



صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران

معاونت سیاسی

اداره پژوهش‌های سیاسی

مصاحبه پژوهشی با آقایان:

محمد سلطان محمدی؛ کارشناس بازار مسکن و میلاد بیگی؛ کارشناس بازار خودرو

دلایل حذف و بازگشت قیمت به سایت‌های آگهی اینترنتی

چرا مرجع تعیین قیمت‌گذاری خودرو و مسکن مشخص نشده است؟



فرآورده‌های خبری و تولیدات پژوهشی در بخش‌های زیر قابل دسترس است:

– وب‌سایت خبرگزاری صداوسیما (سرویس پژوهش) <http://www.iribnews.ir>

پژوهشگر: مرضیه نورعلی زاده

1 نکات برجسته	□
1 مقدمه	□
2 دیدگاه کارشناسان بازار مسکن و خودرو در خصوص طرح حذف و بازگشت قیمت آگهی های سایت های اینترنتی	□
4 سابقه حذف قیمت خودرو از وب سایت های فروش آگهی اینترنتی	□
4 سودجویان و نقش آنها در قیمت سازی	□
4 دامن زدن به قیمت های غیر واقعی در بازار خودرو و افزایش قیمت ها	□
4 دستور حذف قیمت از آگهی های اینترنتی	□
4 اقدامات ایجابی دستگاه قضایی برای کنترل التهابات بازار	□
5 وضعیت فعلی سایت های آگهی های اینترنتی	□
۵ ۱- بازگشت قیمت ها به آگهی های مسکن سایت های اینترنتی	□
۵ ۲- موانع اجرایی نشدن طرح حذف قیمت آگهی های مسکن سایت های اینترنتی	□
۵ ۳- بیانیه سایت دیوار	□
6 کلام آخر	□



بسمه تعالی

ر. مبرم معظم انقلاب در دیدار رئیس، مسئولان و جمعی از قضات و کارکنان قوه قضائیه فرمودند: «احیای حقوق عامه که گستره وسیعی از اقتصاد و امنیت تا عرصه بین المللی را در بر می گیرد از جمله وظایف مهم این دستگاه است که اجرای آنها نیازمند شیوه های نو و ابتکاری و انسانهای توانا است».

بیانات در دیدار رئیس و مسئولان قوه قضائیه؛ 98/4/5

□ نکات برجسته

- کنترل بازار مسکن و خودرو از مصادیق حفظ حقوق عامه است که جدیت مسئولان را می طلبد.
- استفاده از نظرات کارشناسان اقتصاد در ایجاد تعادل در بازار مسکن و خودرو نقش موثر و تعیین کننده دارد.
- به دنبال بالاگرفتن انتقادات از قیمت ها سرانجام مسئولان قضایی وارد عمل شدند و دستور حذف قیمت های بازار خودرو و مسکن را از آگهی های خرید و فروش اینترنتی به مدیران سایت های واسطه ابلاغ کردند.
- اعلام قیمت های غیر واقعی در آگهی های خرید و فروش و درج گروهی قیمت های غیر واقعی، قیمت سازی غیر واقعی برای جهت دهی به بازار خودرو و مسکن است.
- هدف دادستانی این بود که حذف قیمت از آگهی ها راهکار موقت باشد تا اینکه در این بازه زمانی، یک مرجع برای تعیین قیمت ها مشخص شد.
- بعد از تعیین نشدن مرجع مناسب برای قیمت گذاری، سایت های آگهی تبلیغاتی مسکن و خودرو به درج قیمت مبادرت کرده اند.

□ مقدمه

مدتی است ایجاد هیجان و التهاب در بازار خودرو و مسکن در کشور واسطه فعالیت سودجویان و تعدادی از دلایان فعال در این حوزه و با فعالیت گسترده و سازمان یافته در سایت های واسطه باعث افزایش بی رویه خارج از عرف قیمت های خودرو و مسکن شده است. تلاش در جهت تنظیم بازار و معرفی سازوکار مناسب برای بازار خودرو و مسکن اقدامی شایسته و در راستای احیای حقوق عامه می باشد. همچنین حفظ تعادل وضعیت بازار نیازمند پیگیری ناظران قانونی است تا با بررسی مستمر این فضا راه نفوذ سودجویان را مسدود سازند. پیرو این وضعیت پس از آن که روز ۱۲ اردیبهشت ماه سال 98 درج قیمت در آگهی های فروش ملک و خودرو در سایت های اینترنتی ممنوع شد، مجدداً در ۲۱ اردیبهشت ماه مشروط به لحاظ شرایط چهارگانه، سایت ها مجاز شدند تا قیمت گذاری را از سر بگیرند.

