حمایت از مصرف کننده یا حمایت از تولید کننده؟

سالهاست در یکی از وزارت خانه‏ها،سازمانی‏ بنام سازمان حمایت مصرف کنندگان و تولید کنندگان‏ بوجود آمده است.

نخستین نکته ایکه در این زمینه جلب توجه میکند اینست که اصولا اینگونه سازمانها باید جزو سازمانهای وزارتی باشند یا خصوصی؟زیرا فرض‏ اینست که یک وزارتخانه برای حمایت از همهء آحاد ملت و ایجاد هماهنگی در امور ملی بوجود می‏آید. حال اگر قرار باشد برای حمایت از مصرف کننده و تولید کننده سازمان خاص بوجود آید،طبعا برای‏ یکایک وظائفی که قانون بعهدهء هر یک از وزارتخانه‏ها گذاشته است باید سازمان خاصی بوجود آید که این‏ در حقیقت بورکراسی در بوروکراسی میشود و ایجاد تشکیلات موازی را تا حد باور نکردنی گسترش میدهد.

نکته دومی که جلب نظر مینماید،اینست که آیا حمایت از مصرف کنندگان و تولید کنندگان میتواند در یک سازمان متمرکز شود؟زیرا در بادی امر بنظر میرسد که تولید کننده و مصرف کننده منافع متضاد دارند. تولید کننده مایل است کالای خود را هر چه ارزانتر تمام کند و هر چه گرانتر بفروشد و سود بیشتری تحصیل‏ نماید،مصرف کننده علاقه دارد که کالای هر چه بهتر را با قیمت هر چه ارزانتر خریداری کند.حال اگر یک‏ سازمان باید از هر دو حمایت کند چگونه این دو وظیفهء ظاهرا متضاد را انجام خواهد داد؟و آیا آنکه پول، قدرت و سازمان و تشکیلات بهتری دارد،یعنی‏ تولید کننده،در برابر مصرف کننده بی‏نام و نشان، برتری به دست نخواهد آورد؟

معمولا اینگونه سازمانها بصورت خصوصی و گروهی‏ تشکیل میشوند و از منافع خاص خود دفاع میکنند و اگر در هر زمینه‏ای با یکدیگر برخوردی داشته باشند، سازمانهای دولتی بر اساس قوانین،تکلیف هر گروه‏ را روشن میکنند و البته موارد تخلفات یا برخوردهای‏ حاد به حکمیت و داوری یا به دادگاهها کشیده میشود. اما صرفنظر از نکات فوق که جنبه تشکیلاتی دارد، مسأله اساسی،وظائف این سازمانهاست.تا آنجا که‏ از بخشنامه‏ها و دستور العملهای سازمان حمایت‏ مصرف کنندگان و تولید کنندگان بر می‏آید،سازمان‏ مذکور ضرائبی برای تعیین درصد سود تولید کارخانجات،درصد سود هزینه‏های توزیع پخش‏ سراسری-درصد سود هزینه‏های عمده فروشی در بخش غیر سراسری و بالاخره درصد سود و هزینه‏های‏ خرده فروشی،براساس قلم به قلم کالاهای مختلف، تعیین و ابلاغ میکند و کلیه کارخانجات را مکلف‏ میسازد براساس این ضوابط،نسبت به تعیین قیمت‏ محصولات در مقاطع مختلف در کارخانه-عمده‏ فروشی و خرده فروشی اقدام کنند.به این ترتیب عملا نقش کنترل قیمتها به عهده سازمان حمایت از تولید کننده و مصرف کننده واگذار شده است.آیا میتوان فرض کرد که این مکانیسم عمل کند؟

معمولا در کشورهای پیشرفته قیمتها را به عهدهء بازار و عرضه و تقاضا واگذار میکنند لیکن دستگاه‏ وصولی مالیات،بموقع خود را به منافع حاصله‏ میرساند و به نسبت تصاعدی از درآمد حاصله مالیات‏ میگیرد.نتیجه آنکه هم مکانیسم بازار آزاد عمل میکند و هم دستگاهی که بیشتر سود میبرد،در پایان سال، بیشتر مالیات می‏پردازد و به این ترتیب اقتصاد پیشرفت میکند-سطح اشتغال افزایش می‏یابد و از طریق هزینه کردن مالیاتها در راه منافع ملی،عدالت‏ اجتماعی و سطح رفاه عمومی نیز گسترش پیدا می‏کند. در حال حاضر نرخها در شرائطی تعیین و ابلاغ میشود که هنوز کالاهای کوپنی کم و بیش در جریان است و طبعا چند نرخی بین قیمتها همچنان وجود دارد.برای مثال‏ نرخ قند و شکر کوپنی،کیلوئی 30 ریال است.نرخ با کوپن آزاد دولت کیلوئی 700 ریال-نرخ سازمان‏ حمایت از مصرف کننده و تولید کننده(براساس‏ اعلامیه دوم خرداد ماه سال جاری)1000 ریال‏ (برای شکر)و 100 ریال(برای قند)-نرخ‏ تعاونیهای شهر و روستا کیلوئی 1510 ریال و نرخ بازار آزاد در زمانیکه این مقاله نوشته میشود کیلوئی‏ /3200 ریال است که ظرف یک هفته 1100 ریال ترقی‏ کرده است در حالیکه برای کارخانه سازنده کیلوئی‏ 7000 ریال مقرون بصرفه است این سود اضافی کجا میرود؟میدانیم که قیمت واقعی یک کالا در یک بازار، در یک زمان خاص بالاترین قیمتی است که کالا در آن‏ زمان و در آن بازار با آن فروخته شده است.بقیه‏ نرخها در حقیقت ظاهری و اختلافات حاصله عملا بصورت مبادلات در بازار سیاه رد و بدل میشود تا نهایتا به بالاترین قیمت بدست مصرف کنندهء نهائی برسد.اینست که می‏بینیم خرید و فروش کوپن‏ دولتی با کوپن آزاد دولتی بصورت یک حرفه گسترده‏ در آمده است و در تعاونیهای شهر و روستا از نیمه شب‏ گروهی مردم برای یک یا دو کیلو قند و شکر یا یک شیشه‏ روغن جمع میشوند و پس از کشمکشها و جنگ اعصابها، هنگامی که جیرهء مقرر را دریافت میدارند،اغلب‏ چند قدم بالاتر آنرا به قیمتی نزدیک به قیمت بازار آزاد می‏فروشند.

