

قیمت‌گذاری با کدام شیوه مسیر نجات خودروسازی است؟

اواخر ماه گذشته مدیران دو شرکت خودروساز بزرگ کشور به همراه نماینده شورای رقابت در جلسه‌ای با اعضای کمیسیون اقتصادی دولت، خواستار اصلاح قیمت خودرو شدند.

به گزارش سایت خبری پرسون، روزنامه دنیای اقتصاد نوشت: در این زمینه گزارشی تهیه و به دفتر محمدرضا عارف، معاون اول رئیس‌جمهور، ارسال شد. حالا به نظر می‌رسد گزارش مذکور با تاییدیه عارف، قرار است در هیات دولت مطرح شود تا قیمت خودروها در نزدیک‌ترین زمان ممکن اصلاح شود.

اصلاح قیمت خودرو که همچون اصلاح قیمت بنزین با دشواری‌هایی از سوی دولت روبه‌روست، در شرایطی در دستور کار دولت قرار گرفته است که دولت سیزدهم به دلیل تبعات اجتماعی، قیمت‌های تعیین‌شده از سوی سازمان حمایت مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان را ابلاغ نکرد. حالا خودروسازان به دنبال اعمال قیمت‌هایی برای محصولات خود هستند که سازمان حمایت با توجه به صورت‌های مالی تولیدکنندگان، آن را تهیه کرده است. به گفته برخی از منابع آگاه، قیمت‌های موردنظر را سازمان حمایت بر اساس آخرین صورت‌های مالی حسابرسی‌شده‌ای که خودروسازان به بورس ارائه دادند، استخراج کرده است. خودروسازان نیز در کمیسیون اقتصادی دولت اعلام کردند عدم اصلاح قیمت از ابتدای سال تاکنون، مغایر با دستورالعمل شورای رقابت مبنی بر اصلاح قیمت خودرو بر اساس صورت‌های مالی است. ظاهراً کمیسیون اقتصادی این موضوع را که قیمت‌های استخراج‌شده توسط سازمان حمایت، مسیر قانونی را طی کرده و براساس صورت‌های مالی انتهای اسفند ۱۴۰۲ است، مورد تایید قرار داده است.

سازمان حمایت مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان قیمت جدید خودروهای داخلی را در دولت سیزدهم استخراج کرده، اما مجوز اعمال آن صادر نشد. فعالان خودرو عنوان می‌کنند طبق دستورالعمل شورای رقابت، قیمت کارخانه‌ای خودروهای داخلی باید مطابق با آخرین صورت‌های مالی حسابرسی‌شده آنها که به بورس ارائه شده، اصلاح شود و وزارت صمت نیز باید قیمت‌های جدید را ابلاغ کند.

همان‌طور که عنوان شد، دولت سیزدهم زیر بار اصلاح قیمت خودرو نرفت؛ این در شرایطی است که دولت چهاردهم با توجه به فریز طولانی‌مدت قیمت خودرو ظاهراً چاره‌ای در این زمینه ندارد. طبق آخرین آمارهای ارائه‌شده از سوی خودروسازان به بورس، تولید خودرو در ۵ ماه گذشته ۹.۵ درصد و نسبت به تیرماه ۱۸ درصد افت را به خود دیده که بخش اعظم کاهش تولید به کمبود نقدینگی در شرکت‌های خودروساز برمی‌گردد. آنچه مشخص است اصلاح قیمت خودرو توسط سازمان حمایت مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان اگر طبق صورت‌های مالی خودروسازان انجام شود، نقطه‌عطفی خواهد بود در قیمت‌گذاری خودرو. پیش از این شورای رقابت قیمت محصولات تولیدی را با توجه به هزینه‌های تولید همراه با محاسبه بهره‌وری و ارتقای کیفیت تعیین می‌کرد. به گفته مسوولان شورای رقابت فرمول به‌کاررفته در تعیین قیمت فرمول کاست‌پلاس بوده، به این معنا که قیمت‌گذاری به همراه هزینه‌گذاری یا کاست پلاس (Cost Plus Pricing) صورت می‌گرفت. در این روش مجموع هزینه‌های ثابت، مستقیم و غیرمستقیم تولید و فروش محصول برای تعیین قیمت نهایی لحاظ می‌شد. با این حال اگرچه با این فرمول قیمت نهایی خودرو واقعی می‌شد اما با دو آیتم ارتقای کیفیت و بهره‌وری که خودروسازان هیچ‌گاه به آن پایبند نبودند، قیمت‌ها کاهش محسوسی به خود می‌گرفت و تولید را ضررده می‌کرد. حالا سازمان حمایت با روش کاست پلاس و بدون هیچ شرط و شروطی قیمت خودروها را تعیین کرده است، روشی که ظاهراً قیمت‌ها را تا بالای ۵۰ درصد افزایش می‌دهد. باید منتظر ماند و دید که آیا دولت چهاردهم به اصلاح قیمتی که سازمان حمایت مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان اقدام به تهیه آن کرده، پایبند خواهد بود یا خیر؟

