

آشفته‌گی عجیب و غریب قیمت ها مردم را کلافه کرده است

# بازار بدون نظارت!

فکر می کنیم دلیلش کلی خرید کردن آن هاست در حالی که این ارزان فروشی، بیشتر به خاطر تبلیغات است.

محمدعلیزاده با تاکید بر این که واحدهای نظارتی باید بهتر عمل کنند، می افزاید: هایپر و سوپر مارکت های بزرگ، چون با سرمایه زیادی که متعلق به خودشان نیست، شروع به کار می کنند، تلاش می کنند با شیوه های مختلف به سود بر سند و این باعث آشفته‌گی قیمت می شود اما باید پیش از این که به آن ها مجوز بدهیم، سرمایه سنجی کنیم و کسی که با سرمایه خودش کار می کند و دنبال سود اضافه نیست، بیشتر حمایت شود. هر چند در کشورهای دیگر نیز این نوع فروشگاه ها وجود دارند اما واحدهای نظارتی آن جایتر عمل می کنند.

وی می گوید: افزایش نرخ دلار هم در گران شدن کالاها نقش دارد مثلا جنسی تنها ۲۰ درصد گران شده اما برخی فروشندگان آن را تا ۴۰ درصد هم گران می فرسند و می گویند اگر نخرید دیگر نیست! یعنی به نوعی توهم سازی می کنند و این باعث تفاوت قیمت می شود.

این کار شناس اقتصادی ادامه می دهد: دلیل دیگر تحریم هاست، مثلا ماده اصلی روغن نباتی، وارداتی است و ما به خاطر تحریم نمی توانیم دلار و ارز را به راحتی جابه جا کنیم، بنابر این ممکن است مشکلات زیادی به وجود بیاید که این بر تفاوت قیمت کالاها مخصوصا روغن تاثیر گذار است. قیمت اضافه می کند: در فروردین امسال به مدت ۲۰ روز روغن کمیاب شد و این کمیابی نیز به بالا بردن و تغییر آن دامن زد. متاسفانه احتکار کننده در کالا های اساسی زیاد است.

علیزاده در خصوص ثبات قیمت لبنیات بیان می کند: لبنیات کالایی بی دوام است و اگر بماند، مرجوع و ضرر ده می شود بنابر این فروشند ریسک نمی کنند و آن را بهمان قیمت مصوب می فروشند اما مثلا روغن کالایی بادوام است و اگر یک سال هم بماند فروش می رود.

این کار شناس اقتصادی در خصوص سازمان های نظارت کنند بر بازار بیان می کند: تازمانی که تخلفی واقع نشود، سازمانی وارد عمل نمی شود و همان موقع هم کند عمل می کند یعنی به نوعی پیشگیری اتفاق نمی افتد و اکثر جریمه هانیز مالی است و کسی که سودش را برده جریمه برایش اهمیت نخواهد داشت.

وی با بیان این که مردم باید آگاه شوند و بدانند قیمت مصوب هر کالا چقدر است، خاطر نشان می کند: در برخی کالاها از جمله پوشاک امکان نظارت وجود ندارد چون اکثر وارداتی است و نمی توان نرخی برایش مصوب کرد البته در اکثر کشورها این مشکلات وجود ندارد زیرا فروشگاه های اصلی وجود دارد که فقط همان مارک را می فروشند آن هم با نظارت اما در ایران این طور نیست.

علیزاده ضمن بیان این که فروشگاه مارک های خاص خارجی نداریم، می افزاید: به خاطر تحریم و برخی مسائل، مجوز فعالیت آن هابه کشورمان داده نمی شود به همین دلیل جنس های خارجی اصلی و غیر اصلی در کنار هم و با نرخ های متفاوت به فروش می رسد. بنابر این بر نردساری و تقلب و همچنین نبود فروشگاه ثابت یک مارک خاص، باعث تفاوت قیمت در بازار پوشاک و کیف و کفش است.



