# فرار سرمایه از تولید؛ چرا پول‌ها به طلا و سکه می‌روند؟

■ **بررسی‌های اقتصادی نشان می‌دهد که کشورهایی که توانسته‌اند سرمایه‌گذاری‌های هدفمند دربخش تولید را افزایش دهند، علاوه‌بر اشتغال پایدار، به رشد اقتصادی قابل توجهی نیز دست یافته‌اند.**

**گروه اقتصادی-** سرمایه‌گذاری در بخش تولیدی، موتور محرک اقتصادی و عامل اصلی رشد پایدار درهر کشوری است. بررسی‌های اقتصادی نشان می‌دهد که کشورهایی که توانسته‌اند سرمایه‌گذاری‌های هدفمند دربخش تولید را افزایش دهند، علاوه‌بر اشتغال پایدار، به رشد اقتصادی قابل توجهی نیز دست یافته‌اند. برای مثال طبق گزارش بانک جهانی، افزایش ۱۰ درصدی سرمایه‌گذاری در تولید می‌تواند منجر به رشد ۲ تا ۳ درصدی در تولید ناخالص داخلی شود. در ایران، باوجود ظرفیت‌های عظیم صنعتی و منابع غنی، سهم سرمایه‌گذاری در تولید به‌ویژه بخش خصوصی همچنان پایین است. براساس آمارهای رسمی، نرخ تشکیل سرمایه ناخالص در دهه اخیر کاهش داشته و از حدود ۳۰ درصد در سال‌های قبل به کمتر از ۲۰ درصد در سال‌های اخیر رسیده است که این موضوع زنگ خطری برای آینده تولید و اشتغال کشور محسوب می‌شود. بادرنظر گرفتن شعار سال ۱۴۰۴ بامحوریت سرمایه‌گذاری برای تولید، ضروری است که سیاست‌های حمایتی در راستای جذب سرمایه‌های داخلی و خارجی به سمت بخش تولیدی هدایت شود. در این مسیر، تأمین مالی مناسب، کاهش موانع اداری، حمایت از کارآفرینان و بهبود فضای کسب و کار از جمله راهکارهایی هستند که می‌توانند به تحقق این هدف کمک کنند. اکنون زمان آن رسیده است با رویکردی علمی و عملی، موانع سرمایه‌گذاری در تولید را برطرف کرده و مسیر رشد اقتصادی کشور را هموار سازیم.

حرکت به سمت تولید: زمانی که پیش فروش سکه و طلا توسط رئیس بانک مرکزی حذف شود.

یکی از موانع اساسی در مسیر رونق تولید کشور، عدم هدایت منابع مالی مردم به سمت بخش‌های مولد است. درسال‌های اخیر، پیش فروش سکه و طلا به یکی از راه‌های جذاب سرمایه‌گذاری برای مردم تبدیل شده است. طبق آمار بانک مرکزی، در سال ۱۴۰۱، بیش از ۵ میلیون سکه توسط بانک مرکزی در قالب پیش فروش به مردم عرضه شد. این رقم معادل حدود ۱۵ هزار میلیارد تومان است که این منابع می‌توانستند به جای هدایت به سمت بازارهای غیرمولد، به سمت بخش‌های تولیدی و صنایع مولد سوق یابند.

چرا پیش فروش سکه مانع حرکت به سمت تولید می‌شود؟

هرساله بخش بزرگی از نقدینگی مردم به سمت خرید سکه و طلا می‌رود و به‌جای اینکه در تولید هزینه شود، دربازارهای غیرمولد قفل می‌شود. برای مثال اگر تنها ۱۰ درصد از این ۱۵ هزار میلیارد تومان که مردم در خرید سکه سرمایه‌گذاری کرده‌اند، به بخش تولیدی اختصاص یابد؛ یعنی حدود ۱۵۰۰ میلیارد تومان، می‌توان انتظار داشت که رشد قابل توجهی در صنایع مختلف و به‌ویژه صنعت‌های انرژی‌بر، مانند صنعت فولاد و سیمان مشاهده شود. طبق گزارش‌های مرکز آمار ایران، سرمایه‌گذاری ۱۵۰۰ میلیارد تومانی دربخش صنعت می‌تواند به افزایش ۴ الی ۵ درصدی تولید صنعتی و درنتیجه افزایش تولید ناخالص داخلی کشور منجر شود.

