



چشم انداز بازار خودروهای خارجی پس از واردات

مهدی دادفر، دبیر انجمن واردکنندگان خودرو در گفت‌وگو با همشهری از حاشیه‌ها و احتمالات بازار خودروهای وارداتی سخن گفته است

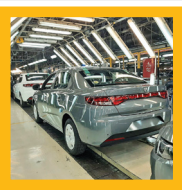
۲۲

یکشنبه ۲۰ آذر ۱۴۰۱ | ۱۶ جمادی‌الاول ۱۴۴۴ | سال سی‌ام | شماره ۱۸۶۱

ایرانی‌ها چه خودروهایی می‌خرند؟

بررسی‌های همشهری نشان می‌دهد ۳۱ درصد از خودروهایی صفر کیلومتر فروخته‌شده در ۸ ماه امسال مربوط به گروه پژو بوده است

۲۴



همشهری اقتصاد



عکس همشهری از بازار خودرو

فرمان نرخ‌ها تا پایان سال به کدام سو می‌چرخد؟

سرنوشت قیمت خودرو

بررسی‌های همشهری نشان می‌دهد این روزها قیمت خودرو از ۳ عامل نرخ دلار، میزان تولید و واردات تأثیر می‌پذیرد

بازار

آمارها نشان می‌دهد قیمت خودروهای داخلی از ابتدای امسال تاکنون به‌طور میانگین ۲۸٫۲ درصد رشد کرده است. با این حال شتاب صعود قیمت‌ها در ۲ ماه گذشته افزایش یافته؛ اکنون این پرسش مطرح است که آیا روند صعودی قیمت‌ها تا پایان سال ادامه خواهد یافت. به‌نظر می‌رسد قیمت خودرو در روزهای پایانی سال تحت تأثیر ۳ عامل قیمت دلار، میزان تولید و واردات خودرو، به‌گزارش همشهری، داده‌های وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی نشان می‌دهد: نیمی از مردم ایران دارای خودروی شخصی هستند؛ آماري که نشان می‌دهد خودرو یک کالاهای بااهمیت در اقتصاد ایران بوده و نوسان قیمت آن برای خانوارهای ایرانی مهم است؛ به‌ویژه آنکه از سال ۱۳۹۷ تاکنون خودرو بار دیگر به یک کالای سرمایه‌ای تبدیل شده است؛ به‌معنای اینکه مردم در کنار کاربری مصرفی این کالا، از آن به‌عنوان کالایی که می‌تواند تورم را هم پوشش دهد، استفاده می‌کنند. در چنین شرایطی تازه‌ترین آمارها از روند قیمت خودروها از ابتدای امسال تاکنون نشان می‌دهد

قیمت خودروهای داخلی به‌طور میانگین از ابتدای امسال تاکنون ۲۸٫۲ درصد افزایش یافته؛ البته در این میان قیمت برخی خودروها حتی بیش از نرخ میانگین افزایش یافته است. طبق این اطلاعات، قیمت ۱۱ درصد از خودروهای داخلی بیش از ۴۰ درصد افزایش یافته و حتی قیمت یک محصول متعلق به شرکت زامیاد تا ۴۹ درصد افزایش را تجربه کرده است. در این مدت همچنین قیمت ۲۲ درصد از خودروهای داخلی بین ۳۰ تا ۳۶ درصد افزایش یافته و ۴۱ درصد از خودروهای داخلی نیز رشدی بیش از ۴۰ درصد را تجربه کرده‌اند. این میزان رشد قیمت خودرو در سید درایی خانوارهایی که دارای خودروی شخصی هستند، تأثیر زیادی داشته است. اکنون این پرسش مطرح است که آیا روند صعودی قیمت‌ها تا پایان سال ادامه خواهد یافت یا خیر؟

عوامل سه‌گانه

اطلاعات موجود نشان می‌دهد قیمت انواع خودرو در ماه‌های آینده و به‌ویژه تا پایان امسال تحت تأثیر ۳ عامل میزان تولید و عرضه، واردات و قیمت دلار است.

