

دلال بازی در اقتصاد استان کرمان (تهدید یا فرصت)



دی ماه
۱۳۹۲

اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی کرمان
مرکز تحقیقات و بررسی‌های اقتصادی، آموزش و انتشارات



دلال بازی در اقتصاد استان کرمان (تهدید یا فرصت)

صاحب امتیاز:

اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی کرمان

مؤلف:

علی خزاعی (مدیر عامل شرکت پیشگامان دانش کارمانیا)

طراحی و صفحه آرایی:

فرزانه زاهدی

فروغ زاینده‌رودی

تاریخ تهیه:

دی ماه ۱۳۹۲

آدرس: کرمان، میدان آزادی، ابتدای بلوار جمهوری اسلامی / تلفن: ۰۳۴۱-۲۴۴۲۴۶۷

فکس: ۰۳۴۱-۲۴۳۸۳۷۰ / کدپستی: ۷۶-۱۹۶-۵۳۴۹۸



اتاق بازرگانی، صنایع و معادن و کشاورزی کرمان مرکز تحقیقات و بررسی های اقتصادی، آموزش و انتشارات

کلیه ی حقوق برای مرکز تحقیقات و بررسی های اقتصادی، آموزش و انتشارات محفوظ است

استفاده از مطالب این پژوهش با ذکر منبع بلامانع است

مطالب مندرج در این تحقیق، نظرات تهیه کننده می باشد و لزوماً نظر مرکز تحقیقات و بررسی های اقتصادی اتاق به شمار نمی آید.

سخن ناشر

موضوع دلالی و نحوه پرداختن و نوع نگاه به آن از منظر اقتصادی با هر سطح و گستره ای از سوال های عمده همه ی اقتصادهای جهان گذشته و امروز می باشد و همگی این سوال اساسی را دارند که اقتصاد بر کدام پایه می چرخد؟ سرمایه، تولید، دلالی، میانه روی، عدالت، توزیع درآمد و ...

اقتصاد در اسلام هم ماهیتی مستقل و منحصر بفرد دارد و معیارها و ارزش های آن نیز از قرآن و سنت به دست می آید و البته همه ی پایه های فوق الذکر را نیز در بر می گیرد، ولی از میان این پایه ها عدالت به عنوان یک اصل مهم بشمار می آید و از اصول اولیه ی اقتصاد سالم و صحیح، گردش سرمایه و رشد و توزیع عادلانه درآمد است، چرا که انسان از ابتدا تا به امروز برای گذراندن زندگی خود با نیازهای نامحدود ولی منابع محدود روبرو بوده است.

در رابطه با دلالی هم بایستی به مفهوم حقیقی آن که یک تجارت است نگاه کرد، چنانچه از طریق صحیح و اصول حاکم بر تجارت سالم عمل شود می تواند موجب پیشرفت اقتصاد کشور اسلامی و در غیر این صورت موجب اختلال شود.

مرکز تحقیقات و بررسی های اقتصادی که تاکنون اقدام به تهیه و ارائه ی چندین مقاله، گزارش پژوهشی و فسنامه ی پژوهشی در حوزه ی اقتصادی استان نموده است، در این پژوهش نیز سعی دارد تا تصویری جامع و واقعی را از موضوع دلالی چه به عنوان تجارت و چه به عنوان معنای رایج آن راهنمایی و به عنوان یک حرفه و فرصت اقتصادی یا تهدید در اقتصاد استان به خوانندگان محترم ارائه نماید. این مرکز مشتاقانه منتظر نظرات و دیدگاه های سازنده ی شماست.

صادق علیزاده

رییس مرکز تحقیقات و بررسی های اقتصادی، آموزش و انتشارات



چکیده

پدیده دلالی از زمان شروع اولین دادوستدها در جوامع انسانی وجود داشته و تاکنون به حیات خود ادامه داده و در آینده هم وجود خواهد داشت. موضوعی که باعث گردیده امروزه دلالی در حوزه اقتصاد بیشتر زیر ذره بین قرار بگیرد، شیوع بیش از حد و کنترل نشده آن طی سال های اخیر بوده است. رکود اقتصادی و فضای نامساعد کسب و کار طی چند سال اخیر، علاوه بر تاثیر منفی بر وضعیت تولید و صنعت، موجبات گسترش دلالی را فراهم آورده است. موضوعی که اکنون اهمیت دارد این است که چگونه این روند معکوس گردد و به چه شکل پدیده دلالی تحت کنترل قرار بگیرد و سیستماتیک شود. از این حیث در این مقاله ضمن تعریف دلالی و ذکر تاریخچه آن، به بررسی دلالی در حوزه های مختلف اقتصادی استان و تاثیر آن در اقتصاد پرداخته شده است. نتایج این مطالعه نشان می دهد که دلالی به شکل واقعی آن یک فعالیت تجاری است و اگر به درستی کنترل و هدایت بشود نه تنها برای اقتصاد مضر نمی باشد بلکه در راستای توسعه اقتصادی نیز بسیار لازم و ضروری خواهد بود.

واژگان کلیدی: دلالی، کسب و کار، توسعه اقتصادی، واسطه‌گری

مقدمه

قیمت هر کالا را می‌توان انعکاس و تبلور ملموس و بیرونی مطلوبیت آن کالا برای مصرف‌کننده دانست. قیمت هر کالا معرف میزان ارزشی است که مصرف‌کننده حاضر است از دست بدهد تا آن کالا را تصاحب کند. زمانی که قیمت‌ها کمتر از قیمت مکانیسم بازار (زمانی که دو نیروی عرضه و تقاضا بدون دخالت عوامل دیگر بر سر تعیین قیمت چانه زنی می‌کنند) تعیین گردند، بر گستره‌ی متقاضیان کالاها و خدمات افزوده خواهد شد و اگر به همین میزان تولید افزایش پیدا نکند که پاسخگوی نیاز مردم باشد، فرآیند افزایش قیمت یا به عبارتی تورم تحقق خواهد یافت، که این موضوع زمینه‌ی پیدایش دلال مهیا خواهد شد. در واقع در اینجا منظور از دلال، شخصی است که با مداخله‌ی مستقیم در بازار، کالاهای با تولید محدود را در اختیار کسانی قرار می‌دهد که بالاترین قیمت را بپردازند. در اینجا در کنار مکانیسم تعیین قیمت دستوری، افزایش سطح تقاضا و ثابت باقی ماندن سطح تولید، فعل و انفعالات دلالی بر افزایش قیمت‌ها دامن خواهد زد. شایان ذکر است قیمت‌های دستوری پایین‌تر از قیمت بازار عمدتاً برای دو هدف تعیین می‌شوند، یا در جهت حمایت از اقشار آسیب‌پذیر بوده تا قدرت خرید آنها را بالا ببرد و یا در جهت ترغیب مردم برای افزایش مصرف یک کالا. برای نیل به این اهداف یا بایستی تولید داخلی را از طریق پرداخت سوبسید افزایش داد و یا اینکه میزان واردات به اندازه‌ی تامین نیاز داخلی افزایش یابد. عدم حصول هر یک از این روش‌ها، علاوه بر ایجاد بازار سیاه زمینه را برای ظهور و بروز دلال مهیا خواهد نمود. به این ترتیب این کالا اگرچه یک قیمت رسمی و تعیین شده دارد اما بخشی از تقاضا در بازار با قیمت‌هایی بالاتر از قیمت رسمی پاسخ داده می‌شود. شاید بتوان با وضع قوانین سخت‌گیرانه، اعمال مجازات‌های سنگین، تاسیس نهادهای بازرسی و نظارتی، پند و اندرزهای اخلاقی و نظایر این‌ها تا حدودی از شکل‌گیری بازار غیررسمی (بازارهای دلالی) جلوگیری کرد اما گذشته از هزینه‌بر بودن چنین تدابیری تاثیر آن‌ها در حذف این بازار محل تردید است. این نتایج را در هر بازاری فارغ از محل جغرافیایی و نوع کالا می‌توان مشاهده کرد. از این حیث به دلیل اهمیتی که بحث دلالی خصوصاً در استان کرمان دارد، در این گزارش ضمن ارائه تعاریف دلالی به تشریح واژگانی که به جای دلالی مورد استفاده قرار می‌گیرند، خواهد پرداخت. در ادامه به تحلیل نقش دلالی در اقتصاد استان کرمان پرداخته می‌شود و در نهایت پیشنهاد‌های لازم برای هدفمندسازی این فرآیند ارائه می‌گردد.

تعریف دلالی

در اکثر موارد، تصویری که از دلال و دلالی در ذهن مردم وجود دارد این است که، دلال شخصی مذموم و دلالی فعلی محکوم می‌باشد چرا که در اذهان عموم کاری مضر، مخرب و فاسد به حساب می‌آید. در فرهنگ معین لغت دلال این‌گونه تعریف شده است: «میانجی بین بایع و مشتری، کسی که با دریافت حق معینی، واسطه بین خریدار و فروشنده می‌شود». در حقوق تجارت نیز، «دلال کسی است که در قبال دریافت اجرت، واسطه‌ی انجام معامله‌ای شده و یا برای کسی که می‌خواهد کالایی بفروشد مشتری پیدا می‌کند». در فرهنگ لغت دهخدا، دلالی چنین تعریف می‌شود: «میانجی‌گری میان خرنده و فروشنده و راهنمایی در دادوستد و معامله. پیدا کردن طرف معامله یا معامله کردن به حساب و اسم دیگری در ازای اجرت معین».