طبق آمار وزارت صنعت، معدن و تجارت، هر یک میلیارد تومان سرمایه‌گذاری در بخش صنعت، به‌طور متوسط می‌تواند به ۵۰ نفر شغل مستقیم ایجاد کند. حال اگر ۱۵۰۰ میلیارد تومانی که در خرید سکه و طلا خرج می‌شود، به بخش تولید تخصیص یابد، این مبلغ می‌تواند منجر به ایجاد حدود ۷۵ هزار شغل مستقیم در بخش‌های مختلف صنعتی و تولیدی شود. این درحالی است که درحال حاضر نرخ بیکاری در کشور حدود ۱۰ درصد است و این میزان سرمایه‌گذاری در کاهش چشمگیر نرخ بیکاری می‌تواند مؤثر واقع شود. فارغ از نکته بیان شده، طبق گزارش‌های اقتصادی، این سرمایه‌گذاری می‌تواند باعث افزایش ۲ تا ۳ درصدی تولید ناخالص داخلی کشور شود.

بانگاهی به داده‌های بانک مرکزی از پیش فروش سکه در سال ۱۴۰۳، می‌توان به نحو بهتری بحث خود را ارائه و تبیین کرد.

اگر این منابع مردمی به سمت تولید و سرمایه‌گذاری در تولید حرکت می‌کرد، چقدر تولید ناخالص داخلی و در نتیجه آن رشد اقتصادی رخ می‌داد. طبق گزارش مرکز آمار و مرکز پژوهش‌ها سرمایه‌گذاری در طلا و سکه حدود ۶۰ درصد براورد شده است. این درحالی است که در بخش تولیدی سرمایه‌گذاری چیزی در حدود ۱۰ الی ۱۵ درصد بوده است که اگر آن ۶۰ درصد نیز به سمت تولید سوق داده شوند، گام بلندی در راستای تحقق سرمایه‌گذاری برای تولید برداشته خواهد شد.

درمجموع، هدایت نقدینگی مردم به بازارهای غیرمولدی مانند پیش‌فروش سکه، نه‌تنها مانعی برای رشد اقتصادی است، بلکه باعث افزایش بیکاری، تورم و ناپایداری اقتصادی است. وظیفه دولت به‌جای پیش فروش سکه، ایجاد سازوکارهای جدید و سوق دادن مردم به سمت سرمایه‌گذاری در تولید است نه صحبت در مورد سکه و طلا!

اگر دولت به این سمت حرکت کند و سازوکارهای لازم برای تولید ایجاد کند، رشد اقتصادی چندین برابر می‌شود و در کنار آن موجب افزایش اشتغال و کاهش فشار تورمی می‌شود. اکنون زمان آن است که دولت به‌جای استفاده از سیاست‌های کوتاه‌مدت، رویکردهای بلندمدت و پایدار برای حمایت از تولید و سرمایه‌گذاری مولد اتخاذ شود. با ادامه روند فوق، صرفا فضای بازارهای غیرمولد جذاب‌تر باقی می‌ماند و نمی‌توان به سوق‌دهی سرمایه مردم در امر تولید امیدوار ماند.

رحمانی استاد اقتصاد:

## سیاست تثبیت اقتصادی باید به کنترل تورم منجر شود

**گروه اقتصادی -** یک استاد اقتصاد گفت: سیاست تثبیت اقتصادی باید به کنترل تورم و جلوگیری از دور شدن رشد اقتصادی از هدف گذاری منتهی شود.

تیمور رحمانی در نشست تحلیلی ارزیابی آثار و نتایج سیاست‌های تثبیت اقتصادی طی سال‌های ۱۴۰۱ و ۱۴۰۲، با تشریح مسیر تورمی سال ۱۴۰۱ و اثر آن بر ثبات بازار در سال ۱۴۰۲ گفت: یکی از سوالات در رابطه با سیاست تثبیت اقتصادی این است که آیا این سیاست پولی تا چه میزان موثر و کاربردی بوده است. اساسا سیاستگذاری در اقتصاد کلان از جنس سیاست تثبیت است. در سیاست تثبیت تورم باید تحت کنترل باشد و اجازه داده نشود که رشد اقتصادی از هدف گذاری فاصله بگیرد.