آمارها حاکی از آن است که جمع کل خودروهای سواری تولید شده در ۸ ماه امسال به مرز ۶۷۰ هزار دستگاه رسیده که این میزان ۱۵ درصد بیشتر از مدت مشابه سال قبل است و نشان می‌دهد تعداد خودروهای سواری تولید شده در ۸ ماه امسال ۸۷ هزار و ۲۶۲ دستگاه بیشتر از ۸ ماه پارسال بوده است. محاسبات نشان می‌دهد شرکت‌های خودروساز از ابتدای امسال تاکنون هر ماه به‌طور میانگین ۸۴ هزار دستگاه خودروی سواری تولید کرده‌اند و انتظار می‌رود در صورتی که میانگین تولید در سطوح فعلی حفظ شود، میزان تولید خودروهای سواری در سال جاری از مرز یک میلیون دستگاه فراتر رود که بالاترین رکورد در چند سال گذشته محسوب می‌شود. طبق آمارهای موجود جمع تولید خودروهای سواری در سال ۱۳۹۹ معادل ۹۰۰ هزار دستگاه و در سال گذشته ۸۶۵ هزار دستگاه بوده است. طبق این اطلاعات، میزان عرضه یا فروش خودرو نیز در سال جاری به تناسب تولید افزایش یافته، همه اینها به‌معنای آن است که تداوم رونق فعلی تولید و عرضه خودرو می‌تواند بر قیمت انواع خودرو در ماه‌های آینده تأثیر زیادی داشته

باشد؛ زیرا سوابق سال‌های گذشته نشان می‌دهد هر زمان عرضه خودرو افزایش یافته، قیمت خودرو نیز در بازار آزاد تعدیل شده است. عمل دومی که می‌تواند بر قیمت خودرو تا پایان سال تأثیر داشته باشد، واردات خودروهای خارجی است. طبق برنامه‌ریزی وزارت صنعت قرار است تا پایان امسال یک میلیارد دلار نرخ هر خودرو خارجی وارد شود. برآورد می‌شود با تخصیص این میزان ارز کمتر از ۱۰۰ هزار خودروی خارجی وارد بازار ایران شود. این میزان عرضه خودرو با توجه به آنکه مسئولان وزارت صنعت قبلاً سطح تقاضای سالانه خودرو را در ایران بین یک تا ۱٫۵ میلیون دستگاه ارزیابی کرده بودند، می‌تواند بر قیمت خودرو تأثیر داشته باشد. البته باید به این نکته توجه کرد که برای اثرگذاری بیشتر، قیمت این خودروها بعد از ورود به ایران نباید با رشد زیادی مواجه شوند که فعلاً در این زمینه تردیدهایی وجود دارد.

اثر دلار

این اما همه ماجرا نیست و عامل دیگری نیز در قیمت خودرو نقش دارد که می‌تواند حتی اثر عامل قبلی را خنثی کند. به‌زعم کارشناسان

عامل دیگری که اثر تعیین‌کننده‌ای بر قیمت خودروها دارد، روند نرخ دلار است. آمارها نیز نشان می‌دهد بیسن قیمت‌ها در بازارهای خودرو و ارز همبستگی وجود دارد و قیمت خودرو در طول سال‌های گذشته تحت تأثیر رشد نرخ دلار افزایش یافته است. داده‌های مربوط به بازار ارز نشان می‌دهد نرخ هر دلار آمریکا از ابتدای امسال تاکنون دست‌کم ۳۷ درصد رشد کرده است.

برآورد برخی کارشناسان بر این است که منحنی نرخ ارز تحت تأثیر رشد حجم نقدینگی، رشد کسری بودجه و افزایش تنش‌های دیپلماتیک می‌تواند تا پایان سال همچنان شیب صعودی داشته باشد. چنانچه این پیش‌بینی محقق شود، قیمت انواع خودرو می‌تواند از این ناحیه تحت تأثیر قرار گیرد. به بیان بهتر در شرایطی که از یکسو افزایش عرضه و واردات خودرو می‌تواند به کاهش قیمت خودرو منجر شود، در مقابل، رشد نرخ ارز می‌تواند این اثرات کاهش‌ی را خنثی کند و حتی شاید روند بازی در بازار خودرو به گونه‌ای ترسیم شود که دست دلار برای تعیین قیمت‌ها در آینده قوی‌تر از هر عامل دیگری باشد.

