

اشاره:

بحث حمایت از مصرف‌کنندگان، به‌ویژه در دوران‌هایی که فشارهای تورمی در اقتصاد ملی گسترش پیدا می‌کند، از مباحث اصولی است که همواره موردنظر مسئولان و برنامه‌ریزان اقتصادی و مردم می‌باشد. حمایت از مصرف‌کننده باید در چارچوبی دقیق طراحی شود تا به بخش تولید نیز آسیب نرساند و روند عرضه کالاها و خدمات را با موانع تازه‌ای روبه‌رو نسازد، زیرا ایجاد موانع می‌تواند انگیزه‌ای برای خروج سرمایه‌ها از مسیرهای اقتصادی مولد گردد و در نهایت فشارهای تورمی را تشدید نماید.

بنابراین در بحث حمایت از مصرف‌کننده، کارشناسان همواره نیم‌نگاهی نیز به بخش تولید دارند. در این گزارش، تلاش می‌شود راه‌های حمایت از مصرف‌کننده به گونه‌ای که تولیدکننده را نیز با موانع جدی روبه‌رو نسازد، مطرح و ارزیابی شود.

حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان چگونه میسر است؟

حمایت واقعی از مصرف‌کنندگان چگونه میسر است؟

برای کارشناسان اقتصادی و نیز مصرف‌کنندگان، بارها این پرسش مطرح شده است که چگونه می‌توان از حقوق مصرف‌کننده به‌طور واقعی دفاع کرد. در پاسخ به این موضوع، چندین عامل باید مدنظر قرار گیرد:

۱- ارایه کالای با کیفیت مطلوب به مصرف‌کننده:

یکی از مباحث عمده در عرضه کالا به مصرف‌کنندگان، سلامت و کیفیت کالا می‌باشد. ارایه کالاهای غیراستاندارد، در بسته‌بندی نامناسب و ناسالم به مصرف‌کننده سبب می‌شود که بخشی از محصول و گاهی تمام آن بدون استفاده از چرخه مصرف خارج شود. در این میان بخشی از منابع اقتصادی به‌کار رفته در تولید محصول از دست می‌رود و مصرف‌کننده نیز به میزان مبلغ پرداختی برای ایتاع کالا، ضرر می‌بیند. این امر می‌تواند اعتماد مصرف‌کننده را به عرضه‌کننده کالا (خرده‌فروشی یا کارخانه تولیدکننده محصول) از بین ببرد.

معمولاً مصرف‌کنندگان در حد توان خود برای رساندن اطلاعات مربوط به یک کالای معیوب به دوستان، همکاران و اقوام خود تلاش می‌کنند. لذا تولیدکنندگان کالاها و

عرضه‌کنندگان خدمات، همواره باید به کیفیت کالا یا خدمات خود توجه داشته باشند تا خود و مصرف‌کنندگان را دچار ضرر و زیان نکنند.

۲- رساندن کالا به دست مصرف‌کننده نهایی به ارزان‌ترین بهای ممکن:

مصرف‌کنندگان کالاها و خدمات ضمن توجه به کیفیت، قیمت را نیز مدنظر قرار می‌دهند. رساندن کالاها و خدمات به قیمت مناسب از طریق حذف واسطه‌های غیرضرور و کاهش هزینه‌های حمل و نقل، مهم‌ترین مسأله‌ای است که عرضه‌کنندگان کالا برای استمرار فعالیت خود و حفظ حقوق مصرف‌کنندگان باید به آن توجه داشته باشند تا دچار نقصان فروش نشوند.

در این زمینه، بحث حمل و نقل نیز اهمیت ویژه‌ای دارد. بازاریابی درست و حذف واسطه‌های غیرضرور از حمل و نقل بهبود یافته و هزینه‌های گزاف آن می‌کاهد. واسطه‌های متعدد که هر یک دست‌کم ۱۰ درصد سود برای خود قایل هستند، گاه سبب می‌شود که قیمت یک کالا ۳۰ تا ۵۰ درصد بیش از هزینه تمام‌شده (در کارخانه) باشد. از سوی دیگر نداشتن برنامه مناسب بازاریابی سبب می‌شود که کالا بارها از این انبار به

انبار دیگر یا از شهری به شهر دیگر حمل شود، بدون آنکه به دست مصرف‌کننده اصلی برسد.

