

## چالش‌هایی که خودروسازان را از بازارهای هدف دور می‌کند



امیرحسین کاکایی  
استاد دانشکده مهندسی خودرو

هدف‌گذاری در صادرات خودرو در حالی انجام می‌شود که همواره نداشتن طرح در این زمینه از موانع اصلی به شمار می‌رود چراکه در اختیار داشتن طرحی مدون در امر صادرات یکی از اصلی‌ترین ضروریات است که می‌تواند شرایط حضور در عرصه بین‌المللی را فراهم کند.

مسئله نرخ و بالا تمام شدن

آن از مشکلاتی است که در مسیر صادرات صنعت خودرو وجود دارد و لازم است نسبت به کاهش آن در بازارهای هدف از جمله خاورمیانه و آفریقا اقدام شود. این در حالی است که همخوانی کیفیت کالاها با بازارهای هدف نیز از ضرورت‌های صادرات خودرو به شمار می‌رود. از سوی دیگر هماهنگ بودن کیفیت تولیدات خودروسازان با بازارهای هدف از مواردی است که باید در مسیر برنامه‌ریزی برای صادرات مدنظر قرار گیرد زیرا کیفیت پایین به معنی فروش نداشتن نیست اما لازم است کیفیت با نرخ هماهنگ باشد که در حال حاضر این هماهنگی وجود ندارد. ارائه خدمات پس از فروش در صنعت خودرو نیز از دیگر چالش‌های صنعت خودرو به شمار می‌رود چراکه این امر یکی از عوامل موثر بر فروش بوده و لازم است در کشورهای مبدأ نیز این خدمات به مشتری ارائه شود. هرچند در برخی کشورها که فروش اندک است ایجاد نمایندگی‌های خدمات پس از فروش اقتصادی نیست و هزینه‌بر خواهد بود اما این هزینه باید پرداخت شود تا بتوانیم وارد بازارهای هدف شویم. هم‌اکنون نام تجاری مجموعه‌ای از طراحی، کیفیت، خوشنامی و مانند آن است اما ایران هنوز در قسمت نخست که طراحی است با مشکلات جدی همراه است چراکه در واقع طرحی وجود ندارد که بتوان روی آن کار و نسبت به ایجاد نام تجاری کار کرد. در عین حال جای خالی ایران در پیمان‌های منطقه‌ای یکی از بزرگترین مشکلات صنایع خودروسازی به شمار می‌رود و این حضور نداشتن در پیمان‌های منطقه‌ای برای تأمین مواد اولیه، قطعات و صادرات خودرو مشکل‌ساز شده است. با توجه به این شرایط آنچه می‌تواند منجر به ارتقای کیفیت و افزایش صادرات خودرو شود، کاهش تعرفه واردات خودرو است که می‌تواند بر افزایش کیفیت محصولات داخلی موثر باشد زیرا باید حمایت‌ها را در یک برنامه چند ساله کاهش داد تا خودروسازان ناگزیر به افزایش کیفیت شوند. این عوامل نشان می‌دهد که هدف‌گذاری‌های صادراتی در صنعت خودرو بدون فراهم شدن این پیش‌نیازها چندان کمکی به صنعت خودرو نخواهد کرد.

### عروضه محصول جدید جیلی

خط بدنه‌سازی پیشرفته خودروسازان به برای تولید خودروهای جیلی در مجموعه اقتصادی ارگ جدید به بهره‌برداری رسید. به گزارش پرشین‌خودرو، در آیینی با حضور مدیرعامل گروه صنایع خودروسازی کرمان، سهامداران این گروه خودروسازی و دیگر مسئولان صنعتی و دولتی شهرستان به، خط بدنه‌سازی شرکت خودروسازان به با ظرفیت ۱۵۰ دستگاه در روز برای تولید خودروهای سواری جیلی راه‌اندازی شد. در حاشیه این آیین اعلام شد به‌زودی پیش‌فروش محصول جدید جیلی از طریق شبکه گسترده و مطمئن خودروسازان به در سراسر کشور آغاز می‌شود تا مشتریان جویای کیفیت، زیبایی و نرخ و شرایط مناسب فروش را به مقصودشان برسانند.

