

جهش تاریخی قیمت خودرو در بهار ۱۴۰۵

بازار خودرو ایران در فاصله‌ای کمتر از سه هفته، از نیمه فروردین تا هفته اول اردیبهشت ماه سال ۱۴۰۵، یکی از عجیب‌ترین و ملتهب‌ترین دوره‌های تاریخی خود را تجربه کرد. بررسی‌های دقیق و داده‌محور از قیمت خودروهای صفر کیلومتر در بازار آزاد نشان می‌دهد که هیچ سگمندی اعم از خودروهای اقتصادی داخلی، سدان‌های مونتاژی و شاسی‌بلندهای لوکس از این موج تورمی در امان نمانده‌اند و میانگین رشد قیمت‌ها در بسیاری از مدل‌های پرتقاضا به بیش از ۴۰ درصد رسیده است.

به گزارش خودروبانک، در ادوار گذشته، همواره نرخ ارز و نوسانات اسکناس آمریکایی به عنوان قطب‌نمای بازار خودرو عمل می‌کرد و کوچک‌ترین تغییر در قیمت دلار، بلافاصله در نمودار قیمت خودروها منعکس می‌شد. اما در اتفاقی کم‌سابقه، این بار نمودار قیمت خودرو، راه خود را از بازار ارز جدا کرده است.

بررسی‌های اقتصادی نشان می‌دهد که نرخ دلار در ۱۵ فروردین با نرخ آن در ۸ اردیبهشت تقریباً برابر و در کمال ۱۵۸ هزار تومان تثبیت شده بود. با وجود این ثبات نسبی در بازار ارز، قیمت خودروها با شتابی فزاینده رو به افزایش گذاشت. مهم‌ترین و کلیدی‌ترین عاملی که این سونامی قیمتی را رقم زد، رخدادهای ژئوپلیتیک اخیر، به‌ویژه جنگ ۴۰ روزه، آتش‌سوزی متعاقب آن و محاصره دریایی ایران توسط ایالات متحده آمریکا بود. این ناآرامی‌های بی‌سابقه، زنجیره تامین و تولید را در ماه‌های پایانی سال گذشته و هفته‌های آغازین سال جدید به طور کامل فلج کرد.

از منظر تحلیل بازار، نکته منفی و به‌شدت مخرب این رخداد، ایجاد یک فضای نااطمینانی مطلق در میان خریداران و فروشندگان بود که به احتکار خانگی و شکل‌گیری تقاضای کاذب دامن زد. مصرف‌کنندگانی که نگران کاهش ارزش پول خود در سایه جنگ بودند، با هجوم به بازار خودرو سعی در حفظ سرمایه خود داشتند. با این حال، در کنار این شوک‌های منفی، یک نکته مثبت اقتصادی نیز قابل تامل است؛ ثبات نسبی نرخ ارز در همین مقطع بحرانی نشان داد که ساختارهای کنترلی بانک مرکزی توانسته‌اند از فروپاشی کامل پولی جلوگیری کنند. اگر این جنگ با جهش افسارگسیخته نرخ ارز همراه می‌شد، بدون شک امروز شاهد قیمت‌های بسیار نجومی‌تری در بازار بودیم و فاجعه اقتصادی به مراتب عمیق‌تری رخ می‌داد.

فروپاشی زنجیره تامین بر التهاب بازار

تسطیحی زودهنگام بازارها در اسفندماه به دلیل سایه سنگین جنگ، تنها بخش کوچکی از پازل بحران کنونی است. آسیب‌های جدی وارد شده به زیرساخت‌های صنعتی از جمله کارخانه‌های استراتژیک فولاد و مجتمع‌های پتروشیمی، قلب تپنده خودروسازی ایران را هدف قرار داد. در صنعت خودروسازی، تامین ورق‌های فولادی برای پرس بدنه و مواد پتروشیمی برای تولید قطعات پلاستیکی، سپر، داشبورد و عایق‌ها، حیاتی‌ترین بخش تولید محسوب می‌شود. زمانی که این صنایع مادر دچار وقفه تولید یا آسیب فیزیکی می‌شوند، خطوط مونتاژ خودروسازان بزرگ نیز با تاخیری چند روزه به حالت نیمه‌تعطیل درمی‌آیند.

