دلیل ضربه فنی شدن سوپرمارکت‌ها در دوئل با فروشگاه‌های زنجیره‌ای؛

عدم ارائه فاکتور و پاسخگو نبودن

سپهرغرب، گروه اقتصادی – طاهره ترابی‌مهوش: یک کارشناس حوزه کسب و کار با اشاره به اینکه فروشگاه‌های زنجیره‌ای به‌دلیل ارائه فاکتور و پاسخگو بودن در برابر کالایی که به مردم ارائه می‌کنند ازسوی مشتریان مورد استقبال قرار گرفته‌اند گفت: متأسفانه این دو مزیت را در کسب و کارهای کوچک مقیاس شاهد نیستیم.

خرید بخشی جدایی‌ناپذیر و ناگزیر از زندگی ما است، همه ما هرازگاهی مجبور می‌شویم برای تهیه مایحتاج خود به فروشگاه‌های مختلف سر بزنیم و به خرید بپردازیم. سوپرمارکت‌ها یکی از فروشگاه‌هایی هستند که از سال‌ها پیش به رفع نیازهای روزمره ما می‌پرداختند با این حال، امروزه، ظهور هایپرمارکت‌ها قواعد بازی را تغییر داده است.

حال آنکه هایپرمارکت، ترکیبی از سوپرمارکت با فروشگاه‌های مختلف است که هدف اصلی آن، ارائه تمامی امکانات، زیر یک سقف، به مشتریان است و افراد معمولاً با هدف خرید اقلام ضروری، به‌شکل یک‌جا و با تخفیف بیشتر، به هایپرمارکت‌ها مراجعه می‌کنند.

به دیگر سخن در طول سالیان اخیر، فروشگاه‌های زنجیره‌ای با رشد قابل توجه روبه‌رو شده‌اند، موضوعی که به اعتقاد برخی فرصتی ویژه محسوب می‌شود که دست واسطه‌ها و دلالان را کوتاه می‌کند و برخی دیگر معتقدند تعطیلی و ورشکستگی اصناف خُرد از نتایج آن خواهد بود.

بر این اساس با توجه به اهمیت موضوع برآن شدیم تا با کارشناس حوزه کسب و کار گفت‌وگویی ترتیب دهیم که در ادامه می‌خوانید:

حمید حاج‌اسماعیلی با بیان اینکه سابقه فعالیت فروشگاه‌های بزرگ زنجیره‌ای در ایران زیاد نیست گفت: گرچه جرقه فعالیت این فروشگاه‌ها به چند دهه قبل در کشور بازمی‌گردد اما در آن مقطع زمانی با مشکل روبه‌رو شدند، تنها در یک دهه گذشته است که گسترش یافته و مورد استقبال قرار گرفته‌اند.

وی با تأکید بر اینکه در همه کشورهای توسعه‌یافته چنین فروشگاه‌هایی وجود دارد تا مردم بتوانند بیشتر مایحتاج خود را از یک مرکز خریداری کنند، افزود: درواقع استقرار این گونه فروشگاه‌ها موضوع جدیدی نیست که ما فکر کنیم تنها در کشور ما شاهد وجود آن هستیم.

وی با اشاره به اینکه این فروشگاه‌ها را از بعد اقتصادی می‌توان کار خوبی قلمداد کرد و به همین دلیل هم مورد استقبال مردم قرار گرفته‌اند، اذعان کرد: نظارت بر آن‌ها نسبت به واحدهای خرد بیشتر است که همین یک مزیت به‌شمار می‌رود.

این کارشناس حوزه کسب و کار با بیان اینکه در توزیع سراسری کالاها و مایحتاج مردم نیز از سوی دستگاه‌های ذی‌صلاح به‌صورت ویژه‌تری مورد کنترل قرار می‌گیرند اذعان کرد: در عین حال مردم به‌صورت متمرکز و در زمان کمتری نسبت به خرید همه اقلام زندگی خود در این فروشگاه‌ها اقدام می‌کنند.

حاج‌اسماعیلی ارائه فاکتور و پاسخگوبودن در برابر کالایی که عرضه می‌کنند را ازجمله مزیت‌های این فروشگاه‌ها اعلام کرد و گفت: این پاسخگویی و شفافیت را ما در واحدهای فروش کوچک‌مقیاس در محلات شاهد نیستیم.

