

گران‌فروشی مسابقه تضییع حقوق اقتشار آسیب‌پذیر است

اشاره:

بحث حقوق مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان و چگونگی تأمین آنها، سالهاست که در اقتصاد ایران مطرح می‌باشد، اما هنوز نتایج روشنی از آن به دست نیامده است. هر چند که قوانین بسیاری در این زمینه طرح و تدوین و تصویب شده است.

اقتصاددان‌ها بحث حقوق مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان را از یکدیگر جدا نمی‌دانند و در مباحث توسعه اقتصادی از دو جنبه تولیدکننده و مصرف‌کننده به آن می‌نگرند.

خبرنگار نشریه «بررسی‌های بازرگانی» در گفت‌وگو با آقای مهدی خداپرست عضو هیأت علمی دانشگاه فردوسی مشهد، مباحث مختلف مربوط به حقوق مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان و چگونگی احقاق آنها را جویا شده است.

ماحصل این گفت‌وگو را با هم می‌خوانیم.



■ دامنه حمایت از تولیدکننده و مصرف‌کننده را تشریح

فرمایید.

□ در افواه عمومی، بحث حقوق مصرف‌کننده به‌طور جدی‌تری نسبت به حقوق تولیدکننده مطرح می‌شود، در صورتی که باید همزمان با آن به حقوق تولیدکننده نیز توجه داشت.

دیدن این دو قشر با هم، کارشناسان ما را به تحلیل بهتری از سیستم اقتصادی هدایت می‌کند. علاوه بر آن باید تولیدکنندگان و مصرف‌کنندگان را تعریف کرد و تعریف آنان را نباید به این امر محدود کرد که مصرف‌کننده فقط مصرف‌کنندگان کالاها می‌باشند، در صورتی که مواد واسطه‌ای و سرمایه‌ای را نیز می‌توان جزء کالاها محسوب کرد و در این صورت مصرف‌کنندگان این کالاها تولیدکنندگان هستند.

اگر به این صورت موضوع را بنگریم، می‌بینیم که مصرف و مصرف‌کننده دارای دامنه وسیع‌تری است. پس اگر در جامعه، موضوع حمایت از مصرف‌کننده مطرح می‌شود، بهتر است به این مسأله توجه شود که اگر مصرف‌کننده به‌صورت عام تلقی شود، حمایت از تولیدکننده نیز در درون آن نهفته است.

■ آیا در کل اقتصاد ایران باید فقط به مصرف‌کننده و حقوق این قشر توجه داشت؟

□ در این زمینه نباید فقط به حقوق مصرف‌کننده توجه شود. برای کل اقتصاد، باید توسعه اقتصادی را در نظر گرفت و برای توسعه اقتصادی باید تمام تولیدکنندگان و مصرف‌کنندگان و توزیع‌کنندگان مدنظر قرار گیرند.

○ برای کل اقتصاد باید به موضوع توسعه اقتصادی توجه داشت و برای این امر تمام تولیدکنندگان، مصرف‌کنندگان و توزیع‌کنندگان باید مدنظر قرار گیرند.

در نظریه‌های اقتصادی، بحثی به نام حاکمیت مصرف‌کننده مطرح است و حاکمیت این قشر حاکی از این امر است که تولیدکنندگان به نحوه استقبال مصرف‌کنندگان از کالا چشم می‌دوزند و آن کالاهایی را که این قشر درخواست می‌کند، آنها را تولید می‌کنند. میزان تولید هم تابع میزان درخواست مصرف‌کننده‌هاست.

البته در برخی مواقع کمی تعداد تولیدکنندگان، محدودیت‌های ارزی و مشکلات ساختاری باعث می‌شوند که هر آنچه که مصرف‌کنندگان نیاز دارند، علی‌رغم تقاضا، عرضه نشود و یا کمتر عرضه شود. نتیجه این امر، به وجود آمدن گرانی است.

اگر گرانی از حد قابل تحمل بگذرد، احتمالاً برخی از ابعاد حقوق مصرف‌کنندگان مجال طرح پیدا می‌کنند و افرادی دلایل گرانی را جویا می‌شوند که از وجود تورم صدمه می‌بینند، مانند وام‌دهندگان و یا افرادی که درآمد ثابتی دارند. به نظر من اگر بتوان دو قشر مصرف‌کننده و تولیدکننده در تمامی سطوح و فعالیت‌ها را همراه با یکدیگر مورد مطالعه قرار داد و نظرات دو قشر را دریافت کرد و برای هر دوی آنها راه‌حلی در نظر گرفت. آنگاه کل نظام اقتصادی به تعادل و توازن بهتری می‌رسد و امکان افزایش تولیدات جامعه فراهم می‌شود.

نکته دیگر این است که باید نه تنها به بازار کالا، بلکه به بازار عوامل تولید نیز توجه داشت. در این بازار نیروی کار و سرمایه وجود دارد که دارای قیمت می‌باشند و خرید و فروش می‌شوند. خریدارهای بازار نیروی کار و سرمایه، تولیدکنندگان هستند که باید حق آنها رعایت شود.

در ایران قانون حمایت از کارگر وجود دارد، اما در مورد

امکانات سرمایه‌ای و سرمایه، حمایتی جدی وجود ندارد و سرمایه‌گذاران تأمین، تضمین و امنیت اقتصادی کافی ندارند. سرمایه‌گذاران برای سرمایه‌گذاری مجبور به قبول مخاطرات زیادی هستند که باید این مخاطرات کاهش داده شود. این موضوعات را می‌توان از طریق قانون تصریح کرد و زمینه‌هایی را برای تعدیل آن فراهم آورد.

در اصل ۴۳ قانون اساسی «رقابت در بازار عوامل» پذیرفته شده است. از این بند قانون می‌توان نتیجه گرفت که تعداد فروشندگان عوامل و خریداران باید زیاد باشند تا قیمتی که در بازار تعیین می‌شود، «عادلانه» باشد و هر کس به میزان مشارکت در تولید سهم ببرد. اگر فرض شود که این امر محقق نشود، نتیجه این خواهد بود که افراد، انگیزه زیادی برای کار کردن به نحو مطلوب ندارند. زیرا به اندازه زحمتی که می‌کشند پاداش نمی‌گیرند. باید به دنبال طراحی نهادهایی بود که از نظر حقوقی، افرادی که بیشتر کار می‌کنند، پاداش بیشتری بگیرند و افرادی که کمتر کار می‌کنند، پاداش کمتری دریافت دارند.

