

سنجش دیدگاه مضمولان کالابری درباره ابعاد مختلف طرح

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

شماره مسلسل:
۲۱۰۷۹



مرکز پژوهش‌های
مجلس شورای اسلامی

تاریخ انتشار:
۱۴۰۴/۷/۲۸

عنوان گزارش:
سنجش دیدگاه مضمولان کالابریگ درباره ابعاد مختلف طرح

نام دفتر:
افکارسنجی ملت

تهیه و تدوین کنندگان:
ملیحه سپاسگر،
زهراسادات مشکانی فراهانی،
سعید آجورلو

مدیر مطالعه:
محمدجواد بادین فکر

همکاران:

سیدهادی موسوی نیک و شهاب‌الدین فولادی مقدم (دفتر مطالعات بخش عمومی)،
محمدرضا عبداللهی (دفتر مطالعات اقتصادی)، پیام افشار دوست (وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی)،
حمیده شهبازی، فاطمه امیری شاد، زهرا ریاضیات، حورا حیدری دولابی،
زهرا زینلی، لیلا اسدالهی، مهدیه اکبری، فاطمه مرادی و مهدی صادقیها (افکارسنجی ملت)

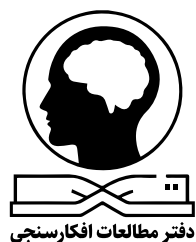
ناظران علمی:
وحید کشافی نیا،
علیرضا خوشگویان فرد

صفحه‌آرا و گرافیک:
نرجس امیراحمدی

ویراستار ادبی:
شیوا امین اسکندری

واژه‌های کلیدی:

۱. افکارسنجی
۲. کالابریگ
۳. رضایت مردم از کالابریگ
۴. ارزیابی طرح کالابریگ
۵. دهک بندی خانوارها
۶. دهک معیشتی خانوار
۷. اقلام خوراکی



دفتر مطالعات افکارسنجی

فهرست مطالب

۲۳	بخش سوم: اولویت‌های مشمولان طرح در تخصیص کالا برگ	۷	چکیده
۲۳	۱-۳. تمایل برای مبادله کالا برگ با وجه نقد	۹	مقدمه
۲۴	۲-۳. تعویض کالا برگ با وجه نقدی کمتر	۱۰	معرفی پیمایش
۲۵	۳-۳. گروه‌های هدف دریافت کالا برگ	۱۱	ویژگی‌های جمعیت شناختی نمونه
۲۷	۴-۱. اولویت تخصیص کالا برگ به گروه‌های خاص	۱۳	۱. بخش اول: سنجش استفاده مشمولان طرح از کالا برگ
۲۸	۵-۳. الگوی مناسب تخصیص کالا برگ: برابری یا هدفمندی در سهمیه	۱۳	۱-۱. نوبت‌های دریافت کالا برگ
۲۹	۶-۳. الگوی مناسب تخصیص کالا برگ: یکسان‌سازی یا تنوع منطقه‌ای در سهمیه	۱۵	۱-۲. کالای خریداری شده به وسیله کالا برگ
۳۰	۷-۳. نوع حمایت معیشتی دولت	۱۶	۱-۳. خرید کالاهای خارج از سبد پیشنهادی به وسیله کالا برگ
۳۱	۸-۳. تخصیص عادلانه کالا برگ	۱۷	۱-۴. فروشگاه‌های منتخب برای خرید با کالا برگ
۳۲	۹-۳. عدالت در دهک‌بندی اقتصادی خانوارها توسط دولت	۱۸	۱-۵. تأمین نیازهای غذایی خانواده به وسیله کالا برگ
۳۳	۱۰-۳. منابع مالی برای تأمین مواد غذایی اساسی	۱۹	۱-۶. نحوه پیگیری اخبار مربوط به کالا برگ
۳۴	۱۱-۳. رضایت کلی از اجرای طرح کالا برگ	۲۰	۱-۷. مبادله کالا برگ با وجه نقد
۳۵	سؤال‌های پرسش‌نامه	۲۱	۲. بخش دوم: مشکلات احتمالی کالا برگ

فهرست جداول

۱۴	جدول ۱. نوبت‌های دریافت کالا برگ توسط مشمولان طرح به تفکیک دهک‌های درآمدی آنها
۱۵	جدول ۲. نوبت‌های دریافت کالا برگ توسط مشمولان طرح به تفکیک متوسط درآمد ماهانه خانوار آنها
۱۸	جدول ۳. نظر مردم درباره تأمین نیازهای غذایی خانوار با کالا برگ به تفکیک دهک‌های درآمدی آنها
۲۵	جدول ۴. نظر مردم درباره مشمولان دریافت کالا برگ به تفکیک دهک درآمدی آنها
۲۶	جدول ۵. نظر مردم درباره مشمولان دریافت کالا برگ به تفکیک متوسط درآمد ماهانه خانوار آنها
۲۶	جدول ۶. نظر مردم درباره مشمولان دریافت کالا برگ به تفکیک محل سکونت و تحصیلات آنها
۲۹	جدول ۷. نظر مردم هم‌زمان درباره مشمولان دریافت کالا برگ و الگوی یکسان‌سازی یا تنوع منطقه‌ای در سهمیه کالا برگ

فهرست اشکال

- شکل ۱. نمودار ویژگی‌های جمعیت‌شناختی نمونه ۱۱
- شکل ۲. نمودار متوسط درآمد خانوار پاسخ‌گویان ۱۲
- شکل ۳. نمودار سهم کالابرگ هر عضو خانواده پاسخ‌گویان ۱۲
- شکل ۴. نمودار نوبت‌های دریافت کالابرگ توسط مردم ۱۳
- شکل ۵. نمودار تعداد دفعات استفاده از طرح کالابرگ ۱۴
- شکل ۶. نمودار کالاهای خریداری شده توسط مردم با کالابرگ ۱۵
- شکل ۷. نمودار خرید کالاهای خارج از سبد پیشنهادی به وسیله کالابرگ توسط مردم ۱۶
- شکل ۸. نمودار فروشگاه‌های منتخب مردم برای خرید با کالابرگ ۱۷
- شکل ۹. نمودار نظر مردم درباره تأمین نیازهای غذایی خانوار با کالابرگ ۱۸
- شکل ۱۰. نمودار نحوه پیگیری اخبار مربوط به کالابرگ توسط مردم ۱۹
- شکل ۱۱. نمودار مشاهده و گذاری کالابرگ در ازای دریافت وجه نقد توسط مردم ۲۰
- شکل ۱۲. نمودار مواجهه مردم با مشکلات احتمالی کالابرگ ۲۱
- شکل ۱۳. نمودار تعداد مشکلات مواجهه شده هنگام مراجعه حضوری ۲۲
- شکل ۱۴. نمودار ترجیح مردم برای مبادله کالابرگ با وجه نقد ۲۳
- شکل ۱۵. نمودار نظر مردم درباره کاهش مبلغ کالابرگ در ازای دریافت نقدی آن ۲۴
- شکل ۱۶. نمودار نظر مردم درباره مشمولان دریافت کالابرگ ۲۵
- شکل ۱۷. نمودار اولویت مردم در تخصیص کالابرگ به گروه‌های خاص ۲۷
- شکل ۱۸. نمودار نظر مردم درباره الگوی برابری یا هدمندی در سهمیه کالابرگ ۲۸
- شکل ۱۹. نمودار نظر مردم درباره الگوی یکسان‌سازی یا تنوع منطقه‌ای در سهمیه کالابرگ ۲۹
- شکل ۲۰. نمودار ترجیحات مردم در نوع حمایت معیشتی دولت ۳۰
- شکل ۲۱. نمودار ادراک مردم از تخصیص عادلانه کالابرگ ۳۱
- شکل ۲۲. نمودار ادراک مردم از عدالت در دهک‌بندی اقتصادی خانوارها توسط دولت ۳۲
- شکل ۲۳. نمودار منابع مالی مردم برای تأمین مواد غذایی ضروری خانواده‌شان ۳۳
- شکل ۲۴. نمودار رضایت کلی مردم از اجرای طرح کالابرگ ۳۴

سنجش دیدگاه مشمولان کالا برگ درباره ابعاد مختلف طرح

Doi: 10.22034/report.mrc.2025.1404.33.7.21079

چکیده



مرکز افکارسنجی ملت، نظرسنجی حاضر را در مردادماه سال ۱۴۰۴ انجام داده است. جامعه آماری پیمایش، همه سرپرستان خانوار از دهک‌های اقتصادی ۱ تا ۷ در کل کشور بوده‌اند. در این پیمایش تعداد ۸۵۰ پرسش‌نامه به روش تلفنی از این جامعه آماری گردآوری شده است که هدف از اجرای آن، سنجش دیدگاه مشمولان طرح کالا برگ^۱ نسبت به ابعاد مختلف این طرح است. مهم‌ترین یافته‌های این پیمایش به شرح زیر است:

استفاده مشمولان طرح از کالا برگ

* از بین سه نوبت اجرای کالا برگ، ۸۳/۹ درصد از مشمولان طرح اعلام کرده‌اند در «نوبت اسفندماه»، ۸۸/۱ درصد در «نوبت فروردین‌ماه» و ۶۰/۸ درصد در نوبت «مردادماه» از آن استفاده کرده‌اند. قابل توجه است که ۵۰/۴ درصد از مشمولان طرح، در هر سه نوبت اجرا شده، ۳۳/۳ درصد در دو نوبت و ۱۵/۲ درصد در یک نوبت از طرح کالا برگ استفاده کرده‌اند.

* در بین کالاهای اصلی قابل عرضه با کالا برگ، به ترتیب «روغن» توسط ۸۷/۵ درصد، «قند و شکر» توسط ۶۶/۵ درصد، «تخم مرغ» توسط ۶۲/۷ درصد، «لبنیات» توسط ۵۷/۵ درصد، «حبوبات» توسط ۵۶/۷ درصد، «برنج» توسط ۵۵/۸ درصد، «مرغ» توسط ۵۵/۲ درصد و «گوشت» توسط ۳۶/۱ درصد از دریافت‌کنندگان کالا برگ خریداری شده است.

* حدوداً نیمی از مشمولان طرح کالا برگ (۵۶/۵ درصد) اذعان کرده‌اند با کالا برگ خود فقط همان ۱۱ قلم کالای مشخص شده توسط دولت را خریداری کرده‌اند. بجز این کالاها، ۲۲/۴ درصد از این افراد به وسیله کالا برگ خود «مواد شوینده» و ۹/۳ درصد «لوازم بهداشتی» دیگری تهیه کرده‌اند. همچنین، ۵/۹ درصد «زُب» و ۳/۱ درصد «چای» و ۸/۸ درصد «مواد خوراکی و تنقلات دیگری» را به وسیله کالا برگ خریداری کرده‌اند.

* در حالی که حدود نیمی از دریافت‌کنندگان کالا برگ (۵۱/۶ درصد) «فروشگاه‌های زنجیره‌ای» را برای تهیه اقلام مشخص

شده در کالا برگ ترجیح می‌دهند، ۳۸/۹ درصد «مغازه‌ها و سوپرمارکت‌های محلی» را برای خرید انتخاب کرده‌اند. * تنها ۸/۷ درصد از کاربران، سهمیه کالا برگ را برای تأمین نیازهای غذایی ماهانه خانواده‌شان کافی می‌دانند. این نتیجه در حالی به دست آمده که ۵۶/۱ درصد از این افراد بیان کرده‌اند کالاهای خریداری شده با استفاده از کالا برگ برای تأمین نیازهای غذایی خانواده‌شان تا حدی کافی بوده و ۳۳/۴ درصد این سهمیه را اصلاً کافی نمی‌دانند.

* نزدیک به یک‌سوم از دریافت‌کنندگان کالا برگ (۳۲/۵ درصد) اخبار و اطلاعات مربوط به کالا برگ را بیشتر از طریق «صداوسیما» دریافت می‌کنند. علاوه بر این، ۲۰/۶ درصد از طریق «شبکه‌های اجتماعی»، ۱۶/۶ درصد از طریق «خانواده، دوستان و اطرافیان»، ۱۰ درصد از طریق «فروشگاه‌ها و مغازه‌ها» و ۸ درصد از طریق «پیامک» پیگیر اخبار مربوط به کالا برگ هستند.

* درباره تجربه واگذاری کالا برگ به دیگران در ازای دریافت وجه نقد، ۸۴/۴ درصد از پاسخ‌گویان اظهار کرده‌اند که چنین موضوعی را در میان اطرافیان خود مشاهده نکرده‌اند و تنها ۶ درصد شاهد این عمل بوده‌اند.

مشکلات احتمالی کالا برگ

مواجهه کاربران با برخی چالش‌های احتمالی در طرح کالا برگ مشخص کرده که به ترتیب چالش موجود نبودن برخی از اقلام کالا برگ در فروشگاه‌ها (۵۳/۹ درصد)، محدود بودن خرید به ۱۱ قلم مواد خوراکی (۵۰/۸ درصد)، شلوغی و

۱. گفتنی است در ادامه گزارش، مشمولان طرح کالا برگ، گاهی تحت عنوان «مردم» خطاب شده است.



درصد) موافق آن هستند که «افراد کم‌درآمد، سهمیه کالابریگ بیشتری دریافت کنند» و ۲۵/۹ درصد نیز ترجیح می‌دهند که «همه به یک میزان این سهمیه را دریافت کنند».

* ۶۲/۵ درصد از مشمولان طرح کالابریگ با این رویکرد موافقت می‌کنند که مقدار کالابریگ «متناسب با شرایط اقتصادی هر منطقه، متفاوت باشد» و در مقابل ۳۵/۳ درصد ترجیح می‌دهند «مقدار کالابریگ در سراسر کشور یکسان باشد».

* نزدیک به نیمی از دریافت‌کنندگان کالابریگ (۴۸/۹ درصد) ترجیح می‌دهند «کالابریگ برای همه مواد خوراکی» باشد. از طرفی، ترجیح ۳۸/۱ درصد بر این است که «به‌جای کالابریگ پول واریز شود» و ۱۰/۷ درصد نیز تمایل دارند که «برای مواد خوراکی معینی کالابریگ داده شود».

* نزدیک به دوسوم (۶۴/۲ درصد) اذعان کرده‌اند کالابریگ به‌درستی به اطرافیان آنها که مستحق دریافت بوده‌اند، تعلق گرفته است. در مقابل، ۲۷/۸ درصد بیان کرده‌اند افرادی در اطراف آنها هستند که کالابریگ دریافت کرده درحالی که مستحق و واجد شرایط دریافت آن نبوده‌اند.

* دهک‌بندی خانوارها از نظر ۱۹/۲ درصد از ذی‌نفعان کالابریگ «اصلاً» عادلانه ارزیابی نشده است. همچنین، ۴۵/۹ درصد این طبقه‌بندی دولت را به‌میزان «کمی» و در مقابل ۲۹/۲ درصد به‌میزان «زیاد» یا «خیلی زیادی» عادلانه تشخیص داده‌اند.

* درباره تهیه مواد غذایی ضروری خانواده‌ها، ۵۶/۱ درصد از دریافت‌کنندگان کالابریگ اظهار کرده‌اند که «بیشتر با درآمد شخصی» اقدام به تهیه مواد غذایی ضروری می‌کنند. علاوه‌بر این، ۲۶/۸ درصد «بیشتر با یارانه و کالابریگ، کمی هم از درآمد شخصی» و ۱۶/۴ درصد «فقط با یارانه نقدی و کالابریگ» مواد غذایی ضروری خانواده خود را تأمین می‌کنند.

* در مجموع حدوداً نیمی از مشمولان طرح کالابریگ (۵۲/۴ درصد) ابراز رضایت «زیاد» یا «خیلی زیاد» از اجرای طرح کالابریگ طی یک‌سال گذشته کرده‌اند. همچنین، ۳۸/۸ درصد به‌میزان «کمی» رضایت داشته و ۷/۶ درصد «اصلاً» از اجرای این طرح راضی نبوده‌اند.

