

سرنوشت تلخ خودروسازی دوو

برای بسیاری از ایرانی‌ها، نام دوو هنوز با چند خودروی خاطره‌انگیز گره خورده است؛ خودروهایی که در دهه‌های هفتاد و هشتاد شمسی، در خیابان‌های ایران حضوری پررنگ داشتند و در مقطعی حتی توانستند تصویری متفاوت از خودروهای کرای در ذهن مصرف‌کننده ایرانی بسازند.

دوو سی‌یلو، دوو ریسر و بعدتر دوو ماتیز، محصول دوره‌ای بودند که صنعت خودروی ایران به‌تدریج از مونتاژ خودروهای قدیمی فاصله می‌گرفت و به سمت همکاری با خودروسازان آسیایی حرکت می‌کرد. در این میان، کرمان موتور توانست همکاری با دوو را به یکی از مهم‌ترین فصل‌های تاریخ خود تبدیل کند و تولید خودروهای این برند کرای را در ایران آغاز کند.

اما داستان دوو در ایران، برخلاف تصور بسیاری، به دلیل شکست محصولاتش تمام نشد. اتفاق اصلی در جایی دیگر رخ داده بود؛ خود شرکت دوو در کره جنوبی با بحران مالی سنگینی مواجه شد، ورشکستگی را تجربه کرد و بخش خودروسازی آن در نهایت به جنرال موتورز رسید. همین اتفاق، مسیر همکاری دوو با ایران را نیز تغییر داد.

امروز نام دوو تقریباً از صنعت خودروی جهان حذف شده است؛ اما خودروهایی که این برند در ایران تولید کرد، هنوز در بازار دست‌دوم حضور دارند و برای بسیاری از مالکان قدیمی، بخشی از خاطرات دوران طلایی خودروهای کرای محسوب می‌شوند.

ورود دوو به ایران؛ آغاز یک همکاری مهم

دوره، کره جنوبی در حال تبدیل شدن به یکی از بازیگران مهم صنعت خودرو بود. خودروسازانی مانند هیوندای، کیا و دوو تلاش می‌کردند با ارائه خودروهایی با قیمت مناسب، امکانات قابل قبول و طراحی به‌روز، سهم بیشتری از بازارهای جهانی به دست آورند. بازار ایران نیز برای این شرکت‌ها جذاب بود؛ بازاری بزرگ با تقاضای قابل توجه برای خودروهای جدید و در عین حال محدودیت در واردات خودروهای خارجی.

■ **سی‌یلو؛ خودرویی که نام دوو را در ایران مشهور کرد**

اگر قرار باشد تنها یک خودرو را به عنوان نماد حضور دوو در ایران انتخاب کنیم، بدون تردید باید از دوو سی‌یلو نام برد. خط تولید دوو سی‌یلو در سال ۱۳۷۵ در کرمان موتور راه‌اندازی

چرا دوو ورشکست شد؟

اسناد مربوط به معامله جنرال موتورز و دوو، به مشکلات مالی طولانی‌مدت دوو و ورود شرکت به فرآیند ورشکستگی در نوامبر ۲۰۰۰ اشاره کرده است. به این ترتیب، برندی که زمانی یکی از بزرگ‌ترین گروه‌های صنعتی کره جنوبی محسوب می‌شد، برای ادامه حیات بخش خودروسازی‌اش مجبور شد به دنبال یک خریدار قدرتمند بگردد.

■ **جنرال موتورز وارد میدان شد**

در نهایت، جنرال موتورز آمریکا وارد مذاکرات برای خرید بخش‌هایی از دوو موتور شد. در سال ۲۰۰۲ توافق‌نامه‌ای برای ایجاد یک شرکت جدید شکل گرفت و بخشی از دارایی‌ها، کارخانه‌ها و

سرنوشت برند دوو در جهان چه شد؟

کارخانه‌های دوو را به دست آورده بود؛ این شرکت به فناوری، نیروی انسانی، شبکه تولید و توان مهندسی یکی از مهم‌ترین خودروسازان کره جنوبی دسترسی پیدا کرد. بخشی از محصولات کره بعدها با نشان شورولت در بازارهای مختلف عرضه شدند، ریشه در همین توان مهندسی کرای داشتند.

