

فروش برخی فروشگاه‌ها ۲ برابر شد؛ گزارش تحلیلی «فرهیختگان» را بخوانید

رفتارشناسی مواجههٔ ایرانی‌ها با کالابرگ



پانید رحیمی خبرنگار گروه اقتصاد

چهل روز از اجرای طرح حمایتی جدید دولت می‌گذرد؛ طرحی که از ۱۴ دی‌ماه با عنوان «کالابرگ» کلید خورد و قرار بود به تقویت سسبد خرید خانوارها کمک کند. حالا با گذشت بیش از یک ماه، نخستین نشانه‌های تغییر در رفتار مصرفی مردم خود را در آمار فروشگاه‌ها نشان داده است. در همین خصوص «فرهیختگان» داده‌های ماهانه یکی از فروشگاه‌های زنجیره‌ای کشور را بررسی کرده است. بر اساس اطلاعات ماهانه این فروشگاه زنجیره‌ای، ارزش فروش این فروشگاه از ۱۰ هزار میلیارد تومان در دی‌ماه سال گذشته با رشد ۱۲۰ درصدی به بیش از ۲۳ همت در دی‌ماه امسال رسیده است. همچنین در دی‌ماه که سیاست ارزی و حمایتی دولت تغییر کرده، رقم فروش این فروشگاه نزدیک به ۲۶ درصد رشد داشته است. همچنین در دی‌ماه حجم فروش این فروشگاه نسبت به آبان و مهرماه رشد ۴۴ درصدی داشته است. اما داستان فقط به افزایش عدد فروش ختم نمی‌شود. جزئیات آمارهای نشان می‌دهد سسبد خرید خانوارها نیز دستخوش تغییر شده است. خرید مواد خوراکی، اقلام پروتئینی، نوشیدنی‌ها و شوینده‌ها افزایش یافته و در مقابل، هزینه‌کرد برای دخانیات سقوطی کم‌سابقه را تجربه کرده؛ به‌طوری‌که رقم خرید این گروه کالایی از ۱۸ میلیارد تومان در دی سال گذشته به حدود ۲۰۰ میلیون تومان در یک ماه اخیر رسیده است. این اعداد حالا پریشی جدی را پیش روی تحلیلگران قرار داده است: کالابرگ تا چه اندازه توانسته جهت مصرف خانوار ایرانی را تغییر دهد؟

افزایش ۱۲۰ درصدی فروش فروشگاه‌های زنجیره‌ای

داده‌های مربوط به مجموع فروش یکی از فروشگاه‌های زنجیره‌ای نشان می‌دهد مبلغ فروش این فروشگاه از حدود ۱۰ هزار میلیارد تومان در دی‌ماه سال گذشته، به ۱۶ همت در مهر ماه و آبان و به ۱۸ همت در آذرماه امسال و درنهایت به بیش از ۲۳ همت در پایان دی‌ماه امسال رسیده است. این تغییر در ارزش فروش این فروشگاه از افزایش حدود ۱۲۰ درصدی مبلغ خرید مردم از دی‌ماه ۱۴۰۳ تا پایان دی ۱۴۰۴ حکایت دارد. همچنین در مهرماه و آبان امسال رقم فروش این فروشگاه حدود ۱۶ همت بوده که رقم دی‌ماه نسبت به آن مقادیر نیز رشد ۴۴ درصدی دارد. بر اساس داده‌های موجود علت بخشی از این افزایش ارزش خرید فروشگاه‌ی، تورم مواد خوراکی و... بوده و بخشی نیز احتمالاً به آثار ناشی از اجرای طرح حمایتی دولت تحت عنوان کالابرگ بازمی‌گردد. توجه داشته باشیم بخش بزرگی از خریدهای کالابرگی در فروشگاه‌های زنجیره‌ای بزرگ عرضه می‌شود.



