



گروه توسعه دانش مالی نماد

اسفند ماه ۱۳۹۵

شماره ۱



# صنعت خودرودر ایران گزارش بیزنیس مانیتور



صنعت  
خودرو  
در ایران



گروه توسعه دانش مالی نماد

**BMI** Research  
— A FitchGroup Company



فرهیخته گرامی:

حقوق معنوی مطالب متعلق به گروه توسعه دانش مالی نماد است. نظرات خود را در زمینه ارتقا کیفیت مقالات و همچنین نیازهای مطالعاتی تان به اطلاع ما برسانید.

---



گروه توسعه دانش مالی نماد

## گروه توسعه دانش مالی نماد

آدرس: تهران - خیابان شهید بهشتی - نرسیده به خیابان ولیعصر - پلاک ۴۸۸ - طبقه ۶

تلفن: ۸۸۷۰۶۹۵۵ ، ۸۸۷۲۶۳۳۹

فکس: ۸۸۷۰۵۴۹۱

آدرس وبسایت: [www.NAMADFINANCE.com](http://www.NAMADFINANCE.com)

ایمیل گروه: [info@namadfinance.com](mailto:info@namadfinance.com)

کانال تلگرام گروه: [telegram.me/namadfinance](https://t.me/namadfinance)

صفحه آرا: محمد علیزاده



## فهرست مطالب



۱.مقدمه	۳
۲.دورنمای صنعت خودرو	۴
۳.ماتریس سوات (بررسی نقاط قوت، ضعف، چالش‌ها و فرصت‌های) صنعت خودرو	۶
۴.پیش‌بینی آینده صنعت	۷
۴,۱ سناریوی پیش‌بینی آینده صنایع	۷
۴,۱,۱ آخرین دستاوردها	۸
۴,۱,۲ روندهای ساختاری	۸
۵.فروش	۱۰
۵,۱ وسایل نقلیه مسافربری	۱۰
۵,۲ وسایل نقلیه تجاری	۱۱
۵,۳ موتورسیکلت	۱۳
۶.تولید	۱۴
۷.تغییر صحنه رقابت	۱۶
۷,۱ وسایل نقلیه مسافربری	۱۹
۷,۲ وسایل نقلیه تجاری	۲۰
۸.شاخص ریسک و بازده صنعت	۲۲
۸,۱ منطقه جایگاه جهانی خود را از دست می‌دهد	۲۳

۲۳	۸,۲	عربستان سعودی در لب مرز
۲۴	۸,۳	مراکش؛ نقطه روشنی در منطقه
۲۵	۹	پروفایل شرکت
۲۵	۹,۱	ایران خودرو
۲۹	۱۰	بررسی اجمالی منطقه
۲۹	۱۰,۱	منا
۳۱	۱۰,۲	مراکش؛ قطب خودروسازی آفریقای شمالی
۳۱	۱۰,۳	عمان؛ قطب شورای همکاری خلیج فارس
۳۲	۱۰,۴	توافق با شرکت PSA؛ موفقیتی برای ایران
۳۳	۱۱	پیش‌بینی آماری
۳۵	۱۲	روش تحقیق
۳۵	۱۲,۱	پیش‌بینی صنعت
۳۷	۱۲,۲	روش تحقیق بخش‌های مختلف
۳۹	۱۳	منابع
۳۹	۱۳,۱	روش شاخص ریسک و بازده





یادگیری در جامعه امروزی یک نیاز مداوم است. یک دهه پیش احراز موقعیت های شغلی در بازار سرمایه ساده تر بود. از یک سو موقعیت های شغلی ترتیب، انواع و نیاز به تخصص کمتری داشتند و از دیگر سو نهادهای فعال بازار سرمایه به لحاظ نوع و تعداد محدود بودند. در طول یک دهه و در پی تحولات پس از تصویب و اجرایی شدن قانون بازار اوراق بهادار ۱۳۸۴، قاعده احراز موقعیت شغلی در نهادهای فعال بازار سرمایه تغییر کرده است. نیاز به تخصص های نو در این نهادها تبدیل به ضرورتی روزآمد شده است. چرا که امروزه کیفیت بهتر منابع انسانی در بیشینه نمودن منافع ذینفعان نهادهای مالی نقش برتری را نسبت به سایر منابع ایفا می کند. ضرورت روزآمد شدن تخصص منابع انسانی در بازار سرمایه، یادگیری مستمر شاغلان، فعالان و علاقه مندان به فعالیت حرفه ای در این بازار را ضروری می نماید. چنانکه پیشرفت شغلی ثمره یادگیری مستمر است.

گروه توسعه دانش مالی نماد در جهت تامین ضرورت های ورود به مسیر شغلی در بازار سرمایه و پیشرفت در آن تشکیل شده است. موضوع فعالیت نماد ارائه خدمات آموزشی، ترویجی و مشاوره در حوزه علوم مالی و اقتصادی با محوریت بازار سرمایه در مسیر پیشرفت شغلی است. نماد دو رسالت بیشترین دسترسی و بهترین کیفیت را در ارائه خدمات سرلوحه اقدام خود میداند. بهره گیری از مزایای فناوری اطلاعات و ارتباطات در حد امکان برای تامین رسالت اول و برخورداری از گروه اساتید دانش آموخته تحصیلات تکمیلی در بهترین دانشگاه های کشور و شاغل در سطوح مدیریتی نهادهای مالی برای نیل به رسالت دوم از مزیت های ماندگار و مطلق یادگیری در نماد است.

مجموعه حاضر تلاشی در راستای رسالت پژوهشی و ترویجی نماد می باشد و نماد آمادگی دارد تا گزارشات موسسه بیزنیس مانیتور را به صورت فصلی و با ترجمه فارسی در اختیار شرکت ها، سازمان هایی که این گزارشات را مورد استفاده قرار می دهند قرار دهد.

از این رو جهت اطلاع از نحوه و هزینه های تهیه این گزارشات می توانید با شماره تماس های ۸۸۷۲۶۳۳۹ و ۸۸۷۰۶۹۵۵ تماس حاصل نمایید.



# گزارش بیزینس مانیتور از صنعت خودرو در ایران

تاریخ انتشار: فصل چهارم ۲۰۱۶

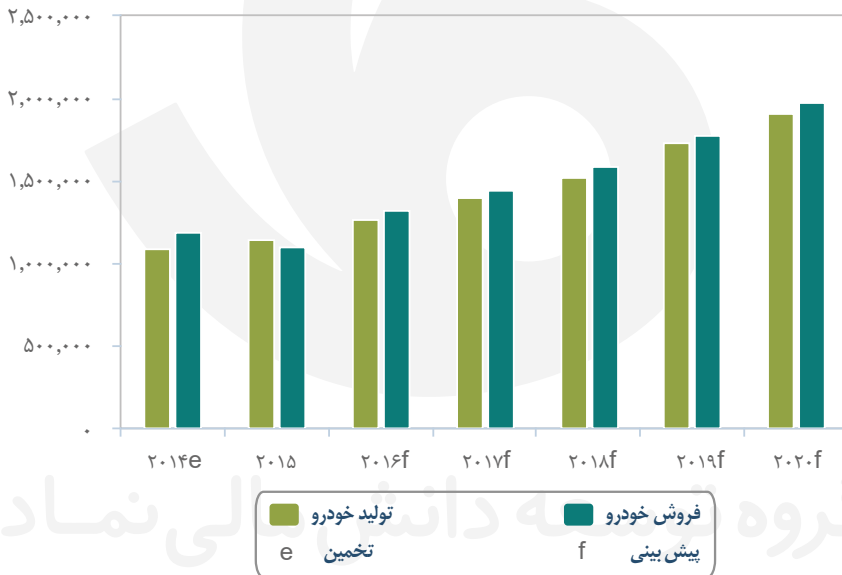
## ۱. مقدمه

یکی از نهادهای بین‌المللی که وضعیت صنایع کلیدی و چشم‌انداز آنها را در کشورهای مختلف بررسی می‌کند بیزنس مانیتور است. گزارشات بیزینس مانیتور در حوزه‌های مختلف اعم از نفت و گاز، پتروشیمی، مخابرات، بیمه و صنعت خودرو است. این گزارشات یکی از ارکان تصمیم‌گیری شرکت‌های سرمایه‌گذاری خارجی برای ورود به یک صنعت مشخص است. علیرغم اهمیت این گزارشات ولیکن به دلیل محدودیت در دسترسی به آنها، کمتر مورد توجه تصمیم‌گیران داخلی قرار گرفته است. گروه توسعه دانش مالی نماد با توجه به اهمیت گزارشات بیزینس مانیتور و اطلاعات مفیدی که در آنها ارائه شده است اقدام به ترجمه و تحلیل این گزارشات (با استفاده از کارشناسان مجرب خود در حوزه‌های مختلف) کرده است. مطالعه این گزارشات می‌تواند چشم‌انداز روشنی از وضعیت صنایع مختلف ارائه داده و در نتیجه مبنایی برای تصمیم‌گیری مدیران و سیاست‌گذاران باشد.

## ۲. دورنمای صنعت خودرو

فروش وسایل نقلیه پس از کاهش تحریم‌ها و بازگشت برندهای غربی در سال ۲۰۱۶ به طرز چشمگیری افزایش می‌یابد. اولویت برندهای غربی، خرید و فروش خودروهای سواری را افزایش می‌دهد چرا که مصرف‌کنندگانی که بر اثر تحریم‌ها خرید خود را به تعویق انداخته بودند و منتظر بازگشت این برندها به بازار بودند حال مبادرت به خرید خودروی مورد نظر خود خواهند کرد. علاوه‌براین، شکوفایی صنعت ساخت و ساز، خرید و فروش تجاری خودرو را در سال ۲۰۱۶ مورد حمایت قرار می‌دهد.

نمودار ۱. فروش و تولید خودرو (۲۰۱۴-۲۰۲۰)



## دیدگاه‌های کلیدی

- ❁ ترجیح برندهای غربی برای ورود دوباره به بازار، فروش خودرو را هدایت می‌کند.
- ❁ ممنوعیت تولیدکنندگان خودروی آمریکایی از ورود آنها به بازار جلوگیری می‌کند.
- ❁ تامین مالی بهبود یافته برای پروژه‌های زیرساختی بخش خودروهای تجاری حمایت می‌کند.
- ❁ سرمایه‌گذاری در تولید خودرو، سرمایه‌گذاری در صنعت زنجیره‌ی تامین قطعات را تسهیل می‌کند.