صف‌های طولانی خرید (۳۴/۴ درصد)، کم بودن فروشگاه‌ها و مغازه‌های محل برای خرید کالابریگ (۲۶ درصد)، مشخص نبودن راه‌های ثبت شکایت و بیان مشکلات (۲۵/۱ درصد)، پایین بودن کیفیت محصولات یا اقلام کالابریگی (۲۴/۱ درصد)، فعال نبودن کالابریگ در حالی که واجد شرایط بوده (۲۴ درصد)، دور بودن فروشگاه‌های عرضه‌کننده کالابریگ از محل سکونت (۲۲/۲ درصد)، نپذیرفتن کالابریگ در فروشگاه‌های مشخص شده (۲۰/۴ درصد) و اجبار فروشگاه‌ها به خرید یک برند یا شرکت مشخص از هر کالا (۱۴ درصد) توسط این افراد تجربه شده است.

اولویت‌های مشمولان طرح در تخصیص کالابریگ

* اغلب افراد (۸۹/۸ درصد) با واگذاری کالابریگ خود به دیگران در ازای دریافت وجه نقد مخالف بوده و در مقابل تنها ۸/۵ درصد با این کار موافق هستند.

* نزدیک به یک‌سوم از دریافت‌کنندگان کالابریگ (۳۱/۴ درصد) تمایل دارند مبلغ کالابریگ خود را به‌صورت نقدی دریافت کنند و ۴۲/۴ درصد ترجیح می‌دهند اقلام کالابریگ را دریافت کنند. سایر افراد (۱۱/۴ درصد) ترجیح می‌دهند در صورت امکان به‌طور متوسط ۹۸ هزار و ۱۰۰ تومان از سهمیه کالابریگ هر عضو کاسته شود اما آن را به‌صورت نقدی دریافت کنند.

* ۳۸/۱ درصد از کاربران کالابریگ معتقدند این سهمیه باید به «همه خانواده‌ها» اختصاص یابد. علاوه‌بر این، ۳۳/۹ درصد از این افراد تخصیص کالابریگ به «خانواده‌های کم‌درآمد و با درآمد متوسط» را مناسب‌تر می‌دانند و ۲۶/۷ درصد «فقط خانواده‌های کم‌درآمد» را مستحق دریافت این خدمت می‌دانند.

* اولویت دریافت کالابریگ به‌ترتیب از نظر ۳۹/۳ درصد از مردم با «خانواده‌های کم‌درآمد»، از نظر ۲۲/۶ درصد با «زنان سرپرست خانوار»، از نظر ۱۷/۲ درصد با «معلولین»، از نظر ۷/۸ درصد با «خانواده‌های دارای کودک» و از نظر ۳/۴ درصد از مردم با «سالمندان» است.

* نزدیک به سه‌چهارم از دریافت‌کنندگان کالابریگ (۷۲/۸)

مقدمه

طرح کالابریک الکترونیکی با هدف حمایت از خانواده‌های کم‌درآمد و اقشار آسیب‌پذیر، کاهش نابرابری‌های اجتماعی و کاستن از فشارهای اقتصادی ناشی از تورم به اجرا درآمده است و گامی مهم در تحقق عدالت اجتماعی و ارتقای کیفیت زندگی خانوارها محسوب می‌شود. این طرح با تسهیل دسترسی به کالاهای اساسی و بهبود فرایند تأمین و توزیع، می‌تواند ظرفیت قابل توجهی در کاهش هزینه‌های معیشتی و کنترل تورم داشته باشد. طرح کالابریک الکترونیکی با فراهم کردن امکان استفاده از یارانه غیرنقدی برای برخی کالاهای غذایی اساسی، تأثیر مستقیمی بر الگوهای مصرف خانوار دارد. این شیوه تخصیص منابع می‌تواند به تأمین بهتر نیازهای اولیه غذایی خانوارهای هدف کمک کند و در عین حال، زمینه‌ای برای مدیریت هدفمندتر حمایت‌های دولتی فراهم آورد.

در همین راستا، مجلس شورای اسلامی در چارچوب اسناد بالادستی، بر ضرورت استفاده بهینه از ظرفیت کالابریک الکترونیکی تأکید کرده است. در ماده (۳۱) قانون برنامه هفتم توسعه و در تبصره ((۱۳)) قانون بودجه سال ۱۴۰۴ نیز بر استفاده دولت از این ظرفیت به منظور بهبود کارآمدی در تخصیص منابع یارانه‌ای و ارتقای عدالت اقتصادی تأکید شده است. این مصوبات نشان‌دهنده رویکرد نظام تقنینی کشور در جهت تقویت سیاست‌های حمایتی هدفمند و بازتوزیع عادلانه منابع در قالب الگوهای غیرنقدی است. با توجه به این چارچوب‌های قانونی و اهداف کلان، ارزیابی اثربخشی واقعی این سیاست در سطح جامعه و از منظر دریافت کنندگان آن، ضروری به نظر می‌رسد.

از این رو، این نظرسنجی با هدف بررسی میزان استفاده شهروندان مشمول دریافت کالابریک (هفت دهک درآمدی) از این طرح، سطح رضایتمندی آنان از اجرای طرح کالابریک و شناسایی چالش‌ها و موانع احتمالی در فرایند بهره‌برداری از آن انجام شده است. همچنین، ترجیحات مردم در زمینه نحوه تخصیص یارانه غیرنقدی، نوع اقلام مشمول، شیوه دریافت کمک (کالابریک یا نقدی) و ادراک از عدالت در دهک‌بندی اقتصادی مورد ارزیابی قرار گرفته است. امید است یافته‌های این پژوهش، با ارائه تصویری واقع‌گرایانه از تجربه شهروندان، بتواند به تصمیم‌گیری آگاهانه‌تر در سطوح سیاست‌گذاری کمک کرده و زمینه ارتقای اثربخشی، کارآمدی و مقبولیت اجتماعی طرح کالابریک را فراهم آورد.

زمان گردآوری داده‌ها: ۵ تا ۷ مردادماه سال ۱۴۰۴.
جامعه آماری پیمایش: همه سرپرستان خانوار با دهک‌های اقتصادی ۱ تا ۷ در سراسر کشور.
شیوه نمونه‌گیری: نمونه‌گیری تصادفی ساده.
اندازه نمونه: براساس فرمول کوکران با حداکثر خطای ۳/۴ درصد و ضریب اطمینان ۹۵ درصد برابر با ۸۵۰ محاسبه شده است.

ابزار گردآوری داده: پرسش‌نامه محقق‌ساخته.
ابزار تحلیل داده: نرم‌افزارهای Excel و SPSS ۲۶
شیوه گردآوری: مصاحبه تلفنی توسط پرسشگر.
روش تحلیل آماری: علاوه بر جداول و شکل‌های توصیفی تک‌متغیره، اطلاعات جداول متقاطع معنادار نیز ارائه شده است.

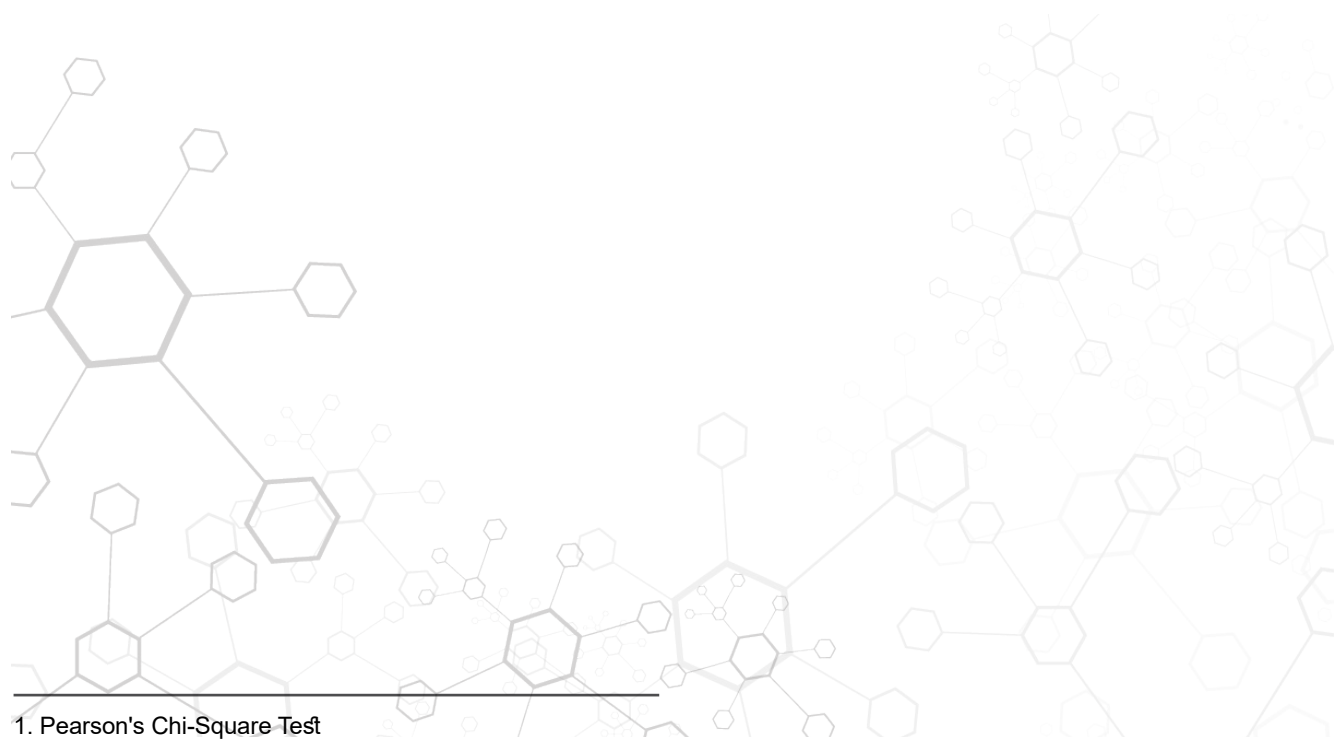
ملاحظات درباره گزارش:

* در حین گردآوری داده‌ها، گزینه‌های «سایر»، «نمی‌دانم» و «بی‌پاسخ» برای پاسخ‌گو خوانده نشده است. این گزینه‌ها و سایر گزینه‌هایی که به‌طور موردی در سؤال‌ها برای پاسخ‌گو خوانده نمی‌شود، با رنگ خاکستری در نمودار نمایش داده می‌شود.

* در مواردی که درصد فراوانی گزینه‌های «بی‌پاسخ/نمی‌دانم» کوچک‌تر یا مساوی عدد ۱ است، گزینه مذکور در نمودار نمایش داده نشده است. بنابراین، جمع درصد فراوانی گزینه‌ها در این نمودارها، کمتر از عدد ۱۰۰ است.

* در گزارش، پانویس $P_value < 0/05$ به‌معنای این است که آزمون آماری خی-دو پیرسون^۱ یا سایر آزمون‌های انجام شده به اقتضای متغیر مورد نظر و هدفی که دنبال می‌شود، معنادار شده است.

* در تمام جداول متقاطع، موارد «سایر» و «بی‌پاسخ/نمی‌دانم» از تحلیل آماری حذف شده است.



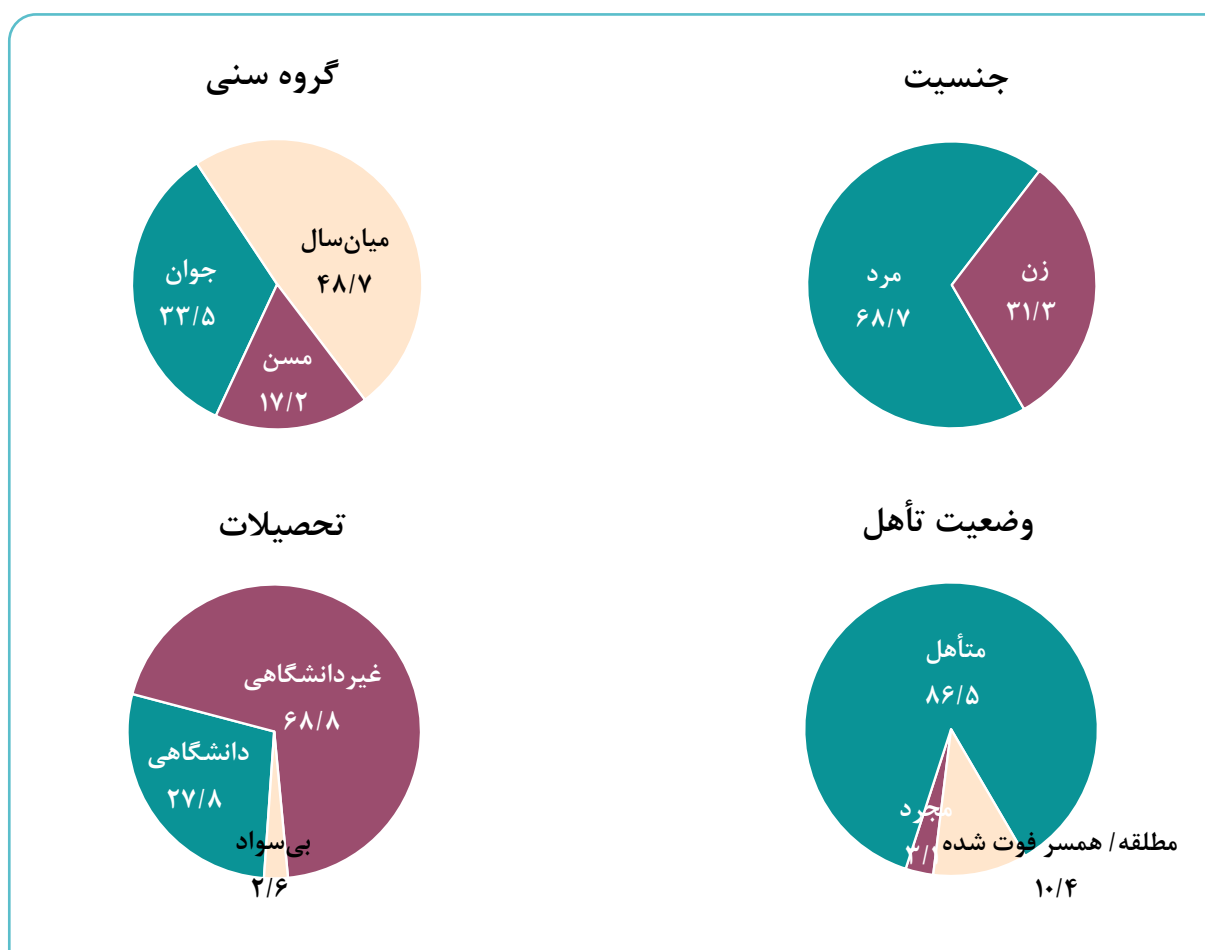
1. Pearson's Chi-Square Test

ویژگی‌های جمعیت شناختی نمونه



- * ۶۸/۷ درصد از پاسخ‌گویان مرد و ۳۱/۳ درصد زن هستند^۱.
- * ۳۳/۵ درصد در بازه سنی ۱۸ تا ۳۵ سال (جوان)، ۴۸/۷ درصد در بازه سنی ۳۶ تا ۵۰ سال (میان‌سال) و ۱۷/۲ درصد در بازه سنی بیش از ۵۰ سال (مسن^۲) قرار دارند.
- * ۲۷/۸ درصد دارای تحصیلات دانشگاهی، ۶۸/۸ درصد دارای تحصیلات غیردانشگاهی و ۲/۶ درصد نیز بی‌سواد هستند^۳.
- * ۸۶/۵ درصد از پاسخ‌گویان متأهل و ۳/۱ درصد مجرد هستند. علاوه بر این، ۱۰/۴ درصد همسرشان فوت شده یا مطلقه هستند.
- * ۱۷/۸ درصد از پاسخ‌گویان ساکن مراکز استان، ۵۹/۸ درصد ساکن شهرهای تابعه و ۲۲/۴ درصد ساکن روستاهای کشور هستند.

