تحلیل

فرهنگ مصرف

روز پنج شنبه دهم خرداد بخش اول مقاله دکتر منصور صمدی عضو هیات علمی دانشگاه شهید چمران اهواز درباره نسبت فرهنگ با تقاضا و مصرف از مجموعه «رفتار مصرف کننده» به چاپ رسید. ادامه این گفتار در پی می آید. محققین، از تعدادی مفهوم کلیدی در تشریح فرهنگ ها استفاده می کنند. هر فرهنگ در برگیرنده مجموعه ای از ارزش ها است که به اعضای آن منتقل می گردد. در بسیاری موارد ارزش ها جهانی هستند و آنچه فرهنگ ها را از هم جدا می کند، اهمیت نسبی یا درجه بندی ارزش ها است. این مجموعه درجه بندی های نسبی سیستم ارزشی یک فرهنگ را پدید می آورد. ارزش های فرهنگی مجموعه باورهایی هستند که مشخص کننده چیزهای مطلوب هستند. جوامع مختلف مجموعه هنجارهای مجزایی دارند. ارزش ها ایده های کلی درباره اهداف خوب یا بد هستند اما هنجارها خاص تر از ارزش ها بوده و رفتارهای قابل قبول و غیرقابل قبول را دیکته می کنند. هنجارها دو دسته اند؛ «هنجارهای تصویب شده» آنهایی هستند که به طور کامل تصریح شده اند و در برخی موارد نیز از طریق قانون مشخص شده اند. دسته دوم هنجارها ریشه در فرهنگ داشته و در تعامل گسترده افراد آموخته می شوند. این هنجارها که «هنجارهای بالنده» خوانده می شوند به سه دسته تقسیم می شوند:

۱- **رسم**: رسم هنجاری است که از نسلی به نسل دیگر منتقل شده و رفتارهای اساسی را کنترل می کند. تقسیم کار در خانه یا اعمال مراسم خاص، از این قبیل اند.

۲-**آداب**: آداب، رسومی هستند که بر جنبه های اخلاقی و معنوی رفتار تاکید دارند و اغلب جنبه های ممنوع و محرمانه اخلاقی را در بر می گیرند.

۳- **عرف**: عرف، هنجار مرتبط با زندگی روزمره است و به ویژه در بررسی رفتار مصرف کننده از قبیل روش درست مبلمان کردن یک خانه، پوشیدن لباس خاص و غیره کاربردی هستند. اعضای یک فرهنگ در یک سیستم معانی سهیم می شوند. بدین معنی که آنها یاد می گیرند مجموعه ای از اعتقادات را پذیرفته و به کار بگیرند. این اعتقادات توسط والدین، دوستان، معلمان و همکاران به اعضای یک فرهنگ آموخته می شود. فرآیند آموزش، اعتقادات و رفتار به یک فرد همان «فرهنگ آموزی» نامیده می شود. در حالی که به یادگیری فرهنگ جدید که معمولاً کار دشوارتری است «فرهنگ پذیری» گفته می شود. عنصر دیگر فرهنگ اسطوره ها و افسانه ها هستند. افسانه ها داستان هایی هستند که ارزش های کلیدی و ایده آل جامعه را بیان می کنند و افسانه ها و اسطوره ها ۱-سرمنشاء وجود را توضیح می دهند، ۲-مجموعه ای از ارزش ها را برای جامعه آشکار می کنند و ۳- برای هدایت افراد مدل هایی را معرفی می کنند.

■ ارزش گرایی های فرهنگی

محققین، علاقه مند به مشخص کردن ابعادی از فرهنگ ها بوده اند که در آنها ارزش فرهنگ های مختلف با همدیگر تفاوت دارند. در یک بررسی اخیراً شش بعد اساسی ارزش های فرهنگی مشخص شده است:

۱-**فردگرایی در مقابل جمع گرایی**: حدی که در آن یک فرهنگ به افراد بیشتر از گروه ها یا گروه ها بیشتر از افراد ارزش می نهند.

۲-**مردگرایی، زن گرایی**: حدی که در آن ویژگی های یکی بیشتر از دیگری ارزش محسوب می شود.

۳-**زمان گرایی**: حدی که در آن اعضای یک جامعه به سمت گذشته، حال و آینده گرایش دارند.

۴-**اجتناب از عدم اطمینان**: حدی که در آن اعضای یک جامعه ابهامات و رفتارهای غیر معمول را تحمل می کنند.

۵- **فعالیت گرایی**: حدی که در آن جامعه به عمل و فعالیت در مقابل انفعال و جمود ارزش می نهد.

۶- **روابط با طبیعت**: حدی که در آن جامعه همراه و همگام با طبیعت زندگی می کند یا در تلاش برای تسخیر و غلبه بر آن است.

■ نقش کالاهای مصرفی در فرهنگ

نقشی که کالاهای مصرفی در یک فرهنگ به عهده دارند، از مباحث مهم در بررسی رفتار مصرف کننده است. کالاهایی که مصرف کنندگان از آنها استفاده می کنند دارای اهمیت ویژه ای هستند که فراتر از مطلوبیت و ارزش اقتصادی آنها است. این اهمیت به میزان زیادی در توانایی آنها در ارتباط برقرار کردن با «مفاهیم فرهنگی» است. مفاهیم فرهنگی؛ به ارزش ها، هنجارها و اعتقادات مشترک اطلاق می شود. آنها دائماً بین اجتماع در جریان بوده و تلاش های فردی یا دسته جمعی طراحان، تولیدکنندگان، بازاریان و مصرف کنندگان به این جریان کمک می کند. چنین حرکت انتقالی ای از یک خط سیر سنتی برخوردار است. معمولاً مفاهیم زندگی از دنیای ساختار یافته فرهنگی نشأت گرفته و به کالاهای مصرفی افراد منتقل شوند. سپس این مفاهیم از شیء یا کالا به سمت مصرف کننده فردی منتقل می شوند.

دنیای ساختار یافته فرهنگی را می توان به عنوان لنزی در نظر گرفت که از طریق آن افراد دنیای پیرامون خود را تعبیر و تفسیر می کنند، و تشکیل شده از ارزش ها، هنجارها و آداب مختلفی است که جامعه خاصی را تشکیل می دهند. انتقال معانی از فرهنگ به شیء (کالا) ممکن است از طریق سیستم های تبلیغات و مد صورت گیرد.

