

واحد اجتماعی «هان» در اقتصاد جمعی ژاپن

پژوهش حسین سالکی

و همین موضوع حربه‌ای می‌شود که گروهی برای جلوگیری از بهره‌کشی فرد از فرد جز صادره اموال ثروتمندان و دولتی کردن مالکیت و فعالیتهای اقتصادی هرگونه راه‌حل دیگر را مردود شمرده و غایت مطلوب استشارشدگان را در اقتصاد متمرکز دولتی جستجو می‌کند.

اما زاپنی‌ها بر این فرض پذیرفته شده قلم بطلان کشیده و عملاً ثابت کرده‌اند که بدون سرمایه و پرداخت سرقفلی و اجاره ملک هم می‌توان توزیع امور مصرفی خود را به دست گرفت و بدینوسیله با عوامل بهره‌کشی یعنی گرانفروشان و کم‌فروشان و بدفروشان مقابله نمود که نه تنها می‌شود مواد مصرفی روزانه و هفتگی خود را از دست اول و بدون وجود واسطه‌های تجارتهی تهیه و تدارک دید بلکه با همین روش می‌شود روی کل اقتصاد جامعه تاثیر گذاشت و آنرا در جهت حفظ منافع مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان هدایت نمود. با وجود آنکه ۲۸ بافنده فلانل در سال ۱۸۴۴ برغم تنگدستی اعضای خود توانسته بودند از محل پس‌انداز دستمزد ناچیز روزانه خود در محله تولادین (شهر کوچک راجدیل) دهکای تاسیس کنند و اولین

در طول تاریخ به‌ویژه در یکی دو قرن اخیر به تجربه ثابت گردیده که خودیاری و همکاری گروههای مصرف‌کننده و تولیدکننده در امور صنفی توانسته است نظم دلخواه و عادلانه‌ای در روابط اقتصادی و اجتماعی پدید آورده و جلوی آز بیش از حد اقتصاد سرمایه‌داری را که همچنان نظم رایج در شرق و غرب و جنوب و شمال می‌باشد بگیرد و کوتاه شده اینکه آزادی فعالیتهای اقتصادی را منهای جنبه‌های غیر اخلاقی و استثمار‌اش تضمین نماید.

با توجه به اینکه برای آغاز هر فعالیت اقتصادی اعم از تولیدات کشاورزی و صنعتی از ایجاد یک کارگاه کوچک گرفته تا یک کشتزار محدود سرمایه لازم است تا ابزار کار و اجاره محل و خرید یا اجاره زمین و وسایل کشاورزی تهیه گردد، طبیعی است که وقتی شما روش تعاونی مقابله با زمین‌داران بزرگ، صاحبان موسسات صنعتی و بازرگانی را با کشاورزان - کارگران و کارمندان در میان می‌نهد، پاسخ خواهند داد، که برای ایجاد یک کارگاه یا کشتزار یا فروشگاه تعاونی مصرف نیاز به سرمایه است و سپس نتیجه می‌گیرند که بدون سرمایه نمی‌شود کاری از پیش برد

و در حال حاضر بیش از ۴۶۷/۰۰۰ واحد اجتماعی (هان) بنحوی بسیار پویا رسالت نهضت تعاونی را به انجام می‌رسانند. پیدایش گروه (هان) و تشکیل هسته اقتصادی اجتماعی آن رانمی‌توان یک امر تصادفی دانست زیرا آرزوی دست یافتن به یک زندگی سالم و دور از هرگونه دل‌پره و نگرانی عده‌ای از مصرف‌کنندگان را واداشت تا چنین کوششی را وجهه همت خود سازند.

تشکیل و عضویت در (هان) متضمن آن است که اعضای آن برای پیشبرد هدفهای گروه بخود تکیه کنند نه آنکه منتظر دریافت کمکهای دولتی یا مساعدت مالی و اداری سازمانهای غیر دولتی دیگر بمانند. آنها در این راستا به تجربه‌های ارزنده‌ای نیز دست یافته‌اند. بنابر نوشته نشریه "نهضت تعاونی مصرف‌کنندگان در ژاپن" مورخ آوریل ۱۹۸۶ در حال حاضر از ۹/۲۰۷/۳۳۶ نفر عضو شرکتهای تعاونی ژاپن بیش از ۳/۲۶۰/۱۱۳ نفر در گروههای خودیار (هان) عضویت دارند.