شکل ۱. نمودار ویژگی‌های جمعیت شناختی نمونه (درصد)

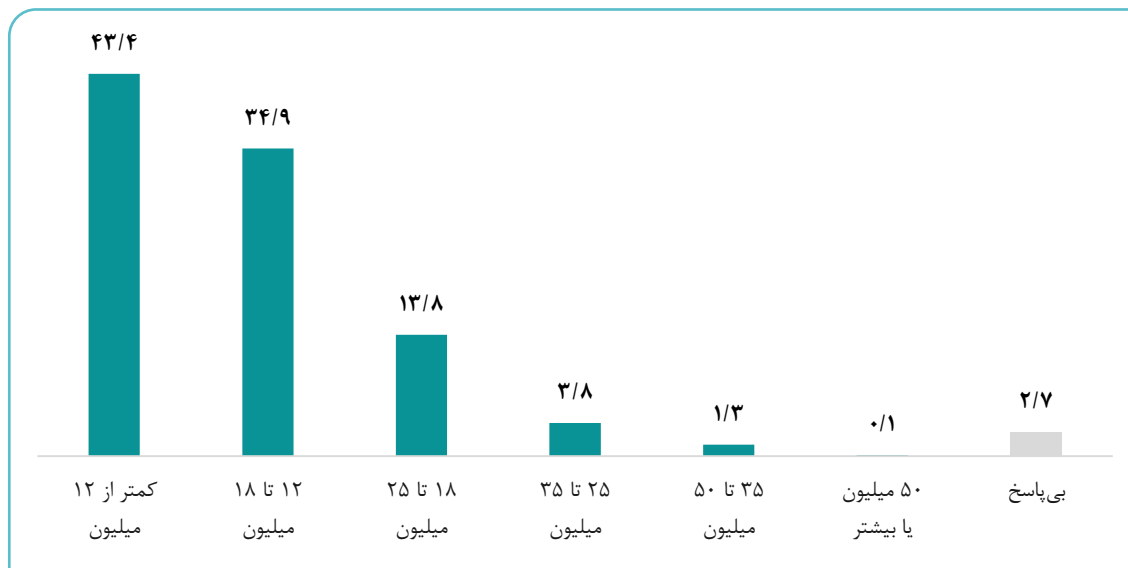


۱. با توجه به آنکه جامعه آماری این پیمایش سرپرستان خانوار است، ترکیب جنسیتی با نسبت‌های متداول تفاوت دارد.
۲. از آنجا که جامعه آماری این پیمایش را سرپرستان خانوار تشکیل می‌دهد، درصد سرپرستان که بیش از ۶۰ سال هستند (۴/۷ درصد)، برای انجام تحلیل‌های آماری کافی نیست. از این‌رو، در این پژوهش افراد بالای ۵۰ سال به عنوان گروه «مسن» در نظر گرفته می‌شوند.
۳. گروه غیردانشگاهی شامل افراد با تحصیلات ابتدایی، راهنمایی، دبیرستان، دیپلم و پیش‌دانشگاهی و گروه دانشگاهی شامل افراد با تحصیلات فوق‌دیپلم، لیسانس، فوق‌لیسانس، دکتری و حوزوی است.



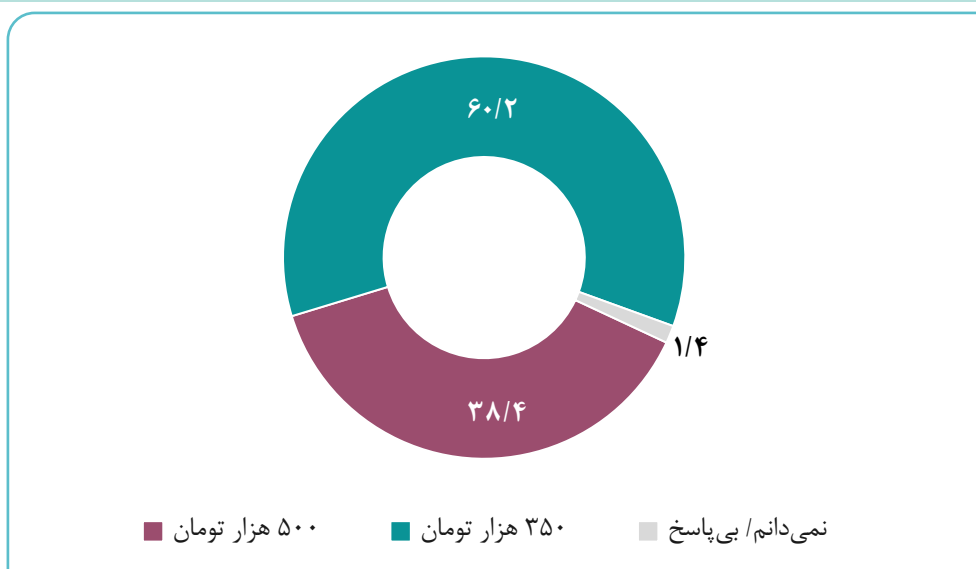
طبق اظهار پاسخ‌گویان، به‌لحاظ وضعیت درآمد، به‌طور متوسط کمتر از ۱۲ میلیون تومان، ۳۴/۹ درصد ۱۲ تا ۱۸ میلیون تومان، ۱۳/۸ درصد ۱۸ تا ۲۵ میلیون تومان و ۵/۲ درصد به‌طور متوسط ۲۵ میلیون تومان یا بیشتر درآمد دارند.

شکل ۲. نمودار متوسط درآمد خانوار پاسخ‌گویان (درصد)



۶۰/۲ درصد از پاسخ‌گویان اظهار کرده‌اند در حال حاضر هر عضو خانواده‌شان مبلغ ۳۵۰ هزار تومان سهمیه کالا برگ دریافت می‌کند. همچنین، ۳۸/۴ درصد از آنها سهمیه کالا برگ دریافتی به‌ازای هر عضو خانواده‌شان را مبلغ ۵۰۰ هزار تومان اعلام کرده‌اند.

شکل ۳. نمودار سهم کالا برگ هر عضو خانواده پاسخ‌گویان (درصد)





۱. بخش اول: سنجش استفاده مشمولان طرح از کالابریک

در این بخش، پس از ارائه توضیحاتی^۱، از دریافت کنندگان کالابریک، درباره دفعات استفاده از کالابریک، اولویت کالاهای خریداری شده، فروشگاه‌های منتخب آنها، مبادله کالابریک با وجه نقد، کافی بودن میزان کالابریک و پیگیری اخبار مربوط به آن سؤال شده است. در ادامه، نتایج به دست آمده بررسی می‌شود.

۱-۱. نوبت‌های دریافت کالابریک

در قالب یک سؤال چند گزینه‌ای از پاسخ‌گویان سؤال شده است «تابه‌حال در کدام نوبت‌ها از کالابریک استفاده کرده‌اید؟». در پاسخ، ۸۳/۹ درصد در نوبت «اسفندماه»، ۸۸/۱ درصد در نوبت «فروردین‌ماه» و ۶۰/۸ درصد در نوبت «مردادماه»^۲ را نام برده‌اند.

شکل ۴. نمودار نوبت‌های دریافت کالابریک توسط مردم^۳ (درصد)



۱. توضیحات بدین شرح بوده است: در یک سال گذشته طرح کالابریک در سه نوبت اجرا شده است: مرحله اول در اسفند پارسال، مرحله دوم در فروردین‌ماه و مرحله سوم نیز در حال اجراست.

۲. گفتنی است این نظرسنجی هم‌زمان با اجرای نوبت سوم طرح کالابریک انجام شده است. از این رو، پایین بودن درصد نوبت سوم می‌تواند ناشی از ادامه داشتن زمان استفاده از طرح باشد.

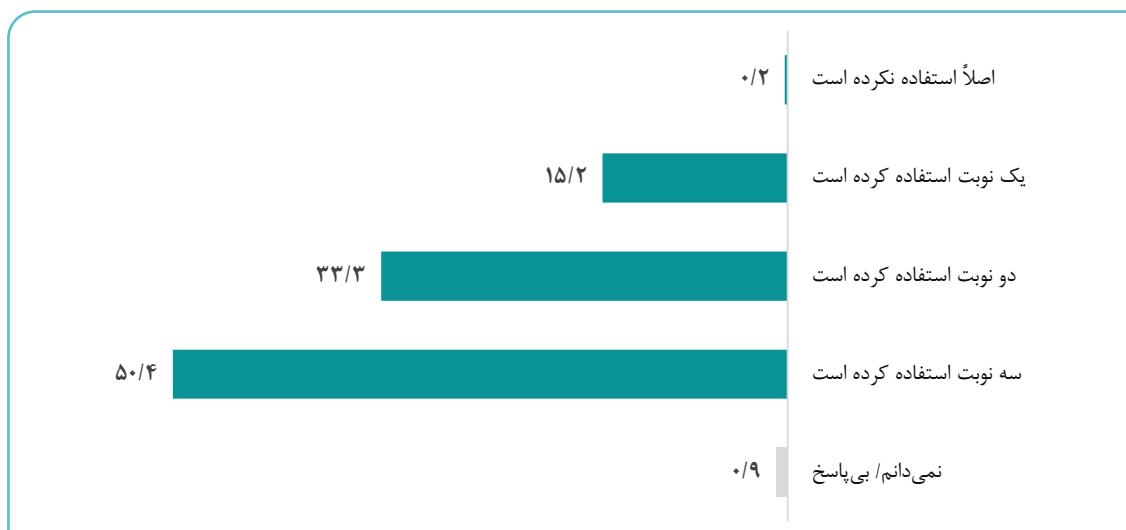
۳. کلمه «مردم» در ادامه گزارش، به جای عبارت «مشمولان طرح کالابریک» استفاده شده است.

۴. از آنجاکه پاسخ‌گویان قادر به انتخاب بیش از یک گزینه بوده‌اند، جمع درصدهای فراوانی از عدد ۱۰۰ بیشتر است.



مطابق با نتایج به دست آمده، ۵۰/۴ درصد از مشمولان طرح در هر سه نوبت، ۳۳/۳ درصد در دو نوبت و ۱۵/۲ درصد فقط در یک نوبت از کالابریک خود استفاده کرده‌اند.

شکل ۵. نمودار تعداد دفعات استفاده از طرح کالابریک (درصد)



نتایج حاصل از آزمون‌های آماری نشان می‌دهد،

* در دو نوبت اول، یعنی اسفندماه و فروردین‌ماه، تفاوت معناداری میان درصد استفاده‌کنندگان از کالابریک در دهک‌های درآمدی مختلف مشاهده نمی‌شود؛ اما در نوبت آخر، یعنی مردادماه، افرادی که در دهک‌های درآمدی ۶ و ۷ قرار دارند، کمتر از طرح استقبال کرده‌اند.

جدول ۱. نوبت‌های دریافت کالابریک توسط مشمولان طرح به تفکیک دهک‌های درآمدی آنها (درصد)

دهک‌های درآمدی							نوبت‌های دریافت کالابریک
دهک اول	دهک دوم	دهک سوم	دهک چهارم	دهک پنجم	دهک ششم	دهک هفتم	
۸۹/۸	۸۴/۲	۸۴/۵	۸۳/۹	۸۴/۳	۸۴	۸۳/۶	نوبت اسفندماه
۹۲/۴	۸۹/۲	۸۷/۹	۸۹/۵	۸۶/۸	۸۸/۲	۹۰/۲	نوبت فروردین‌ماه
۷۹/۷	۷۵/۸	۷۰/۷	۷۲/۶	۷۱/۹	۳۰/۳	۳۰/۳	نوبت مردادماه

* در دو نوبت اول، یعنی اسفندماه و فروردین‌ماه، تفاوت معناداری میان درصد استفاده‌کنندگان از طرح در دسته‌های درآمدی تعریف شده مشاهده نمی‌شود؛ اما در نوبت آخر، یعنی مردادماه، افرادی که متوسط درآمد ماهانه آنها از ۱۸ میلیون بیشتر است، کمتر از کالابریک خود استفاده کرده‌اند.

1. P_value < 0.05

جدول ۲. نوبت‌های دریافت کالابریک توسط مشمولان طرح به تفکیک متوسط درآمد ماهیانه خانوار آنها (درصد)

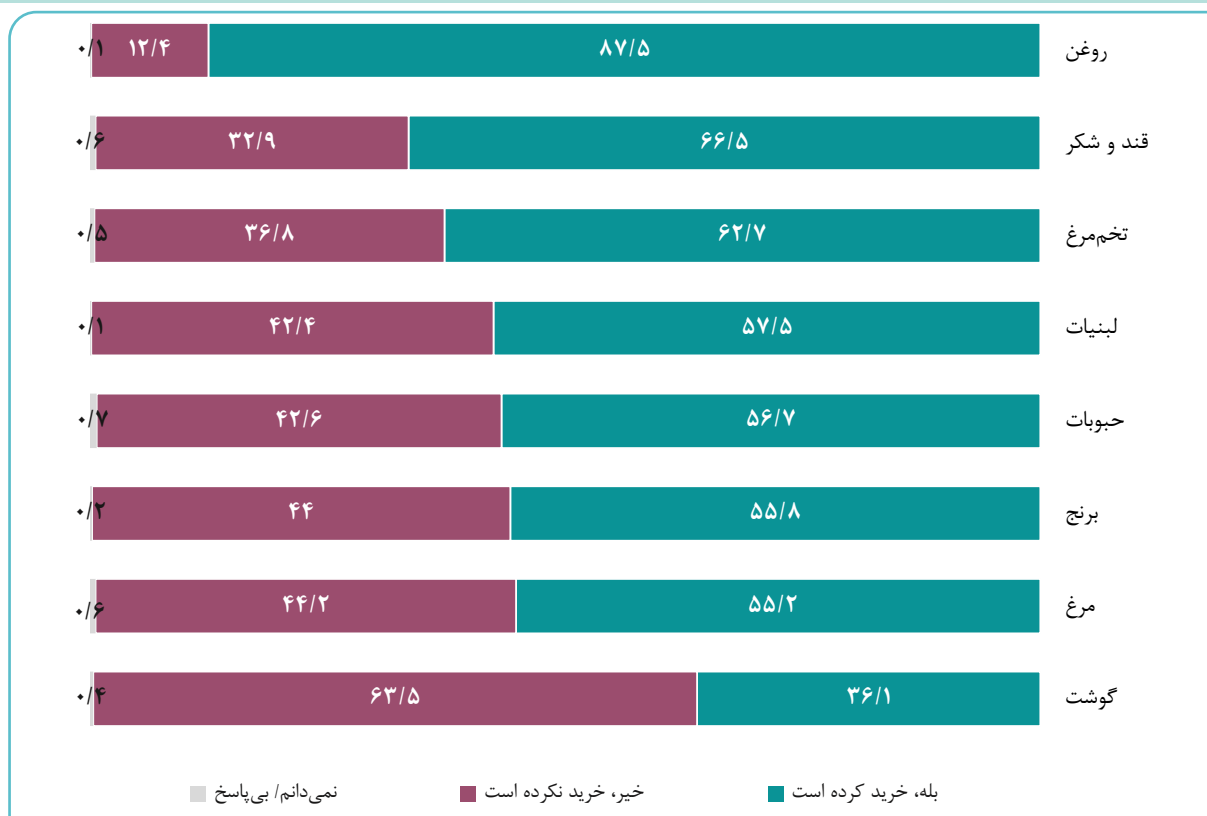
متوسط درآمد ماهیانه خانوار			نوبت اسفندماه	نوبت فروردین‌ماه	نوبت مردادماه	نوبت‌های دریافت کالابریک
کمتر از ۱۲ میلیون	۱۲ تا ۱۸ میلیون	۱۸ میلیون یا بیشتر				
۸۴/۹	۸۶/۳	۸۱/۳				
۸۹/۸	۸۹/۴	۸۷/۵				
۶۶/۵	۶۰/۸	۵۰				

* در نوبت‌های استفاده ساکنان نقاط مختلف کشور (مرکز استان، شهر تابعه و روستا) تفاوت معناداری مشاهده نمی‌شود.

