■ سه‌شنبه ۱۹ آبان ۱۴۰۵ ■ ۳۰ جمادی‌الاول ۱۴۴۸ ■ ۱۰ November ۲۰۲۶ ■ سال سوم ■ شماره ۶۰۳ ■ قیمت: ۲۰ هزار تومان

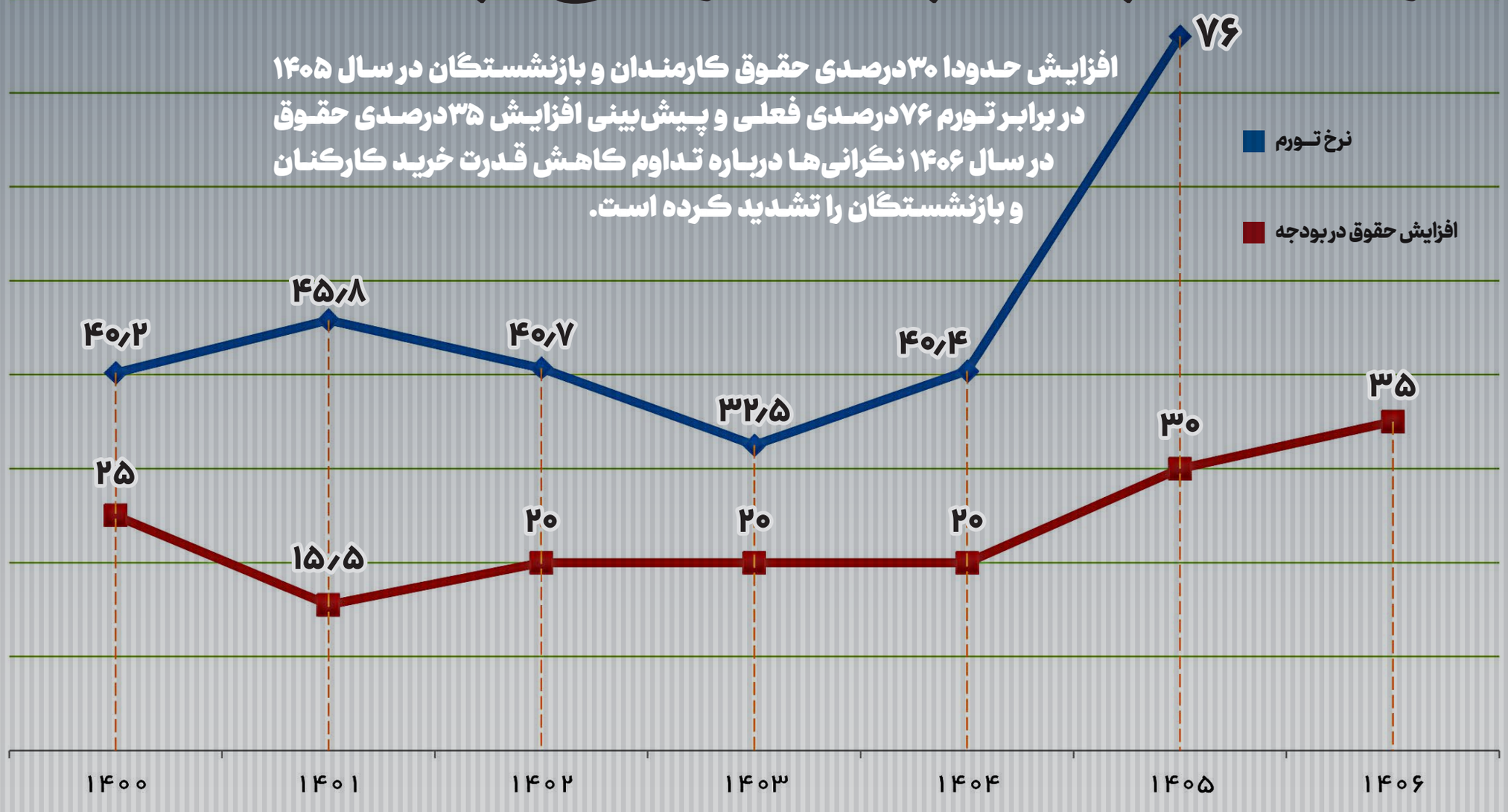
Charsoghnewspaper

نبض اقتصاد را در دست بگیرید

چارسوق

حقوق‌ها در مسابقه با گرانی جا ماندند

۲



۲

آزادسازی قیمت‌ها؛ از سفره مردم تا لاستیک و روغن موتور

دولت پزشکیان به جای مَهار بازار در شرایط جنگی، میدان را به گرانی و سوداگری سپرده است

آزادسازی قیمت کالاهای انحصاری، سیاستی است که دولت پزشکیان از ابتدای فعالیت خود دنبال کرده و اکنون دامنه آن به کالاهای مهمی همچون لاستیک و روغن موتور خودرو رسیده است؛ محصولاتی که نه تنها برای میلیون‌ها خانوار ضروری‌اند، بلکه مستقیماً با حمل‌ونقل، هزینه‌های زندگی و امنیت تردد مردم ارتباط دارند. در شرایط جنگی و فشارهای اقتصادی، انتظار می‌رود دولت با تشدید نظارت بر بازار، قیمت‌گذاری و کنترل شبکه توزیع، از جهش قیمت کالاهای ضروری جلوگیری کند؛ اما تصمیم به کنار گذاشتن قیمت‌گذاری دستوری این محصولات، عملاً خطر افزایش هزینه‌ها و تشدید فشار بر مصرف‌کنندگان را بیشتر کرده است.

آزادسازی قیمت لاستیک و روغن موتور؛ تصمیمی در مسیر گرانی

بر اساس تصمیم ستاد تنظیم بازار، تایر و روغن موتور خودروهای سبک از شمول قیمت‌گذاری دستوری خارج می‌شوند؛ تصمیمی که در امتداد سیاست آزادسازی قیمت‌ها در دولت چهاردهم قرار می‌گیرد.

این تصمیم در حالی اتخاذ می‌شود که بازار این دو محصول در ماه‌های اخیر با افزایش قیمت و التهاب مواجه بوده و شواهد منتشرشده از وضعیت بازار، ضرورت نظارت و کنترل بیشتر را نشان می‌دهد.



۲

فرار مدیرعامل شستا از پاسخ به هزینه ۱۵۰۰ میلیاردتومانی تبلیغات

آقای سعیدی! چرا از وقتی شما مدیرعامل شستا شدید، هزینه تبلیغات ۲ و نیم برابر یعنی از ۳۰۰ به ۷۰۰ میلیارد تومان رسید؟



براساس اطلاعات صورت مالی شستا، طی سه سال اخیر هزینه تبلیغاتی این گروه با افزایش شدیدی روبرو شده است، به‌طوریکه این رقم از ۳۱۲ میلیارد تومان در سال مالی منتهی به خرداد ۱۴۰۳ به ۷۰۴ میلیارد تومان در سال مالی منتهی به خرداد ۱۴۰۴ رسیده و در سال مالی منتهی به خرداد امسال نیز این رقم ۷۹۷ میلیارد تومان بوده است.

به عبارتی، هزینه تبلیغاتی شستا از سال ۱۴۰۳ تا ۱۴۰۴ رشد ۱۲۶ درصدی داشته و از سال ۱۴۰۳ تا ۱۴۰۵ با رشد ۱۵۵ درصدی (۲/۵ برابری) روبرو بوده است.

قابل ذکر است اخیرا محمدرضا سعیدی مدیرعامل شستا در نشست خبری خود دلیل هزینه ۱۵۰۰ میلیارد تومانی برای تبلیغات طی دو سال اخیر را ناشی از کج‌فهمی منتقدان دانسته و می‌گوید این عدد را باید تقسیم بر ۱۸۶ شرکت کنیم که در آن صورت رقم تبلیغات ناچیز خواهد بود.

این درحالی است که طبق بررسی‌های «خانه اقتصاد» در چندین هلدینگ شستا ارقام ناچیزی برای تبلیغات ذکر شده و سرجمع آنها نمی‌تواند به اعداد اعلامی در صورت مالی شستا برسد.

برای مثال، گروه بارز هزینه تبلیغات خود را ۱۳/۵ میلیارد تومان اعلام کرده است. هلدینگ سیمانی تامین ۱۹/۴ میلیارد تومان، شرکت کشتیرانی جمهوری اسلامی ایران و هلدینگ تاپیکو این عدد را اعلام نکرده‌اند که به معنی هزینه کرد صفر است. رایتل حدود ۴۰ میلیارد تومان و شرکت ایرانول ۱۸/۷ میلیارد تومان اعلام کرده است. در هلدینگ دارویی تامین و صدر تامین عدد تبلیغات به همراه سایر هزینه‌ها آمده و قابل تفکیک نیست. به عبارتی، مجموع هزینه درج شده در صورت مالی چندین هلدینگ زیرمجموعه شستا در سال گذشته به حدود ۹۲ میلیارد تومان می‌رسد.

عدد ۹۲ میلیارد تومان برای هزینه تبلیغات بخش عمده هلدینگ زیرمجموعه شستا درحالی است که مدیرعامل شستا می‌گوید عدد ۷۹۷ میلیارد تومانی، مربوط به تبلیغات در ۱۸۶ شرکت است.



چارسوق
نبض اقتصاد را در دست بگیرید
Charsogh newspaper
سه شنبه ۱۹ آبان ۱۴۰۵ ■ سال سوم ■ شماره ۶۰۳



۳ ماه ابهام و انتظار گندمکار برای نرخ تضمینی؛
وزیر جهاد ناتوان در اجرای قانون

در حالی که قانون، دولت را موظف کرده نرخ خرید تضمینی گندم را هر سال حداکثر تا پایان تیر تعیین کند، وزیر جهاد کشاورزی در نیمه آبان، همچنان از احتمال توافق بر سر قیمت سخن می گوید؛ تاخیری بیش از سه ماهه که نه فقط برنامه‌ریزی کشاورزان را مختل کرده، بلکه پرسش های جدی درباره عملکرد مدیریتی وزارت جهاد کشاورزی و آینده امنیت غذایی کشور ایجاد کرده است.

غلامرضا نوری قزلجه، وزیر جهاد کشاورزی در تازه‌ترین اظهارات خود اعلام کرده «امیدوار است اعضای شورای قیمت گذاری محصولات اساسی کشاورزی تا پایان هفته جاری درباره نرخ خرید تضمینی گندم سال زراعی ۱۴۰۵-۱۴۰۶ به توافق برسند».

این در حالی است که سال زراعی جدید از ابتدای مهرآغاز شده و کشاورزان بدون اطلاع از قیمت تضمینی محصول خود، وارد فصل کشت شده‌اند.

گندمکاران در انتظار قیمت؛ وزیر جهاد کشاورزی در اجرای قانون ناکام ماند

البته مسئله اصلی صرفاً تأخیر در اعلام یک عدد نیست؛ موضوع، رعایت نشدن زمان‌بندی قانونی در یکی از مهم‌ترین تصمیمات اقتصادی بخش کشاورزی است. براساس قانون اصلاح تضمین خرید محصولات اساسی کشاورزی، جلسات شورای قیمت گذاری باید حداقل سه ماه پیش از آغاز سال زراعی تشکیل شود و قیمت‌ها حداکثر تا پایان تیرماه تعیین شوند. بنابراین وزارت جهاد کشاورزی اکنون با تاخیری بیش از سه ماه نسبت به مهلت قانونی مواجه است.

وقتی تصمیم دولت از فصل کشت عقب می ماند

نرخ خرید تضمینی گندم، یکی از اصلی‌ترین متغیرهای اقتصادی در تصمیم گیری کشاورزان است. تولیدکننده پیش از آغاز کشت باید هزینه بذر، کود، سم، ماشین‌آلات، دستمزد و تأمین مالی را برآورد کند و براساس درآمد احتمالی، درباره سطح زیر کشت تصمیم بگیرد. زمانی که دولت قیمت را پس از آغاز سال زراعی اعلام می کند، عملاً یکی از مهم‌ترین ابزارهای برنامه‌ریزی را از کشاورز می گیرد. در چنین شرایطی، تولیدکننده ممکن است سطح زیر کشت گندم را کاهش دهد، محصول جایگزین انتخاب کند یا با وجود ابهام اقتصادی، ریسک تولید را بپذیرد.

این وضعیت به‌ویژه برای کشاورزان خرد که منابع مالی محدودی دارند، دشوارتر است. تأخیر در قیمت گذاری، امکان محاسبه بازده اقتصادی تولید را کاهش می دهد و می تواند بر تصمیمات کشت و میزان عرضه داخلی گندم در سال آینده اثر بگذارد.

