

قیمت خودرو از پلتفرم‌های آنلاین حذف شد

سانسور دوباره قیمت خودرو!



شروین اشیدری: بازار خودرو در مهرماه ۱۴۰۵ در شرایطی متفاوت از دوره‌های معمول افزایش قیمت قرار گرفته است؛ از یک سو نرخ ارز با سرعت بالایی رشد کرده و از سوی دیگر معاملات خودرو همپای این افزایش حرکت نکرده است. نتیجه، بازاری است که در آن قیمت‌های پیشنهادی فروشندگان با قیمت معامله‌شده فاصله گرفته، خریدار واقعی عقب نشسته و امکان تشخیص نرخ واقعی خودرو برای مصرف‌کننده دشوارتر شده است. همزمان، محدود شدن اعلام قیمت خودرو در برخی پلتفرم‌های اینترنتی، فعالیت واسطه‌ها، دپوی خودرو و فاصله میان قیمت کارخانه و بازار، دوباره بحث درباره سازوکار قیمت‌گذاری در بازار آزاد را به یکی از موضوعات اصلی صنعت خودرو تبدیل کرده است.

در حال حاضر اعلام قیمت در این پلتفرم‌ها ممنوع شده است، اما همچنان برخی افراد که تعداد زیادی خودرو در اختیار دارند، صبح اول وقت قیمت‌های خود را در سایت‌ها اعلام می‌کنند و نظارت کافی نیز بر این موضوع وجود ندارد

باید بتوانیم قیمت‌ها را تثبیت کنیم تا مردم بدانند قیمت خودرو قرار نیست هر روز افزایش پیدا کند

بازار خودرو میان دلار و رکود گرفتار شد

بازار خودرو در ماه‌های اخیر بیش از هر زمان دیگری تحت تأثیر متغیرهای کلان اقتصادی قرار گرفته است. نرخ ارز همچنان یکی از مهم‌ترین عوامل تعیین‌کننده انتظارات قیمتی در بازار خودرو محسوب می‌شود، اما رفتار بازار در مهرماه نشان داده که افزایش نرخ ارز الزاماً به همان نسبت به قیمت خودرو منتقل نمی‌شود.

بررسی روند بازار در روزهای ابتدایی مهرماه نیز از همین واگرایی حکایت دارد. در یک بازه شش‌روزه، نرخ دلار حدود ۱۴.۵ درصد رشد کرده، اما میانگین افزایش قیمت خودروهای مورد بررسی حدود ۳.۳ درصد بوده است. این فاصله نشان می‌دهد که بازار خودرو به دلیل ضعف تقاضا و رکود معاملات، توان انتقال کامل رشد نرخ ارز به قیمت معاملات را ندارد.

این شرایط از یک سو برای فروشندگان خودرو به معنای کاهش قدرت نقدشوندگی دارایی و از سوی دیگر برای خریداران به معنای دشوارتر شدن تصمیم‌گیری است. فروشندگان نگران است خودرو را با قیمت پایین‌تر از نرخ مورد انتظار واگذار کند و خریدار نیز نمی‌داند قیمت اعلام‌شده تا چه اندازه به ارزش واقعی خودرو نزدیک است.

در چنین فضایی، بازار عملاً در وضعیت انتظار قرار می‌گیرد؛ انتظار برای مشخص شدن مسیر نرخ ارز، سیاست‌های وارداتی، شرایط اقتصادی و البته تعیین تکلیف قیمت‌هایی که در آگهی‌ها و فضای مجازی منتشر می‌شوند.

چرا قیمت خودرو در پلتفرم‌ها مهم است؟

پلتفرم‌های انتشار آگهی طی سال‌های گذشته به یکی از مهم‌ترین منابع جست‌وجوی قیمت خودرو برای خریداران و فروشندگان تبدیل شده‌اند. بسیاری از افراد پیش از مراجعه به نمایشگاه یا تماس با فروشنده، قیمت چند مدل خودرو را در فضای آنلاین بررسی می‌کنند.

به همین دلیل، هر تغییری در نحوه درج قیمت در این پلتفرم‌ها می‌تواند مستقیماً بر رفتار خریدار و فروشنده اثر بگذارد.

در مقطعی نیز موضوع ممنوعیت درج قیمت خودرو در پلتفرم‌های آگهی مطرح و اجرایی شده است. در چنین شرایطی، هدف اصلی سیاست‌گذار جلوگیری از انتشار قیمت‌های غیرواقعی و کاهش اثرگذاری نرخ‌های غیرمعامله‌ای بر انتظارات بازار است. با این حال، حذف قیمت از آگهی‌ها به‌تنهایی نمی‌تواند مسئله کشف قیمت را حل کند؛ زیرا اگر بازار مرجع دیگری برای اعلام قیمت واقعی نداشته باشد، ممکن است ابهام برای مصرف‌کننده بیشتر شود.

به بیان دیگر، مسئله فقط نمایش یا عدم نمایش قیمت نیست. مسئله اصلی این است که قیمت مورد استناد بازار باید بر مبنای معامله واقعی، قابل راستی‌آزمایی و دارای پشتوانه مشخص باشد.

