

نقش الگوی مصرف در گسترش واردات قاچاق کالا در ایران

علی محمد احمدی^۱، حسن محمدغفاری^۲، رضا وفايي يگانه^۳

چکیده

یکی از دلایلی که همواره در بررسی علل قاچاق مورد توجه قرار می‌گیرد وجود تقاضا برای کالای قاچاق است. نکته قابل توجه در مقوله تقاضا این است که تقاضای کالاها ریشه در سطح و الگوی مصرف یک جامعه دارد. در ایران سطح و ترکیب تقاضا برای کالای قاچاق به عنوان جزئی از مخارج مصرفی کشور همواره در طول سال‌های گذشته رو به رشد بوده است که وجود این مسأله ارتباط ورود کالای قاچاق به داخل کشور را با مصرف و شکل الگوی مصرف در جامعه پیوند می‌زند. نگاهی به عملکرد اقتصاد ایران نشان می‌دهد که هم‌زمان با تغییر سطح و الگوی مصرف در کشور، تقاضا برای کالاهای خارجی -چه از طریق واردات رسمی و چه از طریق واردات غیررسمی- افزایش داشته است. در این مطالعه با استفاده از روش توصیفی-تحلیلی و یک نگاه آماری و نگاهی به تحولات الگوی مصرف در کشور در طول سال‌های گذشته نشان می‌دهد که عواملی از جمله افزایش مراوات بین‌المللی، افزایش مقدار و سهم درآمدهای نفتی در درآمد ناخالص داخلی و درآمدهای بودجه دولت، رشد نقدینگی، برهم خوردن توزیع درآمد و ثروت در کشور و سیاست‌های ارزی و تجاری کشور، ارتباط هم‌سویی با شکل‌گیری الگوی مصرف برون‌زا و افزایش تقاضای کالاهای خارجی داشته است. از سوی دیگر اعمال محدودیت‌های تجاری از سوی دولت سبب شده است که ورود کالاهای مورد تقاضا به کشور از شیوه‌های رسمی با محدودیت‌هایی مواجه بوده، لذا ورود این کالاها به داخل کشور از کانال‌های غیررسمی و قاچاق صورت پذیرد.

کلید واژه‌ها:

مصرف، الگوی مصرف، قاچاق کالا، واردات

۱. عضو هیأت علمی دانشگاه تربیت مدرس و رئیس پژوهشکده اقتصاد erc@modares.ac.ir

۲. کارشناس ارشد اقتصاد، دانشگاه مفید m.ghaffari.h@gmail.com

۳. کارشناس ارشد اقتصاد، دانشگاه مفید r.v.yeganeh@gmail.com

مقدمه

قاچاق کالا بخشی از اقتصاد کشور است که با هدف سودآوری از سوی عوامل تجارت غیرقانونی انجام می‌شود. آمارهای گمرک ایران از کشفیات قاچاق کالا بیانگر سیر صعودی تعداد کل پرونده‌های قاچاق کالا در سال‌های اخیر است. بر اساس این آمار تعداد کل این پرونده‌ها از ۲۸ هزار ۸۲۹ فقره در سال ۱۳۷۴ به ۷۶ هزار ۹۹۵ پرونده در سال ۱۳۸۳ رسیده است. قاچاق کالا معلول عوامل زیادی است که از این میان سهمی از آن به ساختار مصرف در اقتصاد کشورها و میل به مصرف کالاهای قاچاق برمی‌گردد. گذشته از اهمیت نقش مصرف علاوه بر تعادل و نداشتن تعادل اقتصادی، مصرف می‌تواند متغیرهای اقتصادی را هم تحت تأثیر قرار دهد. در شرایط و دوره کمبود سرمایه در کشورهای صنعتی، مصرف غیرتولیدی با هدف انباشت سرمایه، عامل مغایر با توسعه تلقی شده و در شرایط و دوره فزونی سرمایه و وجود رکود اقتصادی ناشی از تولید انبوه و کمبود تقاضای مؤثر، به هرگونه مصرفی از جمله مصرف غیرتولیدی تأکید شده است. در رابطه با کشورهای در حال توسعه از جمله ایران، سخن از مصرف مشابه کشورهای صنعتی که تقسیم کار بین‌المللی بر پایه نیاز آنان به وجود آمده و روابط تجاری از سوی شرکت‌های فراملیتی انحصاری به نفع آنان تعیین شده، امری غیرمفید و گاهی زیان‌بار است.

عملکرد اقتصادی دهه‌های اخیر کشور به خوبی نشان می‌دهد که علاوه بر گسترش مصرف‌زدگی در اقتصاد کشور و گسترش شتابان مصرف در کشور، مصرف جامعه به نسبت زیادی به جهان خارج وابسته شده است. در کنار این مسائل پاره‌ای از ملاحظات در بخش تولید و مصرف کشور از جمله گرایش غیرمنطقی به حمایت از تولید داخلی بدون ملاحظه به کیفیت، قیمت، و کفایت تولیدات در برآوردن تقاضای بازار و وضع الزامات و محدودیت‌های قانونی در رابطه با واردات و صادرات به همراه مشکلاتی که در ساختار اقتصاد کشور وجود دارد سبب شده است تا کالاهای موجود در ساخت قانونی بازارهای داخلی امکان کفایت نیازهای مصرفی مصرف‌کنندگان جامعه را نداشته باشد. لذا در چنین فضایی، ناگزیر برخی از نیازهای مصرفی جامعه از کانال‌های غیررسمی و غیرقانونی همچون واردات کالای قاچاق تأمین می‌شوند. از این رو این مقاله درصدد است تا گسترش واردات قاچاق کالا در کشور را از منظر افزایش مصرف کشور و سیاست‌هایی که به نیازهای مصرفی مذکور در کشور دامن زده‌اند مورد مطالعه قرار دهد.

تعریف قاچاق و عوامل مؤثر بر آن

قاچاق یعنی وارد کردن یا صادر کردن متقلبانه کالای مشمول حقوق گمرکی یا سود بازرگانی یا عوارض دولتی یا تودیع پیمان ارزی «در مورد صادرات» بدون پرداخت یا تودیع این حقوق مالی دولت، خواه کالای مزبور هنگام ورود و یا خروج مجاز باشد یا مجاز مشروط یا غیرمجاز؛ یا حمل و نقل متقلبانه^۱ یا خدعه‌آمیز^۲ کالای ممنوعه یا انحصاری؛ و یا هرگونه اقدام ناقض شرط یا محدودیت قانونی خاص مقرره‌ی بر آن کالا^۳.

در همین راستا کنوانسیون بین‌المللی در مقام تعریف قاچاق مقرر می‌دارد: اصطلاح قاچاق عبارت از تقلب گمرکی است که شامل گذراندن مخفیانه کالا به هر طریقی از مرزهای گمرکی است.^۴ در ماده دوم قانون مقررات صادرات و واردات ایران، کالاهای صادراتی و وارداتی به سه گروه زیر تقسیم می‌شوند:

۱. کالای مجاز: کالایی است که صدور یا ورود آن با رعایت ضوابط نیاز به کسب مجوز ندارد.
۲. کالای مشروط: کالایی است که صدور یا ورود آن با کسب مجوز امکان‌پذیر است.
۳. کالای ممنوع: کالایی است که صدور یا ورود آن به موجب شرع مقدس اسلام (به اعتبار خرید و فروش یا مصرف) و یا به موجب قانون ممنوع شود.^۵

البته در قوانین کشور از قاچاق تعریف مشخصی ارائه نشده است، ولی با در نظر گرفتن مجموع مقررات مربوطه می‌توان گفت: وارد کردن اشیاء ممنوع‌الورود، حمل و نقل و تجارت این اشیاء یا وساطت در این امر جهت خارج کردن اشیاء ممنوع‌الصدور از مملکت، با علم به ممنوعیت آن از قبیل تسلیم اشیاء موصوف به متصدی حمل و نقل، قاچاق است. علاوه

1. Fraudulently

2. By Stealth

۳. عبدالله احمدی، جرم قاچاق (آنومی اقتصادی)، نشر میزان، چاپ اول، تهران، بهار ۱۳۸۲، ص ۱۲.

۴. قاچاق، از سری بررسی‌های امنیت اقتصادی؛ موسسه تحقیقات تدبیر اقتصاد، ص ۶.

۵. قانون مقررات صادرات و واردات ایران؛ مصوب ۱۳۷۲ / ۷ / ۴ مجلس شورای اسلامی؛ موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی.

بر وارد کردن اشیاء ممنوع‌الورود و خارج کردن اشیاء ممنوع‌الصدور، از ورود و صدور کالا به کشور بدون پرداخت حقوق قانونی دولت یا بدون رعایت مقررات و ضوابط گمرکی نیز به عنوان قاچاق می‌توان نام برد.^۱

از آن چه مشخص شد برمی‌آید که قاچاق کالا هم در مورد کالاهای مصرفی و تولیدی داخلی، هم در مورد کالاهای صادراتی و وارداتی مصداق پیدا می‌کند، اما آن چه که در این مقاله بیشتر مورد توجه قرار گرفته است و استفاده از عبارت کالا در مورد آن مصداق پیدا می‌کند، قاچاق کالای وارداتی است.

دلایل ایجاد و رشد اقتصاد پنهان

دلایل به وجود آمدن و گسترش اقتصاد پنهان در دو سطح قابل بررسی است: سطح خرد و سطح کلان.

در سطح خرد، پاسخ را می‌باید در چگونگی طی فرآیند عقلایی توسط افراد و بنگاه‌ها جست‌وجو نمود. در چنین چارچوبی، افراد برای حضور در فعالیت‌های غیرقانونی، منافع مورد انتظار را با هزینه‌های مورد انتظار مقایسه می‌کنند و نهایتاً منافع خالص آن را با منافع حضور در فعالیت‌های قانونی قیاس می‌نمایند و در صورت فزونی اولی بر دومی، مشارکت در تولید پنهان و غیرقانونی انتخاب خواهد شد. (Chugh & Uppal, 1986)

در سطح کلان، بیشتر تلاش بر این بوده تا همبستگی بین متغیرهای کلان اقتصادی و عمدتاً حضور دولت در عرصه اقتصاد را با روند این پدیده آزمون نمایند (که در این میان درآمدهای انتقالی مانند بیمه بیکاری و عوامل بازار کار از قبیل نرخ بیکاری و کاهش ساعات کار و خدمات بخش دولتی نظیر کارایی دولت، کیفیت بوروکراسی و سطح فساد اهمیت دارند. (Schnider & Enste, 2000)

بار تحمیل شده توسط بخش دولتی بر افراد اعم از بار مالیاتی، بار قانونگذاری یا اعمال محدودیت‌های قانونی، بیکاری، سطح توسعه‌یافتگی پائین‌تر و رعایت نکردن موازین اخلاقی به عنوان عوامل پیدایش اقتصاد پنهان برشمرده است. (Frey & Weck-Han-)

۱. قاچاق، از سری بررسی‌های امنیت اقتصادی، موسسه تحقیقات تدبیر اقتصاد، ص ۷.

(1984 & 1983, neman)^۱

صاحب‌نظران دیگری بر تورم فزاینده که درآمد قابل تصرف واقعی را کاهش می‌دهد و افت رعایت اخلاق در پیدایش اقتصاد پنهان تأکید می‌کنند.

طبق نظر آیگنر و همکاران، یک افزایش در اندازه بخش عمومی و درجه مقررات سیستم اقتصادی، انگیزه مناسبی جهت ورود به اقتصاد غیررسمی می‌دهد یعنی حضور دولت بزرگ‌تر در اقتصاد و در پی آن افزایش در مقررات، انگیزه لازم برای فعالیت در اقتصاد غیررسمی ایجاد می‌نماید.

