

شرایط فروش خودرو حذف شد

از این پس متقاضیان خرید خودرو می‌توانند تنها با داشتن کارت ملی خودرو بخرند دلیل این کار افت تقاضای خرید در بازار است.

به گزارش سایت خبری پرسون، روز دوشنبه در آخرین جلسه کمیته خودرو، شرایط فروش از سه خودروی کوئیک، وانت پراید و ساینا S برداشته شد. پیش از این نیز هایمای تولید شرکت ایران خودرو از شروط قرعه‌کشی معاف شده بود. به این ترتیب متقاضیان با یک کارت ملی می‌توانند در قرعه‌کشی خودروهای یاد شده شرکت کنند. آنچه مشخص است کاهش فاصله قیمتی این خودروها از کارخانه تا بازار منجر به حذف شرایط شرکت در قرعه‌کشی محصولات مذکور شده است. از سال گذشته تاکنون خرید خودرو از شرکت‌های خودروساز، تنها از طریق قرعه‌کشی امکان‌پذیر است. به این معنا که متقاضیان خرید محصولات پیش‌فروش شده یا فروش فوری تنها با شرکت در قرعه‌کشی قادر به خرید خودرو خواهند بود.

در اردیبهشت سال گذشته که از این طرح در وزارت صمت رونمایی شد سیاستگذار خودرو تاکید داشت که بهترین مسیر حذف دلالتی و تقاضای کاذب در بازار، قرعه‌کشی بین متقاضیان است. به این ترتیب از اواخر اردیبهشت ۹۹ خودروسازان برای فروش محصولات تولیدی خود، پیش‌فروش یک‌ساله و فروش‌های فوق‌العاده با تحویل سه ماهه را در دستور کار قرار دادند. اما شرکت در قرعه‌کشی‌ها چندان آسان به نظر نمی‌رسید، چرا که سیاستگذار با قرار دادن شروط سختگیرانه اعتقاد داشت می‌تواند از تقاضای کاذب خرید جلوگیری کند. اما این شروط چه بود؟ عدم امکان واگذاری و فروش خودرو تا یک سال، متقاضی نباید زمان ثبت‌نام خودرو پلاک فعال داشته باشد، داشتن حداقل ۱۸ سال سن و الزام به گواهینامه رانندگی همچنین هر فرد تنها یک‌بار مجاز به ثبت‌نام در طرح‌های پیش‌فروش و فروش اینترنتی است. رهن یک‌ساله خودروها توسط ایران خودرو و سایپا و همچنین ممنوعیت ثبت‌نام و صدور فاکتور در این شرکت‌ها طی ۴۸ ماه گذشته شروط سختگیرانه‌ای بود که خودروسازان پیش پای متقاضیان خودرو قرار دادند.

بر این اساس شروطی که به اعتقاد سیاستگذار می‌توانست مانع از ایجاد تقاضای کاذب و حذف واسطه‌گری از بازار شود هم نتوانست بازار را ساماندهی کند. به اعتقاد بسیاری از کارشناسان موج دلالتی خودرو از قرعه‌کشی‌ها شروع شد به‌طوری که سیاستگذار با برگزاری قرعه‌کشی‌ها این مجوز را به متقاضیان داده بود که در صورت برگزیده شدن می‌توانند از رانت بازار خودرو بهره‌مند شوند. بر این اساس روز گذشته احمد نعمت‌بخش دبیر انجمن خودروسازان نیز در همین زمینه عنوان کرده بود در سال گذشته حدود ۱۰۰ هزار میلیارد تومان رانت از سوی دو خودروساز بزرگ کشور در میان سرمایه‌گذاران (حدود ۸۰ درصد برندگان قرعه‌کشی) و خریداران واقعی (۲۰ درصد برندگان قرعه‌کشی) توزیع شده است. به این ترتیب آنچه مشخص است قرعه‌کشی نه‌تنها متقاضیان خودرو و خودروسازان را منتفع نکرد بلکه بر تنور دلالتی بازار دمید و زمینه را برای رانت و بهره‌گیری از معاملات پرسود مهیا کرد.