آنچه که از تعاریف فوق برمی‌آید این است که، دلال در لغت به معنای واسطه و دلالی شغلی است که صاحب آن با نزدیک کردن طرفین یک معامله به یکدیگر و تشریح شرایط و خصوصیات معامله برای آنها تلاش می‌کند با تطبیق منافع طرفین، معامله را انجام دهد. دلال ممکن است در تنظیم سند معامله کمک نماید اما حق انعقاد قرارداد و به اجرا گذاشتن تعهدات طرفین و یا دریافت و پرداخت موضوع تعهد را ندارد.

تاریخچه دلالی

دلالی یکی از قدیمی‌ترین شغل‌های تجاری محسوب می‌شود که نقش مهمی در تجارت ایفا می‌کند. در ماده ۷۷ قانون تجارت فرانسه دلالی به عنوان یک فعالیت تجاری در اشکال مختلفی تعریف شده است مثل دلال کالا، املاک، حمل و نقل زمینی، حمل و نقل آبی و غیره^۱. در عرف تجارت نیز انواع خاصی دیگری مانند دلالان بیمه، تبلیغات و ازدواج به آن اضافه شده است.

در مواد ۳۳۵ و ۳۳۶ قانون تجارت جمهوری اسلامی ایران، دلال کسی است که در مقابل اجرت واسطه انجام معاملاتی شده یا برای کسی که می‌خواهد معاملاتی نماید، طرف معامله پیدا کند. اصولاً قرارداد دلالی تابع مقررات، راجع به وکالت می‌باشد. دلال می‌تواند در رشته‌های مختلف دلالی نموده و شخصاً نیز تجارت کند. قانون مصوب ۱۳۱۷ شمسی انجام کار دلالی را به داشتن پروانه منوط کرده است که صدور پروانه دلالی معاملات بازرگانی به مرجعیت وزارت اقتصاد و دارایی انجام می‌گیرد^۲.

۱ آخوندی رضا. ۱۳۸۴. ص ۴۹.

۲ ستوده تهرانی حسن. ص ۵۰.

۳ دمیرچلی محمد، قرائی علی، حاتمی محسن ۱۳۸۶. ص ۶۸۳.



سوالی که اینجا است آیا دلایلی در حیطه تعریف گفته شده از اقتصاد می‌گنجد؟ آیا دلایلی مانعی برای فرآیند تولید و توزیع می‌باشد یا عاملی برای تسریع آن؟ و از دیدگاه کلان‌تر، فرآیند دلایلی آیا منطبق با اهداف توسعه اقتصادی است یا برخلاف قواعد آن خواهد بود؟

مطابق یکی از تعاریف پذیرفته شده و معتبر از توسعه، «فرآیند کشف و بومی کردن توانایی‌ها، برای استفاده از ظرفیت تاریخی را توسعه گویند»^۲. با این تعریف کشورهای ثروتمند عربی همچون کویت، به رغم برخورداری از درآمد سرانه‌ی نزدیک به ۵۰ هزار دلاری، یک کشور توسعه یافته محسوب نمی‌شود! چرا که سازوکاری برای بومی کردن توانایی‌های برخورداری از آن که همگی وامدار منابع نفتی است، از خود نشان نداده است. در مقابل کشوری مانند آلمان یا ژاپن به رغم ویرانی کامل زیرساخت‌های اقتصادی، سیاسی و اجتماعی‌شان در طول جنگ جهانی دوم، دوباره به صدر ثروتمندترین کشورهای جهان باز می‌گردند، چرا که دانایی، قانون‌مداری، مسئولیت‌پذیری، مولد بودن، منطقی بودن، هماهنگ بودن و در کل توسعه‌ای بودن در رفتار مردم آلمان نهادینه شده است و به سرمایه‌ای ملی تبدیل شده است.

در فرآیند توسعه اقتصادی، سرمایه‌گذاری اولویت نخست نیست. هر چند که بدون آن، توسعه‌ای اتفاق نخواهد افتاد. اما تجربه نشان داده است که توسعه در گرو داشتن دانش، دانایی و توانمندی ملی است. بنابراین اولویت نخست در توسعه، پرداختن به حوزه‌ی اندیشه و نهادینه کردن نگرش علمی است. همچنین زمان به عنوان مهمترین ثروت ملی هر کشور است که اگر به هنگام مورد استفاده قرار نگیرد برای همیشه از دست رفته تلقی شده و هرگز تجدیدشدنی نخواهد بود.

در حوزه کاری دلایلی از مفهوم دانایی و توسعه علمی که در بحث توسعه اقتصادی تعریف گردید، در حال حاضر در اقتصاد ما این دو مقوله جایگاهی وجود ندارد. دلایلی بایست به حذف خلاءهای بازار بپردازد. در واقع پرداختن به بحث دلایلی و این شغل در حیطه اقتصاد تا جایی بایست پیش رفت که شکاف‌های ایجاد شده بین تولید و بازار رفع گردد، در این صورت دلایلی می‌تواند تاثیر گذار در توسعه اقتصاد گردد. اگر سوء مدیریت اقتصادی باعث گردد که کم‌کم سهم تولید از اقتصاد کم رنگ شود و حجم فعالیت‌های اقتصادی بیشتر معطوف به واسطه‌گری شود، دیگر نه تنها دلایلی باعث توسعه اقتصادی نمی‌شود بلکه آفت بزرگ اقتصاد می‌گردد. اگر امروزه در جامعه چنین بدبینانه به موضوع دلایلی

اجرت دلایلی دارای ضریب و مبلغ مشخصی نیست و فقط به توافق دلال یا طرفین معامله بستگی دارد که اگر دلال در انجام معاملاتی تلاش خود را کرده باشد و طرفین، معامله را بین خود انجام دهند و از پرداخت اجرت دلایلی خودداری نمایند، در صورت اثبات توانایی و تلاش‌های انجام گرفته جهت انجام معامله بین طرفین، موضوع در محاکم قضایی قابل پیگیری می‌باشد. شایان ذکر است که اجرای قرارداد بین طرفین معامله، شرط تحقق حق دلایلی نیست و صرف انعقاد قرارداد، دلال را مستحق اجرت می‌کند^۱.

فرهنگ دلایلی و تاثیر آن در اقتصاد

پیدایش فرهنگ دلایلی در کشورهایی که به اقتصاد تک محصولی وابسته هستند، مشهودتر است. در کشورهایی که اقتصاد آن‌ها صرفاً بر محور نفت می‌چرخد و با اندک نوسانی از سوی بازارهای جهانی دگرگون می‌شود، فرهنگ دلایلی هم برای رشد و نمو خود، فضای مطلوب تری در اختیار دارد. هم اکنون در بسیاری از کشورهای حوزه خلیج فارس شاهد هستیم که عمدتاً خبری از تولید و ابداع صنعتی نیست و تنها با دلایلی نفت است که اقتصاد تک محصولی آنان، سرپا مانده است. البته این بدان معنا نیست که وجود نفت، عاملی برای تک محصولی شدن اقتصاد، رشد و گسترش دلایلی و در نهایت عدم توسعه یافتگی است. چرا که وجود منابع و مواهب طبیعی به خودی خود بد نیست بلکه نحوه‌ی مواجهه‌ی انسان با این نعمت خدادادی به گونه‌ای است که آن را به مصیبتی برای رانتهی و تک محصولی شدن اقتصاد کشورهای در حال توسعه بدل کرده است. اما مثال نقض این گفته را می‌توان در اقتصاد نروژ مشاهده کرد، چرا که کشور نروژ درآمدهای حاصل از فروش منابع نفتی خود را به هیچ عنوان صرف امور جاری نمی‌کند و تماماً صرف امور عمرانی می‌شوند. بنابراین این رفتار، نروژ را به کشور توسعه یافته‌ی نفتی تبدیل نموده است. به بحث اصلی باز می‌گردیم.

در تعریف کلی، اقتصاد علمی است که به دنبال تخصیص بهینه‌ی منابع محدود به نیازهای نامحدود بشری می‌باشد. مرحوم حسین عظیمی در تعریف جزئی‌تر اقتصاد از منظر اجتماعی می‌گوید: اقتصاد یعنی کشف و به کارگیری قانونمندی‌های علمی به نحوی که ضمن حفظ آزادی و هویت تک‌تک افراد انسانی، بتوان حداکثر نفع اجتماعی را از عمل آزادانه افراد در زمینه تولید اقتصادی و توزیع متناسب و عادلانه به دست آورد^۱.

۳ عظیمی، ۱۳۸۳

۱ دمیرچلی محمد و دیگران. ص ۶۸۳.

۲ نورمحمدی خسرو ۱۳۹۱

نگریسته می شود به این دلیل است که سهم قابل ملاحظه‌ای از فعالیت اقتصاد به دلالی اختصاص داده شده است.