همچنین بنا بر نظرات بردیگنون و زاناردی (۱۹۹۷)، پراکندگی معنی‌دار بنگاه‌های کوچک و سهم بزرگ خودفرمایان نسبت به کل نیروی کار از ویژگی‌های مهم و متمایزکننده کشورهای است که عموماً با این پدیده روبه‌رو هستند و رابطه‌ای مثبت میان خوداشتغالی و اقتصاد سایه‌ای برقرار است و به عبارت دیگر نظارت دولت بر بنگاه‌های کوچک به دلایلی همچون پراکندگی، کوچک بودن، سطح پائین درآمد مالیاتی متعلقه، از توجیه اقتصادی برخوردار نیست. لذا دولت از نظارت قانونی خود صرف‌نظر می‌کند که این عامل انگیزه فرار مالیاتی و سایر شیوه‌های متصل به اقتصاد سایه‌ای را تقویت می‌کند.^۲

مطالعات دیگری که انجام شده بر استفاده اندک از یافته‌های کارشناسی در تصمیم‌گیری‌ها (برای تصویب و اجرای قانون)، فساد اداری و مالی، ساماندهی نامناسب و فساد سیستم قضایی، نبود شفافیت و پاسخگویی، پیچیده بودن قوانین و بالا بودن مالیات‌ها (بدون اطلاع‌رسانی در مورد هزینه‌کرد آن)، فقدان سیستم مبتنی بر عدالت و در نهایت وجود شکاف بین دولت و ملت و گسترش فقر و بیکاری و وجود فرصت‌های رانتی و کیفیت نازل کالاهای تولید داخل به علت گسترش انحصار و دخالت‌های دولت در فعالیت‌های تولیدی تأکید شده که موجب گسترش این بخش می‌شود.^۳

۱. برگرفته از علی عرب مازار، اقتصاد سیاه در ایران، تهران: مؤسسه تحقیقات و توسعه علوم انسانی، چاپ دوم، ۱۳۸۶.

۲. علیرضا شکیبایی و علی رئیس‌پور، بررسی روند تحولات اقتصاد سایه‌ای در ایران؛ فصلنامه پژوهش‌های اقتصادی، سال ۷، پائیز ۱۳۸۶.

۳. محمد میرمحمدی و محمدعلی براتی و احمد پرخیده، بازشناسی ماهیت اقتصاد پنهان در ایران؛ مؤسسه تحقیقاتی تدبیر اقتصاد، ۱۳۸۶.

به نظر توماس، اقتصاد پنهان واکنش متقابل اعمال محدودیت‌ها و نظارت‌های دولتی است.^۱ (توماس و همکاران، ۱۳۷۶)

در مطالعات فعالیت‌های قاچاق، اولویت با بررسی موارد بسیار زیاد و متنوع، نشان داده است که در شرایطی که انگیزه وجود دارد، انسان‌ها به آن پاسخ می‌دهند؛ البته شدت پاسخ ممکن است به عواملی مانند اعتقادات مذهبی یا فرهنگی بستگی داشته باشد؛ ولی اصل آن در همه جا وجود دارد.... انگیزه‌ها پایه زندگی مدرن هستند و فهمیدن آنها، یا اغلب کنجکاوی درباره آنها تقریباً کلید همه معماهاست؛ از جرائم توأم با خشونت گرفته تا تقلب. اما دانستن اینکه چه چیزی را اندازه بگیریم و چگونه اندازه بگیریم، دنیای پیچیده را ساده‌تر می‌کند. (لویت و دابنر، ۱۳۸۶)

وضعیت قاچاق کالا در ایران

برآورد اطلاعات جانبی حاکی از گسترش تجارت غیرقانونی در ایران به‌ویژه طی دهه اخیر است. گرچه اطلاعات مستقیمی در مورد میزان واردات قاچاق در دسترس نیست، اما پیش از این پژوهشگرانی با استفاده از روش‌های علمی تخمین، حجم آن را اندازه‌گیری کرده‌اند.

همچنین اطلاعات مربوط به کشفیات کالای قاچاق در کشور نیز در دسترس است که با توجه به احتمال کشف محموله‌های قاچاق در کشور، با استفاده از این اطلاعات می‌توان تخمینی از وضعیت قاچاق در کشور به دست داد. جداول زیر ارزش کشفیات کالای قاچاق مربوط به نیروی انتظامی را نشان می‌دهد.

۱. جی. جی. توماس و همکاران، اقتصاد غیررسمی؛ ترجمه منوچهر نوربخش و کامران سپهری؛ مؤسسه تحقیقات پولی و بانکی، ۱۳۷۶.

جدول شماره (۱) - ارزش کشفیات کالای قاچاق توسط نیروی انتظامی در ایران (میلیون ریال)

کالا	۱۳۸۳	۱۳۸۴	۱۳۸۵	۱۳۸۶	۱۳۸۷
لوازم آرایشی بهداشتی	۵۵	۷۷۹۷۳	۵۴۲۳۹	۷۲۸۶۰۱	۱۳۶۵۴۵
لوازم خانگی	۱۲۸۸۴	۱۳۴۳۷	۵۶۳۹۷	۴۴۴۸۸	۱۶۴۹۳۵
لوازم صوتی، تصویری و الکترونیکی	۶۲۸۴	۲۷۵۹۹	۵۱۳۲۵	۲۷۳۱۵۵	۲۵۱۴۸۳
پارچه	۱۸۶۳۴۲	۱۶۸۶۱۹	۱۵۷۶۲۴	۴۵۲۳۸۰	۴۳۶۱۸۷
کود شیمیایی	۲۲۶۵	۲۷۱	۱۶۸۷	۱۳۷۸۳	۱۷۶۶۳
سیگار	۹۷۵۵۵	۲۷۴۹۸	۱۹۶۵۱	۶۳۲۶۳	۶۳۵۳۳
چای	۲۲۰۴۷	۱۳۱۵۷	۱۱۹۱۳	۲۵۸۸۷	۳۰۰۰۲
برنج	۱۲۰۱۴	۱۴۲۰۳	۱۰۹۵۵	۱۰۲۶۷۲	۱۲۷۶۴۳
قند و شکر	۶۱۰۶	۳۳۶۷	۱۴۲۲	۷۴۳۹	۲۰۳۶
جمع	۳۴۵۵۵۲	۳۴۶۱۲۴	۳۶۶۲۱۳	۱۷۱۱۶۶۸	۱۲۳۰۰۲۷
نرخ رشد (درصد)	-	۰/۱۷	۵/۸	۳۶۷/۴	-۲۸/۱

مأخذ: ستاد مرکزی مبارزه با قاچاق کالا و ارز

همچنان که اطلاعات جدول شماره (۱) نشان می‌دهد کشفیات قاچاق در سال‌های گذشته روندی افزایشی داشته است. بیشترین افزایش مربوط به سال ۱۳۸۶ است که به یکباره کشف محموله‌های قاچاق با افزایشی قابل توجه همراه است. همان‌طور که اطلاعات جدول نشان می‌دهد بیشتر کالاهای وارداتی کالاهایی هستند که به مصرف نهایی می‌رسند و در جریان تولیدات و به عنوان کالای واسطه تولید مطرح نیستند. کالاهایی مثل لوازم آرایشی، لوازم خانگی، بخش اعظم لوازم صوتی، تصویری و الکترونیکی، سیگار، چای، برنج و قند و شکر، کالاهایی هستند که مصرف‌کنندگان نهایی اقدام به مصرف آن می‌کنند. شاید بتوان وجود تعرفه‌های بالا برای کالاهای مصرفی را یکی از دلایل قاچاق بیشتر آن برشمرد. کشفیات قاچاق کالا در طول دوره چهارساله ۸۶-۱۳۸۳، به طور متوسط ۷۰/۵ درصد و در دوره پنج‌ساله ۸۷-۱۳۸۳ به طور متوسط ۳۷/۴ درصد رشد داشته است. اختلاف در متوسط رشد این دو دوره، به دلیل رشد ۳۶۷/۴ درصدی کشفیات کالای قاچاق در سال ۱۳۸۶ است.

جایگاه مصرف در روابط اقتصادی

مصرف در اصطلاح اقتصادی، به معنای استفاده از کالا در هر دوره معین و یا تعدادی از خدمات یک کالا که در هر دوره مورد بهره‌برداری قرار می‌گیرد، است. گذشته از نقش مصرف در تعادل و نبود تعادل اقتصادی که خود را در تغییرات قیمتی که از برخورد عرضه و تقاضای کالاها و خدمات پدیدار می‌سازد و چه بازتاب آن در دگرگونی ساختار اقتصادی که در دوره‌های رونق در رکود می‌انجامد به لحاظ نظری نیز بسته به دیدگاه‌های مختلف تأثیر مصرف بر روابط اقتصادی مورد توجه قرار گرفته است.

از نظر آدام اسمیت با فرض اینکه تنها صاحبان سرمایه امکان پس‌انداز دارند و این که پس‌انداز در صورت مصرف آن در سرمایه‌گذاری موجب رشد و توسعه اقتصادی می‌شود، مصرف غیرتولیدی و شخصی مغایر توسعه و برعکس، پس‌انداز و سپس سرمایه‌گذاری عامل اصلی توسعه تلقی می‌شود.^۱ به عقیده کلاسیک‌ها، انسان‌ها گرایش ذاتی به انباشت ثروت دارند و از این‌رو با تلاش زیاد و مصرف کم به این فرایند کمک می‌کنند.^۲ در این رویکرد، مصرف مصرفی، از مصرف تولیدی و یا سرمایه‌گذاری جدا می‌شود و طبق نظر اسمیت مغایر با توسعه اقتصادی است.

کینز بر خلاف کلاسیک‌های جدید که تقسیم درآمدها به مصرف و پس‌انداز را تابع نرخ بهره می‌دانستند، مصرف و پس‌انداز را تابع میزان درآمد دانسته. به نظر وی مردم نخست درصدد رسیدن به مصرف قابل قبولی هستند و پس از رسیدن درآمدشان به آن حد، پس‌انداز آغاز می‌شود.^۳

کینز در اصل تقاضای مؤثر بیان می‌کند که در یک اقتصاد بسته با ظرفیت اضافی، سطح تولید توسط مخارج کل برنامه‌ریزی شده تعیین می‌شود که شامل مخارج مصرفی خانوارها و مخارج سرمایه‌گذاری بنگاه‌ها نیست.^۴

۱. ویلیام جی. باربر، سیر اندیشه‌های اقتصادی ترجمه حبیب‌الله تیموری، تهران، انتشارات و آموزش انقلاب اسلامی، ۱۳۷۰، ص ۴۷-۴۲.

۲. دادگر، یدالله. تاریخ تحولات اندیشه اقتصادی، قم، دانشگاه مفید، ۱۳۸۳، ص ۲۳۱-۲۳۰.

۳. ویلیام جی. باربر، همان، ص ۲۷۲-۲۷۰.

۴. بی‌اسنودن، اچ وین و پی و نیار کوویچ، راهنمای نوین اقتصاد کلان، ترجمه منصور خلیلی عراقی و علی سوری، تهران، برادران، ۱۳۸۳، ص ۴۹.

ایده کینز با طرح اثر پیگو گسترش یافت. اثر پیگو بیانگر این است که کاهش قیمت‌ها موجب افزایش ثروت حقیقی که به نوبه خود منجر به افزایش مخارج مصرفی می‌شود.^۱

کینز بر خلاف اقتصاددانان کلاسیک پیش از خود، جلوگیری از مصرف را عامل ضد تعادل و ثبات اقتصادی در شرایط وجود منابع بلا استفاده می‌داند و تأکید بسیاری بر توسعه مصرف و افزایش تقاضای مؤثر دارد.^۲

کینز با طرح مفهوم معمای صرفه‌جویی^۳ خود در ارتباط با تقاضای کل و با استفاده از چارچوب تحلیل خود سعی کرد نشان دهد که برخلاف ایده اقتصاددانان کلاسیک در سودمند بودن پس‌انداز در گسترش تولید و اشتغال، افزایش پس‌انداز در هر شرایطی سودمند نیست و اگر در شرایط رکودی تمایل برای پس‌انداز بیشتر شود، مضر خواهد بود و تولید درآمد ملی دچار کاهش می‌شود.^۴

پس از کینز با توجه به بررسی‌های انجام شده به ویژه از سوی «کوزنتز» نظریه‌ای مخالف نظر کینز مبنی بر افزایش پس‌انداز و کاهش مصرف در اثر افزایش درآمد مطرح شد. بررسی‌ها در ایالات متحده نشان داد که با توجه به افزایش درآمد سرانه در سال‌های ۱۹۱۹-۱۹۲۸ تا سال‌های ۱۹۷۹-۱۹۸۸ نسبت پس‌انداز به درآمد ملی تغییر نکرده است.

در جست‌وجوی علت کاهش پس‌انداز به سود مصرف در درازمدت «مودیگیلانی» بر «بهبود محصولات و پیدایش و ارائه مداوم محصولات جدید» و «دوزنبری» بر عامل روانی «که به موجب آن سطح مصرف از یک سو به هم‌چشمی در درون یک گروه اجتماعی و در نتیجه به اثر تقلید (خودنمایی) و از سوی دیگر جست‌وجوی مداوم سطح زندگی بالاتر بستگی دارد، تأکید کرده‌اند.^۵

با توجه به آنچه که به لحاظ نظری در مورد مصرف گفته شد، می‌توان چنین بیان داشت که در شرایط و دوره کمبود سرمایه در کشورهای صنعتی، مصرف غیرتولیدی با

۱. همان، ص ۹۵.