۱-۲. کالای خریداری شده به وسیله کالابریک

از پاسخ‌گویان پرسیده شده «از میان کالاهایی که نام می‌برم، بفرمایید کدام موارد را با کالابریک خریداری کردید؟». در بین مواردی که نام برده شد، به ترتیب «روغن» توسط ۸۷/۵ درصد، «قند و شکر» توسط ۶۶/۵ درصد، «تخم مرغ» توسط ۶۲/۷ درصد، «لبنیات» توسط ۵۷/۵ درصد، «حبوبات» توسط ۵۶/۷ درصد، «برنج» توسط ۵۵/۸ درصد، «مرغ» توسط ۵۵/۲ درصد و «گوشت» توسط ۳۶/۱ درصد از مشمولان طرح با استفاده از کالابریک خریداری شده است.

شکل ۶. نمودار کالاهای خریداری شده توسط مردم با کالابریک (درصد)

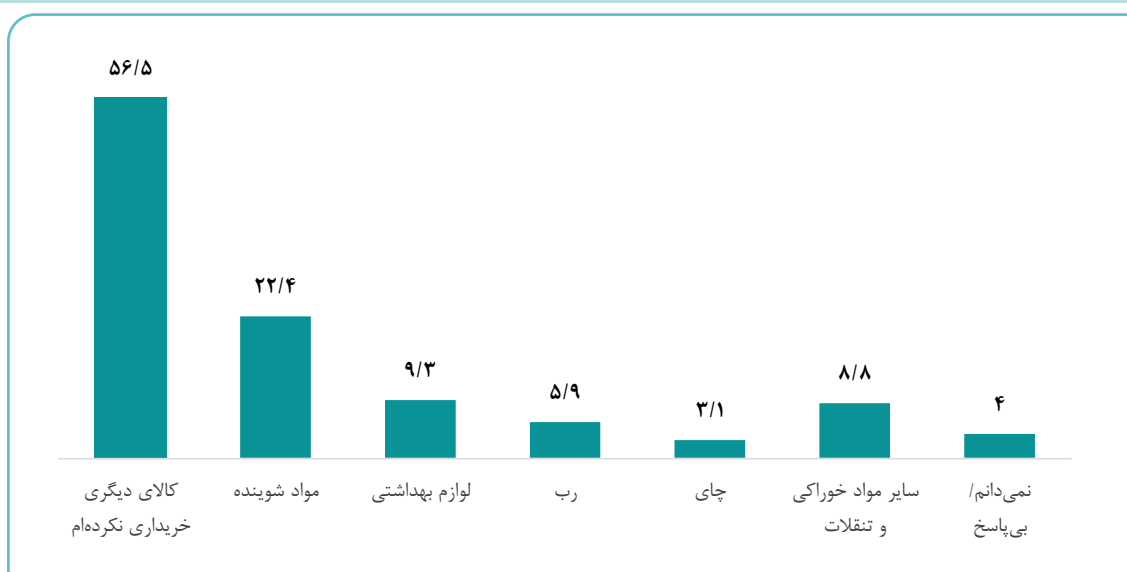




۳-۱. خرید کالاهای خارج از سبد پیشنهادی به وسیله کالابرگ

در قالب یک سؤال باز از پاسخ‌گویان پرسیده شده است «به‌غیر از مواردی که نام برده شد، شما چه کالای دیگری را با سهمیه کالابرگ خریداری کرده‌اید؟». در پاسخ حدوداً نیمی از پاسخ‌گویان (۵۶/۵ درصد) اذعان کرده‌اند غیر از موارد نام برده شده در سهمیه کالابرگ، کالای دیگری خریداری نکرده‌اند. از طرفی، نیمی از مضمولان (۴۹/۵ درصد) به وسیله کالابرگ خود کالایی غیر از اقلام تأیید شده تهیه کرده‌اند؛ به طوری که ۲۲/۴ درصد از این افراد «مواد شوینده» و ۹/۳ درصد «لوازم بهداشتی» تهیه کرده‌اند. همچنین، ۵/۹ درصد «رُب»، ۳/۱ درصد «چای» و ۸/۸ درصد «مواد خوراکی و تنقلات دیگری» را به وسیله کالابرگ خریداری کرده‌اند.

شکل ۷. نمودار خرید کالاهای خارج از سبد پیشنهادی به وسیله کالابرگ توسط مردم^۱ (درصد)

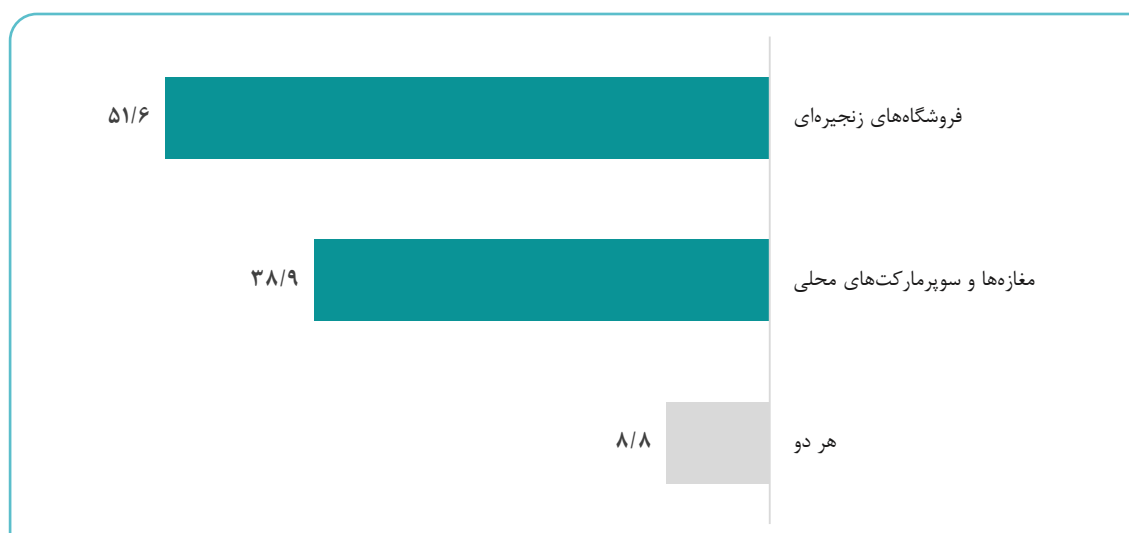


۱. از آنجا که پاسخ‌گویان قادر به نام بردن بیش از یک مورد بوده‌اند، جمع درصدهای فراوانی از عدد ۱۰۰ بیشتر است

۴-۱. فروشگاه‌های منتخب برای خرید با کالابرگ

در پاسخ به سؤال «با کالابرگ بیشتر از کدام فروشگاه‌ها خرید کرده‌اید؟»، حدود نیمی از دریافت‌کنندگان کالابرگ (۵۱/۶ درصد) «فروشگاه‌های زنجیره‌ای مثل افق کوروش» و ۳۸/۹ درصد «مغازه‌ها و سوپرمارکت‌های محلی» را به‌عنوان فروشگاه منتخب خود برای تهیه اقلام مشخص شده در کالابرگ انتخاب کرده‌اند. همچنین، ۸/۸ درصد از مردم برای خرید به‌وسیله کالابرگ به «هر دو» نوع فروشگاه مراجعه کرده‌اند.

شکل ۸. نمودار فروشگاه‌های منتخب مردم برای خرید با کالابرگ (درصد)



نتایج آماری نشان می‌دهد^۱،

* کسانی که از فروشگاه‌های زنجیره‌ای خرید می‌کنند، بیشتر از کسانی که از مغازه‌ها و سوپرمارکت‌های محلی استفاده می‌کنند، به‌وسیله کالابرگ خود گوشت و لبنیات خریداری کرده‌اند. به‌ازای سایر اقلام قابل خرید با کالابرگ، تفاوت معناداری میان این دو محل قابل خرید، مشاهده نشده است.

* جوانان بیشتر از سایر گروه‌های سنی ابراز کرده‌اند با کالابرگ خود بیشتر از مغازه‌ها و سوپرمارکت‌های محلی خرید می‌کنند؛ به‌طوری‌که به‌ترتیب ۴۹/۶ درصد از جوانان^۲، ۴۰/۷ درصد از میان‌سالان^۳ و ۳۶/۹ درصد از افراد مسن^۴ چنین گفته‌اند.

1. P_value < 0.05

۲. منظور بازه سنی ۱۸ تا ۳۵ سال است.

۳. منظور بازه سنی ۳۶ تا ۵۰ سال است.

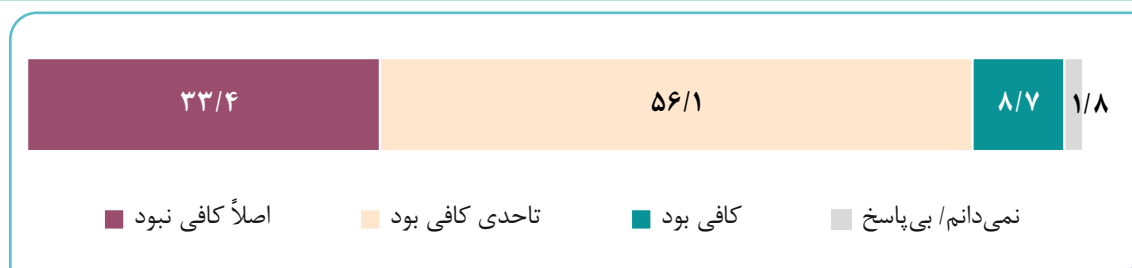
۴. منظور بازه سنی بیش از ۵۰ سال است.



۵-۱. تأمین نیازهای غذایی خانواده به وسیله کالابریک

زمانی که از پاسخ‌گویان سؤال شد «مقدار کالاهایی که با کالابریک خریداری کردید، تا چه حد برای تأمین نیازهای غذایی خانواده شما در طول یک ماه کافی بود؟»، یک سوم از آنها (۳۳/۴ درصد) پاسخ دادند که این مقدار «اصلاً» برای تأمین نیازهای یک ماه خانواده‌شان کافی نبوده است. علاوه بر این، ۵۶/۱ درصد اذعان کرده‌اند کالاهای خریداری شده «تا حدی کافی بوده» و تنها ۸/۷ درصد از مردم این میزان کالا را برای تأمین نیازهای غذایی خانواده‌شان کافی اعلام کرده‌اند.

شکل ۹. نمودار نظر مردم درباره تأمین نیازهای غذایی خانوار با کالابریک (درصد)



مطابق با یافته‌های آماری،

* دهک‌های درآمدی دوم و سوم بیشتر از سایر دهک‌ها، اذعان کرده‌اند سهمیه دریافتی تا حدی نیاز مصرفی یک ماه خانواده آنها را تأمین کرده است.

جدول ۳. نظر مردم درباره تأمین نیازهای غذایی خانوار با کالابریک به تفکیک دهک‌های درآمدی آنها (درصد)

دهک‌های درآمدی							تأمین نیازهای غذایی خانوار با کالابریک
دهک اول	دهک دوم	دهک سوم	دهک چهارم	دهک پنجم	دهک ششم	دهک هفتم	
۳۰/۸	۲۶/۷	۲۳/۷	۴۱	۳۶/۴	۳۵/۶	۴۳/۱	اصلاً کافی نبود
۵۵/۶	۶۳/۸	۷۱/۲	۵۳/۳	۵۵/۴	۵۳/۴	۴۸	تا حدی کافی بود
۱۳/۷	۹/۵	۵/۱	۵/۷	۸/۳	۱۱	۸/۹	کافی بود
۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	مجموع

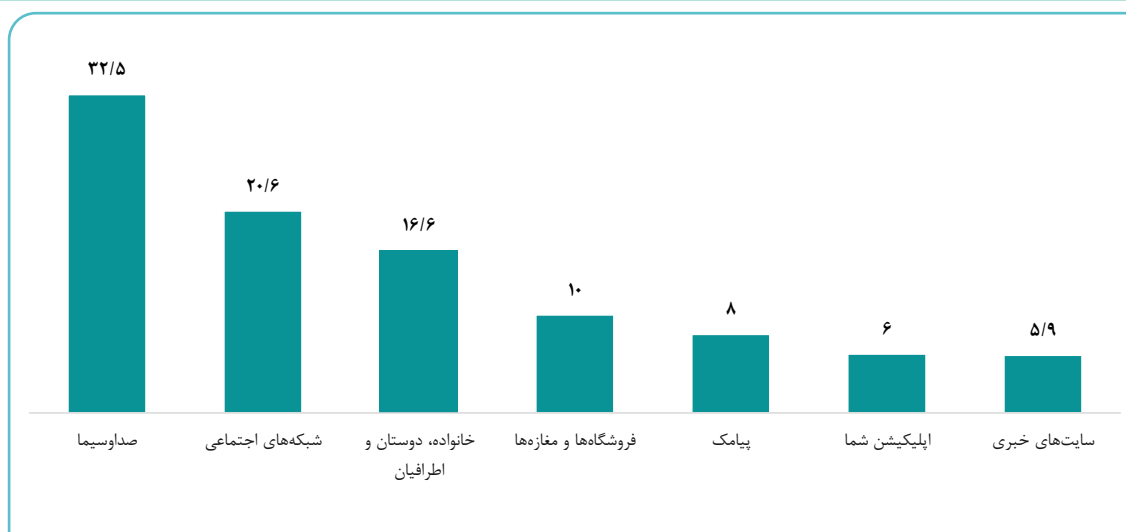
* افرادی که اذعان کرده‌اند اعضای خانواده آنها کالابریک به ارزش ۳۵۰ هزار تومان دریافت می‌کنند، به کافی نبودن آن برای تأمین نیازهای غذایی خانوار بیشتر اشاره کرده‌اند (۳۹/۱ در مقابل ۲۶/۲ درصد).

* تفاوت معناداری میان پاسخ‌های ساکنان نقاط مختلف کشور (مرکز استان، شهر تابعه و روستا) و همچنین بین دسته‌های متوسط درآمد تعریف شده، مشاهده نشده است.

۶-۱. نحوه پیگیری اخبار مربوط به کالابریک

از پاسخ‌گویان سؤال شده است «اخبار و اطلاعات مربوط به کالابریک را بیشتر از چه طریقی دریافت می‌کنید؟». حدوداً یک‌سوم از این افراد (۳۲/۵ درصد) بیشتر از طریق «صداوسیما» اخبار مربوط به کالابریک را دریافت می‌کنند. علاوه بر این، ۲۰/۶ درصد از طریق «شبکه‌های اجتماعی»، ۱۶/۶ درصد از طریق «خانواده، دوستان و اطرافیان» و ۱۰ درصد از طریق «فروشگاه‌ها و مغازه‌ها» پیگیری اخبار مربوط به کالابریک هستند. گفتنی است «اپلیکیشن شما» را تنها ۶ درصد به‌عنوان روش اصلی پیگیری اخبار مربوط به کالابریک بیان کرده‌اند. درصد فراوانی سایر موارد نیز در شکل زیر قابل مشاهده است.

شکل ۱۰. نمودار نحوه پیگیری اخبار مربوط به کالابریک توسط مردم (درصد)



مطابق با نتایج آماری^۱،

* هرچه سطح تحصیلات بالاتر باشد، استفاده از شبکه‌های اجتماعی برای دریافت اخبار مربوط به کالابریک بیشتر می‌شود. افراد با تحصیلات زیردیپلم بیشتر از دیگران از طریق صداوسیما و افراد با تحصیلات دیپلم و دانشگاهی بیشتر از دیگران از طریق اپلیکیشن شما اطلاعات مربوطه را پیگیری می‌کنند.

* با افزایش سن، درصد افرادی که از طریق صداوسیما اخبار مربوط به کالابریک را پیگیری می‌کنند، بیشتر شده و از درصد کسانی که از طریق شبکه‌های اجتماعی و همچنین کسانی که به‌وسیله خانواده، دوستان و اطرافیان این اخبار را دریافت می‌کنند، کاسته شده است. گفتنی است جوانان بیشتر از سایر گروه‌های سنی از «اپلیکیشن شما» برای این منظور استفاده می‌کنند.