اعلام آگهی هایی که با کد ملی و شماره موبایل در دو دسته بندی خودرو و املاک احراز هویت شده اند، اعمال سقف قیمت برای خودروها بر اساس قیمت اعلامی اتحادیه خودرو، نمایش بازه و میانگین قیمت املاک بر اساس معاملات پایان پذیرفته ای که از سوی وزارت راه و شهرسازی اعلام می شود و سختگیری بیشتر در اعمال هزینه ثبت آگهی برای کسانی که بیش از حد مورد نیاز عموم، اقدام به درج آگهی می کنند از جمله این شروط عنوان شده است. با این که کارشناسان سرکوب قیمتی را راهکاری مؤثر برای کنترل بازار مسکن در میان مدت و درازمدت نمی دانند، حفظ این بازار از سهم آگهی های کاذب و بی هویت، ضروری به نظر می رسد.

در این پژوهش ضمن بررسی پیشینه موضوع؛ به دلایل بازگشت قیمت و دیدگاه‌های مختلف در خصوص این موضوع و موانع اجرایی نشدن این طرح پرداخته شده است. روش این پژوهش مصاحبه با کارشناسان حوزه خودرو و مسکن و استفاده از سایر دیدگاه‌های کارشناسی است.

□ دیدگاه کارشناسان بازار مسکن و خودرو در خصوص طرح حذف و بازگشت قیمت آگهی های سایت‌های اینترنتی

پژوهش خبری: آیا حذف قیمت‌ها باعث کاهش التهابات افزایش قیمت مسکن و خودرو شد؟

➤ منزوی کردن استارت آپ ها باعث بازگشت فضای پرتردید و غیرقابل اعتماد گذشته

جواد جاویدنیا سرپرست معاونت فضای مجازی دادستانی کل کشور: تعلل نهادهای تعیین شده برای همکاری با استارت‌آپ‌هایی مانند «دیوار» و «شیپور» برای تعیین قیمت تنها به نفع آن دسته از دلالتان سودجو و کسب‌وکارهای سنتی است که بنای فعالیت خود را روی یک بازار غیرشفاف تعبیه کرده‌اند. به هر حال، منزوی کردن استارت‌آپ‌ها، نه تنها باعث بازگشت فضای پرتردید و غیرقابل اعتماد گذشته به بازار مسکن و خودرو شده بلکه در این میان، افرادی را که توانسته بودند به واسطه یک پلت‌فرم به قیمت‌های واقعی دست پیدا کرده و مطمئن خرید کنند، دلسرد کرده است.

در این میان، نسخه حذف قیمت از آگهی‌های آنلاین چاره‌ساز نبود و باعث کاهش تب افزایش قیمت نشد. البته این التهاب در بازار خودرو بیش از مسکن است چرا که فقدان یک سیستم قیمت‌گذاری شفاف و کارا و جای خالی یک بانک اطلاعاتی در این بازار باعث شده بود، سوداگران و اخلاک‌گران رویه قبلی خود را در یک بازار نامعلوم در پی بگیرند. به این ترتیب، سودجویان بازار خودرو با سوءاستفاده از فقدان یک سیستم روشن در تعیین قیمت، به افزایش قیمت خودرو دامن زدند.^۱

پژوهش خبری: چگونه می‌توانیم وضعیت بازار مسکن را به حالت تعادل برگردانیم؟

➤ لزوم ورود اتحادیه مشاوران املاک و وزارت مسکن برای طراحی یک پلتفرم برای راهنمایی خریداران

محمد سلطان محمدی کارشناس بازار مسکن: اساسا برای اینکه بازارها بتوانند درست کار کنند، باید سیاست‌گذاران بستری را فراهم کنند تا گردش آزاد اطلاعات اتفاق بیفتد. هرچقدر ما بازار را شفاف‌تر کنیم و اجازه دهیم که دسترسی مردم به اطلاعات بیشتر شود؛ بازارها بهتر کار می‌کنند. وقتی قیمت‌ها حذف شود و یا مخدوش گردد مردم دچار اشتباه می‌شوند. قیمت‌های مسکن در بنگاه‌ها، نشریات و جراید و سایت‌ها عرضه می‌شود که در این حالت هرچقدر دسترسی مردم بهتر باشد بازار بهتر کار خواهد کرد و مردم هم راحت‌تر به انتخاب گزینه مناسب خواهند رسید. ما باید گردش اطلاعات را بهتر کنیم، یعنی اتحادیه مشاوران املاک با همکاری وزارت مسکن و شهرسازی باید یک پلتفرمی را طراحی کنند که در تمام دنیا هم این‌گونه است که همه اطلاعات مربوط به خرید و فروش مسکن در آنجا درج می‌شود تا به معاملات که انجام شده دسترسی داشته باشیم. در این صورت شما می‌توانید با دیدن و مقایسه اطلاعات به راحتی بهترین انتخاب را داشته باشید.