وی با تأکید بر اینکه اصل وجود فروشگاه‌های زنجیره‌ای و بزرگ در شهرها مورد تأیید بوده و ازسوی مردم اقبال نسبت به آن‌ها بیشتر است، خاطرنشان کرد: درواقع نمی‌توان به وجود آن‌ها اشکالی وارد کرد اما در پاسخ به اینکه آیا کسب و کارهای کوچکی که در محلات فعالیت دارند تحت تأثیر این فروشگاه‌ها قرار می‌گیرند؛ باید بگویم قطعاً این طور نیست چراکه دسترسی به این فروشگاه‌ها به لحاظ زمانی و فاصله قابل مقایسه با واحدهای صنفی کوچک‌مقیاسی که در محلات با تعداد بالا وجود دارند یکی نیست؛ بنابراین بسیاری از شهروندان بنا به مضیقه زمانی و نیاز به دسترسی زودهنگام مایحتاج روزمره خود همچنان به این واحدهای محلی مراجعه می‌کنند.

این کارشناس اقتصادی ادامه داد: درواقع تاکنون سیاستی ازسوی دولت دیده نشده که بخواهد فرقی بین این فروشگاه‌های بزرگ و واحدهای صنفی کوچک محلی قائل باشد بنابراین اینکه کالاهای یارانه‌ای در این فروشگاه توزیع می‌شود، به‌دلیل امکان رصد و کنترل شبکه‌ای این فروشگاه‌ها است که این فرصت امکان نظارت بهتر را برای دولت فراهم کرده است.

حاج‌اسماعیلی، ادامه داد: بنابراین در صحت و سقم همهمه‌هایی که در عرصه‌های رسانه‌ای و عمومی مطرح است که دولت درصدد حذف فروشگاه و کسب و کارهای کوچک است باید تجدیدنظر کرد زیرا این فروشگاه طی چندین سال گذشته در دولت‌های مختلف ایجاد شده و هرگز موضع‌گیری خاصی که نشان بدهد یک سیاست مشخص و یا یک هدف و برنامه دقیق برای حذف کسب و کارهای کوچ‌مقیاس دارد را شاهد نبوده و نیستیم.

وی عنوان کرد: لازم است کسب و کارهای کوچک نیز در عرصه فعالیت خود از شیوه فروشگاه‌های بزرگ تقلید کنند؛ مثلاً فاکتور ارائه کرده و نسبت به استانداردهای کیفی و بهداشتی محصولات پاسخگو باشند، از طرفی به عرصه فروش آنلاین که در دنیای امروز یک نیاز است ورود کنند.

این کارشناس حوزه کسب و کار با تأکید بر اینکه در حال حاضر واحدهای صنفی کوچک‌مقیاس بخش اعظمی از اشتغال در کشور را همچون بسیاری از کشورها به خود اختصاص داده‌اند، (در بسیاری از کشورها این واحدها نیمی از اشتغال را تضمین کرده‌اند) ابراز کرد: آنچه مسلم است اینکه تخصصی کردن فعالیت نیز می‌تواند یکی از راهکارهای مانایی در بازار رقابتی باشد؛ بنابراین واحدهای صنفی می‌توانند همچون برخی صنوف نسبت به ارائه کالاها به‌صورت تخصصی اقدام کنند.

حاج‌اسماعیلی خاطرنشان کرد: در فروشگاه‌های زنجیره‌ای ما شکل و فضا را توسعه داده‌ایم بنابراین نیاز به سرمایه بالایی دارد و یقیناً ورود به این عرصه برای کسب و کارهای محلی و کوچک فراهم نیست؛ پس تخصصی کار کردن و استفاده از فروش آنلاین همانطور که پیشتر عنوان شد یک راهکار مؤثر است.

وی اذعان کرد: بازهم تأکید می‌کنم البته در این میان مزیتی که فروشگاه‌های زنجیره‌ای دارند مراقبت‌های بهداشتی است. یعنی کالاهایی که در این فروشگاه‌ها عرضه می‌شود در بیشتر موارد برابر با استانداردهای معتبر تولید شده‌اند و بنابراین مصرف‌کننده با خیال راحت خرید می‌کند.