○ رساندن کالا به دست مصرف‌کننده نهایی به ارزان‌ترین بهای ممکن از شیوه‌های حفظ حقوق مصرف‌کنندگان است.

در شرایطی که یارانه‌های سنگینی برای انرژی بر اقتصاد کشور تحمیل می‌شود، توجه به هزینه حمل و نقل در بازاریابی بسیار مهم است و نقش اساسی در تعیین قیمت برای مصرف‌کننده نهایی دارد. لذا تولیدکنندگان کالاها و خدمات یا خود باید از فن بازاریابی برخوردار باشند، یا آنکه از طریق یک شرکت پخش که فعالیت بازاریابی را به دقت انجام می‌دهد، عمل کنند، تا از هزینه‌های غیرضرور و اضافی واسطه‌گری و حمل و نقل کاسته شود و قیمت نهایی کالا تفاوت چشمگیری با قیمت تمام‌شده نداشته باشد. معمولاً پذیرش ۳۰ درصد هزینه تمام‌شده کالاها برای بازاریابی، حمل و نقل و رساندن کالا به دست مصرف‌کننده نهایی قابل قبول می‌باشد و در غیر این صورت می‌بایست نابسامانی‌های شبکه توزیع برطرف گردد.

۳- واردات متناسب با نیازهای واقعی جامعه

آنچه مسلم است تمام کالاها و خدمات مورد نیاز اقتصاد ملی در داخل قابل تأمین نمی‌باشد. چه بسا سرمایه‌گذاری برای کسب خدمت یا تولید برخی کالاها با توجه به تقاضای بازار داخلی، صرفه اقتصادی نداشته باشد. با این وصف، موضوع واردات از اهمیت و جایگاه ویژه‌ای در اقتصاد کشور برخوردار می‌شود.

اما بازگذاشتن بازار برای واردات هر کالا یا خدمتی نیز صحیح به نظر نمی‌رسد. چه بسا کالاها و خدمات قابل عرضه در بازار داخلی باشند و چنانچه تولیدکنندگان به استانداردهای کالا و قیمت تمام‌شده توجه کافی داشته باشند و از اصول مدیریتی به‌درستی بهره بگیرند، باید بتوانند از نظر قیمت و کیفیت با محصولات مشابه خارجی رقابت کنند. چنانچه این رقابت میسر نباشد باید در فرآیند تولید و مدیریت واحد تولیدی تجدیدنظر شود و سازماندهی مجدد صورت بگیرد.

با این حال ورود بسیاری از اقلام برای تأمین تقاضای داخلی، ضروری است. بنابراین سیاست تنظیم واردات با توجه به تأمین حقوق مصرف‌کنندگان و حمایت واقعی از بخش تولید

ضروری است. برنامه‌ریزان و مسؤولان اقتصادی می‌بایست با ارزیابی دقیق فرآیندهای تولید داخلی و نیازهای اصلی آن بتوانند برنامه واردات کالاها را تنظیم کنند و با بازاریابی مناسب کالاهای با کیفیت استاندارد و قیمت معقول را وارد نمایند.

در این راستا بخش خصوصی (تولیدکنندگان) نقش عمده‌ای دارند که اطلاعات مربوط به نیازهای واقعی را به مسؤولان بازرگانی ارائه دهند، تا آنها بتوانند برنامه واردات کشور را تنظیم و برای اجرا توسط بخش‌های دولتی، خصوصی و تعاونی اعلام کنند.