مقام (هان) در میان اعضا و طرفداران نهضت تعاونی ژاپن

همانطور که یادآور شدیم (هان) یک نهاد پایه‌ایست که هدفش کمال بخشیدن به نهضت تعاونی در جامعه ژاپن است. کوشش (هان) صرف آن می‌شود که ثابت کند شرکت تعاونی یا یک فعالیت اقتصادی واجتماعی باید صرفاً "به‌اعضای خود تکیه کند. آنها ثابت کرده‌اند که نداشتن سرمایه یا فروشگاه یا هرگونه دستمایه مادی نمی‌تواند مانع از آن گردد که مصرف‌کنندگان بتوانند سرنوشت اقتصادی خود را به‌دست گرفته و دستمزد و درآمدشان را وسیله سوداگری این و آن

سنگ‌بنای اقتصاد تعاونی را در قلب بزرگترین جامعه سرمایه‌داری صنعتی آن روز بگذارند تا به‌بخش خصوصی انتفاع فردی (سرمایه داری) اخلاق اجتماعی و روابط عادلانه اقتصادی را بیاموزند و در عین حال به ملیونها کارگر صنعتی و غیر صنعتی چهار گوشه جهان راه درست مبارزه با عوامل بهره کشی فرد از فرد را تعلیم دهند، کارگران صنعتی ژاپن با ابداع روشی کاملاً "متفاوت و بسیار عملی‌تر که تشکیل گروههای انسانی خودیار به نام (هان) HAN می‌باشد کار توزیع مواد مصرفی را از شکل جا افتاده و تکامل یافته ده‌داری مغازه‌داری فروشگاه و سوپرمارکت را به‌خانه‌ها منتقل ساخته و آن را از صورت یک کسبوکار مستقل و سودآور برای واسطه‌های تجارتنی بیرون آورده و در چارچوب اقتصاد خانواده تنظیم و پیاده نموده‌اند.

اصل اجتماعی (هان) HAN در مقام عنصر خودیاری؛ اصطلاح "هان" به‌معنی واحد سازمانی کوچک است که مشخص‌کننده شکل معینی از گردهم‌آئی و سازمان‌دهی در نهضت خودیاری است. تاریخ رسمی نهضت تعاونی در ژاپن به‌شصت سال پیش باز می‌گردد اما بین ۲۰ تا ۲۱ سال است که عنصر گروهی (هان) HAN وارد کارهای جمعی مردم ژاپن گردیده است. شرکت تعاونی (تسوروکا) TSURUOKA که امروز به نام شرکت تعاونی (کیوریتسوشا) KYORITSUSHA شهرت دارد از سوی یاماگاتا YAMAGATA نخستین سازمان اداری تعاونی در ژاپن تاسیس گردید که دست همکاری به‌سوی گروه خودیاری (هان) دراز کرد. از سال ۱۹۵۶ فعالیت اقتصادی و اجتماعی (هان) به‌سراسر کشور کشیده شد.

سازند.

هر واحد (هان) از تعدادی بین پنج تا ده نفر از همسایگان نزدیک تشکیل می‌شود. بزرگی و کوچکی (هان) منوط به آن می‌شود که اعضای گروه برای تامین کدام نقطه نظر و اجرای چه برنامه‌ای دور هم گرد می‌آیند. در برخی از شرکتهای تعاونی ژاپن به‌ویژه بیشتر آنها که به‌کار خرید و توزیع مواد مصرفی می‌پردازند شرط لازم عضویت در شرکت تعاونی مشارکت در استفاده از خدماتی است که توسط گروه (هان) فراهم آورده می‌شود، از شرایط عضویت در یک گروه (هان) این است که علاوه بر قبول مسئولیت نامحدود اجتماعی باید خانه خود را به‌عنوان مرکز توزیع و فعالیت اقتصادی اجتماعی در اختیار (هان) بگذارد. در آن دسته از شرکتهای تعاونی ژاپنی که به‌روش فروشگاهی اداره می‌شود عضو بودن در گروه (هان) اجباری نیست و هر کس می‌تواند مطابق سلیقه شخصی خود عمل کند. معمولاً شرکتهای تعاونی به‌اعضای جدید و قدیم خود سفارش می‌کنند که به‌واحدهای خودبار (هان) که در مجاورت آنها فعالیت دارند پیوسته یا خود راساً یک گروه (هان) تشکیل دهند. در نخستین جلسه یک (هان) جدید - التاسیس عضو رابطنی از سوی گروه‌های (هان) در آن حضور می‌یابد و پیرامون مقررات گروه اجتماعی (هان) توضیح داده دستورالعملها و نشریاتی که در این باره نوشته و چاپ شده است را در اختیار گروه‌ها قرار می‌دهد. چنانکه می‌دانیم در هر کاری قدم اول در حکم کلیدی است که در گشودن باب آن به‌کار می‌رود. از همین جا نیز گروه خودیار (هان) در راستای فعالیت خود قرار می‌گیرد که عضویت در این گروه خود گام مهمی شمرده می‌شود. برای آنکه تازه‌واردین در باره وضع