وی با تأکید بر اینکه یکی از ویژگی‌های خاص این فروشگاه‌های زنجیره‌ای خریدهای کلی و در حجم بالا است اما همین متضمن پرداخت پول بسیاری هم هست که شاید برای همه مقدور نباشد تصریح کرد: بنابراین این موضوع را می‌توان رمز مانایی فعالیت واحدهای کسب و کارهای کوچک‌مقیاس دانست، برخورداری از تاکتیک‌های حوزه کسب و کار نیز یکی دیگر از مزیت‌هایی است که می‌بایست برای تقویت توان رقابتی به‌کار گیرند مثل تخفیف، تبلیغات و مباحثی از این دست.

این کارشناس حوزه کسب و کار با تأکید بر اینکه معمولاً با ظهور کسب‌وکارهای جدید، کسب‌وکارهای سنتی با این استدلال که مشتریان خود را از دست داده‌اند و افراد بسیاری بیکار شده‌اند دید منفی ایجاد می‌کنند، گفت: باید به این نکته توجه کرد که آن‌ها به‌دلیل بزرگ بودن و سرمایه‌گذاری گسترده شغل‌های بیشتری ایجاد می‌کنند چراکه نسبت به آنچه در گذشته وجود داشته، تعداد افراد بیشتری نیاز دارند و همچنین شغل‌های جدیدی تعریف می‌شود که در کسب و کارهای سنتی جایی نداشته مثلاً در سوپرمارکت‌ها جز یک یا دو فروشنده فرد دیگری مشغول نیست اما در فروشگاه‌های زنجیره‌ای تعداد زیادی با تعریف شغلی خاص مشغول به‌کار می‌شوند.

حاج اسماعیلی با تأکید بر اینکه احتمالاً فروشندگان خرد بر این باورند که تعداد زیادی از مشتریان خود را به‌واسطه فروشگاه‌های همواره تخفیف از دست داده‌اند اذعان کرد: قطعاً کسانی که به‌صورت عمده خرید می‌کنند فروشگاه‌هایی که تخفیف بیشتری دارند را ترجیح می‌دهند اما واضح است که هر مصرف‌کننده در طول روز یا هفته خریدهای جزئی و روزمره‌ای دارد که رفتن به فروشگاه‌های بزرگ به‌صرفه نیست چراکه معمولاً نیاز به استفاده از خودروی شخصی دارد، افراد برای خریدهای روزمره ترجیح می‌دهند از سوپرمارکت محله خرید کنند تا وقت کمتری صرف شود مگر آنکه در محله آن‌ها به فاصله نزدیک، فروشگاه زنجیره‌ای یا همواره تخفیف وجود داشته باشد که در میان جمعیت کل کشور افراد محدودی چنین امکانی دارند.

مع‌الوصف با توجه به آنچه گفته شد واقعیت این است که حرکت به سمت بازارهای مدرن در این روزها گریزناپذیر به‌نظر می‌رسد و گسترش فروشگاه‌های زنجیره‌ای و فروشگاه‌های آنلاین نیز بخشی از این مسیر است؛ اما آیا طی این مسیر الزاماً به‌معنی نابودی خرده‌فروشی‌های محلی یا نابود شدن اشتغال است؟ اگر این گزاره حتی درصدی درست باشد راه برون‌رفت از این مشکل چیست؟ حالا که پیشرفت، مسیر ناگزیر است، چطور می‌توان از نابود نشدن شغل و خرده‌فروشی‌های محل با رشد فروشگاه‌های زنجیره‌ای سخن گفت؟

بسیاری از کارشناسان معتقدند یکی از راه‌های کمک به خرده‌فروشی‌های محلی اعطای نمایندگی به آن‌ها است. در این مدل فروشگاه زنجیره‌ای به‌جای تأسیس یک شعبه جدید، به فروشنده محلی کمک می‌کند با توسعه کسب‌وکار خود رشد و به‌جای از دست دادن شغل، اشتغال‌زایی کند.

کارشناسان اقتصادی مطرح کردند؛

درمان رکود بازار مسکن از عرضه زیاد و صنعتی‌سازی تا خانه‌های کپسولی

سپهرغرب، گروه اقتصادی: برخی فعالان و کارشناسان حوزه مسکن می‌گویند: برای بهبود بازار مسکن باید ساختارهای مختلفی چیده شود. به جای نگاه تک بعدی به مسکن باید زمینه عرضه بسیار زیاد و صنعتی سازی ساخت و ساز فراهم شود. از طرف دیگر با ساخت خانه‌های کوچک زمینه صاحبخانه شدن، خانه‌اولی‌ها یعنی زوج‌های جوان فراهم شود.

