



# احکام



پژوهشی از: حسین سالکی



اعتقاد به کارساز بودن اصل عرضه و تقاضا در چرخه اقتصادی جامعه، کارشناسان اقتصادی را بر آن داشت تا روی تولید هر چه بیشتر تاکید و اصرار ورزند، زیرا به باور اینان تولید هر چه بیشتر بخودی خود می تواند عامل کاهش قیمت ها بشمار آید. از همین روی تا آنجا که در توان داشته و دارند می کوشند بر شتاب و تحرک ماشین تولید بیافزایند.

برخی از نویسندگان متن های اقتصادی "تقاضا" را عبارت از مقداری کالا می دانند که طبق قیمت یا قیمت های تعیین شده در دسترس مصرف کنندگان قرار می گیرد. به این ترتیب مصرف (خرید) کالا با بالا و پائین بودن قیمت ها رابطه تنگاتنگی پیدا می کند. یعنی هر قدر قیمت کالا ارزان تر مصرف آن بیشتر و برعکس گرانی کالا سبب کاهش مصرف آن خواهد شد. از سوئی دیگر اگر "تقاضا" تغییر یابد وضع به گونه ای دیگر در خواهد آمد و آن عبارت از این است که متقاضیان مصرف کالا برای خرید آن اشتیاق بیشتری از خود بروز می دهند. در این رابطه توان مادی متقاضیان را نیز نباید از یاد برد. تا وقتی که "ماهی" به بهای ارزان (مناسب) عرضه

کنترل بر روند قیمت ها و نیل به یک بهای نسبی عادلانه از مهمترین مسایلی بوده است که از عهد عتیق تا به امروز ذهن پویای دانشمندان اقتصاد و علوم اجتماعی را بخود مشغول داشته است. در این رابطه به شمار چشمگیری از اندیشمندان بر می خوریم که عرضه و تقاضا را به عنوان وسیله ای موثر جهت تعیین قیمت عادلانه یا قیمت طبیعی دانسته و آن را چون اصل تجربه شده در بازار توزیع شناخته اند.

هر چند که عبارت عرضه و تقاضا در قالبی واحد گنجانیده و بکار گرفته می شود، اما در معنی دو موضوع جدا از یکدیگر بوده که عرضه، نماینده چندی و چونی تولید و تقاضا، بیان گر نوع و میزان مصرف یعنی دو رکن اساسی فعالیت های اقتصادی به شمار می روند. پیروی از همین اصل، برنامه ریزی اقتصادی را مبنای قرار گرفته و برنامه ریزان را بر آن داشته تا با توجه به ظرفیت نیاز مصرف کنندگان و براساس شمارش دهن های باز، تولیدات کشاورزی و صنعتی را محاسبه و مواد مصرفی بویژه میزان مواد غذایی را طی یک دوره اقتصادی پیش بینی و طرح ریزی کنند.

می شود طبعاً " بازار فروش آن گرم و پررونق است اما به محض عرضه آن به قیمت بالاتر پول کمتری در راه خرید آن صرف خواهد شد. با یک مرور اجمالی بر جدول تقاضا به شدت یا زیادتی مصرف نوع یا انواعی از کالاها می توان پی برد. و به این وسیله می توان گرانی یا ارزانی کالا را مشخص کرد. با مطالعه چنان جدولی می توان دانست که فرد مصرف کننده چگونه در هیئت متقاضی وارد بازار می شود. حضور وی در بازار و خرید او بیانگر میزان نیاز و تقاضای وی به مصرف کالا یا کالاهائی است که برای تهیه آن به بازار روی می آورد. مجموع جدولهای همه مصرف کنندگان برنج یا شکر معرف بازار تقاضا برای مصرف آن کالا است. در جدول زیر باروندی که فوقاً بدان اشاره گردید آشنا شده و به رابطه مصرف برنج و شکر با قیمت های آن پی می بریم که چگونه هر چه بیشتر از بهای برنج یا شکر کاسته شود میزان تقاضا یا خرید آن در مقایسه با زمان مشابه تغییر یافته یا به بیان دیگر افزایش می یابد.

دارد و افزایش این، کاهش آن را موجب می شود. پائین آمدن قیمت دو دسته مصرف کننده را تحت تاثیر قرار می دهد. دسته ای می گویند با استفاده از فرصت بدست آمده در مقایسه با قبل بیشتر کالا خریداری کند و دسته دیگر که به سبب بالا بودن قیمت قادر به تهیه کالا نمی شوند با تغییر (کاهش) قیمت حالا می تواند کالای مذکور را خریداری کنند. بیان فوق چیزی جز اثبات نخستین اصل از اصول پنجگانه عرضه و تقاضا نیست. به شرط آنکه جو کلی و عمومی تقاضا تغییر نیابد. اما اگر شرایط تقاضا دگرگون شود باید منتظر بود که جدول نوینی را مشاهده کرد که با جدول پیشین تفاوت داشته باشد.

