

قانون ریچ و توسعه‌ی صادرات

نوشته‌ی: دکتر سعید تقوایی

استاد دانشگاه و مدیرعامل شرکت مهندسی و تحقیقات صنایع لاستیک

taghvaei@hotmail.com

صنعت تایر ایران برای بقا چاره‌ای جز توسعه‌ی صادرات ندارد. درحقیقت می‌توان گفت باتوجه به تراز عرضه و تقاضا، پیش‌بینی می‌شود که اگر هر شرکتی در افق ۱۴۰۰ شمسی نتواند ۲۰-۲۵ درصد محصول خود را صادر کند، با مشکل‌های بسیار جدی در بازار تایر روبه‌رو خواهد شد. به باور من برای سال ۱۴۰۰ شمسی، شرکت‌های تائیرسازی را می‌باید به دوگروه تقسیم کرد: گروه اول شرکت‌هایی که با برنامه‌ریزی و ایجاد زیرساخت‌های لازم به جمع صادرکنندگان پیوسته‌اند که این خود موجب بالندگی و توسعه‌ی فناوری و تعاملات بین‌المللی آنان خواهد شد؛ و گروه دوم شرکت‌هایی که کماکان با دید درون‌گرایی، تنها به بازار داخل چشم دوخته‌اند و با این راهبرد از هم‌اکنون می‌توان چالش‌های بزرگ ماندن و نماندن و مشکل‌ها و سختی‌های فروش و عرضه‌ی محصول به داخل را برای آنان پیش‌بینی کرد.

در نمودارهای (۱) تا (۵) مروری بر روند تولید، واردات و صادرات و تقاضای بازار تایر ایران از گذشته تاکنون شده است. جدول (۱) تراز تجاری صنعت تایر را (در حوزه‌ی تایر خودرو) در افق سال ۱۴۰۰ شمسی نشان می‌دهد.

نکته‌های قابل‌تأمل و تأثیرگذار بر توسعه نیافتن صادرات در صنعت تایر بسیارند و پیش از پرداختن به آن‌ها پرسش‌هایی مطرح‌اند که پاسخ آن‌ها در یافتن راه‌حل‌ها بسیار مؤثرند، از جمله پرسش‌های زیر:

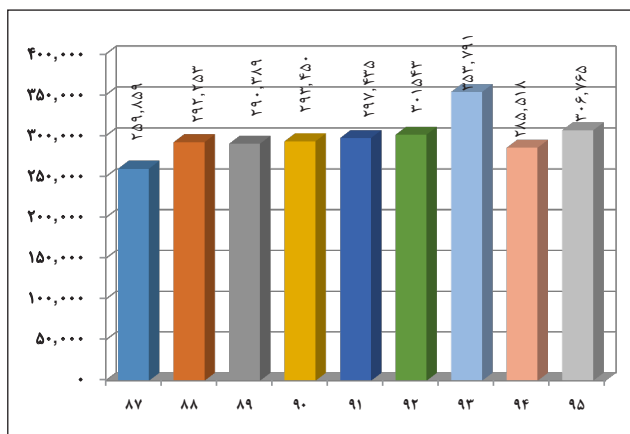
- تراز تجاری صنعت تایر (توازن تأمین و تقاضا) در حال حاضر و در افق ۱۴۰۰ چگونه است؟

- جایگاه صادرات در راهبرد شرکت‌های تائیرسازی داخلی چیست؟

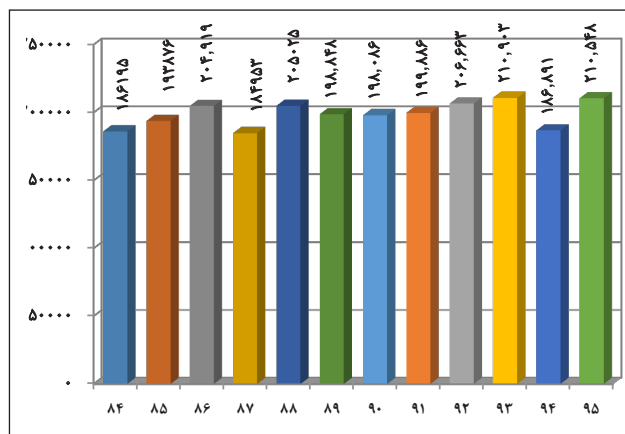
- اصلی‌ترین مانع‌های توسعه‌ی صادرات در صنعت تایر ایران کدام‌اند؟