مسکن از فهرست دسترسی میلیون‌ها خانوار ایرانی خارج شده و بسیاری با تن دادن به سبک اجاره‌نشینی و رصد مسائل بازار اجاره‌بها که بخش عمده سفره معیشت آن‌ها را می‌بلعد، تنها به نظاره‌گری وقایع بازار خرید و فروش املاک نشسته‌اند. از طرف دیگر وضعیت اقتصادی کنونی و وضعیت دریافت و بازپرداخت وام سبب شده تمایل به خرید و تهیه مسکن کم شود و در نتیجه خرید و فروشی در این بازار در حد مطلوب صورت نگیرد.

از سویی دیگر، اظهارنظر برخی مشاوران املاک که می‌گویند، بسیاری از اهالی این صنف که در کار ساخت‌وساز نیستند به کار در اسنپ و تپسی مشغولند و پربازتاب شدن آن در رسانه‌ها، نمایی از رکود در بازار را به تصویر می‌کشد.

در این وضعیت پژوهشگر ایرنا به سراغ «عباس شوکتی» و «مهدی احمدی» دو نفر از فعالان و کارشناسان بازار مسکن رفته و برخی پرسش‌های این حوزه را با آنان در میان گذاشته است.

در ادامه شرحی از این پرسش و پاسخ‌ها را می‌خوانید:

رسانه‌ها در آخرین روزهای پاییز ۱۴۰۲ خبر دادند تورم سالانه آپارتمان‌های تهران در آبان سال جاری به ۸۶٫۳ درصد رسیده که بالاترین رقم ثبت‌شده از آبان ماه سال ۱۳۹۸ تاکنون است. همین موضوع اعلام آمار واکنش‌های متعددی به دنبال داشته است. از دید برخی کارشناسان، این آمار نشانگر توقف‌ناپذیر بودن روندی افسارگسیخته است. از سوی دیگر تعدادی هم می‌گویند ما به یک پایگاه آماری قوی برای داده‌های بخش مسکن نیازمندیم و آمارهای اینچنینی انعکاس دقیقی از وضعیت بازار را به دست نمی‌دهد و نتیجه آن تشویش، بحران و سونامی در بازار مسکن است.

■ نظر شما در این باره چیست؟

شوکتی: به نظر آمار درست باشد. زیرا تصور بر این است که تورم پایین‌تر از این عدد باشد. پیش‌بینی ما این است که بر اساس تمهیداتی که بانک مرکزی برای کنترل ارز، طلا و پیش فروش‌هایی که برای دلار اتفاق می‌افتد صورت بگیرد، در اردیبهشت ۱۴۰۳ شاهد کاهش قیمت مسکن باشیم. یعنی وقتی قیمت دلار و ارز روند کاهشی پیدا می‌کند قیمت مسکن‌ها هم تحت تأثیر قرار می‌گیرد.

احمدی: بخش تورم ۸۶٫۳ درصدی موثق نیست. یعنی نمی‌شود به آن اتکا کرد با این حال آنچه که قابل پذیرفتن است این است که در بخش مسکن همچنان تورم داریم. این تورم هم ادامه خواهد داشت. زیرا قیمت مصالح ساختمانی هم رو به افزایش است و در سال آینده همین امر ادامه هم خواهد داشت.

■ برآورد کلی از وضعیت بازار مسکن چیست؟

شوکتی: اکنون رکود هست و نمی‌توانیم انکار کنیم. آمار خرید و فروش بسیار پایین است. آن چیزی که اتحادیه املاک در چندماه گذشته مطرح کرده بود، حاکی از این است که نه‌تنها بازار مسکن رشد نداشته، بلکه رشد نزولی هم داشته است. با این حال در بهار و خرداد ۱۴۰۳ هم شاهد هم رونق بازار مسکن و هم کاهش قیمت مسکن خواهیم شد.

احمدی: تولید مسکن به نسبت تقاضایی که برای آن وجود دارد، کم است و مسکن به کالای سرمایه‌ای تبدیل شده و هر چه ظرفیت تولید مسکن را افزایش دهیم، مردم برای نگهداشت پول ترجیح می‌دهند که در مسکن سرمایه‌گذاری کنند، به همین دلیل تقاضای انباشته در بازار مسکن بسیار است. برآورد من این است که در سال‌های آینده هم تورم خواهیم داشت اما با رکود. یعنی رکود تورمی. یعنی خرید و فروش در سال آینده ضعیف خواهد بود.