در این مبحث به کالاهای مصرفی مانند گندم (نان)، برنج و سیب زمینی که جزو بر مصرف ترین کالاهای ضروری هستند بر می خوریم که افزایش قیمت آنها در میزان مصرف آنها تغییری (کاهش) پدید نمی آورد. و در پاره ای موارد برعکس افزوده شدن به بهای کالا باعث می شود مصرف آن نیز فزونی

**بهای یک کیسه شکر      میزان خرید (تقاضای مصرف کننده ها طی یک هفته**

کیسه ای ۱۰۰۰ ریال	۱۱۰۳۰۰۰ کیسه در هفته اول
کیسه ای ۹۵۰ ریال	۱۱۹۵۰۰ کیسه در هفته دوم
کیسه ای ۹۰۰ ریال	۱۲۷۰۰۰ کیسه در هفته سوم
کیسه ای ۸۵۰ ریال	۱۳۴۰۰۰ کیسه در هفته چهارم
کیسه ای ۸۰۰ ریال	۱۴۰۰۰۰ کیسه در هفته پنجم
کیسه ای ۷۵۰ ریال	۱۴۵۰۰۰ کیسه در هفته ششم
کیسه ای ۷۰۰ ریال	۱۴۹۰۰۰ کیسه در هفته هفتم

یابد. یک خانواده فرودست را مثال می آوریم که در شرایط مناسب عرضه (قیمت) می توانست بان را با غذائی دیگر که دارای کیفیت بهتر

این جدول فرضی در عین حال بیانگر واقعیت قیمت ها است و نشان می دهد که بین قیمت و تعداد تقاضا رابطه معکوسی وجود

و گران قیمت تر بوده است عوض کند. اما به محض گران شدن قیمت ناگزیر می‌گردد غذایی با کیفیت و گران را از سفره غذایی خود حذف کرده و بجای آن سیب زمینی یا برنج یا نان بیشتری مصرف کند.

ترس از افزایش آینده قیمت‌ها

جدید (مضاعف) محتکران وقت آن می‌بینند که پیش از آن متقاضیان را در انتظار نگه ندارند و اندک‌اندک در انبارهای مخفی باز شده و کالای احتکار شده با قیمتی به مراتب گرانتر از پیش و گاه با شکل و ظاهری تازه به پیشخوان مغازه‌ها سرازیر می‌شود. گاهی مدت احتکار آن قدر طولانی می‌شود که کالاهای فاسدشدنی مانند مواد غذایی پوسیده و بصورتی غیر قابل مصرف درمی‌آید. در چنان شرایطی محتکرین به دو صورت با مسئله برخورد می‌کنند. اول تا آنجا که می‌توانند به پیروی از اصل متداول بدفروشی جنس فاسد و کالا زیان‌آور را بجای جنس خوب و مرغوب فروخته و تا وقتی که مصرف‌کننده متوجه قضیه شوند خر خود را از پل می‌گذرانند و در صورت شور بودن بی‌اندازه آش بساط چراغانی راه‌انداخته و تحت عنوان حراج و تغییر شغل یا مسافرت صاحب مال با اندک تخفیف قیمت اجناس بنجل و دوریختنی خود را در بازار عرضه آب می‌کنند.

سال گذشته طارهای بخش انتفاع فردی اسپانیا آب "ترب" را در بطری کرده و بجای روغن زیتون آن را به مصرف‌کننده‌های سرزمین (گاویازان) فروختند و از این تجارت نامیمون صدها نفر به خاک هلاک افتاده و در همین حدود نیز راهی بیمارستانهای آن کشور شدند که محاکمه سوداگران مذکور هم اکنون در مراجع حقوقی اسپانیا جریان دارد و این عمل در عداد تبهکاری‌هایی ثبت شده است که از نظر ضایعات اجتماعی و انسانی کم سابقه بوده است. به‌رغم اینکه مواد غذایی عمدتاً "جزو کالاهایی هستند که اگر زمان نگهداری‌شان آن هم در شرایط غیررفنی و غیربهداشتی به درازا انجامد به‌زودی از حیز انتفاع خارج شده و در صورت فساد

