

پاسخ تناقض بزرگ در بازار خودرو

انتشار اخبار مربوط به رشد ۱۴۵ درصدی زیان تولید در سال ۹۹، طی هفته جاری با واکنش‌های متعددی در فضای مجازی روبه‌رو شد. بسیاری از کاربران این سوال را مطرح کردند که چطور با وجود افزایش سه مرحله‌ای قیمت‌ها در سال گذشته، خودروسازان باز هم رشد زیان را در صورت‌های مالی خود دارند؟ پاسخ مشخص است.

به گزارش سایت خبری پرسون، انتشار اخبار مربوط به رشد ۱۴۵ درصدی زیان تولید در سال ۹۹ طی هفته جاری با واکنش‌های متعددی در فضای مجازی روبه‌رو شد. «دنیای اقتصاد» با استناد به صورت‌های مالی سه خودروساز بزرگ کشور (ارائه‌شده به بورس)، در گزارشی یادآور شد که ایران‌خودرو، سایپا و پارس‌خودرو علاوه‌بر ثبت رشد ۱۴۵ درصدی زیان تولید در سال ۹۹ نسبت به سال پیش از آن، ۵۰ هزار میلیارد تومان زیان انباشته در کارنامه سه‌ماه آخر سال گذشته به ثبت رسانده‌اند.

همچنین در این گزارش تاکید شده بود، کل بهای تمام‌شده تولید خودروسازان در سال گذشته، حدود ۱۱ هزار میلیارد تومان بوده، حال آنکه از محل فروش محصولات تولیدی، حدود ۹۷ هزار و ۵۰۰ میلیارد تومان نصیب تولیدکنندگان شده است. بنابراین به‌طور متوسط هر خودرویی که عرضه شده، زیان ۸ میلیون تومانی برای خودروساز داشته است. انتشار ارقام مربوط به ضرر تولید و زیان انباشته خودروسازان طی هفته جاری در فضای مجازی با واکنش‌های متعددی همراه شد.

بسیاری از خوانندگان این گزارش در سایت اینستاگرامی بر ناعادلانه‌بودن قیمت خودرو تاکید کردند و اینکه چرا با وجود افزایش قیمت سه‌باره خودرو در سال ۹۹، خودروسازان با رشد زیان ۱۴۵ درصدی روبه‌رو شدند. برخی از کاربران نیز فعالیت خودروسازان کشور با وجود نارضایتی مردم و زیان تولید را مورد سوال قرار داده و عنوان کردند که اگر هر دو طرف عرضه و تقاضا متضرر هستند، ادامه فعالیت این صنعت چه توجیهی دارد؟ در همین حین برخی خوانندگان در کامنت‌هایی به مقایسه خودروهای داخلی و خارجی و مقایسه قیمت و کیفیت آنها پرداخته و اظهار کردند که تولید پرهزینه خودرو به نفع کیست؟ کامنت‌هایی نیز با محوریت تداوم افزایش قیمت محصولات تولیدی دریافت شد، ازجمله اینکه خودروسازها برای کاهش ضرر مجبور به افزایش قیمت دوباره هستند و اینکه چه زمانی زیان تولید متوقف خواهد شد تا قیمت خودرو به ثبات برسد. همان‌طور که عنوان شد، اخبار مربوط به ضرر تولید به نوعی خشم مشتریان خودرو را در فضای مجازی برانگیخته است. البته گسترش این خشم در فضای مجازی خیلی هم بیراه نیست.

در سال ۹۹ خودروسازی و بازار کشور شرایط متفاوتی را تجربه کرد، به‌طوری‌که با بازگشت مجدد شورای رقابت به صحنه قیمت‌گذاری، محصولات تولیدی در سه مرحله با افزایش قیمت همراه شدند. از سوی دیگر تولید به‌واسطه تسهیلات و حمایت‌های دولتی رشد ۴ درصدی را به خود دید. این در شرایطی است که عرضه خودرو به بازار به دلیل تولید محصولات ناقص و معوق با کندی انجام شد. به این ترتیب اگر تقاضی به دنبال خودرویی با قیمت کارخانه بود، باید در قرعه‌کشی شرکت‌های خودروساز شرکت می‌کرد، حال آنکه به دلیل تعداد زیاد شرکت‌کنندگان در قرعه‌کشی احتمال برنده‌شده بسیار کم بود. بنابراین در صورت برنده‌نشدن در قرعه‌کشی، متقاضی باید خرید خود را در بازار انجام می‌داد؛ بازاری که مملو از دلالان و واسطه‌گرانی بود که خودرو را با چند برابر قیمت کارخانه به فروش می‌رساندند. حالا اما مشتری زیان ۱۴۵ درصدی تولید خودروسازان را در کنار رشد ۱۰۰ درصدی قیمت قرار می‌دهد و این پرسش را مطرح می‌کند که چطور با رشد ۱۰۰ درصدی قیمت باز هم خودروساز متحمل زیان ۱۴۵ درصدی شده است؟ آنچه مشخص است ساختار معیوب، سوءمدیریت و همچنین سیطره دولت در خودروسازی را می‌توان از دلایل اصلی زیان‌دهی در شرکت‌های خودروساز دانست.

