

اشاره:

حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان به منظور استمرار روند تولید و عرضه خدمات و کالاها با کیفیت و قیمت مناسب، از اهداف هر نظام اقتصادی است.

در سال‌های اخیر، روش‌های گوناگونی از سوی ارگان‌ها و نهادهای ذی‌ربط در قیمت‌گذاری کالاها و خدمات و نظارت بر ثبات قیمت‌ها ارایه و آزمون شده است که متأسفانه کارایی لازم برای حمایت از حقوق تولیدکنندگان و مصرف‌کنندگان را نداشته است.

در زمینه علل ناکارآمدی سیاست‌ها و شیوه‌های اتخاذ شده در امر قیمت‌گذاری کالاها و خدمات، مردم و کارشناسان اقتصادی نظرات متفاوتی را ارایه می‌دهند، اما آنچه مسلم است حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان به ویژه اقشار کم‌درآمد از وظایف دولت تلقی می‌شود.

اما در سال‌های اخیر بخش دولتی خود نیز تا حدودی عامل افزایش بهای کالاها و خدمات عمومی بوده است که با توجه به وضعیت درآمدهای دولت در بودجه‌های سالانه تا حدودی قابل توجیه است.

با توجه به آنکه ریاست محترم جمهوری اسلامی در سال جاری به نهادهای درگیر در امر نظارت و بازرسی قیمت‌ها و سازمان تعزیرات حکومتی دستور اکید در مقابله با گرانفروشی و افزایش بی‌رویه و غیرمعقول قیمت کالاها و خدمات مصرفی صادر نمودند، جا دارد که مسأله قیمت‌گذاری کالاها و راه‌های حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان از زوایای مختلف مورد ارزیابی قرار گیرد. با این حال، کارشناسان همواره به نقش اطلاع‌رسانی در مقابله با اجحاف‌های اقتصادی تأکید دارند و در این گزارش سعی داریم به شرح و ارزیابی این مقوله بپردازیم.

اطلاع‌رسانی  
دقیق و  
به‌هنگام  
ایجاد  
مبارزه با  
گرانفروشی  
است

## نقش اطلاع‌رسانی صحیح و به‌هنگام در مقابله با گرانفروشی

بررسی‌های کارشناسان مسایل اجتماعی نشان می‌دهد که در مجموعه رسانه‌های جمعی، تلویزیون و رادیو نقش عمده‌ای در اطلاع‌رسانی به عموم مردم دارند. در کشورهای درحال توسعه که میزان انتشار رسانه‌های نوشتاری و نیز خوانندگان آنها نسبت به جمعیت کشور ناچیز است، گسترش شبکه‌های رادیویی و تلویزیونی نقش بسزایی در رساندن آگاهی‌های لازم اقتصادی و اجتماعی به عموم مردم دارند.

در ایران نیز با توجه به گستردگی شبکه رادیو و تلویزیون (به‌ویژه شبکه سراسری سیمای جمهوری اسلامی)، اطلاع‌رسانی از طریق این رسانه‌ها می‌تواند کارآیی بهتری نسبت به رسانه‌های نوشتاری داشته باشد. با این حال رسانه‌های نوشتاری نیز از این وظیفه خنثی نمی‌توانند شانه خالی کنند.

اما اطلاع‌رسانی صحیح و به‌هنگام، نقش مؤثری در بسیج افکار عمومی برای انجام اقدامات بزرگی که نیازمند همکاری همگانی است، دارد.

در بسیاری از موارد، مشاهده می‌شود که اکثر مصرف‌کنندگان نسبت به بهای کالاها و خدمات اطلاع درستی ندارند، به‌ویژه کالاهایی که در سبد خانوار نقش کمتری داشته باشند یا در طول سال یک یا چند مرتبه مورد استفاده قرار گیرند.

### ○ اطلاع‌رسانی درست و به‌هنگام نقش مؤثری در بسیج افکار عمومی برای انجام اقدامات بزرگی که نیازمند همکاری همگانی است، دارد.

برای مثال هر خانوار در طی ۱۰ تا ۲۰ سال شاید فقط به یک دستگاه یخچال نیاز داشته باشد و پس از تهیه آن نسبت به نوسانات قیمت این کالا حساسیت کمتری نشان خواهد داد. یا میزان استفاده افراد از خدمات درمانی و پزشکی به ویژه برای جوانان محدودتر از افراد مسن می‌باشد و لذا حساسیت افراد نسبت به نرخ خدمات پزشکی متفاوت است.

