

گزارش یک
وحید عظیم‌نیا

خالی شدن جیب مردم با تورم پنهان

وقتی تورم را مخفی می‌کنند، گرانی از جیب مردم بیرون می‌زند!



گرانی پنهان، از گرانی آشکار خطرناک‌تر است! شاید قیمت روی برچسب کالاها تغییر نکرده باشد اما آنچه می‌خرید، دیگر همان نیست! بسته‌بندی‌ها کوچک‌تر، کیفیت‌ها پایین‌تر و خدمات محدودتر شده است. این همان «تورم پنهان» است. گرانی بی‌سروصدايي که در آمارها ثبت نمی‌شود اما سفره مردم را هر روز کوچک‌تر می‌کند. وقتی حجم محصولات کاهش می‌یابد اما قیمت ثابت می‌ماند، یا کیفیت افت می‌کند اما مشتری بی‌خبر می‌ماند، این یعنی سرقت بی‌سروصدا از جیب مردم! چطور این گرانی‌های خاموش رخ می‌دهد و چه کسانی از آن سود می‌برند؟

به «جوان» می‌گوید: «در تورم عادی، مردم گرانی را می‌بینند و درک می‌کنند اما در تورم پنهان، قدرت خریدشان کاهش می‌یابد، بدون اینکه متوجه شوند چرا!»

چگونه تورم پنهان به مردم ضربه می‌زند؟ حسین، راننده تاکسی می‌گوید: «روغن موتور که می‌خریدم، دو ماه کار می‌کرد، اما الان بعد از چند هفته می‌سوزد! قیمتش تغییری نکرده اما کیفیت افتضاح شده!»

فاطمه، یک معلم هم تجربه مشابهی دارد: «لبنیات که می‌خریم، زودتر خراب می‌شود! کیفیت قبل را ندارد اما قیمت همان است. پس یعنی داریم گران‌تر می‌خریم!» علی، یک کارگر با ناراحتی می‌گوید: «مقوم دو برابر شده اما قدرت خریدم نصف شده! قبلاً با پولم ۲۰ کیلو برنج می‌خریدم، الان فقط ۱۰ کیلو!»

چرا تورم پنهان اتفاق می‌افتد؟ فشار اقتصادی بر تولیدکنندگان

وقتی مردم توان خرید کمتری دارند، تولیدکنندگان به‌جای افزایش قیمت، کیفیت را کاهش می‌دهند تا مشتریان را حفظ کنند.

محمد قاسمی، تحلیلگر اقتصادی به «جوان» می‌گوید: «تورم پنهان زمانی رخ می‌دهد که تولیدکنندگان ناچار شوند از وزن، کیفیت یا خدمات کالا بکاهند. این کار باعث نارضایتی شدید مصرف‌کنندگان در بلندمدت می‌شود.»

بر تغییرات بسته‌بندی و کیفیت، به تولیدکنندگان اجازه داده است، این تغییرات را بدون اعلام رسمی اجرا کنند.

افزایش بی‌اعتمادی مردم به تولیدکنندگان

افزایش فشار بر طبقات کم‌درآمد

کاهش قدرت خرید و تشدید رکود اقتصادی

احساس بی‌عدالتی در جامعه و گسترش نارضایتی عمومی

قاسمی تأکید می‌کند: «وقتی مردم حس کنند کیفیت کالاها بدون اطلاع کاهش می‌یابد، دیگر به بازار اعتماد نمی‌کنند و این خود بحران دیگری را ایجاد می‌کند.»

راهکارهای مقابله با تورم پنهان

۱. شفاف‌سازی اطلاعات روی بسته‌بندی کالاها: یکی از مهم‌ترین اقدامات، شفاف‌سازی تغییرات وزنی و کیفی محصولات است. در بسیاری از کشورها، قانون تولیدکنندگان را موظف می‌کند در صورت کاهش وزن یا کیفیت کالا، این تغییر را روی بسته‌بندی درج کنند. مثلاً اگر حجم یک بطری شیر از یک‌لیتر به ۹۰۰ میلی‌لیتر کاهش یابد، این تغییر باید روی محصول قید شود. در ایران نیز باید این‌الزام قانونی ایجاد شود تا مصرف‌کنندگان بدون فریب خوردن، تصمیم بگیرند.