انتقال معانی و مفاهیم از کالاها به مصرف کنندگان از طریق آیین و تشریفاتی از قبیل مبادله، مالکیت، آراستن و محروم و بی بهره کردن انجام می شود.

تبلیغات را می توان نوعی کالا دانست که به وسیله آن جریان معانی از دنیای ساختاریافته فرهنگی به کالاها برقرار می شود. بازاریاب با موضع یابی یک محصول آن را در واقع سرشار از معانی و مفاهیم می کند. سیستم مد، عامل وسیع تری در انتقال مفاهیم و دربرگیرنده مجلات، رهبران ایده ها و گروه های مرجع و غیره است. کالاها و خدمات، مفاهیم زندگی را به افراد منتقل می کنند. در اصل افراد به منظور ارتباط دادن این معانی با خود از کالاها استفاده می کنند. پوشاک، ماشین، موقعیت، خانه و بقیه مالکیت ها ارائه کننده تصاویری از افراد به دیگران هستند.

بخش اول

جام جهانی و افزایش ۱۰ درصدی خریداران تلویزیون

شرق: این روزها صنف فروشندگان لوازم صوتی و تصویری و گوشی تلفن همراه مشغله های زیادی دارد. از افزایش یک باره تعرفه های لوازم خانگی و گوشی تلفن همراه گرفته تا موضوع مالیات ها و رونق بازار به مناسبت شروع بازی های جام جهانی همه و همه فضای ذهنی این صنف را به طور کامل به خود مشغول ساخته است. ابراهیم درستی به عنوان رئیس اتحادیه فروشندگان لوازم صوتی و تصویری و گوشی تلفن همراه در این بخشی از مشکلات صنف متبوع خویش را بازگو می کند.

■■■

■صنف شما اعتراضات زیادی به نحوه دریافت مالیات دارد علت چیست؟

این صنف از سال ۱۳۸۱ به بعد با تنش های بسیاری روبه رو بود. اما با این وجود مالیات ها را هر دوره پرداخت کرده ایم. حتی افرادی هستند که با وجود رکود بازار و تنش های بسیار مالیات های ۳ تا ۴ برابر شده را پرداخت کرده اند.

■شما با افزایش ضرایب مالیاتی در سال جاری که بین صفر تا ۲۲ درصد پیش بینی شده موافق هستید؟

مگر چه اتفاقی در بازار رخ می دهد که اصناف بتوانند افزایش مالیات ها را تحمل کنند. تا به حال بارها اعلام شده که صنف فروشندگان لوازم صوتی و تصویری توان پرداخت مالیات های سنگین را ندارند. صنف ما در حالت بحران قرار دارد. به زرق و برق موجود نگاه نکنید. فروش یک دستگاه تلویزیون برای فروشندگان ۲ تا ۳ هزار تومان سود دارد. افرادی که مسئول هستند نمی خواهند قبول کنند تا به وضعیت مالیات ها سروسامان دهند. تمام اتحادیه ها در تلاش بودند که مالیات در سال ۸۴ افزایش پیدا نکند. با بررسی های مجامع امور صنفی به این نتیجه رسیدیم که در سال جاری مالیات را بر مبنای سال ۸۳ صنوف پرداخت کنند ولی متاسفانه در آب گل آلود بعضی ها قصد سوءاستفاده دارند.

■شما به دنبال بخشودگی مالیاتی هستید؟

خیر به هیچ عنوان. حتی عده ای از مسئولین صنفی از قول اتحادیه ما اعلام کرده اند که فروشندگان لوازم صوتی و تصویری به دنبال بخشودگی هستند ولی این موضوع صحت ندارد. هر کس باید در جایگاه خود صحبت کند. در واقع مسائل مربوط به توزیع کنندگان ربطی به مسئولین تولیدی ندارد. اتحادیه علاقه دارد صنف از درآمد مالیات پرداخت کند نه اینکه در شرایط رکودی که درآمدی نبوده از آنها با اصرار مالیات گرفته شود. در سال ۸۳ و ۸۴ اوضاع بازار خیلی بد بوده است. با این حساب چرا باید برای سال ۸۵ افزایش مالیاتی صورت گیرد. فروشندگان این صنف پس از معامله یک تلویزیون تنها ۳ هزار تومان سود کسب می کنند ولی یک تعمیرکار برای کوچک ترین فعالیت خود ۱۲ هزار تومان پول از مراجعه کنندگان می گیرد. بعضی ها سعی دارند به گونه ای رفتار کنند که تولیدی ها شامل بخشودگی مالیاتی شوند و توزیع کنندگان مالیات بپردازند. ولی هر کس که کار کرده باید مالیات پرداخت کند.

■یعنی شما می گویید که بعضی از افراد سعی دارند صنوف تولیدی شامل بخشودگی مالیاتی شوند؟

بله. ولی چنین اظهارنظرهایی با دلیل و مدرک صورت نمی گیرد یعنی آنها از وضعیت صنف اطلاع ندارند که چنین صحبت می کنند.

■شما می گویید صنف فروش نداشته پس این کالاهای لوازم صوتی و تصویری که به صورت قاچاق و غیرقاچاق وارد کشور می شود در کجا به فروش می رسد؟

۸۵ درصد اقتصاد در اختیار دولت قرار دارد و ۱۵ درصد به عهده صنوف است که از آن نیز ۱۱ درصد را تعاونی ها در اختیار گرفته اند. وقتی خود دولت واردکننده است سودی به صنف نمی رسد. عمده سود به تجار اصلی بازار که خود واردکننده هستند می رسد.

■اگر اوضاع تا این حد خراب است پس چرا هیچ کس از صنف خارج نمی شود؟

فعالان این صنف کار خود را دوست دارند و امیدوار هستند که در آینده وضعیت کاری بهبود یابد. سود فروشندگان در حدود نیم درصد است، باید از درآمد مالیات گرفته شود نه از فروش.

■ولی دولت در زمینه فروش لوازم صوتی و تصویری فعالیتی ندارد؟

به هر صورت یکسری از نمایندگی های کمپانی های مطرح جهانی واردات را انجام می دهند.

