

ضرورت تغییر نگرش در صنعت خودرو کشور

نیاز به سرمایه گذاری در تولید خودروهای الکتریکی و هایبریدی

نوشته ؛ کامران طالبی فرد ، دکتری کسب و کار

خبري چند روز پيش منتشر شد مبني بر ساخت اولين خودروي تمام الکتریکي شاسي بلند ويتنام و آغاز فروش اين خودرو از سال آينده در بازار هاي طراز اول جهاني. اين خبر همانقدر که بهت آور بود نشان دهنده چشم انداز قطعي صنعت خودرو جهاني هم مي باشد. صنعت خودرو ايران که فعاليت خود را از دهه ۱۳۳۰ شمسي يا دهه ۱۹۵۰ ميلادي با مونتاژ جيب ويليز شروع کرد، قدمتي در حدود هفتاد سال دارد اما توليد در مقیاس انبوه قطعاً با توليد پیکان درکارخانجات ايرات ناسيونال يا همان ايران خودروي امروزي از سال ۱۳۴۶ شروع شد زماني که ويتنام درگیر جنگ داخلي شديد بود و حتي کره جنوبي هم صنعت خودرو نداشت در اين نوشتار قصد نداريم به نبش قبر گذشته صنعت خودرو در کشور پردازيم بلکه تمرکز به داشتن نگاه استراتژیک براي آينده اين صنعت است.

الگويي از يك استراتژي موفق ؛

صنعت خودسازي چين توليد صادرات محور خود را از اواخر دهه نود ميلادي آغاز کرد در ابتدا توليد خودروها با روش مهندسي معکوس انجام مي پذيرفت اما در طول بيش از يك دهه فعاليت کم کم شرکت هاي خودسازي چيني با استخدام طراحان و مهندسان آلماني ، ايتاليائي و ساير کشورهاي اروپايي زمينه توليد پلت فرم هاي مخصوص خود را ايجاد کردند بطوري که شرکت هاي خودسازي چيني که در دهه نود ميلادي کار خود را با مهندسي معکوس و يا بعبارتي دزدی صنعتي از پلت فرم هاي خودروهاي ژاپني ، اروپايي و يا کره اي آغاز کرده بودند در طول شش و هفت سال گذشته هر کدام صاحب يك تا چند پلت فرم انحصاري مخصوص خود شده اند و خودروهاي جديد خود را برروي آنها توسعه داده اند. اين روند پيشرفت صنعت

خودروسازي چين در کشور ما كاملا ملموس بوده است خودروهاي چيني كه در دهه هشتاد شمسي وارد کشور شده اند همگي با روش مهندس معكوس توليد شده بود ، سپس در مرحله دوم خودروهاي كه در نيمه اول دهه نود شمسي وارد کشور شدند نمونه هاي از ساخت اتاق بر روي همان پلت فرم هاي قديمي اكثرا مهندسي معكوس شده بودند و در نهايت خودروهاي چيني كه درطول پنج ، شش سال گذشته وارد کشور شده اند از پلت فرم هاي جديد و اختصاصي طراحي شده مختص چيني ها بهره مي برند كه توسط مهندسان عموما اروپايي شاغل در شرکت هاي خودروسازي چيني طراحي شده اند . اين خودروها در طول بيست سال گذشته در بازار کشورهای در حال توسعه همانند ايران ، روسيه ، اوکراين ، بلاروس و کشورهای آمريکا جنوبي به فروش رفته اند البته تا قبل از شروع سري جديد تحريم ها عليه کشورمان يعني تا سال ۱۳۹۷ ايران همواره بزرگ ترين بازار صادراتي خودروهاي چيني بوده است و در رتبه دوم عموما کشورهای روسيه و آمريکاي جنوبي مثل ونزوئلا قرار داشته اند اما چيني ها به همين مقدار توسعه و جايگيري طلبي قانع نبوده و نيستند و براي ورود به بازارهاي طراز اول دنيا همچون بازار آمريکا و اروپا برنامه هاي مفصلي را در سر دارند. اما راهکار استراتژيک چيني ها براي ورود به اين بازارها چيست ؟ در واقع رقابت در اين بازارها همانند بازار آمريکاي شمالي و اروپا آنقدر سخت و سنگين است كه اگر چيني ها مي خواستند به شيوه ساير کشورهای و برندهاي قبلي به اين بازارها ورود پيدا کنند شايد اين موضوع چند دهه زمان مي برد اما در مقابل چيني ها با استفاده از استراتژي ميانبر در حال سرمايه گذاري براي ورود به اين بازارها هستند. چيني ها با درك صحيح اقيانوس آبي صنعت خودرو ، يعني بازار در حال رشد خودروهاي الكتريكي ، بخش اصلي تمرکز خود براي ورود به اين بازارها قرار داده اند تا بدين صورت بتوانند فاصله خود با توليد کنندگان کره اي ، ژاپني ، آمريکايي و اروپايي را کاهش دهند . اين شرکت ها با الگو قرار دادن شرکت تسلا و يا شرکت هاي ژاپني همانند تويوتا ، ميتسوبيشي و نيسان به سرمايه گذاري سنگين بر روي توسعه خودروهاي الكتريكي پرداخته اند تا از اين روش بتوانند در زمان بسيار کوتاه تري به بازار هاي درجه يك جهان همانند بازار آمريکا و اروپا دسترسي پيدا کنند . به همين دليل امروزه اکثر خودروسازي هاي چيني در حال توسعه خودروهاي الكتريكي براي پنج تا ده سال آينده هستند .

استراتژی مناسب برای توسعه صنعت خودرو کشور ؛

صنعت خودرو کشور ما در حالی که روزگاری در دهه هفتاد شمسی خود را با صنعت خودروسازی کره قیاس می کرد حال آرزوی رسیدن به صنعت خودروی چین را دارد . اگر صنایع خودروسازی ما واقعا علاقه دارند تا به توسعه پایدار دسترسی پیدا کنند باید با درک تغییر پارادایم در صنعت خودروسازی جهان وفق دید و مأموریت جدیدی برای خود تعریف کنند . سرمایه گذاری بر روی تولید خودروهای الکتریکی یا هایبریدی می تواند بهترین استراتژی برای صنعت خودروی ما باشد . البته شاید این سوال پیش آید که با توجه به قیمت پایین سوخت در کشور ما صنایع خودروسازی داخلی ضرورتی برای انجام سرمایه گذاری جهت تولید خودروهای الکتریکی و یا هایبریدی می بینند؟ در پاسخ باید گفت این موضوع از دو منظر قابل پاسخ است اول آمار بالای مصرف سوخت در کشور که یارانه پرداختی برای آن ، تبدیل به یک مسئله حیاتی برای دولت شده است و فشار زیادی را به بودجه کشور وارد می کند از طرف دیگر در آینده نچندان دور خودروهای غیر الکتریکی یا حداقل هایبریدی در بیشتر بازارهای بزرگ دنیا دیگر خواهان نخواهند داشت و حتی فروش آنها ممنوع خواهد شد ، لذا ضروری است چنانچه به دنبال توسعه واقعی صنعت خودرو هستیم با تعریف وفق دید و مأموریت جدید برای این صنعت ، در جهت برنامه ریزی برای توسعه و تولید خودروهای الکتریکی و هایبریدی اقدام شود. با توجه به نبود زیر ساخت های لازم برای خودروهای الکتریکی در شهرهای کشور ، در کنار ضرورت توسعه این زیر ساخت ها ، تولید خودروهای هایبریدی می توانند گزینه بسیار مناسبی برای صنعت خودروی کشور باشد .

در پایان برای درک ضرورت تغییر پارادایم در صنعت خودرو کشور مثالی از یک صنعت دیگر ذکر می شود تا به درک اهمیت استراتژیک این موضوع کمک کند ، حدود ده سال پیش یکی از اساتید دوران تحصیل کارشناسی ارشد داستان جالبی را در درس استراتژی برای ما تعریف کرد. به گفته استاد ما ، در آن زمان ایشان در یکی از شرکت های اصلی تولید کننده پودرهای شوینده بعنوان مشاور فعالیت داشتند . در آن مقطع شریک آلمانی این شرکت ایرانی به آنها پیشنهاد داده بود تا در ازای دریافت مبلغ دویست میلیون یورو چند فرمول انحصاری مربوط به پودرهای شوینده ماشین لباسشویی را به همراه کپی رایت آنها در اختیار شریک ایرانی قرار دهد . طرف ایرانی نیز از این موضوع استقبال کرده بود و آنرا زمینه ساز تولید

برند طراز اول در صنعت پودرهای شوینده و ورود به بازارهای بزرگ جهانی درک کرده بود. در همین زمان ایشان در نقش مشاور استراتژی شرکت ، با مطالعه این صنعت و بازار جهانی متوجه می شوند که آینده صنعت پودرهای شوینده در حال نابودی است زیرا شرکت های تولید کننده لوازم خانگی در حال توسعه دستگاه های ماشین لباسشویی با تکنولوژی نانو و یا تکنولوژی اولتراسونیک هستند که نه به آب و نه به پودر شوینده احتیاجی نخواهند داشت ! در نتیجه پرداخت چنین مبلغ هنگفتی برای در اختیار گرفتن چند فرمول پودر شوینده به جهت بدست آوردن بازارهای صادراتی به هیچ وجه عاقلانه نیست . در واقع پارادایم در صنعت ساخت ماشین لباسشویی در حال تغییر است و در پارادایم جدید فناوری بکار رفته بطور کامل با فناوری در پارادایم قبلی متفاوت خواهد بود . مشابه این اتفاق امروزه در صنعت خودرو هم در حال رخ دادن است لذا اگر واقعا قصد توسعه پایدار صنعت خودرو کشور را داریم باید بروی پارادایم جدید ، یعنی خودروهای الکتریکی و یا حداقل هایبریدی سرمایه گذاری کنیم . سرمایه گذاری برای تولید پیشرفته های بنزینی حتی با تکنولوژی توربو دیگر چندان گزینه هوشمندانه ای نیست و تنها می تواند زمینه تامین نیاز بازارد داخلی را محیا کنند و کمکی به صادرات محور شدن صنعت خودرو و جبران عقب ماندگی ها در این زمینه نخواهد کرد .