گروه توسعه دانش مالی نماد

## ۳. ماتریس سوات (بررسی نقاط قوت، ضعف، چالش‌ها و فرصت‌های) صنعت خودرو

نقاط ضعف	نقاط قوت
<ul style="list-style-type: none"> <li>ایران قبل از آنکه اجازه دهد شرکت‌های ماشین‌سازی خارجی وارد کشور شوند بر وضع پیش شرط‌های جدید و سختگیرانه‌ای اصرار دارد که ممکن است مانع سرمایه‌گذاری داخلی شود.</li> <li>تجهیزات و تکنولوژی فرسوده‌ی نیازمند سرمایه‌گذاری و تخصیص علم سرمایه‌گذاران غربی.</li> <li>پس‌زده‌گی برندهای داخلی به دلیل کیفیت پایین و سال‌ها دوری از بازار رقابتی</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>بزرگ‌ترین کشور تولید کننده ماشین در شرق خاورمیانه.</li> <li>انتظار می‌رود که رشد طبقه متوسط در ایران باعث افزایش قابل‌ملاحظه تقاضای خودرو در ایران در میان‌مدت شود.</li> <li>بنظر می‌رسد تولید و فروش ماشین‌های جدید رشد چشمگیری را طی دوره‌ی پیش‌بینی شده داشته باشد.</li> </ul>
تهدیدها	فرصت‌ها
<ul style="list-style-type: none"> <li>بر هم خوردن توافق هسته‌ای قبل از اجرای این طرح می‌تواند موجب قطع سرمایه‌گذاری بین‌المللی در کشور شود.</li> <li>بی‌ثباتی سیاسی به عنوان یکی از نگرانی‌های کلیدی اقتصاد ایران به قوت خود باقی خواهد ماند.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>با رشد بخش ماشین‌سازی ایران نیاز برای تهیه‌ی اجزا و قطعات از تامین‌کنندگان و تولیدکنندگان به طور فزاینده‌ای افزایش می‌یابد.</li> <li>تولیدکنندگان داخلی نیز به دنبال افزایش صادرات بیشتر در سال‌های آینده خواهند بود.</li> <li>توافقات هسته‌ای مسیر را برای ورود برندهای جدید هموار می‌کند و این محدود به تولیدکنندگان آمریکایی نمی‌شود.</li> </ul>

## ۴. پیش‌بینی آینده صنعت

## ۴.۱. سناریوی پیش‌بینی آینده صنایع

جدول ۱. تولید خودرو - تخمین میزان تولید و پیش‌بینی آن تا سال ۲۰۲۰							
۲۰۲۰	۲۰۱۹	۲۰۱۸	۲۰۱۷	۲۰۱۶	۲۰۱۵	۲۰۱۴	
۱,۹۱	۱,۷۴	۱,۵۲	۱,۴۰	۱,۳۷	۱,۱۴	۱,۰۹	تولید خودرو (میلیون)
۱۰	۱۴,۱	۹	۹,۹	۱۱,۲	۴,۷	۶۷,۵	تولید وسایل نقلیه (تغییرات سال به سال) - درصد
۱,۹۸	۱,۷۷	۱,۵۹	۱,۴۴	۱,۳۲	۱,۱۰	۱,۱۹	تولید خودرو (میلیون)
۱۱,۸	۱۱,۴	۱۰,۴	۹,۴	۱۹,۸	-۷,۳	۴۸,۲	تولید وسایل نقلیه (تغییرات سال به سال) - درصد

## ۴.۱.۱. آخرین دستاوردها

- ❁ برندهای خارجی علاقه بسیاری به تولید و فروش داخلی محصولات خود نشان می‌دهند. سیتروئن یکی از نمونه‌های محصولات خارجی است که در حال حاضر در داخل کشور تولید می‌شود.
- ❁ اثر پایه پایین، تقاضای فراوان، و علاقه مشتریان به برندهای خارجی باعث رشد بازار فروش خودرو می‌شود.
- ❁ بخش تولید پررونق پایه موفقیت در فروش وسایل نقلیه است.

## ۴.۱.۲. روندهای ساختاری

به دلیل لغو تحریم‌های اقتصادی ایران، در حال حاضر اقتصاد این کشور در بهترین شرایط سالهای اخیر خود به سر می‌برد. تیم ریسک کشوری ما پیش‌بینی می‌کند که تا نیمه اول سال ۲۰۱۶ تقریباً تمام تحریم‌ها در بازار ایران لغو می‌شود. بنابراین ما انتظار داریم که با ورود دوباره برندهای خارجی به بازار ایران (به استثنای برندهای آمریکایی) شاهد رشد قابل توجهی در فروش وسایل نقلیه در این کشور باشیم. فروش وسایل نقلیه در سال ۲۰۱۶ تا ۱۹٫۸٪ افزایش می‌یابد و تا سال ۲۰۲۰ میانگین سالانه فروش به ۱۲٫۶٪ می‌رسد. در سال‌های آتی اقتصاد ایران مسیر سخت و پرکاری را برای رهایی از اثرات وخیم تحریم در پیش دارد. نقص زیرساخت‌ها، تقاضای فراوان، جمعیت جوان، نیروی کار ماهر، مصرف‌کننده‌های مشتاق همگی موجب می‌شوند ایران بیشترین رشد مثبت را در خاورمیانه تجربه کند.

ایران پیش از تحمیل تحریم‌ها یازدهمین تولیدکننده خودرو در دنیا به شما می‌آمد.



هدف دولت این است که باز دیگر بتواند موقعیت خود را به عنوان یک رقیب مهم جهانی به دست بیاورد. کسب چنین موقعیتی نیازمند حمایت‌هایی است که از طریق خصوصی‌سازی این صنعت تأمین می‌شود. صنعت خودروسازی ایران دومین صنعت بزرگ این کشور پس از صنعت نفت و گاز به شمار می‌رود. این بدین معناست که پس از لغو تحریم‌ها، برندهای مشهور غربی درست مانند قبل از دوران تحریم فوراً به بازار ایران برمی‌گردند. با توجه به نقص‌های زیربنایی بزرگی که حاصل سرمایه‌گذاری نامکفی دوران تحریم هستند تیم ریسک کشوری پیش‌بینی می‌کند که اقتصاد ایران ناگهان شکوفا نمی‌شود بلکه وارد دوره تازه‌ای می‌شود و رشد مداوم و پر سرعتی را تجربه می‌کند. طبق نظر تیم ریسک کشوری، پیش‌بینی ما نیز این است که در سال ۲۰۱۶ تولید ناخالص داخلی تا ۳٫۸٪ افزایش می‌یابد و طبق پیش‌بینی پنج ساله ما تا سال ۲۰۲۰ میانگین تولید ناخالص داخلی تا ۴٫۶٪ افزایش خواهد داشت.



گروه توسعه دانش مالی نماد

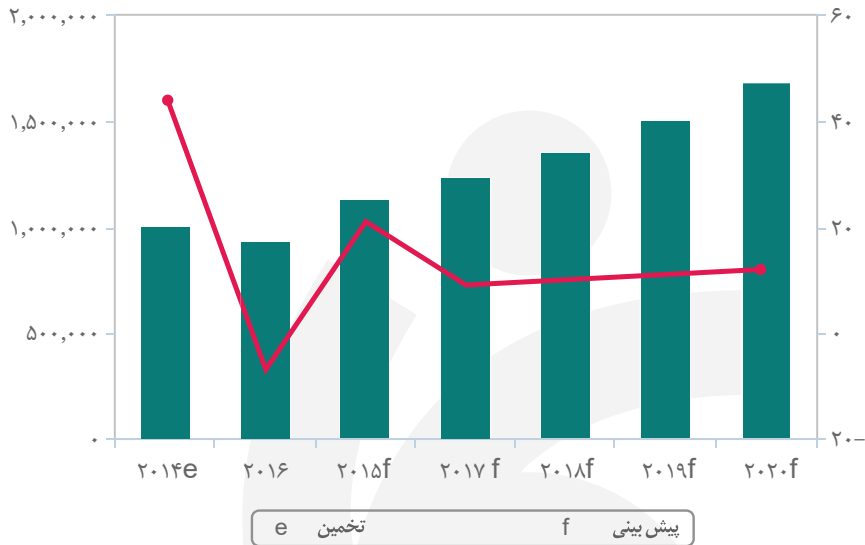
## ۵. فروش

### ۵.۱. وسایل نقلیه مسافربری

کیفیت پایین خودروهای داخلی و قیمت‌های تورم‌یافته آنها که ناشی از تحریم‌هاست باعث کاهش فروش وسایل نقلیه مسافربری شده است. اگر تحریم‌ها لغو شوند و برندهای غربی به بازار برگردند فروش وسایل نقلیه مسافربری افزایش قابل توجهی خواهد داشت. تقاضای فراوان این سال‌ها و به تعویق انداختن خرید به خاطر بازگشت برندهای خارجی به بازار موجب رشد فروش وسایل نقلیه مسافربری می‌شود. ما پیش‌بینی می‌کنیم که در سال ۲۰۱۶ فروش وسایل نقلیه مسافربری ۲۱,۰٪ افزایش پیدا کند. به دنبال تسریع رشد فروش وسایل نقلیه مسافربری در ۲۰۱۶ ساله‌هایی را در پیش خواهیم داشت که رشد مداومی را در بازار مشاهده می‌کنیم. در این سال‌ها اقتصاد و صنعت خودروسازی کشور احیا خواهند شد.

با در نظر گرفتن میزان جمعیت کشور، رشد تولید ناخالص داخلی، و سرانه تولید ناخالص داخلی، تیم ریسک کشوری ما ایران را به عنوان یکی از بازارهای نوظهور برجسته برای مصرف‌کنندگان بالقوه معرفی می‌کند. مصرف‌کننده جوان و پیچیده به همراه رشد مداوم سطح مصرف خصوصی حاکی از افزایش میزان فروش در ده سال آینده است. ما معتقدیم که در سال ۲۰۱۶ مصرف خصوصی تا ۴,۰٪ افزایش خواهد یافت و میانگین روند رشد مثبت در ۵ سال آینده به ۴,۶٪ خواهد رسید.