بر این اساس در بررسی گزارشی که مربوط به جزئیات آمار طرح‌های فروش خودروسازان در ۸ ماه حفاصل خرداد تا دی ۹۹ دو خودروساز بزرگ کشور است، آمده که تولیدکنندگان در مجموع طی بازه زمانی مدنظر ۳۵ فروش شامل فروش فوق‌العاده و پیش‌فروش برگزار کرده‌اند که سهم ایران‌خودرو ۲۰ دوره بوده و سهم سایپا نیز ۱۵ دوره. در مجموع ۴۲ میلیون و ۷۰۱ هزار و ۴۸۱ تقاضا برای این ۳۵ دوره فروش ثبت شده و این در حالی است که تعداد خودروهای عرضه شده تنها ۵۷۵ هزار و ۴۷۴ دستگاه بوده است. یک محاسبه سرانگشتی نشان می‌دهد به ازای هر ۷۴ تقاضا یک خودرو عرضه شده و به‌عبارتی متوسط شانس برنده شدن در طرح‌های فروش، یک به ۷۴ بوده است.

در واقع از هر ۷۴ نفر (تقاضا)، یکی در قرعه‌کشی فروش خودروسازان برنده شده است. اما در حالت تفکیکی، ایران‌خودرو ۳۲۵ هزار و ۶۲۹ دستگاه محصول را در ۲۰ دوره فروش خود عرضه کرده که تقاضایی تقریباً ۳۷ میلیون و ۴۴۷ دستگاهی برای آن ثبت شده است. بنابراین شرکت‌کنندگان در طرح‌های فروش این شرکت، تقریباً یک به ۱۱۵ شانس برنده شدن داشته‌اند. سایپایی‌ها اما در ۱۵ دوره فروش خود حدوداً ۲۵۰ هزار دستگاه محصول عرضه کرده‌اند که تقاضایی بالغ بر ۵ میلیون و ۲۵۵ هزار نفری برای آن ثبت شده است. با این حساب، مشتریان سایپا برای برنده‌شدن در طرح‌های فروش این شرکت، به‌طور متوسط شانس یک به ۲۱ را داشته‌اند. این آمار نشان می‌دهد احتمال برنده‌شدن در طرح‌های فروش سایپا بیش از ایران‌خودرو بوده که طبعاً با تعداد متقاضیان در ارتباط است.

اما از اواخر سال گذشته همراه با کاهش ریسک‌های غیراقتصادی و انتظارات تورمی قیمت‌ها در بازار روند کاهشی به خود گرفت به‌طوری که بازار خودرو برای بسیاری از دلالتان ناامن شد. همین موضوع سبب‌ساز کاهش فاصله قیمتی کارخانه و بازار بود. به این ترتیب با اوج‌گیری کاهش قیمت بازار، دلالتان نیز عقب‌نشینی کردند که همین امر کاهش متقاضیان شرکت در قرعه‌کشی شرکت‌های خودروساز را رقم زد. حالا اما به نظر می‌رسد خودروسازان نگران تداوم این روند در قرعه‌کشی‌های خود هستند. کاهش متقاضیان قرعه‌کشی در دو طرح پیش‌فروش و فروش‌های فوق‌العاده به معنای افت ورودی نقدینگی به خودروسازی‌ها است به همین دلیل خودروسازان از حالا تمهیداتی در این زمینه اندیشیده‌اند.