در چنین شرایطی فرد به محض نیاز به کالا یا خدمت خاصی بنا به اضطرار در استفاده از آن مجبور می‌شود که به نخستین عرضه‌کننده کالا یا خدمت موردنیازش، بهای آن را

بپذیرد.

### ○ نقش رسانه‌ها در برانگیختن حساسیت مردم نسبت به افزایش غیرطبیعی و نامعقول قیمت‌ها سبب می‌شود که اقشار مختلف برای مبارزه با گرانفروشی و تخلفات اقتصادی به کمک دستگاه اجرایی بشتابند.

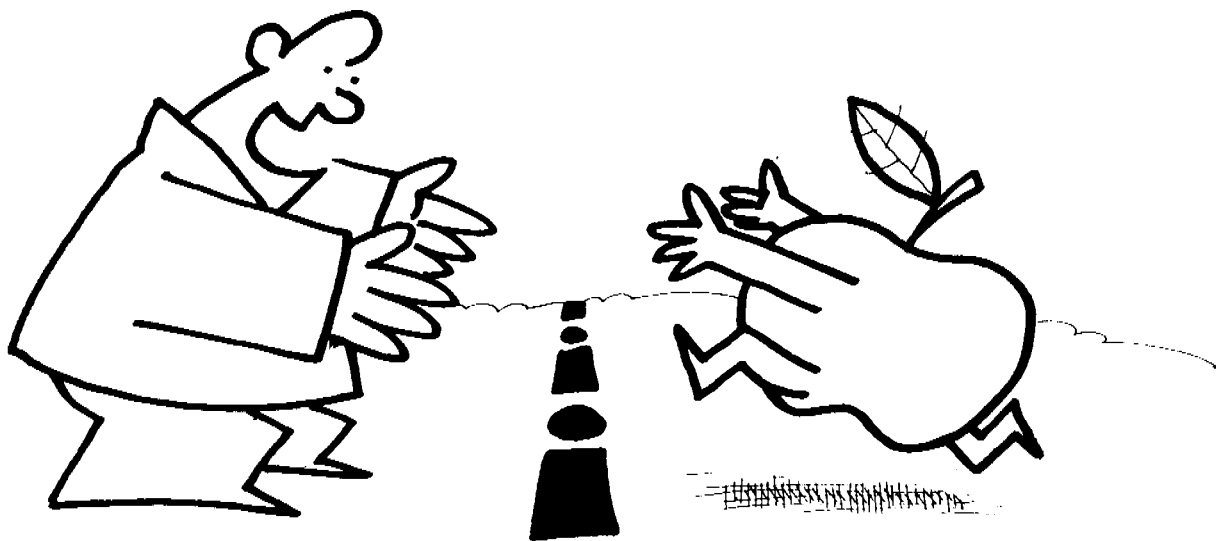
بسیاری از افراد پس از دریافت کالا یا خدمت موردنیاز خود، متوجه شده‌اند که بهای دریافتی از آنها بسیار بالاتر از حد متعارف بوده است. از آنجا که مراجع رسیدگی به شکایات مردم نیز قادر نیستند به سرعت شکایات را ارزیابی و متخلفان را مجازات کنند، حق مصرف‌کننده ضایع می‌گردد. در مواردی نیز مشاهده می‌شود که متخلفان اقتصادی به جرایم سنگینی محکوم می‌شوند، اما دستگاه اجرایی قادر نیست حق مصرف‌کنندگان کالاها و خدمات این متخلفان را به آنها بازگرداند. در این شرایط نیز حقوق مصرف‌کننده به‌طور مستقیم پرداخت نمی‌شود.

با توجه به وجود موارد بسیار از این قبیل برای اقشار مختلف مردم، چنانچه نظام اطلاع‌رسانی سروسامان پیدا نکند و متخلفان اقتصادی مجبور به پرداخت حقوق مردم نگردند، به تدریج اعتماد عمومی نسبت به مبارزه علنی و بی‌امان با تخلفات اقتصادی از بین می‌رود.

کارشناسان عقیده دارند که برای احقاق حق افراد در جامعه، نخستین گام ایجاد نظام اطلاع‌رسانی گسترده درباره بهای کالاها و خدمات مصرفی مردم می‌باشد.