اختلاف ۲۵ هزار تومانی؛ نشانه ضعف در مدیریت مذاکرات

ابعاد مدیریتی این تأخیر زمانی روشن‌تر می شود که اختلاف قابل توجه میان پیشنهادهای مطرح‌شده بررسی شود. عطاالله هاشمی، رئیس بنیاد ملی گندمکاران در گفت‌وگو با خبرنگار اقتصاد معاصر از پیشنهاد خرید هر کیلوگرم گندم به قیمت ۸۵ هزار تومان خبر داده؛ در حالی که به گفته وی، سازمان برنامه و بودجه و وزارت اقتصاد ارقامی در محدوده ۶۰ هزار تومان را مطرح کرده‌اند.

اختلاف ۲۵ هزار تومانی میان این دو پیشنهاد نشان می دهد طرف‌های تصمیم‌گیر هنوز درباره هزینه واقعی تولید و سطح حمایت مالی به جمع‌بندی مشترک نرسیده‌اند. البته تعیین نرخ خرید تضمینی صرفاً در اختیار وزیر جهاد کشاورزی نیست و تصمیم نهایی در شورای قیمت گذاری اتخاذ می شود. با این حال وزیر به عنوان رئیس شورا و متولی اصلی سیاست گذاری کشاورزی، مسئولیت مهمی در هماهنگ‌سازی دستگاه‌ها، پیگیری مذاکرات و جلوگیری از طولانی شدن اختلافات دارد.

نوری قزلجه پیش‌تر اعلام کرده بود جلسات شورا نزدیک به چند ماه ادامه داشته اما توافق نهایی حاصل نشده است. پرسش اینجاست که چرا اختلافات کارشناسی و بودجه‌ای در موعد قانونی مدیریت نشده و تصمیم گیری تا پس از آغاز کشت به تعویق افتاده است؟

وعده‌هایی که جای تصمیم گیری را گرفته‌اند

نکته قابل توجه آن است که تأخیر فعلی، نخستین وعده محقق‌نشده وزارت جهاد کشاورزی در این زمینه نیست. اکبر فتحی، معاون برنامه‌ریزی و امور اقتصادی این وزارتخانه، ۲۶ مهرماه اعلام کرده بود نرخ خرید تضمینی گندم ظرف ۱۰ روز آینده تعیین می شود اما با پایان این مهلت نیز تصمیم نهایی اعلام نشد و اکنون وزیر جهاد کشاورزی بار دیگر از احتمال توافق در هفته آینده سخن می گوید.

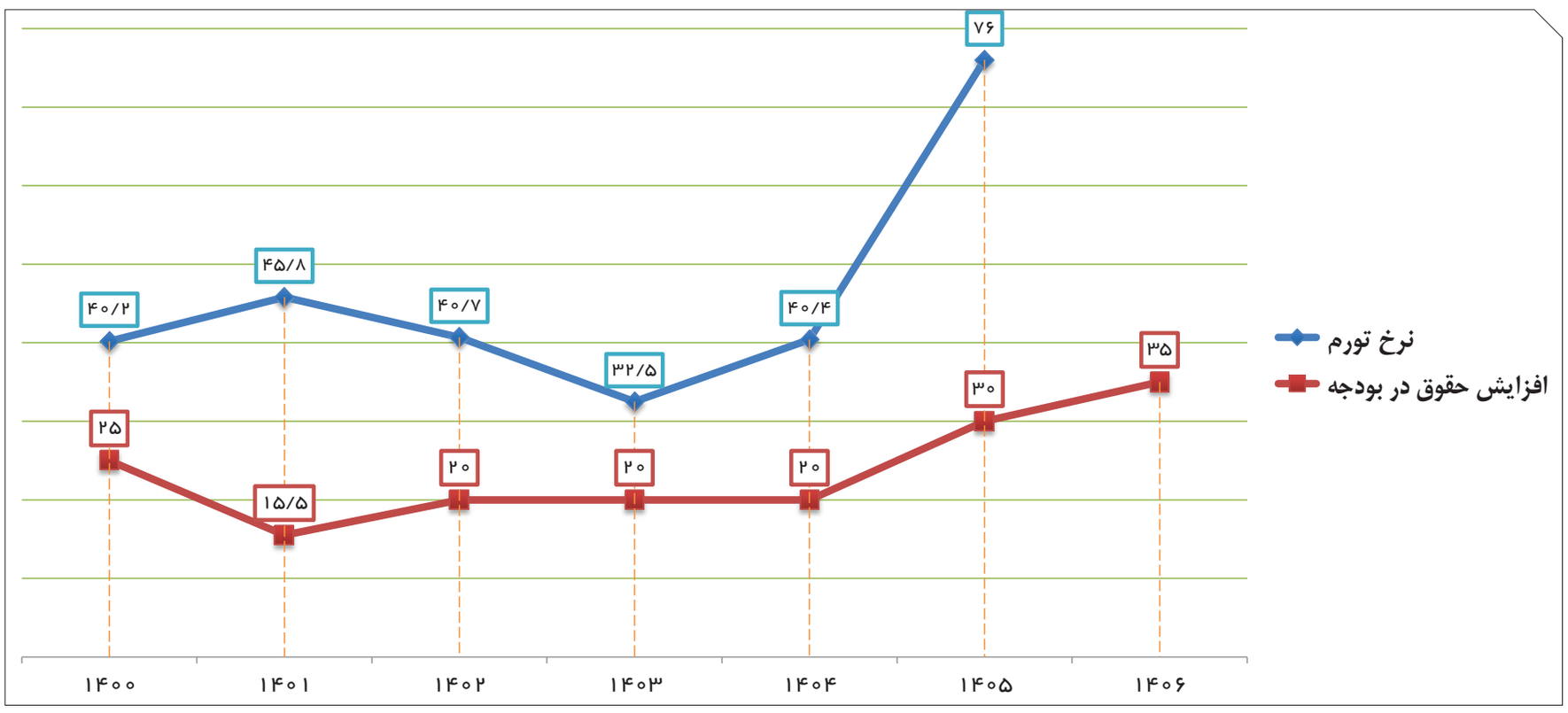
تکرار وعده‌های زمانی بدون دستیابی به نتیجه، اعتبار سیاست گذاری وزارتخانه را نزد تولیدکنندگان تضعیف می کند. کشاورز برای برنامه‌ریزی تولید به تصمیم قطعی نیاز دارد، نه وعده‌هایی که زمان تحقق آنها مرتب تغییر می کند.

هزینه تأخیر در قیمت گذاری را چه کسی می پردازد؟

پیامدهای این تعلل می تواند فراتر از بخش کشاورزی باشد. گندم کالایی راهبردی در تأمین امنیت غذایی کشور است و هرگونه کاهش احتمالی تولید داخلی، نیاز به واردات و تأمین ارز را افزایش می دهد. از سوی دیگر، تعیین دیرهنگام قیمت، حتی اگر با افزایش قابل توجه نرخ همراه باشد، لزوماً نمی تواند آثار تصمیماتی را که کشاورزان در ابتدای فصل کشت گرفته‌اند، جبران کند. به بیان دیگر، قیمت مناسب زمانی اثربخش است که پیش از تصمیم تولیدکننده اعلام شود.

وزارت جهاد کشاورزی باید روشن کند چه عواملی مانع اجرای قانون شده، اختلافات میان دستگاه‌های دولتی چرا در موعد مقرر حل نشده و چه سازوکاری برای جلوگیری از تکرار این وضعیت پیش‌بینی شده است. درواقع مسئولیت وزیر جهاد کشاورزی فقط اعلام نرخ نهایی گندم نیست؛ او باید درباره تأخیر در اجرای یک تکلیف قانونی نیز پاسخگو باشد. تعیین قیمت در هفته‌های آینده شاید بلاتکلیفی موجود را پایان دهد اما نمی تواند اصل تأخیر و آثار احتمالی آن بر تصمیمات کشاورزان را نادیده بگیرد.

در شرایطی که امنیت غذایی کشور به پایداری تولید داخلی وابسته است، انتظار می رود وزارت جهاد کشاورزی به جای مدیریت بحران پس از وقوع، به اجرای به‌موقع قانون و پیش‌بینی پذیر کردن سیاست‌های حمایتی بازگردد.



حقوق‌ها در مسابقه با گرانی جا ماندند

گزارش

افزایش حدودا ۳۰ درصدی حقوق کارمندان و بازنشستگان در سال ۱۴۰۵ در برابر تورم ۷۶ درصدی فعلی و پیش‌بینی افزایش ۳۵ درصدی حقوق در سال ۱۴۰۶ نگرانی‌ها درباره تداوم کاهش قدرت خرید کارکنان و بازنشستگان را تشدید کرده است.

بررسی آمارهای تورمی و میزان افزایش حقوق‌های سالانه نشان می دهد فاصله میان رشد دستمزد و افزایش هزینه‌های زندگی طی سال‌های اخیر به یکی از مهم‌ترین عوامل تضعیف قدرت خرید خانوارها تبدیل شده است. در حالی که حقوق کارکنان و بازنشستگان با درصدهای محدود افزایش یافته، تورم با سرعتی به‌مراتب بیشتر، هزینه تأمین نیازهای اساسی خانوار را بالا برده است.

براساس اطلاعات مرکزآمار، در سال ۱۴۰۰ تورم ۴۰.۲ درصدی در مقابل افزایش ۲۵ درصدی حقوق قرار داشت؛ یعنی ۱۵.۲ واحد درصد فاصله میان رشد هزینه‌های زندگی و افزایش دستمزد ایجاد شد. این شکاف در سال ۱۴۰۱ به ۳۰.۳ واحد درصد رسید؛ سالی که تورم ۴۵.۸ درصدی در برابر افزایش ۱۵.۵ درصدی حقوق قرار گرفت.

در سال ۱۴۰۲ نیز با وجود افزایش ۲۰ درصدی حقوق، تورم ۴۰.۷ درصدی ثبت شد و فاصله ۲۰.۷ واحد درصدی میان این دو شاخص شکل گرفت. این روند در سال ۱۴۰۳ و ۱۴۰۴ هم ادامه یافت؛ به‌طوری که تورم به ترتیب ۳۲.۵ و ۴۰.۴ درصد، اما افزایش حقوق در هر دو سال تنها ۲۰ درصد بود.

سال ۱۴۰۵؛ حقوق ۳۰ درصد بالا رفت، تورم ۷۶ درصد

سال ۱۴۰۵ نقطه برجسته این شکاف است. افزایش حقوق در این سال به طور میانگین ۳۰ درصد در نظر گرفته شده، در حالی که تورم سالانه مرکزآمار به ۷۶ درصد رسیده است. به این ترتیب، ۴۶ واحد درصد فاصله میان افزایش حقوق و تورم وجود دارد؛ فاصله‌ای که به معنای عقب ماندن جدی درآمد حقوق‌بگیران از هزینه‌های زندگی است.

آخرین آمار منتشرشده مرکزآمار درباره مهرماه ۱۴۰۵ نیز از تداوم فشار تورمی حکایت دارد. تورم سالانه ۷۶.۸ درصد و تورم نقطه‌به‌نقطه ۸۸.۷ درصد اعلام شده است.

در چنین شرایطی، افزایش حقوق حتی اگر در ظاهر به رشد اسمی درآمد منجر شود، الزاماً قدرت خرید ازدست‌رفته خانوار را جبران نمی کند. به‌ویژه آنکه هزینه‌های خوراک، مسکن، درمان و حمل‌ونقل سهم عمده‌ای از سبد مصرفی خانوارهای کم‌درآمد را تشکیل می دهد.

افزایش ۳۵ درصدی در سال ۱۴۰۶؛ فاصله همچنان پابرجاست

در همین حال ضوابط مالی تدوین بودجه سال ۱۴۰۶ افزایش متوسط ۳۵ درصدی حقوق کارکنان دولت را به‌صورت پلکانی پیش‌بینی کرده است. مقایسه این رقم با تورم سالانه ۷۶.۸ درصدی مهرماه ۱۴۰۵ نشان می دهد که حتی افزایش ۳۵ درصدی نیز در صورت تداوم تورم در همین سطح، حدود ۴۱.۸ واحد درصد از تورم عقب خواهد ماند.

این مسئله نشان می‌دهد که افزایش حقوق به‌تنهایی و بدون مهار تورم، نمی‌تواند تضمین‌کننده بهبود معیشت کارکنان و بازنشستگان باشد.

هشدار مجلس درباره ترمیم حقوق؛ افزایش سالانه پاسخگوی تورم نیست

در همین زمینه، احمد فاطمی، عضو کمیسیون اجتماعی مجلس، در گفت‌وگو با ایسنا بر ضرورت ترمیم حقوق کارکنان دولت تأکید کرده است.

وی با اشاره به ماده ۱۲۵ قانون مدیریت خدمات کشوری، بر ضرورت تناسب حقوق با نرخ تورم تأکید کرده و گفته است دولت برای ترمیم حقوق کارکنان مجوز قانونی دارد.