۲. تشدید نظارت دولت بر کم‌فروشی و اف‌ت حمایت از تولیدکنندگان کالاها را کنترل کند، بلکه باید روی کیفیت و وزن محصولات هم نظارت داشته

معمولاً در برخی کشورها، شرکت‌ها مجبورند کاهش وزن یا کیفیت کالا را شفاف اعلام کنند. اما در ایران، مردم بی‌خبر می‌مانند و بعد از مدتی متوجه می‌شوند کالاها کم‌وزن‌تر شده‌اند. به باور کارشناسان، نبود نظارت

بانک مرکزی می‌گوید: تورم ۳۸ درصد است اما هزینه‌های واقعی زندگی مردم بالای ۵۰ درصد احساس می‌شود. لیل‌احمدی، اسناد اقتصاد توضیح می‌دهد: شاخص‌های رسمی تورم، کاهش وزن و افت کیفیت کالاها را محاسبه نمی‌کنند، در نتیجه آمارها واقعی نیستند. وی اضافه می‌کند: «درواقع، مردم با همان حقوق، مقدار کمتری کالا دریافت می‌کنند اما این تغییر در آمارها ثبت نمی‌شود.»

مقایسه با کشورهای دیگر، چرا تورم پنهان در ایران شدیدتر است؟

تولیدکنندگان باید مجبور شوند هر گونه کاهش وزن یا کیفیت را اعلام کنند.

افزایش نظارت بر کیفیت و کم‌فروشی: دولت باید فراتر از قیمت‌گذاری، بر کیفیت کالاها هم نظارت داشته باشد.

افزایش آگاهی مردم: رسانه‌ها باید مردم را آگاه کنند، تا بتوانند این تغییرات را تشخیص دهند.

حمایت از تولیدکنندگان برای حفظ کیفیت: اگر هزینه‌های تولید کاهش یابد، تولیدکنندگان مجبور

در برخی موارد، دولت‌ها برای کنترل قیمت رسمی کالاها، باعث تشدید تورم پنهان می‌شوند.

کاهش قدرت خرید مردم

تورم پنهان همان، گرانی خاموش است که جیب مردم را خالی می‌کند؛ هر بار که برای خرید روزانه راهی بازار می‌شویم، با واقعیتی تلخ روبه‌رو می‌شویم؛ قیمت‌ها تغییر چندانی نکرده اما کالاها کوچک‌تر شده‌اند، کیفیت کاهش یافته و خدمات کمتر از گذشته است. این همان «تورم پنهان» است، روشی که باعث می‌شود هزینه‌های زندگی مردم افزایش یابد، بدون آنکه در آمارهای رسمی نمود داشته باشد.

کارشناسان اقتصادی تأکید می‌کنند این نوع تورم، خطرناک‌تر از تورم آشکار است زیرا مردم را در یک توهم اقتصادی نگه می‌دارد. سعید رضایی، اقتصاددان،

۳. افزایش آگاهی مردم، بهترین ابزار برای مقابله با تورم پنهان؛ وقتی مردم آگاه باشند، تولیدکنندگان نمی‌توانند کم‌فروشی و کاهش کیفیت را پنهان کنند. رسانه‌ها، شبکه‌های اجتماعی و کارشناسان اقتصادی باید درباره این موضوع اطلاع‌رسانی کنند. توجه مردم هنگام خرید به وزن، حجم و کیفیت کالاها می‌تواند مؤثر باشد. همچنین استفاده از نرم‌افزارهای بررسی کیفیت کالا نیز می‌تواند یک راهکار باشد.

۴. حمایت از تولیدکنندگان برای حفظ کیفیت کالاها: یکی از دلایل تورم پنهان، افزایش هزینه‌های تولید است. اگر هزینه‌های تولید کنترل نشود، تولیدکنندگان مجبورند برای حفظ سود، کیفیت را کاهش دهند. کاهش هزینه‌های گمرکی برای واردات مواد اولیه، حمایت از تولید داخلی و تسهیل تأمین مواد اولیه با کیفیت می‌تواند به جلوگیری از این روند کمک کند. پرداخت تسهیلات و واحدهای تولیدی، باعث می‌شود آنها مجبور به کاهش کیفیت نشوند.