اگر مکانیزم‌های قانونی، ما را به این سمت نکشد، نیروهای کار انگیزش لازم را برای کار نخواهند داشت و یا لاقلاً کمتر کار خواهند کرد. متأسفانه این پدیده با توجه به وجود تورم، تأمل بیشتری می‌طلبد.

البته در جامعه اسلامی ایران، اعتقاد و ارزش‌ها، ایمان و تعهد به کار را ایجاد می‌کند، اما علاوه بر آن، انگیزه مادی را نمی‌توان نادیده گرفت.

■ آیا زمینه کسب سود انبوه برای افرادی خاص، حقوق مصرف‌کنندگان را تحت تأثیر قرار می‌دهد؟

□ اگر در چارچوب اقتصاد کشور دیده شود که یک فرد، سرمایه‌های زیادی را با کار اندک به دست آورده است، این امر نشان می‌دهد نهادهای اجتماعی کشور از نظر قانونی، فضا را برای سودآوری زیاد باز گذاشته‌اند. بنابراین برخی افراد بدون آنکه زحمت زیاد بکشند، پاداش «رانت» زیادی می‌برند و شاید حق دولت که حق جامعه تلقی می‌شود و مالیات نام‌گذاری شده است را هم ندهند. در این زمینه عموماً تولید بالا نرفته و یا قدرت خرید جامعه به این‌گونه افراد منتقل شده است. برای حل این معضل باید روی حق تولیدکننده و یا مصرف‌کننده از هر زاویه‌ای که به آن نگرسته می‌شود، تعادل را برقرار کرد.

سودآوری معقول نه تنها لازم، بلکه شرط توسعه فعالیت‌های اقتصادی است. اما «رانت‌جویی» پدیده‌ای ناسالم بوده، مخرب اقتصاد و پویایی عناصر است که باید جلوی آن

گرفته شود.

زمینه بهینه شدن تولید، توزیع و مصرف، عملاً دچار خدشه می‌شود.

■ آیا در قانون اساسی، اسراف و تبذیر که به نوعی حقوق تولیدکنندگان و مصرف‌کنندگان را به مخاطره می‌اندازد، منع شده است؟

□ در بند ۶ اصل ۴۳ قانون اساسی آمده است در همه شؤون مربوط به اقتصاد، اعم از مصرف، سرمایه‌گذاری، تولید، توزیع و خدمات، اسراف و تبذیر منع شده است.

بنابراین در جامعه اقتصادی ایران باید زمینه‌ای فراهم شود که تولید به کمترین هزینه و بهترین وجه صورت گیرد. فرآیند توزیع، سریع، روان و متناسب باشد تا بهینه‌سازی اقتصادی حاصل شود.

این موارد وقتی پدید می‌آید که «قانون»، چارچوبی را فراهم کند که در آن تعداد فروشندگان و تعداد خریداران زیاد باشند، اطلاعات لازم بین تمامی عناصر به راحتی مبادله شود و تمام افراد جامعه از قیمت کالا، قیمت عوامل، کیفیت کالاها، کیفیت عوامل، محل‌های فروش و ویژگی‌های جزئی آنها، اطلاع دقیق داشته باشند، و این به معنای لغو کلیه امتیازات و انحصاراتی است که در اختیار برخی نهادها و افراد قرار گرفته است.

در جامعه اقتصادی ایران، مواردی از انحصارات طبیعی دیده می‌شود که خدمات عام‌المنفعه دولتی مانند آب، برق، تلفن و... را رایج می‌دهند. در این زمینه دولت باید آرایه این خدمات را به گونه‌ای تنظیم کند که حداکثر رفاه برای مصرف‌کنندگان ایجاد شود و در عین حال رشد معقول خدمات تداوم یابد.

■ انتشار اطلاعات در زمینه گسترش آگاهی‌های عمومی از

قیمت‌ها را در ایران چگونه تلقی می‌کنید؟

□ مکانیزم انتشار اطلاعات در زمینه قیمت کالاها به نحوی که بتواند دربرگیرنده جامعه مصرف‌کنندگان باشد، به چشم نمی‌خورد. البته به تازگی در این زمینه کوشش‌هایی صورت گرفته است و برخی رسانه‌های جمعی نقش اساسی را به عهده دارند و می‌توانند در زمینه آگاهی جامعه از قیمت انواع کالاها نقش محوری داشته باشند. اما چنانچه نشریه‌ای صرفاً با هدف اطلاع‌رسانی به تولیدکنندگان و مصرف‌کنندگان و گسترش توسعه اقتصادی جامعه ایجاد شود، مفید خواهد بود.

■ چنانچه حقوق مصرف‌کننده و تولیدکننده به نحوی

تضییع شد، چگونه می‌توان احقاق حق کنند؟

□ در این راستا مراجع بازرگانی و قضایی که در اختیار این دو قشر است، می‌توانند در زمینه احقاق حق تولیدکننده و

○ اگر نظرات هر دو گروه مصرف‌کننده و تولیدکننده دریافت شود و برای هر دو راه‌حلی‌هایی منظور شود، آنگاه کل نظام اقتصادی به تعادل و توازن بهتری می‌رسد و امکان افزایش تولیدات جامعه فراهم می‌شود.

■ آیا در قانون اساسی، ممنوعیت به دست آوردن قدرت انحصار برای تولیدکنندگان که حق مصرف‌کنندگان را تضییع می‌کند، پیش‌بینی شده است؟

□ بند ۵ اصل ۴۳ قانون اساسی منع اقرار به غیر، انحصار، احتکار، ربا و دیگر معاملات باطل و حرام را تصریح کرده است. بنابراین در جریان تولید هر گونه سوءاستفاده تولیدکننده به خاطر انحصاری که به دست می‌آورد، ممنوع است. فلذا ربا، احتکار، معاملات باطل و حرام، ممنوع می‌باشند. در این زمینه کم‌فروشی، تقلب، برچسب‌های ناروا، اختفای جنس، تبلیغات ناصحیح و عدم عرضه کالا، همگی به گونه‌ای در صحت معامله ایجاد اشکال می‌کند و در قیمت مبادله اثر منفی می‌گذارد. بنابراین بر اساس این بند از قانون باید زمینه‌های حق‌کشی‌ها و باطل‌ها از بین برود.