فروشان خرید می کنند که باعث افزایش قیمت می شود این موضوع، تفاوت قیمت ایجاد می کند. وی خاطر نشان می کند: به طور مثال کالاهایی از قبیل میوه و سبزیجات اکثر توسط افرادی به صورت کلی خریداری و به خریدار دیگری فروخته می شود و در این چرخه با توجه به تعداد واسطه ها، نرخش تغییر می کند و این مشکلات پیش می آید. اخوان بیان می کند: زمانی که منابع تامین کالا مشخص شود و واسطه ها حذف شوند، نرخ کالا پایین می آید و تفاوت قیمت کمتری در بین کالاها داریم البته توقع مردم، وجود یک سیستم نظارتی است. کار شناس بازرسی و نظارت سازمان صنعت و معدن استان خراسان رضوی اظهار می کند: همه کالاها باید به درستی در شبکه متولی تولید و توزیع قرار بگیرد. هنگامی که تشخیص دادیم کالایی از این شبکه خارج شده (عرضه خارج از شبکه)، می توانیم وارد عمل شویم و نظارت کنیم اما سوال این جاست آیا شبکه ای وجود دارد؟

وی با تاکید بر این که در این خصوص شبکه ای وجود ندارد، اضافه می کند: مازمانی می توانیم در نظارت موفق عمل کنیم که شبکه اولیه زیر ساخت های مادرست باشد بنابر این عرضه مستقیم کالا و حذف واسطه ها می تواند راهکار مناسبی باشد که مادر برخی کالاها که باز دولتی وارد شد، ارتباط بین وارد کننده و نظام توزیع را برقرار کردیم و توانستیم جوابات را با قیمت مناسب عرضه کنیم. به نظر می رسد باید عرضه مستقیم را همیشه در دستور کار داشته باشیم. واسطه ها به هر حال شکل گرفته اند و باید دستگاه های متولی آن ها را سرو سامان دهند.

اخوان ادامه می دهد: کمیته های تخصصی تامین و توزیع، باید در استان ها تقویت شوند و این کار نیاز به هم افزایی بین دستگاهی دارد. همچنین باتوجه به این که ما بازار سنتی داریم بهترین عملکرد برای داشتن قیمت های یکسان و ثبات قیمتی در بازار، استفاده نظام توزیع هوشمند است تا رصد و پایش بازار به درستی انجام شود البته هوشمند سازی نیز نیاز به بستر سازی دارد.

## نبود نظارت در ست بر بازار

یک کار شناس حوزه اقتصادی نیز یکی از دلایل عمده وجود تفاوت قیمت ها در بازار را نبود نظارت در ست می داند و می افزاید: دلیل ارزان فروشی هایپر مارکت ها که تفاوت قیمتی ایجاد کرده اند این است که اگر کالایی برای آن ها ۳۰ درصد سود دارد ۱۰ درصدش را خرج تبلیغات می کند و ما

آن را ارزان تر از قیمت فعلی بفروشد در حالی که فروشنده ای که همان کالا را با قیمت فعلی خریده، گران تر بفروشد. البته در این بستر، راه برای سوء استفاده کننده ها نیز فراهم است و امکان نظارت در همه فروشگاه ها وجود ندارد.

علی رسولیان دلیل اصلی این وضعیت را، تفاوت بین قیمت کالای بارانه ای و قیمت کالا با نرخ آزاد می داند و می افزاید: دولت برای برخی مواد غذایی و کالا های اساسی ارز چهار هزار و ۲۰۰ تومانی اختصاص داده بنابر این هنگامی که کالا با نرخ داخل کشور تامین می شود و قیمت ارز، آزاد است، قیمت کالا های داخل و خارج کشور تفاوت معنی داری پیدا می کند.

وی بیان می کند: مثلا در خصوص شکر که کالای بحث بر انگیزی هم هست، چون بین قیمتی که دولت عرضه می کند با نرخ آزاد آن تفاوت معنی داری وجود دارد، زمینه سوء استفاده را فراهم می کند.

این مقام مسئول درباره راهکار حل این مشکل اظهار می کند: باید توزیع کالا از مسیر های مشخصی باشد و افرادی که کالا را تحویل می گیرند کاملا شناخته شده باشند همچنین یکسان سازی قیمت ها از مهم ترین موضوعاتی است که می تواند راه گشا باشد.

