دوشنبه ۱۲ خرداد ۱۴۰۴
شماره ۴۴۲۷
FARHIKHTEGANDAILY.COM
FARHIKHTEGANONLINE

گمانه‌زنی‌ها دربارهٔ افزایش قیمت تولید خودروسازها جدی‌تر شد

تلاطم در جاده مخصوص

فرهیختگان

حدود سه ماه از واگذاری مدیریت ایران‌خودرو به بخش خصوصی می‌گذرد. آمارها نشان می‌دهد تولیدات این خودروساز در دوماهه نخست درحالی رشد نزدیک به ۱۶ درصدی داشته که در همین مدت، تولیدات گروه سایپا افت سنگین ۱۸٫۵ درصدی را تجربه کرده است. پرواضح است بخشی از دلیل این افزایش تولید، مربوط به تغییر مدیریت است، اما با توجه به فاصله زمانی بین تأمین و تجهیز قطعه با تولید، شاید دلایل دیگری نیز برای توجیه این افزایش تولید در ایران‌خودرو و کاهش تولید در گروه سایپا وجود داشته باشد. البته قطعاً وزن تغییر مدیریت در این افزایش تولید باید بالا بوده باشد. اما با وجود تغییر مدیریت در گروه ایران‌خودرو و تلاش‌ها برای واگذاری سهام تودلی سایپا به بخش خصوصی در ماه اخیر، هنوز یک چالش اساسی در صنعت خودرو حل‌نشده باقی مانده، آن هم عبارت است از تولید خودرو با زیان. این موضوع اخیراً به کرات از سوی مدیریت جدید ایران‌خودرو به‌عنوان خط ایست تولید یاد می‌شود. بر این اساس، اگر در گذشته تولید خودرو با زیان بالا از سوی مدیران دولتی چندان جدی گرفته نمی‌شد و زیان با تهاتر دولت (از تسهیلات جدید گرفته تا موارد دیگر) جبران می‌شد، اما ظاهراً مدیریت جدید در فکر تغییر مکانیسم قیمت‌گذاری خودرو بوده و تلاش‌های خود را برای خارج کردن این ابزار از دست دولت دارد. اینکه بخش خصوصی موفق به این اقدام شود یا خیر، آنچه مورد سؤال بوده این است که این افزایش قیمت تا کجاست و چقدر روی دست مشتری هزینه جدید خواهد تراشید. احمد نعمت‌بخش، دبیر انجمن خودروسازان در گفت‌وگو با «فرهیختگان» می‌گوید در حال حاضر، موضوع میان طرف‌ها بحث آزادسازی کامل قیمت‌ها نیست، بلکه تلاش می‌شود قیمت‌ها حداقل از زیر قیمت تمام شده کمتر نباشد. هزینه‌ها بالا رفته و شرکت‌ها زیان زیادی متحمل شده‌اند.

افت ۱۸ درصدی تولیدات سایپا

نگاهی به گزارش ماهانه تولیدات خودروسازان نشان می‌دهد در گروه سایپا، مجموع تولیدات این خودروساز در دوماهه نخست امسال به ۶۲ هزار و ۲۱۰ دستگاه رسیده که کاهش ۱۸٫۵ درصدی نسبت به تولید مدت مشابه سال گذشته داشته است. در این گروه تولید دوماهه امسال درحالی به ۶۲ هزار و ۲۱۰ دستگاه رسیده که در دوماهه سال‌های ۱۴۰۳، ۱۴۰۲ و ۱۴۰۱ به ترتیب ۷۶ هزار و ۳۵۰ دستگاه، ۷۵ هزار و ۱۴ دستگاه و ۵۷ هزار و ۳۰۹ دستگاه بوده است. بنابراین، تولیدات گروه سایپا گرچه از میزان تولید دوماهه ۱۴۰۱ بیشتر بوده، اما فاصله ۱۴ هزار دستگاهی با تولیدات سال ۱۴۰۲ و ۱۴۰۳ دارد.