وی افزود: موضوع دیگر این است که از دهه ۸۰ به بعد مباحثی مطرح شد مبنی بر اینکه اگر قرار باشد سیاست مالی مطلوب عمل نکند، سیاست پولی نمی‌تواند به نتیجه برسد. این استاد اقتصاد با تشریح عوامل مهم و اثرگذار بر تداوم تورم بالا گفت: عوامل موثر بر تدام متوسط تورم بالا شامل چهار گذاره مهم یعنی رشد کل‌های پولی و نقدینگی، دستورهای مالی دولت متنهی به کسری بودجه آشکار و نهان دولت (تسهیلات تکلیفی)، پدیده رانت جویی منتهی به کسری بودجه دولتی و تلاش برای رفاه بدون توجه به توسعه اقتصادی، است که نقش بسیار مهم و بنیادینی در تدام روند اثرگذار و افزایشی تورم داشته است.

رحمانی خاطر نشان کرد: در سال ۱۴۰۱ شوک ناشی از حذف ناگهانی ارز ترجیحی و شوک سیاسی حوادث سال ۱۴۰۱ نقش بسیار اثرگذاری در تورم سال ۱۴۰۱ داشت و حتی در نیمه دوم سال ۱۴۰۱ افزایش نرخ تورم ماهانه و تورم نقطه به نقطه نیز باعث شد دینامیک روند افزایشی تورم ادامه پیدا کند. علاوه بر آن بر اساس تحلیل تاریخی داده‌ها هر زمانی که جهش ارزی رخ دهد فشار بالایی به کل‌های پولی وارد می‌شود که همین موضوع بر افزایش تورم در سال ۱۴۰۱ اثرگذار بود.

وی اظهار کرد: با این حال، عوامل چند وجهی از جمله بهبود روابط با همسایگان به‌خصوص با عربستان صعودی، کاهش تنش‌های داخلی، افزایش درآمدهای ارزی و بهبود دسترسی به درآمدهای ارزی، بسته اعمالی بانک مرکزی مبنی بر تشدید سیاست کنترل ترازنامه رخ داد که در انتهای سال ۱۴۰۲ شاخص‌های نقدینگی، پایه پولی و حجم پول نسبت به سال ۱۴۰۱ کاهش و بهبود یافت.

این استاد اقتصاد در پایان خاطرنشان کرد: در انتهای ۱۴۰۱ رشد دارایی‌های بازارهای مالی نرخ ارز، مسکن و سهام به ترتیب ۹۷ درصد، ۸۵ درصد و ۴۳ درصد بود در حالی که این رشد در انتهای سال ۱۴۰۲ به ترتیب به ۱۹ درصد، ۲۵ درصد و ۱۴ درصد رسید که نشان دهنده آن است که سیاست تثبیت تا حدودی توانست از تدام افزایش تورم جلوگیری و آن را مهار کند اما تا زمانی که عوامل و مولفه‌های اثر گذار بر کسری بودجه و تداوم تورم وجود داشته باشد، سیاست تثبیت قادر به کاهش قابل توجه تورم نخوهد بود.

رئیس کمیسیون اقتصاد کلان اتاق بازرگانی ایران عنوان کرد:

## سرمایه‌گذاری بدون اعتماد، معادله‌ای ناقص است

**گروه اقتصادی -** رئیس کمیسیون اقتصاد کلان اتاق بازرگانی ایران ضمن تاکید بر ابعاد فرامالی سرمایه‌گذاری علاوه بر بُعد مالی موضوع که از اهمیت چه بسا بیشتر از متغیرها و آورده مالی جهت سرمایه‌گذاری دارد، تحقق شعار "سرمایه‌گذاری برای تولید" را در گروی بازتعریف مفاهیمی همچون اعتماد، شفافیت و ثبات سیاست‌گذاری دانست؛ وی معتقد است که بدون اصلاح نگاه حاکم بر فضای اقتصادی، حتی منابع مالی نیز نمی‌توانند موتور محرک تولید باشند.

جلسه‌ای با نگاه بررسی ابعاد این موضوع که "سرمایه‌گذاری، تنها جریان پول نیست؛ بلکه جریان معناست" برگزار شد که طی آن زیرساخت‌های لازم و الزامات تحقق شعار سال ۱۴۰۴ بررسی شد تا این مهم که فراهم کردن بستر لازم و زیرساخت‌ها برای یک سرمایه‌گذاری، حتی شاید مقدم بر خود بُعد مالی سرمایه‌گذاری است. آنچه که پر واضح است و در این نشست به‌عنوان موضوع جلسه مدنظر بود این است که "سرمایه‌گذاری" دو گونه متغیر دارد؛ متغیر مالی و متغیر غیر مالی؛ متغیر مالی عموما در اختیار سرمایه گذار است اما متغیر غیر مالی را عموماً دولت، مجلس، قوه قضائیه و حاکمیت در اختیار دارند.