■ **دوو نمره: ۱۰ ناهش حذف شد**

شاید دقیق‌تر باشد که بگوییم دوو به طور کامل ناپود نشد، بلکه نام دوو از روی خودروها کنار رفت. بخش‌هایی از کارخانه‌ها، فناوری‌ها، نیروی انسانی و ظرفیت مهندسی این شرکت در ساختار جنرال

چرا ایرانی‌ها هنوز دوو را دوست دارند؟

و قدیمی باشد. از سوی دیگر، دوام بسیاری از خودروهای دوو باعث شد تعداد زیادی از آنها سال‌ها پس از توقف تولید همچنان در خیابان‌های ایران دیده شوند. همین ماندگاری باعث شده است که نام دوو هنوز در بازار خودروهای کارکرده زنده باشد.

■ **پایان یک برند، آغاز یک خاطره**

داستان دوو در ایران تنها داستان یک خودروساز خارجی نیست؛ بخشی از تاریخ تغییر ذائقه مشتری ایرانی است. نسلی که در دهه هفتاد و هشتاد با خودروهای دوو آشنا شد، بعدها شاهد ورود موج گسترده‌ای از خودروهای کرای، ژاپنی

داستان تولید دوو در ایران را باید در دهه هفتاد شمسی دنبال کرد؛ دوره‌ای که صنعت خودروی کشور پس از سال‌ها محدودیت و توقف، به دنبال توسعه همکاری با خودروسازان خارجی بود. کرمان موتور که فعالیت خود را با تولید خودروهای داخلی آغاز کرده بود، در سال ۱۳۷۳ مذاکرات خود را با شرکت دوو آغاز کرد. دوو در آن زمان یکی از خودروسازان مهم کره جنوبی بود و به دنبال توسعه فعالیت‌های بین‌المللی خود و ایجاد خطوط تولید در کشورهای مختلف می‌گشت.

نتیجه این مذاکرات، ایجاد خط تولید دوو در منطقه ویژه اقتصادی ارگ جدید بم بود؛ اتفاقی که برای کرمان موتور اهمیت زیادی داشت و بعدها به یکی از نقاط عطف تاریخ این شرکت تبدیل شد. در آن

برای فهمیدن سرنوشت دوو در ایران، باید از کارخانه‌های کرمان موتور فاصله گرفت و به کره جنوبی رفت.

دوو در دهه‌های پایانی قرن بیستم به یک گروه بزرگ صنعتی تبدیل شده بود. این شرکت تنها در صنعت خودرو فعالیت نمی‌کرد و در حوزه‌های مختلف اقتصادی حضور داشت. گسترش سریع فعالیت‌ها، سرمایه‌گذاری‌های سنگین و مشکلات مالی، در نهایت فشار زیادی بر این مجموعه وارد کرد. بحران مالی آسیا در اواخر دهه ۱۹۹۰ نیز شرایط را دشوارتر کرد. دوو نتوانست از زیر بار مشکلات مالی خود خارج شود و شرکت دوو موتور در سال ۲۰۰۰ وارد فرآیند ورشکستگی و دریافت حمایت قضایی شد. کمیسیون اروپا نیز در

شاید مهم‌ترین پرسش این باشد که امروز دوو کجاست؟ پاسخ کوتاه این است که تقریباً دیگر وجود ندارد. پس از تشکیل جی‌ام دوو، محصولات این شرکت برای مدتی با نام دوو در برخی بازارها عرضه شدند. اما جنرال موتورز به تدریج استراتژی خود را تغییر داد. در سال ۲۰۱۱، جنرال موتورز نام دوو را در کره جنوبی کنار گذاشت و شرکت به جی‌ام کره تغییر نام داد. همزمان بسیاری از محصولات این مجموعه با نشان شورولت عرضه شدند. به این ترتیب، دوو از یک خودروساز مستقل به بخشی از ساختار جهانی جنرال موتورز تبدیل شد. در واقع، جنرال موتورز چیزی فراتر از

با وجود گذشت سال‌های طولانی از توقف تولید دوو در ایران، این برند هنوز برای بسیاری از ایرانی‌ها جذابیتی خاصی دارد. دلیل این موضوع را باید در شرایط بازار خودرو در دهه هفتاد و هشتاد جست‌وجو کرد. در آن دوران، انتخاب‌های مشتری ایرانی بسیار محدودتر از امروز بود. بخش بزرگی از بازار در اختیار خودروهایی مانند پراید، پژو و محصولات قدیمی‌تر قرار داشت. ورود خودروهایی مانند سی‌یلو و ماتیز، تصویری متفاوت از خودرو به مشتری ایرانی نشان داد. سی‌یلو از نظر طراحی و امکانات یک گام متفاوت بود و ماتیز نیز نشان داد که خودروی کوچک الزاماً نباید خودرویی ساده

سرنوشت دوو نمونه‌ای روشن از این واقعیت است که در صنعت خودرو، موفقیت یک محصول لزوماً به معنای بقای یک برند نیست.