سال	نرخ تورم	افزایش حقوق در بودجه	فاصله افزایش حقوق با تورم
۱۴۰۶		۳۵	
۱۴۰۵	۷۶	۳۰	-۴۶.۰
۱۴۰۴	۴۰.۴	۲۰	-۲۰.۴
۱۴۰۳	۳۲.۵	۲۰	-۱۲.۵
۱۴۰۲	۴۰.۷	۲۰	-۲۰.۷
۱۴۰۱	۴۵.۸	۱۵.۵	-۳۰.۳
۱۴۰۰	۴۰.۲	۲۵	-۱۵.۲

فاطمی همچنین از توافق نانوشته دولت و مجلس برای افزایش دو بار در سال حقوق کارکنان سخن گفته و خواستار ارائه راهکار عملی برای جبران عقب‌ماندگی دستمزدها شده است.

این اظهارات در حالی مطرح می‌شود که فاصله میان رشد حقوق و تورم، صرفاً یک اختلاف آماری نیست؛ بلکه به معنای کاهش توان خرید کالاها و خدماتی است که خانوارها پیش‌تر با درآمد خود تأمین می کردند.

افزایش اسمی حقوق، کاهش واقعی قدرت خرید

مقایسه ارقام نشان می‌دهد، افزایش حقوق از نرخ تورم عقب مانده است. این عقب‌ماندگی در سال ۱۴۰۵ به ۴۶ واحد درصد رسیده و پیش‌بینی افزایش ۳۵ درصدی حقوق در سال ۱۴۰۶ نیز در صورت تداوم تورم بالا، به معنای استمرار فشار معیشتی بر حقوق‌بگیران خواهد بود.

> **افزایش حقوق حتی اگر در ظاهر به رشد اسمی درآمد منجر شود، الزاماً قدرت خرید ازدست‌رفته خانوار را جبران نمی‌کند. به‌ویژه آنکه هزینه‌های خوراک، مسکن، درمان و حمل‌ونقل سهم عمده‌ای از سبد مصرفی خانوارهای کم‌درآمد را تشکیل می‌دهد**

درواقع، مسئله اصلی سیاست دستمزد در اقتصاد ایران دیگر صرفاً تعیین درصد افزایش سالانه حقوق نیست؛ بلکه جبران عقب‌ماندگی انباشته دستمزدها، مهار تورم و ایجاد سازوکاری برای ترمیم مستمر قدرت خرید است. افزایش حقوقی که با رشد هزینه‌های زندگی تناسب نداشته باشد، درنهایت تنها عدد فیش حقوقی را بزرگ‌تر می کند، نه قدرت خرید خانوار را.

آزادسازی قیمت‌ها؛ از سفره مردم تا لاستیک و روغن موتور

دولت پزشکیان به جای مهار بازار در شرایط جنگی، میدان را به گرانی و سوداگری سپرده است

آزادسازی قیمت کالاهای انحصاری، سیاستی است که دولت پزشکیان از ابتدای فعالیت خود دنبال کرده و اکنون دامنه آن به کالاهای مهمی همچون لاستیک و روغن موتور خودرو رسیده است؛ محصولاتی که نه‌تنها برای میلیون‌ها خانوار ضروری‌اند، بلکه مستقیماً با حمل‌ونقل، هزینه‌های زندگی و امنیت تردد مردم ارتباط دارند. در شرایط جنگی و فشارهای اقتصادی، انتظار می رود دولت با تشدید نظارت بر بازار، قیمت گذاری و کنترل شبکه توزیع، از جهش قیمت کالاهای ضروری جلوگیری کند؛ اما تصمیم به کنار گذاشتن قیمت گذاری دستوری این محصولات، عملاً خطر افزایش هزینه‌ها و تشدید فشار بر مصرف‌کنندگان را بیشتر کرده است.

آزادسازی قیمت لاستیک و روغن موتور؛ تصمیمی در مسیر گرانی

براساس تصمیم ستاد تنظیم بازار، تایر و روغن موتور خودروهای سبک از شمول قیمت گذاری دستوری خارج می شوند؛ تصمیمی که در امتداد سیاست آزادسازی قیمت‌ها در دولت چهاردهم قرار می گیرد.

این تصمیم در حالی اتخاذ می شود که بازار این دو محصول در ماه‌های اخیر با افزایش قیمت و التهاب مواجه بوده و شواهد منتشرشده از وضعیت بازار، ضرورت نظارت و کنترل بیشتر را نشان می دهد.

روغن موتور؛ قیمت بازار تا ۵ برابر نرخ مصوب

بازار روغن موتور با شوک قیمتی مواجه شده و در برخی موارد قیمت فروش آن به ۴ تا ۵ برابر نرخ مصوب درج‌شده روی محصول رسیده است.

رئیس انجمن پالایشگاه‌های روغن‌سازی ایران نیز کاهش عرضه در ماه‌های گذشته را زمینه‌ساز سوداگری شبکه فروش دانسته است.

این وضعیت نشان می دهد که حتی پیش از کنار گذاشتن قیمت گذاری دستوری، بازار روغن موتور با مشکلات جدی در عرضه و توزیع روبه‌رو بوده است. در چنین شرایطی، آزادسازی قیمت نه‌تنها تضمینی برای افزایش عرضه یا کاهش قیمت نیست، بلکه می تواند زمینه را برای تثبیت قیمت‌های بالاتر و انتقال بار هزینه‌ها به مصرف‌کنندگان فراهم کند.

لاستیک؛ عبور قیمت یک جفت تایر از ۵۰ میلیون تومان

بازار لاستیک نیز با موج سنگین گرانی مواجه شده است. گزارش‌ها از عبور قیمت یک حلقه لاستیک خودروهای پرتیراژ از مرز ۱۰ میلیون تومان حکایت دارد؛ وضعیتی که خرید این کالای ضروری را برای بسیاری از مالکان خودرو دشوار کرده و بازار را با رکود و کاهش قدرت خرید مواجه ساخته است.

افزایش قیمت لاستیک، فقط یک مسئله مربوط به مالکان خودرو نیست؛ این هزینه درنهایت به حمل‌ونقل کالا، خدمات، جابه‌جایی نیروی کار و هزینه‌های عمومی زندگی منتقل می شود.

آزادسازی در بازارهای انحصاری؛ چرا دولت به جای نظارت، قیمت‌ها را رها می کند؟

یکی از ایرادات اساسی سیاست اقتصادی دولت پزشکیان، کنار گذاشتن تدریجی قیمت گذاری و نظارت مؤثر در بازارهایی است که از ساختار رقابتی برخوردار نیستند. در بازارهایی که تعداد تولیدکنندگان محدود است و بخش عمده عرضه در اختیار چند کارخانه بزرگ قرار دارد، آزادسازی قیمت بدون ایجاد رقابت واقعی، الزاماً به کاهش قیمت یا افزایش عرضه منجر نمی شود.

بازار لاستیک و روغن موتور نمونه روشنی از این مسئله است. تعداد کارخانه‌های اصلی تولیدکننده این محصولات در کشور محدود است و بخش قابل توجهی از عرضه از طریق شبکه‌های مشخص توزیع صورت می گیرد. اکثر کارخانجات بزرگ لاستیک و روغن موتور هم دولتی و عمومی هستند؛ بنابراین، برخلاف بازارهایی با هزاران تولیدکننده و عرضه‌کننده پراکنده، امکان رصد میزان تولید، موجودی انبارها، سهمیه توزیع و قیمت فروش این کالاها وجود دارد.

در چنین شرایطی، دولت می تواند با استفاده از سامانه‌های نظارتی، از احتکار، عرضه قطره‌چکانی، فروش خارج از شبکه و افزایش غیرمنطقی قیمت‌ها جلوگیری کند؛ اما آزادسازی قیمت، بدون تضمین عرضه کافی و نظارت بر شبکه توزیع، عملاً قدرت تعیین قیمت را بیش از گذشته به تولیدکنندگان و واسطه‌های بازار منتقل می کند.



تجربه سهمیه‌بندی لاستیک؛ راهکاری که کنار گذاشته شد

در سال‌های گذشته، در مقاطع بحرانی، عرضه لاستیک خودرو از طریق سامانه‌های ثبت‌نام و سهمیه‌بندی انجام می شد. این تجربه نشان می دهد که دولت امکان مدیریت تقاضا و توزیع هدفمند لاستیک را در اختیار دارد.

به جای کنار گذاشتن نظارت، می‌توان همین ظرفیت‌ها را تقویت کرد:

توزیع سهمیه‌ای لاستیک: تخصیص لاستیک بر اساس نیاز واقعی خودروها، مشخصات وسیله نقلیه و سوابق خرید.

مدیریت سامانه‌ای روغن موتور: ثبت خرید و تخصیص روغن موتور متناسب با نوع خودرو و دوره مصرف، برای جلوگیری از خریدهای غیرمتعارف و انباشت کالا.

نظارت بر موجودی کارخانه‌ها و شبکه توزیع: الزام تولیدکنندگان و عمده‌فروشان به ثبت میزان تولید، موجودی و فروش در سامانه‌های رسمی.

کنترل قیمت و مقابله با گران‌فروشی: تعیین قیمت‌های قابل دفاع بر اساس هزینه‌های واقعی تولید و توزیع و برخورد با فروش بالاتر از نرخ‌های قانونی.

توزیع عادلانه در شرایط بحرانی: جلوگیری از تمرکز کالا در مناطق یا شبکه‌های خاص و تضمین دسترسی مصرف‌کنندگان به محصولات ضروری.

اجرای چنین سیاست‌هایی به معنای نادیده گرفتن هزینه‌های تولید یا تحمیل زیان به کارخانه‌ها نیست؛ بلکه هدف آن ایجاد تعادل میان حقوق تولیدکنندگان و منافع مصرف‌کنندگان است.

در شرایط جنگی، رهاسازی بازار یا مدیریت بازار؟

در شرایط جنگی، اختلال در زنجیره تأمین، افزایش هزینه‌های حمل‌ونقل، محدودیت‌های وارداتی و نوسانات ارزی می تواند بازار کالاهای ضروری را با التهاب مواجه کند. در چنین وضعیتی، وظیفه دولت صرفاً اعلام آزادسازی قیمت‌ها نیست؛ بلکه باید با تقویت ابزارهای نظارتی، مانع تبدیل محدودیت‌های عرضه به فرصت سودجویی و افزایش فشار بر مردم شود. لاستیک و روغن موتور، برخلاف کالاهای غیرضروری، مستقیماً در تداوم فعالیت خودروهای شخصی، ناوگان حمل‌ونقل، خودروهای خدماتی و بخش قابل توجهی از فعالیت‌های اقتصادی نقش دارند. افزایش شدید قیمت این محصولات می تواند هزینه تعمیر و نگهداری خودرو، حمل کالا و ارائه خدمات را بالا ببرد و به موج جدیدی از تورم در سایر بخش‌ها دامن بزند.

در چنین شرایطی، آزادسازی قیمت کالاهای انحصاری نه یک ضرورت اجتناب‌ناپذیر، بلکه انتخابی سیاستی است که باید درباره آثار و پیامدهای آن پاسخ‌گویی شود.

دولت باید به مدیریت بازار بازگردد، نه اینکه بازار را رها کند

سیاست آزادسازی قیمت‌ها در دولت پزشکیان، از کالاهای اساسی و اقلام مصرفی تا لاستیک و روغن موتور، این نگرانی را ایجاد کرده است که دولت به جای استفاده از ظرفیت‌های نظارتی خود، کنترل بازار را به سازوکار عرضه و تقاضا واگذار می کند؛ سازوکاری که در بازارهای انحصاری و در شرایط بحران، لزوماً به نفع مصرف‌کننده عمل نمی کند.

افزایش چند برابری قیمت روغن موتور در بازار و عبور قیمت برخی لاستیک‌ها از مرزهای سنگین قیمتی، ضرورت بازنگری در این سیاست را آشکار می کند. دولت می تواند ضمن حمایت از تولیدکنندگان و تأمین مواد اولیه، با قیمت گذاری منطقی، سهمیه‌بندی هوشمند، کنترل توزیع و نظارت بر موجودی‌ها، از فشار بیشتر بر مردم جلوگیری کند.

مسئله اصلی این است: وقتی تولیدکنندگان محدودند، شبکه توزیع قابل رصد است و تجربه سهمیه‌بندی نیز وجود دارد، چرا دولت به جای کنترل بازار و جلوگیری از سوداگری، مسیر آزادسازی قیمت‌ها را انتخاب می کند؟

در شرایط جنگی، اقتصاد کشور بیش از هر زمان دیگری به مدیریت هوشمند بازار، نظارت مؤثر و حمایت از قدرت خرید مردم نیاز دارد؛ نه رهاسازی قیمت کالاهای ضروری و انحصاری.

