



واردات، صادرات یا هر تغییری که در اقتصاد مطرح می شود باید تحت تاثیر عرضه و تقاضا باشد. یعنی باید مکانیزمی به صورت خودکار وجود داشته باشد که بتواند هم تراز تجاری و اقتصاد داخلی و هم عرضه و تقاضا را به توازن برساند. بنابراین اگر به صورت دستوری جلوی واردات گرفته شود نشان دهنده این است که اقتصاد ما هنوز به مرحله ای نرسیده که به صورت خودکار خود را اداره کند. حال سؤال این است که واردات خود در شرایط فعلی جامعه ما با چه اهداف و نیت هایی مطرح می شود؟ و اصولاً برای ایجاد فضای رقابتی و ارتقاء کیفیت و کاستن از قیمت خود رو چه کاری می توان کرد؟

صنعت خودروسازی برای کشور ما از چند نظر حائز اهمیت است: اول این که این صنعت نه تنها تقاضای داخلی را تأمین می کند و صرفه جویی ارزی دارد بلکه به طور مستقیم و غیرمستقیم ایجاد اشتغال نیز می کند. در عین حال تاثیر مهمی در توسعه سایر صنایع دارد؛ بطور مثال هر خودرویی که تولید می شود ۱۱ درصد آلومینیم، ۲۰ درصد شیشه، ۲۱ درصد فولاد، ۷ درصد پلاستیک، ۲۰ درصد ابزارهای پیشرفته تر، ۳ درصد از قطعات الکترونیک و قالب سازی را از آن خود می کند. پیاداست که خودروسازی از نظر اقتصادی تاثیر مهمی در سایر فعالیت ها دارد؛ تا جایی که بیش از ۶۰ درصد صنعتی را پشتیبانی می کند.

با آن که صنعت خودروسازی با تولید یک کالای نهایی تقاضای داخلی را جواب می دهد و بر بقیه صنایع نیز تاثیر گذار است، اما در طول بیش از ۴ دهه که از عمر آن در ایران می گذرد از یک استراتژی توسعه صنعتی بی بهره بوده است. به دلیل نبود استراتژی توسعه صنعتی، بخشهایی از صنعت بخصوص بخشهایی که وابسته به واردات هستند همیشه به صورت بی ثبات دنبال می شوند. صنعت خودروسازی که از یک استراتژی یکتواخت بلندمدت محروم بوده همیشه تحت تاثیر درآمدهای ارزی قرار داشته است؛ یعنی هر موقع که درآمدهای ارزی افزایش یافته و دولت توان پرداخت بهای کالاهای وارداتی را داشته، واردات آزاد شده است. یا هر موقع که دولت خواستار به دست آوردن مالیات بوده این کار را انجام داده است. اگر وضعیت موجود به این منوال ادامه پیدا کند صنعت خودروسازی هیچگاه از یک استراتژی بلندمدت برخوردار نخواهد شد.

در سال های دهه ۷۰ صنعت خودروسازی با یک دگرگونی مواجه شد که از نظر تنوع محصولات و حجم محصولات بسیار چشم گیر بود. تنوع محصولات، افزایش حجم صنایع خودروسازی و قطعه سازی در کشور سبب شد تا بخش وسیعی از فارغ التحصیلان و نخبگان صنعتی جذب این فعالیت شوند. این موجب گسترش بیش از ۳۰۰ هزار قطعه ساز در ایران شده است. امروزه بخش وسیعی از نیروی کار بطور مستقیم و غیرمستقیم در فعالیت های

