



بررسی شرایط شرکتهای هواپیمائی کشور در دوران گذار از کرونا

زهره کیا^۱، نوش آفرین خان زاده^۲

چکیده

اقتصاد ایران در سالهای اخیر با چالش های بسیاری مواجه بوده است که اوضاع را برای مشاغل گوناگون در سطح خرد و کلان بسیار آشفته کرده است. حال مهمان ناخوانده ای به نام ویروس کرونا به این شرایط آشفته دامن زده و بسیاری از مشاغل را نابود کرده و تعداد زیادی از سازمان ها را نیز تا مرز ورشکستگی پیش برده است. در شرایط کنونی اگر تدابیری برای خروج از رکود و ورشکستگی حتمی سازمان ها اندیشیده نشود می تواند منجر به یک فاجعه ملی، رکود تورمی در سطوح بسیار بالا، کاهش تولید ناخالص ملی و در نهایت کاهش رشد اقتصادی و فقر شدید گردد. اما تمام این موارد تنها ابعاد قابل اندازه گیری شرایط پس از کرونا را نشان می دهند و ابعاد غیرقابل اندازه گیری بسیاری مانند افزایش آمار افسردگی، خودکشی، طلاق و ... هستند که هرچند آمار آن تا حدودی قابل ارائه می باشد اما هرگز ارزش این ابعاد و تاثیرات آن در رشد و توسعه اقتصادی کشور محاسبه نمی گردد. با این حال صحبت از این متغیرها در این مقاله نمی گنجد و سعی ما بررسی راهکارهای اقتصادی موجود جهت خروج شرکت های هواپیمائی از بحران کرونا می باشد که از جمله این راهکارهای می توان به ادغام مبتنی بر نظریه بازی ها، مقررات زدایی و تعدیل هزینه ها اشاره کرد.

واژگان کلیدی: شرکت های هواپیمائی، ویروس کرونا، اقتصاد ایران، مقررات زدایی، ادغام

۱- کارشناس ارشد اقتصاد دانشگاه آزاد واحد علوم تحقیقات، Z_kia2001@yahoo.com

۲- کارشناس ارشد اقتصاد دانشگاه علامه طباطبائی

۱- مقدمه

کرونا باعث به وجود آمدن بحران های بسیاری در اقتصاد جهانی، منطقه ای و کشوری گردیده است. سقوط قیمت نفت، سقوط ارزش سهام در بسیاری از کشورها، سقوط قیمت برخی از کالاها و خدمات و در مقابل آن افزایش بی سابقه قیمت برخی کالاهای دیگر و بسیاری از اتفاقات بزرگ و کوچک که در سطوح گوناگون پیش آمده است یا در سال جدید پیش خواهد آمد! بر اثر شیوع ویروس کرونا، در حوزه اشتغال هر دو سمت عرضه و تقاضای بازار کار تحت تاثیر قرار خواهد گرفت. به نظر می رسد در سال ۱۳۹۹ با کاهش نرخ مشارکت و کاهش اشتغال مواجه خواهیم بود. بیشترین ضربه اقتصادی را کسانی متحمل خواهند شد که دارای شغل دائم نیستند. هرچه فعالیت کسب و کارها کاهش یابد، درآمدهای مالیاتی دولت نیز کاهش می یابد. بنابراین کسری بودجه دولت تشدید خواهد شد. با توجه به این موضوع و افزایش نقدینگی، تورم نیز روند صعودی به خود خواهد گرفت. اگر شیوع این ویروس در سه ماهه ابتدای سال جاری به طور کامل به اتمام برسد، می توان انتظار داشت که تولید به شرایط قبل بازگردد و در ۶ ماهه ابتدای سال با تورم ۲۵ درصدی، رشد اقتصادی نزدیک به صفر دور از انتظار نخواهد بود. اما اگر این شیوع طولانی تر شود، تحلیل های فوق از درجه اعتبار ساقط خواهد شد و به نظر می رسد کشور وارد یک دوره رکود بسیار عمیق گردد و در ۶ ماهه ابتدای سال شاهد رکود تورمی خواهیم بود. کمالینکه صندوق بین المللی پول پیش بینی تورم ۳۱ درصدی را برای اقتصاد ایران در سال ۲۰۲۰ داشته است. برآورد اقتصاددانان آن است که در شرایط بدبینانه، احتمال سقوط تولید داخلی ایران به دو سوم میزان فعلی (کاهش ۳۳ درصدی) و کسری بودجه حدود ۱۰ میلیارد دلاری در سال جاری وجود خواهد داشت.^۱

