

**صنعت خودرو
آفریقای جنوبی
متنوع، رقابتی و
صادرات محور**

چکیده:

صنعت خودروی آفریقای جنوبی یک صنعت صادرات محور و رقابتی است که با داشتن 55 برند و 2872 مدل متنوع خودرو در بازار (اعم از وارداتی و تولید داخل) یکی از رقابتی ترین بازارهای خودرو در جهان را در سال 2015 داشته است. که این موضوع به معنی قدرت انتخاب مصرف کننده با توجه به تنوع موجود در بازار است و در مورد خودروهای تجاری و سنگین نیز وضعیت مشابه بوده و با 31 برند و 625 مدل متنوع در بازار در سال 2015 یکی از رقابتی ترین بازارها بوده است.

صنعت خودرو بعنوان بزرگترین و مهمترین صنعت در اقتصاد آفریقای جنوبی سهم 7.5 درصدی را در رشد تولید ناخالص داخلی کشور (GDP)، 33.5 درصد تولیدات صنعتی و 14.6 درصد کل صادرات آفریقای جنوبی را شامل میشود.

صادرات خودرو آفریقای جنوبی با افزایش چشمگیر 2.3 میلیارد دلار یا 30.9 درصد از 7.3 میلیارد دلار در سال 2014 به رقم 9.6 میلیارد دلار در سال 2015 رسید. این رقم صادرات در 2015 به این معناست که صادرات خودرو 14.6 درصد کل صادرات آفریقای جنوبی را شامل شده است.

مقدمه:

صنعت خودرو سازی بزرگترین صنعت جهان و دومین فعالیت عمده اقتصادی پس از بانکها است و بیش از یکصد میلیون نفر را (به صورت مستقیم و غیر مستقیم) مشغول به کار کرده است. طبق تحقیقات صورت گرفته در جهان امروز، از هر ده شغل، یکی مربوط به صنعت خودرو سازی است و یک ششم تجارت جهانی مختص این صنعت بزرگ است. اهمیت این صنعت تا جایی است که پتر دراکر آن را لوکوموتیو دیگر صنایع یا مادر دیگر صنایع و در واقع موتور محرک صنایع جهان نامگذاری کرده است.

این در حالیکه بر اساس آمار سازمان جهانی تولید کنندگان خودرو (OICA)، تولید خودرو در سال 2015 رکورد جدیدی را پشت سر گذاشت و با رشد یک درصدی نسبت به سال قبل بالغ بر 90 میلیون و 693 هزار دستگاه بوده است. بر همین اساس چین با تولید 24 میلیون و 503 هزار دستگاه بزرگترین خودروساز جهان در سال 2015 و آمریکا با 12 میلیون و 100 هزار دستگاه در رتبه دوم و ژاپن با 9 میلیون و 278 هزار دستگاه در رتبه سوم قرار گرفته‌اند. (چین به تنهایی بیشتر از آمریکا و ژاپن مشترکا خودرو تولید کرده که آشکارا نشان دهنده تغییر در تولید و مصرف خودرو از غرب به شرق است).

بر همین اساس، ایران که در سال 2011 با تولید یک میلیون و ششصد هزار دستگاه رتبه دوازدهم دنیا را کسب کرده بود، با تولید یک میلیون و 90 هزار و 846 دستگاه رتبه 18 را در سال 2014 به خود اختصاص داده و در سال 2015 با تولید 982 هزار و 337 دستگاه رتبه بیستم را بدست آورده است. در حالیکه آفریقای جنوبی که با تولید 566/083 خودرو در سال 2014 رتبه 24 را در تولید جهانی خودرو بدست آورده بود در سال 2015 با تولید 615658 دستگاه رتبه بیست و دوم را بدست آورده است.

