



تدبیر راهبردی دولت سیزدهم

دولت سیزدهم از ابتدای فعالیت خود سعی کرد، این صنعت را که روز به روز شکننده شده بود احیا کند و در مسیر درست قرار دهد، حال قاعدتاً هیچ فردی نمی‌تواند مانع راهی شود که ابراهیم رئیسی چراغ آن را روشن کرده است

عکس: ایران

«ایران اقتصادی» از برخی دلایل چالش صنعت خودرو گزارش می‌دهد

حساب و کتاب سیاسی در صنعت خودرو

خودرو

توجه‌شان این است که ما هزینه‌های سرسام‌آور زیادی داریم و حالا اگر نیروی اضافه یا اقدامی انجام شود به جایی بر نخواهد خورد.

پرداخت تاوان توسط خریدار

در حالی صنعت خودرو بشدت به مدیران دلسوز و آینده‌نگر نیاز دارد، که اکنون در رأس هرم برخی از شرکت‌های خودروسازی، مدیرانی قرار گرفتند که دنبال بده‌بستان، سود شخصی یا رساندن سود به برخی از گروه‌ها هستند. به نظر می‌رسد یکی از مهم‌ترین دلایلی که باعث شده، صنعت خودرو رشد نکند، وجود چنین مدیرانی است؛ مدیرانی که نفع و سود گروه‌های سیاسی‌شان، نسبت به منافع اقتصادی یک شرکت صنعتی

توجه‌شان این است که ما هزینه‌های سرسام‌آور زیادی داریم و حالا اگر نیروی اضافه یا اقدامی انجام شود به جایی بر نخواهد خورد.

پدیده‌ها را به جاده اختصاص می‌دهند. مدیران ادعا دارند هر دستگاه خودرویی که در جاده مخصوص به مرحله فروش می‌رسد از ۲۶ میلیون تا ۹۲ میلیون تومان در خط زیان است و همه این موضوعات را به «قیمت‌گذاری دستوری و تصمیم‌گیری مدیران ناراضی برای رفع این مشکلات هیچ کاری نمی‌کنند و همواره بهانه‌جویی خود را برای مردم و بخصوص خریداران خودرو می‌زنند. اگر مدیری نمی‌تواند با افزایش بهره‌وری، کاهش هزینه‌های

سربار، مدیریت هزینه و سایر موارد، از قیمت نهایی خودرو بکاهد، قاعدتاً تاوان آن را خریدار خودرو نباید پرداخت کند.

بی‌توجهی به آینده‌نگری

آن‌طور که وزارت صمت پیش‌بینی کرده بود، تولید خودرو در سال ۱۴۰۲ با سستی به یک میلیون و ۶۰۰ هزار دستگاه می‌رسید، اما برخی از مدیران خودروسازی و مونتاژی، آن‌طور غرق خدمت به غیر از مردم و سهامداران بودند و هستند که فراموش کردند برای افزایش تولید برنامه‌های خود را عملیاتی کنند. یکی دیگر از جدیدترین چالش‌ها در این حوزه، مربوط به افرادی است که چشم انتظار پژو پارس هستند؛ خودرویی که سازمان

ملی استاندارد نامه بر بسته شدن خط تولید آن را داده بود، این روزها اشک خریداران را درآورده است. چرا که هم اعلام شده این خودرو با قیمت جدید عرضه خواهد شد و هم این که حرکت لاک‌پشتی در تولید این خودرو، مردم را از داشتن آخرین سری از پژو پارس ناامید کرده است.

با وجود مشکلات ریز و درشتی که در صنعت خودرو وجود دارد و مدیران خودروسازی باید تمام وقت خود را برای حل کردن مشکلات بردارند، این سؤال و ابهام شده است که چرا برخی از مدیران خودروسازی خود را مطیع محض یک نماینده مجلس؟ یک قطعه‌ساز یا یک مدیر دولتی می‌دانند، چرا فضای کاری برخی از مدیران به این سمت می‌رود؟ کارشناسان در این باره اعتقاد دارند که برخی از مدیران، با اصول و ادبیات مدیریت آشنا نیستند و چون توانایی، ایده، تفکر و آینده‌نگری ندارند، تنها فرمانبردار دستوراتی هستند که قانون به آنها دیکته نمی‌کند، بلکه افراد صاحب نفوذ امور را در دست می‌گیرند و مسیرها را مشخص می‌کنند. به نظر می‌رسد در صنعت خودرو، برخی از مدیران تصمیمات اقتصادی‌شان، تابع دستوراتی است که به غیر از دلسوزان بر آنها ابلاغ می‌شود.