پژوهش خبری: در شرایط جریان آزاد اطلاعات گاهی افرادی موجب اختلال در این جریان می‌شوند، نهادهای کنترلی

چگونه می‌توانند ایفای نقش کنند؟

➤ جریان آزاد اطلاعات نیازمند قواعد ارتباطی جدید

محمد سلطان محمدی کارشناس بازار مسکن: ابتدا باید به ساخت پلتفرمی برای درج معاملات مسکن کمک کنند و اتحادیه‌ها را موظف کنند با ساخت این پلتفرم همه اطلاعات عرضه شود ضمن آنکه باید قواعد ارتباطی بین خریدار و فروشنده بروزرسانی شود،

۱- بازگشت قیمت به آگهی های مسکن سایت های اینترنتی <https://donya-e-qtasad.com>؛ 98/5/5

زیرا ما در ایران هنوز به روشی داریم معامله می‌کنیم که پنجاه یا هفتاد سال پیش معامله می‌کردیم. لذا جریان آزاد اطلاعات امروز نیازمند قواعد ارتباطی جدید و مخصوص به خود می‌باشد.

پژوهش خبری: آیا ورود دولت به این ماجرا از فشار التهابات کم خواهد کرد؟

➤ لزوم شفافیت در بازار و اعتماد به خرد مردم

محمد سلطان محمدی کارشناس بازار مسکن: خیر، دخالت دولت کاری را درست نمی‌کند. مردم فکر می‌کنند اگر دولت وارد بازار شود؛ بازار را کنترل می‌کند. این کار باعث می‌شود بازارها درست کار نکنند و همین افرادی که می‌خواهند کنترل کنند باعث فساد می‌شوند. ورود دولت دسترسی مردم را سخت‌تر خواهد کرد. باید اجازه دهیم بازارها خودشان کار کنند. باید بازارها را شفاف کرده و به خرد مردم اعتماد کنیم. اگر کسی بخواهد قیمت بالایی بدهد که این فضا را بهم بریزد خود به خود حذف خواهد شد.

پژوهش خبری: در این چرخه چگونه می‌توان واسطه‌های بین تولیدکننده و مصرف‌کننده را کنترل کرد تا

باعث هرج و مرج احتمالی نشوند؟

➤ لزوم ایجاد رقابت بیشتر با واسطه‌های درست

محمد سلطان محمدی کارشناس بازار مسکن: ما الان در دوره ای هستیم که نیازمند به این واسطه‌ها هستیم. واسطه‌ها در عصر حاضر باعث گردش اطلاعات می‌شوند. تجارت یعنی واسطه. واسطه‌گری اگر درست کار کند؛ چیز بدی نیست ولی متأسفانه ما در تجارت ضعیف عمل می‌کنیم. چون نتوانستیم واسطه‌های درستی داشته باشیم. واسطه‌ها را هم با بازار می‌شود کنترل کرد به گونه‌ای که اگر درست کار نکنند رقیب دیگر کار را پیش خواهد برد. ما باید اجازه دهیم رقابت بیشتر شود. هرچه رقابت بیشتر شود وضعیت بهتر خواهد شد.

پژوهش خبری: وضعیت فعلی بازار خودرو را چگونه ارزیابی می‌کنید و راهکار شما برای بهبود این فضا چیست؟

➤ لزوم کشف قیمت خودرو در بازار شفاف

میلاد بیگی کارشناس بازار خودرو: مسئله ما این است که بازار خودرو در کشور ما یک بازار عمیق نیست. بازار عمیق در ادبیات اقتصادی به بازاری گفته می‌شود که عرضه‌کننده و تقاضاکننده به تعداد زیاد در کنار هم حضور دارند و در آن بازار قیمت کشف می‌شود در واقع قیمت ساخته نمی‌شود. در کشور ما بازار خودرو چنین ویژگی را ندارد. اگر بازار عمیقی نداشته باشیم نرخ قیمت‌ها به صورت تصنعی و هیجانی بالا رفته و به راحتی قابل جا به جایی است. یعنی گاهی به واسطه اینکه میزان عرضه‌کننده‌ها کم است و در یک فضای غیرشفاف هم حضور دارند افراد می‌توانند به راحتی قیمت‌ها را جا به جا کنند.