پروژهٔ چین، بدون فرمانده



احمد صالحی پژوهشگر اقتصادی

خیلی از افراد ممکن است فکر کنند اصلی‌ترین چالش برای کشور در حوزه تحریم، مسئله مالی و جابه‌جایی پول در عرصه بین‌الملل است؛ در حالی‌که می‌دانید اساساً وقتی ما کالایی را صادر می‌کنیم، ارزی را خارج از کشور دریافت می‌کنیم. آن ارز اصلاً نیاز نیست وارد کشور شود، چون از حسابی در خارج از کشور به حسابی در خارج از کشور منتقل می‌شود و در مقابل آن، یک کالا وارد کشور می‌شود، یعنی کالایی از کشور خارج و کالایی دیگر وارد می‌شود. ریل‌ها اینجا بین خریداران و فروشندگان، صادرکننده‌ها و واردکننده‌ها جابه‌جا می‌شود و ارز هم در خارج از کشور از حسابی به حساب دیگر منتقل می‌شود. پس ما اساساً ارز را - غیر از نیاز مسافری، نیاز سفته‌بازی و نیاز اسکناسی برای دانشجوی و موارد مشابه - به کشور باز نمی‌گردانیم. اما چرا این همه در کشور از چالش تراسنی‌ها و لزوم ایجاد ساختار پرداخت رسمی صحبت می‌شود؟ در پاسخ باید گفت وقتی صحبت از نظام پرداخت رسمی می‌کنیم، می‌توانیم تعریفی کلاسیک کنیم؛ نظام پرداخت رسمی از شبکه بانکی انجام می‌شود و از رهگذار نظامات کم‌رکی و مالیاتی با شفافیت از آن عبور می‌کنیم. در واقع قابل‌رهگیری و مستند است و در حوزه‌های پول‌شویی و موارد مشابه می‌توانید منظم‌تر آن را رهگیری کنید و نظام تجاری کشورتان را سامان دهید. با این مثال بیشتر توضیح می‌دهم؛ وقتی صادرکننده‌ای صادرات انجام می‌دهد و از شبکه بانکی محروم است و ما تحریم هستیم - یعنی نظام پرداخت رسمی نداریم - کارش به‌نوعی شبیه قمار می‌شود. به این معنا که یا صادرکننده ما باید ابتدا کالا را بفروشد و منتظر بماند که خریدار خارجی پولش را بدون کم‌وکاست و سر موقع بدهد. اگر آن خریدار کلاهبردار از آب دربیاید یا مشکلی پیش بیاید، تقریباً دستم صادرکننده به جایی بند نیست؛ چون اگر بخواهد به دادگاه برود و پیگیری کند، عملاً برایش مقدور نیست یا

افزایش ۲/۵ برابری خرید مواد خوراکی

بررسی روند فروش سه گروه کالایی «خوراکی»، «پروتئینی» و «شوینده» از دی‌ماه ۱۴۰۳ تا دی‌ماه ۱۴۰۴ نشان می‌دهد بازار کالاهای مصرفی و اقلام سفره خانوار با افزایش قابل‌توجهی در گردش مالی مواجه بوده است؛ به‌طوری‌که هر سه گروه در پایان دوره به بالاترین سطح فروش خود در بازه زمانی یک‌ساله رسیده‌اند. آمارهای مربوط به روند فروش مواد خوراکی، شوینده و پروتئین در یکی از فروشگاه‌های زنجیره‌ای از دی‌ماه سال گذشته تا دی‌ماه سال جاری از تغییر رفتار خرید از سوی مردم حکایت دارد. بر اساس این داده‌ها که به‌صورت ماهیانه به مدت ۱۲ ماه جمع‌آوری شده، میزان فروش مواد خوراکی از ۴ هزار و ۲۶۲ میلیارد تومان در دی‌ماه سال گذشته، به ۷ هزار و ۹۱۴ میلیارد تومان در آذرماه امسال و درنهایت به ۱۰ هزار و ۸۲۷ میلیارد تومان در دی‌ماه رسیده است. عددی که نشان می‌دهد میزان خرید مواد خوراکی از مدت مشابه سال گذشته تا پایان اولین ماه زمستان بیش از ۱۵۴ درصد رشد داشته (رشد ۲/۵ برابری) و نسبت به ماه آذر نیز بیش از ۳۶ درصد رشد کرده است. با توجه‌به تورم نقطه به نقطه ۸۹ درصدی اقلام خوراکی در دی‌ماه امسال، رشد ۱۵۴ درصدی فروش مواد خوراکی نسبت به مدت مشابه سال گذشته ناشی از کانالیزه شدن خریدهای کالابرگی در فروشگاه‌های زنجیره‌ای و افزایش خرید مردم از این فروشگاه‌هاست.