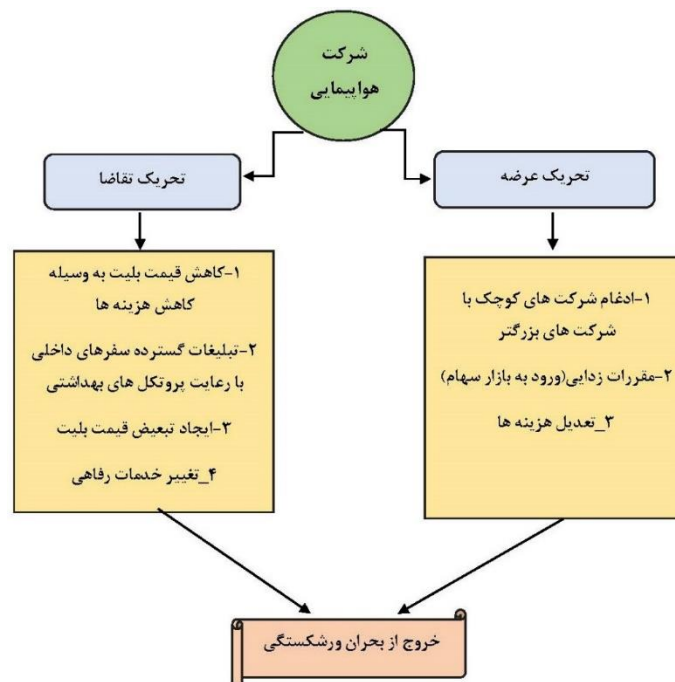
حال با شرایط پیش آمده شرکت های بسیاری در ایران ورشکست شده و یا در آستانه ورشکستگی قرار دارند. شرکت های موجود در سازمان هواپیمایی کشور نیز به دلایل تحریم های بسیار و حال بر اثر کووید ۱۹ ضررهای بسیاری را متحمل شده و در شرایط دشواری به سر می برند. پرواز های درون مرزی کاهش بسیار چشمگیری داشته و پرواز های مسافری برون مرزی به دلیل بسته شدن مرزهای اکثر کشورها، لغو گردیده اند. بر اساس تحقیقات و نظر سنجی های صورت گرفته توسط سازمان بین المللی حمل و نقل هوایی یاتا، کاهش مسافرتهاى هوایی در سال پیش رو نه تنها به دلیل محدودیت های به وجود آمده است بلکه ۴۰ درصد از مسافران سفرهای هوایی خود را دست کم به مدت شش ماه به تعویق خواهند انداخت. با تمام این اوصاف ما نیازمند اندیشیدن تدابیری هستیم تا از ورشکستگی حتمی بسیاری از شرکت های هواپیمایی ایران جلوگیری به عمل آوریم. در مقاله پیش رو تعدادی از راه حل های موجود را بررسی خواهیم کرد.

۲- راهکارها

از اواسط ماه ژانویه میزان پروازها در دنیا شیب ملایمی کاهشی را آغاز کرد که با شیوع کرونا در اواسط مارس (اواخر اسفند ماه) سرتاسر جهان با سقوط ناگهانی پروازها مواجه شد. شرکت های هواپیمایی بسیاری پول نقد خود را از دست دادند. کاهش این پروازها و سفرها سبب شد کشورهایی با ورودی توریست بالا (تایلند، مکزیک، چین، ترکیه و...) دچار مشکل شوند. در اقتصاد جدید وابسته به زنجیره ی عرضه، که دنیا با آن مواجه است قطعاً پیوندهای حمل و نقل هوایی سریع، برای عملکرد کسب و کارها حیاتی می باشد.^۲ در مدل مفهومی زیر راه کارهای ارائه شده را بصورت کلی مشاهده می نمایید.

۳) روزنامه دنیای اقتصاد، ۲۰ فروردین ۱۳۹۹، شماره خبر ۳۶۴۲۲۰۱

4) Pearce, 'COVID_19 Wider economic impact from air transport collapse, www.iata.org.



شکل شماره ۱_ مدل مفهومی راهکارها

از دو سمت می توان به راه کارها پرداخت. بخش عرضه و بخش تقاضا. قسمت اصلی که باید روی آن تمرکز شود، بخش تقاضا است که خود محرک افزایش عرضه می شود. باتوجه به اینکه طبق آمارهای سال ۹۷ حدود ۷۵٪ پروازها داخلی بوده است^۱ بنابراین نه تنها بسیاری از شرکت های هواپیمایی بخش عمده درآمد خود را از پروازهای داخلی کسب می نمایند بلکه می توان با محدود شدن سفرهای خارجی این حجم از سفرها را به سمت سفرهای داخلی سوق داد و به دست آوردن این بخش از سبد خانوارها نیازمند تبلیغات گسترده، تبعیض های قیمتی و ارائه ی خدمات مفیدتر می باشد. با در نظر گرفتن این نکته که بسیاری از سفرهای خانواده ها که در فرصت تعطیلات عید صورت می گرفت هنوز به صورت بالقوه باقی مانده است. البته با توجه به آمار بیشترین مسافرتهاى هوايى در فصل پيىش رو، يعنى تابستان صورت مى گيرد. نکته ی دیگر مسأله ی مقررات زدایی می باشد. در اغلب موارد هنگامی که یک شرکت هواپیمایی در معرض ورشکستگی قرار می گیرد، از این راهکار برای بسط گستره تصمیم گیری های مفید به جهت مقابله با این معضل بهره می برد. البته منظور ما از مقررات زدایی تغییر قوانین نیست بلکه تعلیق قوانین به مدت معین مورد نیاز است. در ادامه به بررسی راه کارها در قالب دسته عرضه و تقاضا و زیرمجموعه آن ها می پردازیم.