ترس از اینکه در آینده ممکن است قیمت کالاهای مصرفی از آنچه که هست گران‌تر شود مصرف‌کننده را وامی‌دارد که تا در خرید جنس مورد نظر ولع بیشتری از خود بروز دهد. چنین بی‌ورشی بسوی بازار تقاضا خودگرانی باز هم بیشتر کالا را دامن می‌زند. ناگفته نگذاریم که در بسیاری از موارد بخش توزیع انتفاع فردی که در یک سیستم اقتصادی بی‌بند و بار آزاد صحنه‌گردان فعالیت‌های اقتصادی است به چنان ترفندی دست می‌یازد و به این وسیله بازار فروش کالاهای معینی را که روی دستش مانده و در انبارها در حال پوسیدن است گرم نگاه می‌دارد با ایجاد چنان جوی زمینه برای احتکار کالا فراهم می‌شود و این نمایش بی‌آنکه مصرف‌کننده تماشاچی از قوت و فن پشت صحنه آگاه باشد با چنان تردستی به اجرا درمی‌آید که در پایان کار بخش توزیع انتفاع فردی می‌تواند با چپاول مصرف‌کننده به درآمدی سرشار برسد، زیرا به محض بالا رفتن تب تقاضا که مصنوعاً ایجاد شده ناگهان کالاهای مورد تقاضا ناپدید شده و از پیشخوان مغازه‌ها و دکانها به زیرزمین‌ها و تاریک‌خانه‌ها می‌خزد. مصرف‌کننده (متقاضی) بی‌مهابا دستخوش ترس و نگران قحطی آن شده و برای یافتن جنس گمشده به تکاپو می‌افتد و در این جو آکنده از بیم و امید خود را گم می‌کند و در نتیجه حاضر می‌شود به هر قیمتی که عرضه‌کننده عنوان کند گمشده خود را بدست آورد. پس از جا افتادن و طبیعی جلوه نمودن قیمت

مصرفشان زبان آور و کشنده می شود که برای گران فروشی احتکار شده و اگر به موقع به بازار عرضه و مصرف نشود جز انهدام آن راه دیگری وجود ندارد از این روی محتکرین ناگزیر می شوند با گران فروشی یا قیامانده جنس سالم زبان مذکور را جبران کنند .

احتکار به عنوان یک روش ضد اخلاقی و خلاف مصالح اجتماعی در سیستم های اقتصادی بیمارگونه از دیر زمان متداول بوده است . اقتصاد متمرکز دولتی و اقتصاد جمعی و اجتماعی (تعاون) را باید واکنشی طبیعی دانست که جامعه های مختلف برای مقابله با یک چنین هرج و مرج اقتصادی که توزیع انتفاعی نام گرفته است از خود بروز داده اند .

در میان انواعی از کالاهای ضروری و کثیرالمصرف به کالاهایی برمی خوریم که حالتی نمایشی داشته و مانند سنگها و فلزات کمیاب در عین اینکه مصرفشان غیر لازم است از قیمت هائی بالا برخوردار است . همچنین در میان کالاهای مصرفی انواعی از آنها را می شناسیم که مصرف یکی ملازم با مصرف دیگری است . مثلاً "نان را بدون کره یا پنیر نمی شود صرف کرد و نوشیدن چای وجود قند یا شکر را ضروری جلوه می دهد . در این صورت تولید و عرضه نان ملازم با تولید و عرضه کره یا پنیر به مقدار کافی است و چنین است در مورد تولید و عرضه چای و قند و شکر .

همچنانکه تولید و عرضه زیاد نوعی کالا سبب کاسته شدن از بهای آن می شود محدود بودن میزان عرضه آن بی شک افزایش بهای آن را از پی می آورد . مورد دیگر عبارت از نیاز به کالائی است که مصرف آن در گروه مصرف کالای دیگر است . در شرایط تنگنای اقتصادی کنونی کشور ما مرسوم بازار خود رو

به نحوه توزیع بنزین بستگی می یابد . هر وقت شرایط دسترسی به بنزین سهل تر و آسانتر می شود قیمت خودرو در بازار ترقی می کند و برعکس کم شدن عرضه بنزین خود بخود بازار فروش خودرو را از رونق باز می دارد . با اینکه در شرایط کنونی توزیع بسیاری از کالا توسط دولت انجام می پذیرد اما در عمل چنین می نماید که عامل احتکار با استفاده از جوی که از تنگناهای اقتصادی پدید آمده در بخش خصوصی و حتی در بخش دولتی نیز به روشنی رخ می نماید و توزیع را از روند طبیعی خود منحرف و به فساد می کشاند .