عدم وابستگی به جناح‌های سیاسی

روز گذشته به سایت برخی از خودرو سازی‌ها رفتیم، یکی از شرکت‌های خودروساز در استراتژی کلان گروه خود، مأموریت، ارزش سازمانی، چشم‌انداز و سایر موارد را مشخص کرده بود، اما در عمل ردپایی از آن اهداف دیده نمی‌شود. در مأموریت یکی از شرکت‌های خودروسازی واقع در جاده مخصوص آمده بود که سازمانی ارزش‌آفرین و دانش‌محور، مبتنی بر ارزش‌های حرفه‌ای و اخلاقی، ایفا کننده نقشی مؤثر در پیشرفت صنعتی کشور، با ارائه محصولاتی رقابت‌پذیر و منطقی

با استانداردهای زیست محیطی در فعالیت‌های تولیدی، خدماتی و تجاری بخش وسایل حمل‌ونقل جاده‌ای است. در ارزش سازمانی هم تأکید شده که مدیران و فعالان این مجموعه خود را ملزم به اصل توسعه پایدار در مسیر تعالی برداگیری می‌دانند و به خلاقیت و کار تیمی ارج نهاده و با تمرکز بر ارزش‌آفرینی برای مشتری موضوعات زیست محیطی، ایمنی و اجتماعی مسئول می‌دانند. همچنین تأکید شده در این مسیر با الزامات حاکمیتی و رعایت اخلاق حرفه‌ای از طریق حفظ سلامت اداری و مبارزه با فساد آن را سرلوحه اقدامات خود قرار دهند.

اگر واقعاً مدیری به این ارزش‌ها پایدار بود، می‌توانست مطیع محض باشد به راحتی قوانین تجاری و تولیدی را زیر سؤال ببرد. بر این اساس به نظر می‌رسد که برخی از مدیریت‌های ارشد خودروسازی بخصوص آتپایی که به قوانین جمهوری اسلامی ایران پشت کردند، باید مورد واکاوی بیشتری قرار گیرند و جای آنها افرادی باصلاط، هوشمند و بدون هیچ وابستگی به جناح‌های سیاسی قرار گیرند.

استفاده از دیدگاه نخبگان

قطعا برای این مسیر مدیران خودروسازی و قطعه‌سازی باید کنار یکدیگر قرار گیرند و زیر بار صحبت‌های زور، خواسته‌های غیرقانونی، ذلت و چشم‌گویی نروند و همواره با پاسداشت قانون، تصمیم‌هایی اتخاذ کنند که قابل دفاع باشد و از نظر و دیدگاه نخبگان برای توسعه صنعت خودرو استفاده کنند. مسیر غیر از این قطعاً پیراهه خواهد بود. کارشناسان امیدوار هستند که مدیران خودروسازی در دولت سیزدهم، مسیر درست را انتخاب و با نواوری، خودروهایی را روانه بازار کنند که در بازار داخل و خارج، قابل افتخار باشد.

بشرش

دولت سیزدهم کار خود را با مبارزه با فساد آغاز و دست خیلی‌ها را از فضای سودجویی کوتاه کرد. حال ضرورت برای آنکه صنعت خودرو در مسیر واقعی پیشرفت قرار گیرد، برخی از مدیرانی که تصمیمات اقتصادی‌شان به بده‌بستان سیاسی گره خورده است، از بدنه صنعت خودرو کنار گذاشته شوند و شرایطی فراهم شود که ۶۰ صنعت درگیر در حوزه خودرو بتوانند پیشرفت کنند و زحماتشان به خاطر برخی‌ها پایمال نشود. صنعت خودروی کشور از سال ۱۳۹۷ مورد شدیدترین تحریم‌ها واقع شده است و فعالان این عرصه برای تأمین قطعات مورد نیاز با چالش‌های جدی روبه‌رو هستند که البته بیشترین مشکل برای مدیران خودرو است؛ چرا که هم مفهوم نبود خودرو و هم گرانی خودرو را با تمام وجود لمس کردند. دولت سیزدهم از ابتدای فعالیت خود سعی کرد، این صنعت را که روز به روز شکننده شده بود احیا کند و در مسیر درست قرار دهد، حال قاعدتاً هیچ فردی نمی‌تواند مانع راهی شود که ابراهیم رئیسی چراغ آن را روشن کرده است. از این‌رو برای سال‌های جاری پیش‌بینی‌ها بر این است که صنعت خودرو به دور از تفکر سیاسی و با نگاه اقتصادی رشد خواهد کرد و می‌تواند به ناک تک مردم ایران چه به لحاظ کیفیت و چه تیراژ پاسخ دهد.