۱-۲- راهکارهای سمت عرضه

طی سالهای اخیر شرکت های هواپیمایی زیادی به عرصه ناوگان هوایی کشور افزوده شده اند و سازمان هواپیمایی کشور در گذشته بدون هیچ توجهی به شرایط اقتصادی مجوزهای زیادی را برای تاسیس این ایرلاین ها صادر کرده است که در حال حاضر تعداد آنها به ۱۵ ایرلاین افزایش یافته است. هم اکنون به جز چهار ایرلاین سایر شرکت ها کمتر از ده ناوگان دارند که طبق گفته کارشناسان تاسیس برخی از این شرکت ها از منطق اقتصادی برخوردار نیستند، به گونه ای که استاندارد خدمات و ایمنی پرواز در شرکت های هواپیمایی داخلی پایین تر از استاندارد جهانی است. در این خصوص دبیر انجمن شرکت های هواپیمایی نیز معتقد است که در حال حاضر نیروی انسانی واجد شرایط برای اداره این تعداد ایرلاین وجود نداشته و همین امر باعث پایین آمدن سطح کیفیت خدمات این پروازها می گردد. وی بهترین راه حل را ادغام ایرلاین ها برای رسیدن به بلوغ کاری عنوان می کند. در همین حال محمود فرنودی کارشناس حمل و نقل هوایی با ذکر این مطلب که شرکت های هواپیمایی موجود در کشور در وضعیت نا مطلوبی به سر می برند تصریح کرد: «در واقع می توان گفت که به نوعی شرکت های مزبور ورشکسته شده اند». ادغام شرکت ها از هم اکنون و اداره ی آنها توسط یک متولی چه خصوصی و چه دولتی لازمه ی جلوگیری از ورشکستگی حتمی است. از ۱۲ سال

(۱) مبتنی بر آمارها و جداول سال ۹۷ سازمان هواپیمایی کل ایران

پیش تا کنون ادغام شرکت های هواپیمایی آغاز شده است و معمولاً به چند دسته ی دورپرواز منطقه ای و داخلی تقسیم شده اند. اگر ادغام صورت گیرد و شرکت های بزرگ هواپیمایی ایران مسئولیت پروازهای دوربرد را بر عهده بگیرند و شرکت های کوچکتر که در آستانه ی ورشکستگی حتمی می باشند مسئولیت پروازهای داخلی و کوتاه برد را بر عهده داشته باشند، هم قیمت بلیط ها به تعادل رسیده و هم تقاضا افزایش پیدا می کند. در نتیجه این امر می تواند تا حد بسیار زیادی شرکتها را از ورشکستگی حتمی نجات دهد.

۲-۱-۱- ادغام

تعریف ادغام: طبق بند ۱۶ ماده یک قانون اجرای سیاست های کلی اصل ۴۴ قانون اساسی: ادغام دو یا چند شرکت عبارت است از اقدامی که بر اساس آن، چند شرکت ضمن محو شخصیت حقوقی خود، شخصیت حقوقی واحد و جدیدی تشکیل دهند یا در شخصیت حقوقی دیگری جذب شوند. بنابراین در نظام حقوقی ایران با دو نوع ادغام مواجه هستیم: نوع اول؛ ادغامی که موجب از دست رفتن شخصیت حقوقی همه شرکت های مورد ادغام و تشکیل شخصیت حقوقی جدید است.

نوع دوم؛ ادغامی است که موجب محو شخصیت یک یا چند شرکت در یکی از شرکت های مورد ادغام می باشد. در قانون تجارت ایران نیز مقررات خاصی درباره ادغام شرکت ها وجود ندارد، اما ادغام شرکت ها عملاً به دو شکل اتفاق می افتد یعنی؛

الف: تاسیس یک شرکت به وسیله چند شرکت موجود و انتقال اموال و دارایی ها به شرکت تازه تاسیس و سپس انحلال شرکت های موجود.

ب: ادغام یک یا چند شرکت از طریق انتقال سهام و اموال و سپس انحلال آن ها به شرکت اصلی.

- شرایط ممنوعه جهت ادغام:

(ماده ۴۸ قانون اجرای سیاست های کلی اصل ۴۴ قانون اساسی)

۱- در جریان اقامت در نتیجه آن اعمال مذکور در ماده ۴۵ اعمال شود.

۲- حرکات در جریان ادغام، قیمت کالا و خدمات به طور نامتعارفی افزایش یابد.

۳- هرگاه اقدام موجب ایجاد تمرکز شدید در بازار شود.

۴- هرگاه ادغام منجر به ایجاد بنگاه یا شرکت کنترل کننده در بازار شود.

تبصره ۱) در مواردی که پیشگیری از توقف فعالیت بنگاه ها و شرکت ها یا دسترسی آنها به دانش فنی جز از طریق ادغام امکان پذیر نباشد هر چند ادغام منجر به بندهای ۳ و ۴ این ماده شود مجاز است.

تبصره ۲) دامنه تمرکز شدید را شورای رقابت تعیین و اعلام می کند.

- شرایط مالیاتی پس از ادغام (ماده ۱۱۱ قانون مالیات های مستقیم):

شرکت هایی که با تاسیس شرکت جدید یا با حفظ شخصیت حقوقی یک شرکت، در هم ادغام یا ترکیب می شوند از لحاظ مالیاتی مشمول مقررات زیر می باشند:

الف) تاسیس شرکت جدید یا افزایش سرمایه شرکت موجود تا سقف مجموع سرمایه های ثبت شده شرکت های ادغام یا ترکیب شده از پرداخت نیم در هزار حق تمیر موضوع ماده (۴۸) این قانون معاف است.

ب) انتقال دارایی های شرکت های ادغام یا ترکیب شده به شرکت جدید یا شرکت موجود حسب مورد به ارزش دفتری مشمول مالیات مقرر در این قانون نخواهد بود.

