

## بررسی مسئله قیمت‌گذاری خودرو در ایران

کد موضوعی:

شماره مسلسل: ۱-پ-2377

تیرماه 1402



مرکز پژوهش‌ها  
مجلس شورای اسلامی

شماره مسلسل:

شناسنامه گزارش

عنوان گزارش: بررسی مسئله قیمت‌گذاری خودرو در ایران

نام دفتر: مطالعات اقتصادی (گروه محیط کسب‌وکار و تنظیم‌گری بخشی) و مطالعات انرژی، صنعت و معدن (گروه صنعت)

تهیه و تدوین‌کنندگان: رسول سلیمانی، میلاد بیگی، سعید شجاعی، محمدرضا بخشی (اندیشکده سیاستگذاری امیرکبیر)

مدیران مطالعه: میلاد بیگی، سعید شجاعی

اظهار نظر کننده: محمدمبین صلواتیان

ناظران علمی: موسی شهبازی غیاثی، سیدمهدی بنی‌طبا، حبیب‌اله ظفریان

ویراستار تخصصی:

ویراستار ادبی: شیوا امین اسکندری

واژه‌های کلیدی:

۱. خودرو
۲. قیمت‌گذاری
۳. کاهش تولید
۴. شورای رقابت
۵. تورم تولیدکننده

تاریخ انتشار:

## فهرست مطالب

1	چکیده
1	خلاصه مدیریتی
5	مقدمه
6	1. سیر تغییرات روند قیمت گذاری خودرو
7	1-1. ورود شورای رقابت به عرصه قیمت گذاری خودرو
16	2. مقایسه قیمت کارخانه خودروهای ایرانی و خودروهای خارجی
17	3. مقایسه افزایش قیمت کارخانه‌های خودرو و سایر کالاهای صنعتی
18	4. ایرادهای وارد بر شیوه فعلی قیمت گذاری خودرو
18	4-1 معرفی دستورالعمل قیمت گذاری شورای رقابت
19	4-2 بررسی منابع خطا در فرمول شورای رقابت و راهکارهای رفع خطا
20	4-2-1 پس نگر بودن دستورالعمل قیمت گذاری شورای رقابت
20	4-2-2 تجمع خطا ناشی از خطا در تورم بخشی
21	4-2-3 خطای ناشی از تأخیر در به‌روزرسانی قیمت
21	4-2-4 خطا در تعیین هزینه‌های مالی
22	4-2-5 خطا در تعیین سود
22	4-2-6 خطا در تعیین شاخص‌های کیفیت
22	4-2-7 مؤثر نبودن میزان مشوق
22	5- آثار شیوه فروش و قیمت گذاری فعلی بر مصرف‌کنندگان
25	6- اثر شیوه فعلی قیمت گذاری بر خودروسازان
25	6-1 سود (زیان) سالیانه
27	6-2 سود و زیان انباشته
27	6-3 هزینه‌های مالی
30	7- عرضه خودرو بورس کالا
33	جمع‌بندی و پیشنهادها

#### فهرست جداول

- جدول 1. سیر تحولات قیمت گذاری خودرو طی 10 سال گذشته
- جدول 2. مقایسه قیمت و مشخصات ارزان ترین خودروهای ساخت داخل و خودروهای خارجی
- جدول 3. میزان افزایش قیمت برخی محصولات از سال 1396 تا 1401
- جدول 4. فروش فوق العاده و قرعه کشی مرحله هفدهم شرکت ایران خودرو (خرداد 1400)
- جدول 5. فروش فوق العاده و قرعه کشی مرحله نهم شرکت سایپا (خرداد 1400)
- جدول 6. فروش فوق العاده و قرعه کشی مرحله دوم شرکت ایران خودرو در سامانه یکپارچه (مرداد 1401)
- جدول 7. فروش فوق العاده و قرعه کشی مرحله دوم شرکت سایپا در سامانه یکپ.ارچه (مرداد 1401)
- جدول 8. فروش فوق العاده و قرعه کشی شرکت ایران خودرو طرح عادی (27 دی 1401)
- جدول 9. زیان انباشته و ناخالص گروه و شرکت ایران خودرو و سایپا

#### فهرست نمودارها

- نمودار 1. تغییرات شاخص قیمت تولیدکننده بخش ساخت وسایل نقلیه موتوری، تریلر و نیم تریلر
- نمودار 2. تغییرات قیمت مواد اولیه داخلی عرضه شده در بورس کالا
- نمودار 3. تغییرات قیمت کارخانه و بازار طی سال های 1399 -
- نمودار 4. تیراژ تولید سالیانه شرکت های ایران خودرو و سایپا طی دو دهه گذشته
- نمودار 5. سود (زیان) خالص سالیانه گروه ایران خودرو بر حسب میلیون دلار
- نمودار 6. سود (زیان) خالص سالیانه گروه سایپا بر حسب میلیون دلار
- نمودار 7. سود (زیان) خالص شرکت ایران خودرو و سایپا طی 20 سال گذشته (ارقام به میلیارد تومان)
- نمودار 8. روند تغییرات نسبت هزینه مالی به بهای تمام شده کالاها و خدمات ایران خودرو طی دو دهه گذشته
- نمودار 9. اجزای هزینه مالی در شرکت ایران خودرو
- نمودار 10. روند تغییرات نسبت هزینه مالی به بهای تمام شده کالاها و خدمات شرکت سایپا طی دو دهه گذشته
- نمودار 11. اجزای هزینه مالی در شرکت سایپا
- نمودار 12. قیمت بازار و قیمت دو عرضه آخر خودروهای عرضه شده در بورس
- نمودار 13. قیمت بازار دو خودرو عرضه شده در بورس و قیمت ارز
- نمودار 14. قیمت بازار تارا دستی و قیمت ارز



## بررسی مسئله قیمت‌گذاری خودرو در ایران

### چکیده

پس از جهش ارزی سال ۱۳۹۱ و افزایش شدید قیمت خودروها، شورای رقابت وفق ماده (۵۸) قانون اجرای سیاست‌های کلی اصل (۴۴) قانون اساسی، تدوین دستورالعمل نحوه قیمت‌گذاری خودروها را برعهده گرفت و از همان ابتدا مناقشات میان خودروسازان و شورای رقابت ایجاد شد و با شروع دور دوم تحریم‌ها در سال ۱۳۹۷، نحوه قیمت‌گذاری آثار فراوانی را بر صنعت خودرو ایجاد کرد به‌نحوی که با وجود مشکلات ناشی از تحریم و ناکارآمدی خودروسازان، تا پایان اسفندماه سال ۱۴۰۱ زیان دو خودروساز بزرگ کشور مجموعاً به بیش از ۱۳۰ هزار میلیارد تومان رسیده است. هرچند از سال ۱۳۹۷ تاکنون چندین بار مسئولیت قیمت‌گذاری میان شورای رقابت و سایر نهادها از جمله ستاد تنظیم بازار دست‌به‌دست شده، اما این تغییر نهادی نه‌تنها وضعیت را بهتر نکرده که به بدتر شدن وضعیت نیز منجر شده است. در این گزارش براساس آسیب‌شناسی دستورالعمل‌های قیمت‌گذاری که تاکنون مورد استفاده قرار گرفته و با این قید که پیشنهادها به‌لحاظ امکان اجرایی شدن و با در نظر داشتن ملاحظات اجتماعی و سیاسی قابلیت جاری شدن در نظام تصمیم‌گیری کشور را داشته باشد، پیشنهادهایی در غالب کوتاه‌مدت، میان‌مدت و بلندمدت ارائه شده است.

### خلاصه مدیریتی

با گذشت بیش از سه دهه از شروع مجدد فعالیت صنعت خودروسازی در ایران، این صنعت از مشکلات ساختاری در سطوح مختلف رنج می‌برد؛ به‌نحوی که این مسائل سبب شده است زیست‌بوم صنعت خودرو در ایران برای تولید خودروی باکیفیت و با فناوری بالا مهیا نباشد و علاوه بر عقب‌ماندگی صنعت خودرو در بازارهای جهانی از سایر رقبای خود در عرصه بین‌الملل، نارضایتی زیادی را در کشور نیز رقم بزند. نوع رابطه دولت و شرکت‌های خودروسازی و حاکمیت شرکتی در این بنگاه‌ها یکی از اساسی‌ترین وجوه ساختاری پیدایش مسائل فراوان در این صنعت است. دولت برخلاف آنکه در ظاهر حدود ۶٪ از سهام ایران خودرو و

17٪ از سهام سایپا را در اختیار دارد، اما در واقع صاحب‌اختیار بیش از 50 درصد از سهام هر دو خودروساز از طریق سهام چرخه‌ای (حدود 26٪ در ایران خودرو و 42٪ در سایپا) و سهام شرکت‌های عمومی غیردولتی است و از این طریق اعمال نظر دولت و دخالت در بنگاه‌ها، بی‌واسطه و به سرعت امکان‌پذیر است. علاوه بر آن در اختیار داشتن سهام چرخه‌ای توسط خودروسازان عملاً به کاهش سرمایه در گردش و توان مالی هر دو شرکت برای تولید شده که منجر به زیان‌های مالی فراوان شده است. مسئله پراهمیت دیگر این صنعت سیاست‌های صنعتی به کار گرفته شده در آن است. طی 30 سال گذشته سیاست‌های صنعتی بخش خودرو دارای ایرادهای راهبردی در طراحی و پیاده‌سازی این ابزارهای سیاستی بوده است. سیاست‌هایی از جمله تعرفه واردات خودرو، تعرفه واردات قطعات خودرو، استانداردها، دستورالعمل قیمت‌گذاری و حمایت‌های مالی طی این چند دهه به کار گرفته شده، اما فهم ناقص از این ابزارها، اشتباه در عملیاتی‌سازی و عدم بهره‌مندی از دیگر ابزارهای سیاستی عملاً موجب شده است که حرکت به سمت کاهش عمق داخلی‌سازی، حفظ تولیدات گذشته و کاهش کیفیت، بیشترین منافع را برای تولیدکنندگان این عرصه رقم بزند.

علاوه بر سیاست‌گذاری‌های اشتباه ذکر شده، قیمت‌گذاری اشتباه از سوی شورای رقابت و ستاد تنظیم بازار طی یک دهه گذشته ضمن ایجاد زیان‌های گسترده در شرکت‌های خودروسازی، باعث تشدید اختلاف میان قیمت فروش کارخانه و قیمت بازار و ایجاد رانت برای افرادی شده است که می‌توانستند از این دو شرکت خودرو خریداری کنند به نحوی که برآوردها نشان از اعطای رانت 80 هزار میلیارد تومانی به خریداران خودرو در سال 1400 دارد. مجموع زیان انباشته این دو گروه خودرویی تا پایان سال 1400 به بیش از 111 هزار میلیارد رسید. تخمین‌ها نیز نشان می‌دهد تا پایان سال 1401 این زیان‌ها از 130 هزار میلیارد تومان نیز عبور کند، البته قابل کتمان نیست که وجود زیان در صنعت خودرو به مواردی از جمله تحریم و ناکارآمدی مرتبط است و حتی در سال 1396 نیز دو گروه خودرویی مجموعاً بیش از 14 هزار میلیارد تومان زیان انباشته داشته‌اند، اما بخش قابل توجهی از رشد زیان انباشته طی پنج سال گذشته (1397 به بعد) به نحوه قیمت‌گذاری مرتبط بوده است. لذا ضروری است که نظام قیمت‌گذاری خودرو اصلاح شود. ذکر این نکته نیز حائز اهمیت است که اگرچه تأمین قطعات در شرایط تحریم موجب افزایش قیمت تأمین شده اما عدم شفافیت در قراردادهای به‌ویژه در تجزیه و تحلیل قیمت قطعات که مؤثر بر قیمت تمام شده خودروساز است باید در زنجیره تولید خودروسازی اصلاح شود.

در خصوص قیمت‌گذاری خودرو در کشور، اصلی‌ترین ایراد وارد بر دستورالعمل قیمت‌گذاری شورای رقابت این است که خودروهایی که آنالیز قیمت آنها در سال 1391 و بعد از آن انجام شده است، هرگز پس از آن مجدداً از سوی این شورا محاسبه نشده و همان محاسبه به‌عنوان قیمت پایه در نظر گرفته شده است و



صرفاً به صورت سالیانه با شاخص تورم تولیدکننده خودرو افزایش داده شده است. مضافاً اینکه این محاسبه براساس معیارهای کیفیت و بهره‌وری تعدیلی صورت نگرفته است. این در حالی است که ساختار هزینه‌های خودروسازان پس از 9 سال دچار تغییر شده است و همچنین شاخص تورم تولیدکننده نیز نمی‌تواند بازتاب دقیقی از افزایش هزینه‌های تولیدکنندگان طی این سال‌ها داشته باشد.

همچنین اگر در محاسبه آنالیز هزینه‌های تمام شده خودروها در سال 1391 به هر دلیلی (در مبنای پذیرفتن سود، هزینه‌های مالی و ...) اشتباهی صورت گرفته باشد، این اشتباه امتداد پیدا کرده و موجب فاصله گرفتن قیمت اعلامی شورای رقابت از هزینه‌های واقعی تولیدکننده می‌شود. علاوه بر آن اساساً امکان ایجاد یک شاخص دقیق برای تورم تولیدکننده که بتواند انعکاس درستی از افزایش هزینه‌های هر خودرو داشته باشد عملاً ناممکن است از همین رو پس از گذشت چند دوره، قیمت تعدیل شده ازسوی شاخص تورم تولیدکننده نمی‌تواند برآورد دقیقی از هزینه تمام شده خودروساز باشد لذا این آنالیز قیمت باید به صورت سالیانه انجام شود.

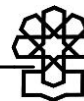
با توجه به موارد فوق پیشنهاد می‌شود که در شرایط فعلی و در کوتاه‌مدت علاوه بر انجام اصلاحات دیگر در ساختار حکمرانی شرکتی این صنعت از جمله واگذاری سهام چرخه‌ای، واگذاری دارایی‌ها و اموال غیرمرتبط با خطوط اصلی کسب‌وکار، اصلاح روش‌های پیش‌فروش محصولات و ...<sup>1</sup>، مرجع قیمت‌گذار، اقدام به تصحیح دستورالعمل قیمت‌گذاری با مشخصه‌های زیر کند:

- قیمت تمام شده براساس تجزیه و تحلیل (آنالیز) هزینه به صورت حداقل سالی یکبار با در نظر گرفتن هزینه‌های تحقیق و توسعه و هزینه‌های مالی مرتبط با فعالیت تولیدی و با تأیید حسابرس محاسبه شود.
  - میزان سود مانند فعالیت‌های مشابه لحاظ شود.
  - به‌روزرسانی قیمت تمام شده در طول سال با استفاده از شاخص «تورم تولیدکننده خودرو» حداکثر هر سه ماه یکبار انجام شود.
  - شورای رقابت معیار کیفیت و بهره‌وری را تغییر دهد و به جای آن از وزارت صنعت درخواست ارائه آیین‌نامه‌ای برای ارتقای کیفیت و ایمنی خودروسازان نماید و براساس آن آیین‌نامه معیاری برای تشویق و یا جریمه خودروسازان مشخص کند.
- در بلندمدت نیز و در دوره ثبات وضعیت بازار صنعت خودرو و اقتصاد، از آنجاکه مهم‌ترین ابزار یک انحصارگر برای اجحاف در حق سایرین افزایش قیمت از طریق کاهش عرضه و همچنین عدم بهبود کیفیت

<sup>1</sup>. برای اطلاع بیشتر ر.ک:

است، لازم است که شورای رقابت به‌جای تمرکز بر قیمت‌گذاری، به تنظیم‌گری در حوزه عرضه، کیفیت، ایمنی، تغییر مدل و ... اقدام کند.





صنعت خودرو در ایران از مشکلات ساختاری اقتصادی-سیاسی عمیقی رنج می‌برد به طوری که برای اصلاح این صنعت علاوه بر اصلاح اساسی این ساختار معیوب، باید ابعاد تأثیرگذار دیگری از جمله قیمت‌گذاری و نحوه فروش، راهبرد حمایت از صنعت خودرو، الگوی توسعه فناوری، رقابت در بازارهای داخلی و جهانی، ایمنی و کیفیت، اسقاط، آلابندگی و مصرف سوخت، حکمرانی شرکتی و نحوه تأمین مالی نیز اصلاح و تعیین تکلیف شود.

مشکل صنعت خودروسازی و زیان انباشته خودروسازان موضوعی نیست که به یکباره به وجود آمده باشد و یا کل آن مرتبط با تحریم و شرایط موجود کشور باشد بلکه مهم‌ترین ایراد به ساختار مدیریتی و مالکیتی صنعت خودرو و ماهیت اقتصادی و سیاسی بنگاه‌ها برمی‌گردد که نیازمند اصلاحات ساختاری است. در حال حاضر نیز، تأخیر و عدم ثبات در تصمیم‌گیری در خصوص نحوه صحیح قیمت‌گذاری و روش فروش خودرو، بیشتر تابع ملاحظات اجتماعی و مصلحت‌اندیشی پرهزینه در این صنعت است و هر روز تأخیر در اتخاذ تصمیم‌گیری صحیح در این خصوص، برای ایجاد تعادل در بازار خودرو، بر شدت مشکلات و افزایش زیان این واحدها خواهد افزود. در میان موارد فوق در سال‌های اخیر، قیمت‌گذاری و روش فروش خودرو توجه زیادی را به خود جلب کرده است. بر این اساس ضروری است برای عبور از بحران در شرایط کنونی راهکارهای مثرتری اتخاذ و اجرا شود.

خطاهای موجود در شیوه تعیین قیمت خودرو، سبب ایجاد آسیب گسترده در صنعت و بازار خودرو شده است. کاهش 30 تا 50 درصدی تولید خودرو در سال‌های 1397 تا 1401، توزیع سالیانه بیش از 60 هزار میلیارد تومان<sup>۲</sup> رانت و زیان شدید خودروسازان از جمله مهم‌ترین این آسیب‌ها هستند.

در گزارش حاضر ابتدا روند قیمت‌گذاری خودرو طی ۱۰ سال گذشته مورد بررسی قرار می‌گیرد. سپس شیوه قیمت‌گذاری خودرو از سوی شورای رقابت به‌عنوان اصلی‌ترین بازیگر حوزه قیمت‌گذاری طی ۱۰ سال گذشته تشریح می‌شود و خطاهای موجود در شیوه قیمت‌گذاری شورای رقابت مورد بررسی قرار گرفته و درنهایت نیز راهکارهای اصلاحی ارائه می‌شود.

2. با فرض تولید 800 هزار خودرو در سال و میانگین اختلاف 75 میلیون تومانی بین قیمت بازار و قیمت مصوب، سالیانه حدود 60 هزار میلیارد تومان رانت به دلیل فروش خودرو به قیمت مصوب توزیع می‌شود.

**1. سیر تغییرات روند قیمت‌گذاری خودرو**

پیش از آنکه به چالش قیمت خودرو در یک دهه اخیر پرداخته شود، لازم است ابتدا به این نکته توجه شود که پیش از تأسیس شورای رقابت در ایران، چه نگاه و فلسفه‌ای بر توسعه صنعت خودرو در ایران حاکم بوده و براساس آن سیاستگذاری صورت گرفته است.

از ابتدای تأسیس صنعت خودرو تاکنون، به دلیل مقیاس کوچک صنایع خودروسازی کشور و عدم توان رقابت با رقبای خارجی، اجماع سیاستگذاران عرصه خودرو بر این بود که لازم است با ایجاد تبعیض قیمتی بین خودروهای تولید داخل و خودروهای وارداتی امکان فروش و سوددهی خودروهای داخلی را فراهم کرد تا از این طریق امکانی برای توسعه این خودروسازان فراهم شود. برای روشن شدن این مسئله به طور مثال می‌توان به مناقشه میان مجلس و دولت در تصویب لایحه بودجه سال 1389 اشاره کرد که رهبر انقلاب و رئیس‌جمهور وقت نیز در اظهاراتی در واکنش به تصمیم مجلس در اواخر سال 1388 به این سیاست اشاره کردند<sup>۲</sup> که نشان‌دهنده تصمیمی مورد توافق در بین مسئولان کشور بوده است. در واقع این اظهارات نشان می‌دهد که اساساً سیاستگذاران و تصمیم‌گیران در کشور به دنبال استفاده از سیاست تبعیض قیمتی برای رشد خودروسازان بودند.

اما نکته قابل توجه آن است که نسبت سیاست‌های کلی اصل (44) با سیاست‌های صنعتی ماقبل آن مشخص نشده بود؛ به طوری که تشکیل شورای رقابت که براساس فصل نهم قانون اجرای سیاست‌های کلی اصل (44) تأسیس شده و در تابستان سال 1388 آغاز به کار کرد، اساساً فلسفه تشکیل این شورا در تضاد با سیاست جاری در عرصه خودرو بود؛ چراکه براساس بند «۶» ماده (44)، تقسیم یا تسهیم بازار کالا یا خدمت بین دو یا چند شخص ممنوع است و همچنین بند «5» ماده (58)، شورا وظیفه تعیین مصادیق و تصویب دستورالعمل تنظیم قیمت، مقدار و شرایط دسترسی به بازار کالاها و خدمات انحصاری در هر مورد با رعایت مقررات مربوط را برعهده دارد. این موضوع سبب ایجاد مشکلاتی در حکمرانی صنعت خودرو شد که در همین زمینه مصاحبه رئیس وقت شورای رقابت در مورد مبنای دستورالعمل قیمت‌گذاری شورای رقابت قابل توجه است:

«چرا مردم باید بتوان هزینه‌های بالاسری و سر بار بیش از حد یا هزینه‌های غیرمربوط این شرکت‌ها را

<sup>۲</sup><https://b2n.ir/u59608>



بپردازند و به واسطه این هزینه‌های غیرضرور و غیرخودرویی، قیمت‌های بالاتری از مردم گرفته شود و چرا مردم باید هزینه‌های ناکارآمدی یا عقب‌افتادگی تکنولوژیکی خودروسازان را بپردازند. براساس روش قیمت تمام شده، تمام این هزینه‌ها روی قیمت خودرو کشیده شده و مردم باید آن را بپردازند لذا روش هزینه تمام شده یک روش غیرمنطقی و غیرمنصفانه است اما روش ما روشی منصفانه است؛ زیرا اگر بازار رقابتی داشتیم مطمئناً خودروسازان نمی‌توانستند با قیمتی بیشتر از این قیمتی که ما تعیین کردیم خودروهای خود را در بازار عرضه کنند».

بنابراین عملاً با ورود شورای رقابت به عرصه قیمت‌گذاری خودرو در اواخر سال 1391، در واقع ساختاری در نظام تصمیم‌گیری صنعت خودرو شکل گرفت، که اساس آن با نوع سیاست‌گذاری در این صنعت در تعارض قرار داشت و هرچه زمان گذشت این تعارض افزایش یافت و عملاً درحالی‌که طی دهه ۱۳۹۰ به‌جز یکبار که در سال 1392 و آن هم به‌دلیل افزایش شدید نرخ ارز، تعرفه‌های واردات خودرو به 40 الی 75 درصد (براساس حجم موتور) کاهش یافت، نه‌تنها در جهت رفع سیاست تبعیض قیمتی گامی برداشته نشد، که در سال ۱۳۹۶ مجدداً تعرفه واردات خودرو افزایش یافت و از ابتدای سال 1397 نیز واردات خودرو به‌دلیل مسائل ارزی ممنوع شد.

### 1-1. ورود شورای رقابت به عرصه قیمت‌گذاری خودرو

در سال‌های 1390 و 1391 که به‌دلیل تشدید تحریم‌ها اقتصاد کشور با چالش نوسانات ارزی روبه‌رو شد و شرکت‌های تولیدکننده از جمله خودروسازان در تأمین قطعات وارداتی و قطعه‌سازان در تأمین مواد اولیه با چالش مواجه شدند، قیمت خودرو در بازار شروع به افزایش کرد. در بهمن سال 1391 و درحالی‌که شورای رقابت در حال بررسی و تدوین دستورالعمل قیمت‌گذاری خودرو بود، براساس مصوبه شماره 219604-ت 48802 ک مورخ 1391/11/08 کارگروه کنترل بازار و تأیید هیئت‌وزیران، به خودروسازان اجازه داده شد که با هماهنگی سازمان حمایت از مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان نسبت به فروش خودرو به قیمت بازار اقدام کنند. علاوه‌برآن، در این مصوبه شرکت‌ها موظف شدند تا 95 درصد از وجوه مابه‌التفاوت قیمت محاسباتی با لحاظ نرخ ارز مبادله‌ای و قیمت بازار در دوره‌های سه ماهه را به حسابی که خزانه‌داری کل کشور مشخص می‌کند واریز کنند تا در اختیار وزارت صنعت، معدن و تجارت قرار گیرد. این مصوبه موجب شد تا قیمت کارخانه بیش از 100 درصد رشد کند.

پس از این مصوبه، شورای رقابت که در تابستان 1388 تأسیس شده و اولین جلسه آن در تاریخ 1388/05/07 تشکیل شد<sup>۴</sup>، برای اولین بار به بحث قیمت‌گذاری در صنعت خودرو ورود کرد و در تاریخ

<sup>۴</sup> [www.hamshahrionline.ir/news/204779/](http://www.hamshahrionline.ir/news/204779/)

1391/12/20 تصویب کرد که با توجه به شدت تمرکز بالای خودرو در بازار و انحصار این بازار از سوی دو شرکت عمده خودروساز به موجب بند «۵» ماده (۵۸) قانون اجرای سیاست‌های کلی اصل چهل و چهارم (۴۴) قانون اساسی، تدوین دستورالعمل تنظیم قیمت خودرو برعهده شورای رقابت است و به منظور خودداری از هرگونه تعارض در تصمیم‌گیری، شورای رقابت از هیئت‌وزیران درخواست کرد که مصوبه ۶۰۴ / ۲۱۹ ت / ۴۸۸۰۲ ک مورخ 1391/11/08 را لغو کند. شورای رقابت در همان جلسه دستورالعمل موقت تعیین قیمت خودرو تا اعلان دستورالعمل قطعی و نهایی را مصوب و ابلاغ کرد. این دستورالعمل قیمت خودروها را براساس آخرین قیمت تعیین شده برای فروش خودروهای داخلی از سوی مراجع رسمی دولتی در قبل از شهریورماه سال ۱۳۹۱ با احتساب نرخ تورم بخشی در شش ماهه دوم سال ۱۳۹۱ تعیین کرد. این شورا سپس در تاریخ 1392/02/01 دستورالعمل تعیین قیمت خودروهای ساخت داخل در هر سال را به ترتیب زیر تصویب نمود: همانطور که در ذیل آمده است، در این فرمول  $P_t$  قیمت خودرو در زمان  $t$  و  $P_{t-1}$  قیمت خودرو در سال قبل  $\dot{p}$ ، نرخ تورم سالیانه نهاده‌های تولید همان خودرو در طول یک سال براساس گزارش رسمی بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران،  $X$  بهره‌وری مورد انتظار از خودروسازان نسبت به سال پیشین و  $Z$  تابعی از تغییر شاخص کیفیت همان خودرو در طول سال است.

$$P_t = P_{t-1} + P_{t-1} \times (\dot{p} + Z + X)$$

در رابطه بالا شاخص کیفیت براساس رابطه محاسباتی زیر تعیین می‌شود:

$$Z = \frac{1}{2} \times \frac{\text{تغییر کیفیت در سال}}{\text{بدترین کیفیت سال}}$$

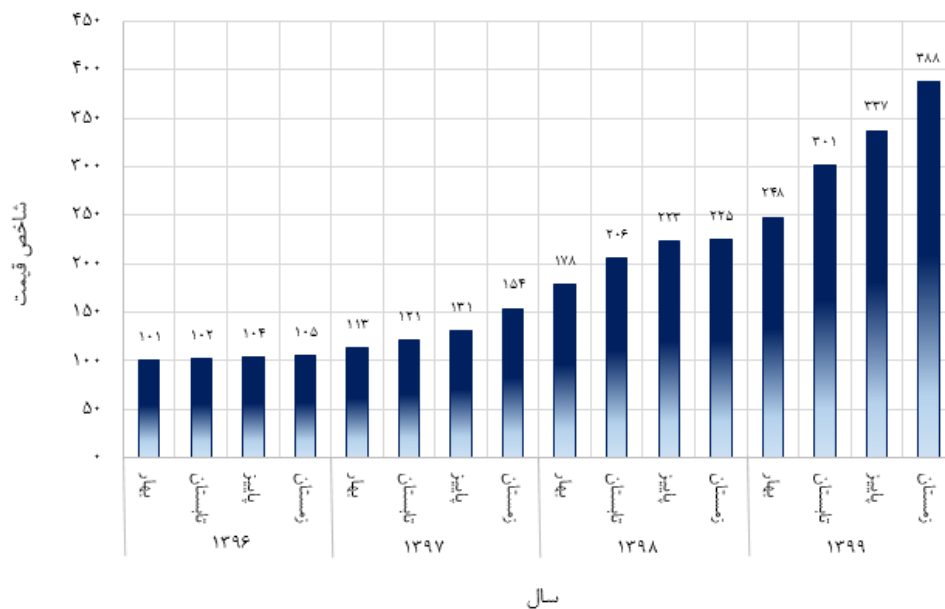
میزان بهره‌وری منفی 2 درصد لحاظ می‌شود یعنی در صورتی که همه متغیرها ثابت باشند قیمت خودرو باید هر سال 2 درصد کاهش یابد. از آنجاکه معمولاً خودروسازان (البته این مسئله برای سایر صنایع نیز تا حدی صادق است) امکان دستیابی به چنین بهره‌وری را ندارند معمولاً این ضریب موجب می‌شود که به میزان 2 واحد درصد از افزایش قیمت آنها کاسته شود.

این دستورالعمل برای قیمت‌گذاری ادامه پیدا کرد تا آنکه در سال 1397 و هم‌زمان با خروج آمریکا از برجام، نرخ ارز شروع به افزایش کرد و قیمت خودرو در بازار مانند سایر دارایی‌ها افزایش یافت. در تاریخ 1397/03/22 شورای رقابت افزایش قیمت خودروها برای سال 1397 را اعلام کرد؛ اما با فرارسیدن تیر سال 1397 قیمت ارز و تورم رشد شدیدی را آغاز کردند. خودروسازان با این توضیح که هزینه تولید خودرو



بالا رفته است درخواست افزایش قیمت خودرو را از شورای رقابت و دولت داشتند و در تاریخ 1397/05/22 با ارسال نامه‌ای به ریاست‌جمهوری، با اعلام افزایش هزینه‌های مواد اولیه و ارزش مورد نیاز تولید، تقاضای فروش خودرو با قیمت حاشیه بازار را طرح کردند.

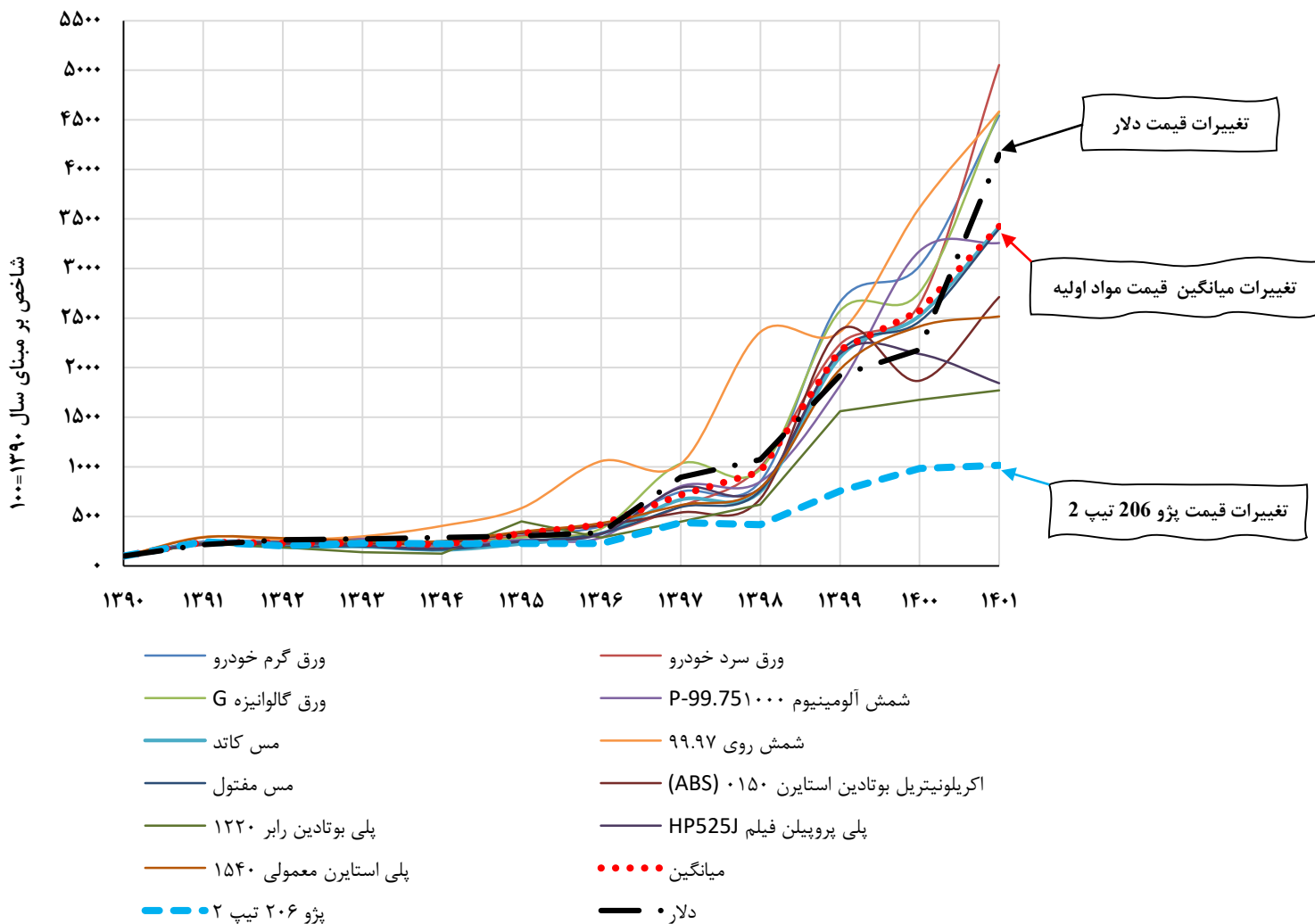
### نمودار 1. تغییرات شاخص قیمت تولیدکننده بخش ساخت وسایل نقلیه موتوری، تریلر و نیم‌تریلر



مأخذ: داده‌های شاخص قیمت تولیدکننده محصولات صنعتی کشور به تفکیک فصل و بخش‌های اصلی بر مبنای سال پایه 100=1395

مرکز آمار ایران.

### نمودار 2. تغییرات قیمت مواد اولیه داخلی عرضه‌شده در بورس کالا



مأخذ: محاسبات بر مبنای داده‌های بورس کالای ایران.

همان‌طور که در نمودارهای فوق مشاهده می‌شود، شاخص قیمت تولیدکننده ساخت و وسایل موتوری، نیم تریلر و تریلر (نمودار 1) و همچنین قیمت مواد اولیه مورد استفاده در ساخت خودرو که از بورس کالا خریداری می‌شود (نمودار 2) هم‌زمان با افزایش قیمت ارز، به‌شدت افزایش پیدا کرده است. در همین حال شورای رقابت که تا شهریور از افزایش قیمت خودروها سر باز می‌زد، نهایتاً در تاریخ 1397/06/12 یکی از اعضای شورای رقابت اعلام کرد که این شورا با ارسال نامه‌ای به بانک مرکزی درخواست ارائه تورم‌بخشی پنج ماهه را داده است و پس از اعلام بانک مرکزی در مورد افزایش قیمت خودرو تصمیم خواهد گرفت.<sup>۵</sup>

<sup>۵</sup><https://www.tasnimnews.com/fa/news/1397/06/12/1819582>



در تاریخ 1397/06/12 وزیر وقت صنعت، معدن و تجارت اعلام کرد که براساس بندهای «4» و «5» مصوبه شورای هماهنگی اقتصادی سران قوا که به تأیید مقام معظم رهبری نیز رسیده، دو موضوع به روشنی بیان شده است: اول اینکه سازمان حمایت مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان به‌عنوان تنها مرجع کارشناسی قیمت در کشور تعیین و بنابراین تمامی مراجع قیمت‌گذاری، مکلفند نظرات کارشناسی این سازمان را مدنظر قرار دهند و دوم اینکه همه مراجع قانونی تعیین قیمت، مکلفند مصوبات خود را پس از تأیید ستاد تنظیم بازار اجرایی کنند و هیچ مرجعی نباید به‌طور مستقیم آنچه به نتیجه می‌رسد را ابلاغ کند. بر این اساس، همه مراجع مربوطه باید پیش از ابلاغ بررسی‌های خود، این نتایج را به ستاد تنظیم بازار ارائه کنند و این نتایج در صورت تأیید، قابلیت اجرا خواهد داشت.<sup>۶</sup>

ستاد تنظیم بازار نیز پس از حدود چهار ماه تأخیر، در تاریخ 1397/10/17 اعلام کرد که خودروسازان می‌توانند 20 درصد از تولیداتشان را به قیمت 5 درصد پایین‌تر از قیمت حاشیه بازار به فروش برسانند. علاوه‌بر آن برای سایر مدل‌های فروش خودروسازان، سازمان حمایت مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان لازم است، براساس دستورالعمل ساماندهی بازار خودرو، ضمن اخذ اسناد و مدارک مرتبط از شرکت‌های عرضه‌کننده خودرو، پس از بررسی و احصای قیمت هر محصول، مراتب را برای تأیید و تصویب به کمیته خودروی مستقر در معاونت امور صنایع وزارت صنعت، معدن و تجارت ارسال کند تا هرگونه اتخاذ تصمیم، براساس مصوبات کمیته مذکور صورت پذیرد.

پس از اعلام این مصوبه ستاد تنظیم بازار، قیمت خودرو در بازار شروع به افزایش کرد به‌نحوی که تا هفته سوم بهمن‌ماه 1397، حدود 30 درصد رشد را تجربه کرد. پس از این رشد قیمتی، وزارت صنعت، معدن و تجارت تصمیم گرفت که فروش فوری خودروسازان در هفته آخر بهمن‌ماه را براساس قیمت حاشیه بازار در هفته اول بهمن‌ماه انجام دهد. نکته جالب توجه آن است که پس از این افزایش قیمت (قیمت‌گذاری براساس 5 درصد پایین‌تر از حاشیه بازار در هفته اول بهمن 1397)، مصوبه ستاد تنظیم بازار دیگر هرگز اجرا نشد و تا انتهای سال 1398 قیمت فروش خودروهای ایران خودرو و سایپا افزایش نیافت. این در حالی بود که قیمت خودرو در بازار طی این 14 ماه افزایش شدیدی را تجربه کرده بود و قیمت مواد اولیه نیز جهش چشمگیری یافته بود.

پس از این اتفاقات نهایتاً در تاریخ 1399/02/22 طی یک بازگشت به عقب در فرایند تصمیم‌گیری، ستاد تنظیم بازار مجدداً دستورالعمل قیمت‌گذاری شورای رقابت را برای قیمت‌گذاری خودرو مورد تأیید قرار داد و قرار بر این شد که به‌صورت سه ماه یک‌بار قیمت خودروها براساس دستورالعمل شورای رقابت

<sup>۶</sup><https://irna.ir/xjrdgt>

به‌روزرسانی شود. تنها تفاوت این دستورالعمل با دستورالعمل قبلی شورای رقابت حذف عامل کیفیت و بهره‌وری از فرمول قیمت‌گذاری بود. علاوه‌براین، در همان جلسه ستاد تنظیم بازار مصوب شد که در صورت وجود تقاضا بیش از تعداد خودروهای عرضه شده، فروش از طریق فرایند قرعه‌کشی صورت خواهد گرفت. همچنین محدودیت‌هایی از جمله عدم پلاک خودرو فعال به نام شخص خریدار، عدم خریداری خودرو از ایران خودرو و سایپا طی سه سال گذشته و ترهین سند خودرو تا یک سال و عدم اجازه انتقال سند به فرد دیگر، برای خریداران خودرو از کارخانه وضع شد. علاوه‌بر آن مقرر شد برای قیمت‌گذاری اولیه خودروهایی که از این به بعد وارد چرخه تولید می‌شوند از شیوه کلینیک خودرو استفاده شود که در آن ترکیبی از هزینه‌های تولید یک خودرو و نظر خبرگان، معیار قیمت‌گذاری خودرو قرار می‌گیرد.

در دولت سیزدهم مجدد مسیر گذشته تکرار شد و طبق مصوبه شصت‌وسومین جلسه شورای عالی هماهنگی اقتصادی سران قوا در 28 مهر سال 1400، بار دیگر شورای رقابت از قیمت‌گذاری خودرو کنار گذاشته شد و مسئولیت تنظیم بازار خودرو از جمله تدوین و ابلاغ دستورالعمل‌های تنظیم قیمت این بازار به ستاد تنظیم بازار سپرده شد.<sup>۷</sup> همچنین طی اطلاعیه‌ای از سوی شورای رقابت این شورا اعلام کرد که بر این اساس از این پس شورای رقابت در خصوص قیمت‌گذاری خودرو تکلیف و اختیاری ندارد و رسیدگی به شکایات شهروندان در خصوص قیمت‌گذاری نیز در این شورا قابلیت استماع ندارد، لذا شایسته است که شهروندان محترم در صورتی که در این خصوص شکایتی دارند، شکایت خود را از طریق مراجع ذی‌صلاح چون وزارت صمت، دادگاه‌های عمومی، سازمان حمایت مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان، سازمان تعزیرات حکومتی و... پیگیری کنند.<sup>۸</sup> پس از این اتفاق، در تاریخ 18 آبان سال 1400 خودروسازان مجوز اصلاح قیمت را دریافت کردند، اما تنها دو روز پس از آن با دستور رئیس‌جمهور این افزایش قیمت ملغی شد.<sup>۹</sup> اما حدود یک ماه بعد در تاریخ 17 آذر مجدداً اجازه افزایش قیمت صادر شد و قیمت مصوب ابلاغ شد.<sup>۱۰</sup> پس از آن با وجود آغاز جنگ اوکراین و افزایش قیمت نهاده‌های تولید و همچنین افزایش نرخ ارز دیگر مجوز اصلاح قیمت صادر نشد.

با منقضی شدن زمان مصوبه شورای عالی هماهنگی اقتصادی پس از یک سال از آن، قیمت‌گذاری مجدداً برعهده شورای رقابت قرار گرفت. در نهایت شورا در جلسه مورخ 1401/11/11 دستورالعمل قیمت‌گذاری

<sup>۷</sup> [mehrnews.com/xWMpt](http://mehrnews.com/xWMpt)

<sup>۸</sup> <https://www.nicc.gov.ir/center/news-center.19-19-08-25-12-2021-1383/html>

<sup>۹</sup> <https://www.tasnimnews.com/fa/news/1400/08/20/2606424>

<sup>۱۰</sup> <https://www.tasnimnews.com/fa/news/1400/09/17/2622238>





خودرو را به تصویب رساند.<sup>۱۱</sup> پس از آن و بعد از جلسات متعدد در نهایت قیمت‌های جدید خودروها که براساس صورت‌های مالی خودروسازان در انتهای شهریور ۱۴۰۱ (و نه هزینه‌های تولید اسفند ۱۴۰۱ که با توجه به جهش نرخ ارز در نیمه دوم سال، افزایش چشمگیری یافته بود) از سوی سازمان حمایت محاسبه شده بود در تاریخ ۱۴۰۲/۰۱/۱۶ به تأیید شورای رقابت رسید و به وزارت صنعت ابلاغ شد، اما به فاصله یک روز پس از آن و پیش از ابلاغ عمومی، معاون اول ریاست جمهوری طی نامه‌ای درخواست تجدیدنظر و کاهش قیمت را ارائه داد.<sup>۱۲</sup> در نهایت پس از کش و قوس‌های فراوان با تشکیل کارگروه تخصصی خودرو با راهبری شورای رقابت و تعامل انجام شده بین کارشناسان این شورا با وزارت صمت و خودروسازان، شورای رقابت به درخواست دولت تن داد و با تعدیل مصوبه خود، قیمت‌های جدید تولیدات ایران خودرو و سایپا را اعلام کرد به نحوی که به‌طور میانگین افزایش قیمت آنها ۲۸ درصد اعلام شد.<sup>۱۳</sup> با توجه به توضیحات فوق، قیمت‌گذاری خودرو طی یک دهه گذشته به‌صورت خلاصه به شرح جدول ۱ است:

---

<sup>۱۱</sup> <https://www.nicc.gov.ir/council/decisions-council/1590-543-11-1401.html>

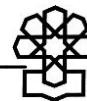
<sup>۱۲</sup> <https://www.alef.ir/news/4020117068.html>

<sup>۱۳</sup> <https://www.tasnimnews.com/fa/news/1402/01/20/2877865>

جدول 1. سیر تحولات قیمت‌گذاری خودرو طی 10 سال گذشته

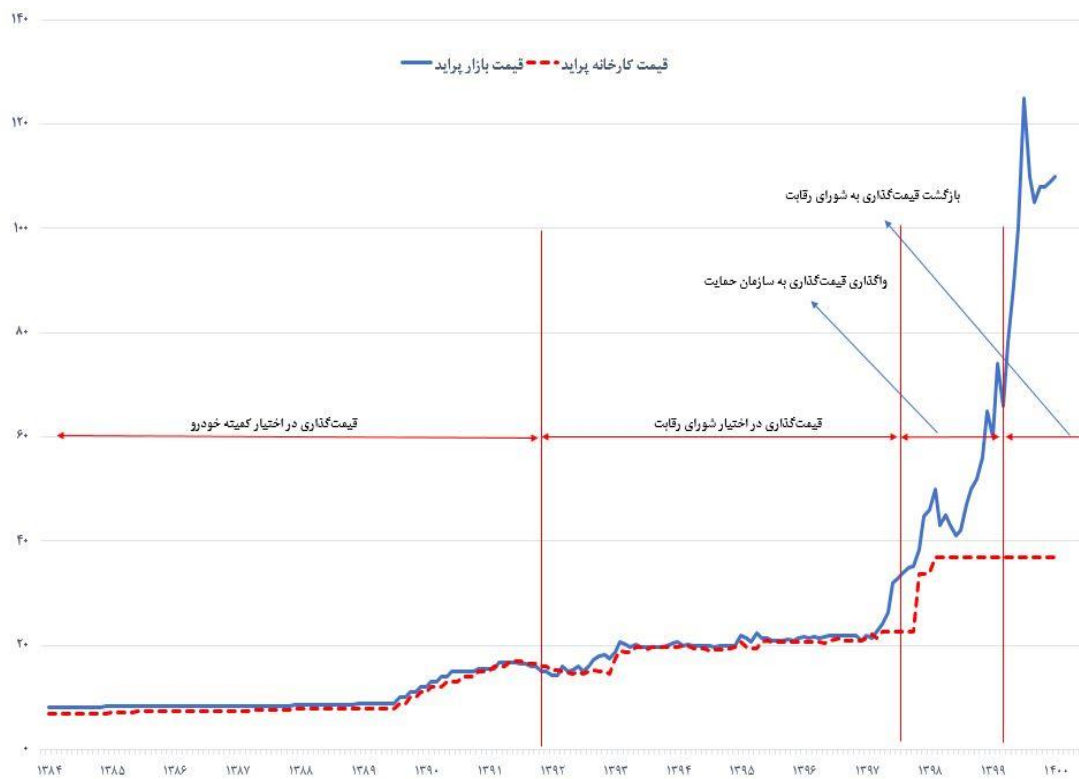
بازه زمانی	مسئول قیمت‌گذاری	مبنای قانونی	دستورالعمل قیمت‌گذاری	ملاحظات اجرای دستورالعمل‌ها
1391/11/08 الی 1391/12/20	کارگروه کنترل بازار و تأیید هیئت وزیران	مصوبه 219604-ت 48802 ک مورخ 91/11/08 کارگروه کنترل بازار و تأیید هیئت وزیران	فروش به قیمت بازار اما واریز 95 درصد از وجوه ما به‌تفاوت قیمت محاسباتی با لحاظ نرخ ارز مبادله‌ای و قیمت تجاری در دوره‌های سه ماهه به خزانه‌داری کل کشور	به‌دلیل ورود شورای رقابت به مسئله قیمت‌گذاری با فاصله کوتاهی پس از این مصوبه، این شیوه قیمت‌گذاری به اجرا در نیامد.
1391/12/20 الی 1397/07/25	شورای رقابت	بند «۵» ماده (۵۸) قانون اجرایی اصل (۴۴) قانون اساسی	$P_t = P_{t-1} + P_{t-1} \times (\rho + Z + X)$	شورای رقابت در انتهای سال ۱۳۹۱ براساس آنالیز هزینه تمام شده خودروها، به قیمت‌گذاری اقدام کرد و پس از آن با شاخص تورم تولیدکننده و معیارهای کیفیت و بهره‌وری به تعدیل قیمت‌ها اقدام کرد.
1397/07/25 الی 1399/02/22	ستاد تنظیم بازار	مصوبه نهمین جلسه شورای عالی هماهنگی اقتصادی سران قوا	فروش خودرو به قیمت 5 درصد پایین‌تر از حاشیه بازار	این دستورالعمل صرفاً یک بار و در هفته سوم بهمن‌ماه به اجرا درآمد و پس از آن تا اردیبهشت سال ۱۳۹۹ هیچ‌گونه قیمت‌گذاری مجدد و افزایش قیمتی برای خودروسازان اعمال نشد.
1399/02/22 الی 28 مهر 1400	شورای رقابت	مصوبه ستاد تنظیم بازار	$P_t = P_{t-1} + P_{t-1} \times (\rho + Z + X)$	این دستورالعمل با این قید که خودروها به‌صورت سه ماه یک‌بار با شاخص تورم تولیدکننده خودرو تعدیل شوند به اجرا درآمد؛ اما از پاییز ۱۳۹۹ به همین مصوبه نیز اجرا نشد و قرار بر تعدیل قیمت 6 ماه یک‌بار خودروسازان شد. در این دوره نیز همان آنالیز قیمت خودروسازان در سال ۱۳۹۱ مبنای به‌روزرسانی قیمت‌ها قرار گرفت. در این دوره، برای ایجاد شانس برابر برای خرید خودرو، سیاست قرعه‌کشی برای فروش خودرو شروع شد.
از 28 مهر 1400 الی 28 مهر 1401	ستاد تنظیم بازار	مصوبه شصت‌وسومین جلسه شورای عالی هماهنگی اقتصادی سران قوا	افزایش 18 درصدی قیمت‌های مصوب براساس تورم‌بخشی با فرمول شورای رقابت	در 18 آبان 1400 مجوز افزایش قیمت توسط وزارت صمت ابلاغ شد که این مصوبه در 20 آبان توسط رئیس محترم جمهور لغو شد. در نهایت افزایش قیمت 18 درصدی محصولات خودروسازان در 17 آذر 1400 براساس تورم‌بخشی اعلام شد.
از 28 مهر 1401 تا هم‌اکنون	شورای رقابت	بند «۵» ماده (۵۸) قانون اجرایی اصل (۴۴) قانون اساسی	ضابطه قیمت‌گذاری مصوب هیئت تعیین و تثبیت قیمت‌های سازمان حمایت	تا پایان سال 1401 قیمت خودروها اصلاح نشد و اجرایی شدن مصوبه افزایش قیمت خودرو تا 20 فروردین 1402 به طول انجامید و در نهایت نیز قیمت‌ها به میزانی پایین‌تر از مصوبه اولیه شورای رقابت، تعدیل شد.

مأخذ: تحقیق.



همان‌طور که در نمودار 2 برای خودرو پراید مشخص شده است در بازه سال 1384 تا 1390 که قیمت‌گذاری را کمیته خودرو انجام می‌داد و ثبات ارزی در کشور برقرار بود، قیمت کارخانه به میزان اندکی پایین‌تر از قیمت بازار قرار داشت. پس از سال 1391 که قیمت‌گذاری خودرو را شورای رقابت انجام داد هم‌زمان با جهش ارز، اختلاف میان قیمت بازار و کارخانه به‌مرور زیاد شد. هرچند شورا با افزایش قیمت و به‌روزرسانی سریع قیمت خودرو، فاصله میان بازار و کارخانه را از بین برد اما همچنان این اختلاف از سال 1395 به‌مرور آغاز شد و با جهش ارزی سال 1397 شدت یافت. پس از مهر 1397 و با واگذاری قیمت به سازمان حمایت، به‌دلیل آنکه این سازمان تنها یک‌بار (در بهمن 1397) به‌روزرسانی قیمت را انجام داد، در سال 1398 اختلاف بازار و کارخانه شدت یافت. از ابتدای سال 1399 و با واگذاری مجدد قیمت به شورا اختلاف قیمت همچنان پابرجا ماند.

### نمودار 3. تغییرات قیمت کارخانه و بازار طی سال‌های 1384-1399



مأخذ: قیمت‌های اعلامی کارخانه و سایت‌های روزنامه‌های اعلام قیمت بازار.

## 2. مقایسه قیمت کارخانه خودروهای ایرانی و خودروهای خارجی

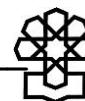
در مواجهه با مسئله قیمت‌گذاری یکی از سؤال‌های مهم، این است که خودروهای ایرانی به نسبت خودروهای خارجی گران‌تر هستند یا ارزان‌تر؟ برای پاسخ به این سؤال در جدول 3 تلاش شده است تا مقایسه‌ای میان قیمت فروش کارخانه ارزان‌ترین خودروهای خارجی با قیمت فروش کارخانه خودروهای پرفروش ایرانی انجام شود. برای آنکه این مقایسه دقیق‌تر صورت گیرد، هزینه‌های حاکمیتی از جمله عوارض شماره‌گذاری و مالیات بر ارزش‌افزوده از قیمت فروش خودروهای داخلی و خارجی کسر شده است.

جدول 2. مقایسه قیمت و مشخصات ارزان‌ترین خودروهای ساخت داخل و خودروهای خارجی<sup>۱۴</sup>

نام خودرو	قیمت کارخانه (هزار دلار)	وزن (کیلوگرم)	مصرف سوخت ترکیبی (لیتر بر 100 کیلومتر)	توان موتور (اسب بخار)	حداکثر سرعت (کیلومتر بر ساعت)	سطح ایمنی <sup>۱۵</sup> (Eu ncap)
رنو کوئید (نسخه هند)	5.9	775	4.5	54	135	صفر ستاره ایمنی
ام وی ام 110 (نسخه چینی ماتیز)	6.0	880	4.1	51	130	صفر ستاره ایمنی
سوزوکی_ماروتی آلتو	4.8	740	4.2	67	145	صفر ستاره ایمنی
هیوندای i10 (نسخه هند)	7.8	950	5.0	68	166	دو ستاره (2020_سرنشین)
داچیا ساندرو 2022	15.7	1062	5.3	90	170	دو ستاره (2022)
کیا پیکانتو	16.2	976	5.8	84	161	سه ستاره (2017)
پژو 206 تیپ 2	3.4	1025	6.4	75	170	چهار ستاره (2000_سرنشین)
رانا پلاس	4.9	1113	7.3	105	190	-
سمند EF7	3.6	1344	7.54	113	190	-

<sup>۱۴</sup>. قیمت خودروهای ساخت داخل براساس دلار 43.6 هزار تومان در تاریخ 1401/10/12 محاسبه شده است.

<sup>۱۵</sup>. میزان ایمنی خودروهایی که تست ایمنی گرفته‌اند در این جدول ذکر شده است و علامت «-» به این معنی است که تست ایمنی برای خودرو مذکور انجام نشده و یا نتایج تست آن منتشر نشده است.



–	190	105	8.15	1214	4	پارس TU5
–	189	113	7.43	1258	5.2	دنا پلاس
–	170	87	6.95	1015	2.7	تیبا
–	170	87	6.53	1040	2.9	تیبا 2
–	170	87	7.14	1065	3.8	کوییک
–	170	87	7.14	1065	4	کوییک R
–	170	87	7.02	1050	2.8	ساینا
–	170	87	7.02	1050	3.8	ساینا s

مأخذ: تارنمای فروش شرکت‌های تولیدکننده

با توجه به جدول فوق قیمت فروش کارخانه عموم خودروهای پرفروش داخلی، هم‌قیمت و یا ارزان‌تر از ارزان‌ترین خودروهای خارجی است و حتی خودروهای 206 تیپ 2، تیبا، تیبا 2 و ساینا با قیمتی کمتر از ارزان‌قیمت‌ترین خودروهای خارجی (سوزوکی\_ماروتی آلتو)، توسط کارخانه فروخته می‌شود<sup>۱۶</sup>؛ اما مسئله در کشور این است که به دلیل شیوه قیمت‌گذاری در دهه گذشته و تبدیل شدن خودرو به یک کالای سرمایه‌ای، قیمت‌های بازار با قیمت کارخانه فاصله قابل توجهی دارد.

### 3. مقایسه افزایش قیمت کارخانه‌ای خودرو و سایر کالاهای صنعتی

اگر مقایسه‌ای میان افزایش قیمت فروش کارخانه شرکت‌های خودروسازی و تولیدکنندگان سایر کالای صنعتی طی سال‌های 1۴۰۱-1۳۹۶ صورت دهیم، مشاهده می‌شود که قیمت کارخانه خودروها از همه این کالاها رشد قیمت کمتری را تجربه کرده است.

#### جدول 3. میزان افزایش قیمت برخی محصولات از سال 1396 تا 1401

نام شرکت	محصول	میانگین قیمت فروش کارخانه	میانگین قیمت فروش کارخانه	نرخ رشد قیمت
----------	-------	---------------------------	---------------------------	--------------

<sup>16</sup>. شایان ذکر است این مقایسه بدون در نظر گرفتن برابری قدرت خرید بین کشورها صورت گرفته و صرفاً یک مقایسه ساده بین قیمت کارخانه‌ای خودروهاست.

تولیدکننده	اردیبهشت 1396 (میلیون تومان)	شهریور 1401 (میلیون تومان)	(درصد)
آبسال	کولر آبی	0.668	1001.3
	ماشین لباس‌شویی	0.930	727.3
	بخاری گازی	0.200	670.5
بوتان	آب گرمکن	0.366	905.5
	شوفاز	1.420	802.0
پارس خزر	محصولات پخت‌وپز	0.149	879.9
	محصولات غذاساز	0.164	1007.3
ایران خودرو <sup>۱۷</sup>	پژو پارس سال	36.539	460.4
	پژو 207 دنده دستی	42.051	512.5
	دنا	42.68	559.39
سایپا	ساینا	27.888	646.3
		<sup>۱۸</sup> 281.427	<sup>۱۹</sup> 208.123

مأخذ: صورت‌های مالی اردیبهشت 1396 و شهریور 1401 شرکت‌های آبسال، بوتان، پارس خزر، ایران خودرو و سایپا.

حال این سؤال ایجاد می‌شود که چه عاملی موجب افزایش کمتر بهای فروش کارخانه خودرو نسبت به

سایر محصولات شده است؟ برای پاسخ به این سؤال لازم است دستورالعمل قیمت‌گذاری شورای رقابت مورد بررسی دقیق قرار گیرد.

#### ۴. ایرادهای وارده بر شیوه فعلی قیمت‌گذاری خودرو

از سال 1391 تا به امروز، در زمان‌هایی که مسئولیت قیمت‌گذاری برعهده شورای رقابت بود، این شورا با استفاده از فرمولی که اعلام کرده بود، قیمت خودرو را محاسبه می‌کرد. در ادامه ابتدا دستورالعمل شورای رقابت معرفی می‌شود سپس آثار این فرمول بر صنعت و بازار خودرو مورد بررسی قرار می‌گیرد.

#### ۴-۱. معرفی دستورالعمل قیمت‌گذاری شورای رقابت

شورای رقابت قیمت خودروها را در حال حاضر براساس فرمول زیر تعیین می‌کند.

<sup>17</sup>. قیمت‌های ایران خودرو و سایپا براساس قیمت‌های اعلامی شورای رقابت در زمان مذکور، گزارش شده است.

<sup>18</sup>. به دلیل عدم تولید دنا معمولی در سال 1402، برای قیمت دنا در سال 1402، از قیمت دنا پلاس استفاده شده است.

<sup>19</sup>. به دلیل عدم تولید ساینا معمولی در سال 1402، برای قیمت ساینا در سال 1402، از قیمت ساینا S استفاده شده است.



$$P_n = P_{n-1} + P_{n-1} \times (\dot{\rho} + Z + X)$$

$P_n$  = قیمت جدید  $\dot{\rho}$  = نرخ تورم بخشی

$P_{n-1}$  = قیمت قبلی  $Z$  = شاخص کیفیت

$X$  = نرخ بهره‌وری  $n$  = مرتبه

آنالیز قیمت اولیه در این فرمول براساس قیمت‌های سال 1391 که به تشخیص شورای رقابت، بازار در حالت تعادلی قرار داشت محاسبه و قیمت پایه تعیین می‌شد. در خصوص خودروهای جدید نیز از روش کلینیک خودرو برای تعیین قیمت استفاده می‌شود. در این شیوه تعدادی از متخصصان حوزه خودرو، خودرو را بررسی می‌کنند و قیمت پایه براساس میانگین‌گیری از قیمت اعلامی آنان تعیین می‌شود. همچنین 7 درصد سود و 5 درصد هزینه مالی نیز در قیمت پایه لحاظ می‌شود.

نرخ تورم بخشی مورد استفاده در این فرمول محاسباتی را بانک مرکزی اعلام می‌کند. بانک مرکزی هر سه ماه یکبار میزان تورم 75 گروه کالایی مربوط به خودرو را بررسی می‌کند و براساس آن میزان تورم بخشی خودرو را اعلام و پس از اعلام تورم بخشی، شورای رقابت قیمت خودرو را به‌روزرسانی می‌کند. شاخص کیفیت براساس رابطه محاسباتی زیر تعیین می‌شود.

$$Z = \frac{1}{2} \times \frac{\text{تغییر کیفیت در سال}}{\text{بدترین کیفیت سال}}$$

میزان کیفیت در رابطه محاسباتی بالا براساس گزارش شرکت بازرسی کیفیت و استاندارد ایران تعیین می‌شود این شرکت با بازدید از خط تولید و نظرات مصرف‌کنندگان اقدام به امتیازبندی خودروها می‌کند. میزان بهره‌وری منفی 2 درصد لحاظ می‌شود یعنی در صورتی که همه متغیرها ثابت باشند قیمت خودرو باید هر سال 2 درصد کاهش یابد.

#### ۴-۲. بررسی منابع خطا در فرمول شورای رقابت و راهکارهای رفع خطا

تعیین قیمت تمام شده کالایی مانند خودرو که در حدود 30 هزار قطعه دارد بسیار پیچیده و زمان‌بر است. از این رو تعیین فرمول محاسباتی که به صورت دقیق قیمت خودرو را مشخص کند و در شرایط مختلف تورمی، کارایی داشته باشد امری دشوار خواهد بود. در قسمت قبل فرمول محاسباتی شورای رقابت برای قیمت خودرو معرفی شد. این فرمول خطاهایی دارد که سبب می‌شود قیمت محاسبه شده با هزینه تمام شده خودرو ساز، متفاوت باشد که گذشت زمان و تورم این تفاوت را تشدید می‌کند. مهم‌ترین منابع خطای رابطه محاسباتی شورای رقابت و راهکارهای حذف خطا به شرح زیر است.

## ۴-۲-۱. پس‌نگر بودن دستورالعمل قیمت‌گذاری شورای رقابت

یکی از مهم‌ترین مشکلات عموم فرمول‌های قیمت‌گذاری که براساس محاسبه هزینه تمام شده (cost plus) تدوین شده‌اند که فرمول شورای رقابت نیز از جمله آنهاست، پس‌نگر بودن آنها و تبعیت از قیمت‌های گذشته است. به عبارت دیگر در این شیوه قیمت‌گذاری، تولیدکننده با اینکه براساس هزینه‌های جاری به تولید اقدام می‌کند، اما محصولات آن، براساس هزینه‌های چند ماهه گذشته، ارزش‌گذاری می‌شود، این مسئله به‌ویژه در شرایط تورم‌های شدید، مشابه آنچه طی سال‌های ۱۳۹۷ تا ۱۴۰۰ رخ داد، تولیدکننده را متضرر می‌کند.

## ۴-۲-۲. تجمع خطا ناشی از خطا در تورم‌بخشی

با توجه به دشواری و هزینه بالای محاسبه قیمت تمام شده در فرمول محاسباتی شورای رقابت، قیمت اولیه به صورت متوالی متناسب با تورم‌بخشی تغییر می‌کند. در صورتی که میزان کمی خطا در تورم‌بخشی وجود داشته باشد، با گذشت زمان و به‌روزرسانی‌های متوالی، خطای قابل توجهی در قیمت تمام شده ایجاد خواهد شد.

$$\begin{aligned} P_n &= P_{n-1} + P_{n-1} \times (\rho_n - e_n) = P_{n-1} \times (1 + \rho_n - e_n) = \\ &P_0 \times (1 + \rho_1 - e_1) \times (1 + \rho_2 - e_2) \dots \times (1 + \rho_n - e_n) \approx \\ &P_0 \times (1 + (\rho_1 + \rho_2 + \dots + \rho_n) - (e_1 + e_2 + \dots + e_n)) = \\ &P_0 \times (1 + n \times \bar{\rho} - n \times \bar{e}) = \hat{P}_n - E \end{aligned}$$

$P_0$  = قیمت اولیه

$E$  = خطای قیمت نهایی

$P_n$  = قیمت نهایی اعلامی شورای رقابت

$\hat{P}_n$  = قیمت واقعی

$e_n$  = خطای تورم‌بخشی

$\bar{e}$  = میانگین خطای تورم‌بخشی

$\bar{\rho}$  = میانگین تورم‌بخشی



با بسط رابطه محاسباتی که در بالا آمده است مشخص می‌شود با تکرار به‌روزرسانی، میزان خطا رشد می‌کند. برای حذف خطای فوق باید قیمت خودرو سالیانه محاسبه شود و در تعیین قیمت از اطلاعات قبلی استفاده نشود؛ مانند روشی که برای تعیین قیمت خودروهای مدل جدید که قبلاً ساخته نشده بودند استفاده می‌شود.

#### ۴-۲-۳. خطای ناشی از تأخیر در به‌روزرسانی قیمت

به‌روزرسانی قیمت خودرو از سوی شورای رقابت، متوقف به اعلام تورم بخشی بانک مرکزی بود. تورم بخشی هر فصل از سال تقریباً یک ماه پس از پایان فصل اعلام می‌شد از این رو به‌روزرسانی قیمت خودرو تقریباً با چهار ماه تأخیر انجام می‌شد. در صورتی که میزان تورم طی دوره‌های به‌روزرسانی، بالا باشد این تأخیر می‌تواند به زیان خودروسازان منجر شود. برای حذف خطای فوق لازم است به‌روزرسانی قیمت خودروها در هر فصل و به‌طور متوالی انجام شود.

#### ۴-۲-۴. خطا در تعیین هزینه‌های مالی

میزان هزینه مالی لحاظ شده از سوی شورای رقابت در تعیین قیمت خودرو حداکثر 5 درصد بود. این در حالی است که هزینه مالی خودروسازان طبق صورت‌های مالی برخی از سال‌ها به حدود 12 درصد قیمت تمام شده نیز می‌رسید. شورای رقابت معتقد بود هزینه مالی خودروسازان ناشی از سرمایه‌گذاری‌های غیرمرتبط و ناکارآمدی‌های مدیریتی است. استدلال شورای رقابت در این زمینه که سرمایه‌گذاری‌های نامرتبط و ناکارآمدی در این صنعت وجود دارد صحیح است اما نباید باعث شود که هزینه‌های مالی عملیاتی تولید نادیده گرفته شود. به‌ویژه آنکه خودروسازان به دلیل زیان‌دهی طی سال‌های گذشته و عدم امکان تأمین نقدینگی و سرمایه‌گذاری از محل سود خود، لاجرم نیازمند تأمین نقدینگی از طریق اخذ تسهیلات و پیش‌فروش خودرو بوده‌اند که این مسئله هزینه‌های مالی خودروسازان را بیش‌ازپیش زیاد کرده و زیان‌دهی مستمر و عدم لحاظ آن در قیمت تمام شده، خودروسازان را وارد یک بازی پانزی کرده است. از همین رو باید هزینه‌های مالی ناشی از عملیات تولید طبق صورت‌های مالی حسابرسی شده در محاسبه قیمت تمام شده، لحاظ شود.

#### ۴-۲-۵. خطا در تعیین سود

میزان سود خودروسازان را شورای رقابت 7 درصد تعیین کرده بود. این در حالی است که طبق ضوابط قیمت‌گذاری سازمان حمایت از مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان، میزان سود کالاهای مشمول قیمت‌گذاری 17 درصد لحاظ می‌شود.<sup>۱</sup> با توجه به مدت زمان طولانی گردش سرمایه در این صنعت و تورم‌های شدید در کشور، سود 7 درصدی نمی‌تواند انگیزه کافی برای سرمایه‌گذاری در صنعت خودرو

<sup>۱</sup> ضوابط قیمت‌گذاری کالاهای تولید داخل (ابلاغی مورخ ۱۳۸۹/۰۵/۲۵ وزیر بازرگانی و رئیس مجمع عمومی سازمان حمایت).

را ایجاد کند. البته گفتنی است عملیات تولید در خودروسازان دیگر کشورها معمولاً سودی پایین‌تر از این مقدار دارد اما به دلیل شرایط تورم در ایران، سود 7 درصد برای یک فعالیت تولیدی ناچیز محسوب می‌شود.

#### ۴-۲-۶. خطا در تعیین شاخص‌های کیفیت

در شاخص کیفیتی که شورای رقابت در نظر گرفته است، شاخص‌های کلیدی سنجش کیفیت از جمله سطح ایمنی، مصرف سوخت و میزان آلاینده‌گی لحاظ نمی‌شوند. به عبارت دیگر اگر شاخص‌های دقیقی از موارد اشاره شده فوق، در شاخص کیفیت وجود داشت، آنگاه به دلیل اینکه عملاً یک نظام تشویقی و تنبیهی برای خودروساز بر مبنای میزان کیفیت ایجاد می‌کرد، سرمایه‌گذاری خودروسازان در حوزه کیفیت به شکل معناداری سود آنها را متأثر می‌کرد و می‌توانست به توسعه کیفیت منجر شود.

#### ۴-۲-۷. مؤثر نبودن میزان مشوق

اگر کیفیت خودرویی از پایین‌ترین رده کیفی به بالاترین رده کیفی ارتقا یابد حداکثر 2 درصد به قیمت آن خودرو افزوده می‌شود با توجه به هزینه‌های بالای تحقیق و توسعه محصول (6 درصد قیمت تمام شده برای محصول جدید) و تورم بالا در کشور، با افزایش میزان مشوق می‌توان انگیزه سرمایه‌گذاری در راستای افزایش کیفیت را تقویت کرد.

#### ۵. آثار شیوه فروش و قیمت‌گذاری فعلی بر مصرف‌کنندگان

در شرایط فعلی خرید خودرو از کارخانه برای مردم نیز بسیار دشوار شده است. به صورت نمونه در جداول 5 تا 9 آمار تعدادی از طرح‌های فروش فوق‌العاده شرکت‌های ایران خودرو و سایپا ارائه شده است.

#### جدول 4. فروش فوق‌العاده و قرعه‌کشی مرحله هفدهم شرکت ایران خودرو (خرداد 1400)

نام خودرو	تعداد ثبت‌نامی‌ها	ظرفیت فروش	اختلاف قیمت بازار و کارخانه (میلیون تومان)	شانس خرید
پارس TU5	2.364.311	2000	155	0.08 درصد
پارس سال	917.721	14000	130	1.52 درصد
دنا پلاس توربو	216.688	10.000	145	4.61 درصد
مجموع	3.498.720	26.000	-	0.74 درصد

مأخذ: داده‌های منتشر شده ایران خودرو و سایپا.

جدول 5. فروش فوق العاده و قرعه کشی مرحله نهم شرکت سایپا (خرداد 1400)

نام خودرو	تعداد ثبت نامی ها	ظرفیت فروش	اختلاف قیمت بازار و کارخانه (میلیون تومان)	شانس خرید
کوئیک R	16.783	2500	25	8.9 درصد
کوئیک R تریم قرمز	15.104	2500	27	8.5 درصد
کوئیک	29.743	13000	27	9.8 درصد
تیبا 2	215.247	5000	51	5 درصد
سایپا 151	9.596	1000	0	4.2 درصد
مجموع	286.473	24.000		8.3 درصد

مأخذ: همان.

جدول 6. فروش فوق العاده و قرعه کشی مرحله دوم شرکت ایران خودرو

در سامانه یکپارچه (مرداد 1401)

نام خودرو	تعداد ثبت نامی ها	ظرفیت فروش	اختلاف قیمت بازار و کارخانه (میلیون تومان)	شانس خرید
پژو 206 تیپ 2	1.142.496	3000	148.4	0.26
پژو 207 اتوماتیک	620.429	1000	286	0.16
پژو پارس سال	2.221.915	4500	145.1	0.20
تارا اتوماتیک	71.991	500	160.3	0.69
دنا پلاس اتوماتیک	118.091	1000	106.7	0.84
مجموع		10.000	-	0.30

مأخذ: همان.

جدول 7. فروش فوق العاده و قرعه کشی مرحله دوم شرکت سایپا

در سامانه یکپارچه (مرداد 1401)

نام خودرو	تعداد ثبت نامی ها	ظرفیت فروش	اختلاف قیمت بازار و کارخانه (میلیون تومان)	شانس خرید
کوئیک R	18770	23000	40.9	122 درصد
مجموع	18770	23000	-	122 درصد

مأخذ: همان.

جدول 8. فروش فوق العاده و قرعه کشی شرکت ایران خودرو طرح عادی (27 دی 1401)

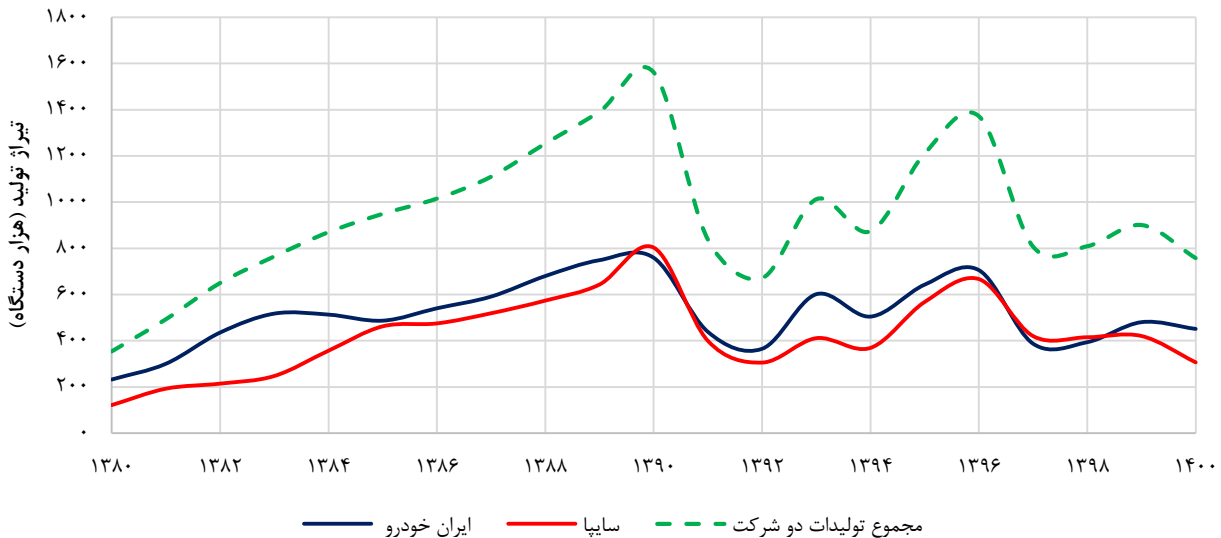
نام خودرو	تعداد ثبت نامی ها	ظرفیت فروش	اختلاف قیمت بازار و کارخانه (میلیون تومان)	شانس خرید
سورن پلاس دوگانه	1.941.891	400	208.9	0.02
پارس XU7 سفارشی	1.855.225	5600	255.9	0.30
پارس XU7 سفارشی ELX	3.405.628	1200	307.9	0.03
رانا پلاس	1.550.057	1200	230	0.07
مجموع	8.752.849	8400	-	0.21

مأخذ: همان.

با توجه به جداول فوق ذکر چند نکته حائز توجه است:

- مجموع تقاضا برای دو شرکت ایران خودرو و سایپا بسیار بیشتر از ظرفیت تولید این دو شرکت خودروسازی و همچنین بسیار بیشتر از میزان تولید سالیانه طی دو دهه گذشته است.

#### نمودار 4. تیراژ تولید سالیانه شرکت‌های ایران خودرو و سایپا طی دو دهه گذشته



مأخذ: صورت‌های مالی سالانه شرکت ایران خودرو و سایپا

- با توجه به نمودار 3، رکورد تولید دو شرکت ایران خودرو و سایپا در سال 1390 بوده که مجموعاً حدود 1.6 میلیون دستگاه تولید کرده‌اند و تنها در سال 1396 توانسته‌اند به این سطح از تولید نزدیک شوند؛ اما در شرایط کنونی و با وجود افزایش چند برابری قیمت خودرو نسبت به سال 1396، در هر مرحله از فروش فوق‌العاده ایران خودرو و سایپا مجموعاً بیش از 3.5 میلیون نفر، متقاضی خرید خودرو هستند که این مسئله نشان می‌دهد عاملی به جز تقاضای مصرفی موجب افزایش تقاضا بدین صورت شده است.

- در هر خودرویی که اختلاف قیمت کارخانه و بازار بیشتر است، میزان تقاضا برای ثبت‌نام، بیشتر بوده است به نحوی که خودروهای شرکت ایران خودرو به علت اختلاف قیمت زیاد با بازار، تقاضای چند برابری نسبت به سایپا دارند.

- شانس خرید خودرو برای هر فرد از شرکت ایران خودرو زیر 1 درصد و در شرکت سایپا زیر 10 درصد است. از همین رو امکان خرید خودرو از کارخانه برای متقاضیان بسیار کم است.

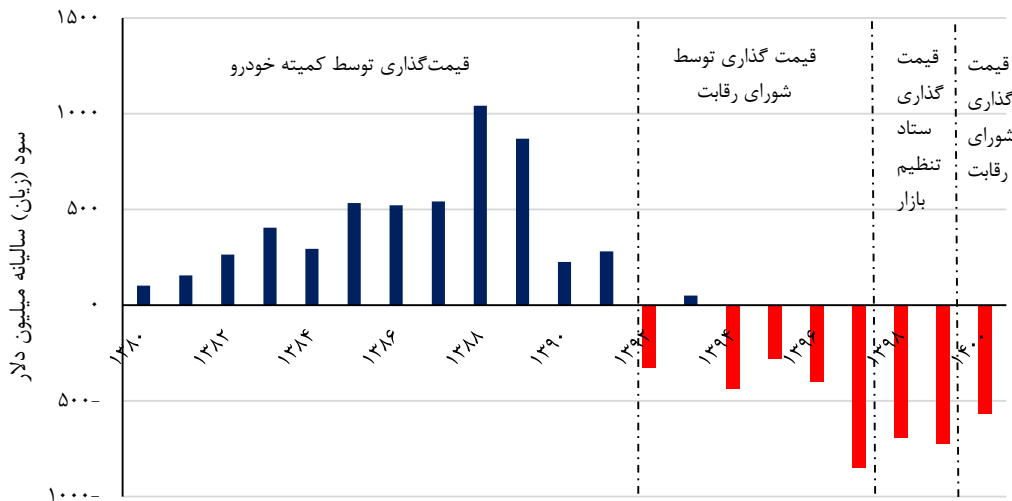
## ۶. اثر شیوه فعلی قیمت‌گذاری بر خودروسازان

قطع همکاری شرکای خارجی، نوسانات قیمت ارز، ارتقای سطح استانداردهای اجباری و مدل قیمت‌گذاری شورای رقابت در کنار سایر چالش‌های داخلی صنعت خودرو، سبب ایجاد مشکلاتی مانند افزایش زیان انباشته، افزایش هزینه‌های مالی خودروسازان و غیره شده است. در این قسمت به صورت ویژه آثار شیوه قیمت‌گذاری بر خودروسازان مورد بررسی قرار می‌گیرد که از جمله آن می‌توان به موارد زیر اشاره کرد:

### ۶-۱. سود (زیان) سالیانه

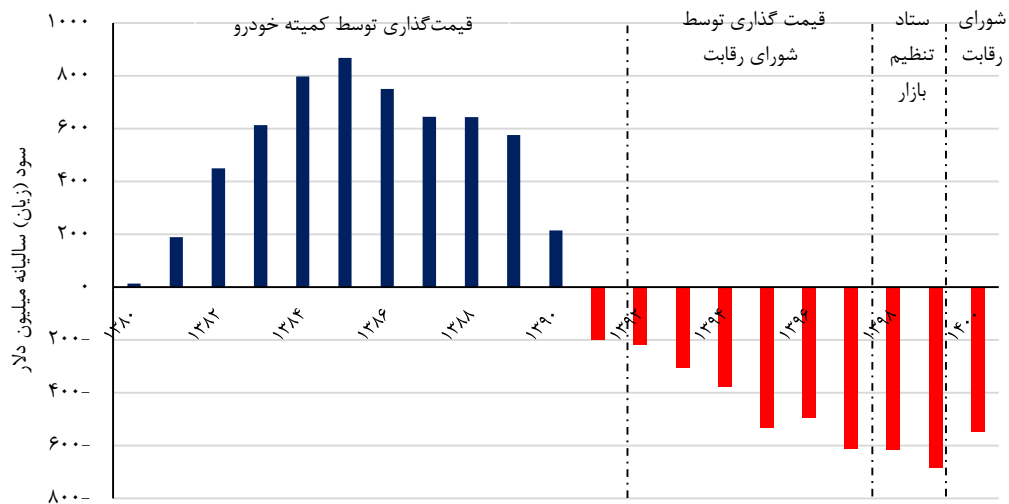
مشاهده میزان سود سالیانه شرکت‌های خودروسازی طی دو دهه گذشته تحت شیوه‌های مختلف قیمت‌گذاری جالب توجه است. سود سالیانه دو شرکت ایران خودرو و سایپا طی سال‌های ۱۳۸۰-۱۳۹۹ به صورت زیر است. برای آنکه امکان مقایسه بین سال‌های مختلف وجود داشته باشد، سود و زیان خالص هر دو گروه طی دو دهه گذشته به دو صورت محاسبه شده است. در دو نمودار ابتدایی سود سالیانه هر دو شرکت بر میانگین نرخ ارز بازار در هر سال تقسیم شده است و سپس در نمودار بعدی سود (زیان) خالص هر دو شرکت بر اساس نرخ تورم تولیدکننده بخش ساخت وسایل نقلیه موتوری، تریلر و نیم‌تریلر تعدیل شده است:

### نمودار ۵. سود (زیان) خالص سالیانه گروه ایران خودرو بر حسب میلیون دلار



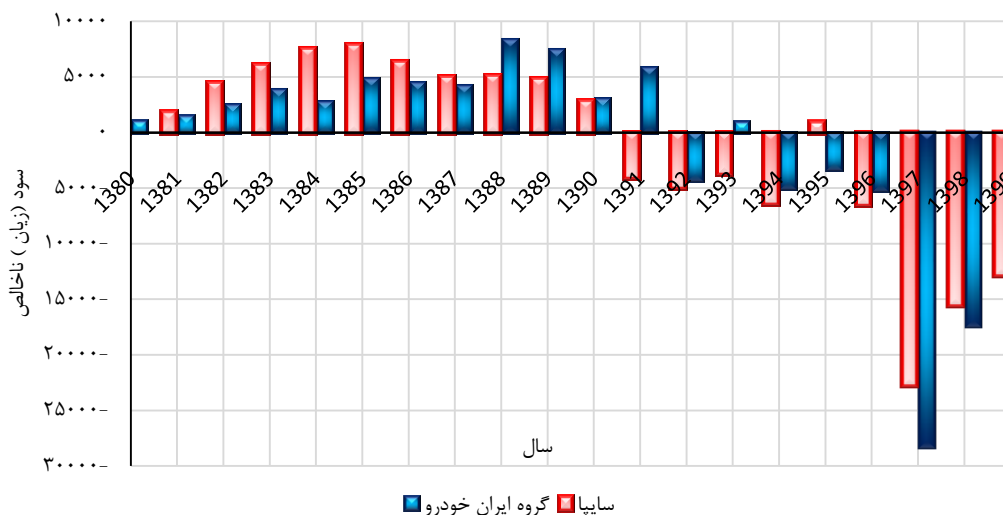
مأخذ: صورت‌های مالی تلفیقی حسابرسی شده گروه ایران خودرو و قیمت ارز بازاری در هر سال.

### نمودار 6. سود (زیان) خالص سالیانه گروه سایپا بر حسب میلیون دلار



مأخذ: صورت‌های مالی تلفیقی حسابرسی شده گروه سایپا و قیمت ارز بازاری در هر سال. همان‌طور که مشاهده می‌شود هر دو شرکت ایران خودرو و سایپا با شروع قیمت‌گذاری توسط شورای رقابت و هم‌زمان با شروع تحریم‌ها دچار کاهش سود و زیان‌دهی شده‌اند، به‌نحوی که بنگاه ایران خودرو که در سال 1388 معادل یک میلیارد دلار سود سالیانه ثبت کرده بود، در سال 1396 و نبود تحریم‌ها حدود 400 میلیون دلار زیان کرده است و میزان زیان آن در سال 1400 به 565 میلیون دلار رسیده است. همچنین شرکت سایپا که در سال‌های 1385 و 1388 به‌ترتیب 880 میلیون دلار و 644 میلیون دلار ثبت کرده است، در سال‌های گذشته دچار زیان شدید شده به‌نحوی که در سال 1400، زیان 546 میلیون دلار را گزارش کرده است.

### نمودار 7. سود (زیان) خالص شرکت ایران خودرو و سایپا طی 20 سال گذشته



مأخذ: محاسبات گزارش براساس صورت‌های مالی شرکت ایران خودرو و سایپا.

مجدداً لازم به توضیح است که در این نمودار، سود (زیان) دو شرکت با استفاده از شاخص تورم تولیدکننده ساخت وسایل نقلیه موتوری، تریلر و نیم‌تریلر به‌روزآوری شده است. هرچند مسائلی از جمله تحریم و افزایش نرخ ارز بر زیان‌دهی این دو شرکت تأثیر قابل توجه داشته است، اما به دلیل ایرادهای وارد بر نحوه قیمت‌گذاری شورای رقابت، دستورالعمل قیمت‌گذاری نیز سهم زیادی در شکل‌گیری این وضعیت داشته است.

## ۶-۲. سود و زیان انباشته

براساس صورت‌های مالی خودروسازان، هر دو خودروساز (ایران خودرو و سایپا) مجموعاً در سال 1400 حدوداً 28.5 هزار میلیارد زیان عملیاتی ثبت کرده‌اند و مجموع زیان انباشته هر دو گروه خودرویی تا پایان سال 1400 به 111.14 هزار میلیارد تومان رسیده است. این در حالی است که مجموع زیان انباشته این دو گروه در پایان سال 1396 حدود 11.9 هزار میلیارد تومان بوده که نشان می‌دهد زیان انباشته آنها طی چهار سال گذشته حدوداً 10 برابر افزایش یافته است که در صورت تداوم این وضعیت، این دو شرکت با بیش از 100 هزار کارمند و کل زنجیره با بیش از 500 هزار کارمند با یک بحران عمیق روبه‌رو خواهد شد. از این‌رو اصلاح شیوه قیمت‌گذاری در کنار سایر اصلاحات لازم برای این صنعت بسیار ضرورت و فوریت دارد.

## جدول 9. زیان انباشته و ناخالص گروه و شرکت ایران خودرو و سایپا

عنوان	ایران خودرو	سایپا
زیان ناخالص شرکت اصلی در سال 1400 (هزار میلیارد تومان)	-11.093	-9.334
زیان انباشته شرکت اصلی تا پایان سال 1400 (هزار میلیارد تومان)	-41.032	-24.348
زیان ناخالص کل گروه در سال 1400 (هزار میلیارد تومان)	-14.529	-14.026
زیان انباشته کل گروه تا پایان سال 1400 (هزار میلیارد تومان)	-59.82	-51.326

مأخذ: صورت‌های مالی تلفیقی حسابرسی نشده دو شرکت ایران خودرو و سایپا.

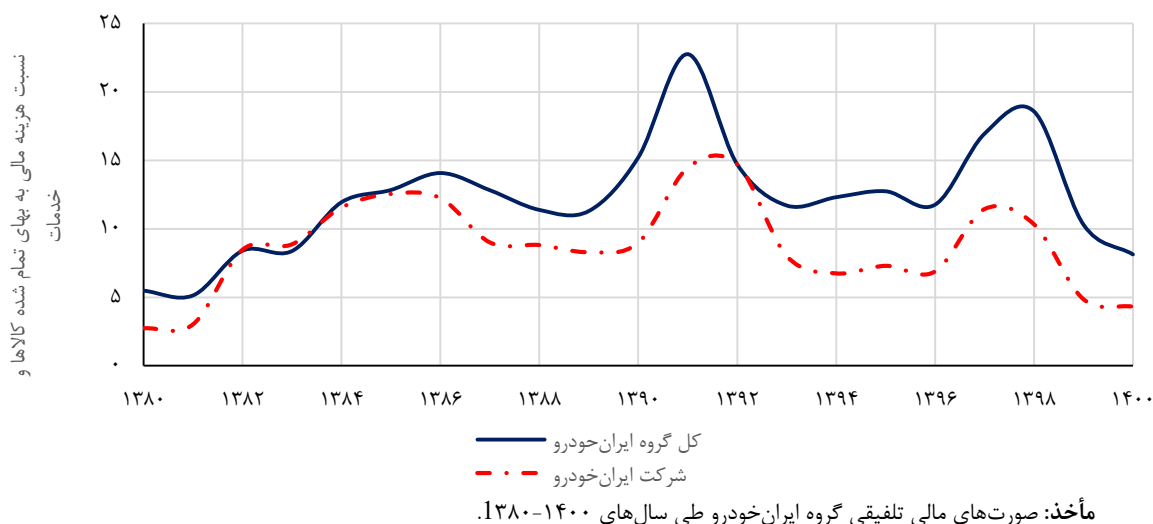
## ۶-۳. هزینه‌های مالی

همان‌طور که در نمودارهای 5 تا 7 قابل مشاهده است، از سال ۱۳۹۷ به بعد، شرکت‌های خودروسازی، زیان قابل توجهی را تجربه کرده‌اند و براساس جدول 9 تا پایان سال 1400 زیان انباشته گروه ایران خودرو و سایپا به بیش از 111 هزار میلیارد تومان رسیده است. در چنین شرایطی، شرکت‌های خودروسازی برای آنکه بتوانند فرایند تولید خود را حفظ کنند، چاره‌ای جز این نداشته‌اند که زیان خود را از یک‌طرف با

دریافت تسهیلات بیشتر و از طرف دیگر با پیش فروش هرچه بیشتر خودروها جبران کنند و عملاً خود را وارد یک بازی پانزی کرده‌اند و خودروسازان برای آنکه بتوانند از پس سودهای اعلامی‌شان برآیند که مشخصاً از درآمدهایشان نمی‌تواند حاصل شود، مجبورند که سپرده‌های جدید بگیرند و به این ترتیب از این منابع بتوانند از عهده تعهداتشان برآیند.

برای آنکه بتوان ارزیابی دقیقی از این مسئله داشت، نسبت هزینه‌های مالی سالیانه به بهای تمام شده کالاها و خدمات طی دو دهه گذشته و همچنین اجزای هزینه مالی برای دو گروه ایران خودرو و سایپا محاسبه شده است.

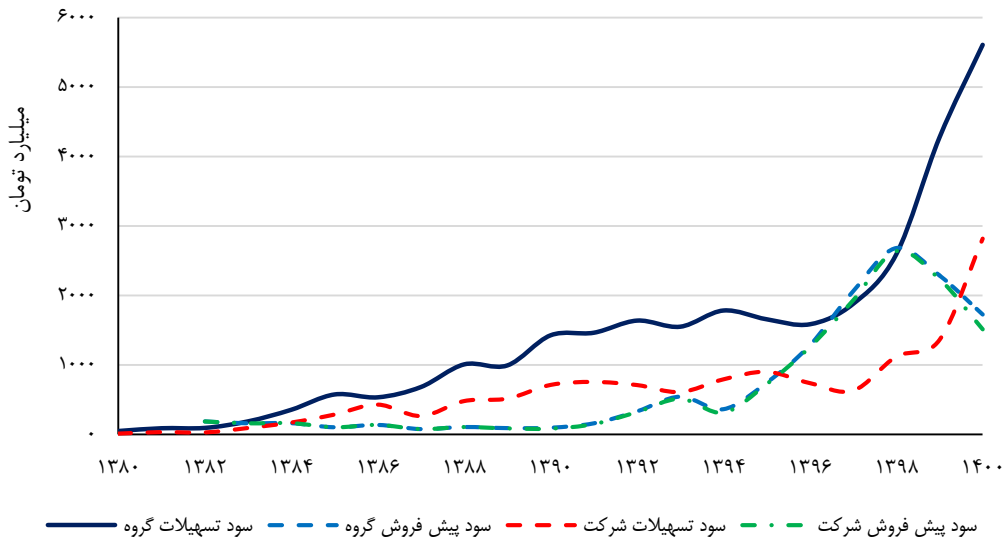
**نمودار 8. روند تغییرات نسبت هزینه مالی به بهای تمام شده کالاها و خدمات ایران خودرو طی دو دهه گذشته**



همان‌طور که مشاهده می‌شود نسبت هزینه‌های مالی به بهای تمام شده در شرکت و گروه ایران خودرو از سال ۱۳۹۷ به بعد به شدت افزایش یافته است و هزینه‌های مالی در گروه ایران خودرو، در سال ۱۳۹۸ به ۲۰ درصد از کل بهای تمام شده کالاها و خدمات در این شرکت رسیده است. گفتنی است براساس نمودار ذیل علت اصلی کاهش هزینه‌های مالی از سال ۱۳۹۸ به بعد، تمرکز تأمین مالی از طریق پیش فروش محصولات و سود مشارکت پایین پیش فروش بوده است.

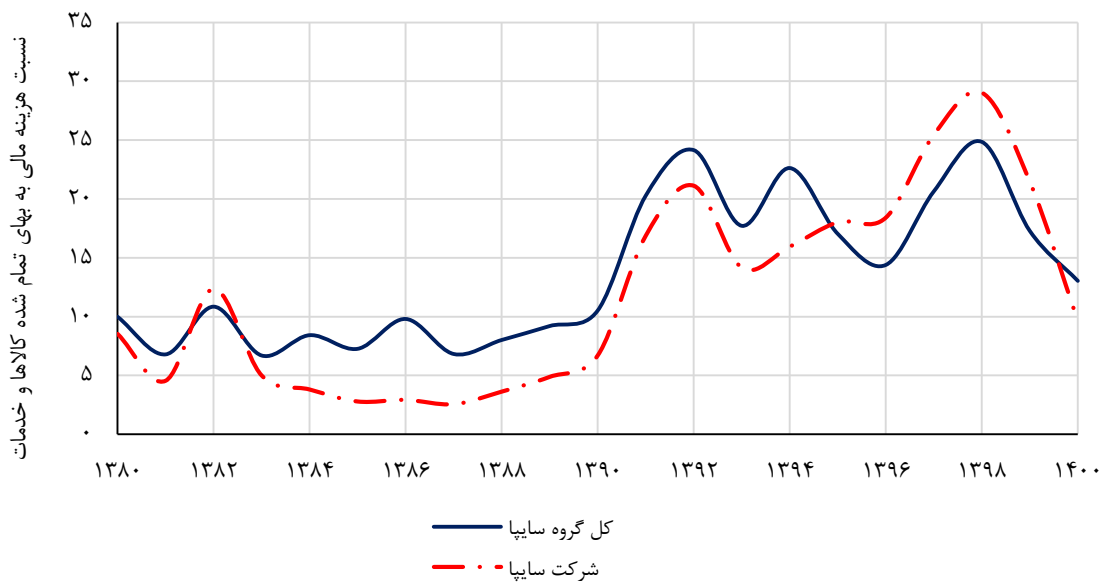


### نمودار 9. اجزای هزینه مالی در شرکت ایران خودرو



مأخذ: همان

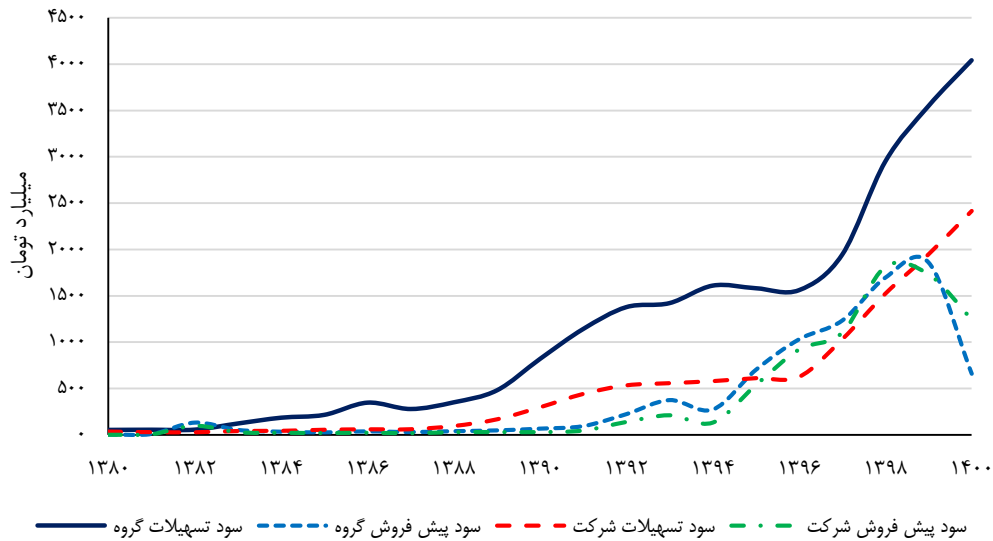
### نمودار 10. روند تغییرات نسبت هزینه مالی به بهای تمام شده کالاها و خدمات شرکت سایپا طی دو دهه گذشته



مأخذ: صورت‌های مالی تلفیقی گروه سایپا طی سال‌های ۱۳۸۰-۱۴۰۰.

مسئله هزینه‌های مالی در شرکت سایپا بسیار وخیم‌تر از ایران خودرو است. براساس نمودار فوق در شرکت سایپا هزینه‌های مالی بعد از سال ۱۳۹۶ جهش بسیاری کرده است و حتی نسبت هزینه‌های مالی در شرکت سایپا در سال ۱۳۹۸ به حدود ۳۰ درصد بهای تمام شده کالاها و خدمات در این شرکت رسیده است.

## نمودار 11. اجزای هزینه مالی در شرکت سایپا



مأخذ: همان.

همچنین مطابق با نمودار فوق سود تسهیلات شرکت و گروه سایپا از سال ۱۳۹۶ شدیداً افزایش یافته و در این شرکت نیز، سود پیش‌فروش شرکت از سال ۱۳۹۵ به بعد حتی از سود تسهیلات این شرکت نیز فراتر رفته است.

### ۷. عرضه خودرو در بورس کالا

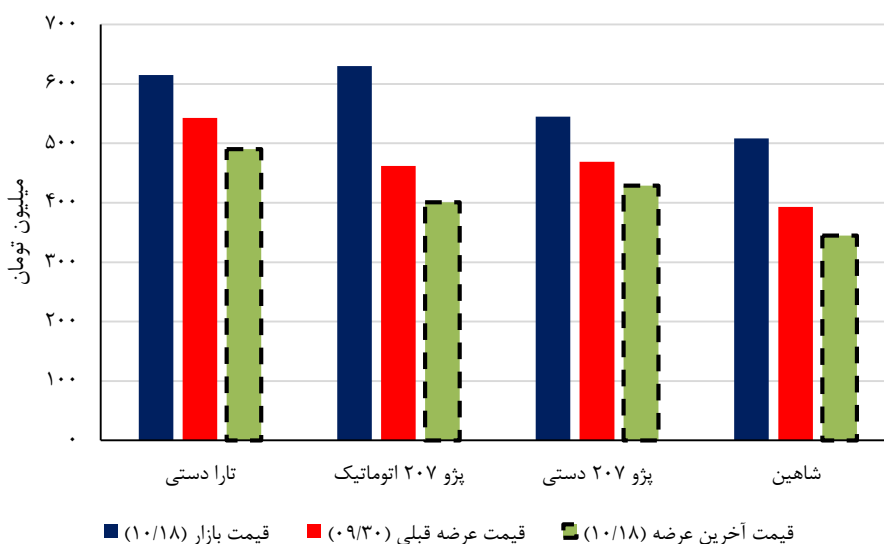
همان‌طور که در بخش‌های قبل اشاره شد شیوه قیمت‌گذاری خودرو در دهه گذشته از سوی شورای رقابت و ستاد تنظیم بازار علاوه بر ایجاد زیان برای این دو شرکت و تشدید اختلاف میان قیمت فروش کارخانه و قیمت بازار سبب ایجاد رانت برای افرادی شده است که می‌توانستند از این دو شرکت خودرو خریداری کنند. از این رو کاهش تولیدات خودروسازان و شکل‌گیری تقاضای کاذب یا سوداگرانه سبب تشدید افزایش اختلاف قیمت خودرو در کارخانه و بازار شده است؛ به طوری که قیمت خودروهای پرتیراژ مورد بررسی در بازار به بیش از دو برابر قیمت کارخانه رسیده است. از سوی دیگر به دلیل نفوذ اجتماعی بالای محصولات خودروسازان و فشارهای اجتماعی و سیاسی ناشی از افزایش قیمت، شورای رقابت و ستاد تنظیم بازار به طور معمول به اصلاح قیمت خودرو اقدام نمی‌کنند. در این بین عرضه و فروش خودرو در بورس کالا به عنوان راه‌حلی برای برون‌رفت از وضعیت موجود پیشنهاد شده که در ادامه مورد بررسی قرار می‌گیرد.

ایجاد بازاری متعادل برای فروش خودرو در بورس که دچار نوسان نشود، نیازمند عرضه پایدار، منظم و پیش‌بینی‌پذیر خودرو است. در این شرایط مسئله اساسی آن است که امکان قیمت‌سازی در بازار از طریق کنترل عرضه از تولیدکننده سلب شود؛ از این رو باید وزارت صمت برنامه‌ای برای میزان عرضه سالیانه و ماهیانه خودروسازان تنظیم کند.

نکته دیگر در خصوص قیمت کشف شده در خودرو در بورس کالا و قیمت بازار است. با ایجاد محدودیت‌هایی همچون مالیات برای فروش خودروی خریداری شده از بورس کالا برای سال اول، می‌توان تقاضا را تا حدی کنترل کرد و در صورت ثبات بازار ارز و عرضه منظم و پایدار خودرو علاوه بر کاهش قیمت کشف شده در بورس، قیمت بازار نیز کاهش خواهد یافت و این نیز خود سبب کاهش بیشتر تقاضای سوداگرانه خواهد شد.

عرضه خودرو در بورس کالا آثاری نیز از خود به‌جای گذاشته است از جمله اینکه از 28 اردیبهشت‌ماه 1401 تا 18 دی‌ماه 1401 حدود 34816 دستگاه خودرو به ارزش 19.5 هزار میلیارد تومان در بورس کالا عرضه شده است. این عرضه از سویی به نفع مصرف‌کنندگان بود به طوری که در مجموع 4.4 هزار میلیارد تومان ارزان‌تر از قیمت بازار خودرو خریداری کرده‌اند و از سوی دیگر تولیدکنندگان نیز تا حدی از فشار قیمت‌گذاری دستوری خارج شدند و 6 هزار میلیارد تومان بیشتر از قیمت مصوب، عایدی کسب کرده‌اند.

#### نمودار 12. قیمت بازار و قیمت دو عرضه آخر خودروهای عرضه شده در بورس



مأخذ: تارنمای بورس کالای ایران و z4car.com.

بررسی دو عرضه آخر خودرو در بورس کالا نشان‌دهنده این است که حتی در زمانی که بازار درگیر نوسانات ارزی است، عرضه متداوم خودرو می‌تواند قیمت‌های کشف شده در بورس را کاهش دهد. از سویی عنوان می‌شود که عرضه خودرو در بورس سبب افزایش قیمت بازار خودرو شده است؛ اما همان‌طور که در نمودار زیر قابل مشاهده است قیمت بازار خودرو وابستگی شدیدی به قیمت ارز دارد و عرضه خودرو در بورس کالا اگر باعث کاهش قیمت خودرو در بازار نشود سبب افزایش قیمت آن نخواهد شد.