چارسوق
نبض اقتصاد را در دست بگیرید
Charsogh newspaper
سه شنبه ۱۹ آبان ۱۴۰۵ ■ سال سوم ■ شماره ۶۰۳

اخبار



تنگه هرمز به گلوگاه امنیت انرژی منطقه تبدیل شد

بحران انرژی ناشی از جنگ خاورمیانه و اختلال در تردد کشتی‌ها از تنگه هرمز، امنیت انرژی کشورهای منطقه را با چالشی جدی مواجه کرده؛ به طوری که کاهش صادرات نفت و گاز، افزایش هزینه واردات سوخت و تشدید کمبود برق، اقتصاد کشورهای تولیدکننده و واردکننده انرژی را تحت فشار قرار داده است.

تشدید بحران انرژی در پی جنگ خاورمیانه و اختلال در تردد کشتی‌ها از تنگه هرمز، معادلات امنیت انرژی در منطقه خاورمیانه و شمال آفریقا را با چالش جدی مواجه کرده؛ بحرانی که علاوه بر کاهش درآمدهای صادراتی کشورهای تولیدکننده نفت و گاز، هزینه واردات انرژی را افزایش داده و دسترسی میلیون‌ها نفر به سوخت و برق را با تهدید روبه‌رو کرده است.

بررسی تازه آژانس بین‌المللی انرژی نشان می‌دهد اختلال در مسیر راهبردی تنگه هرمز که در شرایط عادی حدود یک پنجم نفت حمل‌شده از طریق دریا و یک پنجم گاز طبیعی جهان از آن عبور می‌کند، آثار گسترده‌ای بر بازار انرژی و اقتصاد کشورهای منطقه برجای گذاشته است. این بحران از یک سو درآمدهای صادراتی برخی تولیدکنندگان بزرگ نفت و گاز را تحت تأثیر قرار داده و از سوی دیگر، کشورهای وابسته به واردات انرژی را با افزایش هزینه‌های تأمین سوخت، برق و حمل‌ونقل مواجه کرده است.

تنگه هرمز؛ نقطه آسیب‌پذیری تولیدکنندگان انرژی

براساس این گزارش، افزایش قیمت‌های جهانی نفت و گاز لزوماً به معنای افزایش درآمد کشورهای تولیدکننده نیست؛ زیرا محدودیت در مسیرهای صادراتی و آسیب به زیرساخت‌های انرژی، امکان بهره‌برداری از قیمت‌های بالاتر را برای برخی کشورها کاهش داده است. در این میان، عربستان سعودی و امارات متحده عربی به دلیل برخورداری از خطوط لوله جایگزین، توانسته‌اند بخشی از صادرات خود را حفظ کنند. عربستان با استفاده از خط لوله شرق به غرب، نفت خود را به بندر ینبع در دریای سرخ منتقل کرده و امارات نیز از طریق خط لوله انتقال نفت به فجیره، امکان دسترسی به بازارهای جهانی بدون عبور از تنگه هرمز را در اختیار دارد؛ هرچند که این اقدامات زمان حمل را به شدت افزایش داده و از لحاظ قیمت حمل‌ونقل نیز برای متقاضیان صرفه اقتصادی ندارد.

در مقابل، بحرین، عراق، کویت و قطر همچنان وابستگی قابل توجهی به این آبراه راهبردی دارند و از اختلال در تردد دریایی آسیب بیشتری دیده‌اند. براساس آمار ارائه شده در گزارش، حدود ۹۷ درصد صادرات گاز طبیعی مایع قطر تحت تأثیر بسته شدن تنگه هرمز قرار گرفته است.

عراق؛ از بحران صادرات نفت تا کمبود برق

عراق یکی از نمونه‌های برجسته تأثیر بحران صادرات انرژی بر تأمین داخلی سوخت و برق است. محدود شدن صادرات نفت از بنادر جنوبی و ظرفیت محدود ذخیره‌سازی، این کشور را ناچار به کاهش و توقف زودهنگام بخشی از تولید نفت کرد. در پی این اتفاق، تولید گاز طبیعی همراه با نفت نیز تا ماه مه حدود ۱۵.۶ میلیون مترمکعب در روز، معادل ۶۰ درصد کمتر از سطح پیش از جنگ بود.

از سوی دیگر، توقف واردات گاز از ایران فشار مضاعفی بر شبکه برق عراق وارد کرد؛ به گونه‌ای که در اوج مصرف تابستان، کمبود برق این کشور به حدود ۳۵ گیگاوات رسید. بحران تأمین بنزین نیز ابعاد دیگری از آسیب‌پذیری زیرساخت انرژی عراق را آشکار کرده است. کاهش تولید داخلی و اختلال در واردات، کمبودی حدود ۶ میلیون لیتر بنزین در روز ایجاد کرده و صف‌های طولانی در جایگاه‌های سوخت را به یکی از نشانه‌های ملموس این بحران تبدیل کرده است.

افزایش ۶۶ درصدی هزینه واردات انرژی در کشورهای منتخب

بحران انرژی فقط به کشورهای تولیدکننده محدود نمانده و اقتصادهای واردکننده نیز با فشار فزاینده‌ای روبه‌رو شده‌اند. براساس داده‌های گزارش، هزینه ماهانه واردات نفت خام، فرآورده‌های نفتی و گاز طبیعی در مصر، مراکش، تونس و لبنان در مجموع از ابتدای سال ۲۰۲۶ روندی افزایشی داشته و در ماه ژوئن به حدود ۴.۸ میلیارد دلار رسیده؛ رقمی که نزدیک به ۶۶ درصد بیشتر از ابتدای سال عنوان شده است. افزایش هزینه فرآورده‌های نفتی و دو برابر شدن هزینه واردات گاز طبیعی در این دوره، به‌ویژه در پی افزایش واردات گاز طبیعی مایع مصر، فشار مضاعفی بر منابع مالی دولت‌ها وارد کرده است. این شرایط، توان دولت‌ها برای حمایت از خانوارها و بنگاه‌های اقتصادی و همچنین سرمایه‌گذاری در توسعه زیرساخت‌های انرژی را محدودتر می‌کند.

یارانه‌های انرژی زیر فشار بحران اقتصادی

یکی دیگر از پیامدهای بحران کنونی، آشکار شدن محدودیت‌های سیاست سنتی یارانه انرژی در کشورهای منطقه است. کشورهای خاورمیانه و شمال آفریقا طی سال‌های گذشته برای کنترل هزینه انرژی خانوارها و صنایع، به‌طور گسترده از یارانه سوخت‌های فسیلی و برق استفاده کرده‌اند.

طبق آمار ارائه شده، متوسط هزینه سالانه یارانه سوخت‌های فسیلی در این منطقه طی یک دهه گذشته حدود ۲۵۰ میلیارد دلار بوده است. همچنین یارانه برق در سال ۲۰۲۳ از ۸۰ میلیارد دلار فراتر رفته است. در مصر، افزایش تقریباً دو برابری هزینه واردات سوخت در فاصله ژانویه تا ژوئن ۲۰۲۶، دولت را به افزایش متوسط ۱۲ درصدی تعرفه برق خانگی در ماه ژوئیه سوق داده است؛ هرچند حمایت از مصرف‌کنندگان کم‌درآمد همچنان در دستور کار قرار دارد.

گزارش همچنین تاکید می‌کند که یارانه‌های گسترده انرژی، با تضعیف سیگنال‌های قیمتی، زمینه افزایش مصرف و رشد تقاضای داخلی را فراهم کرده و در شرایط بحران، فشار بیشتری بر بودجه عمومی دولت‌ها وارد می‌کنند.

لبنان، یمن و غزه؛ بحران انرژی با پیامدهای انسانی

در کشورهای دارای زیرساخت‌های شکننده یا درگیر جنگ، بحران انرژی فراتر از مسائل اقتصادی، به تهدیدی برای زندگی روزمره مردم و ارائه خدمات اساسی تبدیل شده است. لبنان حدود ۹۵ درصد انرژی مورد نیاز خود را از طریق واردات نفت کوره و گازوئیل تأمین می‌کند. افزایش قیمت سوخت و آسیب به زیرساخت‌هایی مانند پست‌های برق، خطوط انتقال و ژنراتورهای دیزلی، دسترسی به برق پایدار را دشوارتر کرده است. وابستگی گسترده خانوارها و کسب‌وکارها به ژنراتورهای خصوصی نیز هزینه زندگی را افزایش داده و فشار بیشتری بر امنیت غذایی وارد کرده است.

در نوار غزه نیز فروپاشی کامل شبکه برق، بحران انسانی را تشدید کرده و از اکتبر ۲۰۲۳ و پس از توقف فعالیت تنها نیروگاه برق این منطقه به دلیل کمبود سوخت، بیمارستان‌ها، تاسیسات آب‌رسانی و خانوارها به منابع محدود سوخت و ژنراتورهای برق وابسته شده‌اند.



گزارش

بازار خودرو در مسیر گرانی بیشتر

بازار خودرو بار دیگر شاهد رشد قیمت‌هاست؛ از افزایش بهای محصولات پرتقاضایی مانند پژو ۲۰۷ و دنا پلاس تا چالش‌های تولید و واردات که می‌تواند مسیر آینده قیمت‌ها را تحت تأثیر قرار دهد.

بازار خودرو در ابتدای آبـــان تحت تأثیر مجموعه‌ای از عوامل اقتصادی، تولیدی و سیاستی، تغییرات قیمتی متفاوتی را تجربه کرده است. افزایش هزینه‌های تولید، نوسانات ارزی، وضعیت عرضه خودروهای داخلی، تغییرات احتمالی تعرفه واردات و تصمیمات مرتبط با قیمت‌گذاری از جمله موضوعاتی هستند که در هفته‌های اخیر بر روند معاملات و قیمت خودروها اثر گذاشته‌اند. در این میان، بررسی قیمت محصولات داخلی نشان می‌دهد خودروهای پرتقاضای بازار در یک ماه گذشته با افزایش قیمت مواجه شده‌اند؛ هرچند در معاملات روزانه برخی مدل‌ها نیز نوسانات کاهشی و افزایشی داشته‌اند. هم‌زمان، آمار تولید خودروسازان در هفت‌ماهه نخست سال و اظهارات مسئولان وزارت صمت، نمایندگان مجلس و کارشناسان بازار خودرو، ابعاد مختلف شرایط فعلی این صنعت را روشن می‌کند. گفتنی است اخبار مربوط به تعرفه واردات، احتمال اصلاح قیمت محصولات خودروسازان و کاهش تولید را از جمله متغیرهای اثرگذار بر بازار دانست.

افت تولید خودروسازان و تأثیر آن بر عرضه

یکی از موضوعات قابل توجه در بررسی بازار خودرو، تغییرات میزان تولید شرکت‌های خودروساز است. براساس آمار اعلام‌شده، تولید خودروهای سواری در هفت‌ماهه نخست امسال با کاهش حدود ۲۰۵ هزار دستگاهی به نزدیک ۳۵۰ هزار دستگاه رسیده است. همچنین در بخش وانت و کامیون نیز کاهش تولید گزارش شده است. این وضعیت در کنار محدودیت‌های تأمین قطعات، مواد اولیه و مسائل مرتبط با لجستیک، بر برنامه تولید شرکت‌ها اثر گذاشته است.

در همین رابطه عاملی، معاون صنایع ماشین‌آلات و تجهیزات وزارت صنعت، معدن و تجارت، با اشاره به شرایط صنعت خودرو گفت: در هفته‌های اخیر تحریم‌های ثانویه‌ای علیه صنعت خودرو اعمال شده که در زمینه تأمین قطعات، تأمین مالی و گردش نقدینگی شرکت‌ها مشکلاتی ایجاد کرده است. وی با تأکید بر نقش میزان عرضه در تعیین قیمت خودرو افزود: اگر تولید به اندازه کافی در کشور انجام نشود، محدودیت عرضه در کنار فشارهای ارزی می‌تواند بر قیمت‌ها اثرگذار باشد. عاملی همچنین از تشکیل کمیته بحران صنعت خودرو و برگزاری جلسات هفتگی برای بررسی مسائل این حوزه خبر داد و گفت موضوعاتی مانند مشکلات ناشی از تحریم‌ها، شیوه قیمت‌گذاری، هزینه‌های تولید و تصمیمات اثرگذار بر بازار در این جلسات بررسی می‌شود.

وزارت صمت به دنبال بررسی چارچوب جدید قیمت‌گذاری

در حال حاضر، قیمت‌گذاری خودرو براساس فرمول و سازوکار تعیین‌شده از سوی شورای رقابت انجام می‌شود و هزینه‌های تمام‌شده تولید یکی از مبانی اصلی محاسبه قیمت‌هاست.