مهم این است که در کنار توسعه اقتصادی بر پایه‌ی فرآیند کشف و بومی کردن توانایی‌ها، برای استفاده از ظرفیت‌ها و همچنین دانایی محوری در اقتصاد، به دلالی هم جایگاهی تنها در خور اندازه‌اش داده شود که فاصله بین تولید و بازار را پر نماید. البته منظور در اینجا، دلالی به شکل مرسوم و فعلی آن در کشور نیست، بلکه به عنوان فرآیندی مکانیزه و سیستماتیک برای پوشش خلاءهای بازار و پرکردن شکاف تولید و توزیع در فرآیند توسعه‌ی اقتصادی می‌باشد.

دلالی در ایران

استخوان‌بندی اقتصاد کشور در حال حاضر به گونه‌ای رشد یافته است که گرچه در ظاهر یک فعال اقتصادی برای سرمایه‌گذاری و کسب سود مشروع، الزامی قانونی برای مراجعه به دلال‌ها ندارد اما به دلیل نفوذ شدید دلال‌ها در تار و پود بنیان‌های اقتصادی کشور، رجوع نکردن به آن‌ها تبعات مالی سنگینی در پی خواهد داشت. اکثر این دلال‌ها به واسطه‌ی ارتباطاتی که با بخش دولتی و غیر دولتی دارند از قیمت‌های آتی بسیاری از محصولات مطلع‌اند و می‌توانند با توجه به اطلاعاتی که گاه از نهادهای رسمی خریداری می‌کنند، پیش‌بینی دقیقی از وضعیت اقتصادی کشور داشته باشند. این بحث اشاره‌ای ضمنی به بحث رانت نیز دارد. در واقع در جوامع در حال توسعه، دلالان معمولاً از وجود رانت‌های اطلاعاتی بهره می‌برند و قاعدتاً از نوسانات به وجود آمده در بازار و حتی اقتصاد بیشترین استفاده و در پاره‌ای موارد سواستفاده را خواهند برد.

البته بحث بر سر حذف این دست از واسطه‌ها که چه به صورت انفرادی و چه در قالب شرکت یا موسسه عمل می‌کنند، نیست، چرا که حتی در اقصی نقاط جهان هم، حضور این افراد یا مراکز رواج دارد اما آنچه رواج ندارد این است که نباید درآمد واسطه‌گر که تنها مجهز به سلاح زبان، بیان و ترفند است از تولیدکننده و یا سرمایه‌گذاری که به سختی و مشقت کسب درآمد می‌کند، بیشتر باشد.

به طور مثال، در صنعت قالیبافی که افرادی مشغول به کار تولید هستند، درآمد بسیاری از این افراد که کارشان در زمره مشاغل سخت هم به حساب می‌آید، زیر ۳۰۰ هزار تومان در ماه^۱ است. این در حالی است که درآمد یک دلال فرش، چندین برابر تولیدکننده‌ای است که برای بافت محصولش، مشقت زیادی کشیده است. بدیهی است که تولیدکننده با مشاهده چنین تبعیض‌های تلخی،

ترجیح می‌دهد که دست از کار تولیدی بشوید و به همان کار دلالی روی بیاورد که هم مشقتش کمتر است و هم سودش چشم‌گیرتر. امروزه ردپای واسطه‌گری در همه جای کشور و در بسیاری از حوزه‌ها از فوتبال گرفته تا بازار تیر آهن مشاهده می‌شود.

یک کارمند مماس شده با خط فقر، باید هر ماه ۱۰ درصد از حقوق خود را تحت عنوان مالیات به دولت پرداخت کند، اما یک دلال با وجود درآمدهای کلان و بادآورده، حتی یک ریال مالیات هم به خزانه عمومی واریز نمی‌کند.

در حال حاضر سرمایه‌نقدی بسیاری در دست سرمایه‌داران در کشور وجود دارد که این سرمایه‌های نقدی را کم می‌باشند، در صورتی که اگر به بدنه فعالیت‌های تولیدی کشور تزریق شوند، انقلابی در شکوفایی اقتصادی ایران رخ می‌دهد، اما با فضای چراندن تولیدکننده و «دلال سالاری»، دارندگان این سرمایه‌های نقدی از شروع فعالیت‌های تولیدی واهمه دارند. بسیاری از شرکت‌ها تحت عنوان «واردات کالا به کشور» عملاً به دلالی روی آورده‌اند و با اتکا به بودجه‌های هنگفت دولتی، اقدام به ورود کالاهای مصرفی می‌کنند که در داخل کشور هم تولید آن وجود دارد. «سلطان شکر»، «سلطان فرش»، «سلطان پسته» و غیره عناوینی است که به این دسته از دلالان ارشد اطلاق می‌شود. مطابق آمارهای اتحادیه کشوری مشاوران املاک، بیش از ۶۵ هزار بنگاه مشاوره املاک و بالغ بر ۴۰۰ هزار نفر هم از این شغل امرار معاش می‌کنند که بسیاری از مالکان این بنگاه‌های واسطه‌ای، جز فن دلالی، از هیچ تخصص دیگری بهره‌مند نیستند.

دلالان سنتی و مدرن

عامه‌ی مردم عموماً واسطه‌های اجاره و فروش مسکن و بنگاه‌های ماشین را دلال می‌شناسند، اما با جستجو در بازار داد و ستد، ما را با انواع دلال‌ها آشنا می‌کند، دلال‌هایی که سرپایی کار می‌کنند یعنی از حجره‌ای به حجره دیگر، از پاساژی به پاساژی دیگر و از شهری به شهر دیگر می‌روند. اگر کمی دقیق شویم خواهیم دید اکثر تولیدکنندگان زمانی که به یک یا چند قلم جنس نیاز مبرم دارند، سراغ دلال می‌روند، دلالان در راستای کار خود اطلاعات دارد، می‌دانند کالای فلان فروشنده به درد کدام تولیدکننده می‌خورد، البته این شیوه سنتی است، امروزه که تلفن‌های همراه و اینترنت و روزنامه‌ها کار ارتباط را انجام می‌دهند شاید دیگر نیازی به وجود دلال نباشد.

ولی با وجود همه این وسایل ارتباطی که اشاره گردید باز هم، دلال‌های

واقع زمانی که نوسان گیر برای خرید مجدد، منتظر کاهش قیمت سهمی است که فروخته است، بدان معناست که خریدار سهم متضرر شود که این با مبانی اخلاقی سازگاری ندارد. نوسان گیری و تک سهم شدن گرایش به یکدیگر دارند، یعنی شخصی که تک سهم است به سوی نوسان گیری گرایش پیدا می کند و شخصی هم که نوسان گیر است به سوی تک سهم شدن گرایش پیدا می کند. چه بسیار کسانی که با ۱۰ درصد نوسان-گیری می کردند ولی ۱۰ درصد آنها به صددرد رسید و همه سرمایه خود را از دست دادند. نوسان گیری روح و روان شخص را به هم می ریزد و رشته کار را از دست شخص خارج می کند، نظم معاملاتی را به هم می ریزد، چون انتظار کشیدن برای بالا رفتن قیمت و همچنین انتظار کشیدن برای پایین آمدن آن همیشه مطابق با میل نیست و بعضاً خلاف آن رخ می دهد.

ب) سرمایه گذار

به شخصی اطلاق می شود که به دنبال خرید دارایی هایی می گردد که درآمدزا باشند. برخلاف نوسان گیر، مهمترین دغدغه سرمایه گذار امنیت سرمایه ی اصلی است. ضمناً سرمایه گذار همیشه به دنبال خرید دارایی هایی است که قابلیت نگهداری برای زمان های طولانی تری نسبت به گروه قبل است. یک نوسان گیر همیشه شروع به بالا بردن قیمت سهم می کند تا به حداکثر برسد ولی یک سرمایه گذار قیمت ها را به تعادل می کشاند و در طولانی مدت قیمت سهم نمادی از ارزش واقعی شرکت را به نمایش می گذارد.

سرمایه گذار بر اساس استانداردهای ارزش گذاری، قیمت بازار را برای سهم تعیین می کند، در حالی که نوسان گیر، براساس قیمت بازار، استانداردهای ارزش گذاری سهم را تعیین می کند. در حال حاضر نوسان گیرهای «مدیریتی»، «سیاسی»، «کشاورزی»، «صنعتی»، «فرهنگی» و حتی در «همسریابی و ازدواج» هم شکل گرفته اند.

ج) سفته باز

در فرهنگ معین لغت سفته باز این گونه تعریف شده است: «کسی که بدون سرمایه کافی معاملات کلان را با سفته انجام می دهد. آن که سفته ها را خرید و فروش می کند».