خودرو

اخبار



اعلام شرایط جدید

خرید تایلر

سامانه تخصصی تایپر روغن موتور در تازه‌ترین اطلاعیه خود، به متقاضیان خرید تایلر سواری اعلام کرد برای خرید، دارا بودن «کد پیش ثبت‌نام» جهت تسریع در انجام استعلام‌ها و فرآیند خرید تایلر لازم است؛ البته عرضه تایلر، منوط به موجودی تایلر مورد درخواست مشتری در فروشگاه است. در این اطلاعیه جهت اطلاع متقاضیان خرید تایلر سواری از طریق سامانه تخصصی تایپر روغن موتور آمده است، هنگامی که به فروشگاه مراجعه می‌کنید، کد پیش‌ثبت‌نام را همراه داشته باشید؛ در صورتی که به این کد دسترسی نداشته‌اید، مجدداً اطلاعات ناسوگان را در همین سامانه وارد کرده و کد پیش‌ثبت‌نام خود را ملاحظه و اخذ کنید. همچنین کد پیش‌ثبت‌نام، صرفاً جهت تسریع در انجام استعلامات و فرآیند خرید تایلر سواری صادر می‌شود؛ ضمن اینکه عرضه تایلر توسط فروشگاه‌ها، منوط به وجود تایلر در زمان مراجعه متقاضی است. البته در این روند، مشتری می‌تواند با مراجعه به بخش فروشگاه‌ها در منوی سامانه، از لیست فروشگاه‌هایی که را به تازگی از آنها تایلر خریداری کرده است مشاهده کند.

تغییر شاخص

رتبه‌بندی واردکنندگان

سامانه جامع تجارت در اطلاعیه‌ای ضمن اشاره به تغییرات شاخص‌های رتبه‌بندی، اعلام کرد بازرگانان باید نسبت به بررسی ویرایش جدید رتبه، شاخص‌ها و رشته‌های فعالیت‌های مجاز خود اقدام کنند. همچنین کاربران می‌توانند در صورت مشاهده هرگونه مغایرت در مورد هر یک از شاخص‌ها، از طریق سامانه یکپارچه اعتبارسنجی و رتبه‌بندی اقدام به ثبت درخواست بازبینی کرده تا کارشناسان سامانه مذکور در اسرع وقت نسبت به بررسی و اعمال آن اقدام لازم را مد نظر قرار دهند. بر این اساس بازرگانان می‌توانند صرفاً یک بار در هر ویرایش رتبه‌بندی، رشته فعالیت‌های خود را انتخاب کنند و پس از ثبت نهایی تا ویرایش بعدی رتبه‌بندی تغییر هیچ‌کدام از رشته فعالیت‌های انتخابی، امکان‌پذیر نیست.

بیش‌اظهاری

برخی واردکنندگان

فرآورده‌های چوبی

اگرچه نهمین تولیدکننده ام‌دی‌اف دنیا هستیم، اما یکی از مشکلات در حوزه واردات بیش‌اظهاری برخی واردکنندگان در گمرک است؛ چراکه این افراد می‌خواهند ارز نیمایی بیشتر دریافت کنند و مبلغ اضافی را در بازار بفروشند. عباس هادی‌زاده رئیس اتحادیه صنف فروشندگان چوب، تخته و فرآورده‌های خام چوبی در جمع خبرنگاران با اشاره به افت فروش این صنف به دلیل نوسانات نرخ ارز در سال‌های اخیر، گفت: یکی از مشکلات صنوف مختلف این است که در قانون سود ناشی از تورم هم مشمول مالیات می‌شود و این در حالی است که اصناف مجبورند کالای مورد نیاز خود را با نرخ بالاتری جایگزین کنند. هادی‌زاده با بیان اینکه فعالان این صنعت باید در عرصه صادرات حرف برای گفتن داشته باشند، افزود: مواعی مثل قطعی برق و گاز باعث افزایش هزینه شده و در نتیجه برخی تولیدکنندگان کیفیت را کم می‌کنند تا حاشیه سود خود را بالا ببرند. بنابراین نمی‌توانند کالای با کیفیت صادر کنند.



