هدفهای بلند پروازانه سه غول کره برای صادرات

 3شرکت بزرگ خودروسازی کره یعنی‏ هیوندای،دوو و کیا مطمئن هستند که امسال‏ حداقل 600000 دستگاه خودرو به خارج‏ صادر خواهند کرد.

در زیر،برگردان مقاله‏ای از نشریهء نیوزریویو از نظرتان میگذرد که هدفهای این 3 غول کره را برای نفوذ به بازارهای خارجی به بحث می‏گیرد.

در آغاز سال(1993)زمانی که 3 غول‏ خودروسازی کره اعلام کردند صادرات خود را تا پایان سال با 40 درصد افزایش به 620000 دستگاه اتوموبیل خواهند رساند،صاحبنظران‏ هدفهای آنها بسیار بلند پروازانه خواندند.

اتحادیهء خودروسازان کره پیشبینی می‏کند که صادرات این وسیله به 520000 دستگاه‏ می‏رسد.پیشبینی خوشبینانه‏تر مربوط به‏ مؤسسهء پژوهش اقتصادی شرکت‏"کیا"است که‏ میزان صادرات خودرو را بیش از 500000 دستگاه نمی‏دانست.

با این حال،هم اکنون به نظر می‏رسد که‏ هدفهای صادراتی این 3 غول خودروسازی کره‏ به دور از واقعیت نبوده است:آنها مطمئن‏ هستند که می‏توانند دست کم 600000 خودرو صادر کنند.

ازاین 3 شرکت،تنها"دوو"پیشبینی‏ می‏کند که 30000 دستگاه کمتر از هدف صادراتی‏ خود که 150000 است تولید کند.دو شرکت‏ دیگر یعنی‏"هیوندای‏"و"کیا"انتظار دارند که بیشتر از برنامه‏ریزی خود صادرات داشته‏ باشند.هیوندای معتقد است،به رغم نوسانهای‏ فروش خود در بازارهای گوناگون،مجموع‏ صادراتش طبق برنامه به 320000 دستگاه‏ خواهد رسید.

این شرکت،که بزرگترین کارخانهء سازندهء خودرو در کره به شمار می‏آید،در نظر داشت‏ به نحو فراگیری به بازار اروپا نفوذ پیدا کند،با این حال وضعیت اقتصادی این بازار زیاد امیدوارکننده نبوده است.

"گیم جونک هیوک‏"مدیر عامل بخش بازاریابی‏ صادرات و برنامه‏ریزی هیوندای می‏گوید انتظار می‏رود که صادرات محصول این کارخانه به بازار اروپا 5 درصد کمتر از برنامهء پیشبینی شده،که‏ 120000 بوده است،باشد.فروش هیوندای در ایالات متحده آمریکا و کانادا،که نرخ بیکاری‏ کارکنان یقه آبی(بخش تولیدی)آنها بالاست‏ و بهترین مشتریان این شرکت به شمار می‏آیند، آهسته بوده است.ولی این همان چیزی است‏ که هیوندای پیشبینی می‏گرد.

جونگ هیوک می‏افزاید:"به همین علت بود که امسال برنامه‏ریزی صادرات به ایالات متحد آمریکا را با احتیاط کامل انجام دادیم(در حدود 95000 دستگاه).ولی تقاضا در آسیا و آمریکای‏ لاتین برای سواریها و کامیونهای این شرکت‏ رو به افزایش است که کاهش فروش در اروپا را جبران‏ خواهد کرد".

افزون برافزایش واردات سواریهای هیوندای به‏ چین در نیمهء نخست امسال،تقاضا برای این‏ خودروها در تایلند و پاکستان نیز بسرعت رو به‏ فزونی می‏رود.