وقتی سخن از ممنوعیت انحصار به میان می‌آید، چنانچه یک مؤسسه بخش خصوصی یا حتی دولتی در زمینه‌ای صاحب انحصار باشد، می‌تواند روی قیمت کالا اثر منفی بگذارد و باعث افزایش ناروای قیمت شود و حتی روی قیمتی که به نهاده‌ها می‌پردازد نیز می‌تواند مؤثر باشد و تضییع حق کند (به عنوان مثال قیمت این نهاده می‌تواند دستمزد یک فرد باشد). به طور کلی در تشریح این امر می‌توان خاطر نشان ساخت که انحصارگر می‌تواند کالای تولیدی خود را با قیمت بالاتر بفروشد و قیمت کمتری را به عنوان دستمزد بپردازد، پس قدرت انحصار منجر به تضییع حقوق افراد در جامعه می‌شود. حتی اگر این انحصارگر دولت باشد، نباید از این توان خود استفاده کند. حال اگر یک نهاد با قدرت انحصاری خود بتواند قیمت‌ها را افزایش دهد، و دستمزدها و حقوق کارمندان را به همان نسبت افزایش ندهد، باعث می‌شود مقداری از حقوق جامعه تضییع شود، در بهینه شدن اقتصاد ایجاد اشکال گردد و توقعی که جامعه دارد برآورده نشود (تولید در حد کمتر از بهینه). در این

موجود و مشکلات رسیدگی به شکایت، ممکن است برخی افراد را از طرح شکایت بازدارد.

به طوری کلی باید گفت در زمینه حمایت از حقوق تولیدکنندگان و مصرف‌کنندگان قانون وجود دارد، ولی باید دید آیا این قوانین همگی با یکدیگر سازگاری دارند؟ آیا همه این قانون مکمل یکدیگرند؟ آیا در تمامی این قوانین، کلیه زوایا دیده شده است؟ آیا این قوانین در ارتباط با توسعه اقتصادی نقش ایفا می‌کنند؟ آیا این قوانین ارتباط بین حقوق مصرف‌کننده و تولیدکننده را در سطح بین‌المللی دیده است؟ و آیا این قوانین به گونه‌ای است که اگر صادرکننده ایرانی به عنوان عرضه‌کننده جنسی را به خارج از کشور بفروشد و کالای وی عودت داده شود و آبروی ایران در یک کشور خارجی زیر سؤال رود، آیا این صادرکننده مجازات می‌شود؟ آیا این قوانین به روز هستند و...

وقتی پدیده‌ها به این صورت مورد بررسی و ارزیابی قرار گیرد، دیده می‌شود قوانین ایران در این زمینه قدری قدیمی است و ارتباط تنگاتنگی بین این قوانین مشاهده نمی‌شود. منطق اقتصادی پشت این قوانین قوی نیست، خلاصه اینکه قوانین حمایت از مصرف‌کننده و تولیدکننده در ایران با شرایط روز، سازگاری زیادی ندارد.

حتی برخی از قضاتی که به این تخلفات رسیدگی می‌کنند، دانش اقتصادی کافی ندارند، حتی برخی مشاور اقتصادی هم ندارند. بنابراین تحلیل‌های اقتصادی آنان محکم نیست. به همین دلیل مجازات‌ها ممکن است از نظر اقتصادی موجه نباشند، به عبارت دیگر قضات در این رشته اگر مشاوران اقتصادی و مشاوران مدیریتی نداشته باشند و فقط براساس دستورالعمل‌های خاص به امر قضاوت بپردازند، نتیجه قضاوت آنان شاید کارآمدی اقتصادی نداشته باشد.

○ باید تمام اطلاعات لازم بین تمام عناصر جامعه به راحتی مبادله شود و این به معنای لغو کلیه امتیازات و انحصاراتی است که در اختیار برخی نهادها و افراد قرار گرفته است.

به هر حال، در این زمینه حتماً قوانین پراکنده‌ای وجود دارد. اما باید دید که این قوانین تا چه حد به روز هستند، و یا با توجه به نیاز اقتصاد در سطح داخلی و بین‌المللی تجدیدنظر و یا

مصرف‌کننده نقش داشته باشند. اما در برخی مواقع هزینه انجام این کارها بالاتر از منافع اکتسابی است.

طبیعی است اگر به افراد جامعه کالای معیوب فروخته شود و یا یک کالای غذایی فاسد در اختیار آنان قرار گیرد، باید به شکایت آنها رسیدگی شود. در این زمینه سرعت رسیدگی به شکایت باید زیاد باشد و به آن کاملاً رسیدگی شود. ضمناً باید شدت مجازات خاطی به اندازه‌ای باشد که دیگر چنین حرکتی را تکرار نکند. در این صورت است که حقوق مصرف‌کننده بهتر تأمین می‌شود.

○ انحصار می‌تواند روی قیمت کالا اثر بگذارد و باعث افزایش ناروای قیمت شود و حتی روی قیمت نهاده‌ها نیز می‌تواند اثر گذارد و تضییع حق کند.

در زمینه احقاق حق تولیدکنندگان نیز باید دید آیا یک تولیدکننده اگر به موقع نتواند وام درخواستی و مصوب خود را دریافت کرده و یا ماده اولیه کالای خود را نیز به موقع نتواند ترخیص کند و در زمینه تولید، صدمات و لطمات شدید اقتصادی ببیند، آیا مرجعی برای رسیدگی و احقاق حق این تولیدکننده وجود دارد؟

برخی از این مفاهیم در اقتصاد ایران به طور شفاف تعریف نشده و عدم شفافیت آن سبب شده است دو قشر تولیدکننده و مصرف‌کننده نسبت به حقوق خودشان آگاهی کامل نداشته باشند. در نتیجه آنها از حقوق خود نیز کمتر استفاده کرده‌اند، هر چند که زمینه‌های آن بحمدالله کمابیش وجود دارد.