دپوی خودرو و نقش واسطه‌ها در بازار

موضوع دیگری که طی ماه‌های اخیر بارها در بازار خودرو مطرح شده، فعالیت مجموعه‌هایی است که تعداد زیادی خودرو را در اختیار دارند و از این طریق می‌توانند بر سمت عرضه بازار تأثیر بگذارند.

وقتی بخش قابل‌توجهی از خودروهای موجود در بازار در اختیار تعداد محدودی از فعالان قرار گیرد، امکان ایجاد فاصله میان قیمت پیشنهادی و قیمت واقعی معامله افزایش پیدا می‌کند. این مسئله به‌خصوص در شرایطی که تقاضا پایین است، می‌تواند بازار را وارد چرخه‌ای پیچیده کند.

از یک سو، فروشنده تلاش می‌کند خودرو را با بالاترین قیمت ممکن عرضه کند و از سوی دیگر، خریدار به دلیل کاهش قدرت خرید حاضر به پذیرش هر قیمتی نیست. نتیجه چنین وضعیتی، افزایش فاصله میان قیمت روی کاغذ و قیمت قابل معامله است.

در چنین بازاری، تعداد زیاد آگهی لزوماً به معنای تعداد زیاد معامله نیست. ممکن است یک خودرو با چند قیمت متفاوت در فضای مجازی عرضه شود، اما در نهایت معامله‌ای با هیچ‌یک از این قیمت‌ها انجام نشود.

قیمت پیشنهادی با قیمت معامله یکی نیست

توجه قرار گیرند. این مسئله در بازار خودرو اهمیت بیشتری دارد؛ چراکه خودرو برخلاف بسیاری از کالاهای مصرفی، قیمت واحد و یکسانی ندارد و عواملی مانند مدل، سال تولید، میزان کارکرد، وضعیت بدنه، سلامت فنی، رنگ‌شدگی، آپشن‌ها و حتی شرایط فروشندگی و خریدار می‌تواند قیمت نهایی را تغییر دهد. در نتیجه، یک قیمت درج‌شده در یک آگهی اینترنتی را نمی‌توان به‌تنهایی معادل قیمت قطعی معامله در بازار دانست.

یکی از مشکلات اساسی بازار خودرو در شرایط فعلی، فاصله میان قیمت اعلامی و قیمت معامله است. در بازارهای عادی، تعداد قابل‌توجهی معامله واقعی می‌تواند به کشف قیمت کمک کند. اما وقتی حجم معاملات کاهش پیدا می‌کند، تعداد قیمت‌های واقعی که در نتیجه معامله شکل می‌گیرند نیز کمتر می‌شود. در مقابل، قیمت‌های پیشنهادی فروشندگان همچنان در فضای مجازی منتشر می‌شوند و ممکن است بدون اینکه معامله‌ای با آن ارقام انجام شده باشد، به‌عنوان نشانه‌ای از قیمت بازار مورد

قیمت خودرو واقعی نیست

وی افزود: نمی‌دانم برای اینکه بتوانیم این زنجیره را قطع کنیم و کنترل بیشتری داشته باشیم، باید به کجا مراجعه کنیم. هدف ما این است که نظارت در اختیار اتحادیه باشد تا خودرویی که برای فروش عرضه می‌شود، حداقل کارشناسی شود و مشخص باشد قیمت واقعی آن چقدر است و چه میزان از قیمت اعلام‌شده ناشی از حباب بازار است.

خودرو گران شده، اما خرید و فروش انجام نمی‌شود

رئیس اتحادیه نمایشگاه‌داران خودرو تهران با اشاره به شرایط فعلی بازار گفت: در حال حاضر بازار خودرو با افزایش شدید قیمت‌ها مواجه شده، اما با وجود این افزایش قیمت، خرید و فروش چندان انجام نمی‌شود.

وی افزود: در کنار مشکلات ناشی از تحریم‌ها، شرایط اقتصادی و سایر مشکلات موجود، بازار خودرو کاملاً به‌هم‌ریخته است و فعالان بازار نیز نمی‌توانند چشم‌انداز روشنی از آینده قیمت‌ها داشته باشند.

کرمی درباره اینکه آیا مردم برای خرید خودرو باید منتظر کاهش قیمت‌ها بمانند، گفت: قیمت خودروها در شرایط فعلی واقعاً غیرواقعی است. ما تلاش خودمان را می‌کنیم تا قیمت‌ها را به سطحی برسانیم که به قیمت واقعی نزدیک باشد.

تلاش اتحادیه برای کنترل قیمت خودرو

کرمی از برگزاری جلساتی با فعالان بازار برای کنترل قیمت‌ها خبر داد و اظهار کرد: قرار است تعدادی از فعالان این حوزه دعوت شوند تا درباره شرایط بازار صحبت کنیم و ببینیم چگونه می‌توان فشار و کنترل بیشتری ایجاد کرد.