فلسفه اقتصادی اعضای موسس این پدیده اجتماعی بر این اصل استوار گردیده است که بدین وسیله به‌مصرف‌کننده بیاموزند که برای حمایت عملی از حقوق و منافع صنفی خود چه تدابیری باید اندیشید و چگونه دست به‌کار شد و برای مقابله جدی و موثر در برابر گرانی قیمت‌ها و بدی کیفیت کالاهای مصرفی به‌چه شیوه‌ای باید دست یازید.

در واقع (هان) سعی دارد که به‌مفهوم حقیقی یک مدیریت جمعی اقتصادی را به‌دست‌مزدبگیران و طبقه‌کارگر و کارمند بیاموزد و در عین حال (هان) محلی است که روش خرید مشترک و جمعی را به‌مردم یاد میدهد و به‌بیان آخر (هان) را باید جایی دانست که می‌کوشد از وجود یک سازمان اقتصادی اجتماعی (تعاونی) به‌بهترین شکل خود بهره‌برداری کند، و مکانی است که عده‌ای از افراد بر اساس همکاری و کمک متقابل یک شرکت تعاونی اعم از مصرف یا تولید تشکیل می‌دهند و می‌کوشند معاش یومیه خود را بر اساس برنامه حساب‌شده‌ای تنظیم کنند.

از جمله خدمات واحد اجتماعی (هان) قبول افرادی که داوطلب عضویت در آن هستند، افزودن به‌میزان سرمایه شرکتهای تعاونی، تحکیم مبانی نهضت تعاونی، جمع‌آوری اعضا و مساعدتهای مالی برای حمایت از زندگی و بهداشت مردم و حمایت از طبقه مصرف‌کننده و تامین صلح و آرامش از دیگر هدفهای اقتصادی و اجتماعی واحد اجتماعی (هان) شمرده می‌شود.

چگونه می‌توان یک واحد اجتماعی (هان) را به‌وجود آورد.

سازمانی و مالی و سهام و خرید گروهی آگاه شوند توضیحات لازم نیز در اختیارشان قرار داده خواهد شد. بهرحال باید حداقل در مقدمات امر و اینکه چگونه یک فعالیت اقتصادی را شروع و اداره می کنند به اعضا و رهبران گروه (هان) کمک کرد در غیر آن صورت ممکن است مشکلاتی پیش آید. اعضای گروه (هان) می دانند که از همان بدو امر وظایف مربوط را بین خود سرشکن کنند، بخصوص اینکه توزیع مواد مصرفی باید بطور نوبتی توسط هر یک از آنها صورت گیرد و از اینرو تعهد انجام وظایف مذکور برای پیشرفت کار گروه (هان) ضروری است.

بنابر آنچه که توضیح داده شد رئیس مطالب و کارهای عمده در همان نخستین جلسه بیان و مشخص می گردد. برای راهنمایی کار اعضای شرکتهای تعاونی مصرف نشریات مناسبی از پیش تهیه گردیده است که به موقع در اختیار اعضای آن شرکتهای قرار داده می شود تا آنها با استفاده از این راهنماها بتوانند کار شرکت تعاونی یا فعالیت اقتصادی اجتماعی شان را به خوبی و بی آنکه با مشکلی روبرو شوند آغاز و اداره کنند. آنها در شروع کار سعی نمی کنند ذهن اعضای گروههای (هان) را از مسایل مترامک انبار کنند بلکه گفتنی ها و آموختنی ها را به تدریج در هر مرحله که لازم می آید بیان و تشریح می نمایند. این موضوع به کیفیت کار گروه (هان) ارتباط می یابد.