نمودار ۲. فروش وسایل نقلیه مسافری و نرخ رشد آن (نمودار قرمز رنگ)



## ۵.۲. وسایل نقلیه تجاری

پس از سال‌ها سرمایه‌گذاری نامکفی که موجب نقص‌های زیربنایی شده است، اکنون لغو تحریم‌ها سرمایه‌های زیادی را به بخش زیرساخت اقتصاد تزریق می‌کند. با لغو تحریم‌ها، آزادی تجارت در ایران، و سرمایه‌گذاری روی زیرساخت‌ها محیطی فراهم می‌شود که موجب رشد فروش وسایل نقلیه تجاری (مانند کامیون، ون، تریلر و...) می‌شود.

نیاز به بهبود بندرها، جاده‌ها، ریل‌ها و صنایع سنگین سطح سازندگی را افزایش خواهد داد و در نهایت موجب رشد فروش وسایل نقلیه تجاری خواهد شد. وقتی تجارت افزایش پیدا می‌کند، لجستیک هم موجب رشد فروش وسایل نقلیه تجاری می‌شود. تیم زیرساختی ما در گذشته پیش‌بینی کرده بود که در سال ۲۰۱۶ صنعت

ساختمان سازی در ایران ۴,۵٪ رشد خواهد داشت اما پس از لغو تحریم‌ها این عدد را به ۷,۹٪ افزایش داد. بعلاوه پیش بینی شده است که تا سال ۲۰۲۰ میانگین رشد سالانه صنعت ساختمان سازی ۶,۳٪ باشد. ما معتقدیم که بخاطر سرمایه گذاری در بخش زیرساخت‌ها و افزایش ساخت و ساز در ایران در پنج سال آینده رشد فروش به شرح زیر خواهد بود:

- ❁ وسایل نقلیه تجاری: ۱۳,۲٪ در سال ۲۰۱۶ و ۱۲,۴٪ میانگین رشد سالانه تا ۲۰۲۰
- ❁ وسایل نقلیه تجاری سبک: ۱۳,۵٪ در سال ۲۰۱۶ و ۱۲,۸٪ میانگین رشد سالانه تا ۲۰۲۰
- ❁ ماشین‌های سنگین: ۱۵,۰٪ در سال ۲۰۱۶ و ۱۱,۸٪ میانگین رشد سالانه تا ۲۰۲۰
- ❁ اتوبوس‌های شهری و برون شهری: ۱,۵٪ در سال ۲۰۱۶ و ۲,۴٪ میانگین رشد سالانه تا ۲۰۲۰

بعلاوه لغو تحریم‌ها موجب می‌شود سرمایه‌گذاران آسیایی و اروپایی به بخش و صنایع معدنی ایران روی بیاورند. ایران مرکز ثروت‌های کانی است و بیش از ۳۷ میلیارد تن ذخایر ارزشمند در زیر زمین خود دارد. این ذخایر شامل زغال سنگ، آهن، مس، سرب، روی، کروم، اورانیوم و طلا هستند. پس از لغو تحریم‌ها صنعت معدن دولت ایران آغوش خود را به روی سرمایه‌گذاران خارجی خواهد گشود و پروژه‌های ارزشمند خود را که گاهی تا ۲۹ میلیارد دلار آمریکا ارزش دارند به سرمایه‌داران خارجی پیشنهاد خواهد کرد. به همین دلیل کارشناسان انتظار دارند در پنج سال آینده صنعت معدن ایران یکی از نقاط روشن این کشور در عرصه جهانی باشد. ما معتقدیم مادامی که سرمایه‌ها به سوی صنعت معدن ایران روانه شوند، ارزش صنعت معدن تا ۲۱,۸۹ میلیارد دلار آمریکا رشد خواهد کرد و در سال ۲۰۱۶ این رشد مطابق با ۱۸,۴۴ میلیارد دلار آمریکا خواهد بود.

بخش‌های معدن و ساختمان‌سازی مهمترین قسمت‌هایی هستند که موجب رشد کشور در زمینه وسایل نقلیه تجاری خواهند شد. این صنایع به دلیل نیاز به ماشین‌های سنگین برای استفاده در عملیات روزانه از فروش وسایل نقلیه تجاری حمایت می‌کنند. به دلیل رشد شدیدی که در صنایع معدن و ساختمان‌سازی پیش بینی شده است ما بیشتر روی وسایل نقلیه تجاری در ایران از ۲۰۱۶ تا ۲۰۲۰ تمرکز می‌کنیم.

بخش اتوبوس‌های درون و بیرون شهری نسبت به سایر بخش‌ها رشد چندانی نخواهد داشت. مهمترین دلیل رشد این بخش گردشگران خارجی خواهند بود. تیم گردشگران ما پیش بینی کرده ورود گردشگران ۱۸,۱٪ در سال ۲۰۱۶ و ۱۰,۹٪ به طور متوسط در پنج سال آتی رشد خواهد داشت. افزایش حضور گردشگران و افزایش نیاز به حمل و نقل عمومی به افزایش فروش اتوبوس‌های درون شهری و بیرون شهری را افزایش می‌دهد.

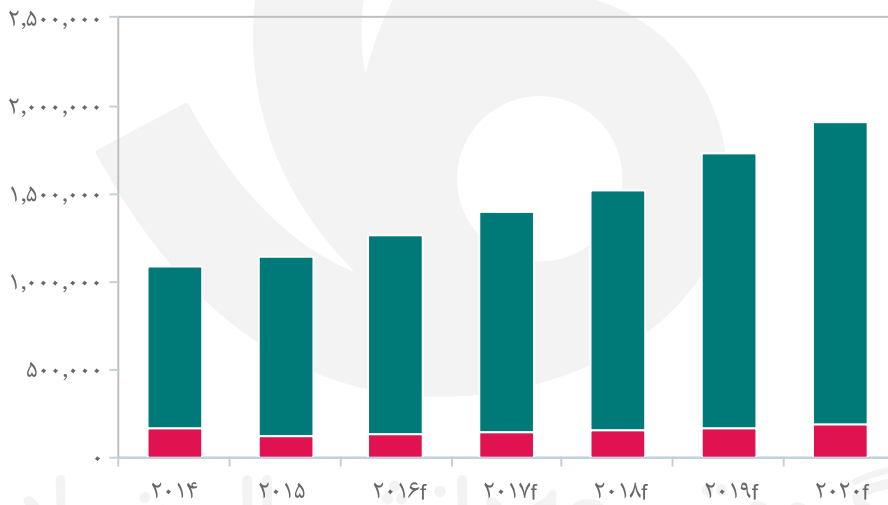
## ۵,۳. موتورسیکلت

ما معتقدیم که فروش موتورسیکلت در سال ۲۰۱۶ تا ۱۱,۴٪ افزایش خواهد یافت و تا سال ۲۰۲۰ میانگین رشد سالانه ۱۴,۶٪ خواهد بود. منافع نگهداری از موتورسیکلت در مقایسه با وسایل نقلیه مسافری بیشتر است بعلاوه امکان مانور با موتورسیکلت در شهرهای شلوغ زیاد است. این مسائل خرید موتورسیکلت را منطقی جلوه می‌دهد. اما فروش موتورسیکلت تنها تا ۷۰۱۱۱۶ دستگاه در ۲۰۲۰ افزایش می‌یابد. بیشترین مقدار فروش موتورسیکلت ۱,۳ میلیون دستگاه در ۲۰۰۴ بوده است و این مقدار پیش‌بینی شده درست زیر حداکثر مقدار فروش است.

## ۶. تولید

بازگشت برندهای غربی به بازار خودرو ایران در سال آینده سطح تولید را افزایش خواهد داد چرا که سرمایه‌گذاری مشترک بین برندهای خارجی و شرکت‌های تولیدی داخلی افزایش پیدا می‌کند. قراردادهای همکاری بین شرکت‌ها نسبت به دوران تحریم بسیار دقیق‌تر خواهد بود و تمرکز بیشتری روی تحقیق، توسعه و تبادل تکنولوژی از برندهای غربی شناخته شده به شرکت‌های داخلی خواهد بود. ما معتقدیم که در سال ۲۰۱۶ تولید خودرو در کل ۱۱,۲٪ افزایش خواهد یافت و تا سال ۲۰۲۰ به طور میانگین سالانه ۱۰,۸٪ رشد تولید را مشاهده خواهیم کرد.

نمودار ۳. مجموع تولید خودرو توسط بخش‌های مختلف



توضیح: بخش قرمز رنگ نشان‌دهنده تولید خودروی تجاری و بخش سبز رنگ نشان‌دهنده تولید خودروی مسافری است.

یکی از افتخارات ایران این است که تولید خودرو را در داخل کشور انجام می‌دهد اما در مرحله مونتاژ به قطعات وارداتی وابسته است. این کشور صاحب بزرگترین کارخانه

خودروسازی در خاورمیانه است و حدود هفتصد هزار کارگر دارد. برندهای خارجی اغلب در زمینه وسایل نقلیه مسافربری علاقه نشان داده‌اند. به این ترتیب تولید این دسته از وسایل نقلیه رشد قابل توجهی خواهد داشت. پیش‌بینی ما در زمینه رشد تولید در ایران به شرح زیر است:

❁ وسایل نقلیه مسافربری: ۱۲٪ در سال ۲۰۱۶ و ۱۱,۱٪ میانگین رشد سالانه تا سال ۲۰۲۰

❁ وسایل نقلیه تجاری: ۵,۰٪ در سال ۲۰۱۶ و ۸,۴٪ میانگین رشد سالانه تا سال ۲۰۲۰

لغو تحریم‌ها و شکوفایی اقتصادی موجب می‌شود صنعت ساختمان‌سازی و زیرساخت سرمایه‌های بسیاری را به خود جذب کند. گسترش صنعت زیرساخت و رشد همزمان ساختمان‌سازی موجب افزایش تقاضا برای وسایل نقلیه تجاری می‌شود و بنابراین از تولید این دسته از وسایل نقلیه حمایت می‌کند. پیش‌بینی ما در زمینه رشد تولید به شرح زیر است:

❁ وسایل نقلیه تجاری سبک: ۵,۰٪ در سال ۲۰۱۶ و ۹,۳٪ میانگین رشد سالانه تا سال ۲۰۲۰

❁ ماشین‌های سنگین: ۵,۰٪ در سال ۲۰۱۶ و ۳,۲٪ میانگین رشد سالانه تا سال ۲۰۲۰

❁ اتوبوس‌های درون‌شهری و برون‌شهری: ۵,۵٪ در سال ۲۰۱۶ و ۶,۱٪ میانگین رشد سالانه تا سال ۲۰۲۰

اگرچه تولید اتوبوس‌های درون‌شهری و برون‌شهری رشد می‌کند اما کمتر از حداکثر تولید خود خواهد بود که معادل ۵۰۰۰ دستگاه در سال ۲۰۰۷ است. در سال ۲۰۲۰ انتظار می‌رود که فقط ۸۱۰ دستگاه اتوبوس تولید شود. رشد تولید اتوبوس‌ها حاصل اثر پایه کم و تقاضای فراوان خواهد بود.