بر این اساس پاشنه‌آشیل عملکرد منجر به زیان این سه شرکت، نبود توازن میان بهای تمام‌شده تولید با بهای فروش محصولات است. در واقع با وجود سیاست‌های دولت از سال ۹۷ (سال آغاز تحریم‌های بین‌المللی) با هدف حمایت از تامین نهاده‌ها و مواد اولیه صنایع و قیمت‌های مصوب، این سه شرکت با افزایش قابل ملاحظه نرخ تامین مواد اولیه خود مواجه شدند که افزایش قیمت‌های فروش آن را جبران نکرد. اما در کنار رشد قیمت مواد اولیه که به‌واسطه اعمال تحریم‌های بین‌المللی شکل گرفت، بخش بزرگی از فشار هزینه‌ای به صنعت خودروی کشور ناشی از هزینه‌های غیرعملیاتی (تامین مالی، منابع انسانی و...) در سال ۹۹ است. هفته جاری در گزارشی که در «دنیای اقتصاد» تهیه کردیم، تاکید کردیم که در سال گذشته هزینه سربار خودروسازان ۴۸ درصد رشد را تجربه کرده است. به این ترتیب این رقم نیز به هزینه تولید اضافه شده است. از سوی دیگر تورم عمومی، فضای نامناسب کسب‌وکار، منابع گران بانکی و از همه مهم‌تر سوءمدیریت را نیز باید به دلایل رشد زیان خودروسازان بیفزاییم.

آنچه مشخص است صنعت خودروی کشور به‌واسطه انحصاری که دولت برای سه شرکت بزرگ خودروسازی ایجاد کرده، نه انگیزه رقابتی داشته و نه پاسخگوی مشتریان خود بوده است. این صنعت به‌ازای بازار انحصاری، در مقابل عملکرد خود تنها پاسخگوی دولت است؛ چرا که بدون حمایت، توان ادامه فعالیت ندارد. از سوی دیگر همراه با سیطره دولتی و اختیارات تام دولت در این شرکت‌ها، قیمت‌گذاری از توان خودروساز خارج بوده و با توجه به هزینه گزاف تولید (به دلایلی که شرح داده شد) قیمت از سوی شورای رقابت تعیین می‌شود. همان‌طور که عنوان شد بهای تمام‌شده تولید به دلیل نبود بهره‌وری، هزینه زیاد نیروی انسانی و سربار، تورم عمومی، فضای نامناسب کسب‌وکار و از همه مهم‌تر تحریم‌های بین‌المللی بسیار زیاد است، حال آنکه قیمت‌گذاری در زمره اختیارات تولیدکنندگان نیست و شورای رقابت، آن هم با فرمول ابداعی خود باید به تعیین قیمت بپردازد که این مساله باعث افزایش ضرر و زیان تولید در شرکت‌های خودروساز می‌شود.

همان‌طور که عنوان شد، زیان تولید ۱۴۵ درصدی سه خودرو ساز بزرگ کشور در سال گذشته بر اساس صورت‌های مالی منتشر شده آنها در سایت کدال ابهاماتی را برای مخاطبان در اینستاگرام به وجود آورده است. مخاطبان معتقدند خودروسازان با سه افزایش قیمتی که طی سال گذشته داشتند، چطور می‌توانند زیان کرده باشند. برای رفع ابهام مخاطبان شاید دم‌دست‌ترین پاسخ اعمال سیاست غلط قیمت‌گذاری دستوری باشد. در واقع شورای رقابت با دیکته قیمتی زمینه زیان‌دهی خودروسازان را فراهم می‌کند.

اما این همه ماجرا نیست و خودروسازان از مسیرهای دیگر که کمتر در تیررس مخاطبان قرار دارد نیز زیان می‌بینند. حال این سوال مطرح است که مسیرهای زیان‌دهی شرکت‌های خودروساز کدام است؟ در این ارتباط سعید مدنی مدیرعامل پیشین خودروسازی سایپا می‌گوید ریشه زیان شرکت‌های خودروساز را باید در افت تیراژ آنها جست و جو کرد. این کارشناس خودرو ادامه می‌دهد ظرفیت تولید سه خودروساز بزرگ کشور در مجموع حول و حوش یک میلیون و ۷۰۰ هزار تا یک میلیون و ۸۰۰ هزار دستگاه در سال است اما شاهد هستیم خودروسازی کشور طی سال گذشته حدود ۹۰۰ هزار دستگاه خودرو تولید کرده است. مدنی می‌گوید: این میزان افت تولید با توجه به ظرفیتی که وجود دارد باعث می‌شود تا هزینه خودروساز به ازای هر خودروی تولیدی افزایش یابد.

