط شرکتهای دولتی و تودلی خریداری شده است. مجموع سهم سهام‌های دولتی و تودلی دولتی از شرکت سایپا حدود ۶۶/۵۶ درصد است. عمده مشکلات صنعت خودروسازی کشور به مدیریت دولتی آن بازمی‌گردد. متأسفانه در این صنعت مراکز تحقیقاتی قوی وجود ندارد و قانون تجارت در این صنعت بدرستی نگارش نشده است؛ همچنین با بررسی سهام شرکتهای خودروسازی، به وضوح مشخص می‌شود که حجم بالایی از سهام‌ها، یا دولتی و یا سهام تودلی دولت هستند. مدیریت خودروسازی به عنوان یک صنعت مادر و وابسته که ارتباطات گسترده‌ای با خارج و داخل کشور دارد و هم با بخش بزرگی از حوزه‌های دولتی به لحاظ مالیاتی، بانکی و بیمه‌ای در ارتباط است، نیازمند مدیریت ویژه است که تاکنون این مدیریت ویژه در ساختار خودروسازی وجود نداشته است. در حوزه مدیریتی یک بخش مربوط به حوزه‌های استراتژیک صنعت خودرو است که به لحاظ مفهوم واقعی وجود ندارد و یک مدیر توانایی راهبری و هدایت آن را ندارد؛ از همین رو می‌توان گفت که استراتژیک صنعت خودرو وجود ندارد و هر مدیری قائم به شخص است و چنین صنعت کلانی با حدود 600 هزار ارباب جمعی و میلیون‌ها خانوار که ارتباط مستقیمی با این صنعت دارند، با این رویه مدیریت نخواهد شد. در واقع یک ساختار از پیش تعیین شده (تاریخی) همیشه در انتخاب مدیران دو شرکت ایران خودرو و سایپا وجود داشته و دارد که این نحوه انتخاب مدیر برای صنعت خودروسازی به حساسیت‌هایی که در سطح وزارت خانه‌ها وجود دارد بازمی‌گردد. انتخاب مدیر برای این شرکت‌ها بدین صورت است که هماهنگی با شخص مورد نظر صورت می‌گیرد و چون بخش خصوصی 1 صندلی بیشتر از ۵ صندلی ندارد ناچاراً مجبور به پذیرش مدیر انتخاب شده است.

کلام آخر

با توجه به اینکه در حال حاضر شرکتهای خودروسازی دارای زیان انباشته بالا و بدهی انباشته هستند، از طرفی به دلیل بالا بودن نرخ ارز و وجود تحریم‌ها توانایی تأمین برخی قطعات را چه به صورت واردات و چه به صورت تولید داخل ندارند (طبق

ادعای خودروسازان) و تیراژ تولید خودرو کاهش یافته است و خرید خودرو طی مکانیزم قرعه‌کشی صورت می‌گیرد. از طرفی اختلاف قیمت موجود بین بازار آزاد و شرکت‌های خودروسازی منجر به ایجاد تقاضای کاذب برای خودرو شده است و در بسیاری از موارد مشاهده شده است که کد ملی افراد برای ثبت‌نام خودرو خریداری می‌شود و یک بازار داغ دلالی و واسطه‌گری در این بین رونق یافته است، ادامه چنین روند قیمت‌گذاری و فروش خودرو تنها و تنها صنعت خودرو را زمین خواهد زد و نارضایتی عموم مردم را در پی خواهد داشت. از همین رو صنعت خودرو نیازمند راهکاری کوتاه مدت (همانند قرص مسکن) است که بتواند فعالیت خود را ادامه داده و سایر مشکلات این صنعت طی برنامه‌ریزی‌های بلندمدت مرتفع خواهد گشت. طی بررسی‌های صورت گرفته و جلسات برگزار شده در این زمینه، راهکار کوتاه مدت همان‌گونه که بیان شد اصلاح قیمت خودرو با عرضه آن در بازار آزاد و طبق قیمت تعیین شده توسط مکانیزم عرضه و تقاضای بازار است. ممکن است برخی منتقدان اعلام کنند که در این صورت قیمت‌ها بصورت سرسام آور افزایش خواهند یافت. لازم به توضیح است که این انتقاد وارد نیست؛ چرا که بحث کشش قیمتی اجازه افزایش سرسام آور به خودرو و قیمت کالاهای جانسین خودروهای CKD را نخواهد داد. (همچنین مابه تفاوت قیمت تمام شده خودرو که توسط خودروسازان و با نظارت شورای رقابت و وزارت صمت اعلام خواهد شد) و قیمت فروش آن (که در بازار و توسط میزان عرضه و تقاضا تعیین شده است) به خزانه دولت واریز خواهد گشت. با اجرای این راهکار کوتاه مدت به دلیل از بین رفتن تفاوت قیمت در بازار و شرکت خودروسازی، تقاضای کاذب به صفر متمایل خواهد شد و تنها مصرف کنندگان واقعی برای خرید خودرو اقدام خواهند کرد که در این صورت شرکتهای خودروسازی نیز توان پاسخ به میزان تقاضا را خواهند داشت. شکل مفهومی اصلاح قیمت گذاری خودرو به صورت ذیل ارائه شده است:

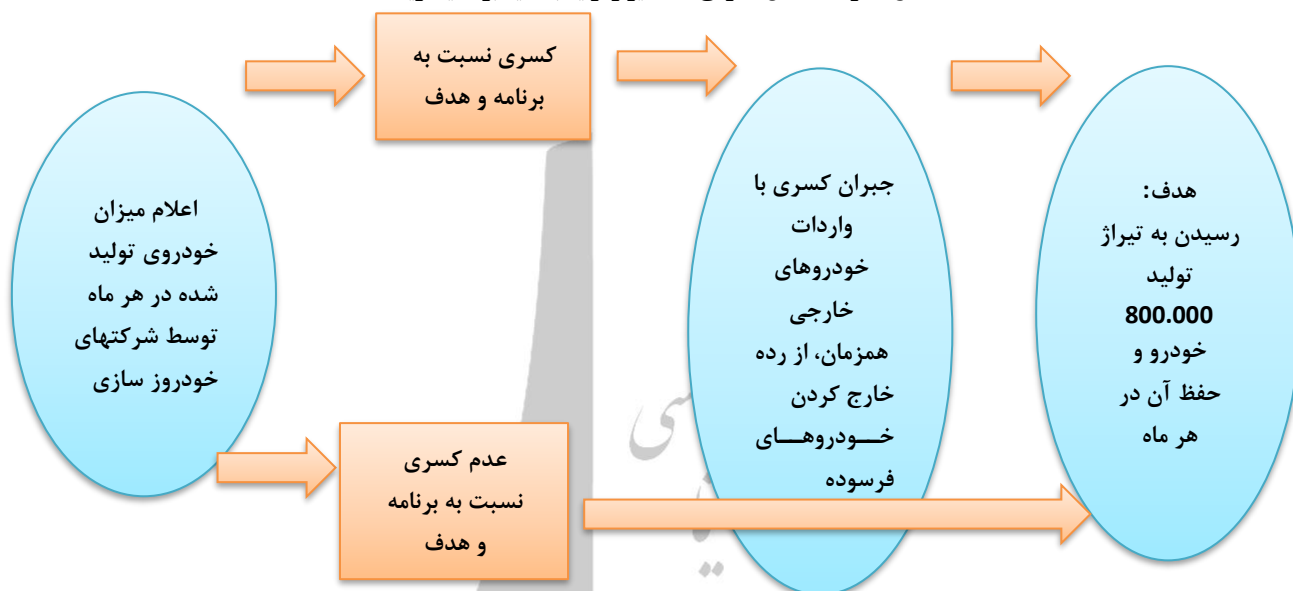
شکل شماره ۵- مدل مفهومی راهکار پیشنهادی برای قیمت گذاری خودرو



به منظور اجرای دقیق این راهکار و جلوگیری از هرگونه سوءاستفاده و مشکلات احتمالی که ممکن است رخ دهد باید میزان تیراژ تولید هر ماه برای خودروسازان به میزان قبل (حدود 800 هزار) برسد، و خودروسازان موظف هستند که هر ماه میزان تولید خود را اعلام نمایند؛ در صورتی که تولیدات آنها کمتر از 800 هزار خودرو در ماه شود، بصورت سیاست‌های 3 ماهه باید

اجازه واردات خودروهای ارزان قیمت با ارز متقاضی به کشور صورت گیرد، اجرای این سیاست منجر به ایجاد انگیزه در خودروسازان خواهد شد که تیراژ تولید خود را حفظ نمایند و پاسخگوی تقاضای خودرو باشند. البته باید هر ماهه از رده خارج کردن خودروهای فرسوده در دستور کار قرار گیرد، خارج کردن خودروهای فرسوده ضمن حفظ ایمنی و سلامت مردم حمایت از محیط زیست را بدنبال دارد. در شکل شماره 6 این راهکار بصورت مفهومی ارائه شده است:

شکل شماره ۶- مدل مفهومی حفظ تیراژ تولید با تأکید بر محیط زیست



راهکارهای پیشنهادی

برای اصلاح و نجات صنعت خودرو که بررسی های کارشناسانه ارائه شده به صورت ذیل است:

الف- راهکارهای بلند مدت

* ایجاد مراکز تحقیقاتی در صنعت خودرو و حمایت دولت از این صنایع، در واقع بخشی از سود صنعت خودروسازی باید در مراکز تحقیقاتی برای نوآوری هزینه گردد.

* اصلاح قانون تجارت و عوامل اجرای قانون بدین صورت که عوامل اجرای قانون تنها نقش نظارت بر حسن اجرای قانون را داشته باشند نه نقش تصمیم گیر

* واگذاری صنعت خودرو به بخش خصوصی واقعی و اعمال نظارت بر عملکرد آن در چند سال اول

* ممنوعیت اشتغال مدیران دولتی در شرکت های خودروسازی ایران خودرو و سایپا و شرکت های تابعه

ب- راهکارهای کوتاه مدت

* اصلاح قیمت خودرو با فروش خودرو در بازار آزاد بدین صورت که قیمتگذاری خودروها براساس مکانیزم عرضه و تقاضا صورت گیرد و مابه تفاوت قیمت تمام شده خودرو و قیمت فروش آن به خزانه دولت واریز گردد و در طرح های توسعه ای و مراکز تحقیقاتی صنعت خودرو هزینه گردد (کوتاه مدت)