داده‌های مربوط به میزان خرید انواع مواد شوینده توسط مردم نشان می‌دهد ارزش خرید مردم از ۱۵۱۹ میلیارد تومان در دی‌ماه سال گذشته به بیش از ۲/۵ هزار میلیارد تومان در آذرماه سال جاری و بالغ بر ۲/۷ هزار میلیارد تومان در دی‌ماه رسیده است. این عدد نشان می‌دهد از دی‌ماه سال گذشته تا آذر سال جاری میزان خرید مواد شوینده بیش از ۶۰ درصد و تا دی‌ماه حدود ۸۰ درصد افزایش یافته است.

داده‌های حوزه خرید مردم پروتئینی نیز حکایت از افزایش قابل‌توجه فروش در این زمینه دارد. براین‌اساس در بخش کالاهای پروتئینی نیز روندی افزایشی مشاهده می‌شود؛ به‌گونه‌ای که فروش این گروه از حدود ۴ هزار و ۱۱۲ میلیارد تومان در دی‌ماه سال گذشته با رشد ۱۰۶ درصدی به حدود ۸ هزار و ۴۵۹ میلیارد تومان در دی‌ماه سال جاری افزایش یافته است. فاصله فروش پروتئینی‌ها با خوراکی‌ها در ماه‌های پایانی سال کاهش یافته که نشان‌دهنده رشد تقاضا در این بخش است. با توجه‌به تورم نقطه به نقطه ۸۹ درصدی اقلام خوراکی در دی‌ماه، رشد ۱۰۶ درصدی فروش اقلام پروتئینی در این فروشگاه ناشی از ورود کالابرگ باید باشد.

کاهش مصرف نوشیدنی‌ها

بررسی سیر خرید نوشیدنی از سوی مردم از یکی از فروشگاه‌ها نشان می‌دهد درحالی‌که در دی‌ماه سال گذشته چیزی در حدود ۴۰۳ میلیارد تومان نوشیدنی به فروش رفته، این عدد در آذر امسال به ۷۳۳ میلیارد تومان رسیده است که افزایش ۸۱ درصدی مصرف نوشیدنی را به جهت ارزشی نشان می‌دهد. البته این میزان در ماه بعدی یعنی دی‌ماه کاهش یافته و به ۶۸۸ میلیارد تومان رسیده است. درنهایت می‌توان گفت هر چند مردم در آذرماه نسبت به دی‌ماه سال قبل ۸۱ درصد بیشتر نوشیدنی خریداری کرده‌اند، اما این میزان از آذر تا دی حدود ۴۵ میلیارد تومان کاهش یافته است. درمجموع از دی پارسال تا دی امسال خرید نوشیدنی به لحاظ ارزشی حدود ۷۰ درصد افزایش یافته است. داده‌های مربوط به تعداد نوشیدنی‌های فروش رفته در این فروشگاه نیز این موضوع را تأیید می‌کند؛ چراکه- دی‌ماه ۱۴۰۳ بالغ بر ۱۷ میلیون نوشیدنی در این فروشگاه فروخته شده که در پایان آذر امسال به بیش از ۲۱ میلیون نوشیدنی و در پایان دی‌ماه به حدود ۱۹ میلیون نوشیدنی رسیده است.