نخستین گام حذف تدریجی شروط شرکت در قرعه‌کشی‌ها است. خودروسازان در سال جدید دو شرط رهن یک‌ساله خودروها و ممنوعیت ثبت‌نام و صدور فاکتور در ایران خودرو و سایپا طی ۴۸ ماه گذشته را حذف کردند، این در شرایطی است که در گام بعدی تمامی شروط خرید را از برخی خودروهای تولیدی لغو کردند. به‌طوری که متقاضیان محصولات همچون کوئیک، وانت پراید و ساینا S و همچنین هایما تنها با کارت ملی می‌توانند نسبت به خرید این خودروها اقدام کنند. با ادامه روند فعلی به نظر می‌رسد در سال جدید شرکت‌های خودروساز باید فرش قرمز برای مشتریان خودرو پهن کنند. به این ترتیب اگر سیاستگذار صنعتی دولت سیزدهم نسبت به حذف قیمت‌گذاری دستوری خودرو اقدام کند به‌طور حتم بهره این

سیاستگذاری را خودروساز و مشتریان خواهند برد و دلالتان دیگر جایی در این بازار نخواهند داشت.

توقف تخت گاز سفته بازها

همان طور که عنوان شد اصلاح قیمت خودرو، تنها حرکت تخت گاز سفته بازها در بازار را محدود خواهد کرد و سیاستگذار از سال گذشته مسیر غلطی همچون قرعه کشی خودرو را برای حذف دلالتی انتخاب کرده است. مکانیزم عرضه و تقاضا برای حذف دلالتی به طور حتم مسیر بهتری است تا برگزاری قرعه کشی بین متقاضیان. در این بین اگر چه خودروساز اقدام به حذف شروطی در راستای شرکت در قرعه کشی کرده با این حال این مسیر هم نمی تواند راه حل نهایی خروج واسطه گران از بازار باشد.

بررسی ها نشان می دهد که فاصله قیمت در کارخانه و بازار از آبان ماه سال گذشته تا پایان بهار امسال به طور میانگین حدود ۴۰ درصد افت کرده است. به عبارت بهتر، طی هشت ماه گذشته، فاصله قیمت کارخانه و بازار خودروهای داخلی روندی نزولی را در پیش گرفته و از تورم آن کاسته شده است. ریشه این اتفاق در دو ناحیه متفاوت نهفته است، یکی افت منحنی قیمت در بازار و دیگری رشد قیمت ها در مبدأ. در واقع روند نزولی قیمت خودروهای داخلی در بازار طی هشت ماه گذشته، از یک سو و افزایش قیمت در کارخانه، از سوی دیگر، سبب شده فاصله قیمت کارخانه و بازار کوتاه تر شود. اهمیت این اتفاق از دو جنبه قابل بررسی است؛ نخست اینکه از جذابیت دلالتی و سوداگری در بازار خودرو کاسته شده و دوم آنکه بستر عبور از قیمت گذاری دستوری و حرکت به سمت آزادسازی، در حال آماده شدن است.

اما این روند هشت ماهه در نخستین ماه از فصل تابستان به نوعی تغییر جهت داده و شاهد هستیم که بار دیگر شکاف قیمت خودرو میان کارخانه و بازار عمیق تر شده است. به طور مثال فاصله قیمتی میان کارخانه و بازار برای دنا پلاس توربو شارژ با گیربکس اتوماتیک در مدت زمانی که از فصل تابستان می گذرد به حدود ۱۷ درصد رسیده است. این مساله نشان می دهد که این فاصله قیمتی نسبت به خرداد سال جاری رشد ۷ درصدی کرده است. با این حال همچنان نسبت به فاصله قیمتی بین کارخانه و بازار در آبان ماه سال گذشته ۴۵ درصد کمتر است. فاصله قیمت کارخانه و بازار در آبان ماه ۹۹ حدود ۶۲ درصد بوده است.

همین مساله در بررسی قیمت پژو ۲۰۶ تیپ ۲ قابل مشاهده است. فاصله قیمت میان کارخانه و بازار برای این محصول پرتیراژ در آبان ماه سال گذشته حدود ۱۲۰ درصد بود اما این فاصله در پایان فصل بهار به حدود ۶۶ درصد رسید اما در حدود ۴۰ روزی که از تابستان می گذرد با توجه به رشد قیمت ها در بازار فاصله قیمتی میان بازار و کارخانه به حدود ۷۱ درصد برای این خودروی پرتقاضا رسیده است. تنها ۲ نیز در همین مسیر حرکت کرده و فاصله قیمتی میان کارخانه و بازار در مدت زمانی که از فصل تابستان می گذرد حدود ۳۰ درصد است. فاصله قیمتی میان کارخانه و بازار برای این خودرو در انتهای پاییز سال گذشته حدود ۷۱ درصد بوده است.