- و در نهایت این‌که پتانسیل صادراتی و بازارهای هدف صادرات صنعت تایر ایران کدام‌اند؟

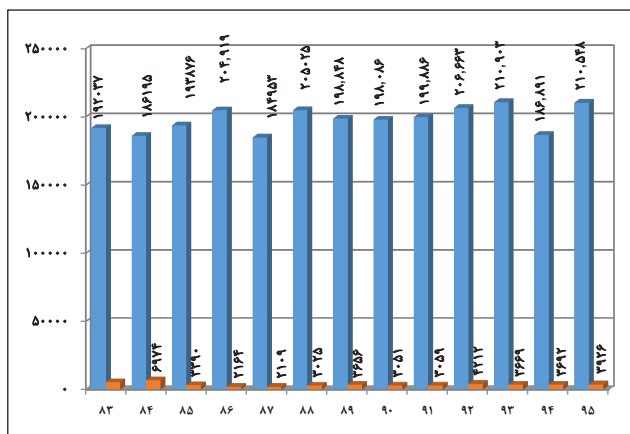
درست است که در حال حاضر از مجموع حدود ۳۵۰ هزار تن بازار تقاضای تایر در ایران، ۱۰۰ هزار تن از راه واردات و بقیه توسط تائیرسازان داخلی تأمین می‌شود؛ اما نکته‌ی حائز اهمیت این است که با افزایش ظرفیت تولید شرکت‌های داخلی و افزوده شدن برخی طرح‌های جدید در ظرف چند سال آینده، با افزایش تأمین و برتری تأمین بر تقاضا روبه‌رو خواهیم شد، به‌گونه‌ای که در افق ۱۴۰۰ شمسی، صادرات محصول دیگر یک اختیار نیست، بلکه



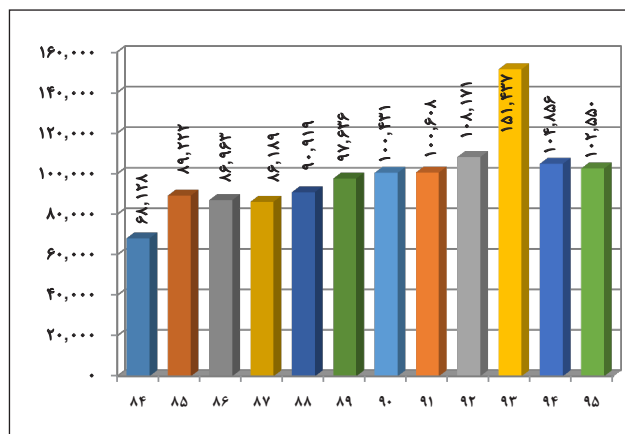
نمودار ۴- روند تقاضای انواع تایر خودرو در کشور



نمودار ۱- روند تولیدات انواع تایر خودرو در کشور برحسب تن



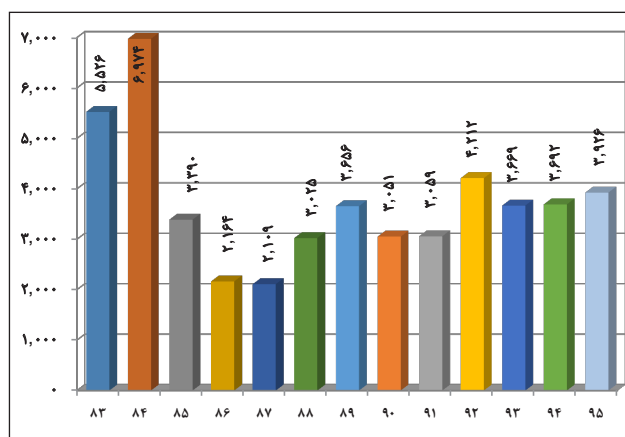
نمودار ۵- مقایسه‌ی میزان روند تولید و صادرات انواع تایر



نمودار ۲- روند واردات انواع محصولات صنعت تایر به کشور برحسب تن

جدول ۱- بررسی تراز تجاری صنعت تایر (در حوزه‌ی تایر خودرو) در ۴-۵ سال آینده (افق ۱۴۰۰ شمسی)

تولید تایر خودرو با فرض خوش‌بینانه‌ی رشد سالیانه ۳ درصد	۲۵۰ هزار تن
اجرای پروژه‌های بازسازی و نوسازی برای رسیدن به ظرفیت اسمی شرکت‌ها	۱۰۰ هزار تن
اجرای شدن طرح‌های توسعه	۲۵۰ هزار تن
واردات	۱۰۰ هزار تن
مجموع تأمین	۷۰۰ هزار تن
نیاز بازار داخلی با رشد سالیانه ۳ درصد	۳۵۰ هزار تن
صادرات	۱۰۰ هزار تن
مجموع تخصیص	۴۵۰ هزار تن
با ادامه‌ی روند فعلی با تراز منفی ۲۵۰ هزار تن در سال روبه‌رو خواهیم شد که تأثیر آن تولید پایین‌تر از ظرفیت و همراه با چالش برای برخی شرکت‌ها خواهد بود.	