## ۷. تغییر صحنه رقابت

گرچه انتظار می‌رود برندهای مختلفی به داخل ایران سرازیر شوند اما به نظر ما برندهایی که قبلاً در این کشور حضور داشتند مزیت‌های زیادی خواهند داشت. این برندها بیش از سایرین به امکانات دسترسی دارند زیرا یک شریک داخلی از قبل با آنها همکاری داشته است و بعلاوه آنها اطلاعات محلی زیادی دارند و می‌دانند که چگونه در شرایط دشوار تحریم‌ها در این کشور تجارت کنند.

در این میان گروه فرانسوی PSA که مدتهاست از طریق برند پژو بازار را در دست گرفته است اولین و مهمترین ذی‌نفع بازار خواهد بود. حذف این شرکت از ایران ضربه مالی بزرگی به آن زده است. مهمترین نشانه اشتیاق PSA برای بازگشت به ایران قرارداد این شرکت با ایران خودرو (IKCO) مبنی بر بازگشت به بازار به محض لغو تحریم‌هاست. بعلاوه PSA با گروه خودروسازی سایپا قراردادی به مبلغ ۳۰۰ میلیون یورو منعقد کرده که برند سیتروئن را به بازار خودروی ایران بازمی‌گرداند. طبق این سرمایه‌گذاری مشترک تا سال ۲۰۲۲ حدود ۱۵۰ هزار دستگاه خودرو ساخته خواهد شد.

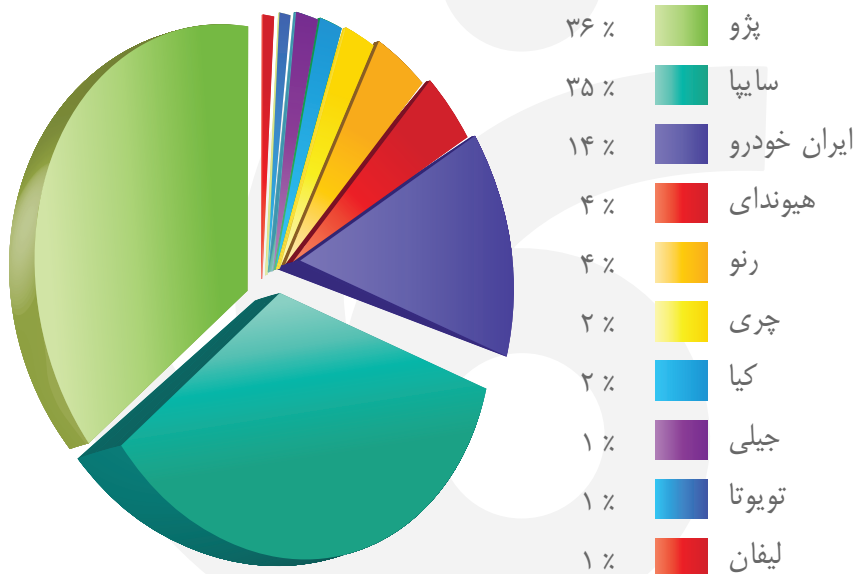
تجربه شرکت ایران خودرو در ساخت برندهای پژو باعث شده که با وجود تحریم‌ها این برند هنوز داخل کشور ایران حضور داشته باشد. اجرای توافق موقت هسته‌ای باعث شد در سال ۲۰۱۴ سهم بازار خودروی پژو تا ۳۵٪ افزایش پیدا کند. در چنین شرایطی سایر برندها به سختی می‌توانند با چنین امتیازاتی مقابله کنند. بهر حال ما انتظار داریم برندهایی چون رنو و هیوندای (کیا) هم به بازار ایران برگردند تا از منافع وفاداری به برند بهره‌مند شوند.

بعد از تحریم برخی از برندها بیشتر از قبل به ایران وارد شدند. برندهای چینی مانند چری و لیفان جزء پنج برند برتر ۲۰۱۳ شدند زیرا تنوع تقاضا کاهش پیدا کرد و



مشتریان به دنبال برندهای ارزان قیمت بودند. بی تردید ورود برندهای جدید صحنه رقابت را تغییر می‌دهد. به نظر ما برای این برندها دشوار خواهد بود که سهم مشارکت خود را در بازار حفظ کنند. اگر بازار سال ۲۰۱۴ را در نظر بگیریم این واقعیت بیشتر آشکار می‌شود.

نمودار ۴. سهم برندهای مختلف از بازار خودروی ایران



مصرف‌کنندگان ایرانی به دنبال برندهای بین‌المللی شناخته شده هستند و همانطور که نمودار نشان می‌دهد بازگشت برندهای بیشتر بخاطر توافق هسته‌ایو بازگشت پژو به جایگاه برتر خود موجب می‌شود بازار این شرکت‌های چینی کساد شود و به سطوح پایین‌تری نزول پیدا کنند.

بالغو تحریم‌ها برندهای آمریکایی می‌توانند وارد بازار شوند و تغییرات مهمی در صحنه رقابت ایجاد کنند. انجمن سازندگان قطعات و مجموعه‌های خودرو ایران ادعا کرده که

برندهای آمریکایی برای سرمایه‌گذاری در بازار اعلام آمادگی کرده‌اند اما تحریم‌های اولیه هنوز در جای خود باقی هستند این تحریم‌ها مانع از این می‌شوند که شرکت‌های آمریکایی با ایران تجارت کنند. در نتیجه برندهای آمریکایی باید سخت کار کنند تا از رقیبان اروپایی خود که براحتی می‌توانند بازار ایران را در دست بگیرند جا نمانند. آنها هم باید برند خود را وارد بازار کنند و هم استراتژی لجستیک و توزیع به کار بگیرند که برای ورود به بازار زمان زیادی لازم دارد. آخرین مانعی که در مقابل شرکت‌های خودروسازی آمریکایی قرار دارد بیانیه‌ای است که دولت ایران منتشر کرده است. طبق این بیانیه ورود کارخانه‌های خودروسازی آمریکا به بازار ایران ممنوع است.

اما اگر بخواهیم تقاضای بازار را در نظر بگیریم برندهای آمریکایی در بازار ایران با استقبال مواجه می‌شوند زیرا جمعیت جوان که اطلاعات زیادی در مورد برندها دارند نظر مثبتی نسبت به شرکت‌های غربی دارند. بهترین راه ورود به بازار ایران استفاده از شرکت‌های داخلی است اما ما انتظار داریم که شرایط این نوع شراکت پس از تحریم تغییر کند. همان طور که شرایط شرکت ایران خودرو برای همکاری با پژو که مدت‌هاست با آن ارتباط دارد تغییر کرده است. انتقال تکنولوژی، تحقیق و توسعه بخش اعظمی از شرایط جدید شراکت را به خود اختصاص داده است.

این امر نیازمند اعتماد دوجانبه در این قبیل شراکت‌هاست. وسعت و پتانسیل بازار برای برندهای بین‌المللی اهمیت زیادی دارد (به‌خصوص برندهایی مانند پژو و رنو که حذف از بازار ایران تاثیر زیادی روی میزان درآمد آنها گذاشته است). اما شرایط درخواستی شرکت ایران خودرو نشان می‌دهد که نیازها و کمبودهای این شرکت در چه زمینه‌ای است.

وقتی برندهای مختلف سعی کنند وارد بازار ایران شوند شراکت‌های بسیاری ایجاد خواهد شد که این شرایط را خواهند پذیرفت. گرچه برای شرکت‌ها ساده نیست که تکنولوژی خود را با دیگران سهیم شوند اما ما معتقدیم که فواید این شرایط از مضرات آن بیشتر است.

## ۷,۱. وسایل نقلیه مسافربری

### آخرین دستاوردها و محرک‌های بخش

- ❁ بخش ماشین‌های مسافربری برجسته‌ترین بخش وسایل نقلیه است و بیشترین میزان سرمایه را جذب می‌کند.
- ❁ تحریم‌های اولیه آمریکا مانع از ورود شرکت‌های آمریکایی به بازار ایران می‌شود در حالی که شرکت‌های اروپایی و ژاپنی از کمتر شدن تحریم‌ها سود می‌برند.
- ❁ ورود برندهای غربی به بازار داخلی موجب افزایش رقابت و در نتیجه کاهش قیمت می‌شود.

