



## دیدگاه

شماره: ۶۰۹	
تاریخ: ۱۳۹۳/۰۲/۲۷	موضوع: قیمت خودرو : رهبری (دلالتان) بازار یا راهبری خودروسازان
<b>تهیه و تنظیم: محمد رضا صادقی فروشانی</b>	
<p><b>توضیح اجمالی:</b></p> <p>قبلا در یکی از دیدگاهها عنوان شده بود که صنعت خودروسازی کشور برای بقای خود به قابلیت های رقابتی نیاز دارد . برخورداری از بازارهای مکفی داخلی و جهانی و استفاده از مزیت صرفه ناشی از مقیاس و همچنین بهره گیری از راهبرد سکوی مشترک و البته ارتقاء و بهبود فناوری های تولید در جهت افزایش کارایی فعالیتهای مرتبط با صنعت خودروسازی جهت کاهش هزینه ها پیش نیاز آن خواهد بود . البته افزایش کارآمدی نیز مستلزم عزم و خواست عمومی سیاستگذاران، مدیران و مشتریان می باشد . اما حمایت گرای بی بیش از اندازه و ایجاد نوعی شرایط انحصاری با استفاده از دیوارهای تعرفه‌ای ، امکان افزایش کارایی و کارآمد شدن صنایع خودرو سازی را مخدوش و عزم و خواست مدیران و بعضا سیاستگذاران را مورد شک و تردید و هاله ای از ابهام قرار داده است. بگونه ای که رابطه مشتریان با مدیران دولتی خودروسازان بعضا شبه دولتی ، ناگزیر، یکطرفه و غیر شفاف شده است . از یک طرف واردات خودرو به دلیل تعرفه بالای وضع شده با قیمت های بالا و مقدار اندک صورت میگیرد و از سوی دیگر بواسطه همین شرایط و قرار داشتن در شرایط انحصار و مصونیت قیمتی و مدیریتی ، خودرو سازان نیز قیمت گذاری خودروهایی تولید داخل را با پشتگرمی دیوارهای بلند تعرفه ای بعضا (با اتکا به قیمتهای خود ساخته برای بازار و نه مکانیزم واقعی بازار ) بصورت غیر واقعی تعیین می نمایند و گویا کمتر انگیزه ای برای افزایش کارایی و کارآمدی مدیریتی و هزینه ای برای خود متصورند . اگرچه در مفهوم عام، انحصارگر به دنبال کاهش یا کنترل میزان تولید و افزایش قیمت با هدف حداکثر سازی سود است اما این دیدگاه به دنبال آن است که خودروسازان داخلی را به انحصارگرانی تشبیه نماید که اگرچه بدنبال افزایش تولید و استفاده از صرفه های ناشی از مقیاس هستند ، اما بواسطه ناکارآمدی های سازمانی و در نتیجه اثر گذاری آن بر کیفیت محصولات تولیدی و خصوصا به پشتوانه انحصار و ارتباطات چندجانبه و همچنین حمایتهای تعرفه ای، تلاشهای نامشهودی در رهبری و هدایت قیمتهای بازار دارند و نهایتا به اعتبار این تلاشهای پنهان، قیمت خودرو در بازار را ( به نام دلالتان ) در نقطه ای بالاتر از متوسط هزینه تولید در بازار رقابتی تعیین (می نمایند ) می شود. وبه اعتبار متابعت از قیمتهای خودساخته در بازار همه ساله با پشتوانه رسانه ای خود در خواست افزایش قیمتهای رسمی را مطالبه می نمایند و بعضا سیاستگذاران نیز با جو روانی ایجاد شده تسلیم صحنه سازی های قیمتی خودروسازان می شوند.</p>	
<p><b>نکات کلیدی:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>۱ - هدف از افزایش حمایتهای تولیدی از سوی قانونگذار این بوده است که شرکتهای داخلی کارآمد شوند و با افزایش کارایی و کاهش قیمت تمام شده ضمن ارتقای کیفیت ، قیمت های پایین تری را به مشتریان و مصرف کنندگان پیشنهاد دهند.</li> <li>۲ - شاکله اساسی کلیه سیاستها و مصوباتی که خودرو سازان از آن حمایت کرده و مجدانه پیگیری آن را نموده اند، سیاستهایی است که قیمتهای بازار خودرو را به رسمیت بشناسد . قبلا توضیح داده شد که این قیمتها بواسطه ساختار بازار خودروسازی ایران قیمتهای واقعی بازار نیست بلکه قیمتهای خود ساخته خودرو سازان است که برخلاف روال عمومی بازار رقابتی که مکانیزم بازار، رهبری قیمتها را به عهده دارد در ایران ، این شرکتهای مبسوط الید خودروسازی هستند که با اعمال سیاستهای نامحسوس اما قابل ردیابی، راهبری قیمتهای بازار را به عهده دارند و درحقیقت تعیین کننده قیمتهای بازار هستند و قیمتهای آشکار شده در بازار نیز مستخرج از مجموعه اقدامات نامحسوسی است که خودرو سازان به کمک انبوه نمایندگی های توزیع و فروش خود در سراسر کشور اعمال می نمایند.</li> <li>۳ - مصوباتی نظیر: واریز ۹۵ درصد وجوه حاصل از مابه التفاوت قیمت محاسباتی و تجاری خودروها در هر دوره سه ماهه به حساب خزانه داری به بهانه بسیار وجیه از بین رفتن رانت فعلی در بازار خودرو و به تعادل رسیدن قیمت ها و همچنین مصوبه تعیین قیمتهای خودرو در سطح درصدی زیر قیمتهای بازار- که با توضیح مکانیزم فوق الذکر توسط شرکتهای خودرو سازی کنترل و تعیین می شود- قابل ذکر است، ضمن اینکه اطلاعات پایه و نوع ارز مورد محاسبه ( نرخ آزاد یا مبادلاتی ) برای برآورد مابه‌التفاوت قیمت محاسباتی و تجاری خودروها نیز منحصر در اختیار این شرکتهای می باشد.</li> <li>۴ - چنانکه شرکتهای داخلی در حدی از شرایط حمایتی قرار گیرند که دیوارهای تعرفه ای ( وبدون محدودیت زمانی ) آنها را آنچنان در حصار از</li> </ol>	