اسپکولاتور^۱ در اصطلاح به معنی «قمار باز» است، اما از آنجا که در فارسی بار منفی دارد از معادل «قمارگر» استفاده شده است. قمارگر یک شرکت کننده ی در بازار است که سعی می کند از روی آینده نگری و پیش بینی وضعیت آتی بازار اقدام به خرید و فروش و کسب سود نماید. قمارگرها ریسک قیمت بازار را با جان و دل می پذیرند و به افزایش

باتجربه، متخصص و دلسوز بسیاری از مشکلات تولیدکنندگان را حل می کنند، در بازار یا در میادین و تقریباً می توان گفت در تمام زمینه ها دلال های سنتی مشغول به کارند، یک دلیلش این است که فروشنده نمی خواهد کالایش را علنی عرضه کند، به نظر او با این روش به اصطلاح قیمت می شکند، در اینجا یک واسطه گر می تواند نقش واقعی خود را ایفا کند.

دلال های هر حرفه، بیش از دست اندرکاران دیگر بخش های آن حرفه از وضع بازار خبر دارند، آنها که در سال های اخیر به کمک وسایل ارتباطی از آخرین تحولات قیمت های بازار خبر دارند و همچنین از نیاز کارخانه ها و کارخانه دارها، آنها که در صنایع غذایی کار می کنند به نسبت ارتباطی که با کارخانه ها و باغدارها و زمین دارها و واردکننده ها و حتی بار کشتی های روی آب خبر دارند. امروزه بسیاری از مردم، دلالی را معادل با واژه های از قبیل نوسان گیر، سفته باز، بازار ساز و غیره می دانند. در اینجا به تفصیل این واژه ها را مورد نقد و بررسی قرار می دهیم.

الف) نوسان گیر

نوسان گیر یعنی افرادی که از نوسانات به وجود آمده در بازار در یک دوره ی کوتاه مدت کسب منفعت می کنند. به عبارت دیگر کسانی که در زمان افزایش قیمت ها مبادرت به خرید و در زمان کاهش قیمت ها مبادرت به فروش می کنند. در برخی مباحث واژه ی نوسان گیر با بورس باز معادل گرفته می شود. گرچه دو اصطلاح یاده شده در اکثر مواقع با یکدیگر همپوشانی کامل دارند، تنها وجه افتراق آنها در این است که بورس بازان به دنبال کسب سود در دوره های بلندمدت می باشند و از نوسانات قیمت در بلندمدت بهره می برند ولی نوسان گیر دوره ی کوتاه مدت را ملاک عمل خویش قرار می دهد.

نوسان گیران به دو دسته تقسیم می شوند: ۱- نوسان گیران سرمایه ای، که به اتکای سرمایه های میلیاردی در اصل نوسان سازانند و ۲- نوسان گیران روندی یا بازاری، که فاقد اهرم سرمایه بوده و تنها با اتکا به دانسته ها و برداشت های خود نوسان سازند. از نظر شخصیتی هم اکثراً ریسک پذیر، جسور، بیقرار و دارای طاق باخت، عجول و غیره می باشند. این دسته در بازار اختلال نمیکنند ولی بر موج های بازار سوار می شود و بر شدت و ضعف آن به دلیل تجمع سرمایه نوسان گیران تاثیر می-گذارد. نوسانگیر از بطن جامعه ی سرمایه گذاران بلندمدت زاده می شود ولی کمتر دیده شده به اصل خود رجوع کند لذا روز به روز به دلیل باز بودن ورودی و بسته بودن خروجی به تعداد آنها اضافه تر می شود.

نوسان گیری با معیارهای اخلاقی جامعه سازگاری ندارد. در

نقدینگی و سرمایه‌ی بازار کمک شایان توجهی می‌نمایند.

شایان ذکر است، به علت اینکه سفته باز در واقع واسطه ای بین فروشنده و خریدار می باشد بعضی اوقات از آن به عنوان دلال بورس نام برده می شود. ولی بار منفی که کلمه دلالی با خود حمل می نماید در رابطه با سفته باز کمتر کاربرد دارد. زیرا که سفته باز با این عمل خود هم باعث رونق بازار بورس می گردد و هم خدمتی به همراه دستمزد مشخص عرضه می نماید. مشکلی که در مورد کلمه دلالی وجود دارد این است که دلال با یک سود نامتعارف و بدون در نظر گرفتن منافع فرد فروشنده و خریدار باعث تورم بازار در جهت منافع شخصی خود می شود.

د) بازار ساز

بازارسازی^۱ فعالیتی است که طی آن، پیشنهادهای فروش و خرید متعددی در قیمت های مشخص ارایه می شود و بدین وسیله بازار را آماده معامله در آن قیمت ها در زمان معاملات روزانه می نماید. به همین ترتیب بازارساز نیز به معامله‌گری گفته می‌شود که پیشنهادهای دو طرف خرید و فروش را ارایه می کند و بازاری دو طرفه برای سهام مورد نظر به وجود می آورد. بازارسازی یعنی نفوذ در بازار و معرفی و شناساندن سازمان و محصولات و خدمات آن با استفاده از عوامل قابل کنترل بازاریابی (محصول، قیمت، توزیع و ترفیع فروش). بازارسازان با به کارگیری درست و اصولی این عوامل می توانند در شرایط مختلف جایگاهی در بازار برای خود به دست آورند و با سیاست ها و برنامه های مناسب سهم بیشتری از بازار را در اختیار بگیرند.

بازار سهام نزدیک^۲ نمونه خوبی در زمینه بازارسازی می باشد. در این بازار بیش از ۵۰۰ شرکت وجود دارند که عمل بازارسازی را برای این بورس انجام می دهند و به کارا عمل نمودن بازار کمک می نمایند. در این میان با مفهومی مواجه هستیم به عنوان «تفاوت بهای خرید و فروش بازار» که به آن حاشیه سود نیز اطلاق می کنند. تفاوت بهای خرید و فروش بازار، تفاوت قیمتی است که یک بازارساز مایل است در آن به خرید سهمی بپردازد و طرف دیگر قیمتی که شرکت تمایل به فروش سهم در آن مبلغ را دارد، از آنجایی که یک بازارساز می تواند یک سهم را در هر زمانی بخرد یا بفروشد، این تفاوت بهای خرید و فروش، بیانگر سود بازارساز در هر معامله می باشد. البته بازارسازها از لحاظ این تفاوت بهای خرید و فروش با محدودیت روبرو هستند. تفاوت قیمت فروش و خرید دارای سقفی است تا بدین وسیله از دستکاری و تقلب در مورد قیمت سهام جلوگیری شود. شایان ذکر است بازارسازها در ایران در بازارهای

طلا و ارز بیشتر از حد معمول فعال هستند.

به منظور آنکه نظام بازار در شرایط واقعی خود عمل کند، اقتصاد ایران نیازمند به بازارسازی است، که برای بازارسازی اقدامات زیر ضروری به نظر می رسد:

۱- عوامل بازار از جمله عرضه و تقاضاکنندگان و نظام بازار، نقطه تعادل را تعیین کنند و تصمیمات دولتی و موسسات عمومی در تعیین نقطه تعادل حداقل باشد. به علاوه عرصه برای فعالیت موسسات خصوصی به مرور با رشد فعالیت اقتصادی شهروندان بیشتر شود و به دنبال آن موسسات دولتی و عمومی از تصدیگری کنار کشیده و تنها به سیاست‌گذاری بپردازند.

۲- افزایش کارایی در بازار سنتی مورد توجه قرار گیرد به طوری که عناصر شکل دهنده آن به توسعه فعالیت پرداخته و شرایط را برای گسترش فعالیت خود مناسب ببینند. به عبارت دیگر یکی از وظایف مهم دولت فراهم‌سازی بستر مناسب برای مدرن‌سازی بازار سنتی است. بدین منظور عناصری که به گسترش فعالیت خود می پردازند و یا از روش‌های کارآمد در مبادلات استفاده می کنند مورد تشویق و حمایت قرار می‌گیرند.

تأثیر دلالی بر روی اقتصاد در ایران

تاکنون تحقیق دقیق و علمی در ارتباط با رابطه بین واسطه‌های مالی و رشد اقتصادی در ایران صورت نگرفته است، ولی چیزی که در ظاهر مشهود است علاوه بر نرخ تورم در سال‌های اخیر، نقش دلانان در رابطه با بالا رفتن قیمت‌ها به صورت کاذب در حوزه های متفاوت مشهود بوده است، مخصوصاً در بازار مسکن این موضوع خود را به وضوح نشان داده است و می‌طلبد که یک تحقیق مبتنی بر اصول علمی و آماری در این راستا صورت گیرد که به چه میزان دلالی و واسطه‌گری^۳ در رشد اقتصاد و یا تورم کاذب اقتصاد نقش داشته است.

برای اینکه ریشه های واسطه‌گری را بررسی کنیم و علت اینکه چرا بعضی از تولیدکنندگان بعد از مدتی از تولید به سمت واسطه‌گری می‌روند، دو موضوع ذیل را باید مد نظر قرار داد:

۱- نحوه‌ی پرداخت اعتبارات از سوی سیستم بانکی به درستی صورت نمی‌گیرد (منظور در راستای انتخاب وام گیرندگان، میزان مبلغ وام و غیره).