نگاه جزئی‌تر به تولیدات این گروه نشان می‌دهد طی دوماهه نخست امسال در بین چهار شرکت سایپا (شرکت مادر)، زامیاد، پارس خودرو و سایپا دیزل، بیشترین کاهش تولید مربوط به شرکت‌های سایپا (شرکت مادر) با ۲۲ درصد بوده است. در شرکت اصلی گروه سایپا درحالی طی دوماهه نخست ۴۱ هزار و ۲۸۸ دستگاه خودرو تولید شده که این تعداد در دوماهه سال گذشته نزدیک به ۵۳ هزار دستگاه بوده است. شرکت زامیاد دومین شرکت گروه سایپاست که تولید در این شرکت با ۱۶٫۳ درصد کاهش، رتبه دوم را به خود اختصاص داده است. تعداد ۷ هزار و ۱۱۸ دستگاه و مدت مشابه سال گذشته ۸ هزار و ۵۰۴ دستگاه بوده است. در شرکت پارس خودرو نیز تولید شرکت در دوماهه نخست امسال تعداد ۱۳ هزار و ۴۰۱ دستگاه بوده که نسبت به تولید ۱۴ هزار و ۷۷۴ دستگاه در مدت مشابه سال گذشته کاهش ۹٫۳ درصد را نشان می‌دهد. برخلاف سه شرکت مذکور، در شرکت سایپا دیزل تولید شرکت در سال جاری ۴۰۳ دستگاه بوده که نسبت به تولید ۷۵ دستگاه در مدت مشابه سال گذشته رشد ۴۳۷ درصدی داشته است.

رشد ۱۶ درصدی ایران‌خودرو

برخلاف افت چشمگیر تولید در گروه سایپا، نگاهی به داده‌های ماهانه گروه ایران‌خودرو از رشد تولید در این گروه خبر می‌دهد. براساس داده‌های ایران‌خودرو، تولیدات گروه در دوماهه نخست امسال به ۸۳ هزار و ۴۱۰ دستگاه رسیده که نسبت به مدت مشابه سال گذشته رشد ۱۵٫۷ درصدی داشته است. همچنین تولید ۸۳ هزار و ۴۱۰ دستگاهی امسال درحالی است که این تعداد در دوماهه نخست سال‌های ۱۴۰۳، ۱۴۰۲ و ۱۴۰۱ به ترتیب ۷۲ هزار و ۶۹ دستگاه، نزدیک به ۷۸ هزار دستگاه و ۵۲ هزار و ۱۳۰ دستگاه بوده است.

همچنین مرور داده‌های تولید این خودروساز نشان می‌دهد از نیمه دوم بهمن که مدیریت این خودروساز به گروه کروز واگذار شد، به جز اسفندماه، در ماه‌های فروردین و اردیبهشت تولید ایران‌خودرو رشد داشته است. وقتی تولید این خودروساز با گروه سایپا مقایسه می‌شود، به نظر می‌رسد بخشی از دلیل افزایش تولید در این خودروساز را باید ناشی از تغییر مدیریت عنوان کرد. با فاصله چندماهه‌ای که بین تأمین قطعه تا تولید خودرو وجود دارد و هم اینکه ادعای تداوم زیان‌دهی ناشی از قیمت‌گذاری از سوی مدیریت جدید ایران‌خودرو نیز مطرح شده، هنوز نمی‌توان از تداوم افزایش تولید در این خودروساز سخن گفت. در هر حال، مرور داده‌های ۳۸ ماه اخیر نشان می‌دهد تولیدات اردیبهشت و فروردین امسال ایران‌خودرو نسبت به میانگین دوره تقریباً بالاتر بوده است. مضافا باید توجه داشت تولید خودرو در دو سال اخیر علاوه بر زیان‌دهی، با یک مانع بزرگ به نام کمبود برق و قطعی آن نیز روبه‌رو بوده و این موضوع را در کاهش تولید خودرو نباید از نظر دور داشت.