البته،تنها شرکت هیوندای نیست که‏ صادرات خود را به کشورهای آسیایی افزایش‏ داده است.شرکت کیا بیشتر از سایرین می‏تواند از بازار آسیا بهره‏مند شود چرا که سواریها و کامیونهای خود را با مشارکت شرکتهای محلی‏ مونتاژ می‏کند.این کارخانه،علاوه‏بر صادرات قطعات آمادهء خودروی مدل‏"پراید"به‏ فیلی پین و تایلند برای مونتاژ،اینگونه صادرات‏ را به اندونزی نیز افزایش داده است.

چانگ تایسونگ مدیر عامل بخش برون مرزی‏ شرکت کیا می‏گوید:"فروش چشمگیر این‏ کارخانه در کشورهای در حال توسعهء آسیایی و سایر نقاط جهان موجب خواهد شد تا صادرات‏ این شرکت از میزان برنامه‏ریزی شده یعنی‏ 150000 دستگاه در آغاز امسال به 160000 دستگاه افزایش یابد".هدف شرکت کیا تنها صادرات به کشورهای در حال توسعه نیست بلکه‏ هدف بلند پروازانهء دیگری نیز دارد و آن حضور در بازار ایالات متحد آمریکا و فروش خودروهای‏ سواری و وسایل نقلیهء چند منظوره است. شرکت کیا به عنوان یکی از استراتژیهای‏ تشویق فروش خود سرگرم مذاکره با شرکتهای‏ اجاره دهندهء اتوموبیل است تا نیازهایـ آنها را با سواریهای مدل‏"سفیا"تامین کند.چانگ‏ در این مورد می‏گوید:"ما سرگرم مذاکره با چند شرکت اجاره دهندهء خودرو ههستیم تا بتوانیم‏ 3000 تا 4000دستگاه از خودروهای مدل سفیا را به آنها بفروشیم.شرکتهای مزبور به مردمی‏ که خودروهایشان در حال تعمیر است اتوموبیل‏ اجاره می‏دهد.این افراد پس از چند روز رانندگی‏ با سفیا به مزایای این خودرو پی خواهند برد".

وی می‏افزاید:"فروش خودرو به مشتریان‏ انفرادی آمریکایی،پس از آنکه شعبهء کیا در آمریکا(به نام کیا موتورز آمریکا)شبکهء فروشندگان خود را دایر کند.احتمالا در دسامبر یا ژانویهء 1994 آغاز می‏شود".

کیا در نظر دارد 60000 دستگاه سفیا و 30000 دستگاه خودروی مدل اسپورتیج در طول سال‏ 1995 در آمریکا بفروش برساند.این شرکت به‏ تازگی خودروی اسپورت 2 دیفرانسیل خود را در بازار داخلی آغاز کرده است.خودروی‏ مزبور بیشتر به یک پاترول شبیه است تا یک‏ جیپ.

کیا همچنین در نظر دارد،تا از آغاز اکتبر، خودروی مدل‏"اسپایر"را از طریق شبکهء فروش‏ کارخانهء فورد در ایالات متحد آمریکا عرضه‏ کند.این خودرو جایگزین خودروی مدل‏ "فستیوا"خواهد شد.هر دو خودرو را،که ظرفیت‏ موتور هر یک 1300 سانتی متر مکعب است،شرکت‏ مزدای ژاپن طراحی کرده است.این شرکت‏ ترجیح می‏دهد برای عرضهء خودروهای خود در بازار اروپا،به جای آنکه به ایجاد شبکهء بازرگانی‏ مبادرت کند یا با یک شرکت موافقتنامهء نمایندگی‏ انحصاری امضاء کند،همچنان به بازرگانان‏ داخلی متکی باشد.چانگ می‏گوید:"با توجه به‏ شیوهء زندگی و زبانهای گوناگون ملتهای اروپایی، فروش خودروهای ما از طریق بازرگانان داخلی‏ بسیار کم هزینه‏تر خواهد بود".