عاملی معاون وزیر صمت اظهار کرد: یکی از پرسش‌های اساسی این است که افزایش هزینه‌هایی که به مجموعه خودروسازان تحمیل می‌شود، چگونه باید مدیریت شود؛ آیا این هزینه‌ها باید از طریق افزایش قیمت به مصرف‌کننده منتقل شود یا اینکه خودروسازان باید با مدیریت منابع و هزینه‌ها، قیمت تمام‌شده محصولات را کاهش دهند؟ به گفته وی، مطالعاتی برای تدوین چارچوب جدید قیمت‌گذاری انجام‌شده و این موضوع در کمیته بحران صنعت خودرو نیز مورد بررسی قرار می‌گیرد. معاون وزیر صمت همچنین به تعدد دستگاه‌های دخیل در تصمیم‌گیری‌های صنعت خودرو اشاره کرد و گفت حدود ۲۹ دستگاه و مجموعه در این صنعت نقش نظارتی یا مداخله‌ای دارند که هماهنگی میان آنها برای اجرای سیاست‌های منسجم ضروری است.

تعرفه واردات و اثر آن بر قیمت خودروهای داخلی

در کنار عوامل مرتبط با تولید، سیاست‌های وارداتی نیز از موضوعات اثرگذار بر بازار خودرو در هفته‌های اخیر بوده است.

طبق بررسی‌های صورت گرفته در روزهای گذشته موضوع افزایش حقوق ورودی خودروهای بنزینی و هیبریدی به حداقل ۱۰۰ درصد برای سال ۱۴۰۵ مطرح شده است. بابک صدرایی، کارشناس بازار خودرو، در این زمینه اعلام کرد: افزایش تعرفه واردات خودرو می‌تواند به رشد قیمت خودروهای خارجی منجر شود و این تغییرات به‌صورت غیرمستقیم بر قیمت محصولات داخلی و مونتاژی نیز اثرگذار خواهد بود. به گفته وی، در چنین شرایطی احتمال افزایش قیمت در بخش‌های مختلف بازار وجود دارد؛ موضوعی که می‌تواند بر میزان تقاضا و حجم معاملات نیز اثر بگذارد.

از ســـوی دیگر، معاون وزیر صمت نیز با اشـــاره به ضرورت هماهنگی در سیاست‌گذاری خودرو تأکید کرد تصمیمات مرتبط با واردات، تعرفه‌ها و ارزش‌گذاری گمرکی باید با بررسی کارشناسی و در نظر گرفتن آثار آن بر کل بازار اتخاذ شود.

مجلس: رقابت می‌تواند به بهبود شرایط بازار کمک کند

مصطفی پوردهقـــان اردکان، عضو هیات رئیســـه کمیسیون صنایع و معادن مجلس شورای اسلامی، نیز با اشاره به ساختار صنعت خودرو در کشور، انحصار را یکی از مسائل مهم این بازار دانست.

وی گفت بازار خودرو ایران طی نزدیک به پنج دهه از حمایت گسترده برخوردار بوده و در حال حاضر بخش عمده تولید در اختیار دو خودروساز بزرگ قرار دارد. به گفته پوردهقان، مجلس در سال گذشته با هدف افزایش رقابت، ارتقای کیفیت و ایجاد تنوع در بازار، کاهش تعرفه واردات خودروهای برقی به ۴ درصد، خودروهای پلاگین هیبرید به ۱۵ درصد و خودروهای اقتصادی بنزینی با حجم موتور کمتر از ۱۵۰۰ سی سی به ۲۰ درصد را دنبال کرده بود. در مقابل، تعرفه خودروهای لوکس با حجم موتور بالاتر از ۲۵۰۰ سی سی از ۱۰۰ به ۱۸۰ درصد افزایش یافته بود. وی با اشاره به تغییرات اخیر تعرفه‌ها اظهار کرد افزایش حقوق ورودی خودروهای اقتصادی و هیبریدی به ۱۰۰ درصد می‌تواند بر شرایط رقابت در بازار اثرگذار باشد.

این عضو کمیسیون صنایع و معادن مجلس، واردات خودروهای نو و کارکرده تا پنج سال ساخت را یکی از راهکارهای افزایش تنوع و رقابت در بازار دانست و تأکید کرد که ایجاد فضای رقابتی می‌تواند به ارتقای کیفیت و تعدیل قیمت‌ها کمک کند.

پیش‌فروش خودرو و تأمین منابع مالی خودروسازان

موضوع دیگری که اخیراً در بین مسئولان و کارشناسان خودرو درباره بازار خودرو مطرح شد، پیش‌فروش محصولات برای سال‌های آینده بود. در این برنامه به آغاز ثبت‌نام یکی از خودروسازان برای تحویل خودرو در سال ۱۴۰۷ و دریافت حدود یک میلیارد و ۱۰۰ میلیون تومان در قالب مشارکت در تولید اشاره شد.

این موضوع در کنار نیاز خودروسازان به سرمایه در گردش، بار دیگر بحث روش‌های تأمین مالی صنعت خودرو را مطرح کرده است. در این زمینه، بررسی سازوکار پیش‌فروش، زمان تحویل، شرایط مشارکت و نحوه تعیین قیمت نهایی از جمله مواردی است که برای خریداران اهمیت دارد.

از دیدگاه معاون وزیر صمت، اصلاح ساختار واگذاری‌ها و استفاده از ظرفیت‌های مختلف تأمین مالی می‌تواند در بهبود شرایط صنعت خودرو مؤثر باشد. وی در عین حال بر ضرورت بازنگری در چارچوب‌های خصوصی‌سازی و فراهم کردن زمینه استفاده از ظرفیت دانشگاه‌ها و سرمایه‌های مردمی تأکید کرد.

بازار خودرو در انتظار ثبات سیاست‌ها

مجموع تحولات بازار خودرو نشـــان می‌دهد قیمت‌ها در هفته‌های اخیر تحت تأثیر هم‌زمان عوامل تولیدی، ارزی و سیاست‌های وارداتی قرار داشته‌اند. کاهش تولید، محدودیت تأمین قطعات، تغییر هزینه‌های تولید و اخبار مرتبط با تعرفه واردات، از مهم‌ترین متغیرهای اثرگذار بر وضعیت فعلی بازار هستند. در این میان، وزارت صمت از بررسی مسائل صنعت خودرو در قالب کمیته بحران و تدویـــن چارچوب‌های جدید قیمت‌گذاری خبر داده و مجلس نیز بر ضرورت افزایش رقابت و اصلاح سیاست‌های وارداتی تأکید دارد. به نظر می‌رسد مسیر آینده بازار خودرو تا حد زیادی به میزان تحقق برنامه‌های افزایش تولید، نحوه اجرای سیاست‌های وارداتی، ثبات تصمیمات اقتصادی و اصلاح ساختار صنعت وابسته باشد؛ عواملی که در کنار یکدیگر می‌توانند بر تعادل عرضه و تقاضا و روند قیمت‌ها در ماه‌های آینده اثر بگذارند.

افزایش تعرفه واردات خودرو می‌تواند به رشد قیمت خودروهای خارجی منجر شود و این تغییرات به‌صورت غیرمستقیم بر قیمت محصولات داخلی و مونتاژی نیز اثرگذار خواهد بود

مدیران سـپهر کیش متهم تقدیم سهام ایران خودرو به بهمن؛

حق ۷۰ هزار سهامدار ضایع شد





عضو کمیسیون صنایع مجلس گفت: واگذاری ۲۰ درصد سهام شرکت سپهر کیش ایرانیان به بهمن موتور آن هم به قیمت نازل ۵.۳ همت، ابهاماتی درباره نحوه قیمت‌گذاری سهام، نفوذ مدیریتی کروز در این قرارداد و تلاش برای تمرکز مالکیت در ایران خودرو ایجاد کرده است؛ این مسئله با حقوق ۷۰ هزار سهامدار تعاونی خاص گره خورده که ضرورت ورود مجلس و نهادهای نظارتی را دوچندان می‌کند.

مصطفی پوردهقان، عضو کمیسیون صنایع و معادن مجلس شورای اسلامی اظهار داشت: واگذاری ۲۰ درصد سهام شرکت سپهر کیش ایرانیان از محل تعاونی خاص کارکنان ایران خودرو آن هم به شرکت بهمن موتور که ۷۰ درصد سهام آن در اختیار کروز است، باید با حساسیت ویژه‌ای بررسی شود.

وی با بیان اینکه آثار احتمالی این واگذاری بر ساختار مالکیت و کنترل مدیریتی ایران خودرو و حقوق هزاران سهامدار باید مورد توجه قرار گیرد، گفت: شرکت کروز در حال حاضر مالک ۳۱.۷۵ درصد سهام سپهر کیش ایرانیان است و در صورت نهایی شدن واگذاری ۲۰ درصدی به بهمن موتور، مجموع سهام این دو مجموعه به ۵۱.۷۵ درصد خواهد رسید. با توجه به ارتباط مالکیتی این شرکت‌ها، ضروری است تأثیر این معامله بر تمرکز قدرت مدیریتی در سپهر کیش و به صورت غیرمستقیم در ایران خودرو مشخص شود.

پوردهقان تصریح کرد: یکـــی از ابهامات مهم این پرونده، ارزش‌گذاری ۵.۳ همتی ۲۰ درصد از ســـهام سپهر کیش است. زمانی که خرید این سهام می‌تواند زمینه دستیابی به اکثریت مالکیت و کنترل مدیریتی را فراهم کند، لازم است ارزش مدیریتی و سایر امتیازات احتمالی معامله نیز به صورت مستقل و کارشناسی بررسی شود.

وی عنوان کرد: مسئله قابل تأمل دیگر، فاصله بیش از ۹ ماهه میان اعلام نتیجه مزایده و انعقاد قرارداد است. نتیجه مزایده در اول بهمن ۱۴۰۴ اعلام شده اما قرارداد خرید در سوم آبان ۱۴۰۵ منعقد شده است. باید روشن شود چرا این فرآیند طول کشیده و چگونه پس از گذشت این مدت، رقم ۵.۳ همت همچنان مبنای قرارداد قرار گرفته است؟

نماینده مردم اردکان در مجلس تاکید کرد: تغییر شرایط اقتصادی و ارزش دارایی‌ها در این فاصله، ضرورت بررسی مجدد قیمت‌گذاری را افزایش می‌دهد. باید مشخص شود آیا ارزش روز دارایی‌های سپهر کیش و آثار انتقال احتمالی کنترل مدیریتی در قیمت نهایی لحاظ شده است یا خیر.

طبق رأی دستگاه قضا، سهام سپهر کیش از نظر دادگاه، سهام خزانه محسوب شده و فاقد حق رأی است که این موضوع در مجمع عمومی فوق‌العاده ایران خودرو نیز مطرح شده، اما ایران خودرو در مکاتبات خود مواضعی مطرح کرده که به نظر می‌رسد با رأی دادگاه در تعارض است.

وی با تاکید بر اینکه وزارت صمت و دستگاه‌های نظارتی باید مشخص کنند آیا این سهام واقعاً حق رأی دارد و چرا موضع ایران خودرو با رأی دادگاه همخوانی ندارد، گفت: شـــرکت تعاونی خاص کارکنان ایران خودرو حدود ۷۰ هزار سهامدار دارد و واگذاری دارایی‌های آن مستقیماً با حقوق این افراد مرتبط است، مدیران تعاونی باید درباره جزئیات مزایده، نحوه قیمت‌گذاری، علت تأخیر در قرارداد و منافع حاصل از واگذاری پاسخگو باشند. وی تصریح کرد: هرگونه تغییر در مالکیت این مجموعه باید با رعایت قوانین مربوط به سهام خزانه، مقررات بازار سرمایه و ضوابط رقابتی صورت گیرد و هیچ ابهامی درباره اعتبار حقوقی انتقال باقی نماند.

عضو کمیسیون صنایع مجلس اظهار داشت: سازمان بورس نیز درباره توجیه اقتصادی خرید، احتمال انتقال کنترل مدیریتی و وضعیت حقوقی سهام درخواست توضیح کرده است؛ ضروری است مستندات معامله در اختیار مراجع ذی‌صلاح قرار گیرد تا مشخص شود واگذاری با رعایت صرفه و صلاح سهامداران انجام‌شده است یا خیر.

به گفته وی شورای رقابت باید آثار این معامله بر تمرکز مالکیت و کنترل مدیریتی در صنعت خودرو را بررسی کند، سازمان بازرسی کل کشور و سایر مراجع نظارتی نیز باید به ابهامات ارزش‌گذاری، نحوه برگزاری مزایده و تأخیر در انعقاد قرارداد رسیدگی کنند.

پوردهقان تصریح کرد: پیش از قطعی شدن انتقال سهام که تا هفته آینده خواهد بود، باید همه ابهامات حقوقی و اقتصادی برطرف شود و حقوق سهامداران تعاونی خاص مورد توجه قرار گیرد.