مدیرعامل جدید: بدون افزایش قیمت نمی‌توانیم تولید کنیم

موضوع قیمت‌ها حالا به اصلی‌ترین مطالبه مدیریت جدید ایران‌خودرو تبدیل شده است. عادل پیرمحمدی اخیراً در همایش صنعت خودرو و قطعه‌سازی ایران با اشاره به نامه‌ای رسمی که ۲۰ روز پیش به وزارت صمت ارسال شده، گفت که در این نامه اعلام شده بود به دلیل عدم تعیین قیمت‌گذاری برای خودروها، محصولات با ضرر به فروش می‌رسند و در چنین شرایطی امکان ادامه فروش وجود ندارد. با این حال تاکنون هیچ پاسخی از وزارتخانه دریافت نشده است. وی افزود: «در سال جاری با بحران‌های متعددی از جمله عدم تخصیص ارز مواجه بوده‌اند که پس از دو ماه و نیم، در نهایت تخصیص ارز آغاز شد.»

قیمت‌گذاری به دست خودروسازها می‌افتد؟

موضوع افزایش قیمت خودرو حالا وارد فاز جدیدی شده است. در همایش اخیر صنعت خودرو و قطعه‌سازی ایران سیدحامد عاملی، معاون صنایع ماشین‌آلات و تجهیزات وزارت صمت با اشاره به اینکه قیمت‌گذاری دستوری منطبق با نظام تولید و بازار نیست، گفت: «وزارت صمت پیگیر است تا یک همفکری و همگرایی در حذف قیمت‌گذاری دستوری ایجاد کند که با کار مشترک دولت و بخش خصوصی محقق خواهد شد. در سمت دیگر نیز، محسن بهرامی ارض‌اقدس، عضو شورای رقابت روز گذشته می‌گوید با وجود آن‌که شرکت‌های خودروساز، بورسی و سهامی عام هستند، اما در شمول مقررات قیمت‌گذاری دولتی قرار دارند که این امر با قوانین و قواعد خصوصی‌سازی مغایرت دارد. وی می‌گوید شمولیت قیمت‌گذاری دولتی بر صنعت خودرو باعث شده تا قیمت در این صنعت، همیشه نسبت به هزینه‌های تولید، تورم و رشد قیمت دلار، اختلاف زیادی داشته باشد، چنان‌که در آخرین قیمت‌گذاری محصولات این صنعت، در آبان‌ماه سال ۱۴۰۳، خودروهای تولیدی بر مبنای دلار ۶۴ هزار تومانی تعیین شده است. بهرامی ارض‌اقدس با اشاره به اقدامات شورای رقابت در گذشته برای شفاف شدن فرایند قیمت‌گذاری محصولات خودروسازها، می‌گوید شورای رقابت برای تنظیم بازار و قیمت خودرو فرمولی را پیشنهاد کرد که بر اساس آن خودروساز باید قیمت‌های خود را به‌روز تعیین، ابلاغ و اعمال کند و نهادهای ناظر مانند وزارت صمت، سازمان حمایت و شورای رقابت نیز بر این امر نظارت کنند. براساس فرمول شورای رقابت، قیمت‌گذاری خودرو باید به خود خودروسازها و با رعایت فرمول مصوب واگذار می‌شد، نه این‌که سازمان حمایت یا هر نهاد دیگری قیمت‌گذاری را انجام دهد. این عضو شورای رقابت می‌گوید خروج خودرو از شمول مقررات قیمت‌گذاری ضروری است، این اقدام مکمل برنامه اخیر دولت در واگذاری مدیریت صنعت خودرو به بخش خصوصی و مصداق بارز اجرای سیاست خصوصی‌سازی در این صنعت به شمار می‌آید.

