

BAHAR KAVIR

آبان ۱۴۰۳
صفحه ۸۶
شماره ۷

بهار کبیر

نشریه داخلی شرکت کرمان موتور



فعالیت پتروپالایش صنایع
خودروسازی کرمان زیر
سایه محدودیت‌های ارزی
است



آرمان موتور ارگ
عامل اصلی خودکفایی در
تولید آگروز و سندی‌های
کرمان موتور



تامین و توزیع قطعات
یدکی، همراه و فعال
در مسیر تحقق هدف
بزرگ‌ترین خودروساز
خاورمیانه

طرح تعویض خودروهای

صفرو کارکرده



بهار کهیر

BAHAR KAVIR

نشریه داخلی شرکت کرمان موتور
آبان ماه ۱۴۰۳، ۸۶ صفحه، شماره ۷

صاحب امتیاز: شرکت کرمان موتور

سر دبیر: مریم نجفی

امور اجرایی: معاونت مطالعات و توسعه بازار

طراح گرافیک: نرگس پاینده داری نژاد

نشانی: تهران، کیلومتر ۱۶ جاده مخصوص کرج، ابتدای بلوار

کرمان خودرو، بلوار ارگ، ساختمان اداری صدف

تلفن تماس: ۰۲۱-۴۲۷۲۴

نمابر: ۰۲۱-۴۲۷۲۴

پست الکترونیک: info@kermanmotor.ir

● استفاده مطالب با ذکر منبع بلامانع است.

- ۴ آرمان موتور ارگ عامل اصلی خودکفایی در تولید اگزوز و صندلی‌های کرمان موتور
- ۸ تامین و توزیع قطعات یدکی، همراه و فعال در مسیر تحقق هدف بزرگترین خودروساز خاورمیانه
- ۱۴ کرمان موتور در نمایشگاه‌های تابستان و پاییز ۱۴۰۳ - تیم کامل محصولات و خدمات کرمان موتور در نمایشگاه خودرو اصفهان
- ۱۶ کرمان موتور در نمایشگاه خودروی مشهد
- ۱۸ سالن اختصاصی کرمان موتور در نمایشگاه خودروی تبریز
- ۲۰ کرمان موتور از نگاه هوش مصنوعی
- ۲۲ اردوی بازدید فرزندان پرسنل کارخانه از محل کار والدین
- ۲۴ بم، جواهری از خشت و گل
- ۲۸ فعالیت پتر و پالایش صنایع خودروسازی کرمان زیر سایه محدودیت‌های ارزی است
- ۳۲ آشنایی بیشتر با خودروی ایکس ۵ راه همواره به لطف سابقه S5
- ۳۵ لاماری و تیگو ۷ پرو، کدام قوی‌تر است؟
- ۳۸ زندگی با کیفیت برای بانوان شاغل
- ۴۳ درباره دیروز تا امروز اقتصاد چین رکورد شکنی‌های چین در صنعت خودروسازی
- ۴۹ انواع خودروهای برقی BEV، پیل سوختی FCEV، برد طولانی EREV
- ۵۴ توسعه سبز بی‌وادی: خودروهای پاک و حفاظت از محیط زیست
- ۶۰ استفاده از خودروهای برقی به عنوان مسئولیت اجتماعی شرکت‌های بزرگ
- ۶۳ تفاوت لیزینگ خودرو در ایران و جهان
- ۶۶ سیگما، خرید و فروش امن و بدون واسطه محصولات کرمان موتور
- ۷۱ هفته ماشین مونتری ۲۰۲۴
- ۷۴ افتتاح اولین نمایندگی کرمان موتور با استانداردهای جدید در شمال کشور
- ۷۵ افتتاح نمایندگی ۱۷۸۰ کرمان موتور
- ۷۶ افتتاح نمایندگی تیر و مرداد ۱۴۰۳



آرمان موتور ارگ

عامل اصلی خودکفایی در تولید

اگزوز و صندلی‌های کرمان موتور

دوخت روکش صندلی زیر دستان بانوان

شرکت آرمان موتور ارگ، یکی از واحدهای تولیدی زیرمجموعه شرکت صنایع خودروسازی کرمان است که همگام با تکنولوژی روز، در صنعت طراحی و تولید قطعات خودرو فعالیت می‌کند. شرکت آرمان موتور ارگ، فروردین‌ماه سال ۱۳۸۷ با هدف مونتاژ و خودکفایی در زمینه قطعات خودرو تأسیس شد. این شرکت، پاییز سال ۱۳۹۵ در زمینه مونتاژ موتور خودرو و تولید قطعات اگزوز و صندلی توسعه یافت و فعالیت خود را گسترش داد؛ پس‌از آن نیز با تکیه بر نیروی انسانی ماهر و کارآمد، همگام با پیشرفت‌های نوین، در زمینه داخلی‌سازی، واردات، مونتاژ و مجموعه‌سازی قطعات نظیر موتور، گیربکس، صندلی، اگزوز، داشبورد و اکسل جلو و عقب فعالیت کرده است.

در حال حاضر، آرمان موتور ارگ علاوه بر مونتاژ داشبورد و اکسل، به‌صورت متمرکز در حوزه تولید اگزوز و صندلی محصولات کرمان موتور فعالیت می‌کند. صندلی و اگزوز خودروهای چک J۴، S۳، کی‌ام‌سی ایگل و T۸ به‌صورت کامل خودکفایی و تولید داخل شده است. همچنین اگزوز خودروهای T۹، A۵ و X۳ نیز در نیمه اول سال ۱۴۰۳ ضمن خودکفایی، به تولید انبوه رسید.

صندلی خودروی X۳، یکی دیگر از پروژه‌های این شرکت است که در مرحله تولید قرار دارد؛ تمام مراحل طراحی و ساخت این پروژه، به همت پرسنل این مجموعه، به خودکفایی رسیده است.

تمام این اقدامات و مسائلی که شرکت آرمان موتور ارگ در حال اجرا، تولید، توسعه و بهبود آن‌هاست، اثرات بسیار

مثبتی

در صنعت

خودروسازی، به‌ویژه برای

شرکت کرمان موتور خواهد داشت.

خودکفایی قطعات اگزوز و صندلی طبق آخرین

دستورالعمل‌های وزارت صمت و استانداردهای تعریف‌شده موجب کاهش ارزشبری، کاهش هزینه‌های تولید و همچنین

اشتغال‌زایی شده است.

بستر سازی پنج‌هزار متری برای خودکفایی در

تولید اگزوز

شرکت آرمان موتور ارگ، یک فضای پنج‌هزار متری را جهت رسیدن به خودکفایی کامل در تولید اگزوز خودروهای کرمان موتور اختصاص داده است. این پروژه در ۳ فاز (تولید انباره اگزوز، تولید لوله، خودکفایی کاتالیست و قطعات جانبی) تعریف شده است.

با مدیریت تیم پروژه آرمان موتور ارگ، فاز اول این پروژه شامل تولید انباره میانی و انتهایی اگزوز در فروردین‌ماه ۱۴۰۳ به تولید انبوه رسید. فاز دوم آن هم که شامل تولید لوله اگزوز بود، با پیشرفته‌ترین دستگاه‌ها و تجهیزات، مهرماه ۱۴۰۳ به بهره‌برداری رسید. این شرکت برای رسیدن به بالاترین درصد خودکفایی، تمامی قطعات جانبی اگزوز از جمله کاتالیست، منجید و... را نیز به‌صورت کاملاً داخلی

تولید می‌کند.

از مهم‌ترین دستاوردهای افزایش خودکفایی در تولید قطعات خودروها در کنار کاهش ارزبری، اشتغال‌زایی، افزایش سرعت تولید، تنوع محصول و کنترل قیمت تمام‌شده محصول با حفظ بالاترین کیفیت است.

مسیر یک‌ساله طراحی و تولید صندلی

آرمان موتور ارگ ضمن خودکفایی در حوزه تولید اگزوز، در نظر دارد تا در تولید انواع صندلی خودرو، فعالیت خود را گسترش دهد. در حال حاضر، طراحی و تولید صندلی جلو و عقب محصولات X۳، J۴، T۸، S۳، کی‌ام‌سی ایگل و صندلی

عقب محصولات X۳ و X۵ توسط این شرکت انجام می‌شود.

تولید صندلی از مرحله طراحی، تولید نمونه اولیه و انجام تستهای آزمایشگاهی، مطابق با استانداردهای تعریف‌شده و نهایتاً تولید انبوه زمان‌بر خواهد بود. شاخص‌های مهم طراحی صندلی، متناسب با هر خودرو متفاوت است و به همین دلیل مراحل طراحی و توسعه در این حوزه پیچیده‌تر است. شرکت آرمان موتور ارگ، این فرایند را خیلی سریع‌تر از آن چیزی که باید انجام می‌دهد؛ دلیل سرعت بخشیدن به کار، جلوگیری از تأخیر تحویل خودروها به مشتریان گرامی است.

تمام اجزای صندلی از فریم فلزی و فوم تا دوخت روکش، در شرکت آرمان موتور ارگ با بهره‌گیری از ظرفیت داخلی نیروی انسانی و با تکنولوژی جدید در تجهیزات و ابزار انجام می‌شود؛ این امر باعث می‌شود، شرکت کرمان موتور به بهترین شکل در راستای افزایش خودکفایی و کاهش ارزبری حرکت کند.

برنامه‌های رشد و توسعه آرمان موتور ارگ در مسیری به حرکت خود ادامه می‌دهد که همگام با پیشرفت تکنولوژی بتواند صندلی برقی با قابلیت حرکت در ۴ و یا ۶ جهت را همراه با گرم‌کن ارائه کند. در آینده نزدیک شاهد بهره‌برداری

پروژه‌های جدید از طرف تیم متخصص آرمان موتور ارگ خواهیم بود.

اشتغال بانوان در آرمان موتور ارگ

سالن دوخت روکش صندلی این شرکت، در فضایی به متراژ ۹۰۰ مترمربع قرار گرفته است. تخصیص این فضا به تولید و دوخت روکش صندلی، یکی از نکات مثبت آرمان موتور ارگ برای افزایش ظرفیت خطوط تولید است. همه مراحل طراحی و دوخت روکش صندلی محصولات کرمان موتور، توسط بانوان متخصص انجام و با بهترین کیفیت تولید می‌شود.



تامین و توزیع قطعات یدکی، همراه و فعال در مسیر تحقق هدف بزرگ‌ترین خودروساز خاورمیانه

شرکت خدمات و تجارت بم خودرو در حوزه تامین و توزیع قطعات در تلاش است تا با ارائه بهترین خدمات در جهت رضایتمندی مشتریان محترم، در ارتقاء و اعتلای نام و آوازه صنایع خودروسازی کرمان سهیم باشد. این تلاش‌ها علاوه بر ارائه خدمات در سطح نمایندگی‌های سراسر کشور، با راه اندازی ابزارهای نوینی مانند فروشگاه اینترنتی، خیال مشتریان را در تامین آسان و سریع قطعات یدکی با اصالت و با کیفیت آسوده خاطر می‌نماید؛ و در این راه پر پیچ و خم، طبق گفته محمد صادق طاهرخانی، مدیر بازرگانی این شرکت، یافتن راه حل‌های کارآمد، استفاده از متدهای موفق و آزموده شده به منظور عبور از موانع و مشکلات و ایجاد تجربه‌ای متفاوت و مطلوب در خدمات ارائه شده برای مشتریان عزیز کرمان موتور، از شیرینی‌های کار روزانه او و همکارانش محسوب می‌شود. در ادامه مشروح این گفت‌وگو را می‌خوانید:

محمدصادق طاهرخانی، مدیر بازرگانی شرکت خدمات و تجارت بم خودرو کار خود را از سال ۹۴ با عنوان کارشناس بازرگانی با این شرکت آغاز کرده و سپس به عنوان سرپرست بازرگانی داخلی ادامه فعالیت داده و بعد پس از سه سال فعالیت در این سمت، امروز مدیر بازرگانی این شرکت است. وی درباره حوزه فعالیت‌های این بخش اظهار کرد: رسالت اصلی ما تامین و توزیع تمام قطعات یدکی خودروهای صنایع خودروسازی کرمان است.

طاهرخانی درباره فعالیت‌های بخش خود می‌گوید: شرکت خدمات و تجارت بم خودرو به عنوان متولی اصلی و انحصاری

خدمات پس از فروش صنایع خودروسازی کرمان فعالیت می‌کند که شامل پشتیبانی تولید دو شرکت کرمان موتور و خودروسازان بم است و تا این لحظه وظیفه تامین قطعات ۶ برند مختلف را برعهده دارد که در طول سال‌های گذشته تولید شده یا در حال تولید است.

وی می‌گوید به دلیل الزامات قانونی برای خودروسازان، تامین کلیه قطعات یدکی و اقلام مصرفی خودروهای تولیدی در کشور، تا ۱۰ سال برعهده شرکت سازنده است و این امر یعنی تامین تک به تک قطعات در این بازه زمانی با در نظر گرفتن کلیه محدودیت‌ها فارغ از نوع یا برند، برای جلب نظر مشتریان، کلیدی‌ترین دستور کار واحد بازرگانی شرکت بم خودرو است و به این امر تعهد ویژه داریم. وی اضافه می‌کند پیش‌بینی دقیق مصرف قطعات در طول این ۱۰ سال با نظر گرفتن تمام نکات فنی، اقتصادی، لجستیکی، نگهداری و... برای تامین و واردات قطعات به میزان کافی و انبار آن در انبارهای شرکت برای ارسال در لحظه سریع به نمایندگان و جلوگیری از هرگونه کسری قطعه، از چالش‌های شیرین کار واحد بازرگانی است.

وی تاکید کرد که در این راستا نباید فراموش کنیم که جنبه اقتصادی بودن فعالیت‌های شرکت و توجیه‌پذیر بودن خرید قطعات و هزینه‌های نگهداری، کفه دیگر تامین قطعات یدکی یک شرکت خودروسازی است و لذا نمی‌توان به صورت نامحدود و بیش از حد نیاز قطعه ذخیره سازی کرد.

وی با اشاره به ماهیت فعالیت‌های شرکت خدمات و تجارت بم خودرو اعلام کرد: شرکت خدمات و تجارت بم خودرو در کنار مأموریت اصلی خود که همان خدمت رسانی در سطح شبکه نمایندگان در دوره ده ساله است، وظیفه اخذ بیش‌ترین سهم بازار از بازار قطعات یدکی خودروهای تولیدی را نیز برعهده دارد. به عبارت دیگر ارائه کالای اصل و استاندارد با قیمت‌های مصوب به بازار قطعات برای دسترسی کلیه مشتریان اعم از خودروهای گارانتی و یا خارج از گارانتی نیز از دیگر رسالت‌های این شرکت است و در صورت هرگونه کسری، علاوه بر اینکه قیمت قطعات در بازار سیاه ممکن است نجومی شود، خطر ورود کالای بی‌کیفیت و غیر استاندارد نیز افزایش می‌یابد.

طاهرخانی تاکید می‌کند که اولویت ما در تخصیص قطعات،

مشتریان در حال دریافت خدمات در نمایندگی‌ها است. هر چند که معتقدیم از منافع تجارت قطعات نیز نباید غافل شد. وی تصریح کرد: اگر بتوانیم قطعات را از تامین‌کنندگان به صورت عمده و به تعداد مطلوب تهیه کنیم، بازار فروش مناسبی به واسطه شبکه گسترده نمایندگی در اختیار داریم. همچنین با وجود اینکه در حال حاضر یک فروشگاه اینترنتی در کنار فروشگاه مرکزی در بازار، در حوزه توزیع قطعات یدکی فعالیت می‌کند و توزیع قطعات تجاری را در کنار خدمت رسانی نمایندگان انجام می‌دهد.

طاهرخانی درباره فروش اینترنتی نیز افزود: فروشگاه اینترنتی ما تیرماه ۱۴۰۰ شروع به کار کرد و توانستیم بخشی از بازار را که به آن دسترسی نداشتیم تحت پوشش قرار دهیم و این شامل بیش از ۷۰۰ شهری است که در آن‌ها نمایندگی نداریم و خوشبختانه می‌توانیم قطعات مورد نیاز را در دسترسی مشتریان ساکن در شهرها نیز قرار دهیم. در حال حاضر حدود هشت هزار قلم قطعه مختلف در این فروشگاه برای فروش فعال است و به تمام نقاط کشور در محل مشتری

ارسال می‌شود. در امکان جدید دیگر، ساکنان بعضی از شهرها مانند تهران، امکان نصب قطعات خریداری شده از فروشگاه اینترنتی را توسط همکاران واحد امداد و سرویس در محل فراهم شده است. وی افزود قیمت قطعات در تمام مبادی فروش این شرکت شامل نمایندگی‌ها و فروشگاه‌ها یکسان است اما توصیه می‌کنیم مشتریان محترم به منظور دریافت خدمات استاندارد و بهره مندی از گارانتی قطعات تعویض شده، اولویت خود را مراجعه به نمایندگی‌های مجاز شرکت قرار دهند.

وی همچنین درباره معضل قطعات تقلبی و اصلی اضافه کرد: در بحث قطعات یدکی، وضعیت بازار قطعات خودروها در برندهای مختلف متفاوت هستند. خودروهای ژاپنی، کره‌ای یا برندهای دیگر بازار متنوعی نسبت به خودروهای چینی دارند، تامین‌کنندگان این خودروها اغلب در کشورهای همسایه نیز حضور دارند و با کیفیت‌های مختلف قطعات را تامین می‌کنند. طاهرخانی تصریح کرد: اما در خصوص خودروهای چینی، با توجه به شرایط خاص بازار این خودروها و تیراژ تولیدی آن‌ها، در خصوص تامین‌کنندگان قطعات یدکی امکان دسترسی به تامین کنندگان متنوع وجود ندارد و بعضاً به اجبار فقط با تامین کنندگان اصلی در ارتباط هستیم.

به گفته وی، یکی از مشکلات تامین قطعات یدکی، تیراژ نسبتاً کم برخی خودروهای تولیدی و عمر کم تولیدی یک خودرو است. به طور مثال تنوع خودروهایی که تیراژ آن‌ها کمتر از ۵۰ هزار دستگاه است در خودروهای تحت پوشش زیاد است و این امر باعث شده خیلی از قطعه سازان مزیت اقتصادی برای ورود به تولید قطعات این خودروها را نبینند. لازم به ذکر است برای به اصطلاح اقتصادی بودن سرمایه‌گذاری بر روی تولید و توزیع قطعات یدکی، تیراژ یک خودرو حداقل می‌بایست ۹۰ هزار دستگاه باشد.

وی افزود البته تامین قطعات از منبع اصلی یک مزیت خوب هم دارد و آن این است که از بابت کیفیت و رعایت استانداردهای لازم تا حدی خاطر جمع هستیم، اما نکته منفی این موضوع این است که اولاً در موضوع قیمت، امکان رقابت وجود ندارد و نکته مهمتر هم این است که اگر در بازه ۱۰ ساله، تامین‌کننده دیگر امکان تولید قطعات خودروهای قدیمی را نداشته باشد، در انجام تعهدات خود به مشکل برمی‌خوریم و متأسفانه امکان تامین از بازار کشورهای همسایه مانند برندهای ژاپنی و کره‌ای را هم نداریم. وی در ادامه راه حل این مشکلات را هم اینطور بیان کرد که با تجربه خوبی که در سال‌های گذشته با تامین کنندگان چینی داریم، خوشبختانه در حال حاضر به دید فنی و تجاری بسیار مطلوبی رسیدیم و در مذاکرات با طرف‌های خارجی، موضوع ادامه دار بودن تامین قطعات یکی از مسائل کلیدی روابط و مذاکرات و قراردادهای دو جانبه همواره مورد تاکید است. همچنین از نظر فنی و بازرگانی نیز با تخمین نسبتاً دقیق نیازهای آینده و حجم خریدهای مناسب انجام

شده، می‌توانیم این اطمینان را به مشتریان محترم بدهیم که از تمام جوانب از تامین قطعات یدکی خودروهای خود مطمئن باشند به طوری که در حال حاضر نرخ تامین قطعات نمایندگان نزدیک به ۹۵ است و سطح خودروهای متوقف در نمایندگان به صفر نزدیک است.

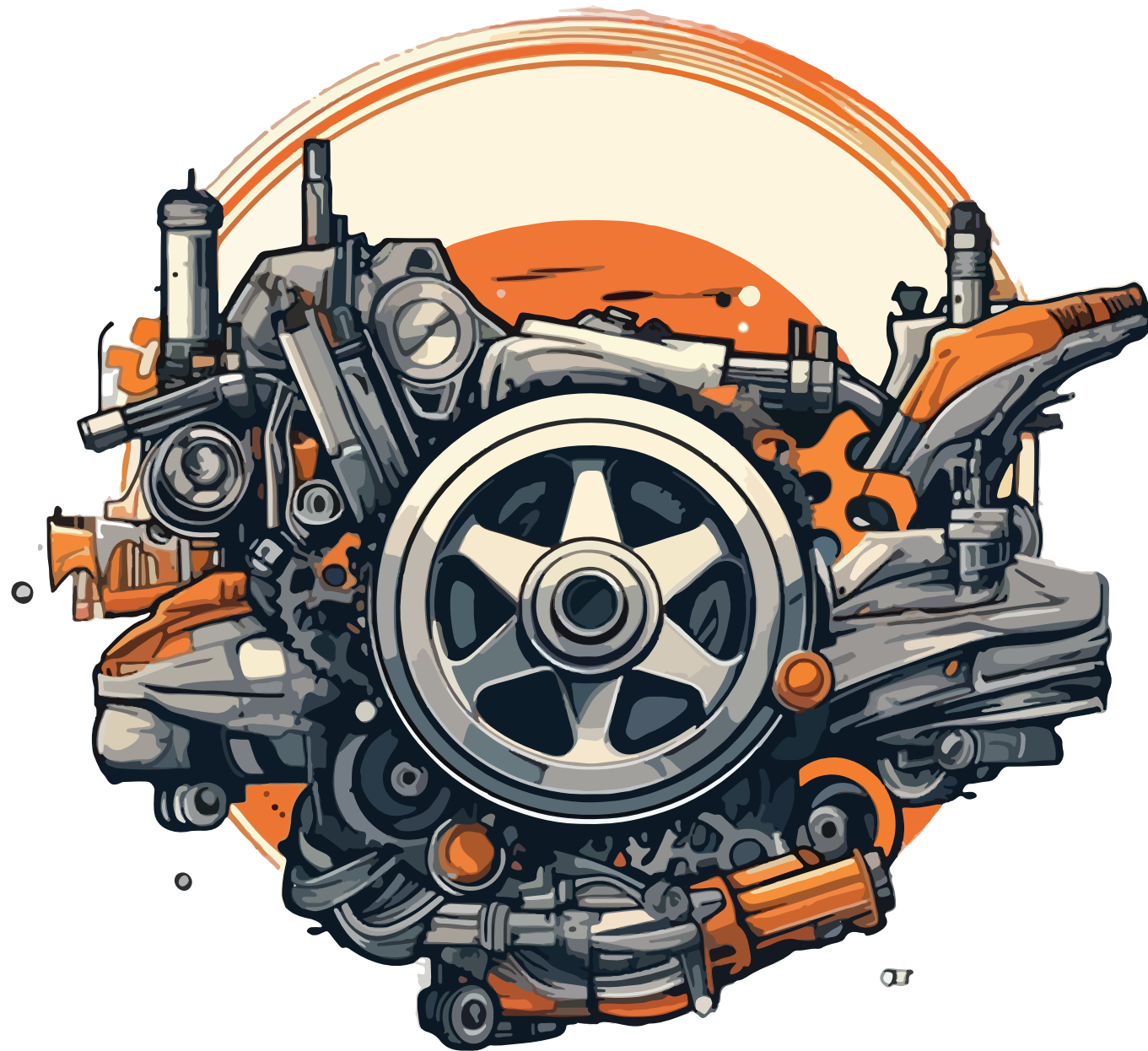
مدیر بازرگانی شرکت بم خودرو اظهار کرد: خوشبختانه در حوزه داخلی سازی قطعات یدکی، متعاقب سیاست‌های گروه، شرکت بم خودرو از توانمندی قطعه سازان توانمند و معتبر که مورد تأیید صنایع خودروسازی کرمان و واحد فنی شرکت بم خودرو است، برای تامین بخشی از قطعات یدکی مورد نیاز استفاده می‌کند که علاوه بر صرفه جویی‌های ارزی، از منظر قیمت و کیفیت نیز اطمینان خاطر خوبی داریم و با توجه به اینکه تشریفات حمل خارجی و گمرکی را نیز در این حوزه نداریم، می‌توانیم در زمان مناسب و به تعداد بهینه‌تری قطعه ذخیره سازی کنیم.

وی ادامه داد: با توجه به تمام مطالب عنوان شده این اطمینان

را به مشتریان محترم می‌دهیم که تمام قطعات تامین شده شرکت بم خودرو که از مبادی رسمی این شرکت به دست مشتریان می‌رسد.

محمدصادق طاهرخانی با اشاره به راهکارهایی برای مقابله با قطعات تقلبی به نام شرکت تجارت بم خودرو، افزود: قطعات ما در بسته بندی‌های مخصوص است و نشان دارد، یعنی حتی هولوگرام‌هایی که روی برندهای ما است را شاید بتوانند شبیه‌سازی کنند، اما کاملاً قابل شناسایی است. ذکر این نکته هم ضروری است که تمام قطعاتی که از کانال‌های شرکت خدمات و تجارت بم خودرو توزیع می‌شود دارای کد شناسه، کد رهگیری مورد تایید و الزام شده از سوی وزارت صمت است.

وی ادامه داد: در خصوص قطعات غیر اورجینال (غیر اصلی) که در بازار ممکن است به هر دلیلی از نام و برند ما کپی برداری شده باشد در حال آماده سازی یک سیستم شناسایی انحصاری قطعات هستیم که از مبدا تا مقصد این قطعات



قابل رهگیری و اصالت سنجی خودمان باشد، البته از آنجایی که این سیستم یک سرمایه‌گذاری بزرگ نیاز دارد که زمان بر است اما در حال حاضر تمرکز اصلی ما بر روی توسعه شبکه نمایندگان و توزیع قطعات و نظارت بر روی این فرایند است که تمام ساز و کار های آن وجود دارد و در حال اجراست.

طاهرخانی با اشاره به اینکه بحث تحریم و تخصیص ارز یکی از موضوعات اصلی است، توضیح داد: در چند سال گذشته پنج فروشگاه فروش قطعات فقط در تهران داشتیم، اما موضوع تحریم‌ها را که به وجود آمد موجب شد تا این فروشگاه‌ها تعطیل شود تا منابع موجود را برای نمایندگان متمرکز کنیم. هر چند که در حال حاضر به دلیل حداقل‌های حضور در بازار در حال حاضر یک فروشگاه مرکزی در منطقه بازار و خیابان ملت داریم، اما معتقدیم که در حال حاضر دوره فروشگاه فیزیکی و حضوری رو به اتمام است و تمام تمرکز حال حاضر برای توسعه هر چه بیشتر فروشگاه اینترنتی از نظر سیستمی، بهبود محتوا و درج عکس تمام قطعات و نیز افزایش تنوع قطعات خصوصاً خودروهای جدید است.

وی برای افرادی که به خرید سنتی اعتقاد دارند و مایل نیستند به نمایندگی‌ها مراجعه کنند نیز بیان کرد: به صورت کلی سیاست‌های خودروسازان خارجی و داخلی همواره روی خدمات پس از فروش در نمایندگان رسمی خود تمرکز می‌کند و سیاست شرکت بم خودرو نیز بر همین منوال است. ذکر این نکته هم ضروری است که مشتریان با مراجعه به نمایندگان رسمی، علاوه بر اینکه به قطعات اصلی و مورد تأیید دسترسی دارند، از خدمات تکنسین‌ها و کارشناسان دوره دیده و ابزار مخصوص اصلی خودروهای خود بهره‌مند می‌شود. همچنین از ضمانت ۶ ماهه یا ۱۰ هزار کیلومتری قطعه در نمایندگی نیز استفاده می‌کنند.

وی افزود به هر حال توجه و انرژی تمام شرکت روی بحث توسعه و گسترش ارائه خدمات استاندارد به مشتریان و توسعه کمی و کیفی نمایندگی‌های مجاز است.

طاهرخانی ادامه داد: موضوع توزیع قطعات یدکی صرفاً یک امر تجاری نیست و ما نسبت به ایمنی خدمات و نیز مسائل اقتصادی مشتریان خود را مسئول می‌دانیم. یک وقت‌هایی ممکن است مشتری بابت قطعه‌ای که از ما خریده است، خود قطعه هم قطعه مناسبی است، اما در تعمیرگاه‌های غیررسمی و با ابزار و روش‌های غیراستاندارد توسط پرسنل غیرمغرب نصب می‌شود؛ این فرآیند باعث می‌شود که بعد از یک مدت کوتاهی قطعه و خودرو آسیب ببینند و حتی جان مسافران را نیز به خطر بیندازد.

درنتیجه ما اعتقاد داریم شبکه نمایندگی‌ها خیلی بیشتر می‌تواند به مشتریان کمک‌کننده باشد، اما کماکان فروشگاه اینترنتی را توسعه می‌دهیم، زیرا این فروشگاه بدون واسطه و محدودیت فعالیت می‌کند.

مدیر بازرگانی شرکت خدمات و تجارت بم خودرو درباره تیم



به مشتریان به بهترین وجه ممکن انجام شود.

ظاهرخانی زمان را یکی از مشکلات برای تامین قطعات دانست و گفت: چون بیشتر قطعات از منبع خارجی و از کشور چین انجام می‌شود و موضوعات ارزی و بحث تخصیص ارز را داریم، به همین دلیل سفارش‌ها بین شش تا هفت ماه از لحظه سفارش تا این‌که به دستمان برسد، طول می‌کشد. البته این به شرطی است که مصرف قطعه و قوانین واردات تغییر نکند و در کنار آن بانک مرکزی هم با ما همکاری کند.