۵. اصلاح نظام قیمت‌گذاری و جلوگیری از سرکوب دستوری قیمت‌ها: دخالت‌های دستوری دولت در تعیین قیمت، یکی از عوامل اصلی تورم پنهان است. وقتی دولت قیمت کالاها را سرکوب می‌کند، تولیدکنندگان برای جبران ضرر، وزن و کیفیت را کاهش می‌دهند. باید این عرضه کنترل شود.

مقابله با گرانی خاموش، نیازمند اقدام جدی است!

مردم باید هوشیار باشند و تغییرات را رصد کنند. دولت باید از اعمال قیمت‌های نادرست جلوگیری کند. تولیدکنندگان باید به جای کاهش کیفیت، از حمایت‌های اقتصادی برخوردار شوند.

نظارت‌ها باید فراتر از قیمت‌گذاری، کیفیت و کم‌فروشی را هم پوشش دهند.

اگر این اقدامات انجام نشود، تورم پنهان همچنان سفره مردم را کوچک‌تر می‌کند و بی‌اعتمادی اقتصادی را افزایش می‌دهد!

گزارش ۲
سعید فرح‌بخش

مغازه‌داری یا بقادر بحران؟ هزینه‌های سرسام‌آور، بازار را خالی می‌کند! روایتی از کف بازار، وقتی هزینه‌ها بیش از درآمد است

مغازه‌داری دیگر مثل گذشته نیست، سود کمتر، هزینه‌ها بیشتر و آینده نامعلوم‌تر از همیشه. اجاره‌های سرسام‌آور، مالیات‌های سنگین و عوارض متعدد، نفس‌کسیه را بریده است. در هر خیابان، کرکره‌هایی که پایین مانده‌اند، خبر از روزهای سخت بازار می‌دهند. صاحبان مغازه‌های کوچک دیگر توان ایستادگی در برابر فشار اقتصادی را ندارند و هر روز بر تعداد «تغییر شغل» و «جاره داده می‌شود» روی شیشه مغازه‌ها افزوده می‌شود. آیا مغازه‌داری در حال تبدیل شدن به یک کسب‌وکار غیرممکن است؟

در یک خیابان پرتردد شهر، مغازه‌هایی را می‌بینیم که با تخلیه شده‌اند یا روی شیشه‌شان جمله‌هایی مثل «به دلیل تغییر شغل و اجذار می‌شود» خودنمایی می‌کند. به سراغ رضا کریمی، صاحب یک سوپرمارکت کوچک می‌رویم که ۱۵ سال در همین محل کاسبی کرده است. او با ناراحتی می‌گوید: «قبلاً دخل و خرجمان می‌ماند، اما حالا با این اجاره‌ها و مالیات‌ها، چیزی برای مان نمی‌ماند. هر سال، مالیات‌م چند برابر می‌شود، عوارض شهرداری را اضافه کن، قبض برق و آب هم که انگار برای کارخانه صادر شده! نهایتاً ماهی ۵ میلیون تومان برای خودم می‌ماند، اما هم اگر خوش شانس باشم.»

فیزیکی مراجعه نمی‌کنند. اما مغازه‌داران همچنان مجبور به پرداخت هزینه‌های ثابت خود هستند.

نگاه کارشناسی: چرا این وضعیت ایجاد شده است؟

علی حبیبی، کارشناس اقتصادی به «جوان» می‌گوید: «در ایران، مالیات باید بر اساس سود واقعی باشد اما سیستم مالیاتی ناکارآمد باعث شده که مالیات مغازه‌داران از حد توان آنها بیشتر شود. در بسیاری از کشورها، کسب‌وکارهای کوچک مالیات کمتری می‌پردازند»

تا زنده بمانند اما در ایران، نظام مالیاتی بیشتر بر پایه تخمین‌های غیر واقعی عمل می‌کند.»