داخلی و خارجی را داشته باشند. قطعه‌سازان داخلی روی فناوری‌های کلیدی محصول که اغلب دارای فناوری‌های پیشرفته هستند، (و نه صرفاً قطعات با فناوری ساده و متوسط) متمرکز شوند. مدیریت در خودروسازی بسیار حساس است و تیم مدیریتی باید روی فرآیندهای توسعه محصول برای بازارهای داخلی، خارجی، ارتقای زنجیره تأمین و سازماندهی‌های مدرن برای بهره‌وری بالا مسلط بوده و دارای تجربه بالا باشند و نهایتاً توانمندی تأمین منابع مالی و دانش اقتصادی بالایی داشته باشند.

با توجه به عوامل گفته شده، مقایسه وضعیت فعلی خودروسازی کشور و خودروسازان در دیگر کشورها را مشاهده می‌کنید					
ویژگی‌های صنعت خودرو	سیاست‌گذاری و اجرای آن در سه مرحله	وضعیت زنجیره ارزش افزوده	میزان اشتغال دانش‌بنیان	توان خلق محصول	توانمندی مدیریتی
وضعیت خودروسازان جهانی	از مونتاژ تا نواوری طی سه مرحله و اجرای آن در ۲۰ سال	حداقل ارزش افزوده بالای ۵۰ درصد و تکمیل بودن زنجیره ارزش	اشتغالزایی بالا برای متخصصان و سایر نیروهای مهارتی	خلق محصول متناسب برای بازار داخل و صادرات	بهر روزرسانی مدیریتی و یادگیری دائم از پدیده‌های موفق جهانی
وضعیت خودروسازان ایران	سیاست‌گذاری عمدتاً روی مرحله مونتاژ و مدت ۴۰ سال	تنها بخشی از ظرفیت دو خودروساز بزرگ ۵۰ درصد است و در کلیه خودروسازان حدود ۲۰ درصد است	عدم جذب نیروهای متخصص و دانشگاهی و تمرکز روی جذب نیروهای مهارتی	۵۰ درصد ظرفیت دو خودروساز بزرگ روی محصول بومی و در بقیه موارد صرفاً مونتاژی	صرفاً در نیمه دوم دهه ۷۰ و ۸۰ توانمندی مناسب بوده است
بر اساس جدول ارائه شده، شکاف زیادی بین خودروسازان موفق جهان و خودروسازان کشور وجود دارد، لذا برای کشور دو مسیر وجود دارد که یکی از آنها راهسازی صنعت خودرو به علت فاصله زیاد آن با سطح جهانی و دیگری روش‌های میانبر میان‌مدت برای کاهش شکاف با خودروسازان جهانی است.					



دیدگاه

منوچهر منطقی

معاون سابق وزیر صمت و صاحب‌نظر صنعت خودرو

یکی از سؤالات مهمی که در صنعت خودروی کشور وجود دارد این است که این صنعت با چه چالش‌هایی روبه‌رو است. برای پاسخ مناسب به این سؤال ابتدا باید عواملی را که کشورهای مختلف صنعت خودروسازی ایجاد کرده و در آن صنعت موفق بوده‌اند بررسی کنیم و با مقایسه عوامل موفقیت این کشورها با کشور خودمان به جواب برسیم. اصولاً صنعت خودرو دو ویژگی دارد: «یک، دارای ارزش افزوده بالایی است و دو، اشتغال قابل‌توجهی را ایجاد می‌کند.»

در خصوص ارزش افزوده صنعت خودرو باید گفت این موضوع کشورها را از منابع پرکننده دور و به سمت یکپارچه‌سازی هدایت می‌کند. در این زنجیره ارزش، کارخانه‌های ساخت مواد اولیه فلزی، غیرفلزی، قطعه‌سازان، مراکز عملی دانشگاهی و شرکت‌های دانش‌بنیان برای توسعه فناوری پیشرفته و نیز طراحی محصول را در یک زیست‌بوم به یکدیگر متصل کرده و برای بازار فعلی و آتی خلق محصول می‌کنند.