وی تصریح می کند: تعیین نرخ مصوب برای کالا به تنهایی کار ساز نیست زیرا مرزهای کشور ماطولانی است و قیمت داخل با خارج کشور تفاوت معنی داری دارد و با تعیین نرخ مصوب برای همه کالاها مسیر قاچاق هموار و کنترل بازار مشکل می شود.

## شبکه معيوب توليد و توزیع، اهمیت هوشمند سازی بازار

کار شناس مسئول حوزه بازرسی و نظارت سازمان صنعت و معدن استان خراسان رضوی در خصوص تفاوت قیمت در برخی کالاها بیان می کند: لبنیات، نرخ مصوب و تکلیفی دارد و بنابر این نمی تواند از قیمت مصوب عدول کند تا امروز نیز گزارشی در خصوص تفاوت قیمت با گران فروشی در این زمینه نداشته ایم اما در بازار کالا های دیگر ممکن است

یک واحد صنفی و زنجیره ای از تولید کننده به صورت مستقیم خرید کند و قیمت تمام شده برای او به نسبت دیگر خریداران کمتر باشد. در نهایت یا سقف قیمت را رعایت می کند یا زیر قیمت کالای خود را می فروشد. عباس اخوان می افزاید: اما برخی از فروشندگان از چرخه های بعد از چرخه اصلی تولید یعنی خرده

و... تفاوتی جزئی دارند و اکثرا کالاها با همان قیمت مصوب و تایین شده به فروش می رسند اما در کالا های اساسی از جمله برنج، روغن، گوشت و شکر و همچنین در بازار میوه و تره بار، تفاوت قیمتی زیادی مشاهده شد. در بازار قطعات خودرو، پوشاک، کیف و کفش و... هم قیمت اجناس مختلف بسیار متفاوت است. به عنوان مثال برنج در دوماک معروف، در بین دو تا چهار هزار تومان تفاوت قیمت دارند. گوشت گوسفند، گاو، مرغ و... (چرخ کرده و غیر چرخ کرده) در شهر تفاوت قیمت چندانی ندارند اما در بازار های خاصی که به ارزان فروشی گوشت معروف است با سطح شهر آن هم باید شک کرد! در بازار کیف و کفش هم همه نوع قیمتی داریم و ما بیشتر مجبوریم از خود تولیدی ها بخریم که قیمت کمتری دارند. شهروند دیگری که شغل آزاد دارد، از تفاوت قیمت ها در کالاهایی مانند دستمال کاغذی، سیگار، لوازم یدکی خودرو، رب گوجه فرنگی، تن ماهی و... می گوید.

میتاق اجتماعی ادامه می دهد: کالاهای فوق در قسمت های مختلف شهر و حتی محله ای یکسان متفاوت است مثلا دستمال کاغذی بین ۸ تا ۱۰ هزار تومان، سیگار با مارکی خاص از ۹ هزار تومان تا ۱۱ هزار تومان، رب گوجه فرنگی از ۱۵ تا ۲۲ هزار تومان و تن ماهی نیز از ۱۳ هزار تا ۱۶ هزار تومان قیمت اش متفاوت است. همچنین لوازم یدکی خودرو مانند گلگیر جلوی تندر ۹۰، خام بدون رنگ را سه میلیون و ۸۰۰ هزار تومان و دو میلیون و ۳۰۰ هزار تومان قیمت کرده ام. شهروند دیگری به قیمت متفاوت شکر و روغن و برنج اشاره می کند و می گوید: شکر از کیلویی سه هزار تومان تا پنج هزار تومان متفاوت است. مجید و کیلی خاطر نشان می کند: برنج درجه یک، کیلویی تقریبا ۲۲ هزار تومان است اما همان برنج را کیلویی ۱۶ هزار تومان و ۳۰ هزار تومان هم قیمت کرده ام و علتش آن است که در برنج امکان تقلب زیاد است و برنج خوب و بد را بهم مخلوط می کنند و می فروشند.