بطور کلی میتوان گفت، در حال حاضر تولید کنندگان بزرگ جهانی بشدت بر کاهش هزینه برای کاهش قیمت از طریق افزایش کارایی، ارتقاء بهره وری و مکان یابی و استقرار کارخانه نزدیک به بازارهای مصرف با تقاضای بالا جهت اجتناب از هزینه های حمل و نقل، موانع تعرفه ای و تجاری و خطرات ارزی تمرکز نموده اند و انتخاب آفریقای جنوبی جهت تولید خودرو توسط خودروسازان بزرگ جهانی نیز بدلائل فوق بوده است.

صنعت خودرو سازی آفریقای جنوبی



صنعت خودروسازی یکی از مهمترین بخشهای اقتصاد آفریقای جنوبی و به عنوان بخش استراتژیک اقتصاد این کشور و نیز بعنوان بزرگترین بخش تولید در نظر گرفته می شود. بسیاری از شرکتهای بزرگ جهانی از آفریقای جنوبی در جهت تولید قطعات و مونتاژ خودرو برای مصرف در داخل و بازارهای بین المللی بهره می برند و بر همین اساس دولت آفریقای جنوبی صنعت خودروسازی را بعنوان یک صنعت کلیدی در رشد اقتصادی خود مد نظر قرار داده است.

در واقع میتوان گفت، صنعت خودرو بعنوان بزرگترین و مهمترین صنعت در اقتصاد آفریقای جنوبی سهم 7.5 درصدی را در رشد تولید ناخالص داخلی کشور (GDP)، 33.5 درصد تولیدات صنعتی و 14.6 درصد کل صادرات آفریقای جنوبی را شامل میشود. در واقع آفریقای جنوبی بزرگترین بازار خودرو و مهمترین مرکز تولید خودرو و خوشه های زنجیره تامین قطعات خودرو در آفریقا است.

با توجه به اینکه افزایش تقاضا در بازار داخل به تنهایی نمیتواند رشد پایدار اشتغال در این بخش را جوابگو باشد، برنامه رشد صادرات 2 تا 3 درصد بمدت 10 سال برای تضمین اشتغال و جذب مدل جدیدی از سرمایه گذاری یا افزایش صادرات واحدهای موجود پیش بینی شده و در حال اجراست و بر همین اساس تولید 1/2 میلیون خودرو تا سال 2020 هدف گذاری شده است.

این صنعت عمدتاً در سه استان متمرکز شده است که شامل کیپ شرقی، کوازوناتال و خانتنگ می باشند. شرکتهای دارای کارخانه تولید در آفریقای جنوبی دارای مزیت دسترسی به بازارهای جدید بواسطه وجود موافقت نامه تجاری بین این کشور و اتحادیه اروپا و منطقه تجارت آزاد جامعه توسعه جنوب آفریقا (SADC) می باشند. تامین خودرو در این کشور در حال حاضر بصورت تولید خودرو در داخل و نیز واردات به صورتهای مختلف صورت می پذیرد. تعداد خودروهای به ثبت رسیده در این کشور در سال 2014 برابر 11/5 میلیون دستگاه می باشد.

نقشه پراکندگی تولید خودرو در آفریقای جنوبی



برنامه توسعه صنعتی موتور (MIDP) در سال 1995 در جهت تقویت صنعت مونتاژ خودروی آفریقای جنوبی شروع گردید. برنامه توسعه صنعت موتور معروف به MIDP برای دوره تا پایان سال 2009 وضع گردیده بود. بر این اساس در سپتامبر 2008 طرح جدیدی بنام APDP به تصویب رسید که جایگزین MIDP گردید. هدف از این طرح تشویق رشد در صنعت تولید خودرو، ایجاد اشتغال و همانگونه که ذکر شد تولید 1/2 میلیون خودرو در سال تا سال 2020 و نیز تعمیق صنعت قطعه سازی این کشور می باشد.