دستگاه اجرایی با اعلام قیمت‌های کالاها و خدمات می‌تواند از مردم برای مبارزه جدی با متخلفان اقتصادی کمک بگیرد، مشروط بر آنکه از نیروی انسانی و امکانات کافی برای برخورد سریع و جدی به اخلال‌گران و متخلفان بهره‌مند باشد. بنا به اظهار مقام‌های رسمی، تقریباً ۹۵ درصد شکایات مردم از واحدهای صنفی درباره عدم رعایت ضوابط قیمت صحیح است و مورد رسیدگی قرار می‌گیرد. بنابراین مردم مهم‌ترین اهرم اجرایی برای مبارزه با گرانفروشی می‌باشند، مشروط بر آنکه اطلاعات صحیح درباره قیمت و کیفیت کالاها به‌موقع در اختیار آنها قرار گیرد.

اما آنچه بیش از همه در حفظ و تضمین حقوق



به یک تحول اساسی برای افزایش بهره‌وری واحدهای تولیدی و خدماتی و کاهش هزینه تمام‌شده، دست یابد. توفیق در چنین امری نه تنها به رفاه مصرف‌کنندگان داخلی، بلکه به رشد صادرات غیرنفتی کمک شایسته‌ای خواهد کرد.

بنابراین نهادهای بازرسی و نظارت بر قیمت کالاها و خدمات می‌بایست ارزیابی دقیقی از هزینه‌های تولید داشته باشند و به گزارش واحدهای تولیدی در زمینه هزینه‌های تولید اکتفا نکنند. گذشته از احتمال حساب‌سازی در این‌گونه واحدها، باید مدیران این‌گونه بنگاه‌های اقتصادی متوجه شوند که هزینه گزاف سوء مدیریت آنها را نباید مصرف‌کنندگان پرداخت کنند و دستگاه اداری و اجرایی کشور نیز باید در این راستا با مصرف‌کنندگان همصدا شود. نتیجه چنین برخوردی، اصلاح نظام تولید و کاهش هزینه‌های قابل اجتناب در بنگاه‌های اقتصادی می‌شود.

چنانچه نهادهای مسؤو ل حفظ حقوق مصرف‌کنندگان با ارزیابی دقیق اقتصادی حداقل و حداکثر بهای هر کالا (با توجه به کیفیت محصول تولیدی) را تعیین و اعلام کنند و مردم نیز به موقع اطلاعات لازم را به دست آورند، نوعی واکنش در مدیریت واحدهای تولیدی برای عرضه محصول در محدود قیمت تمام‌شده به وجود می‌آید که در نهایت به افزایش بازده اقتصادی بسیاری از واحدهای تولیدی منجر می‌شود. نقش رسانه‌های جمعی در دریافت دقیق و به موقع از

○ چنانچه نظام اطلاع‌رسانی سروسامان پیدا نکند و متخلفان اقتصادی مجبور نشوند که حقوق مصرف‌کنندگان را پرداخت کنند، به تدریج اعتماد عمومی نسبت به مبارزه بی‌امان با تخلفات اقتصادی از بین می‌رود.

مصرف‌کنندگان مهم است، شرایط و نحوه قیمت‌گذاری کالاها و خدمات می‌باشد. به جز شمار معدودی از کالاها که در رده‌های گروه اول و دوم قرار می‌گیرد، بسیاری از اقلام موردنیاز مردم در گروه سوم کالاها قرار دارد که به طور مستقیم تحت بازرسی و بازبینی وضعیت قیمت‌گذاری قرار نمی‌گیرند.

در این مقوله نقش نهادهای دولتی ذی‌ربط اهمیت دارد. این نهادها می‌بایست ارزیابی دقیق و کارشناسانه نسبت به هزینه‌های تولید این‌گونه کالاها و قیمت آنها در بازار داشته باشد و بتواند قیمت واقعی (در سطح عمده و خرده‌فروشی) را تعیین و اعلام نماید و از مردم بخواهد که در مقابل گرانفروشان واکنش داشته باشند.

یکی از مشکلات عمده در بخش تولید کالاها و عرضه خدمات در کشورهای درحال توسعه، بهره‌وری ناچیز نیروی کار، مدیریت نامناسب و در نتیجه افزایش هزینه تمام‌شده کالاها و خدمات می‌باشد. در نتیجه نظام اقتصادی می‌بایست

و مولد می‌تواند ضامن ایجاد کار و درآمد (ریالی و ارزی) در آینده باشد و نسل آینده از حقوق خود بهره‌مند خواهد شد. بنابراین بخشی از افزایش طبیعی قیمت کالاها و خدمات برای استمرار روند عرضه آنها و نیز جلوگیری در اتلاف منابع کشور، الزامی است، اما این افزایش نباید بهانه به دست افراد سودجو و فرصت‌طلب برای افزایش نامعقول و غیرطبیعی قیمت‌ها بدهد.