او اضافه می‌کند: «اجاره‌های بالا نیز نتیجه سوداگری در بازار املاک است. وقتی ملک تبدیل به ابزار سرمایه‌گذاری شود، مالکان ترجیح می‌دهند کرایه‌های سنگین بگیرند تا ملک را خالی نگه دارند تا ارزش آن بالاتر برود، در حالی که در بسیاری از کشورها، بر املاک تجاری خالی مالیات بسته می‌شود، تا این اتفاق رخ ندهد.»

چه باید کرد؟ راهکارهای برون‌رفت از بحران اصلاح نظام مالیاتی: دولت باید مالیات را بر اساس سود واقعی مغازه‌داران بگیرد، نه صرفاً بر اساس حدس و گمان یا موقعیت جغرافیایی مغازه. معافیت‌های مالیاتی برای کسب‌وکارهای کوچک ضروری است. کنترل اجاره‌بها: تصویب قوانینی که افزایش اجاره‌بهای مغازه‌ها را کنترل کند، می‌تواند مانع از تعطیلی کسبه شود.

حمایت از کسب‌وکارهای خرد: ارائه وام‌های کم‌بهره، کاهش هزینه‌های

حسن رضایی که یک مغازه فروش لوازم خانگی دارد، می‌گوید: «مالیات بر درآمد را بر اساس سود واقعی نمی‌گیرند، بلکه با حدس و گمان محاسبه می‌کنند. توجیهشان این است که چون فلان فروشگاه بزرگ در این خیابان مالیات زیاد می‌دهد، پس تو هم باید بدهی. اما ما که فروش آنها را نداریم!»

به سراغ خانم یوسفی، صاحب یک مغازه پوشاک، می‌رویم که بعد از ۱۰ سال مجبور شده کسب‌وکارش را جمع کند. او توضیح می‌دهد: «من اجاره را به سختی جور می‌کردم، ولی به جز آن، باید مالیات ارزش افزوده، مالیات بر درآمد، بیمه کارگر و هزینه‌های دیگر را هم حساب می‌کردم. مردم قدرت خریدشان پایین آمده، پس فروش هم کم شده. دیگر ادامه این کار منطقی نبود.»

چرا هزینه‌های مغازه‌داری کم‌رکن شده است؟

مشکلات اصلی کسبه را می‌توان در چند عامل خلاصه کرد:

۱. افزایش سرسام‌آور اجاره‌بها: در بسیاری از شهرها، اجاره مغازه‌ها سالانه تا ۵۰ درصد افزایش پیدا کرده است. صاحب‌ملک‌ها معمولاً قرار دادهای یک‌ساله می‌بندند و با هر تمدید، کرایه‌ها را چند برابر می‌کنند.

۲. مالیات سنگین و غیر شفاف: برخی کسبه می‌گویند سازمان امور مالیاتی بدون در نظر گرفتن درآمد واقعی، مالیات‌های سنگینی برایشان تعیین می‌کند. برخی هم از مشکلات مالیات بر ارزش افزوده گلایه دارند که نقدینگی شان را تحت فشار قرار داده است.

۳. عوارض و هزینه‌های جانبی: عوارض شهرداری، بیمه کارگران، قبوض آب، برق و گاز که تعرفه‌های تجاری دارند، همه و همه باری مضاعف بر دوش مغازه‌داران است.

۴. کاهش قدرت خرید مردم:

با تورم و کاهش ارزش پول، مردم کمتر خرید می‌کنند. در حالی که هزینه‌های کسبه بالا می‌رود، فروش آنها کم شده است و حاشیه سودشان کاهش یافته است.

۵. رشد تجارت آنلاین و خریدهای غیر حضوری: با گسترش فروشگاه‌های اینترنتی، بسیاری از مردم دیگر به مغازه‌های

بیمه و عوارض شهرداری می‌توانند کمک کند تا مغازه‌داران نفس بکشند.

افزایش شفافیت مالی: ارائه‌اندازی سامانه‌های ثبت درآمد و هزینه برای جلوگیری از تخمین‌های ناعادلانه مالیاتی می‌تواند، عدالت بیشتری در اخذ مالیات ایجاد کند.

توسعه بازارهای محلی: حمایت از بازارهای محلی و ایجاد نمایشگاه‌های فروش مستقیم، می‌تواند به رونق دوباره کسب‌وکارهای کوچک کمک کند.