به این ترتیب هر ساکن شهر و روستا میتواند قدرت‏ کاربرد اقدامات سازمانهای دولتی مدعی حمایت از مصرف کننده و تولید کننده را به رأی العین به بیند.

تا آنجا که مطالعات موردی نویسندهء این گزارش‏ نشان میدهد،سازمانهای حمایت از تولید کنندگان‏ در کشورهای مختلف جهان در مقابل سازمانهای‏ تولیدی می‏ایستند و بدون اینکه وارد بحث قیمتها شوند نقش بازرسی و کنترل کیفیت کالا را بعهده‏ می‏گیرند و خریدار را بخصوصی نسبت به معایب کالای‏ عرصه شده در بازار-از هر مارک و متعلق به هر کارخانه‏ باشد-آگاه میکنند.فرضا با شرح و تصویر نشان‏ میدهند که بلندی این یا آن میز جلو مبل برابر متوسط بلندی زانوی یک فرد عادی و لبه‏های آن تیز است و اگر برخوردی صورت گیرد ایجاد صدمه میکند و همین‏ معرفی اندک سبب میشود که آن کالا مشتری خود را از دست بدهد.طراحان صنعتی قبل از تولید هر کالا بارها این نکات را آزمایش و با کارشناسان دیگر مشورت‏ میکنند تا کالای تولیدی بی‏خطر،مرغوب و متناسب با انجام وظیفه ایکه برای آن ساخته شده است باشد.

از طرف دیگر سازمانهای حمایت از تولید کنندگان‏ سعی میکنند با مراجعه به دادگاهها علیه انتقادات‏ سازمانهای حمایت از مصرف کنندگان،که موجودی و منافع آنها را به خطر می‏اندازد،اقامه دعوی نمایند. ما سازمان حمایت از مصرف کننده و تولید کننده را در یک سازمان و آنهم زیر نظر یک وزارتخانه قرار می‏دهیم‏ و برای چنین سازمانی نیز وظیفه کنترل قیمتها را تعیین‏ میکنیم و مدعی اقتصاد آزاد و مکانیسم عرضه و تقاضای‏ آزاد نیز میشویم.طبعا نتیجه هم همان میشود که در مورد مثال قند و شکر گفتیم.میتوانید فهرست مذکور را تا هر کجا دلتان بخواهد گسترش دهید.در این‏ میان بحث اقتصادی دیگری مطرح میشود که وجود بازار سبب توسعهء تولید میشود.اما بازار هم وقتی‏ بوجود می‏آید که کالائی که به درد مردم بخورد و با درآمد قابل مصرف آنها سازگار باشد تولید شود.اما سودجوئی بی‏رویه و مال پرستی که یک اخلاق ضد اسلامی است،گاه بر همهء نقشهائی که برای اقتصاد آزاد قائل هستیم فائق می‏آید.فرضا حتی در شرائطی که کالا به اندازهء کافی وجود دارد،گروهی‏ آنرا احتکار می‏کنند تا با کم کردن مصنوعی عرضه، بر نرخ کالای خود بیافزایند و سود غیر عادلانه و غیر شرافتمندانه بدست آورند.طبیعی است که هر کار و کسب اخلاق خاص خود را می‏طلبد و اگر کسانی در هر رشته فاقد ارزشهای معنوی لازم برای آن کار و کسب‏ باشند باید از جامعهء مربوط طرد شوند.در اینجاست‏ که نظارت دولت در امر قیمتها با مسأله مهمتری که‏ ایجاد فرهنگ-کار و کسب و ایجاد روحیه سالم کار و کسب میباشد باید هماهنگ عمل کند و هر یک به کمک‏ دیگری بشتابد.فرضا در کشور اسلامی یا،هیچ‏ مسلمانی برای تأمین گوشت خوک پرورش نمیدهد این یک اصل شناخته شده و عمل شده است.باید برای سود بردن نیز یک حد و مرز اخلاقی بوجود آید.احتکار از بین برود.تقلب در کسب و کار-کم‏ فروشی و بد فروشی و ایجاد غبن برای خریدار از بین‏ برود.اینها یک کار فرهنگی است که خوشبختانه جزء به جزء آنها در فرهنگ اسلام وجود دارد و برای هر یک‏ احکام و دستورات خاص صادر شده.باید روی آنها بطور مداوم و شکل مردم پسند تبلیغ شود.بجای کلی‏ گوئی باید به تشریح بحثهای موردی بپردازیم و در عین‏ حال اصول اساسی اقتصاد را نیز با فرهنگ اسلامی‏ کشورمان تطبیق داده و آنها را با هم تلفیق نمائیم تا بهترین عملکرد را داشته باشیم.