مبحث دیگر اشتغال بالایی است که صنعت خودرو ایجاد می‌کند. علاوه بر زنجیره ارزش اصلی، این امر شغل‌های جنبی دیگری را ایجاد می‌کند که معمولاً این اشتغال جنبی در کشورهای

مختلف بنا به آنکه چقدر در صنعت خودروسازی عمیق شوند به ازای یک شغل در خودروسازی پنج تا هشت شغل دیگر فراهم می‌کند. مهم‌ترین ویژگی صنعت خودرو، خلق محصول است که طیف بسیار گسترده‌ای از آموزش‌دیدگان دانشگاهی را به‌کارگیری می‌کند. در خودروسازی از ابتدا نمی‌توان کل زنجیره ارزش را شکل داد بلکه دولت‌ها با سیاست‌گذاری‌های تشویقی و از طرفی محدودکننده طی سه مرحله باعث می‌شوند خودروسازها زنجیره ارزش را کامل کنند که مراحل به صورت ذیل است: مرحله اول: انتقال فناوری یک خودرو و تولید آن از قطعات متفصله و بومی‌سازی وسیع قطعات خودرو، البته بومی‌سازی قطعات خودروی خودروسازان وسیع قطعات خودروسازان متفصله و قالب‌های ساخت بدنه است. مرحله دوم: ایجاد مراکز طراحی مشترک یا مستقل برای طراحی و ساخت اجزای کلیدی خودرو به صورت بومی؛ به عنوان مثال مراکز طراحی محصول جدید در خودرو، مرکز طراحی و ساخت موتور و مراکز طراحی و ساخت اجزای الکترونیکی و الکتریکی خودرو از آن جمله هستند. این اجزای طراحی شده را روی محصول قبلی می‌گذارند و شروع به عرضه خودرو با نشان تجاری داخلی می‌کنند.

مرحله سوم: طراحی محصول به صورت کامل انجام شده و باید دو یا چند نشان تجاری داخلی ایجاد شود که تمرکز روی صادرات آنها برای کسب منابع ارزی در راستای توسعه تولید

مختلف بنا به آنکه چقدر در صنعت خودروسازی عمیق شوند به ازای یک شغل در خودروسازی پنج تا هشت شغل دیگر فراهم می‌کند. مهم‌ترین ویژگی صنعت خودرو، خلق محصول است که طیف بسیار گسترده‌ای از آموزش‌دیدگان دانشگاهی را به‌کارگیری می‌کند. در خودروسازی از ابتدا نمی‌توان کل زنجیره ارزش را شکل داد بلکه دولت‌ها با سیاست‌گذاری‌های تشویقی و از طرفی محدودکننده طی سه مرحله باعث می‌شوند خودروسازها زنجیره ارزش را کامل کنند که مراحل به صورت ذیل است: مرحله اول: انتقال فناوری یک خودرو و تولید آن از قطعات متفصله و بومی‌سازی وسیع قطعات خودرو، البته بومی‌سازی قطعات خودروی خودروسازان وسیع قطعات خودروسازان متفصله و قالب‌های ساخت بدنه است. مرحله دوم: ایجاد مراکز طراحی مشترک یا مستقل برای طراحی و ساخت اجزای کلیدی خودرو به صورت بومی؛ به عنوان مثال مراکز طراحی محصول جدید در خودرو، مرکز طراحی و ساخت موتور و مراکز طراحی و ساخت اجزای الکترونیکی و الکتریکی خودرو از آن جمله هستند. این اجزای طراحی شده را روی محصول قبلی می‌گذارند و شروع به عرضه خودرو با نشان تجاری داخلی می‌کنند.

مرحله سوم: طراحی محصول به صورت کامل انجام شده و باید دو یا چند نشان تجاری داخلی ایجاد شود که تمرکز روی صادرات آنها برای کسب منابع ارزی در راستای توسعه تولید

ضرورت توانمندی تأمین منابع مالی و دانش اقتصادی بالا در مدیران خودروسازی چرا صنعت خودروی ایران رشد نکرده است؟