شرکت خودروسازان به یکی از مجموعه‌های تولیدی گروه صنایع خودروسازی کرمان است و از سال ۱۳۹۶ تولید و عرضه یکی از اقتصادی‌ترین و باکیفیت‌ترین خودروهای بازار را با همکاری شرکت جیلی در ایران آغاز کرده و توانسته در مدت کوتاهی تقاضای بازار خودروهای محدوده ۵۰ میلیون را تحت تأثیر خود قرار دهد.

### تحویل خودروهای ثبت‌نامی با قیمت‌های درج‌شده در قرارداد

معاون فروش و بازاریابی کرمان‌موتور گفت: خودروهای ثبت‌نامی مشتریان با نرخ قیدشده در قرارداد تحویل می‌شود. به گزارش روابط عمومی کرمان‌موتور، حسن اکبری به برخی شایعات مبنی بر دریافت مابه‌التفاوت مرتبط با افزایش تعرفه‌های گمرکی درساره خودروهای وارداتی ثبت‌نامی این شرکت که با نرخ قطعی انجام شده بود، پاسخ داد. وی گفت: تاکنون هیچ مبلغی مازاد بر نرخ قطعی زمان ثبت‌نام از مشتریان خود چه در زمینه خودروهای تولیدی و چه وارداتی دریافت نشده است. اکبری با توجه به جایگاه مشتری‌مداری در مجموعه صنایع خودروسازی کرمان اظهار کرد: تمام مشتریان خودروهای کرمان‌موتور براساس نرخ قطعی ثبت‌نامی، خودروهای خود را دریافت خواهند کرد. معاون فروش و بازاریابی کرمان‌موتور با بیان اینکه احتمال تأخیر در تحویل برخی خودروها به مشتریان این شرکت وجود دارد، خاطر‌نشان کرد: با وجود هرگونه تأخیر احتمالی، خودروهای مشتریان با نرخ قیدشده در قرارداد آنها تحویل خواهد شد.



عکس: گسترش صنعت

### کارشناسان و فعالان با تشریح برنامه‌های صنعت خودرو در سال‌های آینده اعلام کردند

# هدف‌گذاری‌های مشروط صادرات خودرو

شرط آنکه سرعت در اجرای این قراردادهای به‌گونه‌ای باشد که خودروهای مورد توافق نیز در گذر زمان از رده خارج نشوند و همچنان محصول روز اروپا باشند.

رزازی اظهار کرد: این در حالی است که هم‌اکنون گام‌هایی برداشته می‌شود که تا به نتیجه رسیدن زمان زیادی لازم دارند و این روند باعث می‌شود محصول مورد توافق قرار گرفته، دیگر محصول روزی نباشد.

#### تحقق اهداف صادراتی با پرورسانی تولید

مدیرعامل شرکت ستاره ایران، رقابت در کیفیت و امکانات قابل رقابت را از موارد ضروری در صادرات و دستیابی به هدف‌گذاری‌های این مسیر دانست و تصریح کرد: به طور قطع با محصول قدیمی نمی‌توان در بازاری که نشان‌های تجاری دنیا در حال فعالیت در آن هستند، کاری را پیش برد زیرا تولیدات آنها با تیراژ بالا و نرخ تمام‌شده پایین در کنار برخورداری از حمایت‌های دولتی و یارانه‌های صادراتی، محصولات قابل رقابتی ساخته و بر نرخ تمام شده آنها اثر گذاشته که تنها در کنار عرضه محصولی به‌روز می‌توان بازارهای صادراتی زیادی را در اختیار گرفت.

وی ادامه داد: هدف‌گذاری‌ها در زمینه صادرات صنعت خودرو در حالی است که رقم یک میلیون دستگاه را در افق ۱۴۰۴ نشان‌گیری کرده که هم‌اکنون در بازارهای صادراتی تقاضا برای خودروهای لوکس و اوتومات بیشتر از سایر خودروهاست اما هنوز ایران قادر به تولید محصولات با گیربکس اوتومات نیست و برخی از این محصولات به این تجهیزات مجهز هستند بنابراین محصول ایرانی تا زمانی که به محصول رقیب خود نزدیک نشود کار سختی برای صادرات در پیش خواهد داشت.