در شرایطی که اقتصاد کشور با کمبود منابع ارزی روبه‌رو می‌باشد، موضوع واردات کالاهای اساسی مورد نیاز مردم و تولیدکنندگان (مواد خام، قطعات یدکی، ماشین‌آلات و...) از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است و باید در اولویت برنامه واردات قرار گیرد. بدین وسیله نه تنها حقوق مصرف‌کنندگان، بلکه حمایت از تولیدکنندگان نیز میسر می‌گردد.

۴- صادرات متناسب با عرضه داخلی

با وجود آنکه سهم ناچیزی از تولیدات داخلی کشور به صادرات تخصیص می‌یابد و درآمد حاصل از صادرات کالاهای غیرنفتی و خدمات در سال گذشته فقط ۲ میلیارد دلار بود، اما داشتن برنامه مناسب برای صادرات بدون لطمه زدن به بازار داخلی، اهمیت دارد.

○ برای مقابله با افزایش بی‌رویه و غیرطبیعی قیمت‌ها در بازار، تنظیم واردات متناسب با نیازهای واقعی مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان ضرورت دارد.

تنظیم برنامه صادرات و اعلام ارقام قابل صدور برای یک سال در ابتدای سال، ضرورت دارد و می‌تواند به تولیدکنندگان نیز علایم بازاری را ارائه دهد تا بتوانند برنامه صحیحی برای فعالیت خود تنظیم نمایند.

در حال حاضر که اقتصاد کشور شرایط دشواری را به لحاظ تکنوهای ارزی تحمل می‌کند، توجه به برنامه صحیح صادرات و واردات الزامی است و می‌تواند به تأمین درآمدهای ارزی مناسب و صرفه‌جویی‌های ارزی قابل‌توجهی منتهی شود.

درک این واقعیت که رشد صادرات غیرنفتی برای اقتصاد

دهند. زمانی می‌توان مانع از فعالیت گرانفروشان شد که برخورد قانونی با آنها به‌طور مستمر و نه مقطعی صورت بگیرد. نتیجه این اقدام و پیگیری مستمر، ایجاد انضباط در جامعه است که یکی از موارد مهم و لازم‌الاجرا برای کشور ماست.

○ در حال حاضر که اقتصاد کشور در اثر تنگنایهای ارزی دوره دشواری را می‌گذراند، توجه به برنامه صحیح صادرات و واردات، الزامی است و می‌تواند درآمدهای ارزی مناسب و صرفه‌جویی‌های کلان ارزی را امکان‌پذیر سازد.

۶- ایجاد شبکه‌های توزیع قانونمند و مناسب:

شبکه‌های توزیع قانونمند و مناسب قادر می‌باشند که در کاهش قیمت‌ها و مقابله با افزایش غیرطبیعی بهای کالاها و خدمات نقش مهمی ایفا کنند.

ایجاد فروشگاه‌های زنجیره‌ای، تعاونی‌های مصرف محلی، کارمندی و کارگری، میدین میوه و تره‌بار و نظایر آنها در نقاط مختلف شهر سبب می‌شود که هزینه‌های حمل و نقل کاهش یابد و شمار واسطه‌ها نیز کاهش پیدا کند.

براساس آمارهای اعلام شده بهای کالاها در تعاونی‌های کارگری و کارمندی حدود ۲۷ درصد کمتر از قیمت آنها در بازار داخلی است. چنانچه این‌گونه شبکه‌های توزیع گسترش پیدا کنند، دستیابی به صرفه‌جویی کلانی برای مصرف‌کنندگان محقق می‌گردد. بارها مشاهده شده است که نبود فروشگاه‌های زنجیره‌ای یا تعاونی در برخی نقاط شهر، سبب شده است که فروشگاه‌های خصوصی (سوپرمارکت‌های محلی) به مصرف‌کنندگان اجحاف نمایند، زیرا نبود رقابت سبب می‌شود که آنها کالا را به هر قیمتی که می‌خواهند عرضه کنند. از سوی دیگر نبود نظارت دقیق بر قیمت کالاها در این‌گونه فروشگاه‌ها، دست فروشندگان را در اجحاف بیشتر به مشتریان محلی باز گذارده است.