کاهش قابل توجه خرید دخانیات

داده‌های جدول فروش دخانیات از دی‌ماه سال گذشته تا دی‌ماه امسال در این فروشگاه زنجیره‌ای نیز از اطلاعات جالبی حکایت دارد. این نمودار نشان می‌دهد مردم در دی‌ماه سال گذشته بیش از ۱۸ میلیارد تومان دخانیات خریداری کردند. این عدد در برخی ماه‌ها مثل بهمن، تیر و مرداد به ترتیب به ۲۸، ۲۵ و حتی ۳۱ میلیارد تومان نیز رسیده بود. نکته قابل‌توجه این است

که میزان خرید در این بخش از شهر یورما به ۶ میلیارد تومان کاهش یافته، در آبان ماه به صفر رسیده و ماه‌های آذر و دی به طور ثابت به ۲۰۰ میلیون تومان رسیده است. درنهایت این میزان از دی‌ماه سال گذشته تا پایان دی‌ماه ۱۴۰۴ کاهش قابل‌توجهی یافته است که نشان می‌دهد دخانیات از خریدهای این فروشگاه تقریباً در حال حذف است.

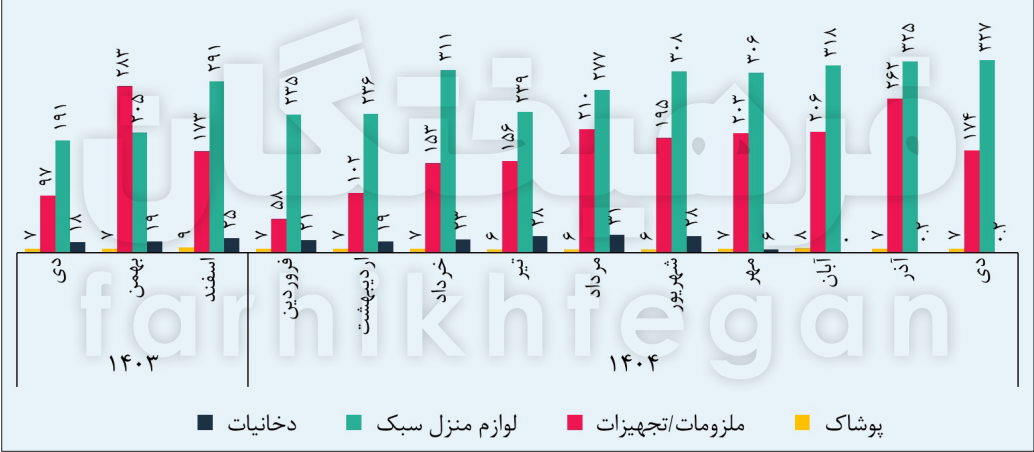
کاهش ۳۰ درصد خرید لباس

داده‌های مربوط به خرید پوشاک از سوی مردم از این فروشگاه نشان می‌دهد از دی‌ماه سال قبل تا پایان دی‌ماه سال جاری ارزش خرید مردم در محدوده ۶ تا ۸ میلیارد تومان در نوسان بوده و مقایسه این عدد در مدت مشابه نشان می‌دهد مردم در دی‌ماه پارسال نیز همان ۷ میلیارد تومانی خرید کرده‌اند که در دی‌ماه سال جاری. این عدد در اسفندماه ۱۴۰۳ احتمالاً به دلیل نزدیکی به نوروز به ۹ میلیارد تومان نیز رسیده بود که در این بازه زمانی یک رکوردشکنی محسوب می‌شود. البته یکی از نکات حائز اهمیت در این بخش این است که به لحاظ تعداد، مردم در دی‌ماه سال قبل با ۷ میلیارد تومان بیش از ۱۱۶ هزار قلم پوشاک تهیه کرده‌اند در حالی‌که در دی‌ماه امسال با همان بودجه توانسته‌اند حدود ۸۱ هزار قلم پوشاک تهیه کنند. درمجموع می‌توان گفت بودجه خرید مردم برای تهیه پوشاک تغییری نکرده، اما به دلیل تورم کالاها محصولات محدودتری خریداری کرده‌اند. داده‌های این فروشگاه نشان می‌دهد مشتریانانش با بودجه دی‌ماه ۱۴۰۳ حدود ۳۰ درصد کمتر پوشاک تهیه کردند.