آمار تولید خودروهای شخصی و تجاری سبک 2010-2014

	خودروهای سبک تجاری			خودروهای شخصی				
	بازار			بازار				
صادرات به کل %	کل	صادرات	داخلی	صادرات به کل %	کل	صادرات	داخلی	
37.0	153773	56950	96823	61.5	295394	181654	113740	2010
43.6	192829	84125	108704	60.1	312265	187529	124736	2011
50.4	245081	123443	121638	55.7	272076	151659	120417	2012
48.9	248396	121345	127051	57.3	265140	151893	113247	2013
46.4	255629	118585	137044	55.8	277491	154920	122571	2014

Source: NAAMSA/Lightstone Auto

آمار تولید خودرو های سنگین تجاری و اتوبوس 2010 – 2014

خودروهای سنگین تجاری و اتوبوس				
صادرات به کل %	بازار			
	کل	صادرات	داخلی	
3.8	22882	861	22021	2010
2.9	27459	803	26656	2011
3.7	28917	1076	27841	2012
3.8	32130	1206	30924	2013
4.3	32963	1412	31551	2014

Source: NAAMSA/Lightstone Auto

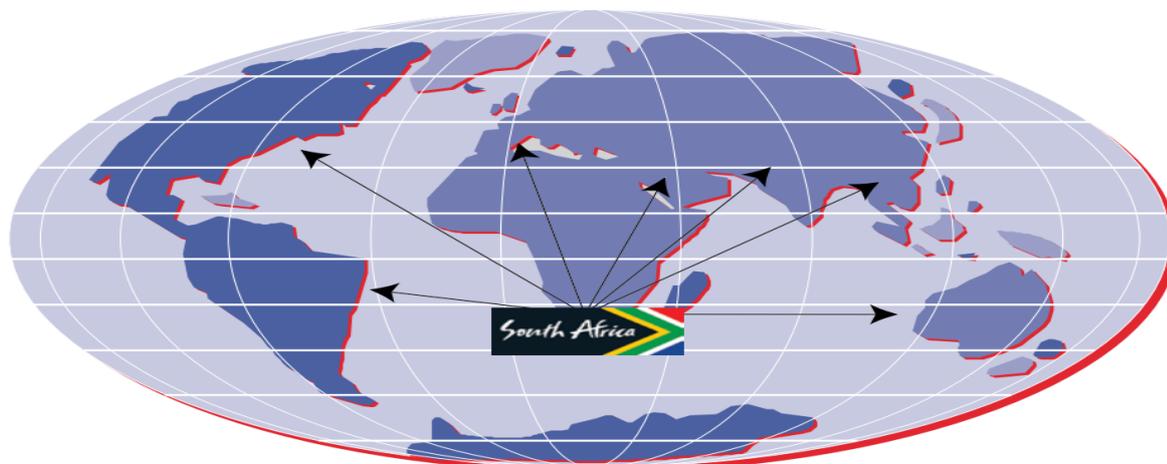
از جمله شرکتهایی که اقدام به واردات قطعات خودرو و مونتاژ آن در آفریقای جنوبی می نمایند شامل شرکت های Nissan ، FORD، Fiat، Delta Motor Corporation، Daimler-Chrysler، BMW، Volkswagen، Toyota، Arvin می باشند. همچنین تولید کنندگان قطعات از قبیل شرکت های Senior Flexonics و Corning، Exhaust و نیز به ایجاد پایگاه های تولید در این کشور مبادرت ورزیده اند.

در این کشور بیش از 200 قطعه ساز وجود دارد. عمده صادرات مربوط به مبدل کاتالیزور (Catalytic converter) بوده که تقریباً نیمی از صادرات قطعات خودروی این کشور را در بر می گیرد. دیگر قطعات صادراتی شامل موتور، صدا خفه کن و اگزوز، رادیاتور، چرخ و تایر، پوشش چرمی صندلی، رادیو و سیستم های صوتی خودرو و اکسل بویژه برای کامیون های سنگین می گردند. کشورهای آلمان، اسپانیا، انگلستان، ایالات متحده، فرانسه و کشورهای جنوب صحرای آفریقا بعنوان عمده ترین مقاصد صادراتی قطعه سازان آفریقای جنوبی در نظر گرفته می شوند.

تعرفه واردات:

بر اساس طرح مذکور به تعرفه های باثبات تر و مناسب تر توجه نموده و تعرفه های واردات از سال 2012 به 25 درصد برای خودرو های تکمیل شده و 20 درصد برای قطعات استفاده شده در مونتاژ خودرو تغییر یافته است و قرار است تا سال 2020 همین نرخ های تعرفه ثابت بماند.