■ دولت در تحول وضعیت مسکن یعنی رونق عرضه و تنظیم بازار چه سهمی دارد و بخش خصوصی تا چه حد باید مشارکت داشته باشد تا روندهای بازار به صورت اساسی سامان یابد؟

شوکتی: به نظر من زور بخش خصوصی شاید تنها به ۱۰ درصد می‌رسد، اما دولت ۹۰ درصد است. بنابراین دولت باید حمایت و پشتیبانی کند و همه کارها از خود دولت شروع شود.

نقدی که به ساخت خانه‌های انبوه به دست چینی‌ها داشتم این بود که وقتی ما بخش خصوصی در داخل داریم چرا باید از خارج بیاوریم. اگر شرایطی ایجاد شود که آن ۱۰ درصد بخش خصوصی به ۷۰ یا ۸۰ درصد برسد، به طور قطع اتفاقات بسیار خوبی در تحولات قیمت مسکن به وجود خواهد آمد.

احمدی: یکی از اشکالات بازار مسکن را در این می‌دانم که دولت می‌خواهد صفر تا صد کار را انجام دهد. اگر دولت تسهیلات و اعتبارات را تخصیص می‌داد و بخش خصوصی هم کار می‌کرد، خیلی سریعتر می‌شد به نتیجه رسید.

برای مثال زمانی که مسکن‌های مهر ساخته شد، قسمتی که در دست بخش خصوص بود زود تحویل داده شد و متقاضیان هم از آنها استفاده کردند. اما قسمتی که در دست دولت بود، معمولا با تاخیر مواجه بود و نتوانستند آن‌ها را به‌موقع تحویل دهند. بنابراین بخش خصوصی بازوی تنومندی است که می‌تواند به دولت کمک کند. اما همیشه این اتفاق هم افتاده که بخش خصوصی اذیت شده و تمایلی برای مشارکت خوب ندارد.

■ وضعیت بازار به گونه‌ای است که تهیه مسکن را از دسترس میلیون‌ها نفر خارج کرده است. برای خروج از این وضعیت، اساسی‌ترین اقداماتی که باید صورت بگیرد، چیست؟

شوکتی: پیشنهادی که ما به دولت خدمتگذار و هم به انجمن انبوه‌سازان داریم، ایجاد مسکن‌های کپسولی است. منظور از مسکن‌های کپسولی آپارتمان‌های ۳۰ تا ۴۰ متری هستند که خانه اولی‌ها یعنی زوجین جوان بتوانند با قیمت‌های مناسب‌تر خریداری کنند.

به عبارتی هدف ما این است که مردم بتوانند با توجه به بودجه‌ای که در اختیار دارند و با تسهیلاتی که دولت در اختیارشان قرار می‌دهد، مسکن تهیه کنند. بنابرین اعطای وام از یک‌سو و از سوی دیگر کم شدن متراژ خانه‌ها می‌تواند تأثیرگذار باشد.

پیشنهاد دیگر این است که زمین‌های مناسب از سوی دولت به سازندگان خصوصا انبوه‌سازان ارائه شود تا همان زمین‌ها با قیمت‌های ساخت که تحت تأثیر مواد و مصالح (آجر، سیمان، گچ و...) است، باز از طریق حمایت دولت و با سوبسیدهایی که دولت در اختیار قرار می‌دهد ساخته شود. وقتی حدود ۵۰ هزار و یا ۷۰ هزار مسکن در کل کشور تأمین کنیم، همین امر صد در صد باعث کاهش قیمت می‌شود. وقتی مسکنی که متراژش ۵۰ متر و قیمت‌اش هم مناسب باشد، فرد به سراغ مسکن ۹۰ متری با اقساط و وام بسیار نمی‌رود.

احمدی: ساختارهای مختلفی باید چیده شود. به مسکن نمی‌شود نگاه تک‌بعدی داشت. ساده‌ترین راه تولید مسکن، عرضه بسیار زیاد و صنعتی‌سازی ساخت و ساز است.