## دیدگاه

امنیت قراردادها که نه تنها هیچگونه تلاشی برای افزایش کارایی فنی و مدیریتی (در جهت کاهش قیمت‌ها و هزینه‌ها) نمایند بلکه قیمت‌های تولیدات خود را بجای هزینه‌های واقعی، براساس قیمت‌های خود ساخته در بازار به شرح فوق‌الاشاره تنظیم و تعیین نمایند، در این صورت هدف قانون گذار به ضد خود تبدیل گردیده است.

- ۵ - بنظر می‌رسد دولت و مجلس قبل از درگیر نمودن خود و شرکتهای خودروسازی با مقوله قیمتگذاری یا بازرسی‌های ادواری و تبعات تصمیمات مرتبط با آن، اولویت دارد تا نسبت به بازتنظیم دیوار تعرفه‌ای و منطقی کردن حمایتها از صنعت خودروسازی اقدام نمایند تا قابلیت‌های رقابتی به تدریج و در یک برنامه زمانبندی شده خود را به صنایع خودروسازی تحمیل نمایند زیرا در حال حاضر مصرف‌کنندگان گرفتار ضرر و زیان مضاعف شده‌اند از یک طرف خودرو بی‌کیفیت با قیمت‌های گران خریداری میکنند و از سوی دیگر بدلیل عدم کارآمدی کیفیتی، هزینه مصرف سوخت آنها دو برابر متوسط هزینه سوخت مصرفی خودروهای معمول در دنیا می‌باشد.
- ۶ - شواهد و شرایط فروش فوری خودرو توسط شرکتهای خودروسازی حاکی از آن است که این شرکتها در توافقی تلویحی با نمایندگان‌های فروش خود (البته به نام دلالتان یا پیش‌خرید کنندگان عمده) اقدام به واگذاری و فروش انبوه خودرو (با نامه‌ای دال بر تحویل و تسویه قیمت خودرو با آرم نمایندگی، بدون فاکتور فروش یا درج قیمت خودرو) به قیمت کاملاً آزاد و غیررسمی بازار می‌نمایند و از خریدار تعهد و امضایی مبنی بر خرید آن با رضایت کامل و به قیمت دولتی می‌گیرند، البته دم‌خروس تبانی خودروسازان و نمایندگی‌ها از اینجا معلوم میشود که اگر واقعا فروشندگان، دلالتان بازار بودند هیچ دلیلی نداشت که تعهدی مبنی بر فروش خودرو به قیمت دولتی آنها با آرم و مهر نمایندگی از خریدار بگیرند. نمایندگی‌ها نیز در یک تعامل و منفعت دو جانبه با کارفرما، ضمن افزایش تیراژ فروش خود، احتمالاً پس از واریز مبالغ تعیین شده به حساب خودروسازان درصد بالاتری حق‌العمل نسبت به درصدهای فروش معمولی با قیمت‌های رسمی نصیبشان خواهد شد.
- ۷ - نتیجه اینکه خودروسازان اگر چه با دلالتان بازار همسو و همدست نیستند اما بنابر شگرد سالهای متمادی گذشته، بواسطه موهبت در اختیار داشتن نمایندگی‌های خودی که قابل اطمینان تر از دلالتان بعضاً ناشناخته هستند، امکان هرگونه کنترل و هدایت قیمت‌های بازار را بنام دلالتان به منظور فشار بر سیاستگذاران و چانه زنی برای افزایش قیمت‌ها را دارند تا به بهانه کاهش قیمت‌های بازار و کاهش حاشیه سود (دلالتان)، مجوز افزایش قیمت‌های رسمی را از سیاستگذاران بگیرند و معمولاً سیاستگذاران بدون شناخت دلالتان واقعی، در این دام خواهند افتاد.

تأیید رئیس موسسه:

تأیید رئیس گروه مشاوران: