

## بررسی مسئله قیمت‌گذاری خودرو در ایران



شماره مسلسل: ۱۹۱۷۷  
کدموضوعی: ۲۲۰

شناسنامه گزارش

عنوان گزارش: بررسی مسئله قیمت‌گذاری خودرو در ایران

نام دفاتر: 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: محمدمین صلواتیان

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

ویراستار ادبی: شیوا امین اسکندری

واژه‌های کلیدی:

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



تاریخ انتشار: ۱۴۰۲/۵/۷

## فهرست مطالب

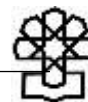
۱	چکیده
۴	مقدمه
۴	۱. سیر تغییرات روند قیمت‌گذاری خودرو
۵	۱-۱. ورود شورای رقابت به عرصه قیمت‌گذاری خودرو
۱۳	۲. مقایسه قیمت کارخانه خودروهای ایرانی و خودروهای خارجی
۱۴	۳. مقایسه افزایش قیمت کارخانه‌ای خودرو و سایر کالاهای صنعتی
۱۵	۴. ایرادهای وارده بر شیوه فعلی قیمت‌گذاری خودرو
۱۶	۴-۱. معرفی دستورالعمل قیمت‌گذاری شورای رقابت
۱۶	۴-۲. بررسی منابع خطا در فرمول شورای رقابت و راهکارهای رفع خطا
۱۷	۴-۲-۱. پس‌نگر بودن دستورالعمل قیمت‌گذاری شورای رقابت
۱۷	۴-۲-۲. تجمع خطا ناشی از خطا در تورم‌بخشی
۱۸	۴-۲-۳. خطای ناشی از تأخیر در به‌روزرسانی قیمت
۱۸	۴-۲-۴. خطا در تعیین هزینه‌های مالی
۱۸	۴-۲-۵. خطا در تعیین سود
۱۸	۴-۲-۶. خطا در تعیین شاخص‌های کیفیت
۱۹	۴-۲-۷. مؤثر نبودن میزان مشوق
۱۹	۵. آثار شیوه فروش و قیمت‌گذاری فعلی بر مصرف‌کنندگان
۲۱	۶. اثر شیوه فعلی قیمت‌گذاری بر خودروسازان
۲۱	۶-۱. سود (زیان) سالیانه
۲۳	۶-۲. سود و زیان انباشته
۲۴	۶-۳. هزینه‌های مالی
۲۷	۷. عرضه خودرو در بورس کالا
۳۰	جمع‌بندی و پیشنهادها
۳۳	منابع و ماخذ

## فهرست جداول

- جدول ۱. سیر تحولات قیمت‌گذاری خودرو طی ۱۰ سال گذشته..... ۱۱
- جدول ۲. مقایسه قیمت و مشخصات ارزان‌ترین خودروهای ساخت داخل و خودروهای خارجی..... ۱۳
- جدول ۳. میزان افزایش قیمت برخی محصولات از سال ۱۳۹۶ تا ۱۴۰۱..... ۱۵
- جدول ۴. فروش فوق‌العاده و قرعه‌کشی مرحله هفدهم شرکت ایران خودرو (خرداد ۱۴۰۰)..... ۱۹
- جدول ۵. فروش فوق‌العاده و قرعه‌کشی مرحله نهم شرکت سایپا (خرداد ۱۴۰۰)..... ۱۹
- جدول ۶. فروش فوق‌العاده و قرعه‌کشی مرحله دوم شرکت ایران خودرو در سامانه یکپارچه (مرداد ۱۴۰۱)..... ۲۰
- جدول ۷. فروش فوق‌العاده و قرعه‌کشی مرحله دوم شرکت سایپا در سامانه یکپارچه (مرداد ۱۴۰۱)..... ۲۰
- جدول ۸. فروش فوق‌العاده و قرعه‌کشی شرکت ایران خودرو طرح عادی (۲۷ دی ۱۴۰۱)..... ۲۰
- جدول ۹. زیان انباشته و ناخالص گروه و شرکت ایران خودرو و سایپا..... ۲۴

## فهرست نمودارها

- نمودار ۱. تغییرات شاخص قیمت تولیدکننده بخش ساخت وسایل نقلیه موتوری، تریلر و نیم‌تریلر..... ۷
- نمودار ۲. تغییرات قیمت مواد اولیه داخلی عرضه‌شده در بورس کالا..... ۸
- نمودار ۳. تغییرات قیمت کارخانه و بازار طی سال‌های ۱۳۸۴-۱۳۹۹..... ۱۲
- نمودار ۴. تیراژ تولید سالیانه شرکت‌های ایران خودرو و سایپا طی دو دهه گذشته..... ۲۱
- نمودار ۵. سود (زیان) خالص سالیانه گروه ایران خودرو بر حسب میلیون دلار..... ۲۲
- نمودار ۶. سود (زیان) خالص سالیانه گروه سایپا بر حسب میلیون دلار..... ۲۲
- نمودار ۷. سود (زیان) خالص شرکت ایران خودرو و سایپا طی ۲۰ سال گذشته..... ۲۳
- نمودار ۸. روند تغییرات نسبت هزینه مالی به بهای تمام شده کالاها و خدمات ایران خودرو طی دو دهه گذشته..... ۲۵
- نمودار ۹. اجزای هزینه مالی در شرکت ایران خودرو..... ۲۵
- نمودار ۱۰. روند تغییرات نسبت هزینه مالی به بهای تمام شده کالاها و خدمات شرکت سایپا طی دو دهه گذشته..... ۲۶
- نمودار ۱۱. اجزای هزینه مالی در شرکت سایپا..... ۲۶
- نمودار ۱۲. قیمت بازار و قیمت دو عرضه آخر خودروهای عرضه شده در بورس..... ۲۸
- نمودار ۱۳. قیمت بازار دو خودرو عرضه شده در بورس و قیمت ارز..... ۲۹
- نمودار ۱۴. قیمت بازار تارا دستی و قیمت ارز..... ۳۰



## 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 ازجمله 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 امکان‌پذیری شدن و با درنظر 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

#### شرح مسئله

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 ایران‌خودرو و ۱۷٪ از سهام سایپا را در اختیار دارد، اما درواقع صاحب‌اختیار بیش از ۵۰ درصد از سهام هر دو خودروساز از طریق سهام چرخه‌ای (حدود ۲۶٪ در ایران‌خودرو و ۴۲٪ در سایپا) و سهام شرکت‌های عمومی غیردولتی است و از این طریق اعمال نظر دولت و دخالت در بنگاه‌ها، بی‌واسطه و به‌سرعت 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 به‌کار گرفته شده در آن است. طی ۳۰ 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.

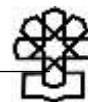
علاوه بر سیاستگذاری‌های اشتباه ذکر شده، قیمت‌گذاری اشتباه از سوی شورای رقابت و ستاد تنظیم بازار طی یک دهه گذشته ضمن ایجاد زیان‌های گسترده در شرکت‌های خودروسازی، باعث تشدید اختلاف میان قیمت فروش کارخانه و قیمت بازار و ایجاد رانت برای افرادی شده است که می‌توانستند از این دو شرکت خودرو خریداری کنند.

### یافته‌های کلیدی

برآوردها نشان از اعطای رانت ۸۰ هزار میلیارد تومانی به خریداران خودرو در سال ۱۴۰۰ دارد. مجموع زیان انباشته این دو گروه خودرویی تا پایان سال ۱۴۰۰ به بیش از ۱۱۱ هزار میلیارد رسید. تخمین‌ها نیز نشان می‌دهد تا پایان سال ۱۴۰۱ این زیان‌ها از ۱۳۰ 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 ۱۳۹۶ نیز دو گروه خودرویی مجموعاً بیش از ۱۴ هزار میلیارد تومان زیان انباشته داشته‌اند، اما بخش قابل‌توجهی از رشد زیان انباشته طی پنج سال گذشته (۱۳۹۷ 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 ۱۳۹۱ 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 به‌صورت 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 ۹ 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 ۱۳۹۱ 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 از سوی شاخص تورم تولیدکننده نمی‌تواند برآورد دقیقی از هزینه تمام



شده خودروساز باشد لذا این آنالیز قیمت باید به صورت سالیانه انجام شود.

### پیشنهاد راهکارهای تقنینی

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>۱</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.
  - به روزرسانی 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 است، لازم است که شورای رقابت به جای تمرکز بر قیمت‌گذاری، به تنظیم‌گری در حوزه عرضه، کیفیت، ایمنی، تغییر مدل و ... اقدام کند.

۱. برای اطلاع بیشتر رک:

## مقدمه

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، آلاینده‌گی 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 مثمرتری اتخاذ و اجرا شود.

خطاهای موجود در شیوه تعیین قیمت خودرو، سبب ایجاد آسیب گسترده در صنعت و بازار خودرو شده است. کاهش ۳۰ تا ۵۰ درصدی تولید خودرو در سال‌های ۱۳۹۷ تا ۱۴۰۱، توزیع سالیانه بیش از ۶۰ هزار میلیارد تومان<sup>۱</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.

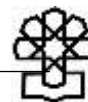
## ۱. سیر تغییرات روند قیمت‌گذاری خودرو

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، به‌دلیل 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

۱. با فرض تولید ۸۰۰ هزار خودرو در سال و میانگین اختلاف ۷۵ میلیون تومانی بین قیمت بازار و قیمت مصوب، سالیانه حدود ۶۰ هزار میلیارد تومان رانت به‌دلیل فروش خودرو به قیمت مصوب توزیع می‌شود.





خودروسازان فراهم شود. برای روشن شدن این مسئله به‌طور مثال می‌توان به مناقشه میان مجلس و دولت در تصویب لایحه بودجه سال ۱۳۸۹ اشاره کرد که رهبر انقلاب و رئیس‌جمهور وقت نیز در اظهاراتی در واکنش به تصمیم مجلس در اواخر سال ۱۳۸۸ به این سیاست اشاره کردند<sup>۱</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 به‌دنبال استفاده از سیاست تبعیض قیمتی برای رشد خودروسازان بودند.

اما نکته قابل توجه آن است که نسبت سیاست‌های کلی اصل (۴۴) با سیاست‌های صنعتی ماقبل آن مشخص نشده بود؛ به‌طوری‌که تشکیل شورای رقابت که براساس فصل نهم قانون اجرای سیاست‌های کلی اصل (۴۴) تأسیس شده و در تابستان سال ۱۳۸۸ آغاز به کار کرد، اساساً فلسفه تشکیل این شورا در تضاد با سیاست جاری در عرصه خودرو بود؛ چراکه براساس بند «۶» ماده (۴۴)، تقسیم یا تسهیم بازار کالا یا خدمت بین دو یا چند شخص ممنوع است و همچنین بند «۵» ماده (۵۸)، 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 تاوان هزینه‌های بالاسری و سر بار بیش از حد یا هزینه‌های غیرمربوط این شرکت‌ها را بپردازند و به‌واسطه 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 ۱۳۹۱، 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 ۱۳۹۲ و آن هم به‌دلیل افزایش شدید نرخ ارز، تعرفه‌های واردات خودرو به ۴۰ الی ۷۵ 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 ۱۳۹۷ نیز واردات خودرو به‌دلیل مسائل ارزی ممنوع شد.

### ۱-۱. ورود شورای رقابت به عرصه قیمت‌گذاری خودرو

در سال‌های ۱۳۹۰ و ۱۳۹۱ 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 ۱۳۹۱ و درحالی‌که شورای رقابت در حال بررسی و تدوین

دستورالعمل قیمت‌گذاری خودرو بود، براساس مصوبه شماره ۲۱۹۶۰۴-ت ۴۸۸۰۲ ک مورخ ۱۳۹۱/۱۱/۰۸ 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. علاوه بر آن، در این مصوبه شرکت‌ها موظف شدند تا ۹۵ 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 ۱۰۰ درصد رشد کند.

پس از این مصوبه، شورای رقابت که در تابستان ۱۳۸۸ تأسیس شده و اولین جلسه آن در تاریخ ۱۳۸۸/۰۵/۰۷ تشکیل شد<sup>۱</sup>، برای اولین بار به بحث قیمت‌گذاری در صنعت خودرو ورود کرد و در تاریخ ۱۳۹۱/۱۲/۲۰ 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 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 ۲۱۹۶۰۴ / ت ۴۸۸۰۲ ک مورخ ۱۳۹۱/۱۱/۰۸ 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 ۱۳۹۲/۰۲/۰۱ دستورالعمل تعیین قیمت خودروهای ساخت داخل در هر سال را به ترتیب زیر تصویب نمود:

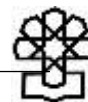
همانطور که در ذیل آمده است، در این فرمول  $P_t$  قیمت خودرو در زمان  $t$  و  $P_{t-1}$  قیمت خودرو در سال قبل  $P_{t-1}$ ، نرخ تورم سالیانه نهاده‌های تولید همان خودرو در طول یک سال براساس گزارش رسمی بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران،  $X$  بهره‌وری مورد انتظار از خودروسازان نسبت به سال پیشین و  $Z$  تابعی از تغییر شاخص کیفیت همان خودرو در طول سال است.

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

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

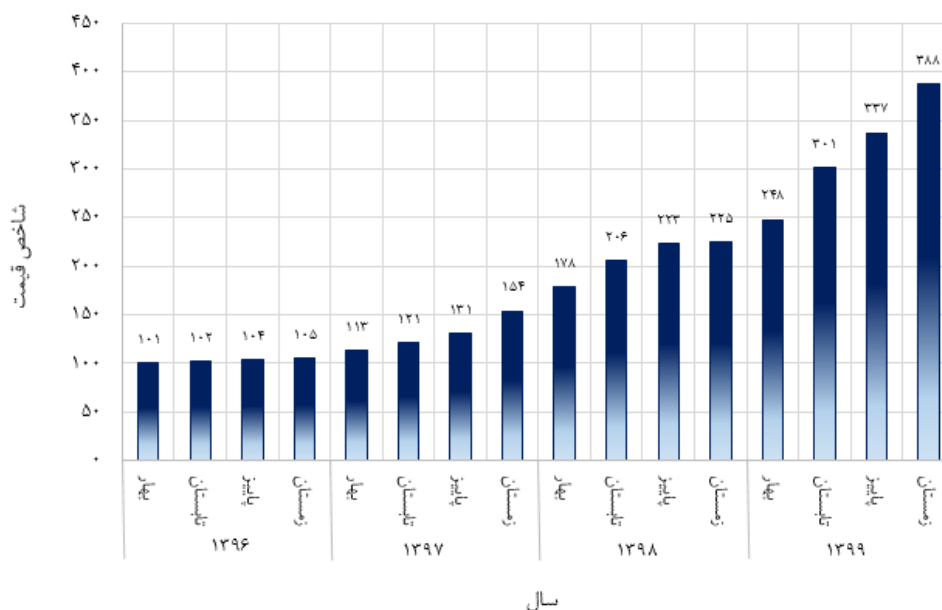
$$Z = \frac{1}{2} \times \frac{\text{تغییر کیفیت در سال}}{\text{بدترین کیفیت سال}}$$

میزان بهره‌وری منفی ۲ درصد لحاظ می‌شود یعنی در صورتی که همه متغیرها ثابت باشند قیمت خودرو باید هر سال ۲ 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 ۲ واحد درصد از افزایش قیمت آنها کاسته شود.



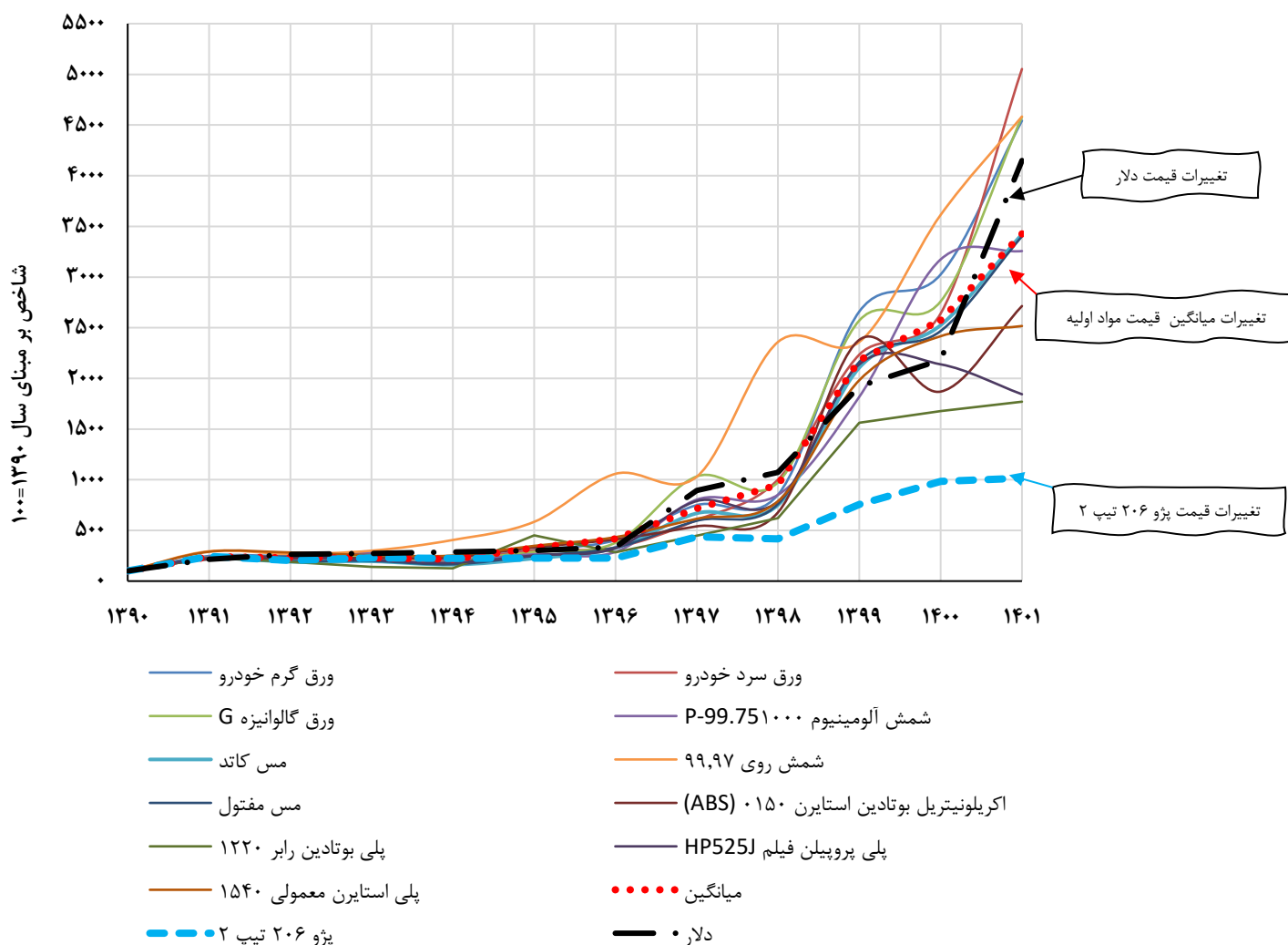
این دستورالعمل برای قیمت‌گذاری ادامه پیدا کرد تا آنکه در سال ۱۳۹۷ و هم‌زمان با خروج آمریکا از برجام، نرخ ارز شروع به افزایش کرد و قیمت خودرو در بازار مانند سایر دارایی‌ها افزایش یافت. در تاریخ ۱۳۹۷/۰۳/۲۲ شورای رقابت افزایش قیمت خودروها برای سال ۱۳۹۷ را اعلام کرد؛ اما با فرارسیدن تیر سال ۱۳۹۷ قیمت ارز 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 ۱۳۹۷/۰۵/۲۲ با ارسال نامه‌ای به ریاست‌جمهوری، با اعلام افزایش هزینه‌های مواد اولیه و ارز مورد نیاز تولید، تقاضای فروش خودرو با قیمت حاشیه بازار را طرح کردند.

#### نمودار ۱. 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 ۱۳۹۵=۱۰۰ مرکز آمار ایران.

نمودار ۲. تغییرات قیمت مواد اولیه داخلی عرضه شده در بورس کالا

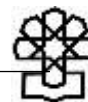


مأخذ: محاسبات بر مبنای داده‌های بورس کالای ایران.

همان‌طور که در نمودارهای فوق مشاهده می‌شود، شاخص قیمت تولیدکننده ساخت و وسایل موتوری، نیم تریلر و تریلر (نمودار ۱) و همچنین قیمت مواد اولیه مورد استفاده در ساخت خودرو که از بورس کالا خریداری می‌شود (نمودار ۲) هم‌زمان با افزایش قیمت ارز، به شدت افزایش پیدا کرده است. در همین حال شورای رقابت که تا شهریور از افزایش قیمت خودروها سر باز می‌زد، نهایتاً در تاریخ ۱۳۹۷/۰۶/۱۲ 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>۱</sup>

در تاریخ ۱۳۹۷/۰۶/۱۲ وزیر وقت صنعت، معدن و تجارت اعلام کرد که براساس بندهای «۴» و «۵» مصوبه شورای هماهنگی اقتصادی سران قوا که به تأیید مقام معظم رهبری نیز رسیده، دو موضوع به روشنی بیان شده است:

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



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>۱</sup>

ستاد تنظیم بازار نیز پس از حدود چهار ماه تأخیر، در تاریخ ۱۳۹۷/۱۰/۱۷ اعلام کرد که خودروسازان می‌توانند ۲۰ درصد از تولیداتشان را به قیمت ۵ درصد پایین‌تر از قیمت حاشیه بازار به فروش برسانند. علاوه‌برآن 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 ۱۳۹۷، حدود ۳۰ 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 ۵ درصد پایین‌تر از حاشیه بازار در هفته اول بهمن ۱۳۹۷)، مصوبه ستاد تنظیم بازار دیگر هرگز اجرا نشد و تا انتهای سال ۱۳۹۸ قیمت فروش خودروهای ایران خودرو و سایپا افزایش نیافت. این در حالی بود که قیمت خودرو در بازار طی این ۱۴ ماه افزایش شدیدی را تجربه کرده بود و قیمت مواد اولیه نیز جهش چشمگیری یافته بود.

پس از این اتفاقات نهایتاً در تاریخ ۱۳۹۹/۰۲/۲۲ 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 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. علاوه‌برآن مقرر شد برای قیمت‌گذاری اولیه خودروهایی که از این به‌بعد 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 ۲۸ مهر سال ۱۴۰۰، 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>۱</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>۲</sup> پس از این اتفاق، در تاریخ ۱۸ آبان سال ۱۴۰۰ خودروسازان مجوز اصلاح قیمت را دریافت کردند، اما تنها دو روز پس از آن با دستور رئیس‌جمهور این افزایش قیمت ملغی شد.<sup>۳</sup> اما حدود یک ماه بعد در تاریخ ۱۷ آذر مجدداً اجازه افزایش قیمت صادر شد و قیمت مصوب ابلاغ شد.<sup>۴</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 ۱۴۰۱/۱۱/۱۱ دستورالعمل قیمت‌گذاری خودرو را به تصویب رساند.<sup>۵</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>۶</sup> در نهایت پس از کش‌وقوس‌های 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>۷</sup> با توجه به توضیحات فوق، قیمت‌گذاری خودرو طی یک دهه گذشته به‌صورت خلاصه به شرح جدول ۱ است:

1. mehrnews.com/xWMpt

2 <https://www.nicc.gov.ir/center/news-center.۱۹-۱۹-۰۸-۲۵-۱۲-۲۰۲۱-۱۲۸۲/html>

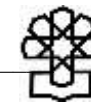
3 <https://www.tasnimnews.com/fa/news/1400/08/20/2606424/>

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

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

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

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



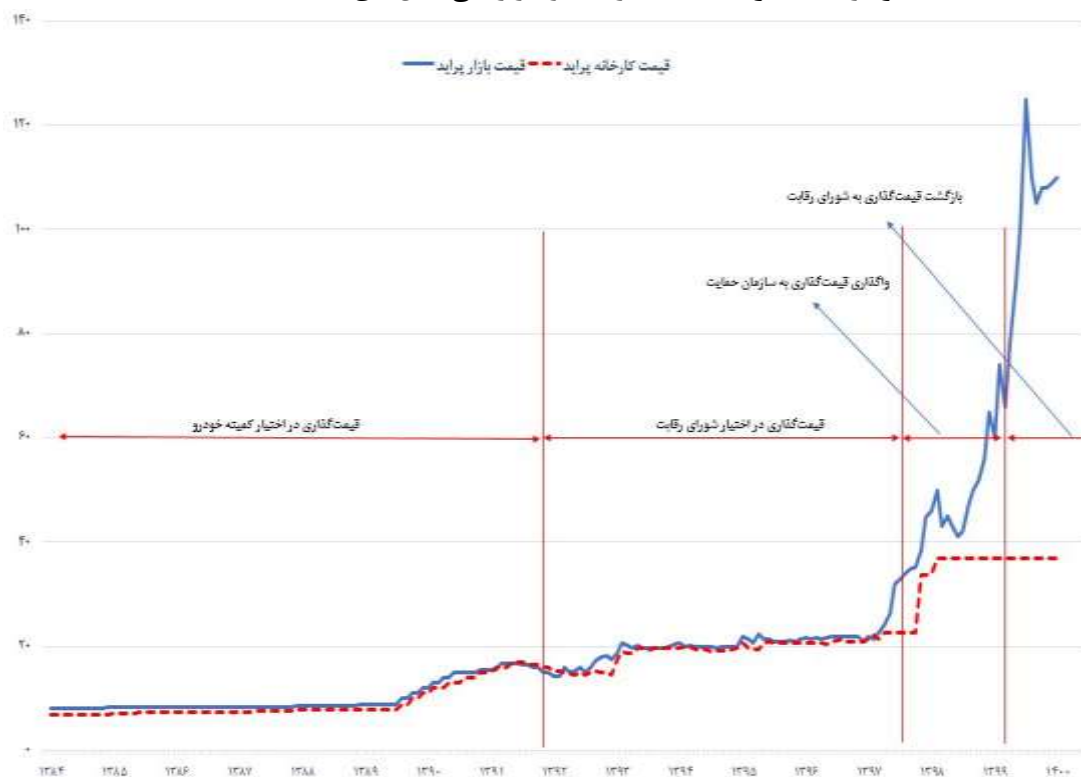
## جدول ۱. سیر تحولات قیمت‌گذاری خودرو طی ۱۰ سال گذشته

بازه زمانی	مسئول قیمت‌گذاری	مبنای قانونی	دستورالعمل قیمت‌گذاری	ملاحظات اجرای دستورالعمل‌ها
۱۳۹۱/۱۱/۰۸ الی ۱۳۹۱/۱۲/۲۰	کارگروه کنترل بازار و تأیید هیئت وزیران	مصوبه ۲۱۹۶۰۴- ت ۴۸۸۰۲ ک مورخ ۹۱/۱۱/۰۸ کارگروه کنترل بازار و تأیید هیئت وزیران	فروش به قیمت بازار اما واریز ۹۵ درصد از وجوه مابه‌التفاوت 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.
۱۳۹۷/۰۷/۲۵ الی ۱۳۹۱/۱۲/۲۰	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.
۱۳۹۹/۰۲/۲۲ الی ۱۳۹۷/۰۷/۲۵	ستاد تنظیم بازار	مصوبه نهمین جلسه شورای عالی هماهنگی اقتصادی سران قوا	فروش خودرو به قیمت ۵ 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.
۱۳۹۹/۰۲/۲۲ الی ۱۴۰۰ مهر ۲۸	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 ۶ 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 ۲۸ مهر ۱۴۰۰ الی ۲۸ مهر ۱۴۰۱	ستاد تنظیم بازار	مصوبه شصت‌وسومین جلسه شورای عالی هماهنگی اقتصادی سران قوا	افزایش ۱۸ درصدی قیمت‌های مصوب براساس تورم‌بخشی با فرمول شورای رقابت	در ۱۸ آبان ۱۴۰۰ مجوز افزایش قیمت توسط وزارت صمت ابلاغ شد که این مصوبه در ۲۰ آبان توسط رئیس محترم جمهور لغو شد. درنهایت افزایش قیمت ۱۸ درصدی محصولات خودروسازان در ۱۷ آذر ۱۴۰۰ براساس تورم‌بخشی اعلام شد.
از ۲۸ مهر ۱۴۰۱ 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 ۱۴۰۱ قیمت خودروها اصلاح نشد و اجرایی شدن مصوبه افزایش قیمت خودرو تا ۲۰ فروردین ۱۴۰۲ به طول انجامید و درنهایت نیز قیمت‌ها به میزانی پایین‌تر از مصوبه اولیه شورای رقابت، تعدیل شد.

مأخذ: تحقیق

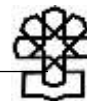
همان‌طور که در نمودار ۲ برای خودرو پراید مشخص شده است در بازه سال ۱۳۸۴ تا ۱۳۹۰ که قیمت‌گذاری را کمیته خودرو انجام می‌داد و ثبات ارزی در کشور برقرار بود، قیمت کارخانه به میزان اندکی پایین‌تر از قیمت بازار قرار داشت. پس از سال ۱۳۹۱ که قیمت‌گذاری خودرو را شورای رقابت انجام داد هم‌زمان با جهش ارزی، اختلاف 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 ۱۳۹۵ به‌مرور آغاز شد و با جهش ارزی سال ۱۳۹۷ شدت یافت. پس از مهر ۱۳۹۷ و با واگذاری قیمت به سازمان حمایت، به‌دلیل آنکه این سازمان تنها یک‌بار (در بهمن ۱۳۹۷) به‌روزرسانی قیمت را انجام داد، در سال ۱۳۹۸ اختلاف بازار و کارخانه شدت یافت. از ابتدای سال ۱۳۹۹ و با واگذاری مجدد قیمت به شورا اختلاف قیمت همچنان پابرجا ماند.

نمودار ۳. تغییرات قیمت کارخانه و بازار طی سال‌های ۱۳۸۴-۱۳۹۹



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





## ۲. 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 ۳ تلاش شده است تا مقایسه‌ای میان قیمت فروش کارخانه ارزان‌ترین خودروهای خارجی با قیمت فروش کارخانه خودروهای پر فروش ایرانی انجام شود. برای آنکه این مقایسه دقیق‌تر صورت گیرد، هزینه‌های حاکمیتی از جمله عوارض شماره‌گذاری و مالیات بر ارزش افزوده از قیمت فروش خودروهای داخلی و خارجی کسر شده است.

جدول ۲. مقایسه قیمت و مشخصات ارزان‌ترین خودروهای ساخت داخل و خودروهای خارجی<sup>۱</sup>

نام خودرو	قیمت کارخانه (هزار دلار)	وزن (کیلوگرم)	مصرف سوخت ترکیبی (لیتر بر ۱۰۰ کیلومتر)	توان موتور (اسب بخار)	حداکثر سرعت (کیلومتر بر ساعت)	سطح ایمنی <sup>۲</sup> (Eu ncap)
رنو کوئید (نسخه هند)	۵.۹	۷۷۵	۴.۵	۵۴	۱۳۵	صفر ستاره ایمنی
ام وی ام ۱۱۰ (نسخه چینی ماتیز)	۶.۰	۸۸۰	۴.۱	۵۱	۱۳۰	صفر ستاره ایمنی
سوزوکی_ماروتی آلتو	۴.۸	۷۴۰	۴.۲	۶۷	۱۴۵	صفر ستاره ایمنی
هیوندای i10 (نسخه هند)	۷.۸	۹۵۰	۵.۰	۶۸	۱۶۶	دو ستاره (۲۰۲۰_سرنشین)
داچیا ساندرو ۲۰۲۲	۱۵.۷	۱۰۶۲	۵.۳	۹۰	۱۷۰	دو ستاره (۲۰۲۲)
کیا پیکانتو	۱۶.۲	۹۷۶	۵.۸	۸۴	۱۶۱	سه ستاره (۲۰۱۷)
پژو ۲۰۶ تیپ ۲	۳.۴	۱۰۲۵	۶.۴	۷۵	۱۷۰	چهار ستاره (۲۰۰۰_سرنشین)
رانا پلاس	۴.۹	۱۱۱۳	۷.۳	۱۰۵	۱۹۰	—
سمند EF7	۳.۶	۱۳۴۴	۷.۵۴	۱۱۳	۱۹۰	—
پارس TU5	۴	۱۲۱۴	۸.۱۵	۱۰۵	۱۹۰	—
دنا پلاس	۵.۲	۱۲۵۸	۷.۴۳	۱۱۳	۱۸۹	—
تیبا	۲.۷	۱۰۱۵	۶.۹۵	۸۷	۱۷۰	—

۱. قیمت خودروهای ساخت داخل براساس دلار ۴۳,۶ هزار تومان در تاریخ ۱۴۰۱/۱۰/۱۲ محاسبه شده است.  
 ۲. 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.

نام خودرو	قیمت کارخانه (هزار دلار)	وزن (کیلوگرم)	مصرف سوخت ترکیبی (لیتر بر ۱۰۰ کیلومتر)	توان موتور (اسب بخار)	حداکثر سرعت (کیلومتر بر ساعت)	سطح ایمنی <sup>۲</sup> (Eu ncap)
تیبا ۲	۲.۹	۱۰۴۰	۶.۵۳	۸۷	۱۷۰	-
کوییک	۳.۸	۱۰۶۵	۷.۱۴	۸۷	۱۷۰	-
کوییک R	۴	۱۰۶۵	۷.۱۴	۸۷	۱۷۰	-
ساینا	۲.۸	۱۰۵۰	۷.۰۲	۸۷	۱۷۰	-
ساینا S	۳.۸	۱۰۵۰	۷.۰۲	۸۷	۱۷۰	-

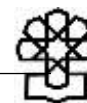
مأخذ: تارنمای فروش شرکت‌های تولیدکننده

با توجه به جدول فوق قیمت فروش کارخانه عموم خودروهای پرفروش داخلی، هم‌قیمت و یا ارزان‌تر از ارزان‌ترین خودروهای خارجی است و حتی خودروهای ۲۰۶ تیپ ۲، تیبا، تیبا ۲ و ساینا با قیمتی کمتر از ارزان‌قیمت‌ترین خودروهای خارجی (سوزوکی\_ماروتی آلتو)، توسط کارخانه فروخته می‌شود؛<sup>۱</sup> اما مسئله در کشور این است که به‌دلیل شیوه قیمت‌گذاری در دهه گذشته و تبدیل شدن خودرو به یک کالای سرمایه‌ای، قیمت‌های بازار با قیمت کارخانه فاصله قابل توجهی دارد.

### ۳. 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 ۱۳۹۶-۱۴۰۱ صورت دهیم، مشاهده می‌شود که قیمت کارخانه خودروها از همه این کالاها رشد قیمت کمتری را تجربه کرده است.

۱. 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.



## جدول ۳. میزان افزایش قیمت برخی محصولات از سال ۱۳۹۶ تا ۱۴۰۱

نام شرکت تولیدکننده	محصول	میانگین قیمت فروش کارخانه اردیبهشت ۱۳۹۶ (میلیون تومان)	میانگین قیمت فروش کارخانه شهریور ۱۴۰۱ (میلیون تومان)	نرخ رشد قیمت (درصد)
آبسال	کولر آبی	۰.۶۶۸	۷.۳۵۷	۱۰۰۱.۳
	ماشین لباس شویی	۰.۹۳۰	۷.۶۹۴	۷۲۷.۳
	بخاری گازی	۰.۲۰۰	۱.۵۴۱	۶۷۰.۵
بوتان	آب گرمکن	۰.۳۶۶	۳.۶۸۰	۹۰۵.۵
	شوفاژ	۱.۴۲۰	۱۲.۸۰۹	۸۰۲.۰
پارس خزر	محصولات پخت و پز	۰.۱۴۹	۱.۴۶۰	۸۷۹.۹
	محصولات غذاساز	۰.۱۶۴	۱.۸۱۶	۱۰۰۷.۳
ایران خودرو <sup>۱</sup>	پژو پارس سال	۳۶.۵۳۹	۲۰۴.۷۴۷	۴۶۰.۴
	پژو ۲۰۷ دنده دستی	۴۲.۰۵۱	۲۵۷.۵۴۸	۵۱۲.۵
	دنا	۴۲.۶۸	۲۲۸۱.۴۲۷	۵۵۹.۳۹
سایپا	ساینا	۲۷.۸۸۸	۳۲۰۸.۱۲۳	۶۴۶.۳

مأخذ: صورت‌های مالی اردیبهشت ۱۳۹۶ و شهریور ۱۴۰۱ 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 ۱۳۹۱ 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.

۱. قیمت‌های ایران خودرو و سایپا براساس قیمت‌های اعلامی شورای رقابت در زمان مذکور، گزارش شده است.  
 ۲. به دلیل عدم تولید دنا معمولی در سال ۱۴۰۲، برای قیمت دنا در سال ۱۴۰۲، از قیمت دنا پلاس استفاده شده است.  
 ۳. به دلیل عدم تولید سایپا معمولی در سال ۱۴۰۲، برای قیمت سایپا در سال ۱۴۰۲، از قیمت سایپا S استفاده شده است.

## ۴-۱. معرفی دستورالعمل قیمت‌گذاری شورای رقابت

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

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

$P_n$ = قیمت جدید	$\rho$ = نرخ تورم بخشی
$P_{n-1}$ = قیمت قبلی	$Z$ = شاخص کیفیت
$X$ = نرخ بهره‌وری	$n$ = مرتبه

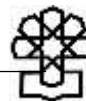
آنالیز قیمت اولیه در این فرمول براساس قیمت‌های سال ۱۳۹۱ که به تشخیص شورای رقابت، بازار در حالت تعادلی قرار داشت محاسبه و قیمت پایه تعیین می‌شد. در خصوص خودروهای جدید نیز از روش کلینیک خودرو برای تعیین قیمت استفاده می‌شود. در این شیوه تعدادی از متخصصان حوزه خودرو، خودرو را بررسی می‌کنند و قیمت پایه براساس میانگین‌گیری از قیمت اعلامی آنان تعیین می‌شود. همچنین ۷ درصد سود و ۵ 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 ۷۵ 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 ۲ درصد لحاظ می‌شود یعنی در صورتی که همه متغیرها ثابت باشند قیمت خودرو باید هر سال ۲ 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 ۳۰ 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 خودروساز، 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. پس نگر بودن دستورالعمل قیمت گذاری شورای رقابت

یکی از مهم ترین مشکلات عموم فرمول های قیمت گذاری که براساس محاسبه هزینه تمام شده (cost plus) تدوین شده اند که فرمول شورای رقابت نیز از جمله آنهاست، پس نگر بودن آنها و تبعیت از قیمت های گذشته است. به عبارت دیگر در این شیوه قیمت گذاری، تولیدکننده با اینکه براساس هزینه های جاری به تولید اقدام می کند، اما محصولات آن، براساس هزینه های چند ماهه گذشته، ارزش گذاری می شود، این مسئله به ویژه در شرایط تورم های شدید، مشابه آنچه طی سال های ۱۳۹۷ تا ۱۴۰۰ رخ داد، تولیدکننده را متضرر می کند.

#### ۴-۲-۲. تجمع خطا ناشی از خطا در تورم بخشی

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

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

$P_0$  = قیمت اولیه

$P_n$  = قیمت نهایی اعلامی شورای رقابت

$\dot{P}_n$  = قیمت واقعی

$e_n$  = خطای تورم بخشی

$\bar{e}$  = میانگین خطای تورم بخشی

$\bar{\rho}$  = میانگین تورم بخشی

$E$  = خطای قیمت نهایی

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.

### ۳-۲-۴. 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 ۵ درصد بود. این در حالی است که هزینه مالی خودروسازان طبق صورت‌های مالی برخی از سال‌ها به حدود ۱۲ 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.

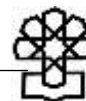
### ۵-۲-۴. خطا در تعیین سود

میزان سود خودروسازان را شورای رقابت ۷ درصد تعیین کرده بود. این در حالی است که طبق ضوابط قیمت‌گذاری سازمان حمایت از مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان، میزان سود کالاهای مشمول قیمت‌گذاری ۱۷ درصد لحاظ می‌شود.<sup>۱</sup> با توجه به مدت زمان طولانی گردش سرمایه در این صنعت و تورم‌های شدید در کشور، سود ۷ درصدی نمی‌تواند انگیزه کافی برای سرمایه‌گذاری در صنعت خودرو 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 ۷ درصد برای یک فعالیت تولیدی ناچیز محسوب می‌شود.

### ۶-۲-۴. 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

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



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.

#### ۷-۲-۴. مؤثر نبودن میزان مشوق

اگر کیفیت خودرویی از پایین‌ترین رده کیفی به بالاترین رده کیفی ارتقا یابد حداکثر ۲ درصد به قیمت آن خودرو افزوده می‌شود با توجه به هزینه‌های بالای تحقیق و توسعه محصول (۶ 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 ۵ تا ۹ آمار تعدادی از طرح‌های فروش فوق‌العاده شرکت‌های ایران خودرو و سایپا ارائه شده است.

جدول ۴. فروش فوق‌العاده و قرعه‌کشی مرحله هفدهم شرکت ایران خودرو (خرداد ۱۴۰۰)

نام خودرو	تعداد ثبت‌نامی‌ها	ظرفیت فروش	اختلاف قیمت بازار و کارخانه (میلیون تومان)	شانس خرید
پارس TU5	۲.۳۶۴.۳۱۱	۲۰۰۰	۱۵۵	۰.۰۸ درصد
پارس سال	۹۱۷.۷۲۱	۱۴۰۰۰	۱۳۰	۱.۵۲ درصد
دنا پلاس توربو	۲۱۶.۶۸۸	۱۰.۰۰۰	۱۴۵	۴.۶۱ درصد
مجموع	۳.۴۹۸.۷۲۰	۲۶.۰۰۰	-	۰.۷۴ درصد

مأخذ: داده‌های منتشر شده ایران خودرو و سایپا.

جدول ۵. فروش فوق‌العاده و قرعه‌کشی مرحله نهم شرکت سایپا (خرداد ۱۴۰۰)

نام خودرو	تعداد ثبت‌نامی‌ها	ظرفیت فروش	اختلاف قیمت بازار و کارخانه (میلیون تومان)	شانس خرید
کوییک R	۱۶.۷۸۳	۲۵۰۰	۲۵	۸.۹ درصد
کوییک R تریم قرمز	۱۵.۱۰۴	۲۵۰۰	۲۷	۸.۵ درصد
کوییک	۲۹.۷۴۳	۱۳۰۰۰	۲۷	۹.۸ درصد
تیبا ۲	۲۱۵.۲۴۷	۵۰۰۰	۵۱	۵ درصد
سایپا ۱۵۱	۹.۵۹۶	۱۰۰۰	۰	۴.۲ درصد
مجموع	۲۸۶.۴۷۳	۲۴.۰۰۰	-	۸.۳ درصد

مأخذ: همان.

جدول ۶. فروش فوق‌العاده و قرعه‌کشی مرحله دوم شرکت ایران خودرو در سامانه یکپارچه (مرداد ۱۴۰۱)

نام خودرو	تعداد ثبت‌نامی‌ها	ظرفیت فروش	اختلاف قیمت بازار و کارخانه (میلیون تومان)	شانس خرید
پژو ۲۰۶ تیپ ۲	۱.۱۴۲.۴۹۶	۳۰۰۰	۱۴۸.۴	۰.۲۶
پژو ۲۰۷ اتوماتیک	۶۲۰.۴۲۹	۱۰۰۰	۲۸۶	۰.۱۶
پژو پارس سال	۲.۲۲۱.۹۱۵	۴۵۰۰	۱۴۵.۱	۰.۲۰
تارا اتوماتیک	۷۱.۹۹۱	۵۰۰	۱۶۰.۳	۰.۶۹
دنا پلاس اتوماتیک	۱۱۸.۰۹۱	۱۰۰۰	۱۰۶.۷	۰.۸۴
مجموع		۱۰.۰۰۰	-	۰.۳۰

مأخذ: همان.

جدول ۷. فروش فوق‌العاده و قرعه‌کشی مرحله دوم شرکت سایپا در سامانه یکپارچه (مرداد ۱۴۰۱)

نام خودرو	تعداد ثبت‌نامی‌ها	ظرفیت فروش	اختلاف قیمت بازار و کارخانه (میلیون تومان)	شانس خرید
کویک R	۱۸۷۷۰	۲۳۰۰۰	۴۰.۹	۱۲۲ درصد
مجموع	۱۸۷۷۰	۲۳۰۰۰	-	۱۲۲ درصد

مأخذ: همان.

جدول ۸. فروش فوق‌العاده و قرعه‌کشی شرکت ایران خودرو طرح عادی (۲۷ دی ۱۴۰۱)

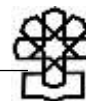
نام خودرو	تعداد ثبت‌نامی‌ها	ظرفیت فروش	اختلاف قیمت بازار و کارخانه (میلیون تومان)	شانس خرید
سورن پلاس دوگانه	۱.۹۴۱.۸۹۱	۴۰۰	۲۰۸.۹	۰.۰۲
پارس XU۷ سفارشی	۱.۸۵۵.۲۲۵	۵۶۰۰	۲۵۵.۹	۰.۳۰
پارس XU۷ سفارشی ELX	۳.۴۰۵.۶۲۸	۱۲۰۰	۳۰۷.۹	۰.۰۳
رانا پلاس	۱.۵۵۰.۰۵۷	۱۲۰۰	۲۳۰	۰.۰۷
مجموع	۸.۷۵۲.۸۴۹	۸۴۰۰	-	۰.۲۱

مأخذ: همان.

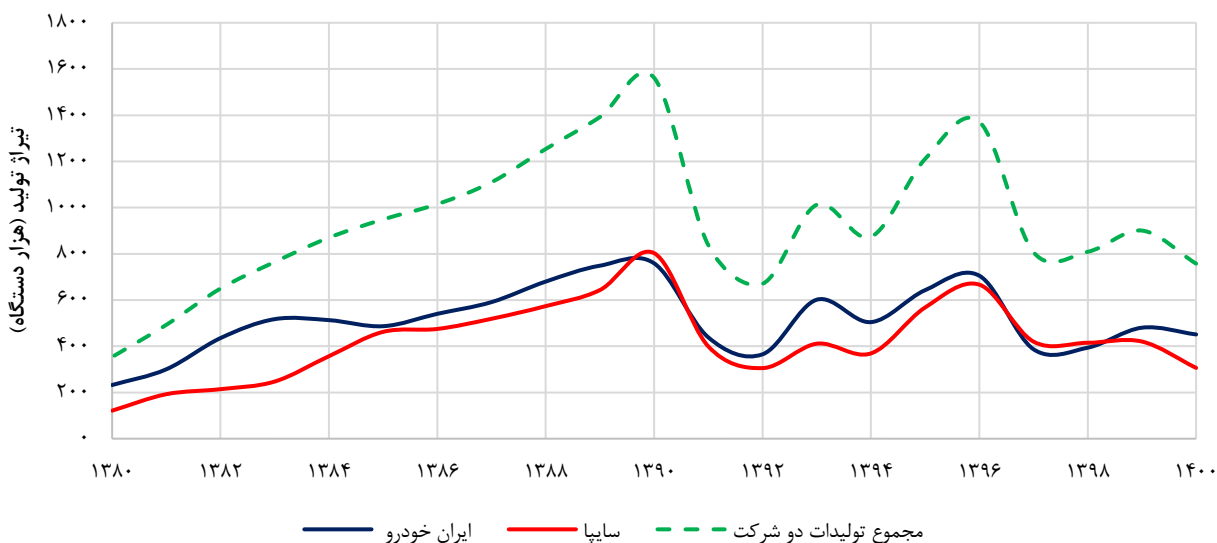
با توجه به جداول فوق ذکر چند نکته حائز توجه است:

- 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 ۴. 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 ۳، رکورد تولید دو شرکت ایران خودرو و سایپا در سال ۱۳۹۰ بوده که مجموعاً حدود ۱.۶ میلیون دستگاه تولید کرده‌اند و تنها در سال ۱۳۹۶ توانسته‌اند به این سطح از تولید نزدیک شوند؛ اما در شرایط کنونی و با وجود افزایش چند برابری قیمت خودرو نسبت به سال ۱۳۹۶، در هر مرحله از فروش فوق‌العاده ایران خودرو و سایپا مجموعاً بیش از ۳.۵ میلیون نفر، متقاضی خرید خودرو هستند که این مسئله نشان می‌دهد عاملی به‌جز 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 به‌نحوی که خودروهای شرکت ایران خودرو به‌علت اختلاف قیمت زیاد با بازار، تقاضای چند برابری نسبت به سایپا دارند.

• شانس خرید خودرو برای هر فرد از شرکت ایران خودرو زیر ۱ درصد و در شرکت سایپا زیر ۱۰ درصد است. از همین رو امکان خرید خودرو از کارخانه برای متقاضیان بسیار کم است.

#### ۶. اثر شیوه فعلی قیمت‌گذاری بر خودروسازان

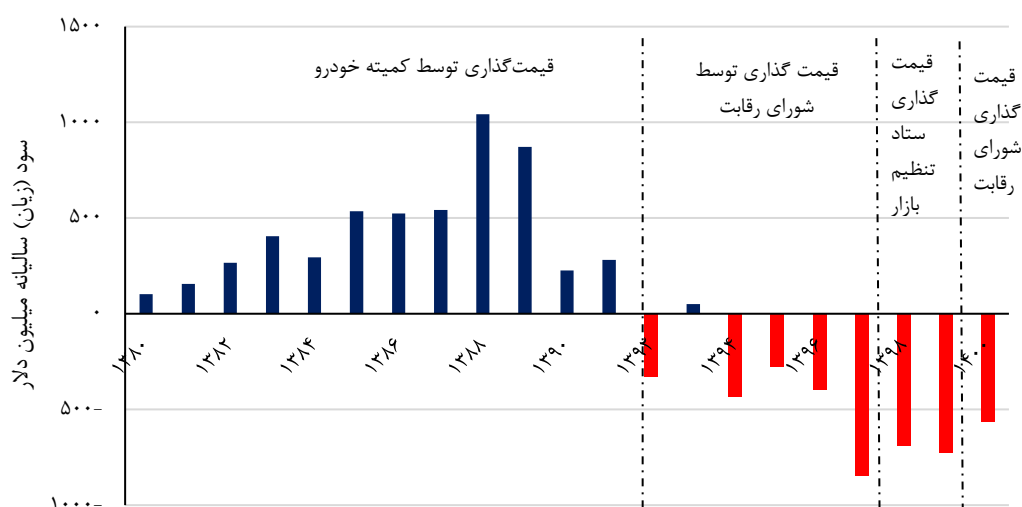
قطع همکاری شرکای خارجی، نوسانات قیمت ارز، ارتقای سطح استانداردهای اجباری و مدل قیمت‌گذاری شورای رقابت در کنار سایر چالش‌های داخلی صنعت خودرو، سبب ایجاد مشکلاتی مانند افزایش زیان انباشته، افزایش هزینه‌های مالی خودروسازان و غیره شده است. در این قسمت به‌صورت ویژه آثار شیوه قیمت‌گذاری بر خودروسازان مورد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

##### ۱-۶. 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 به‌صورت زیر است. برای آنکه امکان

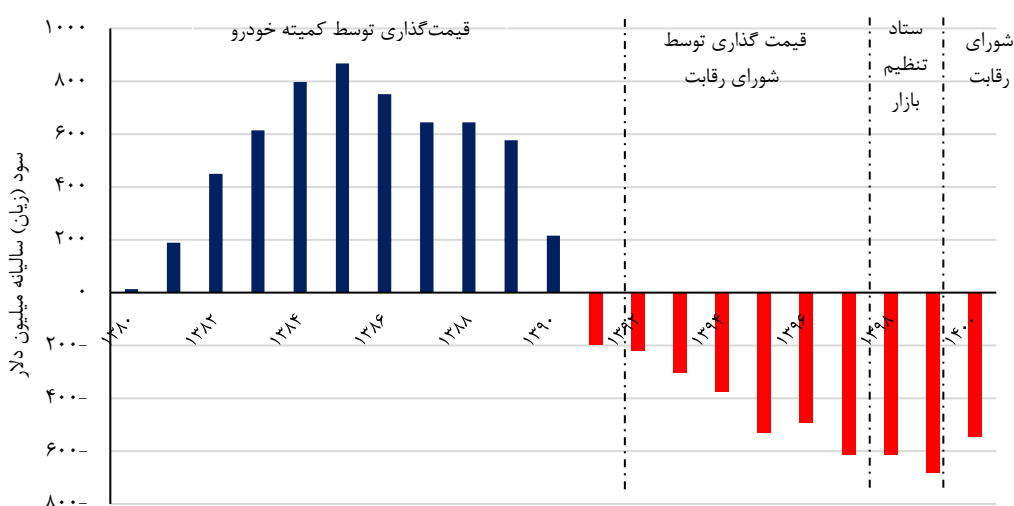
مقایسه بین سال‌های مختلف وجود داشته باشد، سود و زیان خالص هر دو گروه طی دو دهه گذشته به دو صورت محاسبه شده است. در دو نمودار ابتدایی سود سالیانه هر دو شرکت بر میانگین نرخ ارز بازار در هر سال تقسیم شده است و سپس در نمودار بعدی سود (زیان) خالص هر دو شرکت بر اساس نرخ تورم تولیدکننده بخش ساخت وسایل نقلیه موتوری، تریلر و نیم‌تریلر تعدیل شده است:

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

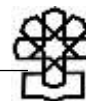


مأخذ: صورت‌های مالی تلفیقی حسابرسی شده گروه ایران خودرو و قیمت ارز بازاری در هر سال.

### نمودار ۶. سود (زیان) خالص سالیانه گروه سایپا بر حسب میلیون دلار

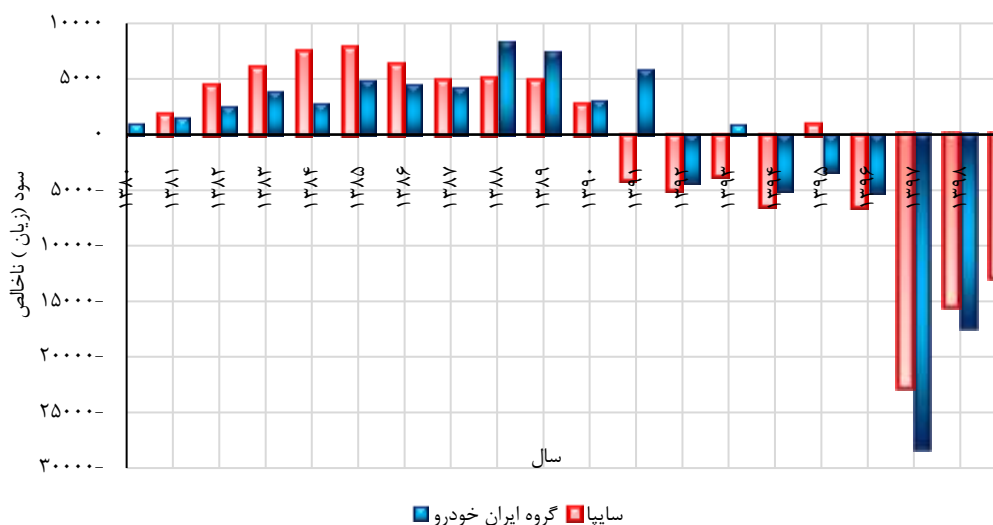


مأخذ: صورت‌های مالی تلفیقی حسابرسی شده گروه سایپا و قیمت ارز بازاری در هر سال.



همان طور که مشاهده می شود هر دو شرکت ایران خودرو و سایپا با شروع قیمت گذاری توسط شورای رقابت و همزمان با شروع تحریم ها دچار کاهش سود و زیان دهی شده اند، به نحوی که بنگاه ایران خودرو که در سال ۱۳۸۸ معادل یک میلیارد دلار سود سالیانه ثبت کرده بود، در سال ۱۳۹۶ و نبود تحریم ها حدود ۴۰۰ میلیون دلار زیان کرده است و میزان زیان آن در سال ۱۴۰۰ به ۵۶۵ میلیون دلار رسیده است. همچنین شرکت سایپا که در سال های ۱۳۸۵ و ۱۳۸۸ به ترتیب ۸۸۰ میلیون دلار و ۶۴۴ میلیون دلار ثبت کرده است، در سال های گذشته دچار زیان شدید شده به نحوی که در سال ۱۴۰۰، زیان ۵۴۶ میلیون دلار را گزارش کرده است.

نمودار ۷. سود (زیان) خالص شرکت ایران خودرو و سایپا طی ۲۰ سال گذشته



مأخذ: محاسبات گزارش براساس صورت های 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 نیم تریلر به روزآوری شده است. هرچند مسائلی از جمله تحریم و افزایش نرخ ارز بر زیان دهی این دو شرکت تأثیر قابل توجه داشته است، اما به دلیل ایرادهای وارد بر نحوه قیمت گذاری شورای رقابت، دستورالعمل قیمت گذاری نیز سهم زیادی در شکل گیری این وضعیت داشته است.

## ۲-۶. سود و زیان انباشته

براساس صورت های مالی خودروسازان، هر دو خودروساز (ایران خودرو و سایپا) مجموعاً در سال ۱۴۰۰ حدوداً ۲۸.۵ هزار میلیارد زیان عملیاتی ثبت کرده اند و مجموع زیان انباشته هر دو گروه خودرویی تا پایان سال ۱۴۰۰ به ۱۱۱.۱۴ هزار میلیارد تومان رسیده است. این در حالی است که مجموع زیان انباشته این دو گروه در پایان سال ۱۳۹۶ حدود ۱۱.۹ هزار میلیارد تومان بوده که نشان می دهد زیان انباشته آنها طی چهار سال گذشته حدوداً ۱۰ برابر افزایش یافته است که در صورت تداوم این وضعیت، این دو شرکت با بیش از ۱۰۰ هزار کارمند و کل زنجیره با بیش از ۵۰۰ 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 ۹. زیان انباشته و ناخالص گروه و شرکت ایران خودرو و سایپا

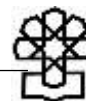
عنوان	ایران خودرو	سایپا
زیان ناخالص شرکت اصلی در سال ۱۴۰۰ (هزار میلیارد تومان)	-۱۱.۰۹۳	-۹.۳۳۴
زیان انباشته شرکت اصلی تا پایان سال ۱۴۰۰ (هزار میلیارد تومان)	-۴۱.۰۳۲	-۲۴.۳۴۸
زیان ناخالص کل گروه در سال ۱۴۰۰ (هزار میلیارد تومان)	-۱۴.۵۲۹	-۱۴.۰۲۶
زیان انباشته کل گروه تا پایان سال ۱۴۰۰ (هزار میلیارد تومان)	-۵۹.۸۲	-۵۱.۳۲۶

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

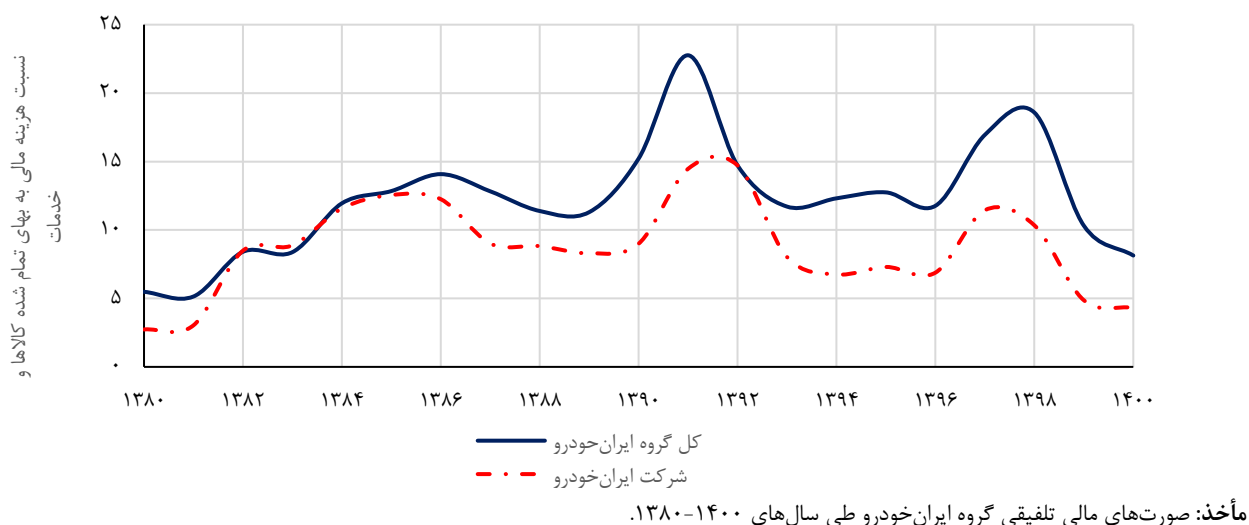
### ۳-۶. هزینه‌های مالی

همان‌طور که در نمودارهای ۵ تا ۷ قابل مشاهده است، از سال ۱۳۹۷ به بعد، شرکت‌های خودروسازی، زیان قابل توجهی را تجربه کرده‌اند و براساس جدول ۹ تا پایان سال ۱۴۰۰ زیان انباشته گروه ایران خودرو و سایپا به بیش از ۱۱۱ 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 پیش‌فروش 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.

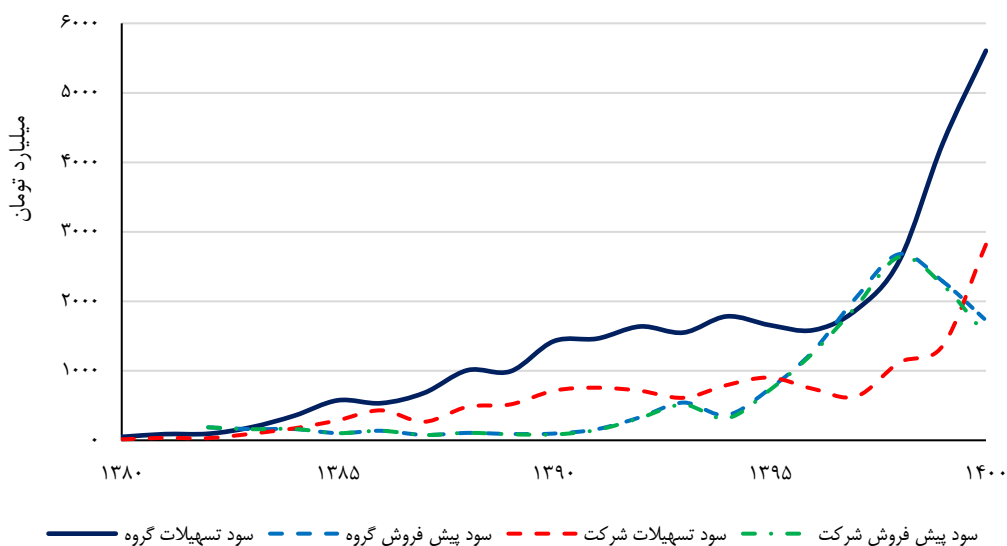


نمودار ۸. روند تغییرات نسبت هزینه مالی به بهای تمام شده کالاها و خدمات ایران خودرو طی دو دهه گذشته



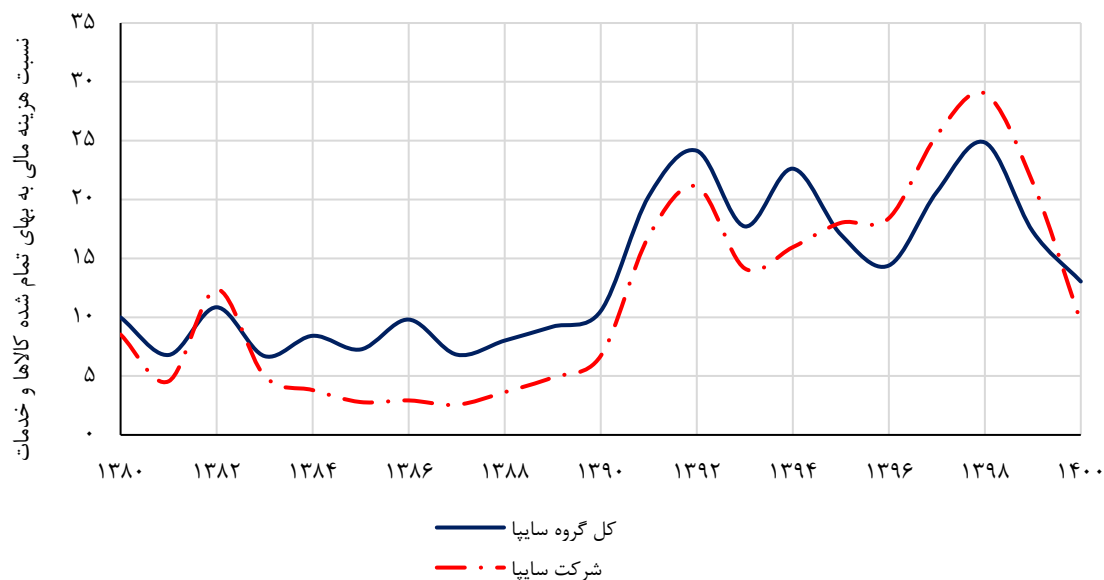
همان‌طور که مشاهده می‌شود نسبت هزینه‌های مالی به بهای تمام شده در شرکت و گروه ایران خودرو از سال ۱۳۹۷ به بعد به شدت افزایش یافته است و هزینه‌های مالی در گروه ایران خودرو، در سال ۱۳۹۸ به ۲۰ درصد از کل بهای تمام شده کالاها و خدمات در این شرکت رسیده است. گفتنی است براساس نمودار ذیل علت اصلی کاهش هزینه‌های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

نمودار ۹. اجزای هزینه مالی در شرکت ایران خودرو



مأخذ: همان

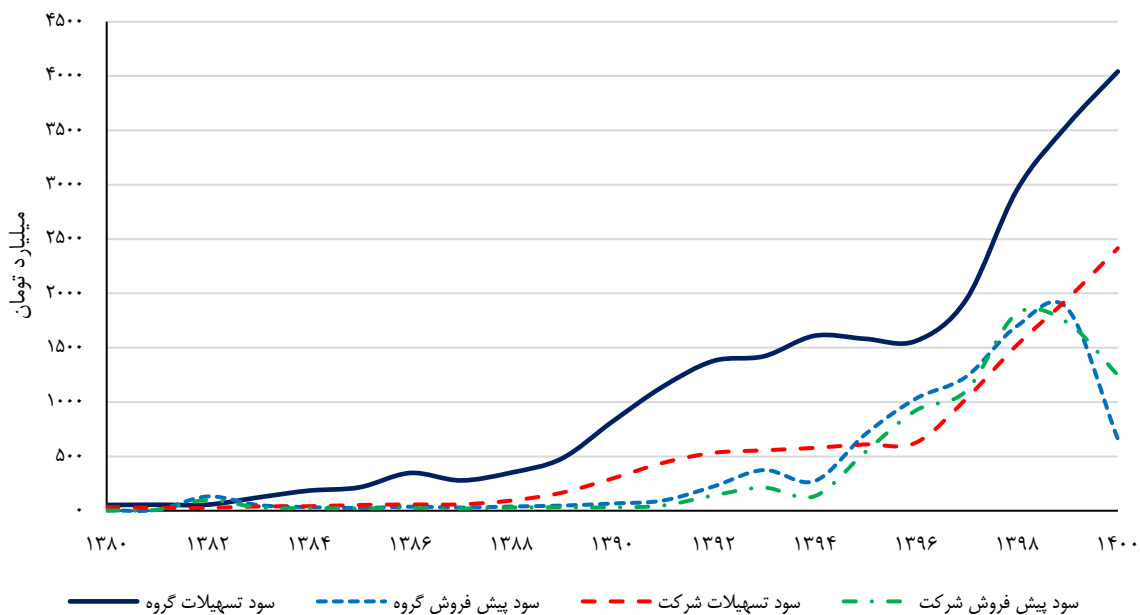
نمودار ۱۰. روند تغییرات نسبت هزینه مالی به بهای تمام شده کالاها و خدمات شرکت سایپا طی دو دهه گذشته



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 ۱۱. 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 پیش فروش شرکت از سال ۱۳۹۵ به بعد حتی از سود تسهیلات این شرکت نیز فراتر رفته است.

## ۷. عرضه خودرو در بورس کالا

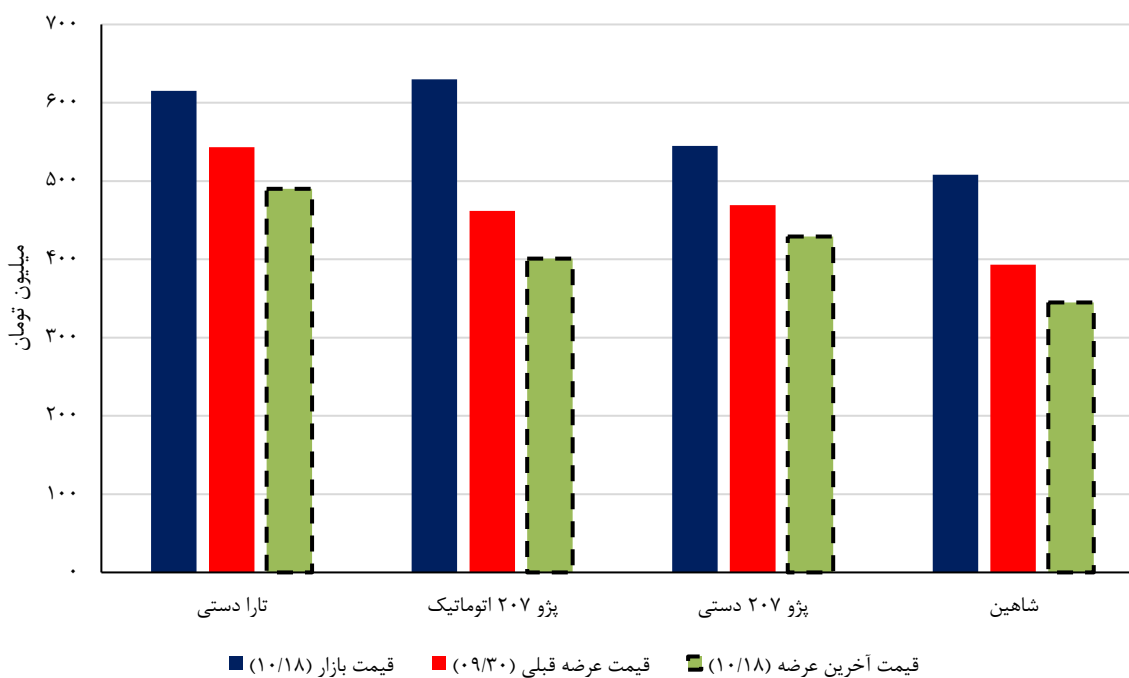
همان طور که در بخش های قبل اشاره شد شیوه قیمت گذاری خودرو در دهه گذشته از سوی شورای رقابت و ستاد تنظیم بازار علاوه بر ایجاد زیان برای این دو شرکت و تشدید اختلاف میان قیمت فروش کارخانه و قیمت بازار سبب ایجاد رانت برای افرادی شده است که می توانستند از این دو شرکت خودرو خریداری کنند. از این رو کاهش تولیدات خودروسازان و شکل گیری 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 نمی کنند. در این بین عرضه و فروش خودرو در بورس کالا به عنوان راه حلی برای برون رفت از وضعیت موجود پیشنهاد شده که در ادامه مورد بررسی قرار می گیرد.