واردات خودرو، نه رقابت ایجاد می کند، نه کیفیت را ارتقاء می دهد

به جای خودرو، خودروساز وارد کنیم

محمد قلی یوسفی

سرمایه گذاری است. به علاوه به خاطر نارسایی کارکرد مکانیزم بازار و نارسایی کارکرد دولت، دارای هزینه مبادله ای است. این ابهامات و این نارسایی ها و عدم شفافیت در قوانین و مقررات تقریباً تمام بخشهای اقتصاد کشور را در بر می گیرد و صنعت خودروسازی نیز از این قاعده مستثنا نیست. همین وضعیت باعث شده که ما در هیچ زمینه ای به حد مطلوب نرسیم؛ یعنی کیفیت و قیمت محصولات تولیدی ما، چه بخش خصوصی آن را تولید کرده باشد و چه بخش دولتی، در هیچ زمینه ای رضایت مصرف کننده را تأمین نمی کند. حتی در کارهای خدماتی هم همینطور است. از خدمات بانکی گرفته تا خدمات پستی و از اداره ثبت و شهرداری ها و مجلس گرفته تا نهادهای دادگستری و قضایی، هیچکدام بدون مشکل نیستند. این مشکلات بر یکدیگر اثر می گذارند. در واقع، این مشکلات دست به دست هم می دهند و باعث

عقب ماندگی کشور می شوند.

مشکلاتی که گریبان بنگاه های تولید کننده ما را گرفته، بخشی مربوط به داخل بنگاه و بخشی

خودروهای ساخت داخل

در مقایسه با

محصولات مشابه بین المللی

از نظر قیمت ۵۰ درصد

گران تر و از نظر کیفیت

۶۰ درصد نازل تر است

صنایع خودروسازی و قطعه سازی مشغول به کار هستند. از دهه ۷۰ به این طرف، دیگر صنعت خودروسازی ایران از تولید تک محصولی پیکان بیرون آمد و اینک شاهد تنوع محصولاتی هستیم که پژو آر دی، پژو ۴۰۵، پژو پارس و سمند برخی از نمونه های آنند. با وجود این تنوع محصولات، صنعت خودروسازی همچنان با یک مشکل اساسی روبرو است؛ بالا بودن قیمت و هزینه و پایین بودن کیفیت در مقایسه با محصولات مشابه خارجی. خودروهای ساخت داخل در مقایسه با محصولات مشابه بین المللی از نظر قیمت ۵۰ درصد گران تر و از نظر کیفیت ۶۰ درصد نازل تر است.

رقابت عامل مهمی است که می تواند انحصار داخلی را بشکند و تولیدکنندگان داخلی را وادارند تا هزینه و قیمت را کاهش دهند و کیفیت را ارتقاء بخشند. به هر حال مصرف کننده خواسته هایی

دارد که باید تأمین شود، منتهی باید بدانیم در کجا ندگی می کنیم. ایران یک کشور توسعه نیافته و در عین حال با ریسک و نااطمینانی بسیار زیاد در بخش بی ثبات، با قوانین و مقررات مهم و در عین حال با ریسک و نااطمینانی بسیار زیاد در بخش

مربوط به خارج از آن است. مشکل داخلی شرکتهای خودروساز پیش از هر چیز دیگری مشکل هزینه ها است. بخش اعظم هزینه ها به مواد مصرفی خودرو مربوط می شود؛ هزینه دستمزد بسیار بسیار اندک است. تأمین مواد مصرفی خودرو هزینه بالایی نیاز دارد، ولی هزینه دستمزد حدود ۴ تا ۵ درصد کل هزینه هاست (در این محاسبه سود بالای ۱۶ درصد در نظر گرفته شده است). هر چند این ارقام هم شفافیت ندارند ولی روی هم رفته گویای این هستند که بالا بودن قیمت خودروی ساخت داخل ارتباطی به هزینه نیروی کار در ایران ندارد. این در حالی است که دستمزد در کشورهای اروپایی ۱۵ تا ۱۷ درصد کل هزینه هاست. مشکل بعدی بنگاه های خودروسازی، هزینه بالای سرمایه در ایران است. خودروسازان برای تأمین مالی، خودروهایی خود را پیش فروش می کنند یا سپرده های مردم را با نرخ سود ۲۵ درصد در اختیار می گیرند. قدر مسلم وقتی هزینه سرمایه بالا برود روی قیمت خودرو هم اثر می گذارد. افزون بر این، عوارض متعددی نیز بر تولید خودرو وضع می گردد؛ مثلاً عوارضی که بخشی از آن به آموزش و پرورش و بخشی به دیگر ارگانها اختصاص می یابد.