بنابراین در شرایطی که فاصله قیمتی میان کارخانه و بازار در حدود ۴۰ روزی که از تابستان می گذرد عمیق تر شده اما همچنان به نسبت فاصله قیمت میان کارخانه و بازار در آبان ماه سال گذشته کمتر است. اما چه دلایلی سبب شده تا روندی که طی ۸ ماه از آبان مسال گذشته تا خرداد ماه امسال در جریان بوده به نوعی متوقف شود و شاهد عمیق شدن شکاف قیمت کارخانه و بازار طی ۴۰ روزی که از تابستان می گذرد باشیم. به نظر می رسد دلیل اصلی این مساله را باید در افت تولید و به دنبال آن عرضه جست و جو کرد. مقایسه آمار تولید خودرو در پایان تیرماه ۱۴۰۰ به نسبت تیرماه سال گذشته نشان می دهد سه خودروساز بزرگ کشور نتوانسته اند رشد تولید را رقم بزنند و شاهد ثبات در تولید در بازه زمانی یاد شده هستیم. مساله دیگر که منجر به افزایش فاصله قیمت کارخانه و بازار شده است را باید به دلیل افزایش تیراژ تولید محصولات ناقص دانست. شرکت های خودروساز تا پایان خرداد ماه امسال بیش از ۱۲۵ هزار دستگاه خودرو در کف پارکینگ های خود نگه داشته اند.

موجودی انبار خودروسازان در پایان خرداد ماه سال جاری به نسبت مدت مشابه در سال گذشته حول و حوش ۵۸ درصد رشد کرده است. این عدد در تیرماه و همچنین مرداد روند صعودی داشته و به حدود ۱۴۰ هزار دستگاه رسیده است. بخش عمده ای از خودروهای دپویی در کارخانه را به اذعان فعالان قطعه ساز خودروهای ناقص تشکیل می دهند. تولید خودرو به صورت ناقص به این معناست که این خودروها تا زمان تکمیل امکان تجاری شدن ندارند، بنابراین این مساله سبب افت عرضه خودروسازان می شود. نمودار معوقات خودروسازان نیز روند صعودی داشته است. بررسی ها نشان می دهد شرکت های خودروساز در پایان نخستین ماه تابستان به نوعی با رشد معوقات روبه رو بوده اند. البته رشد معوقات به نوعی ریشه در تولید خودروی ناقص دارد.

محصولات ناقص هنگامی که امکان تجاری شدن پیدا نمی کنند باعث می شوند که خودروساز نتواند بر اساس برنامه زمان بندی خود نسبت به تحویل خودرو به مشتریان خود اقدام کند و این مساله منجر به رشد معوقات خودروسازان می شود. تاخیر در اجرای طرح های فروش فوق العاده نیز از دلایل افزایش فاصله قیمتی بین کارخانه و بازار در حدود ۴۰ روزی است که از فصل تابستان سپری می شود. تعلل خودروسازان در اجرای طرح های فروش فوق العاده این سیگنال را به بازار مخابره کرده که خودروسازان در تولید و عرضه با مشکلاتی روبه رو هستند بنابراین کسانی که خودرو در اختیار دارند با این تحلیل نسبت به بالا بردن قیمت خودرویی که در دست دارند اقدام کرده اند این در حالی است که قیمت ها در کارخانه تغییری به خود ندیده و همچنان خودروسازان بر اساس قیمت های خرداد خود نسبت به قیمت گذاری محصولات خود اقدام می کنند.

منبع: دنیای اقتصاد