با توجه به اینکه شرکتهای تعاونی مصرف، تولید، مسکن و اعتبار که در چهار گوشه جهان فعالیت دارند نوعاً "سالی یک بار مجمع عمومی تشکیل می دهند و در مقابل جامعه های تعاونی که در کشورهای مانند کانادا، یوگوسلاوی، فرانسه و یا احتمالاً"

در نقاط دیگر بطور هفتگی یا ماهی یک بار مجمع عمومی برگزار می کند گروههای (هان) در ژاپن به تفاوت بین هر دو ماه یا سه ماه یک بار مجمع عمومی خود را برگزار می کنند و یک (هان) جدیدالتاسیس نیز یک ماه بعد از نخستین جلسه مجمع که مجمع موسس نامیده می شود دومین مجمع را باید تشکیل داده و نسبت به وضع شرکت تعاونی خود ارزیابی لازم را برای ادامه کار به عمل آورد. پیروی از چنین رویه های به اعضای تازه کار (هان) که در امور اقتصاد جمعی تجربه زیادی ندارند امکان می دهد تا به نقاط ضعف کار خود پی برده و پیش از آنکه گره آن کورتر شود آن را گشوده و مسیر آنرا هموار سازند.

در بسیاری از شرکتهای تعاونی ممالک دیگر منجمله شرکتهای تعاونی کشور ما ایران نحوه قبول عضو جدید در شرکتهای تعاونی با خرید یک یا چند سهم و پر کردن برگ درخواست عضویت پایان پذیرفته عضویت در شرکت تعاونی شبیه این است که آدم برای ورود به یک تئاتر یا سینما یا نمایشگاه یک بلیط ورودی بخرد تا بتواند در آن وارد شده و از برنامه های آن استفاده کند. اما عضویت در یک گروه (هان) به این حد محدود نمی شود زیرا به محض قبول عضویت شخص و ورود او به جرگه اعضای هان چند نفر از اعضای قدیمی به تفصیل درباره روش کار و وظایف اعضا برای فرد تازه وارد (عضو) توضیح داده و او را با وظایفی که در قبال (هان) در پیش دارد آشنا می سازند.

اگر بخواهیم مردم در امور مربوط به خود مشارکت عملی و فعال داشته باشند تاسیس گروههایی چون واحد اجتماعی (هان) به این مقصود بنحوی موثر یاری می دهد.

چه کنیم که اعضای شرکت تعاونی در گردهم آئی‌های آن شرکت کنند؟

آنهايي که در يکي از شرکتهای تعاونی مصرف یا تولید یا مسکن یا اعتبار اعم از شهری و روستائی کشور ما عضو هستند به خوبی می‌دانند که در مجامع عمومی این شرکتها تعداد کمی از اعضا حاضر می‌شوند. این بی‌علاقگی و بی‌تفاوتی دلایل زیادی دارد که ضعف آموزشی عمده‌ترین آن به‌شمار می‌رود. اما برای آنکه این مشکل برای واحد اجتماعی (هان) پیش نیاید و علاوه بر اقدامات آموزشی در مورد برگزاری گردهم‌آئی‌ها، روز، ساعت و محل تشکیل جلسات مجمع را طوری در نظر می‌گیرند که نظر کلیه اعضای گروه (هان) در آن ملحوظ گردیده باشد. اینرا هم باید تاکید کرد که شرکت در مجامع، جلسات و گردهم‌آئیهای (هان) برای اعضا الزامی است زیرا همه آنها باید در گرفتن تصمیمات آن مشارکت کرده و رای بدهند. کار اجتماعی برای مردم آگاه به‌امور اجتماعی در حکم یک‌کار شخصی است که هرکس باید کار خود را خودش انجام دهد و نباید آنرا به‌دیگری واگذار نماید. کیفیت کار افراد موظف در شرکت تعاونی در جلب یا سلب علاقه اعضا به‌حضور در مجامع عمومی شرکت تعاونی نقش موثری ایفا می‌کند. وقتی شما از نحوه خدمت و کار کارکنان و کارمندان شرکت تعاونی و از نحوه برخورد اعضای هیئت مدیره گرفته تا اعضای هیئت عامل آن راضی نباشید و روند آن را در جهت تأمین نظرات خود نبینید طبعاً چنانکه باید به‌حضور در مجمع و مشارکت در تصمیم‌گیریهای آن تمایلی از خود نشان نمی‌دهید. اما اگر به‌این حقیقت واقف باشید که شما به‌عنوان یک نفر عضو در مالکیت

آن شرکت بطور مشاع شریک بوده و در بردی و خوبی کار آن مسئولیت مشترک دارید در این صورت نمی‌توانید از خود سلب مسئولیت کرده و بایی تفاوتی نسبت به‌امور شرکت تعاونی اداره آن را به‌دست افراد هیئت مدیره رها ساخته و بر کار آنها کنترل نداشته باشید.