علت دیگر افزایش قیمت خودروها، این است که خودروسازان ما ظرفیت اسمی را به طور کامل مورد استفاده قرار نمی دهند. امروزه در

امروزه در هیچ جای دنیا، تولید کمتر از یک میلیون خودرو در سال از نظر اقتصادی به صرفه نیست

به طور کامل مورد استفاده قرار گیرد. باید بتوانیم حجم تولید را بالا ببریم چون اگر تولید زیاد شود قیمت هر واحد خودرو کاهش می یابد.

نکته دوم کیفیت است که یک فرایند بلندمدت و جامع است. ارتقاء کیفیت موقتی نیست و در بلندمدت اتفاق می افتد و به تدریج حاصل می شود. زمانی که عرضه محصولات زیاد شود، این افزایش تولید باید منطبق با سیاستهای کلان جامعه برای ارتقاء کیفیت خودرو باشد. باید کیفیت رنگ، شیشه، آلومینیم و محصولات که به کار می رود و قطعاتی که تولید می شود بالا برود. وزارت صنایع و معادن برای ارتقاء کیفیت این محصولات باید تمهیداتی اتخاذ کند تا با بکارگیری تکنولوژی مدرن، محصولات تولیدی کیفیت مطلوب داشته باشد. تا از این طریق، قطعه سازان بتوانند قطعات مطلوبی تولید کنند.

افزون بر این، یکی از راههایی که تمام کشورها دنبال کرده اند، جذب سرمایه گذاری خارجی است؛ به طوری که از طریق سرمایه گذاری خارجی بتوان تکنولوژی مدرن وارد کرد، هزینه های اضافی را حذف نمود، و کیفیت بهتری ارائه کرد. تجربه نشان داده که در تمام کشورهایی که توسعه پیدا کرده اند اعم از ژاپن و آمریکا و حتی آلمان و بعد کشورهایی مثل کره، چین، و مالزی، شرکتهای



هیچ جای دنیا، تولید کمتر از یک میلیون خودرو در سال از نظر اقتصادی به صرفه نیست. خودروسازان ما تا همین اواخر حدود ۴۰۰ هزار خودرو در سال تولید می کردند. علاوه بر این، ۴۰ درصد ظرفیت خودروسازی مربوط به تولید اتوبوس و وسایل نقلیه سنگین است؛ که در این بخش نیز مشکلات به مراتب بیشتر است. در چنین شرایطی وقتی ظرفیت اسمی کارخانه مورد بررسی قرار می گیرد، متوجه می شویم که نسبت هزینه به تولید بالاست. علت این امر مشکلات فنی و تکنولوژیکی است. در سال های بعد از جنگ به راحتی نمی توانستیم قطعات وارد کنیم، از نظر اقتصادی توان واردات نداشتیم و قدرت داخلی هم محدود بود. آنهایی که قدرت خریدشان بالاست خودروهایی وارداتی را مصرف می کنند و اکثر مردم حتی توان خرید خودروهای داخلی را هم ندارند. به این ترتیب، خودروسازان ما با مردمی مواجه هستند که قدرت خرید ندارند. پس با تیراژ پایین تولید می کنند. این تولید اندک باعث بالا رفتن هزینه نسبت به تولید می شود و هزینه هر خودرو افزایش می یابد و طبیعتاً قیمت هر واحد تولیدی بالا می رود. بنابراین یکی از راه های کاهش قیمت خودرو، این است که ظرفیت اسمی کارخانه ها

کیفیت یک فرایند بلندمدت و جامع است ارتقاء کیفیت موقتی نیست و در بلندمدت اتفاق می افتد

خارجی به سرمایه گذاری دعوت شده اند و از طریق بکارگیری مکانیزم شرکتهای خارجی موفق شده اند هزینه ها را کاهش بدهند و تولیدشان کیفیت بهتری پیدا کند.