پژوهش خبری: علت حذف قیمت آگهی‌های خودرو در سایت‌های آگهی اینترنتی چیست؟

افزایش قیمت خودرو به دلیل فروش خودرو در حاشیه بازار

میلاد بیگی کارشناس بازار خودرو: علت اینکه قیمت‌ها حذف شد این بود که دولت تصمیم گرفت که قیمت را به حاشیه بازار برود و حاشیه بازار بود که قیمت فروش کارخانه را تعیین می‌کرد و اینجا مهم بود که چه قیمت‌هایی روی سایت می‌آید. در این شرایط چون قیمت روی سایت‌ها مهم شده بود عده‌ای با قیمت‌ها بازی کردند و باعث شدند به یک‌باره با افزایش قیمت روبرو شویم به طوری که به عنوان مثال از اواخر فروردین ماه تا اواخر اردیبهشت ماه حدود 30 درصد افزایش قیمت داشتیم. حذف قیمت‌ها پاسخ صحیحی به این مسئله نبود چرا که عرضه‌کننده و تقاضاکننده را عملاً از هم فاصله دادیم و بنگاه‌ها و نمایشگاه‌های خودرو را به عنوان مرجع قرار دادیم که اینکار هم خالی از ایراد نبود.

□ سابقه حذف قیمت خودرو از وب سایت های فروش آگهی اینترنتی

با گذشت حدود پنج سال از رکود مسکن؛ به یکباره بازار مسکن همچون بازارهای دیگر به شدت ملتهب شده و قیمت‌ها به شکل عجیب و غریبی افزایش یافت، برخی ماجرا را به سقوط ارزش ریال ربط دادند و برخی دیگر به سردرگمی سرمایه‌ها و یا افزایش قیمت مواد اولیه ساخت مرتبط دانستند. چندی قبل جواد جاوید نیا سرپرست معاونت فضای مجازی دادستانی کل کشور عنوان کرد که هدف‌مان این بود که به شکل موقت قیمت‌ها برداشته شود. نهایتاً برای یک الی دو هفته و در این بازه زمانی هم یک مرجعی برای تعیین قیمت‌ها مشخص شود. چون اعتقاد داریم اگر پلتفرمی؛ قیمت سقف و کف داشته باشند می‌توانند تبدیل به تنظیم‌کننده‌ی بازار شوند و این قابلیت را به صورت جدی دارند. البته دادستانی ابتدا مخالف این مسئله بود که قیمت‌ها به صورت دائم برداشته شوند و حذف موقت قیمت‌ها به عنوان یک راهکار قطعی بود. آن‌طور که جاویدنیا توضیح می‌دهد، پس از اقدام اولیه از سوی دادستانی، چند دستگاه دیگر وارد این حوزه می‌شوند و مسئولیت را به دست می‌گیرند و نتیجه چنین اتفاقی، همین است که هنوز پس از ماه‌ها تکلیف انتشار قیمت‌ها در پلتفرم‌های آگهی مشخص نیست.^۱

□ سودجویان و نقش آنها در قیمت سازی

یکی از عوامل ایجاد هیجان و التهاب در بازار خودرو و مسکن کشور به واسطه فعالیت سودجویان و تعدادی از دلالان فعال در این حوزه است که با فعالیت گسترده و سازمان یافته در سایت‌های واسط باعث افزایش بی‌رویه و خارج از عرف خودرو و مسکن شدند؛ موضوعی که کارشناسان از آن به عنوان قیمت‌سازی تعبیر می‌کنند و معتقدند، اعلام قیمت‌های غیرواقعی در آگهی‌های خرید و فروش و درج گروهی قیمت‌های غیرواقعی، قیمت‌سازی غیرواقعی برای جهت‌دهی به بازار خودرو و مسکن است.^۲

□ دامن زدن به قیمت‌های غیرواقعی در بازار خودرو و افزایش قیمت‌ها

کارشناسان معتقدند که فعالیت برخی دلالان و سودجویان در سایت‌های خرید و فروش اینترنتی همچون دیوار و شیپور باعث ایجاد التهاب در بازار خودرو شده است. به گفته کارشناسان اعلام قیمت‌های غیرواقعی در آگهی‌های خرید و فروش، درج گروهی قیمت‌های غیرواقعی، قیمت‌سازی غیرواقعی و جهت‌دهی به بازار خودرو از جمله اقدامات دلالان در سایت‌های خرید و فروش اینترنتی به قصد دامن زدن به قیمت‌های غیرواقعی در بازار خودرو و افزایش قیمت‌ها در این بازار بوده است.