طرح این موضوع می‌تواند موارد ذیل را در بر گیرد: یکی اینکه افرادی

3Brokerage

1Market maker
2NASDAQ Stock Market



در اثر ایجاد فضای نامناسب سیاسی و اقتصادی داخلی و بین‌المللی، ریسک تولید برای سرمایه‌گذار را بالا می‌برد و زمانی که ریسک تولید بالا می‌رود، سرمایه‌گذار با نگرانی بیشتری پولش را در حوزه تولید سرمایه‌گذاری می‌کند، زیرا در چنین شرایطی حاشیه سود، تحت‌تاثیر قرار می‌گیرد و سرمایه‌گذار نمی‌تواند به سود حداکثری خود دست پیدا کند. زمانی که شرایط برای سرمایه‌گذار قابل پیش‌بینی نباشد، سرمایه‌داران سود خود را نه در تولید و صنعت، بلکه در فعالیت‌های دلالتی و سوداگری جست‌وجو خواهند کرد. چرا که در چنین شرایطی، صاحبان سرمایه، بیشتر به دنبال درآمد و سود سریع‌الوصول است و می‌خواهد در مدت کوتاهی به سود مورد نظر خود دست پیدا کند.

اما قاعدتاً فضای سوداگری، متفاوت از فضای تولید می‌باشد، در فعالیت تولیدی، سرمایه‌گذار برنامه‌های کوتاه‌مدت، میان‌مدت و بلندمدت را تدوین می‌کنند و برای آینده خود برنامه‌ریزی می‌کنند زیرا فضا قابل تشخیص و پیش‌بینی است. در سوداگری و دلالتی اما این حالت حاکم نیست، بلکه تنها کسب سود و درآمد در مدت کوتاه مطرح است. با این تفاسیر این سوال مطرح می‌شود که عدم رونق در تولید چگونه به صورت مستقیم به دلالتی و سوداگری ربط پیدا می‌کند.

اینکه سرمایه‌گذاران به سمت دلالتی و سوداگری کشش پیدا می‌کنند، قابل سرزنش نیست. سرمایه‌گذار در هر فضایی که برای او تنظیم شود به کار می‌پردازد. اگر دولت بتواند فضای شفاف و سالمی ایجاد نماید، مسلماً سرمایه‌گذار هم با استفاده از این فضا به تولید می‌پردازد و هم دیگر شاهد افزایش قیمت به صورت افسار گسیخته‌ی مسکن، اجاره‌بها، خودرو و غیره نخواهیم بود، در غیر این صورت سرمایه‌گذار به سمت فضایی حرکت می‌کند که حداقل بتواند ارزش پول خود را حفظ کند و از این فضا به سلامت عبور کند.

دلالتی در استان کرمان

دلالتی در کرمان همانند خیلی از شهرهای دیگر در زمینه‌های مختلفی همچون ملک و زمین، خودرو، محصولات کشاورزی و غیره انجام می‌گردد که در اینجا شرح مختصری از این فعالیت در برخی بخش‌ها ارائه می‌شود.

الف) دلالتی در کشاورزی

به عنوان نمونه یکی از قطب‌های دلالتی در بازار محصولات کشاورزی کشور مربوط به مناطق جنوب استان کرمان می‌باشد. چرا که همچنان بازار قیمت‌گذاری فروش محصولات کشاورزی جنوب استان کرمان

که واجد شرایط وام هستند در بعضی موارد به درستی از سوی بانکها انتخاب نمی‌شوند. دوم این که سیاست‌هایی که برای اعطای وام‌های بانکی تصویب می‌شود در بعضی موارد در جهت توسعه اقتصادی نیست. ۲- در مواردی بخش خصوصی اعتبارات بانکی را به درستی به کار نمی‌گیرد.

شرایط اخیر اقتصادی کشور در رابطه با تولید در مواردی ایجاد کرده که بعضی از شرکت‌ها به جای استفاده از اعتبار بانکی خود در جهت تولید و صنعت به واردات یا سرمایه‌گذاری در حوزه‌های دیگر روی بیاورند.

با توجه به این مطالب به نظر می‌رسد که باید در نحوه‌ی پرداخت اعتبارات و نظارت بر چگونگی مصرف آن‌ها تجدید نظر اساسی شود. توجه به مقوله‌ی نظارت، موجب تقویت نقش واسطه‌های مالی در فرآیند رشد می‌شود. از طرفی با توجه به این که رابطه‌ی بانک‌های تجاری و تخصصی به عنوان واسطه‌های مالی و رشد اقتصادی ایران بسیار کم و منفی بوده، علاوه بر ریشه‌یابی این موضوع باید به بقیه‌ی واسطه‌های مالی که از مهم‌ترین آن‌ها بورس اوراق بهادار است بیشتر توجه شود.

در تئوری‌های اقتصادی یک سرمایه‌گذار به دنبال حداکثر سازی سود حاصل از سرمایه‌گذاری خویش می‌باشد، بنابراین برای میل به آن سود به سمت تولید و صنعت تمایل پیدا می‌کند. سوال اینجاست که چه مسائلی دست به دست می‌دهند تا سرمایه‌گذار از تولید به سمت دلالتی بازی و سوداگری حرکت کند؟

برخی از این عوامل اقتصادی‌اند و بخشی دیگر غیراقتصادی. مسائل اقتصادی را می‌توان کشش بازار، هزینه‌ی تولید، سود تولید و تعادل قیمت در بازار دانست.

مسائل غیراقتصادی در این میان مهم‌ترند، زیرا پیش‌زمینه و بستری برای تاثیرگذاری عوامل اقتصادی فراهم می‌کنند. فضای عمومی جامعه، روابط خارجی، اعتماد مردم به بازارها و قیمت‌ها از عوامل تاثیرگذار می‌باشند. اصطلاحی که در اقتصاد به کار می‌برند این است که سرمایه، ترسو است و به دنبال حفظ ارزش خود می‌باشد. بنابراین وقتی شرایط تولید مهیا نباشد، فضای کسب و کار مطلوب نباشد، زیرساخت لازم وجود نداشته باشد، بر حجم بروکراسی‌های اداری افزوده شود، هزینه‌های سرمایه‌گذاری در امر تولید به طور چشم‌گیر افزایش یابد، عقل خشک اقتصادی (نه عقل اخلاقی) فرمان به دلالتی و واسطه‌گری خواهد داد.

کشوری مثل ایران که در جهان بسیار مهم و تاثیرگذار است، به راحتی می‌تواند در این تلاطم اقتصادی گرفتار آید و به صورت مستقیم بر تولید اثر بگذارد.

خریدار یا فروشنده بوده و در جهت حداکثر کردن منافع و مطلوبیت آن فرد اقدام می‌نماید، در صورتی که در ایران مشاور املاک نماینده هر دو طرف بوده و از آنجا که منافع خریدار و فروشنده در تضاد با یکدیگر هستند، مشاور املاک نمی‌تواند به عنوان نماینده طرفین به نحو احسن ایفای نقش نموده و رضایت خاطر ایشان را فراهم نماید. اصلاح و تغییر نظام حاکم بر بنگاه‌های معاملات ملکی به گونه‌ای که یک مشاور املاک مدافع حقوق یکی از طرفین معامله باشد، مستلزم تامین زیرساخت‌ها و امکانات لازم در این زمینه است.

برای ساماندهی دلالی مسکن در سال ۱۳۹۱ طرحی از سوی دفتر اقتصاد مسکن وزارت راه و شهرسازی ارائه گردید که بر مبنای آن، پرداخت حق‌الزحمه دلالان بازار مسکن، تحت کنترل قرار بگیرد که هنوز اجرایی نگردیده است. در طرح ۱۰گانه‌ی مورد بررسی، مقرر شده بود ارتباط حق کمیسیون با قیمت قطع شود و دستمزد مشاوران املاک براساس رتبه کیفی هر بنگاه که با توجه به ۱۰ آیتم مربوطه رتبه‌بندی می‌شوند، مورد محاسبه قرار گیرد.

۱- رتبه‌بندی مشاورین املاک

با توجه به اینکه مشاورین املاک (به ویژه در کلان‌شهرها) در سطوح مختلف قرار گرفته و خدمات را با امکانات متعددی ارائه می‌نمایند، به منظور رعایت عدالت رتبه‌بندی مشاورین املاک براساس آیت‌های زیر پیشنهاد می‌گردد تا بتوان حق کمیسیون مشاورین را به رتبه مکتسبه ایشان مرتبط کرده و به عدالت نزدیک تر شد.

- میزان تحصیلات

- گذراندن دوره‌های آموزشی و مدارک فنی و حرفه‌ای در زمینه مسکن و ساختمان و مبانی حقوقی

- میزان آگاهی از موقعیت و نحوه مالکیت اراضی منطقه

- رعایت اصول اخلاقی (تعداد شکایات ثبت شده در صنف و مراجع حقوقی از املاک، تعداد چک‌های برگه شده صاحبان املاک و غیره).