سرمایه گذاری خارجی چند حسن دارد؛ موجب ارتقاء کیفیت می شود، افراد بومی در حین کار آموزش می بینند. حتی جهت گیری صادراتی هم از طریق همین شرکتهای خارجی در کشورهای پیشرفته صورت گرفته است. بنابراین یکی از راههای موفقیت در توسعه صنعت خودروسازی، استفاده از امکانات موجود در خارج از کشور است. ما به خوبی می دانیم که برای صادرات و اقبال بازار جهانی کنترل شده و بسته است. یک کشور بدون کمک شرکت های خارجی نمی تواند وارد بازار جهانی شود. اطلاعات نشان می دهد که فروش یکسال ۷ شرکت فرامیلتی که بخش اعظم آنها هم خودروساز هستند ۷۸۹ میلیارد دلار است که ۴۸ درصد بیشتر از کل اقتصاد ایران، عربستان، امارات، قطر، کویت، بحرین، مصر و سایر کشورهای ثروتمند غرب آسیاست. فقط فروش یکسال این شرکت ها به اندازه ۷۵ برابر کل اقتصاد تمام این کشورها است. افزون بر این،

می‌کند و هیچگونه امنیت سرمایه‌گذاری برای سرمایه‌گذار مولد وجود ندارد. سرمایه‌گذار ایرانی اگر در بخش مولد سرمایه‌گذاری کند، ریسک بالایی دارد اما می‌تواند سرمایه خود را در تجارت بکار گیرد و در کوتاه مدت سود ببرد، بنابراین دلیلی ندارد خود را درگیر مشکلات اقتصادی کند. نه تنها در صنعت خودرو، بلکه در کشاورزی، خدمات و حتی در سیاست هم ما توان رقابت با هم‌تایان خارجی خود نداریم. در چنین محیطی که هیچ چیز مساعد نیست، نمی‌توان انتظار داشت که صنعت خودروسازی تافته‌ای جداافتاده از کارکرد ملی نظام اقتصادی باشد. وقتی یک بخش اقتصادی را ارزیابی می‌کنیم، باید بینیم در کدام محیط و در چه شرایطی فعالیت می‌کند.

به‌هر حال صنعت خودروسازی کشور در سال‌های اخیر متحول شده است و نیاز به حمایت همه‌جانبه دارد؛ البته باید تعریفی از حمایت داشته باشیم. حمایت صرفاً جلوگیری از واردات نیست حمایت به معنای فراهم کردن نیروی کار ماهر، سرمایه مناسب، و تکنولوژی، و ایجاد ثبات در قوانین و مقررات و ارائه امکانات است.

به نظر می‌رسد یکی از راه‌های فراهم آوردن این شرایط و امکانات این است که به جای واردات خودرو، واردات خودروساز داشته باشیم. یعنی بستر را طوری آماده کنیم که سرمایه‌گذار خارجی در کشور خودرو تولید کند. به جای اینکه خودرو وارد کنیم که باعث خروج ارز را از کشور می‌شود و هیچگونه اثر اشتغال‌زایی ندارد، می‌توانیم خودروسازان خارجی را وارد کنیم. با این کار هم تکنولوژی وارد می‌کنیم، هم خودرو می‌سازیم، هم نیروی کار ما آموزش می‌بیند، و هم ارزش افزوده و اشتغال ایجاد می‌شود، هم در کشور رقابت به وجود می‌آید، و هم به بازار جهانی راه می‌یابیم.