۲. ویلیام بار، اقتصاد سیاسی، ترجمه منوچهر فرهنگ، تهران، سروش، جلد دوم، ۱۳۷۶، ص ۴۶۴.

3. Paradox of Thrift

۴. دیوید بگ، استانی فیشر و رودریگر دورنبوش، اقتصاد کلان، ترجمه محمدحسین تیزهوش، جلد دوم، تهران، جنگل، ۱۳۸۵، ص ۹۴۳-۹۴۰.

۵. ریمون بار، اقتصاد سیاسی، ترجمه منوچهر فرهنگ، تهران، سروش، جلد دوم، ۱۳۷۶، ص ۴۶۴.

هدف انباشت سرمایه، عامل مغایر با توسعه تلقی شده و در شرایط و دوره فزونی سرمایه و وجود رکود اقتصادی ناشی از تولید انبوه و کمبود تقاضای مؤثر، به هرگونه مصرفی از جمله مصرف غیرتولیدی تأکید شده است.

در رابطه با کشورهای در حال توسعه از جمله ایران، سخن از مصرف مشابه کشورهای صنعتی که تقسیم کار بین‌المللی بر پایه نیاز آنان به وجود آمده و روابط تجاری از سوی شرکت‌های فراملیتی انحصاری به نفع آنان تعیین شده، امری غیرمفید و گاهی زیان‌بار است.

گذشته از عوامل اقتصادی مؤثر بر مصرف، عوامل روانی که اصولاً فرد و جامعه را نیازمند داشتن کالا یا خدمت معینی می‌کند، به ویژه در کشورهای در حال توسعه که الگوی مصرف آنها با الگوی تولیدشان هماهنگی ندارد، دارای اهمیت اساسی است.

بحث اصلی در کشورهای جهان سوم در زمینه مصرف کالاها و خدمات که گاه از سوی شرکت‌های فراملیتی دامن زده می‌شود، ضدارزش تلقی کردن تولیدات داخلی کشورهای در حال توسعه و برعکس ارزش تلقی کردن تولیدات کشورهای صنعتی، حتی در مواردی که تولید داخلی متفاوت چندانی با تولید خارجی نداشته باشد.

با توجه به افزایش سطح تولید در کشورهای صنعتی و اشباع شدن بازار داخلی آنها، نیاز بازارهای تقاضای خارجی امری ضروری است. در چنین شرایطی است که عامل فرهنگی در مورد مصرف و نقش آن در تأثیر روی باورهای مصرفی کشورهای در حال توسعه جهان اهمیتی بیشتر از گذشته یافته است.

این وضعیت باعث تمایل روزافزون کشورهای در حال توسعه به مصرف کالاهای خارجی و عدم توجه به تولیدات داخلی شده است و تأمین کالاهای مصرفی خارجی - چه به دلیل ترجیح مصرف‌کنندگان داخلی به کالاهای خارجی و چه به علت عدم وجود ظرفیت تولید کالاهای مصرفی در داخل - به هر شکلی ضرورت پیدا می‌کند که یکی از اشکال تأمین این کالاها، قاچاق کالا به داخل کشور باشد.

عوامل مؤثر بر سطح مصرف

در علم اقتصاد عوامل زیادی که تأثیر بر مصرف دارند، ذکر می‌شود که از جمله آنها درآمد، قیمت کالاها و سلیقه مصرف‌کننده می‌باشد.

در میان عوامل ذکر شده، بیشتر بحث‌های اقتصادی، پیرامون رابطه درآمد و قیمت‌ها با مصرف در سطح خرد و کلان می‌باشد و کمتر، از رابطه آداب و رسوم جامع و فرهنگ مردم با سطح مصرف سخن به میان می‌آید.

فرهنگ عبارت است از باورها و عادات آموخته شده، یکی از کارکردهایی تنظیم رفتار مصرف‌کننده به عنوان عضوی از جوامع است. فرهنگ، فعالیت‌های مصرف‌کننده را نظام می‌بخشد و با ارائه روش‌هایی برای نیازهای اجتماعی و شخصی، نقش راهنما دارد.^۱

متابعت از باورها و ارزش‌ها و عادات فرهنگی تا زمانی که باعث رضایت مردم گردند، ادامه می‌یابد. و در صورت عدم رضایت، تغییر می‌کنند. مثلاً اگر فرهنگ بهداشتی مردم تغییر یابد، کالاها نیز بهداشتی‌تر می‌شوند، و اگر فرهنگ جامعه به سمت تشریفات اسراف و لوکس‌گرایی حرکت کند، سطح مصرف جامع افزایش می‌یابد. همچنین فرهنگ جامعه می‌تواند در مقابل افزایش مصرف مقاومت کند و همین است معنای حاکمیت مصرف‌کننده در اقتصاد.

معمولاً کشورهایی که می‌خواهند کالای خود را به کشورهای دیگر بفروشند و فرهنگ کشورهای دیگر در مقابل مصرف مقاوت می‌کند اول از همه، درصد تغییر فرهنگ آن کشور بر می‌آیند و پس کالاهای خود را به آنها می‌فروشند. یکی از عوامل مؤثر در تغییر فرهنگ مصرفی و ایجاد روحیه مصرف‌گرایی، تبلیغات است. با تبلیغات می‌توان نسبت به عادات و آداب و رسوم را تغییر داد و جوامع را به سوی سطحی از مصرف سطح بالا یا پایین سوق داد.

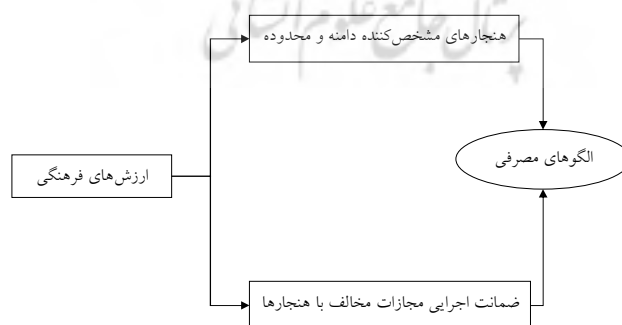
۱. گامی در شناخت الگوی مصرف، ماهنامه بررسی‌های بازرگانی، شماره ۴۰-۳۷، سال ۶۹، ص ۱۱.

فرهنگ و الگوی مصرف

در بررسی مسائل مربوط به الگوی مصرف در یک جامعه لزوم توجه به مقوله فرهنگ بیش از پیش آشکار می‌شود. فرهنگ مفهومی یکپارچه و پیچیده است و در برگیرنده دانش، اعتقادات، مذهب، قوانین، اخلاقیات، آداب و سنن و بسیاری دیگری از عادات و قابلیت‌های کسب شده توسط افراد یک جامع است. فرهنگ یک مفهوم جامع است و تقریباً شامل هر چیزی می‌شود که بر فرآیندهای فکری و رفتاری افراد تأثیر می‌گذارد. امروزه در بسیاری از جوامع پیشرفته و صنعتی، فرهنگ صرفاً چارچوب‌های تفکر و عملکرد افراد را مشخص می‌کند.^۱

ماهیت فرهنگ به نحوی است که ما به ندرت از آنها مطلع هستیم. در یک فرهنگ، فرد به شیوه‌ای مشابه با سایر اعضا می‌اندیشد و رفتار می‌کند؛ زیرا این طبیعی‌ترین و درست‌ترین راه است.

چارچوب‌هایی که فرهنگ برای رفتار ایجاد می‌کند تحت عنوان «هنجارها»^۲ شناخته می‌شوند. هنجارها در اصل قوانینی هستند که در هر موقعیت معین شکل خاص از رفتارها را مشخص می‌کنند و یا مانع شکل‌گیری و بروز آنها می‌شوند. مخالفت با این هنجارهای ارزشی منجر به مجازات افراد می‌شود. گسترش این مجازات ممکن است از نبود پذیرش جمعی تا طرد شدن از یک گروه باشد. بنابراین همان‌طور که شکل شماره (۱) نشان می‌دهد ارزش‌های فرهنگی باعث شکل‌گیری هنجارها و مجازات‌های مرتبط می‌شود و به این ترتیب بر الگوی مصرف جوامع تأثیرگذار است.^۳



شکل شماره (۱) - ارزش‌ها، هنجارها، مجازات‌ها و الگوی مصرف

۱. دل‌ها و کینز، راجر بست و کشت کانی، رفتار مصرف‌کننده، تهران، ساز کل، ۱۳۸۵، ص ۴۷-۴۶.

ممکن است در اینجا این تصور به وجود آید که افراد از ارزش‌های فرهنگی و هنجارها، آگاهی کامل دارند و به خوبی می‌دانند که سرپیچی از هنجارها، ضمانت اجرایی و مجازات‌های دقیق و شناخته شده‌ای را به دنبال دارد. اما به ندرت اتفاق می‌افتد که افراد از هنجارها آگاهی کامل داشته باشند. ما به عنوان اعضای یک جامعه از هنجارهای فرهنگی بدون لحظه‌ای درنگ و تفکر، پیروی و اطاعت می‌کنیم. زیرا در صورت مخالفت با آن‌ها از طرف دیگران به عنوان فردی غیرطبیعی و ناهنجار شناخته می‌شویم.

آنچه که بر مصرف بسیاری از کالاها اثرگذار است ترکیب مجموعه‌ای از تمایلات و ارزش‌هاست، امروزه ترکیب قیمت پایین، دامنه انتخاب وسیع و نام‌های تجاری مشهور جهان، همان چیزی است که الگوهای سنتی خرید در سراسر جهان را دست‌خوش دگرگونی ساخته است. بسیاری از ارزش‌ها در فرهنگ‌ها متفاوت است و بر فرآیند مصرف تأثیر می‌گذارد.

شواهدی حاکی از آن است که حرکاتی در جهت شکل‌گیری فرهنگ و بخش‌های مختلف بازار که دارای سمبل‌های مشترک و مرتبط با مصرف، با مفاهیم مشترک و مورد علاقه اعضای آن‌ها صورت گرفته است.^۱ چنین فرهنگ‌هایی از طریق فرایند جهانی‌سازی، از طریق رسانه‌های عمومی، کار، آموزش و مسافرت‌های مشابه در سطح جهان در حال شکل‌گیری هستند.

امروزه نوجوانان در جهان اولین بازار بین‌المللی واقعی در تاریخ را به وجود آورده‌اند. نوجوانان در سراسر دنیا نه تنها دوست دارند مثل هم بپوشند، بلکه در بسیاری دیگر از ویژگی‌ها و علایق، مشترک هستند.^۲

امروزه ابزارهای تبلیغاتی خوبی برای بسیاری از شرکت‌های بزرگ جهانی و شرکت‌های فراملیتی در سراسر دنیا، برای ایجاد بازارهای جدید در کشورهای دنیا فراهم شده است و این شرکت‌ها سعی دارند بازارهای مصرفی خود را در کشورهای در حال توسعه نیز گسترش دهند. این موضوع، برای شرکت‌های بسیاری بزرگ فراملیتی و اقتصادی کشورهای پیشرفته و توسعه‌یافته جهان امری اجتناب‌ناپذیر است.

۱. همان ص ۷۵-۷۴.

۲. همان ص ۷۵.

در زمینه تغییر ارزش‌های فرهنگی، هنجارها در این کشورها انجام می‌دهند تا هرچه بیشتر بر مصرف کالاهای خود در این کشور بیفزایند و مصرف خود را به رویه‌ای دائمی و در حال فزونی تبدیل نمایند و با استفاده از تبلیغات و ارائه محصولات متنوع با کیفیت و خدمات متفاوت محصولات خود را نزد مصرف‌کنندگان در این کشورها به محصولاتی پرکشش تبدیل نمایند.

وابستگی مصرف به دنیای خارج

عملکرد اقتصادی دهه‌های اخیر کشور به خوبی نشان داده که مصرف جامعه از طرق عمده زیر شدید به جهان خارج وابسته شده است.

وابستگی مستقیم یا مصرف کالاهای اساسی و غیراساسی از طریق واردات مستقیم کالاهای مصرفی در حجم قابل توجه، وابستگی غیرمستقیم از طریق مصرف کالایی که تولیدشان در داخل به مواد واسطه و قطعات یدکی و وسایل سرمایه‌ای خارجی وابسته است.