در این رابطه با فرج‌الله معماری-رئیس کمیسیون اقتصاد کلان اتاق بازرگانی ایران- گفت‌وگویی انجام شده تا پیرامون الزامات و پیش‌نیازهای تحقق سرمایه‌گذاری در کشور با نگاهی کلی و جامع مورد بررسی قرار داده شود؛ وی با نگاهی تأمل‌برانگیز تاکید دارد که سرمایه‌گذاری، فراتر از تبادل منابع مالی، جریانی از معنا، اعتماد، و افق‌گشایی در زیست‌بوم اقتصاد ملی است و تحقق شعار "سرمایه‌گذاری برای تولید" نیازمند باز تعریف عناصری است که گرچه در ظاهر، مالی نیستند، اما بستر اصلی حرکت سرمایه را شکل می‌دهند.

**سرمایه‌گذاری؛ معادله‌ای با مجهولات فرامالی**

آنچه که امروز به‌عنوان ابعاد غیرمالی سرمایه‌گذاری از آن یاد می‌شود، در واقع مجموعه‌ای از مؤلفه‌های بنیادین است که تحقق سرمایه‌گذاری را ممکن و مؤثر می‌سازند؛ مؤلفه‌هایی نظیر ثبات تصمیم‌سازی، انسجام نهادی، پیش‌بینی‌پذیری اقتصاد، و همچنین احساس امنیت حقوقی و احترام به مالکیت به گفته این فعال اقتصادی، باید بپذیریم که سرمایه‌گذاری صرفاً به‌معنای گردش سرمایه یا تزریق منابع مالی نیست؛ معماری بانگاهی مبتنی بر تجربه و شناخت محیط کسب‌وکار در ایران، این بُعد را یکی از مغفول‌مانده‌ترین ارکان سرمایه‌گذاری در دهه‌های اخیر دانسته و افزود: تازمانیکه ذهن‌ها، صرفاً معطوف به نرخ سود و میزان تسهیلات بانکی است، از پی‌ریزی زیرساخت‌های غیرملموسی که بستر پایداری سرمایه‌گذاری هستند، غفلت خواهیم کرد.

**سال ۱۴۰۴؛ فرصتی برای بازتعریف نگاه به سرمایه‌گذاری**

رئیس اتاق بازرگانی سمنان، نام‌گذاری سال ۱۴۰۴ به‌عنوان "سال سرمایه‌گذاری برای تولید" را فرصتی مغتنم جهت بازاندیشی در الزامات سرمایه‌گذاری عنوان و تصریح کرد: اگر بخواهیم این شعار به فرجامی عملی منجر شود، باید نگاه‌ها را از صرفِ تأمین منابع به سوی مدیریت زمینه‌ها سوق دهیم. تولید، بدون سرمایه‌گذاری ممکن نیست و سرمایه‌گذاری نیز بدون اعتماد، شفافیت و تضمین بازگشت سرمایه، به جریان نمی‌افتد. وی تاکید کرد: آنچه سرمایه را به حرکت درمی‌آورد، نه فقط عدد و رقم ترازنامه‌ها، بلکه کیفیت سیاست‌گذاری، شفافیت رویه‌ها و ادراک فعالان اقتصادی از محیط پیرامون است. رئیس کمیسیون اقتصاد کلان اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی ایران، با بیان اینکه عنصر اعتماد به‌عنوان مهم‌ترین دارایی پنهان اقتصاد است، گفت: در ادبیات اقتصادی امروز، از سرمایه اجتماعی به‌عنوان پیش‌شرط توسعه پایدار یاد می‌شود؛ اعتماد عمومی و نهادی، بستر شکل‌گیری روابط اقتصادی است. سرمایه‌گذار باید بتواند به افق‌ها، داده‌ها، قوانین، تداوم سیاست‌ها و از همه مهم‌تر، به تعامل سالم با دولت و نهادهای حاکم اعتماد کند.

معماری ادامه داد: در غیاب چنین اعتمادی، حتی وجود منابع عظیم مالی نیز نمی‌تواند به خلق سرمایه‌گذاری منجر شود؛ چراکه ریسک ادراک شده از سوی فعال اقتصادی، به‌مراتب بزرگ‌تر از ریسک واقعی خواهد بود.