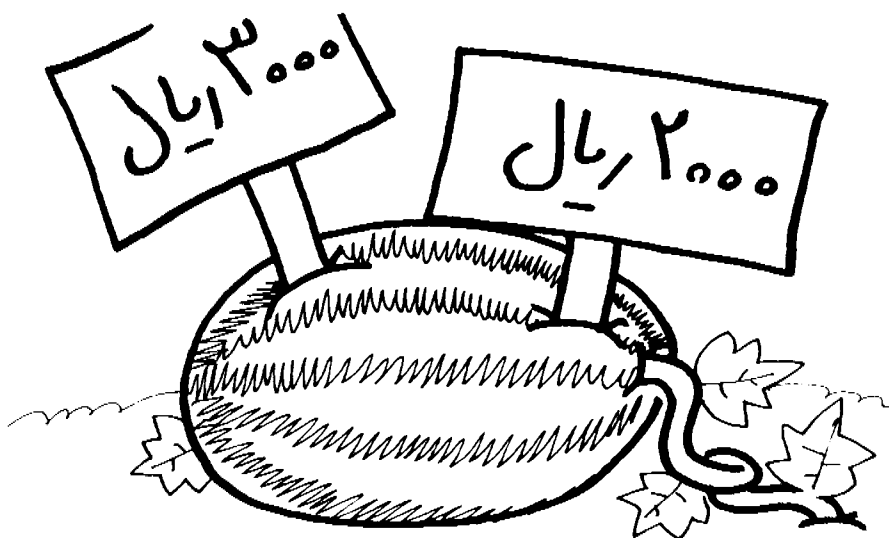
■ برخی کارشناسان معتقدند در کشور، قانون به اندازه کافی در زمینه حمایت از تولیدکنندگان و مصرف‌کنندگان وجود دارد. نظر شما چیست؟

□ اگر قانون در این زمینه به اندازه کافی وجود داشته باشد، دو احتمال بر آن وجود دارد:

۱- تمامی اقشار از آن اطلاع کافی ندارند.

۲- اجرای این قوانین با مشکل روبه‌رو است.

البته احتمال دارد قوانین در این زمینه به طور مستمر اجرا نشود، ولی باید گفت اگر افراد از تضییع حقوق خود در زمینه قیمت‌ها شکایت کنند، رسیدگی می‌شود و رسیدگی به آن نیز مستمر است، منتهی امکان اینکه پیگیری یک شکایت برای شاکی اقتصادی نباشد، مهم است. در این زمینه تشریفات اداری



و سیاسی برای مجلسیان روشن است. به نظر من افرادی که در قشر تولیدکننده و یا مصرف‌کننده هستند، کمتر توانسته‌اند صدای خود را به نمایندگان خودشان برسانند و یا نمایندگان آنها کمتر موفق به گرفتن نظرات آنان شده‌اند.

اگر تشکلهای اقتصادی مانند تشکل مردمی مصرف‌کننده‌ها در کشور وجود داشت، درخواست مصرف‌کنندگان به راحتی به دولت و مجلس می‌رسید و حتی در جریان مبارزه با گرانی‌فروشی به کمک دولت می‌آمدند و بار سازمان نظارت و بازرسی به میزان چشمگیری به دوش آنان منتقل می‌شد. این تشکل‌ها می‌توانستند در معرفی خاطیان، نقش کارآمدی داشته باشند و در جهت مبارزه با گرانی‌فروشی به دولت ارایه طریق دهند.

سازمان حمایت مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان نیز به دلیل آنکه دولتی است، احتمالاً کارآمدی زیادی نخواهد داشت و با کارآمدی تشکیلات مردمی خودجوش و یا با اتحادیه‌های صنفی، کارگری و... تفاوت ماهیتی دارد.

اگر با ایجاد تشکل‌هایی در این زمینه، مردم می‌توانستند به مجلس بروند و نسبت به تصمیمات اتخاذ شده در مجلس که دارای فشارهای تورمی است با نمایندگان به گفت‌وگو بنشینند و حتی قبل از آنکه تورم به‌وقوع پیوندد، فشار آن را به‌گونه کارآمدتری بر اقشار آسیب‌پذیر کاهش می‌دادند، اقتصاد و برنامه‌های توسعه، راه‌های مطلوب‌تری پیدا می‌کردند.

اصلاح شده‌اند. این قوانین چگونه و با چه سرعتی باید اجرا شوند و بالاخره طرفین دعوا پس از قضاوت تا چه حد احساس رضایت می‌کنند. این عوامل به مدیریت قضا مربوط می‌شود. به هر حال می‌توان امیدوار بود که در زمینه وضع قوانین برای احقاق حقوق مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان کارهای زیادی می‌توان انجام داد.

○ **مراجع بازرگانی و قضایی می‌توانند در احقاق حق تولیدکننده و مصرف‌کننده نقش داشته باشند، اما در پاره‌ای موارد، هزینه این کارها بیشتر از منافع اکتسابی است و افراد طرح شکایت نمی‌کنند.**

■ **اشاره کردید ممکن است قوانین حمایتی ایران از تولیدکننده و مصرف‌کننده به‌روز نباشد. چرا لایحه حمایت از مصرف‌کننده و تولیدکننده در مجلس مسکوت مانده است؟**

□ شاید مشکلات مجلس در زمینه بررسی و وضع قوانین مختلف باعث این کار شده است. حجم کار در مجلس شورای اسلامی بالاست و نمایندگان مجلس برای برخی قوانین اولویت بیشتری قایل هستند. در نتیجه بحث روی این لایحه به تأخیر افتاده است.

ضمناً باید دید تبعات این مباحث از نظر اقتصادی، اجتماعی

■ کارشناسان اقتصادی در قانون حمایت از مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان به چه مواردی از آن اعتقاد دارند؟

□ کارشناسان اقتصادی معتقدند باید از قانون حمایت از مصرف‌کننده و تولیدکننده استفاده کرد و رقابت را به جای انحصار در جامعه رواج داد.

آنها معتقدند در قانون باید زمینه این امر آماده شود که هر کس به اندازه کاری که انجام می‌دهد پاداش دریافت کند.

کارشناسان اقتصادی معتقدند که جامعه باید به سمتی برود که فرهنگ تولید به جای فرهنگ واسطه‌گری رواج یابد. مجلس شورای اسلامی باید در زمینه لایحه حمایت از

مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان، کار کارشناسی بیشتری انجام دهد و با مردم بیشتر ارتباط تنگاتنگ داشته باشد. اگر مردم در قالب تشکل‌های اجتماعی مانند تشکل مصرف‌کنندگان و تشکل تولیدکنندگان با مجلس ارتباط قوی‌تری برقرار کنند، قطعاً کارآمدی مجلس در حمایت از این دو قشر افزایش خواهد یافت.

■ برای اینکه مصرف‌کننده و تولیدکننده نسبت به حقوق خود وقوف کامل یابند، اطلاع‌رسانی در زمینه قیمت کالاها به چه صورتی باید در جامعه اعمال شود؟

□ اطلاع‌رسانی در زمینه قیمت‌ها باید از طریق رسانه‌ها به اطلاع مردم برسد. در تهران بزرگ امکان دارد یک کالا به چند قیمت به مصرف‌کننده به فروش برسد، چنانچه قیمت این کالا از طریق جراید به مردم منتقل شود، منجر به این خواهد شد که افرادی که از نظر بُعد مسافت به فروشنده ارزان‌تر نزدیک‌ترند، کالای خود را از وی اکتیاع کنند. این امر باعث می‌شود افراد بیشتری از فرد ارزان‌فروش خریداری کنند و سود بیشتری به وی تعلق گیرد و فروشندگان دیگر در رقابت با این فروشنده ارزان‌فروش، سعی می‌کنند قیمت کالای خود را کاهش دهند.

