

صادرات قطعه به شرط روز آمدی



آتش کرونا به جان تجارت جهانی افتاد



باید تکلیف FATF را روشن کنیم



صادرات خودرو نداشتیم و نداریم

کیفیت و قیمت تمام شده مشکل بازار صادراتی صنعت خودرو

صنعت خودرو کشور از ابتدای راه اندازی (دهه ۴۰ خورشیدی) تا امروز، روزهای پر فراز و نشیبی را پشت سر گذاشته است. روزهایی که صادرات پیکان به شوروی (دهه ۵۰) یک افتخار ملی بود و سپس در ادامه با وقفه‌ای چند دهه‌ای تعداد محدودی سمند (البته متفاوت با سمندهای بازار داخل) به عنوان خودرو ملی در



حسن کریمی سنجرى یکی از کارشناسان حوزه خودرو درباره مزیت‌های رقابتی خودروهای داخلی برای صادرات به جهان گفت: بیش از آنکه محصولات تولید داخل مزیت صادراتی داشته باشد، شرایط تولید کشور مزیت تولید صادراتی دارد به این معنی که ما در تولید خودرو، رقابتی عمل نکرده‌ایم. وی افزود: هنگامی که قرار است خودرویی صادر شود، هم باید کیفیت قابل توجهی داشته و هم هزینه‌های تولید آن پایین باشد. در واقع رقابت پذیری باید در دو بعد محقق شود؛ قیمت تمام شده رقابتی و کیفیت جهانی که جمع این دو مطلوبیت می‌شود. به این ترتیب، می‌توان دست کم با شرکت‌های خودروسازی که بازار هدفشان در منطقه ما است، وارد رقابت شد. این کارشناس حوزه خودرو در ادامه یادآور شد: خودروهای ما رقابتی نیست، زیرا پلتفرم اختصاصی نداریم و از سوی دیگر، با پلتفرم یک شریک تجاری تولید داریم که صادرات محصولات هم باید با همراهی او باشد. این مسئله به دلیل تحریم منفی است و بازار هدف خودروها فقط کشورهای همسایه و کشورهای می‌شوند که روابط خوبی با ما دارند. در این کشورها هم وضعیت قیمت و کیفیت بسیار مهم است. کریمی سنجرى اظهار کرد: شرکت‌های بزرگ باید متناسب با بازارهای اطراف تولید و وارد رقابت شوند؛ بنابراین خودروهای ما نمی‌توانند محصولات مناسبی برای صادرات باشند، زیرا با قیمت تمام شده غیر رقابتی تولید می‌شوند. اگرچه کاهش ارزش ریال در مقابل ارزهای خارجی خود مزیتی مهم در صادرات به شمار می‌رود. اما این مسئله به تنهایی کافی نیست و باید بتوانیم خودرویی با کیفیت مطلوب و قیمت رقابتی صادر کنیم. این کارشناس حوزه خودرو با بیان دیگر مزیت‌های مهم برای صادرات خودرو به دستمزد و انرژی ارزان قیمت کشور اشاره کرد و گفت: هزینه انرژی و دستمزد نیروی انسانی در ایران بسیار پایین است. ما اگر برای تولید با کیفیت سرمایه گذاری کنیم و مشکلات تولید رقابتی به نفعی رفع شود، می‌توانیم امیدوار باشیم محصولات رقابتی به بازار جهانی عرضه کنیم. وی تصریح کرد: از نسوی دیگر، به دلیل قطع همکاری شرکای خارجی نمی‌توانیم با محصولات این برندها در بازارهای منطقه‌ای آنها حضور داشته باشیم. خلأ پلتفرم ملی سبب شده مشکلاتی در این حوزه گریبانگیر صنعت خودرو باشد. به این ترتیب، با وجود صادرات به کشورهای مانند عراق و سوریه اما ساختار مند صادرات خودرو انجام نمی‌شود. کریمی سنجرى در ادامه با بیان اینکه باید مزیت‌های ما را با مزیت‌های دیگران مقایسه کرد، گفت: باید به دنبال پاسخ این پرسش‌ها باشیم که چرا با وجود هزینه‌های ارزان قیمت انرژی و دستمزد نیروی انسانی بهره‌وری پایینی داریم؟ چرا نمی‌توانیم قیمت تمام شده محصولات را کاهش دهیم؟ در چه فرآیندی دچار مشکل هستیم؟ هنگامی که با وجود مزیت‌ها، قیمت رقابتی داشته باشیم به این برمی‌گردد فرآیند خرید، فروش، تولید و... نیاز به بازنگری و اصلاح دارد. وی ادامه داد: بخشی از افزایش قیمت محصولات، به موضوع تحریم برمی‌گردد، برخی به فرآیند غلط و بخشی هم به دارایی‌های غیر مولدی که در اختیار شرکت‌های خودروسازی است. کریمی سنجرى در پایان گفت: نمی‌توانیم صادرات خودرو داشته باشیم، چون قیمت رقابتی ندارند و دلیل این امر هم این است که در بخش‌های مختلف تولید از جمله منابع انسانی بهره‌ور نیستیم؛ در خریدها دچار چالش هستیم و دارایی‌های غیر مولد هم قدرت رقابت را از خودروهای داخلی گرفته است.