کاهش شدید عرضه در ابتدای سال ۱۴۰۵ نتیجه مستقیم همین اختلال در زنجیره تامین بود. خودروسازان داخلی که با کمبود قطعات اساسی مواجه بودند، نتوانستند تعهدات معوق خود را در موعد مقرر تحویل دهند و تزریق خودروهای صفر کیلومتر به بازار آزاد به پایین‌ترین حد خود در سال‌های اخیر رسید. در چنین شرایطی، فروشندگان و نمایشگاه‌داران نیز با احتیاط بی‌سابقه عمل کرده و از فروش خودروهای موجود در انبارهای خود امتناع ورزیدند. این کاهش عرضه در برابر تقاضای فزاینده، همانند پمپ‌بنزی بر آتش انتظارات تورمی عمل کرد. نکته منفی و کاربردی در این بخش، افت شدید کیفیت خدمات پس از فروش و تامین قطعات یدکی در نمایندگی‌ها است، چرا که قطعات موجود صرفاً برای روشن نگه‌داشتن خطوط تولید مصرف می‌شوند و بازار لوازم یدکی نیز با کمبود و گرانی دست و پنجه نرم می‌کند.

اما از زوایای دیگر، این بحران عمیق یک نکته مثبت و استراتژیک را برای مهندسی و صنعت کشور روشن ساخت؛ این شوک تامین نشان داد که وابستگی به چند تامین‌کننده محدود می‌تواند تا چه اندازه خطرآفرین باشد. این مسئله خودروسازان را وادار کرده است تا با سرعت بیشتری به سمت متنوع‌سازی شبکه‌های تامین قطعه و تمرکز بر شرکت‌های دانش‌بنیان داخلی برای بومی‌سازی مواد پلیمری و آلیاژهای خاص حرکت کنند که در بلندمدت می‌تواند تاب‌آوری صنعت را در برابر شوک‌های خارجی افزایش دهد.

وضعیت واردات و مقاومت مونتاژ کاران

محاصره دریایی تاثیر ویرانگری بر روند ترخیص قطعات منفصله (CKD) و خودروهای وارداتی کامل (CBU) داشته است. کشتی‌های باری در بنادر متوقف شده و امکان تخلیه کانتینرهای حامل قطعات مونتاژی وجود ندارد. با این وجود، بررسی داده‌های بازار نشان می‌دهد که برخی از شرکت‌های مونتاژکار، عملکرد بهتری در مدیریت بحران داشته‌اند. به عنوان مثال، رشد قیمت در خانواده محصولات مدیران خودرو، به ویژه در کلاس کراس‌اوورهای لوکس مانند تیگو ۷ پرو مکس و تیگو ۸ پرو مکس، به ترتیب ۲۱ و ۲۳ درصد بوده است که در مقایسه با رشد بالای ۵۰ درصدی خودروهای داخلی، رقم متعادل‌تری محسوب می‌شود. این نکته مثبت نشان‌دهنده دپوی مناسب قطعات در انبارهای این شرکت‌ها پیش از آغاز محاصره و مدیریت هوشمندانه‌تر در عرضه قطعه‌چکانی است که مانع از انفجار قیمت محصولاتشان شد.

تحلیل داده‌های قیمتی محصولات پرتقاضا

با نگاهی به آمار و ارقام ثبت شده در فاصله ۱۵ فروردین تا ۸ اردیبهشت، ابعاد این سونامی قیمتی بیشتر نمایان می‌شود. در سبد محصولات ایران خودرو، تارا ۷۱ پلاس با ۵۳ درصد افزایش قیمت از ۱۶ میلیارد تومان به بیش از ۲۴ میلیارد تومان رسید. این سندان که به دلیل فضای جادار و پلتفرم نسبتاً جدیدتر، تقاضای بالایی در میان خانواده‌های ایرانی دارد، بیشترین آسیب را از کمبود عرضه دید. همچنین پژو ۲۰۷ اتوماتیک پانوراما با ثبت رشد ۵۱ درصدی و رسیدن به سرز ۲۹۵ میلیارد تومان، عملاً از دسترس بخش بزرگی از خریداران جوان و طبقه متوسط خارج شد.

سیل گرانی به شست‌وشوی خودرو رسید

بررسی وضعیت خدمات کارواش‌ها در ۱۴۰۵



در سال‌های اخیر، کارواش‌ها که زمانی به‌عنوان یکی از ساده‌ترین و در دسترس‌ترین خدمات شهری شناخته می‌شدند، به تدریج با مجموعه‌ای از چالش‌های اقتصادی، محیطی و رفتاری مواجه شده‌اند. تغییرات گسترده در هزینه‌های جاری، محدودیت منابع، ظهور رقبا و تغییر انتظارات مشتریان، این صنف را وارد مرحله‌ای تازه کرده است؛ مرحله‌ای که در آن دیگر نمی‌توان با الگوهای سنتی گذشته ادامه داد. در این میان، موضوع انعام که تا پیش از این بیشتر یک رفتار حاشیه‌ای و مبتنی بر رضایت مشتری بود، اکنون به یکی از مسائل پرتنگ در تجربه مصرف‌کنندگان تبدیل شده و حتی بر تصویر کلی این خدمات سایه انداخته است.