□ دستور حذف قیمت از آگهی‌های اینترنتی

به دنبال بالاگرفتن این انتقادات سرانجام مسئولان قضایی وارد عمل شدند و دستور حذف قیمت‌های بازار خودرو و مسکن را از آگهی‌های خرید و فروش اینترنتی به مدیران سایت‌های واسط ابلاغ کردند. به دنبال آن رئیس مرکز مبارزه با جرائم ملی و سازمان یافته پلیس فتا نیز هشدار داد که این سازمان رصد دائمی بر فعالیت این گونه سایت‌ها خواهد داشت. به دنبال این اقدامات سرانجام سایت «دیوار» چند روز بعد؛ از حذف نمایش قیمت‌ها از آگهی‌های خرید و فروش خودرو خبر داد. هرچند رصد دائمی و مستمر فعالیت این گونه سایت‌ها در بستر فضای مجازی باعث شده تا شاهد حذف قیمت خودرو و مسکن در این سایت‌ها باشیم، اما قطعاً ممنوعیت‌ها و اقدامات مقطعی راهکار اصلی نخواهد بود و با چنین رویه‌ای شاهد ایجاد آرامش، ثبات نسبی و کاهش التهاب نخواهیم بود.^۳

□ اقدامات ایجابی دستگاه قضایی برای کنترل التهابات بازار

1- بازگشت قیمت‌ها به سایت‌های خرید و فروش خودرو و املاک؛ پایگاه آموزشی اطلاع رسانی طلا؛ 98/5/2

2- آگهی‌های مسکن و خودرو با ثبت هویت و قیمت کارشناسی منتشر می‌شود؛ جوان آنلاین 98/2/5

3- همان؛ 98/2/15

جواد جاویدنیا سرپرست معاونت فضای مجازی دادستانی کل کشور می‌گوید: براساس تصمیم نهایی مقرر شد، قیمت‌ها بر مبنای کارشناسی دقیق در سایت‌ها درج شود و در مقابل از درج قیمت‌های نامتعارف جلوگیری به عمل آید. همچنین کارگروهی به این منظور در اتحادیه کسب و کارهای فضای مجازی تشکیل شده تا راهکارهای فنی و حقوقی دقیق‌تری برای درج دقیق قیمت‌ها براساس و مبنای کارشناسی در نظر بگیرند. قرار شد دیتابیس و اطلاعاتی که از سایر دستگاه‌ها برای کنترل قیمت‌ها نیاز است و همچنین حصول اطمینان از کسانی که مالکیت خودرو را در اختیار دارند، صورت گیرد تا شفافیت بیشتری را در بازار شاهد باشیم. معاون دادستان کل کشور در امور فضای مجازی ضمن تأکید بر برخورد جدی با عوامل افزایش قیمت‌ها، همچنین از ضروری شدن احراز هویت در بدو ثبت‌نام در سایت‌ها خبر داد.

□ وضعیت فعلی سایت‌های آگهی‌های اینترنتی^۱

1- بازگشت قیمت‌ها به آگهی‌های مسکن سایت‌های اینترنتی

جواد جاویدنیا، سرپرست معاونت فضای مجازی دادستانی کل کشور: قرار بود قیمت‌ها فقط دو هفته از سایت‌های آگهی حذف شود، اما این رویه سه ماه ادامه پیدا کرد تا اینکه چهارشنبه گذشته (98/5/2) تصمیم گرفته شد بار دیگر قیمت در آگهی‌های مسکن درج شود ولی آگهی‌های خودرو تا این تاریخ همچنان بدون قیمت هستند. هدف دادستانی این بود که حذف قیمت از آگهی‌ها راهکار موقت باشد تا اینکه در این بازه زمانی، یک مرجع برای تعیین قیمت‌ها مشخص شود.