با توجه به این که منطقه خلیج فارس، کشورهای عضو اوپک، و کشورهای عضو آکو، حدود ۴۰۰ میلیون نفر جمعیت دارند، و در این منطقه وسیع به غیر از ایران و ترکیه، خودروساز به نام دیگری وجود ندارد، می‌توان امید داشت که اگر بتوانیم با جذب سرمایه‌گذاری خارجی کیفیت محصولات خود را ارتقا دهیم، از شرایط مساعد این منطقه بکر استفاده کنیم. در چنین حالتی می‌توانیم خودروهایی تولید کنیم که هم بازار داخل را اشباع کند و هم به منطقه صادر شود.

واردات خودرو، یک اقدام است، اما ایجاد فضای رقابتی، ارتقاء کیفیت و کاستن از قیمت و گشودن بازارهای خارجی یک فرایند است.

متأسفانه بسیاری از مخالفان یا موافقان واردات خودرو، اختلاف نظرشان نه بر سر راهکارهای ارتقاء کیفیت یا منافع ملی بلکه به خاطر اختلاف منافع شان است. عده‌ای می‌گویند خودرو وارد نشود زیرا منافع شان در این است که بازار داخل ایران را با همین قیمت‌هایی که وجود دارد حفظ کنند. آنها

تلاش نمی‌کنند کیفیت را بالا ببرند، این گروه که بیشتر خودروساز هستند از فعالیتهای خود رانت‌هایی به دست می‌آورند و به نفع شان نیست که خودرو وارد کشور شود. بیشتر موافقان آزادسازی واردات خودرو هم بازرگانانی هستند که کاری به ایجاد فضای رقابتی و ارتقاء کیفیت و کاهش قیمت‌ها ندارند و بیشتر به دنبال سودآوری تجاری از راه واردات هستند. هیچکدام از این دو گروه به موضوع ارتقاء کیفیت که منافع ملی را در برمی‌گیرد علاقه‌ای ندارند.

امروز صنعت خودروسازی یک صنعت بین‌المللی شده است و دیگر نمی‌توان هیچ خودرویی را یک محصول ملی دانست. از ده هزار دلاری که مثلاً از فروش یک خودرو آمریکایی به دست می‌آید، فقط چهار هزار دلار در آمریکا می‌ماند و بقیه آن به خارج می‌رود. بخش عمده آن چهار هزار دلار هم، به سهامداران شرکت‌های خودروساز تعلق می‌گیرد که بسیاری از آنها خارجی هستند. به عبارت دیگر، از لحاظ منافع ملی چیزی برای آمریکایی‌ها

در چنین شرایطی، بهترین راه برای آن که هم بتوان کیفیت را ارتقاء داد و هم از هزینه‌ها کاست و هم به بازارهای خارجی دست یافت، جذب سرمایه‌گذاری خارجی است. البته اخیراً از سوی مسئولان تلاشهایی در ارتباط با صنعت خودروسازی به اشکال مختلف صورت گرفته که یکی از آنها بحث واردات خودرو است.

طرفداران واردات خودرو معتقدند که این کار در بازار داخلی ایجاد رقابت می‌کند. موافقان واردات می‌گویند، خودرو خارجی با کیفیت بالا و قیمت پایین وقتی وارد کشور بشود نیاز مصرف‌کننده داخلی را برآورده می‌سازد. هر چند این گفته کاملاً درست است، ولی این که واردات می‌تواند خودروساز داخلی را وادار تا کیفیت را ارتقاء بخشد و از قیمت



بهترین راه برای ارتقاء کیفیت؛ کاهش هزینه‌ها، دستیابی به بازارهای خارجی و جذب سرمایه‌گذاری خارجی است