نمودار ۳- روند صادرات انواع محصولات تایر خودرو (شامل سواری-وانتی - باری اتوبوسی- کشاورزی- صنعتی و راهسازی)

در داخل کشور روبه‌رو شوند. برای برطرف کردن این مشکل توصیه می‌شود که خیلی زود کمیته‌ی دائمی ریچ در انجمن صنفی صنعت تایلر تشکیل شود؛ همچنین هر شرکتی نیز کارگروهی برای بررسی الزام‌های این قانون تشکیل دهد. میزان استعداد پذیرش و انطباق عملکرد شرکت‌ها با قانون ریچ می‌باید مورد نگرش عمیق قرار گیرد و در نهایت این‌که خود صنعت تایلر، پیشرو در ملی شدن استانداردهای مرتبط با قانون ریچ، از طریق سازمان ملی استاندارد باشد. بازهم به یاد بیاوریم که توسعه‌ی صادرات در صنعت تایلر یک اجبار است نه یک اختیار و برای قرارگیری در این مسیر، یکی از مهم‌ترین عامل‌های زیرساختی، انطباق با قانون ریچ است.

بررسی بازار تقاضای تایلر ۱۲ کشور عضو کشورهای مشترک‌المنافع (حوزه‌ی CIS)، با ارزش دلاری تقاضای تایلر حدود ۲۵۰۰ میلیون دلاری و همچنین ۱۱ کشور حوزه‌ی خلیج‌فارس، با ارزش دلاری تقاضای حدود ۲۸۰۰ میلیون دلاری نشان می‌دهد که در حال حاضر بالغ بر ۳۰ درصد این تقاضا را کشور چین تأمین می‌کند.

از مجموع این ۵۳۰۰ میلیون دلار، ۳۰۰۰ میلیون دلار آن به تایلرهای سواری و SUV تعلق دارد که حدود ۷۵۰ هزار تن از این گروه تایلرها می‌شود. شرکت‌های تایلر سازی داخلی می‌توانند در هدف‌های راهبردی خود به این بازار چشم داشته باشند. تأمین تنها ۵ درصد از تقاضای این بازار، عدد قابل‌توجه ۴۰ هزار تن خواهد شد که می‌تواند ما را به آینده امیدوارتر کند. برای رسیدن به چنین هدفی، نیازمند ایجاد عامل‌های زیر در شرکت‌های تولیدکننده‌ی تایلر هستیم و این خود مستلزم اقدام‌های زیرساختی است:

الف- ایجاد دفترهای خدمات فنی در کشورهای هدف صادراتی منتخب، به منظور رصد بازار تقاضا، تبلیغات و توسعه‌ی نام تجاری (برند) در تخمین الزام‌ها و ارائه

هرچند که تحقق طرح‌های توسعه در طول ۳ تا ۴ سال آینده قدری دور از ذهن به نظر می‌رسد، اما بازسازی و نوسازی طرح‌های موجود و این‌که ۴ طرح توسعه‌ی ایجاد جدید، به‌طور قطع ظرفیت عرضه را افزایش می‌دهند- همان‌گونه که اشاره شد چاره‌ای جز صادرات برای ما نمی‌گذارد؛ اما این‌که چرا صنعت تایلر ایران با وجود سابقه‌ی ۵۰ ساله‌ی خود، صادرات چشم‌گیری ندارد را می‌توان در عامل‌های زیر جست‌وجو کرد:

- ۱- درون‌گرا بودن صنعت تایلر ایران؛
- ۲- تحریم‌های بین‌المللی و ناکافی بودن تعامل‌های بین‌المللی؛
- ۳- انطباق ناکافی شاخص‌های محصولات تولیدی با قانون‌ها و استانداردهای بین‌المللی در بازارهای هدف صادراتی؛
- ۴- مناسب نبودن مزیت نسبی و ارزش‌افزوده کالاهای صادراتی، در مقایسه با عرضه‌ی داخلی محصول؛
- ۵- عدم شناخت کافی از بازارهای جهانی؛ و
- ۶- عدم باور رقابت‌پذیری در جمع مدعیان در بازارهای منطقه و جهان.