صادرات خودرو



صادرات خودرو آفریقای جنوبی با افزایش چشمگیر 2.3 میلیارد دلار یا 30.9 درصد از 7.3 میلیارد دلار در سال 2014 به رقم 9.6 میلیارد دلار در سال 2015 رسید. این رقم صادرات در 2015 به این معناست که صادرات خودرو 14.6 درصد کل صادرات آفریقای جنوبی را شامل شده است.

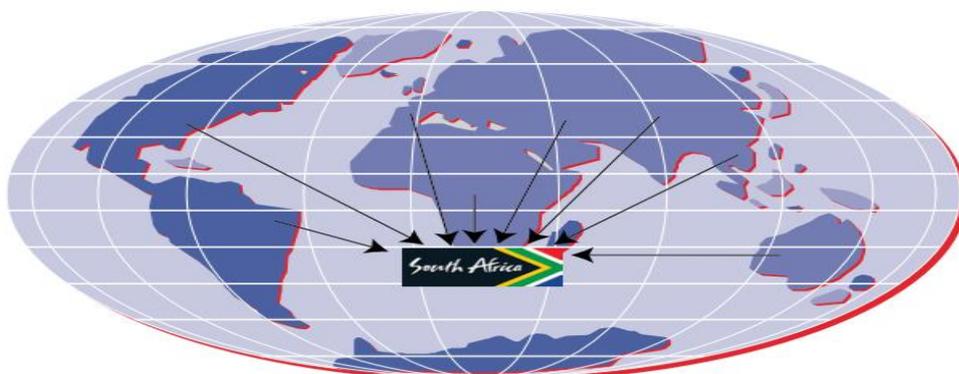
آفریقای جنوبی در کنار صادرات قطعات خودرو، 333802 دستگاه خودرو راست فرمان و چپ فرمان در سال 2015 به 140 مقصد دنیا صادر نموده که یک رکورد محسوب می شود. انگلیس با 101704 دستگاه و پس از آن آمریکا، استرالیا و ژاپن مهمترین بازارهای صادراتی آفریقای جنوبی از نظر تعداد خودرو در سال 2015 بوده اند. (مجموعاً 173796 دستگاه به اتحادیه اروپا صادر شده است.) در همین شرایط، مهمترین بازار صادراتی برای خودرو و قطعات از نظر ارزش آلمان بوده با 2.2 میلیارد دلار - نسبت به 1.4 میلیارد دلار در سال 2014 - و بدنبال آن آمریکا با 1.2 میلیارد دلار. کارخانه مرسدس بنز آفریقای جنوبی رتبه اول صادرات را با صادرات 93500 دستگاه مرسدس کلاس سی از کارخانه اش در ایست لندن به بازارهای خارجی بدست آورده است. در سالهای 2011، 2012، 2013 و 2014 تویوتا بزرگترین صادر کننده بوده است.

نکته مهم در ارتباط با صادرات خودروی آفریقای جنوبی مربوط به صادرات بدون تعرفه به 28 کشور منطقه اتحادیه اروپا و همچنین موافقتنامه تجارت آزاد با 15 کشور عضو اتحادیه سادک (Southern African Development Community) و همچنین موافقتنامه آگوا با آمریکا (Growth and Opportunity Act African) که موجب تسهیل و کمک به توسعه صادرات کالاهای مختلف و از جمله خودرو شده است.

شایان ذکر است صادرات خودرو و قطعات در سال 1995 جمعا 250 میلیون دلار بوده که به معنای رشد سریع سالانه 19.6 درصد از سال 1994 تا 2015 بوده است. همچنین آفریقای جنوبی 64 درصد تولید خودرو در قاره آفریقا را در سال 2015 داشته که نسبت به سال 2014 که 68 درصد بوده، کاهش یافته است. به هر حال میتوان گفت نسبت به سهم این صنعت در مقایسه با جهان، صنعت کوچکی است و رتبه 21 را در سال 2015 در تولید جهانی با سهم بازار 0.68 درصد بدست آورده است.