آمارهای بخش لوازم سبک منزل نیز نشان می‌دهد درحالی‌که تعداد لوازم خریداری شده توسط مردم از حدود ۳ هزار و ۷۰۰ قلم در دی‌ماه سال گذشته

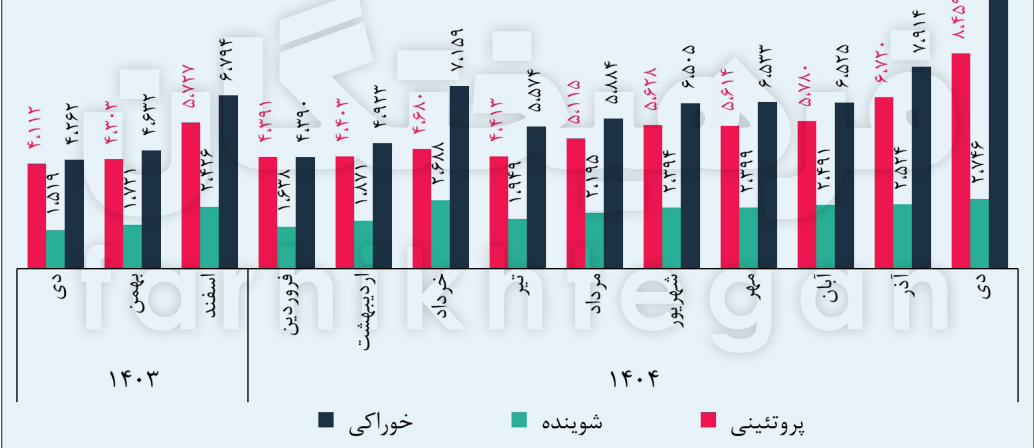
روند فروش تجهیزات، لوازم منزل، پوشاک و دخانیات در یک فروشگاه زنجیره‌ای بورسی

از دی ۱۴۰۳ تا دی ۱۴۰۴ (میلیارد تومان)



روند فروش مواد خوراکی، شوینده و پروتئین در یک فروشگاه زنجیره‌ای بورسی

از دی ۱۴۰۳ تا دی ۱۴۰۴ (میلیارد تومان)



به حوالی ۳ هزار و ۶۰۰ تا ۷۰۰ کالا در آذر و دی‌ماه سال جاری رسیده و عملاً افزایش تعدادی قابل‌توجهی را تجربه نکرده است، اما مردم سال گذشته توانسته بودند با ۱۹۱ میلیارد تومان ۳ هزار و ۷۰۰ کالای سبک برای منزلشان تهیه کنند، این در حالی است که این میزان در آذر و دی‌ماه سال جاری به ترتیب به ۳۲۵ و ۳۲۷ میلیارد تومان افزایش یافته که از افزایش حدود ۷۰ درصدی ارزش خرید لوازم منزل از سوی مشتریان این فروشگاه حکایت دارد.

اقدام خوراکی در اولویت اول خریدها

درمجموع، مرور داده‌های یک‌ساله فروش این فروشگاه زنجیره‌ای نشان می‌دهد اجرای طرح کالابرگ در کنار اثرات تورمی، الگوی خرید خانوار را با تغییراتی معنادار همراه کرده است. افزایش چشمگیر خرید اقلام اساسی مانند خوراکی‌ها، پروتئینی‌ها و شوینده‌ها از یک‌سو و کاهش کم‌سابقه خرید دخانیات ازسوی دیگر، بیانگر آن است که سبد مصرفی خانوارها به سمت کالاهای ضروری‌تر متمایل شده است. درعین حال، ثبات اسمی هزینه پوشاک و رشد قابل‌توجه ارزش خرید لوازم سبک منزل بدون افزایش محسوس در تعداد اقلام، نشان می‌دهد فشار قیمت‌ها همچنان قدرت خرید واقعی مردم را تحت‌تأثیر قرار داده است. براین‌اساس، به نظر می‌رسد سیاست حمایتی دولت توانسته در کوتاه‌مدت بخشی از تقاضا را به سمت کالاهای اساسی هدایت کند و تا حدی امنیت غذایی و مصرف ضروری خانوارها را تقویت کند؛ اما تداوم اثرگذاری آن در گروی مهار تورم و حفظ قدرت خرید واقعی مردم خواهد بود. ارزیابی دقیق‌تر نتایج این طرح در ماه‌های آینده می‌تواند تصویر روشن‌تری از میزان موفقیت آن در اصلاح پایدار الگوی مصرف ارائه دهد.