○ قوانین ایران در زمینه حمایت از حقوق تولیدکنندگان و مصرف‌کنندگان قدری قدیمی است و ارتباط تنگاتنگی بین قوانین مشاهده نمی‌شود. در پشت برخی قوانین، منطق اقتصادی وجود ندارد و با شرایط روز سازگاری زیادی ندارد.

بدون استاندارد و تقلبی را به مردم نشان می‌دهند، بیشتر کوشا باشند. این امر باعث می‌شود مصرف‌کننده اطلاعات بیشتری را به دست آورد و در جریان خرید، صدمه کمتری ببیند. ضمناً باعث می‌شود تولیدکنندگان، کیفیت کالای خود را افزایش دهند. چنانچه افراد گرانفروش، محتکر و متقلب از طریق رسانه‌ها معرفی شوند، افراد سالم، احساس امنیت می‌کنند، زیرا عناصر ناسالم از جامعه آنها طرد شده است. انتشار اطلاعات، افراد و مصرف‌کنندگان یک جامعه را به راهی سوق می‌دهد که برای تهیه یک کالا، هزینه کمتری را بپردازند و منافع بیشتری را کسب کنند. جریان اطلاعات صحیح، عملکرد اقتصاد جامعه را شفاف می‌کند.

■ وجود تقلب، احتکار و قاچاق تا چه حد حقوق مصرف‌کننده و تولیدکننده را به مخاطره می‌اندازد؟

□ اگر احتکار به معنای عرضه نکردن یا به تعویق انداختن عرضه کالا تلقی شود، باعث می‌شود قیمت آن کالا افزایش یابد. در این راستا نیاز مصرف‌کننده در زمان احتیاج به آن کالا مرتفع نمی‌شود و او متضرر می‌گردد. احتکار از سوی افراد، به گونه‌های متفاوتی مطرح می‌شود، اما قطعاً انگیزه سودآوری بیشتر برای تولیدکننده یا عرضه‌کننده، مهم‌ترین دلیل احتکار است.

در زمینه قاچاق نیز باید گفت، خروج غیرقانونی یک کالا از کشور باعث می‌شود عرضه آن کالا در جامعه کمتر شده و قیمت آن کالا افزایش پیدا کند و مصرف‌کنندگان متضرر شوند. قاچاق یک کالا مانند فرش، باعث می‌شود حقوق دولت تضییع شود و در حقیقت حقوق اجتماعی کشور تضییع می‌شود.

در زمینه تقلب تولیدکننده باید گفت، اگر تقلب را عرضه نامناسب کالا در نظر بگیریم، برای سلامتی جامعه خطرناک خواهد بود و سلامتی جامعه را به خطر می‌اندازد و زیان مصرف‌کننده‌ها را به دنبال دارد.

مجازات متقلبین در کشورهای خارجی بسیار سنگین است. در ایران نیز مجازات‌های اقتصادی باید به قدری بالا باشد که افراد متقلب حاضر به قبول ریسک انجام آن نباشند. بنابراین تکرار جرایم حاکی از ضعیف بودن مجازات است. اما مجرم‌شناسی، امر بسیار مهم و در عین حال دشواری است و متأسفانه در شناخت و مجازات مجرمین بزرگ صحنه اقتصادی، کار کارشناسی زیادی صورت نمی‌گیرد.

■ آیا در کشورهای غربی، دفاع از حقوق مصرف‌کننده و تولیدکننده مانند ایران است؟

رسانه‌ها می‌توانند در معرفی نمایشگاه‌هایی که اجناس

تولیدکنندگان ناسالم کاهش یابد.

■ در قانون حمایت از مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان، چه مواردی باید گنجانده شود تا از حقوق آنها بیشتر حمایت شود و حقوقشان تضعیف نشود.

□ در مورد مصرف‌کنندگان:

- ۱- مصرف‌کننده باید حق دریافت اطلاعات درست را داشته باشد و خود بتواند از هر بنگاه که جنس را ارزان‌تر و یا با شرایط بهتری در اختیار می‌گذارد، خرید نماید.
- ۲- او باید حق به‌دست آوردن کالاها و خدمات صحیح و سالم را داشته باشد و اهدی او را به خرید هر کالایی مجبور نکند.
- ۳- مصرف‌کننده باید مطمئن باشد، عرضه‌کنندگان کالاهای موردنیاز را پنهان نمی‌کنند و با عدم دسترسی به آنها مواجه نمی‌شود.
- ۴- مصرف‌کننده باید اطمینان داشته باشد که اگر با مشکلی مواجه شد، دولت، وی را حمایت می‌کند.
- ۵- مصرف‌کننده باید مطمئن باشد اگر از هر شخصیت حقیقی و یا حقوقی (خصوصی یا دولتی) شکایتی کرد، مراجع قضایی به شکایت او رسیدگی می‌کنند.
- ۶- مصرف‌کنندگان باید بتوانند از طریق تشکل‌های صنفی و اتحادیه‌های کارگری و کارمندی از حقوق خود پاسداری کنند.

در زمینه تولیدکنندگان نیز:

- ۱- تولیدکنندگان باید از اطلاعات لازم برخوردار باشند و بنگاه‌ها باید بدانند سیاست‌های پولی - مالی - ارزی چه تغییری می‌کند.
- توضیح اینکه عدم اطلاع و اطمینان ایشان از ثبات سیاست‌گذاری‌ها، باعث ضعف در تصمیم‌گیری آنها می‌شود و این امر مخاطرات تولید را بالا می‌برد و بنابراین تماس آنها نسبت به این‌گونه فعالیت‌های مفید اقتصادی کاهش می‌یابد و یا تمایل کسانی که می‌خواهند در این‌گونه فعالیت‌های اقتصادی سرمایه‌گذاری کنند، کمتر می‌شود.
- در بخش حمایت از تولیدکنندگان دولت باید یک سیاست ثابت اعلام کند تا افراد و بنگاه‌های تولیدی بر اساس آن سیاست ثابت برنامه‌ریزی تولید خود را شکل دهند. اگر سیاست‌های اقتصادی به‌ویژه سیاست‌های ارزی به هر دلیل ثابت نباشد، تولیدکنندگان دائماً چشم به اخبار و شایعات دارند. این امر باعث می‌شود امنیت سرمایه‌گذاری‌ها صدمه

□ در این کشورها قوانین مختلف مانند منع انحصار، منع احتکار، قدیمی‌تر و بیشتر از ایران است و در تمامی موارد برای هر جرم و مجازات آن تعاریف دقیق و جامعی شده است. اگر در ایران خواسته شود از قوانین کشورهای مترقی استفاده شود، باید این قوانین با موقعیت زمانی، مکانی و فرهنگ کشور وفق داده شود.