- استفاده از امکانات رایانه‌ای جهت ثبت مبیعه‌نامه‌ها

- استفاده از اینترنت جهت اطلاع‌رسانی به مشتریان

- استفاده از بروشور

- ارائه خدمات و پیگیری‌های لازم پس از انعقاد مبیعه‌نامه

- تعداد پرسنل شاغل در یک بنگاه

- کیفیت فضای بنگاه

- سابقه کار

- تعداد مبیعه‌نامه‌های ثبت شده در بازه زمانی مشخص

در دست دلال‌ها و واسطه‌هاست و کشاورزان کرمانی برای خراب نشدن محصولات کشاورزی خود مجبورند حاصل ماه‌ها تلاش خود را به قیمت‌های بسیار پایین به دلال‌ها و واسطه‌ها بفروشند. در صورتی که علیرغم افزایش چشم‌گیر هزینه‌های تولید و برداشت محصولات کشاورزی جالیزی و باغی در طی سالهای اخیر باز هم بیشترین سود حاصل از فروش این محصولات نصیب دلال‌ها و واسطه‌ها می‌شود. در واقع دلال‌ها آزادانه سود می‌برند.

شایان ذکر است که در پایانه میوه و تره بار شهر کرمان همواره دلال‌ها و واسطه‌ها حضور چشمگیری دارند و بسیاری از آنها برای کسب سود بیشتر دست به دست هم می‌دهند و قیمت یک محصول کشاورزی را در بازار به دلخواه خود تعیین می‌کنند. قیمت محصولات کشاورزی در این بازار به عنوان تنها مکان عرضه مستقیم محصولات کشاورزی در شهر کرمان نیز نه تنها پایین تر از دیگر نقاط نیست، بلکه در بسیاری از موارد بیشتر هم هست. تعدادی از کشاورزان که سطح زیر کشت محصولات آنها بالاست، به دلیل داشتن مشتریان خاص (بازار ساز) مشکل چندانی برای فروش محصولاتشان ندارند، اما کشاورزانی که سطح زیر کشت آنها پایین است مجبورند اسیر دست دلال‌ها و واسطه‌ها شوند و به هر قیمتی که دلال‌ها طلب می‌کنند محصولاتشان را به آنها بفروشند. مثالی دیگر از دلالی در محصولات کشاورزی کرمان مربوط به بازار خرما می‌باشد. چرا که به دلیل نبود نظام صنفی و سندیکایی خرما، دلالان عموماً قیمت خرما را تعیین و با نفوذ در بازار، سود آن را از آن خود می‌کنند.

(ب) دلالی در مسکن

بحث دیگر راجع به دلالی در کرمان مربوط به حوزه‌ی مسکن می‌باشد. مسکن از مهم‌ترین نیازهای اساسی خانوار و گران‌ترین کالایی است که توسط خانوارها خریداری می‌شود. مشاورین املاک به عنوان واسطه‌گران و دلالان قانونی مسکن، نقش قابل توجهی را در این بازار ایفا می‌کنند. تحلیل مشاورین املاک از قیمت املاک در هر منطقه به عنوان افراد معتمد و مطلع، در تصمیم‌گیری‌های اقتصادی فروشندگان و خریداران مسکن، پیش‌بینی قیمت‌های آتی و جو روانی حاکم بر بازار، موثر واقع می‌شود.

مروری بر سیستم‌های واسطه‌گری حاکم بر بازار مسکن در سایر نقاط جهان حاکی از آن است که به‌رغم تحولات انجام شده در زمینه مکانیزه کردن بنگاه‌های املاک در ایران، عملکرد مشاورین املاک هنوز با متدهای رایج در کشورهای پیشرفته فاصله زیادی دارد. به عنوان مثال در برخی کشورهای توسعه یافته یک بنگاه معاملات ملکی صرفاً نماینده

د) دلالی وام های بانکی

در واقع با پایین آمدن نرخ بهره بعضی از انواع وام های بانکی، بازار پر رونقی برای واسطه گری در گرفتن وام به وجود آمده است. هر چه قیمت اعتبارات بانکی یعنی نرخ سود تسهیلات به صورت دستوری از قیمت واقعی آن فاصله بیش تری بگیرد باید انتظار آن را داشت که سودجویان و دلالان بیش تری وارد این بازار شده و سبب فربه تر شدن، مبدل به ریشه های درخت فساد شوند. در این وضعیت وجود آگهی های فروش انواع به اصطلاح وام های بانکی در قبال کارمزد یا همان حق دلالی جای تعجب ندارد.

تولید کننده و صنعت گری که با واسطه و غیر مستقیم به اعتبارات بانکی دسترسی پیدا کرده، نمی تواند هزینه های اضافی که در این راه صرف کرده است، در دفاتر قانونی و ثبت های رسمی معاملات خود به عنوان هزینه تامین مالی نشان دهد. هزینه تامین مالی او همان قیمت رسمی و تعیین شده اعتبارات است. پس ناچار است آن را به نوعی در حساب های خود مخفی کند یا برای اثبات انجام آن سند و مدرک بتراشد (که این هم خود هزینه دیگری را بر او تحمیل می کند). صورت های مالی این بنگاه نشان دهنده وضعیت مالی و سودآوری او نبوده و قابلیت اتکای ضعیفی خواهد داشت.

در کرمان هم مواردی از وجود چنین دلال بازی در مورد دریافت وام های بانکی مشاهده می شود. البته نباید با بیان این موضوع زحمت و تلاش بانکها را ایجاد فضای مساعدت رسانی به تولید کننده و عرضه کننده واقعی را دور از ذهن داشت، ولی آنچه در سالهای گذشته مشهود بوده وجود اعتبارات بانکی از یک طرف و رونق نداشتن صنعت و تولید از طرف دیگر، ناخواسته چنین فضایی را در مورد وام های بانکی ایجاد کرده است.

شغل دلالی یک شغل تجاری

اگرچه دلالی در ذهن و دیدگاه بسیاری از مردم جایگاهی منفی دارد، اما اغلب از این غافل هستیم که واسطه گری برای نظام اقتصادی یک امر ضروری است. اگرچه گاهی اوقات مردم گناه گرانی را به گردن «دلالان» می اندازند، اما فضای کاری منفی کنونی دلال ها در حقیقت محصول همان فضای غیر رقابتی هستند که در حال حاضر در اقتصاد وجود دارد.

از طرف دیگر عده ای معتقد هستند دلالی یک شغل کم زحمت و پر درآمد است. از خرید و فروش، واسطه گری و جا به جا کردن بازیکنان

۲- افزایش شفافیت اطلاعاتی در خصوص نحوه محاسبه حق الزحمه مشاورین املاک، موجب جلوگیری از اجحاف می گردد.

۳- اصلاح و بروزرسانی نقش بنگاه های املاک، به گونه ای که علاوه بر ایفای نقش واسطه گری، ملزم به ارائه خدمات حقوقی، مالیاتی، مالی، ثبتی و غیره به متعاملین شوند.

۴- بهبود روش های اعمال نظارت و در صورت لزوم برخورد قانونی با مشاورین متخلف

۵- فعال کردن شرکت های بیمه در امور بیمه سند به منظور آسوده نمودن خاطر متعاملین

۶- ایجاد دوره های آموزشی کوتاه مدت تخصصی برای مشاورین املاک

۷- ایجاد محدودیت در صدور مجوز بنگاه های املاک

۸- اتصال ضرایب حق کمیسیون مشاورین املاک به رتبه مکتسبه

۹- فراهم نمودن زیرساخت های لازم برای حضور مشاور املاک به طرفیت از فروشنده یا خریدار

۱۰- مطالعه در خصوص حضور مشاور حقوقی در بنگاه های معاملات

ملکی

جزییات طرح و وزن هر کدام از آیت ها هنوز مشخص نگردیده است و اجرائی نشده و متأسفانه از ریز موارد اجرایی مرجعی وجود ندارد. ولی آنچه مشخص است اگر این طرح به صورت دقیق و کارشناسی شده اجرا می گردید، می توانست باب مهمی در حوزه دلالی مسکن جهت کنترل آن را باز نماید.

ج) دلالی خودرو

دلالی در حوزه خودروی سواری یکی دیگر از موارد دلالی در کرمان است. عده ای از راه دلالی ماشین، سرمایه می اندوزند، تعدادی به عنوان شغل دوم به آن می نگرند و عده ای به عنوان کار تمام وقت به آن نگاه می کنند. دلالان ماشین می توانند صورت های مختلفی داشته باشد. بستگی دارد هدف چه باشد و چقدر یک دلال پول داشته باشد. بدون پول اولیه هم دلالان ماشین می تواند شروع کنند.

خیلی ها هستند که صرفاً واسطه اند و خودشان خرید و فروش خودرو را انجام نمی دهند. فقط ماشین های مورد نظر خریداران را برایشان پیدا می کنند و حق دلالی خود را مطالبه می کنند.

هر چند دلالی ماشین نیاز جامعه بوده و همه ی کشورها این مقوله را در اقتصاد خود ایجاد کرده اند. ولی مشکل در اینجا است که در حال حاضر دلالی ماشین در اقتصاد ما به صورت غیر سیستماتیک و بدون کنترل انجام می شود.