وی تصریح کرد: تامین درست و به اندازه نیاز بازار این قطعات به صورت دائم، رصد روزانه مصرف تمام قطعات، بحث‌های فنی، در نظر گرفتن الزامات سرویس‌های دوره‌ای و تعمیرات اساسی خودروها و ... نکاتی است که باید در تخمین درست استفاده شود. ذکر مجدد این نکته که زمان تامین یک قطعه از لحظه سفارش‌گذاری تا ورود به انبار از منابع خارجی به فرض در دسترس بودن همه امکانات حداقل ۶ ماه است، ضرورت دقیق بودن این نیاز سنجی را بیشتر آشکار می‌کند و هرگونه اشتباه یا خطایی موجب می‌شود که حجم خودروهای متوقف زیاد و چشمگیر باشد. وی اضافه نمود حال با این پیچیدگی‌ها، کم بودن خودروهای متوقف نشانه دقیق بودن پروسه تامین قطعات است.

وی افزود: به عنوان مثال در خودروی جک یکسری قطعات مصرفش زیاد است، اما در خودروی دیگری از همان برند جک، نوع دیگری از قطعه پرمصرف است و ممکن است از نظر میزان مصرف دو خودرو متفاوت باشند که دلایل مختلفی دارد.

به طور مثال کاربری خودروی پیکاپ‌های تی با خودروی جی‌۴ متفاوت است و نوع مصرفی کاملاً مجزایی از هم دارند و تامین آن‌ها نیز فرق می‌کند. باز هم برند با برند دیگر متفاوت است اما با توجه به اینکه تجربه‌ها و داشته‌های خوبی از قبل داریم سعی می‌کنیم یک سفارش‌گذاری خوب و کاملی داشته باشیم و تا جایی که بتوانیم، قطعه را در لحظه به دست مشتری برسانیم تا در بازار کمبودی حس نشود.

خوشبختانه تیم ما همگی آدم‌های متخصص و خُبرهای هستند. ما پنج تا واحد که از برنامه ریزی خرید تا انجام امور خرید و در آخر توزیع قطعات را انجام می‌دهند و در همین تیم از صفر تا صد فرآیند قطعات طی شود.

وی با اشاره به پنج واحد یاد شده اظهار کرد: اولین واحد ما واحد برنامه‌ریزی است که به اسم کنترل موجودی است و بحث تامین و پیش‌بینی تامین و سفارش‌گذاری را انجام می‌دهد. همچنین بحث ترجمه کاتالوگ‌ها، سفارش‌گذاری با طرف خارجی و بعد در بحث واحد بازرگانی خارجی که آن مکاتبات با طرف خارجی را شروع می‌کند، بحث تعمیم نیز برای امورات کشتیرانی و حمل تا مرحله گمرکات کشور است، چه گمرکات هوایی و چه گمرکات دریایی.

اما واحد ترخیص نیز وظیفه‌اش این است که بحث ثبت سفارش‌ها پیگیری کند، در بحث ترخیص، مدارک ترخیص را

آماده و کل امور ترخیص تا درب انبار را برعهده دارد.

ظاهرخانی تصریح کرد: پس از آن به واحد بازرگانی داخلی یا فروش می‌رسیم که موضوع توزیع را انجام می‌دهد. موضوع توزیع قطعات یدکی هم به این صورت است که سفارشات که از طریق نمایندگی می‌آید را پردازش و پالایش می‌کند و متناسب با نیاز نمایندگی‌ها، قطعات را توزیع می‌کند.

واحد فروش، خودروهای متوقف در نمایندگی به دلیل کسری قطعه را پیگیری می‌کند تا خودروها سریعاً رفع توقف شوند و همواره تخصیص قطعات این نوع خودروها همیشه در اولویت است.

محمد صادق ظاهرخانی اضافه کرد: برای آنکه قطعات در انبار دپو نشود و گردش انبار هم خوب رعایت شود و بحث خواب سرمایه نداشته باشیم، قطعات را در فروشگاه اینترنتی توزیع می‌کنیم. یک واحد هم در نهایت واحد پنجمی به اسم تحقیق و توسعه بازار را انجام می‌دهد تا رقابت‌پذیری به طوری مداوم رصد شود.

مدیر بازرگانی بم خودرو بیان کرد: این واحد در بحث تامین قطعات می‌تواند منبع جدیدی معرفی کند، اگر بتواند در بحث قیمت یا کیفیت تامین کنندگان مغایرتی با قیمت یا کیفیت سایر رقبا یا قیمت همان تامین کننده در بازار مشاهده کند با ارائه گزارشات منظم واحد خرید را از مسئله آگاه و برای رفع آن اقدام می‌کند، هدف این واحد آن است که همواره بهترین و باکیفیت‌ترین قطعات و خدمات را با بهترین قیمت‌ها در نمایندگی‌ها که به مشتریان عرضه کنیم. ضمن اینکه توسعه بازار فروش قطعات یدکی و ارتباط با واحد فروش از دیگر وظایف این واحد است.

ظاهرخانی همچنین درباره خودروهای وارداتی نیز اظهار کرد: کلیه خودروهای تامین شده شرکت کرمان موتور و خودروسازان بم اعم از وارداتی و تولیدی زیر مجموعه خدمات شرکت خدمات و تجارت بم خودرو است.

مدیر بازرگانی شرکت بم خودرو درباره تفاوت خودروهای قدیمی و جدید گفت: ما در این مدت، مخصوصاً یکی، دو سال اخیر خیلی تمرکزمان روی ماشین‌های جدید کرمان موتور بوده تا از ابتدا بهترین خدمات را به مشتریان جدید ارائه دهیم تا خاطره خوبی از این منظر برای مشتریان ایجاد کنیم.

وی افزود بحث خدمات پس از فروش واقعاً کلیدی‌ترین پایه است. اگر شما از مردم نظر سنجی کنید که کدام عامل باعث تمایل شما به خرید یک خودرو می‌شود؟ حتماً یکی از اولویت‌های اصلی، بحث خدمات پس از فروش و سهولت در دسترسی به قطعات یدکی است بنابراین هر آنچه که ما بتوانیم موفق باشیم در تامین در لحظه و بتوانیم قوی عمل کنیم، برند موفق می‌شود. ما الان در فضای مجازی زیر ذره بین هستیم و همانطور که در سطح رسانه‌ها مشاهده می‌کنیم یک ویدئوی با محتوای منفی برای خودروهای ساخت داخل گاهی به صورت میلیونی بازدید می‌خورد، اما نکات مثبت آن دیده

نمی‌شود؛ بنابراین کار ما را خیلی مهم‌تر و حساس‌تر می‌کند. ما هر چقدر بتوانیم در تامین قطعات قوی عمل کنیم موفق خواهیم بود هر چند که فشار کاری بالایی هم بر روی مجموعه است اما شیرینی رضایت مشتریان خستگی از تن همکاران بیرون می‌کند.

وی با اشاره به اثرگذاری تحریم‌ها در روند زمان بر شدن تامین تصریح کرد، طولانی شدن روند تخصیص ارز خصوصاً در یکسال گذشته تشدید شده است کار را برای خصوصاً تامین قطعات خودروهای قدیمی‌تر سخت‌تر کرده است.

ظاهرخانی درباره برنامه ریزی برای تامین قطعات خودروهای جدیدالورود نیز گفت: ما با ارتباطات خوبی که با واحد بازرگانی کرمان موتور و سایر شرکت‌های تامین مجموعه‌های کرمان موتور داریم، این موضوع را بین خودمان جا انداختیم که حداقل هفت الی هشت ماه زودتر از این‌که ماشین در خط تولید لانچ شود، به ما اطلاعات دهند درواقع برنامه سالانه را می‌گیریم و اگر تغییری در پک خودرو انجام شود، اطلاع می‌دهند. چون باید در بحث ترجمه مدارک، تخمین مصرف، مذاکره با طرف خارجی، خصوصاً اینکه بعضی از این برندها جدید هستند ما باید زمان بیشتری را در اختیار داشته باشیم. وی توضیح داد: مثلاً فرض کنید یک شرکت چینی آمده که قبلاً سابقه با مثلاً شرکتی در ترکیه‌ای دارد و می‌خواهد با شرکت ایرانی کار کند. این شرکت لیست پیشنهادی قطعات خودش را با توجه به مصرف قطعات در آن کشور می‌دهد اما مشکل اینجاست که قوانین واردات و صادرات ما با خیلی از کشورهای دیگر متفاوت است. آب و هوا، شرایط آب و هوایی و نوع جاده‌ها و رانندگی ما هم متفاوت است و مصرف آن عملاً شبیه به آن کشور نیست و این موضوع را سخت‌تر می‌کند.

ضمن اینکه تامین قطعات یدکی از طرف تولید کنندگان چینی معمولاً با تاخیرهای بیش از دو ماه از لحظه سفارش انجام می‌شود و وضعیت تخصیص ارز و مسائل حاشیه‌ای آن اوضاع را سخت می‌کند. وی اشاره می‌کند که گاهی مشتریان تصور می‌کنند خرید قطعه از طرف چینی مانند یک خرید اینترنتی ساده است اما ده‌ها فرایند پیچیده قانونی زمان بر سر راه وجود دارد که زمان را بسیار طولانی می‌کند.

ذکر این نکته هم ضروری است که ما به دلایل گمرکی و ممنوعیت‌های منطقه بم، عملاً امکان تامین هیچ‌گونه قطعه‌ای از خطوط تولید را نداریم و تمام تامین ما به صورت مستقل از طرف خارجی و داخلی انجام می‌شود.

وی در پایان تأکید کرد: با عنایت خداوند متعال و حمایت‌های مدیریت محترم ارشد و با تلاش مسئولین و کارشناسان مجرب، دلسوز و پر تلاش با اراده‌ای بیش از پیش در مسیر رسیدن به هدف تبدیل شدن به بزرگترین خودروساز خاورمیانه به پیش خواهیم رفت تا نام و آوازه برند KMC همواره در اوج بدرخشد.

تیم کامل محصولات و خدمات کرمان موتور در نمایشگاه خودرو اصفهان

شرکت کرمان موتور در هجدهمین نمایشگاه خودروی اصفهان با سبد کامل محصولات خود در کنار شرکت‌های زیر مجموعه حضور پررنگی را ثبت و یک شبکه گسترده از خدمات متنوع خود را به بازدیدکنندگان ارائه کرد. کرمان موتور، بزرگترین خودروساز خصوصی کشور در نمایشگاه خودروی اصفهان ۱۴۰۳ یکی از بزرگترین غرفه‌های نمایشگاه را در اختیار داشت و در کنار تمام محصولات خود، شرکت‌های زیر مجموعه این شرکت حضور داشتند.

اولین خودروی ایرانی کرمان موتور به نام KMC EAGLE در کنار سایر محصولات شرکت کرمان موتور و سه مدل از جدیدترین هیونداهای شرکت KTL در غرفه کرمان موتور برای بازدید مراجعین حضور داشتند که سبد کامل محصولات کرمان موتور مورد توجه بسیاری از بازدیدکنندگان قرار گرفت. سبد کامل محصولات کرمان موتور در کنار حضور خودروهای انرژی پاک (برقی و پلاگین هیبرید) و خودروهای وارداتی هیوندای کره، حضور کرمان موتور در این نمایشگاه را نسبت به سایر شرکت‌ها متفاوت و متمایز کرده بود.

ایجاد شبکه گسترده ارتباط و خدمات کرمان موتور در سراسر کشور
کرمان موتور بخشی از غرفه خود را به حضور نمایندگی‌های این شرکت در استان اصفهان اختصاص داده بود که با حضور در نمایشگاه، هم بازدیدکنندگان با نمایندگی‌های مجاز آشنا می‌شوند و هم نمایندگی‌ها می‌توانند خدمات و محصولات خود را به مراجعین ارائه دهند که این اقدام به شبکه سازی و معرفی خدمات و محصولات کرمان موتور کمک می‌کند. همچنین در کنار حضور نمایندگی‌ها، حضور شرکت‌های زیر مجموعه کرمان موتور همچون شرکت خدمات و تجارت بیم خودرو، پتروپالایش کرمان خودرو، واسپاری و سیگما، مرکز آپشن و تیونینگ، کارگزاری کارآمد معرفی هرچه بهتر خدمات کرمان موتور را به همراه داشت و بسیاری از بازدیدکنندگان بازمینه فعالیت و خدمات این شرکت‌ها آشنا شدند.

کرمان موتور به دلیل حضور و معرفی خودروهای متنوع با طراحی‌های جدید، یکی از شلوغ‌ترین و مورد توجه‌ترین غرفه‌ها را به خود اختصاص داد. سدان کی‌ام‌سی ایگل، پیکاپ T۸ پرفروش‌ترین پیکاپ بازار در کنار نسل جدید خود یعنی کی‌ام‌سی T۹، کراس اوورهای KMC A۵ و KMC X۵، خودروهای برقی EJV و E۳۰X، خودروی پلاگین هیبرید JS۶، هاچبک کراس بک X۳ خودروهای حاضر در غرفه کرمان موتور بودند. همچنین جدیدترین محصولات معرفی شده این شرکت یعنی کراس اوور لیوان SR۵ و سدان CR۶ در کنار خودروهای هیوندای کونا، النترا و کرتا استقبال بسیار خوبی را تجربه کردند.

شرکت کرمان موتور با حضور پررنگ و همه جانبه در نمایشگاه‌های خودرویی کشور همواره در تلاش است خدمات و محصولات خود را به بهترین شکل به مشتریان خود ارائه دهد.





سبد کامل محصولات کرمان موتور در بزرگ‌ترین غرفه نمایشگاه

کرمان موتور در نمایشگاه

خودروی مشهد

شرکت کرمان موتور در نمایشگاه مشهد نیز با حضور تمام محصولات خود اعم از سواری‌های اقتصادی و لوکس، نسل جدید پیکاپ KMC T9 به همراه KMC T8، انواع کراس اوور و خودروهای برقی، همچنین کشته کارمانیا KMC XT1856، کامل‌ترین سبد محصولات و بزرگ‌ترین غرفه نمایشگاه را از آن خود کرد.



خودروهای برقی کمپانی JAC است که قرار است توسط کرمان موتور به بازار ایران عرضه شود. خودروی KMC EJV، اولین خودروی برقی این شرکت نیز در دو نسخه معمولی و پلاس (فول آپشن) در کنار KMC JS6 PHEV، خودروی پلاگین هیبرید کرمان موتور، به نمایش گذاشته شد.

همچنین خودروی KMC T9، پیکاپ فول آپشن کرمان موتور که کمتر از دو ماه از شماره‌گذاری و ورود آن به خیابان‌ها گذشته است، در نمایشگاه مشهد توجه بسیاری از حاضران را به خود جلب کرد.

کشته جدید شرکت کارمانیا به نام KMC XT1856 نیز که در نمایشگاه شیراز ۱۴۰۳ معرفی شده بود، در غرفه کرمان موتور در نمایشگاه مشهد حضور داشت.

کرمان موتور با کامل‌ترین سبد محصولات در نمایشگاه مشهد حضور پررنگی داشت و با بزرگ‌ترین غرفه نمایشگاه، توجه بسیاری از علاقه‌مندان را به خود جلب کرد.

به‌روز، به‌زودی وارد بازار ایران می‌شود. این خودروی جدید کرمان موتور به لحاظ ابعاد، در رده کراس اوورهای میان‌سایز شهری قرار دارد. در جلونچره آن که به شکل بال پروانه است، از فناوری پرس حرارتی پارامتریک برای خطوط افقی استفاده شده که با ایجاد جلوه بصری سبب‌دهی، فضای مناسبی را برای نصب لوگوی Livan فراهم کرده است.

کراس اوور جدید کرمان موتور همچون سدان CR6 از یک موتور ۱.۵ لیتری توربوشارژ با آلایندگی یورو ۶ بهره می‌برد که قادر است نیرویی معادل ۱۷۸ اسب بخار و حداکثر گشتاور ۱۹۰ نیوتن‌متر تولید کند. گفتنی است، گیربکس ۷ سرعته اتوماتیک دوکلاچه DCT، وظیفه انتقال نیروی تولیدشده موتور به چرخ‌های جلو را بر عهده دارد.

در کنار دو محصول جدید کرمان موتور، سایر محصولات این شرکت نیز در بزرگ‌ترین غرفه نمایشگاه خودروی مشهد حضور داشتند. از جدیدترین محصولات این شرکت، خودروی برقی KMC E30X است که برای اولین بار در نمایشگاه تحول صنعت خودرو ۱۴۰۳ معرفی شد. این خودرو یکی از جدیدترین

تلاش است تا با ارائه خودروهای برقی و هیبریدی، نقش مهمی در کاهش آلودگی‌های زیست‌محیطی ایفا کند. یکی از ویژگی‌های برجسته لیوان، تمرکز بر تولید خودروهایی با قیمت مناسب و امکانات به‌روز است.

KMC CR6

طراحی ظاهری خودروی KMC CR6 با رویکردی مدرن و جذاب شکل گرفته که نشان از تلاش کمپانی مادر برای رقابت با برندهای بزرگ‌تر جهانی دارد. نمای جلوی خودرو، یکی از عناصر کلیدی در طراحی آن محسوب می‌شود که با جلونچره چندضلعی و چراغ‌های LED باریک، ظاهر اسپرت و لوکسی به خودرو می‌دهد.

این خودرو به یک موتور ۱.۵ لیتری چهارسیلندر توربوشارژر مجهز است که استاندارد آلایندگی یورو ۶ را پاس می‌کند. این موتور توانایی تولید نیرویی معادل ۱۷۸ اسب بخار و حداکثر گشتاور ۱۹۰ نیوتن‌متر دارد.

KMC SR5

KMC SR5 یک کراس اوور چینی تازه‌وارد است که با ظاهری مدرن و

معرفی جدیدترین محصولات کرمان موتور

کرمان موتور در نمایشگاه مشهد از دو خودروی جدید خود یعنی KMC CR6 و KMC SR5 از برند لیوان (برند اشتراکی لیفان و جیلی) رونمایی کرد. خودروی CR6 که همان Livan S6 Pro است و یک سدان نسبتاً لوکس با امکانات به‌روز و ظاهری اسپرت محسوب می‌شود، به‌همراه نسخه کراس اوور خود که SR5 نام دارد و درواقع همان PRO Livan X6 می‌باشد، دو خودروی جدید کرمان موتور هستند که قرار است تا پایان سال، قیمت‌گذاری و به بازار عرضه شوند.

لیوان (Livan) یکی از جدیدترین برندهای خودروسازی چین است که با هدف تولید خودروهای اقتصادی و مدرن در بازارهای داخلی و بین‌المللی فعالیت می‌کند. این شرکت در سال‌های اخیر به واسطه نوآوری در طراحی و فناوری‌های پیشرفته، توانسته است توجه مخاطبان زیادی را به خود جلب کند. لیوان با تأکید بر تولید خودروهای دوستدار محیط زیست، در



سالن اختصاصی کرمان موتور در

نمایشگاه خودروی تبریز



کرمان موتور در بیست‌وهشتمین نمایشگاه خودروی تبریز، به‌طور اختصاصی، یک سالن نمایشگاه را برای نمایش و معرفی محصولات و خدمات خود انتخاب کرد.

مهرماه ۱۴۰۳، بیست‌وهشتمین نمایشگاه خودروی تبریز برگزار شد. شرکت کرمان موتور در این نمایشگاه، یکی از سه سالن نمایشگاه بین‌المللی تبریز را به‌طور اختصاصی برای نمایش و ارائه محصولات و خدماتش انتخاب کرده بود.

غرفه کرمان موتور با وسعت حدود سه‌هزار متر، به‌طور اختصاصی سالن شهریار نمایشگاه تبریز را از آن خود کرده بود. در غرفه کرمان موتور، تمام محصولات شرکت، اعم از پیکاپ‌های T۹ و T۸ در کنار خودروهای برقی و تمام محصولات بنزینی حضور داشتند. همچنین جدیدترین خودروهای معرفی‌شده توسط کرمان موتور، یعنی خودروهای KMC CR۶ و KMC SR۵ از برند لیوان Livan در این نمایشگاه حضور داشتند.

نسخه نهایی کی‌ام‌سی ایگل که به‌تازگی قیمت نهایی و شرایط فروش آن اعلام شده بود نیز در نمایشگاه تبریز به نمایش گذاشته شد. اولین خودروی بومی‌سازی‌شده کرمان موتور با آخرین تغییرات و مشخصات نهایی در نمایشگاه تبریز به نمایش در آمد.

نمایشگاه تبریز به نمایش نسخه نهایی خودروی ایرانی کرمان موتور در نمایشگاه تبریز، توجه تعداد زیادی از حاضران در نمایشگاه را به خود جلب کرد.

خودروهای برقی کرمان موتور KMC EJV و KMC در این نمایشگاه حضور داشتند.

کرمان موتور در این نمایشگاه، یکی از سه سالن نمایشگاه بین‌المللی تبریز را به‌طور اختصاصی برای نمایش و ارائه محصولات و خدماتش انتخاب کرده بود.



کرمان موتور از نگاه هوش مصنوعی

هوش مصنوعی از چالش‌های آینده کرمان موتور می‌گوید

در چند سال اخیر صحبت از هوش مصنوعی روز به روز بیشتر شده و اتفاقات بسیار جالبی در بستر هوش مصنوعی رخ داده است. اخبار پیشرفت چشم‌گیر و حواشی هوش مصنوعی هرروز در زندگی ما شنیده می‌شود. با توجه به این شرایط که امروزه انواع هوش‌های مصنوعی یکی از آگاه‌ترین منابع روز دنیا هستند، تصمیم گرفتیم به هوش مصنوعی مراجعه کنیم و از آن درباره شرکت کرمان موتور سؤال بپرسیم و ببینیم که کرمان موتور از نگاه هوش مصنوعی چه جایگاه و ویژگی‌هایی دارد. (سؤالات را از هوش مصنوعی پرسیدیم و پرسش و پاسخ‌ها را بدون تغییر و حذفیات در متن زیر می‌خوانید.)

آیا شناختی از شرکت کرمان موتور داری؟

شرکت کرمان موتور یکی از بازیگران مهم صنعت خودروسازی ایران است که در سال ۱۹۹۰ (۱۳۶۹) به‌عنوان اولین خودروساز خصوصی در استان کرمان تأسیس شد. این شرکت باهدف تقویت سرمایه‌گذاری بخش خصوصی در بخش خودروسازی ایران تأسیس شد. کرمان موتور طی سال‌های گذشته خود را در بین پنج خودروساز برتر ایران قرار داده است.

زمینه تاریخی و مشارکت

کرمان موتور در ابتدا از سال ۱۹۹۴ تا ۲۰۰۲ با واردات و مونتاژ خودروهای شرکت دوو کره جنوبی سود قابل‌توجهی به دست آورد. بااین‌حال، به دنبال خرید دوو توسط جنرال موتورز و تحریم‌های بعدی ایالات‌متحده علیه ایران، کرمان موتور مجبور شد فعالیت‌های خود را تغییر دهد. این شرکت بعداً با هیوندای برای مونتاژ مدل‌هایی مانند هیوندای ورنه و آوانته در ایران همکاری کرد. این مشارکت پس از برنامه جامع اقدام مشترک (برجام) در سال ۲۰۱۴ که به‌طور موقت برخی از تحریم‌ها را لغو کرد و به کرمان اجازه واردات و مونتاژ مجدد چندین مدل هیوندای را داد، دوباره احیا شد.

عملیات و محصولات جاری

کرمان موتور در واکنش به تحریم‌های مجدد، برند خود به نام KMC را در سال ۲۰۱۹ با تمرکز بر تولید خودرو با همکاری خودروساز چینی JAC راه‌اندازی کرد. خط تولید فعلی شامل مدل‌هایی مانند KMC T۸، KV، و JV و سایرین است که نشان‌دهنده تغییر به سمت تولید داخلی در میان چالش‌های تجارت بین‌المللی است.

تحولات اخیر

کرمان موتور با شرکت در نمایشگاه‌های صنعتی و کشف فناوری‌های جدید از جمله خودروهای برقی به سازگاری خود با فضای در حال تحول خودرو در ایران ادامه می‌دهد. این شرکت در حال حاضر قرار است هاج یک برقی JAC را به‌عنوان بخشی از استراتژی خود برای تنوع بخشیدن به محصولات خود و پاسخگویی به تقاضاهای در حال تغییر مصرف‌کنندگان مونتاژ کند. توانایی کرمان موتور برای عبور از تحریم‌های بین‌المللی با حفظ جایگاه خود در بازار خودروی ایران، انعطاف‌پذیری و سازگاری آن را در یک محیط اقتصادی چالش‌برانگیز نشان می‌دهد.

شرکت کرمان موتور از زمان تأسیس تاکنون

چگونه پیشرفت کرده است؟

شرکت کرمان موتور از زمان تأسیس در سال ۱۳۶۹ به‌عنوان اولین خودروساز خصوصی در استان کرمان ایران، تحولات چشمگیری را تجربه کرده است. در اینجا یک مرور کلی از توسعه آن در طول سال‌ها وجود دارد:

تأسیس و سال‌های اولیه / ۲۰۰۰-۱۹۹۰ (۱۳۷۹-۱۳۶۹)

تأسیس: کرمان موتور باهدف ارتقای سرمایه‌گذاری بخش خصوصی در صنعت خودروسازی ایران تأسیس شد و به‌سرعت به یکی از پنج خودروساز برتر ایران تبدیل شد.

موفقیت اولیه: این شرکت از مونتاژ وسایل نقلیه برای خودروساز کره جنوبی دوو، به‌ویژه دوو سیلو، از سال ۱۹۹۴ تا ۲۰۰۱ سود برد. این مشارکت برای رشد اولیه کرمان موتور و حضور در بازار بسیار مهم بود.

چالش‌ها و دوره گذار

تأثیر تحریم‌ها: به دنبال خرید دوو توسط جنرال موتورز و تحریم‌های بعدی ایالات‌متحده علیه ایران، کرمان موتور مجبور شد همکاری خود را با دوو در سال ۲۰۰۱ متوقف کند. این امر منجر به جستجوی شراکت‌های جدید شد و از اوایل ۲۰۰۰ همکاری این شرکت با هیوندای کره جنوبی آغاز شد.

راه‌اندازی برند KMC و پیشرفت‌های اخیر /

امروز - ۲۰۱۴ (۱۳۹۳)

پس از برجام، کرمان موتور همکاری خود با هیوندای را ادامه داد اما به دلیل اعمال مجدد تحریم‌ها این همکاری کوتاه‌مدت بود.

معرفی برند KMC: کرمان موتور در پاسخ به تحریم‌ها و چالش‌های بازار در سال ۲۰۱۹ برند خود به نام KMC را راه‌اندازی کرد. تمرکز این برند با همکاری خودروساز چینی JAC با معرفی مدل‌هایی مانند KMC T۸، KV، و JV، تولید خودرو انجام شد.

خط تولید فعلی: هم‌اکنون، کرمان موتور به گسترش عرضه‌های خود با برند KMC و مونتاژ مدل‌های مختلف چینی ادامه می‌دهد. این شرکت با معرفی مدل‌های جدیدی مانند KMC Eagle و T۹ با تقاضاهای بازار سازگار شده است.

چشم‌انداز آینده

کرمان موتور برای حرکت در یک چشم‌انداز پیچیده خودرویی قرار دارد که با تحریم‌های بین‌المللی و تغییر مشارکت‌ها مشخص می‌شود. تمرکز آن بر تولید داخلی از طریق نام تجاری KMC منعکس‌کننده یک محور استراتژیک باهدف حفظ عملیات در میان فشارهای خارجی است. این تحول نشان‌دهنده انعطاف‌پذیری و سازگاری کرمان موتور است زیرا به دنبال حفظ جایگاه خود به‌عنوان یک بازیگر کلیدی در صنعت خودروسازی ایران و درعین‌حال پاسخگویی به نیازهای داخلی و چالش‌های بین‌المللی است.

چشم‌انداز آینده شرکت کرمان موتور چیست؟

شرکت کرمان موتور برای آینده‌ای پویا در بازار درحال‌توسعه خودرو ایران آماده است. در اینجا جنبه‌های کلیدی چشم‌انداز آن وجود دارد:

رشد بازار و تقاضا

گسترش بازار خودرو: پیش‌بینی می‌شود بازار خودروی ایران رشد قابل‌توجهی داشته باشد، با افزایش پیش‌بینی‌شده ۲۰/۲۲ میلیارد دلاری با نرخ رشد مرکب سالانه ۹/۶ درصدی از سال ۲۰۲۳ تا ۲۰۲۸. این رشد ناشی از افزایش تقاضای مصرف‌کننده برای فناوری‌های پیشرفته، از جمله خودروهای الکتریکی (EVs) خواهد بود و ویژگی‌های ایمنی افزایش یافته است.

مشارکت‌های استراتژیک و توسعه محصول

همکاری با سازندگان چینی: کرمان موتور با موفقیت با JAC Motors برای تولید خودروهایی تحت برند KMC همکاری کرده است. این همکاری به کرمان اجازه می‌دهد تا از طرح‌ها و فناوری‌های مدرنی استفاده کند که برای مصرف‌کنندگان جذاب باشد. همچنین رابطه این شرکت با هیوندای کره جنوبی، می‌تواند زمینه همکاری مجدد این دو شرکت فراهم شود.

چشم‌انداز رقابتی

افزایش رقابت: ورود خودروسازان چینی به ایران رقابت را تشدید کرده است و تولیدکنندگان داخلی مانند کرمان موتور را مجبور به نوآوری و بهبود محصولات خود کرده است. این فشار رقابتی احتمالاً باعث قیمت‌گذاری و کیفیت بهتر در بازار داخلی خواهد شد.

چالش‌های آینده

تحریم‌های اقتصادی: تحریم‌های مستمر همچنان یک مانع مهم برای کرمان موتور است. این محدودیت‌ها می‌توانند دسترسی به فناوری و سرمایه‌گذاری خارجی را محدود کرده و بر قابلیت‌های تولید و رقابت در بازار تأثیر بگذارند.