قیمت‌گذاری خودرو با کدام شیوه؟

همان‌طور که عنوان شد ۱۷ ماه از فریز قیمتی خودرو می‌گذرد؛ این در شرایطی است که اراده‌ای برای اصلاح قیمت‌ها لااقل تا به امروز از سوی دولت دیده نمی‌شود. عدم اصلاح قیمت‌ها حالا شرایط دشواری را برای خودروسازان رقم زده است که اصلی‌ترین آنها رشد بدهی به قطعه‌سازان و در کنار آن روند کاهشی تولید است. بر این اساس ایران‌خودرو ماه گذشته اقدام به عرضه ۱۱۵ هزار خودرو کرد، که با تقاضای بیش از سه میلیون متقاضی همراه بود. برگزاری لاتاری خودرو توسط این خودروساز جز سرخوردگی برای ۹۸ درصد متقاضیان نتیجه دیگری در بر نداشت. قرعه‌کشی اخیر، چند پیامد به دنبال داشت که اصلی‌ترین آنها بی‌اعتباری مقررات محدودکننده و اعمال نظر دولت در خودروسازی‌های کشور بود.

هر چند دولت گریزی از اصلاح قیمت خودرو ندارد و با توجه به وضعیت خودروسازی کشور باید نسبت به این امر در اسرع وقت اقدام کند، اما روشی که در این زمینه انتخاب می‌شود، برای خودروسازان بسیار سرنوشت‌ساز است.

در این زمینه مرکز پژوهش‌های مجلس در جدولی به مقایسه شیوه‌های مختلف قیمت‌گذاری خودرو پرداخته و معایب و محاسن هر شیوه را تشریح کرده است.

بازوی پژوهشی مجلس تاکید کرده که با توجه به ساختار بازار و تعداد بنگاه‌های مشارکت‌کننده در آن، شیوه‌های متفاوتی برای قیمت‌گذاری خودرو وجود دارد.

در جدول تهیه شده، سه شیوه تقاضامحور، هزینه محور و بازارمحور مدنظر مرکز پژوهش های مجلس قرار گرفته است. تا پیش از این شیوه اصلی قیمت گذاری به صورت تقاضامحور بوده است. این شیوه برای بازار انحصاری اجرا شده و سیاست دولت در این روش نیز ارائه خدمات محض است. به دلیل قیمت گذاری دستوری، سطح قیمت در این روش پایین است و قیمت گذار، دولت یا نهاد تنظیم گر معرفی می شود. در این روش یارانه متقاطع برقرار و اداره بنگاه نیز به صورت غیراقتصادی است. تنوع خدمات پایین و ورود به بازار نیز در این روش با اختیار خود خودروساز نیست یا به تعبیری ورود به بازار در این شیوه ممنوع است. روش تقاضامحور سال های متمادی است که در خودروسازی های کشورمان به کار گرفته می شود. اما شیوه دوم، هزینه محور است؛ شیوه ای که قرار است در قیمت گذاری محصولات خودرویی به کار گرفته شود. این شیوه به نوعی فرمول کامل کاست پلاست شورای رقابت است. بدین معنا که محاسبه قیمت خودرو بر اساس فرمول قیمت گذاری به همراه هزینه گذاری یا کاست پلاس (Cost Plus Pricing) صورت می گیرد. در این روش مجموع هزینه های ثابت، مستقیم و غیرمستقیم تولید و فروش محصول برای تعیین قیمت نهایی لحاظ می شود.

این شیوه نیز در بازارهای انحصاری یا انحصار چندجانبه به کار گرفته می شود. سیاست دولت در این زمینه اما متفاوت از شیوه تقاضامحور است. بدین معنا که در تقاضامحور دولت به ارائه خدمات می پردازد اما در این شیوه دولت خدماتی ارائه نمی دهد و سیاست دولت خصوصی سازی و آزادسازی است. سطح قیمت در این روش متوسط است و کیفیت ارائه خدمات نیز خوب تفسیر شده است. اما در این روش نیز نهاد تنظیم گر قیمت گذاری خودرو را انجام می دهد. این نهاد تنظیم گر پیش از این شورای رقابت بود اما حالا سازمان حمایت از مصرف کنندگان و تولیدکنندگان است. بازوی پژوهشی مجلس تاکید کرده که در این روش اداره بنگاه به صورت اقتصادی انجام می شود و تنوع خدمات نیز برخلاف روش تقاضامحور که پایین بود، متوسط در نظر گرفته شده است. در روش هزینه محور که قیمت گذاری براساس هزینه های تولید انجام می شود پوشش هزینه های خودروساز مناسب در نظر گرفته شده و ورود به بازار نیز بر اساس مجوز و به صورت محدود است. اما شیوه سوم قیمت گذاری به صورت بازارمحور است، شیوه ای متداول و جهانی. الگوی این شیوه را می توان در شرکت های بخش خصوصی کشور دید. این شیوه بیشتر در بازارهای رقابتی متداول است و سیاست دولت آزادسازی است؛ یعنی هیچ نهادی به قیمت گذاری نمی پردازد و مکانیسم عرضه و تقاضا در این بازار حاکم است. کیفیت خدمات عالی و سطح قیمت ها نیز بالاست. بنگاه ها نیز به صورت اقتصادی اداره می شوند و ورود به بازار بر اساس احراز و شرایط آزاد انجام می شود. برخی معتقدند این شیوه مسیر نجات خودروسازی است.