جدول ۲. تعداد فروش خودرو به تفکیک برندهای مختلف

(۱۰ برند برتر براساس آخرین آمارهای موجود)

سهم از بازار (درصد)	۲۰۱۴	۲۰۱۳	برند
۳۷,۷	۳۱۸۶۹۷	۱۸۱۰۵۱	پژو
۳۳,۹	۳۰۲۳۴۶	۲۳۷۷۲۴	سایپا
۱۳,۵	۱۲۰۲۹۸	۱۰۲۰۵۱	ایران خودرو
۳,۹	۳۴۴۸۵	۲۹۹۸۷	هیوندای
۳,۸	۳۳۸۶۹	۴۵۲۲۱	رنو
۲,۲	۱۹۲۹۴	۲۳۶۱۰	چری
۱,۸	۱۶۳۵۸	۱۳۲۳۴	کیا
۱,۴	۱۲۴۸۰	۸۵۳۲	جیلی
۱	۹۳۳۹	۶۲۴۶	تویوتا
۰,۹	۷۷۴۱	۸۲۰۱	لیفان

## ۷.۲. وسایل نقلیه تجاری

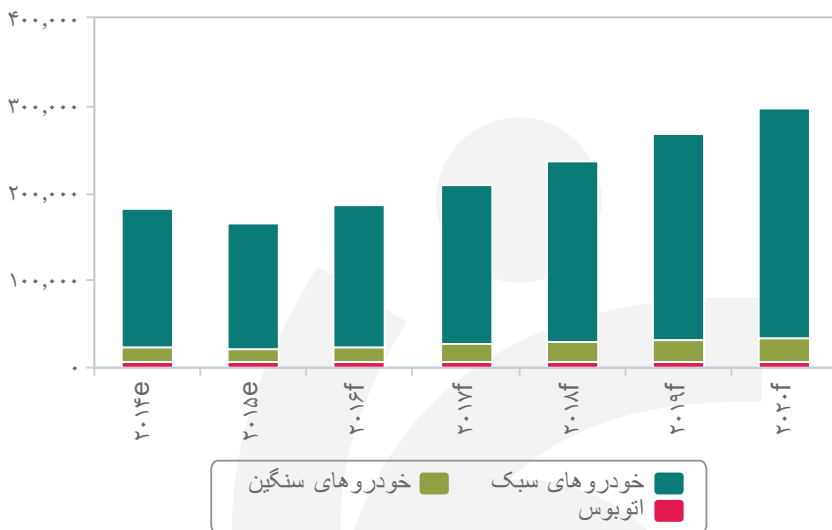
جدول ۳. تولید خودرو تجاری - تخمین میزان تولید و پیش‌بینی آن تا سال ۲۰۲۰

۲۰۲۰	۲۰۱۹	۲۰۱۸	۲۰۱۷	۲۰۱۶	۲۰۱۵	۲۰۱۴	
۱۸۴۶۷۷	۱۶۸۵۱۲	۱۵۳۵۵۲	۱۴۰۹۹۹	۱۲۹۶۶۶	۱۲۳۴۸۸	۱۶۴۸۷۱	تولید خودرو
۹,۶	۹,۷	۸,۹	۸,۷	۵	-۲۵,۱	۴۵,۹	تولید وسایل نقلیه (تغییرات سال به سال) - درصد
۲۹۷۲۸۷	۲۶۸۶۸۰	۲۳۶۶۳۹	۲۰۹۷۹۶	۱۸۷۶۳۹	۱۶۵۴۷۳	۱۸۱۲۶۱	تولید خودرو
۱۰,۷	۱۳,۵	۱۲,۸	۱۲	۱۳,۲	-۸,۷	۶۸,۸	تولید وسایل نقلیه (تغییرات سال به سال) - درصد

## آخرین دستاوردها و محرک‌های بخش

- ⚙️ بازگشت برندهای غربی (به‌خصوص برندهای اروپایی و ژاپنی) بخش وسایل نقلیه تجاری را هم تقویت خواهد کرد.
- ⚙️ شرکت خودروسازی آلمانی دایملر در نظر دارد با همکاری ایران خودرو دیزل در زمینه تولید و فروش وسایل نقلیه تجاری در ایران فعالیت کند.
- ⚙️ با رشد صنعت زیرساخت و فرصت‌های طولانی لجستیک فروش اوسایل نقلیه تجاری افزایش پیدا می‌کند.

نمودار ۴. فروش انواع خودروهای تجاری به تفکیک بخش‌های مختلف

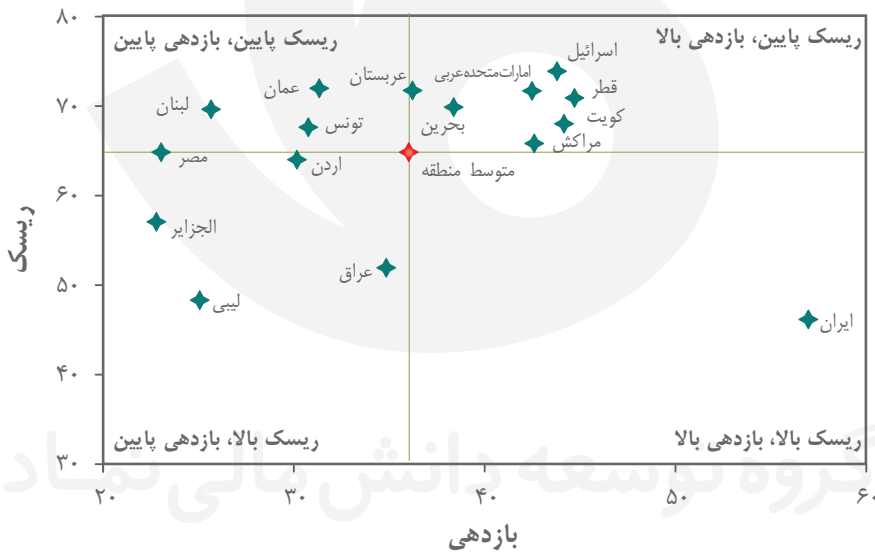


گروه توسعه دانش مالی نماد

## ۸. شاخص ریسک و بازده صنعت

بیشترین میزان تغییر در آخرین به زور رسانی شاخص ریسک و بازده ما برای بخش خودروهای خاورمیانه و آفریقای شمالی در عربستان سعودی و مراکش دیده می‌شود. عربستان جایگاه امن خود را که با قیمت پایین نفت بهشت فروش خودرو به شمار می‌آمد از دست داده اما مراکش اکنون به به عنوان مرکز خودروسازی منطقه جایگاه تازه‌ای به دست آورده است. نکته قابل توجه دیگر این است که میانگین بازده منطقه کاهش پیدا کرده که این امر نشانه کاهش فروش خودرو در بسیاری از مناطق نفت خیز است.

نمودار ۵. شاخص بازدهی/ پاداش در کشورهای منطقه MENA



## ۸.۱. منطقه جایگاه جهانی خود را از دست می‌دهد

یکی از مهم‌ترین تغییرات در آخرین به روز رسانی شاخص ریسک و بازده نمره میانگین منطقه است. شاخص ریسک و بازده با استفاده از میانگین منطقه‌ای به عنوان محور، میزان جذابیت کشورها را در منطقه اندازه می‌گیرد و آنها را با یکدیگر مقایسه می‌کند. وقتی که ما آخرین میانگین منطقه را در مقابل سایر مناطق جهان قرار می‌دهیم درمی‌یابیم که منا پس از آفریقای سیاه دومین منطقه‌ای است که کمترین ریسک و بازده را داشته است. این مسئله غافلگیرکننده نبود چرا که بخشی از پیش بینی فروش پنج ساله ما به این مطلب اختصاص داشت که جایگاه منا به عنوان اولین منطقه جهان در زمینه رشد فروش کاملاً به ایران وابسته است و بدون ایران بیشتر منطقه دچار چالش می‌شود.

## ۸.۲. عربستان سعودی در لب مرز

پس از کاهش میزان بازده در عربستان سعودی، این کشور در حال خروج از منطقه جذاب خود یعنی «ریسک کم، بازده زیاد» است. دلیل این امر اصلاحات نزولی در پیش بینی فروش وسایل نقلیه در کشور است که حاصل تقلیل دولت در کشور و تأثیر آن بر روی منطقه، تجارت و مصرف‌کننده است.

اگر دیدگاه مشابهی در چندین کشور نفت خیز وجود داشته باشد میانگین منطقه کاهش پیدا نمی‌کند. بنابراین به راحتی می‌توان گفت که عربستان به منطقه «ریسک کم، بازده کم» نزول پیدا می‌کند. حتی وقتی سایر بازارهای منطقه را کد بودند عربستان سعودی و امارات متحده عربی منطقه امنی برای رشد به شمار می‌آمدند به همین دلیل این مناطق اهمیت زیادی دارند و مورد توجه قرار می‌گیرند. وقتی وسعت بازار عربستان و اهمیت آن را در منطقه در نظر بگیریم درمی‌یابیم که این تغییر کوتاه‌مدت خواهد بود.

### ۸.۳. مراکش؛ نقطه روشنی در منطقه

افزایش رشد تولید در مراکش به دلیل سرمایه‌گذاری مداوم در این کشور و اصلاحات صعودی در زمینه فروش باعث افزایش میانگین بازده در این کشور می‌شود و آن را به بزرگ‌ترین و جذاب‌ترین بازار منطقه تبدیل می‌کند. جایگاه باثبات این کشور در آفریقای شمالی، قیمت مناسب کارگران و مسیرهای ترابری خوب برای صادرکنندگان ورود مداوم سرمایه به این کشور را از جانب خودروسازان تضمین می‌کند. این درحالیست که در کشور مصر صاحبان کارخانه‌ها و واردکنندگان به تدریج بدبین شده‌اند و همین مسئله فرصت مناسبی برای کشور مراکش است تا در آفریقای جنوبی جایگزین مصر شود



گروه توسعه دانش مالی نماد



## ۹. پروفایل شرکت

### ۹.۱. ایران خودرو

- ایران خودرو از ماه مارس سال ۲۰۱۶ تعداد ۳۰۰۰۰ وسیله نقلیه را صادر کرده است.
- در سپتامبر ۲۰۱۵ شرکت تفاهم‌نامه‌ای امضا کرد که طبق آن ۵۰۰ وسیله نقلیه به تاجیکستان صادر شد.
- در آگوست ۲۰۱۵ شرکت جدیدی تأسیس کرد تا روابط تولید کنندگان ایرانی و هم‌تایان بین‌المللی را مدیریت کند.
- شرکت در حال طراحی و تولید خودروهای هیبریدی و الکتریکی است.
- پژو مایل است به بازار ایران وارد شود و به‌همین دلیل با ایران خودرو همکاری خواهد کرد.

آخرین  
دستاوردها

گروه توسعه دانش مالی نماد

ایران خودرو بزرگترین کارخانه ایران است و در سال ۱۹۶۳ تأسیس شده است. این کارخانه در خارج از کشور نیز امکانات تولیدی دارد که در مکان‌هایی مانند آذربایجان، بلاروس، و ونزوئلا قرار دارند.