سال‌های ۱۳۹۴ تا ۱۳۹۶ به روسیه صادر شد. کشورهای عراق، سوریه، ونزوئلا و... مقصد دیگری برای محصولاتی مانند پژو ۲۰۶، پراید و... بود اما این صادرات خودرو هیچ‌گاه شکل جدی به خود نگرفت و محدود به چند کشور بوده که به لحاظ سیاسی مرادات نزدیک با ایران داشته‌اند. یکی از دلایلی که سبب شده خودروهای تولید

هزینه میلیاردی بدون انتقال فناوری



در ادامه فضل‌اله جمالی از دیگر کارشناسان حوزه خودرو درباره صادرات خودرو به جهان گفت: به طور کلی، مزیت نسبی ما در صادرات خودرو نیست، بلکه در صادرات قطعات و مجموعه‌های خودرو است. بخشی از تولیدات کشور که به عنوان خودرو ملی از آنها نام برده می‌شود و به کشورهایمانند ونزوئلا یا زمانی به ترکمنستان صادر می‌شود به دلیل شرایط اقتصادی آنها بوده است. وی افزود: به معنای واقعی هیچ‌گاه صادرات خودرو نداشتیم و در حال حاضر هم نداریم، زیرا ما خودرو ساز نیستیم و مونتاژکار هستیم. بهترین دلیل منطقی چنین ادعایی وضعیت موجود خودروسازان است؛ اینکه عنوان می‌شود آمار تولید خودرو نسبت به سال گذشته افزایش یافته اما در این امر گفته نمی‌شود بخشی از آن مربوط به خودروهای ناقص و تجاری‌سازی نشده است. او ادامه داد: آمار تولید خودرو بالا رفته از التهاب بازار خودرو کاسته نشده است، چرا؟ چون تعدادی از خودروها به دلیل نبود قطعات تجاری نشده و وارد بازار نمی‌شوند. این کارشناس حوزه خودرو اظهار کرد: به دلیل مونتاژ، فناوری آن گونه که باید وارد کشور نشد. به عنوان مثال، در حال حاضر بخشی از قطعات خودروهایی که به عنوان خودرو ملی از آنها نام برده می‌شود، وارداتی است. وابستگی خارجی قطعات موضوعی است که سر دراز دارد. معتمد بهر دلیل با رانت، یا بی‌کفایتی و بی‌تدبیری باعث شده تا آن گونه که باید در مونتاژ خودروها به خود کفایی برسیم و فناوری تولید قطعات را وارد کنیم. وی گفت: ما به ازای میلیاردها دلار پولی که برای خرید قطعات و مجموعه‌های خودرو هزینه کردیم، می‌توانستیم طرفین قرارداد را وادار کنیم فناوری این قطعات را در اختیار ما قرار دهند تا آنها را بومی‌سازی کنیم. جمالی با اشاره به زیرساخت‌ها در صنعت خودرو کشور اظهار کرد: نیروی کار گزر ارزان، انرژی و زمین ارزان قیمت و دانش فنی نسبتاً مناسبی که در صنعت قطعه وجود دارد، می‌تواند ما را در حوزه صادرات موفق کند. او ادامه داد: همت نشد تا در ازای خرید مجموعه‌های خودرویی و با سرمایه‌گذاری بخش خصوصی یا دولتی داخلی، بومی‌سازی قطعات

سخن پایانی

بنابراین گزارش، صنعت خودرو هیچ‌گاه صادرات محور نبوده، زیرا بهره‌وری لازم را نداشته و محدود به مونتاژ کاری بوده است. برخی از کارشناسان و فعالان صنعت خودرو بر این باورند که با توجه به مونتاژ کار بودن صنعت خودرو ایران، صادرات خودرو به کشورهایمانند سوریه، عراق، ونزوئلا و برخی دیگر از کشورها بیشتر به دلیل روابط سیاسی انجام می‌شده و گاهی طرف‌های معامله بر اساس کیفیت و قیمت کالا قدرت انتخاب ندارند. از سوی دیگر در حال حاضر به دلیل محدودیت‌های تحریم و نوسان نرخ ارز با کمبود قطعات و کاهش تیراژ خودروهای کامل، تأمین نیاز بازار داخل هم با مشکل روبه‌رو است.