## دلیل اصلی در تفاوت نرخ کالاهای دولتی با آزاد است

معاون امور اقتصادی استانداری خراسان رضوی با بیان این که یکی از دلایل این مشکل، افزایش تغییرات قیمت ارز و دلار است، به خراسان می گوید: با افزایش قیمت دلار، نرخ کالاها متفاوت و کنترل بازار سخت می شود زیرا ممکن است خریداری که با قیمت قبلی دلار، جنسی را خریده،

نماینده گی چهار میلیون و ۵۰۰ هزار تومان است در حالی که قیمت همان لباس شویی، در دیگر نقاط شهر تفاوت زیادی دارد.

فرزانه ابراهیمی می افزاید: لوازم یدکی خودرو هم قیمت ثابتی ندارد. مثلا کامپیوتر ۲۰۶ در شهر و حتی در بازاری که همه مغازه دارها هم صنف هستند، پنج قیمت متفاوت داشت!

مهدی سلامی، شهروندی که خودش نیز مغازه دار است از آشفته بازار گوشت می نالد و می گوید: قیمت گوشت گوسفند و مرغ که یکی از اقلام اساسی است، در هر قسمت شهر متفاوت است. مخصوصا گوشت چرخ کرده که البته به سالم بودن آن هم باید شک کرد! در بازار کیف و کفش هم همه نوع قیمتی داریم و ما بیشتر مجبوریم از خود تولیدی ها بخریم که قیمت کمتری دارند.

شهروند دیگری که شغل آزاد دارد، از تفاوت قیمت ها در کالاهایی مانند دستمال کاغذی، سیگار، لوازم یدکی خودرو، رب گوجه فرنگی، تن ماهی و... می گوید.

میتاق اجتماعی ادامه می دهد: کالاهای فوق در قسمت های مختلف شهر و حتی محله ای یکسان متفاوت است مثلا دستمال کاغذی بین ۸ تا ۱۰ هزار تومان، سیگار با مارکی خاص از ۹ هزار تومان تا ۱۱ هزار تومان، رب گوجه فرنگی از ۱۵ تا ۲۲ هزار تومان و تن ماهی نیز از ۱۳ هزار تا ۱۶ هزار تومان قیمت اش متفاوت است. همچنین لوازم یدکی خودرو مانند گلگیر جلوی تندر ۹۰، خام بدون رنگ را سه میلیون و ۸۰۰ هزار تومان و دو میلیون و ۳۰۰ هزار تومان قیمت کرده ام.

شهروند دیگری به قیمت متفاوت شکر و روغن و برنج اشاره می کند و می گوید: شکر از کیلویی سه هزار تومان تا پنج هزار تومان متفاوت است. مجید و کیلی خاطر نشان می کند: برنج درجه یک، کیلویی تقریبا ۲۲ هزار تومان است اما همان برنج را کیلویی ۱۶ هزار تومان و ۳۰ هزار تومان هم قیمت کرده ام و علتش آن است که در برنج امکان تقلب زیاد است و برنج خوب و بد را بهم مخلوط می کنند و می فروشند.

## مشاهدات عینی در شهر

مشاهدات عینی و میدانی نشان می دهد که در دل مردم بی جاو بی علت نیست و تفاوت قیمت در کالا های مختلف دیده می شود. نخستین تفاوت در خوراکی هاست که مشاهدات حاکی از آن است که نرخ ها در لبنیات و اقلام خوراکی از نوع تنقلات (مانند پفک، چیپس، نوشابه، بیسکویت

نسیم سهیلی - چند وقتی است که تفاوت قیمت برخی کالاها باعث سر در گمی مردم شده است. مثلا قیمت برخی اقلام خوراکی در فروشگاه ها و سوپر مارکت ها نسبت به سوپر مارکتی در محله ای دیگری همان محله و گاهی چند قدم آن طرف تر، فرق دارد در حالی که مارک ها یکی است! اگر جنس ایرانی و تولیدی یک کارخانه است چرا همه جا قیمتی واحد ندارد؟ و اگر جنس خارجی است چرا نظارتی روی قیمت گذاری انجام نمی شود؟ ناهماهنگی و آشفته گی بازار، این روزها بر اکثر کالاها چه خوراکی و غیر خوراکی، چه ایرانی و خارجی، چه ان هابی که بارانه دولتی دارند و چه آن هابی که ندارند، سایه افکنده و این سوال را مطرح می کند که این همه آشفته گی دلیل اش چیست؟ ستادهای مختلف با مسئولیت هایی از قبیل تنظیم بازار، حمایت از حقوق مصرف کنندگان و طرح هایی از جمله طرح ویژه نظارت بر بازار کالا های اساسی، چرا نتوانستند گرهی از مشکلات باز کنند؟ سازمان های نظارتی کجای این آشفته بازار هستند؟... گویی تبا اقتصاد روی ۴۰ درجه گیر کرده در این وضعیت تنها کاری که می توان کرد، سوختن و ساختن است!

