

سایه دولت بر صنعت خودرو

امید جعفرزاده

دلیل دسته‌بندی خودرو بر مبنای قیمت در تمام دنیا فراگیرتر از روش تقسیم‌بندی بر مبنای کلاس خودرو است؛ اما استفاده از روش تقسیم‌بندی خودرو بر مبنای کلاس، بیشتر برای شرکت‌های خودروساز است و تعریف دقیقی برای عموم وجود ندارد. این در حالی است که هنگام خرید و فروش خودرو نیز نامی از کلاس خودروی مورد نظر برده نمی‌شود.

دسته‌بندی خودرو بر

مبنای قیمت

دسته‌بندی خودروها در ایران عموماً بر مبنای قیمت خودرو صورت می‌گیرد. به اعتقاد برخی کارشناسان این دسته‌بندی در عمل کاربرد

بیشتری دارد و این امر موجب شده در میان متقاضیان رواج گسترده‌تری پیدا کند. اما چه خودرویی ارزان یا گران بوده و بر چه مبنایی این دسته‌بندی شکل می‌گیرد؟

تکنولوژی به کار گرفته شده در خودرو، برند، هزینه ابزار و قالب‌سازی و تیراژ تولید از جمله عوامل تاثیرگذار بر روی قیمت خودرو است. اینکه محتوای تکنولوژی یک خودرو تکنولوژی برتر باشد و قوانین و استانداردهای بازار هدف به چه صورتی در آن لحاظ شده باشد بر روی قیمت خودرو تاثیر می‌گذارد. همچنین برخی برندها در بازار با اقبال بسیاری مواجه هستند و از سوی متقاضیان خودرو به عنوان برند مطرح شناخته شده‌اند. از سوی دیگر تیراژ تولید خودرو و هزینه‌های ابزاری و قالب‌سازی نیز بر نحوه قیمت‌گذاری خودرو تاثیرگذار هستند. خودرویی که عوامل فوق بیشتر در آن لحاظ شده باشد، خودروی

در زمینه خودرو از طرفی با این مساله مواجه هستیم که به نظر می‌رسد قیمت‌های خودروی ایرانی در مقایسه با خودروهای بین‌المللی گران‌تر می‌باشد و از طرفی مدیران کارخانه‌های خودرو معتقدند که باید قیمت‌ها از این نیز فراتر روند. چه طور می‌توان این مساله را تحلیل کرد؟ آیا هزینه‌های تولید خودرو به دلیل شرایط کلان اقتصادی بالاست؟ بسیاری از مدیران اعتقاد دارند که دولتی بودن و اشتغال زیاده از حد در این صنعت موجب شده هزینه‌های تولید بالا باشد و لذا قیمت تولیدی خودرو در ایران افزایش یابد. آیا این ادعا درست است؟

برای بررسی مختصر سؤالات گفته شده پرونده ای کوچک در این خصوص در این شماره ارائه کرده ایم. در مقاله‌های مختلف، ساختار تولیدی خودرو در ایران، نحوه قیمت‌گذاری خودروی ایرانی در مقایسه با خودروهای جهانی، میزان اشتغالزایی صنعت خودرو و هزینه‌های این اشتغالزایی و لزوم آن، و فضای حاکم بر اقتصاد نفتی ایران و تاثیر آن بر صنعت خودرو را بررسی کرده ایم.

کلاس و قیمت خودرو در بازارهای جهانی ارایه می‌شود، یکسان و مورد توافق همه‌ی کارشناسان صنعت خودرو نیست.

در گروه‌بندی بر مبنای کلاس، خودروها از نظر ابعاد و اندازه دسته‌بندی می‌شوند و بسیاری از کارشناسان این روش را بهترین روش دانسته و معتقدند به دلیل اینکه خودروها در یک گروه رده‌بندی از نظر فرم اتاق دسته‌بندی می‌شوند، می‌توان این دسته‌بندی را علمی خواند. اما دسته‌بندی بر مبنای قیمت خودرو در عمل کاربرد بیشتری دارد. در تمام دنیا زمانی که متقاضیان قصد خرید خودرو را دارند در گام اول به بررسی این مساله می‌پردازند که با بودجه در نظر گرفته شده چه خودرویی را می‌توانند خریداری کنند و پس از آن به بررسی فاکتورهای خودروی مورد نظر خود می‌پردازند. به همین

صنعت خودرو علی‌رغم شعارهای چندین ساله خصوصی‌سازی کماکان دولتی باقی‌مانده چه از نظر شکلی و چه از نظر مدیریتی و حتی مالکیتی. ۲ شرکت عظیم ایران خودرو و سایپا (پارس خودرو) حدود ۹۸ درصد کل تولید خودروی کشور را در اختیار دارند و شرکت‌های کرمان خودرو، بهمن، مرتب، زرین خودرو و شهاب خودرو نیز اکثراً دولتی و یا متعلق به نهادهای عمومی بوده و تنها ۲ درصد تولید کشور را عهده‌دار هستند.

