گزارش خبر
NEWSREPORT
کد خبر: ۴۵۲۱۸۲
شنبه ۲۲ خرداد ۱۴۰۰ ۲۰:۳۳

# شایعه توقف تولید خودروی محبوب ایرانی ها!

خروج ۲۰۶ از خطوط تولید تا پایان امسال خبری است که این روزها در فضای مجازی دست به دست می‌شود. ایران‌خودرو هنوز نسبت به این خبر واکنشی نشان نداده در واقع نه آن را تایید کرده نه تکذیب.

به گزارش خبرنگاران صنعت و تجارت گزارش خبر،بر فرض صحت این خبر پژو ۲۰۶ با پیوستن به پراید و پژو ۴۰۵ GLX سومین محصول پرتیراژی خواهد بود که خطوط تولید خودروسازان را ترک خواهد کرد. اما فارغ از واقعیت داشتن یا شایعه بودن خروج ۲۰۶ این سوال مطرح می‌شود که چرا شرکت‌های خودروساز به راحتی دل از محصولات تولیدی خود نمی‌کنند و شاهد هستیم که قدمت حضور برخی از محصولات تولیدی آنها به بیش از یک دهه می‌رسد؟
در شرایطی شرکت‌های خودروساز داخلی به راحتی حاضر به حذف محصولات خود نیستند و خودروهای یاد شده را تحت هر شرایطی در سبد محصولاتی خود حفظ می‌کنند که بررسی وضعیت برندهای خودروساز بین‌المللی نشان می‌دهد توقف تولید و جایگزین کردن محصولات جدید روالی عادی در شرکت‌های خودروساز جهانی است.

به نظر می‌رسد بخش عمده‌ای از این مساله را باید در تسلط خودروسازان بین‌المللی روی دانش و تکنولوژی جست و جو کرد این درحالی است که خودروسازان داخلی بیشتر بر مونتاژ محصولات خودرویی تمرکز کرده‌اند.  درست است که خودروسازان داخلی بیشتر مونتاژکار محسوب می‌شوند تا خودروساز، اما این به معنای آن نیست که آنها به سمت طراحی پلت‌فرم حرکت نکرده باشند.
در کنار آن اما به فیس‌لیفت محصولات خود نیز مبادرت کردند تا از این مسیر سبد محصولاتی خود را متنوع‌تر از پیش کنند. با این حال طراحی پلت‌فرم و فیس‌لیفت کردن برخی از محصولات باعث نشده تا خودروسازان از تولید محصولات قدیمی خود دست بردارند و همچنان محصولاتی با عمر بیش از دو دهه در خطوط تولید آنها دیده می‌شود.  حال سوال این است که چرا خودروسازان به راحتی دل از محصولات تولیدی خود نمی‌کنند؟
حسن کریمی سنجری کارشناس خودرو در این ارتباط  می‌گوید دلیل اصلی این است که شرکت‌های خودروساز کشور از دانش کافی در زمینه طراحی خودرو برخوردار نیستند. این کارشناس خودرو ادامه می‌دهد خودروسازی کشور از عدم توانایی در طراحی پلت‌فرم رنج می‌برد. به نظر کریمی سنجری سیکل خودروسازی در کشور کامل نشده و به همین دلیل نمی‌توان به شرکت‌های خودروساز داخلی عنوان خودروساز داد، بلکه زنجیره خودروسازی در بهترین حالت توانایی مونتاژ کاری  را دارا است. او به نقش تحریم‌ها نیز در این زمینه اشاره می‌کند و می‌گوید عدم توانایی در طراحی پلت‌فرم به صورت مستقل باعث می‌شود تا خودروسازان برای تولید محصولات جدید به شرکای بین‌المللی خود وابسته باشند.
او تاکید می‌کند به طور معمول در دوران تحریم خودروسازان این امکان را ندارند که محصول جدید به سبد محصولاتی خود اضافه کنند و در بهترین حالت برای ایجاد تنوع در سبد محصولاتی خود به فیس‌لیفت کردن محصولات موجود می‌پردازند. این کارشناس خودرو در پاسخ به این سوال که چرا به رغم توانایی در فیس‌لیفت کردن محصولات توسط خودروسازان، تولید محصولات قدیمی‌تر نیز به طور موازی ادامه پیدا می‌کند، می‌گوید دلیل این مساله را باید در عدم توانایی شرکت‌های خودروساز در تولید محصولات فیس‌لیفت با قیمت تمام شده محصولات قدیمی جست و جو کرد.
کریمی سنجری معتقد است وقتی خودروسازان محصولی را فیس‌لیفت می‌کنند قیمت تمام شده آن بالا می‌رود و همین مساله باعث می‌شود تا آنها در کنار تولید محصول فیس‌لیفت شده محصول قدیمی که قیمت تمام شده پایین‌تری دارد و مشتریان بیشتری از آن اسقبال می‌کنند را همچنان در خطوط تولید خود حفظ کند.