وابستگی مستقیم و غیرمستقیم مصرف به خارج از نظر الگوهای مصرفی و فرهنگ‌های وابسته به آن نکته مهم در این زمینه این است که در این شرایط تنها یک قشر محدود از جوامع این وابستگی را احساس نمی‌کند، بلکه وابستگی در تمام اقشار جمعیت در تمام کشور مطرح و احساس می‌شود. این مسأله منشأ بسیاری از کنش‌ها و واکنش‌های اجتماعی - سیاسی جامعه است و مستقیماً اثرات منفی و مخربی بر تولید و بر سیاست‌گذاری اقتصادی می‌گذارد.^۱

در واقع انتقال الگوی مصرف برون‌نگر در یک کشوری طی مراحل مختلفی به صورت تدریجی وارد شده است. مجرای اولیه انتقال الگوی مصرف وابسته با آغاز دوره حکومت صفویان بازرگان خارجی بودند. از عوامل دیگر انتقال الگوی مصرف بیگانه مأموران سیاسی کشورهای صنعتی به ویژه مأمورین روس و انگلیس بودند.

پس کالاهای خارجی همراه مسافری از فرنگ برگشته و در مراحل پس از آن کالای

۱. حسین عظیمی (آرانی)، مدارهای توسعه نیافتگی در اقتصاد ایران، نشر نی، چاپ هفتم ۸۵ - ص ۱۰۱-۱۰۰.

وارد شده به کشور به طور قاچاق و بالاخره واردات فیلم‌های تلویزیونی خارجی محتوای آموزشی وارداتی و آموزشی داخلی و ... مجرای مستقیم و غیرمستقیم انتقال الگوی مصرف برون‌زا به داخل و بدیهی شدن آن بوده‌اند.^۱

در مراحل نخستین که هم عامل‌ها و هم مجراهای انتقال محدود و کم‌اثر بودند، با مقاومت و مقابله توده‌های مردم نیز روبه‌رو شد. ولی در گام‌های بعدی با گسترش عوامل، مجراها و پذیرش داخلی الگوی مصرف برون‌زا، همراه با دگرگونی کامل اقتصاد داخلی و تبدیل آن به اقتصاد نفتی وابسته، عامل فرهنگی مخالف با رواج الگوی مصرفی برون‌زا به عامل فرهنگی موافق تبدیل می‌شود.

سیستم تاریخی الگوی مصرف برون‌زا

اگرچه نخستین اقدامات نیروهای استعمارگر رواج مصرف کالاهای خارجی بود، در مرحله بعد برتری دادن به کالاهای خارجی نسبت به کالاهای داخلی از سوی ایرانیان، از مسائل کلیدی موفقیت استعمارگران در به ورشکستگی کشاندن صنایع دستی و گشودن بازارهای تجاری ایران به شمار می‌آید. استعمارگران برای دستیابی به این اهداف، تأثیر روی درباریان، اشراف، تجار بزرگ و دیگر قشرهای صاحب قدرت در جامعه را مورد توجه قرار دادند.

اقدامات سیاسی، نظامی، اقتصادی و فرهنگی گوناگونی در یک دوره درازمدت با آماده کردن زمینه فرهنگی برای پذیرش الگوی مصرف برون‌زا، انجام گرفت. گذشته از دوره رضاشاه، پس از کودتای ۲۸ مرداد با انجام اصلاحات ارضی زمینه وابستگی روستاها از نظر اقتصادی به شهرها و به ویژه تهران فراهم شد. صنایع وابسته ایجاد و واردات کالاهای وابسته مورد نیاز این صنایع به دیگر کالاهای وارداتی افزوده شد. با افزایش بهای نفت از سال ۱۳۵۰ و به ویژه ۱۳۵۳، بر میزان واردات به شدت افزوده شد و با تعیین دلار به بهایی ارزان نسبت به ریال همه کالاهای وارداتی با تولیدات داخلی رقابت کرده و مصرف با تکیه بر کالاهای تولیدی خارجی گسترش جهشی یافت.

۱. ابراهیم رزاقی، همان، ص ۱۲۰-۱۱۶.

پس از انقلاب و در پی یک دوره کوتاه، بار دیگر الگوی مصرف وابسته جان گرفت. کمبود تولیدات داخلی، افزایش جمعیت، جنگ تحمیلی، بیکاری و تورم به گسترش این الگو کمک کرد. پس از پایان جنگ و افزایش درآمد نفت و اقدام از خارج، واردات به طور جهشی افزایش یافت. و با به کارگیری سیاست «تعدیل» اقتصادی و به ویژه خصوصی سازی الگوی مصرف وابسته را با توافق فزاینده تداوم بخشید.

الگوی مصرف برونزا که بر پایه امکانات تولید کنندگان خارجی و واردات آنها استوار است مجبور به پرداخت هزینه‌های سنگین ناشی از شرایط اقتصادی اجتماعی این کشورهاست. در کشورهای صنعتی که فناوری عمدتاً سرمایه‌بر هستند، هزینه زندگی و نیروی کار بالاست و در نتیجه تولید آنها خود به خود این شرایط را بازتاب می‌کند و اقتصاد داخلی مجبور به پرداخت این بهای سنگین است. از طرفی به دلیل منافع بازارها دگرگونی فراوانی در نوع کالاها و گوناگونی یک نوع کالا برای از میان برداشتن این اشباع صورت می‌گیرد. این امر هزینه‌ها را بسیار بالا می‌برد.

با توجه به اینکه بسیاری از کالاهای موجود در سبد مصرفی مربوط به رفع نیازهای اساسی نیستند و لایه‌های اندکی از جمعیت کشور را می‌پوشانند و چگونگی تأمین هزینه‌های ارزی آن، می‌توان این الگوی مصرف را غیرعادلانه، غیرمعمولی و به زیان اقتصاد جامعه دانست.

وابستگی به درآمد ارزی نفت، اندک بودن اعتبارات غیرنفتی، کمبود عرضه به تقاضا و طرح سؤال وابستگی واردات به درآمد ارزی حاصل از صادرات نفت، با توجه به اینکه بیش از ۸۰ درصد درآمد انرژی ناشی از صادرات ایران را در چهار سال گذشته را به طور میانگین صادرات نفت خام تشکیل داده کاملاً آشکار می‌شود.

اندک بودن صادرات غیرنفتی بیانگر مصرفی بودن واردات کشور به طور عمده است. ضمن اینکه صادرات غیرنفتی نیز به دلیل اهمیت واردات برای تولید محصولات صادراتی، ارزی خود را گاهی بنابر برخی برآوردها معادل ارزآوری آن به ویژه در مورد برخی کالاهای معدنی و صنعتی از واردات متکی به درآمد نفت می‌پوشاند.

مصرف کشور با وجود کمبود عرضه نسبت به تقاضا که افزایش قیمت‌ها بیانگر آن است که در مورد تولیدات صنعتی با توجه به ارقام ارائه شده متکی به واردات است.

حال سؤال اصلی این است که نیاز مصرفی تا چنین حد از وابستگی بدون اینکه کشور از تولیدکنندگان خارجی اشباع شده باشد و با وجود نبود امکان تأمین این نیاز با تولیدات واقعی داخلی وجود ندارد، چگونه و با چه دلیلی به وجود آمده است.

نظام مالیاتی و ترویج مصرف گرایی

مالیات به عنوان یک ابزار سیاست‌گذاری، همواره مورد توجه دولت‌ها بوده است. اقتصاددانان از مالیات به عنوان ابزاری که در شرایط رکود و رونق به تعادل اقتصادی کمک می‌کند، بهره می‌جویند و با افزایش یا کاهش مالیات بر درآمدها به سطح درآمد قابل تصرف افراد تأثیر می‌گذارند و سبب می‌شوند که میزان مصرف و تقاضای افراد کاهش یا افزایش یابد و با اثرگذاری بر سطح قیمت‌ها از طریق مالیات، با استفاده از مکانیسم قیمت‌ها به برقراری تعادل اقتصادی کمک کنند.

نظام مالیاتی در ایران به خوبی مورد توجه قرار نگرفته است. درآمدهای نفتی و درآمدهای مالیاتی به عنوان دو منبع عمده تأمین درآمدهای عمومی دولت به شمار می‌آیند. سهولت دسترسی به منابع درآمدهای نفتی در اقتصاد ایران سبب شده است که دولت توجه کمتری به درآمدهای مالیاتی از خود نشان دهد و درآمدهای نفتی را جایگزین این درآمدها سازند. براساس اطلاعات سری زمانی بانک مرکزی در سال ۱۳۵۰ حدود ۶۰/۱ درصد از مجموع درآمدهای نفتی دولت را درآمدهای نفتی تشکیل می‌دهند و در همین سال سهم مجموع درآمدهای مالیاتی از درآمدهای عمومی دولت در حدود ۳۱/۲ درصد است. سهم درآمدهای نفتی از درآمدهای عمومی دولت در سال ۱۳۸۵ به حدود ۴۳/۹ درصد کاهش یافته است. سهم درآمدهای مالیاتی نیز با وجود برخی نوسانات به ۳۶/۶ درصد افزایش یافته است به طور میانگین در دوره ۸۵-۱۳۵۰ سهم درآمدهای نفتی از مجموع درآمدهای عمومی دولت معادل ۵۳/۹ درصد و سهم درآمدهای مالیاتی از درآمدهای عمومی دولت ۳۳/۶ درصد بوده است. اطلاعات مذکور نشان می‌دهند که نظام مالیاتی از اهمیت و توانایی چندانی در کشور برخوردار نبوده است و استفاده از ابزار سیستم مالیاتی به عنوان ابزاری جهت کنترل متغیرهای کلان اقتصادی از جمله مصرف چندان مورد توجه نبوده است.

درآمدهای مالیاتی وصولی در نظام مالیاتی ایران را بیشتر درآمدهای مالیاتی بر اشخاص حقیقی و شرکت‌ها تشکیل می‌دهد و سایر منابع مالیاتی نظیر مالیات بر درآمد و ثروت که قدرت کنترل‌کنندگی درآمد قابل تصرف را در اختیار دولت قرار می‌دهند از سهم کمتری برخوردارند و یا درآمدهای ناشی از مالیات بر مصرف و فروش که می‌توانند با تأثیر بر قیمت تمام شده کالاها مصرف کالاهای مذکور را تحت تأثیر قرار دهند. اطلاعات جدول شماره (۲) نشان می‌دهد که سهم مالیات بر شرکت‌ها در دوره ۸۵-۱۳۵۰ رو به افزایش بوده و از ۱۸/۹ درصد در سال ۱۳۵۰ به حدود ۴۸/۱ درصد در سال ۱۳۸۵ افزایش یافته است. سهم مالیات بر درآمد در دوره مذکور کاهش یافته است و از ۱۴/۸ درصد در سال ۱۳۵۰ به ۱۲/۸ درصد در سال ۱۳۸۵ کاهش یافته است. مالیات بر مصرف نیز با کاهش چشمگیر از ۱۶/۳ درصد در سال ۱۳۵۰ به حدود ۹/۳ درصد در سال ۱۳۸۵ رسیده است. مالیات بر مصرف که به شیوه‌های مختلف از جمله مالیات بر ارزش افزوده متصور است با هدف اصابت به مصرف داخلی وضع می‌شود. بنابراین، این نوع مالیات با کاهش قیمت‌های عرضه کننده داخلی، می‌تواند محدودکننده واردات باشد.^۱ منابع مالیاتی ذکر شده به سبب نقشی که می‌توانند در کنترل یا عدم کنترل مصرف در کشور ایفا می‌کنند، می‌توانند در تقاضا برای کالاهای قاچاق و واردات قاچاق به کشور مؤثر واقع شوند.

جدول شماره (۲) - ترکیب درآمدهای مالیاتی دولت (درصد)

سال	مالیات اشخاص حقوقی	مالیات بر درآمد	مالیات بر ثروت	مالیات بر واردات	مالیات بر مصرف و فروش
۱۳۵۰	۱۸٫۹	۱۴٫۸	۳٫۸	۴۶٫۳	۱۶٫۳
۱۳۶۰	۴۱٫۱	۱۴٫۱	۲٫۹	۳۰٫۶	۱۱٫۳
۱۳۷۰	۲۸٫۰	۱۷٫۵	۵٫۰	۳۴٫۴	۱۵٫۱
۱۳۸۰	۲۹٫۶	۲۰٫۸	۴٫۶	۲۸٫۳	۱۶٫۷
۱۳۸۵	۴۸٫۱	۱۲٫۸	۳٫۵	۲۶٫۳	۹٫۳
میانگین ۸۵-۱۳۵۰	۳۸٫۶	۱۴٫۶	۴٫۰	۲۸٫۰	۱۴٫۸

مأخذ: اطلاعات سری زمانی بانک مرکزی

در خصوص مالیات بر واردات نیز به روشنی مشخص است که این نوع مالیات ضمن این‌که منبع درآمدی مناسبی را برای دولت فراهم ساخته است به نوعی کنترل‌کننده واردات و مصرف کالاهای خارجی به شمار می‌آید و می‌تواند سهم به‌سزایی در کاهش مصرف ایفا کند. نکته‌ای که در مورد مالیات بر واردات وجود دارد این است که این نوع

۱. الیاس نادران، مالیات بر ارزش افزوده؛ روش‌ها و آثار، فصلنامه پژوهشنامه اقتصادی، شماره ۱، تابستان ۱۳۸۰، ص ۶۸.