دوو در ایران خودروهایی تولید کرد که هنوز بعد از چند دهه در خیابان‌ها دیده می‌شوند؛ اما خود برند، قربانی بحران مالی، توسعه



ریسر؛ محصولی دیگر از خانواده دوو

پیش از سی‌یلو نیز خودروهای دوو در بازار ایران حضور داشتند و نام دوو ریسر برای بسیاری از رانندگان ایرانی آشنا بود.

ریسر در خانواده خودروهای کوچک و اقتصادی دوو قرار می‌گرفت و در بازار ایران توانست مشتریان خود را پیدا کند. با این حال، این سی‌یلو بود که توانست بیش از سایر محصولات دوو، تصویر این برند را در ذهن مشتری ایرانی تثبیت کند.

در آن سال‌ها، خودروهای کرای دیگر نیز آرام‌آرام در حال افزایش حضور خود در بازار ایران بودند. با این حال، دوو به دلیل قیمت، طراحی و سطح تجهیزات توانست رقیبی جدی برای برخی خودروهای موجود در بازار باشد.

■ **ماتیز؛ کوچک‌ترین دوو و یکی از ماندگارترین‌ها**

اما شاید جالب‌ترین فصل حضور دوو در ایران به خودرو کوچکی مربوط باشد که بعدها به یکی از شناخته‌شده‌ترین خودروهای شهری تبدیل شد؛ دوو ماتیز.

کرمان موتور در سال ۱۳۷۹ خط تولید ماتیز را راه‌اندازی کرد و این خودرو در ایران به تولید رسید. بر اساس اطلاعات منتشرشده از سوی کرمان موتور، فرآیند تولید ماتیز در آن زمان در داخل کشور انجام می‌شد.

ماتیز در مقایسه با خودروهای رایج بازار ایران، ظاهر بسیار متفاوتی داشت. ابعاد کوچک، طراحی جعبه‌ای و فضای قابل قبول کابین باعث شد این خودرو به‌خصوص برای استفاده شهری مورد توجه قرار بگیرد.

ماتیز را می‌توان یکی از نخستین خودروهایی دانست که مفهوم خودروی کوچک شهری را به شکل جدی‌تری به بازار ایران معرفی کرد.

اما عمر تولید ماتیز با نشان دوو در ایران چندان طولانی نبود؛ زیرا درست در همان سال‌ها، خود شرکت دوو با یکی از بزرگ‌ترین بحران‌های تاریخ خود مواجه شده بود.

چرا دوو در ایران دیگر ادامه پیدا نکرد؟

اینجا داستان ایران اهمیت پیدا می‌کند. کرمان موتور پس از تولید سی‌یلو، همکاری خود را با دوو گسترش داده و تولید ماتیز را نیز آغاز کرده بود. اما پس از خرید بخش‌هایی از دوو توسط جنرال موتورز، مدیریت جدید جی‌ام دوو همکاری خود با کرمان موتور را ادامه نداد. بر اساس توضیحات منتشرشده از سوی کرمان موتور، تحریم‌های آمریکا یکی از دلایل توقف ادامه همکاری با این شرکت بود. در نتیجه، تولید دوو در ایران عملاً متوقف شد.

این اتفاق در حالی رخ داد که بازار ایران هنوز نسبت به محصولات دوو علاقه داشت. بنابراین پایان حضور دوو در خطوط تولید ایران، الزاماً به معنی شکست محصولات این برند در بازار نبود؛ بلکه تغییر مالکیت و شرایط سیاسی و اقتصادی بین‌المللی، مسیر این همکاری را بست.

■ **ماتیز چگونه سر از یک برند چینی درآورد؟**

ماجرای ماتیز اما در ایران پایان پیدا نکرد. پس از پایان همکاری با دوو، کرمان موتور به دنبال شریک جدید رفت و در نهایت همکاری با شرکت چری چین شکل گرفت.