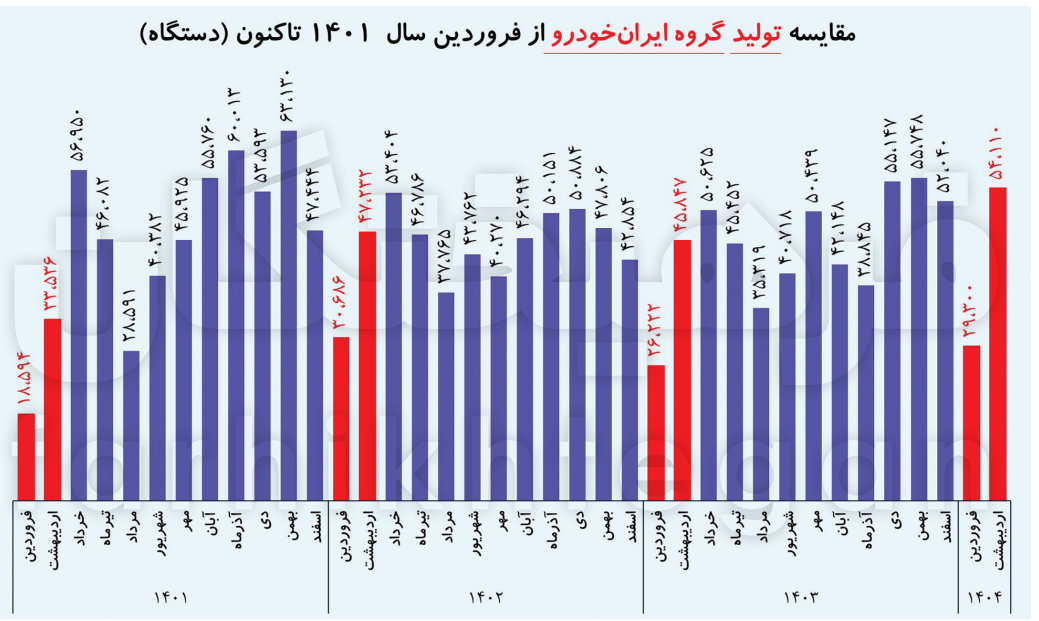
بازگشت خودرو به بورس کالا؟

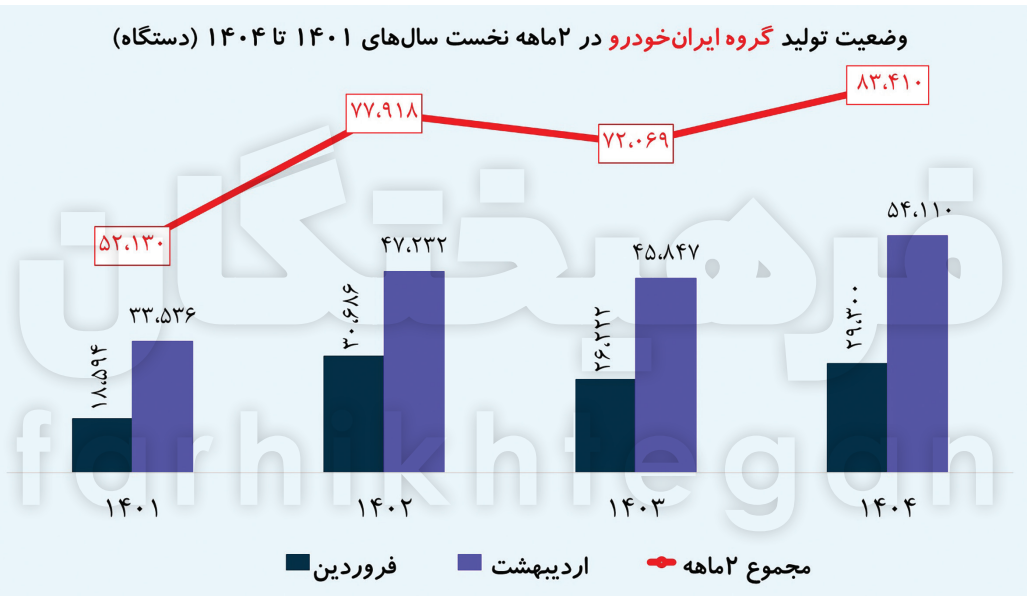
گرچه در میان خودروسازان اصرار چندانی بر عرضه خودرو در بورس کالا وجود ندارد، اما خط خبری که از سوی رسانه‌های تخصصی حوزه بورس پیگیری می‌شود این است که با توجه به مطرح شدن موضوع افزایش قیمت خودرو، بهتر است عرضه خودرو در بورس کالا بار دیگر انجام شود. علی کشوری، سخنگوی کمیسیون اصل نود مجلس روز گذشته در این خصوص گفت: «انتظار می‌رود طرح عرضه دوباره خودرو با قوت بیشتری در مجلس مطرح شود تا شاهد ایجاد فضای رقابتی در بازار خودرو باشیم.» کشوری گفت: «بهتر است برنامه‌ای مدون برای عرضه خودروهای پرتیراژ در بورس کالا، به مجلس ارائه شود.» وی معتقد است عرضه خودرو در بورس کالا که در سال‌های گذشته با استقبال خوبی مواجه شد، موجب کشف قیمت مناسب و منطقی می‌شود، این اقدام هم برای مصرف‌کنندگان و هم برای تولیدکنندگان و هم برای بازار، شفاف شدن بازار خودرو بسیار مناسب و مثبت ارزیابی می‌شود.