تشکیل منظم جلسات و گردهم‌آئی در جای خود حائز اهمیت است. اگر شرکت تعاونی بتواند برنامه تشکیل جلسات و دستور کار آنرا مثل تقویم یا روزشمار در اختیار اعضا قرار دهد قطعاً "مشکلی پیش نخواهد آمد. به‌این ترتیب اعضای شرکت خواهند دانست که مثلاً "در جلسه‌ماه فروردین شرکت تعاونی درباره چه مسایلی تصمیم خواهد گرفت یا در ماه اردیبهشت فلان برنامه را اجرا خواهد کرد و... نیمی از تعاونیهای وابسته به‌نهادهای (هان) که در شرکت تعاونی SHIZUOKA فعالیت دارند به‌همین نحو عمل می‌کنند آنها مجامع عمومی خود را به‌طور مرتب هر چهار ماه یک بار در تاریخ معین تشکیل می‌دهند. پیش از اینکه اعضای (هان) وارد جلسه مجمع عمومی شوند شرکت تعاونی درباره فعالیت بازرگانی (اقتصادی) اخبار تعاونی و سایر مسایل مربوط به آن را در نشریه گزارش‌گونه چاپ و در اختیار فرد فرد آنها می‌گذارد تا با آگاهی کامل از مسایل مورد بحث در جلسه مجمع حضور یابند.

تعیین دستور جلسه و محل تشکیل مجمع از مواردی است که اعضا قبلاً "روی آن توافق می‌کنند. گروه‌های (هان) معمولاً "خانه یکی از اعضای خود را برای چنین گردهم‌آئی‌هایی در نظر می‌گیرند. شرکتهای تعاونی مصرف ژاپن حتی المقدور می‌کوشند از گروه‌های (هان) برای حضور در مجمع

عمومی خود دعوت کنند و از آنها می‌خواهند از نزدیک کالاهای مورد خرید و توزیع شان را ارزیابی کرده و با لمس و چشیدن مواد غذایی نسبت به کیفیت آن ابراز عقیده کنند. کوتاه سخن اینکه آگاهی از نظرات (هان) برای یک شرکت تعاونی یا اتحادیه تعاونی مصرف به اندازه رای یک هیئت کارشناسی با ارزش می‌نماید و برای پیشرفت کار نهضت تعاونی مصرف‌کنندگان کالا در حکم نردبان پیشرفت به‌شمار می‌رود.

چگونه می‌توان یک واحد خرید و توزیع را اداره کرد؟

این پرسش می‌تواند برای بسیاری از گروه‌های مصرف‌کننده چه کارگران، کشاورزان و کارکنان ساکن شهرها و روستاها مطرح باشد. مسئله‌ای که پاسخ به آن به بررسی و مطالعه کافی نیازمند است به شرط آنکه فروشگاه تعاونی را با دید سطحی ننگریم و آنرا با یک بقالی معمولی اشتباه نکنیم! اگرچه اداره کردن یک دکه بقالی هم روش خاصی خود را دارد که آگاه نبودن به آن می‌تواند برای صاحب آن مشکلاتی پیش آورد.

در زاین گروه‌های (هان) توانسته‌اند به‌عنوان پیشگام و معلم واقعی، این روش مدیریت را به همه کسانی که مایلند در چارچوب عضویت و مدیریت در یک شرکت تعاونی مصرف امور معیشتی خود را به دست خویش گیرند بیاموزند و برای آنها الگوی کاملی را عرضه دارند.