بهره‌گیری از سرمایه‌های مردمی در تشکیل و گسترش فروشگاه‌های زنجیره‌ای، تعاونی‌های محلی، کارگری و کارمندی و... می‌تواند در بهبود شبکه توزیع مناسب و قانونمند، مؤثر باشد.

کشور الزامی است، برای تمام مصرف‌کنندگان ضرورت دارد. اما صادراتی که در واقع سودآور و نتیجه‌بخش باشد و در نهایت درآمد ارزی حاصل از آن بتواند در جهت واردات کالاهای موردنیاز (مواد خام، قطعات یدکی، ماشین‌آلات و تجهیزات و...) و تأمین حقوق مصرف‌کنندگان در میان‌مدت کارساز باشد.



۵- نظارت بر قیمت کالاها:

ارگان مسئول در زمینه نظارت بر قیمت کالاها و خدمات، نقش کلیدی در مهار تورم و مبارزه با گرانفروشی و احتکار دارند. چنانچه این نهادها به دقت کار خود را انجام دهند و با متخلفان برخورد قانونی داشته باشند، بخشی از افزایش غیرطبیعی قیمت‌ها در بازار داخلی از بین می‌رود و حقوق واقعی مصرف‌کنندگان تضمین می‌شود.

متأسفانه در سال‌های اخیر شاهد برخوردهای مقطعی این‌گونه نهادها در مبارزه با گرانفروشی بوده‌ایم. نصب برچسب قیمت بر روی تمام کالاهایی که در بازار عرضه می‌شود، یک ضرورت غیرقابل انکار است و با فروشندگان متخلف می‌بایست به شدت برخورد شود. نصب برچسب قیمت سبب می‌شود که مصرف‌کنندگان با مقایسه بهای کالاهای مشابه در فروشگاه‌های مختلف، به راحتی بتوانند موارد تخلف را تشخیص دهند و به مسئولان نهادی ناظر بر قیمت‌ها اطلاع

۷- جلوگیری از احتکار:

می‌توانند تولیدکنندگان و مصرف‌کنندگان را در ارزیابی قیمت واقعی و پذیرش آن راهنمایی کنند.

۹- پیگیری شکایات مردمی

بارها مشاهده شده است که مصرف‌کننده‌ای با ایجاد ارتباط تلفنی، اطلاعات درستی از فعالیت گرانفروشی در اختیار نهادهای مسئول گذارده است، اما شکایت وارده به دقت ارزیابی، پیگیری و برخورد قانونی با متخلف را به دنبال نداشته است. همین امر موجب دلسردی مردم و بی‌اعتمادی آنها نسبت به پیگیری‌های قانونی شده است و لذا ارتباط مناسب میان مردم و مسؤولان وجود ندارد. برای مبارزه با احتکار و گرانفروشی، تقویت این‌گونه ارتباطات ضرورت دارد.

۱۰- معرفی الگوی مصرف

در کنار استفاده از شیوه‌های مؤثر برای مبارزه با گرانفروشی و رشد غیرطبیعی و بی‌رویه قیمت‌ها در بازار، معرفی الگوی صحیح مصرف به مردم ضرورت دارد. رسانه‌های گروهی به‌ویژه سیمای جمهوری اسلامی ایران، نقش بزرگی در این زمینه دارند. مصرف صحیح کالاها و خدمات و جلوگیری از ضایعات، نقش مهمی در تنظیم تقاضای کل دارند.

بارها در رسانه‌های جمعی، مسأله ضایعات نان که به حدود ۱۸ درصد می‌رسد، یا ضایعات مواد غذایی، مصرف بیهوده برق و انرژی و... مطرح شده است. تبیین الگوی صحیح مصرف برای محدود ساختن رشد تقاضای کل در حال حاضر برای اقتصاد کشور ضروری است و نه تنها به کاهش مخارج خانوارها کمک می‌کند، بلکه هزینه‌های دولت بابت یارانه کالاهای اساسی، انرژی و... آن را کاهش می‌دهد.