در سال‌های اخیر ایران خودرو تلاش می‌کند تا دامنه کار خود را وسعت ببخشد. محصولاتی را تحت لیسانس کشورهای مختلف تولید می‌کند که عبارتند از دنا، رانا، سورن، سریر، سمند و باردو. بعلاوه شرکت طبق آنچه در وبسایت خود ثبت کرده است هنوز پژو ۴۰۵، ۲۰۶، و ۲۰۷ تولید می‌کند.

شرکت اعلام کرده که پس از لغو تحریم‌ها قصد دارد محصولات و مراکز صادراتی خود را به فراتر از مرزهای ایران گسترش دهد. ایران خودرو در عرض دوازده ماه ۳۰۰۰۰ دستگاه خودرو را به بازارهای بین‌المللی صادر کرده است. این شرکت تفاهم‌نامه‌ای را امضاء کرده است تا مونتاژ محصولات کشور آذربایجان آغاز کند. در عین حال شرکت قصد دارد مونتاژ محصولات بلاروس، مصر، سنگال و ونزوئلا نیز راه‌اندازی کند. ایران خودرو مونتاژ آریسان را که یک نوع ماشین سنگین است در کشور خود این محصول یعنی عراق آغاز کرده است و قصد دارد خط مونتاژ دیگری باز کند که مدل‌های بیشتری به این محصول اضافه کند.

## استراتژی

گرچه تولید و فروش خارجی توجه زیادی را به خود جلب می‌کند اما همکاری پژو به محض ورود برندهای خارجی به کشور از توسعه تکنولوژی و مهارت‌ها در شرکت حمایت می‌کند. معامله بین دو شرکت تنها شامل مونتاژ پژو نیست بلکه شامل انتقال تکنولوژی و دانش بین دو کشور نیز هست.

توافق هسته‌ای ایران خودرو را قادر می‌کند که کارخانه جدیدی تأسیس کند تا همکاری میان تولیدکنندگان ایرانی و هم‌تایان خارجی خود را گسترش دهد. به گفته هاشم یکه زارع رئیس هیئت مدیره شرکت ایران خودرو شرکت تازه تأسیس اروند پلاستیک قصد دارد توانایی‌های قطعه‌سازان داخلی را افزایش دهد و کیفیت نهایی محصولات را بهبود ببخشد. وی اظهار کرد: با توجه به توافق هسته‌ای و ایجاد فضای مثبت بین‌المللی اروند پلاستیک در وهله اول می‌تواند قطعات مورد نیاز برای محصولات صادراتی را تأمین کند. در شیوه دیگر نیز قطعات طراحی و تولید شده می‌توانند وارد بازارهای صادراتی شوند.



در ژوئن ۲۰۱۵ ایران خودرو تفاهم‌نامه‌ای با دانشگاه صنعتی شریف و امیر کبیر امضاء کرد تا در داخل کشور خودرو هیبریدی و الکتریکی طراحی و تولید کنند. این شرکت انتظار دارد که اولین مدل این خودروها را تا سه سال آینده تولید کند. محمدرضا نعمت زاده وزیر صنعت و معدن و تجارت ایران گفت: بسته حمایت از تولید خودروهای برقی و الکتریکی به زودی تصویب خواهد شد. این بسته از تولید این خودروها که از مزایای اقتصادی آن کاهش مصرف سوخت در کشور است حمایت می‌کند.

## ۹.۲. سایپا

- در سپتامبر ۲۰۱۵ محصول مشترک فرعی سایپا (رنو پارس) خط مونتاژ جدیدی برای رنو ساندر را راه‌اندازی کرده است.
- سایپا توافق مشترکی با گروه PSA امضاء کرده تا مدل‌های سیترون را تولید کند.
- در سال ۲۰۱۵ خط تولید کامیون‌های ولوو از طریق سایپا دیزل راه‌اندازی شده است.
- گزارش‌های تأیید نشده در محافل خودرویی حاکی از این است که رنو مایل به خرید سهام رنو پارس است.

گروه سایپا دومین گروه خودروسازی ایران است. این شرکت انواع مختلفی از وسایل نقلیه تجاری و مسافری تولید می‌کند. برخی از این مدل‌ها بر اساس مدل‌هایی است که قبلاً کیا (پراید) و رنو (لوگان) تولید می‌کردند. این شرکت مدل‌های مختص خود را نیز تولید می‌کند. مانند مدل تیبیا که گزارش‌های قابل قبولی در مورد آن ارائه شده است.

شرکت سایپا شعبه اصلی تولید و فروش وسایل نقلیه مسافری است. گرچه این شرکت موتورها و وسایل نقلیه خود را تولید می‌کند اما سابقه تولید محصولات مشترک و مونتاژ محصولات فرانسوی، کره‌ای و ژاپنی را نیز در کارنامه خود دارد. سایپا توافقی با سیتروئن امضاء کرده است تا خودروهای این شرکت فرانسوی را مونتاژ کند زیرا پس از لغو تحریم‌ها این شرکت قصد دارد وارد بازار ایران شود. خودروسازی زامیاد یکی از زیرمجموعه‌های سایپا است که مسئول تولید وسایل نقلیه تجاری و وسایل نقلیه تجاری سنگین است. زامیاد سابقه تولید کامیون‌های نیسان موتور و اویکو را نیز دارد.

در جولای ۲۰۱۵ گزارش شد که رنو سعی دارد با پارس خودرو که شرکت مشترک رنو و سایپاست مذاکره کند تا بخش اندکی از سهام این شرکت را خریداری کند. سایپا اظهار کرده که این معامله در مورد بخش تولید است اما تاکنون رنو هیچ اظهارنظری در مورد این گزارش‌ها نکرده است. طبق قراردادی که پارس خودرو با نیسان و رنو این شرکت محصولات نقلیه مسافری آنها را در ایران تولید می‌کند.

گروه سایپا در تلاش است تا با بهره‌گیری از لغو تحریم‌ها حضور برند خود را در خارج از بازارهای داخلی خود گسترش دهد. این شرکت محصولات خود را به بازار کشورهای عراق، سودان، سوریه، مصر، الجزایر، سنگال، اوکراین، کامرون، و غنا صادر می‌کند. بعلاوه سایپا در کشورهای سوریه، ونزوئلا، عراق، سودان، و سنگال تولید محصولات خود را آغاز کرده است.

## استراتژی

## ۱۰. بررسی اجمالی منطقه

### ۱۰.۱. منا

**نظر بیزینس مانیاتور<sup>۱</sup>:** ثبات نسبی و فضای مثبت تجاری در مراکش باعث شد که این کشور به قطب خودروسازی منطقه منا تبدیل شود و به سرعت در این زمینه رشد کند. هدف اصلی این کشور توسعه زنجیره تولید و افزایش تولید وسایل نقلیه داخلی در ده سال آینده است.

بیزینس مانیاتور اطلاعات مربوط به سرمایه‌گذاری در زمینه تولید را گردآوری کرده است. ما در این مجموعه جستجو کردیم و آخرین پروژه‌های بخش تولید صنعت و روندهای تحلیلی منطقه را بررسی کردیم. در نهایت ما به تصویری دست پیدا کردیم که نشان می‌داد قطب‌های احتمالی در آینده کدام مناطق خواهند بود و استراتژی شرکت‌ها برای تولید و صادرات محصولات خود چه هستند.

#### مراکز خودروسازی منا

تاریخ	کشور	منطقه	شرکت	ارزش مالی	توضیح مختصر	تاریخ اجرا
۱۶ می	مراکش	طنجه	اکوم	۲۵ میلیون یورو	مرکز خودروسازی جدید با تولید ۱۵۰ شغل جدید	نامعلوم



۱ شرکت تحقیقاتی بی ام آی در زمینه صنعت، بازار مالی و اقتصادی فعال است و به مطالعه و بررسی این موارد می‌پردازد.

## مراکز خودروسازی منا

نامعلوم	مرکز جدید با همکاری شرکت سرمایه‌گذاری عمان برای تولید سواری، کامیون، و اتوبوس با ظرفیت تولید ۲۰۰۰ دستگاه	۱۶۰ میلیون دلار آمریکا	کروه	الدقم	عمان	۱۶ ژانویه
۲۰۱۷	تأیید قرارداد مشترک با ایران خودرو برای تولید صد هزار دستگاه از مدل‌های ۲۰۰۸، ۳۰۱ و ۲۰۸. با هدف تولید دویست هزار دستگاه تا سال ۲۰۱۸	۴۰۰ میلیون یورو	سیتروئن پژو PSA	تهران	ایران	۱۶ ژانویه
نامعلوم	مرکز جدیدی برای تولید قطعات موتور که هدف اولیه آن تولید ستروئن است	۲۷,۴ میلیون دلار آمریکا	لینامار	نامعلوم	مراکش	۱۶ جولای
نامعلوم	هفت پروژه شامل یک مرکز تحقیق و توسعه و تولید جدید	نامعلوم	دلفی	نامعلوم	مراکش	۱۶ جولای

## ۱۰,۲. مراکش؛ قطب خودروسازی آفریقای شمالی

نکته قابل توجه این جدول تعداد پروژه‌هایی است که در مراکش در حال اجراست. در مقایسه با سایر کشورهای منطقه این کشور از ثبات بیشتری برخوردار است. بعلاوه فضای مناسبی برای تجارت و معامله با بازارهای اروپایی دارد. به همین دلیل توانسته است توجه خودروسازان را بخصوص در بخش قطعه سازی به سوی خود جلب کند. قطعه سازی به سرعت در این کشور در حال رشد است تا نیازهای سازندگان خودرو را که در این منطقه سرمایه گذاری کرده‌اند برآورده کند.

سه پروژه مشابه در مراکش اجرا می‌شود که تأییدی بر طرح توسعه به عنوان زنجیره تولید در این کشور است و با هدف دولت که افزایش دوبرابری تولید ملی در ده سال آینده و تولید حدود یک میلیون دستگاه خودرو است همخوانی می‌کند. بعلاوه این پروژه‌ها نظریه ما را نیز تأیید می‌کنند که بزودی در آفریقای شمالی، مراکش و الجزیره جایگزین مصر می‌شوند و به قطب خودروسازی منطقه تبدیل خواهند شد.