به‌طور کلی کشورهای غربی، مطالعات قانونی خود را زودتر از ایران آغاز کرده‌اند و قوانین آنها هر زمانی که شرایط ایجاب کند، بازنگری می‌شود و نکات تازه به آن اضافه شده و گیرهای قانونی آن مرتفع می‌شود.

در کشورهای غربی، ساختار اقتصادی با ایران متفاوت است. نرخ تورم معمولاً یک‌رقمی است و گرانی‌فروشی به مفهوم ایران که مسابقه در تضییع حقوق اقشار آسیب‌پذیر است، معنی ندارد و افزایش قیمت‌ها به نحوی نیست که بحث گرانی‌فروشی مطرح شود. در این جوامع کاهش رفاه مصرف‌کنندگان کمتر دیده می‌شود. زیرا با هر تخلفی که به ضرر مصرف‌کننده است به‌شدت برخورد می‌شود و وجود تشکل‌های مردمی ضامن اجرای قوانین است.

○ اگر گرانی‌فروشان، محتکران و افراد متقلب از طریق رسانه‌ها معرفی شوند، افراد سالم احساس امنیت می‌کنند، زیرا عناصر ناسالم از جامعه آنها طرد می‌شوند.

■ جایگاه سازمان تعزیرات در اقتصاد ایران چیست؟

□ سازمان تعزیرات سازمانی است که به نفع مردم در کنترل افراد متخلف کوشاست. برخورد کارشناسانه این سازمان در مواردی که جرم تشخیص داده شده است، بر اقتصاد کشور اثر مثبت می‌گذارد.

این سازمان با واسطه‌ها و دلانی که گرانی‌فروشی را در جامعه رواج می‌دهند، برخورد می‌کند. بنابراین عملکرد آن سازمان در حمایت از حقوق مصرف‌کننده‌ها نقش اساسی دارد.

در زمینه تولیدکنندگان نیز این سازمان تولیدکنندگان ناسالم را از میان تولیدکنندگان سالم پاکسازی می‌کند. سازمان تعزیرات یک نهاد تصحیح‌کننده اقتصاد می‌باشد. جایگاه این سازمان در اقتصاد ایران لازم است.

وجود این سازمان باعث می‌شود موارد تخلفات

ببیند.

نزدیک بودن به منابع عرضه باعث می‌شود بهای حمل و نقل کمتر باشد، در نتیجه کالای خریداری شده ارزان‌تر به دست توزیع‌کننده برسد و بالطبع ارزان‌تر نیز در اختیار مصرف‌کننده قرار می‌گیرد.

۳- انصاف در امر توزیع و فروش کالا اهمیت زیادی دارد. برخی به سودهای ۵ تا ۱۰ درصد قانع هستند و برخی به سودهای ۲۰ تا ۵۰ درصد نیز قانع نیستند.

■ نقش واسطه‌ها در ترضیع حقوق مصرف‌کننده و تولیدکننده را تشریح کنید.

□ واسطه‌هایی که جنس را از کارخانه‌ها خریداری کرده، آن را انبار کرده، مشتری‌یابی می‌کنند، والنهاییه در اختیار واسطه‌های ضروری بعدی و یا خرده‌فروشان قرار می‌دهند و در تولید ملی نقش مثبتی دارند، وجودشان برای اقتصاد کشور ضروری است و کانال‌های توزیع نیز با وجود آنها شکل می‌گیرد. اما در برخی موارد در کنار این قشر عده‌ای هستند که وقتی کمبودی در یک جنس وارداتی و یا حتی داخلی به وجود می‌آید، آن را احتکار می‌کنند و به‌طور مصنوعی قیمت آن را بالا می‌برند. این عمل به‌عنوان یک جریان ناروا در سیستم واسطه‌گری متجلی می‌شود.

برخی بدتر از این عمل می‌کنند و کمتر نیز گرفتار می‌شوند. به این صورت که جنس را خریداری می‌کنند و بدون آنکه جابه‌جا کنند، آن را به نفر بعد با قیمت بالاتر و او نیز به نفر بعدی گران‌تر می‌فروشد و الی آخر... النهاییه بدون آنکه جنس جابه‌جا شود، سه یا چهار دست می‌چرخد و قیمت آن در هر مرحله بالا می‌رود بدون آنکه تولید بالا رود و یا خدمتی روی آن انجام شود.

این گونه واسطه‌ها غیرضروری و مخرب هستند و در افزایش قیمت‌ها بسیار دخیل‌اند و مقدار زیادی پول در دست این قبیل واسطه‌ها است. این عده یک کالای محدود را با چند مرتبه دست به دست کردن به مشتریانی که آن کالا را نیاز دارند، با بالاترین قیمت ممکن می‌فروشند.

○ شایعات اقتصادی بر مردم و تولیدکنندگان خیلی سریع اثر می‌گذارد و آنها پیوسته احساس ناامنی می‌کنند و رفتارشان از نظر اجتماعی غیرمعقول است و سبب افزایش بهای دیگر کالاها می‌شود.

○ بی‌اطلاعی تولیدکنندگان و بی‌اعتمادی آنها نسبت به ثبات سیاست‌گذاری‌ها، سبب ضعف در تصمیم‌گیری و افزایش مخاطرات برای تولید می‌شود و در نهایت تمایل به فعالیت‌های مفید اقتصادی را کاهش می‌دهد.

۲- حق خرید و یا واگذاری عوامل تولید موردنیاز (نیروی کار و سرمایه) از مجاری رقابتی
۳- در قانون باید از امکانات سرمایه‌ای تولیدکنندگان حمایت شود تا این سرمایه‌ها در امر تولید به‌کار آفتد، نه اینکه در عملیات نامربوط واسطه‌گری‌های بی‌مورد صرف شود و سرمایه‌گذاران عرضه تولید، احساس ناامنی کنند.
قانون حمایت از مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان باید در جهت تأمین امنیت سرمایه‌گذاری تولیدکنندگان صراحت داشته باشد و سرمایه‌گذار باید احساس کند که از نظر حقوقی از سرمایه‌های صحیح حمایت می‌شود.