مالیات از محل تعرفه‌ها و سود بازرگانی حاصل می‌شود و لذا می‌تواند ارتباط مستقیمی با حاشیه سود قاچاق کالا داشته باشد و در صورت دور شدن از حدود متعادل خود، به واردات قاچاق به کشور دامن بزنند.

یارانه‌های مصرفی و ترویج مصرف‌گرایی

یارانه‌های مصرفی یارانه‌هایی هستند که جهت تعدیل در توزیع درآمدها و تعدیل آثار ناشی از فشار بازار، تصحیح الگوی مصرف کالای تولید داخل به مصرف‌کننده پرداخت می‌شود که از جمله آنها می‌توان به مابه‌التفاوت قیمت خرید کالاهای اساسی و آنچه تحت عنوان خرید متضمن کالا گفته می‌شود اشاره نمود.

در ایران هدفمند کردن یارانه‌ها با ادبیات خاصی مورد استفاده قرار گرفته است که قرار دادن یک نوع هدف خاصی برای یارانه است. یعنی ایجاد شرایطی که سهم بیشتری در یارانه‌ها نصیب گروه‌های خاص اجتماعی و به خصوص گروه‌های کم‌درآمد و فقرا شود؛ این در حالی است که کالاها فقط به افراد کم‌درآمد اختصاص پیدا نمی‌کند و در مورد بسیاری از کالاها تقریباً همه افراد جامعه با هر سطح درآمدی می‌توانند از آن کالای خاص با قیمت یارانه‌ای بهره‌مند شوند. لذا قیمت پایین به عنوان یک علامت فشار به مصرف‌کنندگان منجر به مصرف بیشتر شد و ادامه سیاست‌های حفظ یارانه‌ها برای کالاهای مذکور سبب حفظ قیمت پایین این کالاها و افزایش بیشتر مصرف آنها می‌شود.

اختصاص سهم درآمدی کمتر به کالاهای مشمول یارانه نیز از سوی گروه‌های مختلف درآمدی جامعه به کالاهای مذکور سبب آزاد شدن بخشی از درآمد گروه‌های کالایی شامل یارانه می‌شود (که در صورت عدم پرداخت یارانه از سوی دولت نیازمند صرف سهم درآمدی بیشتری بود). این مصارف جدید خانوارها در این شرایط اختصاص درآمدهای آزاد شده از ناحیه کالاهای مشمول یارانه به مصرف کالاهای دیگر از جمله کالاهای لوکس و غیرضروری اختصاص می‌یابد و با تأثیر بر الگوی مصرف خانوارها در سطح کشور، به مصرف بیشتر کالاها در کشور منجر می‌شود.

از سوی دیگر پرداخت یارانه به بعضی از کالاها و خدمات به تناسب و با توجه به میزان مصرف افراد صورت نمی‌گیرد و سهمیه‌ای برای افراد در نظر گرفته نمی‌شود. معیار

سنجش استفاده از این نوع یارانه‌ها قدرت مصرف افراد جامعه است و چون اقشار محروم ظرفیت مصرفی کمتری دارند، از یارانه کمتری برخوردار می‌شوند. در عوض اقشار غنی که ظرفیت مصرفی بیشتری دارند، یارانه بیشتری دریافت می‌کنند و منفعت بیشتری عاید آنها می‌شود. یارانه‌های پنهان طی سالیان متمادی در دهه‌های گذشته با اختصاص ارز دولتی بر اقتصاد کشور حاکم بوده‌اند و بخش عمده آن‌ها نصیب اقشار مرفه جامعه شده است.

مهم‌ترین اثر یارانه‌های پنهان بر اقتصاد کشور، افزایش عدم تعادل در سطح کلان اقتصادی است که از طریق افزایش مصرف و تقاضای کل صورت می‌گیرد. این افزایش مصرف و تقاضا، به علت محدودیت تولید، در نهایت موجب افزایش واردات می‌شود. افزایش مصرف، تقاضا و سپس واردات و افزایش سطح قیمت‌ها را در پی دارد که نرخ تورم را به میزان قابل توجهی افزایش می‌دهد. همچنین این یارانه‌ها موجب کسری بودجه دولت می‌شوند و در مواقعی که دولت برای تأمین کسری بودجه خود به بانک مرکزی روی آورد، با افزایش بدهی دولت به بانک مرکزی با هم بر میزان تورم افزوده می‌شود.

نقش درآمدهای نفتی در افزایش سطح مصرف

مهم‌ترین تأثیر نفت بر اقتصاد کشور، پدیدار شدن الگوی توسعه اقتصادی کشور است، که همه‌چیز را عمدتاً برای مصرف از خارج تدارک می‌بیند و بازتاب چنین نگرشی، پدیدار شدن ذهنیت مثبت در بسیاری از مردم کشور در مورد مصرف کالاها و خدماتی است که منشأ مستقیم و غیرمستقیم خارجی دارند.

درآمدهای ارزی سرشار حاصل از نفت این امکان را برای مدیران اقتصادی کشور به وجود می‌آورد تا با اعمال مدیریت توسعه‌ای برون‌زا، آرام آرام و همراه با رشد صنعت نفت، تجارت خارجی و بالاخره الگوی مصرف داخلی، دگرگونی‌هایی در راستای برون‌زا شدن یابند، که حلقه وابستگی به خارج را در جهت خام‌فروشی و واردات و مصرف کالاهای ساخته شده تکمیل شود. به این ترتیب برون‌زایی صنعت نفت در تداوم خود به برون‌زایی کل اقتصاد و برون‌زایی بخش مهمی از فرهنگ داخلی در ارتباط با مصرف منتهی شد.

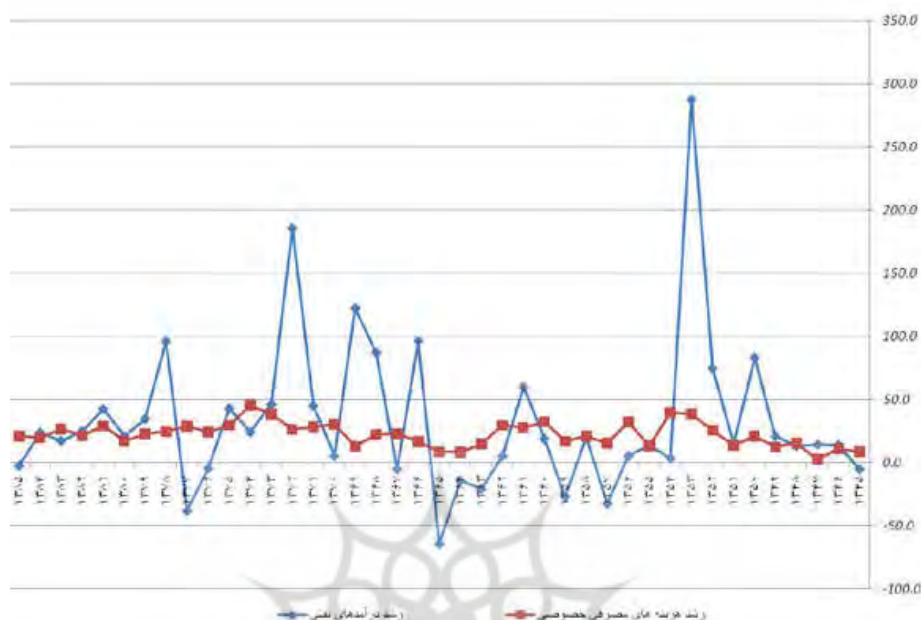
جدول شماره (۳) - سهم نفت از تولید ناخالص داخلی و درآمدهای دولت (درصد)

سال	سهم نفت از تولید ناخالص داخلی	سهم نفت از درآمدهای دولت
۱۳۴۴	۴۰,۰۰	۵۴,۸
۱۳۵۰	۴۷,۲۵	۶۰,۱
۱۳۵۵	۳۳,۶۱	۷۷,۴
۱۳۶۰	۸,۴۸	۵۹,۷
۱۳۶۵	۱۲,۱۳	۲۵,۵
۱۳۷۵	۱۵,۱۷	۶۶,۸
۱۳۸۰	۱۱,۵۱	۵۷,۳
۱۳۸۴	۱۰,۹۶	۴۸,۱
۱۳۸۵	۱۰,۶۴	۴۳,۹

مأخذ: اطلاعات سری زمانی بانک مرکزی

جدول شماره (۳) اطلاعات سهم نفت از تولید ناخالص داخلی و همچنین درآمدهای دولت را نشان می‌دهد. می‌توان گفت تقریباً پس از سال‌های ملی شدن صنعت نفت سهم نفت در تولید ناخالص داخلی و همچنین درآمدهای دولت رو به افزایش نهاد و تا قبل از این سال‌ها درآمد نفت بخش اندکی از درآمد دولت در بودجه و بخش بسیار ناچیزی از درآمد ناخالص داخلی را تشکیل می‌داد. این روند حتی در سال‌های قبل از ۱۳۵۰ نیز ادامه یافت. ولی پس از سال ۱۳۵۰، به صورتی شتابان اهمیت نفت در اقتصاد ایران افزایش می‌یابد و اوج آن از سال ۱۳۵۳ پس از چهار برابر شدن بهای نفت خام صادراتی ایران است. که درآمد نفت به ترتیب ۴۲ درصد در تولید ناخالص داخلی و ۸۷ درصد در درآمدهای دولت در بودجه را تشکیل می‌داده است. پس از این سال تا سال ۱۳۶۰ در درآمد ناخالص داخلی کاهش می‌یابد؛ ولی از این سال به بعد تا سال ۱۳۶۳ دوباره رو به کاهش می‌گذارد. از سال ۱۳۶۳ اثر نفت بر اقتصاد کشور با توجه به کاهش درآمد نفت، کاسته می‌شود و شاخص‌های یاد شده به حداقل خود در سال ۱۳۶۵ می‌رسد. با افزایش درآمد نفت از سال ۱۳۶۶ و افزایش قابل توجه آن از سال ۱۳۶۸ برای یک دوره چند ساله اثر نفت بر اقتصاد افزایش می‌یابد و از سال ۱۳۷۱ رو به کاهش می‌نهد ولی میزان کاهش اندک است و این روند در سال‌های بعدی نیز ادامه می‌یابد و از آن پس تنها شاهد نوساناتی اندک هستیم. با این حال سهم نفت در بودجه دولت روندی کاهشی را تا سال ۱۳۷۷ طی می‌کند اما پس از آن تا سال ۱۳۸۲ شاهد روندی افزایشی هستیم که مجدد

در سال‌های بعدی به روندی کاهشی تبدیل می‌شود. نمودار شماره یک به خوبی روند تأثیرپذیری اقتصاد ایران از درآمدهای نفتی را نمایش می‌دهد.



نمودار شماره (۱)- رشد درآمدهای نفتی و رشد هزینه‌های مصرف خصوصی^۱

رشد نقدینگی و تغییر سطح و الگوی مصرف

یکی از اقدامات دولت‌ها در طول سال‌های گذشته استفاده از سیاست‌های پولی در تثبیت و تنظیم امور اقتصادی کشور و بازار است در این جهت در بسیاری از موارد دولت اقدام به اجرای سیاست‌های انبساطی پولی و افزایش حجم پول نموده‌اند. نبود سیاست‌گذاری مناسب و هم‌سو نبودن سیاست‌ها و اهداف مدیران اقتصادی کشور سبب شده است که نقدینگی به عنوان مهمترین عامل افزایش تورم در ایران شناخته شود. چرا که هدایت نادرست نقدینگی در اقتصاد ایران و سوق دادن آن به سمت بازار مصرف در دوره‌های بسیاری تکرار شده است و با به خدمت گرفته شدن نقدینگی در واردات و مصرف کالاها، موجبات حاکمیت شرایط تورمی در اقتصاد ایران فراهم شده است و کشور ما دوره‌های تورمی طولانی را تجربه کرده است.