مدیرعامل پیشین خودروسازی سایپا معتقد است افزایش تیراژ می‌تواند بخش زیادی از مشکلات خودروسازان را حل کند زیرا باعث خواهد شد تا هزینه تولید به نوعی سرشکن شود. مساله تحریم‌ها و بالا رفتن هزینه تولید از این ناحیه نیز از نگاه مدنی دور نمانده است. این کارشناس خودرو می‌گوید؛ در دوران تحریم شرکت‌های خودروساز مجبور هستند مواد اولیه و قطعات وارداتی مورد نیاز خود را به دلیل شرایط تحریم با صرف هزینه بالاتری که برای دورزدن تحریم‌ها پرداخت می‌کنند، خریداری کنند و این مساله نیز هزینه تولید آنها را افزایش می‌دهد. مدیرعامل پیشین سایپا عدم شارژ مالی مناسب فعالان قطعه‌ساز در زمان انعقاد قرارداد از سوی خودروسازان را نیز به عنوان یک عامل مهم در افزایش قیمت قطعات مورد نیاز خودروسازان مورد توجه قرار می‌دهد.

مدنی می‌گوید زمانی که خودروسازان پیش‌پرداخت مناسبی به قطعه‌سازان پرداخت نمی‌کنند، فعالان قطعه‌ساز تمام هزینه‌ها مانند افزایش نرخ ارز و افزایش قیمت مواد اولیه را در زمان تحویل با خودروسازان حساب می‌کنند بنابراین شاهد رشد قیمت قطعات و به دنبال آن افزایش قیمت تمام‌شده خودرو هستیم. فرید زاوه کارشناس خودرو نیز به خبرنگار ما می‌گوید مساله‌ای که سبب می‌شود تا خودروسازان تولید همراه با زیان را در دستور کار قرار دهند مربوط به تامین مالی با هزینه گزافی است که در خودروسازی کشور اتفاق می‌افتد. این کارشناس خودرو ادامه می‌دهد در شرایط فعلی شرکت‌های خودروساز مجبور هستند برای تامین مالی خود با توجه به اعمال سیاست قیمت‌گذاری دستوری دست خود را به سوی شبکه بانکی کشور دراز کنند و از مسیر دریافت تسهیلات، نیاز مالی خود را برطرف کنند.

به نظر زاوه دریافت تسهیلات از سیستم بانکی با توجه به نرخ بهره بالا باعث می‌شود که خودروسازی کشور زمینگیر شده و هزینه تولید در خودروسازی بالا برود. این کارشناس خودرو معتقد است دیکته سیاست‌های غلط مانند داخلی‌سازی قطعات فشار مضاعفی به نقدینگی خودروسازان وارد می‌کند و این فشار مضاعف سبب می‌شود تا خودروسازان بیش از پیش در باتلاق زیان‌دهی دست و پا بزنند. زاوه تاکید می‌کند سرمایه‌گذاری خودروسازان در بحث داخلی‌سازی سبب شده تا سرمایه‌های آنها به ناکجاآباد برود و زمان بهره‌برداری از این سرمایه‌گذاری‌ها برای مدیران خودروساز چندان مشخص نباشد.

حسن کریمی‌سنجری کارشناس خودرو نیز به خبرنگار ما می‌گوید ریشه اصلی زیان‌دهی خودروسازی را باید در تولید با قیمت تمام‌شده بالا جست و جو کرد. به نظر کریمی‌سنجری تا زمانی که قیمت تمام‌شده در خودروسازی کاهش پیدا نکند در روی همین پاشنه خواهد گشت. این کارشناس خودرو می‌گوید در حال حاضر شرکت‌های خودروساز از ناحیه سوءمدیریت‌ها نیز دچار زیان می‌شوند. به نظر کریمی‌سنجری سوءمدیریت در کل زنجیره خودروسازی مانند خرید، تامین و تولید قابل مشاهده است.

این کارشناس خودرو نیز به وضعیت نامناسب تیراژ اشاره می‌کند و می‌گوید شرکت‌های خودروساز به دلیل مسائل تحریمی نمی‌توانند بخش اعظمی از ظرفیت خود را فعال کنند، این درحالی است که هزینه‌های این بخش غیرفعال مانند نیروی کار مازاد، استهلاک ماشین‌آلات از سوی خودروساز باید پرداخت شود. کریمی‌سنجری تاکید می‌کند بنابراین خودروساز چاره‌ای ندارد تا این هزینه‌های اضافه را روی خودروهای تولیدی خود اضافه کند و از این طریق چاه زیان‌دهی خود را عمیق‌تر کند.

این کارشناس خودرو معتقد است شرکت‌های خودروساز باید برای کاهش قیمت تمام‌شده محصولات تولیدی خود باید به سمت کاهش هزینه‌های سربار خود حرکت کنند.

منبع: دنیای اقتصاد