**چند پیشنهاد برای ارتقای بستر سرمایه‌گذاری**

این فعال اقتصادی در ادامه، چند پیشنهاد مشخص برای تقویت ابعاد غیرمالی سرمایه‌گذاری به شرح زیر عنوان کرد:

**۱- ثبات در سیاست‌گذاری اقتصادی و تجاری:** تصمیمات ناپایدار، سرمایه‌گذاری را از نفس می‌اندازد. تدوین چشم‌اندازهای میان‌مدت و بلندمدت و التزام به آن‌ها، یکی از پیش‌نیازهای قطعی حرکت سرمایه است.

**۲- تقویت نظام حقوقی و قضاوت اقتصادی:** حمایت واقعی از مالکیت خصوصی، تسهیل فرایند حل‌وفصل اختلافات و شفاف‌سازی قواعد داوری اقتصادی، بستر شکل‌گیری اعتماد است.

**۳- بهبود تصویر ذهنی ایران در فضای سرمایه‌گذاری بین‌المللی:** معرفی فرصت‌های سرمایه‌گذاری با روایت حرفه‌ای، مستندسازی موفقیت‌های بخش خصوصی و کاهش ریسک‌های ادراکی، مسیر جذب سرمایه خارجی را هموار می‌سازد.

**۴- گسترش دیپلماسی اقتصادی مؤثر:** تعامل سازنده با بازارهای هدف، حضور فعال در مجامع اقتصادی بین‌المللی و ایجاد پیوند میان دیپلماسی رسمی و بخش خصوصی، می‌تواند دریچه‌های تازه‌ای برای جریان سرمایه بگشاید.

به اعتقاد معماری، همانطور که تصویری روشن از ضرورت‌های پنهان در فرآیند سرمایه‌گذاری ترسیم شد، چنانچه بناست سال ۱۴۰۴، نقطه عطفی در مسیر "سرمایه‌گذاری برای تولید" باشد، باید فهم تازه‌ای از زیربناهای فرامالی سرمایه‌گذاری در ذهن سیاست‌گذاران و فعالان اقتصادی نهادینه شود. سرمایه‌گذاری، بدون معنا، ممکن نیست. معنا نیز، بدون زبان اعتماد، شکل نمی‌گیرد و این مسیری است که از آن، می‌توان با عنوان "جریان معنا" یاد کرد.

## فروشگاه‌های بزرگ لوازم خانگی در حال حذف کسب و کارهای خرد هستند

**گروه اقتصادی -** رئیس اندیشکده حکمرانی هوشمند گفت: عملکرد فروشگاه‌های بزرگ لوازم خانگی می‌تواند مصداق دامپینگ، اخلال در رقابت، قیمت‌گذاری تهاجمی و اظهارات گمراه‌کننده باشد.

سیدطه‌حسین مدنی گفت: دامپینگ در بعد بین‌المللی به معنای صادرات یک کالا با قیمت پایین‌تر از قیمت تمام‌شده، برای حذف تولیدکنندگان آن کالا در کشور هدف است. کشورها در این بخش با لحاظ کردن تعرفه، درصدد جلوگیری از چنین وضعیتی برمی‌آیند. دامپینگ در بازار داخلی به معنای ایجاد شرایطی برای حذف رقبای داخلی و کسب و کارهای کوچک‌تر است که کشورها با قوانین مربوط به حقوق مصرف کننده و منع انحصار به مقابله با آن می‌پردازند.

مدنی با بیان اینکه یکی از مواردی که می‌تواند درباره فروشندگان بزرگ لوازم خانگی مورد بحث قرار گیرد موضوع دامپینگ است؛ افزود: این فروشگاه‌های بزرگ فروش لوازم خانگی با ایجاد شرایطی در صدد حذف رقبا و فروشنده‌ها خرد هستند و متأسفانه نهادهای نظارتی و متولی، طی این چند سال دقت و نظارت کافی بر این مسأله نداشته‌اند.

**صدا و سیما و بیلبوردهای شهری در قبضه هایپرهای لوازم خانگی با وجود تأکید قانون بر رقابت و منع انحصار**

مدنی درباره مسأله ایجاد انحصار توسط فروشگاه‌های بزرگ لوازم خانگی، ادامه داد: این فروشگاه‌ها با سرمایه زیادی که در اختیار دارند یک فضای انحصاری در تبلیغات صدا و سیما و بیلبوردهای شهری به وجود آورده‌اند که کسب و کارهای خرد و فروشگاه‌های کوچک‌تر را کاملاً تحت تأثیر این انحصار قرار داده است. در صورتی که حاکمیت به این رفتار توجهی نشان ندهد؛ رفته رفته رقابت از این بازار حذف و معدود فروشگاه‌های باقی مانده در این زمینه جولان خواهند داد. این وضعیت علاوه بر اینکه تولیدکنندگان را تحت فشار قرار خواهد داد؛ به ضرر مردم هم تمام خواهد شد.