۱. مأخذ: اطلاعات سری زمانی بانک مرکزی

فریدمن و شوترز در توضیح علل رکود و کاهش تقاضا در اقتصاد و مطرح می‌کنند که تغییرات در حجم پول عمدتاً نقش مستقلی در نوسانات ادواری ایفا کرده است و تغییرات ادواری پول رابطه بسیار مشابهی (هم زمان‌بندی و هم در اندازه نوسان) با حرکات ادواری در فعالیت‌های اقتصادی دارد.^۱

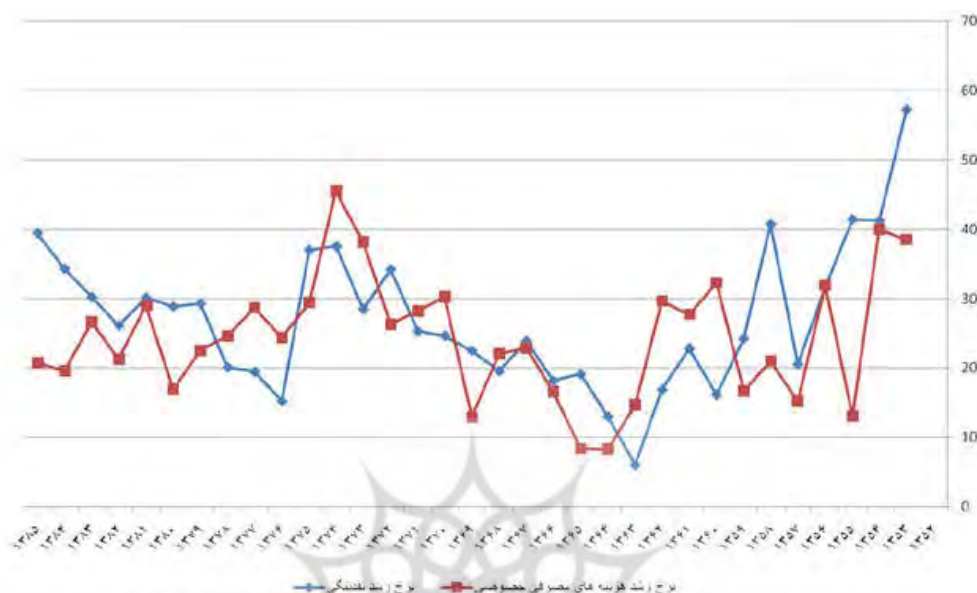
این دیدگاه به اهمیت پول و افزایش حجم نقدینگی در اقتصاد کشور در تأثیراتی که می‌تواند در افزایش تقاضا در اقتصاد ایفا کند. اطلاعات مربوط به حجم پول در طول سال‌های ۸۵-۱۳۵۲ نشان می‌دهد که حجم پول در دوره مورد بررسی از ۵۱۷/۵ میلیارد ریال در سال ۱۳۵۲ به حدود ۱۲۸۴۱۹۹,۴ میلیارد ریال در سال ۱۳۸۵ افزایش داشته است و در حدود ۲۴۸۲ برابر شده است. این مسأله طبقات جدیدی را بر اقتصاد ایران به همراه داشته است و سطح و الگوی مصرفی جدیدی را در کشور به وجود آورده و به سطح مصرف در کشور افزوده است. حال آنکه با توجه به ساختار مطلوب تولید و اساساً کندی تعدیل در ساختار تولیدات به افزایش تقاضا مصرف‌کنندگان داخلی را به سوی استفاده و تهیه کالاهای خارجی سوق داده است و سهم شایانی در گسترش کالاهای وارداتی (اعم از کالای وارداتی رسمی و غیررسمی) داشته است. نمودار شماره (۲) سطح ارتباط بین رشد نقدینگی و رشد مصرف خصوصی در کشور را نشان می‌دهد و هم‌سویی تغییرات مصرف و نقدینگی به خوبی در آن نمایان است.

تورم طولانی و سریع باعث درهم‌ریختگی بافت‌های اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی جامعه می‌شود. از کارکرد مؤثر نهادهای قانون‌گذاری، سیاست‌گذاری و مدیریت جامعه جلوگیری می‌کند و باعث ایجاد بی‌عدالتی‌های اجتماعی و اقتصادی ناخواسته بسیار می‌شود.

تورم باعث توزیع مجدد درآمد و ثروت بدون توجه به ضابطه کار و کارایی می‌شود و لذا چنین توزیع مجددی در بسیاری از موارد از نظر اجتماعی غیرعادلانه است. در شرایط تورمی و در اثر تورم، درآمد بسیاری از افراد کمتر از نرخ تورم و درآمد برخی بیش از نرخ تورم افزایش خواهد یافت. گروه اول شامل اکثر افراد مزدبگیر و حقوق‌بگیر و ... می‌شود، از تورم زیان خواهند دید ولی دسته دیگر که بیشتر در خدمات تجاری و بازرگانی و به‌ویژه

۱. راهنمای نوین اقتصاد کلان ص ۱۳۰-۱۲۷.

واسطه‌گری مشغول به‌کارند افزایش‌های بادآورده و چشمگیری را در درآمدهای خود شاهد خواهند بود. این‌گونه آثار در زمینه ثروت افراد نیز اتفاق خواهد افتاد.^۱



نمودار شماره (۲) - نرخ رشد نقدینگی و نرخ رشد هزینه‌های مصرفی خصوصی^۲

یکی از دلایل فرهنگی که برای رونق قاچاق کالا در یک کشور مطرح می‌شود تمایل اقشار پردرآمد آن جامعه برای مصرف کالاهای لوکس و تجملی مطرح می‌شود که این موضوع سهم بسیاری در توجه مصرف‌کنندگان داخلی به سوی مصرف کالاهای خارجی ایفا می‌کند.

در شرایط تورمی، قیمت نسبی کالاها و خدمات صادراتی کشور در بازارهای صادراتی افزایش و قیمت نسبی کالاها و خدمات وارداتی به کشور کاهش می‌یابد. در صورت نبود کنترل تجارت خارجی، این امر باعث کاهش صادرات و افزایش واردات و به نبود تعادل در تراز پرداخت‌های کشور منجر می‌شود. ضمن این‌که تورم رویه‌های عادی کسب‌وکار و تجارت را دچار تغییرات فراوانی می‌کند و این امر اختلالاتی را در امر تولید و مبادله ایجاد می‌نماید و افزایش واردات را با توجیه بیشتری مواجه می‌سازد. طبیعی است که وجود شرایط تورمی افزایش واردات به شیوه‌های غیررسمی را نیز در پی خواهد بود و تمایل

۱. حسین عظیمی‌آرانی، مدارهای توسعه نیافتگی در اقتصاد ایران، تهران، نشرنی، ۱۳۸۵، ص ۲۸۹ ۲۸۸.

۲. مأخذ: اطلاعات سری زمانی بانک مرکزی

بیشتر برای قاچاق کالا را نیز به دلیل سودآوری بیشتر به دنبال خواهد داشت.

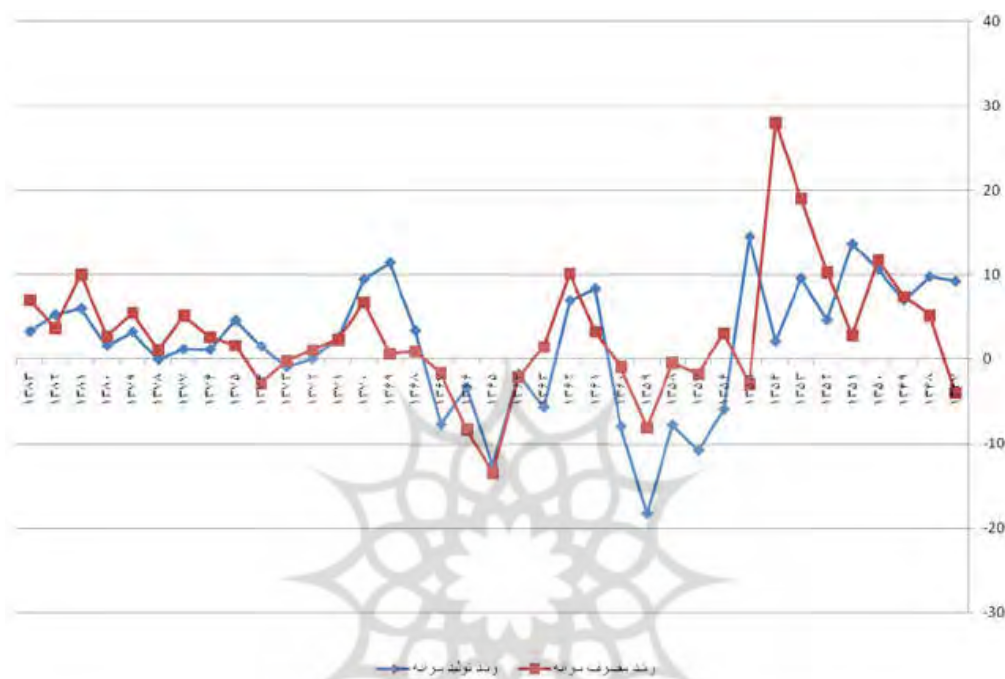
مصرف سرانه و تحولات آن طی سال‌های ۱۳۸۵-۱۳۵۱

مصرف سرانه سالانه خصوصی در سال‌های گذشته، تحولات قابل توجهی را پشت سر گذاشته است و به قیمت‌های ثابت سال ۱۳۷۶، از ۱۲۵۰ هزار ریال در سال ۱۳۴۶ به ۲۶۰۰ هزار ریال در سال ۱۳۵۶ افزایش یافته و در دوران بعد با کمی نوسان و یک روند کاهشی به حدود ۲۵۸۰ میلیارد ریال رسیده است و در طول این سال‌ها همواره کمتر از سطح مصرف سرانه در سال ۱۳۵۶ قرار داشته است. مصرف سرانه کشور در طول سال‌های پس از ۱۳۷۹ دچار یک روند افزایشی مستمر شده و به حدود ۳۵۵۰ هزار ریال افزایش یافته است. مشاهده می‌شود که علی‌رغم نوسانات بسیار، مصرف سرانه در سال ۱۳۸۵ نسبت به سال ۱۳۸۶ در حدود ۱۸۰ درصد رشد داشته است و این در حالی است که تولید سرانه در همین دوره حدود ۹۰ درصد افزایش داشته است. در شرایط معمول اقتصادی، انتظار می‌رود که تغییرات تولید و مصرف سرانه هم‌جهت باشد، هرچند نرخ نوسانات این دو متغیر یکسان نیست. به عبارت دیگر، در شرایط عادی رفتار اقتصادی انتظار داریم که مصرف سرانه، همراه با تولید سرانه ولی با نرخ رشدی کمتر افزایش یابد یا مصرف سرانه همراه با تولید سرانه ولی با نرخ کاهش کمتری کاهش یابد. لذا مشخص است که افزایش ۹۰ درصدی تولید سرانه در ایران در این دوران، به همراه افزایش ۱۸۰ درصدی مصرف سرانه در همین دوران نتیجه رفتار معمول اقتصادی نیست. آنچه اتفاق افتاده این است که در دوران ۵۶-۱۳۵۱ و عمدتاً در اثر افزایش سریع و وسیع درآمدهای نفتی مصرف به دو برابر افزایش یافته است و این افزایش، پایه و اساس تغییرات بعدی مصرف بوده است.