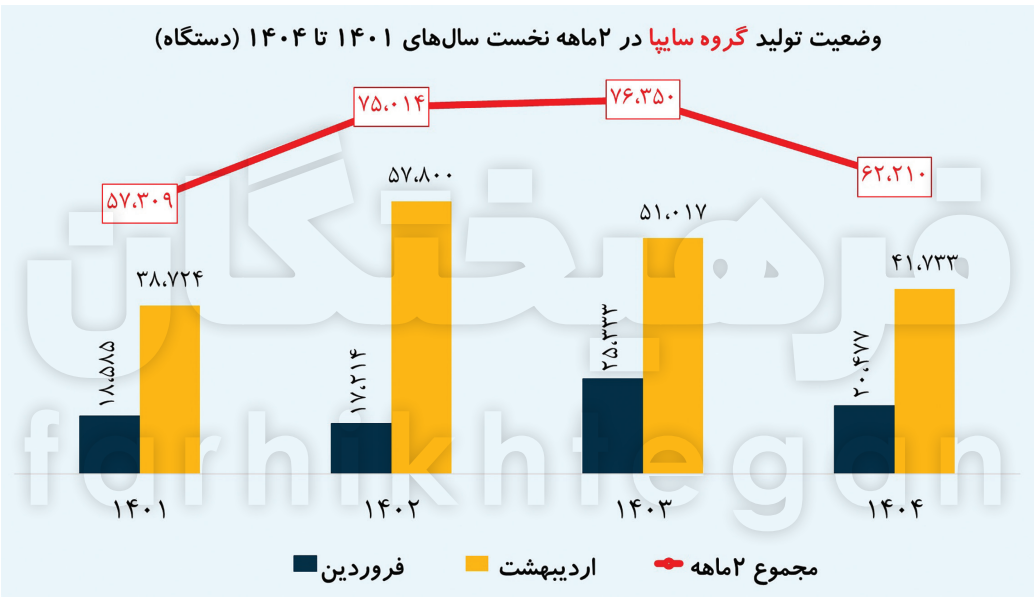
جزئیات درخواست خودروسازان از دولت

احمد نعمت‌بخش، دبیر انجمن خودروسازان در گفت‌وگو با «فرهیختگان» درباره مطرح شدن آزادسازی قیمت خودرو در برخی رسانه‌ها اظهار داشت: «موضوع ما، آزادسازی قیمت خودرو نیست، بلکه مسئله اصلی نحوه عملکرد شورای رقابت است. شورای رقابت سال گذشته مصوب کرد که قیمت‌گذاری خودرو به وزارت صمت واگذار شود. براین اساس، وزارت صمت باید این وظیفه را به سازمان حمایت مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان تفویض می‌کرد تا طبق فرمول هیئت تعیین و تثبیت قیمت‌ها، حساب‌وکتاب قیمت‌ها را انجام داده و به تصویب وزارتخانه برساند. اما مشکل اینجاست که سازمان حمایت وظایف خود را انجام داده، ولی وزارت صمت قیمت‌ها را ابلاغ نمی‌کند. مدیریت ایران‌خودرو که به بخش خصوصی واگذار شده، دیگر نمی‌تواند یارانه بپذیرد؛ چراکه باید پاسخگوی حدود ۴۰ میلیون سهام‌دار باشد؛ بنابراین اگر قیمت‌ها اصلاح نشود، عملاً خودرو به فروش نمی‌رسد.»

وی تکمیل کرد: «خود من شخصاً به شورای رقابت مراجعه کردم و گفتم که تفویض اختیارات به وزارت صمت، منجر به رفتارهای سیاسی شده و قیمت‌ها اعلام نمی‌شوند. ایران‌خودرو سال گذشته حدود ۳۰ هزار میلیارد تومان زیان داده است. ما پیشنهاد دادیم تفویض اختیار به هیئت‌مدیره شرکت‌ها داده شود تا آن‌ها در چهارچوب قانونی و با نظارت حسابرس‌ها قیمت‌گذاری کنند و بتوانند خودرو را با قیمت مناسب بفروشند. اما متأسفانه این پیشنهاد نیز به‌دلیل ملاحظات سیاسی پذیرفته نشد. مدیریت ایران‌خودرو زمانی که دولتی بود، بدون توجه به زیان‌ده بودن شرکت، به اجرای سیاست‌ها ادامه می‌داد، اما بخش خصوصی چنین توان مالی را ندارد و اعلام کرده است که نمی‌تواند زیان‌ده باشد و باید اجازه داشته باشد قیمت‌ها را واقعی تعیین کند. در حال حاضر، موضوع میان طرف‌ها بحث آزادسازی کامل قیمت‌ها نیست، بلکه تلاش می‌شود قیمت‌ها حداقل از زیر قیمت تمام‌شده کمتر نباشد. هزینه‌ها بالا رفته و شرکت‌ها زیان زیادی متحمل شده‌اند.»







