

وقتی ترس از شراکت و سیاست‌های ارزی مسیر رقابت را مسدود می‌کند

رویای لژیونر شدن با تاکتیک‌های محلی



کیمیا ملکی: صنعت قطعه‌سازی ایران امروز فقط با کمبود نقدینگی یا رکود خودروسازی دست‌وپنجه نرم نمی‌کند؛ مسئله عمیق‌تر از این حرف‌هاست. این صنعت در نقطه‌ای ایستاده که هم از زنجیره جهانی خودرو فاصله گرفته، هم بازار منطقه را به رقبایی مثل ترکیه واگذار کرده، هم برای شکل‌دادن به بنگاه‌های بزرگ و کنسرسیوم‌های صادراتی با مانع فرهنگی و حقوقی روبه‌روست. صادرات قطعه به روسیه طی چند سال از حدود ۹ میلیون دلار به بیش از ۹۰ میلیون دلار رسیده، اما این عدد در برابر ظرفیت بازار منطقه هنوز بیشتر شبیه نشانه‌ای از امکان رشد است تا سند قدرت صادراتی. پشت این رشد محدود، مجموعه‌ای از گرہ‌ها دیده می‌شود: تحریم بانکی، دشواری بازگشت ارز، نبود مشوق صادراتی، الزام عرضه ارز با نرخ پایین‌تر از هزینه واقعی تولید و مهم‌تر از همه، فاصله‌گرفتن قطعات داخلی از استانداردها و نیازهای بازار جهانی.

۲ تصویر متناقض

صنعت قطعه‌سازی ایران سال‌هاست میان دو تصویر متناقض گرفتار مانده است؛ از یک طرف، ادعای ظرفیت بالا، نیروی انسانی فنی، سابقه تولید و شبکه گسترده واحدهای قطعه‌سازی مطرح می‌شود؛ از طرف دیگر، وقتی پای بازارهای صادراتی، رقابت منطقه‌ای و حضور پایدار در زنجیره جهانی به میان می‌آید، سهم ایران کوچک، پراکنده و شکننده باقی می‌ماند. این تناقض، تصادفی نیست. محصول صنعتی است که در مقیاس داخلی بزرگ به نظر می‌رسد اما در منطق تجارت جهانی هنوز با قواعد بنگاه‌های کوچک، تصمیم‌گیری فردی و سیاست‌گذاری کوتاه‌مدت اداره می‌شود. بازار قطعه خودرو در منطقه، بازاری خالی و بی‌رقیب

ترکیه جلوتر از قطعه‌سازان ایرانی ایستاده است

از سوی سازمان توسعه تجارت قابل دریافت است، اما بر اساس تجربه حضور در بازار روسیه، صادرات قطعه ایران به این کشور در سال‌های اخیر رشد قابل توجهی داشته است. در سال ۱۴۰۱، صادرات قطعه ایران به روسیه حدود ۸ تا ۹ میلیون دلار بود، اما در سال ۱۴۰۴ این رقم به حدود ۹۳ تا ۹۴ میلیون دلار رسید.

نایب‌رئیس انجمن صنایع همگن نیرو محرکه و قطعه‌سازان خودرو کشور اظهار داشت: با وجود این رشد، سهم ایران از بازار منطقه‌ای قطعات خودرو هنوز بالا نیست و در مقایسه با ظرفیت بازار، سهم قابل توجهی محسوب نمی‌شود. در این میان، ترکیه سهم بسیار بالاتری در صادرات قطعه دارد.

نخستین مانع صادرات

دوست‌زاده با اشاره به دلایل سهم پایین ایران در بازار صادرات قطعه گفت: مجموعه‌ای از عوامل در این موضوع دخیل است، اما یکی از مهم‌ترین موانع به تحریم‌ها و نبود ارتباطات مالی شفاف با جهان بازمی‌گردد. صادرکننده پس از انجام صادرات، نخستین پرسشی که با آن مواجه می‌شود، نحوه دریافت پول حاصل از صادرات است. جدی شرایط تحریم، فرآیند دریافت ارز صادراتی خود به یکی از موانع جدی و آسیب‌زا برای توسعه صادرات تبدیل شده است.