گرانی کالاها نتیجه فشار دلار و تصمیمات صبح جمعه‌ای

دولت می‌گوید گرانی‌ها نتیجه جنگ است اما وقتی دولت یک‌شبه مسیر تأمین ارز هزاران کالا را تغییر می‌دهد هزینه این تصمیم مستقیم به قیمت تمام‌شده و جیب مردم منتقل می‌شود. قیمت کالاها روزبه‌روز بالاتر می‌رود و گلایه‌های زیادی را به دنبال داشته است اما دولتی‌ها می‌گویند دلیل این افزایش قیمت‌ها جنگ و محاصره است و همین که کالا در بازار پیدا می‌شود و کشور با قحطی مواجه نشده، خود دستاورد بزرگی است. هرچند نمی‌توان تأثیر جنگ بر قیمت کالاها را انکار کرد با این حال تمام ماجرا به جنگ و محاصره ختم نمی‌شود. بخشی از افزایش قیمت‌ها مستقیماً ریشه در تصمیمات دولت و نحوه مدیریت آن دارد؛ موضوعی که معمولاً کمتر از سوی مدیران دولتی درباره آن صحبت می‌شود. برای مثال نرخ ارز یکی از اثرگذارترین عوامل بر قیمت کالاهاست. اخیراً وزارت صمت فهرست کد تعرفه‌هایی را منتشر کرده که امکان خرید ارز از سیستم بانکی و بانک مرکزی را دارند. تعداد این ردیف‌های تعرفه‌ای فقط ۶۶ مورد است یعنی کالاهایی که از نظر وزارت صمت در اولویت قرار دارند و امکان استفاده از ارز با نرخ پایین‌تر برای واردات آن‌ها فراهم شده است. اما سایر کالاها که تعدادشان بیش از ۴۵۰۰ ردیف تعرفه است یا باید از محل ارز حاصل از صادرات خود واردکننده تأمین شوند یا از محل ارز صادرات دیگران. ارزی که در بازار با قیمت‌هایی بالاتر از ۲۵۰ هزار تومان معامله می‌شود.

فعالان اقتصادی زیر ضرب بخشنامه‌های یک‌شبه

برای مردم عادی طبیعتاً مسئله اصلی قیمت کالاهاست. بازرگانی که کالای خود را با ارز گران‌تر وارد می‌کند با قیمت بالاتری هم می‌فروشد اما این به معنای این نیست که حالا بازرگانان راضی و مشکلی هم با رانده شدن به بازار آزاد ندارند. در اقتصاد ایران فعالان تجاری بارها با تصمیماتی مواجه شده‌اند که بدون اطلاع‌رسانی قبلی، بدون فراهم کردن فرصت تطبیق و گاهی بدون تعیین تکلیف پرونده‌های قبلی، به‌صورت ناگهانی در سامانه‌های اجرایی اعمال می‌شوند. تصمیماتی که ظاهراً در جلسات و پشت درهای بسته گرفته می‌شوند، اما آثار و هزینه‌های آن مستقیماً به فعالان اقتصادی و مردم منتقل می‌شود. دولت و بانک مرکزی می‌گویند در شرایط محدودیت منابع ارزی، ناچارند برای تخصیص ارز اولویت‌بندی کنند و منابع محدود ارزی را به کالاهای ضروری‌تر اختصاص دهند. این استدلال از منظر مدیریت منابع ارزی قابل طرح است. اما حتی اگر اصل این اولویت‌بندی را بپذیریم، یک سؤال اساسی همچنان باقی است. چرا چنین تصمیمی باید یک‌شبه و بدون اطلاع‌رسانی قبلی اجرا شود؟ یکی از بازرگانان به خبرنگار فارس می‌گوید که من حدود ۹ ماه در صف انتظار تخصیص ارز ماندم. در تمام این مدت امکان تأمین ارز از مسیر دیگری را نداشتم و ناچار بودم منتظر بمانم تا نوبت تخصیص ارز من برسد. اگر ۹ ماه پیش اجازه داشتم ثبت سفارش را انجام بدهم و کالا را وارد کنم می‌توانستم با نرخ بسیار پایین‌تری کالای خود را وارد و با قیمت تمام‌شده کمتری بفروشم.

چارسوق
نبض اقتصاد را در دست بگیرید

■ سه شنبه ۱۹ آبان ۱۴۰۵ ■ ۳۰ جمادی الاول ۱۴۴۸ ■ ۱۰ November ۲۰۲۶ ■ سال سوم ■ شماره ۶۰۳

■ مدیر مسئول: مهدی مهرپور

■ چاپخانه: نگار نقش ■ تلفن: ۶۶۱۲۸۶۱۲ ■ روابط عمومی: ۰۹۹۱۸۴۴۱۵۲۹
■ کد پستی: ۱۵۸۶۶۱۳۴۱۳ ■ آدرس: تهران، خیابان میرزای شیرازی، کوچه ۱۵، پلاک ۴۴، طبقه ۲

Charsogh newspaper.com



جزییات عدم پرداخت مطالبات واحدهای صنفی و انصراف آنها از طرح کالابرگ

گزارش

نائب رئیس دوم اتاق اصناف ایران در مورد دلیل خالی شدن برخی از قفسه‌های فروشگاه‌ها و انصراف برخی از واحدهای صنفی از طرح کالابرگ توضیحاتی داد.

شهاب ناصری، نائب رئیس دوم اتاق اصناف ایران در یک گفت‌وگو در مورد طرح کالابرگ گفت: کالابرگ یک طرح ملی و بزرگ بود که توسط دولت برای حمایت از مردم اعلام شد و تا مدتی خوب بود و باعث شد که بسیاری از واحدهای صنفی از این طرح استفاده کرده و حدود ۶۰۰ هزار واحد صنفی ما؛ از خرد تا زنجیره‌ای در این طرح در سراسر کشور مشارکت کنند تا این که این طرح، برای تأمین کالا و تسویه حساب‌ها با پذیرنده‌های ما با مشکلاتی همراه شد و در یکی دو ماه گذشته، در بحث پرداخت برای این واحدهای صنفی تأخیرها شروع شدند و در حال حاضر، شاید بیش از یک ماه است که مطالبات این واحدهای صنفی پرداخت نشده است و در این شرایط اقتصادی و جنگی که دامن‌گیر کشور شده است ادامه کار به‌ویژه برای واحدهای خرد صنفی ما بسیار دشوار است.

ناصری ادامه داد: در حال حاضر، شاهد هستیم که بسیاری از واحدهای صنفی ما در حال انصراف از طرح کالابرگ هستند و انصراف دادن این واحدهای صنفی مویرگی ما که در سطح کشور در حال فعالیت هستند در این شرایط به ضرر مردم و این واحدهای صنفی خواهد بود.

نائب رئیس دوم اتاق اصناف ایران گفت: موضوع بودجه‌ای که برای کالابرگ در نظر گرفته شده است حدود ۹۹۰ همت است و اگر ۴۰-۳۰ روز هم حساب کنیم میانگین باید ۱۲۰-۱۰۰ همت بین ۶۰۰ هزار واحد صنفی تقسیم شود که این عدد برای واحدهای صنفی خرد عدد چشمگیری است، اما تأخیر در پرداخت وجود داشته در حالی که شرایط کشور جنگی است و در این میان، باید موضوع بدهی واحدها نیز در مجلس پیگیری شود و علاوه بر این، تأمین کالای این واحدها در این شرایط جنگی برای مردم به مخاطره افتاده است.

ناصری ادامه داد: این طرح پیش‌بینی شده است و در حال حاضر، نمی‌توانند پول آن را پرداخت کنند؛ این در حالی است که واحدهای خرد حدود ۸۰ درصد پذیرنده‌های این طرح و واحدهای بزرگ ۲۰ درصد پذیرنده‌های این طرح هستند و اگر مردم کشور برای تأمین کالاهای خود با مشکل روبه‌رو شوند به ضرر مردم و واحدهای صنفی است و مشکل اینجاست که در حال حاضر، ۴۰-۳۰ درصد قفسه‌های فروشگاه‌های کشور خالی شده‌اند.

نائب رئیس دوم اتاق اصناف ایران افزود: طرح بزرگی که دولت ارائه کرده است مسئولیتش بر عهدهٔ واحدهای صنفی افتاده است و ضرر آن را مردم خواهند دید و با وجود این که در طرح کالابرگ مشکلاتی وجود دارد در مورد افزایش آن خبر داده می‌شود و باید زنجیره تأمین شود و اگر با این شرایط، بخواهند طرح کالابرگ را افزایش دهند واحدهای صنفی کشور باید ۳ ماه منتظر تسویه حساب باشند و این واحدهای صنفی به دلیل فشاری که به دلیل این طرح ملی برای آن‌ها وجود دارد ممکن است همکاری نکنند.

اصناف زیر بار هزینه‌های کالابرگ؛ فروشندگان در انتظار تسویه مطالبات

تأخیر در تسویه مطالبات واحدهای صنفی پذیرنده کالابرگ، سرمایه در گردش فروشندگان را تحت فشار قرار داده و با تهدید تداوم مشارکت اصناف، اجرای این طرح حمایتی را با چالش مواجه کرده است.

اجرای طرح کالابرگ الکترونیکی در حالی به یکی از ابزارهای اصلی دولت برای حمایت از معیشت خانوارها تبدیل شده که تأخیر در تسویه مطالبات فروشندگان، فشار مالی قابل توجهی بر واحدهای صنفی مشارکت‌کننده وارد کرده است. نزدیک به ۶۰۰ هزار واحد صنفی و فروشگاهی در شبکه پذیرندگان این طرح فعالیت دارند، اما بخشی از این واحدها همچنان در انتظار دریافت مطالبات خود هستند؛ وضعیتی که با افزایش هزینه تأمین کالا، رشد قیمت‌ها و محدودیت سرمایه در گردش، ادامه همکاری برخی فروشندگان با طرح را با تردید مواجه کرده است.

مسئله اصناف این است که در جریان اجرای یک سیاست حمایتی ملی، کالا را در اختیار مصرف‌کننده قرار می‌دهند، اما منابع حاصل از فروش در زمان مقرر به چرخه مالی کسب‌وکارشان بازنمی‌گردد.

در چنین شرایطی، فروشنده برای تأمین مجدد کالا، پرداخت هزینه‌های جاری و ایفای تعهدات خود به تأمین‌کنندگان، ناچار است از منابع مالی شخصی و سرمایه در گردش واحد صنفی استفاده کند. به این ترتیب، بخشی از هزینه اجرای طرحی که مسئولیت تأمین مالی آن بر عهده دولت است، عملاً به شبکه توزیع منتقل می‌شود.

۶۰۰ هزار پذیرنده در انتظار تسویه مطالبات

گسترش شبکه پذیرندگان کالابرگ در ماه‌های گذشته، یکی از تحولات مهم اجرای این طرح بوده است. بر اساس آنچه که اتاق اصناف ایران اعلام کرده است تعداد پایانه‌های فروشگاهی فعال از حدود ۲۶۰ هزار پایانه در آغاز اجرای سازوکار جدید به بیش از ۶۰۰ هزار پایانه افزایش یافته است.

این توسعه، دسترسی خانوارها به فروشگاه‌های طرف قرارداد را افزایش داده، اما هم‌زمان ضرورت تأمین نقدینگی و تسویه منظم با پذیرندگان را نیز پررنگ‌تر کرده است.

در این میان، سهم فروشگاه‌های خرد از اجرای طرح قابل توجه است. بر اساس آمارهای اعلام شده از سوی رئیس اتحادیه کشوری فروشگاه‌های زنجیره‌ای،

حدود ۸۰ درصد فروش کالابرگی از طریق واحدهای صنفی خرد و حدود ۲۰ درصد از طریق فروشگاه‌های زنجیره‌ای انجام می‌شود

حدود ۸۰ درصد فروش کالابرگی از طریق واحدهای صنفی خرد و حدود ۲۰ درصد از طریق فروشگاه‌های زنجیره‌ای انجام می‌شود. این ترکیب نشان می‌دهد بخش عمده بار عرضه کالاهای مشمول بر دوش کسب‌وکارهای کوچک و محلی قرار دارد؛ واحدهایی که معمولاً از منابع مالی گسترده و ساختار تأمین متمرکز برخوردار نیستند.

برای فروشگاه‌های خرد، گردش نقدینگی یکی از مهم‌ترین الزامات ادامه فعالیت است. این واحدها باید پس از هر فروش، موجودی خود را جایگزین کنند و هزینه‌های روزمره کسب‌وکار را بپردازند.

بنابراین، تأخیر در دریافت مطالبات کالابرگی صرفاً به معنای عقب افتادن یک پرداخت نیست، بلکه می‌تواند توان خرید مجدد کالا و استمرار عرضه را تحت تأثیر قرار دهد.