بررسی وضعیت کارواش‌ها نشان می‌دهد که مسائل این حوزه صرفاً محدود به یک عامل نیست، بلکه ترکیبی از فشارهای اقتصادی و ناهماهنگی‌های ساختاری، شرایطی را رقم زده که هم فعالان این صنف و هم مشتریان، هر دو از آن ناراضی‌اند.

فشار هزینه‌ها بر کارواش‌ها

افزایش هزینه‌ها شاید اولین و ملموس‌ترین مساله‌ای باشد که کارواش‌ها با آن روبرو هستند. در سال‌های اخیر، قیمت مواد شوینده، واکس‌ها، تجهیزات شست‌وشو و حتی لوازم ساده مصرفی به شکل قابل توجهی افزایش یافته است. بسیاری از این اقلام یا وارداتی هستند یا قیمت آنها به‌طور مستقیم از نرخ ارز تاثیر می‌گیرد و همین موضوع باعث شده هزینه تامین آنها برای صاحبان کارواش‌ها به مراتب سنگین‌تر شود.

در کنار این موارد، هزینه‌های زیرساختی مانند آب و برق نیز روندی صعودی داشته‌اند. اگرچه ممکن است سهم هر یک از این هزینه‌ها به‌تندی چندین چشمگیر به نظر نرسد، اما در مجموع، فشار قابل توجهی بر هزینه تمام‌شده خدمات وارد می‌کنند. از سوی دیگر، افزایش اجاره‌ها در شهرهای بزرگ، به‌ویژه در مناطق پرتدد، یکی دیگر از عواملی است که حاشیه سود این کسب‌وکارها را محدود کرده است.

این وضعیت باعث شده بسیاری از کارواش‌ها ناچار به افزایش قیمت خدمات شوند، اما این افزایش قیمت همواره با مقاومت مشتریان مواجه می‌شود. در نتیجه، برخی واحدها برای حفظ مشتری، قیمت‌ها را پایین نگه می‌دارند و این موضوع مستقیماً بر کیفیت خدمات یا شرایط کاری کارکنان تاثیر می‌گذارد. در واقع، کارواش‌ها در یک دوراهی قرار گرفته‌اند؛ یا باید قیمت را افزایش دهند و بخشی از مشتریان را از دست بدهند، یا با حفظ قیمت، از کیفیت و سود خود بکاهند.

مشکل آب و محدودیت های محیطی

مساله کم‌آبی در ایران، سال‌هاست به یک دغدغه جدی تبدیل شده و کارواش‌ها به‌عنوان یکی از مصرف‌کنندگان آب، به‌طور

این رقابت در شرایط برابر شکل نگرفته است. آنها بر این باورند که کارواش‌های ثابت، با هزینه‌های بیشتری مانند اجاره، قبوض، مجوزها و مالیات مواجه‌اند، در حالی که بسیاری از خدمات سیار، این هزینه‌ها را به شکل محدودتری تجربه می‌کنند.

از سوی دیگر، نبود نظارت یکسان بر کیفیت خدمات و قیمت‌گذاری در این بخش، باعث شده بازار تا حدی دچار آشفتگی شود. این وضعیت، هم برای مشتریان که با قیمت‌ها و کیفیت‌های متفاوت روبرو هستند و هم برای ارائه‌دهندگان خدمات سنتی، نوعی نااطمینانی ایجاد کرده است.

وضعیت نیروی کار در کارواش‌ها

نیروی کار در کارواش‌ها، یکی از آسیب‌پذیرترین بخش‌های این صنف است. بسیاری از کارگران این حوزه، با حداقل دستمزد یا حتی کمتر از آن فعالیت می‌کنند و شرایط کاری آنها نیز اغلب سخت و فرسایشی است. ساعات طولانی کار، فعالیت در فضای باز و تماس مداوم با آب و مواد شوینده، از جمله عواملی است که این شغل را در زمره مشاغل سخت قرار می‌دهد. با این حال، آنچه این وضعیت را پیچیده‌تر می‌کند، وابستگی بخش مهمی از درآمد این افراد به انعام است. در عمل، حقوق پایه برای بسیاری از این کارگران پاسخگوی نیازهای معیشتی نیست و آنها برای جبران این فاصله، به انعام مشتریان تکیه می‌کنند. این وابستگی، باعث می‌شود درآمد آنها ناپایدار و غیرقابل پیش‌بینی باشد. در چنین شرایطی، رفتار مشتری نقش مهمی در درآمد روزانه کارگر پیدا می‌کند و همین موضوع می‌تواند بر نحوه ارائه خدمات نیز تاثیر بگذارد. به بیان دیگر، رابطی‌ای که باید صرفاً حرفه‌ای باشد، به رابطی وابسته به رضایت مالی مشتری تبدیل می‌شود.