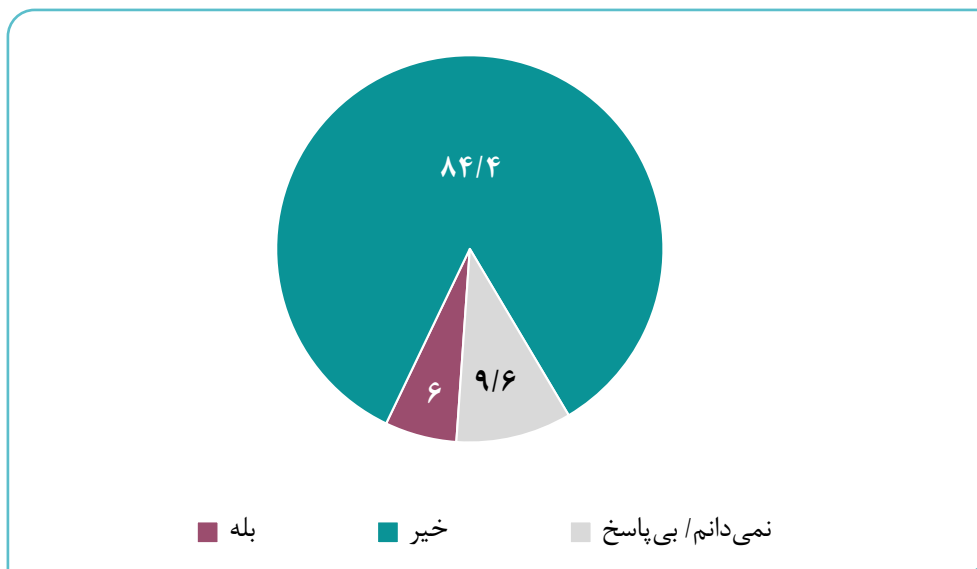
1. P_value < 0.05



۷-۱. مبادله کالا بزرگ با وجه نقد

در پاسخ به سؤال «آیا در میان اطرافیان شما فردی بوده که در ازای دریافت پول نقد، کالا بزرگ خودش را به مغازه‌دار یا شخص دیگری داده باشد؟»، ۸۴/۴ درصد از پاسخ‌گویان چنین موضوعی را مشاهده نکرده‌اند و تنها ۶ درصد شاهد این اتفاق بوده‌اند.

شکل ۱۱. نمودار مشاهده و اگذاری کالا بزرگ در ازای دریافت وجه نقد توسط مردم (درصد)



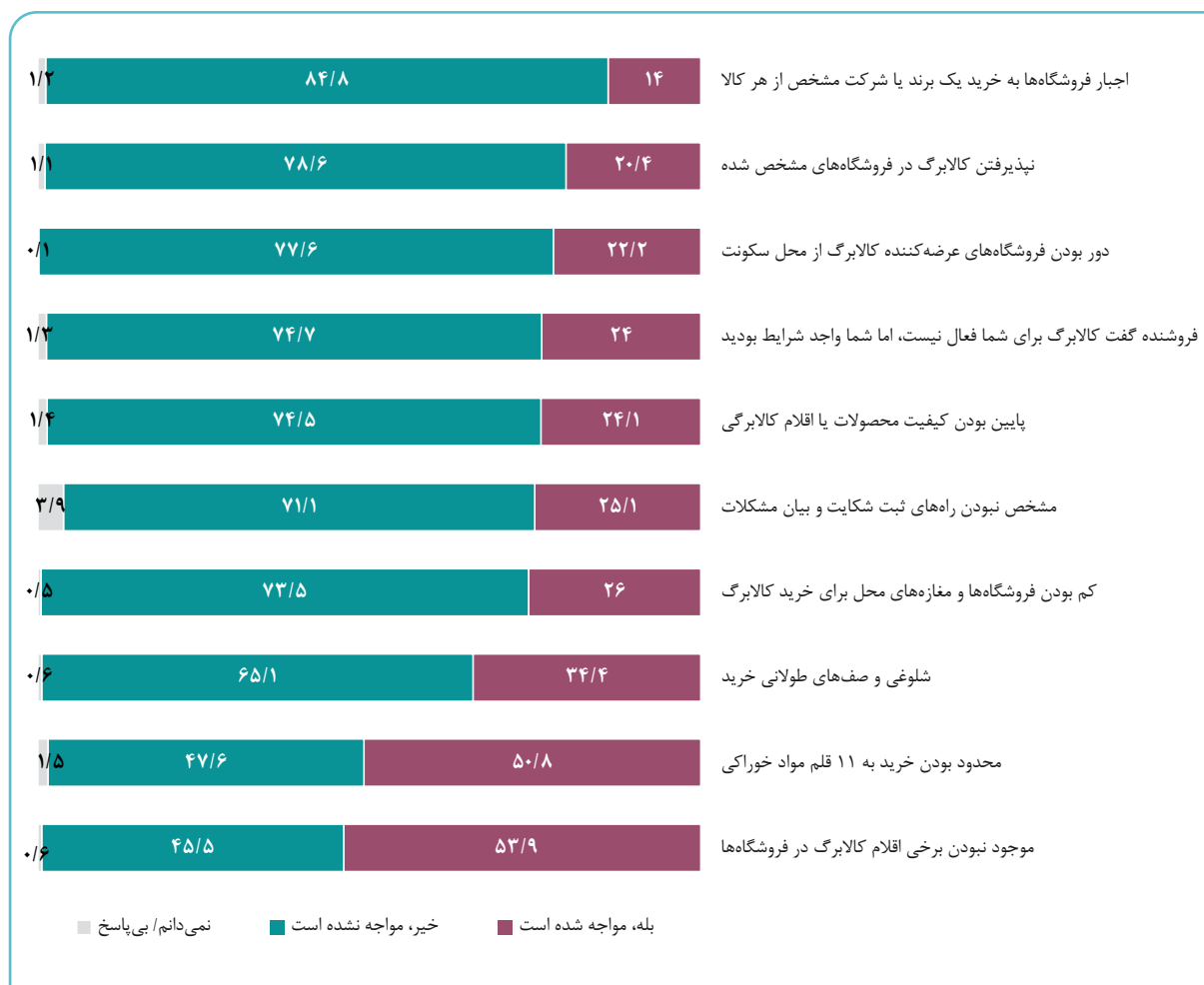
۲. بخش دوم: مشکلات احتمالی کالا برگ



در این قسمت، از پاسخ‌گویان سؤال شده است «برخی از مشکلات احتمالی هنگام استفاده از کالا برگ را برایتان می‌خوانم. لطفاً بفرمایید با کدام یک از مشکلاتی که برایتان می‌خوانم، مواجه شده‌اید؟». نتایج به‌دست آمده در نمودار زیر قابل ملاحظه است. از مهم‌ترین مشکلاتی که دریافت‌کنندگان کالا برگ با آن مواجه شده‌اند، می‌توان به این موارد اشاره کرد:

- * ۵۳/۹ درصد از دریافت‌کنندگان کالا برگ با مشکل «موجود نبودن برخی اقلام کالا برگ در فروشگاه‌ها» مواجه شده‌اند.
- * ۵۰/۸ درصد از این افراد با مشکل «محدود بودن خرید به فقط ۱۱ قلم مواد خوراکی» روبه‌رو شده‌اند.
- * ۳۴/۴ درصد از دریافت‌کنندگان کالا برگ با مشکل «شلوغی و صف‌های طولانی خرید» برخورد کرده‌اند.

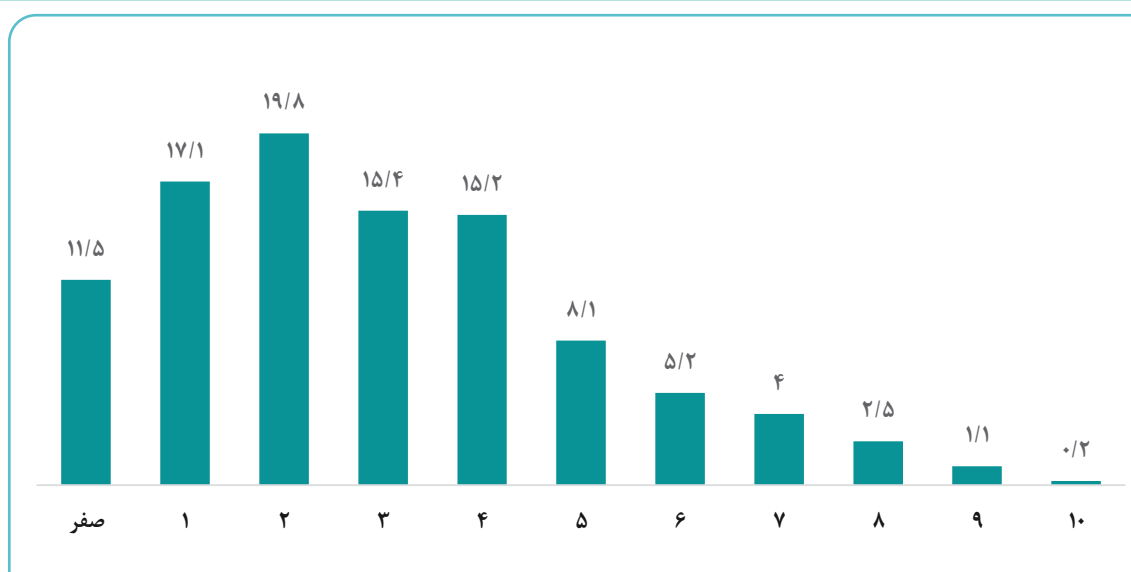
شکل ۱۲. نمودار مواجهه مردم با مشکلات احتمالی کالا برگ (درصد)





- * افرادی که از مغازه‌ها و سوپرمارکت‌های محلی با کالا برگ خرید می‌کنند، بیشتر به کیفیت پایین اقلام کالا برگی اعتراض دارند.
- * افرادی که از مغازه‌ها و سوپرمارکت‌های محلی با کالا برگ خرید می‌کنند، بیشتر به مشخص نبودن راه‌های ثبت شکایات اعتراض دارند.
- * کسانی که به محدودیت اقلام کالا برگی اعتراض دارند، بیشتر از فروشگاه‌های زنجیره‌ای خرید می‌کنند.
- * نتایج به‌دست آمده نشان می‌دهد ۱۱/۵ درصد از دریافت‌کنندگان کالا برگ، هنگام مراجعه حضوری برای خرید، با هیچ‌یک از این مشکلات و چالش‌های نام برده مواجه نشده‌اند.

شکل ۱۳. نمودار تعداد مشکلات مواجه شده هنگام مراجعه حضوری (درصد)



۳. بخش سوم: اولویت‌های مضمولان طرح در تخصیص کالابریک

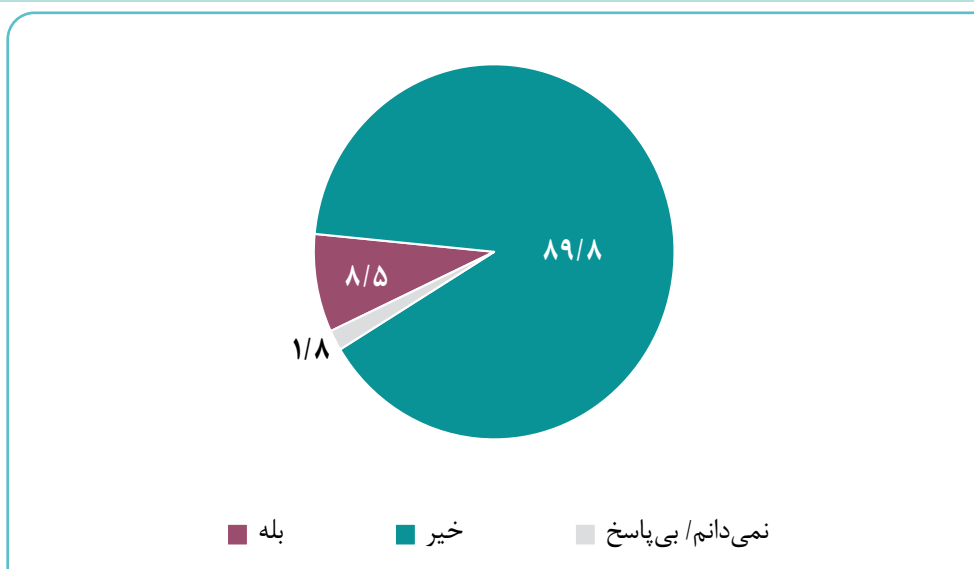


در این بخش، به منظور ارزیابی ترجیحات و اولویت‌های مردم در طرح کالابریک، سؤال‌هایی از آنان پرسیده شده که در ادامه نتایج آن بررسی می‌شود.

۳-۱. تمایل برای مبادله کالابریک با وجه نقد

از پاسخ‌گویان سؤال شده است «برخی از مردم ترجیح می‌دهند کالابریک خود را در ازای دریافت پول نقد به شخص دیگری بدهند. شما با این کار موافقت می‌کنید؟». اغلب افراد تحت پوشش کالابریک (۸۹/۸ درصد) با واگذاری کالابریک خود به دیگران در ازای دریافت وجه نقد مخالف بوده و در مقابل تنها ۸/۵ درصد موافقت خود را اعلام کرده‌اند.

شکل ۱۴. نمودار ترجیح مردم برای مبادله کالابریک با وجه نقد (درصد)



طبق نتیجه آزمون آماری^۱،

* اغلب مضمولان (۸۶/۵ درصد) اذعان کرده‌اند با تبدیل ارزش کالابریک به وجه نقد معادل آن مخالف هستند و هیچ‌یک از اطرافیان آنها تاکنون چنین اقدامی انجام نداده است.

* هرچه فرد با تعداد مشکلات بیشتری مواجه شده، با معاوضه ارزش کالابریک با معادل نقدی آن موافق‌تر است.

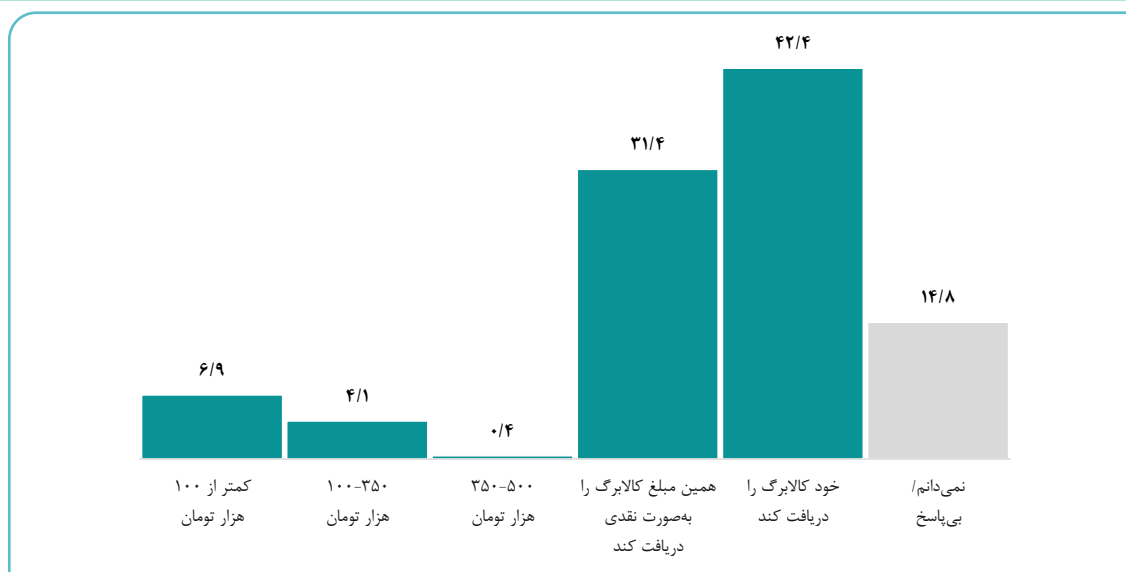
1. P_value < 0.05



۲-۳. تعویض کالا برگ با وجه نقدی کمتر

در پاسخ به سؤال «حاضرید به چه میزان مبلغ کالا برگ هر نفر کاهش یابد اما به صورت نقدی برایتان واریز شود؟»، ۴۲/۴ درصد از دریافت‌کنندگان کالا برگ اذعان کرده‌اند ترجیح می‌دهند خود کالا برگ را دریافت کنند و ۳۱/۴ درصد تمایل دارند همین مبلغ کالا برگ را به صورت نقدی دریافت کنند. گفتنی است سایر افراد ترجیح می‌دهند به طور متوسط ۹۸ هزار و ۱۰۰ تومان از سهمیه کالا برگ هر عضو کاسته شود اما آن را به صورت نقدی دریافت کنند. با در نظر گرفتن افرادی که ترجیح می‌دهند همین ارزش کالا برگ را به صورت نقدی دریافت کنند، مقدار متوسط برای کاهش ارزش کالا برگ ۲۶ هزار و ۱۰۰ تومان به دست آمده است.