## ۱۰,۳. عمان؛ قطب شورای همکاری خلیج فارس

در گذشته احتمال می‌رفت که عربستان سعودی به قطب منطقه شورای همکاری خلیج فارس تبدیل شود اما سرمایه‌گذاری‌های سال گذشته نشان داد که عمان گوی سبقت را از عربستان ربوده است. آخرین پروژه گروه برای ساخت اتوبوس، کامیون و سواری حاکی از تغییراتی است که در توانایی تولید این منطقه مشاهده می‌شود. راه‌اندازی منطقه ویژه اقتصادی الدقم در عمان یکی دیگر از علائم این تغییر است. منطقه الدقم و بندر صحار مشهورترین و مناسب‌ترین گزینه‌های سرمایه‌گذاری کشور عمان به شمار می‌روند که از امکان ترابری کالا نیز بهره‌مند هستند.

## ۱۰.۴. توافق با شرکت PSA؛ موفقیتی برای ایران

تعهد شرکت خودروسازی فرانسوی PSA به قرارداد مشترکی که با ایران خودرو منعقد کرده پیشرفت بزرگی در صنعت خودروسازی ایران به وجود خواهد آورد. شرکت تأیید کرد که برای محصولات مشترک ۴۰۰ میلیون یورو سرمایه‌گذاری خواهد کرد. قرار است سه مدل پژو تولید شود و تا سال ۲۰۱۸ حدود ۲۰۰ هزار دستگاه از آن فروخته شود. این قرارداد در بازار ایران اهمیت بسیاری دارد بخصوص اینکه پس از تحریم‌ها شرکت PSA به خاطر عمل نکردن به تعهداتش هزینه تعیین شده را برای جبران مافات پرداخت کرد. اما همانطور که آن زمان هم گفتیم بازار ایران پتانسیل و کشش زیادی دارد و دوری از آن به نفع خودروسازان نیست.



گروه توسعه دانش مالی نماد

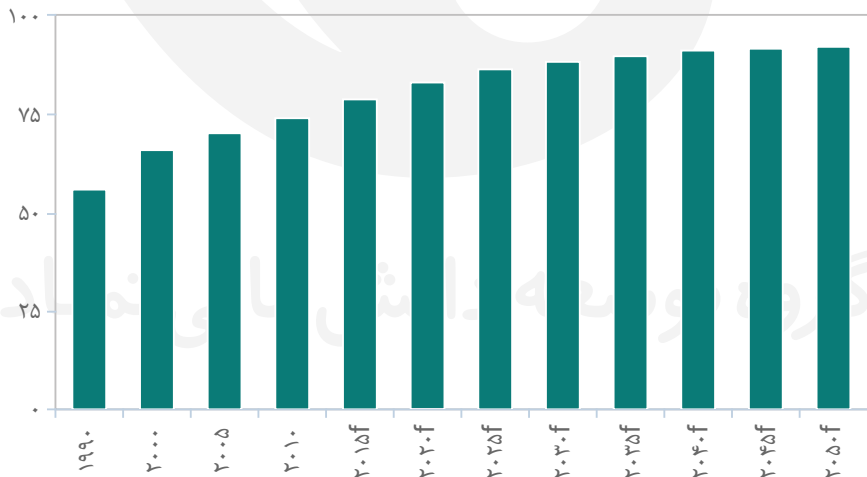


## ۱۱. پیش‌بینی آماری

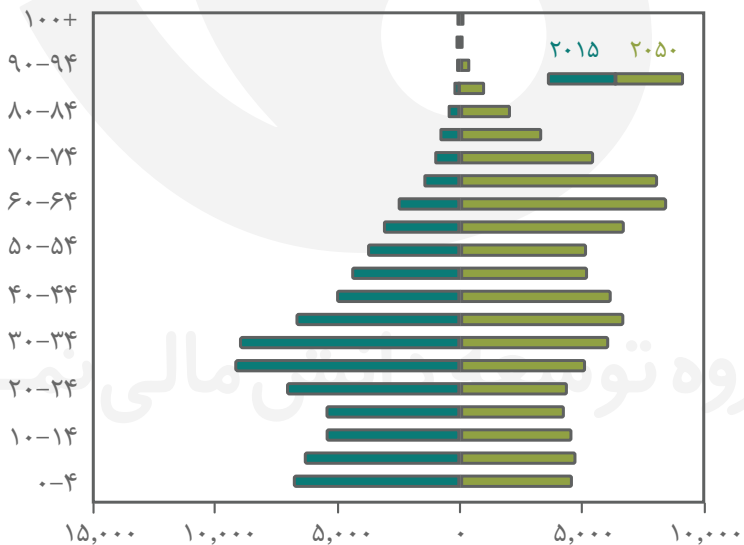
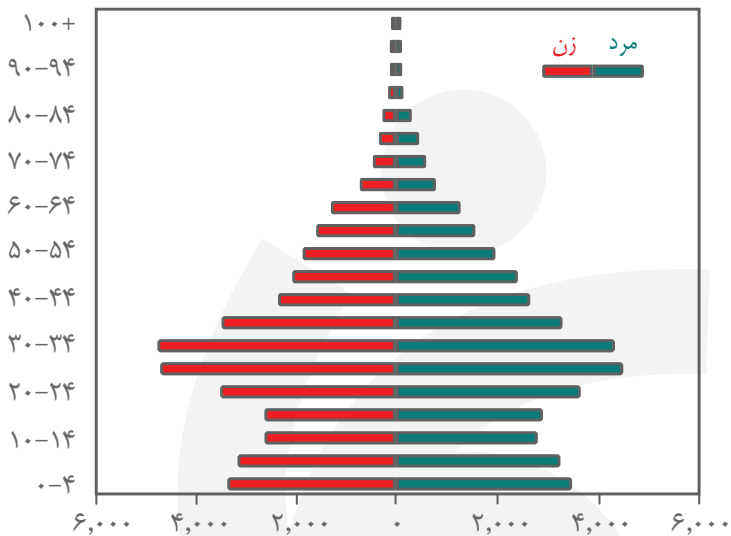
تحلیل آماری ستون اصلی مدل پیش‌بینی صنایع و پیش‌بینی اقتصادکلان در شرکت بیزینس مانیاتور است. جمعیت کلی یک کشور علاوه بر اینکه یکی از متغیرهای مهم برای تخمین میزان تقاضای مشتریان به شمار می‌آید برای درک مسائل مختلف از جمله تمایلات جمعیت آینده و رشد بهره‌وری ضروری است.

جدول‌ها و نمودارهایی که در اینجا مشاهده می‌کنید جزئیات هرم جمعیت را در سال ۲۰۱۵ نشان می‌دهد. این نمودارها تغییر ساختار جمعیت را از ۲۰۱۵ تا ۲۰۵۰ نشان می‌دهد و جمعیت کلی ایران را از سال ۱۹۹۰ تا ۲۰۵۰ نمایش می‌دهد. جدول‌های صفحات بعد نمودارها را به تصویر می‌کشند و معیارهای مهمی از قبیل نسبت جمعیت، تقسیم بندی شهری و روستایی و میزان امید به زندگی را نمایش می‌دهد.

نمودار ۶. جمعیت ایران (۱۹۹۰-۲۰۵۰)



نمودار ۷. هرم جمعیتی ایران



## ۱۲. روش تحقیق

### ۱۲,۱. پیش بینی صنعت

پیش بینی صنعت در بیزینس مانیاتور معمولاً از طریق بهترین روش ممکن<sup>۲</sup> مانند مدل سری زمانی<sup>۳</sup> و مدل اقتصادسنجی<sup>۴</sup> انجام شده است. شکل دقیق مدلی که ما به کار بردیم در هر صنعتی فرق می کند (و در هر مورد نشان داده شده است). مشخصه‌های اصلی داده‌های صنعت بررسی شده است.

ما در تحلیل‌های خود در صنایع مختلف از خودرگرسیون برداری<sup>۵</sup> استفاده کردیم. خودرگرسیون برداری به ما فرصتی می‌دهد تا برای پیش بینی یک متغیر از چیزی بیش از تاریخچه خود متغیر به عنوان اطلاعات تکاملی استفاده کنیم. مثلاً برای پیش بینی قیمت نفت اطلاعاتی مانند میزان مصرف نفت، و موجودی و ظرفیت نفت همگی می‌توانند به ما کمک کنند.

با این همه هنگام پیش بینی برخی از متغیرها در صنعت بهترین روش تحقیق استفاده از تاریخچه خود متغیر است. این تحلیل‌ها را که تنها از یک متغیر استفاده

۲ Best-practice روش یا تکنیکی است که تاکنون منجر به نتایج برجسته‌ای نسبت به روش‌های دیگر شده است و به عنوان یک شاخص استفاده می‌شود.

۳ time-series model به آمار جمع‌آوری شده مربوط به متغیری که قرار است پیش‌بینی شود و در دوره‌های زمانی گذشته موجود است سری زمانی می‌گویند.

۴ econometrics یا اقتصادسنجی مطالعه نظام‌مند پدیده‌های اقتصادی با استفاده از داده‌های مشاهده شده سروکار دارد.

۵ vector autoregression یا خودرگرسیون برداری یک مدل آماری است که وابستگی خطی میان چند سری زمانی را بیان می‌کند.

می‌کنند مدل تک متغیره<sup>۶</sup> می‌نامند. مدلی که ما استفاده کردیم یکی از شکل‌های رایج و تطبیق‌پذیر مدل تک متغیره است: خودرگرسیو میانگین متحرک (آرما).

در برخی موارد تکنیک‌های آرما مناسب نیستند زیرا داده‌های تاریخی ما کافی نیستند و یا داده‌ها بی‌کیفیت هستند. در چنین مواردی از روش‌های سنتی تجزیه<sup>۷</sup> و روش هموارسازی<sup>۸</sup> به عنوان اساس تحلیل و پیش‌بینی استفاده می‌کنیم. بیزینس مانیتور از حداقل مربعات معمولی استفاده می‌کند و برای اینکه روی نظرات انتزاعی تکیه نکند و از نظرات عینی استفاده کند روش کل به جزء<sup>۹</sup> را به کار می‌گیرد. محققان بیزینس مانیتور معمولاً از مدل خطی استفاده می‌کنند اما در صورت لزوم مدل‌های غیرخطی ساده‌ای مانند مدل خطی لگاریتمی (log-linear) هم به کار می‌برند. مثلاً در دوران «شوک صنعتی» که شرایط نامساعد آب و هوا مانعی در برابر تولید محصولات کشاورزی مطلوب بود این متغیرها برای تشخیص میزان تأثیر در نظر گرفته شدند.