گذارد قدرت نرم‌تر باشد. اجرای این پروژه‌ها در ایران با موانعی روبه‌رو بوده؛ یکی از مهم‌ترین آنها، نبود مدیر پروژه متمرکز است. پس از استعفای آقای علی لاریجانی (که به دلیل جایگاه سیاسی و داشتن وقت کافی برای این پرونده مناسب بود)، پروژه چینه فاقد مدیر واحد و طراز اول سیاسی است. این مسئولیت به نهادهای متعدد واگذار شده و هماهنگی بین‌بخشی وجود ندارد. در کنار این موضوع، سیستم قدیمی را داریم که نمی‌توان به‌راحتی از کنار آن گذشت. بخشی از تجارت ایران با چین از طریق درهم و مسیر امارات انجام می‌شود. این اکوسیستم مزایایی مانند نزدیکی، سهولت، فرهنگ مشترک و نقدشوندگی سریع دارد و ذی‌نفعان (صرافان، تجار) در آن فعالیت‌اند. هرگونه انتقال سهم به یوان نیازمند تحلیل دقیق (نقاط قوت، ضعف، فرصت و تهدید) و ارائه مشوق‌های هدفمند (مثلاً ۵/۰ درصد سود بیشتر) توسط رگولاتور است تا اکوسیستم جدیدی در چین ایجاد شود. برای بروزرفت از این وضعیت، دوراهبرد کلی مطرح است: تقویت و رسمی‌سازی مسیر مستقیم با چین (فروش نفت و دریافت یوان و تخصیص آن بصرای واردات کالا) که نیازمند مدیر پروژه متمرکز و مذاکره در سطح عالی است. (۲) بهبود و ساماندهی اکوسیستم غیررسمی موجود.

یک نقطه شروع عملیاتی برای مسیر مستقیم، تأمین کالاهای اساسی از چین است. با توجه به حجم ۵ تا ۶ میلیارد دلاری این کالاها و تعداد محدود قلم‌ها (چند قرارداد بزرگ)، می‌تواند بستری کم‌ریسک برای آغاز نظام رسمی پرداخت با چین باشد. در نهایت، با وجود تحریم‌ها، کشورهای غیرتحریمی مانند عربستان نیز به دلیل پروژه‌های زیرساختی عظیم چین (مشابه مارشال پلن) به سمت پذیرش یوان حرکت می‌کنند. ایسن یک فرصت تاریخی برای ایران

است که با رفع موانع داخلی و ایجاد عزم سیاسی، خود را با نظم مالی در حال ظهور هماهنگ کند.

طرف خودتان در چین مراجعه می‌کنید - چون السی از طرف خریدار باز می‌شود - و درخواست گشایش السی می‌دهید. یک رابطه بین شما و بانکتان برقرار می‌شود. بانک اعتبارسنجی می‌کند که شما مشتری معتبری هستید یا نه. اگر معتبر نباشید، می‌گوید وثیقه بیاور یا اصلاً پول را نقد بگذار. این یک رابطه است بین آن خریدار چینی و بانک خودش. پس در نظام پرداخت رسمی که از طریق نظام بانکی انجام می‌شود؛ اولاً ریسک فرار یا کلاهبرداری از بین می‌رود، ثانیاً اهرم می‌دهد که خریدار بتواند با یک تومانش، پنج تومان یا یک دلارش پنج دلار خرید کند و برای مشتری‌های جدید، چون تراست را به گارانتی تبدیل کرده، می‌توانید تجارت را توسعه دهید. حالا ما کجای قصبه هستیم؟ ما یک مسیری را از سال‌های ۱۴۰۰-۱۴۰۱ تا امروز با روسیه طی کرده‌ایم، اما در اینجا مشخصاً می‌خواهم در مورد چین بحث کنیم. در مورد چین به این جهت که وزن خیلی مهم و بزرگی در تجارت خارجی ایران دارد، یعنی مهم‌ترین و تنها خریدار نفت ایران است، به‌اضافه سایر کامودیتی‌هایی که ما می‌دهیم. ما بخش زیادی از تجارت خارجی‌مان با کشور چین است. حالا با تمرکز روی این موضوع که ما می‌خواهیم نظام پرداخت رسمی ایجاد کنیم، یک وجه سومی که این وسط هست این است که آیا این کشور اساساً انگیزه سیاسی هم برای این مبادلات دارد یا صرفاً ملاحظه طرف ایرانی را می‌کند؟ این سسؤال خیلی مطرح می‌شود که آیا ما فقط این را می‌خواهیم یا آنها هم از برقراری سیستم‌های جدید عایدی دارند؟ صرف‌نظر از نیاز ایران، قدرت‌های بزرگ نیز انگیزه‌های ژئوپلیتیک قوی برای عبور از دلار دارند. بحران مالی ۲۰۰۸ و چاپ بی‌سابقه پول توسط آمریکا، رنگ خطر را برای چین به صدا درآورد. از آن زمان، چین با تشکیل بریکس، افزایش ذخایر طلا و اکنون با اعلام رسمی لزوم «جهان‌زوایی یوان»، به دنبال ایجاد نظم مالی جدیدی است. رقابت استراتژیک با آمریکا و تنش‌های اخیر (مانند جنگ اوکراین) که اروپا را در جبهه‌ای متفاوت قرار داد، چین را به سمت تشکیل بلوکی جایگزین سوق داده است، هرچند این کشور ترجیح می‌داد