ج) عملیات شرکت های ادغام یا ترکیب شده در شرکت جدید یا شرکت موجود مشمول مالیات دوره انحلال موضوع بخش مالیات بر درآمد این قانون نخواهد بود.

د) استهلاك دارایی های منتقل شده به شرکت جدید یا شرکت موجود باید براساس روال قبل از ادغام یا ترکیب ادامه یابد.

ه) هرگاه در نتیجه ادغام یا ترکیب، درآمدی به هر یک از سهامداران در شرکت های ادغام یا ترکیب شده تعلق گیرد طبق مقررات مربوط مشمول مالیات خواهد بود.

و) کلیه تعهدات و تکالیف مالیاتی شرکت های ادغام یا ترکیب شده به عهده شرکت جدید یا موجود حسب مورد می باشد.

ز) آیین نامه اجرایی این ماده حداکثر ظرف شش ماه از تاریخ تصویب این اصلاحیه به پیشنهاد مشترک وزارتخانه‌های امور اقتصادی و دارایی و صنایع و معادن به تصویب هیأت وزیران خواهد رسید.^۱

ادغام شرکت های بزرگ هواپیمایی با شرکت های کوچک تر، جهت افزایش سرمایه و تعداد ناوگان های هوایی برای ارائه ی پروازهای بیشتر صورت می گیرد. با توجه به تغییر نوع کسب و کار (به الکترونیکی) که پس از مواجه شدن با شرایط کرونا بیش از پیش مورد توجه قرار گرفت، حمل و نقل هوایی اهمیت ویژه ای پیدا کرده است.

شرکت های هواپیمایی با بهره گیری به موقع می توانند از این رویکرد استفاده ی مفید نموده و با افزایش میزان ناوگان هوایی این خدمات رسانی را تسریع بخشند. برای نمایش این منظور می توان از نظریه بازی ها استفاده کرد. نظریه بازی^۲ در خصوص ارائه ی راه کارهایی در زمینه ی علوم انسانی ارائه شده است. و نظریه های زیرمجموعه آن با کاربردهای گوناگونی مطرح شده اند. بازی که در اینجا مورد نیاز است از انواع همکارانه^۳ بوده و برای نمایش مفید بودن یا غیرمفید بودن عمل ادغام شرکت های هواپیمایی، از ارزش شپلی^۴ می توان استفاده کرد. بازی همکارانه، همکاری و ائتلافی است که میان بازیکنان به وجود می آید و برای آن ها منفایی به بار می آورد. از میان راه حل های بازی همکارانه، ارزش شپلی مهمترین آن ها است (عبدلی ۱۳۹۰) که در این روش ارزش افزوده ای که هر یک از بازیکنان وارد شده به بازی به ائتلاف می افزاید، محاسبه می شود. برای این منظور لازم است پیامد ائتلاف را زمانی که بازیکن^۱ در ائتلاف است و زمانی که از آن کناره گیری می کند را از هم کم کنیم و بر تعداد حالات ایجاد شده تقسیم کنیم. در آخر با محاسبه ی ارزش شپلی هر بازیکن، بردار ارزش شپلی به دست می آید. در این روش چهار قاعده ی کلی وجود دارد: اول اصل کارایی که ارزش این ائتلاف میان بازیکنان پخش می شود. دوم اصل تقارن، که بازیکنان در موقعیت مشابه، منافع یکسان دریافت می نمایند(منظور اینکه وقتی بازیکنی به بازی وارد می شود، اگر شرایط مشابهی با بازیکن دیگر داشته باشد، منافع هردو یکسان خواهد بود). سوم اصل بازیکن بی اثر، که گویای منفعت صفر برای بازیکنی است که مشارکت نمی کند. و چهارم اصل جمع پذیری می باشد. یعنی اگر بازیکنی در دو ائتلاف حضور داشته باشد فرقی نمی کند که ارزش شپلی را برای جمع دو تابع ائتلاف محاسبه کنیم یا برای هر تابع به صورت جدا محاسبه کنیم و سپس منافع آن ها را با هم جمع کنیم (هارالد ویز ۲۰۱۰).^۵ در ادامه از برخی داده های در دسترس شرکت های هواپیمایی استفاده کردیم و تحلیل حاضر ارائه نموده ایم.

جدول شماره ۱_ استخراج شده از کتاب آماری حمل و نقل هوایی کشور منتشر شده توسط سایت سازمان هواپیمایی کشور (۱۳۹۷)

شرکت	میزان جابجایی مسافران (خارجی)	میزان جابجایی مسافران (داخلی)	ساعات پرواز (داخلی)	تعداد پرواز (داخلی)	درصد بلیط فروش زرفته پرواز داخلی	میزان جابجاییستی (تن)	تعداد ناوگان هوایی (فروند)	کل تعداد منطقی	تعداد پرسنل (فرد)
A	۳۷٪	۲۸۳۸۴۱۰	۳۰۲۶۹	۲۰۲۸۵	۲۱٪	+۶۲۳ ۹۷۷ =۱۶۰۰	۶۲	۱۳۵۷۹	۴۷۵۹
B	۲۱٪	۱۵۴۲۵۰۴	۳۳۴۳۹	۳۳۱۷۲	۲۹٪	+۶۴۰ ۱۷۴ =۸۱۴	۶۲	۹۸۰۱	۸۴۹۲
C	۱٪	۲۷۱۲۲۳۰	۴۰۹۹۰	۲۸۴۰۱	۱۱٪	۰	۳۸	۴۵۲۲	۳۲۷۲
D	۲٪	۱۸۴۴۴۷۲	۲۲۳۱	۸۶۸	۳۴٪	۰	۱۸	۳۰۸۴	۸۲۴
W	۱٪	۲۹۳۴۹۸	۳۱۸۴	۱۹۸۸	۸٪	۰	۶	۱۱۹۲	۴۳۰
Z	بسیار کم	۳۶۲۴۸	۱۲۶۸	۱۳۱۷	۳۳٪	۰	۸	۲۴۷	۱۸۷