■میزان محصولات قاچاق در بازار در قیاس با سال های قبل تغییری نکرده است؟

قاچاق کمتر شده چرا که دیگر واردات اینگونه ای صرف ندارد در حال حاضر رقابت در بازار به بالاترین حد رسیده است. فروشندگان در شرایط رقابتی وادار می شوند کالای خود را با سود ۲ تا ۳ هزار تومانی عرضه کنند. با این حساب دیگر آنها نمی توانند پاسخگوی نیازهای مالی خود باشند. رقابت زیاد شده ولی از طرف دیگر هزینه ها نیز روند صعودی داشته است. دولت باید سیاستی را پیش گیرد که تمام مسائل با یکدیگر هماهنگ شود.

■با این حساب شما به دنبال کاهش ضریب هستید یا بخشودگی؟

بیش از ۹۵ درصد از صنف فروشندگان لوازم صوتی و تصویری توان پرداخت مالیات ندارند چرا که در سال ۸۴ بحران بر صنف حاکم بوده است. اتحادیه آبمیوه فروشان به دلیل بحران یک ماه مورد بخشش قرار می گیرد ولی این صنف که تمام سال در بحران بوده کسی به آن توجه نمی کند. این صنف ۱۲ ماه از سال را با بحران روبه رو است فقط همه چیز شده زرق و برق.

■اما شما چه مدرکی دارید تا بحران اقتصادی صنف خود را اثبات کنید؟

رکود بازار نیازی به اثبات ندارد. تمام اقداماتی که در سال ۸۴ مانند زوج و فرد کردن پلاک خودروها که منجر به کاهش میزان مراجعین به فروشگاه های مرکزی شهر شد و خیلی مسائل دیگر، به رکود بازار کمک کرد. به هر صورت این موضوعات قابل کتمان نیست.

صنوف واقعاً در سال ۸۴ بسیار اوضاع بدی داشتند. دولت باید قدری به صنوف و اتحادیه ها اعتماد داشته باشد. اگر قانون خوداظهاری که در سال ۵۸ اعمال شده بود اجرا می شد در حال حاضر این مشکلات وجود نداشت.

البته در تلاش هستیم اطلاع رسانی دقیق در صنف انجام شود تا افرادی که واقعاً کار کرده اند مالیاتشان را بپردازند. اگر کسبه ای کار کرده باشد و مالیات نپردازد خیانت می کند. ولی افرادی هم که وضع مالی خوبی نداشته اند هم می توانند از طریق خوداظهاری مشکل خود را حل کنند.

■اگر قرار باشد اتحادیه ها افراد ورشکسته را اعلام کنند، شاید به دلیل روابط خاصی مشکل ایجاد شود.

مسئولین اتحادیه ها در مقابل تمام اعضا مسئولیت دارند. اگر اتحادیه خاصی مشکل دارد باید با همان برخورد شود نه اینکه موضوع را به کل اتحادیه ها تعمیم دهند. البته در صنف ما چنین موضوعی وجود ندارد.

■یعنی شما زدوبندهای پنهانی را رد می کنید؟

بله، این موضوع ربطی به مغازه دار ندارد. اگر جایی اینگونه باشد هم مربوط به مغازه دار نمی شود. همیشه به دنبال مغازه دار هستند ولی خیلی جاهای دیگر فرار مالیاتی صورت می گیرد.

■نمایندگی های بزرگ فروش بازار را بر هم نمی زنند؟

در این صنف چندین شرکت واردات کلی را دارند. البته همیشه اوضاع همین گونه بوده و این شرکت ها نظم بازار را در دست گرفته اند. کمپانی های بزرگ با توجه به واردات خودشان اجازه نمی دهند که کسی دیگر به جز آنها کار بکند. شرایط باید به گونه ای باشد که این شرکت ها به فکر کسبه جزء نیز باشند. به هر صورت نبض بازار در اختیار کمپانی های بزرگ واردکننده است.

■در حال حاضر نحوه قیمت گذاری بر روی کالاهای بازار لوازم صوتی و تصویری چگونه است؟

قیمت ها را شرکت ها براساس شرایط بازار تعیین می کنند اگر واقعاً رقابت صادقانه باشد خریدار قیمت ها را تعیین می کند ولی متاسفانه شرکت ها شرایطی را به وجود می آورند تا اوضاع کمی برهم بریزد. مغازه دار مجبور است تا براساس خواسته های شرکت ها کار کند.

■حاشیه سود برای فروش محصولات صنف چقدر است؟

حداکثر یک درصد و حداقل نیز نیم درصد سود فروش کالا است. در بعضی مواقع نیز کاسب آنقدرها درگیر پاس کردن چک های خود می شود که از این میزان سود نیز صرف نظر می کند. سود کلی را تعدادی از واردکنندگان قدرتمند به دست می آورند.

■از قرار معلوم تعرفه های جدید گوشی و لوازم خانگی وضعیت بازار را برهم زده است.

بله، اصلاً چه دلیلی دارد که یک مرتبه تعرفه ها ۵۶ درصد افزایش می یابند. حرکتی که دولت قصد انجام آن را دارد باید خیلی بیشتر از این مورد بررسی و کارشناسی قرار می گرفت.

در حال حاضر نظم بازار به هم ریخته و بازار با اختلال مواجه شده است. دولت قصد دارد هشت میلیون سیم کارت واگذار کند با این حساب یک حجم عظیمی از تقاضا برای خرید گوشی تلفن همراه به وجود می آید. متاسفانه با این حرکت اخیر بازار با تلاطم روبه رو شده و انگیزه های زیادی برای قاچاق ایجاد خواهد شد. در شرایطی که مرزهای کشور قابل کنترل نیست چگونه قصد دارند جلوی واردات قاچاق گوشی تلفن همراه را بگیرند.

■یعنی شما اعتقاد دارید افزایش تعرفه ها فقط به ترویج قاچاق منجر می شود؟

بله، مسلماً قاچاق ترویج پیدا می کند. به دنبال آن اشتغال نیز از بین می رود. یعنی خیلی ها که در جاهای دیگر مشغول به کار بودند، سرمایه های خود را به این سمت روانه می سازند. با این موضوع افزایش تعرفه ها ۱۰۰ درصد مخالفت داریم.