در مجموع صنعت خودروی آفریقای جنوبی یک صنعت صادرات محور و رقابتی است که با داشتن 55 برند و 2872 مدل متنوع خودرو در بازار، (اعم از وارداتی و تولید داخل) یکی از رقابتی ترین بازارهای خودرو در جهان را در سال 2015 داشته است. که این موضوع به معنی قدرت انتخاب مصرف کننده با توجه به تنوع موجود در بازار است و در مورد خودروهای تجاری و سنگین نیز وضعیت مشابه بوده و با 31 برند و 625 مدل متنوع در بازار در سال 2015 یکی از رقابتی ترین بازارها بوده است.

واردات خودرو



اساس صنعت خودرو آفریقای جنوبی بر مبنای ارتباط بین واردات و تولید داخل است که در برنامه قبلی MIDP و برنامه جدید APDP مورد تاکید قرار گرفته است. این سیاست تجاری تولیدکنندگان داخلی را به افزایش صادرات برای بدست آوردن صرفه اقتصادی در مقیاس و کاهش واردات برای تکمیل نیاز بازار داخل و ایجاد فضای رقابتی در بازار تشویق میکند و هدف نهایی آن جلب رضایت مشتری از طریق بدست آوردن قدرت انتخاب بین تولیدات داخلی و وارداتی و تنوع گسترده مدل های مختلف در محیط بسیار رقابتی از نظر قیمت است. در مجموع ارزش واردات خودرو به آفریقای جنوبی در سال 2015، 4 میلیارد دلار بوده است. مبدا واردات خودرو در سال 2015 از 31 کشور مختلف دنیا بوده، ولی هند با 91588 دستگاه خودرو صادر شده، رتبه اول صادرات خودرو به آفریقای جنوبی را داشته است.

این در حالی است که بر اساس ارزش، آلمان، هند، ژاپن، کره جنوبی، آمریکا و انگلیس مهمترین مبداء های واردات خودرو آفریقای جنوبی می باشند. نکته حائز اهمیت این است که اگرچه هند از نظر تعداد بیشترین خودرو را به آفریقای جنوبی صادر نموده است، اما به هر حال از نظر ارزش کمتر از نصف ارزش خودروهای وارداتی از آلمان که شامل برندهای مهمی چون Audi, BMW, Mercedes-Benz and Porsche می باشد، بوده است.

کلیاتی در مورد صنعت خودرو ایران

صنعت خودرو ایران که در سال 1959 متولد شد، با تولید 1/599/454 خودرو در سال 2011 دوازدهمین خودروساز جهان و بزرگترین در خاورمیانه گردید که در برگیرنده تقریباً 2 درصد تولید جهانی است. این در حالی است که در سالهای 2012 و 2013 بدلیل تشدید تحریمها با افت شدید تولید مواجه شد ولی با برنامه ریزیهای انجام شده و تقویت عمق تولید داخلی در سال 2014 توانست با رشد 46.7 درصدی نسبت به سال قبل به یک میلیون و 90 هزار و 846 دستگاه افزایش یابد در حالیکه بر اساس اعلام سازمان بین‌المللی سازندگان وسایل نقلیه موتوری در سال 2015 تولید خودرو ایران با افت 9/9 درصدی نسبت به سال قبل از آن مواجه شد و به 982 هزار و 337 دستگاه رسید.

ایران در سال 2015 بالغ بر 884 هزار و 866 دستگاه خودروی سواری و 97 هزار و 471 دستگاه خودروی تجاری تولید کرده است. در میان کشورهای خودروساز جهان، ایران رتبه 20 را در سال 2015 به خود اختصاص داده است که بر این اساس نسبت به سال قبل 2 پله نزول داشته است. ایران در سال 2014 در میان کشورهای خودروساز جهان در رتبه 18 قرار گرفته بود.