خلاصه گزارش‌ها

ایرانی‌ها در ۸ ماه

امسال ۱۳۷ هزار میلیارد تومان برای خرید خودروهای صفر کیلومتر داخلی هزینه کرده‌اند

خانواده کوئیک

به لحاظ تقاضا در بازار خودروهای صفر کیلومتر در جایگاه دوم قرار دارد

آمارها نشان

می‌دهد در بازار صفر کیلومترها میزان استقبال از ۲ خودروی تارا و هایما در حال افزایش است

قیمت خودروهای داخلی از ابتدای

امسال تاکنون به‌طور میانگین ۲۸٫۲ درصد رشد کرده است

قیمت ۱۱ درصد از

خودروهای داخلی در ۸ ماه امسال بیش از ۴۰ درصد قیمت ۲۲ درصد خودروها بین ۳۰ تا ۳۶ درصد و نرخ ۴۱ درصد از آنها نیز رشدی بیش از ۲۰ درصد را تجربه کرده است

قانون وزارت

صنعت را مکلف کرده در آقی سند چشم‌انداز ۲۰ ساله یعنی تا پایان دولت سیزدهم، راه را برای واردات فناوری‌های جدید و مستقل تولید خودرو با همکاری شرکت‌های

معتبر خودروسازی

جهان یا به‌صورت سرمایه‌گذاری

مشترک با

شرکت‌های فعال موجود فراهم سازد

سیاست دولت و

مجلس این است که خودرویی وارد شود که بتواند نیاز

بخش قابل توجهی از اقشار جامعه

متوسط را تأمین کند و به همین

دلیل اولویت با خودروهای تا سقف

۱۰ هزار یورو خواهد بود

یادداشت

رضا کر بلائی روزنامه‌نگار

خودروی گران بیمه گران

وقتی خودرو گران می‌شود، هزینه بیمه بدنه خودرو هم متناسب با آن افزایش می‌یابد و نتیجه‌اش این خواهد بود که برخی مالکان خودرو از بیمه کردن دست می‌کشند. پژوهش‌کننده بیمه در تحقیقی همین گزاره را تأیید می‌کند و می‌گوید: افزایش افسار گریخته قیمت خودرو باعث بالا رفتن حق بیمه و کاهش تمایل بیمه‌گذاران به خرید بیمه بدنه شده زیرا اگر شخصی ۳ سال قبل دارای یک خودرو با ارزش ۱۰۰ میلیون تومان بود، امروز ارزش همان خودرو به ۳۰۰ میلیون تومان و حق بیمه آن هم تقریباً به ۴ میلیون تومان رسیده با اینکه خودروی یادشده همان خودروی ۳ سال پیش است با اینکه خودرو حتی فرسوده‌تر هم شده اما مالک آن حالا باید ۳ برابر بیشتر پول بدهد تا خودرو را تحت پوشش بیمه بدنه قرار دهد.

نتیجه اینکه از تعداد بیمه‌های بدنه کاسته می‌شود و این تغییر بیشتر به زبان افرادی است که از سطح درآمد پایین و متوسط برخوردار هستند زیرا به‌دلیل مشکلات مالی، دیگر به خرید بیمه‌نامه بدنه تمایلی ندارند. حتی اگر نظریه ابراهام مارلوف، نظریه پرداز آمریکایی به‌عنوان پدر روانشناسی انسان گرایانه را لحاظ کنیم، مشخص می‌شود شهروندان یک جامعه ابتدا به فکر نیازهای فیزیولوژیک خود نظیر پوشاک، خوراک و مسکن هستند و تا زمانی که این نیازشان برطرف نشود، به فکر هزینه کردن نیازهای دیگر از جمله بیمه نخواهند بود و این شهروندان پوشش بیمه‌را از سبد هزینه‌هایشان خارج می‌کنند. به‌واقع این تصمیم بیشتر منشأ اقتصادی دارد و تابع افزایش قیمت خودرو بر تقاضای بیمه بدنه اثر مستقیم دارد. افزون بر این با یکبار تصادف، تخفیف‌های چندساله هم حذف می‌شود و حتی تخفیف‌های جذاب برای ترغیب خودروسازان به خرید بیمه بدنه هم کمتر اثر دارد.

چه باید کرد؟

یکی از گزینه‌های لازم برای ترغیب و تشویق به خرید بیمه بدنه، طراحی محصولات جدید مطابق با نیاز مشتریان متناسب با وضعیت اقتصادی شهروندان است. از جمله جدیدترین طرح‌ها که توسط برخی شرکت‌های بیمه عرضه شده، می‌توان به بیمه کیلومتری اشاره کرد به این معنا که میزان حق بیمه بدنه متناسب با تردد و پیمایش تعیین و دریافت می‌شود و این پوشش بیمه‌ای به‌صورت درون شهری و برون شهری بر مبنای شاخص ریسک تردد سنجیده و محاسبه خواهد شد.