افزایش هزینه‌ها: صنعت خودرو با چالش‌های ناشی از افزایش هزینه‌های مواد خام مواجه است که می‌تواند بر قیمت مناسب خودرو برای مصرف‌کنندگان تأثیر بگذارد. مدیریت این هزینه‌ها برای حفظ سهم بازار ضروری است.

شرکت کرمان موتور با فرصت‌هایی برای رشد ناشی از گسترش بازار، مشارکت‌های استراتژیک و تمرکز بر تولید خودروهای الکتریکی، در نقطه‌ای کلیدی در تکامل خود قرار دارد. بااین‌حال، باید با چالش‌های مهم مرتبط با تحریم‌ها و رقابت در بازار داخلی مقابله کند و درعین‌حال با تغییر نیازهای مصرف‌کننده در چشم‌انداز خودروسازی ایران سازگار شود.



اردوی بازدید فرزندان پرسنل کارخانه از محل کار والدین



هفته آخر شهریور ماه ۱۴۰۳، اردوی فرزندان پرسنل کارخانه کرمان موتور به منظور پرکردن اوقات فراغت ایشان و آشنایی با محیط کار والدینشان به مدت هفت روز برگزار شد. بیش از ۴۰۰ نفر از فرزندان پرسنل از واحدهای مختلف کارخانه بازدید کردند. فرزندان پرسنل مطابق برنامه ریزی انجام شده، ابتدا در سالن آمفی تئاتر کارخانه ضمن تماشای چند انیمیشن آموزشی و ایمنی، با خط تولید و اهمیت هریک از بخش های کارخانه آشنا شدند؛ سپس با عبور از مسیرهای مشخص، از سالن های تولید بدنه، رنگ و تزئینات و در نهایت از سالن تولید KMCTA بازدید و فرایند تولید خودرو را از نزدیک مشاهده کردند. علاوه بر بازدید، مراسم اهدای هدایا و پذیرایی ناهار در کنار برنامه های گوناگون سرگرمی همچون بازی و مسابقه در ارک جدید برگزار شد.

بم، جواهری از خشت و گِل

شهرستان بم با جمعیتی کم و مساحتی کوچک در دل کویرهای پهناور استان کرمان، امروز با توسعهٔ منطقهٔ ویژهٔ اقتصادی ارگ جدید، یکی از قطب‌های مهم در صنعت خودروسازی کشور شده است. منطقهٔ ویژهٔ ارگ جدید در دل گرمای کویر لوت، اکنون یکی از مهم‌ترین نقاط کشور در امور اقتصادی و صنعتی است.

شهرستان بم با مساحتی حدود ۱۷هزار و ۷۵۵ کیلومتر مربع در شرق استان کرمان قرار دارد. این شهرستان از شمال به شهرستان کرمان، از شرق به شهرستان زاهدان، از جنوب شرقی به شهرستان ایرانشهر (در استان سیستان و بلوچستان) از جنوب به شهرستان کهنوچ و از غرب به شهرستان جیرفت محدوداست.

شهرستان بم شامل ۵ شهر به نام‌های بم، بروات، محمدآباد، فهرج و نرماشیر و چهار بخش به نام‌های مرکزی، ریگان، فهرج و نرماشیر و ۱۳ دهستان است.

به‌طورکلی، این شهرستان از نظر پستی و بلندی شامل دو قسمت کوهستانی و کویری است. کوه‌های بم درواقع ادامهٔ رشته‌کوه‌های مرکزی ایران است که به جبال بارز شهرت دارد. این کوه‌ها مانند سدی میان شهرستان بم و شهرستان جیرفت واقع شده است و بم را از شهرستان جیرفت جدا می‌کند.

مهم‌ترین کوه‌های شهرستان بم، آب چکو (۲۰۴۰ متر)، آب گرمو (۲۴۵۸ متر) و آفتی (۲۴۷۱ متر) هستند. ناحیهٔ پست و کویری شهرستان بم شامل بخشی از شنزار و نمکزار لوت و اطراف آن است و پست‌ترین نقطهٔ آن میان شوره‌گز، ۴۰۰ متر از سطح دریا بلندتر است.

مهم‌ترین رودخانهٔ شهرستان بم، رودخانهٔ تهرود است که از دامنه‌های کوه‌های بلند هزار سرچشمه می‌گیرد و در مسیر خود وارد شهر بم می‌شود، از این شهر و روستاهای آن می‌گذرد و

سپس وارد کویر لوت می‌شود و به رودخانه و یا مسیل شوره‌گز می‌پیوندد. رودخانهٔ تلنگونیز یکی دیگر از رودهای شهرستان بم است.

آب و هوای شهرستان بم در ارتفاعات غربی و دامنه‌های جبال بارز معتدل و در دشت مرکزی و خاوری گرم است. از نظر میزان بارندگی نیز یکی از نواحی خشک ایران به شمار می‌رود.

اقتصاد شهرستان بم برپایهٔ کشاورزی، باغداری، دامداری و صنایع دستی استوار است. آب‌کشاورزی از طریق کاریز و رودخانه تأمین می‌شود. محصولات عمدهٔ این شهر گندم، جو، پنبه، مرکبات و به‌ویژه خرمای آن، معروف به مضافتی است که جنبهٔ صادراتی دارد. صنایع دستی، به‌خصوص قالی‌بافی در این شهرستان دارای اهمیت است. قالی‌های زیبایی با طرح‌های محلی کرمانی و نقش‌های بته‌جقه‌ای و شاه عباسی در شهرستان بم بافته می‌شود. همچنین در این شهرستان معادن سرب و روی نیز وجود دارد.

جمعیت شهرستان بم طبق سرشماری سال ۱۳۹۵، بالغ بر ۱۲۷هزار و ۳۹۶ نفر بوده است.

علت نام‌گذاری شهر بم

نام‌های قدیم بم چه بوده‌اند و وجه تسمیهٔ آن چیست؟

شهر بم همچون خیلی از شهرهای دیگر ایران، در طول تاریخ نام‌های متعددی داشته است که در رابطه با علل شکل‌گیری آن‌ها نیز حقایق و حتی افسانه‌های زیادی وجود دارد؛ ازجمله افسانهٔ معروف هفتواد در شاهنامهٔ فردوسی.

کوزران یا کوزرون از نام‌های قدیم بم

نام این شهر در شاهنامهٔ فردوسی «کجاران» و در کارنامه‌ی اردشیر «کلالان» آمده است. بنا به نوشتهٔ آقای احمد کسروی، نویسندهٔ بزرگ معاصر، در خط پهلوی این دو کلمه شبیه یکدیگر نوشته می‌شوند؛ اما درواقع نام شهر همان کوزران است. هم‌اکنون نیز محله‌ای قدیمی در بم با نام کوزران (کوزرون) شناخته می‌شود.

تاریخچهٔ شهر بم و افسانهٔ هفتواد در شاهنامه

فردوسی در داستان «هفتواد» از کِرمی افسانه‌ای می‌گوید که دختر «هفتواد» حاکم بم، بر حسب اتفاق در بازگشت از کار روزانه آن را می‌یابد و از آن پس، روزگار بر وفق مراد او می‌چرخد. او وجود کِرم را به فال نیک می‌گیرد و به تیمار آن می‌پردازد. با رشد کرم، بخت هفتواد و پسرانش اوج می‌گیرد، شهرهای همسایه را به تصرف خود درمی‌آورند و گنج و گوهر بسیار به دستشان می‌افتد؛ پس بر بالای کوه دژی می‌سازند. (طبق این روایت، دژ ساخته‌شده همان ارگ بم است.) اردشیر (درازدست) در پی دو جنگ که هم در شاهنامه آمده و هم در کارنامه، از سپاه هفتواد شکست می‌خورد و در پی آن، از وجود کرم آگاهی می‌یابد و با حيله وارد قلعه می‌شود؛ خود را به جایگاه کرم (به زبان محلی گُتِ کِرم) می‌رساند و سمی را که همراه داشته به دهانش می‌ریزد. سرانجام کرم با صدایی بَم که به هوا بلند می‌شود، متلاشی و هلاک می‌شود. (این اولین روایت از وجه تسمیهٔ بم است.)

امروزه، در یک طرف ارگ بم محلی قرار دارد که به دروازه یا «گُتِ کِرم» معروف است. «کد» در زبان پهلوی به معنی خانه و منزل است و «گُت» که احتمالاً برگرفته از آن است، در زبان محلی بمی (خاصه به لهجهٔ کرمانی) به معنی «سوراخ» است که به جایگاه و لانهٔ جانوران نیز گفته می‌شود.

روایت صنیع‌الدوله از دلیل نام‌گذاری شهر بم

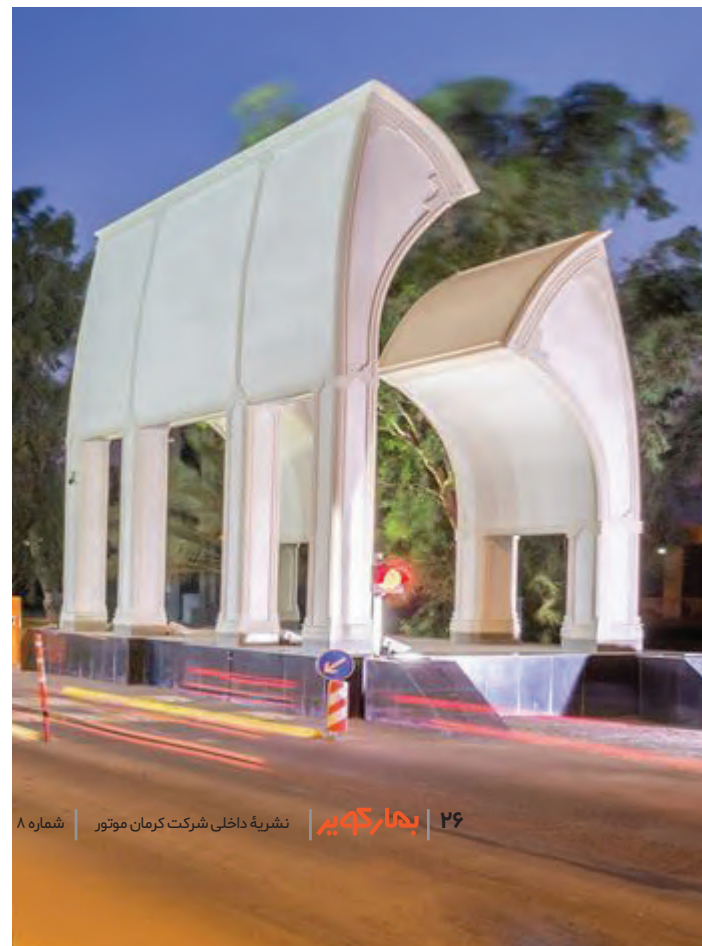
محمدحسن‌خان مقدم مراغه‌ای، ملقب به صنیع‌الدوله و سپس اعتمادالسلطنه، وزیر انطباعات (چاپ و نشر) و مترجم مخصوص دربار قاجار و عهد ناصرالدین‌شاه بود که کتاب‌های زیادی نیز تألیف کرده است. صنیع‌الدوله در کتاب مرآت البُلدان (آینهٔ شهرها)



می‌نویسد: «بهمن بن اسفندیار (شاه هخامنشی) که او را اردشیر درازدست می‌نامیدند، به خونخواهی پدرش از استخر فارس به زابل لشکر کشیده و فرامرز پسر رستم از حرکت سپاه بهمن آگاه گشت و با لشکری به عزم جنگ به سوی لشکر بهمن بن اسفندیار شتافته و در محل کنونی بم با او تلافی کرده؛ بهمن پیروز گشته و فرامرز را به دار آویخت. پس از هزاره‌ها این دو روستا در دو طرف شهر کنونی بم با نام‌های «دارستان» محل تهیه دار و «دارزین» محل به دار زدن فرامرز، شناخته می‌شوند. بهمن بن اسفندیار در محل جنگ به بنای برج و بارو می‌پردازد و جمعیتی را در آن سکنی داده (منظور ارگ بهمن است) و از این جهت آنجا را بم (مخفف بهمن) گفتند.»

ارگ جدید بم و منطقه ویژه اقتصادی

منطقه ویژه اقتصادی ارگ جدید بم، با هدف ایجاد و توسعه زمینه‌های لازم برای فعالیت‌های کارآمد صنعتی، جذب فناوری‌های نوین و افزایش زمینه‌های اشتغال از طریق جلب و هدایت سرمایه‌گذاری داخلی و خارجی در دهه فجر سال ۱۳۷۶، تأسیس و رسماً کار خود را آغاز کرد. مساحت این منطقه بالغ بر هزار و صد هکتار است که در فاصله ۱۰ کیلومتری شرق شهر بم (در بزرگراه بین‌المللی خلیج فارس، بم-زاهدان) در استان کرمان واقع شده است. این منطقه قبل از



۲۶ | بهارکاپر | نشریه داخلی شرکت کرمان موتور | شماره ۸

پیوستن به مناطق ویژه اقتصادی، سرمایه‌گذاری خارجی را از طریق همکاری با شرکت خودروسازی دوو کره جنوبی (Daewoo) جذب و به تدریج زمینه لازم را برای فعالیت سایر شرکت‌ها فراهم کرد. بدین ترتیب، با مشارکت و سرمایه‌گذاری‌های گسترده و همت متخصصان داخلی، اکنون منطقه ویژه اقتصادی ارگ جدید، تنها منطقه ویژه اقتصادی تخصصی در زمینه صنایع خودروسازی، قطعه‌سازی و صنایع وابسته به آن در کشور محسوب می‌شود؛ به گونه‌ای که اکنون، چند مدل از خودروهای تولیدی در کشور، توسط شرکت‌های حاضر در این منطقه ساخته می‌شود. شرکت عمران ارگ به عنوان سازمان مسئول منطقه ویژه اقتصادی ارگ جدید، به منظور تحقق بخشیدن به توسعه فعالیت‌های صنعتی، اقتصادی و گردشگری، از ابتدای تأسیس بخش عمده‌ای از فعالیت خود را در این منطقه آغاز کرد. از جمله اقدامات این شرکت، ایجاد زیرساخت‌ها و امکانات پشتیبانی مورد نیاز، از قبیل احداث ترمینال اختصاصی در فرودگاه بم، تأسیس ترمینال مسافری و باربری، راه‌آهن و انبارهای مجهز کالا، تأمین آب، برق و مخابرات، ساخت هتل‌ها، امکانات ورزشی، تفریحی، آموزشی و سایر تسهیلات بوده است که علاوه بر فراهم آمدن زمینه‌های لازم برای توسعه بیش‌ازپیش سرمایه‌گذاری‌های صنعتی، امید می‌رود تا این منطقه با توجه به داشتن پتانسیل‌های لازم، در آینده‌ای نزدیک به یکی از قطب‌های توریستی و تفریحی کشور نیز تبدیل شود.

صنایع خودروسازی کرمان در سال ۱۳۶۹ و با هدف ایجاد مزیت سرمایه‌گذاری بخش غیردولتی در صنعت خودروسازی کشور، بنا بر اقدام استاندار وقت کرمان، جناب آقای سید حسین مرعشی، به عنوان اولین شرکت خصوصی تولید خودرو در شرق استان کرمان تأسیس شد.

صنعت خودرو با تکیه بر بازارهای بین‌المللی به عنوان موتور محرک صنعت، جایگاه ویژه‌ای در توسعه اقتصاد جهان دارد. این صنعت در گسترش صنایع پایین‌دستی و ایجاد اشتغال مولد در هر کشور، بسیار مهم تلقی می‌شود. حال در کشور ما، نقش استان کرمان در اتکا به ظرفیت‌های داخلی، شناخت منابع و امکانات فراوان موجود در منطقه از جمله نیروی جوان آماده‌به‌کار از عوامل تعیین‌کننده برای رشد سریع این صنعت بوده است.

تحقق آرمان‌های متعالی و ضرورت کارآفرینی در منطقه محروم بم، مدیران این مجموعه، به‌ویژه



مدیرعامل آن، زنده‌یاد مهندس ابوالفضل سجادی و همفکرانش را بر آن داشت تا در راستای تحقق اهداف تعیین‌شده، اقدام به تأسیس «شرکت عمران ارگ جدید» نمایند تا با تصویب دولت و با آماده‌سازی و ارائه امکانات لازم زیربنایی و صنعتی موردنظر در آن، یک منطقه ویژه اقتصادی در محدوده‌ای به وسعت دوهزار و یکصد هکتار، واقع در کیلومتر ۱۵ شهرستان بم شکل بگیرد. از بزرگ‌ترین تحولات جنوب شرق کشور و دستاوردهای ایجاد منطقه ویژه اقتصادی ارگ جدید بم، احداث قطب خودروسازی و قطعه‌سازی بخش غیردولتی در استان کرمان است.

تأمین امکانات زیربنایی برای ترانزیت هوایی، ریلی، جاده‌ای و تسهیل تعاملات اقتصادی با کشورهای همسایه و وجود فرودگاه، هتل، گمرک اختصاصی، تأسیسات مسکونی، مخابراتی، بانکی و مجموعه‌های فرهنگی-تفریحی منحصربه‌فرد، موجبات پذیرش سرمایه‌گذاران و کارآفرینان را در منطقه ویژه اقتصادی ارگ جدید فراهم کرده است. این جذب سرمایه معمولاً با اهدافی چون محرومیت‌زدایی، ارتقای رفاه اجتماعی، ایجاد اشتغال، تأمین امنیت منطقه، پیشگامی در سرمایه‌گذاری تولید خودرو توسط بخش غیردولتی و خارج کردن انحصار همراه با انتقال تکنولوژی، تراکم‌زدایی صنعتی و استقرار بهینه جمعیت در سطح ملی انجام می‌شود.

این قطب صنعتی که بنا به تصویب هیئت وزیران تنها منطقه ویژه تخصصی برای تولید خودرو در کشور است، در آغاز همکاری و سرمایه‌گذاری مشترک با شرکت Daewoo کره جنوبی بنیان‌گذاری و کارخانجات خودروسازی، قطعه‌سازی، رنگ و تزئینات داخلی خودرو، خدمات انبارداری و حمل‌ونقل و... در این منطقه تأسیس و شروع به کار کردند.

بدین ترتیب، شرکت‌های کرمان موتور، خودروسازان بم، مدیران خودرو، کارمانیا، ریگان خودرو، توسعه و ساخت خودروی برقی نوین ماهان، آرمان موتور ارگ، خدمات و تجارت بم خودرو، قوای محرکه، کادک، نگین بم، آرمان الکتریک ارگ، مجموعه‌های خودرو مهر، شرکت تجارت بین‌المللی و پشتیبانی کرمان خودرو، واسپاری کرمان موتور، کی ویس، قطعات تولیدی نخل ارگ کریمان، سرمایه‌گذاری آرمان گستر پاریز، کرمان باتری ارگ، حمل‌ونقل کرمان خودرو، کارگزاری کارآمد، کارگزاری رسمی بیمه مستقیم نور آسیا پیش آتیه و مدیریت اطلاعات نوین ارگ، ایجاد شدند.

اکنون، این مجموعه به عنوان سومین قطب

خودروسازی کشور، پتانسیل تولید پانصد هزار دستگاه خودرو از برندهای لیفان، جیلی، جک، چری و هیوندای را که معادل ۲۵ درصد از سهم بازار خودروهای فعلی است دارد؛ علاوه بر این، ارائه خدمات پس از فروش و جانبی محصولات مذکور نیز در کنار فرایند تولید، صورت می‌گیرد.

صنایع خودروسازی کرمان به عنوان معین اقتصادی منطقه ۳ شرق استان کرمان، مسئولیت توسعه زیرساخت‌های بم، بروات، ریگان و نورماشیر را به عهده دارد و علاوه بر پرداخت سالیانه چندین میلیارد عوارض گمرکی و مالیاتی، مسئولیت اجتماعی خویش را در زمینه ساخت مدرسه، خانه‌های سلامت و ترک اعتیاد، پرورشگاه، مجموعه‌های ورزشی و فرهنگی، آسفالت معابر و پروژه‌های تحقیقاتی توانمندسازی مناطق محروم و حمایت از کسب و کارهای خانگی با اعطای وام‌های طولانی‌مدت از محل درآمدهای موجود، اجرا می‌نماید. در حال حاضر، قریب به پانزده هزار نیروی بومی در کارخانجات و کارگاه‌های منطقه ویژه اقتصادی ارگ جدید مشغول به کار هستند. فعالیت در منطقه ویژه اقتصادی ارگ جدید بم به عنوان یکی از اصلی‌ترین قطب‌های خودروسازی و قطعه‌سازی کشور، نه تنها در معیشت بومیان منطقه و استان کرمان اثرات مثبت اقتصادی گسترده‌ای داشته، بلکه بر اقتصاد کلان کشور نیز تأثیر بسپاری گذاشته است.



شماره ۸ | نشریه داخلی شرکت کرمان موتور | بهارکاپر | ۲۷

جواد قلعه تکی زاده در گفت و گو با «بهار کویر»

فعالیت پتروپالایش صنایع خودروسازی کرمان زیر سایه محدودیت های ارزی است



تکی زاده همچنین در پاسخ به این سؤال که اگر شما تنها با کرمان موتور کار می کردید، هم گیربکس و هم روغن موتور اقتصادی بود، بیان کرد: تنها با روغن خیر؛ اما محصولات جانبی می تواند به ما کمک کند. به عنوان مثال انواع و اقسام شوینده های داخل موتور و اکتان می توانست به ما کمک کند؛ اما نیازمند این بود که باز هم آن ها را به صورت مخزن وارداتی (IBC Intermediate Bulk Container) وارد کنیم و تنها پُر کردن و بسته بندی را در ایران داشته باشیم؛ زیرا در حال حاضر، هیچ کدام از اکتان های تولید داخل، از بُعد کیفی قابل مقایسه با اکتان های خارجی نیستند.

وی درباره میزان مصرف روغن در کرمان موتور تصریح کرد: کرمان موتور با شرکت های زیرمجموعه و خط تولید و خدمات پس از فروش، تقریباً بین سه تا چهار میلیون لیتر به انواع روغن ها نیاز دارد. البته ما برای سوددهی بیشتر در منطقه، نیم نگاهی هم به مدیران خودرو داشتیم. با توجه به اینکه قرار بود کارخانه در ارگ جدید بم احداث شود، توجیه اقتصادی برای آن ها (مدیران خودرو) داشت که از ما خرید کنند. در مرحله دوم هم همان بحث تأمین نقدینگی برای تخصیص مواد اولیه بود؛ زیرا در شرایط فعلی، یکی از نخستین چالش ها، تأمین مواد اولیه است. چالش دوم نیز کارخانه است؛ زیرا تعداد زیادی بلند در سطح کشور نیمه فعال یا تعطیل هستند که می شود از ظرفیت مازاد آن ها استفاده کرد.

اما تأکید مدیریت بر این بود که بخش تولیدی بنگاه اقتصادی

با شرکت بلوکم امضا کرده بود تا به صورت کلی زمینه های همکاری فعلی را اجرایی کند. وی همچنین درباره چگونگی شروع کار اظهار کرد: ما پس از عقد قرارداد، احداث کارخانه را در برنامه داشتیم؛ به همین دلیل با تخصیص ارز و محدودیت های ارزی شدید، پس از آنکه کارخانه ای را در بم اجاره کردیم، درگیر تأمین مواد اولیه شدیم؛ اما بروز برخی مشکلات دیگر باعث شد تا نتوانیم کار را ادامه دهیم. در نهایت، آخرین گزینه ای که برای ما ماند، برون سپاری بود؛ بنابراین تحت لایسنس شرکت آلمانی و یک بخشی هم واردات، کار را آغاز کردیم.

امروز برنامه ما این است که بتوانیم این سهم را افزایش دهیم؛ اما در عمل همه برنامه های بلندمدتی که با بلوکم داشتیم، با چالش مواجه شده اند. به هر حال امیدواریم در بحث برون سپاری بتوانیم شرکای خوبی برای تولید محصولات بلوکم پیدا کنیم که هم از بُعد کیفی و هم از بُعد رزومه کاری شرکت هایی را که مثل ایرانول و بهران بیش از نیم قرن در ایران سابقه دارند، وارد همکاری کنیم تا محصول باثبات تر و باکیفیت تری را با نام تجاری خودمان وارد شبکه خدمات پس از فروش و خط تولید کرمان موتور کنیم.

مدیرعامل پتروپالایش کرمان خودرو درباره تولید اقتصادی برای محصولی مانند روغن موتور بیان کرد: به نظر بنده، یک کارخانه باید در سال، ۱۰ میلیون لیتر تولید کند که بتواند اقتصادی و سودده باشد.

گیربکس و روغن موتور آن در شبکه استفاده کرده ایم و بازخوردهای بسیار خوبی گرفته ایم.

وی درباره کیفیت این محصول گفت: بازخوردها چه از لحاظ درآمدزایی و مصلحت شرکت و چه از لحاظ کیفیت، نشان دهنده نتایج خوبی است؛ برای مثال براساس آماری که در اختیار داریم این محصول باعث کاهش خرابی گیربکس ها شده است. اکنون، بعد از دو سال توانسته ایم روغن های بشکه ای را در نمایندگی های سراسر کشور توسعه دهیم. در حال حاضر، شرکت های رقیب از گروه بهمن یا مدیران خودرو نیز همین کار را می کنند؛ زیرا با توجه به اینکه مصرف روغن گیربکس و موتور ماشین ها متفاوت است، مصرف کننده مجبور نمی شود که نیم لیتر، یک لیتر و یا دو لیتر اضافه تر خرید کند و مجبور باشد بیشتر از نیاز خودروی خود، روغن داشته باشد. به این ترتیب، کنترل در شبکه نیز راحت تر می شود. این اتفاق از اسفند یا بهمن ماه ۱۴۰۱ اجرایی شده است.

مدیرعامل پتروپالایش کرمان خودرو درباره دلیل انجام این کار توضیح داد: آغاز پروسه مذاکرات با شرکت آلمانی به من داده شد که قبول کردم؛ فکر می کنم مذاکرات با آلمان و شرکت آلمانی را اسفند ۱۴۰۱ آغاز کردیم و قرارداد همکاری را اردیبهشت یا خرداد ۱۴۰۲ در کشور عمان با گروه بلوکم (Bluechem GROUP) امضا کردیم.

تکی زاده بیان کرد: پیش از آن هم صنایع خودروسازی کرمان یک تفاهم نامه (Memorandum of understanding) MOU

شرکت پتروپالایش صنایع خودروسازی کرمان در تلاش است تا با واردات و تولید روغن موتور و گیربکس، تحت لیسانس آلمان، محصول باکیفیتی را به بازار ارائه دهد. البته این مجموعه به دنبال توسعه سبد محصولاتش است تا بتواند محصولات بیشتری را در بازار پشتیبانی کند. اما محدودیت ارزی در این زمینه بسیار تأثیرگذار است. در ادامه، جواد قلعه تکی زاده از چگونگی ایجاد این شرکت و چالش های آن می گوید.

جواد قلعه تکی زاده، مدیرعامل پتروپالایش صنایع خودروسازی کرمان درباره این شرکت می گوید: این شرکت، خرداد ۱۴۰۳ تأسیس شد که ۲۰ درصد سهام آن، متعلق به شرکت بلوکم آلمان و ۸۰ درصد دیگر برای شرکت های تابعه است. فعالیت این شرکت تقریباً از ۳ سال پیش آغاز شده بود؛ زیرا ما با شرکت بلوکم کار می کردیم. همچنین با دیگر نماینده این شرکت که شرکت آریا شیمی سلفچگان بود با برند پروتک (PRO-TEC) در شبکه خدمات پس از فروش و OEM همکاری داشتیم. بر همین اساس، با این شرکت به صورت مستقیم ارتباط گرفتیم. حدود دو سال قبل، در نمایشگاه اتومکانیکای دبی با آن ها آشنا شدیم و به ما پیشنهاد دادند که مستقیم واردات روغن گیربکس را با این مجموعه شروع کنیم.

تکی زاده ادامه داد: با توجه به اینکه شرکت نماینده اصلی ایران، توانایی مالی مورد نیاز را در اختیار نداشت، برند دیگری مانند مکس پاور را در نظر داشتیم که دو سال است از روغن



با برند کرمان موتور فروخته نمی‌شود، افزود: یک دلیلش این است که مشتری اعتماد بیشتری به برند خارجی روغن شناخته‌شده دارد و مکس پاور در شبکه ما شناخته‌شده بود. پس سعی کردیم همان مسیر را برویم؛ اما در ادامه قطعاً دنبال این هستیم که یک برند داخلی داشته باشیم و تمرکزمان را روی برند خودمان بگذاریم. اما هنوز با آن فاصله داریم؛ قطعاً اگر کارخانه هم داشته باشیم، باید ابتدا مواد اولیه وارد کنیم که امروزه در دسره‌های خاص خودش را دارد؛ در نتیجه، بهتر است با همان برند آلمانی که در دنیا شناخته‌شده است جلو برویم؛ تا زمانی که خودمان به دانش فنی و به امکانات لازم برسیم. وی در انتها نیز تصریح کرد: قرار بر این شد که شرکت قوای محرکه، تعدادی گیربکس CVT و موتور DGD1 موردنیاز شبکه را تولید کند؛ گویا قراردادی هم با مگاموتور و گروه سایپا دارد که برای آن‌ها گیربکس کوپیک تولید کند. ما به‌عنوان سمپل، روغن‌های مکس پاور را به آن‌ها دادیم؛ اما تأییدیۀ پانچ را نداشتیم و خودمان وارد نشدیم. به واسطۀ شرکت بلوکم آلمان با پانچ مذاکره و مکاتبه کردیم؛ سالانه ۱۰ تا ۱۵ هزار یورو هم حق تأییدیه‌اش است؛ همان‌طور که مثلاً آلان بلوکم تأییدیۀ تمام برندهای خوب دنیا را مثل مرسدس، فاو، ولوو و هرآنچه خودروساز است دارد، امیدواریم تأییدیۀ پانچ بلژیک را هم بگیرد تا شرکت قوای محرکه ما بتواند با خیال راحت از این روغن‌های گیربکس در شبکه و در خط تولیدش استفاده کند و هیچ مشکلی هم از بابت گارانتی گیربکس‌ها نداشته باشیم.