این فعال صنعت خودرو زیرساخت‌های فعلی این صنعت را برای دستیابی به صادرات یک میلیون دستگاه مناسب ندانست و تأکید کرد: تنها در صورتی این هدف منطقی خواهد بود که تولید ۳ میلیون خودرو محقق شود و این هدف‌گذاری نشان می‌دهد برنامه صنعت خودرو فعالیت روی تیراژهای بالاست که در این صورت نرخ تولید کاهش می‌یابد اما به طور قطع صادرات یک میلیون خودرو عدد بلندپروازانه‌ای است که تنها در صورت بسیج شدن همه امکانات قابل تحقق خواهد بود.

اظهارات کارشناسان و فعالان این حوزه در زمینه هدف‌گذاری‌های انجام‌شده در صادرات خودرو نشان می‌دهد دستیابی به هدف‌گذاری‌های صادراتی در صنعت خودرو تنها به شرط تولید محصولاتی به‌روز و باکیفیت محقق خواهد شد؛ موفقیتی مشروط که در گرو تحقق زیرساخت‌های اساسی است.

نبودن شرایط استفاده از تسهیلات بانک‌های خارجی برای تحریک تقاضا در بازارهای هدف، پرداخت نکردن مشوق‌های صادراتی، تغییر قوانین واردات کشورها به سمت اعمال استانداردهای سختگیرانه‌تر نسبت به ورود محصولات ایرانی، مشکلات ارائه اسناد بازرگانی با مبدأ ایران در بازارهای هدف، نبود امکان گشایش ال‌سی ایرانی کالاها با مبدأ ایران و تخصیص نایافتن ارز دولتی در صورت گشایش نکردن ال‌سی در بازارهای هدف بخشی دیگر از مشکلات صادرکنندگان خودروهای ایرانی به شمار می‌رود.

پیش از این نیز منصور معظمی، رییس هیات عامل سازمان گسترش و توسعه صنایع ایران آمار فعلی صادرات خودروسازان را در سطح جهانی اثرگذار ندانست و تأکید کرد: با این اعداد صنعت خودرو نمی‌تواند بازیگر باشد.

بر این اساس خودروسازان داخلی را تشویق کردیم با صاحبان نشان‌های جهانی مذاکره کنند که با توجه به بازار جذاب ایران دستاوردهای بسیار خوبی در این زمینه داشته‌ایم.

#### ایجاد جاذبه، راه دسترسی به هدف‌گذاری‌های صادراتی

غلامرضا رزازی، مدیرعامل شرکت ستاره ایران، نماینده مرشدس‌بنز در ایران در گفت‌وگو با «گسترش صنعت» دلیل قابل دسترس نبودن اهداف صادراتی خودروسازان را عرضه محصولات قدیمی ازسوی خودروسازان داخلی و نبود جاذبه برای بازارهای صادراتی اعلام و تأکید کرد: باید نسبت به بازنگری در خودروهایی که بیش از ۳۰ سال از طراحی آنها می‌گذرد هرچه سریع‌تر اقدام کنیم چراکه محصولات فعلی خودروسازان قابلیت رقابت در بازارهای صادراتی را ندارد.

وی تولید محصولات به‌روز و قابل رقابت با بازارهای هدف و کشورهای هم‌سود (CIS) را نیاز صادراتی دانست و گفت: با توجه به شرایط فعلی، مشکل صنعت خودرو به‌روز کردن محصولات انداره استانداردهای جهانی است و به طور قطع با روزآمد نکردن این تولیدات، محصولات فعلی بیش از گذشته تازگی خود را از دست خواهند داد. در حال حاضر تولیدات خودروسازان تنها برای بازارهای صادراتی مناسب است که چندان رقابتی در آنها دیده نمی‌شود.

این فعال صنعت خودرو نقش قراردادهای جدید صنعت خودرو را در تحقق صادرات یک میلیون خودرو موثر دانست و گفت: در صورت فعال شدن قراردادهای جدید و رسیدن به مرحله تولید با توجه به هدف‌گذاری‌های تعیین‌شده، این قراردادهای جدید به شرط سرعت در تولید می‌تواند تا اندازه زیادی زمینه صادرات خودروسازان را مهیا کند به

امسال محقق نخواهد شد بلکه شاهد کاهش صادرات محصولات خودروسازان داخلی بودیم به طوری که براساس آمار سازمان توسعه تجارت صادرات خودرو در ۵ ماه نخست امسال افزون بر ۳ هزار تن خودرو به کشورهای مختلف به ارزش ۱۴ میلیون دلار بوده که این آمار در مقایسه با سال گذشته شاهد کاهش ۲۵ درصدی و از نظر ارزشی نیز کاهش ۲۶ درصدی را تجربه کرده است.