با توجه به تعداد و ساعات پرواز و در نظر گرفتن میزان مسافر جابجا شده می توان نتیجه گرفت شرکت A از ناوگان های بزرگتری نسبت به شرکت B جهت حمل و نقل استفاده کرده است و شرکت C با توجه به دارا بودن هفت فروند بوئینگ، از ناوگان

۱/ادغام_شرکت_در_قوانین_ایران/3761/raesikia.com

۲ Game theory

۳ Cooperative Game

۴ The Shapley Value

۵) برای محاسبه ارزش شپلی در این مقاله، قصد داشتیم از سود به عنوان پیامد شرکت های هواپیمایی استفاده نماییم اما به علت در دسترس نبودن داده ها این امکان فراهم نبود.

های کوچکتر جهت حمل و نقل مسافر، بیشتر استفاده نموده است. در واقع شرکت C با تعداد ناوگان و صندلی کمتر نسبت به دو شرکت دیگر عملکرد بهتری در جابجایی مسافرین پروازهای داخلی داشته است. می توان نتیجه گرفت دو شرکت A و B تعداد بسیاری ناوگان بلا استفاده در اختیار دارند، که باتوجه به شرایط فعلی و فاصله گذاری اجتماعی امکان استفاده از ناوگان های بزرگ و بلا استفاده فراهم می شود. عملکرد شرکت D نیز قابل توجه است. با میزان پرسنل، صندلی، ناوگان و تعداد و ساعات پرواز کمتر، جابجایی مسافری، بیشتر از شرکت B داشته است و احتمالاً ناوگان های بزرگی برای جابجایی مسافر استفاده کرده است. کل مسافر جابه جا شده در سال ۱۳۹۷ برابر با ۱۹۹۱۲۹۴۸ نفر می باشد. بنابراین شرکت A: ۱۴٪، شرکت B: ۷٪، شرکت C: ۱۳٪، شرکت D: ۹٪، شرکت W: ۱٪، شرکت Z: ۱٪ مسافران را در پروازهای داخلی جابه جا می نمایند.

۲-۱-۲- تعدیل هزینه ها

بطوریکه هزینه های حقوق و دستمزد و مزایا بازنگری شده و مجدد با توجه به تورم در هر استان تخصیص داده شود. این راه کار نیازمند استفاده از متخصصین تحقیق و توسعه در حوزه ی اقتصادی می باشد.

۳-۱-۲- ورود به بازار سهام

بورس اوراق بهادار به معنی بازاری متشکل و رسمی سرمایه است که در آن خرید و فروش سهام شرکت ها یا اوراق قرضه دولتی یا موسسات معتبر خصوصی، تحت ضوابط و قوانین و مقررات خاصی صورت می گیرد. از جمله قوانین عمومی سازمان بورس برای شرکت ها به شرح زیر است:

۱. شرکت باید در ایران ثبت شده و دارای تابعیت ایرانی باشد.
۲. شرکت باید سهامی عام باشد.
۳. شرکت باید دارای سهام عادی با نام دارای حق رأی باشد و ۱۰۰ درصد بهای اسمی آن پرداخت شده باشد و هیچ گونه امتیاز خاصی برای سهام داران شرکت وجود نداشته باشد.
- تبصره: شرکتی که دارای سهام با شرایط ویژه باشد، در صورت تأیید هیأت پذیرش اوراق بهادار و تصویب شورای بورس، قابل پذیرش خواهد بود.
۴. حداقل دو سال از تاریخ بهره برداری شرکت گذشته باشد.
۵. حداقل سرمایه شرکت ده میلیارد ریال باشد.
۶. در زمان پذیرش نباید بیشتر از ۸۰ درصد از سهام شرکت در اختیار کمتر از ۱۰ سهام دار باشد. این نسبت باید در پایان دومین سال پس از پذیرش به ۷۵ درصد کاهش یابد. به علاوه حداکثر ظرف مدت شش ماه از تاریخ درج و تا زمانی که نام شرکت در تابلو دوم بورس درج می باشد، بایستی حداقل ۵۰۰ سهام دار داشته باشد.
- تبصره: در مورد شرکت های دولتی که طبق مقررات قانونی و در اجرای سیاست خصوصی سازی، سهام آنها باید از طریق بورس اوراق بهادار به مردم واگذار شود، رعایت این بند در زمان پذیرش الزامی نیست. شرکت های یاد شده موظفند ظرف مدت شش ماه از تاریخ پذیرش شرایط خود را با مقررات این بند تطبیق دهند.
۷. مجموع سهام متعلق به دولت، وزارتخانه ها، مؤسسه ها و شرکت های دولتی موضوع ماده ۴ قانون محاسبات عمومی کشور، نباید از ۴۹ درصد سهام شرکت بیشتر باشد. تبصره: شرکت های دولتی مذکور در این بند موظفند حداکثر ظرف مدت دو سال از تاریخ درج نام شرکت در فهرست نرخ های بورس، وضعیت خود را با شرایط فوق الذکر تطبیق دهند.
۸. شرکت باید در دوره متوالی سودآور بوده و امکان سودآوری آن در آینده وجود داشته باشد و زیان انباشته نداشته باشد.
۹. نسبت حقوق صاحبان سهام شرکت به کل دارائی ها، از حد مناسب برخوردار بوده و از ۳۰ درصد کمتر نباشد. در صورتی که نسبت مذکور از حداقل تعیین شده در این بند کمتر باشد، لیکن به تشخیص هیأت پذیرش از حد مطلوب برخوردار باشد، باید نسبت حقوق صاحبان سهام به دارائیهای ثابت - به قیمت تمام شده - حداقل از ۵۰ درصد کمتر نباشد.
۱۰. اساس نامه شرکت باید طوری تنظیم شده باشد که به تشخیص هیأت پذیرش، حقوق سهامداران جزء در آن محفوظ باشد
۱۱. شرکت باید دارای نظام حسابداری مطلوب باشد و به تشخیص هیأت پذیرش، در مورد شرکت های تولیدی، روش حسابداری قیمت تمام شده (حسابداری صنعتی) استقرار داشته باشد. به علاوه دفاتر و حسابهای شرکت باید بر اساس استانداردهای حسابداری مصوب در کشور، نگهداری شود.