این مسئله در شرایط افزایش مستمر قیمت کالاهای اساسی اهمیت بیشتری پیدا می‌کند. فروشنده‌ای که کالایی را با قیمت مشخص خریداری کرده و در قالب کالابرگ به مصرف‌کننده عرضه می‌کند، برای جایگزینی همان کالا ممکن است به منابع مالی بیشتری نیاز داشته باشد. اگر وجه فروش قبلی نیز با تأخیر به حساب او بازگردد، فاصله میان هزینه خرید مجدد و نقدینگی در دسترس افزایش می‌یابد و فشار بیشتری به سرمایه در گردش واحد صنفی وارد می‌شود.

فروشندگان؛ مجری سیاست حمایتی بدون دسترسی به منابع مالی

در سازوکار اجرای کالابرگ، فروشندگان نقش واسطه میان اعتبار حمایتی دولت و سبد مصرفی خانوار را ایفا می‌کنند. خانوار اعتبار دریافت می‌کند و با استفاده از آن کالاهای مشمول را خریداری می‌کند، اما استمرار این فرآیند به توان مالی فروشنده برای تأمین مجدد کالا وابسته است.

درواقع، واحد صنفی پس از انجام فروش کالابرگی باید بتواند منابع حاصل از آن را برای خرید مجدد کالا، پرداخت بدهی به عمده‌فروشان و تأمین هزینه‌های جاری به کار بگیرد. وقتی این چرخه با تأخیر مواجه می‌شود، فروشنده ناچار است برای ادامه فعالیت از سایر منابع مالی خود استفاده کند؛ منابعی که در بسیاری از واحدهای کوچک محدود است.

امید سامری، نایب رئیس اول اتاق اصناف ایران با انتقاد از تأخیر در تسویه مطالبات فروشندگان تأکید کرده است که نمی‌توان اجرای یک طرح ملی را بر عهده شبکه توزیع گذاشت، اما تعهدات مالی مربوط به آن را به تأخیر انداخت. به گفته وی، افزایش روزانه قیمت کالاها سرمایه در گردش فروشندگان را فرسوده کرده و جایگزینی موجودی را به یکی از چالش‌های جدی آنها تبدیل کرده است.

از نگاه اصناف، مسئله تنها دریافت مطالبات معوق نیست؛ بلکه نحوه تأمین مالی و استمرار پرداخت‌ها نیز اهمیت دارد. فروشنده باید بتواند زمان بازگشت منابع حاصل از فروش را پیش‌بینی کند تا برای تأمین کالا و مدیریت هزینه‌های خود برنامه‌ریزی داشته باشد. نبود چنین اطمینانی، مشارکت در طرح را برای واحدهایی که با حاشیه سود محدود فعالیت می‌کنند، دشوارتر می‌کند.

گره تسویه مطالبات در مرحله تأمین منابع

در توضیح علت تأخیر در پرداخت مطالبات، شرکت فناوری اطلاعات رفاه ایرانیان (فارا)، مجری طرح کالابرگ، اعلام کرده است که تسویه حساب فروشگاه‌های طرف قرارداد در دوره جدید، پس از تأمین منابع مالی و واریز اعتبار از سوی سازمان برنامه و بودجه کشور و بانک مرکزی به حساب شرکت انجام می‌شود. این شرکت همچنین وعده داده است بلافاصله پس از دریافت منابع مالی، مطالبات تمامی فروشگاه‌های طرف قرارداد را در سریع‌ترین زمان ممکن تسویه کند.

این توضیح نشان می‌دهد که پرداخت مطالبات فروشندگان به تأمین منابع از سوی دستگاه‌های مسئول وابسته است؛ با این حال، در اطلاعیه فاز زمان مشخصی برای تأمین اعتبار و تسویه کامل بدهی‌ها اعلام نشده است. درنتیجه، فروشندگان همچنان با ابهام درباره زمان بازگشت نقدینگی خود مواجه‌اند.

از سوی دیگر، پیگیری‌های خبرنگار مهر از اصناف حکایت از آن دارد که تفاوت احتمالی در زمان تسویه مطالبات فروشگاه‌های زنجیره‌ای و واحدهای صنفی خرد نیز به یکی از موضوعات مورد اعتراض پذیرندگان تبدیل شده است.

تفاوت احتمالی در زمان تسویه مطالبات فروشگاه‌های زنجیره‌ای و واحدهای صنفی خرد به یکی از موضوعات مورد اعتراض پذیرندگان تبدیل شده است. سجاد سنگسری، مشاور وزیر و رئیس مرکز بازرسی وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی، چهارم آبان ماه از بررسی اعتراض فروشندگان درباره تفاوت زمان پرداخت مطالبات خبر داده بود. وی همچنین نامه منتسب به شرکت فارا درباره دوماهه شدن پرداخت‌های کالابرگی را تکذیب کرده و اعلام کرده بود که مطالبات اصناف تا ۱۲ مهر تسویه شده است.

این موضوع نشان می‌دهد که در کنار تأمین منابع مالی، شفافیت در محاسبه و پرداخت مطالبات نیز برای اصناف اهمیت دارد. فروشندگان باید بدانند چه میزان از مطالبات آنها تأیید شده، چه مبلغی در انتظار پرداخت است و تسویه حساب‌ها بر اساس چه زمان‌بندی و اولویتی انجام می‌شود.

فروشگاه‌های خرد؛ آسیب‌پذیرترین حلقه شبکه پذیرندگان

در ساختار اجرای کالابرگ، فروشگاه‌های زنجیره‌ای و واحدهای صنفی خرد هر دو نقش مهمی دارند، اما شرایط مالی آنها یکسان نیست. فروشگاه‌های زنجیره‌ای به دلیل برخورداری از شبکه تأمین متمرکز، قدرت خرید عمده و ساختار مالی سازمان‌یافته، معمولاً ظرفیت بیشتری برای مدیریت تأخیرهای پرداخت دارند. در مقابل، فروشگاه‌های خرد و محلی برای تأمین روزانه کالا و پرداخت تعهدات خود به گردش مستمر نقدینگی وابسته‌اند.

> **برای فروشگاه‌های خرد، گردش نقدینگی یکی از مهم‌ترین الزامات ادامه فعالیت است. این واحدها باید پس از هر فروش، موجودی خود را جایگزین کنند و هزینه‌های روزمره کسب‌وکار را بپردازند. بنابراین، تأخیر در دریافت مطالبات کالابرگی صرفاً به معنای عقب افتادن یک پرداخت نیست، بلکه می‌تواند توان خرید مجدد کالا و استمرار عرضه را تحت تأثیر قرار دهد**

از آنجا که حدود ۸۰ درصد فروش کالابرگی از طریق واحدهای صنفی خرد انجام می‌شود، تأخیر در تسویه مطالبات این گروه می‌تواند بخش بزرگی از شبکه توزیع را تحت فشار قرار دهد. این واحدها در بسیاری از محله‌ها و مناطق مسکونی، اصلی‌ترین محل دسترسی مردم به کالاهای اساسی هستند و کاهش توان مالی آنها می‌تواند به محدود شدن عرضه و کاهش دسترسی خانوارها منجر شود.

در چنین شرایطی، احتمال کاهش مشارکت فروشندگان نیز به یک نگرانی جدی تبدیل می‌شود. اگر واحد صنفی نتواند منابع حاصل از فروش را در زمان مناسب دریافت کند، ممکن است برای جلوگیری از افزایش بدهی و حفظ نقدینگی خود، عرضه کالا از طریق کالابرگ را محدود کند یا از ادامه همکاری با طرح انصراف دهد. چنین اتفاقی نه‌تنها به فروشندگان آسیب می‌زند، بلکه می‌تواند دسترسی مصرف‌کنندگان به فروشگاه‌های پذیرنده را نیز دشوارتر کند.

مطالبه اصناف؛ تعیین تکلیف بدهی‌ها و زمان‌بندی پرداخت

پیگیری‌های خبرنگار مهر از اتاق اصناف ایران حاکی از آن است که اصناف برای ادامه همکاری با طرح کالابرگ بیش از هر چیز خواستار تعیین تکلیف مطالبات معوق و ایجاد یک سازوکار شفاف و قابل پیش‌بینی برای تسویه هستند. پرداخت منظم مطالبات می‌تواند به فروشندگان امکان دهد منابع خود را برای خرید مجدد کالا، پرداخت بدهی به تأمین‌کنندگان و مدیریت هزینه‌های جاری به کار بگیرند.

در این زمینه، تعیین زمان‌بندی مشخص برای تسویه بدهی‌های گذشته، اعلام وضعیت مطالبات هر پذیرنده و جلوگیری از انباشته شدن بدهی‌های جدید می‌تواند بخشی از مشکلات شبکه فروش را کاهش دهد. همچنین ایجاد سازوکاری برای پرداخت روزانه یا دوره‌ای مطالبات از طریق بانک‌های عامل، می‌تواند اطمینان بیشتری برای فروشندگان ایجاد کند و امکان برنامه‌ریزی مالی را بهبود ببخشد.

باید تاکید کرد که پایداری طرح کالابرگ تنها به تخصیص اعتبار به خانوارها و افزایش تعداد پایانه‌های فروشگاهی وابسته نیست.

فروشندگان بخش جدایی ناپذیر طرح کالابرگ هستند و بدون مشارکت فعال آنها، اعتبار حمایتی دولت به‌درستی به خرید کالاهای اساسی تبدیل نخواهد شد.

فروشندگان بخش جدایی ناپذیر این سازوکار هستند و بدون مشارکت فعال آنها، اعتبار حمایتی دولت به‌درستی به خرید کالاهای اساسی تبدیل نخواهد شد. در شرایطی که بخش عمده فروش کالابرگی از طریق واحدهای صنفی خرد انجام می‌شود، تأخیر در پرداخت مطالبات می‌تواند مستقیماً توان این واحدها برای ادامه فعالیت را تحت تأثیر قرار دهد.

بنابراین، دولت برای حفظ اثربخشی کالابرگ باید در کنار حمایت از قدرت خرید خانوارها، تعهدات مالی خود در قبال اصناف را نیز به موقع انجام دهد. نمی‌توان از فروشندگان انتظار داشت در شرایط تورمی و محدودیت نقدینگی، هزینه اجرای یک طرح ملی را از سرمایه خود تأمین کنند. تداوم کالابرگ در گرو آن است که حمایت معیشتی از خانوارها به فشار مالی بر اصناف تبدیل نشود.

خرید اعتباری چگونه خانوار را جذب خریدهای بیشتر و بدهی سنگین‌تر می‌کند؟

گزارش صنعت BNPL ایران به روایت اسنپ‌پی از گسترش خرید اعتباری و نقش آن در تأمین کالاهای ضروری خانوارها حکایت دارد اما افزایش دسترسی به اعتبار لزوماً به معنای افزایش قدرت خرید واقعی نیست. از منظر اقتصاد رفتاری، کوچک شدن مبلغ پرداختی در قالب اقساط می‌تواند توان بازپرداخت را بیش از واقع نشان دهد و با انباشت تعهدات مالی، درآمد محدود خانوار را در ماه‌های آینده تحت فشار قرار دهد.

توسعه خدمات الآن بخر، بعداً پرداخت کن یا BNPL در ایران، شیوه تأمین مالی خریدهای مصرفی خانوار را تغییر داده است. در این سازوکار، خریدار می‌تواند کالای موردنیاز خود را دریافت کند اما پرداخت تمام یا بخشی از هزینه را به آینده موکول کند؛ امکانی که در شرایط افزایش قیمت کالاهای ضروری جذابیت بیشتری پیدا می‌کند. با این حال مسئله اقتصادی خرید اعتباری تنها دسترسی آسان‌تر به کالا نیست. پرسش مهم‌تر این است که آیا تقسیم هزینه خرید به چند قسط، قدرت خرید واقعی خانوار را افزایش می‌دهد یا صرفاً زمان پرداخت هزینه‌ها را تغییر می‌دهد؟

گزارش صنعت BNPL ایران به روایت اسنپ‌پی که در پاییز ۱۴۰۵ منتشر شده تصویری از گسترش اعتبار خرید در کشور ارائه می‌دهد. براساس این گزارش در دوره دوازده‌ماهه منتهی به شهریور ۱۴۰۵، حدود ۱۷۵ میلیون سفارش اعتباری در شبکه اسنپ‌پی ثبت شده است. همچنین متوسط تعداد سفارش به ازای هر کاربر در یک سال اخیر ۲۴ سفارش اعلام شده است. در بخش دیگری از این گزارش نتایج نظرسنجی از ۴۱۱۹ کاربر نشان می‌دهد ۸۸ درصد پاسخ‌دهندگان معتقد بوده‌اند استفاده از پرداخت اعتباری به مدیریت نقدینگی و هزینه‌های آنها کمک کرده است. همچنین ۵۵ درصد گفته‌اند با استفاده از این خدمات توانسته‌اند کالاهای ضروری و مصرفی خود را خریداری کنند.