رونق بازار می‌گردد. همچنین حوزه‌هایی وجود دارند که واقعاً نیاز به واسطه‌گری می‌باشد که در حال حاضر در آنها واسطه‌ای وجود ندارد. به عنوان نمونه در بازار سنگ‌های تزئینی کرمان، دلال حرفه‌ای حضور پررنگ ندارد و این باعث شده که با وجود سنگ‌های غنی معادن کرمان، بازار سنگ کرمان در قبضه سنگ اصفهان باشد و دیوهای عظیم سنگ در کارخانه‌های تولید سنگ کرمان باقی بماند. گواه این قضیه فضاهای انبار کارخانجات تولید سنگ در استان کرمان می‌باشد. در صورتی که در گوشه‌های شهر کرمان سنگ‌فروشی‌ها تبلیغ‌شان و اعتبار کاریشان به فروش سنگ اصفهان می‌باشد که نیاز مبرم دلالان سنگ در کرمان می‌باشد.

دلالی در حوزه اختراعات و ابداعات یکی از موارد مهمی است که جای آن در بازار تکنولوژی کرمان خالی می‌باشد. یک فرد مخترع و مبتکر که طرحی را خلق می‌کند هیچ موسسه‌ای وجود ندارد که بین سرمایه‌گذار و خالق طرح پلی برای ایجاد آن محصول و اختراع، ایجاد نماید و معمولاً مخترعین بعد از مدتی تکاپو و پیدا نکردن سرمایه‌گذار خسته شده و دست از ابداع خود بر می‌دارند.

وجود پارک‌های علمی و فناوری البته باعث رونق در این حوزه می‌شود ولی نیاز به سرمایه‌گذار با سرمایه‌گذارهای بالا و به اصلاح سرمایه‌گذاری خطرپذیر در حوزه وظایف و نقش پارک‌های علمی و فناوری نمی‌گنجد. در کلان‌شهرها چند سالی است که چنین شرکت‌هایی (برای سرمایه‌گذاری خطرپذیر) حضور پررنگ دارند و هرزگاهی به استان‌های دیگر ورود می‌کنند. در استان کرمان نیاز به شکل‌گیری چنین بنگاه‌های واسطه‌گری در رابطه با سرمایه‌گذاری در مورد طرح‌های نو احساس می‌شود.

حوزه‌ی دیگری که در استان کرمان نیاز مبرم به حضور دلالان احساس می‌شود، گردشگری است. در حال حاضر آژانس‌های زیادی برای تورهای خارج از کشوری حتی برون‌استانی فعالیت می‌کنند ولی کمتر بنگاه واسطه‌گری پیدا می‌شود که شناسایی مکان‌های بسیار زیبای گردشگری درون استان را انجام دهد و به اصطلاح دلال گردشگری شود.

یکی از حوزه‌هایی که به مدد توسعه سریع فناوری اطلاعات (IT) در دنیا بسیار باب شده و بسیاری از مضرات دلالی سنتی را برای اقتصاد کشورها ندارد «دلالی بازدید» نام دارد. که وجود آن در حوزه کسب و کار کرمان بسیار احساس می‌گردد.

«مدل کسب و کار دلالی بازدید» یکی از مهم‌ترین حوزه‌های دلالی است که در حال حاضر در حوزه اقتصاد به آن نیاز است و به بهترین وجه

فوتبال گرفته تا زمین و ملک در یک بده و بستان. اقتصاد توری است که شمار دلال‌ها را بالا می‌برد و به آن رونق می‌بخشد و از سوی دیگر فعالیت پر دامنه دلال‌ها است که موجبات و زمینه‌های تورم و حتی بالا رفتن نرخ آن را فراهم می‌آورد. در مجموع می‌توان گفت «دلالی» از جمله واژه‌هایی است که قربانی این فضا شده است. شاید کمتر کسی این را بداند که «دلالی» جز مشاغلی است که از نظر نظام حقوقی ایران «تجارت» به حساب می‌آید و مشمول تسهیلات قانون تجارت می‌گردد. باب ششم قانون تجارت به دلالی اختصاص دارد و در ماده ۳۳۵ این قانون ۸۰ ساله، در تعریف دلال آمده است: «دلال کسی است که در مقابل اجرت، واسطه‌ای انجام معاملاتی شده یا برای کسی که می‌خواهد معاملاتی نماید طرف معامله پیدا می‌کند. اصولاً قرارداد دلالی تابع مقررات راجع به وکالت است.»

همانطور که در باب ششم قانون تجارت توضیح داده شده است، براساس تعریف صورت گرفته دلال یا واسطه‌گر باعث رشد اقتصاد می‌شود و زمینه‌ی نزدیک شدن خریدار به فروشنده را مهیا می‌کند. در صورتی که دلالی در حال حاضر در اقتصاد ما به نوعی شکار فرصتها برای دلال در جهت کسب درآمدهای هنگفت و نرسیدن فروشنده به سود واقعی خود و خریدن محصول یا جنس توسط خریدار بالاتر از عرف و قیمت واقعی بازار.

علت اینکه دلالی این گونه در فضای اقتصادی جامعه ما مورد بغض قرار گرفته است، به این علت می‌باشد که از تعریف واقعی خود در قانون تجارت عدول کرده است.

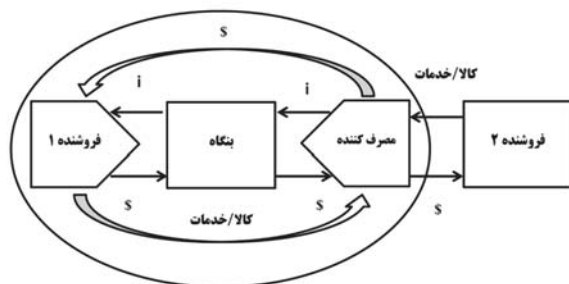
نکته جالبی که در باب ششم قانون تجارت به آن اشاره شده است، این مورد می‌باشد که «اصولاً قرارداد دلالی تابع مقررات راجع به وکالت است». در واقع منظور این است که دلال و دلالی هم باید تابع قانونی همچون وکالت باشد.

امروزه وجود کانون و کلاو و تشکل‌های رسمی در این حوزه، باعث گردیده بحث و کالات به صورت سیستمی تحت کنترل بیاید ولی متأسفانه هنوز دلالی به صورت سنتی و توسط هر فردی با هر تحصیلات و تجربه و اعتباری قابل انجام است و تا این گونه باشد هیچ‌گاه موضوع دلالی از این فرم و قالب خود خارج نخواهد شد.

نیاز دلالی در حوزه‌های کسب و کار کرمان

با این حجم دلالی در ملک و زمین، ماشین و محصولات کشاورزی که وجود دارد که در بعضی موارد باعث تخریب بازار و در بعضی مواقع باعث

بارها به سایت فروشنده مراجعه نماید ولیکن بنگاه دیگر از این بازگشت‌ها پولی دریافت نمی‌کند و دیگر رفتار کاربر را نیز ثبت نمی‌کند. برای تایید آنکه ارزش برای آگهی دهنده فراهم شده است، از بازدید کننده‌ها اغلب خواسته می‌شود تا پرسش نامه‌های کوتاهی را تکمیل کنند تا اثربخشی تبلیغات مشخص گردد. این کار موجب می‌شود که کاربران فقط با کلیک کردن بر روی لینک‌ها و بدون توجه به محتوی پاداش کسب نکنند.



شکل فوق مدل تعامل معمول میان فروشنده و مصرف کننده که توسط بنگاه موزون شده است را نشان می‌دهد. فروشنده شماره ۱ به بنگاه، مبلغ مشخصی را جهت معرفی مشتری جدید پیشنهاد می‌دهد. بنگاه نیز پاداشی در حد معین، برای مشتریانی که از این تبلیغات بازدید کنند، تعیین می‌کند. در مقابل، مصرف کننده اطلاعات نفوسی را برای بنگاه فراهم می‌سازد که به بنگاه در فروش اطلاعات به فروشنده‌گانی مشابه یاری می‌رساند. خدمت مورد انتظار مصرف کننده نیز به طور مستقیم و با ردوبدل پرداخت متناسب با آن صورت خواهد پذیرفت. خطوط مستقیم از فروشنده ۱ به مشتری و بالعکس نشان دهنده‌ی ارتباطی است که پس از معرفی اولیه توسط بنگاه صورت می‌پذیرد. پس از اینکه ارتباطات میان فروشنده و مصرف کننده برقرار شد، مشتری می‌تواند سایر خدمات مورد نیاز خودش را مستقیماً و بدون نیاز به هیچ گونه دخالتی از بنگاه دریافت کند. البته مشتری نیز یکبار به خاطر برقراری چنین ارتباطی از بنگاه پول دریافت کرده است. در قسمت سمت راست نیز مشتری از درآمدهایی که در حساب بنگاه اندوخته شده است برای خرید کالا و خدمات از سایر فروشنده‌گان می‌پردازد که ممکن است جز طرف قراردادهای بنگاه برای بازاریابی باشد و یا نباشد. در حال حاضر نیاز اقتصاد ما به چنین فضاهای کسب و کار دلالی می‌باشد که متأسفانه در شروع راه هستیم.