۱۲. شرکت متقاضی پذیرش باید گزارش های حسابرسی دو دوره مالی متوالی پیش از زمان پذیرش را ارائه نماید. این گونه گزارش ها بایستی توسط مؤسسات حسابرسی عضو جامعه حسابداران رسمی ایران که واجد ویژگی های خاص مصوب شورای بورس نیز باشند، تهیه شده باشد.

۱۳. برای شرکتهای فعال در تالار فرعی که متقاضی ورود به تابلو دوم تالار اصلی هستند، علاوه بر دارا بودن شرایط فوق، سهام شرکت و میزان فعالیت آن شامل حجم داد و ستد و گردش سهام آن در شش ماهه منتهی به زمان ورود، به تشخیص دبیر کل سازمان بورس اوراق بهادار تهران، باید از وضعیت مطلوبی برخوردار باشد. در غیر این صورت، مراتب جهت اخذتصمیم به هیأت پذیرش گزارش شود.^۱

با توجه به مقررات ذکر شده در بند ۱ تا ۱۳ تا امروز متاسفانه هیچکدام از شرکت های هواپیمایی شرط ورود به بورس را نداشته اند.

مهمترین بندی که شرکت های هواپیمایی نقض می کنند میزان سودآوری شرکت در ۲ دوره متوالی است که با توجه به شرایط کلی حاکم بر این صنعت دستیابی به این موضوع با موانعی همراه است.

وزیر راه و شهرسازی فرایند خصوصی سازی را از طریق ورود به بازار سرمایه دانست و در انحصار گرفتن شرکت های هواپیمایی توسط فرد یا افراد خاص را نقض کرد.

مدیرعامل هما طی سال های گذشته بارها از عرضه سهام این شرکت پس از اصلاح ساختاری و مشخص شدن ارزش واقعی این شرکت خبر داده است لذا تا کنون شاهد عرضه سهام نبوده ایم.

شرکت هواپیمایی ماهان (سهامی خاص) اگرچه وارد بورس نشده است اما تا سال ۹۷ چهار بار از طریق انتشار اوراق مالی اسلامی در بازار سرمایه اقدام به تامین مالی کرده است.

سازمان بورس و اوراق بهادار، موافقت اصولی عرضه عمومی صکوک منفعت شرکت هواپیمایی ماهان (سهامی خاص) را به ارزش هزار میلیارد ریال جهت تامین سرمایه در گردش مورد نیاز این شرکت صادر کرد، در این اوراق منافع آتی حاصل از قراردادهای اجاره (فول چارتر) خطوط هوایی تهران- کیش- تهران و تهران- مشهد- تهران به مدت ۴ سال به شرکت واسط مالی خرداد یکم به وکالت از خریداران اوراق واگذار شد. نرخ معین این اوراق ۱۶ درصد و پرداخت های دوره ای آنها هر سه ماه یکبار است، ناشر این اوراق شرکت واسط مالی خرداد یکم (با مسئولیت محدود) بوده و عرضه آن از طریق شرکت فرابورس ایران انجام شده است.

بهبود ساختار مالی و تلاش برای سودآوری ایرلاین ها مهمترین گام برای ورود به بازار سهام است.

۲-۲- راهکارهای سمت تقاضا

بصورت عمده این راه کارها به دو دسته ی کلی تقسیم می شوند. تبلیغات و تغییرات قیمت و خدمات. برای درک بهتر این موارد را در چهار دسته ی مجزا مطرح می نماییم.