ایجاد بازاری متعادل برای فروش خودرو در بورس که دچار نوسان نشود، نیازمند عرضه پایدار، منظم و پیش بینی پذیر خودرو است. در این شرایط مسئله اساسی آن است که امکان قیمت سازی در بازار از طریق کنترل عرضه از تولیدکننده سلب شود؛ از این رو باید وزارت صمت برنامه ای 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 محدودیت هایی همچون مالیات برای فروش خودروی خریداری شده از بورس کالا برای سال اول، می توان 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 به جای گذاشته است از جمله اینکه از ۲۸ اردیبهشت ماه ۱۴۰۱ تا ۱۸ دی ماه ۱۴۰۱ حدود ۳۴۸۱۶ دستگاه خودرو به ارزش ۱۹۰۵ هزار میلیارد تومان در بورس کالا عرضه شده است. این عرضه از سویی به نفع مصرف کنندگان بود به طوری که در مجموع ۴۰۴ هزار میلیارد تومان ارزان تر از قیمت بازار خودرو خریداری کرده اند و از سوی دیگر تولیدکنندگان نیز تا حدی از فشار قیمت گذاری دستوری خارج شدند و ۶ هزار میلیارد تومان بیشتر از قیمت مصوب، عایدی کسب کرده اند.

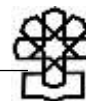
## نمودار ۱۲. قیمت بازار و قیمت دو عرضه آخر خودروهای عرضه شده در بورس



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. ازسویی 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.





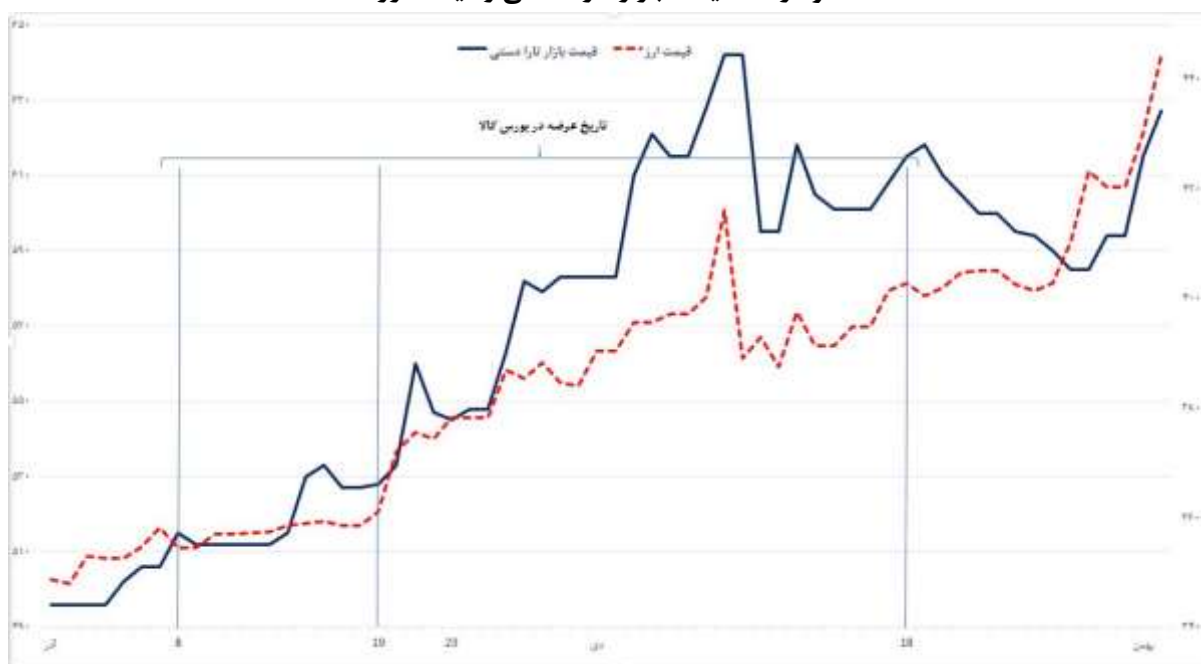
### نمودار ۱۳. قیمت بازار دو خودرو عرضه شده در بورس و قیمت ارز



مأخذ: تارنمای شبکه اطلاع‌رسانی ارز و z4car.com.

در زمان عرضه خودروی خودروساز خصوصی در تاریخ ۲۶ مرداد ۱۴۰۱ 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 از سوی 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 ۸ آذر ۱۴۰۱، 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.

## نمودار ۱۴. 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 ۹ ماهه سال ۱۴۰۱ کمتر از ۳٪ تولیدات ایران خودرو و کمتر از ۱٪ 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 ۱۲ 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 ۸۰ هزار میلیارد تومانی به خریداران خودرو در سال ۱۴۰۰ دارد)، موجب زیان شدید خودروسازان شده است. مجموع زیان انباشته این دو گروه خودرویی تا پایان سال ۱۴۰۱ به بیش از ۱۳۰ 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 به‌تدریج 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 خریده 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:

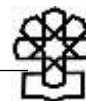
- • قیمت تمام شده براساس تجزیه و تحلیل (آنالیز) هزینه با در نظر گرفتن هزینه‌های تحقیق و توسعه و هزینه‌های مالی مرتبط با فعالیت تولیدی با تأیید حسابرس ظرف مدت ۳ تا ۹ ماه محاسبه و این اقدام سالیانه تکرار شود.
- • به‌روزرسانی قیمت تمام شده با استفاده از شاخص «تورم تولیدکننده خودرو» حداکثر هر سه ماه یک‌بار 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.

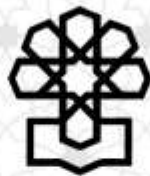
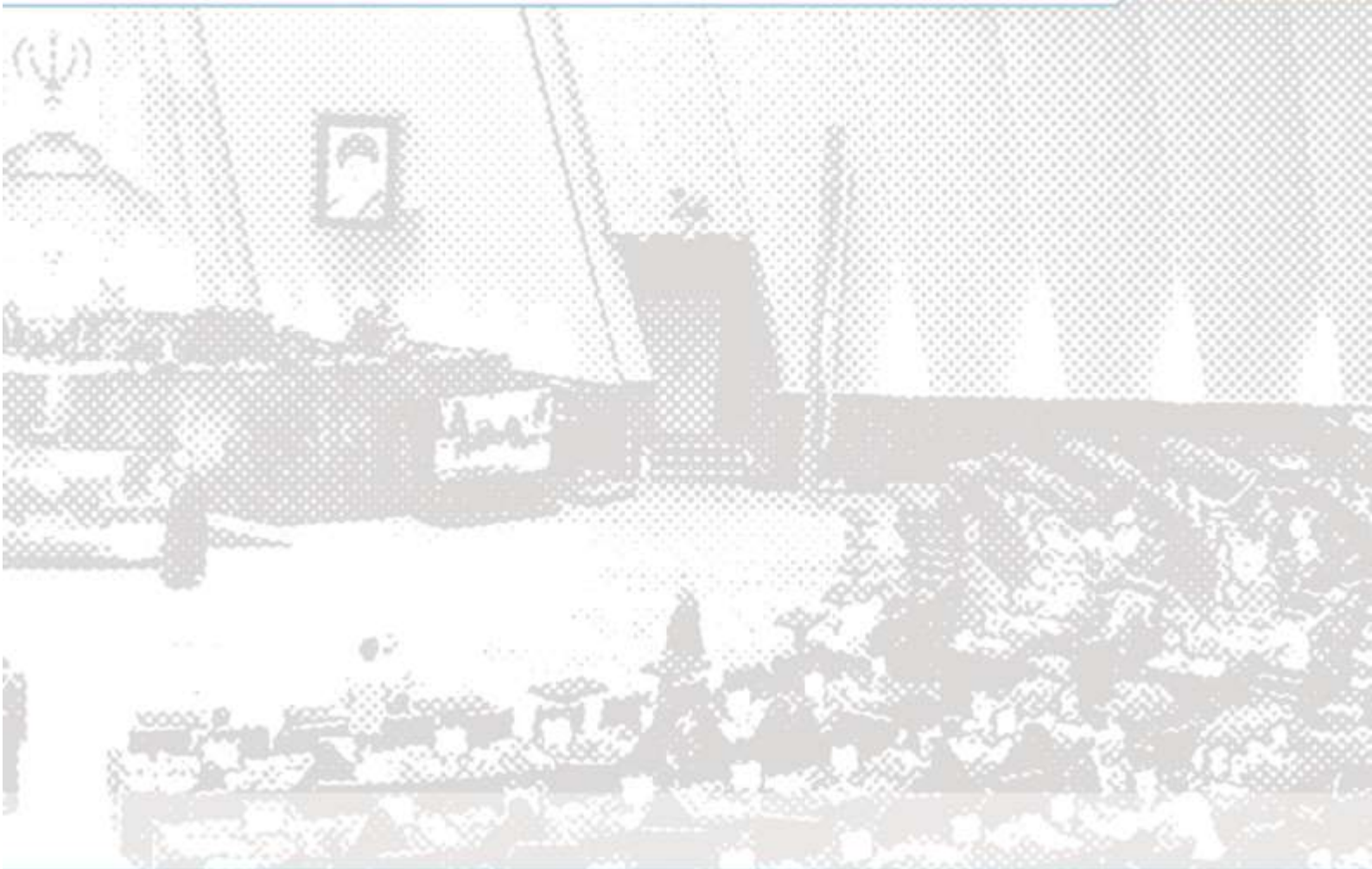
### – روش قیمت‌گذاری و فروش خودروسازان در میان مدت

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 همین رو 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 به سمت چنین راه‌حلی با توجه به تحول نهادی که نیاز دارد، باید به‌مرور زمان و با فراهم بودن شرایط لازم صورت گیرد.

**منابع و مآخذ**

۱. صورت های مالی تلفیقی حسابرسی شده شرکت ایران خودرو طی سال های ۱۳۸۰-۱۴۰۱ قابل دسترس در آدرس اینترنتی [www.codal.ir](http://www.codal.ir)
۲. صورت های مالی تلفیقی حسابرسی شده سایپا خودرو طی سال های ۱۳۸۰-۱۴۰۱، قابل دسترس در آدرس اینترنتی [www.codal.ir](http://www.codal.ir)
۳. صورت های مالی حسابرسی شده شرکت آبسال طی سال های ۱۳۹۶-۱۴۰۱، قابل دسترس در آدرس اینترنتی [www.codal.ir](http://www.codal.ir)
۴. صورت های مالی حسابرسی شده شرکت بوتان طی سال های ۱۳۹۶-۱۴۰۱، قابل دسترس در آدرس اینترنتی [www.codal.ir](http://www.codal.ir)
۵. صورت های مالی حسابرسی شده شرکت پارس خزر طی سال های ۱۳۹۶-۱۴۰۱، قابل دسترس در آدرس اینترنتی [www.codal.ir](http://www.codal.ir)
۶. تارنمای اینترنتی <https://www.ime.co.ir> (بورس کالای ایران)



## مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی

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

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

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