شکل ۱۵. نمودار نظر مردم درباره کاهش مبلغ کالا برگ در آرای دریافت نقدی آن (درصد)



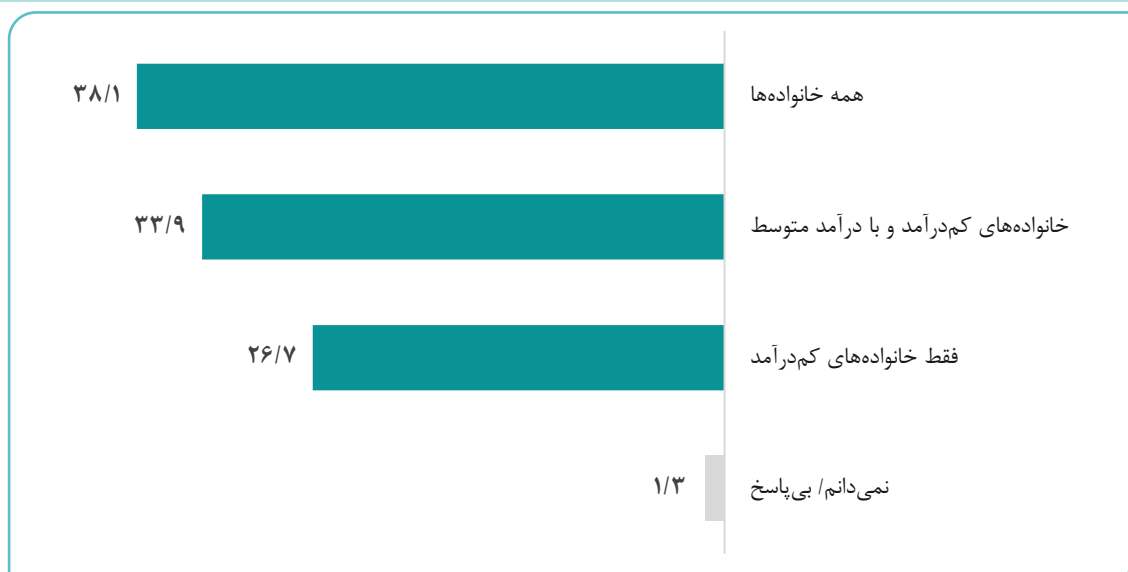
نتایج آماری نشان می‌دهد در میان مشمولان کالا برگ (به جز افرادی که تحت هر شرایطی دریافت کالا برگ را ترجیح می‌دهند)، افرادی که کالا برگ به ارزش ۵۰۰ هزار تومان دریافت می‌کنند، تمایل دارند به طور متوسط ۳۴ هزار و ۱۰۰ تومان از ارزش کالا برگ هر عضو کم شود و معادل آن به صورت نقدی پرداخت شود. حال آنکه این رقم برای دریافت‌کنندگان کالا برگ ۳۵۰ هزار تومانی، به طور متوسط ۲۰ هزار و ۲۰۰ تومان برآورد شده است^۱.

1. P_value < 0.05

۳-۳. گروه‌های هدف دریافت کالابریک

از پاسخ‌گویان که همان مشمولان دریافت کالابریک هستند (یعنی دهک‌های درآمدی ۱ تا ۷)، پرسیده شده است «به‌نظر شما کالابریک به کدام گروه‌ها باید داده شود؟». ۳۸/۱ درصد از مشمولان طرح معتقدند کالابریک باید به «همه خانواده‌ها» اختصاص یابد. علاوه بر این، ۳۳/۹ درصد از این افراد تخصیص کالابریک به «خانواده‌های کم‌درآمد و با درآمد متوسط» را مناسب‌تر می‌دانند و ۲۶/۷ درصد «فقط خانواده‌های کم‌درآمد» را مستحق دریافت این خدمت می‌دانند.

شکل ۱۶. نمودار نظر مردم درباره مشمولان دریافت کالابریک (درصد)



مطابق با نتایج آماری حاصل شده^۱،

* دهک‌های اول و دوم بیشتر از سایر مشمولان کالابریک معتقدند این طرح فقط باید به خانواده‌های کم‌درآمد تعلق گیرد. حال آنکه دهک‌های ۳ تا ۷ بیشتر معتقدند کالابریک برای همه افراد جامعه است.

جدول ۴. نظر مردم درباره مشمولان دریافت کالابریک به تفکیک دهک درآمدی آنها (درصد)

دهک‌های درآمدی							مشمولان دریافت کالابریک
دهک اول	دهک دوم	دهک سوم	دهک چهارم	دهک پنجم	دهک ششم	دهک هفتم	
۲۴/۴	۲۸/۶	۳۸/۳	۴۵/۵	۴۱/۷	۴۸/۷	۴۲/۹	همه خانواده‌ها
۳۱/۹	۲۷/۷	۳۲/۵	۳۴/۱	۴۲/۵	۳۴/۵	۳۷	خانواده‌های کم‌درآمد و با درآمد متوسط
۴۳/۷	۴۳/۷	۲۹/۳	۲۰/۳	۱۵/۸	۱۶/۸	۲۰/۲	فقط خانواده‌های کم‌درآمد
۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	مجموع

1. P_value < 0.05



* کسانی که متوسط درآمد ماهیانه خانواده‌شان از ۱۲ میلیون تومان کمتر است، بیشتر از دیگران باور دارند کالابری فقط مختص خانواده‌های کم‌درآمد است.

جدول ۵. نظر مردم درباره مشمولان دریافت کالابری به تفکیک متوسط درآمد ماهیانه خانوار آنها (درصد)

متوسط درآمد ماهیانه خانوار			مشمولان دریافت کالابری
کمتر از ۱۲ میلیون	۱۲ تا ۱۸ میلیون	۱۸ میلیون یا بیشتر	
۳۵/۴	۳۹/۵	۴۴/۴	همه خانواده‌ها
۳۰/۲	۳۸/۱	۸۷/۵	خانواده‌های کم‌درآمد و با درآمد متوسط
۳۴/۳	۲۲/۳	۱۸/۱	فقط خانواده‌های کم‌درآمد
۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	مجموع

* روستاییان بیشتر از سایر مردم، خانواده‌های کم‌درآمد را اولویت اصلی در دریافت کالابری تلقی کرده‌اند.
* با افزایش سطح تحصیلات، درصد افرادی که کالابری را مختص خانواده‌های کم‌درآمد می‌دانند، کاهش می‌یابد.

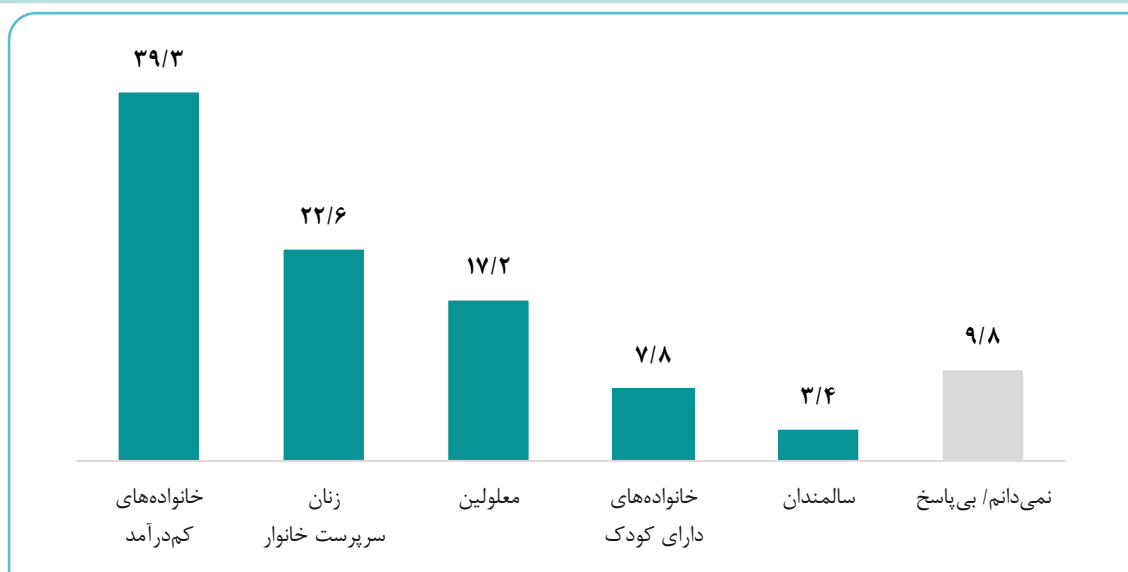
جدول ۶. نظر مردم درباره مشمولان دریافت کالابری به تفکیک محل سکونت و تحصیلات آنها (درصد)

تحصیلات			محل سکونت			مشمولان دریافت کالابری
زیردیپلم	دیپلم	دانشگاهی	روستا	شهر تابعه	مرکز استان	
۳۵/۴	۳۷/۳	۴۴/۲	۳۳/۲	۴۱	۳۷/۴	همه خانواده‌ها
۲۵/۷	۳۸/۷	۴۱/۲	۳۱/۱	۳۴/۱	۳۹/۵	خانواده‌های کم‌درآمد و با درآمد متوسط
۳۸/۹	۲۴	۱۴/۶	۳۵/۸	۲۴/۹	۲۳/۱	فقط خانواده‌های کم‌درآمد
۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	مجموع

۳-۴. اولویت تخصیص کالابریک به گروه‌های خاص

از پاسخ‌گویان پرسیده شده است «فرض کنید قرار باشد فقط به یکی از گروه‌هایی که می‌خوانم کالابریک داده شود، شما کدام گروه را در اولویت بیشتری قرار می‌دهید؟». اولویت دریافت کالابریک از نظر ۳۹/۳ درصد از مضمولان طرح با «خانواده‌های کم‌درآمد»، از نظر ۲۲/۶ درصد با «زنان سرپرست خانوار» و از نظر ۱۷/۲ درصد با «معلولین» است. همچنین، «خانواده‌های دارای کودک» توسط ۷/۸ درصد و «سالمندان» توسط ۳/۴ درصد از کاربران طرح به‌عنوان گروه‌های اولویت‌دار جامعه برای دریافت کالابریک انتخاب شده‌اند.

شکل ۱۷. نمودار اولویت مردم در تخصیص کالابریک به گروه‌های خاص (درصد)



نتایج آماری گواه آن است که^۱،

* مضمولانی که تحصیلات زیردیپلم دارند بیشتر از سایر گروه‌ها، خانواده‌های کم‌درآمد را در اولویت دریافت کالابریک قرار می‌دهند (۵۴/۲ درصد). کسانی که تحصیلات دیپلم و دانشگاهی دارند در مقایسه با دیگران اولویت بیشتری برای زنان سرپرست خانوار و افراد دارای معلولیت قائل هستند.

* با افزایش متوسط درآمد ماهیانه خانوار، درصد کسانی که معلولین را شایسته‌تر برای دریافت این حمایت می‌دانند، بیشتر شده است.

* با افزایش سن، درصد افرادی که خانواده‌های کم‌درآمد را نام برده‌اند، بیشتر شده (به ترتیب ۳۵/۲، ۴۴/۹ و ۵۷/۳ درصد از جوانان^۲، میان‌سالان^۳ و افراد مسن^۴) و در مقابل از درصد کسانی که زنان سرپرست خانوار و خانواده‌های دارای کودک را به‌عنوان گروه‌های اولویت‌دار نام برده‌اند، کاسته می‌شود.

* مردان بیشتر از زنان، خانواده‌های کم‌درآمد (۴۶/۴ در مقابل ۳۷/۲ درصد) و معلولین (۲۱/۸ در مقابل ۱۳ درصد) را شایسته برای دریافت کالابریک می‌دانند؛ حال آنکه زنان سرپرست خانوار (۳۲/۲ در مقابل ۲۱/۸ درصد) و خانواده‌های دارای کودک (۱۳/۸ در مقابل ۶/۳ درصد) توسط زنان بیشتر از مردان نام برده شده است.

1. P_value < 0.05

۲. منظور بازه سنی ۱۸ تا ۳۵ سال است.

۳. منظور بازه سنی ۳۶ تا ۵۰ سال است.

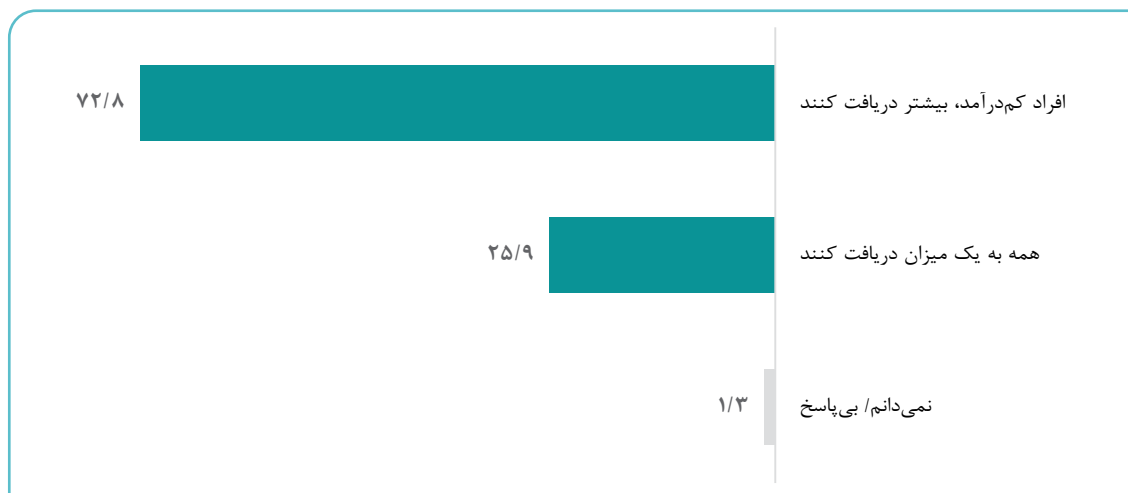
۴. منظور بازه سنی بیش از ۵۰ سال است.



۵-۳. الگوی مناسب تخصیص کالا برگ: برابری یا هدفمندی در سهمیه

از پاسخ‌گویان پرسیده شده است «به نظر شما نحوه دریافت کالا برگ چگونه باید باشد؟». در حالی که نزدیک به سه چهارم از دریافت‌کنندگان کالا برگ (۷۲/۸ درصد) باور دارند افراد کم‌درآمد، باید سهمیه کالا برگ بیشتری دریافت کنند، ۲۵/۹ درصد ترجیح می‌دهند همه به یک میزان دریافت کنند.