آن خریدار خارجی باید صددرصد اعتماد کند، پول را بدهد و منتظر بماند که کالا برود و به دست او برسد، یعنی تراست یا اعتماد باید وجود داشته باشد. اما وقتی در نظام بانکی و نظام پرداخت رسمی، یک بانک - که عملاً دو بانک هستند که به آنها می‌گویم دو بانک کارگزار یا یکدیگر «رابطه کارگزاری» دارند - میان دو تاجر قرار می‌گیرند، چه اتفاقی می‌افتد؟ فرض کنید شما خریدار کالایی در ترکیه یا چین هستید و من هم صادرکننده کالایی در ایران. در حالتی که ابتدا عرض کردم، یک فضای ابری به نام تراست بین ما هست. من باید پول را به شما برسانم یا شما باید اعتماد کنید که من کالا را به شما برسانم، یعنی یا شما باید به من اعتماد کنید و ابتدا پول بدهید یا من به شما اعتماد کنم و اول کالا را بدهم. در هر دو حالت احتمال به‌هم‌ریختگی وجود دارد و ممکن است یکی از طرفین ضرر کند. اما وقتی دو بانک بین ما قرار می‌گیرند - بانک ایرانی (طرف کارگزار در کشور ایران) و بانک چینی یا ترکی (طرف کارگزار در کشور مقصد) - این دو بانک از قبل همدیگر را ارزیابی کرده‌اند. یک فرایند طولانی و مشکل، شاید ۶ ماه طول بکشد وقتی دو بانک می‌خواهند رابطه کارگزاری امضا کنند. تمام کاغذهای همدیگر - شاید چهار، پنج‌هزار برگ - را بررسی می‌کنند، در واقع همدیگر را تا سسانتی متر و میلی متر اندازه‌گیری می‌کنند. بعد برای همدیگر یک «حد اعتباری» تعیین می‌کنند.

بانک کارگزار ایرانی و بانک کارگزاری چینی، این دو بانک همدیگر را ارزیابی کرده‌اند، قرارداد کارگزاری بسته‌اند و برای همدیگر حد اعتباری تعیین کرده‌اند، یعنی تا یک سقفی بدون قیدوشرط (بدون اینکه پولی جابه‌جا شده باشد) پرداخت‌ها را انجام می‌دهند و برعکس. این رابطه کارگزاری سرویس‌هایی می‌دهد که به آن «تأمین مالی تجارت» می‌گویم، مثل السی و حواله. متداول‌ترین السی است، یعنی مهم‌ترین ابزاری که به‌خاطر تحریم از آن محروم شدیم، السی است. السی در واقع اعتماد را به گارانتی تبدیل می‌کند، یعنی تراست را به تضمین تبدیل می‌کند. شما به‌عنوان خریدار، به بانک