راز بازگشت دوبارهٔ جهان به سیاست‌های صنعتی

سیدحامد عاملی
معاونت صنایع ماشین‌آلات و تجهیزات وزارت صمت

در سالیان اخیر، ضرورت‌های بازگشت سیاست‌های صنعتی در عرصه سیاست‌گذاری اقتصادی بیش از پیش مشهود بوده است. این تحول در بستر تحولات اخیر اقتصاد جهانی صورت گرفته است. سیاست‌های صنعتی، که زمانی بحث در مورد آن‌ها به دلیل چالش‌های مربوط به ارزیابی و وجود نمونه‌های منفی و مثبت حل‌نشده باقی مانده بود، اکنون با انگیزه‌های جدیدی دوباره مورد توجه قرار گرفته‌اند. آگاهی از خطرات ژئوپلیتیکی ناشی از وابستگی زیاد به واردات، به‌ویژه برای کالاهای حیاتی مانند داروها، محصولات مورد نیاز برای گذار سبز و دیجیتال و انرژی، به دلیل رقابت ایالات متحده و چین و جنگ روسیه علیه اوکراین به شدت افزایش یافته است. در نتیجه، امنیت ملی با اقتصاد بین‌المللی و سیاست خارجی پیوند بیشتری یافته و به عنوان دلیلی برای سیاست‌های صنعتی و حمایتی به منظور تقویت کنترل دولت، خودکفایی و تاب‌آوری استفاده شده است. علاوه بر امنیت ملی، انگیزه‌های زیست‌محیطی (گذار سبز) و منطقه‌ای (فراگیری سرزمینی) نیز از جمله دلایل اصلی برای سیاست‌های صنعتی امروزی هستند. سیاست‌های صنعتی می‌توانند به عنوان ابزاری برای تعهد دولت‌ها عمل کنند و جدیت آن‌ها را در خصوص یک موضع نظارتی و سیاستی که به دنبال ایجاد تغییر مطلوب است، نشان دهند. ارزیابی دامنه و مقیاس مداخلات دولتی نشان می‌دهد یارانه‌ها و هزینه‌های مالیاتی سیاست صنعتی به طور متوسط در سال ۲۰۲۱ حدود ۱٫۴ درصد از تولید ناخالص داخلی بوده است. این ارقام بین کشورها به طور قابل توجهی متفاوت بوده، از حدود ۲٫۲۵ درصد تولید ناخالص داخلی در فرانسه و بریتانیا تا حدود ۰٫۷۵ درصد تولید ناخالص داخلی در ایرلند و کانادا. حمایت از صنایع همچنان عمدتاً رویکردی بخشی دارد. (به طور متوسط ۲۹ درصد حمایت از طریق یارانه‌ها و هزینه‌های مالیاتی بر اساس معیارهای واجد شرایط بودن بخشی است) با این حال، تفاوت‌های بزرگی بین کشورها وجود دارد. برآوردها نشان می‌دهد این هزینه‌ها در سال ۲۰۱۹ از ۰٫۳ تا ۰٫۷ درصد از تولید ناخالص داخلی در برزیل، فرانسه، آلمان، ژاپن، کره جنوبی، چین تایپه و ایالات متحده تا ۱٫۵ درصد تولید ناخالص داخلی در چین متغیر بوده است. بنابراین، چین یکی از کشورهایی است که از سیاست‌های صنعتی در مقیاس بزرگ استفاده می‌کند.

نوسازی صنعتی و رقابت‌پذیری

نوسازی صنعتی، به‌ویژه در زمینه گذار سبز و دیجیتال، نیازمند سرمایه‌گذاری قابل توجه است. سیاست‌های صنعتی با هدف هدایت سرمایه‌گذاری به سمت بخش‌ها یا فناوری‌های خاص، نقش مهمی در این زمینه ایفا می‌کنند. برای مثال، در ایالات متحده، قانون کاهش تورم (IRA) شامل اعتبارات مالیاتی برای تولید و سرمایه‌گذاری در فناوری‌های سبز مانند برق بادی، فتوولتائیک، پمپ‌های حرارتی، باتری‌ها و هیدروژن کم‌کربن است.

در اروپا، قانون تراشه‌های اروپایی با هدف تقویت تولید نیمه‌رساناها و کاهش وابستگی‌های خارجی، افزایش سهم اتحادیه اروپا در بازار جهانی به ۲۰ درصد تا سال ۲۰۳۰ را دنبال می‌کند. این قانون به دنبال تجهیز ۴۳ میلیارد یورو در بودجه عمومی و خصوصی است. آلمان نیز برنامه‌های گسترده‌ای برای تقویت بخش نیمه‌رسانا و گذار سبز دارد، از جمله صرف حدود ۲۰ میلیارد یورو برای یارانه‌دهی سرمایه‌گذاری خارجی در کارخانه‌های نیمه‌هادی.