"دوو"،برخلاف هیوندای و کیا،می‏گوید به‏ هدف صادراتی خود که 150000 دستگاه خودرو است دست نخواهد یافت.ولی این شرکت‏ رکورد بالاترین نرخ رشد صادرات را در اختیار دارد،چرا که در 7 ماه نخست امسال(1993) تعداد 49070 دستگاه خودرو صادر کرده که‏ نسبت به مدت مشابه سال پیش بیشتر از 122 درصد افزایش داشته است.

یکی از مسئولان "دوو"اظهار می‏دارد که این‏ شرکت میزان صادرات خود را بین 20000 تا 30000 دستگاه کاهش داده،و این اقدام به‏ این خاطر صورت نگرفته است که‏"دوو"نمی‏تواند طبق برنامه پیشبینی شده 150000 خودرو در بازارهای خارجی بفروشد بلکه به این دلیل است‏ که ظرفیت تولید آن نمی‏تواند ضامن چنین‏ فروشی باشد.

چانگ ساک جون،معاون مدیر عامل بخش‏ بازاریابی و برنامه‏ریزی شرکت‏"دوو"است می‏گوید این‏ شرکت برای اینکه هم فروش داخلی و هم صادرات‏ خود را تشویق کند ظرفیت تولید را محدود کرده‏ است.فروش خودروهای‏"دوو"در داخل نیز، از ژانویه تا ژوئیه،7/31 درصد افزایش داشته‏ است.

در نیمهء دوم سال گذشته بود که‏"دوو"توانست‏ صادرات خودروهای مدل‏"لمان‏"را آغاز کند.

این خودرو که توسط جنرال موتورز آمریکا و به‏ عنوان یک اتوموبیل جهانی طراحی شده بود در اروپا به‏"کادت‏"شهرت دارد.این شرکت سال‏ پیش از جنرال موتورز که شریک پیشین او بود جدا شد.از آن پس،"دوو"تلاش خود را در کشورهای جهان سوم-بویژه کشورهای اروپای‏ شرقی و آمریکای لاتین-متمرکز کرده است زیرا به موجب موافقتنامه‏ای با جنرال موتورز نمی‏تواند خودروهای‏"لمان‏"را در ایالات متحدآمریکا و اروپای غربی بفرشد.ولی به چه دلیل، خودروهای ساخت کره در بازارهای خارجی به‏ خوبی بفروش می‏رسند؟

3 خودروساز بزرگ کره‏ای براین باورند که‏ پذیرش ین ژاپن به جای دلار آمریکا و"ون‏"کره، که باعث ارزانتر شدن خودروهای کره‏ای نسبت‏ به خودروهای ژاپنی در بازارهای خارجی می‏شود، به نفعشان بوده است.

افزایش فروش خودرو در خارج نیز از استراتژی‏ "دور زدن‏"موانع وارداتی در کشورهای در حال‏ توسعه ناشی شده است.برای مثال،"کیا"و "هیوندای‏"صادرات خودرو را به صورت‏ قطعات آماده افزایش داده‏اند زیرا بسیاری از کشورهای در حال توسعه این‏گونه کالاهای‏ وارداتی را به منظور مونتاژ در داخل مجاز می‏دانند،در حالی که واردات خودروهای‏ مونتاژ شده ممنوع است.

هم اینک،"دوو"سرگرم احداث یک کارخانهء مونتاژ در ازبکستان است تا قطعات خودرو را در آنجا مونتاژ کند.سازندگان خودرو می‏گویند آنچه در تشویق صادرات خودرو مهم‏تر از ین‏ قوی و استراتژیهای مؤثر صادراتی است،بهبود کیفیت می‏باشد.

آیا کیفیت خودروهای ساخت کره به اندازهء کافی افزایش یافته است تا در بازارهای آمریکا و اروپای غربی از برتری رقابتی برخوردار باشد؟.

به رغم قابلیت جدید کشور کره،هیچ یک از خودروسازان در حال حاضر نمی‏توانند به این‏ پرسش پاسخ مثبت بدهند.