به طور کلی عوامل مؤثر در این روند عبارتند از:

۱. چسبندگی متغیر مصرف
۲. افزایش درآمدهای نفتی پس از سال ۱۳۵۱
۳. سیاست‌های مستقیم دولت در جهت حمایت از مصرف قشرهای جامعه به خصوص قشرهای محروم

۴. بالا بودن تمایل نهایی به مصرف بین قشرهای مرفه جامعه
۵. افزایش ارتباطات با دنیای خارج و به وجود آمدن عادات و نیازهای مصرفی جدید تحت عنوان فرهنگ مصرفی جدید



نمودار شماره (۳) - نرخ رشد مصرف خصوصی سرانه و نرخ رشد تولید سرانه^۱

در نمودار شماره (۳) روند رشد تولید و رشد مصرف سرانه به خوبی قابل مشاهده است. پس از افزایش سریع و وسیع درآمدهای نفتی در سال‌های اولیه دهه ۱۳۵۰ شاهد رشد شتابان مصرف و پیشی گرفتن آن بر رشد سرانه تولید هستیم؛ اما ملاحظه می‌شود که پس از آن و با کاهش درآمدهای نفتی که در پی آن تولید سرانه کشور نیز کاهش یافت، کاهش رشد مصرف سرانه از میزان کمتری نسبت به کاهش رشد تولید سرانه برخوردار است. دلیل این پدیده را می‌توان در چسبندگی متغیر مصرف سرانه در جهت کاهش به دلیل به وجود آمدن عادات و فرهنگ مصرفی جدید در جامعه ناشی از برخورد رفتاری مصرف‌کنندگان دانست که پس از عادت به سطح معینی از مصرف در مقابل کاهش آن به شدت مقاومت می‌کنند و لذا کاهش‌های درآمدی را عمدتاً معطوف به پس‌انداز می‌کنند و از تأثیر متناسب و هم‌زمان کاهش درآمد بر مصرف جلوگیری می‌نمایند. از سوی دیگر

۱. مأخذ: اطلاعات سری زمانی بانک مرکزی

افزایش درآمدی را بیشتر متوجه مصرف می‌سازند و به افزایش بیشتر از رشد سطح تولید و مصرف‌زدگی بیشتر کمک می‌نمایند.

اثر موانع تجاری و نقش الگوی مصرف بر واردات قاچاق در ایران

یکی از علل و انگیزه‌های گرایش به پدیده قاچاق در بین مردم، تعرفه‌های مالیاتی و گمرکی است. سوئیفت می‌گوید: تعرفه‌های بالای گمرکی و مالیاتی باعث عکس‌العمل‌هایی در شهروندان می‌شود که نتیجه آن تقلیل مجموع درآمدهای مالیاتی است. بعدها لافر این بحث را به عرضه نیروی کار تعمیم داد و منحنی مشهور لافر را مطرح کرد.

آدام اسمیت در کتاب ثروت ملل، هنگام فرمولی کردن اصول مالیاتی، دولت را از در پیش گرفتن سیاست مالیاتی شدید بر حذر داشته و سیستم متعادل مالیاتی را سفارش می‌کند. او می‌گوید: «مالیات بدون مذاقه باعث ترغیب به سوی قاچاق می‌گردد»^۱

اعمال محدودیت‌های تجاری بر روی واردات کالا از سوی دولت‌ها عمدتاً با اهداف کسب درآمد برای دولت، حمایت از تولیدات داخلی، حمایت از مصرف‌کننده (مثلاً از طریق تعیین استانداردهای فنی و بهداشتی، اجباری کردن حداقل خدمات پس از فروش برای کالاهای بادوام و...) محدودیت‌های ناشی از تراز منفی تجاری مزمین و نیز الزامات سیاسی و فرهنگی (از طریق ممنوع نمودن ورود کالاهای خاص یا ورود کالا از کشورهای خاص، سهمیه‌بندی مبادلات تجاری با برخی از کشورها، یا نامشروع بودن تولید، توزیع یا مصرف برخی کالاها و...) عوامل مؤثری در پیدایش و تغییر میزان این موانع بوده است.^۲

اثرات تعرفه بر کالاهای مصرفی در اقتصاد را می‌توان این‌گونه برشمرد: وضع تعرفه در بعد حمایت از عرضه‌کنندگان داخلی با افزایش قیمت به تولیدکنندگان این امکان را می‌دهد که تولیدات خارجی را با تولیدات داخلی جایگزین کنند. تعرفه همچنین با بالا بردن قیمت‌های داخلی، تولیداتی را که از کارایی کمتری برخوردارند امکان زیست

۱. علیرضا شکیبایی و علی محمد احمدی، قاچاق کالا، علل آثار و شاخصهای اندازه‌گیری آن، مجموعه مقالات سومین همایش پدیده قاچاق کالا و راههای پیشگیری از آن، دانشگاه تربیت مدرس، آذر ۱۳۷۸.

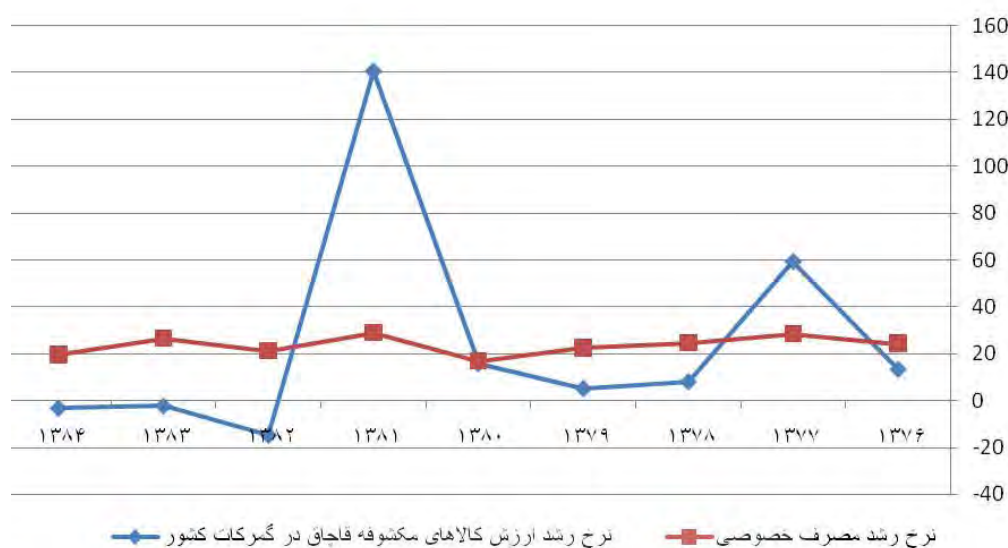
۲. علی عرب مازار یزدی، نقش موانع تجاری در پیدایش و گسترش قاچاق کالا در ایران، اقتصاد پنهان، پیش شماره ۱، زمستان ۱۳۸۵، ص ۱۰.

می‌بخشد. اما تعرفه در بعد تقاضای کشور، ضمن این که به مجموع درآمدهای خزانه دولت می‌افزاید با افزایش قیمت کالاهای مصرفی، میزان مصرف را کاهش می‌دهد و در مجموع سبب می‌شود که مصرف‌کنندگان داخلی مقدار کمتر از کالاها را به قیمت بالاتری بخرند و در مجموع رضایت‌مندی مصرف‌کنندگان را کاهش می‌دهد.^۱

علاوه بر تعرفه‌ها، حاشیه سود قاچاق به ساختار تولید و توزیع در کشور و بالا بودن هزینه تولید و قیمت تمام شده کالاها مرتبط می‌شود، ضمن این که تنوع تولیدات داخلی نسبت به کالاهای مشابه خارجی پایین است. این موضوع، خود به عنوان یکی از دلایل وضع تعرفه‌ها و عوارض و محدودیت‌های مختلف بر کالاهای وارداتی خارجی مطرح است. پس ملاحظه می‌شود که اعمال محدودیت‌های رسمی تجاری از سوی دولت بر کالاهای وارداتی اثر مستقیمی بر افزایش حاشیه سود بازار کالای قاچاق داشته و به طور مستقیم حجم قاچاق را در کشور افزایش می‌دهد.

نکته حائز اهمیت این است که آیا وضع محدودیت‌های تجاری با آثار منفی که بر سطح رضایت‌مندی مصرف‌کنندگان از خود بر جای می‌گذارد، سطح مصرف و نیازهای مصرفی و فرهنگ مصرفی به وجود آمده در طول سالیان گذشته را به طور کامل تغییر خواهد داد؟ چسبندگی متغیر مصرف در جهت کاهش با توجه به الگوی مصرف شکل گرفته در کشور و روند مصرف در کشور نشان می‌دهد که مصرف‌کنندگان داخلی به سادگی آثار محدودیت‌های تجاری را بر میزان مصرف و سطح رضایت‌مندی خود از مصرف کالاهای خارجی مورد تقاضایشان، نمی‌پذیرند و حاضر به کاهش سطح مصرف و رضایت‌مندی خود نیستند، بنابراین با استفاده از کالاهای قاچاق بخشی از کاهش رضایت‌مندی خود را جبران می‌کنند. نمودار شماره (۴) ارتباط بین رشد مصرف بخش خصوصی و رشد ارزش کالاهای مکشوفه قاچاق در گمرکات کشور را نشان می‌دهد - که این شاخص می‌تواند جهت برآورد حجم قاچاق در کشور استفاده شود، بر اساس چگونگی نوسانات در این نمودار می‌توان به ارتباط مستقیمی که بین مصرف در کشور و میزان قاچاق وجود دارد تصریح کرد و به نقش مصرف و الگوی مصرف موجود در جامعه بر میزان ورود کالای قاچاق به داخل کشور پی برد.

۱. مرتضی چینی چیان، تحلیل تئوریک قاچاق؛ اثرات اقتصادی تعرفه و قاچاق، اقتصاد پنهان، پیش شماره ۱، زمستان ۱۳۸۵، ص ۲۱-۱۸.



نمودار شماره (۴) - نرخ رشد مصرف خصوصی^۱ و نرخ رشد ارزش کالاهای مکشوفه قاچاق در گمرکات کشور^۲

در واقع آنچه که این نوشتار مورد تأکید قرار می‌دهد این است که دولت‌ها با توجه به محدودیت‌های موجود، چاره‌ای جز وضع تعرفه و کنترل تجارت خارجی ندارند، هرچند که دامن زدن به این محدودیت‌ها با افزایش قاچاق کالا همراه باشد و این موضوع برای دولتمردان نامطلوب باشد. آنچه این نوشتار به دنبال تبیین آن است نقش نیروهایی است که از ناحیه سطح و الگوی مصرف کشور به پدیده قاچاق وارد می‌شود و نقشی که دولت به عنوان هدایت‌گر فعالیت‌های اقتصادی در دامن زدن به سطح مصرف خصوصی در جامعه و تغییر الگوی مصرف جامعه به سمت استفاده بیشتر از کالاها و به خصوص کالاهای خارجی بر عهده داشته است.

فهرست کشفیات نیروی انتظامی که در جدول شماره (۲) نشان داده شده است، گویای این مطلب است که این کالاها بیشتر شامل کالاهای مصرفی می‌شوند.

هرچند بخشی از این کالاها، همانند پارچه، قند و شکر می‌توانند به عنوان کالاهای واسطه‌ای مورد مصرف قرار بگیرند اما نکته جالب این است که سهم کالاهای مذکور در

۱. مأخذ: اطلاعات سری زمانی بانک مرکزی

۲. مأخذ: ستاد مرکزی مبارزه با قاچاق کالا و ارز

قاچاق کالا به کشور، متفاوت از سهم این کالاها در واردات رسمی کالا به کشور است و به عبارت دیگر اقدام به قاچاق این کالاها کمتر صورت می‌پذیرد. شاید بتوان علت این امر را در محدودیت‌های تجاری برای واردات کالا به کشور دانست که دولت‌ها معمولاً در جهت حمایت از تولید داخلی، بازار مصرف و کنترل خروج ارز از کشور اقدام به وضع آن کرده‌اند و با توجه به اهمیت بسیاری که ورود کالاهای سرمایه‌ای و واسطه‌ای در حفظ توان تولید و اشتغال در کشور دارند دولت‌ها سعی در تسهیل واردات کالاهای مذکور می‌نمایند. همان‌طور که پیش‌تر گفته شد اصولاً یکی از علل و انگیزه‌های گرایش به پدیده قاچاق در بین مردم، تعرفه‌های مالیاتی و گمرکی است.