یک پیش‌بینی تأثیرگذار نیازمند انتخاب مدل رگرسیون مناسب است. بیزینس مانیتور طبق آزمایش‌ها و معیارهای مختلف بهترین مدل‌ها را انتخاب می‌کند که عبارتند از:

- تعیین میزان ضریب تعیین و ضریب تعیین تعدیل شده: ضریب تعیین (R-Squared) بررسی می‌کند که معادله رگرسیونی تا چه اندازه می‌تواند داده‌ها را به خوبی برازش کند؛ ضریب تعیین تعدیل شده (adjusted R-Squared) کمی مستقل‌تر است.
- آزمایش جهت حرکت و مقدار ضریب‌ها

Univariate modelling	6
Decomposition method	7
Smoothing method	8
General to specific modelling	9

❁ آزمون فرض آماری برای اطمینان از معنادار بودن داده‌ها (معمولاً آزمون تی و بررسی سطح معناداری انجام می‌شود).

❁ تمام نتایج ارزیابی می‌شوند تا مسائلی از قبیل خودهمبستگی و هم خطی چندگانه پیش نیاید.

بیزینس مانیاتور بهترین مدل را انتخاب می‌کند تا پیش بینی را انجام دهد. دخالت انسانی نقش مهم و مطلوبی را در تمام پیش بینی های بیزینس مانیاتور ایفا می‌کند. تجربه، تخصص و دانش تحلیل گران در زمینه داده‌های صنایع و روندها و تمایلات باعث می‌شود آنها بتوانند ساختار شکنی‌ها، داده‌های ناهنجار، نقاط عطف و مشخصه‌های فصلی را که نقطه ضعف پیش بینی مکانیکی است به خوبی دریابند.

## ۱۲.۲. روش تحقیق بخش‌های مختلف

در این قسمت ما سعی می‌کنیم برخی از معیارهای اصلی را معرفی کنیم که در هر بخش ما را به سمت پیش‌بینی مشخصی سوق داده‌اند.

❁ تولید و فروش

❁ به طور کلی می‌توان گفت که ما در پیش‌بینی‌های خود دو زاویه متفاوت را همزمان در نظر گرفته‌ایم: میکرو و ماکرو.

❁ مثلاً طرح‌های توسعه کارخانه‌های بومی و چند ملیتی را ارزیابی می‌کنیم و در عین حال دیدگاه اقتصادی که در دنیا در حال شکل‌گیری است را مدنظر قرار می‌دهیم. در مورد دوم متغیرهای کلانی از قبیل محصولات صنعتی، مصارف خصوصی، سرمایه‌گذاری دولت، سیاست‌های پولی، و رشد تولید ناخالص داخلی نقش مهمی دارند.

❁ ارقام مربوط به تولید از منابع عمومی دریافت شده است (و این مسئله مقایسه مجموعه داده‌ها را امکان‌پذیر می‌کند) و شامل تمام وسایل نقلیه چهارچرخ یا بیشتر می‌شود. در قسمت فروش، ما داده‌های خود را از آژانس‌های دولتی و انجمن‌های ملی خودرو دریافت کردیم. مگر آنکه درصد فروش شامل محصولات داخلی و وارداتی باشد و محصولات صادراتی در نظر گرفته نشده باشد.

❁ واردات و صادرات خودرو

❁ میزان واردات و صادرات خودرو معمولاً در سطح میکرو و با استفاده از گزارش شرکت‌ها محاسبه می‌شوند. تغییر سیاست‌های دولت، بخصوص در زمینه تعرفه‌ها و سهمیه‌ها تأثیر زیادی روی این دو متغیر می‌گذارد.



گروه توسعه دانش مالی نماد

## ۱۳. منابع

اطلاعاتی که در این تحقیق به کار رفته از دپارتمان‌های دولت، گزارش‌های رسمی شرکت‌ها، داده‌های سازمان بین‌المللی تولیدکنندگان خودرو (OICA)، و سایر مؤسسات، اتاق‌های فکر، و خبرگزاری‌های داخلی و بین‌المللی به دست آمده است.

### ۱۳،۱. روش شاخص ریسک و بازده

شاخص ریسک و بازده بیزینس مانیفور یک سیستم رتبه‌بندی منطقه‌ای به ما می‌دهد که امکان مقایسه مناطق مختلف را فراهم می‌کند. این سیستم در یک بازار مشخص موارد زیر را بررسی می‌کند: میزان سهولت انجام معاملات تجاری، فرصت‌های طلایی در صنعت منطقه، و محدودیت‌های پیش‌روی سرمایه‌گذاران احتمالی. سیستم شاخص ریسک و بازده به دو قسمت مشخص تقسیم می‌شود.

#### ۱. بازده

در این قسمت ما به بررسی وسعت منطقه و احتمال رشد آن می‌پردازیم و سایر مشخصه‌های منطقه و صنایع موجود در آن را که روی پیشرفت احتمالی آن تأثیر خواهد گذاشت نیز به دقت مورد مطالعه قرار می‌دهیم. این بخش به دو زیرمجموعه تقسیم می‌شود که عبارتند از:

- ⚙️ بازده صنعت: این بخش مختص صنایع منطقه است. وسعت صنایع موجود و پیش‌بینی رشد آنها، امکانات بازار برای ورود تاجران جدید و سرمایه‌گذاران خارجی و تعیین نمره کلی برای

بازگشت احتمالی سرمایه در این بخش مورد مطالعه قرار می‌گیرد.

بازده کشور: این بخش مختص کشورهاست و شرایط اقتصادی و سیاسی مطلوب کشور برای رشد صنایع را در نظر می‌گیرد.

## ۲. ریسک

در اینجا ما ریسک‌های مختص صنایع را بررسی می‌کنیم. بعلاوه ریسک ناشی از پروفایل اقتصادی و سیاسی کشور را که احتمال بازگشت سرمایه در زمان معین را به خطر می‌اندازد هم جزء این بخش محسوب می‌شود. این قسمت را نیز می‌توان به دو زیرشاخه تقسیم کرد.

**ریسک صنعت:** این بخش مختص بخش صنایع است. ریسک‌های احتمالی سرمایه‌گذاران، مسائل مدیریتی در صنایع و پختگی نسبی بازار در این بخش مدنظر قرار می‌گیرند و نمره مشخصی به این قسمت تعلق می‌گیرد.

**ریسک کشور:** این بخش هم مختص کشوراست و در آن بی‌ثباتی‌های سیاسی و اقتصادی، قوانین نامطلوب، و جو نامناسب تجاری همگی بررسی می‌شوند و نمره نهایی را مشخص می‌کنند.

ما میانگین وزنی<sup>۱۰</sup> این نمرات را با استفاده از نمره‌های حاصل از ریسک‌های صنعت و کشور، و بازده‌های صنعت و کشور محاسبه می‌کنیم. این دو نتیجه شاخص ریسک و بازده را مشخص می‌کنند. این شاخص سیستم رتبه‌بندی منطقه‌ای مورد نیاز ما را فراهم می‌کند و نشان می‌دهد که خطرات و فواید تجارت در صنعت خودروسازی در

۱۰ weighted average یا میانگین وزنی که به میانگین موزون هم معروف است به محاسبه میانگین حسابی مجموعه‌ای از داده‌های نابرابر اطلاق می‌شود.



کشور موردنظر چقدر است.

هر مجموعه و زیرمجموعه ۱۰۰ امتیاز دارد (صد بهترین نمره است) و نمره کلی میانگین وزنی حاصل از تمام نمرات است. از آنجایی که اکثر کشورها و مناطق مورد مطالعه در بیزینس مانیپور «بازارهای نوظهور» هستند ما هر فصل یکبار شاخص‌های خود را بازنگری می‌کنیم تا اطمینان داشته باشیم که آخرین اطلاعات و داده‌ها را از طریق منابع گسترده مان کسب کرده ایم و از طریق تحلیلگران متخصص خود آنها را وارد سیستم کرده‌ایم.

برای ساخت این شاخص از عامل‌هایی که در جدول زیر آمده استفاده کرده ایم. تقریباً تمام موارد عینی هستند. با توجه تعداد مقیاس‌ها و مجموعه داده‌های به کار رفته ما نمی‌توانیم تمام زیرمجموعه‌ها را برابر بدانیم و برای تعیین میانگین وزنی باید به هر عامل وزن یا ارزش معینی بدهیم که همگی در جدول آورده شده است.

جدول عامل‌های شاخص ریسک و بازده و وزن عامل‌ها	
۷۰	بازده
۶۵	بازده صنعت
۱۰	مالکیت خودرو (درصد جمعیتی که مالک خودرو هستند)
۱۰	سهام کلی خودرو (میلیون)
۱۰	تولید کلی
۱۰	رشد تولید (میانگین پیش بینی پنج ساله)
۱۰	فروش کلی خودرو
۱۰	رشد فروش (پیش بینی پنج ساله)
۳۵	بازده کشور

جدول عامل‌های شاخص ریسک و بازده و وزن عامل‌ها

۱۰	تقسیم‌بندی شهری-روستایی
۱۰	سختگیری در استخدام
۱۰	هزینه کارگر
۱۰	سرانه تولید خالص ملی
۳۰	ریسک‌ها
۵۰	ریسک صنعت
۱۰	جو مدیریتی
۱۰	صحنه رقابت
۵۰	ریسک کشور
۱۰	فساد
۱۰	بوروکراسی
۱۰	جهت‌گیری بازار
۱۰	چهارچوب اداری
۱۰	ریسک پولی در بلندمدت
۱۰	ریسک صادرات در بلندمدت
۱۰	ریسک مالی در بلند مدت
۱۰	تداوم سیاسی در بلند مدت