وی گفت: این رفتار انحصارگرایانه در حالی است که در بند ج تصویب نامه شورای عالی اجرای سیاست‌های کلی اصل چهل و چهارم (۴۴) قانون اساسی موضوع سازماندهی فعالیت‌های فرهنگی تبلیغاتی برای اجرای سیاست‌های کلی اصل چهل و چهارم (۴۴) قانون اساسی، بر توسعه و ترویج فرهنگ رقابت و منع انحصار و اشاعه فرهنگ رقابت سالم و مقابله با رفتارهای اقتصادی انحصارگرایانه تاکید شده است اما رفتار فروشگاه‌های بزرگ لوازم خانگی مغایر با این تصویب نامه است.

**راسته‌ها در تیررس هایپرهای لوازم خانگی**

رئیس اندیشکده حکمرانی هوشمند اضافه کرد: این فروشگاه‌های بزرگ با انتخاب هدفمند مناطق خاصی که در آن تولید و فروش لوازمی چون مبل و ... وجود دارد؛ به تخریب و تبلیغ علیه تولیدکنندگان و فروشندگان خرد می‌پردازند. مصادیق این رفتار خلاف اخلاق و ضد رقابت سالم را می‌توان مثلاً در منطقه کاسه‌گران، کلهری و شهر قائم‌شهر قم که جزئی از مراکز اصلی تولید و ارسال مبلمان به بسیاری از شهرهای مرکزی ایران است و حتی منطقه یافت‌آباد تهران به عنوان منطقه فروش قدیمی این حوزه دید که یکی از این فروشگاه‌ها با تبلیغات گسترده از مردم خواسته به جای گشتن در شهر به این فروشگاه بروند.

وی خاطرنشان کرد: در این بخش وزارت ارشاد، شهرداری و صدا و سیما باید با این رفتار مقابله کنند و جلوی تخریب دیگر رقبا به این شکل را بگیرند ولی متأسفانه این بخش هم رها شده و اقدام خاصی در قبال آن صورت نمی‌گیرد.

**ارائه هدیه به ازای خرید اگر منجر به اخلال در رقابت شود؛ غیرقانونی است**

مدنی در ادامه گفت: فروشگاه‌های بزرگ لوازم خانگی با پیشنهاداتی چون ارائه هدیه در صورت خرید از آنها، شرایط بازار را به نفع خود و به ضرر فروشندگان با توان مالی کمتر تغییر داده‌اند. این در حالی است که قانون، چنین رفتارهایی که می‌تواند منجر به اخلال در رقابت شود را منع کرده است.

وی گفت: ممنوع بودن این رفتار در ماده ۴۵ اصلاح موادی از قانون برنامه چهارم توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی جمهوری اسلامی ایران و اجرای سیاست‌های کلی اصل چهل و چهارم قانون اساسی آمده و طبق آن، اعمالی که منجر به اخلال در رقابت می‌شود مثل ارائه هدیه، جایزه، تخفیف یا امثال آنکه موجب وارد شدن لطمه جدی به دیگران شود؛ ممنوع شده است.

رئیس اندیشکده حکمرانی هوشمند افزود: در همین قانون اظهارات گمراه کننده مانند نازل جلوه دادن کالای رقبا هم منع شده است اما تبلیغات برخی از این فروشگاه‌ها، کالای رقبا را هدف گرفته است. یا مواردی که درباره تضمین قیمت در برخی از این فروشگاه‌ها مطرح می‌شود هم خلاف واقع است. تجربه افرادی که با این موضوع مواجه شده‌اند این موضوع را نشان داده و مواردی از این اظهارات خلاف واقع هم قبلاً رسانه‌ای شده است. برخی از مشتریان این فروشگاه لوازم خانگی در زمینه گارانتی و تحویل به موقع کالای سفارش داده شده هم با مشکلاتی مواجه شده‌اند.