بکاهد یکسره نادرست است. واردات خودرو نه رقابت ایجاد می‌کند نه کیفیت را ارتقاء می‌دهد. بین سالهای ۵۳ تا ۵۶ بیش از ۲۱۰ هزار دستگاه خودرو و بین سال‌های ۶۹ تا ۷۲ حدود ۵۶ هزار دستگاه خودرو وارد کشور شد. این واردات به هر حال نیازهای اقشار مرفه را تأمین کرد اما نه تأثیری بر ارتقای کیفیت خودروی داخلی داشت و نه ایجاد رقابت کرد. خودروهای وارداتی خودروهای گران‌قیمتی هستند که معمولاً برای تأمین تقاضای اقشار ثروتمند جامعه وارد می‌شوند. این گونه خودروهای وارداتی به هیچ وجه رقیب خودروهای داخلی نیستند. خودروی وارداتی ۵۰ میلیون تومانی چه ربطی به خودروی داخلی ۷ میلیون تومانی دارد که بخواهد

فضای رقابتی ایجاد کند؟ حتی اگر بپذیریم که خودروهای ارزان قیمت هم وارد شود باز شاهد رقابت سالمی نخواهیم بود. خودروی ساخت کشورهای خارجی، در یک محیط اقتصادی طراحی و تولید شده که همه شرایط برای بالندگی مهیا بوده است، موانعی بر سر راه نبوده، سیستم به خوبی کار کرده، و از نیروی کار متخصص، سرمایه مناسب و تکنولوژی پیشرفته استفاده شده است. ولی خودروساز داخلی از این امکانات برخوردار نیست. نیروی کار متخصص و تکنولوژی پیشرفته ندارد، در یک محیط بی‌ثبات فعالیت

آب، باد، بدون خاک

هوای بهداشتی:

عدم تشکیل قارچ بر روی پد سلولزی و جلوگیری از بیماری‌های قارچی

کولر سلولزی، نسل جدید کولر آبی در کشورهای پیشرفته

انرژی ENERGY



دفتر مرکزی: تهران، خیابان جمهوری اسلامی،

مقابل ساختمان آلومینیوم، شماره ۱۳۴

تلفن: ۶۷۰۴۴۴۴ فکس: ۶۷۰۱۳۷۶

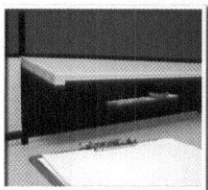
وقتی بحث پارتیشن پیش ساخته به میان می آید، بزرگترین مشکلی که فکر هر کسی را به خود مشغول می کند، سیم های مزاحم کامپیوترها و تلفن و برق و غیره است. بخش تحقیق و توسعه سهلان، راه حل مناسبی را جهت رفع این مشکل طرح ریزی و تولید نموده است. پارتیشن دوجداره با ویژگی شاخص مدیریت سیم کشی برق و شبکه و تلفن. ویژگی مهمی که از هر نظر محصول فوق رابی رقیب و ممتاز نموده است و به همین دلیل:

سهلان نشان بهترین کیفیت پارتیشن اداری را از (HOFEX 2003)

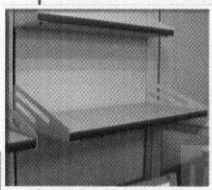
در یافت نموده است.



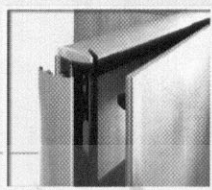
تراکنگ باز شو در سطح دسترسی به کابلهای برق و تلفن و شبکه



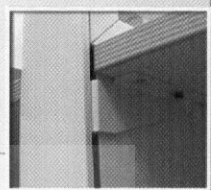
هشت سایز طبقه با قابلیت تنظیم ارتفاع بدون نیاز به پیچ و مهره