این هدف‌گذاری‌ها در حالی است که نگاهی به اسناد راهبردی صنعت خودرو نشان می‌دهد تا افق ۱۴۰۴ باید یک میلیون خودرو از ۳ میلیون دستگاه تولیدی خودروسازان داخلی صادر شود؛ اهدافی که با توجه به روند فعلی چندان ممکن به نظر نمی‌رسد. در این شرایط این پرسش مطرح می‌شود در شرایطی که صنعت خودرو حتی نتوانسته در بازار داخل موفق عمل کند مبنای صادرات یک میلیون خودرو بر چه اساس انجام می‌شود؟

#### ۴ مانع صادرات

محمدرضا نجفی‌منش، رییس کمیسیون کسب و کار اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی تهران یکی از دلایل کاهش صادرات خودروسازان را تازه‌بودن برنامه‌ریزی کرده و گفت: این صنعت نیازمند زمان است تا در کنار چنان گرفتن دوباره بتواند اهداف صادراتی را محقق کند.

به گفته وی، دومین مانع، وجود خودروهای قدیمی در داخل کشور است که این خودروها به تازگی رویه به‌روز شدن را پیش گرفته‌اند به طوری که خودروهایی همچون ۲۰۰۸، سایپا سیترون و محصولات جدید برنامه‌ریزی‌شده رسو می‌توانند آغازگر راه صادرات محصولات داخلی و مشترک باشند.

وی سومین مانع صادرات خودروسازان را نوسانات نرخ ارز در کشور دانست و تصریح کرد: نرخ ارز تنها واردات را ترغیب می‌کند و انگیزه‌ای برای صادرات باقی نمی‌گذارد از این رو باید برنامه‌ریزی‌های اقتصادی برای ثبات نرخ ارز در نظر گرفته شود چراکه این امر در کنار نرخ سود بانکی تأثیر بسزایی در صنعت خودرو خواهد داشت.

این فعال در حوزه صنعت خودرو اظهار کرد: سودهای بانکی و نوسانات نرخ سودهای بانکی در کشور از دیگر موانع صادرات خودروسازان به شمار می‌رود و نگاهی به آمار صادرات در این مدت نشان می‌دهد بهبود این وضعیت نیازمند برنامه‌ریزی و پیگیری لازم است از این رو تا زمانی که این ۴ مانع برطرف نشود، وضعیت صادرات با آمار و ارقام فعلی ادامه خواهد یافت.

این اظهارات و موانع صادراتی در حالی مطرح می‌شود که در اختیار قرار نگرفتن تسهیلات ارزان و رقابتی از سوی بانک‌های داخلی و همچنین فراهم

میترا ممسنی  
car@sanatnewspaper.com

صنعت خودرو در دنیای کنونی نماد توسعه‌یافتگی کشورها و لکوموتیو سایر صنایع به شمار می‌رود و تولید آن نشان از رشد و هویت ملی دارد.

صادرات این صنعت استراتژیک یکی از اهداف اصلی است که کشورهای صاحب صنعت خودرو آن را دنبال می‌کنند اما اینکه چه شرایطی برای تحقق آن نیاز است از موضوعاتی است که صنعت خودرو ایران با وجود بیش از ۵۰ سال فعالیت هنوز نتوانسته برای آن پاسخی پیدا کند.

قراردادهای جدید منعقدشده در صنعت خودرو با شرکای خارجی که بندی صادراتی را در خود جای داده، شریک خارجی را متعهد به صادرات ۳۰ درصد تولیدات مشترک می‌کند.