■ افزایش قیمت هایی که به وقوع پیوسته نیز همچنان پا برجا می ماند؟

به طور حتم اثرگذاری این اتفاق تا مدت ها ادامه خواهد داشت.

به بهانه حمایت از تولید نباید محدودیت ایجاد شود. دنیای تکنولوژی هر لحظه تغییراتی را در سیستم تلفن همراه به وجود می آورد. واقعاً مصرف کننده داخلی نباید در اجبار قرار گیرد تا از یکسری خاص گوشی های تلفن همراه استفاده کند.

■یعنی افزایش تعرفه ها به عنوان حمایت از تولید تلقی نمی شود؟

نه، تولیدکنندگان داخلی باید در یک بازار رقابتی وادار به تولید شوند. در حال حاضر در بخش فروش آلات موسیقی نیز افزایش قیمت به وجود آمده که علت آن به افزایش ۲۰ تا ۱۰۰ درصدی تعرفه ها بازمی گردد. در شرایطی که ابزارآلات موسیقی در کشور تولید نمی شود، واقعاً چرا باید بر قیمت تعرفه واردات آن افزوده شود. در اینجا که دیگر نمی توان ادعای حمایت از تولیدات داخلی را داشت.

در حال حاضر تنش های بسیاری به وجود آمده است. حداقل مسئولین باید یکسری بازنگری ها در تصمیم گیری های خود داشته باشند. اوضاع به گونه ای درآمده که عده ای می توانند از رانت های خاصی برای واردات استفاده کنند. دولت باید از خبرگان صنوف برای تصمیم گیری ها بهره ببرند. در شرایطی که عمل ضد و نقیض باشد بستر برای کسب سود عده ای خاص فراهم می شود.

■به دنبال افزایش قیمت ها از میزان فروش کاسته نمی شود؟

فروشنده کالا به هر قیمت خریداری کند به همان سود عادلانه مدنظر خودش به فروش می رساند. در مورد تلفن همراه قیمت ها به روز تعیین می شود. ولی در وضعیت موجود شاید در یک مقطع کوتاه از فروش کاسته شود ولی در بلندمدت از آنجایی که تلفن همراه شکل کالای مصرفی گرفته فروش ادامه می یابد.

■ یعنی با وجود افزایش قیمت ها از تعداد خریداران کم نمی شود؟

مردم نیاز به تلفن همراه دارند به همین سبب فروش کم نمی شود. در حال حاضر سود عاید واردکنندگان می شود نه مغازه داران. از تولید باید حمایت شود ولی در هیچ کجا به این بهانه از واردات جلوگیری نمی کنند. در شرایط فعلی که هنوز آمادگی تولید گوشی تلفن همراه وجود ندارد صلاح نبود که چنین سیاستی را پیش گیرند. تا زمانی که سه شرکت محصولات خود را به بازار وارد کنند، یکسری متضرر می شوند و عده ای هم سود می کنند.

■شرایط لوازم خانگی که آن نیز با افزایش تعرفه روبه رو شده است با گوشی تلفن همراه یکسان است؟

لوازم خانگی به حجم و اندازه های بزرگ اقلام آن کمتر در خطر قاچاق قرار می گیرد.

■از قرار معلوم قیمت ها در بازار لوازم صوتی و تصویری به دلیل برگزاری جام جهانی قدری افزایش یافته است.

فروشندگان با حداقل سود در این فصل تلویزیون و سایر اقلامی که به مناسبت جام جهانی مخاطب پیدا کرده اند، را به فروش می رسانند. در حال حاضر بهترین زمان خرید لوازم صوتی و تصویری است. تنوع کالاهای زیاد و رقابت، شرایطی را مهیا ساخته که هیچ کس اجازه نمی یابد بی جهت قیمت محصولات را افزایش دهد.

■ رکود بازار هم از بین رفته است

بله، خوشبختانه بازار رو به رشد است و صنف خیلی امید دارد که اوضاع هر لحظه بهتر شود. قیمت های فعلی بسیار مناسب است ولی به طور حتم تا چند ماه دیگر افزایش چشمگیری به وقوع می پیوندد.

■جام جهانی چقدر در میزان فروش موثر بوده است؟

تقریباً در این ایام ۵ تا ۱۰ درصد به میزان فروش تلویزیون افزوده شده است. البته قیمت های مناسب کنونی هم در جذب خریداران موثر بوده است. امسال به نسبت دوره های قبل شور و شوق برای خرید بیشتر بود.

گفت و گو

■آیا همزمان با افزایش قیمت ها با رکود مواجه نمی شوید؟

خیر، دوران رکود صنف به پایان رسیده است. البته احتمال افزایش قیمت ها در ماه های بعدی بسیار محتمل است.