بعد از جنگ جهانی دوم زاینی‌ها از میهمانان ناخوانده خود چیزهای زیادی آموختند و آنرا به‌کار بسته و راه پیشرفت‌های اقتصادی و اجتماعی خود را هموار کرده‌اند. لذا دور از ذهن نیست که واحد اجتماعی

(هان) تقلیدی باشد که در آمریکا به نام باشگاه خرید شهرت دارد حتی در نقاطی هم که مراکز توزیع مواد مصرفی مثل فروشگاه‌های تعاونی وجود دارد به علت دور بودن از محل زندگی می‌توان به پیروی از روش متداولی چون باشگاه خرید یا گروه (هان) اقدام کرد. از محسنات باشگاه‌های خرید با (هان)‌های زاینی این است که اهل یک محل می‌توانند اقلامی از کالاهای مورد مصرفی منهای مواد فاسد شدنی را بطور هفتگی یا برای هر سه روز یکبار یکجا تدارک و در اختیار خود گیرند. البته فروشگاه‌های تعاونی مصرف مجهز به سردخانه قادر خواهند بود مواد غذایی مانند تخم مرغ، شیر، ماهی، مرغ، گوشت و سبزیجات را نگهداری و به‌اعضای خود عرضه دارد بی‌آنکه کیفیت آن آسیب‌پذیرد. روش کار در یک گروه اجتماعی (هان) به شرحی که در زیر می‌آید ساده و عملی است:

۱) در واقع (هان) رابط میان شرکت تعاونی و اعضای آن است.

۲) تقسیم و توزیع کار میان خود و انتخاب افراد موظف براساس تقسیم کار در گروه.

۳) افراد موظف باید وظایفی بیش از دیگران به‌عهده‌گیرند که توزیع برنامه و ابلاغ اخبار شرکت تعاونی و پرسش‌نامه از آن جمله است.

۴) در لیست کالاهای مورد دادوستد شرکت با اعضاء نوع جنس و قیمت آنها نوشته شده و اعضا به‌حسب اسامی کالاها نوع نیاز خود را ثبت و به شرکت باز میگردانند (افراد موظف) لیست‌ها را که توسط اعضا پر شده است جمع‌آوری کرده و به شرکت تعاونی می‌دهند. گروه (هان) لیست‌ها را

به شرکت تعاونی محلی تحویل می‌دهد و براساس آن کالاهای عضو خود را گردآورده و میان آنها توزیع می‌کند.

۵) معمولاً پس از اینکه لیست نیازمندیهای اعضا تحویل شرکت تعاونی گردید یک هفته بعد کالاهای سفارش شده به عضو موظف (هان) تحویل داده می‌شود. اعضای گروه (هان) می‌توانند به دو طریق جنسهای سفارش شده را دریافت دارند. اینکه مستقیماً به مرکز (هان) بروند و کالای خود را بگیرند یا اینکه با پرداخت هزینه پستی توسط پست برایشان فرستاده شود.

۶) معمولاً پس از انجام این کارها هر عضو (هان) به حسب میزان خرید خود می‌تواند ۲٪ بابت مازاد خرید از شرکت

تعاونی بازپس گیرد.

نتیجه

غرض از شرح و بیان علل پیدائی ونحوه کار گروه (هان) ژاپن یا باشگاههای خرید این است که برای پایان بخشیدن به روشهایی که امروزه در بخش خرده‌فروشیها (توزیع انتفاع فردی) رایج و از هر جهت به زیان مصرف‌کننده‌ها است راهی جز آنچه بدان اشاره نمودیم به نظر نمی‌آید و اما اگر شما خواننده عزیز روش مناسب‌تری را سراغ دارید که بتواند اصل انصاف را جانشین شیوه‌های سوداگری سازد با معرفی و عمل بدان بی‌تردید خواهید توانست مصرف‌کنندگان جامعه خود را از این بن‌بست رهائی بخشید.



بقیه از صفحه ۵۰

آورد. واضح است این پیش‌بینی وقتی تحقق پیدا خواهد کرد که کشورهای سرسپرده عضو اوپک به رهبری عربستان سعودی در عوض تامین منافع غرب به تامین منافع مردم خود و نسل‌های آینده اندیشیده و از این طریق اتحاد خود را با اوپک مستحکم سازند.

با توجه به بحثی که ارائه گردید بنظر می‌آید تولید نفت دریای شمال و سرسپردگی بعضی از کشورهای عضو اوپک برخی از دلایل کاهش قیمت نفت در سالهای اخیر باشد. با کاهش میزان صادرات نفت منطقه مذکور اوپک در سالهای آتی مقام خود را در صادرات نفت مخصوصاً به اروپای غربی بدست خواهد