بودند، بازدید داشته‌ایم و یک جلسۀ هم با مدیرعامل بهران داشتیم؛ چون بهران هم با بلوکم کار می‌کند. آلان ادتیوهای بلوکم در همه نمایندگی‌ها وجود دارد و با روغن مکس پاور کار می‌کنند. ما محصولات فیک زیادی دیده‌ایم. به‌عنوان مثال از انواع شامپوها تا انواع و اقسام روغن موتور، روغن گیربکس و ادتیوهایی که آلان در بازار قاچاقی و غیرقانونی وارد کشور می‌شوند و بازار همه آن‌ها ایران، پاکستان و افغانستان است. وی درباره قیمت تمام شده اکتان خارجی نیز گفت: هزینه حمل اکتان با کانتینر ضدحریق، چهار برابر کانتینر معمولی است. ما در این مدت حدود یک یا یک سال و نیم است که مستقیم با بلوکم آلمان کار می‌کنیم. قیمت‌ها براساس قیمت جهانی نفت خیلی تغییر می‌کند. جنگ اوکراین باعث شد که روسیه بیس اویل را قطر ه‌چکانی تزریق کند و قیمت روغن‌های گیربکس در دنیا و روسیه، تقریباً ۳۰ تا ۴۰ درصد گران شود. بعضی از روغن‌ها مثل AF۵۷T۴ و GL۵ تقریباً ۸۰ درصد افزایش قیمت داشته‌اند.

وی در ادامۀ صحبت‌های خود با اشاره به اینکه بخشی از کار ما در پتروپالایش، تعطیلی ندارد و درواقع آخر هفته‌ای نداریم؛ زیرا پنج‌شنبه و جمعه هم باید با خارجی‌ها ارتباط داشته باشیم. آخر هفته آن‌ها که شنبه و یکشنبه باشد، شروع کاری خودمان است؛ بنابراین به‌صورت هفت‌روزه کار می‌کنیم اظهار کرد: بیشتر کارهایی که در این یک سال و خرده‌ای انجام داده‌ایم، کارهای قانونی و حقوقی شرکت بوده است؛ مانند ثبت لوگو، ثبت برند، تأیید قرارداد در وزارت امور خارجه در برلین، امور مربوط به سفارت، گرفتن کد فراگیر، انتقال سهام سرمایه‌گذار خارجی و.... این‌ها پروسه‌هایی بوده‌اند که خود من شخصاً تجربه‌اش را نداشتم و خیلی طولانی شد. ما افزایش سرمایه هم داشتیم و از یک میلیارد تومان به ۲۰ میلیارد تومان افزایش سرمایه دادیم. مسائلی از قبیل اخذ کارت بازرگانی، ثبت سفارش، معرفی محصول به شبکه و اینکه به شرکتی که خود آن‌ها تأسیس کرده‌اند اعتماد بکنند و شرکای قدیمی مثل بهتام یا کاسترول را بعد از دو دهه کنار بگذارند، کار راحتی نیست. اما خوشبختانه کار تا اینجا خوب پیش رفته است؛ فیدبک مکس پاور در شبکه ما بسیار عالی بوده است و خود نماینده‌ها آلان دنبال مکس پاور هستند.

وی ادامه داد: البته قبل از مکس پاور تجربه Q۸ را هم داشتیم؛ Q۸ یک برند بسیار معتبر آمریکایی-اروپایی است که سهامدارش دولت کویت است و یکی از پنج شش‌برند برتر این صنعت در دنیاست. قبل از آنکه با مکس پاور شروع کنیم، با Q۸ همکاری داشتیم. در هر صورت آلان شبکه به روغن گیربکس بشکه‌ای و روغن گیربکسی که خود نمایندگی به‌عنوان برند خودش می‌داند، اعتماد کرده است. این محصول جدیدی که ما داریم وارد می‌کنیم، لوگوی ماست؛ لوگوی کرمان موتور است. یعنی سعی کردیم از سرچشمه کار را درست کنیم تا بتوانیم نظارت هم داشته باشیم.

مدیرعامل پتروپالایش کرمان خودرو درباره اینکه چرا محصولات

شده، توزیع می‌کنند. از مرحله بعد هم شرکت پتروپالایش، پخش مستقیم این محصولات به شبکه را بر عهده می‌گیرد؛ چه محصولات وارداتی و چه آن دسته محصولات که تولید می‌شود. محصول بعدی روغن ۳۰-۵۰ است؛ ضدیخ هم داریم و علاوه‌براین، سعی می‌کنیم با برند خود در پی هرآنچه شبکه از مواد مصرفی لیکوییدی (مایعات) به آن نیاز دارد نیز باشیم؛ درواقع، برندسازی برای ما اهمیت زیادی دارد. این برندها همه به نام شرکت ثبت شده‌اند؛ مانند برندهای مکس پاور و بلوکم. حضور برند پروتک در بازار خیلی کم‌رنگ شده و حتی شایعاتی وجود دارد که کارخانه‌اش تعطیل شده است و کار نمی‌کند. البته با شرکت‌های خوب هم در ایران مذاکره کرده‌ایم که اگر کارخانه و خط تولید تأیید شود، سعی می‌کنیم تحت لایسنس شرکت آلمانی اینجا تولید کنیم.

وی درباره محصولات فعلی نیز تصریح کرد: در حال حاضر دو محصول داریم: روغن موتور ۱۰-۴۰ و روغن ۳۰-۵۰ وارداتی؛ انواع و اقسام روغن گیربکس و اوکتان را نیز داریم.

تکی‌زاده همچنین درباره توسعه سبد محصولات بیان کرد: ما برای واردات محدودیت ارز داریم؛ در حال حاضر تیغه پرفپاک‌کن با برند آتوپروفیل موردنیاز شبکه است که یکی از باکیفیت‌ها در دنیاست. چند دستگاه تخصصی تعمیرگاهی دیگر هم هست که شرکت بلوکم تولید می‌کند و به آن‌ها نیاز داریم. مانند دستگاه ATF که تخلیه روغن گیربکس انجام می‌دهد و ۹۹/۹۹ درصد رییورت می‌دهد. این دستگاه ادتیو مصرف می‌کند که شستشودهندۀ گیربکس است و می‌تواند خرابی‌های گیربکس را قبل از آنکه اتفاقی برای مصرف‌کننده بیفتد، گزارش کند. همچنین به دستگاه‌های ایکس کربن و کلیر فلو نیاز داریم که البته نمونه آن‌ها را برای شبکه خدمات آورده‌ایم و امیدوارم در آینده بتوانیم در تمام نمایندگی‌ها از این دستگاه‌ها استفاده کنیم تا خدمات باکیفیت‌تری را به مشتریان ارائه دهیم. وی درباره واردات اکتان و بازار آن نیز گفت: در حال حاضر یک کانتینر ۴۰ فوت در راه داریم که اکتان پرمیوم و اکتان معمولی است؛ می‌توانیم بگوییم همه این بار را به نوعی پیش‌فروش کرده‌ایم؛ زیرا تقاضا در شبکه بالاست. برای اکتان و نمونه‌هایی هم که تا الان از ایران برده‌ایم، هیچ نمونه‌ای حتی نزدیک به نمونه‌های خارجی و استانداردهای تولیدات خارجی نبوده است؛ بنابراین به‌دنبال کارخانه‌ای هستیم که بتوانیم در آن سطح اکتان تولید و بسته‌بندی کنیم. چند نمونه جدید گرفته‌ایم که به‌زودی برای شرکت آلمانی ارسال خواهد شد. امیدواریم بتوانیم شرکتی را پیدا کنیم که قادر باشد حتی نزدیک کیفیت بلوکم، اکتانی تولید کند که شبکه ما آن را با اطمینان مصرف کند؛ ولی تا کنون هرچه بوده، آزمون و خطا بوده و درصد نوسان کیفیت تولیدات آزمایشی زیاد بوده است.

جواد تکی‌زاده درباره واردات اکتان نیز ادامه داد: تا الان هرآنچه واردات داشتیم، از آلمان بوده و فکر می‌کنم در تابستان از سه کارخانه در امارات که دو تا از آن‌ها شرکای تجاری شرکت بلوکم

حتماً در بم باشد؛ ولی مسئله تمرکز در بم، کار ما را برای انتخاب شریک تجاری، کمی سخت می‌کند.

جواد تکی‌زاده در ادامه با اشاره به کیفیت محصولات تولیدی بیان کرد: اگر بخواهم آن‌ها را به دو بخش تقسیم کنم، محصول وارداتی که روغن گیربکس است، تقریباً ۲.۵ سال است که در شبکه مصرف می‌شود و بازخورد آن از بعد کیفی مثبت و از نظر قیمتی پایین‌تر از قیمت وارداتی بود که به‌صورت مستقیم از شرکت چینی جک صورت می‌گرفت. به‌هرحال محصول آلمانی، استاندارد خاص خود را دارد و سازگار است.

او با بیان اینکه در کشور چند مدل روغن گیربکس داریم اظهار کرد: تولید داخل از بُعد کیفیت چندان قابل‌رقابت نیست. در جلساتی که با بزرگان این صنعت داشتیم، آن‌ها راغب بودند که تنها روغن موتور شبکه را تأمین کنند و روغن گیربکس را با وارداتی موافق بودند. درکل، بخش عمده‌ای از این صنعت به‌صورت وارداتی است؛ اما درجه‌بندی خوب و معمولی دارد.

تکی‌زاده با اشاره به اینکه تقریباً ۲۰ تا ۲۵ درصد تولید دنیا در دست روسیه است که بازار را تأمین می‌کند ادامه داد: کشورهایی دیگر مثل ترکمنستان و ازبکستان و جاهای دیگری هم هستند که بیس اویل (روغن پایه BASE OIL) از آنجا وارد ایران می‌شود؛ اما کیفیت آن‌ها خیلی بالا و پایین دارد. بیس اویل ایرانی هم در چهار پالایشگاه تولید می‌شود که کیفیت آن‌ها خیلی بالا و پایین می‌شود؛ اما گروه یک است و با توجه به محصولات کرمان موتور ما بیش از ۲۵ تا ۳۰ درصد نمی‌توانیم گروه یک استفاده کنیم. بنابراین، اینکه بگوییم روغن گیربکس تولید می‌کنیم با آن سطح کیفی، عملاً شعار است.

وی درباره میزان کیفیت برندها در روغن موتور نیز بیان کرد: در روغن موتور حساسیت کمتری وجود دارد. ما در این مدت، نتایج آزمایش‌ها را در آلمان بررسی کرده‌ایم؛ خیلی جالب است که روغن‌های ایرانی کیفیت بهتری نسبت به برندهای خارجی داشتند. البته خارجی‌هایی که در ایران تولید می‌شوند، هم سولفور پایین‌تری دارند، هم عملکرد بهتری از خود نشان می‌دهند؛ علاوه‌براین، بیس اویل آن‌ها نیز بهتر است. اما نتایج آزمایشگاه نشان می‌داد که در روغن‌های خارجی حتی درصدی هم روغن بازیافتی (recycled oils) مصرف شده است. وی اضافه کرد: پیشنهادهای زیادی به مجموعه کرمان موتور می‌دادند که ضمن همکاری با شرکت‌های مختلف، برون‌سپاری تولید کنیم؛ در نتیجه تصمیم گرفتیم اگر قرار است چنین کاری انجام دهیم، با شرکت‌های دولتی همکاری کنیم؛ زیرا هم پالایشگاه دارند و هم نتایج آزمایشگاه نشان می‌دهد که محصولاتشان از نظر کیفی خوب است. در نهایت شرکت ایرانول انتخاب شد و اکنون با آن همکاری می‌کنیم. همچنین در تلاش هستیم تا خارج از کشور نیز نمایندگی داشته باشیم. مدیرعامل پتروپالایش کرمان خودرو درباره سیستم توزیع محصولات این شرکت بیان کرد: در گام اول توزیع را محدود به شبکه خدمات پس از فروش کردیم؛ اکنون TBK و KTL این محصول را که صرفاً به سفارش شبکه کرمان موتور تولید



آشنایی بیشتر با خودروی ایکس ۵ راه همواره به لطف سابقه S5

خودروی کی ام سی ایکس ۵ که یکی از محصولات جدید و به روز شرکت کرمان موتور محسوب می‌شود، استقبال خوبی را در بازار به خود اختصاص داد. این خودرو به عنوان ادامه دهنده راه خودروی محبوب بازار، جک S5 به بازار عرضه شد. خودروی JAC S5 که به مدت پنج سال پرفروش‌ترین شاسی بلند بازار بود، موجب شد تا شرکت کرمان موتور نسل جدیدی از S5 یعنی KMC X5 را با هدف ادامه مسیر موفق S5 به بازار عرضه کند.

کاهش ارزش‌بری

این خودرو همچون خودروی JAC S5 از درصد داخلی سازی بالایی در بین سبد محصولات کرمان موتور برخوردار است. درصد بالای داخلی سازی خودروها، در کنار مزایای مشخص برای مصرف‌کننده، موجب کاهش ارزش‌بری می‌شود. مطابق با آخرین دستورالعمل‌های وزارت صنعت، معدن و تجارت بیان‌کننده آن است که خودروسازان موظف هستند مقدار ارزش‌بری خود را کاهش دهند.

با توجه به کالیبراسیون داخلی خودروی ایکس ۵، نیز، مقدار ارزش‌بری این خودرو نسبت به نسخه موفق قبلی خود (جک اس ۵) کمتر بوده و با امکانات و تجهیزات به‌روزتر با قیمت مناسب‌تری به بازار عرضه شد.

کالیبراسیون داخلی X5 KMC

شرکت کرمان موتور با در نظر گرفتن اهمیت فرآیند

کالیبراسیون، موفق شده با بکارگیری به‌روزترین امکانات آزمایشگاهی و تکیه بر دانش فنی مهندسان داخلی، هماهنگ سازی میان موتور و گیربکس محصولاتش را به طور کامل در داخل مجموعه خود عملیاتی نماید.

فرآیند کالیبراسیون در داخل مجموعه بزرگترین خودروساز خصوصی کشور، موجب می‌شود تا هماهنگ سازی میان موتور و گیربکس در محصولات، مطابق با نیازهای مصرف‌کنندگان ایرانی و مختصات بومی کشور طراحی و اجرا شود.

به این ترتیب محصول نهایی بازار ایران، در مقایسه با نسخه‌ای که در کشورهای دیگر عرضه می‌شود می‌تواند علاوه بر ارائه عملکرد بهتر در جاده‌های ایران، دیرتر نیز مستهلک شود.

راه هموار X5 به لطف سابقه S5 / آشنایی

بیشتر با کی ام سی X5

دیدگاه مثبتی که نسبت به نسخه قدیمی خودروی ایکس ۵

یعنی جک اس ۵ (JAC S5) وجود داشت، راه ورود به بازار این خودرو را هموار کرده بود.

جک S5 تنها کراس اوور چینی بازار ایران است که بیش از ۱۱۰ هزار دستگاه در یک دهه گذشته تحویل مشتریان محترم شده است؛ این مسئله محبوبیت و شرایط خوب S5 را در بازار خودروهای شاسی بلند نشان می‌دهد.

سابقه طولانی شرکت کرمان موتور و رابطه قوی این شرکت با شرکت سازنده (JAC) در کنار تجربه، از مسائل مهمی بود که در هنگام ورود به بازار، طرفداران ایکس ۵ آن را مطرح می‌کردند.

همچنین به دلیل یکسان بودن قطعات این خودرو با نسل قبلی خود یعنی جک اس ۵، دغدغه‌های ارائه خدمات پس از فروش و تامین قطعات برای شرکت خودروسازی و خریداران را تا حدودی از بین می‌برد. به روز بودن چهره ظاهری و طراحی آن نسبت به خودروهای روز دنیا یکی دیگر از نقاط مثبت این

خودرو به حساب می‌آیند.

با توجه به درصد بالای داخلی سازی این خودرو، قابلیت به‌روز کردن برخی از امکانات خودرو مناسب با سلیقه اشخاص، یکی از فرصت‌هایی است که در اختیار خریداران X5 قرار می‌دهد. این موضوع در کنار یکسان بودن قطعات با اس ۵، از موضوعات مهمی است که مورد توجه خریداران است؛ زیرا در بازار امروز ارائه خدمات پس از فروش و تامین قطعات یکی از مسائل مهم در بازار خودروهای وارداتی و مونتاژی است.

در کنار نقاط مثبت این خودرو، کم بودن امکانات و تجهیزات رفاهی در این خودرو در مقایسه با رقبای، نقطه ضعف این خودرو محسوب می‌شود. وجود رقبای چینی در این نمونه از خودروها و همچنین عرضه خودروهای جدید، از تهدیدهای بازار خودروی KMC X5 محسوب می‌شود.

امکانات رفاهی کمی که ایکس ۵ در اختیار راننده و سرنشینان قرار می‌دهد، یکی از دلایلی است که برخی از

رقابت چینی‌ها در بازار خودروها

لاماری و تیگو ۷ پرو، کدام قوی‌تر است؟

لاماری ایما و تیگو ۷ پرو دو خودروی مونتاژی هستند که توسط خودروسازان خصوصی، به بازار خودروهای شاسی بلند عرضه شدند. این دو خودرو چه ویژگی‌های دارند و رقابت آن‌ها در بازار چگونه است؟

لاماری ایما توسط شرکت آرین موتور در بازار ایران عرضه شده که در بازار چین و سایر کشورها با نام دانگ فنگ T۵ Evo شناخته می‌شود که در حقیقت نسخه‌ای بهبود یافته از دانگ فنگ T۵ اصلی است. در واقع آرین پارس موتور که پیشتر به عنوان واردکننده محصولات میتسوبیشی شناخته می‌شد، نشان لاماری را برای محصولات مونتاژی خود انتخاب و برای اولین کراس اوور خود، نام ایما را انتخاب کردند.

لاماری ایما با حدود قیمت مصوب یک میلیارد و ۶۷۳ میلیون تومان در مهر ماه ثبت شده که نسبت به خودروی ایکس۵ که رقیب این خودرو است، قیمت بالاتری دارد.

تیگو ۷ پرو

خودروهای مدل تیگو از شرکت خودروسازی چری (CHERY) که توسط مدیران خودرو به بازار عرضه می‌شوند نیز طرفداران خود را داشته و با شرایط بازار خودروی ایران همخوانی زیادی دارند.

نسل اول چری تیگو ۷ حضور نسبتاً موفقی را در بازار خودروهای شاسی بلند تجربه کرد و توانست با موفقیت در بازار خودروهای دسته دوم، به عنوان یک کراس‌اوور قابل اعتماد و تقریباً لوکس میان مردم شناخته شود.

فروش حدود ۶۴ هزار دستگاه از این محصول (بر اساس آمار سال ۲۰۲۰) در کشور چین نشان می‌دهد که تیگو ۷، داخل کشور چین نیز از محبوبیت نسبتاً خوبی برخوردار بوده است. همین نکات شرکت مدیران خودرو را مجاب کرد تا برای عرضه نسل بعدی یا به عبارتی نسخه پرو تیگو ۷ نیز دست به کار شوند.

نسل جدید تیگو ۷ با ظاهر زیبا، کابین لوکس‌تر و قوای محرکه قوی‌تر به عنوان نسخه‌ای کامل‌تر از مدل قبلی به

نوع دیسکی هستند.

یکی دیگر از مهم‌ترین مزایای این خودرو نسبت به رقبای، قیمت مقرون به مصرفه این خودرو نسبت به امکانات و قیمت مصوب کارخانه KMC X۵ در مهر ۱۴۰۳ حدود یک میلیارد و ۴۷۵ میلیون تومان ثبت شده که نسبت به سایر رقبای این خودرو در بازار قیمت کمتری دارد.

کی ام سی ایکس۵ که به علت و با هدف موفقیت در بازار همچون خودروی اس۵ در بازار عرضه شد، مزایا و معایب متفاوتی را دارد. خودروی JAC S۵ که بازار بسیار موفق و محبوبیت زیادی داشت. خودروی X۵ به دلایلی که بیان شد، در بازار طرفداران و منتقدان خاص خود را داشت، باید دید با گذشت زمان شرایط این خودرو در بازار چگونه خواهد بود. آیا می‌تواند محبوبیت S۵ را ادامه دهد یا خیر؟

با توجه به موفقیت جک S۵ در بازار که موجب عرضه X۵ شد. به نظر شما ایکس۵ نسبت به خودروی نسل قبلی خود چه برتری‌ها و معایبی دارد؟

X۵ دور می‌کند؛ زیرا در مقایسه با سایر رقبایی که امروز معرفی می‌شوند، عملکرد و امکانات رفاهی نسبتاً ضعیف‌تری دارد. عدم وجود سنسور جلو، نداشتن تهویه مطبوع دوگانه، حجم کمتر صندوق عقب در کنار نداشتن سیستم کنترل سرعت در سرازیری (HDC) و تک رنگ بودن تریم داخلی، از جمله تغییرات نسبت به JAC S۵ هستند.

پیشران KMC X۵ قادر است تا حداکثر ۱۷۱ اسب بخار قدرت و ۲۸۰ نیوتن متر گشتاور تولید کند. انتقال قدرت در این کراس‌اوور نیز از طریق جعبه دنده شش سرعته اتوماتیک انجام می‌شود. از نظر قوای محرکه، ایکس۵ با رقبای خود تفاوت زیادی ندارد و عملکرد نزدیک به یکدیگر دارند.

یکی از مزایای X۵ در مقایسه با سایر کراس‌اوورهای هم‌رده، سیستم تعلیق مناسب آن است. سیستم تعلیق KMC X۵ در جلو از نوع مک فرسون و در عقب از نوع مولتی لینک است. بنابراین سرنشینان سواری راحتی را در این خودرو تجربه خواهند کرد. ترمزهای KMC X۵ در چهار چرخ نیز از



بازار عرضه شد. اما قیمت مصوب تیگو ۷ پرو در محدوده یک میلیارد و ۷۳۰ میلیون تومان ثبت شده که یکی از نقاط ضعف این خودرو نسبت به رقبای آن است.

مهم‌ترین نکته تفاوت نسبت به نسل قبلی را باید در تعویض گیربکس دوپل کلاچ با گیربکس سی وی تی دانست که عملکردی نسبتاً کند دارد و همین مسئله نیز بر شتاب خودرو نسبت به مدل قبلی تأثیر منفی به دنبال داشته است. تیگو ۷ را کراس‌اووری نسبتاً لوکس با رفتاری نرم و خانوادگی می‌دانند که تا حد زیادی از کاراکتر نسبتاً اسپرت نسل قبلی خود فاصله گرفته است.

خودروهای لاماری (LAMARI) و تیگو ۷ پرو (PRO TOGGOV) از خودروهای مشابه بازار در نمونه خودروهای شاسی بلند

هستند که تجهیزات موتوری مشابه اما در امکانات رفاهی تفاوت‌هایی باهم دارند.

ابتدا به اصلی‌ترین قسمت خودرو یعنی موتور و قدرت آن می‌پردازیم. لاماری با موتور ۱/۵ لیتری ۷ سرعته، ۲۸۵ نیوتن متر گشتاور و ۱۹۵ اسب بخار قدرت تولید می‌کند. موتور ۱/۵ لیتری توربو تیگو ۷ پرو توانایی تولید ۲۳۰ نیوتن متر گشتاور و ۱۵۶ اسب بخار را دارد. هر دو خودرو در سیستم ایمنی خود از ۶ کیسه هوا و در کنار سیستم کنترل ایستایی در سربالایی بهره می‌برند.

سنسور جلو و سنسور باران از امکانات رفاهی است که در تیگو ۷ پرو وجود دارد و اما در لاماری این امکانات در اختیار راننده وجود ندارد. وجود رادار حرکت بین خطوط در خودرو

لاماری نیز از امکانات به‌روزی است که در خودروی رقیب آن وجود ندارد.

یک پنل یکپارچه در کابین لاماری ایما طراحی شده که شامل دو صفحه نمایش است؛ بخشی سیستم مالتی مدیا و بخشی دیگر کلاستر دیجیتال را نمایش می‌دهد. در مقابل کابین تیگو ۷ پرو با خطوط افقی و نمایشگر تبلت مانند، فضایی ساده و لوکس را به سرنشینان ارئه می‌دهد.

مجموعه داشبورد لاماری به سمت جلو طراحی شده که در کنار دید مناسب به بیرون، فضای پای بیشتری را در اختیار راننده و سرنشینان قرار می‌دهد.

هر دو خودرو با نمایشگر ۱۰ اینچی طراحی و تولید شده‌اند اما دوربین ۳۶۰ درجه در خودروی تیگو ۷ پرو نیز وجه تمایز

آن نسبت به لاماری است. ترمز پارکی برقی و اتوهلد نیز از امکاناتی است که هر دو خودرو در اختیار راننده خود قرار می‌دهند.

تیگو ۷ پرو و خودروی لاماری از لحاظ امکانات و تجهیزات، شباهت‌های زیادی دارند و هر دو در بخش‌های مختلف مزایا و معایبی دارند. انتخاب هریک از این خودروها بسته به سلیقه برای انتخاب ظاهری خودرو و از طرفی برخی از امکانات ایمنی و رفاهی، متفاوت است. البته یکی دیگر از معیارها، اختلاف قیمت خرید خودروها است.

بنابراین شاید انتخاب بین خودروهای رقیب در این نمونه از خودروهای شاسی بلند، انتخاب نسبتاً دشواری باشد و در این مرحله خریداران به جزئیات بیشتری دقت خواهند کرد.



زندگی با کیفیت برای بانوان شاغل

در دنیای امروز، بانوان نقش فعال و اساسی در بازار کار جهانی دارند و برابر با آقایان، این نقش را ایفا می‌کنند؛ با این تفاوت که علاوه بر مسئولیت‌های اجتماعی خود، مسئولیت‌هایی هم در زندگی شخصی و حوزه خانواده، برعهده دارند که همه این‌ها، دغدغه‌هایی برای آن‌ها می‌آفریند که اگر حل و برطرف نشوند، منجر به افزایش فشار روحی و در نهایت به خطر افتادن سلامت روان آن‌ها می‌شود.

در شمار ه‌های قبلی بهار کویر، به طور اجمالی در مورد این دغدغه‌ها صحبت کردیم و با آن‌ها آشنا شدیم؛ اما می‌خواهیم بدانیم که چگونه می‌توانیم این دغدغه‌ها را مدیریت و فشار ناشی از آن‌ها را کم کنیم؟

به طور کلی می‌دانیم اصلی‌ترین دغدغه و مشکل بانوان شاغل، زمان است. اغلب زنان شاغل با مشکل کمبود وقت و زمان در زندگی خود مواجه هستند. همه آن‌ها از اینکه نمی‌توانند به صورت مطلوب و دلخواه، برای فعالیت‌های مختلف خود، چه در زندگی شخصی چه در زندگی حرفه‌ای، وقت بگذارند، ابراز ناراحتی می‌کنند.

بانوان شاغل باید نگرش و طرز فکر خود را درباره روایت‌های شایع پیرامون بانوان و مدیریت زمان تغییر دهند. در جوامع مختلف، این نگرش که بانوان همزمان نمی‌توانند مادران، همسران و کارمندان خوب باشند و برای دستیابی به هر یک از آن‌ها، باید مسئولیت‌های دیگر خود را کنار بگذارند، بسیار رواج پیدا کرده است.

ما قصد داریم در این مطلب، راهکارهایی را برای مدیریت زمان و زندگی‌ای با کیفیت، به بانوان شاغل ارائه دهیم.

۱. الویت‌های خود را مشخص کنید

هیچ کس نمی‌تواند همه امکانات و همه افراد را در همه زمان‌ها در اختیار داشته باشد. مسئولیت‌های خانه، مسئولیت مادر

بودن، وظایف همسری و غیره از جمله نقش‌های بانوان است؛ اما در حقیقت هیچ گاه نمی‌توان این نقش‌های متفاوت را به طور همزمان به خوبی ایفا کرد. پس باید الویت‌بندی کنید و کارها را به ترتیب الویتشان انجام دهید.

« سه الویت اول زندگی‌تان را تعیین کنید. آیا برنامه روزمره شما بازتاب دقیق این الویت‌ها است؟

« کمال طلبی را کنار بگذارید. اشکالی ندارد که خانه شما برق نزنند ولی در عوض با همسران بیشتر صحبت کنید و یا وقت بیشتری به فرزندان اختصاص دهید. یادتان باشد که روابط از همه چیز مهم‌تر است.

« این هفته با گفت‌وگو و مشورت خانوادگی، کارهای خانه را تقسیم بندی کنید.

۲. زمان خود را به ۳ بخش زمان تمرکز، زمان اداری و زمان معنوی تقسیم کنید

یکی از مهم‌ترین عادت‌های لازم برای مدیریت زمان، بخش‌بندی زمان است. اگر شاغل هستید، تمام کارهایی که باید در محل کار خود انجام دهید را بنویسید و سپس آن‌ها

را به صورت چرخه تکرار کنید تا به مرور زمان تکرار این کارها، منجر به ارتقاء شما شود.

سپس وقت خود را برای کارهای اداری خود اختصاص دهید؛ این‌ها مواردی هستند که شما مجبور به انجام آن‌ها هستید و فرقی نمی‌کند که نسبت به آن‌ها علاقه‌ای داشته باشید یا نه. در آخر زمان معنوی، به عنوان زمانی برای سرگرمی، خانواده و زندگی شخصی شما ثبت می‌شود. برنامه ریزی برای خانم‌های شاغل باعث می‌شود که حرفه ی خود را به طور موثرتر پیش ببرند و بدون افسردگی و خستگی از عهده کارهای خود بر بیایند.

۳. کارهای غیر ضروری را کم یا حذف کنید

وقتی الویت‌هایتان را مشخص کردید، متوجه می‌شوید روی بعضی کارها که الویت ندارند، زیاد وقت صرف می‌کنید؛ مثلاً تشخیص می‌دهید که بهتر است تماشای تلویزیون را کمتر کنید.