گزینه دیگر تشویق خریداران بیمه بدنه به پوشش ریسک نوسان قیمت یا بازار است به این معنا که به‌دلیل افزایش قیمت خودرو، لازم است تا متناسب با افزایش ارزش وسیله نقلیه بیمه‌شده هم، الحاقیه گرفته شود تا به هنگام خسارت به مشکل برخورد نکنند. واقعیت این است که انتظار می‌رود صنعت بیمه با در نظر گرفتن مشکلات اقتصادی و اولویت‌های نیاز طبقات مختلف جامعه، اقدام به طراحی بیمه‌های خرد در رشته بیمه بدنه کند و جهت پوشش جیش حق بیمه بدنه به‌دلیل افزایش چشمگیر قیمت خودرو، راهکار این است که پوشش‌های اضافی در هر گروه خودرویی شناسایی و برای پوشش ریسک آن خدمات جدیدی طراحی و معرفی شود.

نتیجه یک پژوهش نشان می‌دهد: در حالی که بیمه بدنه خودرو در اکثر کشورهای دنیا به‌ویژه در کشورهایی پیشرفته، یکی از رشته‌های پر فروش بیمه‌ای و به‌عنوان یکی از اصلی‌ترین پوشش‌های بیمه‌ای مورد توجه مردم است، در کشور ما هنوز به جایگاه مطلوب خود نرسیده و تا رسیدن به نقطه مطلوب فاصله زیادی دارد. آمارهای موجود نشان می‌دهد حداکثر ۱۴ درصد خودروها دارای بیمه بدنه هستند و به‌رغم ارائه تسهیلات متنوع و حتی نرخ‌های غیرمتعارف از برخی شرکت‌های بیمه، هنوز وضع مناسب نیست و مردم علاقه‌ای برای خرید بیمه بدنه ندارند.

براساس داده‌های سالنامه آماری صنعت بیمه، تعداد بیمه‌های بدنه صادر شده از ۲ میلیون و ۴۸۶ هزار و ۷۷۰ بیمه‌نامه در سال ۱۳۹۰ به ۱ میلیون و ۸۷۱ هزار و ۲۶۶ بیمه‌نامه در سال ۱۳۹۹ رسیده که بیانگر رشد ۵۵ درصدی است اما نکته اینجاست که رشد تعداد خودروهای موجود فراتر از این آمارهاست. بیمه‌ای که سهم بیمه بدنه خودرو از کل بازار سال ۵۵٫۲ درصد در سال ۱۳۹۵ به ۸٫۹ درصد در سال ۱۳۹۹ رسیده و پس از آن در سال ۱۴۰۰ به ۷٫۷ درصد کاهش یافته است.

خرید بیمه بدنه در ایران بر خلاف رشته ثالث اجباری نیست، تردد ۲۳ درصد خودروها بدون بیمه بدنه نشان می‌دهد عواملی چون ناتوانی مالی خودروسازان، نارضایتی مطلوب از خسارت‌های پرداختی، حجم بالای کسورات اعمال شده پس از وقوع حادثه در شکل‌گیری پدیده بیمه‌گریزی در رشته بدنه خودرو نقش داشته باشد.

بدیهی است که شرکت‌های بیمه تلاش دارند تا با فروش بیشتر بیمه بدنه خودرو، هم سهم بیشتری از بازار را به دست آورند و هم اینکه ریسک ناشی از فروش بیمه شخص ثالث را تعدیل کنند. اما آمارها بیانگر این است که غالب شرکت‌های بیمه برنامه‌های برای تعدیل برتقوی خود در رشته بیمه خودرو بیمه آسیا، تعاون، ایران و پارسیان توانسته‌اند سهم بیمه بدنه را از کل فروش سالانه خود به بالای ۱۰ درصد برسانند. نتیجه اینکه هر چند صنعت بیمه به‌طور مستقیم نمی‌تواند باعث تعدیل حق بیمه بدنه خودرو در شرایط افزایش قیمت خودرو شود، اما در اقتصاد علاوه بر متغیر قیمت، متغیرهای دیگری چون رضایت مشتریان، خدمات متمایز و متفاوت متناسب با سنجش ریسک خودروسازان و تفکیک آنها از یکدیگر، می‌تواند راه را برای خرید بیشتر بیمه بدنه خودرو هموار سازد.