## در دل مردم

به سراغ چند شهروندی رویم تا گلایه های این نابه سامانی را از زبان آن ها بشنویم.

یک باز نشسته آموزش و پرورش در این باره می گوید: ناهمگونی قیمت ها بیشتر از همه در سبزیجات و میوه دیده می شود. مثلا ریحون را که سبزی پر مصرفی است از بسته ای ۱۰۰۰ تومان تا ۳۰۰۰ تومن خریده ام.

منصوره لطفی ادامه می دهد: هندوانه از کیلویی ۱۰۰۰ تا ۲۵۰۰ تومان قیمت گرفته ام و هویج و گوجه فرنگی که به تازگی خرید کردم، از وسط شهر تا بالای شهر دو برابر قیمت اش فرق می کند و از دو هزار تومان تا شش هزار تومان متغیر است! اما در کلی فروشی و بازار روز، قیمت ها از آن تر از همه جاست.

یک دانشجو نیز همان حرف ها را تایید می کند و می گوید: در بازار میوه تا دلت بخواهد تنوع قیمتی هست! ار حله موسوی ادامه می دهد: مثلا در دو منطقه شهر که اتفاقا از نظر مسافتی به یکدیگر نزدیک هم هستند، تفاوت قیمت پیدا می کند! ممکن است پایین شهر و بالا شهر به خاطر اجاره مغازه های شان قیمت ها را تغییر می دهند اما مغازه هایی که در خیابان های هم سطح هستند چرا باید این قدر تفاوت قیمت داشته باشند؟!

یک خانم خانه دار نیز درباره تفاوت قیمت در پوشاک می گوید: کاپشن بهاره مردانه در فروشگاهی، ۲۰۰ هزار تومان و همان کاپشن با همان مارک و جنس در خیابانی که منطقه پایین شهر محسوب می شود، ۱۷۰ هزار تومان فروخته می شد.

محبوبه غلامی می افزاید: تفاوت قیمت در مغازه های همجوار نیز دیده می شود اما پررنگ ترین تفاوت بین بالا شهر و پایین شهر است.

شهروند دیگری نیز در این خصوص می گوید: مشغول تهیه جهیزیه هستم و تفاوت قیمت را در لوازم صوتی و تصویری هم مشاهده کرده ام. مثلا قیمت لباس شویی با یک برند مخصوص در

مخاطبان خوب صفحه، شماره بعدی دار کوب را می توانید شنبه ۲۳ شهریور بخوانید.

## شغل دوم، درآمد اول

کارگاه

کلاس

بورس پیشرفته

+ پشتیبانی ۳ ماهه

۳۲ ساعت در ۴ هفته

یکشنبه و چهارشنبه ۲۰-۱۶

• مدرسین:

میترا اتاتاری و مصطفی خاتعلی زاده

پیش نیاز:

آشنایی با تحلیل تکنیکال مقدماتی

در این کارگاه با بازارهای جهانی آشنا می شوید و

تحلیل تکنیکال پیشرفته بر مبنای سبک تحلیلی

رفتارشناسی سهم (price action) را می آموزید



ثبت نام حضوری و تلفنی

مشهد

بلوار شهید صادقی (سازمان آب)

صادقی ۱۸ - شماره ۲۵

تلفن: ۳۷۰۰۹۲۲۵

ساعت پاسخگویی: ۱۸-۱۰

ثبت نام اینترنتی

www.edu-kh.ir