مینا اینانلو

ساز ناخوشایند تنظیم‌گران بخشی با کسب‌وکارهای قسطی‌فروشی

سپهرغرب، گروه اقتصادی: با وجود آنکه تسهیلات‌یاران و قسطی‌فروشی‌ها سبب افزایش شمول مالی و دسترسی مردم به تسهیلات بانکی شده‌اند، اما همچنان از جانب تنظیم‌گران‌بخشی تلاشی برای حل مشکل آنان صورت نگرفته است.

بنابر آمار و اطلاعات موجود، دسترسی به اعتبار و شمول مالی در کشور با وضعیت مطلوب فاصله دارد و سازوکارهای فعلی در نظام تأمین مالی کشور نتوانسته خلاء تأمین مالی خرد را پوشش و دسترسی به اعتبار را افزایش دهد؛ زیرا در حال حاضر و مطابق تصویر زیر، تنها حدود ۲۵ درصد از افراد بزرگسال جامعه که عموماً از دهک‌های بالای درآمدی هستند، موفق به اخذ وام از شبکه بانکی شده‌اند.

■ قسطی‌فروشی و تسهیلات‌یاری، شیوه‌های مطلوب گسترش شمول مالی

فروش اقساطی یکی از شیوه‌های فروش خدمات و کالا محسوب می‌شود که در آن فروشنده به خریدار اجازه می‌دهد که هزینه محصول یا خدمات را در اقساط ماهیانه پرداخت کند. با توجه به شرایط تورمی حاکم بر کشور که در چند سال گذشته همواره نرخ تورم بیش از ۴۰ درصد بوده است، این شیوه ارائه خدمت رونق یافته است. از طرف دیگر، به این دلیل که کاهش تقاضای مردم می‌تواند بنگاه‌ها و کسب‌وکارها را با مشکل مواجه کند، از این رو، گرایش به قسطی‌فروشی و زنده نگه‌داشتن کسب‌وکار از جانب ارائه‌دهندگان کالا و خدمات نیز مطلوب شناخته می‌شود.

در این بین، با توجه به رشد فناوری و ایجاد امکان فروش برخط محصولات برای ارائه‌دهندگان، کسب‌وکارهای نوپایی شروع به فعالیت کرده‌اند که دسترسی به خدمات را بسیار تسهیل می‌کنند؛ شرکت‌های تسهیلات‌یار و قسطی‌فروشی ازجمله این کسب‌وکارها هستند که البته بین قشر جوان جامعه شناخته‌شده‌تر هستند و توانسته‌اند پاسخی متناسب با نیاز آن‌ها بدهند.

این شرکت‌ها با استفاده از فناوری‌های نوین، اولاً اعطای تسهیلات یا خدمات فروش اقساطی را به مراتب سریع‌تر و ساده‌تر از سازکارهای موجود مانند نظام بانکی به انجام می‌رسانند و ثانیاً بسیاری از اشخاصی که به دلایل مختلف ازجمله نداشتن وثیقه و احراز نشدن اعتبارشان برای بانک به تسهیلات دسترسی نداشته‌اند، توانسته‌اند از این شرکت‌ها تسهیلات دریافت کنند یا از خدمت خرید قسطی فراهم شده توسط آنان استفاده نمایند.

■ تطابق فعالیت قسطی‌فروشان و تسهیلات‌یاران با قوانین صنفی

اتاق اصناف ایران، مطابق ماده دو تا چهار آیین‌نامه اجرایی چگونگی فروش اقساطی، فوق‌العاده و حراج، شیوه فروش اقساطی را برای کسب‌وکارها این حوزه تعیین کرده است. طبق ماده دو این آیین‌نامه، چنانچه واحد صنفی برای فروش اقساطی کالای خود تمایل به دریافت مبلغی مازاد بر قیمت نقدی آن کالا را داشته باشد، مشروط به رعایت موازین قانونی و توافق بین خریدار و فروشنده خواهد بود.

همچنین در تبصره این ماده بیان شده است که اعلام قیمت فروش نقدی و اقساطی به‌صورت قطعی برای کالا و خدمات موضوع این آئین‌نامه توسط فروشنده الزامی است.

از طرف دیگر، در ماده ۳ آیین‌نامه بیان شده است که در فروش اقساطی، قرارداد بین خریدار و فروشنده، مشتمل بر مشخصات کامل کالا یا خدمت، مبلغ پرداخت نقدی، درصد سود قانونی و تنظیم صورتحساب توسط فروشنده شامل فرمول محاسبه اقساطی، مبلغ فروش اقساطی و نحوه پرداخت آن، تعداد اقساط و نوع تضمین الزامی است.