پرداخت مستقیم وام های مسکن چاره ساز نیست

مسکن

شرق: در شرایطی که اقدامات گسترده ای در راستای اعطای وام های خرید و اجاره مسکن صورت گرفته است، بسیاری اعتقاد دارند این وام ها نمی توانند برای خانه دار کردن مردم چندان راهگشا باشند. در همین حال مخبر کمیسیون عمران مجلس گفت: توانمندسازی اقشار محروم و کم درآمد جامعه مستلزم تقویت تعاونی های تولید مسکن و فعال کردن بخش های غیردولتی است. ولی آذروش با اشاره به اعطای وام های مسکن در جامعه و تاثیر آن در خانه دار شدن مردم گفت: با وام های ۳ میلیون و ۱۰ میلیون تومانی قطعاً مشکل مسکن مردم حل شدنی نخواهد بود. پرداخت وام به صورت مستقیم به افراد حتی اگر اقشار محروم و آسیب پذیر هم باشد باید بر مبنای یک چارچوب و خط مشی و سیاستگزاری صحیح باشد تا منجر به خانه دار شدن افراد شود. وی ادامه داد: گاهی مشاهده می شود که اعطای این وام مشکلات عدیده ای را برای متقاضیان آن ایجاد می کند، به عنوان نمونه یا با تاخیر داده می شود و یا در پرداخت آن با مشکل روبه رو می شوند. نماینده مردم اردبیل در مجلس حمایت عملی و جدی از تولیدکنندگان انبوه مسکن را از مهم ترین راهکارهای خانه دار شدن مردم ذکر و خاطرنشان کرد: طبعاً می توانیم با حمایت از سازندگان و تولیدکنندگان انبوه مسکن گامی در جهت خانه دار کردن اقشار کم درآمد برداریم، ضمن آن که با ساماندهی مطلوب و ارائه خدمات موثر و بیشتر برای نیازمندان مسکن از وام های مسکن در احداث بناهای مختلف شهری و روستایی و حتی شهرک ها استفاده بهینه داشته باشیم. آذروش با اشاره به اعمال نظارت های عالی از سوی وزارت مسکن و شهرسازی گفت: در کنار این مسئله موضوع مقاوم سازی ساختمان ها نیز باید به طور جدی مدنظر قرار بگیرد. مخبر کمیسیون عمران مجلس با بیان این که پرداخت وام های مسکن به طور مستقیم مشکلات مختلفی را برای متقاضیان ایجاد می کند، اظهار کرد: بخش مسکن از جمله بخش هایی است که در کاهش نابرابری ها، توسعه پایدار و عدالت اجتماعی اثرگذار است و بی تردید نقش تعادل بخشی آن در ارتقای کیفیت زندگی و اثراتی که در اقتصاد ملی دارد حائز اهمیت است. وی توانمندسازی اقشار کم درآمد و محروم جامعه را مستلزم تقویت تعاونی های تولید مسکن و فعال کردن بخش های غیردولتی دانست و گفت: این حرکت به نگرشی جدی و همه جانبه نیاز دارد و اگر در بخش مسکن به ترویج و تشویق سرمایه گذاری خارجی بپردازیم ضمن بهره گیری از مشارکت های خارجی، در رونق ساخت وساز در کشور موثر خواهد بود. آذروش در گفت وگو با ایسنا تصریح کرد: دادن یارانه و کارمزد تسهیلات مسکن به سازندگان و انبوه سازان بخش های تعاونی و خصوصی می تواند واحدهای مسکونی ارزان قیمت و استیجاری را در چارچوب ضوابط و استانداردهای مصوب در شهرهای کوچک و متوسط و روستاها مورد احداث قرار بدهد. نماینده مردم اردبیل در مجلس ادامه داد: استفاده از روش هایی نظیر طرح اجاره به شرط تملیک (مسکن استیجاری) می تواند در خانه دار کردن طبقات محروم جامعه موثر باشد، ولی اعطای مستقیم وام های مسکن چندان اثربخش نیست. هم اکنون عده بسیار زیادی که نیاز به مسکن و وام مسکن ندارند، در صف های طویل دریافت تسهیلات مسکن ایستاده و ثبت نام کرده اند، لذا تخصیص وام مسکن به این نحو، از مکانیسم کارآمدی برخوردار نبوده است. مخبر کمیسیون عمران مجلس در پایان بهره گیری از روش های جدید در خانه دار کردن مردم، تولید انبوه سازی مسکن و حمایت از مسکن اقشار کم درآمد را خواستار شد.

■ حمایت از انبوه سازی واحدهای مسکونی اجاره ای

در همین حال وزیر مسکن و شهرسازی گفت: دولت از انبوه سازانی که در بخش بافت های فرسوده کشور اقدام به احداث واحدهای مسکونی اجاره ای کنند، حمایت می کند. «محمد سعیدی کیا» افزود: هم اکنون در ۹۰ شهر کشور ۳۶ هزار هکتار بافت فرسوده وجود دارد که سعی داریم با حمایت از بخش خصوصی نسبت به تغییر این بافت ها اقدام کنیم. وی در گفت وگو با ایرنا تصریح کرد: دولت در سیاست های تشویقی خود از بخش خصوصی و واردشدن این بخش در ساخت وساز بافت های فرسوده شش درصد یارانه و در صورتی که بخش خصوصی در ساخت وسازهای خود از فناوری جدید استفاده کند چهار درصد یارانه اضافی تخصیص می دهد. سعیدی کیا با اشاره به برنامه توسعه چهارم کشور گفت: وزارت مسکن و شهرسازی براساس این برنامه سالانه ۱۰ هزار واحد مسکونی استیجاری به شرط تملیک و ۵۰ هزار واحد مسکونی اجاره ای در کشور احداث می کند. وزیر مسکن و شهرسازی به مشکلات دستگاه های دولتی در بخش ساختمان اشاره و خاطرنشان کرد: می خواهیم در شهرهای جدید همه ساختمان های دولتی به صورت متمرکز در یک منطقه ساخته شوند و سازمان مسکن از این طرح حمایت خواهد کرد.