### مصرف کالاهای جانشین (مشابه)

با توجه به وجود کالاهائی که دارای مصرف و خواص مشابه هستند کمبود یا نبود یکی با بودن دیگر قابل جانشینی و جبران است . امروزه اصطلاح (مشابه) در بازار عرضه به صورت امری متداول و شناخته شده در آمده است که مورد دارو را باید از آن جمله دانست این موضوع اگرچه در ظاهر راضی کننده است اما در باطن و معنی ممکن است فاقد خواص جنس اصلی باشد که تاثیر آن به تجربه ثابت گردیده است . با وجود این می توان گفت که افزایش تقاضای یک نوع از آن مصرف کننده را از تهیه مشابه آن بی نیاز می سازد و به همین ترتیب روی بهای کالای مورد نظر اثر می گذارد . وجود دو نوع چربی چون کره و مارگارین که در مورد مشابهی قابل مصرف اند بی شک از شدت تقاضای مصرف کره خواهد کاست و به همین ترتیب در مورد بهای آن . در میان کالاهای مصرفی چه از نوع مواد خام و چه از نوع تبدیل شده و قابل مصرف آن به اجناسی می رسیم که دارای مصارف

گونگون می‌باشند. پشم ماده خاصی است که در کار فرش بافی و پارچه بافی کاربرد دارد. یکی اطاقها و سالنهای ما را گرم کرده و می‌آراید، دیگری بدن ما را از سرمای زیاد زمستان در امان نگهداشته و ظاهر ما را در انظار دیگران مطبوع جلوه می‌دهد. محدود بودن تولید پشم و کالاهائی نظیر آن سبب می‌شود که مصرف‌کننده پارچه پشمی یا فرش زیرپای خود را با بهائی گرانتر در اختیار گیرد.

به‌رحال نوسان قیمت‌ها تقاضای خرید کالاها را کاهش می‌سازد و برعکس رکود و یکنواختی مانع از آن می‌شود که در کاهش یا افزایش قیمت‌ها تغییر چشمگیری روی دهد.

### تحرك تصنعی

رکود و یکنواختی در عرضه و تولید ممکن است مانع از پویائی اقتصادی شده و بیکاری و نداری را از پی آورد از همین روی گرایش به عرضه انبوه و تنوع جوئی در تولید که پیروی از (مد) و تغییر بدون وقفه ظاهر بسیاری از کالاها و مواد مصرفی و حتی ابداع شیوه‌های نوین تهیه و عرضه مواد غذایی به‌عنوان منبع ایجاد کار و فعالیت مورد توجه واقع می‌شود. این روش به‌رغم منافعی که در اینجا بدان اشاره گردید زیانهای خاصی مصرف‌گرائی را به‌دنبال خواهد داشت که ورود در این مقوله را هرچند که همزاد هدفهای احتکاری و محتکران می‌باشد در این مختصر مجال بحث نیست.

### موازنه قیمت‌ها

چنانکه در مقدمه این پژوهش یادآور شدیم از دوران باستان تا جهان معاصر علمای

اقتصاد براین باور بوده‌اند که اگر مطابق تقاضا کالا عرضه و وارد بازار شود قیمت‌ها متوازن شده و بی‌آنکه لجام بگسلد مسیر خود را به‌صورتی طبیعی طی خواهند نمود. با توجه به اینکه عرضه نماینده تولیدیا در حکم میزان کالای تولید شده می‌باشد اما اگر نه در دیگر نقاط جهان، در بازار اقتصاد کشور ما نه عرضه معرف وجود مقدار واقعی کالا در کشور می‌باشد و نه کمی یا زیادی تولید شکننده قیمت‌ها بسود مصرف‌کنندگان (مقاضیان). زیرا احتکار به‌عنوان یک روش غیراخلاقی کسب سود مانع از آن می‌گردد که جنس به‌قدر کافی به‌بازار عرضه شود و از جنبه‌های فیزیکی و روانی تب تورم را تندتر از آنچه که هست نسازد. درواقع باید گفت تا وقتی زمام توزیع در دست صاحبان منافع قرار دارد و با احتکار، گران‌فروشی، بدفروشی و کم‌فروشی می‌شود روند اقتصادی جامعه را در راستای تأمین منافع بی‌حساب شخصی جهت بخشید اصل عرضه و تقاضا در مقام برقرارکننده توازن اقتصادی و عامل تعدیل قیمت‌ها بی‌اعتبار شده هرچند که بصورت اصلی تجربه شده مورد قبول جامعه جهانی قرار گرفته باشد. اما در چرخه اقتصاد کشور ما کاربردی ندارد. در این صورت جز اینکه طبقه مصرف‌کننده ضمن آگاهی نسبت به حقوق خود که باید حفظ شود راهی جز اتحاد و وحدت نظر و عمل در پیش روی خود ندارند. همکاری طبقه مصرف‌کننده در دو بعد اقتصادی و اجتماعی می‌تواند به این نابسامانی در دراز مدت پایان بخشیده و فعالیت‌های اقتصادی را درجهتی که به‌سود دو طبقه تولیدکننده و مصرف‌کننده باشد هدایت کند.