در قانون باید به سرمایه‌گذار و تولیدکنندگان آرامش خاطر داده شود که اگر حتی از سوی دولت برای آنان در پرداخت وام مصوب یا تسهیلات اعتباری مصوب، مشکلاتی ایجاد شود و خسارت ببیند، بتوانند به مراجع قضایی شکایت کنند و یا به عبارت دیگر دولت را همواره حامی بخش خصوصی و مردم بدانند و این مهم فراهم نمی‌شود مگر آنکه سرمایه‌گذاران دلسوز متشکل شوند و تولید را سامان دهند.

■ با توجه به اینکه در تهران بزرگ، شبکه‌های توزیع وسیعی وجود دارد، چرا در نقاط مختلف، قیمت‌ها متفاوت است؟

□ دلایل مختلفی برای این امر می‌توان برشمرد:

۱- اگر فروشگاه در یک مکان خاصی باشد که سرفقلی آن بالاست، این موضوع هزینه تمام شده هر واحد زمانی و کالایی را بالا می‌برد. اما در مکان‌هایی که سرفقلی‌ها پایین‌تر و هزینه زمانی مکان و یا اجاره‌ها پایین‌تر است، قیمت‌ها کمتر است.

۲- ممکن است فروشنده جزو واسطه‌های درجه اول، دوم و یا سوم باشد و یا اینکه خرده‌فروش یا عمده‌فروش باشد. این امر تفاوت‌هایی را به همراه دارد. اگر کلی خرید کنند، کالاها را ارزان‌تر می‌توانند عرضه کنند.

باید دید آیا هزینه‌هایی که به اجتماع وارد شده در حدی است که منفعت بیشتری داشته باشد و آن را بپوشاند؟ اگر جواب مثبت بود، گران کردن یک کالا توجیه اقتصادی دارد، وگرنه توجیه اقتصادی آن زیر سؤال می‌رود و این امر نیاز به مطالعه عمیق دارد.

گران کردن برخی کالاها از سوی دولت در آغاز هر سال دارای یک مصوبه قانونی است و یک تصمیم محترمی است که گرفته می‌شود، ولی توصیه من این است حال که تبعات منفی این سیاست را بارهاست تجربه می‌کنیم به راهکارهایی بیندیشیم که کمترین تبعات ناروا داشته باشد.

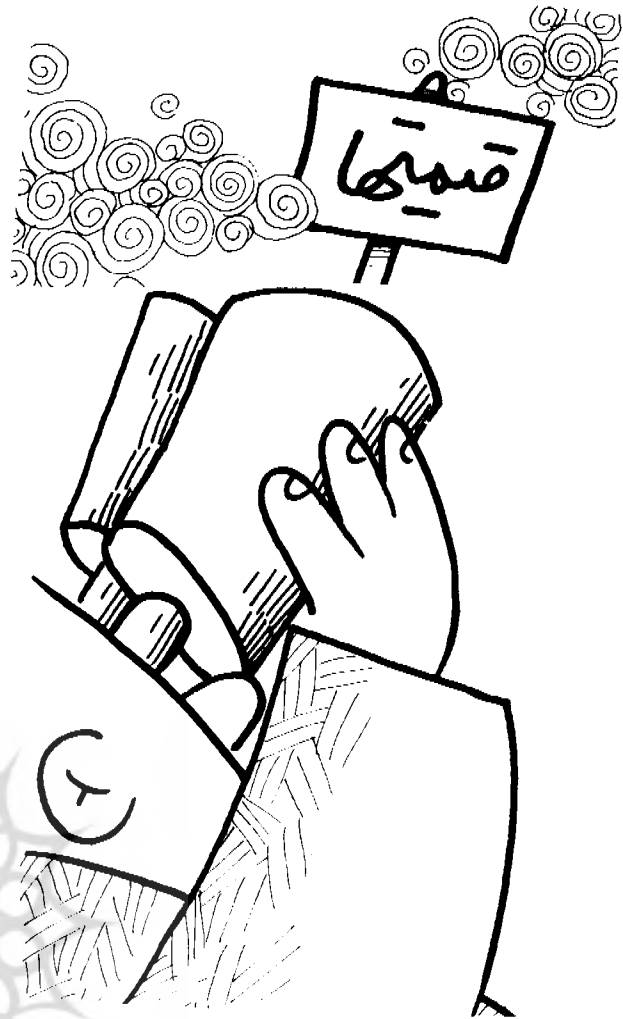
○ با وجود برخی واسطه‌ها، کانال‌های توزیع شکل می‌گیرد و نقش آنها مثبت است. اما در کنار آنها، عده‌ای هستند که وقتی کمبود در عرصه کالا پیش می‌آید، با احتکار به‌طور مصنوعی قیمت را بالا می‌برند و عمل آنها یک جریان ناروا در سیستم واسطه‌گری متجلی می‌سازد.

■ گرانفروشی کالا حقوق مصرف‌کننده را تحت الشعاع قرار می‌دهد. برای خشکاندن ریشه‌های گرانفروشی چه باید کرد؟

□ خشکاندن ریشه‌های گرانفروشی کاری بسیار مشکل است، اما می‌توان آن را کنترل و مهار کرد.

نهادهایی که هم‌اکنون فعال هستند مانند سازمان تعزیرات حکومتی، سازمان بازرسی و نظارت و دستگاه‌هایی چون شورای اقتصاد، ستاد تنظیم بازار، در اختیار دولت هستند و می‌توانند در امر کنترل و مهار گرانفروشی فعالیت کنند. اما موضوع مهم آن است که مردم ایران دارای یک روانشناسی ویژه هستند و شایعات اقتصادی فوراً بر آنها اثر می‌گذارد. دائماً احساس ناامنی می‌کنند و یا در اولین اثر افزایش قیمت‌ها به نوعی اضطراب و نگرانی دچار می‌شوند و انتظارات قیمتی باعث می‌شود رفتار مصرف‌کنندگان از نظر اجتماعی غیرعقلایی جلوه کند. این افراد به تصور اینکه دیگر قیمت‌ها نیز بالا خواهد رفت، شتاب به خرید دیگر کالاها دارند. این امر افزایش مجدد تقاضا را ایجاد می‌کند و افزایش همه قیمت‌ها را به دنبال خواهد داشت.