براساس آمار منتشره از سوی انجمن خودرو سازان ایران، طی هشت سال اخیر، خودرو سازان کشور 370 هزار دستگاه انواع خودرو به بازارهای عراق، سوریه، ونزوئلا، روسیه، اوکراین، بلاروس و صادر کرده اند که بطور متوسط سهم صادرات در هر سال 46 هزار دستگاه بوده است. براساس این گزارش، بازارهای ترکیه، شرق اروپا، مصر، الجزایر، تونس، آذربایجان، نیجریه، اکوادور، ساحل عاج، سودان از مهمترین بازارهای استراتژیک خودرو سازان طی پنج سال آتی است.

شایان ذکر است مجله اینترنشنال بیزینس مانیتور معتقد است چشم انداز میان مدت تولید خودرو در ایران خوشبینانه است، به این معنا که منعکس کننده موافقت بین آمریکا و قدرتهای بزرگ بر سر آینده برنامه هسته ای ایران است. بر همین اساس تیم محاسبه ریسک (BMI) پیش بینی کرده که با نگاه به آینده، توافق با گروه 1+5 باعث ایجاد فرصت برای بازگشت تعدادی از خودروسازان خارجی به صنعت خودرو ایران گردیده است. به این معنا که این توافق پنجره فرصتی برای خودروسازانی که قبلاً در بازار ایران فعال بوده اند فراهم کرده و میتواند باعث بهبود روند تولید و توسعه تکنولوژی در این بخش شود.

بدون شک، یکی از مسائلی که به احتمال زیاد در آینده نزدیک صنعت خودرو را تحت تاثیر قرار خواهد داد فعالیت سازمان تجارت جهانی می باشد. هدف اولیه این سازمان در حقیقت کاستن از موانع تجاری و کمک به آنها در تجارت بین المللی و بهره برداری از فرصتهای آزاد سازی تجاری در جهت گسترش تجارت بین اعضا است.

اگرچه به لحاظ چالشی بودن مبحث پیوستن به سازمان تجارت جهانی در کشورهای مختلف و نیز موضوع پیش بینی اثرات عضویت ایران به این سازمان بر بخشهای مختلف اقتصاد کشور از جمله صنعت خودرو، تا کنون تحقیقات و بررسیهای علمی، بحث های کارشناسی؛ سمینارها و کنفرانسهای متعدد چه در داخل و چه در خارج روی این موضوع صورت گرفته است. اما با توجه به اهمیت موضوع عضویت ایران در این سازمان، به نظر می رسد تا کنون هیچ یک از این مباحث نتوانسته در جایگاهی با اهمیت در جهت سیاستگذاری و برنامه ریزی برای صنعت خودرو کشور قرار گیرد و همچنان یکی از چالشهای اساسی این صنعت توسعه رقابت پذیری از طریق کاهش تعرفه، حذف محدودیتهای و کاهش قیمت تمام شده است.

نتیجه گیری

اگر چه در مجموع صنعت خودرو ایران، صنعتی است با یکسری مزایا و معایب که بدلیل برخورداری از یک فضای بسته تجاری توانسته است صنعتی پر سود باشد، اما وجود یک فضای غیر رقابتی صنعت خودرو کشور را از درک بازار جهانی و به تبع آن تغییر در تفکر تولیدی باز داشته است. بنا براین نکته مهمی که در این صنعت کمتر به آن پرداخته شده، داشتن یک افق بلند مدت و یا حتی میان مدت تجاری است.

در مجموع با توجه به نتایج مطالعات انجام شده صنعت خودرو ایران دارای مزیت نسبی در بازار های جهانی نیست و به دلیل رقبای بسیار قوی و ضعف تکنولوژیک قادر به ورود گسترده به بازارهای جهانی نبوده و استعداد مناسبی در صادرات ندارد. باید توجه داشت که روند جهانی شدن اقتصاد دیر یا زود گریبان اقتصاد ایران را خواهد گرفت و تا آن زمان در صورت عدم برنامه ریزی مناسب بر ای صنعت خودرو، ادامه روند فعلی مشکلات عدیده ای را برای این صنعت پدید خواهد آورد. زیرا در صورت عضویت در این سازمان کشور ناچار به لغو محدودیتهای غیر تعرفه ای و کاهش تعرفه ها بر روی کالاهای مختلف از جمله خودروست که همین عامل می تواند موجبات کاهش سهم بازار و فروش شرکتهای خودرو ساز را فراهم آورد و آنها را با مشکل مواجه سازد.