۲-۲-۱- تبلیغات گسترده

جهت افزایش و تحریک بخش تقاضا، برای به دست آوردن سید خانوار، در گروه های درآمدی مختلف، با تأکید بر اهمیت زمان در تعطیلات، معرفی جاذبه های توریستی خاص و کمتر شناخته شده، رعایت بهداشت و فاصله اجتماعی در پرواز. برای مثال کنترل دمای بدن مسافران، استریل و تهویه مرتب هوای داخل هواپیما، چک کردن شرح حال مسافران و اطمینان از اینکه دوره انتقال خود را گذرانده اند(با اتصال به اطلاعات وزرات بهداشت). این راه کار به جهت اطلاع عموم جامعه و طبقات درآمدی مختلف از سیاست ها و تغییرات خدمات رفاهی، مورد نیاز و تأکید می باشد. در برخی کشورها هنگام کاهش میزان مسافر شرکت هواپیمایی برای حفظ خود به بخش تولید کالاهایی دیگر می پردازند. مثلاً یک شرکت هواپیمایی در ژاپن، تعداد قابل توجهی دوربین سه بعدی سفارش داده است (که بازدید از اماکن گردشگری را میسر می نمود) تا به نام این شرکت تولید و فروخته شود. البته برخی از اقتصاددانان این گونه رویکردها را سرمایه گذاری در نظر می گیرند نه هزینه. به این معنا که هزینه بازگشت ده تا بیست درصدی به وجود می آورد و سرمایه گذاری ارمغان آور بازگشتی بیش از میزان خرج شده می آورد. بنابراین می توان اینگونه مخارج را با رویکرد سرمایه گذاری یا حتی کسب درآمد در این دسته قرار داد.

۲-۲-۲- کاهش قیمت بلیت

جهت تحریک تقاضا و افزایش درخواست مردم برای سفرهای هوایی، در ابتدا لازم است قیمت بلیت های شرکتهای مختلف هواپیمایی به گونه ای تعدیل شوند که قشر متوسط جامعه را نیز جذب کرده و آنها را ترغیب کنند تا قسمتی از سبد بودجه ی خانوار را به سفر اختصاص دهند. هرچند که در سالهای اخیر با توجه به افزایش بسیار زیاد نرخ تورم و آشفته گی اقتصاد ایران و در پی آن افزایش بی سابقه قیمت بلیت سفرهای هوایی، این امر ناممکن به نظر می رسد. تا به حال راه های بسیار زیادی جهت تعدیل قیمت پیشنهاد گردیده است. آزاد سازی نرخ بلیت ها نه تنها شرکتها را به دلیل بازار رقابتی به وجود آمده وادار به کاهش قیمت نکرد بلکه شاهد افزایش روزافزون قیمت بلیت سفرهای داخلی بودیم. اما کاهش در هزینه های غیر ضروری ایرلاین ها می تواند کمک شایانی به آنها در جهت کاهش قیمت بلیت ها داشته باشد(با لحاظ کردن هزینه ی هر سفر هوایی و در نظر گرفتن قیمت کالای جانشین از جمله قطار ساده تا قطار لوکس، اتوبوس و اتوموبیل برآورد میگردد). علاوه بر آن دقت در انتخاب ناوگان مناسب ضروری می باشد؛ بدین معنا که تعدد پرواز ها در یک مسیر مناسب تر است یا استفاده از ناوگانی با تعداد صندلی بیشتر با توجه به هزینه پرواز هر یک از این ناوگان ها(این راهکار نیازمند بخش مقررات زدایی میباشد).

۲-۲-۳- ایجاد تبعیض های قیمتی در بلیت

تبعیض قیمت ها بر سه دسته هستند.

تبعیض قیمت کامل، وقتی بنگاه آگاهی دارد مصرف کننده حاضر است برای مصرف هر واحد از کالا چه میزان بپردازد و بتواند از فروش مجدد کالا جلوگیری کند. بنابراین برای وی حداکثر قیمتی را که تمایل به پرداخت آن دارد وضع می کند. تبعیض قیمت مقداری، هنگامی که بنگاه ها نمی توانند مشخص کنند که کدام مصرف کنندگان تمایل دارند قیمت بالاتری بپردازند اعمال می شود. قیمت برای هر مصرف کننده با توجه به تعداد کالایی که خریداری میکند تغییر می کند. اگر هزینه تولید کم شود تا کالا یا خدمت ارزان تر فروخته شود تبعیض قیمت به حساب نمی آید. در مقابل برخی کالا یا خدمات عام المنفعه به صورت بلوکی قیمت گذاری می شوند. یعنی اولین بسته با یک قیمت، و بسته های بعدی با قیمت های دیگر به فروش می رسند، و می تواند به صورت افزایشی یا کاهششی باشد. قیمت گذاری در خطوط هوایی و راه آهن از همین نوع است. این نوع تبعیض قیمت مثلاً برای مسافرانی در نظر گرفته می شود که پرتردد هستند. در بسیاری کشورها شرکت های هواپیمایی برای تجار و مسافرین پر مصرف، بلیت با بهای پایین تری می فروشند(به عنوان فروش مشروط). به عنوان مثال به مصرف کننده ی عادی گفته میشود که از قبل باید بلیط رزرو کند، یا مثلاً قسمت درجه یک و دو را با خدمات متفاوت ایجاد می نمایند. به این صورت بخش بیشتری از مازاد رفاه افراد ثروتمند را دریافت می کنند. یا مسافرانی که تعداد بیشتری دارند مانند افراد یک خانواده. یا حتی برای مسیرهای پرتردد یا مسیریایی با زمان طولانی تر، از ناوگان های بهتر با قیمت بیشتر در کنار دیگر ناوگان ها استفاده شود. برای این دسته از مسافرین می توان قیمت گذاری بلوکی انجام داد.