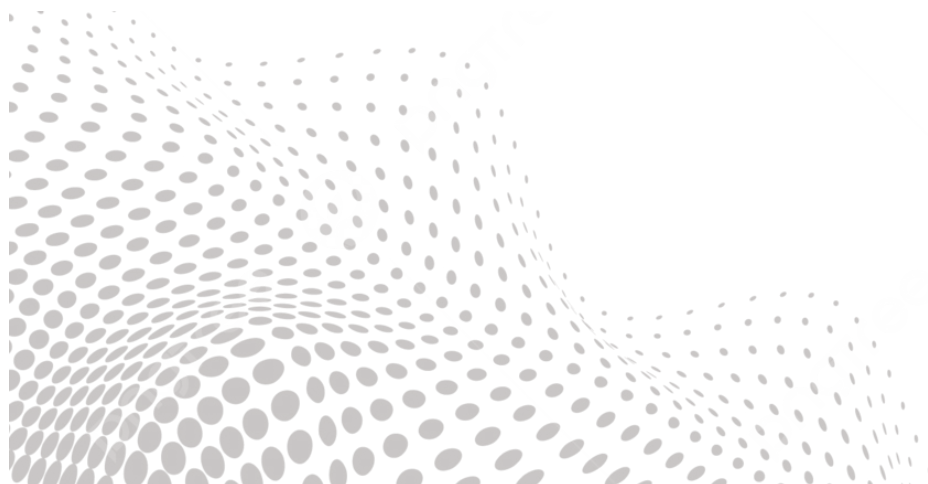
شکل ۱۸. نمودار نظر مردم درباره الگوی برابری یا هدفمندی در سهمیه کالا برگ (درصد)



نتایج آماری گواه آن است که،

* مردان بیشتر از زنان بر این نظر هستند که افراد کم‌درآمد، بیشتر از سایر افراد سهمیه کالا برگ دریافت کنند (۷۶/۲ در مقابل ۶۸/۵ درصد).

* میان دیدگاه مشمولان طرح کالا برگ در دسته‌های درآمدی تعریف شده، دهک‌های اقتصادی، ساکنان مناطق مختلف کشور (مرکز استان، شهر تابعه و روستا)، گروه‌های مختلف سنی (جوان، میان‌سال و مسن)، گروه‌های مختلف تحصیلاتی (زیردیپلم، دیپلم و دانشگاهی) در این زمینه تفاوت معناداری مشاهده نمی‌شود.

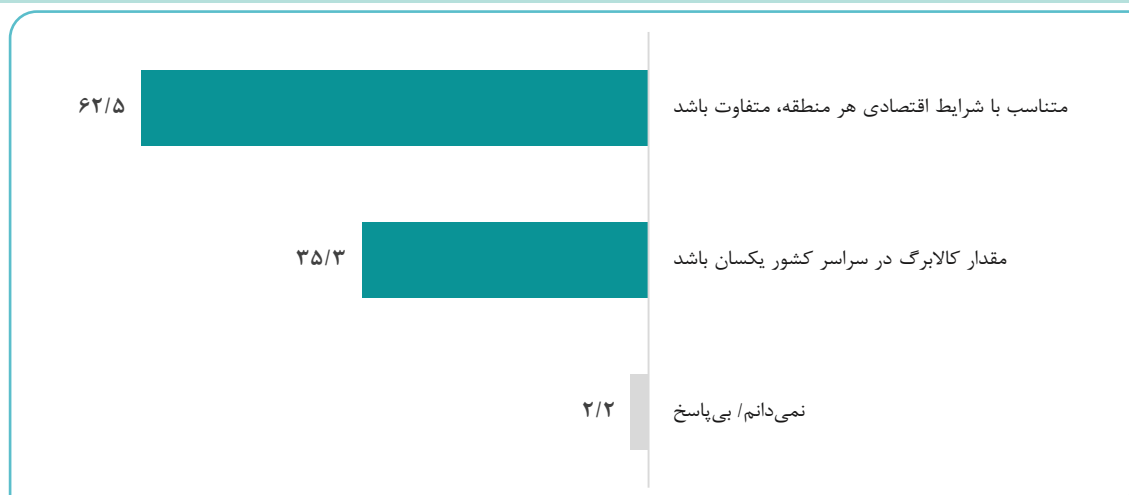


1. P_value < 0.05

۶-۳. الگوی مناسب تخصیص کالابریک: یکسان سازی یا تنوع منطقه‌ای در سهمیه

زمانی که درباره مقدار سهمیه کالابریک پرسیده شد، ۶۲/۵ درصد از پاسخ‌گویان با این رویکرد موافق بوده‌اند که مقدار کالابریک «متناسب با شرایط اقتصادی هر منطقه، متفاوت باشد» و در مقابل ۳۵/۳ درصد ترجیح می‌دهند «مقدار کالابریک در سراسر کشور یکسان باشد».

شکل ۱۹. نمودار نظر مردم درباره الگوی یکسان سازی یا تنوع منطقه‌ای در سهمیه کالابریک (درصد)



مطابق با نتیجه آزمون خی-دو^۱،

* ۱۶/۵ درصد از مشمولان طرح کالابریک بر این باورند که کالابریک باید به همه خانوارها اختصاص یابد و میزان دریافتی در سراسر کشور یکسان توزیع شود. در مقابل، ۲۲/۴ درصد از این افراد اعتقاد دارند کالابریک باید به تمامی خانوارها تعلق گیرد اما ارزش آن متناسب با شرایط اقتصادی هر منطقه، تعیین شود.

جدول ۷. نظر مردم همزمان درباره مشمولان دریافت کالابریک و الگوی یکسان سازی یا تنوع منطقه‌ای در سهمیه کالابریک (درصد)

الگوی یکسان سازی یا تنوع منطقه‌ای در سهمیه کالابریک		مشمولان دریافت کالابریک
متناسب با شرایط اقتصادی هر منطقه متفاوت باشد	مقدار کالابریک در سراسر کشور یکسان باشد	
۲۲/۴	۱۶/۵	همه خانواده‌ها
۲۳/۲	۱۱/۶	خانواده‌های کم‌درآمد و با درآمد متوسط
۱۸/۴	۷/۹	فقط خانواده‌های کم‌درآمد

* مردان بیشتر از زنان قائل به تناسب در پرداخت هستند و گزینه «متناسب با شرایط اقتصادی هر منطقه متفاوت باشد» را بیشتر انتخاب کرده‌اند (۶۶/۴ در مقابل ۵۸/۵ درصد).

* میان دیدگاه مشمولان طرح کالابریک در دسته‌های درآمدی تعریف شده، دهک‌های اقتصادی، ساکنان مناطق مختلف کشور (مرکز استان، شهر تابعه و روستا)، گروه‌های مختلف سنی (جوان، میان سال و مسن)، گروه‌های مختلف تحصیلاتی (زیردیپلم، دیپلم و دانشگاهی) در این زمینه تفاوت معناداری مشاهده نمی‌شود.

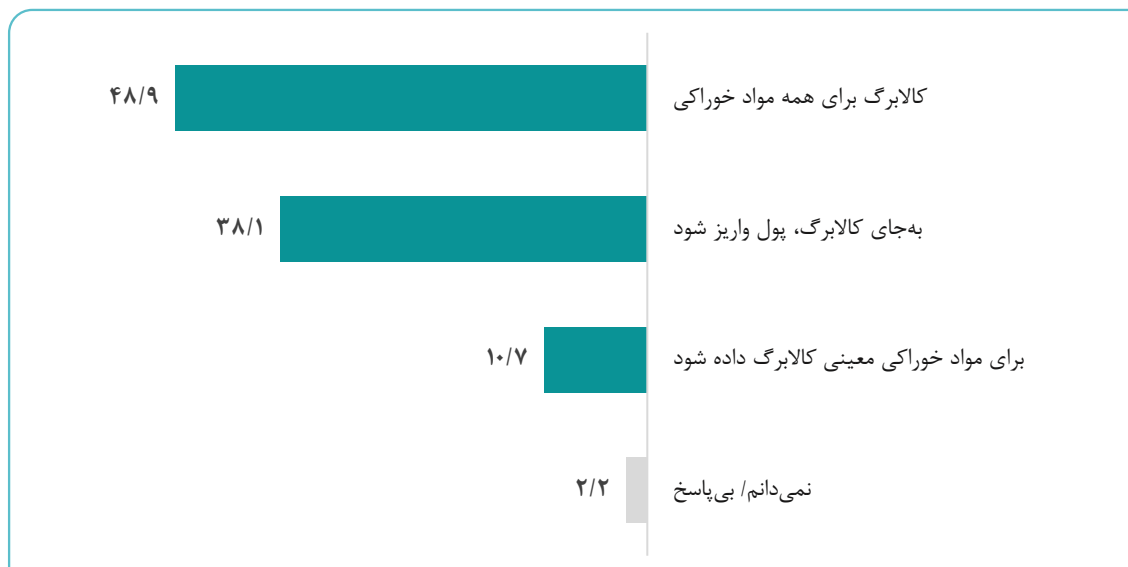
1. P_value < 0.05



۷-۳. نوع حمایت معیشتی دولت

از پاسخ‌گویان پرسیده شده است «شما ترجیح می‌دهید کمک‌های دولت بیشتر به چه صورت باشد؟». نزدیک به نیمی از دریافت‌کنندگان کالابرگ (۴۸/۹ درصد) ترجیح می‌دهند «کالابرگ برای همه مواد خوراکی» باشد. از طرفی، ترجیح ۳۸/۱ درصد بر این است که «به جای کالابرگ، پول واریز شود» و ۱۰/۷ درصد نیز تمایل دارند «برای مواد خوراکی معینی کالابرگ داده شود».

شکل ۲۰. نمودار ترجیحات مردم در نوع حمایت معیشتی دولت (درصد)



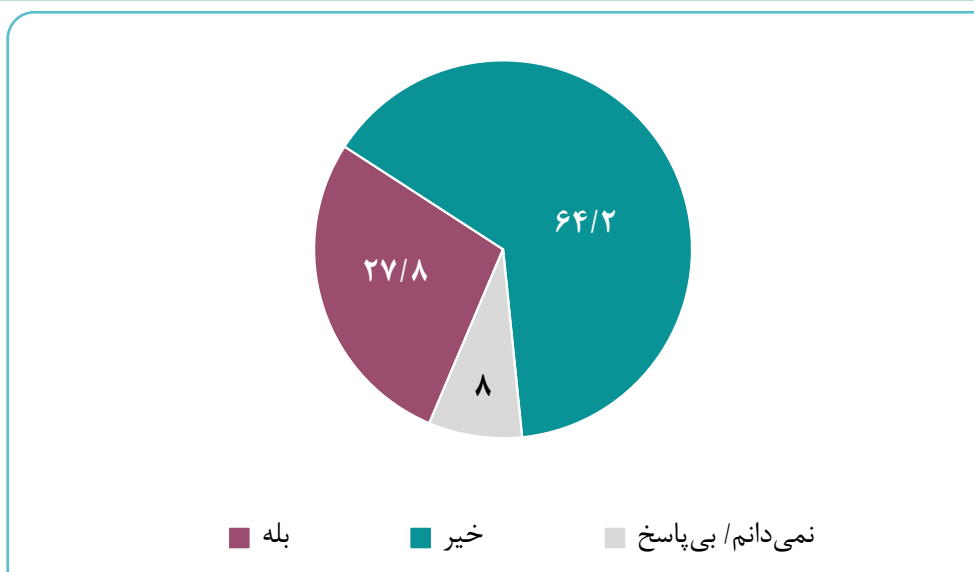
نتایج آماری نشان می‌دهد،

- * افرادی که با واگذاری کالابرگ به شخص دیگری در ازای دریافت معادل نقدی آن موافق هستند، واریز نقدی ارزش کالابرگ توسط دولت را بیشتر ترجیح می‌دهند (۶۷/۶ در مقابل ۳۶/۲ درصد).
- * دهک‌های درآمدی که کالابرگ به ارزش ۵۰۰ هزار تومان دریافت می‌کنند، به‌ویژه دهک‌های ۲ و ۳، بیشتر از دهک‌هایی که ارزش کالابرگ‌شان ۳۵۰ هزار تومان است، ترجیح می‌دهند کالابرگ به همه مواد خوراکی تعلق گیرد.
- * جوانان کمی بیشتر از سایر گروه‌های سنی تمایل دارند به‌جای دریافت کالابرگ، وجه آن را دریافت کنند (۴۲/۷ درصد از جوانان در مقابل به‌ترتیب ۳۷/۵ و ۳۵/۷ درصد از افراد میان‌سال و مسن) یا آنکه کالابرگ همه مواد خوراکی را شامل شود (به‌ترتیب ۵۲، ۴۹/۹ و ۴۶/۹ درصد از جوانان، افراد میان‌سال و مسن). در مقابل، ترجیح افراد مسن بیشتر بر آن است که کالابرگ برخی مواد خوراکی مشخص را دربرگیرد (۱۷/۵ درصد از افراد مسن در برابر به‌ترتیب ۱۲/۶ و ۵/۴ درصد از میان‌سالان و جوانان).
- * میان دیدگاه مشمولان کالابرگ در دسته‌های درآمدی تعریف شده، ساکنان مناطق مختلف کشور (مرکز استان، شهر تابعه و روستا) و گروه‌های مختلف تحصیلاتی (زیردیپلم، دیپلم و دانشگاهی) تفاوت معناداری مشاهده نمی‌شود.

۸-۳. تخصیص عادلانه کالابریک

از پاسخ‌گویان پرسیده شده است «آیا در اطراف شما افرادی هستند که کالابریک را دریافت کرده‌اند، ولی مستحق آن نبوده‌اند؟». نزدیک به دوسوم (۶۴/۲ درصد) اذعان کرده‌اند کالابریک به‌درستی به اطرافیان آنها که مستحق دریافت بوده‌اند، تعلق گرفته است. در مقابل، ۲۷/۸ درصد بیان کرده‌اند افرادی در اطراف آنها هستند که کالابریک دریافت کرده‌اند در حالی که مستحق و واجد شرایط دریافت آن نبوده‌اند.

شکل ۲۱. نمودار ادراک مردم از تخصیص عادلانه کالابریک (درصد)



* طبق نتیجه آزمون خی-دو، روستاییان و ساکنان شهرهای تابعه بیشتر از ساکنان مراکز استان‌ها اذعان کرده‌اند در اطرافیان آنها خانواده‌هایی وجود دارند که کالابریک را دریافت می‌کنند اما در واقع مستحق برای دریافت آن نیستند (به ترتیب ۳۴/۱، ۳۱/۳ و ۲۰/۷ درصد از ساکنان روستاها، شهرهای تابعه و مراکز استان‌ها).
* تفاوت معناداری میان اظهارات افراد در دهک‌های مختلف و دسته‌های درآمدی تعریف شده مشاهده نشده است.^۲

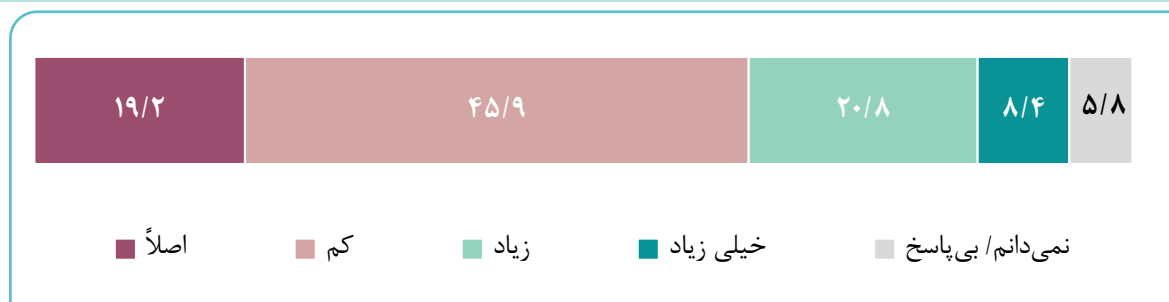
1. P_value < 0.05
2. P_value > 0.05



۹-۳. عدالت در دهک‌بندی اقتصادی خانوارها توسط دولت

از پاسخ‌گویان که همان مشمولان دریافت کالا برگ هستند (یعنی دهک‌های درآمدی ۱ تا ۷)، پرسیده شده است «همان‌طور که می‌دانید دولت برای اعطای کالا برگ به خانوارها، مردم را به ۱۰ گروه یا دهک، براساس درآمد، تقسیم کرده است. شما این دهک‌بندی اقتصادی دولت را تا چه اندازه عادلانه می‌دانید؟». دهک‌بندی خانوارها از نظر ۱۹/۲ درصد از این افراد «اصلاً» عادلانه ارزیابی نشده است. همچنین، ۴۵/۹ درصد این طبقه‌بندی دولت را به‌میزان «کمی» و در مقابل ۲۹/۲ درصد به‌میزان «زیاد» یا «خیلی زیاد» عادلانه تشخیص داده‌اند.