عواملی مانند ساعات طولانی کار، برنامه‌های پرکار شغلی و امکانات نامناسب کاری، رضایت شغلی را کاهش داده و

سطح تعارضات را در زنان شاغل افزایش می‌دهد. علاقه و انگیزه در کار باعث روحیه شاداب‌تر و خستگی کمتر می‌شود و از طرفی انعطاف‌پذیری مدیر و محیط کار می‌تواند فضای رضایت‌مندتری ایجاد کند. از این رو می‌توان نتیجه گرفت این عوامل در توازن بین کار و زندگی موثر است.

۴. نظم را تمرین کنید تا عادت شود

نظم یکی از موارد مهمی است که باید هنگام انجام کارها، آن را به طور دائم به خود یادآوری کنید. خود را ملزم به رعایت نظم کنید.

۵. هویت خود را فراموش نکنید

مادر و یا همسر بودن و یک زن شاغل بودن، نباید موجب شود که شما تبدیل به یک برده شوید. شما باید زنانگی خود را همیشه حفظ کنید. بسیاری از زنان عادت دارند خود را فراموش و فداکاری کنند تا دیگران در آسایش باشند اما این کار اصلاً صحیح نیست. تفریحات زنانه را همیشه در خود زنده نگهدارید. هر چند وقت یک بار به آرایشگاه بروید و برای



خودتان لباس‌های شیک بخرید.

شما یک زن هستید و سعی کنید با غرور، یک زن باقی بمانید.

۶. کارها را عادلانه تقسیم کنید

بیشتر بانوان شاغل با فشار مضاعف مسئولیت‌های خانه و بچه روبرو هستند و این به طور بالقوه یکی از بزرگ‌ترین منابع استرس و خشم و آزدگی در خانواده‌هایی است که زن و شوهر، هر دو بیرون خانه کار می‌کنند.

« خوب است برخی از کارهای خانه بین همه اعضای خانواده تقسیم شود. حتی می‌توان قواعد اختیاری و سودمندی تعیین کرد که باعث شود تا همه کارها روی دوش یک نفر نباشد یا اینکه نوبتی انجام شوند.

« از همه مسئولیت‌های خود و شریک زندگی خود فهرستی تهیه کنید.

« اگر تا به حال این کار را نکرده اید، فکر کنید، خلاق باشید و به بچه‌ها هم کارهایی را که دوست دارند، واگذار کنید.

« با موافقت همسر و فرزندان، بگذارید بعضی از کارهای

خانه را به طور منظم، آن‌ها انجام دهند. اشکالی ندارد

اگر طبق روش شما انجام ندهند.

۷. زمانی را به خودتان اختصاص دهید

در خانه و در هنگام انجام انواع وظایف پرفشار، زمانی را به رفع نیازهای جسمی و روحی خودتان اختصاص دهید، ورزش کنید، پیاده روی کنید، مطالعه کنید یا فقط دراز بکشید و هیچ کاری نکنید.

« آخرین باری که اوقات فراغت خوب و مفید داشتید، کی بود؟

« تا چه اندازه به بهداشت و سلامت فردی خود اهمیت می‌دهید؟ آیا ناهار را ایستاده یا پشت کامپیوتر می‌خورید؟

« این هفته دست کم دو ساعت کامل را به خودتان اختصاص دهید؛ می‌توانید بروید استخر یا در خانه فیلم مورد علاقه خود را ببینید یا غذایی را که خودتان بیشتر از همه دوست دارید، بپزید و سر فرصت و بدون عجله، آن

را با لذت نوش جان کنید.

۸. از دیگران کمک بگیرید

کمک گرفتن از افراد مورد اعتماد برای انجام دادن برخی کارها باعث کارایی بیشتر شما می‌شود. شما می‌توانید برای انجام بعضی از کارهای خانه مثل نظافت کلی، رسیدگی به باغچه یا مواظبت از بچه به کسی پول بدهید تا آن‌ها را انجام دهد. البته توان مالی این کار، بیشتر به زنان شاغل در رده‌های بالای مدیریت مربوط می‌شود.

تحقیقات انجام شده در این حوزه نشان می‌دهد که بیشتر مدیران مرد مجرد، لباس‌های خود را به خشکشویی می‌برند، برای نظافت خانه کسی را می‌آورند و سه بار در هفته در رستوران غذا می‌خورند؛ درحالی که مدیران زن همه این کارها را خودشان انجام می‌دهند؛ چون فکر می‌کنند که مثلاً آوردن نظافتچی، نوعی پول دور ریختن است یا فکر می‌کنند خودشان کارها را بهتر انجام می‌دهند؛ درحالی که اینطور نیست. شما با این کار وقت و تمرکز بیشتری برای انجام کارهای خودتان

خواهید داشت.

« آیا در ماه گذشته مجبور شدید محل کارتان را برای انجام کارهای مربوط به خانه ترک کنید؟

« اگر برای انجام دادن بعضی کارها به کسی حق الزحمه می‌پرداختید، چقدر در وقت صرفه جویی می‌شود؟

« این هفته امتحان کنید و یکی از کارهای وقت گیر خانه را به عهده فرد واجد شرایطی بگذارید و به او حق الزحمه بدهید.

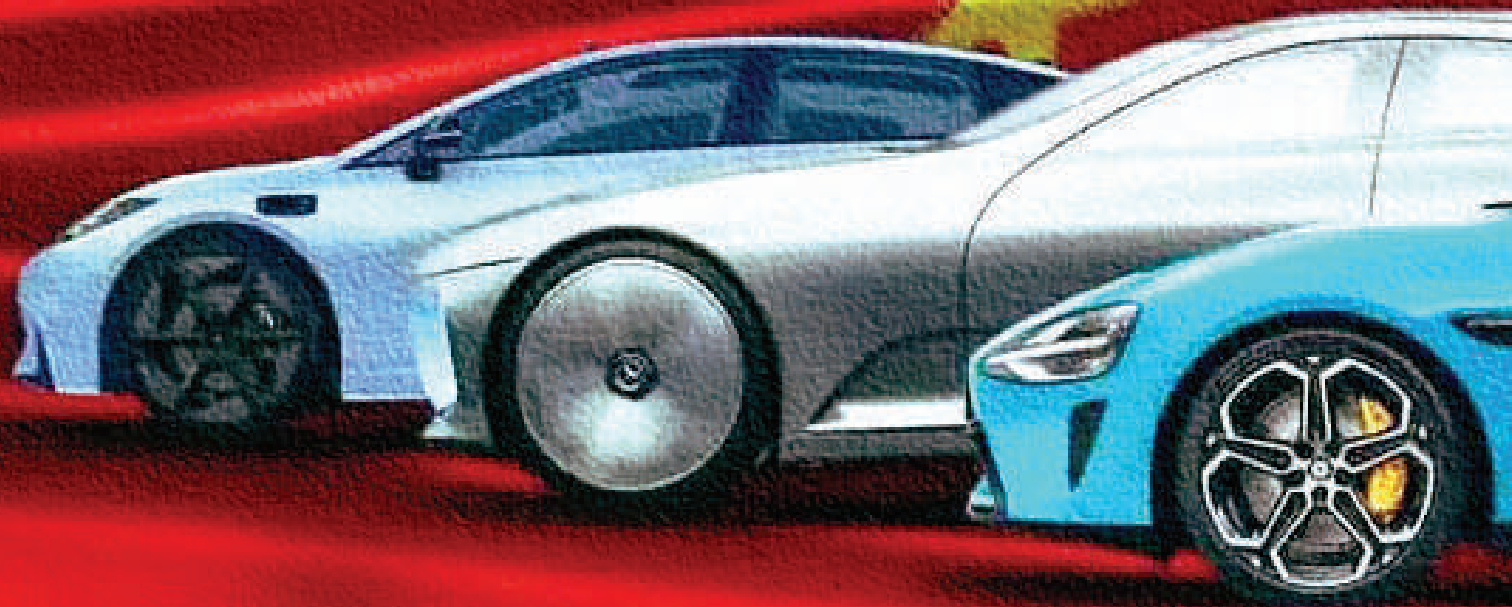
۹. با تکیه بر نقاط قوت خود، کار کنید

همان کاری را انجام دهید که به خوبی از عهده‌اش برمی‌آیید. کار کردن با توجه به توانایی‌ها و استعدادهای خود، بهترین کار ممکن است. همه ما نقاط قوتی داریم که به آن‌ها می‌بالیم و نقاط ضعفی داریم که دوست داریم هیچ کس به آن‌ها پی نبرد.

در دنیای کار، ما برخی کارها را به بهترین نحو انجام می‌دهیم. پس چرا روی آن‌ها تمرکز نکنیم؟

درباره دیروز تا امروز اقتصاد چین

رکورد شکنی‌های چین در صنعت خودروسازی



چین در سال ۱۸۲۰، بزرگ‌ترین اقتصاد جهان بود و امروز دومین اقتصاد بزرگ جهان است. در شماره قبلی بهار کویر، مطالعه‌ای در مورد تاریخچه چین انجام دادیم و به صورت مختصر به صنعت و اقتصاد آن اشاره کردیم؛ اما در این شماره می‌خواهیم به طور مفصل در مورد اقتصاد چین صحبت کنیم و سیر تاریخی آن را بررسی کنیم.

« آیا شغل فعلی شما نقاط قوتتان را به خدمت می‌گیرد یا نقاط ضعفتان را آشکار می‌کند؟
« چگونه می‌توانید از نقاط قوتتان به بهترین نحو ممکن در محیط کار استفاده کنید؟
« این هفته کاری را که بیش از همه دوست دارید و بیشترین نقاط قوت شما در آن است را انجام دهید.

۱۱. به خودتان جایزه بدهید

خودتان و موقعیت هایتان، بهترین ضامن تداوم موفقیت‌ها است. برای کارهایی که انجام داده‌اید، از خودتان قدردانی کنید؛ برای کوچک‌ترین کارها، جایزه‌ای در نظر بگیرید.

به طور کلی ایجاد توازن بین کار و زندگی از ارزش بالایی برخوردار است. این توازن، توازن پویا است که هر عنصر آن، ضمن ارتباط و کنش متقابل با یکدیگر، نقش مکمل و حمایت کننده دارد و برای رسیدن به چنین توازنی لازم نیست یکی به نفع دیگری تضعیف یا کنار گذاشته شود؛ اما این توازن، خود به خود ایجاد نمی‌شود و با مدیریت آن، از آسیب‌ها در سطح فردی، سازمانی و جامعه جلوگیری می‌شود و همچنین به بهره‌وری اجتماع و فرد کمک شایانی می‌کند.

۱۰. خود را باور کنید

گام‌های خود را چنان کوچک بردارید که بتوانید با کمترین فشار و خستگی به اهدافتان دست یابید. به ازای راهی که باید طی شود، فکر نکنید. بسیاری از بانوان مهارت‌ها و قابلیت‌های حقیقی خود را نادیده می‌گیرند و به آن‌ها کم بها می‌دهند.

زنانی که استعدادهای خود را باور ندارند، مسئولیت کمتری قبول کرده و کمتر از فرصت‌ها استفاده می‌کنند. موفقیت‌های خود را نادیده نگیرید. روی نقاط ضعف خود متمرکز نشوید. در یک کلام خودتان را باور کنید. شما کارهای بسیاری را به خوبی انجام داده‌اید و باز



هنگامی که پرزیدنت مونرو در دهه ۱۸۲۰ به فراتر از ایالات متحده نگاه کرد، دنیایی بسیار متفاوت از آنچه امروز می‌بینیم را دید؛ یونانی‌ها به تازگی شروع به شورش علیه امپراتوری عثمانی کرده بودند؛ برزیل استقلال خود را از پرتغال اعلام کرد. انگلستان، جایی که اولین انقلاب صنعتی در حال وقوع و مشغول و متمرکز بر روی آن بود؛ در همان روزها، چین، جایی که سلسله چینگ به قرن سوم حکومت امپراتوری خود نزدیک شد، بیشترین سهم از تولید ناخالص داخلی جهانی را در اختیار داشت. دویست سال بعد، رهبران اقتصاد جهانی و کارشناسان فناوری در چین، در دل انقلاب صنعتی چهارم، درحال قدرتمند و بدون همتا ساختن اقتصاد چین هستند؛ چین در حال حاضر دومین اقتصاد بزرگ جهان است. چین از اواخر قرن نوزدهم به واسطه چندین انقلاب صنعتی در جهان غرب، دچار یک افت شدید شد و از اقتصاد جهان عقب ماند، اما توانست دوباره خود را به صحنه رقابت با قدرت‌های اقتصادی جهان برساند و در سال ۱۹۷۸ یک رشد اقتصادی بی‌سابقه را آغاز کند.

کمک به نجات جهان از فقر

در آغاز اصلاحات در سال ۱۹۷۸، چین، فقیر بود. سرانه تولید ناخالص داخلی این کشور مشابه زامبیا بود. کمتر از نیمی از میانگین آسیا و کمتر از دو سوم متوسط آفریقا اما توانست تا سال ۲۰۱۴ میانگین رشد تولید ناخالص داخلی خود را نزدیک به ۱۰ درصد در سال برساند و تولید ناخالص داخلی سرانه را تقریباً ۴۹ برابر افزایش دهد، از ۱۵۵ دلار آمریکا (۱۹۷۸) به ۷۵۹۰ دلار آمریکا در سال ۲۰۱۴ و ۸۰۰ میلیون نفر را از فقر نجات دهد که در جایگاه خود بی‌نظیر است. درحال حاضر، در مراکز شهری چین، فقر عملاً از بین رفته است ولی درآمد سرانه آن هنوز کمتر از میانگین جهانی است که نشان دهنده میزان توسعه و راهی است که هنوز در پیش دارد و باید به آن

برسد.

این واقعیت رسیدن جهان به هدف توسعه هزاره سازمان ملل متحد، یعنی کاهش فقر شدید جهانی به نصف عدد آن، عمدتاً توسط چین بود که بیش از سه چهارم کاهش فقر جهانی بین سال‌های ۱۹۹۰ و ۲۰۰۵ را به خود اختصاص داد و همچنین همگرایی اقتصاد جهانی و کاهش نابرابری بین کشورها را تقویت کرد. این تأثیر پیشرفت اقتصادی چین بر آمار فقر جهانی تعجب آور نیست، زیرا حدود ۱۸ درصد از جمعیت جهان را تشکیل می‌دهد.

اما چگونه این امر محقق شد؟ چین سعی کرد به قطب تولید جهان تبدیل شود که این اتفاق هم افتاد و توانست به هدف خود برسد و در تولید کالاهای ارزان قیمت با نیروی کار و صادرات بالا، به رهبری متخصص در جهان تبدیل شد. به طور خلاصه، چین، استراتژی رشد اقتصادی خود را مونتاژ و فروش کالاهای ارزان به جهان قرار داد.

در سال ۱۹۷۸، سه چهارم تولید صنعتی کشور، توسط شرکت‌های دولتی تحت کنترل مرکزی، با پیروی از اهداف

تولید متمرکز، برنامه‌ریزی شده بود. تحت رهبری دنگ، قیمت‌ها به تدریج آزاد شدند (به دنبال یک سیستم اولیه قیمت دوگانه، اجازه دادن سهمیه و قیمت بازار)، هم به بخش دولتی و هم به بخش خصوصی، استقلال مالی بیشتری همراه با انگیزه‌هایی برای جذب سرمایه‌گذار و محرک رشد، اعطا شد.

کاهش شدید رشد تولید ناخالص داخلی

در سال ۲۰۱۶ چین کندترین سرعت خود را از سال ۱۹۹۰ در رشد تولید ناخالص داخلی تجربه کرد. در سه ماهه اول سال ۲۰۱۶، این کشور رشد تولید ناخالص داخلی ۶٫۷ درصدی را ثبت کرد. چه اتفاقی افتاد؟ کاهش شدید در تولید و ساخت و ساز که از محرک‌های اصلی رشد اقتصادی چین است، از عوامل موثر در این اتفاق هستند. اما سه عامل اصلی برای این کاهش رشد بلندمدت، نیروی کار، بهره‌وری و سرمایه در چین، مطرح شد.

نخست، جمعیت چین در سال ۲۰۱۲ به اوج خود رسید

و در حال حاضر نیروی کار آن در حال کاهش است. دوم، از آنجایی که چین از نظر اقتصادی به سایر نقاط جهان و همچنین به مرز نوآوری نزدیک می‌شود، جهش در بهره‌وری دیگر نمی‌تواند ناشی از انتقال دانش باشد بلکه باید به طور فزاینده‌ای توسط نوآوری داخلی هدایت شود. سهم بهره‌وری کل در رشد از ۱۱ درصد قبل از سال ۱۹۷۸ به بیش از ۴۰ درصد از آن زمان افزایش یافته است. رشد قوی از یک پایه پایین، طبیعی است (ساخت زیرساخت‌های اساسی یک محرک اصلی است) و با برآورده شدن اصول اولیه، حفظ آن دشوارتر می‌شود. رسیدن به عقب، آسان‌تر از پیش بردن مرز نوآوری است.

چنین حرکتی از رشد، مبتنی بر سرمایه‌گذاری براساس مدل مبتنی بر بهره‌وری است که می‌تواند تا سال ۲۰۳۰، به تولید ناخالص داخلی چین، ۵٫۶ تریلیون دلار اضافه کند. در نهایت، حفظ سطوح بالای سرمایه‌گذاری چین، در حدود ۵۰ درصد تولید ناخالص داخلی، با توجه به اینکه کل بدهی این کشور به ۲۳۷ درصد تولید ناخالص داخلی رسیده است. با این حال، اقتصاددانان معتقد بودند که تقاضای داخلی و سرمایه گذاری، دوباره رشد می‌کند و عمدتاً به سمت توسعه مسکن و املاک سرازیر می‌شود؛ که این اتفاق هم افتاد و در سال ۲۰۲۱، موفق شد نرخ رشد تولید ناخالص داخلی خود به ۸٫۱ درصد برساند. همچنین موفق شد نرخ تورم خود را در عرض یکسال از ۱٫۸۸ درصد در سال ۲۰۲۲ به ۰٫۶۶ درصد در سال ۲۰۲۳ کاهش دهد.

بخش خصوصی، عامل اصلی رشد و اشتغال

به طورکلی شرکت‌های بخش خصوصی، بین دو سوم تا سه چهارم تولید ناخالص داخلی چین را تولید می‌کند و همچنین ۹۰ درصد از صادرات چین را تشکیل می‌دهد.

بخش خصوصی، اکنون اکثریت تولید ناخالص داخلی چین را تشکیل می‌دهد. طبق





گزارش اداره ملی آمار چین، خدمات مالی بیش از ۸۰ درصد سود اقتصادی و همچنین بخش خصوصی بزرگ‌ترین منبع اشتغال (۳۶٫۱٪) است، در مقایسه با ۳۳٪ در کشاورزی و ۳۰٫۳٪ در صنعت.

این تحول، بخشی از توازن مجدد اقتصادی است که چین در حال انجام آن است. به طور فزاینده‌ای، هزینه‌های مصرف به سمت خدمات می‌رود؛ به عنوان مثال، خانوارهای شهری، ۴۰ درصد از مصرف خود را صرف خدماتی مانند آموزش، مراقبت‌های بهداشتی، سرگرمی و مسافرت می‌کنند که این رقم در ۲۰ سال قبل، ۲۰ درصد بوده است. در حال حاضر سهم مصرف از تولید ناخالص داخلی برای پنج سال آینده، افزایش یافته است و ۱۳٫۶ درصد از تولید ناخالص داخلی چین را تشکیل می‌دهد.

توسعه مصرف کنندگان طبقه متوسط

این رشد در خدمات، در رشد ثروت و درآمد قابل تصرف خانوار چینی، منعکس می‌شود. سبک زندگی مصرف‌کنندگان چینی، به این گونه است که بیشتر برای خدمات و تجربیات، هزینه می‌کنند و در عین حال از بخش‌های سنتی به بخش‌های مدرن‌تر نیز گذر می‌کنند. علاوه بر این، با بالا رفتن طبقه متوسط چین، از پله‌های درآمد، شادی و زندگی خوش و متعادل به طور فزاینده‌ای ارزشمند می‌شود.

به طور کلی با وجود همه این موفقیت‌های اقتصادی و تامین زندگی مرفه در چین، صرفه جویی هنوز برای مصرف کنندگان اهمیت نسبی دارد. در واقع، چینی‌ها به داشتن نرخ‌های پس‌انداز بالا معروف هستند که این مسئله،

تغییر از اقتصاد صادرات محور به اقتصاد مبتنی بر مصرف را دشوارتر می‌کند.

کندی رشد، تولید صنعتی و سودآوری شرکت‌های دولتی را کاهش می‌دهد

مراقبت‌های بهداشتی، فناوری، آموزش و سرگرمی از جمله بخش‌هایی هستند که سریع‌تر رشد می‌کنند و با توجه به تعادل مجدد اقتصادی چین، اهمیت بیشتری پیدا می‌کنند. کندی رشد، به‌ویژه بر صنایع سنگین مانند فولاد، زغال‌سنگ و سیمان که از بخش‌های دارای اهمیت استراتژیک برای دولت مرکزی هستند، تأثیر می‌گذارد.

شرکت‌های دولتی سود کمتری نسبت به شرکت‌های خصوصی دارند اما سهم شرکت‌های دولتی زیان ده از سال ۲۰۱۰ در حال افزایش است. ورشکستگی‌ها در تلاش برای هدف قرار دادن شرکت‌های زیان ده، که بیشتر آن‌ها شرکت‌های کوچک و متوسط است، هستند.

بزرگ‌ترین صادرکننده و دومین وار دکننده کالاهای تجاری جهان

چین تأثیر قابل توجهی بر عملکرد اقتصاد جهانی دارد. از سال ۲۰۱۰، این کشور بزرگ‌ترین صادرکننده و دومین واردکننده کالاهای تجاری در جهان و همچنین پنجمین صادرکننده و سومین واردکننده بزرگ خدمات تجاری است به صورتی که ارزش کل واردات و صادرات چین در سال ۲۰۲۱ به رقم نجومی ۵٫۸ تریلیون دلار رسید.

مقاصد اصلی چین در تجارت و صادرات محصولات خود، بدین شرح است:

آمریکا: (۱۷٪)، اتحادیه اروپا: (۱۵٫۹٪)، هنگ کنگ: (۱۵٫۵٪)، ژاپن: (۶٫۴٪) و جمهوری کره: (۴٫۳٪).

همچنین ۹۴ درصد از کل کالاهای صادراتی را کالاهای تولیدی، ۳٫۲ درصد محصولات کشاورزی و ۲٫۷ درصد محصولات سوخت و معدن هستند.

دومین تامین کننده و بزرگ‌ترین دریافت کننده سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی (FDI)

چین یکی از بزرگ‌ترین تامین کنندگان و دریافت کنندگان سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی (FDI) است. تنها در سال ۲۰۲۱، خروج سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی از چین، به ۱۴۵ میلیارد دلار و همچنین میزان سرمایه‌گذاری خارجی در چین به ۱۷۳ میلیارد دلار رسید.

چین همچنین دارای بزرگ‌ترین ذخایر ارزی جهان با ۳٫۲۱ تریلیون دلار آمریکا است. علاوه بر این، بین سال‌های ۲۰۰۵ تا ۲۰۱۶، کل سرمایه‌گذاری و فعالیت‌های ساخت‌وساز

جهانی چین به ارزش حدود ۱٫۲ تریلیون دلار آمریکا رسید. بیشترین بخش از این سهم به آسیا و پس از آن کشورهای جنوب صحرای آفریقا، اروپا و آمریکای شمالی تعلق گرفت. بخش بزرگی از این سرمایه‌گذاری در قالب فاینانس توسعه است. صعود پکن به چشم‌انداز سرمایه‌گذاری در آفریقا مکرراً ثبت شده است و بازسازی مورد نظر آن در جاده ابریشم (یک کمربند یک جاده) دلیلی برای امید به ایجاد رشد و توسعه فراگیر در سراسر آسیای مرکزی است. شاید تعجب آور نباشد که چین در دهه گذشته، سرمایه مالی موجود برای تأمین مالی توسعه در سطح جهانی را دو برابر کرده و از مجموع شش مؤسسه چندجانبه بزرگ جهان، وام‌هایش را بیشتر کرده است.

وضعیت اقتصاد چین در سال ۲۰۲۳-۲۰۲۴

اگر بخواهیم وضعیت اقتصاد چین را به طور خلاصه تشریح کنیم، باید گفت که کاهش رشد ماه‌های اخیر، موجبات نگرانی را برای جامعه جهانی، مهیا کرده است؛ در واقع اینگونه به نظر می‌رسد که چین برای اولین بار در چند دهه اخیر دچار مشکل شده است. بانک جهانی پیش‌بینی کرد که نرخ رشد اقتصادی چین در سال ۲۰۲۴ به ۴٫۴ درصد کاهش می‌یابد که در مقایسه با پیش‌بینی قبلی ۴٫۸ درصد کاهش یافته است. با این حال این رقم هنوز هم نرخ رشد قابل قبولی برای اقتصاد این کشور است، اما کندترین نرخ رشد اقتصاد از دهه ۱۹۶۰ خواهد بود.

رقابت ژئوپلیتیکی با ایالات متحده و عوامل ساختاری، همراه با ضعف چرخه‌ای، چالش‌های خاصی را برای سیاست‌گذاران چینی ایجاد کرده است. در حالی که بسیاری از کشورهای دیگر جهان با تورم مبارزه می‌کنند، چین در حال تجربه کاهش تورم است.

دلار آمریکا در مقابل هم‌تایان اصلی خود قدرتمند باقی مانده و این در حالی است که یوان چین به دلیل کاهش غیرمنتظره نرخ بهره توسط بانک مرکزی این کشور، برای دومین بار به پایین‌ترین سطح ۹ ماهه اخیر کاهش پیدا کرده است که گفته می‌شود که این حرکت به منظور استحکام اقتصاد در برابر مشکلات کشور انجام شد.

صنعت خودروسازی چین

صنعت خودروسازی چین در سال ۲۰۰۸، بزرگ‌ترین صنعت جهان، بر پایه تعداد خودروی تولید شده بوده است. از سال ۲۰۰۹ تولید سالانه خودرو در چین از میزان تولید خودرو در اتحادیه اروپا و یا از مجموع تولید ایالات متحده آمریکا و ژاپن پیشی گرفت.

اصالت صنعت خودروسازی چین، به طور عمده به شوروی

کاهش گرمایش زمین با خودروهای سوخت پاک

انواع خودروهای برقی BEV، پیل سوختی FCEV، برد طولانی EREV

دنیای امروز صنعت خودروسازی با مدل‌ها و نام‌های مختلفی برای خودروهای پاک همراه شده و برای برخی از مصرف کنندگان ای نام و مدل‌ها گاهی گیج کننده است. از خودروهای برقی تا خودروهای هیبرید و پلاکین، انواع مختلفی از خودروهای امروزی هستند که در از انرژی پاک استفاده می‌کنند.

صادرات خود را با موفقیت دنبال کنند. علاوه بر این، در سال ۲۰۰۹ و در میان بحران اقتصاد جهانی، دولت چین تصمیم گرفت حمایت خود از صنعت داخلی ساخت خودرو و قطعات را متمرکز کند و شدت ببخشد از همین رو برنامه تجدید حیات و بازسازی صنعت خودرو را در دستور کار قرارداد. براساس این برنامه، صادرات خودرو سواری با برندهای چینی باید ۱۰ درصد از حجم تولید و فروش را به خود اختصاص می‌داد؛ موضوعی که البته محقق نشد و خودروسازان چینی براساس آمارهای منتشر شده توسط اداره گمرک ملی این کشور، تنها ۳ درصد از حجم تولید خود را به کشورهای دیگر صادر کردند.

این موضوع بیانگر آن است که صنعت خودروسازی چین به رغم برخورداری از حمایت‌های گسترده دولتی و همچنین رشد و توسعه برق آسای آن هنوز نتوانسته به اهداف اقتصادی از پیش مشخص شده خود برسد و در رشد اقتصادی بزرگ‌ترین اقتصاد آسیا و حتی جهان، نقش عمده‌ای داشته باشد. با این وجود همچنان شاهد حمایت‌های نظام‌مند دولت چین از صنعت خودروسازی این کشور هستیم و به رغم مشکلات و موانع موجود بر سر راه خودروسازان چینی برای تسخیر بازارهای جهانی، این کشور در نهایت قادر خواهد بود با اتکا به نیروی کار ارزان خود، سرمایه‌گذاری‌های گسترده دولتی و در نهایت استفاده از تکنولوژی خودروسازان بین‌المللی جایگاه مناسبی برای خود در بازارهای جهانی ایجاد کند.

چین مسیر روشنی دارد

انتظار می‌رود تا سال ۲۰۳۰ چین بار دیگر بزرگ‌ترین اقتصاد جهان شود. همانطور که بررسی اجمالی نشان می‌دهد، موانعی مانند تسهیل مصرف داخلی و کاهش پس‌انداز، کاهش سطح بدهی، اصلاح بخش SOE و تحقق یک رشد متعادل و درست در رفاه با استانداردهای زندگی رو به رشد برای همه، در انتظار این رشد هستند. با این حال، این کشور در راه باز پس‌گیری موقعیت خود به عنوان بزرگ‌ترین اقتصاد جهان در بحبوحه انقلاب صنعتی چهارم پیشرو است.