از طرف دیگر در ایران حمایت از صنعت خودرو به عملکرد آن مشروط نشده و در عین حال این حمایت در طی زمان کاهنده نبوده تا صنعت خودرو ناگزیر شود برای پر کردن شکاف تکنولوژیک و قیمتی خود با تولید کنندگان جهانی تلاش بیشتری به عمل آورد، ولی باید متذکر شد که وضع تعرفه بالا و ایجاد سپر امنیتی بدون محدودیت زمانی و بدون شرط حمایت نیست، حمایت باید مشروط، زمان مند و محدود باشد. ما در واقع تا کنون با وضع تعرفه بالا بدون داشتن برنامه مشخص، یک محیط امن برای نا کارآمدی، نا پویایی، و تداوم کاستی ها ایجاد کرده ایم. لذا حمایت به شکل صحیح آن (که موقت بودن، جهت دار بودن و مشروط بودن از ویژگیهای اساسی آن است) برای آماده شدن و پیوستن صنعت خودرو به سازمان تجارت جهانی لازم است.

بعبارت بهتر دیگر نمی توان همچون گذشته صنایع تولیدی کشور و از جمله صنعت خودرو سازی را پشت دیوارهای بلند تعرفه پنهان کرد و از طرف دیگر برداشتن این دیوارها، اقتصاد ملی و بخصوص صنعت خودرو را در آینده ای نه چندان دور با چالش های جدی مواجه خواهد کرد، زیرا شواهد موجود بیانگر این واقعیت بسیار مهم است که آثار منفی این عضویت و به چالش کشیدن صنعت خودرو سازی حتمی، اما استفاده از آثار مثبت احتمالی است. بدین معنی که جهت دستیابی و بهره گیری از آثار مثبت باید شرایط لازم را بوجود آورد. به عبارت بهتر باید گفت، این که تا چه میزان بتوان از آثار منفی کاست و بر آثار مثبت افزود ارتباط کاملاً مستقیم با نوع عملکرد مان در طی سالهایی دارد که هنوز عضو نشده ایم و آنچه بیش از هر چیز دیگر لازم و ضروری به نظر می رسد، باور جهانی شدن و توجه به آن در اتخاذ کلیه تصمیم گیریهاست.

لذا با توجه به تجربه آفریقای جنوبی در صادرات نیمی از تولیدات خود به 140 بازار دنیا، پیشنهاد میشود از یک سو فرصتها و تهدیدهایی را که در شرایط حاضر در پیش روی صنعت خودرو است واز سوی دیگر نقاط قوت و ضعف صنعت خودرو در حال حاضر و قبل از ورود به سازمان تجارت جهانی را شناسایی کنیم و در نهایت با استفاده از تجربیات سایر کشورها (از جمله آفریقای جنوبی) جهت گیری راهبردی مناسبی را برای این صنعت در چارچوب الزامات پیوستن به سازمان تجارت جهانی تدوین کنیم.

آنچه مسلم است این است که تولید کنندگان کشور با روشهای گذشته قادر نخواهند بود توفیقات خود را در بازارهای جهانی تداوم بخشند. پس تغییر را بپذیریم واز فرصتهای باقیمانده برای اصلاح ساختارهای اقتصاد خود و صنعت خودرو بهره بگیریم.