این سرمایه‌گذاری‌ها با هدف افزایش ظرفیت تولید داخلی در فناوری‌های حیاتی، کاهش وابستگی به زنجیره‌های تأمین جهانی و تقویت رقابت‌پذیری صورت می‌گیرد. به عنوان مثال، ژاپن پس از بحران کرونا اقداماتی را برای کاهش وابستگی زنجیره‌های تأمین خود به چین آغاز کرده است. برنامه ترویج سرمایه‌گذاری در ژاپن برای تقویت زنجیره‌های تأمین، به شرکت‌های ژاپنی برای انتقال تولید به ژاپن و کشورهای آسیای جنوب‌شرقی با بودجه‌ای نزدیک به ۶۱۲ میلیارد ین کمک می‌کند. همچنین، ژاپن یک استراتژی جدید برای نیمه‌هادی‌ها و صنعت دیجیتال با هدف رسیدن به فروش بیش از ۱۵ تریلیون ین نیمه‌هادی‌های تولید داخل تا سال ۲۰۳۰ دارد. کره نیز در واکنش به قانون کاهش تورم ایالات متحده، اقداماتی را برای حمایت از بخش‌های مختلف زنجیره تأمین خودروهای الکتریکی و سازندگان باتری کره‌ای، از جمله ۷ تریلیون وون وام و تضمین برای کمک به شرکت‌های کره‌ای برای تغییر جهت زنجیره‌های تأمین خود از چین، اجرا کرده است. این اقدامات نشان‌دهنده تأکید بر نوسازی ظرفیت‌های صنعتی برای پاسخگویی به نیازهای جدید (مانند خودروهای الکتریکی و باتری‌ها، نیمه‌هادی‌ها، فناوری‌های انرژی پاک) و تقویت موقعیت رقابتی کشورها در این بخش‌های استراتژیک است.

چالش‌ها و ملاحظات

با وجود ضرورت سرمایه‌گذاری برای نوسازی صنعتی، پیاده‌سازی سیاست‌های صنعتی چالش‌برانگیز است و نگرانی‌هایی مبنی بر اینکه مزایای چنین سیاست‌هایی ممکن است محدود و هزینه‌های آن‌ها بالا باشد را به وجود آورده است. به عنوان مثال، طراحی و اجرای اقداماتی که رقابت را محدود نکنند و توسعه بازارها و ورودی‌های جدید را به جای حمایت از بازیگران فعلی تشویق کنند، از چالش‌های مهم این حوزه است. شفافیت و دسترسی به داده‌ها یکی از بزرگ‌ترین موانع است. فقدان داده‌های قابل اعتماد و قابل مقایسه، ارزیابی مقیاس و تأثیر حمایت دولتی را دشوار می‌کند. حتی زمانی که دولت‌ها جزئیات را در اطلاعیه‌های رسمی ارائه می‌دهند، اغلب مشخص نیست چه میزان از یارانه‌های اعلام‌شده واقعاً به شرکت‌های واجد شرایط پرداخت می‌شود. چالش‌های اندازه‌گیری شامل تعیین معیارهای بازار مناسب برای هزینه‌های مالیاتی و تسهیلات ارزان‌قیمت است.

نتیجه‌گیری

در مجموع می‌توان گفت سیاست‌های صنعتی با انگیزه‌های جدیدی مانند امنیت ملی و گذار سبز بازگشته‌اند و به ابزاری مهم برای هدایت سرمایه‌گذاری به منظور نوسازی صنعتی و افزایش رقابت‌پذیری در بخش‌های استراتژیک تبدیل شده‌اند. کشورهای مختلف سرمایه‌گذاری‌های قابل توجهی را در این زمینه برنامه‌ریزی یا آغاز کرده‌اند. با این حال، این سیاست‌ها با چالش‌های مهمی در طراحی، پیاده‌سازی و ارزیابی روبه‌رو هستند. عدم شفافیت داده‌ها و دشواری در اندازه‌گیری حمایت دولتی، ارزیابی دقیق هزینه‌ها و مزایا را با مشکل مواجه می‌کند. بنابراین، موفقیت این سیاست‌ها در نهایت به توانایی دولت‌ها در غلبه بر این چالش‌ها و اطمینان از اثربخشی، کارایی و شفافیت آن‌ها بستگی دارد.

مدیرمسئول:
محمدامین ایمانجانی
قائم‌مقام مدیرمسئول:
مسعود فروغی
سردبیر:
محمد زعیم‌زاده
تلفن و فکس:
(۰۲۱) ۶۲۹۹۹۴۹۵
کدپستی:
۱۱۳۵۶۳۳۸۱۶
چاپ:
چاپخانه دانشگاه آزاد اسلامی
نشانی:
خیابان حافظ، پایین‌تر از جمهوری
روبه‌روی ساختمان بورس
ساختمان فرهیختگان، طبقه سوم