شرکت‌های قسطی‌فروشی و تسهیلات‌یار نیز تسهیلات خود را با نرخ مصوب ۲۳ درصد بانک مرکزی در اختیار مشتری قرار می‌دهند و در قبال ایجاد دسترسی متقاضیان به تسهیلات بانکی، علاوه بر قبول ریسک‌های نکول مشتریان، کارمزدهای خدمات خود از جمله اعتبارسنجی مشتریان، تشکیل و تعیین تکلیف پرونده‌های تسهیلات، امور حسابداری، زیرساخت‌های تعبیه‌شده جهت ارائه خدمات فناوری و پشتیبانی امور مشتریان را از کاربران اخذ می‌کنند و تمامی هزینه‌های خدماتی خود را به صورت شفاف و از ابتدای فرایند در اختیار مشتری قرار می‌دهند و مشتریان می‌توانند با مقایسه هرکدام از خدمات ارائه‌شده توسط فعالین این حوزه، از هر کدام از آن‌ها خدمت خود را دریافت کنند. بنابراین، این شرکت‌ها منطبق با قوانین موجود در حال ارائه خدمات هستند.

■ جایگاه و عملکرد تسهیلات‌یاران در تأمین مالی خرد اقتصاد

شرکت‌های تسهیلات‌یار و قسطی‌فروشی هم‌اکنون به هر فرد بین ۲۰ الی ۱۰۰ میلیون تومان و در بازه یک الی دو ساله اعتبار تخصیص می‌دهند و بر مبنای میزان رتبه اعتباری، کالای قسطی یا وام فوری و غیرحضوری در اختیار افراد قرار می‌دهند.

تصویر زیر، عملکرد شرکت‌های تسهیلات‌یار از ابتدای سال ۱۴۰۲ تا پایان دی‌ماه را نشان می‌دهد. همانطور که در تصویر مشخص است، آن‌ها ۵۷٫۲ درصد از کل تسهیلات خود را به استان‌های برخوردار، ۳۰٫۵ درصد از تسهیلات خود را به استان‌های در حال توسعه و ۱۲٫۳ درصد از تسهیلات خود را به استان‌های کمتر برخوردار کشور اعطا کرده‌اند. این در حالی‌ست که عملکرد بانک‌ها در اعطای تسهیلات به هر بخش از این تقسیم‌بندی، به ترتیب برابر با ۷۶٫۷ درصد، ۱۵٫۱ درصد و ۸٫۲ درصد بوده است.

■ لزوم همکاری تنظیم‌گران‌بخشی با کسب‌وکارهای قسطی‌فروشی

همانطور که بیان شد، تسهیلات‌یاران در چارچوب قوانین موجود و در مقایسه با بانک‌ها در اعطای وام خرد به مردم ازجمله بخش کم‌برخوردار جامعه، بهتر به مراتب بهتر عمل کرده‌اند.

از این رو انتظار می‌رود تا دستگاه‌های دولتی ازجمله بانک مرکزی و قوه قضائیه، از طریق ارائه برخی دسترسی‌ها به سامانه‌هایی همچون پایگاه داده اعتباری و رفع نواقص آن، ارائه استعلام مربوط به چک‌های در راه مشتریان و همچنین بهبود شیوه واخواست سفته الکترونیکی، به این کسب‌وکارها کمک کنند تا از طریق کاهش ریسک‌های عملیاتی خودشان و بهبود فرایندهای شناسایی ریسک افراد، هزینه خدمات‌دهی آن‌ها را کاهش دهند.

همچنین لازم است تا وزارت صنعت، معدن و تجارت در قبال این کسب‌وکارها همکاری لازم را انجام داده و ضمن به رسمیت شناختن هزینه‌هایی که این کسب‌وکارها متحمل می‌شوند، در جهت کاهش ریسک و در نتیجه هزینه خدمات‌دهی آنان اقدام کند.

در نتیجه این اقدامات خواهد بود که گسترش فعالیت‌های قسطی‌فروشی که خدمات آن‌ها به نقطه هدف، یعنی مصرف‌کننده نهایی و واقعی می‌رسد، دسترسی مردم به تسهیلات افزایش پیدا می‌کند و از انحراف منابع بانکی نیز جلوگیری خواهد شد.