

## تجربه نو بازار شب عید

تا چند روز دیگر مرحله دوم یارانه‌های نقدی به حساب مردم واریز می‌شود و دولت با توصیه جدی بر استفاده منطقی از این منابع، به نوعی قصد کنترل نقدینگی در جامعه برای مهار تورم حاصل از واریز این وجوه را دارد.



تا چند روز دیگر مرحله دوم یارانه‌های نقدی به حساب مردم واریز می‌شود و دولت با توصیه جدی بر استفاده منطقی از این منابع، به نوعی قصد کنترل نقدینگی در جامعه برای مهار تورم حاصل از واریز این وجوه را دارد.

از سوی دیگر با نزدیکی به آغاز خریدهای سال نو (به اصطلاح شب عید) این روزها مراکز تجاری در سطح شهر رنگ و بوی خاصی به خود گرفته است؛ به طوری که گاهی اوقات در برخی واحدهای صنفی سطح شهر، کالاها به دلیل پوشش کامل شیشه با عناوینی نظیر حراج یا فروش فوق‌العاده قابل مشاهده نبوده و تنها پیام ویتترین این واحدهای صنفی، ترغیب مشتری برای خرید است.

بر اساس اصول اقتصادی، همواره قیمت، نقش تعیین‌کننده‌ای در افزایش قدرت رقابت‌پذیری و جذب مشتری بیشتر دارد. گرچه قیمت‌شکنی نیز باید اصول و قاعده خاص خود را داشته باشد اما پرسش مطرح آن است که آیا قیمت‌شکنی در قالب حراج یا فروش‌های فوق‌العاده اصلاً اتفاق می‌افتد یا تنها واحدهای صنفی از بار تبلیغی حراج برای جذب مشتری بیشتر استفاده می‌کنند. اگر اینگونه باشد این واحدهای صنفی در درازمدت متضرر می‌شوند.

### حراج‌های زود هنگام

بر اساس محاسبات مسئولان دولتی، اکنون رقم دریافتی یارانه نقدی به ریال‌های آخر خود نزدیک شده و فرصت واریز دوباره یارانه‌ها در 28 بهمن ماه فرارسیده است. با این شرایط، امسال برپایی حراج‌ها زودتر از موعد در سطح شهر را شاهد هستیم و واحدهای صنفی به انواع روش‌های بازار گرمی متوسل شده‌اند تا شاید بتوانند رفتار تغییر یافته مصرف‌کنندگان ناشی از اجرای قانون هدمند کردن یارانه‌ها را به سمت خرید بیشتر سوق دهند. با این شرایط باید دید این حراج‌ها تا چه حد واقعی بوده و می‌تواند نیاز مصرف‌کننده را تأمین کند.

پاسخ این سؤال را می‌توان در رفتار مشتری مشاهده کرد. علت اینکه اکنون استقبال چندانی از این حراج‌ها به‌ویژه در صنف پوشاک صورت نمی‌گیرد، شاید با واقعی نبودن حراج‌ها، تغییر رفتار مردم پس از اجرای قانون هدمند کردن یارانه‌ها، کمبود نقدینگی یا رکود حاکم بر بازار مرتبط باشد. با این وجود تعادل بین عرضه و تقاضای کالاها یکی از مباحث مهم بازار است که خود می‌تواند عامل بازدارنده‌ای برای نوسان قیمت‌ها باشد. با این وجود بسیاری از کارشناسان اینگونه حراج‌ها را محرک تقاضای مردم می‌دانند. همچنین مردم تلاش کرده‌اند تا تقاضاهای کاذب را وارد بازار نکنند و تولیدکنندگان نیز تلاش دارند تا قیمت‌ها را ثابت نگاه دارند؛ موضوعی که شاید یکی از دلایل آرامش نسبی حاکم بر بازار باشد؛ پدیده‌ای که امسال زودتر از موعد در بازار شب عید به چشم می‌خورد، چرا که هر سال حراج‌ها در فاصله زمانی یک تا 2 هفته اول اسفند ماه صورت می‌گرفت، اما گویا امسال فروشندگان نیز سعی در بازار گرمی دارند.

### از عیدی و پاداش تا حراج

در چند روز اخیر مسئولان وعده‌هایی برای پرداخت عیدی و پاداش آخر سال کارمندان و کارگران مطرح کرده‌اند که این امر می‌تواند سرآغازی برای خریدهای شب عید تلقی شود. از سوی دیگر به نظر می‌رسد مردم قصد ندارند خریدهای شب عید خود را به روزهای پایانی سال موکول کنند و با این شرایط به استقبال حراج‌های زود هنگام رفته‌اند. امسال هر سه گروه مصرف‌کنندگان، تولیدکنندگان و فروشندگان، بازاری متفاوت از سال‌های قبل در شب عید را تجربه می‌کنند؛ تجربه‌ای که به نظر می‌رسد اگر به صورت منطقی هدایت شود قادر است تا نیازها و انتظارات هر سه گروه مذکور را برآورده کند اما اینکه مدیریت درست این بازار باید چگونه صورت گیرد جای بحث دارد. چرا که انتظار می‌رود هر یک از این سه گروه به فکر منافع خود باشند؛ اینکه نظارت از سوی دولت، مردم یا بازار اعمال شود تفاوت چندانی نداشته و مهم اعمال نظارت درست برای مهار بازار است. باید منتظر ماند و دید با تزریق مرحله دوم یارانه‌های نقدی و واریز عیدی کارمندان و کارگران حداکثر تا هفته دوم اسفند ماه، چه اتفاقی برای بازار بر اساس رفتار مردم در خریدهای شب عید می‌افتد.