ادامه از صفحه ۱۱

واقعیت آن است که سیاست «بازی» با تعرفه ها همواره مدنظر دولت ها است. این سیاست «بازی» عملاً از سوی دولت ها به گونه ای اتخاذ می شود که هم به مصرف کننده اجحاف نشود و هم آنکه از کالاهای تولیدکننده حمایت شود. از این رو است که «تعرفه» را یک شمشیر دولبه هم می نامند. شمشیری که اگر تولیدکننده خواست به سمت انحصار و تحمیل کالای خود به مصرف کننده حرکت کند دولت با پایین آوردن نرخ آن فضای رقابتی برای تولید فراهم می کند و بدین ترتیب تولیدکننده را مجبور می کند با وارد شدن به «بازی رقابت» کیفیت محصول خود را بهتر و قیمت آن را مناسب تر کند. از سوی دیگر اگر نرخ تعرفه به قدری پایین باشد که تولیدکننده داخلی قادر به رقابت با محصول خارجی نباشد دولت با افزایش آن به حمایت از اقتصاد ملی می پردازد، اما باز هم به گونه ای که تولیدکننده را مجبور می کند مصرف کننده را از کالاهای باکیفیت محروم نکند. اما در ایران سیاست تعرفه ای، هیچ وقت بازی عرفی خود را نداشته است. یا آنچه که مدنظر بوده حمایت صرف از تولیدکننده بوده است؛ حمایتی بدون فراهم کردن فضای رقابتی که نتیجه و برآیند آن همواره ظلم به مصرف کنندگان بوده است. مصرف کنندگانی، مانند مصرف کنندگان ایرانی، که مجبور هستند بالاترین قیمت را در مقیاس جهانی برای کالایی که پایین ترین کیفیت را باز هم در مقیاس جهانی دارد به تولیدکنندگان بپردازند. نمونه های این کالاها از خودرو گرفته تا لوازم خانگی هنوز هم که هنوز است در ایران زیاد است و یا آنکه این سیاست در قالب حمایت صرف از مصرف کنندگان بوده است که باز هم برآیند این تصمیم نابودی تولیدکنندگان بوده است. مثل واردات میوه با تعرفه بسیار پایین که نتیجه آن ورشکسته شدن تولیدکنندگان میوه و کشاورزان است که عواقب آن را می توان در تغییر کاربری زمین های باغی و کشاورزی مشاهده کرد. ولی در چند سال گذشته سعی مسئولان اقتصادی به این سمت بوده که سیاست تعرفه ای را وارد بازی عرفی کنند. یعنی آنکه هم تولیدکننده را در حین حمایت مجبور می کردند که کالای خود را رقابتی تر تولید کند و به تدریج او را وارد بازارهای جهانی کنند که در این راستا به مصرف کننده هم ظلم نمی شد و شأن او هم محفوظ نگه داشته می شد زیرا او در عین حال که قیمت مناسب را می پرداخت از کالای باکیفیت بهتر هم بهره اش را می برد. اما به نظر می آید که این سیاست دارد جای خود را به سیاست قدیمی «حمایت صرف از تولیدکننده» می سپارد چراکه رشد شدید نرخ های تعرفه در ماه اخیر بدون در نظر گرفتن ارتباط آن با مسائل جانبی، نوعی عقب گرد به حساب می آید. شاید برخی گمان بر آن داشته باشند که رشد شدید تعرفه ها که می توان آن را نوعی «جنگ تعرفه ها» به حساب آورد از زمان بررسی بودجه سال ۱۳۸۵ در مجلس آغاز شده است. یعنی دخل و تصرفی که مجلس در عوارض حاصل از واردات در بودجه سال ۱۳۸۵ به وجود آورد و میانگین وزنی نرخ تعرفه کالاهای وارداتی را از ۱۳ درصد به ۱۶ درصد رساند؛ افزایشی که به شدت مورد مخالفت دولت قرار گرفت، به طوری که در همان دوران و قبل از پایان سال دکتر داوود دانش جعفری وزیر امور اقتصادی در گفت و گوی رسانه ای خود در پاسخ به سئوال یکی از خبرنگاران این اصلاح مجلس را زیر سئوال برد و اظهار داشت که این تغییر مجلس اولاً سبب افزایش قیمت کالاهای وارداتی کشور خواهد شد و ثانیاً معلوم نیست که درآمد حاصل از عوارض مورد نظر مجلس با این افزایش تعرفه ها حتماً تحقق یابد چون با این افزایش احتمال آنکه واردات کاهش یابد زیاد است. اما واقعیت آن است که افزایش یکباره نرخ تعرفه ها و به عبارت دیگر همان «جنگ تعرفه» ها نه از سوی مجلس که از سوی دولت آغاز شد، یعنی زمانی که دولت تصمیم گرفت نرخ تعرفه واردات فولاد و سیمان را تا پایان شهریورماه «صفر» کند و بدین ترتیب مجبور شده است سرجمع درآمد حاصل از این عوارض را برروی دیگر کالاهای وارداتی که مصرف بیشتری در کشور دارد مانند گوشی تلفن همراه و لوازم خانگی تقسیم کند. اینکه این سیاست با چه کارکردی وارد عرصه سیاستگزاری و تصمیم گیری شده است بحث دیگری را می طلبد اما آنچه که مشهود است آن است که برخلاف اظهارنظر برخی از مسئولان که گفته اند بر روی نرخ های جدید تعرفه شش ماه کار کرده شده[1]، روی سیاست جدید بررسی عمیقی صورت نگرفته، چرا که اگر غیر از این می بود مقررات صادرات و واردات سال ۱۳۸۵ دوباره چاپ نمی شد و وزیر بازرگانی هم قبل از اعلام رسمی نرخ های جدید تعرفه اظهار نمی داشت که «امسال هیچ ابلاغی برای افزایش تعرفه ها نشده» و یا آنکه او به نقد از افزایش نرخ تعرفه ها برای حمایت از تولیدکننده نمی پرداخت.[2] در واقع تناقض های گفتاری و رفتاری که پس از اعلام نرخ تعرفه کالاهای مورد نیاز مردم به ویژه تلفن همراه در میان مسئولان اقتصادی رخ داده بازتاب نامشخص بودن مرز میان «رفتارها و گفتارها»ی اقتصادی - سیاسی در عرصه سیاستگزاری است. یعنی در جایی که باید رفتارهای اقتصادی با گفتارهای سیاسی و یا رفتارهای سیاسی با گفتارهای اقتصادی همپوشانی کند جریان معکوس رخ می دهد. حاصل این رفتار آن است که بازار که در این مواقع مناسب ترین و بهنگام ترین واکنش را از خود بروز می دهد آشفته می شود و مسئولان در این مواقع به جای حل این آشفتگی، بدترین راه حل را انتخاب می کنند یعنی آنکه در مقابل رفتار منطقی بازار، رفتار سیاسی در پیش می گیرند و بازی را در این حالت از قاعده اصلی خود خارج می کنند. البته این نوع رفتار که غالباً می توان آن را پیش بینی کرد از دو وضعیت خارج نیست. وضعیت اول به بی تجربگی برنامه ریزان و وضعیت دوم به تشکیک برنامه ریزان به رفتار دولت های پیشین برمی گردد.[3] نتیجه این دو باز هم چیزی نیست جز «سردرگمی» بازار. اکنون جنگ تعرفه ها که نمود خود را در تلفن های همراه نشان می دهد به اوج خود نزدیک می شود. از هم اکنون زمزمه بازنگری در نرخ های تعرفه از سوی برخی مقامات مسئول آغاز شده است. وزارت ارتباطات هم در واکنش به اعلام وزارت صنایع که از تفاهم با وزارت ارتباطات برای فعال کردن کدهای گوشی تلفن همراه خبر داده بود از پیچیدگی فعال کردن کدهای گوشی تلفن های همراه سخن گفته است و تقریباً آن را از بعد اجرایی ناممکن دانسته است.[4] همه این موارد و فاکت ها و به ویژه جنگ تعرفه ها نشان می دهد که هنوز دولتمردان ما نتوانسته اند پس از ۹ ماه از شروع به کار متناسب با زمان و مکان تصمیم سازی و سیاستگزاری کنند به عبارت دیگر آنها هنوز یک «دستگاه» مناسب تصمیم گیری که بتواند نه فقط خودشان را بلکه جامعه تولیدکننده و مصرف کننده را اقناع کند، نساخته اند. از این رو است که آنها در میان حمایت از مصرف کننده که اقشار مردم هستند و حمایت از تولیدکننده (که البته در حال حاضر تولیدکننده گوشی تلفن همراه نداریم) حرکات پاندولی دارند و گاه به حمایت از تولیدکننده به ضرر مصرف کننده گام برمی دارند و گاه بالعکس اما برایند این دو رفتار به نفع رانت جویان است؛ رانت جویانی که از طریق تغییر مقررات به دنبال فرصت های مناسب کسب درآمد هستند.