نقش رسانه‌ها در تشریح و ارزیابی این مقوله حایز اهمیت است تا حساسیت مردم نسبت به افزایش غیرطبیعی قیمت‌ها برانگیخته شود و به کمک دستگاه‌های اجرایی، متخلفان اقتصادی را به سزای اعمال ناشایست و زیان‌بخش آنها برسانند.

### ○ رسانه‌های گروهی باید افزایش طبیعی و غیرطبیعی قیمت‌ها را برای مردم تشریح کنند تا مردم بتوانند این دو را از یکدیگر تمیز دهند و در قبال افزایش معقول قیمت‌ها، واکنش صحیح داشته باشند.

آنچه مسلم است، قیمت‌گذاری عقلایی و دقیق کالاها و خدمات مصرفی مردم و اعلام آنها، مهم‌ترین ابزاری است که می‌تواند در موفقیت مبارزه با گرانی‌فروشی مؤثر واقع شود. در بسیاری از کشورها، ارگان‌های حافظ حقوق مصرف‌کننده به انتشار نرخ‌نامه کالاها و خدمات (حتی به صورت هفتگی) اقدام می‌نمایند و مصرف‌کنندگان با اطلاعات کافی از نرخ‌ها می‌توانند از حقوق حقه خود دفاع کنند. در این کشورها دستگاه قضایی برای صیانت از حقوق مصرف‌کنندگان به سرعت و دقت پرونده‌های تخلفات اقتصادی را بررسی و مجازات‌های سنگین برای متخلفان تعیین و اعلام می‌کند تا از بروز جرم‌های بعدی جلوگیری شود و اعتماد مردم نسبت به دستگاه قضایی برای تضمین حقوقشان تقویت گردد.



نهادهای مسئول در امر قیمت‌گذاری کالاها و خدمات و نظارت بر قیمت‌ها و انتشار عمومی اطلاعات مربوطه، در بسیج عمومی علیه گرانی‌فروشی، احتکار و اختفاء کالا، کم‌فروشی و دیگر تخلفات اقتصادی حایز اهمیت است.

### ○ نهادهای تعیین‌کننده قیمت کالاها و خدمات باید ارزیابی دقیق و کارشناسانه نسبت به هزینه‌های تولید و عرضه کالاها و خدمات داشته باشند و قیمت‌های واقعی در سطح عمده و خرده‌فروشی را تعیین و اعلام کنند و از مردم بخواهند در مقابل گرانی‌فروشان واکنش نشان دهند.

متأسفانه نهادهای مسئول در این زمینه مانند سازمان حمایت مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان و سازمان تعزیرات حکومتی در ارائه اطلاعات موردنیاز عموم به رسانه‌های جمعی، سستی به خرج می‌دهند و همین امر موجب دل‌سردی مردم نسبت به برنامه مبارزه با گرانی‌فروشی شده است.

این‌گونه نهادهای مسئول می‌بایست افزایش طبیعی و غیرطبیعی قیمت کالاها و خدمات را برای مردم روشن کنند. در حال حاضر بسیاری از اقشار مختلف مردم بخشی از گرانی را ناشی از اقدام دولت در افزایش بهای کالا و خدمات عمومی می‌دانند، در حالی که حتی در این مقوله روشن‌نگری لازم از سوی نهادهای مسئول و رسانه‌های جمعی به عمل نیامده است.

با وجود پرداخت سالانه حدود ۶۰۰ میلیارد ریال یارانه از سوی دولت، افزایش بهای برخی کالاهای اساسی (در توزیع با کالا بزرگ و...) از دید بسیاری از اقشار مردم روند قیمت این‌گونه کالاها قابل درک نمی‌باشد. علت بروز این افکار در جامعه، روشن نشدن موضوع افزایش طبیعی و غیرطبیعی قیمت‌ها می‌باشد. مردم باید بدانند به چه علت بخشی از افزایش طبیعی بهای کالاها و خدمات را باید بپذیرند و نیز آگاه باشند که با توجه به سطح درآمدهای دولت، این‌گونه افزایش قیمت‌ها، غیرقابل اجتناب می‌باشد.

مردم باید نسبت به این مقوله آگاهی یابند که تمام درآمد نفت را نمی‌توان برای تأمین نیازهای نسل کنونی (از طریق واردات و...) هزینه کرد، زیرا این‌گونه خرج کردن منابع، اتلاف آن می‌باشد، در حالی که سرمایه‌گذاری در طرح‌های زیربنایی