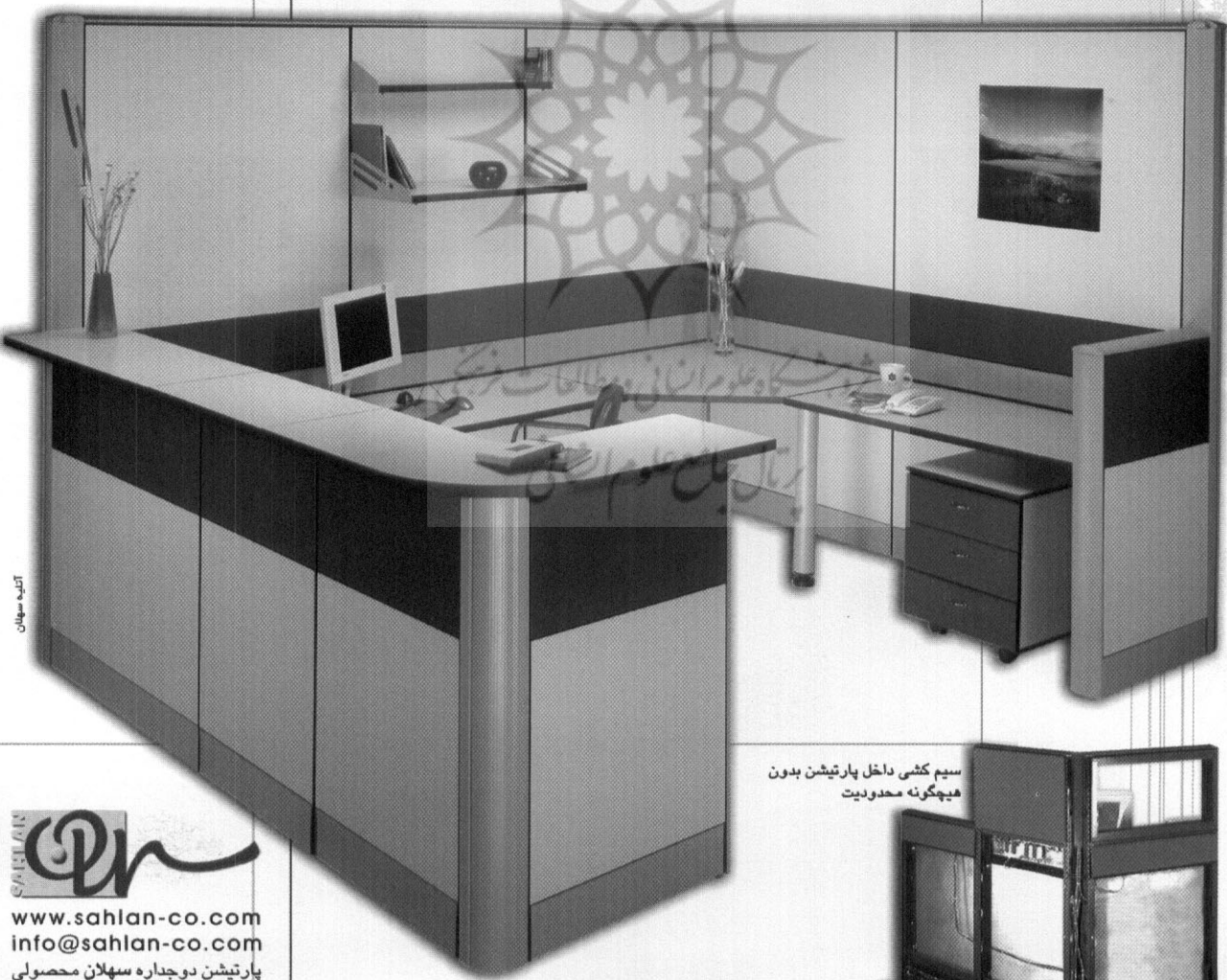
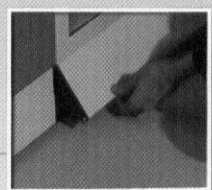
پارتیشن با قابلیت دوجداره بودن عایق صدا محل مناسبی برای عبور سیم ها