مقایسه تولید و صادرات خودرو در ایران و کره

بود که خودروسازان کره‌ای به صورت نسبی از دیگر شاخص مهم صادرات یعنی قیمت پایین برخوردار بودند؛ بنابراین تنها نیاز داشتند علاوه بر حفظ این مزیت، کیفیت را نیز بالا ببرند. هر چند کره‌ای‌ها در اوایل دهه ۸۰ میلادی توانستند در بخشی از بازارهای امریکای شمالی به ویژه امریکا، موفقیتی نسبی در صادرات حاصل کنند، با این حال به دلیل مشکلات کیفی، سهم خود را در بازارهای صنعتی تا حد زیادی از دست دادند؛ بنابراین در چنین شرایطی تصمیم گرفتند با در نظر گرفتن برنامه‌های توسعه‌ای، سطح کیفی خودروهای خود را بالا برده و هم بازارهای دست‌رفته را پس بگیرند و هم به تعداد و گستره آنها بیفزایند. بر این اساس، یکی از مهم‌ترین تصمیمات و اقدامات دولت کره برای توسعه صادرات، در نظر گرفتن مشوق‌هایی خاص برای خودروسازان بود. این مشوق‌ها اما از دو جو اصلی برخوردار بودند؛ یکی مشوق‌های مالیاتی عمومی و دیگری طرح‌های بازپرداخت تعرفه ورودی. طبق تعریف، «بازپرداخت تعرفه ورودی» به قوانینی گفته می‌شود که طی آن، تعرفه گمرکی که قبلاً برای کالای وارداتی پرداخت شده و آن کالا در تولیدات صادراتی به کار رفته‌اند، (به تولیدکننده) بازگردانده می‌شود. به عبارت بهتر، دولت کره عملاً هزینه‌ای را که خودروسازان این کشور در قالب پرداخت تعرفه، صرف ساخت محصولات صادراتی می‌کردند، به آنها برمی‌گرداند و نخستین اثر مثبت این سیاست تشویقی، کاهش قیمت تمام شده بود. در واقع هدف دولت کره از بازپرداخت هزینه‌های تعرفه‌ای به خودروسازان،

محقق شود. ضروری بود در مذاکرات با شرکت‌های خارجی شرایطی فراهم می‌شد که قطعه‌سازان ایرانی جزو زنجیره تأمین آنها قرار می‌گرفتند. به این ترتیب آنها موظف بودند قطعات تولیدی ایران را در خط تولید خود استفاده کنند. بنابراین معتمد به شدت کواهی شده و با وجود داشتن مزیت نسبی نتوانستیم در صادرات قطعات و مجموعه‌ها خودرو در زنجیره جهانی قرار بگیریم. این کارشناس حوزه خودرو افزود: با نظرات شرکت‌های بین‌المللی به سطح کیفی مورد انتظار می‌رسیدیم و می‌توانستیم بخشی از بازار جهانی را در اختیار داشته باشیم. در نتیجه صادرات نداریم، چون خودروساز نیستیم، بلکه مونتاژکاریم. جمالی با بیان اینکه در حال حاضر شرایطی که به خودروساز تحمیل می‌شود، قطعات وارداتی است، گفت: قیمت خودرو افزایش می‌یابد، چون بخشی از محصولات فولادسازان، تیرسازان و... وارداتی است. صادرات زمانی محقق می‌شود که در تحریم و زنجیره تأمین دچار خلل و مشکل نشویم. تأمین قطعات به موقع انجام شود. خدمات پس از فروش در کوتاه‌ترین زمان ممکن باشد. هنگامی که خطوط تولید معطل قطعات است و خودروها تکمیل نمی‌شود، چگونه می‌توانیم صادر داشته باشیم. او تصریح کرد: هیچ‌گاه رویکرد خودروساز به سوی صادرات نبوده و سیاست‌گذاری‌هایی که سازمان‌ها انجام شده چنین مسیری را هموار نکرده است. با ورود هر مدیر جدیدی همان شرایط گذشته دنبال می‌شود، زیرا چاره‌ای جز این ندارد. مدیران عامل باید در آمار اعلامی خود عنوان کنند از تیراژ گذشته عقب نیفتاده‌اند در حالی که بخشی از خودروها ناقص تولید می‌شوند. جمالی با بیان اینکه زیرساخت‌ها فراهم نیست، ادامه داد: با بحران‌های ارزی فعلی که ناشی از تحریم است صادرات ممکن نیست. در گذشته هم بنا بر سیاست‌های متنوع افراد در سازمان‌ها و نهادهای گوناگون اعم از سازمان گسترش و نوسازی صنایع و وزارت صنعت، معدن و تجارت بهره‌وری لازم در صنعت خودرو انجام نشد در حالی که با داخلی‌سازی ۶۰ درصدی نتوانستیم در زنجیره تأمین رنو حضور داشته باشیم اما به دلیل همین تنوع سیاست‌ها ادامه نیافت.