پی نوشت ها:

۱ - شاطرزاده معاون وزیر صنایع گفت: طبق قانون نرخ موزون تعرفه ها باید از ۱۰/۷ درصد به ۱۶ درصد برسد که اکنون این میزان به ۱۲/۵ درصد رسیده است یعنی ما از برنامه مصوب عقب هستیم. وی به افزایش تعرفه ۱۰۶۰ کالا طی سال جاری اشاره و عنوان کرد: این افزایش براساس شش ماه کار کارشناسی رخ داده است. خبرگزاری فارس ۸۵/۳/۱۲

۲ - وزیر بازرگانی گفت: امسال هیچ ابلاغی برای افزایش تعرفه ها نشده و وزارت بازرگانی به هیچ عنوان موافق افزایش تعرفه ها خصوصاً اقلام مورد نیاز مردم نیست. میرکاظمی در حاشیه گردهمایی مدیران شرکت بازرگانی دولتی ایران و شرکت های تابعه با اعلام این مطلب افزود: حمایت از تولیدکننده و در عین حال توجه به نیاز مصرف کننده وظیفه ها است و باید تعادل در افزایش و کاهش تعرفه ها لحاظ شود. وی با اظهار تاسف از سیستمی که تاکنون در خصوص حمایت از تولید و در پی آن افزایش قیمت کالاها در سطح کشور شده، گفت: باید تعرفه ها به گونه ای تنظیم شود که حمایت از تولیدکننده و مصرف کننده همزمان انجام شود. خبرگزاری فارس ۸۵/۲/۷

۳- شاطرزاده معاون وزیر صنایع گفت: در دولت گذشته به بهانه ورود به WTO تعرفه ها آنقدر کاهش یافته بود که میزان آنها حتی از کشورهای عضو WTO نیز پایین تر آمده بود. خبرگزاری فارس ۸۵/۳/۱۲

۴ - وفا غفاریان معاون وزیر ارتباطات گفت: اجرای بحث فعال نکردن کد گوشی های تلفن همراه که از طریق قاچاق وارد کشور می شوند، بسیار سنگین است؛ چراکه باید تمام کدهای حدود ۱۰ میلیون گوشی ای که در اختیار مردم قرار دارد را ضبط و ثبت کنیم و از طرفی گوشی های حدود هشت میلیون سیم کارت که امسال واگذار خواهد شد نیز مستلزم ثبت کردن است. بر این اساس، ضبط و ثبت این همه اطلاعات و احراز آن از مراجع قانونی، به ساز و کار خاص خود نیاز دارد و باید امکانات آن فراهم شود. ایسنا ۸۵/۳/۱۲

خبرها

معامله ۱/۳ تریلیون ریال ارز در بانک مرکزی

شرق: بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران ارزش ریالی معاملات انجام شده ارزهای عمده را در روز پنجشنبه یک تریلیون و ۳۲۹ میلیارد و ۷۰ میلیون ریال اعلام کرد که نسبت به جلسه کاری گذشته یک تریلیون و هشت میلیارد و ۳۳۰ میلیون ریال افزایش نشان داد. براساس این گزارش در روز پنجشنبه ۱۴۵ میلیون دلار آمریکا در نظام بانکی کشور دادوستد شد.