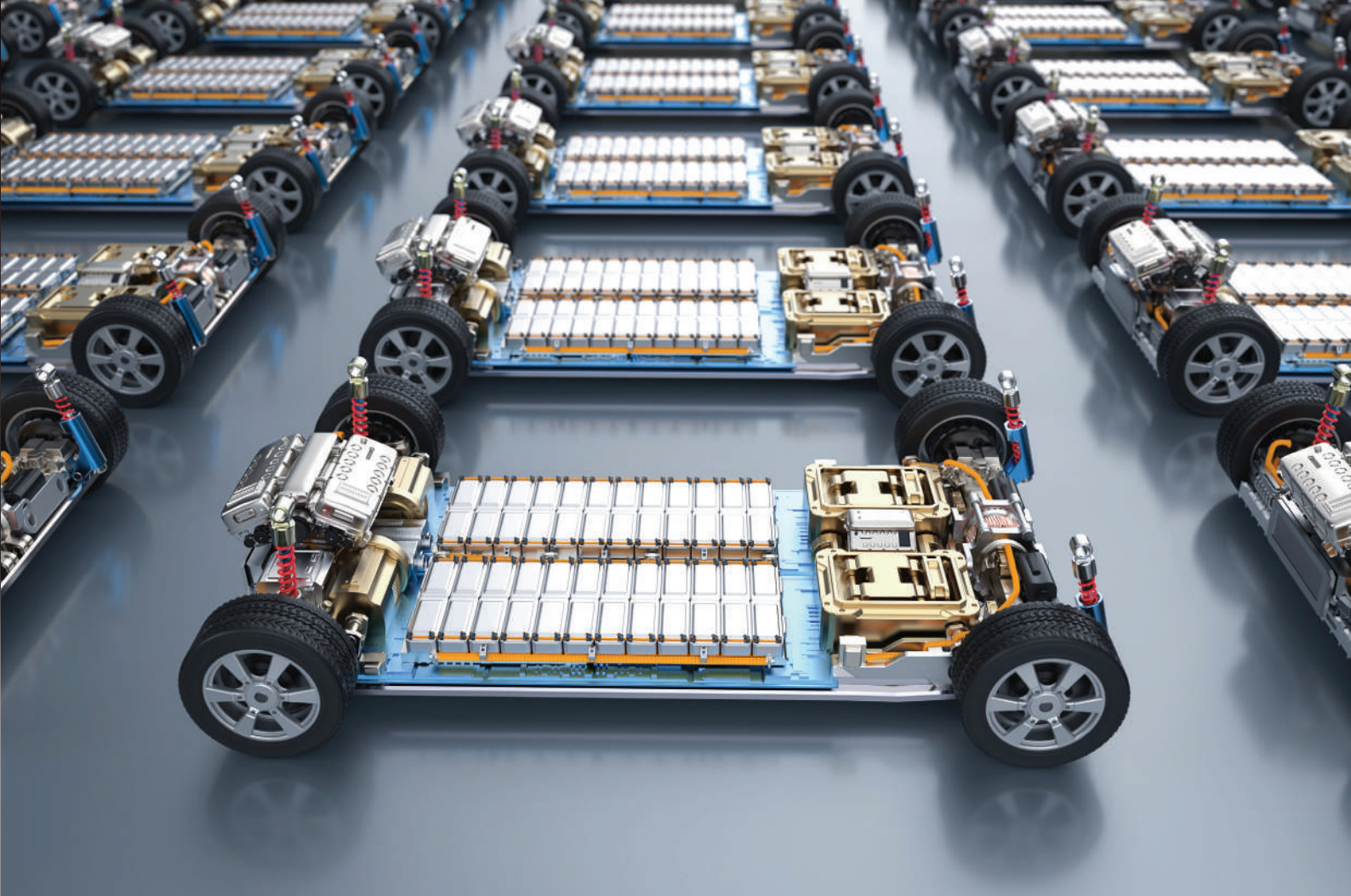
برمی‌گردد. در دهه ۱۹۵۰، چین با کمک اتحاد جماهیر شوروی، کارخانه‌ها و طراحی‌های ثبت شده خودروها و به طور کلی صنعت خودروسازی خود را بنیان‌گذاری کرد. در ۳۰ سال نخست تشکیل جمهوری، این صنعت دارای ظرفیت کمی بود که تولید آن از ۱۰۰ تا ۲۰۰ هزار دستگاه در سال، تجاوز نمی‌کرد. از اوایل دهه ۱۹۹۰، این صنعت به سرعت توسعه یافت. نخست، تولید سالانه خودرو در چین در سال ۱۹۹۲ از مرز یک میلیون دستگاه گذشت. تا سال ۲۰۰۰، کشور چین، بیش از دو میلیون خودرو در سال، تولید کرد.

پس از ورود چین به سازمان تجارت جهانی در سال ۲۰۰۱، توسعه بازار خودرو شتاب بیشتری گرفت. میان سال‌های ۲۰۰۲ تا ۲۰۰۷، بازار ملی خودروی چین به طور میانگین به میزان ۲۱ درصد یا به عبارت دیگر معادل یک میلیون دستگاه در هر سال، رشد کرد. در سال ۲۰۰۹، کشور چین در مجموع ۱۳/۷۹ میلیون دستگاه خودرو تولید کرد که ۸ میلیون از آن‌ها خودروی سواری بود و ۳/۴۱ میلیون آن، وسایل نقلیه تجاری بودند. صنعت خودروسازی چین با این حجم تولید از ایالات متحده آمریکا پیشی گرفت و به بزرگ‌ترین تولیدکننده خودرو در جهان، بر پایه حجم تولید، تبدیل شد.

رکورد شکنی چینی در تاریخ صنعت خودرو سازی

در سال ۲۰۱۰، هم فروش و هم تولید خودروی این کشور به ۱۸ میلیون دستگاه رسید که ۱۳/۷۶ میلیون دستگاه از آن‌ها، خودروی سواری بودند. این شمار، چه در زمینه تولید و چه در زمینه فروش، بیشترین رقم ثبت شده توسط یک کشور، در تاریخ صنعت خودروسازی بود. در سال ۲۰۱۴، مجموع تولید خودرو در چین به رقم ۲۳/۷۲ میلیون دستگاه رسید که معادل ۲۶ درصد از کل حجم تولید خودرو در جهان بود.

هر چند طی این مدت تیراژ تولیدات خودرو در چین به میزان چشم‌گیری افزایش یافته و این کشور به بزرگ‌ترین تولیدکننده خودرو در دنیا تبدیل شده است، اما این تولید بالا، چینی‌ها را به اهداف خود نرسانده است و آن‌ها نتوانسته‌اند برنامه‌های توسعه



سال‌های گذشته شاهد گرم‌ترین روزهای تاریخ کره زمین بودیم، آیا همچنان مصرف خودروهای برقی و انرژی تجدید پذیر ضرورتی ندارد؟

پیشرفت تکنولوژی در کنار افزایش مشکلات محیط زیستی، صنعت خودروسازی را در دهه گذشته متحول کرد. خودروها با سوخت‌های فسیلی جای خود را به خودروها با سوخت پاک دادند. در سال‌های گذشته بسیاری از مصرف‌کنندگان منتقد خودروهای بنزینی بودند اما امروز با اثرات مخرب سوخت‌های فسیلی بر محیط زیست و گرم شدن کره زمین، طرفداران خودروهای برقی افزایش یافته است.

تولید و فروش خودروهای هیبرید و برقی روز به روز رو به افزایش است. در سال‌های اخیر فروش خودروهای هیبرید نه تنها در کشورهای اروپایی بلکه در سراسر جهان بیشتر شده است. شرایط بحرانی محیط زیست در سال‌های گذشته و البته ذخایر محدود سوخت‌های فسیلی و اثر مخرب آن‌ها، صنعت خودرو و مصرف‌کنندگان آن را وارد مسیر تازه‌ای کرده است. عمر خودروهای برقی در بازار ایران زیاد نیست و حتی شاید به سال هم نرسد، اما خودروهای هیبرید چند سالی هستند که نه تنها به عنوان خودروی شخصی، بلکه به عنوان تاکسی نیز مورد استفاده قرار گرفته است. با توجه به سابقه نه چندان طولانی که خودروهای سوخت پاک در بازار ایران دارند، در کنار

سرعت بسیار زیاد پیشرفت تکنولوژی در این مسائل، شاید اطلاعات درباره آن‌ها چندان به‌روز نباشد.

انواع خودروهای سوخت پاک، اعم از تمام برقی یا هیبرید و پلاگین هیبرید، در حال ورود به بازار ایران هستند و تعداد آن‌ها رو به افزایش است. در شماره قبل راجع به هیبرید و پلاگین هیبرید توضیح دادیم، سایر خودروهای سوخت تجدید پذیر در چه مدل‌ها و ویژگی‌هایی تولید می‌شوند و یک مقایسه مختصر نسبت به خودروهای معمولی (سوخت فسیلی) داشته باشیم.

خودروهای تمام الکتریکی (BEV/EV)

ابتدا به سراغ خودروهای تمام الکتریکی (BEV) رفتیم؛ این خودروها با تنها یک موتور الکتریکی و با استفاده از برق ذخیره شده در باتری داخلی، تغذیه می‌شوند. باتری باید به طور منظم شارژ شود؛ این کار معمولاً با وصل کردن خودرو به یک نقطه شارژ که متصل به شبکه برق محلی است، انجام می‌شود. خودروهای تمام الکتریکی بالاترین بازده انرژی را در بین تمام سیستم‌های محرکه خودرو دارند و قادرند حدود ۸۰ درصد از انرژی ذخیره شده در باتری را به انرژی حرکتی تبدیل کنند. این در حالی است که در خودروهای معمولی (بنزینی یا گازوئیلی) تنها حدود ۱۸ تا ۲۵ درصد از انرژی موجود در

سوخت، برای حرکت خودرو در خیابان‌ها استفاده می‌شود. موتور خودروهای الکتریکی BEV کم مصرف است و ترمز احیاکننده آن‌ها نیز در کاهش هدر رفت انرژی کمک می‌کند. سیستم ترمز احیاکننده با تبدیل مقدار زیادی از انرژی جنبشی (حاصل از ترمز گرفتن) به برق، به افزایش و بهبود کارآمدی این نوع خودروها کمک می‌کند. این انرژی جنبشی در ترمزهای معمولی به صورت گرما از دست می‌رود.

هنگام رانندگی با این اتومبیل هیچ آلایندگی از آگروز تولید نمی‌شود که این امر به بهبود کیفیت هوای محلی کمک می‌کند. بیشترین مزیت برای محیط زیست این است که این خودرو با برق تولید شده از منابع تجدید پذیر تغذیه می‌شود. در مقابل، خودروهای بنزینی نه تنها آلایندگی بسیار زیادی را وارد محیط می‌کنند، بلکه سوخت آن‌ها تجدیدپذیر نیست.

حتی در مواردی که الکتریسیته از ترکیب انرژی تجدیدپذیر و سوخت فسیلی حاصل می‌شود هم به نسبت، آلودگی هوای کم‌تری خواهیم داشت. در حال حاضر این روش تولید برق در اروپا به کار برده می‌شود. تقریباً ۳۰ درصد برق اتحادیه اروپا در سال ۲۰۱۴ از انرژی‌های تجدیدپذیر تولید شد.

با این حال، بُرد رانندگی خودروهای BEV در مقایسه با سایر خودروهای معمولی محدود است و برای شارژ مجدد باتری به

زمان نسبتاً طولانی نیاز دارند. این نوع از خودروهای الکتریکی معمولاً باتری‌های بزرگی دارند تا ظرفیت ذخیره‌سازی انرژی را به حداکثر برسانند و از این رو مسافت‌های رانندگی طولانی‌تری را فراهم می‌کند. این باتری‌های بزرگ معمولاً قیمت بالاتری نسبت به باتری‌های هیبریدی دارند. با این وجود، هزینه باتری در هر کیلووات ساعت برای خودروهای BEV ارزان‌تر است.

خودروهای پیل سوختی (FCEV)

پیل‌های سوختی هیدروژنی (Hydrogen Fuel Cell) یکی از جدیدترین تکنولوژی‌های به‌کاررفته در خودروهای برقی است که می‌تواند با استفاده از گاز هیدروژن، انرژی الکتریکی مورد نیاز موتور و یا موتورهای برقی به‌کاررفته در خودرو را تأمین کند.

پیل‌های سوختی هیدروژنی دستگاه‌هایی هستند که می‌توانند طی یک واکنش الکتروشیمیایی و بدون نیاز به احتراق، الکتریسیته تولید کنند. در این دستگاه‌ها هیدروژن و اکسیژن با هم ترکیب می‌شوند، در اثر این ترکیب، الکتریسیته، گرما و آب تولید می‌شود.

از مزایای خودروها با پیل‌های سوختی می‌توان به پاک بودن، عملکرد بدون صدا، احتمال بسیار پایین خرابی قطعات،

بازدهی بالا در کنار طول عمر زیاد اشاره کرد.

کمبود ایستگاه‌های شارژ هیدروژن، خطر حمل مخازن هیدروژن و آلاینده‌گی ناچیز برای تولید هیدروژن از معایب این مدل خودروها هستند.

خودرو الکتریکی با برد طولانی (EREV)

شیوه کار در این اتومبیل‌ها به این صورت است که در ابتدا موتور بنزینی، نیروی حاصل از حرکت ژنراتور را به بخش کنترل کننده نیرو منتقل کرده و در ادامه، نیروی تولید شده، برای شارژ باتری و همچنین قدرت دادن به موتور الکتریکی مصرف می‌شود. در نهایت موتور الکتریکی، نیروی به وجود آمده را به سیستم انتقال قدرت تزریق کرده و در نتیجه خودرو شروع به حرکت می‌کند. باتری روی برد را نیز می‌توان از شبکه شارژ کرد. بنابراین موتور الکتریکی تنها مسئول تامین انرژی مستقیم خودرو است.

یکی از مزیت های خودروهای با برد طولانی کوچک بودن موتور بنزینی آنها است، زیرا این موتور تنها زمانی مورد نیاز است که وسیله نقلیه از محدوده رانندگی الکتریکی خود فراتر رود. با این حال خودروهای EREV باتری بزرگتر و موتور الکتریکی قوی‌تری نسبت به خودروهای برقی هیبریدی پلاگین دارند که به آنها اجازه می‌دهد مسافت‌های طولانی‌تری را با برق طی کنند.

خودروهای EREV هم مثل خودروهای پلاگین بر مشکل محدودیت برد رانندگی که در خودروهای تمام الکتریکی وجود دارد غلبه می‌کنند، زیرا می‌توانند در جایگاه‌های سوخت معمولی، سوخت‌رسانی شوند.

خودروهای الکتریکی هیبریدی (HEV)

خودروهای هیبریدی بیش از ۱۵ سال است که به صورت تجاری در دسترس هستند و عمر طولانی‌تری در بازار جهانی خودرو دارند. در این اتومبیل به غیر از موتور بنزینی یک موتور الکتریکی هم تعبیه شده که در هنگام شتاب‌گیری خودرو، به موتور بنزینی کمک می‌کند. باتری HEV را نمی‌توان از شبکه شارژ کرد، اما معمولاً در طول ترمز احیاکننده یا زمانی که وسیله نقلیه در حال حرکت است، شارژ می‌شود.

خودروهای هیبرید عمدتاً از موتور بنزینی خود استفاده می‌کنند و هیبریداسیون این خودروها، به عنوان یک فناوری با هدف افزایش بهره‌وری سوخت و کاهش تولید آلاینده‌گی است.

انواع خودروهای هیبرید HEV و روش‌های اتصال باتری و موتور

انواع و مدل‌های مختلفی از HEV وجود دارد. در سری HEVs صرفه‌جویی در مصرف سوخت با ترمز احیا کننده انجام

می‌شود و موتور الکتریکی به تنهایی قادر به تامین انرژی خودرو نیست اما در سری full HEVs خودرو می‌تواند مسافت‌های کوتاه را در حالت تمام الکتریکی براند.

روش‌های اتصال موتور بنزینی و موتور الکتریکی در مدل‌های مختلف HEV متفاوت است. در نمونه هیبریدی موازی، باک بنزین سوخت را به موتور بنزینی و باتری‌ها نیز انرژی را به موتور الکتریکی می‌رسانند. در این سیستم، دو موتور بنزینی و الکتریکی هم‌زمان به صورت جداگانه به سیستم انتقال قدرت خودرو متصل شده و قدرت تولید شده را به چرخ‌ها منتقل می‌کنند.

این خودروها را می‌توان صرفاً به وسیله باتری نیز به حرکت درآورد، البته این کار معمولاً فقط در سرعت‌های پایین و برای مسافت‌های کوتاه امکان‌پذیر است. با تنظیمات خاص می‌توان درصد استفاده از هر موتور را معین کرد. برای مثال می‌توان ۱۰۰٪ از موتور بنزینی و یا موتور الکتریکی استفاده کرد. این میزان به هر نسبت دیگری مانند ۳۰٪ موتور الکتریکی و ۷۰٪ موتور بنزینی نیز قابل تغییر است.

خودروهای هیبریدی پلاگین (PHEV)

در این نوع از خودروها یک موتور الکتریکی و یک موتور احتراق داخلی تعبیه شده که می‌توان به صورت دوگانه و یا مجزا از آنها استفاده کرد.

برد رانندگی خودروهای پلاگین از خودروهای تمام الکتریکی کم‌تر است. باتری این خودروها به این دلیل که تنها منبع انرژی خودرو نیستند، ظرفیت کم‌تری نسبت به باتری خودروهای تمام الکتریکی دارند. ظرفیت باتری در PHEV‌ها بیشتر برای مسافت‌های کوتاه در سطح شهر طراحی شده اما موتور بنزینی آنها همانند خودروهای الکتریکی با برد طولانی امکان رانندگی‌های طولانی را میسر می‌سازد.

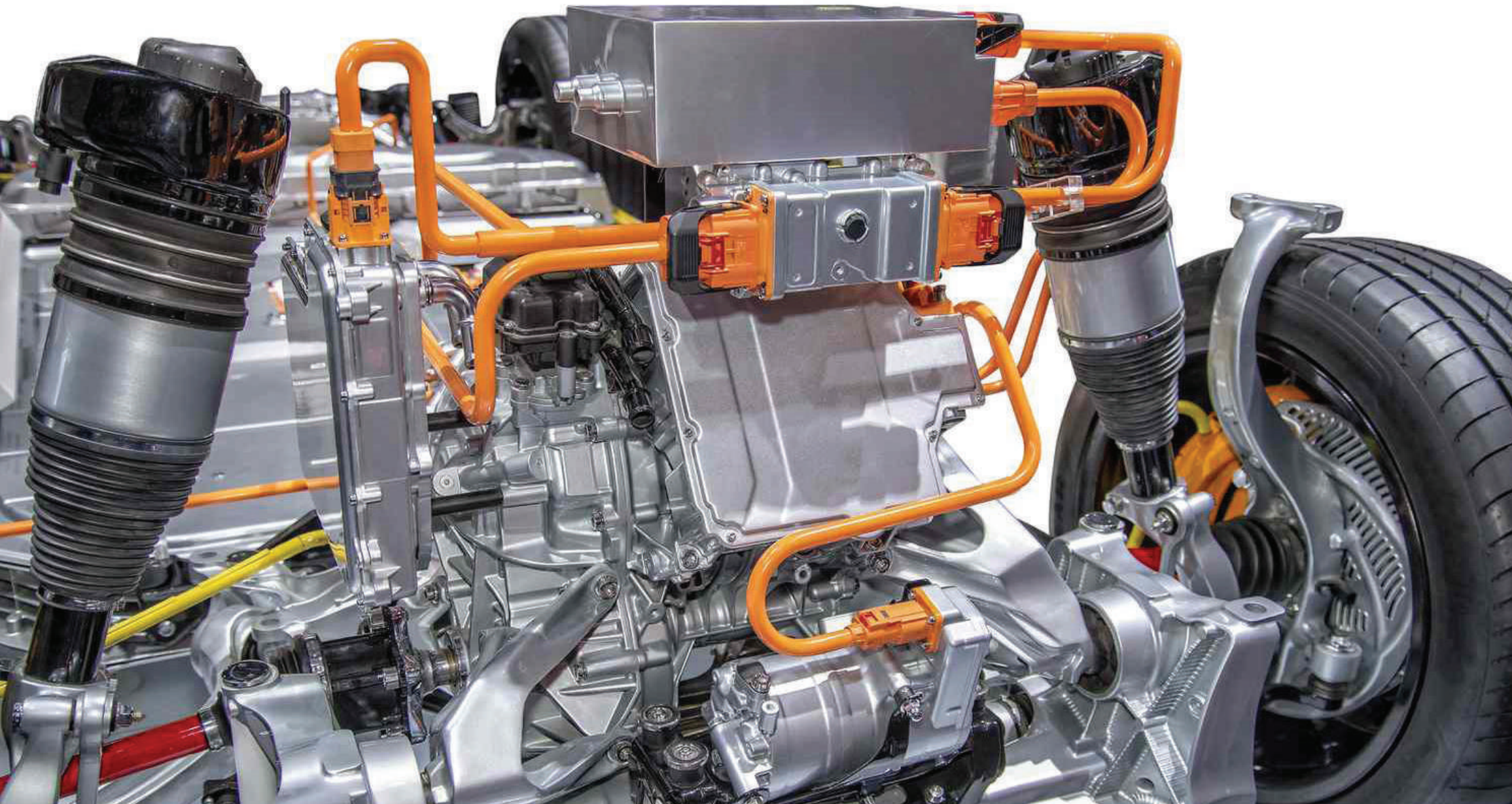
تاثیر خودروهای PHEV بر محیط زیست به حالت عملکردی آنها بستگی دارد. کارکردن اتومبیل در حالت تمام الکتریکی میزان آلاینده‌های آگروز را به صفر می‌رساند. اما تکیه کامل بر موتور معمولی می‌تواند منجر به مصرف سوخت و سطوح آلاینده‌گی برابر یا بالاتر از خودروهای معمولی با اندازه مشابه شود؛ زیرا باتری‌های اضافی، وزن این خودرو را افزایش می‌دهند.

همانند خودروهای تمام الکتریکی، در خودروهای پلاگین نیز عملکرد کلی زیست محیطی به میزان زیادی به سهم انرژی‌های تجدیدپذیر در تولید برق بستگی دارد. اگر برق مصرفی از بنزین یا گازوئیل مصرفی ارزان‌تر باشد، PHEV‌ها می‌توانند از نظر اقتصادی، گزینه جذابی برای رانندگان باشند.

هرکدام از این خودروهای الکتریکی طیف وسیعی از ایجاد آلاینده‌گی کمتر گرفته تا کارایی و عملکرد به صرفه را ارائه می‌دهند. با ادامه پیشرفت تکنولوژی در صنعت خودرو، می‌توانیم در آینده‌ای نزدیک، ظهور خودروهای برقی نوآورانه بیشتری را در بازار شاهد باشیم.

بدون شک نسل جدید خودروهای تمام برقی و نیمه برقی، در کنار کمک به محیط زیست و گرمایش زمین، موجب بهبود عملکرد برای مصرف کننده و کاهش هزینه‌های نگهداری می‌شوند.

خودروهای برقی به دلیل این که به میزان قابل توجهی از تولید آلاینده‌گی‌ها جلوگیری می‌کنند، انتخاب بهتری نسبت به خودروهای سوخت فسیلی هستند و به کاهش ردپای کربن کمک می‌کنند و برای حفظ محیط زیست نقش به سزایی خواهند داشت.



درباره خودروسازی BYD بیشتر بخوانیم

توسعه سبز بی‌وای‌دی:

خودروهای پاک و حفاظت از محیط زیست

آیا تا کنون اسم خودروهای BYD را شنیده‌اید؟ به احتمال زیاد، پاسخ شما به این سؤال مثبت است؛ اما آیا از تاریخچه و نحوه فعالیت آن در دنیای امروز خودروسازی خبر دارید؟ خودروسازی BYD که در چند سال اخیر، تمرکز و فعالیت خود را به تولید خودروهای برقی معطوف کرده است، در حال حاضر با پیشرفت و توسعه فعالیت، یکی از بزرگ‌ترین خودروسازان چین و دنیاست. بی‌وای‌دی در سال ۱۹۹۵ در شنژن چین به‌عنوان یک شرکت

پیشگام در فناوری باتری تأسیس شد. این خودروساز چینی، خیلی زود در مسیر رشد و توسعه قرار گرفت و امروز بعد از ۲۹ سال فعالیت، از یک شرکت تازه‌تأسیس (استارت‌آپ) ۲۰ نفره، به ۲۳۰ هزار کارمند رسیده است. همچنین در حال حاضر، BYD در همه قاره‌ها و در بیش از ۷۰ کشور و ۴۰۰ شهر، در سراسر جهان فعالیت می‌کند. چهار محور اصلی فعالیت تجاری شرکت BYD شامل خودروسازی، IT (فناوری

اطلاعات)، محصولات انرژی‌های جدید و مونوریل می‌شود. بی‌وای‌دی با استفاده از فناوری‌های اختصاصی در سطح جهانی، بیش از ۳۰ پارک بین‌المللی در سراسر جهان تأسیس کرده و نقش مهمی در صنایع مرتبط با الکترونیک داشته است. فعالیت بی‌وای‌دی در راستای استفاده از انرژی‌های پاک (از تولید تا ذخیره انرژی) در زمینه‌های مختلفی از جمله تولید خودرو، انرژی‌های نو و حمل‌ونقل ریلی نمود می‌یابد.





شگفت‌زده

کردنِ داوران

بین‌المللی به سبک BYD

حضور چهار نماینده از شرکت BYD در بین ۲۸ خودروی نهایی برای دریافت جایزهٔ بهترین خودروی سال ۲۰۲۳، نشان‌دهندهٔ آن است که این شرکت با محصولات خود، داوران را تحت تأثیر قرار داده است. در این لیست، هیچ شرکت خودروساز دیگری به اندازهٔ بی‌وای‌دی نماینده نداشت.

همکاری با اتحادیهٔ فوتبال اروپا

قرارداد همکاری شرکت BYD با اتحادیهٔ فوتبال اروپا، یوفا (UEFA) یکی از گام‌های بلند این شرکت جهت رشد، توسعه و البته معرفی بیشتر خود به بازارهای جهانی بود. اتحادیهٔ اروپا برای اولین بار در عمر ۷۰ سالهٔ خود با یک تولیدکنندهٔ خودروهای انرژی پاک وارد همکاری شده است. حمایت مالی BYD تأثیر زیادی در بیشتر دیده شدن این شرکت در بازارهای اروپایی خواهد داشت. یکی از نکات قابل‌توجه این همکاری که با شروع جام ملت‌های اروپا به میزبانی آلمان آغاز شد، این است که با وجود فعالیت بزرگ‌ترین خودروسازان بزرگ دنیا در آلمان، BYD در این رقابت پیروز شده است تا به‌عنوان حامی مالی رسمی جام ملت‌های اروپا و یوفا خود را معرفی کند. شرکت BYD بعد از ورود به بازار اروپا در سال ۲۰۲۲ و گسترش شبکهٔ خود، توانست ۲۳۰ فروشگاه در ۱۹ کشور اروپایی تأسیس کند؛ همچنین برنامه دارد در سال ۲۰۲۴ سه مدل جدید از خودروهایش را در اروپا معرفی کند؛ امری که گام بلند دیگری در راستای معرفی جهانی بی‌وای‌دی تلقی می‌شود.

بزرگ

دنیا مطرح

شده است، بلکه موفق

شده بالاتر از بی‌ام‌و (BMW) و

بنز (Benz) قرار بگیرد.

همچنین، این خودروساز از سال ۲۰۱۵، چهار سال پیاپی در صدر فهرست برترین تولیدکنندگان خودروهای الکتریکی جهان قرار گرفته است.

دو نماینده از BYD در جوایز جهانی خودرو

سال ۲۰۲۴، در جوایز جهانی خودرو (World Car Awards) دو نماینده از شرکت BYD در لیست نهایی قرار گرفتند. بی‌وای‌دی دلفین (BYD DOLPHIN) و بی‌وای‌دی سیل (BYD SEAL)، دو خودورایی بودند که در لیست نهایی جوایز جهانی خودرو قرار گرفتند.

جایزهٔ جهانی خودرو، جایزهٔ سالانهٔ بهترین خودروهای جهان است. بهترین خودرو، توسط خبرنگاران معتبر ۲۹ کشور از بین همهٔ خودروهای نامزدشده، انتخاب می‌شود. شرکت بی‌وای‌دی با دو نماینده در لیست نهایی دریافت این جوایز، نشان داد که در مسیر پیشرفت و به رسمیت شناخته شدن، به‌عنوان یک چهرهٔ بین‌المللی است. قرار گرفتن نام BYD SEAL در لیست نهایی ۱۰ خودروی برتر سال از بین ۳۸ خودرو، نشان‌دهندهٔ توان خودروهای این شرکت در رقابت با خودروسازهای بزرگی همچون تویوتا، ولوو، فولکس واگن، مزدا و فورد است.

رهبر

جهانی نوآوری

در خودروهای برقی

باتری، موتور الکتریکی و کنترل الکتریکی، سه فناوری اصلی وسایل نقلیه با انرژی جدید است که در دنیای خودروسازی امروز به آن توجه می‌شود. BYD اولین خودروساز در جهان بود که بر سه فناوری اصلی وسایل نقلیهٔ جدید انرژی پاک، ازجمله باتری، موتور الکتریکی و کنترل الکتریکی تسلط یافت. ظرفیت تولید باتری سالانه ۱۶ گیگاوات ساعت، این خودروساز چینی را به یک رهبر جهانی در تولید باتری‌های برقی تبدیل کرده است. امروز، خودروسازی بی‌وای‌دی (BYD AUTO) به نوآورترین و مؤثرترین برند چینی در زمینهٔ حمل‌ونقل الکتریکی تبدیل شده است. BYD AUTO برای رسیدن به راهکارهای استفاده از حمل‌ونقل سبز و کاهش آلودگی می‌کوشد. بی‌وای‌دی در سال‌های ۲۰۱۵ و ۲۰۱۶ بیشترین تعداد خودروهای الکتریکی را در جهان فروخته است.

اهمیت مسئولیت‌های اجتماعی در BYD

در سال ۲۰۲۳، بی‌وای‌دی در سراسر جهان ۳ میلیون و ۲۴ هزار و ۴۱۷ خودروی سواری انرژی نو فروخته است. در سایت رسمی این شرکت آمده است که بی‌وای‌دی در راستای برقی‌سازی حمل‌ونقل عمومی شهری تلاش می‌کند و پیش‌بینی می‌کند که این امر، باعث خنک شدن زمین تا ۱ درجهٔ سانتی‌گراد می‌شود.

در ابتدای سال ۲۰۲۰ و همه‌گیری ویروس کرونا (COVID-19)، شرکت بی‌وای‌دی با هدف جلوگیری از انتشار این ویروس، خط تولید ماسک‌های بهداشتی خود را به‌سرعت راه‌اندازی

کرد.