حسن کریمی سنجرى: هنگامی که قرار است خودرویی صادر شود هم باید کیفیت قابل توجهی داشته و هم هزینه‌های تولید آن پایین باشد

فضل‌اله جمالی: به طور کلی، مزیت نسبی ما در صادرات خودرو نیست، بلکه در صادرات قطعات است

عرضه انبوه کالا و مواد اولیه داخلی در بازار

وزیر صنعت، معدن و تجارت با اشاره به افزایش نرخ ارز در کشور، سیاست این وزارتخانه را برای حمایت از کارخانجات و تولید داخلی تشریح کرد. علیرضا رزم‌حسینی در گفت‌وگو با خانه ملت، با اشاره به افزایش قیمت ارز در کشور و لزوم اتخاذ تدابیر ویژه از سوی این وزارتخانه برای حمایت از تولید داخل گفت: افزایش نرخ ارز روی قیمت مواد اولیه وارداتی کارخانه‌ها تأثیرگذار است و ما به دنبال آن هستیم تا حد ممکن با افزایش ظرفیت تولید، کمک کنیم تا آنها به طور کامل کار کنند. وی تصریح کرد: سیاست وزارت صنعت، معدن و تجارت عرضه انبوه کالا و مواد اولیه داخلی در بازار است تا تولید داخلی افزایش پیدا کند.

رزم‌حسینی تأکید کرد: در بحث مواد اولیه وارداتی کارخانجات هم بسته به اینکه این مواد جزء مواد اولیه ضروری و اساسی است، سیاست وزارت صنعت، معدن و تجارت متغیر خواهد بود و ما طی برنامه‌ریزی در حال تخصیص مواد اولیه از گمرکات هستیم.

افزایش ظرفیت تولید بدنه کوییک در پارس خودرو

با توجه به تولید خانواده پلتفرم X2۰۰ در پارس خودرو و با داخلی‌سازی تجهیزات، ظرفیت خط بدنه سایت شمالی این شرکت از ۱۷ خودرو در ساعت به ۲۲ خودرو در هر ساعت ارتقا یافت.

به گزارش سایپا نیوز، محمد شیرازی قائم‌مقام معاونت مهندسی شرکت پارس خودرو با اشاره به افزایش ظرفیت خط بدنه X2۰۰ در این شرکت گفت: با توجه به خروج پلتفرم X1۰۰ از خط تولید در پارس خودرو از خرداد سال گذشته برنامه‌ریزی‌ها در گروه خودروسازی سایپا برای جایگزینی پلتفرم جدید در این شرکت آغاز شد.

او ادامه داد: بعد از تصمیم نهایی به همت متخصصان گروه خودروسازی سایپا و شرکت پارس خودرو حدود ۹ ماه، طراحی، نصب و راه‌اندازی خط بدنه به طول انجامید و ساخت این خط با استفاده از ظرفیت‌های سخت‌افزاری داخل گروه سایپا انجام شد. وی اضافه کرد: در راه‌اندازی این خط همه جیک، فیکسچرها، گان‌های جوشکاری و دیگر متعلقات موجود در گروه سایپا طراحی، تولید و با بازسازی شده‌اند که صرفه‌جویی اقتصادی زیادی در ارزیابی به همراه داشت.