به نظر می‌رسد تنها در صورتی که سرمایه‌گذاری شرکت رنو، نپسان در پروژه ال-۹۰ به سرانجام برسد و تولید این خودرو رو به افزایش گذارد ما به مرور شاهد افزایش سهم بخش خصوصی و خارجی در صنعت خودرو باشیم.

نکته مثبت بازار خودروی ایران در سال‌های اخیر، «رقابتی‌تر» شدن آن بود. این بازار دیگر بازار «تولیدکننده سالار» محسوب نمی‌شود. اگرچه هنوز «مشتری‌سالار» نیز نیست. انبوه مدل‌های تولیدی شرایطی را رو در روی شرکت‌های خودروساز قرار داده که مجبورند تن به کاهش قیمت و بهبود کیفیت بدهند. خودروسازان امروز دیگر به مانند سال‌های گذشته نمی‌توانند تولیدات ۲ سال آینده خود را جلوتر بفروشند، بلکه حجم تولید و «کندی کشش بازار» آنها را مجبور می‌کند که محصولات خود را حتی قسطی به فروش برسانند.

معمولاً بازار خودرو دارای دو تقسیم‌بندی کلی است، کلاس و قیمت خودرو اما تعاریفی که برای طبقه‌بندی





گران محسوب می‌شود و هر چه کمتر اعمال شده باشد، در این صورت می‌توان آن را خودروی ارزان قیمت نامید. شرکت‌های خودروساز به این مساله نگاه می‌کنند که چه محصولی برای آنها در دسترس است و چه میزان برای آنها سودآوری دارد، در حال حاضر اقبال خودروهای لوکس در کشور ما بسیار شده و این خودروها سود بیشتری را نصیب شرکت‌های خودروسازی می‌کنند که این امر موجب شده شرکت‌های خودروساز به سمت تولید خودروهای لوکس روی آورند. به دلیل بالا بودن هزینه‌های تولید در کشور نمی‌توان خودروی ارزان تولید کرد به همین دلیل شرکت‌های خودروساز می‌باید برای تولید خودروی ارزان هزینه‌های تولید را کاهش داده و یا تیراژ تولید خود را افزایش دهند تا بتوانند خودروی ارزان تولید کنند. تولید خودروی ارزان قیمت در کشور در حالی پیگیری می‌شود که در حال حاضر تعداد خودروهای ارزان قیمت عرضه شده در کشور به متقاضیان این خودروها بسیار اندک بوده و با توجه به امکانات و به روز بودن خودروهای ارزان قیمت عرضه شده در دنیا خودروی ارزان محسوب نمی‌شوند. (اوستا گودرزی، استاد دانشگاه علم و صنعت، روزنامه دنیای اقتصاد).

در حال خودروهای پراید، روا و آردی در کشور در رده خودروی ارزان قیمت قرار دارند اما این خودروها در سطح جهان با خودروی ارزان قیمت بسیار فاصله دارند. شاید بتوان این خودروها را از لحاظ قیمتی در سطح جهانی ارزان محسوب کرد اما این خودروها با خودروهای ارزان قیمت عرضه شده در بازار جهانی از لحاظ فنی، کیفی و به روز بودن فاصله بسیاری دارند. اخذ عوارض گمرکی و مالیات در تمام کانال‌های تولید و بالا بودن هزینه تولید موجب شده که خودروهای ارزان در کشور با قیمت واقعی در بازار عرضه نشوند. بر اساس اظهار نظر کارشناسان صنعت خودرو بازار خودرو در ایران را می‌توان به چهار دسته ۵ تا ۱۰ میلیون، ۱۰ تا ۱۵ میلیون، ۱۵ تا ۲۰ میلیون و ۲۰ میلیون تومان به بالا دسته‌بندی کرد. (زاوه، کارشناسان صنعت خودرو، روزنامه دنیای اقتصاد)

در حال حاضر در کشور ما ۵۵ درصد از مردم متقاضی خرید خودرو از گروه اول، ۲۵ تا ۳۰ درصد متقاضی گروه دوم، تا ۱۵ درصد متقاضی گروه سوم و تنها ۳ تا ۵ درصد متقاضی گروه چهارم هستند. با توجه به گفته‌های این کارشناس خودرو گروه اول بیشترین متقاضی را در کشور تشکیل می‌دهند اما به دلیل نبود تنوع در این گروه و پایین بودن کیفیت خودروهای تولیدی در آن نیاز بسیاری از متقاضیان خودرو در این رده برآورده نمی‌شود. (سعید لیلانز، دنیای اقتصاد)

براساس دسته‌بندی فوق در حال حاضر خودروهای پژو آردی، روا، پی کی، پژو GLI، پراید و MVM در گروه اول خودروهای پژو ۴۰۵، پژو ۲۰۶، هاج بک، پژو ۲۰۶ صندوق‌دار، سمند، پرتون و فولکس گل در رده دوم و خودروهای پژو پرشیا معمولی و ELX، پرتون ۵ درب و هیوندای ورنو در رده سوم و خودروهای رونیز، ماکسیمیا، سراترا، مگان، پرتون GN۲، پرتون ایمپیان، مزدا ۳،