این یافته‌ها نشان می‌دهد اعتبار خرید از دیدگاه بخش قابل توجهی از کاربران مورد بررسی، ابزاری برای مدیریت هزینه‌ها بوده اما این ارزیابی مبتنی بر پاسخ کاربران به پرسشنامه است و به تنهایی به معنای افزایش قابل اندازه‌گیری درآمد یا قدرت خرید واقعی آنها نیست. در همین گزارش سهم کاربرانی که طی دوازده ماه از روش‌های اعتباری اسنپ‌پی برای خرید مواد غذایی استفاده کرده‌اند ۶.۷ درصد از کاربران تراکنش کننده اعلام شده است. این شاخص با سهم ۵۵ درصدی خرید کالاهای ضروری در نظرسنجی تفاوت دارد؛ زیرا اولی برداده‌های تراکنش و گروه مشخص مواد غذایی متکی است و دومی پاسخ کاربران درباره مجموعه گسترده‌تری از کالاهای ضروری و مصرفی را منعکس می‌کند. این تفاوت آماری اهمیت دارد؛ زیرا برای سنجش میزان وابستگی خانوارها به اعتبار در تأمین نیازهای اولیه باید خرید مواد غذایی، سایر کالاهای ضروری و خریدهای غیرضروری به صورت مستقل بررسی شوند.

وقتی قسط کوچک‌تر، خرید بزرگ‌تری ایجاد می‌کند

از منظر اقتصاد رفتاری یکی از مهم‌ترین ویژگی‌های BNPL تغییر در نحوه ادراک هزینه خرید است. در خرید نقدی مصرف‌کننده هنگام تصمیم‌گیری با کل مبلغ کالا مواجه می‌شود. در مقابل خرید اعتباری توجه او را به مبلغ هر قسط و زمان بازپرداخت معطوف می‌کند. این تفاوت به ظاهر ساده می‌تواند بر رفتار مصرف‌کننده اثر بگذارد؛ زیرا افراد همیشه هزینه‌ها را صرفاً بر اساس مجموع مبلغ پرداختی ارزیابی نمی‌کنند، بلکه نحوه نمایش قیمت، زمان پرداخت و میزان نقدینگی در دسترس نیز در تصمیم آنها نقش دارد. در اقتصاد رفتاری این موضوع با مفاهیمی مانند سوگیری زمان حال، حسابداری ذهنی و درد پرداخت بررسی می‌شود. سوگیری زمان حال به وضعیتی اشاره دارد که در آن فرد برای منفعت فوری، وزن بیشتری نسبت به هزینه‌ای قائل می‌شود که در آینده پرداخت خواهد شد. خرید اعتباری دقیقاً چنین فاصله‌ای میان دریافت کالا و پرداخت بخش عمده هزینه ایجاد می‌کند. از سوی دیگر حسابداری ذهنی باعث می‌شود مصرف‌کننده به جای در نظر گرفتن همه تعهدات مالی در بودجه یکپارچه هر خرید و قسط را به صورت جداگانه ارزیابی کند. درنتیجه ممکن است یک خرید قسطی به تنهایی کاملاً قابل پرداخت به نظر برسد اما مجموع چند خرید اعتباری بخش قابل توجهی از درآمد ماه‌های آینده را به خود اختصاص دهد.

پژوهش منتشرشده در سال ۲۰۲۴ با استفاده از اطلاعات تراکنش‌های یک خرده‌فروش بزرگ آمریکایی نشان داد استفاده از BNPL با افزایش حدود ۹ واحد درصدی احتمال وقوع خرید و افزایش نسبی حدود ۱۰ درصدی مبلغ خرید همراه بوده است. آزمایش‌های این پژوهش نیز نشان دادند تقسیم پرداخت‌ها می‌تواند محدودیت مالی ادراک‌شده از سوی مصرف‌کننده را کاهش دهد. اهمیت این یافته در آن است که امکان پرداخت اقساطی می‌تواند علاوه بر تسهیل خریدهای ضروری، خود بر میزان تقاضا و مبلغ خرید نیز اثر بگذارد. البته نتایج این مطالعه مربوط به نمونه مورد بررسی در آمریکاست و نمی‌توان مقدار اثر آن را بدون پژوهش مستقل به کاربران ایرانی تعمیم داد.

در گزارش اسنپ‌پی نیز ۶۸ درصد پاسخ‌دهندگان اعلام کرده‌اند که با استفاده از اعتبار توانسته‌اند کالاهایی با قیمتی بالاتر از توان خرید نقدی در دسترس خود تهیه کنند. این آمار را می‌توان از دو منظر بررسی کرد. در حالت نخست اعتبار امکان خرید کالایی ضروری و بادوام را فراهم می‌کند که پرداخت نقدی آن برای خانوار دشوار بوده است. در حالت دوم دسترسی به اعتبار می‌تواند خریدار را به انتخاب کالایی گران‌تر یا افزایش تعداد خریدها ترغیب کند. تفاوت اقتصادی این دو حالت به ضرورت خرید، هزینه نهایی و مهم‌تر از همه توان بازپرداخت خانوار بستگی دارد.

خرید اعتباری کالاهای ضروری؛ آغاز چرخه بدهی خانوار

در خرید کالاهای ضروری مسئله بدهی خانوار ابعاد متفاوتی پیدا می‌کند. خرید اعتباری یک کالای بادوام با خرید نسیه مواد غذایی یکسان نیست. کالای بادوام ممکن است در دوره‌ای طولانی مورد استفاده قرار گیرد اما مواد غذایی مصرف می‌شوند و خانوار باید در دوره بعد دوباره برای تهیه آنها هزینه کند. درنتیجه استفاده مستمر از اعتبار برای خریدهای تکرارشونده می‌تواند باعث هم‌پوشانی اقساط دوره‌های مختلف شود.



برای روشن شدن این موضوع یک مثال صرفاً فرضی را می‌توان در نظر گرفت؛ خانواری هر ماه هشت میلیون تومان کالای مصرفی خریداری می‌کند و هزینه هر خرید را در چهار قسط دو میلیون تومانی می‌پردازد. با فرض اینکه نخستین قسط در همان ماه خرید پرداخت شود و خانوار هر ماه خریدی مشابه انجام دهد، مجموع اقساط مربوط به این خریدها در ماه نخست دو میلیون تومان، در ماه دوم چهار میلیون، در ماه سوم شش میلیون و در ماه چهارم هشت میلیون تومان خواهد بود.

در این مثال حتی بدون احتساب سود یا کارمزد تعهدات پرداخت ماهانه به تدریج افزایش می‌یابد؛ در حالی که بخشی از کالاهای خریداری‌شده در ماه‌های قبل مصرف شده‌اند. البته در صورت ثبات مبلغ خرید، نظم پرداخت و ادامه همین الگو، تعهدات ماهانه پس از تکمیل چرخه اقساط در همان سطح باقی می‌ماند اما خانوار تا زمان پایان بازپرداخت ناگزیر است بخشی از درآمد آینده خود را به خریدهای گذشته اختصاص دهد. بنابراین مسئله اصلی خود خرید اقساطی نیست؛ بلکه تداوم استفاده از اعتبار بدون توجه به بدهی‌های سررسید نشده است. در اقتصاد خانوار باید میان دو وضعیت تفاوت گذاشت.

وضعیت نخست کمبود موقت نقدینگی است. برای مثال خانواری درآمد مشخص و قابل اتکایی دارد اما زمان دریافت درآمد با موعد پرداخت هزینه ضروری هماهنگ نیست. در این حالت اعتبار کوتاه‌مدت می‌تواند فاصله زمانی دریافت و پرداخت را پوشش دهد؛ مشروط بر اینکه هزینه آن روشن و اقساط با درآمد آینده سازگار باشد.

وضعیت دوم کسری مستمر بودجه است؛ یعنی هزینه‌های ضروری خانوار به‌طور پیوسته از درآمد قابل تصرف آن بیشتر است. در چنین وضعیتی اعتبار خرید مشکل اصلی را برطرف نمی‌کند، بلکه پرداخت بخشی از هزینه‌های جاری را به دوره‌های بعد انتقال می‌دهد. اگر درآمد خانوار افزایش نیابد یا هزینه‌ها کاهش پیدا نکند استفاده مکرر از اعتبار برای جبران این کسری می‌تواند فشار مالی دوره‌های آینده را بیشتر کند. این موضوع در شرایط تورمی اهمیت بالایی دارد. افزایش قیمت کالاها ممکن است خرید زودتر را از نظر اقتصادی جذاب کند اما صرف انتظار افزایش قیمت به معنای مقرون به صرفه بودن هر خرید اعتباری نیست. تصمیم صحیح باید هم‌زمان بر اساس تفاوت قیمت نقدی و اعتباری، شرایط بازپرداخت و درآمد قابل اتکای آینده گرفته شود.

اعتبار بدون بهره، الزاماً به معنای خرید بدون هزینه نیست

یکی دیگر از مسائل مهم اقتصاد رفتاری در بازار BNPL، تفاوت میان هزینه واقعی خرید و هزینه‌ای است که مصرف‌کننده هنگام انتخاب روش پرداخت احساس می‌کند. خرید چهارقسطه بدون بهره، در صورتی که قیمت نهایی کالا با خرید نقدی یکسان باشد و هیچ هزینه یا جریمه‌ای به خریدار تحمیل نشود، می‌تواند از نظر تأمین نقدینگی مزیت داشته باشد. اما خریدار برای ارزیابی اقتصادی این مزیت باید قیمت کالا را با گزینه‌های نقدی و اعتباری قابل مقایسه بررسی کند.

نکته مهم‌تر این است که اعتبار در دسترس معادل درآمد نیست. سقفی که یک ارائه‌دهنده اعتبار برای خرید تعیین می‌کند، لزوماً نشان‌دهنده میزان پولی نیست که خانوار می‌تواند بدون فشار مالی در ماه‌های آینده بازپرداخت کند. از منظر مدیریت مالی محاسبه توان بازپرداخت باید از درآمد قابل اتکای خانوار آغاز شود نه سقف اعتبار اعطاشده. در این محاسبه ابتدا باید هزینه‌های ضروری مانند مسکن، خوراک، درمان، حمل‌ونقل و قبوض از درآمد کسر شود. سپس مجموع اقساط بانکی، خریدهای اعتباری قبلی و سایر تعهدات دارای سررسید مشخص در نظر گرفته شود. مبلغ باقی‌مانده پس از این محاسبات، آن هم با لحاظ حاشیه‌ای برای هزینه‌های پیش‌بینی نشده، مبنای مناسب‌تری برای تصمیم‌گیری درباره خرید اعتباری جدید است. به بیان دقیق‌تر، ملاک خرید نباید این باشد که هر قسط به تنهایی کوچک است، بلکه باید بررسی شود مجموع همه اقساط در هر ماه چقدر از منابع مالی قابل اتکای خانوار را مصرف می‌کند.

بازپرداخت موفق؛ معیار کافی برای سنجش توان مالی خانوار نیست

گزارش اسنپ‌پی اعلام کرده بیش از ۸۹ درصد بازپرداخت‌ها به‌موقع یا پیش از سررسید انجام شده و بیش از ۹۸.۵ درصد اقساط در نهایت بازپرداخت شده‌اند. نرخ عدم بازپرداخت ۹۰ روزه نیز کمتر از دو درصد گزارش شده است. این داده‌ها برای بررسی کیفیت وصول مطالبات اهمیت دارند اما نمی‌توان فقط بر اساس آنها درباره وضعیت مالی و رفاهی تمام کاربران نتیجه‌گیری کرد. پرداخت موفق یک قسط نشان می‌دهد تعهد مالی در نهایت ایفا شده اما مشخص نمی‌کند خانوار برای انجام این پرداخت چه تصمیمات دیگری گرفته است. ممکن است مصرف‌کننده اقساط خود را بدون مشکل پرداخت کرده باشد. در مقابل احتمال دارد فردی برای بازپرداخت یک بدهی، سایر مخارج خود را کاهش داده یا از منابع مالی دیگری استفاده کرده باشد. گزارش عمومی اسنپ‌پی اطلاعات کافی برای تعیین فراوانی این وضعیت‌ها ارائه نمی‌دهد.

در پژوهش‌های بین‌المللی نیز مسئله هم‌زمانی بدهی‌ها مورد توجه قرار گرفته است. برای نمونه مطالعه منتشرشده در ژانویه ۲۰۲۵ از سوی نهاد نظارت مالی مصرف‌کننده آمریکا نشان داد حدود ۶۳ درصد استفاده‌کنندگان BNPL در داده‌های سال ۲۰۲۲ در مقطعی از سال چند وام BNPL فعال و هم‌زمان داشته‌اند. این یافته به معنای وجود همین نسبت در ایران نیست اما نشان می‌دهد بررسی هر قرارداد اعتباری به‌صورت مستقل برای ارزیابی مجموع تعهدات مصرف‌کننده کافی نیست.