لذا مشخص است که محدودیت‌های تجاری وضع شده از سوی دولت‌ها، امکان واردات محصولات مصرفی را کاهش می‌دهد و این کالاها حتی در صورت ورود از مبادی رسمی، از قیمت‌های بالایی برخوردار هستند. از سوی دیگر شاهد هستیم که به دلیل فرهنگ مصرفی به وجود آمده در جامعه و الگوی مصرف موجود که به شدت به مصرف کالاهای نهایی خارجی بها می‌دهد. الگوی مصرف موجود تقاضای این کالاها را در بازار مصرف همواره افزایش داده و حتی در مواردی کثرت تقاضای این کالاها را در کشور کاهش داده و این موضوع سبب شده است که این کالاها همواره در بازار مصرفی کشور مورد تقاضا قرار گیرند.^۱ جدول شماره (۳) ترکیب کالاهای وارداتی به کشور را نشان می‌دهد. در طول دوره ۴۷ ساله ۸۵-۱۳۳۸ کالاهای واسطه‌ای وارداتی بیشترین میزان واردات کل کشور را به خود اختصاص داده است و دارای سهم ۵۶/۱ درصدی در طول دوره مورد بررسی است. پس از کالاهای واسطه‌ای، کالاهای سرمایه‌ای در رتبه بعدی واردات قرار دارند و به طور میانگین سهم ۲۸/۶ درصدی در دوره مذکور را به خود اختصاص داده‌اند. در آخر کالاهای مصرفی تنها با اختصاص سهم ۱۵/۱ درصدی از کل کالاهای وارداتی را تشکیل می‌دهد. با توجه به اطلاعات جدول مذکور می‌توان به نقش سیاست‌های تجاری دولت در کنترل کالاهای مصرفی نهایی پی برد. در واقع دولت با اعمال موانع و محدودیت‌های تجاری در زمینه واردات، آن را بیشتر به سوی واردات کالاهای واسطه‌ای و سرمایه‌ای سوق داده است. چرا که این کالاها نقش مهمی را در حفظ و ارتقاء توان تولیدی و اشتغال کشور بر عهده دارند و در بسیاری موارد واردات آنها اجتناب‌پذیر است.

۱. حسین عظیمی‌آرانی، مدارهای توسعه نیافتگی در اقتصاد ایران، تهران، نشرنی، ۱۳۸۵.

جدول شماره (۴) - ترکیب واردات گمرکی بر اساس نوع مصرف (درصد)

میانگین سال‌های ۸۴ - ۱۳۳۸	۱۳۸۴	۱۳۸۳	۱۳۸۲	۱۳۸۱	۱۳۸۰	
۱۵/۳	۱۱/۷	۱۰	۵/۲	۹/۶	۸/۱	کالاهای مصرفی
۵۶/۱	۶۴/۸	۶۷/۱	۹/۵	۷۰/۷	۷۱/۳	کالاهای واسطه‌ای
۲۸/۶	۲۳/۵	۲۲/۹	۶۹/۶	۱۹/۷	۲۰/۶	کالاهای سرمایه‌ای
۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	جمع کل

مأخذ: گزارش اقتصادی و ترازنامه بانک مرکزی سال ۱۳۸۴

نتیجه‌گیری

همان‌طور که عنوان شد هدف از این مطالعه بررسی نقش الگوی مصرف در گسترش واردات قاچاق کالا در ایران که در مطالعات گذشته کمتر به آن پرداخته شده است. بنابر مطالب گفته شده یکی از دلایلی که همواره در بررسی علل قاچاق مورد توجه قرار می‌گیرد وجود تقاضا برای کالای قاچاق است. نکته قابل توجه در مقوله تقاضا این است که تقاضای کالاها ریشه در سطح و الگوی مصرف یک جامعه دارد. در ایران سطح و ترکیب تقاضا برای کالای قاچاق به عنوان جزئی از مخارج مصرفی کشور همواره در طول سال‌های گذشته روبه‌رشد بوده است که وجود این مسأله ارتباط ورود کالای قاچاق به داخل کشور را با مصرف و شکل الگوی مصرف در جامعه پیوند می‌زند. در این مطالعه ابتدا به تعریف قاچاق و عوامل مؤثر بر آن و وضعیت آن در کشور پرداخته شد. به دنبال آن به مبحث مصرف پرداخته شد و جایگاه مصرف در اقتصاد، تعریف مصرف، مخارج مصرفی، کالاهای مصرفی در اقتصاد، نقش مصرف در برقراری تعادل اقتصادی، عوامل مؤثر بر سطح مصرف، جایگاه مصرف در روابط اقتصادی، ارتباط فرهنگ و الگوی مصرف پرداخته شد. به دنبال آن چگونگی وابستگی مصرف به دنیای خارج مورد بررسی قرار گرفت و نشان داده شد که تنها یک قشر محدود از جامعه این وابستگی را احساس نمی‌کند، بلکه وابستگی در تمام اقشار جمعیت و در تمامی کشور مطرح و احساس می‌شود. این مسأله منشأ بسیاری از کنش‌ها و واکنش‌های اجتماعی - سیاسی جامعه است و مستقیماً اثرات منفی و مخربی بر تولید و بر سیاست‌گذاری اقتصادی می‌گذارد. در ادامه مهمترین عواملی که موجب افزایش سطح مصرف در کشور شده‌اند مورد بررسی قرار گرفتند.

یارانه به دو طریق موجب افزایش سطح مصرف شد:

۱. مکانیسم ارائه یارانه‌ها به شکلی بود که در مورد بسیاری از کالاها تقریباً همه افراد جامعه را منتفع می‌کرد لذا قیمت پایین به عنوان یک علامت فشار به مصرف‌کنندگان، منجر به مصرف بیشتر شد و ادامه سیاست‌های حفظ یارانه‌ها برای کالاهای مذکور سبب حفظ لیست پایین این کالاها و افزایش بیشتر مصرف آنها می‌شود.

۲. ثبات قیمت کالاهای مشمول یارانه موجب افزایش سطح درآمد افراد منتفع می‌شد و تقاضا برای کالاهای لوکس و غیرضروری افزایش یافت و با تأثیر بر الگوی مصرف خانوارها در سطح کشور، به مصرف بیشتر کالاها در کشور منجر شد. افزایش درآمدهای ارزی سرشار حاصل از نفت این امکان را برای مدیران اقتصادی کشور به وجود می‌آورد تا با اعمال مدیریت توسعه‌ای برون‌زا، آرام آرام و همراه با رشد صنعت نفت، تجارت خارجی و بالاخره الگوی مصرف داخلی، دگرگونی‌هایی در راستای برون‌زا شدن یافتند، که حلقه وابستگی به خارج را در جهت خام فروشی و واردات و مصرف کالاهای ساخته شده تکمیل شد. اطلاعات مربوط به حجم پول در طول سال‌های ۸۵-۱۳۵۲ نشان می‌دهد که حجم پول در دوره مورد بررسی از ۵۱۷/۵ میلیارد ریال در سال ۱۳۵۲ به حدود ۲۴۸۲،۴ میلیارد ریال در سال ۱۳۸۵ افزایش داشته است و در حدود ۲۴۸۲ برابر شده است. این مسأله تبعات جدیدی را بر اقتصاد ایران به همراه داشته است و سطح و الگوی مصرفی جدیدی را در کشور به وجود آورده و به سطح مصرف در کشور افزوده است. در شرایط تورمی که رشد نقدینگی عامل اصلی آن است، قیمت نسبی کالاها و خدمات صادراتی کشور در بازارهای صادراتی افزایش و قیمت نسبی کالاها و خدمات وارداتی به کشور کاهش می‌یابد. در صورت نبودن کنترل تجارت خارجی، این امر باعث کاهش صادرات و افزایش تقاضا برای کالاهای خارجی می‌شود.

اعمال محدودیت‌های رسمی تجاری از سوی دولت بر کالاهای وارداتی اثر مستقیمی بر افزایش حاشیه سود بازار کالای قاچاق داشته و به طور مستقیم حجم قاچاق را در کشور افزایش می‌دهد. این‌ها همه در شرایطی است که نهادهای فرهنگی نیز به ترویج

مصرف‌گرایی بدون توجه به شرایط تولیدی کشور دامن می‌زنند. رسانه‌ها به‌ویژه صداوسیما چه در آگهی‌های مستقیم و چه در فیلمها و سریال‌های ایرانی و خارجی به صورت شبانه‌روزی فرهنگ مصرفی و نیز مصرف کالاهای لوکس و خارجی را تبلیغ می‌نماید و وقتی تقاضا ایجاد شود، در شرایط کم‌توجهی به عرصه‌های مربوط، عرضه آن نیز به هر صورت تأمین می‌شود.

چسبندگی متغیر مصرف در جهت کاهش با توجه به الگوی مصرف شکل گرفته در کشور و روند مصرف در کشور نشان می‌دهد که مصرف‌کنندگان داخلی به سادگی آثار محدودیت‌های تجاری را بر میزان مصرف و سطح رضایتمندی خود از مصرف کالاهای خارجی مورد تقاضایشان، نمی‌پذیرند و حاضر به کاهش سطح مصرف و رضایتمندی خود نیستند، بنابراین این مصرف‌کنندگان با کاهش ندادن سطح مصرف خود، به دنبال جبران نیازهای مصرفی شکل گرفته خود برمی‌آیند و این مسأله سبب تداوم تقاضای شکل گرفته این گروه می‌شود. تداوم تقاضای مصرف‌کنندگان واکنش عرضه محصولات مصرفی را در پی خواهد داشت و به تبع آن به علت نبود تکافوی تولید در کشور و محدودیت‌های اعمال شده در بخش رسمی واردات کالا، با استفاده از کالاهای قاچاق، عرضه جدیدی شکل خواهد گرفت و بدین‌وسیله مصرف‌کنندگان نیز بخشی از کاهش رضایتمندی خود را جبران می‌کنند.

در پایان باید گفت که کشف علل اصلی قاچاق و کنترل آن به جای طرح‌های ضربتی و مبارزه صرف با عوامل قاچاق نیازمند نگاه ملی و بلندمدت و مداومت بر آن و به خصوص در بخش سیاست‌گذاری‌های کلان اقتصادی و بهبود فضای اقتصاد کلان در کشور است. توجه هم‌زمان به طرف عرضه و تقاضای اقتصاد و سیاست‌گذاری‌های مناسب در کنترل طرف تقاضای اقتصاد و بهبود فضا و ظرفیت تولیدی کشور، از جمله اقداماتی است که زمینه‌های شکل‌گیری و گسترش پدیده قاچاق را به طور جدی محدود می‌سازد. بنابراین باید ترتیبی اتخاذ شود که نهادها و سازمان‌های تأثیرگذار بر فرهنگ مصرفی در کشور، اقداماتی جدی در سیاست‌گذاری‌های خود در جهت ایجاد و شکل‌گیری الگوی مصرف بهینه همسو با نظام تولیدی کشور و محدودکننده انگیزه‌های روی‌آوری به سمت واردات قاچاق کالا، ترتیب دهند.

فهرست منابع

- احمدی، عبدالله، جرم قاچاق (آنومی اقتصادی)، نشر میزان، چاپ سوم، تهران، ۱۳۹۲.
- ازوجی، علاءالدین، تجزیه و تحلیل اقتصادی قوانین مربوط به قاچاق کالا در ایران، مجموعه مقالات سومین همایش ملی بررسی پدیده قاچاق کالا و راه‌های پیشگیری از آن، پژوهشکده اقتصاد دانشگاه تربیت مدرس، آذر ۱۳۸۸.
- اسنودن، بی، اچ وین و پی و نیار کوویچ، راهنمای نوین اقتصاد کلان، ترجمه منصور خلیلی عراقی و علی سوری، تهران، برادران، ۱۳۹۳.
- بار، ویلیام، اقتصاد سیاسی، ترجمه منوچهر فرهنگ، تهران، سروش، جلد دوم، ۱۳۹۶.
- باربر، ویلیام جی، سیر اندیشه‌های اقتصادی، ترجمه حبیب‌الله تیموری، تهران، انتشارات و آموزش انقلاب اسلامی، ۱۳۷۰.
- بنایی، رضا، اثر قوانین و مقررات بازرگانی و گمرکی بر قاچاق کالا، پژوهشنامه بازرگانی، شماره ۳۲، بهار ۱۳۹۱، ص ۱۲۹-۱۵۶.
- بگ، دیوید، استانلی فیشر و رودریگر دورنبوش، اقتصاد کلان، ترجمه محمدحسین تیزهوش، جلد دوم، تهران، جنگل، ۱۳۸۵.
- پژوهان، جمشید، مداح، مجید، بررسی اقتصادی قاچاق در ایران، پژوهشنامه اقتصادی، شماره ۲۰، بهار ۱۳۸۵، ص ۴۳-۷۰.
- تفضلی، فریدون، اقتصاد کلان، نشر نی، چاپ نوزدهم، تهران، ۱۳۹۵.
- توماس جی. جی. و همکاران، اقتصاد غیررسمی؛ ترجمه منوچهر نوربخش و کامران سپهری؛ مؤسسه تحقیقات پولی و بانکی، ۱۳۷۶.
- جعفری لنگرودی، محمد جعفر، ترمینولوژی حقوق، چاپ یازدهم، تهران، انتشارات گنج دانش، ۱۳۸۰.
- چینی چیان، مرتضی، تحلیل تئوریک قاچاق؛ اثرات اقتصادی تعرفه و قاچاق، اقتصاد پنهان، پیش شماره ۱، زمستان ۱۳۸۵.