در این راستا مسؤولان و رسانه‌های جمعی باید فعالیت مستمر و هدفمندی را آغاز کنند و استمرار آن را نیز برنامه‌ریزی نمایند.

به عقیده کارشناسان تعلیم الگوی صحیح مصرف به کودکان به ویژه در دبستان‌ها نقش بسزایی در شکل‌گیری افکار عمومی به‌ویژه تنظیم تقاضا در آینده دارد و می‌تواند از طریق کنترل تقاضای داخلی، بخش صادرات را نیز تقویت کند. با وجود آنکه حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان به‌ویژه اقبال آسب‌پذیر از وظایف دولت می‌باشد، اما بدون همکاری مردم و تبیین الگوی صحیح مصرف، این امر در بلندمدت قابل تحقق نخواهد بود.

یکی از علل افزایش غیرطبیعی و بی‌رویه قیمت‌ها در سال‌های اخیر، فعالیت سودجویانه محتکران بوده است. آنها با استفاده از توان مالی خود، کالاهای موردنیاز مردم را به بهای ارزان‌تر خریداری و سپس با ایجاد مصنوعی کمبود در بازار، آنها را به قیمت‌های گزاف به مردم فروخته‌اند. مقابله جدی و قانونی با محتکران، یکی از راه‌های اصولی مبارزه با گرانفروشی در بازار داخلی است. نهادهای مسئول در این زمینه با کسب اطلاعات لازم از مردم، می‌توانند محتکران را شناسایی کنند و با این پدیده مذموم و مشکل‌زا برای مردم به‌طور جدی مقابله نمایند.

متأسفانه برخورد با محتکران نیز در سال‌های اخیر به‌طور مقطعی صورت گرفته است، در حالی که استمرار در این زمینه ضرورت دارد. در کنار ایجاد شبکه‌های توزیع مناسب و قانونمند، برخورد مستمر با محتکران می‌تواند نقش مؤثری در تضمین حقوق مصرف‌کنندگان داشته باشد.

۸- اطلاع‌رسانی

اطلاع‌رسانی منظم و دقیق به مردم درباره افزایش طبیعی و غیرطبیعی قیمت‌ها، می‌تواند نقش بسزایی در بسیج مردم برای رویارویی با گرانفروشی داشته باشد. در سال‌های اخیر بارها شاهد بوده‌ایم که بهای برخی کالاها به‌طور طبیعی افزایش یافته، لیکن نرساندن آگاهی به مردم سبب بروز نزاع‌هایی بین مردم و فروشندگان شده است. از سوی دیگر حساسیت مردم نسبت به افزایش غیرطبیعی قیمت‌ها نیز کمتر شده است. زیرا تصور می‌کنند که بهای دیگر کالاها نیز باید افزایش پیدا کند. در این شرایط تمیز افزایش طبیعی و غیرطبیعی قیمت‌ها برای مردم دشوار می‌شود و در نتیجه افزایش بی‌رویه بهای کالاها و خدمات، استمرار پیدا می‌کند.

اطلاع‌رسانی به مردم و نیز دریافت اطلاعات از مردم می‌تواند مسؤولان و نهادهای ناظر بر قیمت کالاها را در مبارزه جدی و علنی با پدیده گرانفروشی و احتکار یاری دهد. این ارتباط دوطرفه در اثر برخورد نادرست یا مقطعی نهادهای مسئول با گرانفروشان و محتکران تا حدودی تضعیف شده است. اما برای مقابله با افزایش بی‌رویه و غیرطبیعی قیمت‌ها در بازار، ضرورت دارد که این ارتباط روزبه‌روز تقویت شود.

در برخی کشورها، مصرف‌کنندگان برای رویارویی با گرانفروشی حتی برای یک دوره کوتاه (یک هفته) دست به تحریم مصرف کالاها می‌زنند و بارها نیز مشاهده شده که این‌گونه تحریم‌ها، در کاهش قیمت‌ها مؤثر واقع شده است. در این راستا رسانه‌های گروهی نقش مؤثری دارند که