**آیا با یک وضعیت تبعیض آمیز به نفع فروشگاه‌های بزرگ لوازم خانگی مواجه هستیم؟**

مدنی ادامه داد: در ماده ۵۲ این قانون هم هرگونه کمک و اعطا امتیاز دولتی (ریالی، ارزی، اعتباری، معافیت، تخفیف، ترجیح، اطلاعات یا مشابه آن)، به صورت تبعیض‌آمیز به یک یا چند بنگاه یا شرکت که موجب تسلط در بازار یا اخلال در رقابت شود، ممنوع است. این موضوع در رابطه با فروشگاه‌های بزرگ لوازم خانگی نیازمند بررسی است. مثلاً نوع تملک یا اجاره برخی املاک عمومی در تهران توسط یکی از این فروشگاه‌ها نیازمند بررسی است و باید مشخص شود که آیا مجموعه‌های دیگر هم می‌توانند چنین امتیازاتی را از شهرداری یا ادارات دولتی دریافت کنند یا در این زمینه تبعیض وجود دارد؟ یا شرایط تسهیلات خرید دیون توسط برخی بانک‌ها که به این فروشگاه‌ها تعلق می‌گیرد تا به وسیله آن مردم را تشویق به خرید قسطی و بلندمدت از آنها کنند هم می‌تواند تبعیض‌آمیز باشد.

وی خاطرنشان کرد: در بحث خرید دین توسط بانک‌ها که در رابطه با این فروشگاه‌های بزرگ لوازم خانگی مطرح است. به نظر می‌رسد محدودیت‌هایی که بانک مرکزی برای بانک‌ها جهت خرید دین گذاشته شده است؛ در قبال این فروشگاه‌ها رعایت نمی‌شود. مثلاً بانک‌ها چک‌های باسررسید بیش از ۱۲ ماهه مشتریان این فروشگاه‌ها را خریداری می‌کنند و این عملاً منجر به ایجاد یک رقابت نابرابر برای سایر رقبا و فروشگاه‌های خرد می‌شود.

**شورای رقابت، وزارت صمت و دادستانی باید بر این وضعیت نظارت کنند**

مدنی با بیان اینکه چنین مواردی نیازمند بررسی است؛ گفت: طبق ماده ۶۲ این قانون شورای رقابت تنها مرجع رسیدگی به رویه‌های ضدرقابتی است و مکلف است رأساً و یا بر اساس شکایت هر شخصی اعم از حقیقی یا حقوقی از جمله دادستان کل یا دادستان محل بررسی و تحقیق در خصوص رویه‌های ضدرقابتی را آغاز و در چهارچوب ماده (۶۱) این قانون تصمیم بگیرد.

وی توضیح داد: در این قانون عنوان شده که شورای رقابت مکلف است رأساً به بررسی موارد خلاف قانون بپردازد. این یعنی حتی اگر شکایتی هم از طرف اشخاص حقیقی یا حقوقی وجود نداشته باشد؛ شورای رقابت باز هم مکلف است رویه‌های غیررقابتی را رصد کرده و مورد بررسی قرار دهد و درباره آن تصمیم بگیرد.

رئیس اندیشکده حکمرانی هوشمند در ادامه گفت: قانون حمایت از مصرف کننده هم از جمله منابع قانونی است که رفتار فروشگاه‌های بزرگ لوازم خانگی می‌تواند براساس آن مورد بررسی قرار گیرد. مثلاً در ماده ۷ این قانون، تبلیغات خلاف واقع و ارائه اطلاعات نادرست که موجب فریب یا اشتباه مصرف کننده از جمله از طریق وسایل ارتباط جمعی، رسانه‌های گروهی و برگه‌های تبلیغاتی شود، ممنوع است. تبلیغات برخی از این فروشگاه‌ها با مضامینی چون «بیهوده در شهر نگردید»، «کف قیمت‌ها»، «با سود کمتر از یک درصد قسطی بخر» و «با هر شرایطی قسطی بخر» را می‌توان نوعی تبلیغات خلاف واقع ارائه اطلاعات نادرست دانست که موجب فریب یا اشتباه مصرف کننده می‌شود.

رئیس اندیشکده حکمرانی هوشمند افزود: در این بخش هم ماده ۱۵ قانون حمایت از مصرف کننده عنوان کرده که به منظور اجرای مقررات این قانون و سایر قوانین و مقرراتی که موضوع آنها به طور صریح یا ضمنی حمایت از حقوق مصرف کننده است؛ وزارت صمت مکلف است از طریق بازرسان سازمان‌های ذی ربط خود، فعالیت اشخاص حقیقی و حقوقی موضوع این قانون را نظارت و بازرسی کرده و در صورت مشاهده تخلف، مراتب را به سازمان تعزیرات حکومتی جهت رسیدگی گزارش کند.