استراتژیهای پیشنهادی:

1. تلاش برای وصل شدن به شرکتهای خودرو ساز خارجی به منظور دستیابی به تکنولوژی و مهارتهای پیشرفته.
2. تلاش برای جذب سرمایه گذاری خارجی بعنوان یک عامل موثر برای توسعه صنعت خودرو.
3. توسعه کیفیت تولیدات، افزایش ایمنی و توجه به مسائل زیست محیطی.
4. در پیش گرفتن استراتژی صادراتی و اجرای برنامه های توسعه کیفیت، کاهش هزینه تمام شده و ورود به بازار جهانی.
5. توسعه سطح تکنولوژی، کیفیت و بهره وری بر اساس استانداردهای جهانی.
6. ادغام شرکتهای خودروسازی داخلی به منظور دستیابی به صرفه جویی در مقیاس.
7. گسترش خدمات پس از فروش بعنوان یک عامل مهم در انتخاب مشتری.
8. کاهش تعداد کارکنان به منظور افزایش بهره وری و رقابت پذیری.
9. کاهش مصرف سوخت، بعنوان یک مشکل مهم صنعت خودرو داخلی برای رقابت با شرکتهای خارجی.
10. فهمیدن اصول و فرایند پیوستن به سازمان تجارت جهانی و آماده سازی صنعت خودرو برای ورود با حد اقل آسیب.

منابع:

1. برارپور، ک، (1386)، چالش های پیشروی صنعت خودرو ایران در آستانه پیوستن به سازمان تجارت جهانی، اندیشکده تحول مدیریت، 8
2. داوودی، پ، کابلی، خ، (1385)، بررسی مزیت نسبی در صنعت خودرو و قطعات آن، پژوهشنامه اقتصادی، 199-221
3. زنوز، ه، (1384)، امکانات و تنگناهای سرمایه گذاری خارجی در صنعت خودرو ایران، مجموعه مقالات همایش صنعت خودرو ایران و اقتصاد جهانی، 254
4. سید نورانی، م، (1384)، تاثیر عضویت ایران در سازمان تجارت جهانی بر صنعت خودرو کشور، مجموعه مقالات همایش صنعت خودرو ایران و اقتصاد جهانی، 305-325
5. صناعی، ع، آذربایجانی، ک، (1388)، پذیرش ایران در سازمان تجارت جهانی و پیش بینی تاثیرات آن بر صنایع، انجمن مدیران صنایع اصفهان، چاپ اول، 48
6. صدراپی، ب، (1384)، بررسی تبعات پیوستن به سازمان تجارت جهانی بر صنعت خودرو کشور، پایان نامه کارشناسی ارشد، 94
7. گلستان، ف، حسینی، ح، (1385) طراحی الگوی استراتژیک ورود به بازار جهانی: صنعت خودرو ایران، فصلنامه مدرس علوم انسانی، 10 (1)، 215
8. مهری، ع، حسینی، ح، (1384)، طراحی مدل مزیت رقابتی برای صنعت خودرو ایران، فصلنامه مدرس علوم انسانی، 9 (2)، 189-213
9. نیکو اقبال، ع، ولی بیگی، ح، (1386)، رقابت پذیری صنایع ایران در روند الحاق به سازمان تجارت جهانی، مجله تحقیقات اقتصادی، 79 (1)، 193-211
10. ولی بیگی، ح، و سیف، ا، (1382) پیامدهای احتمالی عضویت ایران در سازمان تجارت جهانی بر صنایع (مطالعه موردی صنعت قطعات خودرو). فصلنامه پژوهشهای بازرگانی (26)، 51-74
- 11- Forouzan, Alireza, (2008) An Investigation into Iran's Auto Industry and Analyzing the Effects of Importation on its Growth: A System Dynamics Approach, School of Electrical Engineering, Sharif University of Technology, Tehran, Iran, pages; 4-9
- 12- Iran Autos Report Q2 2014, (includes 5-year forecasts to 2018) Business Monitor International (BMI) www.businessmonitor.com ISSN 1748-9962
- 13- Rahimi, Gholamreza, (2014) The Effective Factors on Iran Khodro Company (IKC) Competitiveness Trends for Iran's Accession into the WTO, Journal of Applied Business and Economics, vol. 14(1)
- 14- South African Automotive Export Manual 2015
- 15-www.naacam.co.za
- 16-www.naamsa.co.za