زانتیا، پاجرو، موسو و هیوندای آوانته در گروه چهارم در کشور تولید و یا مونتاژ می‌شوند. علاوه بر خودروهای تولیدی یا مونتاژی در کشور در حال حاضر بیش از ۵۰ مدل خودرو با قیمت بیش از ۲۰ میلیون تومان وارد کشور می‌شود که این خودروها با وجود آن که از لحاظ قیمت در رده محصولات گران قیمت محسوب می‌شوند، اما به دلیل آن که از تکنولوژی روز دنیا بهره‌مند هستند و خودروی به روز محسوب می‌شوند تاکنون متقاضیان بسیاری را به خود جلب کرده‌اند.

با توجه به مسایل یاد شده و اینکه اغلب تولیدات خودرو در ایران گران‌تر از قیمت نرمال جهانی است، لذا کارخانه‌های تولیدی در ایران نیاز به مدیریت هزینه دارند. در زیر برخی از راهکارهای مدیریت هزینه که توسط مدیر عامل سایکو ارایه شده است را می‌آوریم.

راهبردهای مدیریت هزینه در صنعت خودرو، رابطه‌ای تنگاتنگ با استراتژی‌ها و سیاست‌های کلان دولت برای کنترل و کاهش قیمت خودروهای تولید داخل دارند.

با تغییر شرایط محیطی و کاهش تدریجی حمایت‌های دولتی از صنایع به طور عام و صنعت خودرو به طور خاص، لزوم جذب بیشتر سرمایه‌گذاری خارجی در صنعت خودرو و قطعه‌سازی داخلی برای اتصال به شبکه‌های تولید و توزیع جهانی بیشتر احساس می‌شود. بنابراین تدوین، تصویب و اجرای استراتژی مشخص در این زمینه در قالب قرارداد ساخت پلتفرم مشترک خودرو میان ایدرو و شرکت رنو- نیسان از مهم‌ترین راهبردهای این صنعت به‌منظور منطقی کردن قیمت خودروهای داخلی بوده است.

اجرای راهبرد بازار در مقابل بازار و پلتفرم مشترک، یکی دیگر از راهکارها است. لزوم اشتراک پلتفرم برای استفاده بهینه از امکانات و توانمندی‌های محدود موجود، به منظور کاهش هزینه پایه تولید و حذف موازی‌کاری‌ها، دستیابی به صرفه‌جویی در مقیاس اقتصادی و انتقال همزمان فناوری به صنعت خودرو و درونی کردن آن

برای رقابتی کردن قیمت محصولات داخلی، ضرورتی اجتناب‌ناپذیر است که در این زمینه، انجام مذاکرات شرکت‌های داخلی با شرکت‌های معتبر بین‌المللی نظیر رنو- نیسان برای انعقاد قرارداد ساخت پلتفرم مشترک، قابل ذکر است.

در پیشبرد اهداف مدیریت هزینه در صنعت خودرو، سیاست‌های متعددی دخالت دارند که از آن جمله می‌توان به تثبیت قیمت‌های تولیدی از طریق افزایش تولید و بهره‌وری و کنترل و کاهش قیمت تمام شده محصول از طریق رهبری زنجیره تامین اشاره کرد.

با علم به اینکه بیش از ۵۰ درصد از ارزش افزوده ایجاد شده در صنعت خودرو مربوط به زنجیره تامین می‌باشد، اجرای برنامه‌های جامع به‌منظور کاهش قیمت تمام شده محصول در زنجیره تامین شرکت‌های خودروساز، در اولویت مسوولان این شرکت‌ها قرار گرفته است. افزایش تیراژ تولید قطعه و مجموعه‌سازان از طریق ادغام/ ائتلاف تامین‌کنندگان، سازندگان همکار با یکدیگر و ارتقای سازندگان منفرد، یکی از راهکارهای این برنامه‌ها است.

تمرکز بر طراحی و تکوین خودروهای ارزان قیمت از جمله مسایلی است که به کاهش شدید قیمت خودرو طی چرخه زندگی آن منتج می‌شود. طراحی اولیه خودروهای ارزان قیمت و کم‌مصرف، در حال حاضر به‌عنوان سیاستی عملیاتی در دستور کار شرکت‌های خودروساز قرار گرفته است.

انتشار اوراق مشارکت برای شرکت‌های خودروساز، یکی دیگر از سیاست‌های مدیریت هزینه صنعت خودرو است. صدور مجوز انتشار اوراق مشارکت شرکت‌های خودروساز از سوی بورس اوراق بهادار، نه تنها بخش قابل ملاحظه‌ای از سرمایه‌های سرگردان موجود را جذب کرده و باعث کنترل تورم می‌شود، بلکه عاملی برای رفع مشکل نقدینگی شرکت‌های خودروساز بوده و در نهایت به کاهش هزینه‌های سرمایه ناشی از تامین مالی این شرکت‌ها می‌انجامد.