

بررسی تاثیر الگوی مصرف بر استفاده از کالای قاچاق

سارا شاکری

دکترای مدیریت بازاریابی دانشگاه علوم تحقیقات تهران

در سالیان گذشته، خصوصیات در ساختار تولید، سازمان توزیع و الگوهای مصرفی جامعه شکل گرفته است که امروزه بصورت نقاط ضعفی در ساختار اقتصادی پدیدار گشته است. پدیده قاچاق بصورت مستقیم یا غیرمستقیم در پاره ای از این زمینه ها دخالت داشته است.

یکی از ویژگی های ذکر شده، به الگوی مصرف بر میگردد. در همه اقتصادها سرمایه، عامل اصلی رشد و توسعه اقتصادی محسوب می شود. بدیهی است که در الگوهای مصرف نامتناسب که از مصرف بهینه دور می شود، گاهی مصرف، تمام درآمد خانوارها را به خود اختصاص می دهد و وجوهی برای پس انداز و سرمایه گذاری باقی نمی ماند. در چنین وضعیتی یک نظام اقتصادی رشد خود را از دست داده و دچار رکود مزمن می شود.

در مقابل فرهنگ مصرف، فرهنگ دیگری وجود دارد که عبارتست از بکارگیری صحیح ثروت و درآمد در جهت رفع نیازها با صرف حداقل هزینه که باعث می شود هزینه های مصرفی کم شود و پس انداز افزایش یابد.

در کشور ما مصرف کنندگان به مصرف بیشتر تمایل دارند، بدون اینکه اقتصاد کشور فرآیندهای افزایش اشتغال، ارتقای بهره وری و مصرف صرفه جویانه طولانی مدت را سپری کرده باشد. کنترل الگوهای غلط مصرفی و جایگزینی آنها با الگوهای مناسب نیازمند اقدامات فرهنگی و اقتصادی است.

از منظر اقتصادی، اعمال تعرفه می تواند ابزاری برای سوق دادن مصرف به سمت کالاهای داخلی باشد و در نتیجه اغلب مصرف کنندگان که اقشار کم درآمد و متوسط هستند روی به کالای ایرانی می آورند و از مصرف کالاهای غیرضروری و تجملاتی وارداتی نیز اجتناب می کنند. اما باید این را نیز در نظر داشت که اعمال محدودیت های رسمی بر کالاهای وارداتی، حاشیه سود و همچنین حجم قاچاق را افزایش می دهد.

شاید اگر لوازمی چون کولر گازی و تلویزیون ال ای دی به طریق قاچاق و با قیمتی حدود ۴۰ درصد پایین تر از مجاری رسمی در اختیار نباشد، بسیاری از افراد قدرت خرید اینگونه کالاها را نداشته و به همان کولر آبی و یا تلویزیون قبلی خود رضایت دهند. اما وقتی با قیمت پایین تر، درصد بالاتری قدرت خرید این کالاها را بیابند، خانوارهای کم توان نیز به لحاظ حفظ منزلت کاذب، ناگزیر می گردند که به خرید مبادرت نمایند.

قیمت پایین تر توانایی مصرف بیشتری را به خانواده ها می دهد و از این رو مردم به خریدهای غیرضروری نیز می پردازند. عطش کاذب بازار برای مصرف بیشتر، خود عاملی برای ورود بیشتر کالای قاچاق می شود. از سوی دیگر

نبود ضمانت و خدمات پس از فروش در واردات قاچاق عاملی است برای قیمت پایین تر آنها و تناسب با قدرت خرید مصرف کننده، که مصرف را به سمت کالای قاچاق سوق می دهد.

از منظر فرهنگی، متأسفانه کالای ایرانی در نظر برخی بعنوان کالای کم ارزش مطرح است که مصرف آن منزلت اجتماعی را پایین می آورد. کیفیت پایین و قیمت بالاتر اجناس ایرانی در چند دهه گذشته، یک سابقه ذهنی منفی در بسیاری از مصرف کنندگان ایجاد کرده است. ارجح بودن مصرف کالاهای خارجی بر تولیدات داخلی در نظر مصرف کننده باعث افزایش تقاضا برای واردات و کاهش تولیدات داخلی می گردد که در صورتیکه این تقاضا با واردات قانونی برآورده نشود، قاعدتاً بخشی از این تقاضا به سوی کالاهای قاچاق سوق داده می شود.

بسیاری از کسانی که کالای قاچاق خریداری می کنند، نمی دانند که با ترجیح مصرف کالاهای خارجی چه بر سر صنایع و بازار کار داخل می آورند. کار فرهنگی و تبلیغی با به خدمت گرفتن همه ی ابزارها و رسانه ها باید در درجه نخست با ارائه نمونه های مستند، جامعه را از این خطرات آگاه سازد تا مردم از مصرف کالاهای قاچاق خودداری کنند. آگاه ساختن مصرف کننده از پیامدهای منفی اقتصادی خرید کالاهای خارجی با کار فرهنگی و تبلیغی می تواند در سازگار کردن الگوی مصرف جامعه با رویه های اقتصاد مقاومتی از نظر پرهیز از خرید و مصرف کالاهای قاچاق و اولویت دادن به محصول داخلی در سبد خرید، کارساز باشد.