وی افزود: این یعنی وزارت صمت هم طبق قانون حمایت از مصرف کننده، مانند شورای رقابت، نباید منتظر شکایت خصوصی باشد و موظف است فعالانه بازار را برای برخورد با تخلفات، رصد و بازرسی کند.

رئیس اندیشکده حکمرانی هوشمند درباره بحث نظارت با بیان اینکه قانون در این زمینه سکوت نکرده است؛ خاطرنشان کرد: بحث تسهیل رقابت، منع انحصار و جلوگیری از اخلال در رقابت در اجرای سیاست‌های کلی اقتصاد مقاومتی هم مورد تأکید قرار گرفته و طبق آن دادستان‌ها هم موظف هستند چنانچه به مواردی از اخلال در رقابت در حوزه کسب و کار توسط اشخاص حقیقی و حقوقی، از جمله بنگاه‌های اقتصادی برخورد کنند، پس از انجام تحقیقات لازم و تهیه مستندات باید نسبت به اعلام شکایت به شورای رقابت اقدام و مراتب را به دادستان کل کشور نیز جهت پیگیری اعلام کنند.

وی تصریح کرد: ادامه رویه فعلی از سوی فروشگاه‌های بزرگ لوازم خانگی، نه تنها به تقویت تولیدکننده‌های داخلی و رونق کسب و کارها منجر نمی‌شود؛ بلکه آثار به‌شدت ضدحمایتی خواهد داشت و علاوه بر نابودی کامل تولیدکنندگان بر اثر اعمال شرایط دستوری از سوی این فروشندگان بزرگ، مصرف‌کنندگان را نیز متضرر خواهد کرد و حتی ممکن است به قیمت از بین رفتن کامل شرکت‌های تولیدکننده لوازم خانگی منجر شود.

رئیس اندیشکده حکمرانی هوشمند در پایان گفت: با توجه به مواد قانونی که به آن اشاره شد؛ از مسئولین ذی‌ربط می‌خواهیم با جدیت به این نوع تخلفات واکنش رسمی و عمومی بدهد تا مردم در مدت کوتاه نتیجه آن را ببینند. ضمن اینکه مجدداً یادآوری می‌شود ادامه این رویه، علاوه بر اینکه از مصادیق محرز ترک فعل است؛ می‌تواند ضربه جبران‌ناپذیری به اقتصاد و تولید ناخالص داخلی کشور وارد کند.

## بانک مرکزی سامانه نیما را با نام "بازار توافقی" احیا کرد

**گروه اقتصادی-** یک کارشناس اقتصادی گفت: دولت و بانک مرکزی به همان مکانیسم نیما با عنوان جدید بازار توافقی (بازار ارز تجاری) برگشته و نیما را دوباره احیا کرده است.

هفته گذشته رییس کل بانک مرکزی در گزارش برنامه‌ها و اولویت‌های بانک مرکزی در سال جاری یکی از اهداف و برنامه‌های این نهاد را تثبیت نرخ ارز در بازار ارز تجاری در کانال مشخص اعلام کرد. به باور برخی از کارشناسان اقتصادی این اظهارات «محمدرضا فرزین» به معنای عقب نشینی بانک مرکزی از سیاست‌های بازار ارز تجاری با فلسفه شناور بودن نرخ ارز بر اساس عرضه و تقاضای واردکنندگان و صادرکنندگان در بازار ارز تجاری (بازار توافقی) است.

قرار بر این بود که راه‌اندازی بازار ارز تجاری یکی از گام‌های مهم در راستای اجرای سیاست تک نرخی کردن ارز باشد اما از این صحبت‌های فرزین توقف قیمت ارز در یک محدوده قیمتی تفسیر و تلقی می‌شود؛ به عبارت دیگر توقف اجرای سیاست تک نرخی کردن ارز. دولت و بانک مرکزی به همان مکانیسم نیما با عنوان جدید بازار توافقی (بازار ارز تجاری) برگشته و نیما را دوباره احیا کرده است.

صنایع چوب حلاج کیش
کلیه سفارشات
MDF، چوبی
دکوراسیون غرفه و منزل
تلفن: ۷۶۹۸۲۵۲