چالش انعام برای مشتریان

ذهنی تبدیل شود و در برخی موارد، تجربه کلی مشتری را تحت تاثیر قرار دهد.

نبود شفافیت در قیمت‌ها

یکی دیگر از مشکلاتی که به نارضایتی مشتریان دامن می‌زند، نبود شفافیت در قیمت‌گذاری خدمات است. اگرچه در برخی مناطق نرخ‌های مشخصی اعلام می‌شود، اما در عمل تفاوت قابل توجهی میان قیمت‌ها وجود دارد و عوامل مختلفی در تعیین هزینه نهایی نقش دارند.

نوع خودرو، میزان آلودگی، خدمات اضافی و حتی موقعیت مکانی کارواش، همگی می‌توانند باعث تغییر قیمت شوند. در چنین شرایطی، مشتری پیش از دریافت خدمت، تصویر روشنی از هزینه نهایی ندارد و این ابهام، به‌ویژه زمانی که با موضوع انعام ترکیب می‌شود، احساس نارضایتی را افزایش می‌دهد.

نبود یک چارچوب مشخص و قابل پیش‌بینی برای قیمت‌ها، نه تنها تصمیم‌گیری را برای مشتری دشوار می‌کند، بلکه می‌تواند اعتماد عمومی به این خدمات را نیز کاهش دهد.

افزایش ۶۰ درصدی قیمت‌ها در ۱۴۰۵

کارواش‌ها از آن خوشبختی

محمدی طامه در بخش دیگری از سخنان خود با اشاره به پایین بودن نرخ خدمات کارواش نسبت به حجم کار انجام‌شده گفت: در حال حاضر حداقل هزینه شست‌وشوی یک خودرو حدود ۲۰۰ هزار تومان است، در حالی که هزینه شست‌وشوی یک دست کتوشلوار در خشکشویی به حدود ۴۷۰ هزار تومان می‌رسد.

عبدالرضا محمدی طامه، رئیس اتحادیه دارندگان اتوسرویس، تعمیرگاه، پارکینگ و کارواش خودرو، در گفت‌وگو با **سنت** به تشریح آخرین وضعیت این صنف پرداخت. محمدی طامه با اشاره به تغییرات قیمتی خدمات کارواش در یک سال گذشته گفت: با توجه به شرایط اقتصادی و تورم، نرخ خدمات کارواش نسبت به سال گذشته حدود ۶۰ درصد افزایش داشته است. وی در ادامه از کاهش چشمگیر مشتریان خبر داد و افزود: با این وجود مراجعه به کارواش همچنان انجام می‌شود چرا که تعداد کارواش در سطح تهران آنچنان بالا نیست.

انعام اجباری ممنوع است

رئیس اتحادیه در واکنش به گلایه برخی شهروندان درباره تاثیر انعام بر کیفیت خدمات تاکید کرد: پرداخت انعام کاملاً اختیاری است و نباید هیچ تأثیری در کیفیت شست‌وشو داشته باشد. او با اشاره به نحوه برخورد با تخلفات افزود: در صورت دریافت شکایت، موضوع بررسی می‌شود و به واحد متخلف اخطارهای لازم داده خواهد شد تا از تکرار چنین مواردی جلوگیری شود.



وی ادامه داد: در کارواش، کارگر باید تمامی بخش‌های خودرو، از زیر و رو تا داخل و بیرون آن را به‌طور کامل شست‌وشو دهد که با توجه به این حجم کار فیزیکی، این رقم واقعاً ناچیز است.

سخن پایانی

ایجاد نظارت یکپارچه بر انواع مختلف کارواش‌ها، از جمله اقداماتی است که می‌تواند به تعادل‌بخشی به این بازار کمک کند. در نهایت، آنچه می‌تواند این صنف را از وضعیت فعلی خارج کند، بازگشت به یک اصل ساده اما کلیدی است: ارائه خدمات باکیفیت در قبال هزینه‌ای مشخص، شفاف و قابل پیش‌بینی؛ اصلی که اگر به‌درستی اجرا شود، می‌تواند هم رضایت مشتری را افزایش دهد و هم پایداری اقتصادی این کسب‌وکارها را تضمین کند.