نبود مشوق صادراتی و الزام بازگشت ارز با نرخ پایین‌تر

نایب‌رئیس انجمن صنایع همگن نیرو محرکه و قطعه‌سازان خودرو کشور با اشاره به اثر سیاست‌های ارزی بر صادرات اظهار داشت: در شرایط فعلی، پس از انجام صادرات، مشوق مؤثری برای صادرکننده وجود ندارد و حتی موانعی نیز پیش روی او قرار می‌گیرد. یکی از این موانع، الزام صادرکننده به عرضه ارز صادراتی با نرخ بازار متشکل یا نرخ‌هایی است که با واقعیت هزینه‌های تولید همخوانی ندارد. امروز بسیاری از نهادهای تولید، به‌جز دستمزد نیروی انسانی و برخی خدمات دولتی مانند آب، برق و گاز، عملاً با نرخ ارز آزاد سنجیده می‌شوند. در چنین شرایطی، اینکه تولیدکننده با هزینه‌های متأثر از ارز آزاد تولید کند، اما ناچار باشد ارز صادراتی خود را با نرخ پایین‌تری عرضه کند، یکی از موانع جدی صادرات است. لازم است قوانین و ضوابطی تدوین شود که



سخن پایانی

قطعه‌سازی ایران برای تبدیل‌شدن به بازیگر جدی منطقه، بیش از هر چیز به تغییر منطق اداره صنعت نیاز دارد. دیگر نمی‌توان با بنگاه‌های پراکنده، سیاست ارزی تنبیهی، قوانین نامناسب برای مشارکت، قطع ارتباط با زنجیره جهانی و امید به چند بازار محدود، از جهش صادراتی حرف زد. رشد صادرات به روسیه نشان می‌دهد هنوز فرصت‌هایی وجود دارد، اما فرصت بدون ساختار، زود مصرف می‌شود. اگر قرار است ایران سهمی واقعی از بازار قطعه بگیرد، باید هم‌زمان چند کار سخت انجام دهد: اصلاح قواعد کنسرسیوم‌سازی، ایجاد مشوق صادراتی واقعی، بازطراحی سیاست بازگشت ارز، سرمایه‌گذاری در توسعه محصول و اتصال دوباره به استانداردهای جهانی. در غیر این صورت، صنعت قطعه همچنان در گزارش‌ها ظرفیت بالا خواهد داشت اما در بازار منطقه، ترکیه قراردادهای را می‌برد و ایران مشغول توضیح دادن موانع می‌ماند.

صنعتی که هنوز با منطق کارگاه اداره می‌شود

یکی از ضعف‌های پنهان قطعه‌سازی ایران، پراکندگی بنگاه‌هاست. تعداد زیاد واحدهای کوچک، در ظاهر نشانه گستردگی صنعت است، اما در عمل می‌تواند به نقطه ضعف تبدیل شود.

واحد کوچک وقتی جداگانه وارد بازار می‌شود، نه قدرت چانه‌زنی بالایی دارد، نه توان سرمایه‌گذاری سنگین برای توسعه محصول، نه امکان تضمین تیراژ بالا و نه ظرفیت ورود حرفه‌ای به بازارهای صادراتی. در چنین وضعیتی، هر تولیدکننده برای بقای خود می‌جنگد، اما صنعت به‌عنوان یک مجموعه بزرگ جلو نمی‌رود.

مشکل فقط اقتصادی نیست. بخشی از فعالان صنعتی همچنان به کار انفرادی عادت کرده‌اند و نسبت به ساختارهای مشترک، کنسرسیوم‌ها و ادغام بدبین‌اند.

این بدبینی ریشه دارد؛ تجربه‌های ناموفق تعاونی‌ها و مجموعه‌های مشترک در اقتصاد ایران باعث شده همکاری جمعی برای بسیاری از بنگاه‌ها بیشتر یادآور دعوا، بی‌اعتمادی و از دست‌رفتن اختیار باشد تا افزایش قدرت. اما بازار جهانی با خطره شکست‌های داخلی کار نمی‌کند. اگر بنگاه‌ها نتوانند در قالب ساختارهای بزرگ‌تر ظاهر شوند، در برابر رقبای منطقه‌ای که با مقیاس اقتصادی کار می‌کنند، عملاً از ابتدا عقب می‌مانند.