بندی که خودروسازان داخلی را برای حضور در بازارهای جهانی امیدوار کرده اما در عین حال نگاهی به مشکلات و موانع موجود در صادرات خودرو نشان می‌دهد که هدف‌گذاری‌ها و سیاست‌گذاری‌های انجام‌شده در این زمینه در سال‌های گذشته مسیر درستی را طی نکرده و اهدافی را برای این صنعت ترسیم کرده که دستیابی به آن علاوه بر نیاز به زیرساخت‌های قوی، اراده و کیفیتی به‌مراتب در شأن بازارهای جهانی را می‌طلبد.

آمارها گویای آن است که تنها در یک سال گذشته صادرات انواع خودرو کاهش ۲۵ درصدی را تجربه کرده است؛ آماري که رییس سازمان توسعه تجارت نیز آن را تأیید کرده و کاهش قدرت خرید در خاورمیانه، توقف یا کاهش صادرات به کشورهای مانند سوریه و عراق و همچنین مشکل نقل و انتقال ارز را از اصلی‌ترین دلایل آن عنوان می‌کند.

اعداد ثبت‌شده در حوزه صادرات خودرو در حالی است که پیش از این امیرحسین قناتی، مدیرکل دفتر نیرومحرکه و خودروسازی وزارت صنعت، معدن و تجارت در گفت‌وگو با «گسترش صنعت» هدف‌گذاری صادرات خودرو در سال ۹۵ از حدود ۶۵ هزار دستگاه اعلام و دلیل آن را به نتیجه رسیدن مذاکرات با بازارهای جدید صادراتی عنوان کرده و همچنین تأکید کرده بود از آنجایی که تا پایان سال ۹۵ محصولات جدید در همکاری با خودروسازان خارجی وارد بازار نمی‌شود، بنابراین از سال ۹۶ با تولید خودروهای جدید، خودروسازان داخلی به بازارهای صادراتی خودروسازان خارجی وارد خواهند شد.

بر این اساس در برنامه راهبردی صنعت خودرو ارزش صادرات صنعت خودرو در سال ۹۶، ۲/۲ میلیارد دلار پیش‌بینی شد که نه تنها این آمار

پیش‌بینی شرکت‌های خودروساز از تولید سال ۱۳۹۶ نشان می‌دهد این شرکت‌ها در مجموع حدود ۳ درصد کاهش تولید برای خودروهای سواری در سال ۱۳۹۶ خواهند داشت.

به گزارش خودروکار، براساس گزارش مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی عملکرد ۳ شرکت اصلی تولیدکننده خودرو (ایران خودرو، سایپا و پارس خودرو) نشان‌دهنده رشد ۱۵/۲ درصدی تولیدات در نیمه نخست امسال است. با این حال پیش‌بینی هر یک از شرکت‌ها از تولید سال ۱۳۹۶ نشان می‌دهد این شرکت‌ها در مجموع حدود ۳

درصد کاهش تولید برای خودروهای سواری در سال ۱۳۹۶ پیش‌بینی می‌کنند. در مجموع برآوردهای مرکز پژوهش‌های مجلس براساس آمار عملکرد تولید ۶ ماهه، پیش‌بینی عملکرد شرکت‌های خودروسازی و تجربه سال‌های گذشته نشان می‌دهد تولیدات خودرو امسال حدود ۱۰ درصد رشد خواهد داشت.

صنعت خودروسازی در کوتاه‌مدت و میان‌مدت با تهدیدها و فرصت‌هایی همراه است که می‌تواند رشد آن را تحت‌تأثیر قرار دهد. مهم‌ترین فرصت‌های این صنعت انجام برخی سرمایه‌گذاری‌های

### پیش‌بینی خودروسازان از کاهش ۳ درصدی تولید در سال ۹۶

جدید با شرکای خارجی و در شرف بهره‌برداری بودن بعضی از آنها و نیز وضع مقررات و تعرفه‌های جدید بر واردات محصولات این صنعت است.

مهم‌ترین تهدیدات نیز تأثیر افزایش نرخ ارز با توجه به ارزبری به نسبت بالای این صنعت و ناتوانی برخی از محصولات و حتی شرکت‌ها در رعایت کردن استانداردهای هفتادوگانه جدید سازمان استاندارد ایران است. علاوه بر این صنعت خودروسازی همچون سال‌های اخیر امکان بهره‌برداری از ظرفیت‌های مازاد را نخواهد داشت.