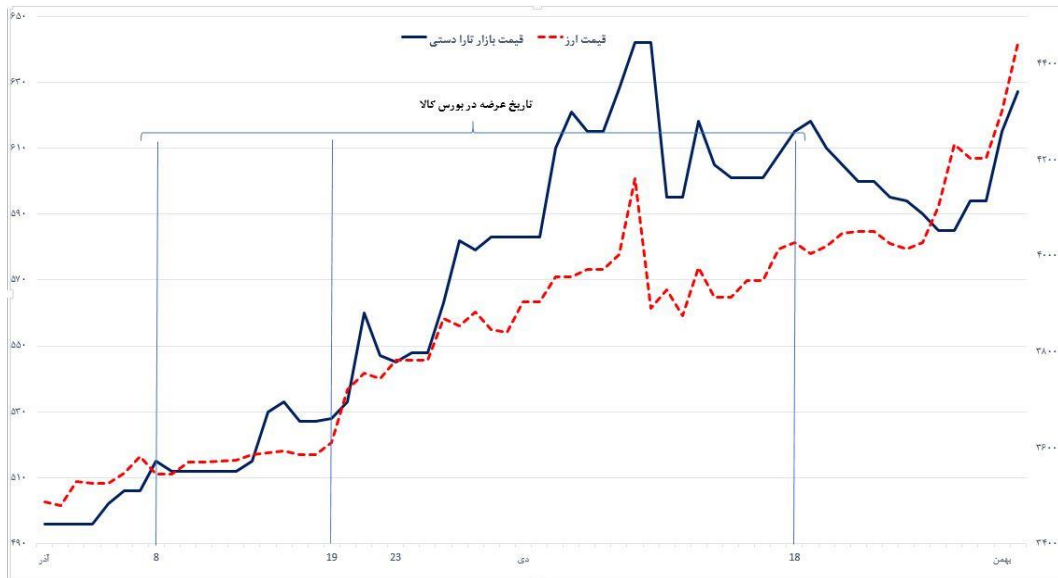
### نمودار 13. قیمت بازار دو خودرو عرضه شده در بورس و قیمت ارز



مأخذ: تارنمای شبکه اطلاع‌رسانی ارز و z4car.com.

در زمان عرضه خودروی خودروساز خصوصی در تاریخ 26 مرداد 1401 که بازار ارز از ثبات نسبی برخوردار بود، عرضه این دو خودرو در بورس نه تنها باعث افزایش قیمت بازار نشد بلکه جز یکی از عوامل کاهش قیمت بازار این دو خودرو نیز بود. باقی عرضه‌های این خودرو نیز نشان از همین نکته است؛ اما ازسوی دیگر در زمان نوسان شدید ارز در آذرماه سال جاری بررسی قیمت بازار خودروی تارا اتوماتیک در بازار هم‌زمان با قیمت دلار نشان می‌دهد عرضه این خودرو در بورس کالا در تاریخ 8 آذر 1401، تأثیری بر افزایش قیمت این خودرو نداشته است و قیمت بازار این خودرو وابستگی زیادی به قیمت ارز دارد. مقایسه قیمت ارز و قیمت بازار سایر خودروها نیز مؤید همین نکته است. دارد. مقایسه قیمت ارز و قیمت بازار سایر خودروها نیز مؤید همین نکته است.

## نمودار 14. قیمت بازار تارا دستی و قیمت ارز



مأخذ: همان

اما نکته قابل توجه این است که طبق آمار اعلام شده از سوی بورس کالا از حیث تعداد خودروهای عرضه شده در بورس کالا در 9 ماهه سال 1401 کمتر از 3٪ تولیدات ایران خودرو و کمتر از 1٪ خودروهای سایپا در بورس کالا عرضه شده است. همچنین تنوع خودروهای عرضه شده در بورس نیز محدود است؛ اما ایجاد بازاری متعادل نیازمند عرضه پایدار، منظم و پیش‌بینی‌پذیر خودرو است. مطابق نمودار 12 همان‌طور که در آخرین عرضه به دلیل افزایش تعداد خودروهای عرضه شده، قیمت کشف شده در بورس کالا کاهش یافت؛ ادامه این روند نیز به ثبات بیشتر این بازار کمک خواهد کرد و در بلندمدت تأثیرات خود را در کاهش قیمت بازار خواهد گذاشت.

### جمع‌بندی و پیشنهادها

صنعت خودروسازی در کشور ما از جنبه‌های مختلف دارای ایرادها و چالش‌های متعددی است. در این گزارش صرف‌نظر از چالش‌های مالکیتی و مدیریتی صنعت خودرو که در گزارش‌های دیگر مورد بررسی قرار خواهد گرفت، به موضوع قیمت‌گذاری خودرو و چالش‌ها و آسیب‌های آن پرداخته شده است. همان‌طور که اشاره شد، شیوه قیمت‌گذاری طی یک دهه گذشته باعث ایجاد اختلاف میان قیمت فروش کارخانه و قیمت بازار شده است که ضمن ایجاد رانت برای خریداران خودرو از شرکت‌های خودروسازی (برآوردها نشان از اعطای رانت 80 هزار میلیارد تومانی به خریداران خودرو در سال 1400 دارد)، موجب زیان شدید خودروسازان شده است. مجموع زیان انباشته این دو گروه خودرویی تا پایان سال 1401 به بیش از 130 هزار میلیارد رسیده است.

از جمله ایرادهایی که به دستورالعمل قیمت‌گذاری شورای رقابت وارد بوده است می‌توان به موارد

زیر اشاره کرد:

- عدم محاسبه هزینه تمام شده تعداد زیادی از خودروهای پرتیراژ از سال ۱۳۹۱ و صرفاً تعدیل قیمت خودروها از طریق شاخص تورم تولیدکننده و معیار کیفیت و بهره‌وری.
- عدم امکان اندازه‌گیری دقیق شاخص تورم تولیدکننده به‌نحوی که منعکس‌کننده دقیق هزینه‌های خودروسازان باشد.
- عدم به‌روزرسانی قیمت خودروها در بازه‌های زمانی کوتاه‌مدت در زمانی که کشور با تورم‌های شدید مواجه است و هزینه‌های تولید دائماً افزایش پیدا می‌کند.
- عدم لحاظ هزینه‌های مالی خودروسازان بیش از ۵ درصد.

با توجه به آسیب‌شناسی صورت گرفته از روش قیمت‌گذاری خودرو در کشور، قیمت‌گذاری خودرو طبق مصوبه ۲۸ مهرماه ۱۴۰۰ شورای عالی هماهنگی اقتصادی سران قوا به وزارت صمت واگذار شد؛ اما به دلیل فشارهای اجتماعی و سیاسی، وزارت صمت نیز مانند شورای رقابت موفق به اصلاح قیمت نشد. این در حالی است که برای تعادل بخشی به بازار، تولید و عرضه بیشتر خودرو را در بازار نیاز است و از آنجایی که افزایش تولید نیز نیازمند تأمین نقدینگی برای تولیدکننده است و در شرایط فعلی با توجه به اینکه خودروسازان در مرز ورشکستگی قرار دارند، تأمین نقدینگی از محل تسهیلات بانکی نمی‌تواند افزایش تولید پایدار را در پی داشته باشد و شورای رقابت و وزارت صمت هم اقدام به افزایش قیمت نمی‌کنند؛ از این رو برای افزایش تولید و تأمین تقاضا برای کاهش التهابات بازار پیشنهادهایی به شرح ذیل ارائه می‌شود:

#### – روش قیمت‌گذاری و فروش خودروسازان در کوتاه‌مدت

ایرادهای ذکر شده در شیوه قیمت‌گذاری خودرو، عملاً موجب شده است که میان قیمت کارخانه و قیمت بازار اختلاف چشمگیری ایجاد شود و رانتی که در اختلاف قیمت وجود دارد بین افراد بسیار کمی توزیع شود و هم‌زمان صنعت خودرو نیز دچار بحران شود. این در حالی است که سرکوب قیمت کارخانه تأثیری بر کنترل قیمت بازار خودرو نداشته است.

با توجه به موارد فوق و از آنجاکه حرکت به سمت فروش خودرو با قیمت متناسب نیازمند یک وفاق عمومی در سطح مردم و سیاستمداران است، لازم است این مسئله به‌صورت تدریجی انجام پذیرد و زیرساخت‌های تنظیم‌گری خودرو به‌ویژه در حوزه تیراژ و کیفیت خودروها پیش از آن به‌درستی ایجاد شده باشد، از همین رو در شرایطی که به دلایل متعدد افزایش قیمت صورت نمی‌گیرد، در کوتاه‌مدت پیشنهاد می‌شود علاوه بر انجام اصلاحات در ساختار حکمرانی شرکتی خودروسازی، شورای رقابت، اقدام به تغییر دستورالعمل خود با مشخصه‌های زیر کند:

- تمام خودروها به تدریج و با برنامه‌ای که وزارت صمت تهیه می‌کند از قرعه‌کشی خارج شده و در بورس کالا عرضه شوند.
  - وزارت صمت قواعد مربوط به تنظیم عرضه و کیفیت خودروهای تولیدی را تهیه کند و متناسب با تحقق برنامه، بخشی از مابه‌التفاوت قیمت بازار و قیمت پایه بورس به‌عنوان مشوق به خودروساز مربوط تخصیص یابد و بقیه صرف توسعه حمل‌ونقل عمومی شود.
  - به‌منظور کاهش تقاضای غیرمصرفی فروش خودروهای خرید شده از بورس کالا در سال اول خرید مشمول درصدی مالیات شود.
- علاوه بر موارد فوق ضروری است شورای رقابت برای تعیین قیمت پایه کارخانه، به تغییر دستورالعمل خود با مشخصه‌های زیر اقدام کند:
- قیمت تمام شده براساس تجزیه و تحلیل (آنالیز) هزینه با در نظر گرفتن هزینه‌های تحقیق و توسعه و هزینه‌های مالی مرتبط با فعالیت تولیدی با تأیید حسابرس ظرف مدت 3 تا 9 ماه محاسبه و این اقدام سالیانه تکرار شود.
  - به‌روزرسانی قیمت تمام شده با استفاده از شاخص «تورم تولیدکننده خودرو» حداکثر هر سه ماه یک‌بار انجام شود.
  - معیار کیفیت و بهره‌وری تغییر کند و به‌جای آن، وزارت صنعت آیین‌نامه‌ای برای ارتقای کیفیت و ایمنی خودروسازان مصوب و ابلاغ نماید تا براساس آن مبنای تشویق و یا جریمه خودروسازان مشخص شود.
- با اجرای موارد فوق با توجه به کاهش آثار ناشی از قیمت‌گذاری خودرو، سرمایه در گردش خودروسازان افزایش می‌یابد، هم‌زمان تولید و عرضه خودرو افزایش می‌یابد و این موضوع سبب کاهش فاصله قیمت کارخانه خودرو و بازار شده و با ثبات سایر شرایط از جمله تورم و نرخ ارز، قیمت خودرو در بازار به آرامش خواهد رسید.

### – روش قیمت‌گذاری و فروش خودروسازان در میان‌مدت

در مسئله تنظیم قیمت، چالش اصلی این است که در شرایط انحصاری و تمرکز بالای یک یا چند تولیدکننده در بازار، به‌دلیل کمبود یا نبود رقیب و کالای جانشین در آن بازار، قدرت قیمت‌گذاری از طریق بازی با میزان عرضه، در اختیار تولیدکننده قرار می‌گیرد علاوه بر آن به‌دلیل آنکه تعداد عرضه‌کنندگان در بازار محدود است، مصرف‌کنندگان چاره‌ای جز خرید محصول انحصاری نخواهند داشت، از همین‌رو تولیدکننده فشاری برای افزایش کیفیت و فناوری احساس نمی‌کند و خریداران متضرر خواهند شد.

بنابراین، در این شرایط مسئله اساسی آن است که امکان قیمت‌سازی در بازار از طریق کنترل عرضه از تولیدکننده سلب شود و خودروساز بداند که اگر کیفیت خود را افزایش ندهد متضرر خواهد شد و سود او در بهبود کیفیت است. از جمله راهکارهایی که برای حل این مسئله می‌توان انجام داد این است که نهاد مقررات‌گذار حوزه خودرو به‌جای تمرکز بر قیمت‌گذاری، به تنظیم‌گری در حوزه عرضه، کیفیت، ایمنی، تغییر مدل و ... اقدام کند. به‌عبارت‌دیگر دولت آیین‌نامه‌ای دقیق مشتمل بر مشوق‌ها و جریمه‌هایی برای دستیابی خودروسازان به اهداف مشخص طی بازه‌های زمانی در حوزه کیفیت (سطح ایمنی، مصرف سوخت و ...) تدوین کند. همچنین برنامه‌ای برای میزان عرضه سالیانه و ماهیانه خودروسازان تنظیم کرده و براساس میزان تحقق آن، امتیازاتی را به خودروساز اعطا و یا آنها را تنبیه مالی کند. در چنین شرایطی خودروسازان ضمن تلاش برای بهبود کیفیت، امکانی برای قیمت‌سازی ناشی از کنترل عرضه نخواهد داشت. البته گفتنی است حرکت به‌سمت چنین راه‌حلی با توجه به تحول نهادی که نیاز دارد، باید به‌مرور زمان و با فراهم بودن شرایط لازم صورت گیرد.



- صورت های مالی تلفیقی حسابرسی شده شرکت ایران خودرو طی سال های 1380-، 1401 قابل دسترس در آدرس اینترنتی [www.codal.ir](http://www.codal.ir)
1. صورت های مالی تلفیقی حسابرسی شده سایپا خودرو طی سال های 1380-1401، قابل دسترس در آدرس اینترنتی [www.codal.ir](http://www.codal.ir)
  2. صورت های مالی حسابرسی شده شرکت آبسال طی سال های 1396-1401، قابل دسترس در آدرس اینترنتی [www.codal.ir](http://www.codal.ir)
  3. صورت های مالی حسابرسی شده شرکت بوتان طی سال های 1396-1401، قابل دسترس در آدرس اینترنتی [www.codal.ir](http://www.codal.ir)
  4. صورت های مالی حسابرسی شده شرکت پارس خزر طی سال های 1396-1401، قابل دسترس در آدرس اینترنتی [www.codal.ir](http://www.codal.ir)
  5. تارنمای اینترنتی <https://www.ime.co.ir> (بورس کالای ایران)

### گزیده سیاستی

با توجه به آسیب‌شناسی صورت گرفته، در کوتاه مدت ضروری‌ست قیمت تمام شده براساس تجزیه و تحلیل (آنالیز) هزینه با در نظر گرفتن هزینه‌های تحقیق و توسعه و هزینه‌های مالی مرتبط با فعالیت تولیدی محاسبه شده و به‌روزرسانی قیمت با استفاده از شاخص «تورم تولیدکننده خودرو»، حداکثر هر سه ماه یک‌بار انجام شود. در میان مدت نیز، نهاد مقررات‌گذار خودرو به‌جای تمرکز بر قیمت‌گذاری، به تنظیم‌گری در حوزه عرضه، کیفیت، ایمنی و ... بپردازد.



مرکز پژوهش های مجلس شورای اسلامی

تهران، خیابان پاسداران، روبروی پارک نیاوران (ضلع جنوبی، پلاک ۸۰۲)

تلفن: ۷۵۱۸۳۰۰۰ صندوق پستی: ۵۸۵۵-۱۵۸۷۵ پست الکترونیک: [mrc@majles.ir](mailto:mrc@majles.ir)

وبسایت: [rc.majles.ir](http://rc.majles.ir)