در سال‌های ابتدایی فعالیت این همکاری، خودروی ام‌وی‌ام ۱۱۰ در ایران تولید شد؛ خودرویی که در اصل نسخه چینی‌شده‌ای از دوو ماتیز بود. به همین دلیل، می‌توان گفت روح ماتیز پس از پایان عمر برند دوو، برای مدتی در قالب یک خودروی چینی در بازار ایران ادامه پیدا کرد.

این اتفاق یکی از جالب‌ترین پیچش‌های تاریخ صنعت خودروی ایران است. خودرویی که ابتدا با نام دوو و فناوری کرای وارد بازار شده بود، پس از ورشکستگی دوو و تغییر مالکیت، به الگویی برای یک خودروی چینی تبدیل شد و در ایران با نام دیگری به تولید رسید.

سخن پایانی

حذف شد؛ اما میراث آن همچنان باقی ماند. در ایران، این میراث را می‌توان در سی‌یلوهایی دید که هنوز در خیابان‌ها تردد می‌کنند، ماتیزهایی که هنوز مشتری دارند و حتی در خودروهایی که بعدها با نام‌های دیگری تولید شدند. دوو شاید امروز دیگر روی خودروهای جدید دیده نشود، اما

و سپس چینی به بازار ایران بود. دوو شاید در مقایسه با هیوندای و کیا نتوانست به یک برند جهانی ماندگار تبدیل شود، اما در یک مقطع مشخص توانست جایگاه قابل توجهی در بازار ایران به دست آورد. کرمان موتور نیز از این همکاری تجربه مهمی به دست آورد؛ تجربه‌ای که بعدها مسیر این شرکت را به سمت همکاری با خودروسازان دیگری از چین و سایر کشورها هدایت کرد. در حقیقت، می‌توان گفت دوو یکی از مهم‌ترین پل‌های انتقال تجربه مونتاژ خودروهای مدرن‌تر آسیایی به کرمان موتور بود.

فناپ تک در مسیر احیای افتخارات خرمشهر و آبادان و پاسداشت شأن مردم منطقه گام برمی‌دارد

دانش‌بنیان افزود: امروز بیش از هر زمان دیگری به دانش، فناوری‌های نوین، هوش مصنوعی و نیروی انسانی متخصص نیاز داریم و باید این ظرفیت‌ها را در مسیر تولید و توسعه اقتصادی به کار بگیریم.

مدیرعامل سازمان منطقه آزاد اروند تصریح کرد: سازمان منطقه آزاد اروند در چارچوب وظایف و ظرفیت‌های قانونی خود، از مجموعه‌هایی مانند فناپ‌تک که در مسیر تولید، اشتغال و توسعه فناوری فعالیت می‌کنند، حمایت خواهد کرد.

خانزادی همچنین حفظ شأن مردم آبادان و خرمشهر و فراهم‌کردن فرصت‌های جدید اقتصادی برای آنان را از مسئولیت‌های مهم مدیران منطقه عنوان کرد و گفت: باید با هم‌افزایی میان دستگاه‌های اجرایی، بخش خصوصی، دانشگاه‌ها و نخبگان، زمینه احیای ظرفیت‌ها و افتخارات گذشته این دو شهر و حرکت به سوی آینده‌ای روشن‌تر فراهم شود.

فناپ‌تک به‌عنوان یکی از مجموعه‌های تولیدی و فناور مستقر در

مدیرعامل سازمان منطقه آزاد اروند:



تخصصی آبادان و خرمشهر بسیار فراتر از آن چیزی است که در نگاه‌های روزمره دیده می‌شود.

وی با تأکید بر ضرورت حمایت از تولید، فناوری و اقتصاد



منطقه آزاد اروند، با تکیه بر ظرفیت‌های تخصصی و تولیدی خود، در مسیر توسعه فناوری و تولید محصولات دانش‌بنیان فعالیت می‌کند. کسب تندیس زرین روز ملی صنعت و معدن، در کنار حضور و فعالیت این مجموعه در خرمشهر، بار دیگر ظرفیت‌های صنعتی این منطقه را در سطح ملی به نمایش گذاشته است؛ ظرفیتی که می‌تواند بخشی از مسیر احیای جایگاه صنعتی و افتخارات گذشته خرمشهر و آبادان را هموار کند.