از مهم‌ترین عامل‌های مؤثر بر توسعه‌ی صادرات، به‌روز شدن و انطباق کامل شاخص‌های فرایندی و محصول با قانون‌ها و استانداردهای نوین ملی و بین‌المللی است. انطباق با قانون ریچ از مهم‌ترین چالش‌های صنعت تایلر در دو تا سه سال آینده است؛ چراکه صنعت تایلر، تأمین‌کنندگان مواد اولیه‌ی خود را به‌اندازه‌ی که خودروسازان صنعت تایلر را به‌دنبال الزام‌های خود کشاندند، نتوانسته‌اند به‌پیش برانند. بنابراین در حال حاضر تأمین‌کنندگان مواد اولیه‌ی صنعت تایلر، از عدم انطباق کافی با قانون ریچ رنج می‌برند. تولیدکنندگان مواد اولیه‌ی صنعت تایلر به‌منظور انطباق با قانون ریچ، می‌باید هزینه‌های چشم‌گیری را متحمل شوند که این از توان آن‌ان خارج است؛ بنابراین پیش‌بینی می‌شود شرکت‌های تایلر سازی صادرات‌محور، در آینده‌ی نزدیک با بحران تأمین مواد اولیه

به واحدهای R&D شرکت‌های تولیدی برای راه‌اندازی محصول جدید و تقاضامحور؛
 ب- تأمین و به‌روزرسانی الزام‌های فنی موردنیاز کشورهای هدف صادراتی، با ایجاد کمیته‌ی قانون‌ها و استانداردها در شرکت‌های تائیرسازی، به‌منظور رصد و جمع‌آوری استانداردهای نوین و الزام به انطباق محصولات و فرایند شرکت با قانون‌های به‌روز شده‌ی جهانی، به‌منظور تولید

محصول در کلاس صادراتی؛
 ج- ایجاد ارتباطها و تعامل‌های پایدار بین‌المللی با شرکت‌های پیش‌تاز فناوری، به‌منظور همکاری در فناوری محصول و همچنین ایجاد دانش و فناوری‌های پایه، به‌منظور دستیابی به هنر طراحی؛
 د- افزایش ضریب نسبی صادرات محصول با کاهش قیمت تمام‌شده، به‌منظور حضور موفق در کنار رقیبان *IRM*

از مهم‌ترین عامل‌های مؤثر بر توسعه‌ی صادرات، به‌روز شدن و انطباق کامل شاخص‌های فرایندی و محصول با قانون‌ها و استانداردهای نوین ملی و بین‌المللی است. انطباق با قانون ریج از مهم‌ترین چالش‌های صنعت تائیر در دو تا سه سال آینده است؛ چراکه صنعت تائیر، تأمین‌کنندگان مواد اولیه‌ی خود را به‌اندازه‌ای که خودروسازان صنعت تائیر را به‌دنبال الزام‌های خود کشاندند، نتوانسته‌اند به‌پیش برانند. بنابراین درحال حاضر تأمین‌کنندگان مواد اولیه‌ی صنعت تائیر، از عدم انطباق کافی با قانون ریج رنج می‌برند. تولیدکنندگان مواد اولیه‌ی صنعت تائیر به‌منظور انطباق با قانون ریج، می‌باید هزینه‌های چشم‌گیری را متحمل شوند که این از توان آنان خارج است؛ بنابراین پیش‌بینی می‌شود شرکت‌های تائیرسازی صادرات‌محور، در آینده‌ای نزدیک با بحران تأمین مواد اولیه در داخل کشور روبه‌رو شوند. برای برطرف کردن این مشکل توصیه می‌شود که خیلی زود کمیته‌ی دائمی ریج در انجمن صنفی صنعت تائیر تشکیل شود؛ همچنین هر شرکتی نیز کارگروهی برای بررسی الزام‌های این قانون تشکیل دهد. میزان استعداد پذیرش و انطباق عملکرد شرکت‌ها با قانون ریج می‌باید مورد نگرش عمیق قرار گیرد و درنهایت این که خود صنعت تائیر، پیشرو در ملی شدن استانداردهای مرتبط با قانون ریج، از طریق سازمان ملی استاندارد باشد.