تبعیض قیمت چند بازاری، بنگاه، قیمتی را که مشتری برای مقادیر مختلف کالا حاضر به پرداخت آن هست را نمی داند اما می داند چه گروه هایی حاضر هستند قیمت بالاتری بپردازند. بازار بر اساس سلاقی، تمایل و رفتار مصرف کننده به چند بخش تقسیم میشود. بنابراین در هر بازار فرعی قیمتی متفاوت وضع می کند. وجه تمایز هر یک از این بازارها ویژگی متفاوت مصرف کنندگان آن بازار و حساسیت آن ها نسبت به قیمت می باشد. این تبعیض زمانی برقرار می شود که بازارها را با کشش های متفاوت فروش بتوان تفکیک کرد. به طوری که امکان آریبتر از وجود نداشته باشد. از این نوع تبعیض قیمت می توان برای ساکنین استان هایی با درآمد پایین تر و یا گروه های مختلف مانند سالمندان، دانشجویان، پرستاران و کارگران استفاده کرد.^۱

۲-۲-۴- تغییر خدمات، جهت رفاه بیشتر مسافران

این سوال همواره مطرح است که هر کدام از ما چه حسی داشتیم اگر می توانستیم خودمان خدمات رفاهی مد نظرمان را انتخاب کنیم. مثلاً در یک سفر برای هریک از ما خواسته ای مهم است که اگر فراهم باشد قطعاً دلپذیرتر بوده و مطلوبین ما را افزایش خواهد داد. به فرض مثال خدماتی مانند پذیرایی، انتخابی بوده و با افزایش هزینه بلیت یا دریافت هزینه در محل هواپیما با کیفیت مطلوب تر ارائه شود. یا مثلاً امکان ترنسفر رایگان برای مسافرانی که برای مثال بیش از دو نفر بوده یا بالای شصت سال باشند میسر شود. در این خصوص لحاظ رفاه حال مسافران مسن که سفرهای زمینی برای ایشان دشوار است میسر می گردد. البته محقق شدن این موارد(که باهم مرتبط هستند) نیازمند تغییرات اندکی در اطلاعات سیستم بلیت فروشی می باشد.

نتیجه گیری

شیوع ویروس کرونا کشورها را در سراسر دنیا با بحران مواجه کرده است که شدت این بحران تا میزان بسیار زیادی به مدیریت رهبران هر کشور بستگی دارد. بسیاری از شرکت های کوچک و بزرگ با بحران ورشکستگی مواجه شده اند و یا در تلاش بسیار هستند تا خود را تا حد امکان از رکود به وجود آمده در اثر ویروس کرونا خلاص کنند. در میان این شرکت ها، شرکت های ایران نیز که پیش از شیوع ویروس کرونا نیز به دلیل تحریم و وضعیت آشفته ی اقتصاد در معرض ورشکستگی قرار داشتند، نیازمند تدابیر بسیار هوشمندانه ای هستند تا هرچه سریعتر خود را از این بحران نجات دهند.

شرکت های هواپیمایی ایران نیز از این قاعده مصون نبوده، و میتوان گفت به دلیل کاهش پروازها حتی بعد از ویروس کرونا، نیازمند مدیریت و برنامه ریزی دقیق تری میباشند تا با تحریک سمت عرضه و تقاضا بتوانند دوباره به صنعت خود رونق بخشند. در مقاله حاضر سعی بر این مهم بود تا بتوانیم راهکارهای لازم جهت برونرفت از بحران موجود را به شرکت های هواپیمایی ایران ارائه دهیم. از جمله این راهکارها میتوان به ادغام، تعدیل هزینه ها و مقررات زدایی (ورود به بازار سهام) اشاره کرد. گفتنی است مسئله ادغام مبتنی بر نظریه بازی ها می باشد و ۶ شرکت هواپیمایی را مورد بررسی قرار داده است. در نهایت اجرای این موارد اگرچه نیازمند زمان می باشد ولی بدون شک می تواند نقش ویژه ای در خروج شرکتهای هواپیمایی ایران از بحران کرونا داشته باشد.

منابع

۱. بت شکن محمدهاشم، عبدالمهی پور محمد صادق، (۲۰ فروردین ۱۳۹۹) «اثر کرونا بر اقتصاد ایران»، روزنامه دنیای اقتصاد.
۲. شاکری عباس، (۱۳۸۵)، اقتصاد خرد ۲، تهران، چاپ اول، انتشارات: نشر نی .
۳. صارمی سکینه، (۱۰ مهر ۱۳۸۶)، «شرکت های هواپیمایی در آستانه ورشکستگی»، روزنامه سرمایه.
۴. عبدلی قهرمان، (۱۳۹۰)، نظریه بازی ها و کاربردهای آن، تهران، چاپ سوم، انتشارات: جهاد دانشگاهی.
5. Wiese, Harald, Applied Cooperative Game Theory, published by <http://www.uni-leipzig.de/~micro/>, in 7th September 2010, visited 2020/05/19 .
6. Pearce, Brian. COVID_19 Wider economic impact from air transport collapse, published by www.iata.org, in 7th April 2020.
7. <https://www.cao.ir/statistical-yearbook> سالنامه های آماری سازمان هواپیمایی کشوری
8. www.seo.ir سازمان بورس و اوراق بهادار
9. raesikia.com/3761 //ادغام_شرکت_در_قوانین_ایران

سال ششم، شماره ۱ (پیاپی: ۵۲)، فروردین ۱۳۹۹

نشریه علمی-پژوهشی
ISSN: 2476-3667