جهش روسیه؛ عدد خوب، قدرت ناکافی

یکی از فکت‌های مهم در تصویر امروز صادرات قطعه، رشد فروش به روسیه است. صادرات قطعه ایران به این کشور از حدود ۸ تا ۹ میلیون دلار در سال ۱۴۰۱ به حدود ۹۳ تا ۹۴ میلیون دلار در سال ۱۴۰۴ رسیده است. این رشد از نظر عددی قابل توجه است و نشان می‌دهد بازارهای منطقه‌ای، به‌ویژه در شرایط جابه‌جایی مسیرهای تجاری، می‌توانند برای ایران فرصت ایجاد کنند. اما این عدد نباید با قدرت صادراتی پایدار اشتباه گرفته شود. وقتی پایه صادرات پایین است، جهش چندبرابری الزاماً به معنای تثبیت جایگاه نیست. معیار اصلی این است که ایران چه سهمی از کل بازار قطعه منطقه دارد، چند گروه کالایی را صادر می‌کند، تا چه اندازه در بازارهای مختلف حضور پایدار دارد و آیا می‌تواند قراردادهای بلندمدت و رقابتی ببندد یا نه. پاسخ فعلی چندان امیدوارکننده نیست. سهم ایران هنوز محدود است و ترکیه با فاصله‌ای معنادار جلوتر ایستاده است.

قطع ارتباط با جهان، قطعه ایرانی را داخلی کرد

یکی از مهم‌ترین دلایل عقب‌ماندن صادرات قطعه، فاصله گرفتن صنعت خودرو ایران از زنجیره جهانی است. زمانی که تولید خودروهای مشترک با پلنفرم‌های اروپایی در ایران پررنگ‌تر بود، بخشی از قطعات تولیدی کشور با نیاز بازارهای دیگر هم‌پوشانی داشت. این هم‌پوشانی، مزیت بزرگی بود؛ چون تولیدکننده می‌توانست بدون طراحی کامل از صفر و بدون سرمایه‌گذاری تازه سنگین، قطعه‌ای تولید کند که در بازارهای خارجی نیز کاربرد داشته باشد.

با خروج خودروسازان خارجی و تداوم انزوای صنعت خودرو، این مزیت به‌تدریج از بین رفت. قطعه‌سازی ایران بیش از پیش به نیازهای محدود بازار داخلی گره خورد و از استانداردها، پلنفرم‌ها و تقاضای جهانی فاصله گرفت. نتیجه این است که امروز بخش بزرگی از قطعات داخلی، برای بازار خارجی آماده نیستند. برخی اقلام عمومی‌تر مانند باتری، لاستیک، روغن موتور، روغن گیربکس و مایع خنک‌کننده هنوز قابلیت تطبیق بیشتری دارند، اما برای بخش بزرگی از قطعات خودرو، ورود به بازار صادراتی به طراحی، مهندسی، آزمون، استانداردسازی و سرمایه‌گذاری تازه نیاز دارد.

یک هشدار بزرگ

مقایسه با ترکیه برای قطعه‌سازی ایران تلخ است، اما ضروری است. ترکیه توانسته از موقعیت جغرافیایی، ارتباط با خودروسازان جهانی، ساختارهای تولیدی بزرگ‌تر و سیاست صادراتی فعال استفاده کند. قطعه‌ساز ترکیه‌ای فقط یک تولیدکننده منفرد نیست؛ بخشی از شبکه‌ای است که به بازار، لجستیک، سرمایه، استاندارد و برند صنعتی متصل است. در مقابل، قطعه‌ساز ایرانی اغلب درگیر تامین مواد اولیه، مطالبات از خودروساز داخلی، نوسان ارز، محدودیت بانکی و نبود مقیاس است.

این تفاوت، همان جایی است که فاصله صادراتی را می‌سازد. بازار منطقه منتظر ایران نمی‌ماند. هر سالی که صنعت قطعه درگیر حل‌نکردن مسائل داخلی بماند، رقیب جای بیشتری در بازار می‌گیرد و بازگشت سخت‌تر می‌شود.