می‌تواند در رونق اقتصادی کمک کند. «مدل کسب و کار دلالی بازدید» در اوت ۱۹۹۸ در مجموعه حقوق مالکیت معنوی ایالات متحده آمریکا ثبت شده است. بنگاه مبتنی بر این مدل کسب و کار تبلیغات آگهی دهندگان را بر روی اینترنت ارایه می‌کند. طبق توافق آگهی دهنده به ازای هر بازدید و یا کلیک از تبلیغاتش توسط بازدید کننده، مبلغی را به بنگاه می‌پردازد. بنگاه نیز قسمتی از آن مبلغ را برای خود نگاه داشته و مابقی را به عنوان محرک انگیزشی به بازدید کننده آن تبلیغ می‌دهد. در این روش عمدتاً برای بازدید کنندگان، حساب هایی باز می‌شود که بازدید کننده امتیازات خود را در آن جمع آوری کنند و یا از آن برای خرید یک کالا، خرج نمایند. در این مدل کسب و کار، درآمد فقط از طریق شرکای تبلیغاتی فراهم می‌گردد.

ارزشی که «مدل کسب و کار دلالی بازدید» سعی دارد به کسب و کار آگهی دهنده بیفزاید، کاهش در هزینه‌های جذب مشتری است. این هزینه برای بنگاه‌های تازه کار اینترنتی بسیار بالا می‌باشد. طبق ادعای بنگاه CyberGold (ابداع کننده این مدل کسب و کار)، ارزش فراهم شده توسط این مدل کسب و کار برای مشتریان، کاهش حدوداً ۲۵ درصدی هزینه جذب مشتری برای هر کسب کاری می‌باشد. در این روش نیازی نیست که مشتریان به شخصه هیچ پولی برای عضویت بپردازند، ولیکن از آنها خواسته می‌شود تا پیش از هرگونه دریافتی اجازه دهند که مشاهده تبلیغات و گشت و گذار آنها در وب ثبت و پیگیری شود.

«مدل کسب و کار دلالی بازدید» با توجه به چارچوب مدل‌های کسب و کار بنیادین معرفی شده توسط ویل و ویتیل، بر اساس میانجی‌گری می‌باشد. نقش میانجی‌گری به این خاطر ایجاد می‌شود که بنگاه مبتنی بر این روش، به مشتریان پول می‌دهد و اطلاعات دریافت می‌کند (در مدل ویل و ویتیل، میانجی پول دریافت می‌کند و اطلاعات فراهم می‌کند). این مدل کسب و کار در اصل اطلاعات متمرکز مصرف کنندگان را به مشتریان یا آگهی دهندگان ارایه می‌دهد. این گونه از اطلاعات مستقیماً به مصرف کنندگان ارایه نمی‌شود، ولیکن مستقیماً به کسب و کاری ارایه داده می‌شود که به عنوان آگهی دهنده انتخاب شده اند. در این روش ارزش افزوده نیز تنها زمانی فراهم می‌شود که ملاقاتی میان آگهی دهنده و مشتری برقرار شود و در این کار بنگاه نقش میانجی را ایفا می‌کند. در مدل کسب و کار دلالی بازدید، بنگاه برای تبلیغ فقط یکبار از آگهی دهنده پول دریافت می‌کند و پس از برقراری ارتباط میان مصرف کننده و آگهی دهنده، دیگر کاری به آنها ندارد. به این معنی که مشتری می‌تواند

پیشنهاد برای کنترل دلالی

در طول تاریخ شغل‌های مختلف در بازار، همواره شاهد این بوده ایم که به مرور تشکلهای نظام‌ها و اصنافی برای تحت کنترل قرار گرفتن آن مجموعه کاری شکل گرفته است. مانند نظام مهندسی، نظام پزشکی، کانون وکلا، کانون کارشناسان و غیره. این مجموعه‌ها و تشکلهای شرایطی را برای رشد افراد واقع در آنها فراهم می‌کنند و آموزشهای متوالی، سطح تحصیلات، وجود رتبه بندی باعث رشد متخصصان در هر تشکل و کانون می‌گردند. در صورتی که اگر کسی بخواهد شروع به دلالی و واسطه‌گری نماید در قید و بند هیچ قانون و هیچ تشکلی نمی‌باشد. نه آموزش، نه سطح تحصیلات و نه رتبه بندی، برای آنها تعریف نشده است و همین باعث عدم کنترل بر روی واسطه‌گری در حوزه‌های مختلف می‌گردد.

حتی با وجود صنف املاک و نمایشگاه ماشین و غیره، فقط برای ایجاد دلالی یک مجوز اولیه صادر می‌کنند و نظارتی بر ارتقاء سطح آتی افراد در این حوزه‌های کاری را ندارند. موضوع مهم این است که این مجوز تنها برای مسئول و صاحب املاک و بنگاه‌دار می‌باشد و برای افراد غیررسمی که در این مکان‌ها مشغول به کار دلال بازی هستند، حتی مجوز اولیه هم از سوی صنف مربوطه احتیاج نمی‌باشد.

پیشنهادی که می‌شود این است، برای دلالتان تشکل و کانون ایجاد شود و حتی رشته‌های دانشگاهی واسطه‌گری تاسیس شود. امروزه دانشگاه علمی و کاربردی مسئولیت ایجاد چنین رشته‌های آکادمیک شغلی را بر عهده دارد و از طریق این دانشگاه می‌توان اقدام به تعریف سر فصل‌های دروس برای رشته‌ی واسطه‌گری نمود که این موضوع می‌تواند تاثیر بسزایی برای جایگاه و شأن واسطه‌گری در بازار و اقتصاد شود و اگر برای دلالتان تحصیلات آکادمیک توسط یک نهاد متولی (همچون سازمان صنعت، معدن، تجارت) اجباری گردد، با این کار باعث می‌شود که دلالتان در آینده با دیدگاه علمی اقتصادی در حوزه واسطه‌گری فعالیت اثر بخشی انجام دهند.

نتیجه‌گیری

توسعه واقعی تنها با رشد نیروی انسانی جوامع و کشورها، آن هم به صورت زیر بنایی صورت می‌گیرد. اگر امروز با پدیده ای بنام دلالی که نظرات موافق و مخالفی در مورد آن وجود دارد مواجه هستیم و درصد قابل توجهی از نیروی کار را چه به صورت مستقیم و غیرمستقیم در

ایران درگیر خود کرده است، نتیجه رشد نیافتگی ذهنیت در حوزه منافع جمعی است. دلالی وقتی تنها نگاه صرف به منافع شخصی و عدم تعهد به جامعه باشد مضر خواهد بود و مطرود جامعه خواهد گشت، در صورتی که اگر دلالی در خدمت و کمک به خریدار و فروشنده واقعی باشد و باعث نزدیک شدن آنها به هم شوند. این حوزه کاری باعث رشد اقتصاد می‌شود و رضایت تولید کننده و صنعت گر را به همراه خواهد داشت و نتیجه دلالی به طیف وسیعی از جامعه خواهد رسید. دلالی را به هیچ عنوان نمی‌توان از اقتصاد حذف کرد و تنها با ایجاد ابزارهای مناسب می‌توان آن را تحت کنترل در آورد که باعث رشد اقتصادی در جامعه شود.

در یک جمع بندی کلی می‌توان چنین ادعان داشت که اگر فرآیند دلالی به صورت دقیق، تخصصی و کنترل شده انجام گیرد در مسیر توسعه می‌تواند بسیار موثر باشد و جریان آن را تسریع بخشد، که بنابراین دلالی به عنوان یک فرصت تلقی خواهد شد. اما اگر فضای کسب و کار نامساعد، مشکلات تولید بسیار زیاد، بروکراسی‌های زاید و دست و پاگیر اداری افزایش و تأمین منابع مالی در فرآیند تولید سخت تر گردد، قاعدتاً دلالی در پوستین یک تهدید نمایان خواهد شد و ضمن به هم زدن سیکل بازار برای کسب سود بیشتر، فرآیند توسعه را کند خواهد کرد.

منابع

- لشکری، محمد. (۱۳۸۶). توسعه اقتصادی و برنامه ریزی، پیام نور
- عظیمی، حسین. (۱۳۸۳). مدارهای توسعه نیافتگی در اقتصاد ایران، نشر نی
- گریفین، کیت. (۱۳۸۸). راهبردهای توسعه اقتصادی، ترجمه ی حسین راغفر، نشر نی
- عظیمی، حسین. (۱۳۹۱). اقتصاد ایران: توسعه، برنامه ریزی، سیاست و فرهنگ، مقاله فرهنگ و توسعه، به کوشش خسرو نورمحمدی، نشر نی
- مجموعه قوانین حقوقی ایران
- آخوندی رضا. (۱۳۸۴). عاملیت تجاری در حقوق ایران و فرانسه. تهران: دادگستر، ص ۴۹.
- ستوده تهرانی حسن. حقوق تجارت (جلد چهارم). محسن صفری. تهران: دادگستر، ۸۲، ۵۰.
- دمیرچلی محمد، قزایی علی، حاتمی محسن. (۱۳۸۶). قانون تجارت در نظم حقوقی کنونی. تهران: میثاق عدالت، ص ۶۸۳.