شکل ۲۲. نمودار ادراک مردم از عدالت در دهک‌بندی اقتصادی خانوارها توسط دولت (درصد)



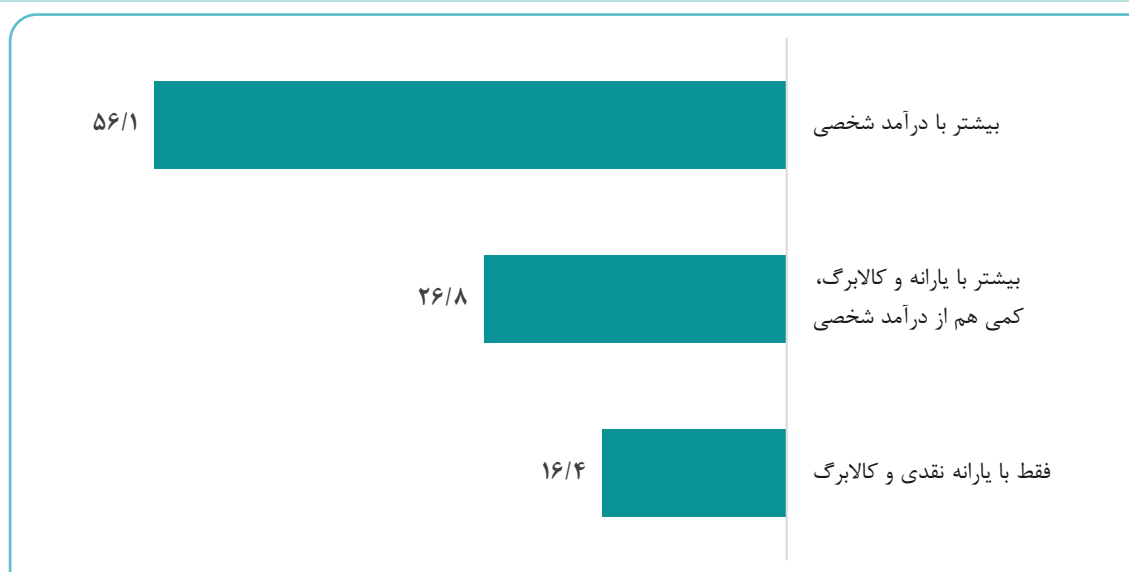
نتایج آماری نشان می‌دهد،

- * هرچه فرد در دهک درآمدی بالاتری قرار دارد، دهک‌بندی اقتصادی دولت را ناعادلانه‌تر می‌داند و برعکس.
- * کسانی که متوسط درآمد خانواده‌شان از ۱۲ میلیون تومان در ماه کمتر است، دهک‌بندی اقتصادی انجام شده توسط دولت را عادلانه‌تر تلقی کرده‌اند (۳۷/۵ درصد).
- * گروه سنی بیش از ۵۰ سال، دهک‌بندی انجام شده توسط دولت را عادلانه‌تر می‌دانند (۴۲/۹ درصد در مقابل حدوداً ۲۸/۵ درصد از سایر افراد).
- * تفاوت معناداری میان دیدگاه افراد در گروه‌های مختلف تحصیلاتی (زیر دیپلم، دیپلم و دانشگاهی)، ساکنان مناطق مختلف کشور (مرکز استان، شهر تابعه و روستا) و همچنین میان دیدگاه زنان و مردان مشاهده نمی‌شود.

۱۰-۳. منابع مالی برای تأمین مواد غذایی اساسی

از پاسخ‌گویان پرسیده شده است «شما مواد غذایی ضروری خانواده‌تان را بیشتر از چه طریقی تهیه می‌کنید؟». کمی بیشتر از نیمی از این افراد (۵۶/۱ درصد) اظهار کرده‌اند «بیشتر با درآمد شخصی» خود اقدام به تهیه مواد غذایی ضروری می‌کنند. علاوه بر این، ۲۶/۸ درصد «بیشتر با یارانه و کالابریک، کمی هم از درآمد شخصی» و ۱۶/۴ درصد «فقط با یارانه نقدی و کالابریک» مواد غذایی ضروری خانواده خود را خریداری می‌کنند.

شکل ۲۳. نمودار منابع مالی مردم برای تأمین مواد غذایی ضروری خانواده‌شان (درصد)



یافته‌های آماری حاکی از آن است که،

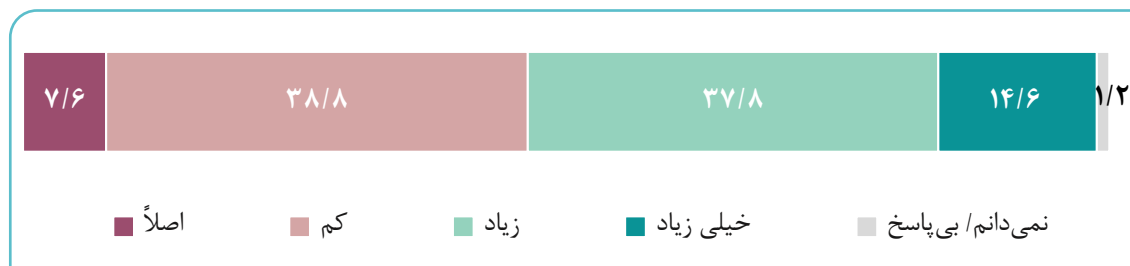
- * افرادی که بیشتر با درآمد شخصی خود مواد غذایی ضروری خانواده‌شان را تهیه می‌کنند، در مقایسه با دیگران، بیشتر از کفایت ارزش کالابریک رضایت داشته‌اند.
- * هرچه فرد در دهک درآمدی بالاتری قرار دارد، بیشتر بیان کرده که با درآمد شخصی خود مواد غذایی مورد نیاز خانواده را تهیه می‌کند (از ۳۳/۶ درصد در دهک درآمدی اول به ۷۲/۴ درصد در دهک هفتم رسیده است). برعکس، هرچه فرد در دهک درآمدی پایین‌تری قرار دارد بیشتر اذعان کرده که فقط با یارانه و کالابریک مایحتاج غذایی خانواده را فراهم می‌کند (از ۴/۹ درصد در دهک هفتم به ۴۲ درصد در دهک اول رسیده است).
- * هرچه درآمد خانواده بیشتر است، تهیه مواد غذایی مورد نیاز خانواده با استفاده از درآمد شخصی بیشتر می‌شود و برعکس، با کاهش درآمد، تهیه این ضروریات با یارانه نقدی و کالابریک بیشتر می‌شود.
- * ساکنان مراکز استان‌های کشور بیشتر از سایرین اذعان کرده‌اند مواد غذایی مورد نیاز خانواده را بیشتر با درآمد شخصی خود فراهم می‌کنند (۶۵/۳ درصد از ساکنان مراکز استان‌ها در مقابل ۵۶/۳ درصد از ساکنان شهرهای تابعه و ۴۹/۷ درصد از روستاییان). حال آنکه روستاییان بیشتر از دیگران فقط به وسیله یارانه و کالابریک این ضروریات را تهیه می‌کنند (۲۳/۳ درصد).
- * تفاوت معناداری در منابع تأمین مواد غذایی میان گروه‌های مختلف سنی (جوان، میان‌سال و مسن) مشاهده نشده است.



۱۱-۳. رضایت کلی از اجرای طرح کالابریک

در پاسخ به سؤال «در مجموع از اجرای طرح کالابریک در یک سال گذشته تا چه حد رضایت دارید؟»، حدوداً نیمی از مشمولان طرح (۵۲/۴ درصد) ابراز رضایت «زیاد» یا «خیلی زیاد» از اجرای این طرح کرده‌اند. همچنین، ۳۸/۸ درصد به میزان «کمی» رضایت داشته و ۷/۶ درصد «اصلاً» از اجرای طرح کالابریک راضی نبوده‌اند.

شکل ۲۴. نمودار رضایت کلی مردم از اجرای طرح کالابریک (درصد)



نتیجه آماری حاکی از آن است که هرچه فرد در دهک درآمدی پایین‌تری قرار دارد، رضایت بیشتری از طرح کالابریک دارد^۱. تفاوت معناداری میان دیدگاه افراد در گروه‌های مختلف سنی (جوان، میان‌سال و مسن)، گروه‌های مختلف تحصیلاتی (زیردیپلم، دیپلم و دانشگاهی)، دسته‌های درآمدی، ساکنان مناطق مختلف کشور (مرکز استان، شهر تابعه و روستا) و همچنین میان دیدگاه زنان و مردان مشاهده نمی‌شود^۲.

مدل رگرسیونی رضایت از طرح کالابریک

نتایج یک مدل رگرسیون لجستیک که در آن رضایت (تجمیع گزینه‌های زیاد و خیلی زیاد) و عدم رضایت (تجمیع گزینه‌های اصلاً کم) دو سطح از متغیر وابسته در نظر گرفته شده، نشان می‌دهد سه متغیر تأمین نیازهای غذایی خانوار با کالابریک، عدالت در دهک‌بندی اقتصادی خانوارها و نوع حمایت معیشتی دولت (شامل شدن همه مواد خوراکی در کالابریک) بیشترین نقش را در رضایت مردم دارد. رسیدگی به دو عامل امکان تهیه برنج به‌وسیله کالابریک و تعداد مشکلاتی که دریافت‌کنندگان کالابریک هنگام مراجعه با آن مواجه شده‌اند نیز باعث افزایش رضایت مشمولان طرح می‌شود. نتایج بدین شرح است:

- احساس کفایت باعث کاهش شدید نارضایتی می‌شود (۸۸ درصد برای کسانی که کالابریک را کافی نمی‌دانند و ۵۵ درصد برای کسانی که آن را تاحدی کافی می‌دانند).

- کسانی که دهک‌بندی اقتصادی دولت را عادلانه می‌دانند، ۲/۸ برابر بیشتر احتمال دارد از طرح کالابریک راضی باشند.

- کسانی که معتقدند کالابریک باید به همه مواد خوراکی تعلق گیرد در مقایسه با کسانی که آن را به‌صورت نقدی ترجیح می‌دهند، ۷۸ درصد بیشتر احتمال دارد رضایت از طرح داشته باشند.

- خانواده‌هایی که به‌وسیله کالابریک خود برنج تهیه کرده‌اند، ۷۷ درصد بیشتر احتمال دارد از طرح رضایت داشته باشند.

- اضافه شدن یک مشکل به مشکلاتی که فرد در استفاده از کالابریک تجربه می‌کند، احتمال رضایت را ۱۴ درصد کاهش می‌دهد.

1. P_value < 0.05

2. P_value > 0.05



به منظور سهولت دسترسی به کلیتی از سؤال‌های پرسش‌نامه، لیستی از آنها در این قسمت آورده شده است. درباره این سؤال‌ها، توجه به نکات زیر، ضروری است:

- * سؤال‌ها به همان ترتیبی که در متن گزارش آمده، لیست شده‌اند و الزاماً با ترتیب سؤال‌ها در پرسش‌نامه اصلی، یکسان نیستند.
- * فقط سؤال‌های خام لیست شده‌اند؛ یعنی گزینه‌ها و اطلاعات اضافی که در حین مصاحبه برای پاسخ‌گو خوانده شده، در این قسمت آورده نشده است.

استفاده مضمون طرح از کالابریک

- در حال حاضر هر فرد از خانواده شما معادل چه مبلغی کالابریک دریافت می‌کند؟
- تا به حال در کدام نوبت‌ها از کالابریک استفاده کرده‌اید؟
- از میان کالاهایی که نام می‌برم بفرمایید کدام موارد را با کالابریک خریداری کردید.
- لبنیات، گوشت، مرغ، روغن، تخم مرغ، برنج، قند و شکر، حبوبات.
- به غیر از مواردی که نام بردم، شما چه کالای دیگری را با سهمیه کالابریک خریداری کرده‌اید؟
- با کالابریک بیشتر از کدام فروشگاه‌ها خرید کرده‌اید؟
- مقدار کالاهایی که با کالابریک خریداری کردید، تا چه حد برای تأمین نیازهای غذایی خانواده شما در طول یک ماه کافی بود؟
- اخبار و اطلاعات مربوط به کالابریک را بیشتر از چه طریقی دریافت می‌کنید؟
- آیا در میان اطرافیان شما، فردی بوده که در ازای دریافت پول نقد، کالابریک خودش را به مغازه‌دار یا شخص دیگری داده باشد؟

مشکلات احتمالی کالابریک

برخی از مشکلات احتمالی هنگام استفاده از کالابریک را برایتان می‌خوانم. لطفاً بفرمایید با کدام‌یک از مشکلاتی که برایتان می‌خوانم مواجه شده‌اید؟

- محدود بودن خرید به فقط ۱۱ قلم مواد خوراکی
- موجود نبودن برخی از اقلام کالابریک در فروشگاه‌ها
- نپذیرفتن کالابریک در فروشگاه‌های مشخص شده
- شلوغی و صف‌های طولانی خرید
- دور بودن فروشگاه‌های عرضه‌کننده کالابریک از محل سکونت
- کم بودن فروشگاه‌ها و مغازه‌های محل برای خرید کالابریک
- اجبار فروشگاه‌ها به خرید یک برند یا شرکت مشخص از هر کالا
- پایین بودن کیفیت محصولات/اقلام کالابریکی
- فروشنده گفته کالابریک برای شما فعال نیست، اما شما واجد شرایط بودید
- مشخص نبودن راه‌های ثبت شکایت و بیان مشکلات

اولویت‌های مضمون طرح در تخصیص کالابریک

- برخی از مردم ترجیح می‌دهند کالابریک خود را در ازای دریافت پول نقد به شخص دیگری بدهند. شما با این کار موافقت می‌کنید؟
- حاضرید به چه میزان، مبلغ کالابریک هر نفر کاهش یابد، اما به صورت نقدی برایتان واریز شود؟
- به نظر شما کالابریک به کدام گروه‌ها باید داده شود؟
- فرض کنید قرار باشد فقط به یکی از گروه‌هایی که می‌خوانم کالابریک داده شود، شما کدام گروه را در اولویت بیشتری قرار می‌دهید؟
- به نظر شما نحوه دریافت کالابریک چگونه باید باشد؟
- با کدام نظر بیشتر موافقت می‌کنید؟ مقدار کالابریک در سراسر کشور یکسان باشد/ متناسب با شرایط اقتصادی هر منطقه، متفاوت باشد.
- شما ترجیح می‌دهید کمک‌های دولت، بیشتر به چه صورت باشد؟
- آیا در اطراف شما، افرادی هستند که کالابریک را دریافت کرده‌اند، ولی مستحق آن نبوده‌اند؟
- همان‌طور که می‌دانید دولت برای اعطای کالابریک به خانوارها، مردم را به ۱۰ گروه یا دهک، براساس درآمد تقسیم کرده است، شما این دهک‌بندی اقتصادی دولت را تا چه اندازه عادلانه می‌دانید؟
- شما مواد غذایی ضروری خانواده‌تان را بیشتر از چه طریقی تهیه می‌کنید؟
- در مجموع از اجرای طرح کالابریک در یک‌سال گذشته تا چه حد رضایت دارید؟

گزیده سیاستی

نتایج افکارسنجی نشان می‌دهد حدوداً نیمی از مشمولان طرح کالبرگ (۵۲/۴ درصد) ابراز رضایت «زیاد» یا «خیلی زیادی» از اجرای طرح کالبرگ طی یکسال گذشته کرده‌اند. همچنین، ۳۸/۸ درصد به میزان «کمی» رضایت داشته و ۷/۶ درصد «اصلاً» از اجرای این طرح راضی نبوده‌اند.



مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی

تهران، خیابان پاسداران، روبروی پارک نیاوران (ضلع جنوبی، پلاک ۸۰۲)

تلفن: ۷۵۱۸۳۰۰۰ صندوق پستی: ۱۵۸۷۵-۵۸۵۵ پست الکترونیک: mrc@majles.ir

وبسایت: rc.majles.ir