از سوی دیگر اضطراب از اینکه کاهش قیمت نفت روی سیاست‌های ارزی، قیمت‌ها و هزینه تمام‌شده تولید اثر بگذارد.



در حقیقت این عده از محدودیت دولت در واردات آن کالا کاملاً آگاهی دارند و عمل آنان یک نوع مبارزه با دولت تلقی می‌شود. مجازات این عده باید جدی‌تر و شدیدتر باشد، ولی متأسفانه این عده کمتر شناسایی و یا مجازات می‌شوند، زیرا محدود به زمان و مکان خاصی نیستند که از طریق مجاری رسمی قابل شناسایی باشند.

■ آیا گران کردن کالاها از سوی دولت توجیه اقتصادی دارد؟

□ به نظر من برای هر افزایش قیمت باید هزینه‌های این افزایش با منافع آن مقایسه شود.

○ باید حرکت‌های دینی به کمک رشد اقتصادی برود. اگر مردم به اخلاق دینی در تولید، توزیع، مصرف، رفتارهای اقتصادی و اجتماعی هدایت شوند، شکوفایی اقتصادی بروز می‌کند.

بنابراین تولیدکنندگان ممکن است کالای خود را به بازار عرضه نکنند تا تکلیف آنان روشن شود تا مطمئن شوند قیمت‌ها دارد ثابت و پایدار می‌شود.

به‌طور کلی در این بحث باید گفت، مصرف‌کنندگان که دچار اضطراب شوند، تقاضا را افزایش می‌دهند، تولیدکنندگان نیز که نگران و مضطرب شوند، عرضه کالا را کاهش می‌دهند، هر دو عامل افزایش قیمت را به دنبال دارد. این موضوع یک بحث اقتصادی نیست، بلکه روانشناسی اجتماعی است.

برای اینکه این موضوع ریشه‌یابی شود باید ابتدا دید چرا مردم ایران به این حالت‌ها رسیده‌اند. در ریشه‌یابی به این نتیجه می‌رسیم که:

۱- اولاً مردم موضوع افزایش قیمت‌ها را هر ساله تجربه و مشاهده کرده‌اند که هر سال چنین اتفاقاتی به وقوع می‌پیوندد و تهدیدها و تحلیل‌های دولتمردان چندان کارساز نبوده است.

۲- مردم ایران اشتیاق عجیبی به مصرف دارند و به نظر من مصرف‌زدگی مردم در طول زمان افزایش پیدا کرده است. تجمل و لوکس‌گرایی نسبت به روزهای اول انقلاب افزایش یافته و حاکی از آن است که موج تقاضا در حال افزایش است. در ایران تب تقاضا وجود دارد که این امر افزایش قیمت را ایجاد می‌کند.

باید شخصیت‌های روحانی و دانشمندان به‌طور عمیق، پر دامنه و عملی، مردم را به قناعت تشویق کنند و مردم را در زمینه مصرف بهتر و سنجیده‌تر، امر به معروف کنند و در بیان اینکه «اسراف» از گناهان کبیره است، نهی از منکر نمایند تا اصلاحی در سیستم اقتصادی از طریق حرکت دینی پیدا شود.

○ واسطه‌های غیر ضرور که بدون جابه‌جا کردن کالا آن را سه‌یا چهار دست می‌چرخانند، مخرب هستند و در افزایش قیمت‌ها دخیل می‌باشند. آنها از محدودیت دولت در واردات آگاه هستند و عملشان یک نوع مبارزه با دولت است.

اگر این امر به‌خوبی به‌وقوع بپیوندد، مردم می‌توانند پس‌انداز کنند و پس‌انداز خود را به‌سوی کارهای تولیدی سوق دهند و حرکت‌های دینی به کمک رشد اقتصادی رود و تورم مقداری کاهش یابد. اگر مردم به اخلاق دینی در تولید، توزیع، مصرف، رفتارهای اقتصادی و اجتماعی هدایت شوند، جامعه

شاهد شکوفایی بیشتر اقتصاد خواهد شد و از حرکت‌هایی که معاملات آن مشکوک است و حقوق مصرف‌کننده در آن تضییع می‌شود، جلوگیری می‌شود و این اعمال با ابلاغ قانون درست نمی‌شود و باید کار فرهنگی وسیعی صورت پذیرد. دولت نیز باید با دید کارشناسی ریشه انحصار و احتکار را بخشکاند و رقابت را پاس دارد تا اقتصاد شفاف و روان گردد.

■ آیا دولت با دریافت مالیات می‌تواند حقوق اقشار آسیب‌پذیر جامعه را تضمین نماید؟

□ در اقتصاد ایران باید افرادی که سالم هستند و به مبادلات صادقانه و صحیح می‌پردازند، پاداش اقتصادی مناسب بگیرند و افرادی که ناسالم هستند، مجازات شوند.

اصولاً باید کسانی که ثروت انبوه دارند، مالیات بپردازند، به‌گونه‌ای که دولت مجبور نشود فشار را از طریق تورم به همه اقشار جامعه به‌خصوص قشر آسیب‌پذیر وارد کند.

آثار تورمی نوعی مالیات نامرئی است که به تمامی مردم جامعه تحمیل می‌شود. به عبارت دیگر، همه افراد به‌گونه‌ای مجازات می‌شوند، در حالی که اگر روی سیستم مالیات کشور، سرمایه‌گذاری بیشتری شود، به‌گونه‌ای که در مواردی که سرمایه‌داران مالیات حقه خود را پرداخت نکرده‌اند بپردازند. مقدار زیادی از ظرفیت خالی مالیاتی را پر خواهیم کرد و به دولت کمک شایانی می‌شود.

البته مالیات نباید مضر به تولید باشد، بلکه باید مشوق آن باشد و این هم هزار رمز و راز دارد و تنها با الگوهای ریاضی و کمی برخی اقتصاددانان درست نمی‌شود. فرهنگ مالیات‌گریزی باید تصحیح شود. مدیریت مالیاتی باید با روانشناسی اجتماعی و افکار عمومی و توسعه اقتصادی پیوند بخورد و این هم میسر نمی‌شود مگر آنکه مسایل را به‌گونه سیستماتیک و منظم و در ارتباط با یکدیگر دنبال کنیم و در این راستا از همفکری و حضور مردم و تشکل‌های مردمی در اقتصاد جامعه بهره‌مند باشیم.