ماسک‌های

BYD به بیش از ۸۰

کشور دنیا صادر شدند. تنها در ۲۴

روز، BYD بزرگ‌ترین کارخانهٔ تولید ماسک در

جهان را با بالاترین ظرفیت (تا ۱۰۰ میلیون قطعه در روز)

تأسیس کرد.

یکی از ۱۰ خودروساز بزرگ جهان

شرکت BYD در پاییز سال ۲۰۲۳ میلادی از قرار گرفتن نامش در بین ۱۰ خودروساز برتر دنیا خبر داد. این شرکت اعلام کرد، در نیمهٔ اول سال ۲۰۲۳ با فروش بیش از ۱.۲ میلیون دستگاه خودرو، در بین ۱۰ خودروساز بزرگ دنیا قرار گرفته است. در این لیست، BYD دقیقاً بعد از سوزوکی قرار دارد و خودروسازان بزرگی همچون BMW و مرسدس بنز (Mercedes-Benz) را پشت سر گذاشته است.

عمر این خودروساز نسبت به سایر خودروسازان بزرگ، حتی در کشور چین بسیار کمتر است. اما در همین مدت کوتاه و با سیاست‌های درست، توانسته در دنیای خودروسازی امروز حرف‌های زیادی برای گفتن داشته باشد.

جایگاه بی‌وای‌دی در سال ۲۰۲۳ نشان‌دهندهٔ آن است که این شرکت در کمتر از ۳۰ سال سابقهٔ فعالیت، توانسته رشد قابل‌توجهی را تجربه کند. این خودروساز چینی در فروش محصولات خود، نه‌تنها به‌عنوان یکی از ۱۰ شرکت

همکاری با بزرگ‌ترین پلتفرم حمل‌ونقل دنیا؛ خودروسازان بزرگ جهان در کنار بی‌وای‌دی

اوبر (Uber) شرکت حمل‌ونقل اینترنتی جهانی است که در بسیاری از کشورهای دنیا فعالیت می‌کند. این شرکت بزرگ و فعال در حوزه حمل‌ونقل، با خودروسازی BYD قرارداد همکاری منعقد کرده است.

اوبر و بی‌وای‌دی برای تسریع انتقال جهانی خودروهای برقی همکاری می‌کنند. در تابستان ۲۰۲۴، این دو شرکت، استراتژی همکاری چندساله‌ای را برای وارد کردن ۱۰۰هزار دستگاه خودروی برقی BYD به پلتفرم اوبر اعلام کردند.

هر دو شرکت در حوزه فعالیت مربوط به خود پیشرو هستند. Uber گسترده‌ترین شبکه خودروهای EV (برقی) نسبت به تقاضای موجود را دارد و BYD یک رهبر جهانی در تولید خودروهای برقی است.

هدف این دو شرکت برای این همکاری، سرعت بخشیدن به ورود خودروهای انرژی پاک به حمل‌ونقل جهانی و اضافه شدن میلیون‌ها راننده به حمل‌ونقل سبز است.

چوانفو وانگ، مدیرعامل بی‌وای‌دی درباره همکاری با اوبر توضیح داد: «اوبر و بی‌وای‌دی تعهد نوآوری به سمت دنیایی پاک‌تر و سبزتر را دارند و من هیجان‌زده‌ام که برای چنین آینده‌ای، با هم کار می‌کنیم.»

دارا خسروشاهی، مدیرعامل اوبر، با اشاره به همکاری با بی‌وای‌دی اعلام کرد: «به‌عنوان بزرگ‌ترین توافق جهانی در نوع خود، ما از مزایایی که این مشارکت برای رانندگان، مسافران و شهرها به‌همراه خواهد داشت، هیجان‌زده‌ایم. بسیاری از رانندگان و مسافران می‌گویند، برای اولین بار، در سفر Uber یک خودروی الکتریکی را تجربه‌کرده‌اند. ما برای اینکه مزایای استفاده از خودروهای الکتریکی را به افراد بیشتری در سراسر جهان نشان دهیم، اشتیاق زیادی داریم.»

شرکت BYD در چند سال گذشته همواره تلاش کرده در جهت توسعه فعالیت خود، با شرکت‌های خودروسازی بزرگ، همکاری‌های گسترده‌ای داشته باشد. این همکاری‌ها به واسطه فعال و پیشتاز بودن بی‌وای‌دی در طراحی و ساخت باتری و زیرساخت‌های استفاده از انرژی پاک صورت گرفته است. برای مثال، تویوتا و بی‌وای‌دی به‌منظور تولید مشترک

خودروی الکتریکی برای بازار چین به توافق رسیده‌اند. محصول مشترک دو شرکت با برند تویوتا در چین عرضه می‌شود. جگوار لندروور (Jaguar Land Rover) نیز برای سرمایه‌گذاری در زمینه تأسیس کارخانه تولید باتری خودروی الکتریکی در انگلیس، با خودروساز چینی، BYD همکاری می‌کند. یک منبع مطلع درباره این موضوع می‌گوید، بی‌وای‌دی به‌دنبال مکان‌های مختلف در سراسر اروپا برای ساخت باتری است. بی‌وای‌دی، با شعار اصلی “Build Your Dreams” (رویاهاتو بساز) در عمر و فعالیت کمتر از ۳۰ ساله خود، همواره تلاش کرده در بهترین مسیر برای رشد و توسعه قدم بردارد. این شرکت با اتکا بر زیرساخت‌ها و دانش و تکنولوژی روز، خیلی زود از تولید خودروهای بنزینی عبور کرد و وارد مرحله طراحی و تولید خودروهای انرژی پاک شد.

این خودروساز چینی، با این خبر که تا مهر ۱۴۰۱ (October, ۲۰۲۲) از انتشار ۱۴میلیارد کیلوگرم کربن جلوگیری کرده است، بر مراقبت از سیاره زمین تأکید می‌کند. انتشار این اخبار، ضمن همخوانی با نوع فعالیت بی‌وای‌دی، نشان‌دهنده اهمیت دادن این شرکت به حفظ

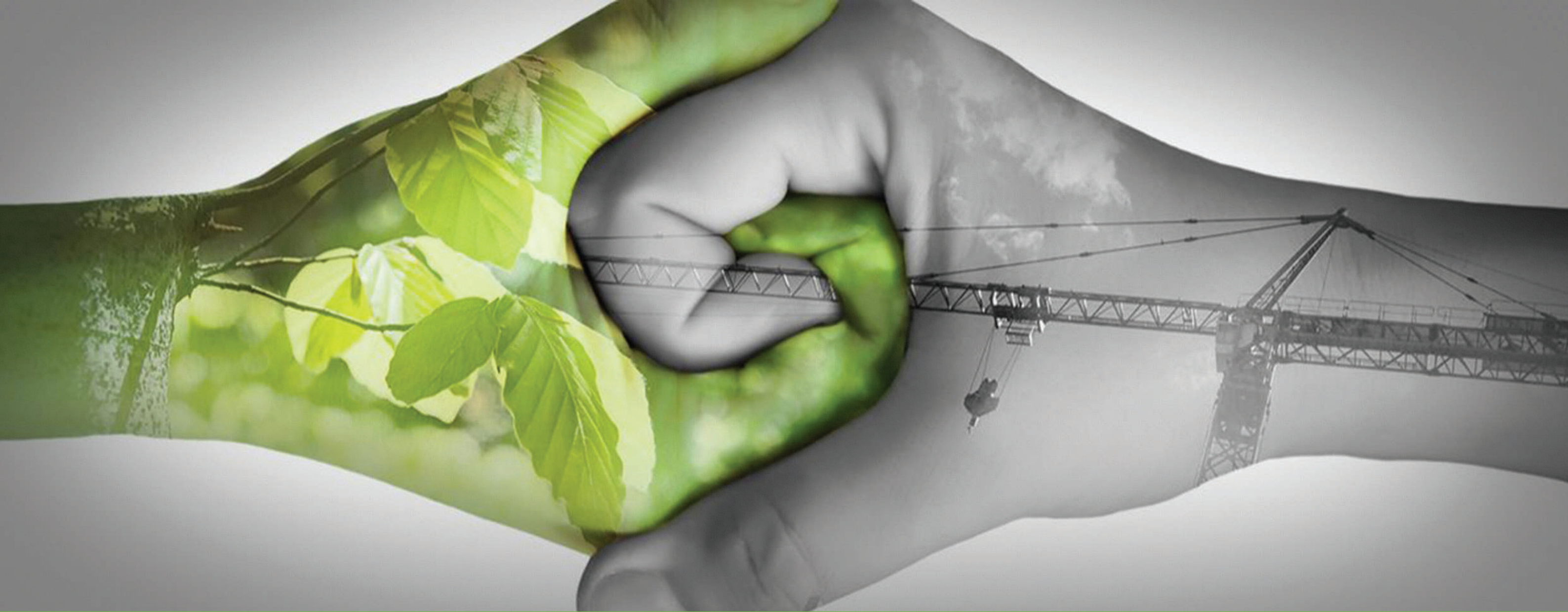
محیط‌زیست است.

یکی دیگر از اهداف اصلی این خودروساز، افزایش استفاده از انرژی پاک و الکتریکی در حمل‌ونقل جهانی است. این موضوع در کنار تولید به‌روزترین و قوی‌ترین خودروهای برقی جهان و همکاری با سایر خودروسازان مطرح دنیا برای ساخت خودروهای برقی، نشان‌دهنده مسیر سبز این شرکت در آینده است.

حال باید دید با توجه به افزایش استقبال و استفاده از خودروهای سوخت پاک در جهان، ادامه مسیر خودروسازان در این صنعت به چه شکل تغییر خواهد یافت؟ راهی که شرکت بی‌وای‌دی چند سالی است آن را با قدرت و منظم در پیش گرفته است!

در پایان، می‌توان با اشاره به رکوردشکنی گرم‌ترین روزهای کره زمین در سال ۲۰۲۳ میلادی، این نکته را خاطرنشان کرد که شاید، یکی از اصلی‌ترین راه‌حل‌های این نمونه از مشکلات، استفاده کمتر از سوخت‌های فسیلی و گسترش مصرف سوخت پاک در حمل‌ونقل جهانی باشد.





استفاده از خودروهای برقی به عنوان مسئولیت اجتماعی شرکت های بزرگ

در دهه های اخیر، اهمیت مسئولیت اجتماعی شرکت ها به طور چشمگیری افزایش یافته است. مشتریان و سرمایه گذاران به طور فزاینده ای دنبال شرکت هایی هستند که نه تنها در کسب سود موفق اند، بلکه مسئولیت اجتماعی و زیست محیطی خود را نیز جدی می گیرند. این روند نشان دهنده تغییر در ارزش ها و انتظارات جامعه است و شرکت هایی که این تغییر را قبول می کنند، در آینده مزیت رقابتی خواهند داشت.

مزایای استفاده از خودروهای برقی

۱. کاهش آلودگی هوا

خودروهای سوخت فسیلی یکی از عوامل اصلی آلودگی هوا در مناطق شهری هستند. این خودروها با انتشار مواد آلاینده مانند نیتروژن اکسید و ذرات معلق، کیفیت هوا را به شدت تحت تأثیر قرار می دهند.

آلودگی هوا مستقیماً با افزایش نرخ بیماری های تنفسی، قلبی و حتی سرطان مرتبط است. با استفاده از خودروهای

تغییرات اقلیمی و مشکلات زیست محیطی، یکی از بزرگ ترین چالش هایی است که جوامع مدرن با آن روبه رو هستند. افزایش انتشار گازهای گلخانه ای، آلودگی هوا و از دست دادن تنوع زیستی، تنها بخشی از مشکلاتی هستند که نیاز فوری به توجه و اقدام دارند.

در این میان، شرکت های بزرگ به عنوان بازیگران اصلی اقتصادی، باید نقش فعالی در کاهش اثرات منفی زیست محیطی ایفا کنند. استفاده از خودروهای برقی در ناوگان حمل و نقل به عنوان یکی از مؤثرترین اقدامات در این راستا می تواند در چارچوب مسئولیت اجتماعی این شرکت ها قرار بگیرد.

مسئولیت اجتماعی (CSR) به مجموعه ای از اقدامات و سیاست ها اطلاق می شود که شرکت ها جهت بهبود اثرات اجتماعی و زیست محیطی خود اتخاذ می کنند. این تلاش ها نه تنها به بهبود جامعه کمک می کند، بلکه می تواند منجر به ارتقای اعتبار و اعتماد عمومی به شرکت ها شود.

فروش لیزینگ در جهان چگونه است؟

تفاوت لیزینگ خودرو در ایران و جهان

خرید اقساطی خودرو است. معمولاً افرادی که توانایی پرداخت هزینه خرید خودرو به صورت یکجا را ندارند، این روش را استفاده می‌کنند. به علت اقساط زیاد و بلند مدتی که در شیوه فروش لیزینگ وجود دارد، معمولاً همراه با سود بالایی نیز همراه است. لیزینگ خودرو نوعی قرارداد میان مالک و مستأجر (خریدار) است که در آن قیمت نهایی خودرو، تعداد، سررسید و نحوه پرداخت اقساط درج می‌شود. برای تملیک خودرو توسط مستأجر یا خریدار، هر شرکت و قراردادی، شرایط خاص خود را دارد که در متن ذکر می‌شود.

تفاوت خرید اقساطی و لیزینگ خودرو

سوال مهمی که در این مرحله می‌توان مطرح کرد، آن است که خرید لیزینگ با خرید اقساطی چه تفاوتی دارد؟ مهم‌ترین تفاوت در خرید اقساطی آن است که باید علاوه بر ارائه چک یا سفته هنگام خرید، یک یا چند ضامن معتبر نیز داشته باشید. پس از واریز پیش‌پرداخت، خودرو به شما تحویل داده شده و سند آن به نامتان ثبت می‌شود. در روش خرید اقساطی، مبلغ پیش‌پرداخت به صورت منعطف تعیین می‌شود.

لیزینگ خودرو، نوعی روش خرید اقساطی خودرو است. در این روش افرادی که معمولاً توانایی پرداخت هزینه خرید خودرو را به صورت یکجا ندارند، از آن استفاده می‌کنند. خرید خودرو از آینده، توصیفی است که برای خرید خودرو با شرایط اقساطی استفاده می‌کنند.

شاید شما هم از آن دسته از افرادی باشید که به دلیل ترس از پرداخت اقساط، از خرید قسطی خودداری می‌کنید. در این صورت همواره در انتظار جمع شدن پول برای خرید خودرو یا سایر کالاهای موردنیازتان هستید.

در اینجا می‌توان به این نکته اشاره کرد که اگر شما چند سال پیش خودرویی را قسطی خریداری می‌کردید، ارزش آن هم‌زمان با پرداخت اقساط بالا می‌رفت و در حال حاضر آن را با قیمت روز یا حتی بیشتر در اختیار داشتید. این موضوع به این معناست که با توجه به تورم فزاینده در کشور، انگار چندسال پیش خودرویی را از آینده خریده بودید. لیزینگ خودرو رایج‌ترین روش برای خرید اقساطی خودرو است.

لیزینگ خودرو چیست؟

همان طور که بیان شد، لیزینگ خودرو به معنای نوعی روش



سیاست‌های سبز مانند استفاده از خودروهای برقی، می‌تواند به شرکت‌ها کمک کند تا تصویر مثبت‌تری از خود در میان مشتریان و جامعه ایجاد کنند. این امر به ارتقای اعتبار و ارزش برند منجر می‌شود و نظر مشتریان و سهامداران را به شرکت جلب می‌کند.

هرچند این اقدامات مستقیماً منجر به تصویب قوانین و سیاست‌های حمایتی از فناوری‌های سبز و پاک نمی‌شود، اما ابتکار عمل شرکت‌های بزرگ در استفاده از خودروهای برقی، می‌تواند به عنوان الگویی برای سایر کسب‌وکارها و حتی سیاست‌گذاران مطرح شود.

یکی از چالش‌های اصلی استفاده از خودروهای برقی، هزینه بالای خرید آن‌هاست. هرچند این خودروها در بلندمدت نیاز کمتری به تعمیر و نگهداری دارند، اما برای بسیاری از شرکت‌ها، سرمایه‌گذاری اولیه روی آن‌ها می‌تواند موضوع چالش‌برانگیزی باشد. البته شرکت‌ها می‌توانند از تسهیلات مالی و تخفیف‌های دولتی استفاده کنند و یا برای حل این مشکل، با نهادهای زیست‌محیطی و پروژه‌های مشترک جهت اخذ کمک مالی، همکاری کنند.

استفاده از خودروهای برقی به عنوان یکی از راهکارهای اصلی در چارچوب مسئولیت اجتماعی شرکت‌های بزرگ، نیازمند تعهد و برنامه‌ریزی دقیق است. اما با توجه به مزایای بلندمدت زیست‌محیطی و اقتصادی آن، می‌تواند گام مهمی جهت کاهش اثرات منفی زیست‌محیطی و کمک به ایجاد آینده‌ای پایدارتر باشد. شرکت‌های بزرگ با پیشگامی در این مسیر، می‌توانند ضمن ایفای نقش فعال خود در حفظ محیط‌زیست، زمینه را برای تقویت ارزش و اعتبار اجتماعی و اقتصادی‌شان فراهم کنند.

برقی که هیچ‌گونه آلاینده‌ی هوایی تولید نمی‌کنند، شرکت‌ها و واردکنندگان خودرو می‌توانند به بهبود کیفیت هوا و کاهش بیماری‌های مرتبط با آلودگی هوا کمک کنند.

۲. کاهش انتشار گازهای گلخانه‌ای

سوخت‌های فسیلی، یکی از منابع اصلی تولید گازهای گلخانه‌ای نظیر دی‌اکسید کربن هستند. این گازها باعث تقویت اثر گلخانه‌ای و در نتیجه، افزایش دمای کره زمین می‌شوند.

افزایش دما می‌تواند به تغییرات آب‌وهوایی شدید، از بین رفتن یخچال‌های طبیعی، افزایش سطح آب دریاها و بسیاری از پدیده‌های طبیعی مخرب دیگر منجر شود.

با به‌کارگیری خودروهای برقی که میزان انتشار گازهای گلخانه‌ای را به حداقل می‌رسانند، شرکت‌ها می‌توانند سهم خود را در کاهش تغییرات اقلیمی ادا کنند.

۳. صرفه‌جویی در هزینه‌ها

هزینه‌های نگهداری: خودروهای برقی نیاز کمتری به تعمیر و نگهداری دارند؛ زیرا نسبت به خودروهای سوخت فسیلی، قطعات متحرک کمتری دارند. قیمت برق در بسیاری از مناطق کمتر از قیمت سوخت‌های فسیلی است که این موضوع به کاهش هزینه‌های اجرایی منجر می‌شود. این امر می‌تواند به اصلاح ساختار هزینه شرکت‌ها نیز کمک کند.

شرکت‌های بزرگ با سرمایه‌گذاری و اتخاذ فناوری‌های نوین، می‌توانند تعهد خود به نوآوری و حرکت به سوی آینده‌ای پایدارتر را نشان دهند. استفاده از خودروهای برقی، تنها نمونه‌ای از این تلاش‌هاست که می‌تواند به عنوان نمادی از تعهد زیست‌محیطی شرکت‌ها تلقی شود. از طرف دیگر، اتخاذ

فروش اقساطی
www.kmc-leasing.com

واسپاری کرمان موتور
KERMANMOTORLEASING

KMC
X5



اما برای تحویل گرفتن خودرو در خرید خودرو به روش لیزینگی، نیازی به ضامن ندارید. در این روش ممکن است پس از واریز پیش‌پرداخت، سند به نام شما ثبت نشود یا به عبارتی صاحب خودرو نشوید. در صورت خودرو تا زمان پرداخت آخرین قسط و عمل به تعهدات ذکر شده در قرارداد، در رهن شرکت لیزینگ باقی خواهد ماند و همچنین میزان سود اقساط در این دو روش با یکدیگر متفاوت است. در قرارداد لیزینگ باید مبلغ دقیق قرارداد، تعداد اقساط و نحوه محاسبه اصل و فرع باقی‌مانده مبلغ ذکر شود. خردسازان اروپایی برای فروش خودرو، روش نقد و اقساط دارند. در روش نقدی همانطور که مشخص است، کمپانی خودرو را به صورت نقدی به فروش می‌رساند و خودرو تحویل خریدار می‌شود. اما در روش اقساطی، خردساز می‌چون بنز BENZ، تنها حدود ۱۰ درصد از مبلغ کل خودرو را دریافت می‌کند و خود را تحویل و مابقی مبلغ خودرو را به صورت اقساط از خریدار دریافت می‌کند.

تفاوت فروش قسطی با فروش لیزینگ، در این مورد است که در فروش قسطی، اگر شما قسطی را پرداخت نکنید، شرکت از مبلغ اولیه هزینه را برداشت می‌کند و در مرحله تسویه حساب نهایی آن مبلغ را اخذ می‌کند. اما در فروش لیزینگ، شما نه تنها مبلغ بیشتری را در مرحله اول پرداخت می‌کنید بلکه در صورت پرداخت نکردن اقساط، خردساز برحسب قرداد اولیه، تمام مبلغ پرداختی شما را صاحب می‌شود و شاید دیگر تعهدی نسبت به شما نداشته باشد.

در ایران نیز شما چه در روش قسطی و چه لیزینگی، باید درصد بیشتری از مبلغ خودرو را در مرحله اول پرداخت کنید و باقی مانده قیمت خودرو را به صورت اقساط پرداخت کنید.

لیزینگ خودرو در ایران

تجربه کلاهبرداری‌های مختلف، در سال‌های گذشته در زمینه‌ی لیزینگ خودرو به وجود آمده‌است. به همین دلیل بسیاری از خریداران با مراجعه به مراکزی تحت عنوان لیزینگ خودرو، اقدام به خرید ماشین کرده‌اند و از این مسئله زیان دیده‌اند. بانک مرکزی شرکت‌های معتبر لیزینگ را معرفی کرده است و بر اساس آن، هم اکنون بیش از ۲۵ مرکز لیزینگ فعال در ایران وجود دارد. بهتر از متقاضیان خرید خودرو به روش لیزینگی، برای اطمینان خاطر و جلوگیری از زیان مالی، جهت خرید خودرو به این روش، به مراکز معرفی شده از سوی بانک مرکزی مراجعه کنند.

نکات مهم در خرید خودروی لیزینگی

برای جلوگیری از ضررهای احتمالی در خرید خودرو لیزینگی، باید به نکات زیر توجه کرد.

« تحقیق درباره شرکت لیزینگ مورد نظر؛ ترجیحاً از مراکزی خریداری کنید که توسط بانک مرکزی معرفی شده است.

خواندن کامل و توجه به بندهای قرارداد؛ به شروطی که فروشنده در قرارداد ذکر کرده است توجه کنید و با یک فرد آگاه درباره آن مشورت کنید.

معمولاً سود تسهیلات شرکت‌های لیزینگ از سود بانکی کمی بیشتر است. اگر شرکت لیزینگ سود پایینی به شما پیشنهاد داد یا در ابتدا مبلغ پایین و خارج از عرفی از شما درخواست کرد، به آن موضوع خوش‌بین نباشید. بسیاری از این شرکت‌ها که با چنین اقداماتی، کلاهبرداری کرده و متواری شده‌اند.

اولین اقدام بعد از مراجعه به مرکز یا شرکت لیزینگ، یک فهرست از قیمت خودروها، شرایط خرید و اقساط است که به شما ارائه می‌دهند.

در مرحله بعدی، انتخاب خودرو و مذاکره در رابطه با قرارداد و تعیین پرداخت اقساط صورت می‌گیرد. توافق و عقد قرار مرحله بعدی است و در این مرحله معمولاً نیمی از هزینه خودرو در ابتدا باید پرداخت شود. باقی‌مانده مبلغ در قالب وام یا تسهیلات دیگر به شما اعطا می‌شود. شما موظف به پرداخت اقساط وام یا تسهیلات در زمان مقرر هستید.

این نکته را نباید فراموش کرد که هر چه مدت زمان بازپرداخت طولانی‌تر باشد، مبلغ قسمت ماهانه پایین‌تر ولی از طرف دیگر، مبلغ پرداخت شده نهایی بالاتر است. همچنین خودروی لیزینگی را تا قبل از پرداخت کامل مبالغ اقساط، نمی‌توانید بفروشید، زیرا هنوز در رهن شرکت فروشنده است. در نهایت پس از پرداخت اقساط، شرکت سند خودرو را به نام شما می‌زند.

مزایای خودروی لیزینگی

شاید خرید خودرو به صورت لیزینگی با توجه به قیمت بالاتر خودرو، در نگاه اول منفی به نظر برسد اما این روش خرید مزایایی هم دارد که شامل موارد زیر است:

« خودروی قسطی در مدت زمان کوتاه‌تری نسبت به خرید به روش ثبت نام، تحویل خریدار می‌شود.

« گزینه‌ها و روش‌های شرکت‌های لیزینگ برای اعطای تسهیلات و نحوه بازپرداخت آن متعدد و قابل مذاکره است.

« عدم نیاز به نقدینگی بالا و پرداخت تدریجی هزینه خرید خودرو.

لیزینگ در ایران و جهان

انواع بازار لیزینگ را بر حسب محصولات و مشتریان طبقه‌بندی می‌کنند. در بازارهای جهانی، صنعت لیزینگ در چهار زمینه اقلام خرد، کوچک، متوسط و بزرگ فعالیت می‌کند. لیزینگ در کشورهای بزرگ و پیشرفته، اغلب به اقلام متوسط و بزرگ در بخش‌های خانوار، بنگاه‌های اقتصادی و سازمان‌های دولتی معطوف است.

در کشورهای کمتر توسعه یافته، تمرکز فعالیت‌های لیزینگ

معطوف به اقلام خرد، کوچک و متوسط برای خانوارها و بنگاه‌های اقتصادی کوچک و متوسط است. بر اساس این موضوع، بازار اصلی لیزینگ در ایران اقلام کوچک و متوسط را در بخش‌های خانوار و بنگاه‌های اقتصادی کوچک و متوسط شامل می‌شود. در برخی از موارد نیز لیزینگ اقلام بزرگ برای شرکت‌های صنعتی در ایران انجام می‌شود.

شرکت‌های فعال حوزه لیزینگ در ایران، معمولاً وابسته به بانک‌ها یا تولیدکننده‌ها هستند.

در قاره اروپا بیشترین حجم عملیات لیزینگ به ترتیب به لیزینگ خودرو سواری، ماشین آلات و کارخانجات، خودرو کار و وسایل حمل و نقل جاده‌ها اختصاص دارد. از کل لیزینگ خودرو سواری، حدود ۶۰ درصد خودروهای نو و بقیه خودروهای دست دوم معامله می‌شود.

وجود رقابت شدید در بازار خودرو و تمایل خانواده‌ها به داشتن خودروی شخصی، از عوامل موثر برای گسترش معاملات لیزینگ خودرو در اروپا است.

محرك‌های توسعه صنعت لیزینگ در ایران و جهان

محرك‌های اصلی توسعه صنعت لیزینگ در جهان، تسهیل معاملات اعتباری، کمک به فروش محصولات و مالیات در کنار ایجاد اشتغال و رفع فقر و محرومیت را شامل می‌شود. اولین نوآوری‌ها در استفاده از لیزینگ توسط موسسات اعتباری و بانک‌ها جهت حل مشکلات تضمین و وثیقه اعتبار گیرندگان صورت گرفت. با تفکیک مالکیت از حق استفاده از دارایی، امکان عقد قراردادهای لیزینگ جهت واگذاری منافع دارایی در قبال دریافت وجه (اقساط) فراهم شد.

شرکت‌های تولیدی و صنعتی، دومین محرك برای توسعه لیزینگ در بازار جهانی بودند. این شرکت‌ها با هدف حفظ یا افزایش سهم بازار و در کنار آن جلب رضایت مشتری این فعالیت را انجام می‌دهند. تحقیقات در بازارهای جهانی نشان داده است که ایجاد مشوق‌های مالی، اعطای تسهیلات و اعمال تخفیف، در قیمت فروش موثر است. فعالیت به صورت لیزینگی، یکی از بهترین ابزار و روش‌ها برای انجام این کارها و رسیدن به اهداف مذکور است.

مالیات، یکی دیگر از محرك‌های فعالیت لیزینگ در بازارها به خصوص در بازار ایالات متحده آمریکا است. به دلیل وجود سیاست‌های خاص اقتصادی و مالیاتی در آمریکا، شرکت‌ها می‌توانند در قالب قراردادهای لیزینگ، در سال‌های اولیه فعالیت خود، در پرداخت مالیات صرفه جویی کنند.

لیزینگ در ایران محرك‌های دیگری نظیر کمک به فروش محصولات و کمک به تخصیص منابع مالی دارد.

آغاز فعالیت لیزینگ خردسازان از سال ۱۳۸۰، به سرعت به سایر بخش‌های اقتصادی و صنعتی گسترش یافت و موج جدیدی از توسعه فعالیت‌های لیزینگ را به راه انداخت. همچنین امروزه، برخی از بانک‌ها از شرکت‌های لیزینگ، به عنوان ابزار

تخصیص منابع مالی و اعطای تسهیلات استفاده می‌کنند. لیزینگ خودرو، موجب آشنایی بیشتر مردم با صنعت لیزینگ و نوع فعالیت آن شد. افزایش مشتریان لیزینگ به مرور موجب بروز نارضایتی بعضی از مشتریان شد، که عموماً این نارضایتی‌ها به علت نرخ‌های سود لیزینگ شکل گرفت. در حال حاضر لیزینگ در ایران نیازمند محرك‌های رشد و توسعه است. کاهش نرخ سود تسهیلات بانکی، توسعه صنایع خرد، کوچک و متوسط، ایجاد اشتغال و ورود شرکت‌های لیزینگ خارجی می‌توانند از مهم‌ترین عوامل توسعه آتی در صنعت لیزینگ ایران باشند. این محرك‌ها زمانی تاثیر بیشتری خواهند داشت که فضای مطلوب کسب و کار در کشور از لحاظ حقوقی، اقتصادی و روابط بین‌الملل فراهم شود.