شیرازی همچنین با اشاره به تلاش‌های انجام شده برای راه‌اندازی این خط جدید بدنه در سایت شمالی پارس خودرو گفت: از بهمن سال ۹۸ با ورود ماشین‌آلات به سایت شمالی آماده‌سازی زیرساخت‌های تولید بدنه خانواده X2۰۰ آغاز شد و با وجود این که شیوع ویروس کرونا کارها را کمی کند کرده بود، اما با این حال در تمام طول نوروز فعالیت‌ها ادامه یافت و در نهایت در ابتدا خرداد ۹۹ توانستیم بدنه‌های تولید آزمایشی را در خط راه‌اندازی کنیم. قائم‌مقام معاونت مهندسی شرکت پارس خودرو تصریح کرد: این خط از ابتدا نیز طوری طراحی شد که امکان افزایش ظرفیت تولید در آن در یک بازه کوتاه زمانی میسر شود و در حال حاضر نیز بدنه خودروهای کوییک و سایپا در آن تولید می‌شوند. او تصریح کرد: در این خط بدنه تعداد ۲۵۰ نفر از همکاران در هر شیفت مشغول به کار هستند. علاوه بر اینکه این خط در مساحتی به اندازه ۷ هزار متر مربع احداث شده که در آن ۸۲ ایستگاه، ۲۱۵ گان جوش و ۶ ربات بکارگیری شده است. شیرازی پایان گفت: خوشبختانه با تلاش شبانه‌روزی کارکنان متخصص و زحماتش پارس خودرو توانستیم در روزهای گذشته از رکورد تولید ۴۶۲ بدنه کوییک آن هم فقط در سایت شمالی شرکت پارس خودرو عبور کرده و این افزایش تولید را با وجود تحریم‌ها در سال جهش تولید برای گروه خودروسازی سایپا و شرکت پارس خودرو محقق کنیم.

عرضه کند. در چنین شرایطی خودروهای داخلی از کیفیت مناسبی برخوردار نبوده و با قیمت‌های بالا نیز عرضه می‌شوند. یکی از دلایل اصلی این موضوع بدون شک رقابتی نبودن بازار خودرو داخل و ضعف صادراتی است، چه آنکه اگر این رقابت وجود داشت و خودروسازان در بازارهای صادراتی نقش آفرینی می‌کردند، به طور قطع با بهبود کیفی و کاهش قیمت خودروهای تولید داخل روبه‌رو می‌شدیم. با توجه به تجربه کره در این ماجرا، مشخص است که سیاست‌های دولتی در ایران، چندان حامی صادرات نبوده و بیشتر اقداماتی که چشم‌پادامی‌ها برای توسعه حضور خود در بازارهای جهانی انجام داده‌اند، در ایران یا انجام نشده یا اصولی نبوده است. البته در مقابل، خودروسازان نیز آنقدر در مسائل کیفی و قیمتی ضعیف عمل کرده‌اند که عملاً چندان جایی برای حمایت‌های صادراتی باقی نگذاشته و نمی‌توان آنها را شرکت‌هایی صادرات‌محور قلمداد کرد. در این سال‌ها خودروسازان داخلی بیشتر تمرکز خود را روی بازار کشور گذاشته‌اند، بازاری که رقابت چندان در آن به چشم نمی‌آید و از همین رو شرکت‌های خودروساز کشور دچار نوعی راحت‌طلبی شده و میل و انگیزه‌ای برای صادرات ندارند. این در شرایطی است که دولت می‌تواند با در نظر گرفتن یک سلسله سیاست‌های کلی که شامل انواع تشویق‌ها و تنبیهات است، خودروسازان را به سمت تولید صادرات‌محور سوق داده و علاوه بر ارزآوری بیشتر برای کشور، زمینه ارتقای فناوری و کاهش قیمت را در این صنعت بزرگ فراهم بیاورد.

آخرین اخبار و تازه ترین تحلیل ها را در پایگاه خبری گسترش دنبال کنید

www.Gostareh.news

آگهی برگزاری جلسه مجمع عمومی عادی سالیانه

موسسه خانه صنعت، معدن و تجارت به شماره ثبت ۲۸۴۴۶

مجلس می‌آید به منظور اتخاذ تصمیم در خصوص دستور جلسه مجمع در موعد مقرر در جلسه حضور باید

دستور جلسه:

- ۱- استماع و تصویب گزارش مالی و ترازنامه مالی سال ۱۳۹۸
- ۲- گزارش عملکرد کاری
- ۳- استماع گزارش بزرگ
- ۴- انتخاب و یا تمدید دوره فعالیت بازرسان اصلی و علی‌البدل
- ۵- اتخاذ سایر تصمیماتی که در صلاحیت مجمع می‌باشد.

هیاتمدیره خانه صنعت، معدن و تجارت ایران