2- موانع اجرایی نشدن طرح مذف قیمت آگهی‌های مسکن سایت‌های اینترنتی

جواد جاویدنیا، سرپرست معاونت فضای مجازی دادستانی کل کشور: عملاً سازمان یا نهادی حاضر نیست در زمینه ارائه قیمت به پلتفرم‌های آگهی، با آنها همکاری کند. پس از حذف قیمت از آگهی‌های سایت‌های «دیوار» و «شیپور»، دستگاه‌های مختلف از جمله سازمان حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان، اتحادیه مسکن، خودرو و کسب و کارهای اینترنتی و مرکز ملی فضای مجازی هم در مقوله تعیین دامنه قیمت ورود پیدا کردند اما در نهایت هیچ نهادی مسئولیت تعیین قیمت را نپذیرفت و در نهایت، خود پلتفرم‌ها طرحی را در رابطه با بازگشت قیمت‌ها و کنترل التهابات ارائه دادند. در این میان، یکی از سایت‌ها با انتشار بیانیه‌ای نسبت به همکاری با اتحادیه صنف دارندگان نمایشگاه‌ها و فروشندگان خودرو و دست‌اندرکاران برای تعیین محدود قیمت برای املاک و خودرو، اعلام همکاری کرد. همچنین برای کنترل قیمت اعلام کرد از درج مکرر آگهی رایگان جلوگیری می‌کند تا به گفته مدیران سایت با این اقدام، امکان ایجاد هرگونه فضای تبانی در این پلتفرم از بین برود.

3- بیانیه سایت دیوار^۲

پس از اینکه جلسات متعددی میان مسئولین مربوطه برگزار شد و به دنبال رفع ممنوعیت درج آگهی‌های فروش ملک و خودرو، سایت دیوار با انتشار بیانیه‌ای اقدام به درج مجدد قیمت‌های مسکن کرد. چهار اقدام اصلی که در بیانیه مذکور بیان شده است به شرح زیر است:

۱- بازگشت قیمت به آگهی‌های مسکن سایت‌های اینترنتی؛ دنیای اقتصاد؛ 98/5/5

۲- برگرفته از سایت <https://divar.ir>



□ کلام آخر

همان‌طور که گفته شد باید بگذاریم بازارها خودشان کار کنند. در عصر حاضر با این همه تنوع محصولات نمی‌شود یک قیمت ثابت برای کالایی قائل شویم. اما در این میان نظارت و سیاست‌گذاری درست و دقیق پراهمیت است. مهم‌ترین مسئله این است که باید سعی کنیم فضای شفاف‌تری را به وجود بیاوریم. گاهی یکی از مشکلات عمده قیمت‌گذاری بر روی سایت‌ها این است که مشخص نیست که فردی که اقدام به قیمت‌گذاری کرده اصلاً خودرو دارد یا خیر. به عنوان مثال در فضای بورس ما هم عرضه کننده و هم تقاضاکننده داریم اما در یک فضای شفاف‌تری همگی تبادل می‌کنند و قیمت‌سازی سخت‌تر اتفاق می‌افتد. در آخر اینکه باید سازوکاری طراحی بشود که هرکسی توسط کد ملی‌اش امکان استعلام هویتش وجود داشته باشد و هر فردی بیش از یک صفحه پروفایل در این فضا ایجاد نکند و هویت خودرو نیز احراز شده باشد. همچنین ضمن جلوگیری از تعدد بیش از اندازه باید قوانین صیانت از بازار را نیز روی آنها اعمال کرد؛ همان‌طوری که روی بورس اعمال می‌شود و از قیمت‌سازی تا جای ممکن جلوگیری می‌کند. به نظر می‌رسد تصویر اقتصاد در کشور ما پازلی است که ملاحظات متعددی دارد که هر کدام از قطعات آن اعم از دولت، بخش خصوصی، رسانه‌ها، کارشناسان اقتصادی، قوانین و ... لازم است نقش خود را به خوبی و متناسب با شرایط ایفا نمایند. در این میان ابزار نوین ارتباطی نیز اگر قواعد کارکرد آن رعایت شود به عنوان فرصتی برای بهبود و سهولت مراودات اقتصادی می‌تواند نقش تعیین‌کننده‌ای ایفا کند.

به نظر می‌رسد با توجه به بازگشت قیمت به سایت‌های آگهی اینترنتی (12 مردادماه 1398) علی‌رغم دستور دادستانی، وب سایت‌های آگهی و دستگاه‌های مسئول، نهادهای مسئول باید پاسخ دهند که چرا علی‌رغم تعیین نشدن مرجع قیمت‌گذاری، قیمت‌ها به این سایت‌ها بازگشته است.