آینده مغازه‌داری در ایران چه می‌شود؟ اگر هزینه‌های کم‌رکن کاهش نیابد، شاهد تعطیلی بیشتر مغازه‌ها و تغییر شغل گسترده در میان کسبه خواهیم بود. بازارهای محلی که روزگاری قلب تپنده اقتصاد بودند، جای خود را به فروشگاه‌های زنجیره‌ای و کسب‌وکارهای اینترنتی خواهند داد. اما آیا می‌توان به آینده امیدوار بود؟ پاسخ این سؤال در دستان سیاستگذاران اقتصادی است. اگر تصمیمات درستی گرفته شود، هنوز می‌توان مغازه‌داری را از سقوط نجات داد.

چرا دولت و نهادهای نظارتی وارد عمل نمی‌شوند؟ با وجود گلایه‌های گسترده کسبه، چرا سیاستگذاران اقتصادی برای حل این بحران، اقدام جدی نمی‌کنند؟ پاسخ این سؤال را حبیب مسعودی، تحلیلگر مسائل اقتصادی به «جوان» می‌گوید: در بسیاری از کشورهای دنیا، دولت‌ها برای حمایت از مشاغل خرد و متوسط، سیاست‌های مالیاتی ترجیحی و کمک‌های مالی ارائه می‌دهند. اما در ایران، سیاست‌های مالیاتی بیشتر بر افزایش درآمدهای دولت متمرکز است تا حمایت از کسب‌وکارها. نهادهای نظارتی هم در عمل، قدرت اجرایی کافی برای کنترل اجاره‌بها و تعرفه‌های تجاری ندارند.

او اضافه می‌کند: «متأسفانه در کشور ما، برخی تصمیمات اقتصادی بدون در نظر گرفتن تأثیر آنها بر اصناف و بازارهای خرد اتخاذ می‌شود. سیاست‌های مالیاتی باید بازنگری شوند، تا بین مالیات کسب‌وکارهای کوچک و بزرگ، تفاوت قائل شوند. همچنین، دولت می‌تواند با ارائه تسهیلات کم‌بهره، به مغازه‌داران کمک کند از پس هزینه‌های جاری خود بگذرد.»

آیا هوش مصنوعی و فروش اینترنتی جایگزین مغازه‌داری سنتی خواهد شد؟ برخی تحلیلگران اقتصادی معتقدند مغازه‌داری، حتی اگر هزینه‌های آن کاهش یابد، در آینده تحت تأثیر رشد تجارت الکترونیکی و هوش مصنوعی قرار خواهد گرفت. بسیاری از کسبه خرد می‌توانند با ورود به فضای آنلاین، بخشی از هزینه‌های خود را کاهش دهند. اما آیا همه مغازه‌ها می‌توانند این کار را انجام دهند؟

حسین نوری، یک کارشناس بازاربایی، معتقد است «بسیاری از مشاغل سنتی هنوز به فضای آنلاین وابستگی ندارند. مثلاً یک نانوايي یا یک خرازی نمی‌تواند، کاملاً دیجیتالی شود. پس ما نباید بپذیریم که آینده فقط متعلق به فروشگاه‌های آنلاین است، بلکه باید سیاست‌هایی در پیش گرفته شود که این دو مدل کسب‌وکار در کنار هم رشد کنند.»

آیا هنوز امیدی برای کسبه باقی مانده است؟ اگر سیاست‌های اقتصادی به همین شکل ادامه یابد، احتمالاً در چند سال آینده، تعداد مغازه‌های خالی بیشتر خواهد شد و مشاغل خرد یکی پس از دیگری تعطیل می‌شوند. اما اگر اصلاحات اساسی انجام شود—مانند کاهش مالیات، کنترل اجاره‌بها و ارائه تسهیلات حمایتی—می‌توان امید داشت، این بحران مهار شود.



گزارش یک
شهری هستند، اگر آنها فروبیاشند، هزینه آن راهمه مردم خواهند پرداخت!»

گزارش یک
اگر هزینه‌ها کاهش نیابد، مغازه‌های بیشتری تعطیل خواهند شد و بازارهای محلی از رونق خواهند افتاد!»