احتمال مخالفت با افزایش قیمت نان

شرق: در شرایطی که اخباری مبنی بر احتمال افزایش قیمت نان شنیده می شود، معاون وزیر بازرگانی و رئیس سازمان حمایت از مصرف کنندگان و تولیدکنندگان با تاکید بر اینکه افزایش قیمت نان منوط به تصمیم شورای اقتصاد است، گفت: احتمال مخالفت این شورا با افزایش قیمت نان وجود دارد. جواد اکبریان گفت: در حال حاضر بررسی های لازم درخصوص قیمت نان صورت گرفته است و قیمت آن باید در شورای اقتصاد به تصویب برسد. وی افزود: هم اکنون وزارت بازرگانی در حال پیگیری قیمت نان از شورای اقتصاد است. معاون وزیر بازرگانی درخصوص افزایش ۲۰ درصدی قیمت نان در سال جاری تصریح کرد: این میزان افزایش پیشنهاد اتحادیه نانوایان بوده است. به گفته وی در حال حاضر قیمت نان به قیمت سال گذشته به فروش می رسد و به همین علت، روزانه از وزن آن کاسته می شود. اکبریان با اشاره به اینکه پیش از این از افزایش ۴ تا ۵ درصدی قیمت نان خبر داده بود، خاطرنشان کرد: احتمال دارد شورای اقتصاد با افزایش قیمت نان در سال جاری موافقت نکند و قیمت ها به میزان سال ۸۴ تعیین شود. وی درخصوص طرح تنظیم بازار گوشت گفت: برای تدوین این طرح سایر سازمان های ذی ربط از جمله وزارت جهاد کشاورزی باید اقدام کنند. معاون وزیر بازرگانی در گفت وگو با مهر افزود: تاکنون تدوین طرح تنظیم بازار گوشت مطرح نشده و مسکوت مانده است. وی پیش از این گفته بود: با توجه به دستور رئیس جمهور برای تداوم ثبات قیمت ها در سال جاری، وزارت بازرگانی در حال مطالعه و تهیه طرحی همانند تنظیم بازار میوه است تا بتوان بر اساس آن، بازار گوشت را نیز تنظیم کرد. براساس این طرح، درصورت نوسان قیمت گوشت به اشکال مختلف از جمله کاهش تعرفه، واردات، ذخیره سازی، کنترل قیمت و فعال کردن اصناف برای کنترل قیمت این محصول مصرفی اقدام کرد. در همین حال احمد طاهری نیز گفت: شورای اقتصاد به عنوان تنها مرجع تصمیم گیری درخصوص تغییر نرخ نان، تاکنون هیچ تصمیمی درباره تغییر نرخ نان نگرفته است. معاون وزیر بازرگانی با بیان اینکه نانوایی ها موظف به عرضه نان به قیمت مصوب قبلی هستند، هرگونه افزایش قیمت را غیرقانونی اعلام کرد. وی این سخنان را در واکنش به انتشار برخی اخبار درخصوص افزایش ۲۰ درصدی نرخ نان بیان کرد و گفت: هرگونه اظهارنظر در این خصوص نیازمند بررسی های کارشناسی است. طی روزهای گذشته برخی رسانه ها به نقل از «حسین نظری» رئیس اتحادیه نانوایان تهران از توافق وزارت بازرگانی و سازمان تعزیرات درباره افزایش ۲۰ درصدی قیمت نان خبر دادند. معاون توسعه داخلی وزارت بازرگانی افزود: «روز گذشته رئیس اتحادیه نانوایان تهران نیز مطالب نقل شده از قول خود را نادرست دانست و بر قیمت کنونی برای عرضه تاکید کرد.» طاهری درخصوص تعیین نرخ واقعی نان تصریح کرد: تاکنون نشست هایی با حضور مسئولان ذی ربط درخصوص بررسی عوامل موثر در افزایش قیمت نان از جمله دستمزد کارگران و مسائل دیگر برگزار شده که توافق نهایی هنوز به دست نیامده است. پیشتر وزیر بازرگانی نیز درخصوص وضعیت قیمت نان و تصمیم دولت در این خصوص عنوان کرد که در نخستین نشست شورای اقتصاد درخصوص واگذاری تعیین قیمت نان به استانداری ها، تصمیم گیری می شود. وزیر بازرگانی با بیان اینکه برخورد منطقی درخصوص قیمت نان به حل این مسئله کمک می کند، افزود: با توجه به افزایش نیافتن قیمت نان در سال ۸۴ و افزایش هزینه های تولید به خصوص دستمزد، نانوایان از دولت انتظار دارند تا در این خصوص تصمیم گیری کند. وی گفت: در این بخش باید یا افزایش هزینه ها را در نظر گرفت و یا اینکه یارانه را بالا برد، زیرا که اگر قیمت نان به طور منطقی در نظر گرفته شود، نظام نظارتی هم بهتر عمل می کند.

افزایش قیمت فرآورده های لبنی ممنوع

مهر: معاون برنامه ریزی و امور اقتصادی وزارت جهاد کشاورزی با اشاره به تعیین افزایش حداکثر ۱۲ درصدی قیمت محصولات لبنی در سال جاری نسبت به سال ۸۴ از سوی ستاد بررسی و کنترل قیمت ها گفت: این افزایش تاکنون به تصویب شورای اقتصاد نرسیده و در این شورا مورد بررسی قرار خواهد گرفت. محمد صادق خلیلیان درخصوص افزایش قیمت فرآورده های لبنی طی هفته های جاری گفت: موضوع فرآورده های صنعتی مواد پروتئینی و لبنی از چارچوب وظایف وزارت جهاد کشاورزی خارج است. وی افزود: تولید شیر از وظایف وزارت جهاد کشاورزی بوده و طبق اهداف برنامه نیز تاکنون محقق شده و تولید مواد اولیه فرآورده های لبنی صورت گرفته است. معاون برنامه ریزی و امور اقتصادی وزارت جهاد کشاورزی با اشاره به سعی دولت طی دو سال گذشته برای تثبیت قیمت فرآورده های لبنی تصریح کرد: براین اساس به کارخانجات تولیدکننده پاک و پگاه اجازه افزایش قیمت داده نشد و فشار قیمت این محصولات از سوی سایر کارخانجات تولیدکننده (غیردولتی) بوده است. وی با اشاره به تعیین افزایش حداکثر ۱۲ درصدی قیمت محصولات لبنی از سوی ستاد بررسی و کنترل قیمت ها در سال جاری خاطرنشان کرد: این امر به زودی از سوی شورای اقتصاد بررسی و نتیجه اعلام خواهد شد و پس از آن، سطح قیمت ها در کشور به شدت تحت کنترل قرار می گیرد. خلیلیان درخصوص اینکه هم اکنون کارخانجات تولیدکننده هیچگونه مجوزی برای افزایش قیمت محصولات خود دریافت نکرده اند، گفت: در حال حاضر وزارتخانه های مختلف در حال رایزنی برای تعیین سطحی از افزایش قیمت برای فرآورده های لبنی هستند که هم به نفع مصرف کننده و هم تولیدکننده باشد. وی با اشاره به اینکه افزایش حداکثر ۱۲ درصدی قیمت فرآورده های لبنی مصوب نشده است، افزود: این امر تنها در حد یک پیشنهاد است و تا زمانی که مراجع تصمیم گیرنده همچون شورای اقتصاد تصمیم نهایی را نگیرند، هیچ افزایش قیمتی به طور رسمی اعلام نخواهد شد. معاون برنامه ریزی و امور اقتصادی وزارت جهاد کشاورزی با تاکید بر اینکه قیمت شیر نیز تاکنون از سوی شورای اقتصاد تعیین نشده است، تصریح کرد: براین اساس افزایش قیمتی نیز اعلام نکرده ایم. وی خاطرنشان کرد: دولت با افزایش قیمت محصولات لبنی به عنوان محصولات اصلی سبد مصرفی خانواده های ایرانی به شدت مخالف است و تمام سعی خود را برای کنترل نابسامانی ایجاد شده خواهد کرد.