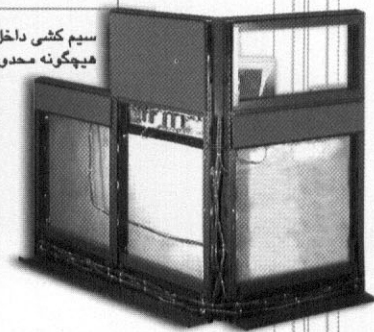
نصب میز به پارتیشن بدون نیاز به پایه



تراکنگ اصلی بدون نیاز به پیچ و مهره جهت نصب



سیم کشی داخل پارتیشن بدون هیچگونه محدودیت



آگهی سهلان



www.sahlan-co.com
info@sahlan-co.com

پارتیشن دوجداره سهلان محصولی بی رقیب در زمینه میلمان اداری خیابان خرمشهر، خیابان عشقپار، شماره ۳ تلفن: ۶-۸۷۵۹۹۸۵-۸۷۳۳۰۵۶-۵۶



موسسه خدمات گرافیک راموس



RAMOOS GRAPHIC

طراحی

چاپ پوسترهای نمایشگاهی

لمینیت و شاسی

کلیه خدمات نمایشگاهی

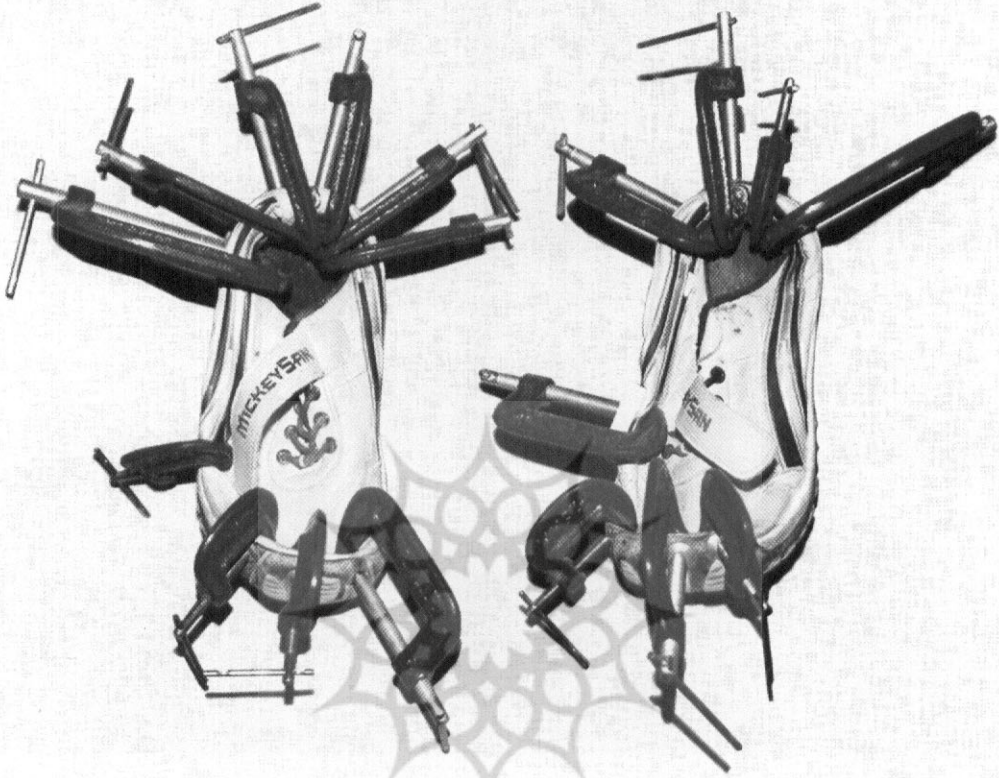
(غرفه آرائی و استندهای نمایشگاهی)

عکاسی صنعتی

تهران ، خیابان ولیعصر ، روبروی پارک ملت ، برج ملت ، طبقه هفتم ، واحد ۲

فکس ۲۰۵۰۱۶۳

تلفن ۲۰۴۰۳۶۷ - ۲۰۵۳۵۶۲



شرویش گاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
ما انطونین کارنن کتیین
رمان جن علوم انسانی

Firooz Negar

طراحی تا چاپ

۸۸۰۶۶۲۸

۸۸۰۶۶۲۹