واسپاری کرمان موتور

شرکت واسپاری (لیزینگ) کرمان موتور بیش از ۱۸ سال است تجربه فعالیت در زمینه لیزینگ خودرو را دارد. این شرکت با بالاترین استانداردهای مربوط به فعالیت‌های لیزینگ و مطابق با قوانین بانک مرکزی، در خصوص تمام خودروهای تولیدی شرکت کرمان موتور و صنایع خردساز کرمان فعالیت می‌کند. واسپاری کرمان موتور به عنوان تنها شرکت لیزینگ در مجموعه صنایع خردساز کرمان در حال حاضر با شبکه گسترده نمایندگی‌های خود در سراسر کشور فعال است. همچنین این شرکت که زیر مجموعه شرکت کرمان موتور است، ارائه تسهیلات برای کلیه معاملات غیرخوردویی اعم از تامین کالاهای مصرفی خانوار و یا تامین مواد اولیه تولید کنندگان را فراهم کرده است.

امکانات واسپاری کرمان موتور

شرکت واسپاری کرمان موتور در حال حاضر شرایط فروش نقد و اقساط محصولات این شرکت را فراهم کرده است. در حال حاضر برای تسهیلات با اقساط ۱۲ ماهه، نرخ سود ۱۸ درصد و اقساط ۲۴ ماهه، ۲۱ درصد کارمزد را برای شرایط فروش اقساطی خود مشخص کرده است.

با توجه به اینکه شرکت واسپاری کرمان موتور تحت نظارت بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران فعالیت می‌کند، حداکثر نرخ سود تسهیلات اعطایی به مشتریان سه درصد بیشتر از نرخ سود تسهیلات بانکی است. امکان تغییر در میزان پرداخت نقد و اقساط برای خرید خودرو، یکی از مزایایی که لیزینگ کرمان موتور به مشتریان خود ارائه می‌دهد.

واسپاری کرمان موتور این شرایط را فراهم کرده است که مشتریان حقوقی نیز مانند مشتریان حقیقی امکان ثبت نام خودرو در لیزینگ را دارند. لیزینگ کرمان موتور تمام خودروهای تولیدی گروه خردساز کرمان به خصوص کرمان موتور را به صورت لیزینگی به فروش می‌رساند.

WELCOME TO SIGMA

Your Perfect Ride, Just a Click Away

sigmatec.ir



واسطه محصولات کرمان موتور

سیگما، خرید و فروش امن و بدون

عملیات) به حساب سیگما واریز خواهد شد و سیگما بعد از کسر هزینه حق عملکردی از قیمت تمام شده خودرو، مابقی را به فروشنده در قالب چک یا حساب به حساب واریز خواهد کرد. در صورتی که خریدار درخواست تسهیلات نداشته باشد، سیگما فقط مبلغی را به عنوان بیعانه از خریدار دریافت میکند و مابقی مبلغ ثمن معامله مستقیماً بین خریدار و فروشنده با نظارت سیگما جابه‌جا می‌شود.

ثبت درخواست خرید

بخش دیگری در سیگما وجود دارد که برای خریداران (متقاضیان) خودرو است. در این قسمت شخصی به عنوان خریدار خودرو ثبت درخواست می‌کند. بعد از ثبت درخواست، کارشناسان سیگما با ایشان اولین تماس را گرفته و اطلاع می‌دهند که درخواست مشتری را دریافت کرده‌اند، بعد از موجود شدن خودرو مد نظر مشتری (مطابق با درخواست خریدار)، دوباره با وی تماس حاصل و با اعلام مشخصات خودرو، در صورت تمایل خریدار وقت بازدید از خودرو را تعیین می‌کنند.

دلیل انجام می‌شود. اول به آن دلیل که فروشنده بعد از پایان مهلت قرارداد که کوتاه مدت است، برای پیگیری وضعیت به سیگما مراجعه کند و دوم مشخص کردن بازه قیمتی است که به کارشناسان سیگما توانایی مذاکره با خریدار را می‌دهد. در ادامه این فرآیند اگر بین خریدار و فروشنده توافق ایجاد شود، یک پروفایل برای خریدار نیز ایجاد شده تا بعد از آن قرارداد حق العمل کاری در سه نسخه امضا می‌شود. در این قرارداد تعهدات خریدار و فروشنده به صورت جداگانه مشخص به همراه قیمت توافق شده و سهم حق عملکردی سیگما (معمولاً یک درصد مبلغ معامله) مشخص می‌شود. همچنین مهم‌ترین بخش قرارداد که شامل نحوه پرداخت مبلغ خودرو است؛ در این قرارداد ذکر شده که بعد از پرداخت ودیعه و مراحل ثانویه پرداخت مبلغ خودرو طبق توافقات انجام شده، کارشناسان سیگما بر مراحل جابه‌جایی مبلغ و یا صدور چک‌ها نظارت و صحت‌گذاری می‌کنند و بعد از کسر مبلغ حق العمل کاری مابقی مبلغ به فروشنده تحویل و خودرو به خریدار تحویل داده می‌شود.

تنها در صورتی که خریدار درخواست تسهیلات داشته باشد کل ثمن معامله (شامل قیمت تمام شده خودرو + هزینه‌های

پلتفرم سیگما با درک شرایط و محدودیت‌های موجود در خرید و فروش خودرو در بازار برای حل چالش‌ها و به حداقل رساندن مشکلات در هنگام معامله خودرو شکل گرفته است.

شرکت مدیریت اطلاعات نوین ارگ با نام تجاری مانا، به پشتوانه کرمان موتور و با تیم متخصص و باتجربه پلتفرم سیگما را برای خرید و فروش خودروهای کارکرده و صفر کرمان موتور طراحی و اجرا کرده است. بستر سیگما در راستای بهبود تجربه مشتری‌های محصولات کرمان موتور برای خرید و فروش آن‌ها فعالیت می‌کند.

همچنین یکی از اهداف اصلی این پلتفرم در اولین قدم حذف واسطه‌ها و همچنین کاهش دغدغه‌های موجود در هنگام خرید و فروش خودرو و حذف بستر کلاهبرداری‌ها و مشکلات در هنگام خرید و فروش خودرو است.

سیگما مرجعی معتبر و تسهیل‌گر برای ارائه خدمات خرید و فروش آنلاین تخصصی خودروهای صفر و کارکرده کرمان موتور است. فرآیند شفاف و امن در کنار کارشناسی و قیمت‌گذاری دقیق و خرید اعتباری، از امکانات ویژه‌ای است که پلتفرم سیگما زیر نظر شرکت کرمان موتور برای کاربران خود فراهم کرده است.

قرار حضوری می‌گذارند.

بعد از کارشناسی خودرو و تایید صحت اطلاعات خودرو، کارشناسان سیگما وارد مرحله مذاکره با مشتری می‌شوند. بعد از آن با توجه به مشخصات خودرو و شرایط بازار یک بازه قیمتی محدود برای خودرو تعیین می‌شود و یک قرارداد امانی با فروشنده منعقد خواهد شد که در آن شرایط نگهداری ویژه خودرو به همراه تعداد روزهای آن ذکر می‌شود. محدود کردن بازه زمانی در قرارداد امانی که ذکر شد، به دو

آشنایی با فعالیت و امکانات پلتفرم سیگما

در سایت سیگما دارندگان خودروهای کرمان موتور به عنوان فروشنده عضو می‌شوند و اطلاعات خودروی خود را برای فروش در سایت قرار می‌دهند. به عنوان مثال فردی اطلاعات خودروی خود را به همراه قیمت پیشنهادی برای فروش داخل سامانه بارگذاری می‌کند؛ بعد از آن توسط تیم پشتیبانی سیگما در یکی از نمایندگی‌های سیگما که عمدتاً نمایندگی مجاز خود شرکت کرمان موتور است، برای کارشناسی خودرو

SIGMA



مزیت‌های سیگما برای کاربران

یکی از مهم‌ترین نکات مثبت پلتفرم سیگما، انجام صفر تا صد مراحل خرید و فروش خودرو است. تقریباً تمام مراحل کارشناسی خودرو، قیمت گذاری، مذاکره با خریدار و تعیین وقت برای بازدید حضوری خودرو توسط کارشناسان سیگما انجام می‌شود.

خرید و فروش خودرو در بازار امروز با معضلات بسیاری همراه است که کاربران سیگما بدون نگرانی برای ایجاد مشکلاتی که در دنیای امروز معاملات خودرو وجود دارد، معامله (خرید - فروش) خود را انجام می‌دهند.

همچنین انجام مراحل کارشناسی و بازدید خودرو در محل نمایندگی‌های سیگما که عمدتاً یکی از نمایندگی‌های مجاز شرکت کرمان موتور است انجام می‌شود که این موضوع یک امنیت خاطری را در کاربران سیگما چه به عنوان فروشنده چه خریدار خودرو ایجاد می‌کند. همچنین با توجه به اینکه سیگما به سابقه خدماتی خودروهای کرمان موتور دسترسی دارد، خریدار می‌تواند با خیال آسوده‌تری برای خرید خودرو اقدام کند و بابت صحت مشخصات خودرو نگرانی نداشته باشد.

یکی دیگر از مزیت‌های سیگما، ارائه برگه کارشناسی مفصل با جزئیات دقیق است که در برگ کارشناسی‌های معمولی این جزئیات ذکر نمی‌شود. کارشناسان سیگما نه تنها بدنه خودرو بلکه تمام قسمت‌های فنی و داخل کابین خودرو را بررسی می‌کنند و مشخصات آن را در برگه کارشناسی ذکر می‌کنند.

بر خلاف سایر پلتفرم‌های خرید و فروش خودرویی، این امکان نیز برای خریداران در شرکت سیگما وجود دارد تا کارشناس شخصی و مورد اعتماد خود را به محل پارکینگ خودرو آورده و جهت اطمینان کلیه مراحل کارشناسی را با ایشان نیز پیش ببرند.

انجام معامله در امنیت کامل زیر نظر پلتفرم معتبر سیگما انجام می‌شود. واریز مبلغ و صدور چک توسط کارشناسان سیگما استعلام می‌شود تا تمام جنبه‌های معامله به درستی صورت بگیرد. حتی در زمان مراجعه به دفترخانه نیز یک نماینده از سیگما همراه خریدار و فروشنده خودرو حضور دارد تا در دفترخانه نیز همه چیز به درستی ثبت شود و کلاهبرداری‌ها و مشکلاتی که این روزها وجود دارد، شکل نگیرد.

تسهیلات ۳۰۰ میلیون تومانی در شرایط ویژه سیگما

پلتفرم سیگما در شرایط فروش ویژه‌ای که برای مشتریان خود در نظر گرفته است، با عقد تفاهم نامه با یکی از بانک‌ها، توانایی پرداخت تسهیلات ۳۰۰ میلیون تومانی با سود ۴ درصد سالیانه را دارد. این تسهیلات ۱۸ ماهه و با سود چهار درصد سالیانه در اختیار مشتریان سیگما قرار می‌گیرد.

به عنوان مثال اگر خریدار خودرو، برای خرید خودروی مورد نظر خود مبلغ ۳۰۰ میلیون تومان نیاز داشته باشد، توسط سیگما به بانک مورد نظر معرفی شده و بعد از فرآیند اعتبارسنجی (یک یا دو روز کاری) یک کالا کارت به خریدار توسط بانک داده می‌شود. در نهایت مبلغ خریدار و مبلغ کالا کارت توسط سیگما دریافت می‌شود و بعد از کسر درصد حق عملکاری، کل مبلغ خودرو برای فروشنده واریز و مراحل بعدی معامله خودرو تکمیل خواهد شد.

نکته قابل توجه در پرداخت این تسهیلات آن است که سند خودرو در رهن نخواهد بود و بعد از انجام معامله سند به نام خریدار شده و تنها تعهد پرداخت اقساط تسهیلات به بانک را خواهند داشت.

سیگما در مسیر پیشرفت

پلتفرم سیگما که معاملات امن و سریع محصولات کرمان موتور را بر عهده دارد، به دنبال آن است با توجه به گسترش بازار محصولات کرمان موتور در سطح کشور، تعداد نمایندگی‌های خود را افزایش داده تا بتواند در سراسر کشور بستر امن معاملات محصولات را گسترش دهد.

همچنین از دیگر برنامه‌های سیگما، تلاش برای افزایش مبلغ تسهیلات برای افزایش قدرت خرید متقاضیان و خریداران خودروهای کرمان موتور است.

طرح تعویض سیگما

دارندگان خودروهای کرمان موتور می‌توانند با مشارکت در طرح تعویض، خودروی خود را در سامانه سیگما ثبت کنند تا سیگما فرآیند پیدا کردن مشتری برای خودروی آن‌ها را انجام دهد تا بتوانند خودروی خود را به فروش برسانند و یا تعویض نمایند.

اگر فروشنده خودرویی غیر از محصولات کرمان موتور را داشته باشد توانایی حضور خودرو در نمایندگی وجود ندارد در نتیجه با ثبت نام در سیگما فرآیند کارشناسی و قیمت گذاری انجام شده و بعد از آن فرآیند فروش زیر نظر سیگما با تمام شرایط مذکور انجام خواهد شد.

به عنوان مثال شخصی که خودروی پژو ۲۰۷ دارد و قصد خرید کی‌ام‌سی J۷ را دارد که در سیگما برای فروش ثبت شده است، می‌تواند برای فروش خودروی خود از بستر سیگما استفاده کند و بعد از اعتبارسنجی تسهیلات ۳۰۰ میلیون تومانی را دریافت و خودروی J۷ مورد نظر را با تمام شرایط مذکور تحت نظارت سیگما خریداری کند.

وجود مشاوران باتجربه و امین، حذف واسطه‌ها و فعالیت کاملاً شفاف زیر نظر شرکت کرمان موتور، همگی نقش موثری در ایجاد امنیت خاطر در فرآیند خرید و فروش خودرو در پلتفرم سیگما دارد.



هفته ماشین

مونتری ۲۰۲۴

شده بودیم».

البته خرید ابرخودرو بتمن یا حتی مدل دیگری از همین برند به نام باتیستا، به جیب‌های پر پولی نیاز دارد. آمانتیا می‌گوید: «برای مدل ب۱۹، قیمت حدود ۴٫۹ میلیون دلار و برای مدل باتیستا، قیمت حدود ۳٫۴ میلیون دلار است».

ستاره‌های دنیای خودروسازی در فرانکفورت

یکی دیگر از شرکت‌های حاضر یعنی شرکت خودروسازی تسینگر مستقر در کالیفرنیا، با رویکرد نوآورانه خود در تولید با استفاده از هوش مصنوعی و فناوری چاپ سه بعدی، خبرساز شده است. نخستین ابر خودروی این شرکت به قیمت ۲٫۴ میلیون دلار در این نمایشگاه عرضه می‌شود.

خودروساز اهل کرواسی ریماک، ابرخودروی مدل «نوارا آر» را به نمایش گذاشته است؛ که قادر است در عرض ۱٫۷۴ ثانیه از صفر به نزدیک به ۹۶ کیلومتر در ساعت شتاب بگیرد و سرعت حداکثر آن ۴۱۱ کیلومتر در ساعت است. ریماک همچنین در این نمایشگاه از راه اندازی یک برنامه مسابقه جدید در آینده‌ای نزدیک خبر داد. شرکت مازراتی که در این نمایشگاه حضور داشت به نوبه خود آخرین مدل‌های خود از جمله «جی تی ۲ استرادال» را به نمایش گذاشت. این ابرخودروی قانونی که مناسب شهر است از مدل مسابقه‌ای موفق خود الگوبرداری شده و عملکرد بالا را با قابلیت استفاده روزمره، ترکیب می‌کند. بخش خودروهای لوکس نمایشگاه کوئل، ده روز ادامه داشت.

ساعات کار هفته اتومبیل مونتری ۲۰۲۴

همانطور که از نام آن پیداست، هفته خودروی مونتری در واقع به

مدت ۱۰ روز برگزار می‌شود، اما سه روز اول هنوز هیچ رویدادی وجود ندارد. پس از آن افتتاحیه و گردهمایی مجدد باشگاه‌های مختلف وجود دارد. هفت روزی که رویدادها وجود دارد، این اتفاقات تمام روز است. این به شما زمان زیادی می‌دهد تا از همه نمایش‌ها، یادگاری‌ها و هر چیز دیگری که هفته اتومبیل مونتری ارائه می‌دهد لذت ببرید.

هزینه‌های ورودی هفته اتومبیل مونتری ۲۰۲۴

از آنجایی که در هفته اتومبیل مونتری رویدادهای زیادی برگزار می‌شود، هر رویداد نیز هزینه ورودی متفاوتی دارد. به عنوان مثال، پورشه کلاسیک شما را ملزم به خرید بلیط می‌کند، در حالی که Pebble Beach Motoring Classic رایگان است. برای اطلاعات بیشتر، لطفاً به وب سایت هفته اتومبیل مونتری مراجعه کنید.

لامبورگینی SVJ اونتادور:

۱ تا ۸ میلیون دلار - آخرین مدل اسن خودرو ۸۷۰ اسب بخار و ۱۲ سیلندر

مازراتی گرندکابریو:

۶ سیلندر – ۳ موتور برقی۳۰۰ کیلووات - ۷۵۰ اسب بخار صفر تا صد، حدود ۲٫۸ ثانیه

لامبورگینی HPV:

این تمراریو با یه موتور هشت سیلندر به دو یا سه تا موتور برقی مجموعاً ۹۰۰ اسب بخار قدرت تولید می‌کند. البته نکته جالبش آن جا مشخص است که دور موتورش تا یازده هزار دور بر دقیقه توان حرکتی دارد. صفر تا صد این خودرو حدود ۲٫۵ ثانیه است قرار ادامه دهنده راه لامبورگینی هوراکان باشد.

هفته خودروی مونتری یکی از رویدادهایی است که علاقه‌مندان به خودرو هر سال منتظر آن هستند. در مرکز شهر کالیفرنیا که هر ساله برندهای بزرگ مثل: فراری، مک‌لارن، پورشه، مرسدس، بوگاتی، پآگانی، بنتلی و ... در آن شرکت می‌کنند. مردم شهرهای مختلف با خودرو خود یا وسایل نقلیه دیگر به این همایش می‌آیند و شرکت‌های بزرگ در زمین‌های گلف از بازدید کنندگان پذیرایی می‌کنند.

بهترین قسمت این شهر جاده‌ای پر پیچ و خم با منظره‌ای زیبا که از کنار اقیانوس و میان جنگل‌های پر از آهو، طاووس و قصرهای زیبا می‌گذرد، رانندگی می‌کنند. در زمان برگزاری هفته ماشین مونتری شما در این شهر شاهد ماشین‌های خیلی لوکس و گران قیمت هستید.

فرقی نمی‌کند سوپراسپرت‌های مدرن را دوست داشته باشید یا خودروهای کلاسیک، در آن هفته همه چیز را خواهید دید. در هفته اتومبیل مونتری، بسیاری از نمایش‌ها، یادگاری‌ها و مهمانی‌های ویژه VIP برگزار می‌شود. حتی در طول نمایشگاه خودروهای جدید نیز رونمایی خواهند شد.

برای علاقه‌مندان به خودروهای کلاسیک، مونتری کیک آف کروز- این، پورشه مونتری کلاسیک، نمایشگاه خودروی کوچک، کنکور در خیابان، کارمل میشن کلاسیک و رالی خودکار کنکور روتاری پاسیفیک گروو را نباید از دست داد. در اینجا زیباترین خودروهای قبل از قرن بیست و یکم را هم می‌توانید ببینید.

بیش از بیست سال است که ماه اوت در شبه جزیره مونتری کالیفرنیا در ایالت متحده شاهد گردهمایی علاقه‌مندان به تازه‌های صنعت خودروسازی لوکس است. این رویداد «گردهمایی موتور اسپورت کوئل» نام دارد و در آن، جدیدترین و مجلل‌ترین خودروهای سوپر اسپورت رونمایی می‌شود.

از خودروی بتمن گرفته تا مازراتی‌های مسابقه، نمایش تازه‌ها و ابرخودروهای چند میلیون دلاری در گردهمایی سالیانه «کوئل» بیش از بیست سال است که در شبه‌جزیره مونتری کالیفرنیا در ایالات متحده، شاهد گردهمایی علاقه‌مندان به تازه‌های صنعت خودروسازی لوکس است.

در میان خودروهای مدل بالای پرطرفدار شناخته‌شده، توجه بازدیدکنندگان به چندین ابرخودروی جدید جلب می‌شود که با وجود طرح‌های بسیار زیبا و امکانات فوق‌العاده خود، کاملاً قابل خرید و استفاده هستند، البته در صورتی که چندین میلیون دلار پول در اختیار داشته باشید. بیشتر این ابرخودروها بالای یک میلیون دلار قیمت دارند و برخی از منحصر به فردترین مدل‌ها ارزشی فراتر از ۵ میلیون دلار قیمت گذاری می‌شوند.

یکی از خصوصیات قابل توجه گردهمایی امسال، عمومی شدن و رواج ابرخودروهای برقی است که توانایی صنعت خودروسازی برقی را برای تولید برخی از سریع‌ترین وسایل نقلیه روی زمین نشان می‌دهد. کای لِرِمن، مدیر عامل و برگزار کننده این دوره از «کوئل» (به معنای بلدرچین) در این باره توضیح می‌دهد: «ما امسال ۱۹ مدل خودروی جدید داریم که برای اولین بار به نمایش درمی‌آید و تاکنون دیده نشده‌اند».

از جمله شرکت‌کنندگان این نمایشگاه می‌توان به شرکت خودروسازی «اتومبیلی پینینفارینا» اشاره کرد که از مدل «گاتهام ب۱۹» خود رونمایی می‌کند. این ابرخودر با الهام از بتمن و با همکاری استودیوی برادران وارنر، یعنی خالقان فیلم‌های بتمن مجوز رسمی دریافت کرده است.

دیو آمانتیا، مدیر ارشد طراحی شرکت سازنده با خوشحالی توضیح می‌دهد: «برادران وارنر در طول ۸۵ سال هرگز چنین مجوزی صادر نکرده بودند. الهام ما دقیقاً فیلم شوالیه تاریکی است که عاشق آن





افتتاحیه نمایندگی ۱۷۸۰ کرمان موتور

نمایندگی ۱۷۸۰ حسین خسروانی در خیابان باهنر تهران، مطابق جدیدترین استانداردهای شرکت کرمان موتور افتتاح شد. این نمایندگی، مجهز به مرکز ارائه خدمات پس از فروش و سرویس و محصولات کرمان موتور، مناسب برای تمام خودروهای این شرکت است.



افتتاح نمایندگی تیر و مرداد ۱۴۰۳

نمایندگی خدمات خودرویی بادران گستر ایرسا با کد ۱۷۰۲ در بلوار اندرزگو تهران، افتتاح و آماده ارائه خدمات به مشتریان شرکت کرمان موتور است.



افتتاح اولین نمایندگی کرمان موتور با استانداردهای جدید در شمال کشور

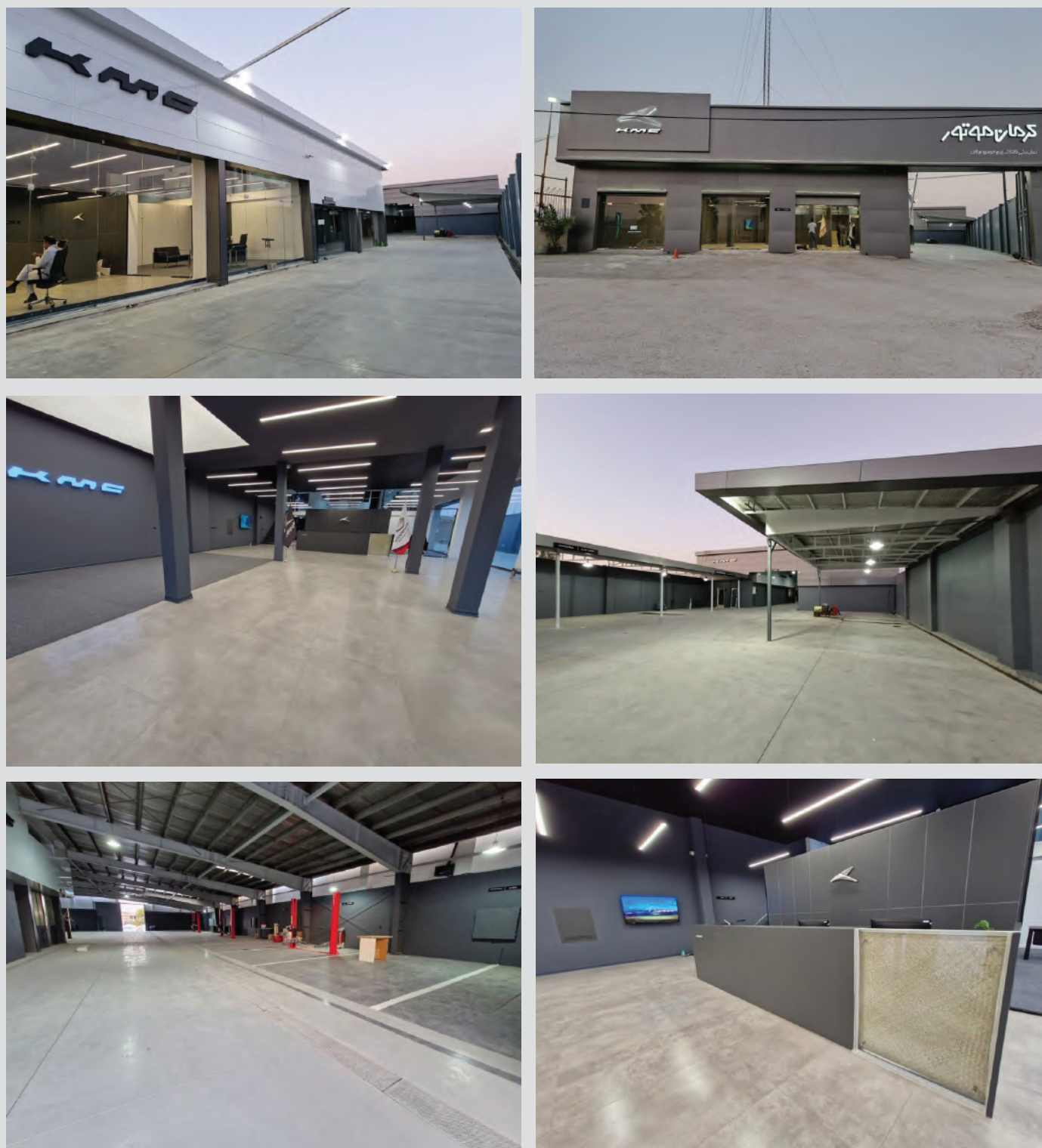
نمایندگی ۳۴۰۳ کرمان موتور در شهر رشت افتتاح شد. اولین نمایندگی با استانداردهای جدید شرکت کرمان موتور در شمال کشور آغاز به کار کرد.

در هفته ابتدایی مرداد ۱۴۰۳، نمایندگی ۳۴۰۳ کرمان موتور که اولین نمایندگی با جدیدترین استانداردهای این شرکت برای فروش و خدمات پس از فروش است، افتتاح شد. در مراسم افتتاحیه این نمایندگی چند نفر از معاونین و سرپرستان کرمان موتور حضور داشتند.

همچنین مراسم افتتاحیه این نمایندگی، با حضور جدیدترین خودروهای کرمان موتور از KMC T9 تا KMC A5 و همچنین جدیدترین محصول برقی کرمان موتور کی ام سی E۳۰X همراه بود. افتتاحیه نمایندگی ۳۴۰۳ رشت با حضور اهالی رسانه همراه با معرفی خدمات مطابق استانداردهای جدید کرمان موتور و محصولات جدید این شرکت همراه برگزار شد.



نماینده‌گی ۲۶۲۶ شرکت ارم خودرو عرفان در استان فارس، شهر شیراز مطابق با جدیدترین استانداردهای شرکت کرمان موتور برای ارائه خدمات فروش و پس از فروش افتتاح شد.



نماینده‌گی بابک امیدوار به کد نمایندگی ۲۶۱۹ در شهر اقلید افتتاح شد و آماده ارائه خدمات فروش و پس از فروش محصولات کرمان موتور خواهد بود.



نماینده‌گی استاندارد ۱۷۷۹ کرمان موتور به صاحب امتیازی **رامین قادری**، در شهر **تهران** به آدرس خیابان آزادی، نبش خیابان بهبودی افتتاح شد و ارائه خدمات فروش و پس از فروش محصولات کرمان موتور در این نمایندگی انجام می‌شود.



نماینده‌گی ۱۷۶۹ **خسروانی**، در منطقه **یک تهران** افتتاح شد و آماده ارائه خدمات فروش محصولات کرمان موتور به مشتریان این شرکت خواهد بود.



نماینده‌گی شرکت بازرگانی رایان خودرو یکتا، با کد ۱۷۸۳ در شهر تهران آماده ارائه خدمات فروش محصولات کرمان موتور است و فعالیت آن از هفته اول آبان ماه ۱۴۰۳ آغاز شد.

نماینده‌گی ۱۷۸۲ شرکت پیشتاز خودروی سهیل در شهر تهران در آدرس خانی آباد، شهرک شریعتی، خیابان شهید علیرضا صمدی، پلاک ۱۸۴ افتتاح شد و با جدیدترین استانداردهای کرمان موتور آماده خدمت رسانی به مشتریان این شرکت است.





پتروپالایش حساب
فهرده سازع کمار



شرکت پتروپالایش تولید کننده و
وارد کننده انواع روغن ها و ادتو ها

prkaic.co

نماینده احمد غلامی در شهر بجنورد در خراسان جنوبی افتتاح شد. ارائه خدمات استاندارد به مشتریان کرمان موتور در نمایندگی ۲۱۰۳ در شهر بجنورد از تاریخ ششم مرداد ماه آغاز شد.





واسپاری کرمان موتور
KERMAN MOTOR LEASING

فروش اقساطی تحويل فوری