وی افزود: حداقل باید بتوانیم قیمت‌ها را تثبیت کنیم تا مردم بدانند قیمت خودرو قرار نیست هر روز افزایش پیدا کند. در شرایط فعلی، مردم بالاترین قیمت هستند و نمی‌دانند برای خرید خودرو باید چه تصمیمی بگیرند.

رئیس اتحادیه صنف نمایشگاه‌داران و فروشندگان خودرو تهران گفت: تلاش ما این است که از طریق نامه‌نگاری‌ها و جلساتی که با وزارت صمت، شورای رقابت و اتاق بازرگانی ایران داریم، موضوع را بررسی کنیم و راهکاری برای کنترل این شرایط پیدا شود. وی ادامه داد: باید سازوکاری ایجاد شود که پلتفرم‌هایی مانند دیوار و شیپور نتوانند قیمت‌های حبابی را به‌عنوان قیمت واقعی خودرو به مردم معرفی کنند.

سخن پایانی

بازار خودرو در مهر ۱۴۰۵ بیش از آنکه با یک مسئله ساده افزایش یا کاهش قیمت مواجه باشد، با بحران کشف قیمت روبه‌رو است. نرخ‌های پیشنهادی در فضای مجازی، قیمت‌های مورد انتظار فروشندگان، قیمت کارخانه و نرخ‌های واقعی معامله لزوماً یکسان نیستند و همین موضوع تصمیم‌گیری را برای خریدار دشوار کرده است. در چنین شرایطی، حذف قیمت از برخی بسترهای اینترنتی می‌تواند از انتشار بخشی از قیمت‌های غیرواقعی جلوگیری کند، اما راه‌حل نهایی بازار نخواهد بود. آنچه می‌تواند به ثبات بازار کمک

کند، ایجاد یک سازوکار شفاف برای ثبت و انتشار قیمت معاملات واقعی، افزایش عرضه، کاهش فاصله میان قیمت کارخانه و بازار و مقابله با فعالیت‌های سوداگرانه است. بازار خودرو زمانی از وضعیت فعلی خارج خواهد شد که قیمت خودرو نه از آگهی‌های غیرقابل راستی‌آزمایی، بلکه از دل معاملات واقعی و رقابت میان عرضه و تقاضا شکل بگیرد. تا آن زمان، ممکن است همزمان با قیمت‌های بالای اعلامی، بازار همچنان با رکود و کاهش قدرت خرید دست‌وپنجه نرم کند؛ وضعیتی که نه برای فروشنده مطلوب است و نه برای خریدار.



قیمت‌گذاری در پلتفرم‌ها ممنوع است

کرمی با اشاره به ممنوعیت اعلام قیمت در برخی پلتفرم‌ها گفت: در حال حاضر اعلام قیمت در این پلتفرم‌ها ممنوع شده است، اما همچنان برخی افراد که تعداد زیادی خودرو در اختیار دارند، صبح اول وقت قیمت‌های خود را در سایت‌ها اعلام می‌کنند و نظارت کافی نیز بر این موضوع وجود ندارد.

وی افزود: اگر با این افراد برخورد شود و از آنها پرسیده شود که با چه مجوزی قیمت خودرو را اعلام می‌کنند، شرایط متفاوت خواهد شد. یک نفر قیمتی را اعلام می‌کند و این قیمت میان چند نفر دست‌به‌دست می‌شود و در نهایت در بازار به‌عنوان قیمت واقعی خودرو شناخته می‌شود؛ در حالی که ممکن است چنین قیمتی اساساً واقعی نباشد.

کرمی تأکید کرد: ما تلاش می‌کنیم نظارت بیشتری بر این روند داشته باشیم و بتوانیم قیمت‌ها را تا حد امکان کاهش دهیم.

خودروهای خارجی بیشترین افزایش قیمت را داشتند

رئیس اتحادیه صنف نمایشگاه‌داران و فروشندگان خودرو تهران در ادامه درباره تأثیر افزایش نرخ دلار بر قیمت خودرو گفت: زمانی که نرخ دلار افزایش پیدا کرد، قیمت خودروهای خارجی به‌شدت بالا رفت.

وی افزود: به‌خصوص بعد از مطرح شدن افزایش قیمت بنزین و رسیدن نرخ بنزین به ۱۰ هزار تومان، خودروهای برقی و هیبریدی نیز افزایش قیمت قابل‌توجهی داشتند و در برخی موارد قیمت این خودروها حدود یک تا دو میلیارد تومان افزایش پیدا کرد.

کرمی درباره خودروهای داخلی نیز گفت: خودروهایی مانند پژو ۲۰۶ و دنا که در بازار خودروهای پرتقاضاتری محسوب می‌شوند نیز در این مدت حدود ۴۰۰ تا ۵۰۰ میلیون تومان افزایش قیمت داشته‌اند.

وی در پایان تأکید کرد: تلاش اتحادیه این است که با افزایش نظارت و ساماندهی فعالیت فعالان بازار، شرایطی ایجاد شود که قیمت خودرو از حالت حبابی خارج شود و مردم بتوانند با اطمینان بیشتری برای خرید خودرو تصمیم بگیرند.